**2019年“安全生产月”活动方案**

为深入宣传贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，学习宣传习近平总书记关于安全生产的重要论述精神和省市安全生产工作安排部署，提高群众农机安全意识和安全素养，根据市安委会“安全生产月”和“安全生产万里行”活动要求，结合全市实际，制定以下方案。

一、总体要求

以“防风险、除隐患、遏事故”为主题，紧紧围绕我市农机化中心工作及“三夏”农机安全生产重点任务，积极组织开展农机安全宣传教育，大力弘扬农机安全文化、普及农机安全知识、提升农机安全素养、树立遵纪守法意识、弘扬安全发展理念，在全社会形成良好的农机安全生产氛围和坚实的思想基础，提升农机安全驾驶操作技能水平，促进全市农机安全生产形势持续向好，确保“三夏”农机安全生产。

1. 活动时间

“安全生产月”6月1日启动，6月30日结束，6月16日为全国安全宣传咨询日。

1. 活动内容
2. 积极参与“安全宣传月”活动。各县市区要以 6月1日“安全生产月”启动仪式为契机，积极主动配合政府，争取把农机安全相关内容融入到启动仪式中，进一步提升农机安全监管地位，加大农机安全宣传力度。
3. 开展农机安全发展主题宣讲活动。通过发表文章、专题讲座、巡回宣讲等方式，结合农机检验、驾驶员考核、安全宣传等工作，深入宣传习近平总书记关于安全生产工作的重要思想，党中央、各级党委政府关于安全生产的决策部署，农业部新的规章和规范；提升农机安全宣传广度和深度，提高农机安全监管社会认知度。
4. 组织做好“农机安全宣传咨询日”活动。在参加6月16日政府统一组织的安全宣传咨询日活动同时，积极组织农机安全监理机构下基层开展“农机安全宣传咨询日”活动，通过展板宣传、有奖问答、发放宣传资料、播放宣传片等多种形式，开展农机安全法规、安全常识、农机免费管理政策的宣传咨询等线下活动。紧扣“防风险、除隐患、遏事故”活动主题，充分利用各类媒体平台、政务网站和客户端，举办在线访谈、网络公开课、组织网络直播、网上展厅、VR/AR安全体验等群众喜闻乐见的线上活动，通过线上线下联动，扩大宣传覆盖面和影响力，营造浓厚的安全生产氛围。
5. 在企业开展“安全生产公众开放日”活动。各县市区市要结合实际，选取1-2个重点企业在安全宣传咨询日当天邀请人大政协委员、媒体记者、职工家属、周边群众等，走进生产厂区和园区，参观生产过程、工艺流程、装置设备等，介绍安全生产知识常识。
6. 深入推进农机安全文化建设。各县市区要以宣传农机安全发展理念、农机安全生产依法治理、农机安全生产责任体系、农机安全生产知识技能等为核心，结合农机“三夏”“平安农机”创建等工作，做好组织协调、维修保养、保险理赔、应急管理和宣传报道工作，充分利用报刊、电视台、广播电台、《陕西省农机安全监理信息网》、微信公众平台等媒体提高农机安全生产宣传品质和效果，展示农机安全监管人员的良好形象。
7. 组织做好农机安全宣传“七进”活动。依照《安全生产宣传教育“七进”活动规范》，深入推进农机安全生产宣传教育“七进”活动，宣传农机安全法规、安全常识、操作技能、惠民政策等，将农机安全宣传进企业、学校、机关、社区、农村、家庭和公共场所纳入到对县区的农机安全生产年度目标考核任务中，确保农机安全宣传质量和效果。
8. 加大农机事故案例警示教育。各县市区遴选近年来发生在辖区的典型农机事故案例，通过举办图片展、宣讲会、事故分析会、撰写案例观后感、开展反思讨论等方式，对发生的农机事故进行深入剖析，深刻反思，总结教训，不断增强农机安全监管人员、广大群众和农机手的安全责任意识，预防各类事故的发生。
9. 组织做好农机应急处置。认真学习有关法律法规，及时修改和完善辖区农机事故应急预案，结合辖区实际，适时组织开展农机事故应急演练，检验预案，锤炼队伍，切实提高应对突发农机安全事件的能力，扩大社会关注度和影响力。特别是承担全省农机事故应急演练任务的榆阳区，应在资金落实、部门协调、人员调配等方面做好前期准备工作，确保事故演练成功举办。
10. 活动要求
11. 精心组织，夯实责任。各县市区农机部门和相关单位要充分认识“安全生产月”和“安全生产万里行”活动在贯彻落实中省市决策部署、普及安全知识、强化安全意识、提升安全素质等方面的重要作用、各县市区要结合自身实际，制定“安全生产月”活动方案，精心安排部署，加强活动事中检查和事后总结，确保活动有序开展。
12. 紧扣主题，确保实效。紧扣“安全生产月”宣传主题，牢固树立以人为本、生命至上、安全发展的理念，掀起学法、懂法、守法热潮。要按照活动内容，抓好各项落实工作，确保“安全生产月”活动有声有色，切实推动农机安全宣传改革创新、宣传效果不断提升，营造良好的农机安全宣传氛围。
13. 统筹宣传，及时总结。为切实加强信息沟通和交流，要求各县市区确定1名联络员，并与6月6日前报市农机监理所宣教科。“安全生产月”活动期间，联络员每周三报送本周活动开展的视频、图片、文字等电子版资料。

各县市区农机安全相关单位要将2019年“安全生产月”和“安全生产万里行”活动方案，总结和统计表（见附件），分别于6月6日和6月22日前以纸质和电子版两种方式报送市农机监理所宣教科。

联系人：贺明月

电话：0912-8035090

电子邮箱：[289626786@qq.com](mailto:289626786@qq.com)

附件：2019年全市“安全生产月”和“安全生产万里行”活动情况统计表

榆林市农机服务中心

2019年6月3日

附件

2019年全市“安全生产月”和“安全生产万里行”活动情况统计表

单位：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目** | | **标准** | **落实情况** |
| “安全生产月”活动开展情况 | 举办“安全生产月”活动启动仪式 | 启动仪式形式多样,参与范围广泛,效果良好 | 以( )等形式启动“安全生产月”活动 |
| 开展主题宣讲活动 | 按照要求广泛开展“安全生产大讲堂”,安全生产公开课，专题讲座和安全诊断活动,组织安全生产志愿者服务团“七进”宣讲 | 省级安委会负责同志宣讲( )场  相关行业负责同志宣讲( )场  企业主要负责人宣讲( )场  专家学者举办专题讲座( )场、安全诊断( )场  安全生产志愿服务宣讲团宣讲( )场 |
| 开展安全研讨交流活动 | 聚焦重点行业,强化问题导向,有针对性地开展多种形式的论坛、讲坛,研讨会等交流活动 | 举办论坛,讲坛,研讨会等( )场,参与( )人次 |
| 开展“安全宣传咨询日”线上线下活动 | 组织群众喜闻乐见的线上线下活动,扩大宣传覆盖面和影响力,营造浓厚的安全生产氛围 | 发放宣传资料( )份  举办展览( )场  开展安全场馆体验活动( )场  现场咨询互动( )人次  开展网络公开课、专家访谈、网络直播等线上活动  ( )次,线上参与( )人次 |
| 在危险化学品企业开展 “安全生产公众开放日”活动  开展安全生产书画摄影大赛 | 组织重点危险化学品企业“安全生产公众开放日”活动邀请人大代表、政协委员、媒体、记者、学生,职工家属等参观。  积极参与安全生产书画摄影大赛,报送安全生产书画摄影作品 | 共有( )家危化品企业开展“安全生产公众开日”活动，现场参观( )人次  共报送( )件书法作品,( )件绘画作品,( )件摄影作品。 |
| 开展安全生产书画摄影大赛 | 积极参与安全生产书画摄影大赛、报送安全生产书画摄影作品 | 共报送（ ）件书法作品、（ ）件绘画作品、（ ）件摄影作品 |
| 开展安全警示教育和科  普宣传活动 | 广泛组织相关人员参与安全警示教育展播、危险化学品安全知识网络有奖答题,在新闻媒体开设安全科普专栏,在公共场所的电子显示屏持续滚动播放安全生产视频，广泛开展体验式安全教育活动。组织相关企业开展安全生产标准规范宣传普及和知识技能竞赛活动 | 开展警示教育( )场,受教育( )人次  参与危化品安全知识网络有奖答题( )人次  在新闻媒体开设安全科普专栏( )个  在公共场所电子显示屏播放科普短视频、安全提示、公益广告（ )条次  开展安全知识技能竞赛( )场,参与( )人次 |
| 开展应急预案演练活动 | 结合各自实际,组织开展联合应急演练 | 开展应急预案演练( )场次,参与演练( )人次 |
| 创造性地开展安全生产宣传教育活动 | 创新形式、丰富内容、自主开展“安全生产月”专题宣传教育活动 | □是 □否 |
| “安全生产万里行”活动开展情况 | 开展“媒体记者榆林行”活动 | 组织专家记者深入企业进行采访，推广先进典型。深入安全生产重点区域、重点场所开展明察暗访活动，曝光反面典型 | 开展媒体记者陕西行（ ）次，开展民查暗访（ ）次 |
| 开展问题整改“回头看” | 结合安全生产和消防工作现场考核巡查、全国化工行业企业明察暗访、安全执法和危险化学品重点县专家指导服务工作，开展问题整改和宣传曝光 | 开展问题整改“回头看”（ ）次 |
| 开展网络安全监督活动 | 用好“12350”举报电话，宣传安全生产举报奖励办法；在网上广泛征集问题线索，发动群众和企业职工进行“隐患随手拍” | 接受各类举报（ ）条次，奖励（ ）人  征集问题线索（ ）条次，新闻媒体报道（ ）次 |
| 新闻宣传报道情况 | 宣传报道方案 | 制定详细的活动宣传报道方案 | □是 □否 |
| “安全生产月”活动新闻宣传报道 | 邀请各类新闻媒体对本地区、本部门、本单位活动进行宣传报道，宣传先进，鞭策落后 | 在中央新闻媒体发表安全月稿件（ ）篇  在省级媒体发表安全月稿件（ ）篇 |
| “安全生产万里行”活动新闻宣传报道 | 在电视、广播、报刊、网站、微博、微信、手机报等地方媒体进行安全生产公益宣传 | 在各类媒体发表万里行稿件（ ）篇  曝光反面典型案例（ ）条次 |