

清远市创建国家环保模范城市工作领导小组办公室文件

清创模办〔2016〕13号

关于印发清远市创建国家环境保护模范城市 宣传工作方案的通知

各县（市、区）人民政府，市政府各部门、各直属机构，各有关单位：

《清远市创建国家环境保护模范城市宣传工作方案》已经2016年市环委会第一次全体会议审议通过，并报清远市人民政府同意，现予以印发，请遵照执行。

清远市创建国家环保模范城市工作领导小组办公室

2016年4月19日



清远市创建国家环境保护模范城市宣传工作方案

为动员、引导全社会积极关心、支持和参与创建国家环境保护模范城市（以下简称“创模”）活动，营造浓郁的“创模”宣传舆论氛围，顺利实现“创模”工作目标，根据《清远市创建国家环境保护模范城市规划》、《清远市创建国家环境保护模范城市规划总体实施方案》，特制订本方案。

一、指导思想

以科学发展观为指导，认真贯彻党的十八大、十八届三中、四中、五中全会精神，紧紧围绕清远市创建国家环保模范城市工作目标，以营造强大声势和浓厚社会氛围为重点，有计划、有步骤、有重点地开展“创模”宣传活动，推动政府各部门、社会各阶层关注“创模”、参与“创模”，展示清远市经济建设、生态文明建设、环境保护协调发展的成就，为创建国家环保模范城市营造良好的社会氛围。

二、宣传主题

创环保模范城市，建生态文明社会。

三、工作目标

2017年底实现“创模”知晓率达100%以上、公众环保满意率达80%以上，确保我市实现“一年打基础、三年见成效、四

年创成功”的“创模”总体目标。

四、总体思路

紧密结合我市“创模”各阶段工作重点、难点和社会关心的热点、焦点问题，通过新闻宣传、社会宣传、全民环境教育和公众参与活动等方式，全方位、多形式、多手段开展“创模”宣传，实现人人环保、人人参与“创模”，提升城市总体形象，提高公众环保意识。

五、工作步骤

“创模”宣传工作分四个阶段逐步推进。

（一）“创模”入耳入眼（2016年1月—5月）

任务：开设“创模”专栏，推广“创模”宣传作品，广泛发动和灌输环保意识和“创模”理念，以最大限度地提高“创模”知晓率。

措施：

1. 硬广资源：广泛动员和发动各县（市、区）人民政府、单位、企业、社会组织和市民，利用公交站台、户外LED显示屏、单位门楣、社区宣传栏等载体高频发布传播“创模”宣传标语、宣传画、宣传片等，营造浓厚的“创模”氛围；

2. 线上资源：（1）各县（市、区）人民政府门户网站开设“创模”长期专栏，不定期更新动态，并链接“清远市创建国家环境保护城市”网站；市直各机关、企事业单位门户网站

设置明显标志，链接“清远市创建国家环境保护城市”网站，并及时转载和发布“创模”宣传标语、动态和信息等。（2）清远广播电视台、清远交通旅游广播（FM97.8）、清远日报、清远市人民政府网站等主流媒体开设“创模”长期专栏，线上播放展示“创模”宣传作品，普及“创模”理念，调动全社会的积极性，提升市民对“创模”的知晓度、参与度。

3. 商业资源：与第三方服务公司合作，将前期公开征集到的“创模”宣传标语、宣传画、吉祥物等宣传作品统一视觉风格，广泛推广；并衍生成广告物品，通过活动派发，让“创模”宣传作品走进千家万户。

要求：

1. 组建“创模”宣传组，以市“创模”办、电视台、合作的广告公司为主力，联合各地各单位，统筹开展“创模”宣传。
2. 各地各单位要高度重视，将“创模”工作和宣传融入到日常工作范围；定期召开“创模”宣传专题会议，对“创模”宣传工作进行部署，传达“创模”有关要求，统一共识；
3. 宣传部门要统筹规划全市的媒体、广告资源，支持“创模”宣传，安排适当的广告载体、时段、版面推广发布“创模”宣传标语、宣传画、宣传片等宣传作品。
4. 严格按政府招标采购程序和有关规定，选择合适的广告公司，负责宣传作品推广。

（二）“创模”有你有我（2016年6月—12月）

任务：以形式多样的“创模”主题活动为载体，深入宣传“创模”工作，最大限度地动员全社会关注、参与、支持“创模”，让环保模范城市成为全社会共同追求的目标。

措施：

1. 主流媒体力量：（1）实时动态报道：清远广播电视台、清远日报社、清远网络广播电视台及时收集各地各单位“创模”工作完成情况、“创模”工程进展情况、“创模”指标变动情况、“创模”宣传活动情况，通过市主要广播、电视、报纸、网站、微信等平台进行报道和宣传，让广大市民更深刻了解“创模”，并营造“创模”工作时时做、刻刻动的积极氛围；（2）设立监督曝光平台：清远广播电视台通过跟踪报道“创模”动态，对工作拖拉、开展不力、影响进度的慢作为或不作为情况进行曝光，同时倡导绿色生产、生活方式，发动市民积极参与环保监督、举报破坏、污染环境的行为，督促有关部门依法依规处理；（3）策划《寻找清远好山好水》专题片：清远广播电视台以“创模”工作为主线，策划寻找清远好山好水的大型系列报道，展现清远独特的山水风情、地域风貌，通过前后对比展示“创模”工作和成绩、挖掘“创模”典型，宣传环境保护优化经济增长、改善城市水气声等环境质量情况，以实现增强市民保护环境，美化城市的情怀。

2. 责任单位力量：（1）开展“创模”“十进”系列活动。

由相关责任单位牵头，开展“进社区、进学校、进企业、进机关、进商场、进宾馆、进工地、进窗口、进景区、进家庭”的“创模”十进系列活动；（2）各县（市、区）人民政府和各市直有关单位要因地制宜，针对不同的受众群体，全年策划一场以上“创模”主题鲜明的特色活动，全方位开展“创模”宣传，达到人人参与其中，人人乐于其中的良好氛围。

3. 志愿者的力量：发动社会志愿组织的力量，深入开展环保公益活动。联合“绿动清远”环保志愿服务队，牵头发动我市各社会志愿组织的力量，开展“旧衣回收”、“河流清洁计划”、“绿色健康出行”、“禁燃烟花爆竹行动倡议”等大型主题公益活动，宣传环保理念，践行环保行动，让广大市民亲身参与到环保行动中来，更加深刻地理解“创模”工作的内涵。

要求：1. 各地各单位重视“创模”宣传，指定专人负责，及时报送“创模”动态信息。“创模”信息报送实行计分制，纳入环保考核中的“创模”工作考核。2. “创模”“十进”活动牵头单位要提前策划活动方案，加强与市“创模”办及第三方服务公司的沟通，合力开展好各项“创模”活动。3. 各地各单位对志愿活动给予必要的支持，并发动人员参与活动。

（三）“创模”动心动情（2017年1月—6月）

任务：巩固宣传成果，集中展现“创模”工作成果，将宣

传氛围引向高潮，最大限度地提高市民对“创模”工作的认可度和环保满意率。

措施：1. “创模”宣传组深入“创模”工作和重点工程现场，发现、挖掘“创模”工作成效、先进典型和感人事迹，并依托电视台、报社、广播电台等主流媒体，各地各单位门户网站、微信平台等大力宣传。2. 报道典型环保监测、执法案例，展示我市环保能力建设，提升市民对环保工作的安全感与信任度。3. 开展“创模”知晓率和环保工作满意率试调查，掌握薄弱环节和失分点，整改提高。4. 策划“创模”相关评选表彰工作，提升各地各单位工作成就感。

要求：1. 以数据和事实说话，客观公正展现“创模”工作。2. 各地各单位年底前召开专题会议，深刻总结一年来“创模”工作，发现先进，积极报送亮点。3. 对发现的问题点积极整改，有效落实，实现达标，提升公众对环保、“创模”工作的认可、支持度。

（四）“创模”开花结果（2017年7月—12月）

任务：全面展示“创模”工作成绩，树立生态宜居城市新形象，为“创模”迎接国家技术评估、考核验收营造良好的社会舆论氛围，实现“创模”知晓率达100%以上、公众环保满意率达85%以上。

措施：1. 迎检期间，市区主要路段悬挂“创模”标语横幅，重要公共场所设立展示有“创模”标识的宣传作品，营造声势

浩大“创模”氛围。2. 通过移动、电信等通讯公司，发送环保宣传短信息或手机报到全市人民和外来人员，每周至少1次。3. 深入社区、商场、企业等进行现场问卷摸底调查，同时结合网络调查等互动活动，发动各方力量查漏补缺，促进“创模”整改工作，确保“创模”知晓率达100%以上、公众环保满意率达85%以上。4. 积极争取在中央和省级新闻媒体发表“创模”新闻稿件，宣传我市“创模”成绩和工作亮点。

要求：1. 各地各单位召开迎检动员大会，统一认识全力以赴迎接省环保厅“创模”预评估和国家环保部的“创模”考核验收。2. 市主流媒体（清远广播电视台、清远日报社、清远网络广播电视台）及时整理、保存刊播目录及汇总表、报纸、录像带、播音稿等资料，以备验收检查；各地各单位要注意资料收集，整理，归档，以备验收检查。

六、具体内容

“创模”宣传将发挥不同宣传主体的优势，分媒体宣传与社会宣传两条主线展开。

（一）媒体宣传

清远广播电视台、清远日报社等主流媒体在宣传过程中发挥舆论导向作用，负责营造积极向上的社会氛围。同时发挥主流媒体的百姓关注度高，宣传覆盖范围广的优势，有利于进行普及性宣传，最大限度地提高人民群众对“创模”工作的知晓

度。具体工作从以下两个方面开展：

1. 常规宣传报道

(1) 刊发、播放宣传作品，营造“创模”氛围

市主流媒体开设“创模”专栏，刊发由市“创模”办统一风格的宣传标语、宣传画等；有针对性地约请部门领导、专家撰写稿件，发表“创模”有关文学作品，增强“创模”氛围；及时刊发各级领导有关“创模”工作的动态，发布水、气、声等重要环境质量信息。

(2) 实时报道动态新闻，向社会展示“创模”工作进展

市委宣传部、市“创模”办、清远日报社、清远广播电视台抽调专门人员组成“创模”新闻报道小组，对“创模”的阶段性进展、重大工程等开展深度报道。定期召开新闻发布（通报）会，组织省属和市属新闻媒体围绕“创模”重点、难点工作和市民关心的热点、难点问题解决情况进行采访及跟踪报道，通过专版、专栏、专题采访和特别报道等多种形式，全面深入报道“创模”“大任务、大工程”进展情况和成效，展示“创模”带来的新气象、新风貌。

市环保局、市“创模”办完善丰富已建的“创模”专题网站，及时发布“创模”工作动态和新闻信息，持续发布空气质量日报、水质周报（月报）等重要环境信息；市政府网站、各县（市）区人民政府网站和市直有关单位、部门的网站要在首

页设置醒目链接到“创模”专题网页，“创模”责任单位网站要开设“创模”专栏，及时更新丰富“创模”内容；市“创模”办综合利用网站、论坛、微博、微信等手段，组织开展网络活动报名、投票、调查等互动活动，扩大网络知晓率和覆盖面。

积极争取在中央和省级新闻媒体如在《中国环境报》、《珠江环境报》、省环保厅《环境》杂志上发表“创模”新闻稿件，宣传我市“创模”成绩和工作亮点。

2. 系列专题报道

(1) 设立曝光台，找问题、寻差距、听民意

借助清远广播电视台，在《清远新闻》和《百姓关注》栏目设立“创模曝光台”板块，设置电话专线及微信举报平台，为市民、企业提供环境污染、不文明行为的曝光渠道；同时设立“创模有话讲”板块，通过海采市民，收集群众方方面面的意见，助力“创模”。针对收集的市民意见，以每周各1期的频率进行报道，个别污染严重的可由执法人员带同新闻记者进行暗访，起到震撼的宣传效果，达到更多人关注及推进清远“创模”。根据前期曝光的情况进行跟踪报道，向社会公布整改效果和“创模”进度。

(2) 制作系列报道，走基层，树环保新风

清远拥有北部的煌川三峡、连州地下河、广东第一峰、南部的笔架山、温泉等众多优美的风景，被誉为“珠三角的后花

园”，通过展示清远原生态的好山好水，提升公众自觉保护良好生态环境的意识。

清远广播电视台推出大型系列报道——《寻找清远好山好水》。借鉴《远方的家》、《舌尖上的中国》等纪录片风格，通过记者走基层的形式，从小角度切入，以讲环保故事为核心，把清远人的环保理念潜移默化贯彻进去，真正起到“看得见山，望得见水，记得住乡愁”的效果。初步计划每个县市区选取一山一水，共播出 16 篇报道，每周一篇，延续报道共 4 个月，取得良好的播出效果。

（3）策划专题报道，展成果，提信心，造氛围

通过共同努力，我市生态环境将会明显改善，公众对环境满意度将大大提升，在此基础上，进一步加大力气作正面宣传，将公众参与环保“创模”的热情推向高潮，营造良好的舆论氛围。

清远广播电视台旗下所有媒体资源利用自身平台特色对清远“创模”工作进行总结，从水、气、土等领域展示生态环境改善效果；从环保基础设施的投入、环保队伍建设等方面展示我市环保能力的提升；从政府、企事业单位、社区、志愿组织等社会主体角度，选取典型事例，体现社会各界积极参与“创模”工作，表明“创模”给广大人民群众带来实实在在的好处，“创模”成功是全社会共同的心愿。

（二）社会宣传

社会宣传是“创模”宣传工作的核心，需要发动社会各界积极参与，以内容丰富、形式活泼的活动方式，有计划、分模块、按层次有序推进，以达到广泛宣传、理念深入、参与活跃的目的。

1. 广泛投放硬广告，普及“创模”理念

市“创模”办将前期从社会征集的宣传标语、宣传画、吉祥物等制作成统一视觉风格的宣传作品，制作“创模”宣传公益广告片，在市区范围内广泛投放各类硬广告，如利用高速公路户外广告位、中心城区户外广告位、社区宣传栏、小区的楼宇视频、公交站台广告位、公交车身广告位、公交车、出租车载视频、户外LED显示屏等宣传平台，在政府机关窗口、学校、车站、广场、旅游景区、宾馆、酒店、超市、以及建筑工地围墙等场所，高密度发布“创模”宣传的户外广告。同时，各单位积极配合，结合工作实际，制作各单位“创模”知识宣传资料，保证单位内部“创模”知晓率达到100%。（责任单位：各机关单位）

2. 因地制宜，开展“创模”“十进”系列活动

以内容丰富、形式多样的活动为载体，推动“创模”宣传“十进”活动（进社区、进学校、进企业、进机关、进商场、进宾馆、进工地、进窗口、进景区、进家庭），由各牵头单位组

织实施。各相关责任单位可因地制宜，利用年度大型、重点活动及各行业版块资源，将“创模”“十进”系列活动和单位“创模”主题活动植入和嫁接到赛事活动和日常工作中，同时开展教育、社区、商企等版块的主题活动，涉及到的“创模”“十进”活动牵头单位可在此基础上开展更多丰富多彩的宣传

(1) “创模”进社区

主要任务：开展垃圾分类、废旧物回用、绿色出行等节能环保专题活动，树立健康、环保、绿色生活理念；引导社区居民遵守环保公约，共创“环境友好型”社区；策划实施以“创模典范·社区先行”为主题的“清远创模十佳优秀社区”评选活动。（牵头单位：各县（市、区）人民政府）

(2) “创模”进学校

主要任务：在学校开展以环保为主题的黑板报、征文比赛、演讲比赛、主题班会、社会实践活动等多种形式的环保宣传教育活动；将环保知识引入学校课程教育，确保每学年环保课程教学时间达到12课时以上，同时使用统一的环境教育教材，确保人手一册保证中小学环境教育普及率达到85%以上；积极做好环境友好型学校的创建工作，让环保意识深入校园；针对高校团体，充分发挥学生会及校园社团的资源优势，鼓励学生进行“环保创意大赛”、“环保服装创意模特大赛”等，提升活动

的参与性和趣味性。（牵头单位：市教育局）

(3) “创模”进企业

主要任务：组织企业负责人、企业员工学习环保法律法规、“创模”等有关知识，强化环境风险防范和环境安全意识；联合大型重点企业组织“政企共建·绿色清远”大型承诺签名活动；开展“清远创模十佳优秀企业”评选活动。（牵头单位：市环保局）

(4) “创模”进机关

主要任务：开展绿色出行、节水节电等绿色环保行动；单位网站链接市“创模”专题网站，各单位大门门楣电子屏播放“创模”宣传标语等，营造浓厚氛围。（牵头单位：市直机关工委）

(5) “创模”进商场

主要任务：加大对“限塑令”的宣传和执行力度，可以通过废旧物品换领“环保袋”等形式吸引民众参与环保；在公众消费场所内向员工及顾客发放环保宣传资料、环保购物袋等物品；在商场进出口显著位置设置“创模”流动宣传平台，放置“创模”吉祥物卡通造型，供民众与“创模”吉祥物合影、咨询环保相关问题。（牵头单位：市工商局）

(6) “创模”进宾馆

主要任务：通过宣传发动，加大“创模”硬广告在市区主

要宾馆、酒店、饭店等投放。例如，引导市区范围内的宾馆、酒店、饭店等在其大厅、大堂、前台等位置摆放“创模”宣传牌、张贴“创模”宣传标语、宣传画；在宾馆、酒店房间床头、洗手间设置环保温馨提示语；在宾馆、酒店服务指南里插放环保宣传折页，加大“创模”宣传力度。（牵头单位：市旅游局）

(7) “创模”进工地

主要任务：通过宣传发动，加大“创模”硬广告在市区主要建筑工地的投放。例如，通过动员协商，在城区部分建筑工地的围挡、建筑上悬挂“创模”宣传标语和宣传画；在出入口设置“创模”宣传栏、宣传橱窗；安排人员深入工地向建筑工人、管理人员发放环保宣传资料，宣传环保知识。（牵头单位：市住建局）

(8) “创模”进窗口

主要任务：通过宣传发动，加大“创模”硬广告在政务服务窗口、便民服务窗口的投放。例如，通过发放“创模”宣传册等资料，向工作人员和办事群众宣传“创模”相关知识；通过举办窗口主题“服务日”活动，向群众倡导绿色消费行为；通过设置流动宣传平台，零距离帮助办事群众解决身边环保问题。（牵头单位：市行政服务中心及各窗口行业）

(9) “创模”进景区

主要任务：通过宣传发动，加大“创模”硬广告在市区主

要景点、景区的投放。例如，在市内各大景区出入口处设立“创模”固定宣传栏或宣传标语；在景区内或道路旁显要位置设置“创模”宣传标语；在绿化带、垃圾桶等设置“创模”、环保提示语，营造“创模”宣传良好氛围。（牵头单位：市旅游局）

(10) “创模”进家庭

主要任务：结合“进社区”主题活动，深入居民家中，向居民发放“创模”宣传资料、环保购物袋、环保围裙等物品，把环保知识送到家庭；发动广大市民参与清远环保志愿者队伍，壮大志愿组织力量。（牵头单位：市妇联）

3. 借助大型活动，扩大宣传范围

依靠自身的地理和环境优势，我市每年都会主办或承办一系列大型专题活动和赛事，如“4·22”地球日、“6·5”世界环境日、“8月8日全民健身日”、“清远国际马拉松比赛”、“清远国际龙舟锦标赛”、“环中国国际公路自行车赛·清远赛段”、“爱我珠江·亲水节”等，这些主题纪念日和国家、国际级的赛事知名度、参与度高，影响范围广，而且赛事内容与环保健康理念高度吻合，是进行“创模”宣传的良好契机。

为结合各大活动赛事和“创模”“十进”系列活动做好宣传，拟将这部分宣传活动的组织策划任务及部分硬广投放工作交与第三方服务承担，借助其专业的组织策划团队与完备的宣传平台，将“创模”宣传推向全市范围，深入人心，实现“创模”

知晓率达 100%以上、公众环保满意率达 80%以上，并大大提升清远作为山清水秀、环境优美的旅游城市的知名度。

4. 开展公益活动，践行“创模”行动

联合“绿动清远”环保志愿服务联盟，发动我市有志于环保公益的社会公益组织，通过组织开展丰富多彩的社会公益活动，为社会做好事，为环保齐努力。主要计划开展：

(1) 开展“温暖情系你我·爱心共同传递”——全民捐衣大行动”

与清远“君临社会工作服务中心”联合行动，将捐衣活动作为长期举办的公益活动坚持下来，号召市民踊跃参与捐衣行动，践行环保理念，奉献爱心。

(2) 开展“禁燃烟花爆竹”倡议活动

联合“绿动清远”环保志愿服务联盟，发出“禁燃烟花爆竹”倡议书，倡导市民禁燃烟花爆竹，树立新风尚，传递正能量，以更安全、更文明、更环保的方式庆贺节日。

(3) 开展“河流清洁计划”主题项目，呼吁保护水环境

开展“河流清洁计划”活动，发挥环保自愿者的力量，定期开展污染源调查、河流水质的检测，掌握河流变化的情况，推动河流保护及整治。

5. 活跃线上活动，增加民众互动

互联网已深入到人们生活的方方面面，“创模”宣传将紧紧

依靠各类网络平台，以灵动活泼的形式，吸引民众参与，增加民众互动。

(1) 开展“我为清远代言”——最美清远环境摄影大赛
通过微信平台发布活动信息，通过线上展示、投票、评选最终呈现 100 幅优秀获奖作品，并将获奖作品进行公开展示。

(2) 开展“清远创模知多 D”——“创模”知识竞赛
利用微信平台及手机 H5 页面发布“有奖问卷”调查，实时监控“创模”活动宣传效果，同时有效对活动本身进行宣传。设置互动抽奖环节，参与调查及答题即有机会获得奖品等。增加活动设置的娱乐性，提升参与热情。

七、工作保障

(一) 组织机构

按照市“创模”工作领导小组工作部署，市“创模”办成立“创模”宣传组，各“创模”责任单位报送一名工作人员作为宣传组成员，专门负责“创模”宣传工作。各县区市比照设立“创模”宣传组。

(二) 工作要求

1. 各县（市、区）、市直责任部门要明确负责领导和具体工作人员，根据本方案要求，制定本地、本部门“创模”宣传工作细化方案并着力落实。

2. 各县（市、区）、市直责任部门要及时整理发布“创模”

工作动态成效、活动信息，定期进行自查和总结，每月 5 日前报送“创模”简讯和动态信息、工作完成情况报告和相关佐证资料上报市“创模”办。

3. 各县（市、区）不定期进行“创模”群众满意度调查，对公众环保满意率达不到 80%以上的，要认真分析原因，针对问题进行整改。

（三）监督检查

将“创模”宣传纳入“创模”督查、考核的重要内容，市“创模”办对宣传工作不力的单位进行预警，对两次被预警的主要领导进行诫勉谈话，累计被三次预警的单位取消年终“创模”考核成绩，并追究主要负责人的责任。

（四）资金保障

市财政局安排专项“创模”宣传经费用于“创模”媒体模块和社会模块的宣传（均采用第三方服务形式）。各县（市、区）、市直责任部门要安排适当的办公经费和专题活动经费用于“创模”宣传。

（五）制度保障

1. 会议制度。每季度召开一次“创模”宣传会议，进行工作总结、分析形势、部署任务、研究落实措施。遇有市委、市政府部署的紧急事项，可随时召集临时性会议。每次会议要有纪要，会后要抓好落实。

2. 信息交流制度。“创模”各成员单位要信息交流、传递渠道通畅，及时通报宣传工作的情况，协调解决工作中出现的困难和问题。“创模”办将通过“创模”简报，通报各单位宣教工作进展情况。

附件：“创模”宣传行动计划表。

附件：

“创模”宣传行动计划表

具体工作	操作方法	要求	时间要求	责任单位	有关说明
1. 组建“创模”宣传组	<p>1. “创模”宣传组设在市“创模”办，各地各单位4月15日前报送1名“创模”宣传员作为成员，负责“创模”宣传和信息报送；</p> <p>2. 市“创模”办联合各地各单位、依托市电视台、市日报社等主流媒体及第三方服务公司，统筹开展“创模”宣传。</p> <p>3. 4月底前召开全市“创模”宣传动员大会。</p> <p>4. 各县（市、区）参照执行。</p>	<p>1. 各单位对照年度“创模”工作方案和宣传方案明确职责任务，并与“创模”办对接。</p>	4月底前	市“创模”办	无
2. 召开一次“创模”专题会议	<p>各地各单位5月底前召开全员“创模”专题会议，传达市委、市政府“创模”工作部署和要求，并对“创模”工作、宣传进行部署，统一共识。</p>	<p>各地各单位6月5日前向市“创模”办宣传组报送会议材料（纪要、照片等）</p>	5月底前	各地各单位	无

<p>3. 开设“创模”宣传栏</p>	<p>1. 市直机关单位在办公场所内设置至少1个“创模”宣传栏，每季度更新；</p> <p>2. 各地方政府在城区主要街道、公园广场等公共场所、社区设置“创模”宣传栏，确保全覆盖；</p> <p>3. 各县（市、区）人民政府门户网站开设“创模”专栏、市直各机关、企事业单位门户网站设置明显标志，链接“清远市创建国家环境保护城市”网站，各责任单位网站、政务微博、微信等及时转载、发布市“创模”工作信息；</p> <p>4. 清远广播电视台、清远交通旅游广播(FM97.8)、清远日报、清远市人民政府网站等主流媒体开设“创模”长期专栏；</p>	<p>1. 确保宣传栏内容实时更新，“创模”成员和责任单位“创模”专栏更新频率不少于每季度1次；</p> <p>2. 各地根据实际情况选择安排合适位置设置“创模”宣传栏；</p> <p>3. 市委宣传部确保市主要媒体“创模”专栏的开设；</p> <p>4. 5月5日前向市“创模”办宣传组报送专栏、标语设置情况；</p> <p>5. 市“创模”办将于5月开始检查。</p>	<p>4月底前</p>	<p>1. 各地各单位；</p> <p>2. 市委宣传部、市住建局、两区城市综合管理局</p>	<p>1. 宣传栏设置费用由各单位自行解决，市“创模”办协助提供内容。</p>
---------------------	--	--	-------------	---	---

<p>4. 高频率 高密度推 广“创 模”宣传 作品</p>	<p>1. 市“创模”办委托第三方服务公司，将前期公开征集到的“创模”宣传标语、宣传画、吉祥物及制作的宣传片等宣传作品统一视觉风格，向市直各单位、各县（市、区）、社区、企业逐层推广；</p> <p>2. 各单位“创模”宣传栏、单位门楣、窗口、办公场所、网站展示、张贴、悬挂、摆放“创模”宣传标语、宣传画、宣传片；</p> <p>3. 清城区、清新区及各县（市、区）的主要城市建成区的主要街道、公共场所设立户外“创模”广告牌，利用社区宣传栏、户外LED广告屏、公交站台、公共交通工具车载视频等载体高频发布展示“创模”宣传作品；</p> <p>4. 市电视台、广播的有关栏目定时播放“创模”宣传标语、宣传片等（每天早、午、晚主要时段至少播放5次以上）；清远日报每天在报纸醒目位置刊登“创模”、环保公益宣传口号等。</p>	<p>1. 各单位按照市“创模”办统一的要求，制作推广“创模”系列宣传作品；</p> <p>2. 各县（市、区）人民政府统筹安排“创模”户外实体广告布置；</p> <p>3. 各主流媒体依各自宣传形式采取合适的方式进行宣传推广，例如，清远日报可设置特色的“创模”版头、边幅、角标等。</p>	<p>5月底前</p>	<p>各地各单位</p>	<p>1. 市“创模”办委托第三方服务公司制作部分“创模”宣传标语、宣传画成品，在市直单位推广；</p> <p>2. 各县（市、区）人民政府统筹安排“创模”户外实体广告布置，负责本辖区的“创模”宣传推广。</p>
--	--	---	-------------	--------------	--

<p>5. 报送报道“创模”信息</p>	<p>1. “创模”宣传员及时总结报送报道本单位“创模”工作进展情况、实时更新“创模”专栏信息内容；</p> <p>2. 组织人员对“创模”的阶段性进展、重大工程等开展专题报道；有针对性地约请部门领导、专家撰写稿件，发表“创模”有关文稿；及时刊发各级领导有关“创模”工作要求和动态，发布水、气、声等重要环境质量信息；3. 市“创模”办不定期编发“创模”简报、召开新闻发布（通报）会；</p> <p>4. 组织省属和市属新闻媒体围绕“创模”重点、难点工作和市民关心的热点、难点环境问题解决情况进行采访报道；</p> <p>5. 争取在各级新闻媒体上多发表我市“创模”新闻稿件和新闻报道，宣传我市“创模”成绩和工作亮点。</p>	<p>1. 各地各单位“创模”宣传员需积极及时报送“创模”资讯，“创模”信息报送实行计分制，纳入环保考核中“创模”工作考核；“创模”专栏网站及时更新、文稿被有关媒体刊载的可加分。</p> <p>2. 确保市电视台和报纸每周至少一则“创模”新闻、信息或资讯。</p>	<p>全年</p>	<p>各单位宣传员、市“创模”办</p>	<p>1. 涉及专题节目制作的经费在市电视台合作专项经费中支出；2. 新闻发布（通报）会经费、媒体刊稿费、市级以上媒体接待费、简报信息印刷通讯费等</p> <p>在“创模”经费中解决</p>
----------------------	--	--	-----------	----------------------	---

<p>6. 设立“创模”曝光台</p>	<p>1. 清远广播电视台在《清远新闻》和《百姓关注》等栏目设立“创模曝光台”板块，设置电话专线及微信举报平台，为市民、企业提供环境污染、不文明行为的曝光渠道；</p> <p>2. 清远广播电视台设立“创模有话讲”板块，通过海采市民，收集群众意见，针对收集的市民意见，以每周各1期的频率进行报道，并根据前期曝光的情况进行跟踪报道，向社会公布整改效果和“创模”进度。</p>	<p>1. 市住建局、水务局、环保局等单位积极配合电视台的暗访和曝光报道，提供线索、协助拍摄暗访等；</p> <p>2. 电视台对曝光台进行全程跟进维护，及时向社会公布整改效果和进度。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>清远广播电视台</p>	<p>市电视台进一步完善合作宣传推广策划方案</p>
---------------------	--	--	-----------------	----------------	----------------------------

<p>7. 制作 《寻找清 远好山好 水》系列 报道</p>	<p>委托清远电视台以“创模”工作为主线，策划“寻找清远好山好水”的大型系列报道，展现清远独特的山水风情、地域风貌，通过前后对比展示“创模”工作和成绩、挖掘“创模”典型，宣传环境保护优化经济增长、改善城市水气声等环境质量情况，以实现增强市民保护环境，美化城市的情怀。计划于2016年4月份开始采访，5月份开播，每个县（市、区）选取一山一水，共播出16篇报道，每周一篇，延续报道共4个月。</p>	<p>1. 住建、水务、环保等部门及各县（市、区）积极支持拍摄工作，提供必要的资料、场地、人员协助。2. 报道播出后积极组织单位人员观看关注。</p>	<p>2016年4 月起</p>	<p>清远广播电视 台</p>	<p>市电视台进一步完善合作宣传推广策划方案</p>
--	---	---	----------------------	---------------------	----------------------------

<p>8. “创模”“十进”系列活动</p>	<p>各相关责任单位因地制宜,联合第三方服务公司,利用市年度大型、重点活动及各行业版块资源,将“创模”“进社区、进学校、进企业、进机关、进商场、进宾馆、进工地、进窗口、进景区、进家庭”的“十进”系列活动和单位“创模”主题活动植入和嫁接到赛事活动和日常工作中。活动主要分成大活动结合板块、教育板块、社区板块、商企板块、线上板块5大板块分别策划实施(由第三方服务公司进一步完善活动整体推广方案)。</p>	<p>1. 各版块活动涉及的“十进”活动牵头单位主动与第三方服务公司对接,提前策划各活动方案,按时间节点组织开展活动,确保宣传效果;</p> <p>2. 各版块活动未涉及或少涉及的其他“十进”活动,如进机关、进工地、进窗口、进景区等,牵头单位可在上述5大板块活动的基础上,按方案要求另行策划设计相关活动。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>各有关牵头单位</p>	<p>1. 五大活动版块涉及的“十进”活动,可作为牵头单位的主题活动,活动费用在第三方专项活动经费中解决;</p> <p>2. 涉及较少的“进机关、进窗口”活动所需“创模”宣传材料由市“创模”提供;“进工地、进景区”活动由牵头单位负责,部分硬广宣传允许企业冠名赞助。</p>
------------------------	--	--	-----------------	----------------	---

<p>8.1大活动结合板块</p>	<p>大活动结合板块主要利用国家、国际级的赛事和主题纪念日活动，联合清远各级政府机构、文艺团体等社会资源主要活动：</p> <p>(1)清远国际马拉松比赛宣传(2016年3月20日)；</p> <p>(2) “4·22”地球日宣传（2016年4月）；</p> <p>(3) “6·5”世界环境日及“爱我珠江·亲水节”活动宣传（2016年6月）；</p> <p>(4) “8月8日全民健身日”活动宣传（2016年8月）。</p>	<p>1. 活动由市“创模”办委托第三方服务公司组织开展；</p> <p>2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果；</p> <p>3. 有关单位对活动开展提供必要的支持、协助。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市“创模”办、第三方服务公司</p>	<p>市级活动市“创模”办委托第三方服务公司协助开展，活动经费在第三方专项活动经费中支出(详见第三方公司活动整体推广方案)；</p>
-------------------	---	---	-----------------	-----------------------	--

<p>8.2教育 版块活动</p>	<p>教育版块主要策划实施以“青春有梦·创模我行”为主题的覆盖全市中小学、高职院校范围的系列校园推广活动。主题活动有：</p> <p>(1)“绿动校园·共创明天”——创建绿色幼儿园和绿色学校活动（2016年4月起）；</p> <p>(2)“青春有梦·创模我行”——2016百家小学创模画展（2016年5月）；</p> <p>(3)“青春有梦·创模我行”——周末环保创意集市（2016年8月）；</p> <p>(4)“霓裳艳影”——第一届环保创意服装模特大赛（2016年9月）；</p> <p>(5)“我为清远代言”——清远创建环境保护模范城市主题演讲（2016年10月）；</p> <p>(6)“我为清远代言”——环保小卫士·创模我先行公益活动日（2016年11月）</p>	<p>1. 市教育局积极配合市“创模”办、第三方服务公司组织开展活动；市“创模”办对活动方案、效果实行提前审核评估，确保宣传效果。</p> <p>2. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市教育局、第三方公司</p>	<p>市级此版块的活动由市“创模”办委托市电视台和第三方服务公司协助开展；活动经费在第三方专项活动经费及电视台专项宣传经费中支出，各县（市、区）活动经费自行解决。</p>
-----------------------	---	--	-----------------	-------------------	---

<p>8.3社区 板块活动</p>	<p>社区板块活动主要策划实施以“创模典范·社区先行”为主题的“清远创模十佳优秀社区”评选活动，各地参照开展创建活动，2017年各地推选3-5个社区参与“清远创模十佳优秀社区”评选。主题活动有：</p> <p>(1)“环保能手·变废为宝”——社区创环保创意大赛（2016年7月）；</p> <p>(2)垃圾分类·低碳生活”——社区环保文艺大舞台（2016年4月起）。</p>	<p>1. 市妇联、各街道办积极配合市“创模”办，联合第三方服务公司组织开展活动；市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。</p> <p>2. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>(1) 2016年7月；(2) 2016年4月起</p>	<p>各县（市、区）人民政府，市妇联、、第三方广告公司</p>	<p>市级活动由市“创模”办委托第三方服务公司开展活动，活动经费在第三方专项活动经费中支出，各县（市、区）活动经费自行解决。（详见第三方公司活动整体推广方案）；</p>
-----------------------	---	--	---	---------------------------------	--

<p>8.4商企 板块活动</p>	<p>商企板块主要策划实施以“政企共建·绿色清远”为主题的“创模进企业、进商场、进宾馆”活动，开展“决胜2017·清远创模十佳优秀企业评选活动”。主题活动有：</p> <p>(1)“政企共建·绿色清远”百企签名承诺活动(2016年5月)；</p> <p>(2)“环保年年·袋袋相传”——进商超(2016年6月)；</p> <p>(3)“宾至如归·爱屋及乌”——进宾馆(2016年6月)。</p>	<p>1.市环保局、市工商局、市旅游局依据宣传方案内容和要求，积极配合市“创模”办，联合第三方公司组织开展活动；</p> <p>2.市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。</p> <p>3.各县(市、区)人民政府参照开展。</p>	<p>2016年5月、6月</p>	<p>市环保局、市工商局、市旅游局</p>	<p>市级活动市“创模”办委托第三方广告公司开展活动；活动经费在第三方专项活动经费中支出，各县(市、区)活动经费自行解决。</p>
------------------------------	---	--	-------------------	-----------------------	---

<p>8.5线上 板块活动</p>	<p>线上板块主要策划利用互联网及移动客户端平台，定期发布创模主题活动及软文信息，通过微信平台的运作将线上、线下充分结合形成良性互动，最大程度提升宣传效果和覆盖范围。主题活动有：</p> <p>(1)“我为清远代言”——最美清远环境摄影大赛（2016年5月）；</p> <p>(2)清远创模知多 D”——创模知识竞赛（2016年9月）。</p>	<p>1. 活动由市“创模”办委托第三方广告公司组织开展；</p> <p>2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果；</p> <p>3. 有关单位对活动开展提供必要的支持、协助。</p>	<p>2016年5 月起</p>	<p>市“创模”办、第三方服务公司</p>	<p>市级活动由市“创模”办委托第三方公司开展活动，活动经费在第三方专项活动经费中支出，各县（市、区）活动经费自行解决。</p>
-----------------------	--	---	----------------------	-----------------------	--

<p>8.6 “创模”进机关</p>	<p>1. 加大宣传力度，倡导绿色出行、节水节电等环保创模理念；</p> <p>2. 组织“创模”在我身边、“创模”点滴行动征文等活动，提高机关员工对“创模”的理解和支持。</p>	<p>1. 市直机关工委联合市“创模”办、第三方服务公司组织开展活动；</p> <p>2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。3. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市直机关工委、第三方服务公司</p>	<p>所需“创模”宣传材料由市“创模”提供。</p>
<p>8.7 “创模”进宾馆</p>	<p>通过宣传发动，加大“创模”硬广告在市区主要宾馆、酒店、饭店等投放。例如：1. 引导市区范围内的宾馆、酒店、饭店等在其大厅、大堂、前台等位置摆放“创模”宣传牌、张贴“创模”宣传标语、宣传画；2. 在宾馆、酒店房间床头、洗手间设置环保温馨提示语；3. 在宾馆、酒店服务指南里播放环保宣传折页，加大“创模”宣传力度。</p>	<p>1. 市旅游局联合市“创模”办、第三方服务公司组织开展活动；</p> <p>2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。3. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市旅游局</p>	<p>部分硬广宣传允许企业冠名赞助。</p>

<p>8.8 “创模”进工地</p>	<p>通过宣传发动，加大“创模”硬广告在市区主要建筑工地的投放。例如：1. 通过动员协商，在城区部分建筑工地的围挡、建筑上悬挂“创模”宣传标语和宣传画；2. 在出入口设置“创模”宣传栏、宣传橱窗；3. 安排人员深入工地向建筑工人、管理人员发放环保宣传资料，宣传环保知识。</p>	<p>1. 市住建局联合市“创模”办、第三方服务公司组织开展活动； 2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。3. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市住建局</p>	<p>部分硬广宣传 允许企业冠名赞助。</p>
<p>8.9 “创模”进窗口</p>	<p>通过宣传发动，加大“创模”硬广告在政务服务窗口、便民服务窗口的投放。例如：1. 发放“创模”宣传册等资料，向工作人员和办事群众宣传“创模”相关知识；2. 举办窗口主题“服务日”活动，向群众倡导绿色消费行为；3. 设置流动宣传平台，零距离帮助办事群众解决身边环保问题。</p>	<p>1. 市行政服务中心联合市“创模”办、第三方服务公司组织开展活动；2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。3. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市行政服务中心及各窗口行业</p>	<p>部分“创模” 宣传材料由 市“创模” 提供，部分 硬广宣传 允许企业 冠名赞助。</p>

<p>8.10 “创模”进景区</p>	<p>通过宣传发动，加大“创模”硬广告在市区主要景点、景区的投放。例如：1. 在市内各大景区出入口处设立“创模”固定宣传栏或宣传标语；2. 在景区内或道路旁显要位置设置“创模”宣传标语；3. 在绿化带、垃圾桶等设置“创模”、环保提示语，营造“创模”宣传良好氛围。</p>	<p>1. 市旅游局联合市“创模”办、第三方服务公司组织开展活动； 2. 市“创模”办对活动方案、效果时行提前审核评估，确保宣传效果。 3. 各县（市、区）人民政府参照开展。</p>	<p>2016年4月起</p>	<p>市旅游局</p>	<p>部分硬广宣传 允许企业冠名 赞助。</p>
---------------------	---	---	-----------------	-------------	----------------------------------

<p>9. 专题报道“创模”成果</p>	<p>1. 清远广播电视台旗下所有媒体资源利用自身平台特色对2016年的清远“创模”行动进行总结，从水、气、土等领域展示生态环境改善效果，如开设“我的2016环保足迹”专题特辑，通过记者走访清远不同区域，将“创模”前后境况对比；</p> <p>2. 创模”宣传组深入“创模”工作和工程一线，发现、挖掘“创模”工作成效、先进典型和感人事迹，展现“创模”给广大人民群众带来实实在在的好处。</p>	<p>1. 以数据和事实说话，客观公正展现“创模”工作。</p> <p>2. 电视台提前谋划，捕捉镜头和收集素材，例如“我的2016环保足迹”专题特辑以每月二期的真人真事展现“创模”前后成果。</p> <p>3. 各地各单位积极配合、协助。</p>	<p>2016年 12月起</p>	<p>清远广播电视台</p>	<p>主要委托清远广播电视台进行专题策划。</p>
<p>10. 环保满意率试调查。</p>	<p>委托第三方或调查队开展“创模”知晓率和环保工作满意率模拟调查，掌握指标达标情况，进一步查漏补缺。</p>	<p>各地各单位积极配合协助，按时报送调查数据；根据调查结果，进一步整改提高。</p>	<p>2017年3 月</p>	<p>市“创模”办</p>	<p>调查经费从市“创模”办工作经费中解决。</p>