

碧波荡漾党旗红 赋能水运高质量发展

厦门港水路运输指挥中心深化“奋楫者”党建品牌创建,促进工作提质增效

本报记者 汤海波 通讯员 张荣贤
近期,厦门港水路运输指挥中心(简称“水运中心”)党支部广大党员认真学习宣传贯彻党的二十大精神,积极带头到水路运输各环节展现担当作为,立志在一线建功立业。

职责,在碧波之上。今年,在市委市政府的统一部署和厦门港口管理局的领导下,水运中心持续深化“奋楫者”党建品牌创建,找准党建和业务“双提升”结合点,深化“党建+引领航运”“党建+促进发展”“党建+保障民生”创新工作体系,积极营造厦门港国际一流营商环境。

厦门港,是乘潮而行的一艘巨轮,“奋楫者”引领巨轮劈波斩浪。“党的二十大报告提出,增强党组织政治功能和组织功能,把基层党组织建设成为有效实现党的领导的坚强战斗堡垒。”厦门港水路运输指挥中心党支部书记、主任洪东号表示,将灵活发挥好“党建+”工作机制的重要功能,把岗位工作放到港口高质量发展、放到经济社会发展的大局中审视分析、谋划推动,坚决守护水路运输安全畅通,服务人民群众便捷美好出行,全方位赋能“世界一流港口”和“东南国际航运中心”建设。



今年以来,水运中心成立党员先锋小组,大力推动招商引航工作,助力我市水运市场高质量发展。图为我国首艘悬挂五星红旗的高端游轮“招商伊敦”号靠泊在邮轮母港。(本报记者 杨进福 摄)

1/ 党建+引领航运 助力水运行业规模扩大

7月1日,我国首艘悬挂五星红旗的高端游轮——“招商伊敦”号首航厦门港。这意味着,时隔901天,我市邮轮经济再度启航。

近年来,水运中心党支部成立党员先锋小组,主动作为,推动招商引航工作提质增效;同时善用“空窗期”练好内功,推动水运市场提档升级,锻造海上旅游“标杆”品牌推陈出新。

“学习号”红色航线获评交通运输部国内水路旅游客运精品航线试点、省内最大的海上游船“波赛东66”轮正式启航……厦门港特色主题游船梯队持续完善。

建设世界一流港口,必须有与之相匹配的水路运输行业规模。近年来,水运中心打通疫情防控、生产经营、市场拓展的诸多痛点难点,携手更多优质航商和船舶运力参与厦门港合作开发。安徽九华、天津畅明等一批实力企业均已迁移旗下船舶运力来厦,其中安徽九华已有2艘船舶、近16万载重吨运力在我市注册,此后还将有4艘32万载重吨陆续加入。

一组数据可以看出今年的工作成效:全市水运周转量达2908.25亿吨公里,同比增长13%,船舶运力增长12.38%,达448.71万载重吨,两项增幅均位列全省前列。

这也为厦门港口生产飘红打下坚实基础:今年前11个月,全港集装箱吞吐量累计完成1131.42万标箱,同比增加2.76%,总量继续领跑东南沿海港口群,其中11月更刷新了开港以来的单月吞吐量最高纪录。

2/ 党建+促进发展 打好一流营商环境牌

水路运输高质量发展,离不开水运中心厚植党建根基、党支部带头主动作为,建章立制保长效,推动一系列扶持政策落地落实,援企稳岗不断出实招,“放管服”不断深化,以一流营商环境建设有力推动行业稳健向前。

记者观察到,水运中心将服务国家战略、区域经济、港航生产摆在首要位置,今年以来,牵头修订《厦门市水上旅游客运管理办法》《厦门市经营性海上休闲船舶备案管理办法》等多项规章制度,推动形成我市渡运联席会议单位考核机制、邮轮危化品物供机制、高峰健康驿站港口外防输入工作专班信用考核机制等多项创新举措,并持续抓好厦门市邮轮旅游突发事件应急处置体系建设。近日还牵头推动出台新一轮水运企业发展扶持措施,总金额7000万元奖补水运企业新增船舶运力或者提高船舶周转效率等行为。

为缓解行业发展难题,水运中心主导、协助、督促各类扶持补助资金拨付超1.1亿元,为企业送去“及时雨”;积极推进“免申即享”,加快惠企政策直达企业,高效释放政策红利。其中,



水运中心党支部党员带头深入一线检查工作。(水运中心供图)

厦门漳州辖区扶持政策今年首次落地实施,辖区水运周转量即实现同比176.64%的大幅增长。

水路运输高质量发展,还体现在引导安全运营方面。今年,水运中心率先开展新开客船航线安全风险评估工作,全面论证拟新开客船航线可行性,这在闽南地区尚属首例;贯彻落实新修改的《安全生产法》,加强全行业安全生产日常监管,建立常态化检查机制;推动信用管理升级,首次将我市国际海运及其辅助企业纳入信用管理,进一步拓宽行业诚信体系建设广

3/ 党建+保障民生 行业优质服务再上新台阶

水运中心依法依规开展厦门港水路运输(客运、邮轮、厦金航线、游艇、货运)行业管理事务性工作,每一项均与民生福祉息息相关。“水路运输关系到人民群众便捷美好出行,关系到国内国际物流通道的畅通安全,是经济社会发展的关键环节。做好我们的本职工作,就是为群众办实事、为人民谋幸福。”洪东号说。

将水运中心每个工作推进的瞬间定格,不难发现背后有着一条清晰的以民为本、践行初心使命的逻辑线。

比如,在海上客运总体规划框架下,引导企业加大投入,推动海上旅游客运产品向高端化、多样化发展;持续关注旅游客运航线票价问题,指导企业合理定价;推广使用海上旅游客运票务平台,推动其接入多元渠道入口,打破信息壁垒,扩大航线覆盖范围;着力将其打造成为海上旅游客运指挥调度平台;加强海上旅游服务质量监督,及时查处企业不当行为;推动各码头客运站完善无障碍设施、母婴室、优先通道等硬件设施,为特殊人群提供便民服务;加强审批窗口建设,优化审批服务,提高全程网办、一日办结、周末预约办等各种便民措施的落实,为企业节省时间、降低成本。

坚持党建引领,水运中心持续将“温暖回家路”主题实践活动作为行业文明创建的新载体,形成一批在全国、全省交通运输行业有较大影响力的文明服务品牌。

“水路运输参与的是多维度竞争,服务好民生福祉,提升的是港口一流营商环境,带来的是竞争力。”洪东号说,水运中心党支部全体党员将以以身作则当好“领头雁”,以更加真挚的人民情怀,持续擦亮为民底色。

推动公益数字化 创造可持续社会价值

“2022黄河奖-我是创益人数字公益创意大赛”颁奖典礼在我市举行

本报记者 林露虹

一群罕见病患者参与群演面试,他们不为出名,只是想“被看见”;心智障碍者组成“心青年”乐队,用歌声唱出梦想……“2022黄河奖-我是创益人数字公益创意大赛”获奖作品带给人感动的同时,也引发对小众公益议题的关注与思考。

12月21日,厦门国际会展中心,“2022黄河奖-我是创益人数字公益创意大赛”颁奖典礼在第29届中国国际广告节上举办。大赛吸引来自公益组织、广告公司、MCN、个人创作者等社会多方力量参与,征集了超过2.4万个公益内容及作品,取得了良好的传播效果和社会效益。

此次大赛由中国广告协会指导,腾讯“创益计划”与“中国广告业大奖——公益广告黄河奖”大赛组委会联合设立,旨在整合互联网平台的产品、技术、资源能力,激发创意、设计、内容创作、公益组织、大专院校、品牌等社会力量,通过“公益+科技+创意”的社会化共创机制,孵化优质的公益内容,提升公益议题社会关注度,推动公益实效落地,创造可持续社会价值。

腾讯技术公益发起人、腾讯用户研究与体验设计部总经理陈妍表示,随着数字化技术的发展,公益逐渐融入大众的生活中。在这一背景下,腾讯积极推动公益数字化,以开放的心态与各方开展合作,让公益事业更可持续。今年“黄河奖-我是创益人大赛”在中国广告协会的指导下成果丰硕,不仅数量创新高,公益组织的获奖比例更是达到了63%,这使腾讯更加坚定生态共创的模式和力量,未来将以“黄河奖-我是创益人”大赛为载体,持续携手生态伙伴共创,助力公益组织的数字化发展,以数字化技术推动公益人人可及。



颁奖仪式现场。(本组图/大赛组委会提供)

1/ 精心组织 设立公益广告视频组

此次大赛特别在公益广告类别设立视频组,并联动微信视频号、腾讯视频、快手、哔哩哔哩、小红书五大视频内容平台征集作品。参赛者可根据命题方向,结合平台、账号调性创作公益短视频内容。

主办方表示,短视频传播有自己独特的优势和魅力——短小精悍,传播速度快,已成为喜闻乐见的传播形式,尤其受到年轻群体的欢迎。此次大赛依托跨平台传播阵地,广泛征集并传播短视频内容,有助于最大化推动公益议题及作品的有效覆盖。

与此同时,短视频形式还可有效降低公益广告内容创作的参与门槛,让更多数字化能力较弱的公益组织,以及更多擅长内容创作的创作者参与内容共创。据统计,大赛短视频赛道共吸引超过2万支参赛队伍及个人参与,短视频全网播放量达3.62亿,获奖作品中有不少出自公益组织之手。

此外,大赛还设立整合营销类组别,以期通过更多生态资源的投入联动,帮助创意营销圈、公益圈及品牌方打造可带来实效的公益项目。

2/ 选题多元 让更多需求“被看见”

伴随着欢快的背景音乐,八位年龄不同的罕见病患者依次出镜,有人站在镜头前大声告诉观众,“我想当演员,我不是为了出名,我想出镜,我想被看见。”这部名为《罕见群演经纪公司》的公益广告,由上海安知广告有限公司携手罕见病中心共同打造,在“2022黄河奖-我是创益人数字公益创意大赛”中获得银奖。

相比于被同情怜悯,罕见病患者更需要的是同理心。上海安知广告有限公司负责人阿庄说,团队从一开始就明确片子一定不能是惨兮兮的,不是“趁机让大家哭一把的”。基于此,团队尝试用偏时尚的风格来拍摄罕见病患者,着力展现罕见病患者作为普通人的一面。

从平视的角度,聚焦特殊群体,《罕见群演经纪公司》并非孤例。晓更基金会作品《我有一帮心朋友》讲述了来自湖南岳阳的志愿者彭小康成立心智障碍青年乐队,透过故事,观众认识到志愿者对心智障碍者及其家庭的

支持并非单向的帮助,而是成就了更好的彼此。该片在此次大赛中获得金奖。

晓更基金会议题传播及筹款总监陈婧说,之所以选择从彭小康切入,是因为这个故事的基调是快乐的,希望能借由这个片子传递正向的情绪,促进心智障碍人群正向社会融合。

一提起“留守儿童”,人们最先想到的是父母外出务工的农村孩子。本次大赛金奖作品《月球上的明天》则把目光投向“城市留守儿童”,他们虽然和父母住在一起,但和父母一起玩的时间少之又少。作品通过“离家出走去月球,希望妈妈口中的明天尽快到来”的纯真愿望,表达父母对孩子的陪伴和心理疏导的重要性。

据介绍,此次大赛视频组别的命题包括创新公益、乡村振兴、生物多样性、志愿服务、文化传承与保护、未成年人保护、适老化与老人关爱、家庭文明等八个方向,这些命题从小切口观照社会现实,与大赛创造可持续社会价值的目标相呼应。

3/ 传递美好 作品获得广泛共鸣

参赛作品通过真实情感的创意呈现,获得了观众的广泛共鸣,并经由微信视频号、朋友圈等社交媒体渠道传播,提升了传播声量,引发社会各界对相关公众话题的关注。如《罕见群演经纪公司》在罕见病中心的微信视频号播出后,点赞量超过4.2万,目前已有三部片子主动联系,招募罕见病患者群演。《我有一帮心朋友》发布后,新华社等权威媒体跟进报道了“心青年”乐队的追梦故事,彭小康和“心青年”乐队获得来自当地政府的更多关注和资源。

连接生态伙伴,传递爱和美好。据统计,腾讯“我是创益人”大赛举办六年来,已累计投入5.3亿广告金、6500万现金,集结超过20000支参赛队伍及个人参与,孵化了超过240支公益广告、24000支公益短视频、300个公益设计解决方案。经由腾讯广告平台投放,获得超百亿次曝光,吸引3亿人次参与到公益实践中,孵化出《一个人的球队》《灯山行动》等众多脍炙人口的公益广告作品。今年6月,《一个人的球队》受助者之一的球队成员周海在临终前捐献了自己的眼角膜,成功让两名眼疾患者重见光明,将这份大爱延续下去。



▲金奖作品《我有一帮心朋友》宣传海报。