

推进普法主体多元化 构建社会大普法格局

深入落实普法责任制, 加强全过程普法

黄昌聪 潘旭强 汪宝成 徐少卿



“森林法官”以案说法, 落实普法责任制。(图片由湖州市司法局提供)

近年来,浙江省各地各部门全面落实“谁主管谁负责、谁执法谁普法、谁服务谁普法”普法责任制,把普法融入立法、执法、司法和法律服务等法治实践全过程,通过“请进来、走下去、面对面、敞开门”等多种形式,为社会公众提供具有较强对象感、体验感、参与感的法治宣传教育。

湖州 法治护航绿水青山

作为“绿水青山就是金山银山”理念的诞生地,湖州市自2015年获得地方立法权以来,始终聚焦生态文明,先后出台生态领域地方性法规11部,相继颁布《生态文明典范城市建设促进条例》等,填补了我国生态文明建设领域多个立法空白,筑起了生态文明建设的“法治墙”。

对于地方性法规而言,如何从“纸面”落到“地面”,从“规定”变为“自觉”,普法的重要性不言而喻。

在湖州的田间地头、茶山竹海、太湖滨港,常可以看到身穿制服的“生态警长”“森林法官”“森林检察官”们落实普法责任制,为群众普及法律知识、指导纠纷调处、开展巡回审判,在执法司法过程中向群众传递“谁破坏、谁修复”的环境保护与修复理念,实现“查处一件、审理一案、教育一片”的效果。

随着2023年首个“全国生态日”主场活动在湖州举行,市民群众的生态法治意识进一步提升。湖州市水生态法治展示馆、南浔古镇生态环境流动普法驿站、德清县下渚湖自然资源普法基地、长兴县十里古银杏长廊“法治幸福”法治文化示范点、安吉县生态环境检察教育基地等一批生态法治文化阵地充分发挥普法社会效应。同时创新“法律明白人”担任景区“法治导游”、民宿“法治管家”等模式,积极普及生态法律法规。

依托融媒资源,湖州市委市政府推

出全媒体专栏《看见》,以生态热点事件释法明理,9000多万人次参与互动,实现媒体监督“小杠杆”撬动社会治理大效能;市普法办主办的“局长和你有话说”“律师来了”等普法直播间,推动生态法治融入“在湖州看见美丽中国”城市品牌。

在湖州,既看见“生态之美”,也看见“法治之美”。深耕“家本故里 法治湖州”品牌,召开“沈家本与生态法治学术研讨会”、成立“沈家本法学院”,以中国法制现代化先驱沈家本为例,湖州从提升生态法治专业教育、继续教育和科研能力等角度推动生态法治融入公民法治素养提升行动,营造“抬头见法”的“法治生活圈”。

嘉兴 把“根脉之地”打造成“法治高地”

红船、湖心岛、烟雨楼……在南湖,红色文物铭刻着红色记忆,承载着红色历史,守护着红色传统。

2016年,“南湖保护”正式列入一类立法项目。坚持开门立法,广泛调研,接地气、听民声、纳良策,《嘉兴市南湖保护条例》于2017年正式实施。今年6月,修改后的《嘉兴市南湖保护条例》公布施行,引起周边居民热议。南湖街道的“法律明白人”自发为周围居民答疑解惑,讲明一项项创新举措,通过发挥人熟、地熟、事熟优势,有效推进了新条例落地生根。

守护红色历史、传承红色基因,嘉兴大地上的法治理念日益深入人心,法治氛围愈发浓厚,尊法学法守法用



嘉兴南湖红船

(图片由嘉兴市司法局提供)

法在全社会蔚然成风,这得益于嘉兴始终把普法责任制落实作为提升全民普法工作实效的“牛鼻子”。通过建立健全工作制度和责任体系,嘉兴形成较多具有“红船味”“嘉兴味”的守法普法特色经验,4次获评“全国法治宣传教育先进城市”、成功创建“全国法治政府建设示范市”、创成2个“全国法治宣传教育基地”,绘就普法并举的“大普法”新蓝图。

一方面,嘉兴不断拓展普法责任主体,将守法普法成员单位责任主体范围从原来27家单位拓展为95家,广泛覆盖具有立法、执法、司法以及管理服务职责的市级机关、人民团体、国有企业、基层自治组织等。反诈、反邪、禁毒、道路交通安全和消防安全等普法宣传形

成新媒体矩阵体系。另一方面,嘉兴压实普法责任制不放松,督促各普法单位结合工作职能发布年度普法责任清单,管好普法“责任田”,创新开展国家机关普法责任制履职评议,建立行之有效的督促、监督、评价机制,全面构建普法责任闭环。

围绕建强“三支队伍”等中心工作,2023年,嘉兴整合了该市司法局“嘉兴普法”小程序、秀洲区“法治小微”、桐乡“数字普法人”等3个项目,推出“精准普法一件事”项目;今年又迭代升级3.0版,推出“数智普法人”小程序,解决面向企业普法形式单一、针对性不强等问题,通过合同快审智审、“全能数字律师”等增值服务,护航民营企业健康发展。

绍兴 法治为笔描画古城保护新图景

古城绍兴名垂青史,今日绍兴霞光溢彩。立足长远、统筹谋划,绍兴从顶层设计破解“古城风貌环境保护面临的现代化发展”难题。

2019年《绍兴古城保护利用条例》(以下简称《条例》)正式施行,以此为契机,绍兴主动扩大社会参与,使普法工作主动融入立法过程中。每年7月15日是“绍兴古城保护日”。自2019年来,绍兴积极开展“我为绍兴古城代言”短视频征集、“古城光影”摄影比赛、探寻绍兴古城定向挑战赛等主题宣传活动,让市民进一步了解古城文化,为古城保护尽一份力。相关部门、街道组织开展系列普法集市,通过陈列宣传展板、发放宣传手册、解答法律问题等形式,现场向市民解读《条例》,普及法律知识,发动市民积极参与古城保护行动。

同时,绍兴加快出台《绍兴市历史文化名城保护委员会议事规则》

《绍兴古城保护利用专家咨询委员会工作规则》《绍兴古城保护基金管理暂行办法》《绍兴古城保护利用工作机制》《古城保护利用专家咨询运行工作制度》等基础性文件和配套规章,统筹推进全过程普法,进一步增强全民法治意识。

多年来,绍兴市对标世界文化遗产标准,坚持守正创新,重塑城市文脉,推进古城整体保护、合理利用,推动古老文化和现代文明在绍兴古城交相辉映、相得益彰。

通过科学有效的普法宣传,古城内产业结构转型升级,古城旅游资源得以激活,古城化解了历史文化传承与城市发展间的矛盾,实现科学化、规范化的管理。

“人、财、物都得到了保障。”在绍兴市人大常委会委员、绍兴市规划学会副会长、古城保护专家陈扬看来,“绍兴从保护到开发再到利用,离不开《条例》。这部地方性法规施行以来,人们看到的是活着的古城古镇,是古色古香的历史文化街区,是历史与现实全面融合的街道、桥梁、河流、商品。”



绍兴古城

(图片由绍兴市司法局提供)

金华浦江: 巧借电商兴农好东风, 点燃乡村振兴“云”引擎

陈潇奕 陈红

乡村全面振兴,电商大有可为。在数字经济的浪潮下,农村电商正以其独特的优势,助力乡村经济实现跨越式发展。位于金华市的浦江县,以全国电子商务进农村综合示范县创建项目为契机,全力打造数字电商产业平台、直播基地、县域商业电商体等一系列电商设施,稳步推进农产品流通现代化,不断提升农业现代化水平,按下农村电商发展“快进键”。

如今,在浦江实现乡村振兴的道路上,农村与电商紧密交织、相互促进,共同开辟了农民增收致富的新路径与新场景,同时还成为拉动农村消费、满足人民群众对美好生活向往的重要力量。

挖掘价值链 夯实优特农产品上行新通道

农村电商,连接了田间地头与百姓餐桌,有效解决了农产品销售“最后一公里”的难题,也让地方特色农产品“走出来”,集结“出圈”。为进一步提升浦江农特产品的知名度和市场竞争力,浦江聚焦农业发展、文化历史传承、旅游升级三方面创建农产品区域公共品牌“浦色浦香”,提炼地域特色,锻长价值链,大力促进了优特农产品的品牌化、高端化发展。

众所周知,浦江享有“中国巨峰葡萄之乡”的美誉,浦江葡萄声名远播,具有“甜度高、果肉多汁、果皮薄”的特点,是当地的富民产业。如今,依托“浦色浦香”区域公共品牌官方抖音号等平台,浦江县推动全县电商平台

葡萄销售额从2016年的300万元增长至2023年的3000万元,并且连续15年举办“浙江·浦江葡萄节”。葡萄品鉴推介会等线下活动,创新推出“云上葡萄节”线上宣传,大力推介浦江葡萄品牌形象,有效提升美誉度,成功吸引全国各地优质客商2000余人次。

电商赋能的佳话不止于此。基于浦江产品品类自身能力优势,围绕市场大环境和用户需求,浦江还建立以“老传承·新发展”为理念的浦江传统手工业电商品牌目标,围绕浦江非遗传统手工糕点建立的电商品牌市场运营体系,打造出“浦大发”“糕集典”“功夫皮”3个浦江重点产业电商品牌,赋予品牌IP形象及精品包装设计,最终与“浦色浦香”区域公用品牌形成“区域公用品牌+非遗单品电商品牌+企业品牌”的三方母子品牌模式。以母品牌为引领,通过子品牌在电商平



浦江风貌——仙华山全景

台上的展示,实现非遗产品的线上推广和销售,更灵活地满足市场需求,为非遗产品在网络时代的传播打开新通路,引领浦江非遗产业走向新的高度。

与此同时,浦江县以产品运营的思维,创新策划了一系列围绕“浦色浦香”的主题活动,进一步打响了品牌知名度,让这一品牌凝聚“有热度、有高度、有响度”的影响力。

譬如,推出“溯游浦江·寻觅向往的生活”浙江首个农文旅IP活动,联合抖音平台知名主播带货,打造“互联网+文化之旅+非物质文化遗产”古文化和休闲于一体的旅游方式,突破并实现浦江主导产业产品销量530万元,豆腐皮、传统糕点等浦江特色主导产业线上增长100%,带动周边劳动力370余人。

左手电商,右手文化。浦江在探索农村电商品牌化发展的过程中,不断汲取地方文化因子,促进农村电商、旅游、文化深度融合,让更多的人认识浦江、爱上浦江,实现流量的价值转化。

精耕共富链 跑出“直播+”增收新质效

在推动产业优势重构的征途中,“人”的因素至关重要,农村电商的迅速

崛起同样印证了这一点。眼下,浦江电商“新农人”群体正在蓬勃壮大,他们凭借“小屏幕”的无限潜力,精准捕捉市场脉搏,拓宽了“大市场”的边界,不仅有效推广了浦江的优质产品,更成为了引领乡村经济繁荣、促进周边农户增收致富的先锋队和领头羊。

“3、2、1,开始上链接!”随着薛勇一声口令,一旁的运营助手熟练地放出鲜花产品秒杀链接,打单机便开始打印订单,直播团队配合默契,现场一片忙碌。

这是浦江县坑坪镇舞者鲜花基地的寻常一幕。回乡种鲜花的薛勇用10年打开一片属于自己的市场,如今他直接把直播间搬到了基地,通过展示乡村生活、花卉种植、插花技艺等内容,精心经营自己的抖音号,为鲜切花售卖引流。

除了是屏幕前的主播,薛勇还是坑坪舞者“共富工坊”的负责人。在他的带动下,村里的花农们走进直播间为自家鲜花“带货”,纷纷走上了“云上花市”。据了解,通过线上线下联动销售,依托抖音等电商平台,每年有超过500万支的鲜切花从舞者“共富工坊”飞往全国各地,年产值达5000万元。与此同时,联农帮农的溢出价值还在上涨,村里荒废土地可以租赁给

力于豆腐皮制作的匠人,他敏锐地捕捉到了农村直播电商的兴起之势,通过持续地举办工坊直播活动,成功开辟了新的市场天地。

在2023年的“618年中大促”“双十一电商节”以及“第五届双品购物节”等一系列直播活动中,该工坊的直播间吸引了累计200万人次的热烈关注,直接带动了豆腐皮线上销售额突破500万元大关,展现了传统手工艺与现代电商融合的强大生命力。

随着豆腐皮销量的激增,工坊不仅扩大了生产规模,还积极吸纳周边村民参与进来,从原料采集、加工制作到包装发货,为村民们提供了“家门口”就业的新机遇,同时还带动了当地相关产业的发展,形成了产业链上下游的良性互动。

诸如此类的直播式共富工坊还有很多,书写了电商兴农的一页页新篇章。遵循“一乡一品牌、一村一特色”要求,浦江县以多元化共富工坊建设为载体,积极打造“企业+合作社+农户”“电商+农户”电商助农共富新模式,带动农民们通过网络直播带货、开设网店等方式不断开辟农产品销售的广阔蓝海,最终实现农户增收、企业增效、村集体增富,为乡村振兴注入源源不断的内生动力。

工坊,闲散劳动力不仅可以到花棚打工,还能直接参与种花事业。在直播电商的赋能下,村里的生产生活火热得很。就像薛勇所说:“只要把花种好,一切想要的都在路上。”无独有偶,位于浦江虞宅乡前明村的江南第一家豆腐皮“共富工坊”,也上演着“小而美”的乡村致富故事。该共富工坊坊主方林林是一位致



浦江县电商培训

(图片由浦江县经济商务局、杭州好猫信息技术有限公司、杭州邦尼广告策划有限公司提供)



浦江县电子商务公共服务中心农特产品展示区域