

广东工会借助互联网+平台,打造职工专属节日文化活动大餐

一到节假日 职工就更想工会了

■全媒体记者 许接英 见习记者 兰兵



9月19日,由广州市总工会运营的“职工节日服务”微信公众号推送了一条最新的消息,发布了今年国庆中秋假期省市工会职工节日文化服务活动安排。尽管活动要几天后才陆续向工会会员开放预约,但职工关注参与热情持续高涨,不到两天时间,该信息阅读量就超过4.3万人次,点赞数接近600个。

2015年5月,广东工会以凝聚职工、服务职工、激活基层为工作主线,突出节假日主题特色,积极吸纳社会公共文化服务资源,充分整合工会现有的文化体育阵地、教育阵地和服务项目,搭建起了广东职工专属专享的节日文化平台,在每年的12个节假日,为全省职工提供运动、电影、文化、学习、讲座、休闲、亲子互动等多种类型的服务活动,

“凡是过节假日,都希望职工能想起我们工会。”在广东职工节日文化服务活动开展之初,省人大常委会副主任、省总工会主席黄业斌提出了这样的愿景。如今愿景已照进现实。

据统计,自2015年“五一”开展的第一次活动至最近一次的2017年“八一”活动,在两年多的时间里,全省各级工会在节日文化期间投入资金约4200万元,服务职工160万人次,得到了广大职工的高度认可和广泛欢迎。

评价

广东南华工商职业学院教授易江:

“广东工会职工节日文化服务活动是贯彻党的群团工作精神,落实以人民为中心的工作导向,以职工为中心,增强工会组织的吸引力影响力而进行的有益探索。它的实施加大了工会组织直接服务职工的力度,拉近了工会组织与职工的距离,实现了点对点的精准服务,是广东省总、广州市总主动适应新形势,运用互联网+新技术服务职工的新举措。”

声音

省五一劳动奖章获得者、广州白云出租汽车集团有限公司司机张辉源:

“工会组织职工在广州市区看电影、游公园,我参加过很多次。工会非常关心我们职工,希望工会为我们职工提供更多种类的节日文化服务。”

肇庆高新区总工会工作人员小林:

“职工就是我们的家人,节假日我们不是在加班,我们是在和家人一起过节呢。”

总策划: 陈宝平 李传海
策划: 罗凯旋 苏晨 廖志辉
统筹: 詹船海 林莉 刘靓
执行: 全媒体记者部



▼2016年广州工人文化宫举办节日活动,演员与职工互动
郗建新/摄

14万人关注 380张珠江夜游票50秒抢完

这几天,广州世纪龙信息网络有限公司职工李晓慧一直在关注着“职工节日服务”的消息。作为“职工节日服务”的铁杆粉,她打算为接下来的国庆假期多抢几张门票,把两个小孩、老公、父母都带去游玩。

“职工节日服务”微信公众号是广东职工节日文化服务活动的官方微信号,也是职工预约活动的平台,由广东省总工会和广州市总工会联合开发,广州市总生活保障部运营。

据广州市总生活保障部副部长张龙介绍,两年间,职工节日文化服务活动资金投入加大、服务项目拓展、活动名额增加、服务方式优化,合作单位从最初的14家增加到目前的35家,参加形式从网站预约升级到快速便捷的微信预约,职工节日文化

服务活动创造了一次又一次活动名额被“秒杀”的火爆场面。

“去年中秋节,我们第一次推出了珠江夜游,380个名额不到50秒全部抢完,真的是‘秒杀’。电影票也很火爆,基本半个小时就抢光。”负责微信后台跟进的广州市总工作人员告诉记者,“职工节日服务”微信公众号自2016年上线以来,推送活动宣传信息37条,88万人次阅读,获得点赞7000多次,关注用户近14万。

2016年中秋假期,李晓慧和老公尝试在线上平台抢票,“没抢到正佳极地海洋世界的票,但抢到了珠江夜游的票。真的是人气爆棚,一票难求。”除了去年中秋的珠江夜游活动,李晓慧还去过华南植物园、广州动物园、南沙湿地公园,都是工会的节日文化服务活动。

服务到“家” 职工满意率超过99%

省总工会保障工作部部长陈昭庆告诉记者,职工节日文化服务活动自开展以来,以职工需求为出发点,以职工满意为目标,不断完善,尽力提供“职工感兴趣、人人可参与”的贴心、优质的服务活动。全年12个节假日都有突出相关节日主题特色的活动版块。

梁汉茂是广州市总下属单位广州市第二工人文化宫的负责人。他明显感觉到,自从开展职工文化服务活动以来,职工对工会的认知度和认同感越来越强。他告诉记者,市二宫有三个影厅一共可容纳600名观众观影,每次节假日,影院每天在黄金时段免费放映两场最新热门电影给工会会员观看。“我们为职工提供最优质的服务,对文化宫阵地也起到宣传推介作用。”

让工会会员想到工会组织,有实实在在的归属感,节日文化服务活动是一个有效的载体。

2016年春节期间,广州市荔湾区岭南街环境卫生站的环卫

女工谭业玲参与了市二宫的春节免费看电影活动。她女儿抢到的票,带着她和老公一起去看的。电影很好看,她记不清是什么名了,但是牢牢记住了工会。她的女儿,未来的职工,也由此知道了工会,留下了美好的第一印象。

也是2016年春节期间,也是一家三口,广汽丰田发动机有限公司职工潘国威带着妻子和孩子在市二宫看了三场电影,对工会的免费送票活动称赞有加。一家人一起看免费电影,让他特别开心,他认为这就叫服务到“家”,“希望下次还能抢到票”。

另一家合作单位,南沙湿地公园除了每天“免费”1000名工会会员,还专门设立了工会会员的换票窗口。

“去年中秋节在大沙头码头做过一份调查问卷,了解到职工对我们文化活动的满意率超过99%,说明这项工作做到了职工的心坎里。”张龙自豪地告诉记者,“现在一到节日职工就会主动打电话来问‘什么时候抢票啊’。”

在尝试中摸索 运用互联网+大数据精准服务职工

作为一个新兴事物,职工节日文化服务活动在尝试中摸索:从最开始的网站抢票,到微信公众号预约;从单纯依赖工会资源,到主动加强与党政部门及社会各界力量的协调联动,做好“社会化”服务,广东工会在创新服务职工手段上不断下功夫。为整合各方资源、协调做好节日服务,省总工会联合省文化厅、林业厅、体育局、旅游局和南方报业传媒集团等单位,建立了职工节日文化服务活动联席会议制度,共同开展活动。

省总工会副主席杨敏表示,接下来,职工节日文化服务活动将继续创新工作方法,如在服务手段上从普通的电脑技术运用向“互联网+”信息技术延伸,注重运用大数据、云计算成果,完善服务职工的网络工作平台,建立起“互联网+”服务管理新模式;以职工参与度和满意度为衡量标准,加强服务项目的运

作管理,建立规范的项目准入和退出机制,进一步优化服务项目管理,“努力做到普惠服务、精准服务、品质服务”。

据记者了解,除广州之外,目前我省各地各级工会在节假日期间都推出了形式多样丰富多彩的职工文化活动。如肇庆高新区总工会每年组织开展的元旦游园、春节醒狮拜年,元宵中秋赏灯猜谜、妇女节专场电影,五一职工运动会等节日文化活动,已逐渐成了当地独具特色的一项“地方文化”、“亲情文化”、“节庆文化”,深受职工喜爱。

除活动方式创新之外,将鼓励全省各市县结合各自实际和特色推出一批节日免费项目,进一步扩大职工节日文化活动的覆盖面,让更多职工踊跃参与进来,享受工会奉上的节日文化大餐。