

守正创新，凝聚磅礴力量

——2021年度宝武宣传思想文化品牌优秀实践案例展示(一)

精心打造红色文化产品

宝钢股份“红传”讲演活动的探索实践

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，用党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作，自觉承担起宣传思想工作旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，集团公司党委宣传部、企业文化部开展的2021年度宝武宣传思想文化品牌优秀实践案例评选活动于日前揭晓，“红传”系列“读党史·悟初心·谈体会·促进步”讲演等10个案例榜上有名。

这些获奖案例是全体宣传文化战线工作者的辛勤工作结晶。本版分期展示获奖案例，与您分享。

2021年是中国共产党建党百年、党史学习教育开展以来，为贯彻落实党中央《关于在全党开展党史学习教育的通知》精神，根据宝钢股份党委《关于细化落实党史学习教育举措及时认真组织开展自学等工作的提示》要求，宝钢股份党委宣传部积极策划启动了一系列形式多样、丰富多彩的活动，旨在打造学党史的文化和精神空间，营造浓厚的党史学习教育氛围。

“红传”系列“读党史·悟初心·谈体会·促进步”讲演活动就是其中重点打造的一个红色文化产品。2021年，由冶金工业教育资源开发中心、中国钢协职业培训中心举办的第十届“钢铁行业职工培训和职业教育优秀多媒体课件大赛”评选中，由宝武选送、宝钢股份制作的“红传”系列微课荣获个人奖一等奖。

何谓“红传”

2021年4月26日，首期“红传”——《革命理想高于天》一经“宝钢股份直通车”微信号推出，立即引起广大员工的关注，“红传”似乎一夜之间成为了“热词”。在“红传”前期策划宣传阶段，初次看到“红传”二字，有人一时无法确定它的正确读音。但是，经过简单的辨识之后，这个词很快赢得了大家的认可。“红传”取南湖“红船”谐音，合“传播”“传承”之意，辅以“传播百年党史、传承红色基因”的活动宣传口号，既富有意境、便于传播，又简明、清晰、准确地概括出活动的主题。

如何展现“红传”

“红传”二字主题明确，富有特色。由于“红传”讲演活动的模式定位以视频传播为主，所以，设计制作一个具有艺术性、指向性、引导性的LOGO和宣传片头显得尤为重要。LOGO和片头创意要与视频主题整体风格一致，准确地表现视频的主题和相关信息，给受众以深刻而鲜明的印象。这些，在“红传”的LOGO和片头设计中，均得到了很好的体现——在通篇红色的主基调下，汉字“红传”与南湖“红船”完美融合，厚重的毛笔笔触勾勒出日出湖面，一叶红船置于起点，一艘金色的船桨劈波斩浪，又似一条通往光明的金光大道，画面简洁，主题鲜明。“红传”的片头只有短短5秒钟，片头的主题和节奏感都要通过音乐体现出来，音乐的选用极其重要。我们运用《义勇军进行曲》的一段变奏，制作了片头音乐。一个简洁、明快、激昂的“红传”片头，达到了令人过目不忘、印象深刻的效果。

用心打造“红传”

“内容为王”是做好一个文化产品的必要前提。“红传”从策划之初就确定了“读党史·悟初心·谈体会·促进步”的主题定位，明确了讲演者所有讲演稿件必须有摘录《中国共产党简史》一段原文的诵读，并根据所选原文内容写体会、谈感受。既要保证“红传”鲜明的主题，还要体现宝钢党史学习教育的特色。这个要求在《革命理想高于天》《实践是检验真理的唯一标准》《奔跑 沿着信仰的方向》等作品中都有着非常突出的体现，达到了非常好的传播效果。在每一期的“红传”作品中，将中国共产党的光辉历史与国家民族命运相结合，与钢铁人钢铁报国的初心使命相结合、与个人成长进步相结合……很多参加“红传”录制的员工都表示：真学习、真思考，认真写体会、动情谈感悟，参与“红传”录制就是一次很好的党史学习教育过程。

“艺术化的手法”是文化产品品质的保证。“红传”能取得令人满意的传播效果，音乐的合理运用和录制场景的精心设计发挥了不可替代的作用。尤其是“红传”音乐的运用做到了三个字：悄、熟、巧。“悄”就是音乐起得悄无声息，去得没有痕迹，与讲演内容、画面和谐一体；“熟”就是选择大家比较熟悉的音乐，容易产生代入感，营造出贴切的意境，达到催化情绪的效果；“巧”就是音乐选用要服务主题，用得巧妙，不显拼凑，能唤起共鸣。

合力成就“红传”

“红传”系列“读党史·悟初心·谈体会·促进步”讲演活动，得到了宝钢股份领导和全体员工的大力支持。其间，四大基地员工积极参与，短短两周时间就收到员工提交的讲演稿件百余篇，后续稿件源源不断。录制期间，青山、东山、梅山基地的员工专程组团来到宝山基地参加录制，一声声带有不同地域特色的语音，为“红传”增添了丰富的色彩。2021年5月11日，公司领导班子成员以一名普通党员的身份，集体走进“红传”录制现场，参加“红传”录制，更是将活动推向了高潮。“红传”还得到了集团公司的大力支持，宝武微学院开辟了“宝钢股份‘红传’系列讲演活动学习专区”，集团党委宣传部将“红传”作为特色活动上报国务院国资委党史学习教育领导小组，为“红传”助力加油。

宝钢股份还通过各种宣传媒介广泛传播“红传”。“红传”在“宝钢股份直通车”微信号推送至今，点击量累计过万，广大员工积极转发。“红传”已成为宝钢股份精心打造的党史学习教育红色文化产品。

在构建宝武“大宣传”格局中展现担当作为

——马钢在“8·19”重大主题宣传中发挥基地“桥头堡”作用

2020年8月19日，习近平总书记亲临宝武马钢集团考察调研并发表重要讲话。亲切的关怀、殷切的期望，为新时代宝武的发展擘画了蓝图，指明了方向，带来了机遇、注入了动力，也赋予了宝武新的重大使命。

厚望如山，催人奋进。2020年以来，宝武和马钢上下把学习贯彻习近平总书记重要讲话精神作为重大政治任务，确保重要讲话精神在宝武和马钢落地、开花、结果。宝武和马钢牢记嘱托，砥砺前行，在生产经营、改革发展上取得了令人瞩目的成绩。马钢的内生动力在奋勇争先中愈发强劲，一体发展在整合融合中加速推进，效率效益在改革创新中持续提升，美丽家园在绿智赋能中精彩呈现，发生了脱胎换骨的变化。

为充分展示学习贯彻习近平总书记重要讲话精神成果，坚定理想信念，激发奋斗热情，同时总结经验和不足，在第二个百年奋斗目标中以“万马奔腾”的态势充分发挥“中流砥柱”作用，宝武决定于2021年8月19日这个历史性的节点在马钢集团开展一次重大主题活动。活动以参观、座谈和召开党委中心组(扩大)学习会的形式进行。

根据宝武党委宣传部和宝武融媒体中心安排，本次重大主题活动的宣传任务主要由马钢党委工作部和宝武融媒体中心马钢站承担。这是马钢首次作为“主力”承担集团总部重大主题宣传任务。马钢提高站位、提前谋划、精心策划，不讲条件、不讲困难，把此项重大主题宣传当作发挥马钢宣传“桥头堡”作用的一次重要实践，当作展现马钢宣传战斗力、影响力的一次重要战役。

任务艰巨，责任重大，必须迎难而上。马钢党委主要领导亲自部署，分管领导主抓，党委工作部牵头，融媒体中心马钢站具体负责，各部门单位配合，明确职责，快速推进。党委工作部牵头先后召开四次专题会，对宣传工作进行部署，对宣传方案进行讨论，对工作推进进行协调。马钢站整合基地宣传资源，成立以党员骨干组成的采编团队，从宣传策划、人员构成、宣传节



点、任务分工等方面迅速作出安排。

细化

在马钢党委的领导下，根据集团总部的部署要求，最终决定以“四合”为原则，以“1234”工作法开展工作。四合即“契合、整合、配合、融合”。契合，是契合实际精心策划。马钢站与宝武融媒体中心建立常态沟通，及时了解宣传要求，对稿件进行修改。针对宣传质量要求高、马钢站高水平采编人员不足等实际，制定了“先期采编成型、当期密集发布、报端各有侧重，借力展示形象，后续保持热度”的宣传方案，并对人员分工、采编内容、时间节点进行了细致部署。整合，是整合资源组建团队。集中马钢站内部采编骨干，并从特约摄影通讯员中抽调了二级单位3位摄影“大咖”组成10人的高素质采编团队。配合，是主动配合善借外力。主动与马鞍山市各媒体进行联系并提供素材，向中央、省级媒体投稿，与安徽新媒体集团对接进行宣传片拍摄制作。融合，是深度融合提高效率。8月10日之前，在各部门、单位主动提供资料的基础上，马钢站集中组织文字、视频拍摄、摄影人员先后4次进行座谈，随后集中力量进行撰写、编辑、修改。

“1234”工作法，即“1”是围绕一条主线，即牢记嘱托，展现宝武、马钢蝶变；“2”是坚持两个维度，即对内激发职工士气、对外展示宝武形象和“马钢”风采；“3”是突出三个结合，与党史学习教育相结合、与庆祝建党100周年相结合、与学习贯彻习近平总书记考察调研宝武马钢集团重要讲话精神相结合；“4”是盯紧四个抓手，即一部精

彩的马钢形象宣传片、一组有力度的系列报道(含视频文字)、一期有冲击力的纪念专刊、一次成功的活动报道。

展示

在8月至9月上旬，马钢共推出一部企业形象片、一组系列报道13篇(含文字、视频)，一期专刊(含2篇文章、24张图片)、两篇活动报道，并在马钢大楼布置了精彩的图片展板，《经济日报》《光明日报》以及马鞍山市各媒体刊发稿件近30篇。后续又陆续制作了《风景这边更好》《打卡马钢园》等8部展示马钢名片的视频，在“马钢家园”微信公众号推出。《中国宝武报》也在重要位置对相关内容进行刊发。8月19日前后，人民网、新华网集中发稿30多篇，新华社客户端报道马钢助力长三角一体化发展等内容，浏览量累计近300万人次。8月16日至8月23日，马钢宣传平台先后推出《“融”与“先”》《“创”与“享”》《“绿”与“智”》以及《向总书记汇报——牢记嘱托，马钢蝶变》的报道和图文专刊。

在宝武党委宣传部和宝武融媒体中心的指导下，在马钢党委的坚强领导下，全体采编人员尽心尽力，圆满完成了此次任务，受到了宝武和马钢上下的高度评价，宝武、马钢的形象也在此次宣传中得到了进一步提升，达到了宣传效果。

在工作中，我们深刻感受到，解决难题、发挥基地宣传“桥头堡”作用，落实部署是刚性要求，创新思路是前提，找准方法是关键。今后，我们将继续探索一总部多基地模式下有力有效发挥基地“桥头堡”作用的途径，为构建宝武大宣传格局作出新的更大的贡献。

高质量推进党史学习教育全面、有效覆盖

——中南钢铁党委创新“七个一百”学好百年党史的实践

百名党员先锋故事 锤意志铸党魂

深入挖掘本单位历史上曾涌现出的革命烈士、英雄人物，以及历年先进楷模的故事，生动讲好宝武优秀共产党员在中国共产党的领导下，牢记钢铁报国初心，铸就大国重器的故事，教育引导广大党员从榜样身上汲取信仰力量、查找党性差距，做到理想信念更加坚定、政治品格更加纯粹、斗争精神更加昂扬、奋斗激情更加饱满。各基层党支部通过“百名党员先锋故事”上报优秀共产党员先进事迹120个，宣传先进典型楷模故事70个，在官微累计宣传中南钢铁“两优一先”典型事迹90个。

百项新纪录向党献礼 开新局勇争先

中南钢铁党委以党史学习教育为契机，切实把党史学习教育成效转化为抓好“十四五”开局、落实国企改革三年行动等各项重点工作的成效，组织开展“百项新纪录向党献礼”主题实践活动，发挥党支部战斗堡垒作用，团结、影响、带动本单位职工群众攻坚克难，创造新纪录，使党史学习教育“火起来”。基层党支部助

力中心工作，创造各项新纪录200项，有力支撑了中南钢铁经营绩效实现跑赢大盘、超越自我。

百个支部献歌给党听 感恩颂党情

一曲红色歌曲就是一片鲜活的历史。中南钢铁各级党组织通过老谱新配、老歌新唱等不同方式，唱响经典红歌、致敬革命先烈、回望百年初心，在歌声中感悟信仰力量，在传唱中激发奋斗热情。截至目前，共征集优秀视频48个。

百个红色足迹探寻 炼党性坚信仰

中南钢铁各级党组织充分利用好周边的红色资源，开展“红色足迹探寻”活动。组织党员干部瞻仰参观革命遗址遗迹、革命博物馆、纪念馆，重温入党誓词，从红色基因中汲取强大的信仰力量，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，自觉做共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想的坚定信仰者和忠实实践者，真正成为百折不挠、终生不悔的马克思主义战士。232个基层党支部均已开展“红色足迹探寻”活动。

中南钢铁党委创新策划组织开展党史学习教育“七个一百”主题活动，通过组织化动员、一体化推进、覆盖式宣讲等方式，打通党史学习教育“最后一公里”，扎实推进党史学习教育深入支部、深入党员、深入群众，实现全面覆盖、有效覆盖。

百年党史回眸 学党史强信念

在官微开设“百年党史回眸”专栏，自2021年3月22日起，每天发布一个重大党史事件，生动展现中国共产党的不懈奋斗史、理论探索史和自身建设史，引导广大党员和职工群众了解党的光辉历史、感悟党的初心使命、领会党的创新理论、体会党的精神谱系、传承党的红色基因。

百项党组织生活设计 悟思想担使命

结合党组织生活设计“1+5+6”工程，指导推动基层党组织采取“三会一课”和主题党日等形式，紧贴基层工作实际，突出党史学习教育主题，按照“受欢迎、起作用、有实效”的要求，精心做好年内党组织生活设计；结合党员“登高计划”、党员责任区和党员示范岗等工作载体，开展特色鲜明、形式多样、覆盖全体党员的学习活动。232个基层党支部累计开展各类形式的“主题党日”活动1276次。

百项实事为群众 践宗旨葆初心

学史力行，用心用情为民办实事。党史学习教育开展伊始，中南钢铁党委把开展好“我为群众办实事”实践活动作为检验党史学习教育成效的重点内容和重要标准，组织开展“百项实事为群众”主题活动，引导广大党员、干部增强历史自觉，牢记党的性质和宗旨，永葆初心，立足本职岗位为人民服务，从最困难的群众入手，从最突出的问题抓起，从最现实的利益出发，用心用情用力解决好群众“急难愁盼”问题。各基地党委开展“群众最满意实事”评选活动，有效提升了广大职工群众的认可度。

