

# 两张“量身定做”的表格,织出西塘古镇的“善治密码”——社区书记的“表”情包

■记者 苗楠钰 通讯员 刘贻俞

昨天上午,嘉善县西塘镇朝南埭社区党群服务中心办公室里,社区书记陈铭珏从书架上小心地取下两叠厚厚的文件袋,放在桌上发出沉甸甸的声响。

“这里记载的,不仅有居民的基本信息,更有西塘古镇的真实民情。”她打开文件袋,几张纸质填写的表格便呈现出来,最上面几张纸的边缘已微微卷起。

“这一袋,是原住民的表格。”她抽出几张,上面除了姓名、户籍等常规信息,还密密麻麻标注着房屋产权性质、自住还是出租、是否独居等备注。“另一袋,是专门给景区经营户”表格里,店主、员工、业态类别、居住状况以及老人的身体状况。现在,老人家里“砸坏了,第一个拨通的不是110,而是社区干部的电话。”

“以前,她觉得生活处处有危险,动不动就打110。现在,她遇到难事,第一时间想到的是给我们打电话。”潘凌涛感慨地说,这一张“定制版”的“一户一表”,不仅厘清了古镇错综复杂的房产脉络,更让冰冷的数据采集变成了一次次有温度的情感交流。

从“敲不开门”到“主动求助”,朝南埭社区用实际行动证明,只有底数摸得清,服务才能送得准,治理才能暖人心。

## 一张老表格让原住民温情回归

“小潘,我家门锁又坏了,你方便来看看吗?”今年4月20日上午,朝南埭社区党委委员潘凌涛的手机响起,来电显示是93岁的独居老人陈老师。收到来电的第一时间,潘凌涛有些诧异,毕竟永远之前,这位老人的第一个电话永远是打给110的。

“咚咚咚……”他回想第一次来到独居老人陈老师的家门前时,老人防备心极重,不仅白天大门紧锁,门里面还用柜子顶着。好不容易敲开了门,老人也不让他进门。

这是朝南埭社区刚开始推行嘉善县“一户一表”入户摸排时,就遇到的“硬骨头”。

朝南埭社区的这张表,与普通社区截然不同。古镇的房子产权极其复杂——楼下是公房,楼上可能是私房;这一间是A户的,隔壁那间又是B户的。

针对这一现状,朝南埭在嘉善县“一户一表”的基础上,自主创新增加了“产权性质”和“房屋使用情况”等个性化信息栏,就是为了对基层情况掌握得更详细。

面对老人的抵触,社区干部和网格员没有退缩。他们利用“一户一表”的入户契机,将走访变成了“陪聊”。一遍敲不开就两遍,两遍不开就三遍……

干部们用本地土话拉家常,听陈老师回忆当年教书的峥嵘岁月。不开门,就隔着门听;开了门,就坐在小板凳上当听众。

“信任是一步步‘走’出来的。”潘凌涛说。在长达数月的走访中,干部们详细登记了房屋的产权归属、居住状况以及老人的身体状况。

“平时我老拍街景,游客都看腻了。这次社区帮我牵线,让我去拍这些平时进不去的景点,去采访非遗传承人和老居民,内容一下就活了。”顾姐兴奋地说。如今,她不仅帮社区引流,更在直播间里义务宣传西塘的文明旅游、社区公益,将线上的“流量”转化为线下的“治理增量”。

“一户一表”,将治理对象转变为治理力量,更让昔日的管理盲区,变成了今日社区共治共享的“源头活水”。

## 一张新表格让新居民流量翻倍

如果说原住民是景区的“根”,那么上百家商户和流动的从业者就是景区的“叶”。

过去,这些在景区里开店、打工的“新西塘人”,每天有十几个小时在景区内,由于户口大多不在本地,一直是社区治理的盲区。

“为了更好地走访摸需求,拉家常,我们专门做了一些改动。”陈铭珏介绍,这两张表,一套给原住民,另一套则专门给经营户“量身定做”。

这张表格里不仅有传统的店主信息、员工信息,还特别增设了“业态类别”“党员经营户身份”“技能特长”等特色栏目。正是这张动态更新的经营户表,让社区意外地“淘”到了宝。

“在走访摸排的过程中,我们发现这家‘顾姐饭店’的老板娘可不简单。”负责景区商户摸排的保利物业

工作人员回忆道。原来,顾姐不仅是土菜馆的老板,更是在抖音上拥有近20万粉丝的本地网红大咖。

平时,她喜欢在西塘街头巷尾做户外直播,粉丝量在古镇圈里颇有名气。

“以前,顾姐只是自己拍着玩,资源是散的。现在通过‘一户一表’把她登记在册,她就从‘商户’变成了我们的‘社区达人’。”陈铭珏自豪地说。

今年恰逢西塘旅游开发30周年,朝南埭社区主动找到顾姐,为她量身定制了“古镇代言”计划。社区联合旅管委,专门为顾姐发放了通行证,让她得以进入景区内10个极具本土特色的私藏景点进行直播。

从“烟雨长廊”的晨雾,到“石皮弄”的深邃,顾姐的镜头下,古镇的韵味被放大到了网络另一端。

“平时我老拍街景,游客都看腻了。这次社区帮我牵线,让我去拍这些平时进不去的景点,去采访非遗传承人和老居民,内容一下就活了。”顾姐兴奋地说。如今,她不仅帮社区引流,更在直播间里义务宣传西塘的文明旅游、社区公益,将线上的“流量”转化为线下的“治理增量”。

“一户一表”,将治理对象转变为治理力量,更让昔日的管理盲区,变成了今日社区共治共享的“源头活水”。

## 一张动态表格守牢古镇安全底线

朝南埭社区所在的西塘景区,店铺林立,人员流动极快。一家餐馆的店员,上个季度还是这个人,下个季度可能就换了三茬。

过去,这些“非户籍”的流动从业者几乎是管理盲区——社区不敢打包票说都清楚他们是谁、住在哪、做什么,管理上还是存在漏洞的。

但依托“一户一表”的季度动态更新机制,情况彻底改变。

社区联合保利物业,每三个月对景区内所有经营户及其雇员进行一次全面摸排。店主更换、新招员工,甚至员工是否在店内食宿,全部登记在册。

“你别小看这条动态信息,关键时刻能派上大用场。”陈铭珏回忆道。今年3月的一次大更新中,网格员发现某酒吧新招的1名员工信息与派出所协查名单存在模糊关联,迅速上报联动核查,及时排除了潜在风险。

一张表的动态更新,让流动人

口从“失管”变“可控”,为古镇平安加了一道“数据锁”。

而真正让商户和居民竖起大拇指的,是“一户一表”对“三合一”场所的精准排查。

原有的“一户一表”模板中,没有“是否商住混用”这一项。但朝南埭社区针对景区木质结构房屋多、消防压力大的特点,自主增设了“‘三合一’场所排查”栏目。

正是这一栏,排掉了一颗“定时炸弹”。

“周老板,你楼上不能住人啊。”老周在景区里开了一家服装店,一楼卖衣服,生意不温不火。为了省房租,他把二楼隔成两半,一半堆满库存,一半支了张床,吃住都在店里。电线私拉乱接,楼梯下堆满纸箱。然而,这样商住两用的房屋里,逃生通道只有从店铺内部上楼的窄梯。

今年2月,网格员小陈和物业人员在季度摸排时走进了这家店。翻开新设计的《经营户“一户一表”》,其中一栏写着“是否存在生产经营、储存、居住‘三合一’现象”,小陈打上了勾并拍照上传。

“周老板,你这个是典型的‘三合一’场所。万一楼下电线短路,你二楼连个逃生的后门都没有。”小陈没有一走了之,而是坐下来给他看了三段景区火灾警示视频。看着画面里几分钟就烧穿屋顶的惨状,老周后背发凉。

接下来的一周,社区联合消防、综合执法两次上门劝导,帮他联系了附近一间合规出租房。他把货物搬到了正规仓库,店铺二楼也恢复了整洁。

“‘一户一表’不仅是登记表,更是‘体检单’。”陈铭珏表示,通过这张表,朝南埭社区累计排查出各类安全隐患27处,其中“三合一”场所6处,目前已经全部完成整改。

从动态更新掌握流动人口底数,到主动增设排查项目消除安全隐患,这套“景区定制版”的“一户一表”,已经成为社区书记的“表”情包,不仅直观展示出民情民意,更让千年古镇的烟火气里多了一份稳稳的安全感。

“基层治理的‘底数清’,不能只停留在户籍人口,而要延伸到每一个在辖区工作、生活的流动人员。隐患排查不能靠‘差不多’,而要细化到一张表格的‘自定义栏’里。”西塘镇相关负责人表示。

履不停。下一步,浙江乍浦经济开发区(嘉兴港区)相关负责人表示,将持续深耕减污降碳协同创新,不断放大典型示范效应,以更多硬核技术、更多创新模式、更多实践成果,持续擦亮绿色低碳发展名片,为区域高质量发展注入更强生态动能,为全国绿色低碳转型贡献更多力量。

## 嘉兴港区减污降碳实践获广泛关注

的标杆示范。

此外,浙江乍浦经济开发区(嘉兴港区)以体制机制创新强化顶层设计,建立“一把手”主抓、多部门协同、全社会参与的工作机制,发布试点建设实施方案,创新产业链“组团式”清洁生产审核模式,发布减污降碳指数1.0版,形成特色鲜

明的绿色低碳治理模式。同时,持续拓展工业副产氢综合利用、灰渣高温熔融玻璃化等示范场景,支持企业编制省级技术规范,“碳减排核算”技术入选省级指南,为全省乃至全国减污降碳工作贡献实践经验与示范方案。

绿色发展永无止境,低碳创新步

## 平湖服装城如何一直“暖”下去?

其中,瑞希是一道高光:均价超加拿大鹅,以非遗工艺登上米兰时装周,2025秋冬系列已进入全球19个国家的高奢渠道。它证明平湖有能力做出高溢价、国际化的品牌。

但瑞希是孤例,还是开端?更多商户仍停留在“供应链品牌”阶段,为雅鹿、鸭鸭等品牌代工或贴牌。鸭鸭40%的供应链来自平湖。“自主品牌就像孩子,我们的使命是把‘孩子’养大。”吴学全的比喻透着清醒。

问题在于:设计、产能、品质背书都已齐备,平湖为何还是“代工高地、品牌洼地”?缺的不是制造能力,而是品牌运营的耐心和系统能力。许多商户习惯“赚快钱”,不愿为品牌长期投入。区域品牌的崛起,不能只靠一两个瑞希,需要一批敢于“养孩子”的企业。

第二关:生产外迁,是机遇还是风险?劳动力成本上升,倒逼平湖一

些工厂迁往山东、河南、安徽,有的甚至把车间建到东南亚。平湖本土逐步收缩为研发、设计、销售中心,这符合“微笑曲线”的升级逻辑,却也留下尖锐追问:生产环节越来越远,品控和供应链响应速度靠什么兜底?

平湖已意识到问题,今年3月,联合五省市发布跨区域羽绒生产加工产业链一站式服务平台,整合质量标准、检验检测、知识产权等全链条要素,目标明确:用“平湖标准”管住外地工厂。

但跨区域协同远非一纸协议那么简单。各地监管力度、企业配合度、利益分配机制,环环都可能成为短板。更现实的是:当生产外迁到东南亚,平湖标准能否跨越国境?如果不能,平湖的“源头”优势将逐渐稀释。这道题刚开始作答,答案将决定平湖是“升级”还是“空心化”。

第三关:下一个增长曲线在哪里?平湖服装城产值2020年突破

## 让“源头”有“看头”,更有“赚头”

是成本优势。但当一个市场挤满相似款式,真正稀缺的反而是能让人一眼认出的东西。柯晓雷每年砸200万元做原创设计,是为了让走进档口的人眼前一亮;三楼原创区鹅绒占比从不到10%提升到40%,不是简单的数字变化,而是市场投票的结果——被买账的东西,才值得留在货架上。不妨再借力POP设置等设计平台,让“候鸟式”设计师真正扎根下来,推动源头从“制造”走向“创造”。

有“赚头”,也不是靠吃一道差价,而是养一棵能持续结果的树。“平湖什么时候能诞生自己的波司登、雅鹿?”这个问题拷问的,不只是某个品牌的缺席,而是整个产业集群能不能从“给别人做”走到“让别人找”。服装城的思路很清晰:先擦亮“平湖羽绒”这块区域招牌,让质量分级从政

府推动变成市场自觉。底子稳了,商户做自有品牌才有根可依,才有长期盈利的底气。否则,永远在代工的利润率里打转,做一季算一季。

“赚头”还得从场景里找。零售端,反季直播、工厂溯源拉近与消费者的距离,把“平湖出货”变成“平湖好货”;批发端,靠独特款式、稳定品质、优势价格让采购商赚得长久;海外市场则抱团出击,“三件冬衣”联盟在海外注册商标,布局海外仓,用集群力量分摊成本,用统一产地控降降低信任门槛。

有“看头”,有“赚头”,平湖便不再只是一个发货地——它正在成为羽绒服行业的信任坐标、价值标杆。但前路三道关卡,道道不易。平湖能否一直“暖”下去,不取决于羽绒的价格,而取决于它能否让自己从“冬天的生意”变成“四季的底气”。

□村问·记者手记

## 在部墩,看见乡村最动人的倔强

■记者 俞艳婷

到桐乡市石门镇部墩村的这次“百村行调研”,我真切感受到了一种直抵人心的力量。那是深陷低谷仍勇往直前的勃勃,是白手起家敢闯敢拼的执着,是扎根乡土一心为民的赤诚。这种刻进部墩人骨子里的倔强,透着乡村振兴最滚烫、最鲜活的底气。

眼前的部墩村,村容整洁,产业兴旺、民心凝聚,已是省级文明村。可我很难想象,它曾背负着800多万元的债务,在发展的泥沼中艰难挣扎。换作一般人,或许早已灰心丧气、得过且过,但部墩人偏不。与村党委书记张晓平交谈时,他眼里那份坚定与执着,让我心里很受触动:没有资金,就用诚信守住民心,谁家有事难事,村里就优先兑现欠款;没有出路,就深挖老底子,凭着一手制鞋技艺,硬是闯出了一条致富路。

这份于绝境中奋起的执着,一次次戳中我的眼。看着村里整整齐齐的农房、齐全的便民配套,我仿佛能看到当年村干部四处奔波的身影,能感受到他们顶着质疑、扛着压力干事的不易。没钱建文化礼堂、农民公园,就自己当设计师,坐在田埂上商量方案;没有启动资金,就一遍遍找施工方沟通、争取贷款,哪怕被人说“瞎折腾”,也从

未停下来过。这一刻,我才明白:乡村振兴从不是一帆风顺的坦途。那些看似光鲜的变化背后,是一群人不屈服、不放弃的坚守。这份直面困境的勇气,才最让人动心。

最让我觉得暖心的,是部墩村始终把老百姓放在心尖上。一张小小的米票,看似不起眼,却悄悄化解了矛盾,暖透了人心;网格议事会,让每一户村民的声音都被听见、被尊重、被放在心上。走访时,老人们笑着说,日子比城里还舒心。企业家主动捐资回馈乡里,邻里之间和睦融洽。这种其乐融融,就是把群众期盼放在第一位攒出来的劲儿。

更让我心生敬佩的是,部墩村不满足于眼前、看得长远。面对乡村普遍的老龄化难题,他们聚焦“一老一小”精准发力,整合资源、共建共享,提前谋划未来的乡村发展。这种居安思危、敢闯敢试的劲头,让这个小小村庄看清了更远的路。我也深深感到,乡村振兴从来不是一时之功,更需要前瞻性的眼光、敢突破的魄力。唯有与时俱进、主动破局,才能在时代变迁中始终站稳脚跟。

这种既有远见又有温度的发展理念,贯穿于部墩村的每一个角落。他们那困境中的坚守、实干中的担当、烟火气里的温情,攒起了部墩村乡村振兴路上最珍贵的力量,也激励着更多乡土村落,向阳而行,逐梦共富。

## 嘉兴锚定一流创新生态驱动经济高质量发展

(上接1版)

这一入围为嘉兴这座智造创新强市带来了强大的赋能效应。从“点”上看,它树立了民营企业转型的标杆。企业用实际行动诠释,传统产业只要插上科技创新的翅膀,同样能站上国家级战略的高地。它证明了在嘉兴这块土地上,不仅能长出规模型企业,更能长出科技领军型企业。

一家龙头企业的壮大,带动了区域创新生态的重塑,也强化了产业链的虹吸效应。随着催化剂等核心技术的突破,卫星化学正在打通嘉兴及周边地区新材料产业的高端涂料、电子化学品、新能源汽车材料等产业将获得更稳定的原料保障,从而推动整个产业集群向价值链高端攀升。

企业的发展壮大,背后离不开嘉兴打造的“热带雨林”企业培育生态。今年,嘉兴发布了《嘉兴市加快招商引资培育优质企业三年行动方案(2026—2028年)》,坚持以引育强、以育优引,构建“优质项目一科技和创新型中小企业一省级优质企业一国家级优质企业一世界一流企业”全生命周期的优质企业培育体系。

在这里,无论是刚刚破土的“草根”初创,还是志在全球的行业巨头,都能找到属于自己的赛道。这种分层分类、精准滴灌的培育模式,让卫星化学这样的链主型企业得以心无旁骛地攻克“卡脖子”技术,也让更多企业在“专精特新”的道路上跑出加速度,持续提升嘉兴特色产业在全国乃至全球的名知度和影响力。

## 护士的绝活是如何“炼”成的?

(上接1版)

### 一个奶嘴催生的“发明家”

吴洁的桌上有一个雾化奶嘴,那是她新专利的第一个样品。

“先生产了10套,通过审核后投入了临床使用,目前家长们的反馈都特别好。”聊起这件小发明,吴洁的语气里是掩不住的欣喜。

吴洁是嘉兴市妇幼保健院(嘉兴市儿童医院)儿科病区护士长,每天见得最多的就是哭闹不止的孩子和满脸焦虑的家长。每年流感季,几乎每天都有家长举着雾化面罩来求助:“孩子根本没办法做一次完整的雾化。”1到3岁的幼儿不能讲道理,有些家长只能硬把面罩捂在哭闹的孩子脸上勉强做完治疗,或者趁孩子睡着后悄悄戴上面罩,但雾化效果往往大打折扣。

办法想了一个又一个,效果却总不理想。直到有一天,吴洁看见一个哭闹的宝宝被妈妈塞上安抚奶嘴,瞬间安静下来。她心里忽然冒出一个念头:能不能把奶嘴和雾化结合起来?

于是从那之后,每天下班回到家,吴洁便钻进专业文献和相关资料中,查阅设计原理和临床适配标准。同时,她还要与专利机构反复沟通构思细节、打磨设计方案。“光设计稿就修改了七八轮,因为我不会设计,专利机构不懂专业,我们只能一遍遍磨合。”吴洁记得,那段时间,有时候凌晨突然想到一个改进点,爬起来就记在本子上。

提交专利申请后,等了大半年终于通过了国家审核。从专利证书到手,到样品真正落地、量产,投入临床,中间又隔了三年多。这三年时间里,她忙着对接厂家、测试材质、反复打样。“一个儿科护士,硬是把自已逼成了半个‘发明家’。”吴洁笑着调侃自己。

折腾是折腾,但她却乐在其中。“如果我的小发明能让更多孩子少受罪,让临床工作更顺手,那就是最有成就感的事。”

上周,吴洁又提交了一份关于“一种便于采集婴幼儿尿液的纸尿裤”的专利申请。

### 一根钢管扎出的“穿刺能手”

“小方姐姐,等会儿给我扎针哦!”昨天早上8点不到,67岁的朱阿姨走进嘉兴市中医医院血透室

“报到”。她一边放包,一边寻找着“小方姐姐”。

朱阿姨口中的“小方姐姐”,是嘉兴市中医医院血液净化专科护士方晓娟。这声“小方姐姐”可不是随便叫的,是她们之间的小秘密。

朱阿姨是一位尿毒症患者,每周要做三次透析。“刚来透析那会儿,朱阿姨血管条件特别差,血管偏细,可用穿刺范围又短,特别不好下针。”方晓娟回忆着当初的场景:年轻护士总是一脸为难,无法一击命中,迟迟不敢下针,朱阿姨内心也是焦灼万分,最后只能跑来求助于她。方晓娟总会先安抚朱阿姨的情绪,再摸摸血管的走向,随后拿起穿刺针轻轻一推,次次都能一针见血。

次数一多,朱阿姨便只认准了方晓娟。“有一次特别忙,朱阿姨一定要等我,我就跟她开玩笑,让她叫我姐姐再给她扎针。”从那时起,方晓娟就成了朱阿姨专属的“小方姐姐”。朱阿姨每次一来,就要找“小方姐姐”,结束后一定要跟“小方姐姐”说声再见。

事实上,这看似轻松的一针见血,背后是千百次练习后的肌肉记忆。血透室有个不成文的规定——永远不会把第一针打在患者身上。“刚入行时就跟着老师观摩学习,琢磨下针的角度、深浅。”方晓娟说,每一位新人护士都逃不过在模拟手臂上反复练习。日复一日练手法、找手感,一遍遍穿刺实操,直到精准熟练,才能为患者上手扎针,“哪怕上了手,练习也不能停,因为每位患者的情况不同。”

除了练习,方晓娟不断拓宽着自己的“技能树”。2021年,她参加了血液净化专科护士培训,系统学习重症血液净化等技术。如今,她不仅能娴熟完成常规血透,还能配合进行重症肌无力患者、肝衰竭患者的血浆置换。

在嘉兴,像这样的护理工作有2.3万人。他们分布在每一个患者最需要的地方,诠释着同一个“守护”答案:技艺高超的护士,是在日复一日的坚守中练就硬本领,在平凡岗位上守护生命安全。

说到底,所谓的“技艺高超”,就是把平凡的操作重复成习惯,把细碎的坚守沉淀成底气。在今天这个特殊的日子里,不妨让我们对所有护理工作说一声:谢谢,辛苦了。

### 三道“关卡”:能解,前途是坦途

如今,平湖成了羽绒服的“代名词”。这里汇聚了1000多家上下游关键企业,培育了1.3万多家相关经营主体,直接带动超10万个就业岗位。

但越是站在高处,越要看清前路的三道关卡。

第一关:区域品牌如何真正立起来?

瑞希、凌依、冬箭、入目……近年来,平湖开始有叫得响的品牌。