**附件2：**

例文1：

**我们圆桌会：社会沟通的公共话语平台**

杭州市委办公厅、杭州文广集团等

一、实施背景

（一）在政府、市场和社会的现代多元治理格局中，政府与社会之间的关系目前依然比较少受到关注和讨论。在中观和微观层面，如何去构建具体的政府与社会互动机制，依然缺乏清晰的认知和讨论。这不但反映出了在该领域理论讨论的不足，实际上在一定程度上也折射出了实践中双方互动创新的缺乏。就媒体而言，往往在履行社会责任、行使舆论监督权力方面颇感力不从心：一方面是民众的深切期待，另一方面是被关注对象的自我诉求，两者似乎形成了难解的矛盾。在社会治理中，媒体能否以新的形象出现、以更有效的方式参与？这一命题不仅仅是新闻界，也是社会管理者所必须面对的。

（二）杭州不仅率先推行“开放式决策”，而且积极开拓多种路径，保证决策的科学性、公平性，多样化地利用大众传媒即是其中之一。大众传媒具有政治社会化功能，既是政府传播、沟通、说服公民的重要渠道，也是公民反映心声、参与公共管理的主要途径，在促进民主政治发展方面具有独特作用。《我们圆桌会》正是承担着上述功能的一个典型载体。

（三）大众传媒竞争日益加剧，如何吸引公众的注意力、提升民生栏目品位，成为传媒最重视的命题之一。从2010年7月，在杭州市委办公厅的直接推动下，《我们圆桌会》栏目开始探索。经过半年的努力，栏目于2010年12月开播，并形成了稳定的架构：由杭州市委办公厅、市政府办公厅、市委宣传部、市发展研究中心、杭州文广集团等单位牵头，杭州电视台综合频道、杭州生活品质视厅等承办。可以说，《我们圆桌会》栏目的创办是杭州市利用电视传播实施“开放式决策”，搭建与百姓沟通平台的一项重要举措，是“民主促民生”进程中的必然产物；同时也是电视业内民生类电视栏目发展的内在需求。

二、主要做法

搭建多元的媒体沟通平台，通过媒体平台促进政府与社会之间的有效及时沟通，在纵向政府管理与横向社会机制之间形成了独特的互动机制，成为杭州政府创新体系中的重要一环。作为党政、市民、媒体“三位一体”，党政、院校、企业行业、媒体“四界联动”的民主民生互动交流平台，栏目充分发挥“多界联动”机制的特色和优势，凸显市民主体、专家支撑、党政引导、媒体传播、行业企业参与的社会联动模式。

在节目样式上，栏目大胆创新，每周1-2个话题进行谈论，通过层层剥茧的方式，把话题谈深谈透。每期节目以主持人加上4-5位具有不同背景的嘉宾在演播室进行交流讨论为基本模式，采取过程穿插外场采访、背景资料回顾、电话热线、网络观察员、信息小灵通播报、调查发布等多种开放式的互动参与形态，增加节目的信息量，增强节目的艺术感。

在谈话话题上，充分体现开放性和普遍意义，更加注重老百姓关心与党政界关注相结合，注重城市居民生活与经济社会发展相结合，注重新闻事件切入与社会现象分析相结合，注重把舆论热点中社会心理分析、情绪疏导与专家学者所关注的深层次思考和背景相结合。

（一）多方参与，通过交流沟通平台积累社会共识。在《我们圆桌会》的平台上，参与节目的党政、市民、媒体、知识界、企业界等各界代表都以主人翁的姿态，以我们彼此复合、主动关联的方式展开理性交谈，构成“我们”一体，“我们”的城市“我们”共同参与管理的氛围和成果。

（二）知识引导，疏导社会情绪增进政策认同。随着我国经济社会迅猛发展，各项改革进入攻坚阶段，社会利益多元化和价值观念多样化趋势继续发展，日新月异的发展状况需要及时报道和解释，纷繁复杂的社会矛盾有待调解和疏导，众说纷纭的社会舆论亟待引导和把握。互动平台邀请来自党政、院校、行业企业、媒体四界等人士相聚圆桌会。“平台”关联各方坐在一起，通过电视中的公开交谈，理性交流，不仅沟通理解达成共识，而且纳民意聚智慧，寻求最佳和谐管理路径。

（三）各界联动，以参与互动推动社会问题解决。《我们圆桌会》栏目设置了政府参与的联动机制：每期节目作为话题相关部门的工作职责，通过市委办公厅发函的形式，要求参与节目。通过各界联动、主动关联，栏目组建立了市民主体、专家支撑、党政引导、媒体传播、行业企业参与的栏目联动机制。栏目与市有关职能部门和区、县（市）有效联动，使其拥有一个反映工作的渠道和应对突发事件的通道，形成有效的发布解释和建议征集机制。同时栏目还与政策制定部门建立互相联动机制，在政策调研、发布和执行阶段通过栏目进行意见征集、发布、反馈等。

三、基本成效

《我们圆桌会》开播至今（2014年9月），先后播出600多期节目，涉及400多个话题。其中大部分话题涉及民生问题，比如交通拥堵治理、住房、物业、入学就医等，共有400多位嘉宾走进演播室参与节目，其中包括500多位（次）政府官员，600多位专家。作为参与城市社会管理的组成部分，《我们圆桌会》不仅凝聚共识，同时汇聚民智，直接推动问题解决。2011年1月，“缓解交通难”系列节目播出后，栏目汇总梳理了《我们圆桌会形成“缓解我市交通拥堵36计”》上报市委、市政府，得到浙江省委常委、杭州市委书记黄坤明批示肯定。节目提出的诸多治堵之策，引起了相关部门的高度重视。四年来，栏目讨论涉及的400多个话题中，绝大部分得到缓解和推动。节目中的信息被以各种方式传递给政府部门及各种社会组织。

2011年6月，《我们圆桌会》栏目入选2011杭州生活品质总点评年度活动。2011年6月15日，《人民日报》刊登文章《杭州：建出来的“幸福城市”》，报道杭州创新社会管理工作经验，其中《我们圆桌会》被列入主要典型之一。

四年来，栏目先后五次获得浙江新闻奖和浙江广播电视新闻政府奖，并被北京大学等权威机构列入2012“中国电视年度掌声”。在赢得业界关注的同时，栏目还引起了学界和党委政府的高度关注。目前，栏目被复旦大学城市治理比较研究中心列为“城市治理研究观测点”。中央党校、《光明日报》社以及美国、德国、新加坡、日本等国哲学、社会学者专门考察了《我们圆桌会》在参与社会治理方面的经验。

中共杭州市委十届十次全会将《我们圆桌会》栏目列入创新社会管理工作经验典型之一。2011年2月，时任杭州市长邵占维走进栏目，与市民、专家一起互动，探讨物价、住房、就业等话题。2014年4月、6月杭州市长张鸿铭两次走进栏目演播室，就城市治理热点问题与市民直接沟通，倾听各界意见。

四、创新启示

（一）搭建平台，在参与社会治理中找到新突破。

借助新闻媒体平台，杭州各级党委政府得以顺利有效地问情于民、问需于民、问计于民、问绩于民，进而很好地落实群众的知情权、参与权、选择权、监督权。如今，《我们圆桌会》已经成为“杭州党政干部与市民直接沟通的重要平台”。这一定位，超越了媒体长期以来的惯性思维。从过去单一的信息报道、事后监督，到社会治理的全面参与，新闻媒体在这一理念下，完全有可能实现华丽转身。

（二）理性沟通，确立媒体传播方式的新姿态。

《我们圆桌会》最大的突破在于，报道方式上不在是“我监督你”，“我报道你”；而是从“迎合观众”到“疏导情绪”；作为传播媒介，在信息的传播过程中也同时传递着情绪和态度。改革进入深水区，“和谐”不仅仅是百姓的当下愿望，也是社会发展的推动力。在这一理念的引领下，一个关照各方情绪、注重氛围营造、体现包容性发展社会治理模式开始显露。以理性沟通为特质的圆桌会，在信息传播中，理性态度的展示、圆桌上平等交流、充分沟通也是化解疏导偏颇情绪的一种手段。

（三）注重交流，开辟媒体面向基层面向公众的新渠道。

通过连续深入的探讨和报纸、网络等媒体的互动，栏目在观众和网友中产生了比较大的反响。《我们圆桌会》已不仅仅是一档纯粹的电视节目，它成为杭城“开放式决策”“民主促民生”城市复合管理链条中的一环。在这个公共话语平台上，基层的信息得以最快的方式被传播，甚至直达城市决策高层。

例文2：

**农村生活垃圾分类处理和资源化利用**

中共桐庐县党委、桐庐县人民政府

近年来，随着城镇化进程的加速和人们物质生活水平的提高，城市和农村的垃圾产量和累积量正以惊人的速度递增。垃圾围城问题已成为摆在各级党委政府面前的一道共性难题。桐庐县地处浙西北，是典型的山区县。全县共40万人口，约有农村居民11万户27.78万人。作为全省“美丽乡村”建设示范典型，桐庐县在“农村生活垃圾处理”方面先试先行，积极探索实施农村生产生活垃圾分类收集和资源化综合利用工作。从2012年起，鼓励广大村民自觉将垃圾分为可堆肥与不可堆肥两类，通过微生物发酵和太阳能堆肥模式，将厨余垃圾、笋壳、作物秸秆等制成有机肥还田还林；不可堆肥垃圾则统一运送县城垃圾无害化处置工程作高温焚烧处理。目前，已投入资金7000余万元，在170个行政村建立资源化利用站点143个，基本实现行政村全覆盖。从前期运行绩效估算，可实现农村生活垃圾50%的减量，年减少农村生活垃圾约24000吨，其中有机垃圾可制成有机肥约7200吨，缓解“垃圾围城”的同时实现了“变废为宝”。

# 一、项目实施背景

# 1、垃圾围城问题日益严峻。资料显示，中国已成为世界上垃圾包围城市最严重的国家之一。据杭州市生活固体废弃物监管中心数据统计，2011年杭州日均垃圾量为7000吨，2012年超过7500吨，2013年为8000多吨，到今年4月份已超过10000吨，其增速令人震惊。桐庐县是杭州市下辖县，拥有40万人口，垃圾日产量400余吨，并以每年10%以上的速度递增，“垃圾围城”问题日益严峻。另一方面，桐庐地处山区，农村人口较多，居住相对分散，生活垃圾集中处理的成本较高。因此，探索一种符合桐庐实际的低成本、高效率的垃圾处理方式迫在眉睫。

# 2、垃圾处理能力相对不足。前期，我县已建成日处理能力300吨的县城生活垃圾无害化处理项目和15座乡镇垃圾中转站，各个行政村也配备了垃圾收集装置，基本形成了农村生活垃圾“村收集、镇转运、县处理”的无害化管理模式。但目前的垃圾混合收集模式，占用了大量空间资源，运输成本高、处理费用高，易产生环境二次污染。同时，高位增长的垃圾总量与目前垃圾处理设备运行能力的矛盾日益显现，垃圾焚烧厂日处理能力日趋饱和，垃圾围城将成为困扰我县发展的重大民生问题。推进农村生活垃圾分类处理工作是解决我县垃圾危机的迫切需要。

# 3、垃圾分类符合绿色发展定位。桐庐的山水之美、生态环境优势和“绿水青山就是金山银山”的发展定位，都急需不遗余力地做好垃圾分类工作。农村生活垃圾分类工作是深化“清洁桐庐”的重要抓手，加强生态文明建设的创新举措，提升农民素质的有效手段，培育美丽经济的再造优势。生活垃圾分类已成为人们改变生活方式，用实际行动打造“中国最美县”的必然选择。实行垃圾分类回收并进行资源化再利用，能够最大程度的变废为宝，利用资源化形成的有机肥能够弥补有机肥不足的现状并促进绿色产业的新发展。

二、主要做法

**1、明确分类要求，加强宣传引导。**提升村民生活垃圾自觉分类意识是做好生活垃圾减量化资源化的基础。我县积极开展生活垃圾 “户分类”的宣传教育活动，让村民知道垃圾为什么分、怎么分、去哪里等问题。**一是简化要求，明确设置“怎么分”的标准。**鉴于农村地区废铁、烂铜、塑料瓶、纸板箱等可回收垃圾基本上在农户自家层面就已回收利用的实际情况，我县立足特色，按照“简便易行、大类粗分”原则，在农村地区鼓励将垃圾分可堆肥与不可堆肥（通俗称可腐烂和不可腐烂）两类进行分类收集。**二是宣传引导，鼓励形成“我要分”的自觉。**编制垃圾分类指导手册，印发1万余份宣传单，积极发动村干部、妇女、党员、小学生等群体，大力开展生活垃圾分类宣传教育活动，积极探索建立多模式的分类激励机制，有力提升村民自觉分类意识和分类行为。经过3年多时间实践，垃圾分类知晓率达到100%，分类覆盖率达到90%以上。**三是发桶到户，解决垃圾“去哪里”的问题。**通过政府集中采购、免费发放到户的形式，为每家农户配置一黄一蓝两只分类垃圾桶，并详细罗列可堆肥垃圾和不可堆肥垃圾的种类。可堆肥垃圾主要指厨余垃圾和农业生产垃圾，投入指定的蓝色可堆肥垃圾桶（袋），作资源化处置；黄色的不可堆肥垃圾桶里的垃圾，则按“户集—村收—镇中转—县处置”模式统一送往乡镇中转站，再到县城作无害化焚烧处置。

**2、创新处置模式，科学布局站点。**前期经过考察学习和实际调研，我县会同中科院积极开展垃圾资源化设施、菌种等研发工作，申请获得国家专利（专利号201320286667.3）；同时，依托富春江机械制造企业，形成集“研发—生产—销售”为一体的专业生产基地。在此基础上，充分考虑人口密集度、可堆肥垃圾量、有机肥需求量、交通运输成本等因素，主推微生物发酵处置和太阳能普通堆肥处置两种模式。**一是微生物发酵处置模式**。即经过设备发酵、堆肥处置，实现可堆肥垃圾资源化和减量化。该模式出肥速度快、肥力好，较适用于人口密集度高、可堆肥垃圾量多、有机肥需求量大的农村地区。目前全县有98个行政村共68个资源化利用站采用这一模式。**二是太阳能普通堆肥处置模式，**其原理是建造三室堆肥仓，充分利用太阳能与垃圾渗滤液回喷技术促进堆肥加快反应。该模式简单有效、投入和运行成本相对较低，但出料时间长，较适用于人口密集度低，交通运输成本较高的偏远农村地区实现垃圾减量化。根据乡镇（街道）各自实际情况与工艺处理模式特点，科学布局资源化利用站点。目前，全县垃圾分类及资源化利用工程已完成97%，70%的资源化利用站正式投入运行。

**3、强化政策保障，加快合力推进。一是加大政策引领**。制定《桐庐县生产生活垃圾分类收集和资源化利用工作实施方案》，将农村生产生活垃圾资源化工作专项资金纳入财政预算。县统一采购微生物发酵资源化处置设施和可堆肥垃圾桶，按实配发；采取微生物发酵资源化处置和太阳能普通堆肥技术模式的行政村，每年按实际分类人口15元/人、5000元/台标和10元/人标准予以补助。**二是进行资源整合。**将生态文明建设办、农村环境连片整治办、“三江两岸”办、“四边三化”办和“和”清洁桐庐“办“五办合署”办公，乡镇（街道）和行政村作为责任主体和实施主体，全面负责垃圾分类工程质量和运行绩效，县农办、环保局、农业局等分工合作，合力推进。同时，各实施主体全面整合乡、村两级干部、网格长、志愿者等人员力量，投入到垃圾分类工作中，并逐步取代保洁员，成为农村保洁的中坚力量。如合村乡瑶溪村，现已有网格长8名、户长158名，有60余名环保志愿者每天按顺序不定期对6个自然村村庄道路的日常保洁工作进行督促检查，实现村庄环卫保洁无缝式、区域化、常态化管理。**三是发挥主体作用。**设立“乡镇主要领导——联村领导——驻村干部——网格负责村干部——环保志愿者”五级网格化管理责任人体系，其中联村领导具体负责所联系村在创建过程中的沟通协调，驻村干部主要负责宣传引导农户做好垃圾分类工作，网格长直接负责不定期上门检查农户的工作开展情况与考评公示打分工作，志愿者主要负责对村庄公共环境卫生的日常保洁与每月的入户检查。通过多层面力量的有效带动，结合亮分公示、以曝促改等活动，引导农户自觉参与到卫生保洁和环境保护工作中来，形成“人人都是保洁员、个个争当保洁员”的良好局面。

**4、健全激励机制，促进长效管理。一是源头追溯机制。**在每户分发的黄蓝垃圾桶（或垃圾袋）上进行编号，编号与户主对应，让每一桶每一袋垃圾通过此机制可“身份追溯”至每户农家，方便垃圾收集员对该户的垃圾分类工作进行考核评分及对垃圾分类的质量进行检查，并在第一时间指出分类不到位之处对户主进行再次宣传指导。**二是考核激励机制。**以“分类得积分，积分换日用品或有机肥”方式及身份制、上榜制和星级制等方式提升村民分类的积极性。开展村级垃圾分类星级评比、“分类达人”评比、垃圾分类红黑榜等活动，评比结果与妇联“绿色家庭”挂钩，典型人物和农户在报纸张榜表扬。**三是督促检查机制。**制定县对乡镇、乡镇对村、村对户的考核机制调动老百姓分类积极性。采取“每周督查、每月巡查、每季暗访”等形式强化“分类—收集—处置”全过程的量化考核，并对投放正确率高、运行效果好的行政村予以额外奖励。

**5、探索资源化利用，激活绿色产业链。**农村地区生活垃圾中有机垃圾比例达65%左右，按照全县农村居民约11万户测算，实施资源化利用项目，一年还可制成有机肥约7200吨。**一是优化配比。**联同省农科院，研究“垃圾分类”后产出有机肥中氮、磷、钾的配比问题，并不断试验，提高有机肥的肥力，使它成为更受老百姓欢迎的好东西。**二是内部循环。**积极探索采用农村种植合作社统一承包产出的有机肥料，通过运行经费与有机肥统一使用承包挂钩机制，收益用于维持垃圾分类的长效管理及运行费用，达到收支平衡甚至产生经济效益。**三是市场运作。**探索有机肥深加工代理、商业有机肥效益分配等方式，做实商业化运作模式的基础。如横村镇阳山畈村，以多村承包方式引进相关企业，将有机肥料深加工为颗粒状商品有机肥，注册“世外桃源”牌商标，就地销售给来村休闲度假的游客。谋求通过市场化运作，提高其附加值，收益也按照一定比例回馈乡镇。

三、主要成效

**1.环境效益。**农村生产生活垃圾分类并加以资源化综合利用，减少了堆放、运输等环节带来的恶臭、渗滤液等衍生二次污染问题；削减了焚烧处理带来的二噁英、温室气体及燃烧后的废渣排放；有机肥的使用，缓解了农田土壤板结等问题，并有效控制了由化肥施用地表径流造成的水环境污染。同时，垃圾分类的做法，培养了村民良好的卫生习惯，农村人居环境进一步洁化、美化、优化，农村实现了县级卫生村全覆盖，百姓对人居环境的满意度显著提升。去年，全国改善农村人居环境工作会议在桐庐召开，相关做法得到国务院领导的充分肯定。

**2.社会效益。一是群众素养进一步提升。**实施农村生产生活垃圾分类收集及资源化利用工作，有效提高了村民对生活垃圾管理与处置的认识，提升了垃圾分类的自觉性。村容村貌的改善，也改变了桐庐的生产生活方式，“出门穿皮鞋，进门穿拖鞋”“垃圾分类交物业，污水出门化清波”在桐庐农村已经成为村民的日常习惯。**二是社会资源进一步统筹。**县级层面，对相关机构进行了整合，既避免了多头管理、责任分散，又形成了齐头并进推动垃圾分类工作的合力；乡镇层面，全面整合乡、村两级干部、网格长、志愿者等人员力量，实现村庄常态化管理，大大降低了清洁卫生的人员工资成本。以合村乡为例，据估算，每年用于清洁卫生的工作经费可以节约三分之一以上。**三是主体作用进一步凸显。**垃圾分类工作符合农民意愿、带给农民实惠、得到农民拥护、激发农民热情，在实施过程中充分调动农民的积极性和创造性，广泛的参与力度促进了村民逐步养成良好的生活习惯，增强了生态环保意识。农户保洁习惯从室内卫生、房前屋后，逐步扩大范围和区域，自觉自主地加入“自我保洁”行列。随着成果的日益显现，农民也深切体会垃圾分类带来的变化，参与建设的主动性和积极性进一步增强。

**3.经济效益。一是降低成本。**大量混置的生活垃圾由村到镇，再由镇到县，运输距离过长造成运输成本过高，同时，大量含水份的垃圾进入无害化焚烧体系，添煤加油，极大地增加了处理成本。实施分类后，有效减少了垃圾运输成本及县城无害化处置工程处理成本；有机肥的使用，提升了土壤肥力，改善土壤板结和肥力下降的现状，提高农作物的产量和品质，使农产品增值。同时，专利费用纳入县财政体系，将有效缓解县级财政投入压力。**二是资源转化。**实施农村生产生活垃圾分类收集及资源化利用项目，可实现农村生活垃圾50%的减量，有机垃圾可制成有机肥约7200吨。对已申请专利的垃圾资源化设备进行“研发—生产—销售”一条龙服务。通过市场化运作，“卖肥料”、“卖机器”，实现资源的有效转化。**三是环境带动。**通过农村生活垃圾分类处理和资源化利用工作，结合农村生活污水处理、“四边三化”、无违建县创建等工作，桐庐农村人居环境得到新的提升，美丽乡村魅力重新显现，不断吸引着各地游客。至今年8月底，全县共接待国内游客598.1万人次，同比增长20.29%；其中乡村休闲游接待达到232万人次，同比增长89.38%。