



# 工会如何插上互联网翅膀?

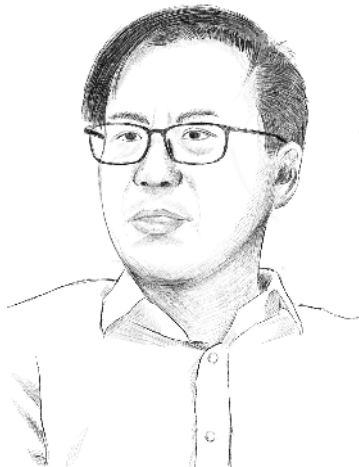
□本报记者 白莹 赵思远/文 邵怡明/插图

主持人：本版编辑

嘉宾：中国劳动关系学院副教授 王明哲  
工人日报社副社长、中工网总裁 王四新  
中关村智造大街工会主席 马文胜



王明哲



王四新



马文胜

中国工会十七大报告中提出了“积极建设智慧工会”的要求。多年来，各级工会在网络信息化建设方面做了大量工作，取得了显著成绩，工会网络体系不断完善，信息资源开发利用不断深化，网上服务职工内容不断丰富，有力支持了工会事业发展。连日来，本报记者就智慧工会建设这一话题采访了业内专业人士，就工会如何插上互联网翅膀，进一步吸引、凝聚与服务职工的话题展开讨论。

## “互联网+”工会，“问题导向”是基础

**王明哲：工会工作与互联网尚未实现深度融合**

智慧工会发源于互联网技术的发展和运用。推进智慧工会建设，不仅是时代发展和群团改革的要求，也是工会强化自身建设、全方位无缝隙服务职工的要求。工会要以有形的组织覆盖和无形的工作覆盖相结合为原则，以工会“互联网+”建设为切入，努力延伸工作的链条和手臂，不断提升工会组织吸引力、感召力和凝聚力。

从2012年开始提出的“互联网+”工会，到2017年《全国工会网上工作纲要（2017-2020年）》（以下简称《纲要》）的出台，再到2018年智慧工会建设要求写入中国工会十七大报告，都可以看出，工会适应时代所做出的改变。何谓智慧工会，简单地说，工会工作网络化，运用互联网思维，引入大数据分析。

如何打造“指尖上的职工之家”，打通服务职工“最后一公里”，努力为职工提供更高效、更便捷、更贴心的服务，是新形势下工会工作面临的现实而紧迫的课题。与此同时，工会网上工

作仍面临网络覆盖不够、服务手段不足、存在信息孤岛、地区发展不平衡等困难和问题，工会工作与互联网尚未实现深度融合，与职工群众的期盼和工会改革发展的内在要求还有一定差距，需要在新形势下结合实际，切实加以解决。

**王四新：传统媒体传播方式导致受众粘性不足**

作为一种新兴的大众舆论平台，新媒体拉近了政府与公众之间的距离，开辟了一个政府与公众沟通的新渠道。工会作为党领导下的群众性社团组织，处在较为特殊的位置，需要发挥“传声筒”“粘合剂”的作用，成为政务和职工群众间的桥梁和纽带。

当网络发展进入以自媒体为传播媒介代表的今天，对新媒体的使用和管理，不仅要转变传统管理理念，使用、利用好新媒体发布方式即时性、传播范围广泛性、受众层次多样性的特点，把权威的信息广而告知，更要树立为民服务意识，建立工会与媒体、职工网民的互动机制，形成正面的舆论导向。如何正确使

用、引导好新媒体，建立政府放心、职工满意的新媒体平台当前亟需研究的重要课题。

**马文胜：智慧工会相比传统更为“精准”**

随着经济发展和科技发展，互联网成了人们工作生活中不可分割的一部分。以前要在线下历经很长时间、多个流程才能完成的工作，往往在手机上几分钟便能完成。不管是一网通办，还是两微一端，都宣告着我们的工作愈发具有智慧性、智能性。

作为联系企业与职工的纽带，工会在维护社会稳定、构建和谐劳动关系等方面，起着巨大作用，所以如何让更多职工参与到工会组织举办的活动中来，便是智慧工会建设的必要性所在。纵观工会以往的传统线下活动，往往会忽视职工的年龄结构以及行业特色，使用的也都是单向的、填鸭式的、反复填送报名表的旧有服务方式，非常不利于扩大工会活动的影响力。所以，在提升活动质量和吸引力的同时，一定要线上线下结合起来，实现对不同年龄、不同行业、不同需求职工的精准服务。

是指公共服务平台；党群服务平台和生活服务平台；两家是指联合党委服务中心党员之家、工会职工之家。三会在联合党委领导下负责各项工作的计划实施；三

平台主要负责线上政策、法律宣传，大街动态信息、活动信息及工会福利等；党委服务中心和工会职工之家是线下为大街企业、职工服务的主要载体。

## 推进智慧工会，“大数据分析”是保障

**王明哲：分析基础上的精准服务**

所谓智慧工会，是以移动互联网技术、大数据、人工智能等技术为背景，依托工会组织和工会网上平台，对工会系统数据资源进行收集、整合和加工，推进资源共享和业务协同，构建面向职工的、网上网下深度融合、相互联动的一体化服务体系，竭诚服务广大职工群众，推进工会工作和社会治理。

《纲要》提出，建成工会网上工作平台和基础数据库。湖北省宜昌市总工会细化职工信息动态采集工作，将精准扶贫工作做细做实。在建立数据库之初，就力求建设全面准确、智慧柔性、动态更新、安全高效的职工会员动态信息基础数据库，打通了信息孤岛，实现工会系统数据信息的互通共享和深度利用。

**王四新：用户需求来自于大数据**

大数据时代，精准是关键词。大量数据显示，年轻人一代对媒体的关注重点在于关联度，他们更关注发生在身边的事，或者是更希望关注有兴趣的事物。

不管传播环境如何变化，受众对于专业媒体平台和优质媒体内容的需求会越来越高，有价值和有专业度的内容仍将是受众的需求，这是传统媒体迎战新媒体的强大优势。而如何实现内容和粉丝双运营，把传统媒体的公信力、影响力做到极致？这是我们面临的新课题。谋局蓄势、转型升级、变中取胜。不受资源所限，一切皆为我所用，融媒体时代从互动战略开始突破。跳出单一媒介渠道，单一传播方式以及

重传轻播（只关注内容的输出，忽视与受众的互动）。

传统媒体发展的新时代已经到来，树立“用户需求”目标理念，利用新形势、新技术、整合新平台，更好地与受众互动，建构以受众互动为核心的战略思想。深度洞察受众的需求、态度、行为，通过各种手段，以受众感兴趣和容易接受的方式，开启多维度互动，建立起多元化的沟通渠道，通过互动性、增强贴近性、提升用户粘性，进而迅速提升传统媒体的品牌影响力，在全媒体时代中立于不败之地。

**马文胜：提升科技含量 对接用户诉求 提供优化服务**

为了让更多职工参与到工会活动中来，我们在运营计划、建设计划等方面进行了很多尝试，寻找用户需求点。运营方面，我们策划传播性活动，以目前关注用户积极带动身边人参加；同时实行积分制，长期对会员给予特殊的活动优惠。在企业管理上，实现工会资讯对接、会员自主审核、内部活动支持；同时运用大数据思维，使用统一供应商，下放运营权，使得工会管理者可以实时看到工会的各项数据统计、运营情况、甚至资金走向。服务方面，通过在线工单，由后台律师团队与心理咨询师团队及时对接处理会员在线提交的法律、心理问题；向会员展示工会会员互助服务卡提供的优惠商户，并通过公众号实现可查询周围服务站功能；通过购买服务，使与工会有合作的体育馆，享受免费时段、或低价会员卡，与工会有合作的餐厅、影院等商户对会员提供不同程度的优惠。

## 工会互联网建设，“深度融合”是关键

**王明哲：职工需求是智慧工会建设的刚需**

对于工会组织而言，智慧工会更多的是要找准互联网和工会工作的结合点，面对个性化、多元化、全天候的职工需求，树立互联网思维，强化互联网意识，形成以互联网为基础的工会工作新形态，做到“服务职工，时时在线”。

智慧工会建设的刚需就是要找准职工需求。工会要始终关注不同层次不同类型职工需求，牢牢树立服务职工理念，牢牢把握服务思维、创新思维，提

升工会“互联网+”工作的活力和吸引力。

**王四新：形成网上网下深度融合**

在《纲要》中提到，坚持网上工会建设与网下工会改革联动推进、同步协调、紧密契合，实现工会工作以线下为主向线上线下互动融合的转变，完成“互联网+”时代的工会转型升级。为全总的改革试点、全国工会系统的创新发展提供有力支撑，促进全国产业工人队伍的建设，打造丰富的网络载体和清朗的网络空间。

对于工会媒体而言，要建设

统一规范、各具特色、功能互补、协同互动、有高度粘性的工会网站、微博、微信和移动客户端等新媒体矩阵。实现多数据源融合，更好感知广大基层职工需求，畅通沟通渠道、完善联络手段。

**马文胜：党工共建是捷径**

线上线下有机结合，是智慧工会的灵魂所在。而其成功的必要条件之一，便是实现“党建带工建，工建促党建，党工共建”。中关村智造大街联合党委建立了三会三平台两家的工作机制；三会是指党建工作联席会、联合工会、新的社会阶层人士联谊会；三平台