附件3

全省“安全生产月”和“安全生产万里行”活动进展情况统计表

填报单位（盖章）： 联系人： 　　 电话： 　　 填报日期：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **活动项目** | | | **内容要求** | **进展情况** |
| 安全生产月活动 | 举办“安全课”暨“安全生产月”活动启动仪式 | | 多样形式开展本级的启动仪式活动，参与范围广泛，效果良好。 | 以（ ）等形式启动“安全生产月”活动（ ）场次。 |
| 深入学习贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述 | | 安排理论学习中心组专题学习；在报刊、广播、网络、新媒体等平台开设专栏专题，刊发一批党政领导署名文章、重点报道、访谈评论等；举行微党课、撰写学习心得，组织交流讨论、经典诵读、演讲比赛等活动。 | 安排理论学习中心组专题学习（ ）次，参与（ ）人次；  在报刊、广播、网络、新媒体等平台开设专栏专题（ ）个，刊发党政领导署名文章、报道评论（ ）篇；  开展微党课( )场，交流讨论（ ）次，举办经典诵读、演讲比赛（ ）次，撰写学习心得（ ）篇，推荐优秀微党课视频（ ）个。 |
| 打造应急（安全）宣传教育体验馆品牌 | | 制定工作方案、分解细化体验馆建设任务，明确重点建设名单；与当地学校、科技馆、青少年宫、文化馆等联动举办安全教育培训活动；强化互联网运用，建设专属网站、手机APP、微信抖音公众号等。 | 明确（ ）个本地区重点建设名单；  组织（ ）场公众实地参观体验馆活动；  开通线上服务平台的体验馆达（ ）个。 |
| 打造安全文化科普精品品牌 | | 推出一批精品短视频作品；建设完善浙江省应急安全科普精品库，开展绘画、摄影等多种形式的征集活动，张贴悬挂安全生产月宣传标语、挂图、横幅等，滚动播放公益广告等宣传视频；刊发一批新闻报道精品。 | 拍摄警示教育片、公益广告片、科普知识宣传片（ ）部；安全生产月期间平均每周播出公益广告（ ）次；  征集书法、绘画、摄影等安全文化精品作品（ ）幅；张贴或悬挂优秀安全标语、横幅、挂图（ ）幅；播放安全宣传视频（ ）部；  在市级以上主流媒体上刊（播）发先进人物、特色亮点的报道（ ）篇，报送典型服务案例（ ）个，“三服务”先进人物（ ）个。 |
| 安全生产月活动 | 开展网上“全国安全宣传咨询日”活动 | | 开展“主播走现场”活动；积极组织干部职工、企业员工参与公众开放日“云开放”活动、安全体验场馆360°全景示范展示；开展安全话题打榜，积极参与全国安全生产月知识竞赛，参与抖音“我是安全明白人”话题、新浪微博“身边的安全谣言”话题等全国性活动；结合实际，利用各类媒体、网站、手机应用程序等，创新开展直播互动、网上展厅、线上安全体验、H5安全互动游戏等活动。 | 选取（ ）个直播展示点开展直播活动，组织干部职工、企业员工参与线上“公众开放日”（ ）人次，观看安全体验场馆360°全景示范展示（ ）人次，参与安全打榜直播（ ）人次，参与抖音“我是安全明白人”话题，发布（ ）条微视频，参与新浪微博“身边的安全谣言”话题（ ）条；开展线上“公众开放日”（ ）场次，参与（ ）人次；参与知识竞赛达（ ）人次，全省排名第（ ）名。  创新开展（ ）活动（ ）场，参与（ ）人次。 |
| 开展“安全生产大家谈”云课堂活动 | | 组织收看省安委办举办的“安全课”；组织干部职工、企业员工参加“安全生产大家谈”云课堂学习；积极开展网络视频访谈、远程在线辅导和安全生产公开课、微课堂、公益讲座等活动；组织“百团进万企业”活动。 | 集中组织收看“安全课”（ ）人次；  组织干部职工、企业员工参加“安全生产大家谈”云课堂学习( )人次；  开展网络视频访谈（ ）场，远程在线辅导 （ ）场次，安全生产公开课、微课堂、公益讲座等线上直播活动( )场，参与总人数（ )人次；  组织（ ）个宣讲团，组团进企业开展专题宣讲（ ）次。 |
| 开展“排查整治进行时”专项行动 | | 邀请各级主流媒体、重点网站参与“四不两直”、明查暗访等行动，开设专栏专题，集中曝光一批安全生产违法案例；开展“安全生产啄木鸟”“企业风险扫描仪”“隐患排查显微镜”等活动，对重点场所、关键环节安全风险隐患进行全面深入排查整治；发动城乡社区居（村）委会、物业公司和居（村）民，开展“查找身边隐患”“专项整治纠察员”等活动，积极举报风险隐患，排查安全违法违规行为；督促一批重点隐患整改，选择部分高风险行业领域，广泛开展各类应急演练活动。 | 在各类媒体开设专栏专题（ ）个；曝光违法典型案例（ ）个；  （ ）个企业开展“安全生产啄木鸟”“企业风险扫描仪”“隐患排查显微镜”等活动，排查整治安全风险隐患（ ）个；（ ）个社区（村）、物业公司开展“查找身边隐患”“专项整治纠察员”等（ ）场次，排查安全违法违规行为（ ）次，举报风险隐患（ ）个；排查重大安全隐患（ ）个；挂牌重大安全隐患（ ）批次（ ）个；  组织开展应急演练（ ）次。 |
| 深化安全宣传“五进”工作 | | 进企业重点围绕“三服务”“两个两千”，百万员工大培训，落实企业安全生产主体责任、“安康杯”竞赛、全国青年安全生产示范岗评选等开展安全宣传进企业活动；进农村重点围绕特殊群体安全提示教育，开展送安全文化下乡活动；进社区以组织“安全志愿者行动”为重点，开展安全宣传进社区活动；进学校重点围绕开学学校、复课学生安全防控和居家学生生活安全教育，开展安全宣传进学校活动，组织开展校园应急演练；进家庭重点围绕家庭安全隐患查找、邻里安全线上互助等，开展安全宣传进家庭活动。 | 开展安全宣传进企业活动（ ）场，参与（ ）人；  开展安全宣传进农村活动（ ）场，参与（ ）人；  开展安全宣传进社区活动（ ）场，参与（ ）人；  开展安全宣传进学校活动（ ）场，参与（ ）人；  开展安全宣传进家庭活动（ ）场，参与（ ）人。 |
| 安全生产万里行活动 | 围绕专项整治三年行动起步开局，邀请中央及省、市主要媒体，组织专题采风小组，赴各地报道排查治理安全隐患情况，反映整改措施，宣传报道典型人物和经验成果。 | | | 组织记者采访报道( )次，宣传经验做法（ ）条，曝光问题（ ）条。  开展“专题行”( )次、“区域行”( )次、“网上行”( )次。 |
| 各市安委办自行邀请媒体，在市域范围组织开展媒体采风宣传报道活动，及时曝光重点行业领域、单位、场所和关键环节的安全风险，关注隐患排查治理，重点报道整改督办落实等正面举措。  组织开展“专题行”“区域行”“网上行”活动。 | | |
| 畅通群众和媒体监督渠道，广泛征集安全生产风险隐患和非法、违法行为等问题线索，鼓励引导广大群众举报重大隐患和违法违规行为；积极邀请新闻媒体及时进行跟踪报道，开展案例警示教育。 | | | 接收各类举报( )条次，奖励( )人，根据线索开展新闻报道（ ）次。 |
| 加强组织落实 | 加强组织领导 | 各地、各有关部门和单位要高度重视“安全生产月”活动。各级同步成立组织机构，确定联络员，制定“路线图”“施工表”，明确责任单位、责任人和时间节点，做好工作保障。 | | 是否已将“安全生产月”和“安全生产万里行”活动纳入全年安全生产重点工作：□是 □否  是否已建立健全党委政府领导、多部门合作、有关方面协同参与的工作机制：□是 □否  是否已成立组织机构，确定联络员：□是 □否  是否已制定活动“路线图”“施工表”，明确责任单位、责任人和时间节点：□是 □否  是否已做好工作保障：□是 □否 |
| 营造浓厚氛围 | 积极邀请各级各类媒体、网站等参与“安全生产月”宣传报道，充分利用媒体、网站的传播力、影响力；要与各级官网、政务新媒体等统筹联动，形成上下一体、协同联动的工作机制，打造全媒体、矩阵式、立体化的新闻报道格局，营造良好氛围。 | | 在中央新闻媒体发表安全月稿件（ ）篇；在地方媒体发表安全月稿件（ ）篇。 |
| 确保工作实效 | 与推进我省第二轮安全生产综合治理三年行动、全民安全素养提升三年行动等工作紧密结合，真正实现以活动促工作、以活动保安全；要坚决防止工作脱离实际、简单化部署，力戒形式主义、走过场。 | | 是否与解决当前安全发展、安全生产中的热点难点问题相结合：□是 □否  是否与推动落实各方面安全生产责任相结合，突出重点行业领域，着力解决重难点问题，防止脱离实际、简单化部署，防止搞形式主义、走过场：□是 □否 |
| 注重安全保障 | 举行线下活动要做好疫情防控各项工作；举行线上活动要做好突发事件预案，做好网络安全保障；印制、采购、分发各类宣传产品需仔细审核文稿与图片内容，确保产品来源、内容合法合规。 | | 是否落实线下活动疫情防控工作：□是 □否  是否落实线上活动网络安全保障工作：□是 □否  是否确保宣传用品采购渠道、内容正规合法：□是 □否 |