

INTERNET + TRADE UNIONS

The Innovative Thinking of
Reforms in the Mobile Internet Era



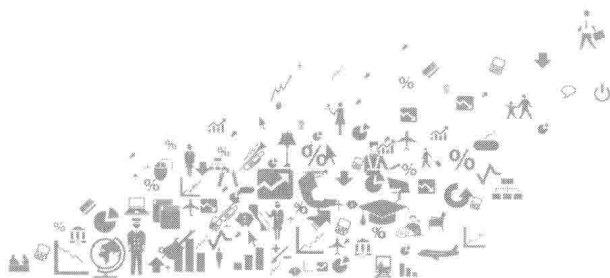
总策划: 邹震 关明 执行主编: 胡惠军 喻龙

互联网+工会

移动互联时代的改革创新思维

蔡志峰 张晓莹 张剑 孙玥 等著

打造智慧工会的创新方法论
普惠服务职工的行动路线图



INTERNET + TRADE UNIONS

互联网+工会

移动互联时代的改革创新思维

蔡志峰 张晓莹 张剑 孙玥 等著

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+工会：移动互联网时代的改革创新思维 / 蔡志峰等著. —北京：中国工人出版社，2016.6

ISBN 978-7-5008-6442-4

I. ①互… II. ①蔡… III. ①互联网络—应用—工会工作—中国 IV. ①D412.6

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第119828号

互联网+工会：移动互联网时代的改革创新思维

出 版 人 芮宗金

责 任 编 辑 安 静

责 任 校 对 赵贵芬

责 任 印 制 栾征宇

出 版 发 行 中国工人出版社

地 址 北京市东城区鼓楼外大街45号 邮编：100120

网 址 <http://www.wp-china.com>

电 话 (010) 62350006 (总编室)

(010) 62005039 (出版物流部)

(010) 62382916 (职工教育分社)

发 行 热 线 (010) 62005049 (010) 62005042 (传真)

经 销 各地书店

印 刷 三河市万龙印装有限公司

开 本 880毫米×1230毫米 1/32

印 张 8.25

字 数 160千字

版 次 2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷

定 价 39.00元

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社出版物流部联系更换
版权所有 侵权必究

连接一切的时代

“互联网+”是近两年来最热门的词汇。它正在掀起我们这个时代一个新的“风口”，让我们的社会进入一个连接一切的时代。正如曾经预言了今天的“云计算”“物联网”“虚拟现实”等热门概念的《失控》一书的作者凯文·凯利曾经断言过的：互联网是一个关联的时代，在这个时代中，我们会由一种个体变为一种集体。在互联网时代中，我们通过关联把自己变为一种新的更强大的物种。

毫无疑问，“互联网+”的浪潮已经深刻影响中国，影响世界，影响社会的方方面面，并将进一步带来新的生活方式，塑造新的社会生态，重绘新的经济地图。在这一大趋势面前，越来越多的地方政府和产业部门纷纷推出自己的“互联网+”行动计划，要搭上时代的快车，跟上时代的步伐。

世界的变化是如此迅速，20 世纪 80 年代，阿尔文·托夫勒的《第三次浪潮》一度风行，预言了人类将从农业社会、工业社会进入信息社会，其观点被当时许多人认为是天方夜谭，而托夫勒的“未来学家”身份，也被看作类似于科幻作家。二十年前的 1996 年早春，北京中关村竖起了一块硕大的广告牌：“中国人离信息高速公路有多远？——向北 1500 米”，这是被称为中国“第一代织网人”、互联网行业领跑者的瀛海威公司的广告，可惜这家公司由于本身种种原因，在几年之后倒在了距离信息高速公路的最后一公里。然而，沉舟侧畔千帆过，也就在短短的十多年间，互联网弥漫在社会的方方面面。在某种意义上，我们现在探讨的“互联网+”，正是第三次浪潮中的一波高潮。

习近平总书记在 2016 年 4 月 19 日主持召开的网络安全和信息化工作座谈会上强调，我国经济发展进入新常态，新常态要有新动力，互联网在这方面可以大有作为。要着力推动互联网和实体经济深度融合，以信息流带动技术流、资金流、人才流、物资流，促进资源配置优化，促进全要素生产率提升，为推动创新发展、转变经济发展方式、调整经济结构发挥积极作用。

“互联网+”的风潮不可避免地影响到劳动关系领域，以协调劳动关系为己任的工会组织不可能置身事外。每个工会工作者都需要思考：“互联网+”时代对工会意味着什么？将会给我们的工作对象——职工群众带来什么样的影响？将对我们的工作领域——劳动关系领域带来哪些变化？由此引发的是，将对我们的工

会的工作机制、活动方式带来哪些机遇和挑战？为了更好地开展工会工作，工会干部需要怎样的能力提升、素质提高、本领更新？

在2015年1月下发的《中共中央关于加强和改进党的群团工作的意见》中，提出要“打造网上网下相互促进、有机融合的群团工作新格局”，任务十分明确，要求十分具体。2015年7月召开的中央党的群团工作会议上，习近平总书记指出，工会、共青团、妇联组织要下大气力开展网上工作，亮出群团组织的旗帜，发出我们的声音。显而易见，在这个“互联网+”时代，工会组织不能缺位，而要一马当先，不能守成，而要创新，要树立互联网思维，改进工作方式方法，在履职维权方面展现更大的作为。中央政治局委员、中华全国总工会主席李建国同志高度重视工会网上工作，在纪念中华全国总工会成立90周年大会上的讲话中指出，要创新服务方式，拓宽服务领域，普遍开展项目式、订单式服务，探索建立工会网上服务平台，提供更多普惠性服务，提高服务质量。

“互联网+”的概念，不同的方面有不同的理解，不同的专家给出了不同的解释，见仁见智，众说纷纭。我们认为，对工会组织而言，这一概念应当有以下三层意思。

首先，它体现为桥梁和纽带。“互联网+”的实质是关系及其智能连接方式。“互联网+”首先表现为连接，它融合了云计算、大数据、物联网等，实现了人与人、人与服务、人与场景、人与未来的连接。简单地说，就是以互联网平台为基础，利用信息通

信技术与各行业进行跨界融合。例如“互联网+教育”，其实就意味着互联网在线教育。我们所讨论的“互联网+工会”，显然也就意味着工会的许多服务内容将以网络方式呈现。我们知道，工会组织本身就是党联系职工群众的桥梁和纽带，再加上利用“互联网+”的连接作用，必然产生“平方”效应，将与职工群众离得更近、连得更紧。

其次，它意味着转型和升级。正如“互联网+”概念创始人之一的马化腾所说，互联网加一个传统行业，其实是代表一种能力，或者是一种外在资源和环境，是对这个行业的一种提升。“互联网+”的过程也是传统行业转型升级的过程，它借助互联网技术，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的生产力和创新力，实现传统产业转型升级，形成经济发展新形态。“互联网+工会”同样也是如此，我们建设“网上工会”，并不简单等同于“工会上网”，而是将以网络为手段进一步提升工会工作质量，以网络为载体进一步拓展工作覆盖面。“互联网+”将成为新形势下工会工作的“发动机”而不是“轮胎”。

最后，它承载着创造和创新。“互联网+”的过程是一个流程再造、创新提效，最终提档升级的过程。这一过程在互联网的催化作用下，将带来一系列前所未有的新变化，创造出超越想象的新生事物。“互联网+”的过程不是简单的物理堆叠，而是奇妙的化学反应，它的产物也不是“更快的马车”，而是全新的交通工具——汽车，乃至轮船、飞机。“互联网+工会”也是这样，随着

融合进程的深入，或将带来工会工作机制体制、方式方法的一系列创造创新，为工会工作开创全新局面。虽然我们现在还很难准确预测，但我们有理由充满期待。

大道恢宏，网络纵横，互联网思维不只是一种技术，更是一场席卷人类社会各方面的革命。在“互联网+”的风口，我们需要热情地期盼，也需要冷静地思考；我们需要把握机遇，也需要应对挑战；我们需要乘势而上，也需要持之以恒；我们需要紧跟时代以免被甩落潮头，也需要掌握主动而不至于随波逐流。跟上潮流是重要的，然而做强自己才是最根本的——我们努力追求“弄潮儿向涛头立，手把红旗旗不湿”的境界，或许虽不能至，但不妨心向往之。诚如那句赶时髦的俗语所说，站在风口上猪都会飞起来。然而毕竟风头过去还能继续飞翔的，一定是鹰。

当代社会一方面是组织化的社会，同时也是原子化的社会，我们置身于一个互联网时代，同时也身处于一个越来越分散化的时代，在这个变动不断的时代，我们更需要把握变与不变的辩证法。因为有些东西对我们而言是恒久不变的：团结动员职工群众跟党走的政治本色、维护职工合法权益的基本职能、服务职工群众的看家本领……“互联网+”为我们带来新的工作手段和思维方式，而这一切的终极目标，无疑是服务于党和国家工作的大局，服务于职工群众，服务于工会工作。

全总十六届四次执委会工作报告提出，制订和实施工会“互联网+”行动计划，形成网上网下深度融合、互相联动的工会工作

格局。要求各级工会树立互联网思维，深刻认识互联网给职工群众生产生活带来的巨大变化，对创新发展起到的带动作用，用好互联网带来的重大机遇，主动适应信息化和新媒体广泛应用的新趋势，立足工会系统进行总体谋划，大力加强服务职工网上运行工作，打开工会联系服务职工群众的新窗口，使“互联网+工会”成为常态，更直接便捷地联系服务职工。

实现这一目标，需要整合工会系统网络资源，创建工会工作网上平台，发挥大数据、新媒体作用，建设统一完整、功能完善、技术先进、安全可靠的工会信息化体系，积极打造全国工会系统服务职工网络载体，做到服务对象全覆盖、服务时间全天候。

完成这一任务，需要肩负起网络意识形态工作的重要责任，提高舆论引导能力，加快完善网络舆情应急处置机制，围绕中心、服务大局，主动发声、引领导向，澄清谬误、明辨是非，加强与职工群众网上互动，壮大工会网络宣传队伍，弘扬网上主旋律。

承担这一使命，需要提高工会干部运用互联网开展工作的能力，打造专业化的工会网络工作队伍，要善于运用市场方式，深入挖掘市场资源，开展互联网理论和实务培训，加速工会工作融入互联网。我们为“互联网+工会”所铺就的，应当是百米跑道而不是“百米栏”。

我们相信，经过共同不懈的努力，“互联网+工会”的新格局必将早日形成。在“互联网+”时代，工会工作将实现新的启航。

引言 连接一切的时代 / 1

第一章 “互联网+”时代的到来 / 1

第一节 风口浪尖：什么是“互联网+”？ / 12

第二节 日新月异：为什么是“互联网+”？ / 17

第三节 道生万物：“互联网+”“+”什么？ / 24

第四节 动静之间：“互联网+”时代的变与不变 / 33

第二章 “互联网+工会”意味着什么 / 37

第一节 势在必行：奔向“互联网+”的快车道 / 39

第二节 时不我待：吹响“互联网+”的冲锋号 / 44

第三节 连接开放：装上“互联网+”的助推器 / 49

第三章 “互联网+工会”：成就与现状 / 54

第一节 与时偕行：工会网络建设成果丰硕 / 55

第二节 任重道远：“互联网 +”时代工会面临挑战 / 75

第四章 “互联网 + 工会”：内容与形式 / 78

第一节 组织起来：“互联网 +”时代的建会入会 / 79

第二节 建功立业：“互联网 +”时代的劳动竞赛 / 89

第三节 自强不息：“互联网 +”时代的技能提升 / 99

第四节 振民育德：“互联网 +”时代的宣传教育 / 107

第五节 永恒使命：“互联网 +”时代的工会维权 / 115

第六节 云行雨施：“互联网 +”时代的职工服务 / 125

第七节 众志成城：“互联网 +”时代的民主管理 / 134

第八节 成风化人：“互联网 +”时代的舆论引导 / 140

第九节 “心”系职工：“互联网 +”时代的心理援助 / 147

第十节 集善聚能：“互联网 +”时代的工会志愿者 / 154

第五章 “互联网 + 工会”：目标和路径 / 158

第一节 微观博览：“互联网 +”时代的工会微博 / 161

第二节 微言大义：“互联网 +”时代的工会微信公众号 / 170

第三节 掌上乾坤：“互联网 +”时代的 App 客户端 / 182

第四节 网聚职工：“互联网 +”时代的工会网站 / 190

第五节 聚微成众：“互联网 +”时代的工会基础数据库 / 196

第六章 “互联网 + 工会”：网络信息安全 / 204

- 第一节 数字边防：没有网络安全就没有国家安全 / 205
- 第二节 隔墙有耳：我国重要信息系统的风险挑战 / 207
- 第三节 网上隐忧：大数据时代的信息安全 / 210
- 第四节 枕戈待旦：“互联网 + 工会”网络安防建议 / 214

第七章 “互联网 + 工会”：素质和要求 / 220

- 第一节 阵地意识：“互联网 + 工会”能量之源 / 221
- 第二节 网络思维：“互联网 + 工会”筑基之方 / 224
- 第三节 媒介素养：“互联网 + 工会”协进之道 / 227
- 第四节 服务平台：“互联网 + 工会”品牌之基 / 231
- 第五节 行动计划：“互联网 + 工会”建设之纲 / 236

参考文献 / 243

后记 / 245

第一章 “互联网+”时代的到来

站在“互联网+”的风口上顺势而为，会使中国经济飞起来。

——李克强

“网事”回顾

互联网这个词汇，在中国由当初鲜为人知到如今无所不在，大约用了 30 年的时间。

回顾中国互联网发展历程的起点，一个比较流行的说法是，要从 1987 年 9 月 20 日，北京计算机应用技术研究所钱天白教授发出的第一封电子邮件开始，这封内容为“越过长城，走向世界”的电邮，揭开了中国人使用互联网的序幕。那时，除了专业的研究人员，大部分人还不知道电子邮件为何物。

1993 年 3 月 2 日，中科院高能物理研究所连接到斯坦福大学国家实验中心的专线架设成功，标志着中国和互联网的“第一次握手”，然而谁料专线开通仅一天，就被美国政府以“安全”为由关闭，直到一周后才部分恢复。一年后的 1994 年 4 月 20 日，中关村地区教育与科研实验网络（NCFC）实现与 Internet 全功能连接，

中国被国际正式承认为真正拥有全功能 Internet 的第 77 个国家。

1996 年以后，中国互联网应运而生，进入空前活跃期。1996 年 9 月，我国第一个城市网——上海热线开通试运行；1997 年 1 月 1 日，人民日报社主办的人民网上线，成为第一家中央重点新闻宣传网站。

1999 年，国家信息化工作领导小组成立，此后互联网进入普及和快速增长期，网上银行、网上教育、网上游戏、网上通信风起云涌；2000 年，中国移动互联网投入运行；2003 年，第一批传统行业试水电子商务，互联网进入一个“资本燃烧的岁月”；2009 年，微博和团购成为热点话题；2012 年，智能手机普遍使用，微信注册用户突破 2 亿；2015 年，“互联网 +”写入政府工作报告……

今天，我们回望过去 30 年的发展历程，看到的是一条陡然上升的加速曲线，并且这条曲线至今仍以势不可当的速度上升。

如果我们把目光投向历史的更远处，从互联网的“出身”说起，将会发现一个颇为吊诡的现象：今天高度开放的互联网，其肇始竟是高度机密的美国军事项目。Internet 最早起源于美国国防部高级研究计划署的 ARPAnet，该网于 1969 年投入使用，被认为是现代计算机网络诞生的标志。最初，ARPAnet 主要用于军事研究目的，其指导思想是：网络必须经受得住故障的考验而维持正常的工作，一旦发生战争，当网络的某一部分因遭受攻击而失去工作能力时，网络的其他部分应能维持正常的通信工作。1983 年，ARPAnet 分裂为两部分，纯军用的 MILnet 和民用的 ARPAnet，

后者逐步演化为 Internet 的主干网。某种程度上正是这样的起源，使得今天网络信息安全仍是一个重要的课题，我们将在后文详述。

话题回到中国。30 多年来，互联网的发展大体经历了四个阶段：

“青铜时代”——通信时代（1997 年以前）

从互联网的兴起一直到网站的出现，各自独立存储信息的计算机被连接起来构成一个巨大的网络，对网络的应用更多地用于沟通方面，如电子邮件、在线即时沟通工具等。事实上，互联网第一次试验即为通信，只发出了“LOGIN”的前两个字母“LO”。

这一时期，互联网被视为连接的工具与交流的载体，也就是初具雏形的“桥梁和纽带”。那时谈及互联网，更多的是和电子邮件联系在一起。1998 年 3 月，“163.net”开通容量为 30 万用户的首个中文免费电子邮件系统时，电子邮件仍被看作高端小众的通信方式。

通信时代，网络以免费共享为特征，正是基于这一特征，使得 2001 年 8 月，新浪正式推出收费邮箱时，还引来了业界的争议和不少用户的抗议。2002 年 3 月，拥有 2000 多万用户的“263”邮箱突然宣布“免费邮箱死亡”，全面推行收费，两个月内其用户数锐减至 59 万——相当于收费前的 3%。

“黑铁时代”——互联网时代（1997—2006 年）

大约在世纪之交 2000 年的前后 5 年，网易、新浪、搜狐等门

户网站相继诞生，再到后来优酷、爱奇艺等视频网站不断发展，这一时期的互联网基本是沿着文字、图片、音频、视频的轨迹发展，经历了由低到高、由文到图、由静态到动态的演进过程。

这一时期，网站提供的基础服务可以为广大网民带来听音乐、看新闻、看视频、玩游戏的便利，但与前一时期相同，由于所提供的服务大多仍是免费的，使得整个互联网行业处于入不敷出的烧钱局面。中国第一家民营的互联网企业瀛海威公司，即那家曾把广告牌竖到中关村，告诉世界中国人离信息高速公路还有多远（向北 1500 米）的“中国织网第一人”，最终由于发展思路不清、盈利模式不明而黯然倒下。

这一时期的互联网更多地作为“媒体”的概念而存在，它的价值在于用户更便捷地接收和交流信息。直到后期，一些互联网企业才开始探索盈利模式。1999 年 7 月，中华网在美国纳斯达克上市，成为中国第一个网络公司股。2000 年 4 ~ 7 月，三大门户网站新浪、网易、搜狐相继在纳斯达克上市，掀起了中国互联网第一次投资热潮。

此后，网站上开始出现各种形式的广告：文字链接、流媒体、对联、弹窗、焦点图片、浮动标识，等等。2001 年，百度推出新的商业模式——搜索引擎排名（对企业收费，使其在可能搜索页面上优先排序，这一模式今天仍在引发争议），互联网企业开始盈利。值得一提的是，2003 年“非典”给电子商务带来意外的发展机遇。B2B、B2C 各种电子商务网站会员数量迅速增加，并实现部

分盈利，C2C 也因此酝酿变局。

“白银时代”——市场化时代（2007—2012 年）

这一时期，互联网获得飞速发展。2005 年 6 月 30 日，我国网民首次突破 1 亿，达到 1.03 亿人，宽带用户数首次超过网民用户的一半；截至 2008 年 6 月 30 日，网民总人数达到 2.53 亿人，首次跃居世界第一。2007 年，阿里巴巴在香港上市，电子商务成为一个引人注目的话题，同年，腾讯、百度、阿里巴巴市值先后超过 100 亿美元，中国互联网企业跻身全球最大互联网企业之列。

在 O2O 概念产生之后，最先通过网络切入的行业是零售业，切入方式分为两个方面：影响用户决策和促成交易。互联网融合传统行业的零售，诞生了淘宝、美团等交易类的企业和大众点评、美丽说等决策类公司。互联网与零售业的融合以阿里巴巴、京东的上市为标志，开拓了一片新天地，达到了一个新的高度。从此，电子商务开始兴盛，互联网不再只是消费平台，越来越多的人通过电子商务获得创业的机会。随着时间的推移，越来越多的传统企业主动拥抱互联网，或深或浅地实现自身的互联网化。

这一时期，互联网突破原有的局限，形成了电子商务、社交娱乐、移动互联网等产业群体。2009 年，中国进入 3G 时代，各种业务纷纷向移动终端迁移，移动电子商务、手机游戏、手机视频等逐渐兴起，手机让个人消费等能力大幅扩展。阿里巴巴创造了“双十一”网购消费节，此后每年的 11 月 11 日成了一个标志性节点。在此推动下，网购理念和网购消费习惯也得到进一步普及。