

一张“民情图”串起“银龄互助路”

——金安区东市街道军民社区探索基层治理新路径

本报记者 沈凤婉

3月31日,走进金安区东市街道军民社区盛世嘉园小区的党群服务站,一幅标注清晰、内容详实的“民情动态图”格外醒目。图中,党员户、志愿者、退役军人、特殊群体、租户、新就业群体等各类人群分类标注,一目了然。社区工作人员正逐一核对应上信息,实时更新居民动态。

“有了这张图,社区治理更精准,‘低龄帮高龄,银发焕新生’的基层治理新路子就能走得更实、更稳。”军民社区居委会副主任高一冰说,“过去是居民找社区,现在我们依托‘民情动态图’,主动摸排、靠前服务,响应更加及时。”

这张“民情动态图”是社区以网格化管理为根基,组织网格员、党员志愿者开展逐户走访、全面摸排后精心绘制而成。社区以该图为基础,持续动态更新各类信息,确保做到人员信息准、家庭情况清、服务需求明,切实打通服务居民的“最后一米”,推动基层治理提质增效。

这张图的价值,远不止于摸清家底、精准服务,更成为撬动居民自治的精准支点。通过动态图分析发现,盛世嘉园小区4478名常住人口中,60岁以上老人达1577人,占比35%,且呈现“低龄与高龄比邻而居、党员与群众交错分布”的格局。一个暖心构想应运而生:让图上相邻的“点”连成互助的“线”,让“老有所为”与“老有所养”在方寸楼栋间实现双向奔赴。

于是,以“民情动态图”为底座,社区在党建引领下,创新打造“银龄互助社”治理品牌。秉持“低龄帮高龄,银发焕新生”的理念,社区组织相对年轻、身体硬朗的老年志愿者,与高龄、独居、失能等特殊困难老人结对帮扶。77岁的孙自华便结对帮扶了自家楼上82岁的独居老人赵大爷。“我身体还算硬朗,能帮一把是一把,大家住在一个楼里,就是一家人。”孙自华朴实的话语,道出了“银龄互助社”的温情底

色。目前,该小区像孙自华这样的老年志愿者已有30余人。

为进一步凝聚力量,让居民走出来、聚起来、融进去,社区以“银龄学堂”为阵地,定期开展健康讲座、手势舞、合唱团等丰富多彩的活动。在此基础上,依据“民情动态图”的精准标注,组建了三支志愿服务队:先锋关爱志愿服务队聚焦高龄、独居、残疾等特殊群体,开展生活照料、代购代送、精神慰藉等服务,累计结对帮扶80余户,上门服务350余次;“小喇叭”平安巡逻队每天早晚巡逻,提醒居民注意防火防盗、规范停车,成为小区平安的“守护者”;由老党员、老教师、老模范组成的“连心桥”调解队发挥威信高、经验足的优势,及时化解邻里纠纷、家庭矛盾,今年以来成功调解40余起纠纷,调解成功率达95%以上。三支队伍各司其职、协同发力,有效激活了社区基层治理的“神经末梢”。

“以前觉得小区的事是社区的事,现在不一样了,我们自己就是小区的主人。”居民王清林的话道出了大家的心声。随着“银龄互助社”治理品牌的持续打造,越来越多的居民从“旁观者”变成“参与者”,从“局外人”变成“主人翁”,邻里之间互帮互助的氛围愈发浓厚。

以党建为引领,以“民情动态图”为底座,以“银龄互助社”为载体,东市街道军民社区把老龄化带来的“治理难点”转化为“服务亮点”,把“邻里陌路”变成“守望相助”,探索出一条可复制、可推广的基层治理新路径。

“基层治理的核心是以人为本,关键在于激活群众、依靠群众,让群众成为治理的主角。”东市街道军民社区党总支书记杨晓菊感慨道,“‘民情动态图’让我们心中有数,‘银龄互助社’让我们手中有方,两者结合做到精准治理,家园才能更有温度、更有活力。”

G328霍邱段改建工程加速推进

本报讯(路军 记者 黄彦彦)春日里的霍邱大地,重点交通项目建设正酣。G328霍邱段一级公路改建工程(一期)自2025年5月6日开工以来高效推进,目前累计完成产值近9000万元,占总产值1.91亿元的近半。

为确保项目高效推进,霍邱县交通主管部门提供全周期、全方位服务保障,建立常态化调度机制。针对项目包含S20长固高速东湖特大桥共线段4.13公里的复杂情况,多次组织专家技术论证,优化施工方案。在征地拆迁、管线迁改、土源落实等关键环节,成立工作专班一线办公,确保近11公里施工作业面的连续稳定。在提速攻坚期,加大督导服务频次,动态监测原材料供应、资金拨付等要素,以高效能的政务服务为项目建设按下“快进键”。

面对合同工期730天、实际有效施工时间紧迫的挑战,项目部倒排工期、挂图作战,将目标分解至班组,实行“以日保周、以周保月”。春节后复工以来,日均投入百余名施工人员和40余台套机械设备,在近11公里战线上“多点开花”,同时,严把质量关口,建立全链条质量管控体系,对共线段等技术复杂部位强化过程控制,确保工程“内实外美”。

目前,该项目正全力冲刺今年10月完工、年底交工验收的目标,建成后将进一步优化区域路网结构,为地方经济社会发展注入强劲交通动能。

裕安区

累计开展移风易俗主题活动1300余场

本报讯(杨谋军 记者 杨子)近年来,裕安区聚焦移风易俗、倡树文明新风重点工作,依托新时代文明实践所(站)阵地等平台,立足本地乡风习俗,结合农村婚丧嫁娶实际,精心打造“移风易俗我来说”特色宣传品牌,以创新举措推动文明新风落地见效。

该区整合基层宣传资源,构建“干部说、群众说、文艺说、村晚说”多元宣传体系,组织党员干部深入一线宣讲政策,发动群众分享亲身经历,动员文艺骨干编快板《潘大哥哥的喜事》等接地气文艺作品。通过板凳会、田间宣讲、融入“村晚”民俗活动等群众喜闻乐见的形式,让移风易俗理念家喻户晓、深入人心。

截至目前,全区累计开展移风易俗主题活动1300余场,覆盖群众超11万人次;“新风堂”等便民载体全面投用,有效遏制高价彩礼、人情攀比等陋习,村民办酒席成本大幅下降,户均节省开支近2万元,节俭办事、崇德向善的文明新风在乡村蔚然成风。

下一步,裕安区将持续深化村民自治实践,健全长效管理机制,不断丰富“移风易俗我来说”品牌内涵,拓宽宣传路径、创新传播方式,推动移风易俗工作常态化长效化开展,以文明新风涵养乡村精气神,为乡村振兴注入强劲精神动力。

金寨县

深化数字档案馆建设成果运用

本报讯(金鑫 记者 汪娟)今年以来,金寨县档案馆持续深化数字档案馆建设成果运用,推进网上异地查档服务,以“数据多跑路、群众少跑腿”为抓手,优化线上查档全流程服务,切实为群众解决查档难题,便民服务成效显著。

依托完善的线上查档申请、审核、反馈闭环服务机制,金寨县档案馆异地查档服务便捷度持续提升。今年一季度,全馆已办理网上查档业务44件;自网上异地查档业务开通以来,累计办理量突破100件,有效解决了在外务工人员异地查档往返奔波的问题,大幅降低了群众办事的时间成本与交通成本,赢得广泛认可。

为进一步提升网上查档服务质效,金寨县档案馆打出服务提升“组合拳”。一方面优化服务响应机制,配备专人专职负责网络查档工作,严格执行值班工作制,保障查档申请快速响应、高效办结;另一方面拓宽宣传推广渠道,通过微信公众号、抖音等新媒体平台发布操作演示短视频,组织乡镇档案管理员深入基层开展线下宣传指导,同时对办结查档业务的群众进行电话回访,广泛收集意见建议,持续优化服务流程,提升服务水平。



小书屋 大阵地

4月1日,安徽华电六安电厂有限公司内,职工们利用闲暇时间走进“三色书屋”,在书香中充电赋能,以阅读涵养精神、提升素养。2021年,该公司对原有职工书屋升级改造,打造出功能多元的“三色书屋”,划分图书区、讲课区等四大功能区域,优化职工阅读体验,现有藏书达4200余册。凭借优质的建设运营,“三色书屋”先后荣获“六安市职工书屋示范点”“安徽省职工书屋示范点”“全国工会职工书屋示范点”等荣誉,成为企业打造学习型组织、赋能职工成长的重要文化阵地。

霍邱县

引导构建和谐婚姻关系

本报讯(余子扬 记者 齐盈娣)为进一步弘扬文明婚俗新风,引导社区居民树立科学健康的婚姻家庭观念,筑牢家庭和谐根基,近日,霍邱县民政局联合合肥市方圆社会工作事务所,走进霍邱县城关镇幸福社区,开展“构建和谐婚姻关系,从认识到实践”专题讲座。

讲座中,社工立足基层婚姻家庭服务实务经验,将专业的婚姻家庭知识与日常生活场景深度融合,围绕五项核心内容进行系统讲解:从婚姻的本质与规律入手,帮助大家树立理性婚姻理念;讲解沟通艺术,破解日常沟通误区;传授冲突管理技巧,引导理性化解矛盾;分享亲密关系维护与升级方法,增进夫妻情感联结;梳理婚姻不同阶段的挑战与应对策略,为居民提供全面实用的指导。参与讲座的居民纷纷表示,讲座内容贴合实际、针对性极强,不仅解开了大家在婚姻相处中的困惑,也让大家清晰了解了婚姻不同阶段的相处要点,学到了很多能直接运用到生活中的婚姻经营技巧,对维护家庭和睦、营造幸福生活有极大帮助。

此次讲座是霍邱县民政局开展“婚俗改革进社区”系列宣传活动的首场活动,为社区居民搭建了学习婚姻经营知识的平台,进一步普及了和谐家庭理念,让科学的婚姻家庭指导服务真正走进群众、贴近生活,为营造相亲相爱、向上向善的社区家庭文明新风尚打下坚实基础。

春茶吐绿采摘忙

本报记者 邱杨 柏璐 陆天宇 陈亚梅

清明前夕,茶吐露新芽。3月27日一早,舒城县舒茶镇九一六茶园在氤氲雾气中苏醒,满山翠绿间,采茶工们穿梭其间,指尖在芽叶间翻飞,将一片片“嫩绿”收入竹篓,一幅春日采茶图铺展开来。

眼下,舒城小兰花进入采摘期,一年一度的春茶开茶如约而至。放眼望去,梯田式的茶园里,一垄垄碧绿的茶树随山势起伏延伸,新芽在春风中摇曳,茶香与泥土的气息交融,采茶工们正忙着抢抓“明前茶”。“舒城小兰花讲究‘一芽一叶’,很嫩的,采摘的时候要慢一点、细致一点。”采茶工董阿姨一边向记者介绍采茶手法,一边双手翻飞,一提一放间,颗颗茶芽便落入腰间的竹篓,动作行云流水。

随着春茶的开采,催生了大量的用工需求。记者了解到,和董阿

姨一样,这里的采茶工们基本以当地村民为主,有着较为丰富的采茶经验,“离家近,中午包午餐,收入也不错。”九一六茶场场长陈吉品告诉记者,熟练的“快手”每天可采6至7斤,一般的采茶工可采4斤左右,采茶季期间,平均月收入可达4000至5000元,让当地群众在家门口就能务工增收。

以“兰草色、兰花香、兰花形”为特征的舒城小兰花,离不开精湛的炒制技艺。“炒制小兰花要慢性子,讲究微火、小火,炭火不能大,火大了茶叶就苦涩了。”制茶车间里,九一六茶场场长吴福广正和炒茶师傅交代炒制细节,只见他用手插入正在烘焙的鲜叶间感受温度,“不能烫手,这样的温度才行。”如今,机械化制茶生产线马力全开,手工炒制技艺的发扬与传承也仍在坚持着。

“我们以线下销售为主,订单主要销往北京、上海、苏州及合肥、淮南、蚌埠等地。”陈吉品说,随着春茶的开采,不少游客慕名前来茶园游玩,品茶买茶。“我们是合肥过来的,听说这里的茶不错,准备买点带回家。”合肥游客刘先生和家人在茶园拍照打卡,还品尝了形似兰花、清香弥漫的舒城小兰花。

春回大地,茶香正浓,据舒茶镇党委副书记薛超颖介绍,作为绿茶类全国“一村一品”示范镇,舒茶镇现有茶园1.4万亩,每年名优茶产量达到380吨,综合产值达5亿元。据介绍,去年该镇新建了3家现代化标准化智能茶叶加工厂,为茶产业高质量发展注入强劲动能。未来,该镇将立足茶产业,让这片小小的茶叶持续为乡村振兴之路。

同名同姓误收工资 诚实村民如数返还

霍邱讯(赵广才 刘开乐)日前,霍邱县宋店镇发生了一件暖心事:一位村民得知因与他人同名同姓,自己的“一卡通”账户上误收到了4年近6000元的村民组长工资,他毫不犹豫地全额返还,其诚实举动赢得广泛好评。

原来,贾圩村周庄村民组组长谢家付因为年龄大、识字不多,“一卡通”一直由其子女保管,同镇六里村也有一位同名同姓的老人,情况与他相似,“一卡通”同样由子女代为保管。

4年前,贾圩村相关村干部在上报村民组长工资卡信息时核对不严,误将六里村谢家付的信息当作周庄村民组长工资信息录入,导致2022年至2025年期间,连续4年将村民组长工资打入六里村谢家付的账户。

由于两家人一直未动卡内款项,这一“乌龙”始终未被发现。直到日前,贾圩村周庄村民组组长谢家付因家庭急需用钱,让子女去银行取款时,才发现自己近几年的组长工资竟为“零”。

群众利益无小事,贾圩村“两委”随即仔细核查“一卡通”信息,推测工资很可能误打入同名同姓的六里村谢家付账户。随后,两村村干部陪同六里村谢家付及其子女前往银行核实情况。

在得知账户内多出的近6000元是误打工资后,六里村谢家付没有丝毫犹豫,当即全额返还,还婉言谢绝了酬谢,他直言:“做人一定要诚实本分,不是该得的钱,俺分文不要,也不能接受别人的‘酬劳’!”

高效解纷争 锦旗来“点赞”

裕安讯(罗晶)近日,裕安区江家店镇桂花村成功化解一起邻里纠纷,村民特意送来锦旗致谢,为基层干部高效贴心的服务点赞。

此前,该村两户村民因邻里纠纷,在共用区域堆放柴草、竹子等杂物设置路障,阻碍邻居正常出行,矛盾逐步升级。村民通过“书记帮您办”渠道反映情况后,村“两委”干部、网格员第一时间赶赴现场处置。

工作人员现场耐心倾听双方诉求,细致讲解占用公共道路的安全隐患与不良影响,引导双方换位思考、互谅互让。经劝导,堆放杂物的村民主动配合清理路障,道路恢复畅通。事后,村民定制一面印着“关爱老幼生活 为村民办实事”的锦旗送至村委会,对村干部公道办事、贴心服务给予高度认可。

此次纠纷的高效化解,是该村深化“书记帮您办”服务模式、提升基层治理效能的生动实践。该村多渠道收集群众急难愁盼,建立受理、处置、回访闭环机制,实行村干部包片联户、靠前服务,对群众诉求即接即办、限时办结,实现“小事不出村、服务零距离”。下一步,该村将持续优化“书记帮您办”工作机制,聚焦群众关切,以实干实效不断增强群众获得感、幸福感、安全感。

“心机商标”该凉凉了

任网平

3月30日,据媒体报道,消费者陈先生近日购买某品牌“手打挂面”后,因未吃出手工面口感质感产品宣传。该品牌回应称,“手打”仅为注册商标,与手工艺无关。这番看似“合法”的解释,不仅未能平息争议,反而再次暴露出部分企业利用商标规则模糊宣传、侵害消费者知情权的行业乱象。

“手打”作为注册商标,本身确实具备合法性,但在产品包装上显著标注“手打挂面”,极易让普通消费者将其与手工制作、传统工艺直接关联。《中华人民共

和国广告法》第四条规定:“广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。”即便“手打”已注册为商标,当企业将其作为核心产品名称突出使用时,就不再单纯是商标标识,而是具有暗示性的宣传用语。仅凭一句“这是注册商标”就割裂与实际工艺的联系,本质是钻法律空子,逃避责任,已然触碰虚假宣传红线。

近些年,类似的“心机商标”屡见不鲜,总给人一种“每天都在重新认识一类大众消费品”的感觉。比如,多半紫面、多半桶

面系列产品“多半”为商标;三分钟奇迹洗发水产品背面用小字表明“三分钟奇迹”是商标;一些儿童奶粉品牌直接将“爱因斯坦”“牛顿”作为产品名称的一部分,甚至注册为商标……这些企业在法律边缘游走,虽然形式上做到了所谓合规,实则失信、失心,抛弃了商业诚实。

值得警惕的是,在利益诱惑下,备受争议的“心机商标”似乎正在形成一种不良行业风气。消费者因此陷入非常尴尬的局面:知道了他们是在欺骗,但也知道自己在欺骗,法律也规定了商标不能存在

误导性内容,但这些所谓的商标还在理直气壮地大行其道。

如此“钻研”宣传语术,如此“优化”文字包装,长此以往,整个市场难免会陷入“重噱头、轻实质”的怪圈,最终透支公众对品牌的基本信任。

这类乱象已引起有关部门重视。2025年11月,国家知识产权局发布《关于加强商标使用管理的通知》,明确将“严格规划通过商标实施虚假描述等欺骗诱导公众的行为”。今年年初,刚通过国务院审议和全国人大一审的《商标法(修订草案)》也将针对“以误导公众方式使用的注册商标”加大整治力度。可以说,对“心机商标”的系统性、源头性治理,已经在路上。

(来源:人民网-观点频道)

