

紧扣季节风险 筑牢民生保障

——市消防救援支队加强消防安全宣传

本报记者 崔圣驰

为加强社会面火灾防控工作,全面提升居民消防安全素质和自救互救能力,市消防救援支队紧扣季节风险,针对社区老人、学生、企业职工等重点群体,以“五进”为载体,多元化开展“有重点、有特色、有实效、有声势”的消防宣传活动,将消防安全种子撒到全市各个角落。

“贴脸式”宣传进广场 筑牢春季安全屏障

支队结合春季天干物燥、用火用电量频次增加、火灾风险陡增的特点,采取错峰宣传的方式,精准瞄准商场购物高峰时段,在四平万达广场、吾悦广场等人员密集场所,推出“沉浸式”消防宣传活动。活动现场布置醒目的春季防火警示展板,涵盖家庭火灾预防、电器火灾处置、初期火灾扑救等知识,同时循环播放典型火灾警示教育片,通过真实案例敲响安全警钟。现场专门开设VR模拟逃生灭火体验项目,让市民身临其境感受火灾现场的紧张氛围,学

习科学避险和正确灭火的实操技巧;工作人员同步发放印有春季防火要点的宣传手册、定制小礼品,把安全知识送到群众手中。此外,特别设置的灭火器体验区人气高涨,消防宣传人员手把手教学,以“提拔握压”四步口诀细致示范器材使用要领,耐心纠正市民操作中的误区,吸引众多市民排队参与体验。整场活动让群众在舒适温暖的环境中,边看、边学、边练,同步提升防火理论知识与应急处置技能,切实拧紧消防安全“安全阀”。

“精准式”宣传进社区 关注银龄自救能力

支队聚焦社区老年群体行动不便、消防安全知识薄弱、火灾防范意识不足等特点,采取“分层分类、精准滴灌”的宣传教育模式,积极发动消防志愿者、社区网格员等基层力量,组建专项宣传小分队,走进辖区各居民小区开展“敲门入户”暖心宣传活动。宣传人员与老年居民面对面交流,通过真实家庭火灾案例还原、电器故障模拟演示等直观方式,深入解析居家期间电动车违规充电、私拉乱接电线、油锅起火、取暖设备使用不当等高频火灾风险点,手把手提

醒老人注意用火用电用气安全。同时,充分依托社区文明实践服务站,开设“银龄消防小课堂”,课程内容贴合老年人生活实际,专门设置疏散逃生模拟体验、灭火器实操演练、油锅起火正确处理等实用技能培训环节,宣传人员用通俗易懂的语言拆解操作步骤,耐心解答老人提出的各类安全疑问。通过“理论+实操”的精准灌输方式,让老年群体真正学懂弄通自救互救知识,熟练掌握火场逃生技能,切实提升老年群体的消防安全防护水平。

“体验式”宣传进校园 提升师生应急能力

支队聚焦提升师生应急处置与自救互救能力,以校园常态化宣传为核心载体,充分依托校园广播循环播报、主题展板定点展示、多媒体教室专题授课等多元化宣传工具,全方位、多角度加大校园消防安全知识普及力度。针对中小学生对消防安全认知薄弱、自

防自救实操能力较弱的群体特点,支队联合教育局,针对防灾减灾日、全国消防日等重要节点,策划开展防灾减灾科普讲座、消防主题班会研讨、消防手抄报创意比赛等特色主题活动,同步组织形式多样、内容丰富的消防安全理论培训、全流程疏散逃生演练、模



拟火情灭火实操演练等系列实践课程,让学生在沉浸式体验中加深对消防知识的理解,切实培养学生关注消防、学习消防的浓厚兴趣,在校园内全面掀起“关注消防、参与消防、守护安全”的浓厚热潮。

“靶向式”宣传进企业 夯实员工安全防线

支队结合企业特性,采取“检查+培训”工作模式,在开展“双随机、一公开”监督检查时,深入社会单位开展隐患排查,及时督促整改火灾隐患。同时,消防监督执法人员对各重点单位消防安全责任人、管理人、员工等重点人群开展培训,指导职工掌握灭火器

和消火栓的使用技巧,教授火灾逃生技能及必要的消防安全知识,确保员工会报警、会扑救初期火灾、会疏散逃生自救,切实提高企业员工处置突发火灾的能力。开放消防体验馆、消防站等场所,邀请企事业单位职工进馆参观见习。

“熏陶式”宣传进农村 关注村民防范能力

支队聚焦提升村民消防安全防范意识与应急处置能力,积极整合乡镇政府、村委会等多方社会资源,以耳濡目染、潜移默化的渗透方式,常态化开展农村消防安全宣传教育工作。充分借助乡镇便民服务中心、社区(村)党群服务中心、沿街商铺等区域的户内外LED显示屏和乡村“大喇叭”广播系统,高频次、全覆盖滚动播放接地气的消防提示标语和通俗易懂的语音提醒播报,让消

防知识响彻乡村街巷。同时,精准瞄准农村老年活动中心、文化礼堂、农贸市场等人员密集区域,“摆摊设点”讲知识,广泛张贴色彩鲜明、内容直观的火灾警示挂图和消防安全宣传海报,用“短、平、快”的宣传形式直击消防安全痛点,充分调动村民主动关注消防、自觉学习消防的积极性,全力打造“处处有消防标语、屏屏有安全画面、村村有宣传声音”的浓厚氛围。

增强应急救护能力 为平安四平注入力量

市红十字海上虎分队为大学生开展应急救护培训

本报讯(记者 刘莉)为切实提升大学生应急救护能力,筑牢基层生命安全防线,3月22日,市红十字海上虎分队按照市委社工部、铁西区红十字会部署,在共青团吉林师范大学博达学院党委的支持下,在四平非公党建指导中心,为来自博达学院青年志愿者协会的36名大学生以及部分社会志愿者开展了以心肺复苏(CPR)和自动体外除颤器(AED)操作为核心的单项应急救护培训。

这是红十字海上虎分队自2018年系统开展公益培训以来的第7次大规模取证培训,也是分队成立12年来,在应急救护领域深耕不辍的又一次生动实践。海上虎分队队长表示,此次主要针对大学生开展的CPR+AED这项最基础也是最重要的单项技能培训,是因为在心搏骤停等突发意外面前,最初的“黄金四分钟”至关重要。如果现场的第一目击者能够迅速、正确地实施心肺复苏并使用AED,将极大地提高伤病员的生还概率。作为基层新生力量的大学生掌握了这项技能,就可能在关键时刻挺身而出,挽救一个鲜活的生命,为一个家庭带去希望。

担任本次主讲的是海上虎分队资深急救救护师,这位讲师不仅

持有中国红十字会总会颁发的应急救护培训师资质证书,更有着多年一线宣传和教学经验。讲师采用“理论讲解+实操演示+一对一指导+情景考核”的全流程教学模式,结合真实急救案例,深入浅出地讲解了心肺复苏(CPR)、自动体外除颤器(AED)规范使用等应急救护知识,并逐一讲解应急处置步骤,确保大家易懂、易学、能用、会用。参训大学生们学习热情高涨,纷纷表示,这次培训干货十足、实用性强,不仅系统掌握了救命硬技能,更增强了应急处置的信心和能力。

此次培训不仅是一次技能教学,更是一次红十字精神的传承,是铁西区红十字会践行“人道、博爱、奉献”红十字精神,服务青年群体、助力健康四平建设的务实举措。中共红十字海上虎分队支部委员会是此次活动的核心领导力量。从培训方案的制定,到物资的筹备、人员的调配,党支部发挥了战斗堡垒作用。海上虎分队将持续聚焦青少年、返乡人员、重点行业从业者等群体,创新培训形式、拓宽培训覆盖面,常态化开展急救知识普及与技能培训,努力让“人人学急救、急救为人人”的理念蔚然成风,为平安四平建设注入更多温暖力量。

强化道路运输服务 筑牢交通安全防线

伊通开展春季农村交通安全系列宣传

本报讯(通讯员 隋德福)3月24日,伊通交通运输局携手伊通运输协会开展春季农村交通安全、拒乘非法营运车辆、关于道路客货运输等从业人员从年龄调整至63周岁等系列宣传行动。行动中,累计出动执法宣传车5台,出动执法人员20人,散发宣传单150余份,并先后深入马鞍山镇、靠山镇、营城子镇等地开展宣传行动,效果良好,在社会上引起较大反响。

行动开始前,在县交通运输综合行政执法大队办公楼召开了系列宣传行动动员会,明确行动的目的意义,为确保宣传行动收到预期效果奠定了坚实基础。

春季农村交通安全宣传行动。当前春耕在即,为切实保障春耕农民出行安全,保障春耕生产顺利进行,特别印制了《春季农村交通安全倡议书》,就“严禁农用车违法载人;严禁面包车超员超速;严禁驾驶‘三无’车辆;严禁酒驾醉驾、疲劳驾驶;集市、庙会、红白喜事不占道;养成‘亮尾警示’习惯;养成‘一盔一带’习惯;养成‘瞭望减速’习惯”等安全保障措施,提出了倡议与警示,为春耕生产保驾护航。

拒乘非法营运车辆宣传行动。为确保道路运输安全,保障市民出行乘车安全,严厉打击非法营运车

辆,印制了《拒乘非法营运车辆倡议书》,就“乘坐非法营运车辆安全隐患极大,乘坐非法营运车辆合法权益无保障、非法营运车辆易引发社会不安定因素”等提出了倡议。并呼吁广大市民出行请选择合法的交通方式出行,要乘坐客运站(点)发出的有线路标志牌的合法合规客运车辆,或者有“出租标志灯、装有计价器、持有服务监督卡、有监督举报电话的出租车”。提倡全社会共同参与打击非法营运车辆行动中。

关于道路客货运输等从业人员从年龄调整至63周岁宣传行动。为使道路客货运输等从业人员尽快了解国家有关道路客货运输等从业人员从年龄调整至63周岁的规定(交通运输部新近发布了2026年第4、5、6、7、8号部令),印制了《关于道路客货运输等从业人员从年龄调整至63周岁的通知》,就调整年龄从业类别、调整方式、从业资格证电子证照下载方式、咨询电话等内容做了详细说明。

今后,伊通交通运输局将继续加大打击非法营运、维护道路运输秩序、强化道路运输服务、保障道路运输安全、护航春耕生产等工作力度,为“十五五”开好局、起好步,作出交通人的贡献。

拾金不昧显美德 交警助力暖人心

本报讯(记者 崔圣驰)近日,市公安局交通管理支队铁东大队解放警务站执勤人员,在晚高峰路面疏导的繁忙时段,妥善处置一起群众捡拾财物移交事件。执勤交警通过快速核查、精准联络,成功帮助失主找回遗失财物,用务实行动践行“人民公安为人民”的初心使命,用暖心服务赢得群众的赞誉。

当日16时50分许,晚高峰交通流量激增,解放警务站执勤交警正在疏导路面交通,全力保障道路通行有序。此时,一名热心群众匆匆赶到执勤点位,将在路边捡拾到的两部智能手机和139元现金交到交警手中,委托交警代为寻找失主,随后快速离开。

接到群众移交的财物后,执勤人员第一时间将财物妥善封存保管至警务站,并及时向值班负责人汇报相关情况。由于其中一部手机设有锁

屏密码,无法直接查看失主信息,值班民警便仔细排查另一部手机内留存的联系线索。经过多方辗转、耐心核实,最终成功联系上失主的儿子,详细告知财物捡拾及保管情况,并通知其陪同失主前往警务站认领。

不久后,失主在家属的陪同下赶到警务站,执勤人员立即核对失主身份信息、清点遗失财物,确认两部智能手机及139元现金均为该失主所有。据失主讲述,当日外出时,其将手机和现金放置在包内,取物时不慎将财物遗落,自己全程未曾察觉,直至接到民警通知,才知晓物品丢失。

在确认财物完好无损后,民警将所有财物完整交还失主。失主握着民警的手,对其认真负责、高效为民的工作态度连连致谢,反复称赞“交警同志办实事、解民忧,有你们在,我们特别安心。”



为进一步提升小区绿化景观效果,确保树木健康生长,近日,铁东区一小区物业组织工作人员开展春季树木修剪作业,改善树冠通风透光条件,减少病虫害滋生,为树木更好生长打好基础。
本报记者 王明纯 摄

老字号靠什么受年轻人青睐

街谈巷议

北京一家稻香村门店马年爆款糕点单日销售3吨,隆福寺商圈客流量增长4.2倍……春节期间,众多老字号通过产品创新、场景延伸、多方联动等方式实现焕新升级,成为节日消费新热点。不少老字号正逐步赢得年轻消费者的关注与喜爱。

群星璀璨的中华老字号,历经岁月洗礼,在市场中屹立不倒,靠的是对品质的执着与坚守、对传统技艺的代代传承。如今,它们以创新姿态成功“破圈”,不仅俘获了年轻一代的

心,也为节日市场注入新活力,更为传统品牌的可持续发展提供了生动样本。这些承载着时光记忆的老字号,究竟是如何跨越代际鸿沟,成为年轻人的“心头好”?

产品升级,口味更时尚。要想赢得年轻人青睐,首先要在口味研发、包装设计上下好年轻化文章。春节期间,全素斋推出的“马到成功饼”“中华太极酥”等京味素食福饼,为健康饮食提供了多元选择;吴裕泰将马年生肖文化与非遗篆刻技艺深度融合,推出马年新春系列产品,同样打开了市场新空间。

场景拓展,体验更丰富。春节期间,各类老字号年货融入市集、商圈

和文化空间等,推出新产品。比如,张一元上新“一马当先”礼盒、稻香村推出“骏马踏福”现烤糕点礼盒等。场景的多元出新,吸引众多年轻人参与互动。某种程度上,这些产品已超越食品本身,成为可分享的“社交货币”,既满足了年轻人对个性化表达与文化认同的双重追求,也提升了品牌吸引力。

跨界联动,形式更新鲜。一些老字号还尝试线上线下协同、品牌跨界合作,为年轻人带来新鲜体验。例如,某乳品老字号与汽车文化品牌跨界联动,成功拓展了销售渠道,刷新了消费者对品牌的认知。

热潮之下,老字号的转型之路并

非坦途。有的因过度商业化导致口碑下滑,有的因价格虚高引发消费者吐槽。这些问题带来警示:老字号创新突围,既不能守旧,也不能忘本。面对新的消费群体与市场格局,老字号绝不能只靠老牌子、老方子吃老本;若舍本逐末、放弃匠心、品质失守,再老的招牌也有褪色的一天。唯有坚持守正创新,才能把金字招牌越擦越亮。

创新,是为了让熟悉的味道焕发新机,走进更多人的生活。未来,只有更精准捕捉年轻消费者的需求变化,才能让这场跨越代际的双向奔赴,走得更稳、更远。

(新华社)