

# 居民小积分兑现“大健康”

## 梁山县开展“为健康加分”活动

### 主动就医 健康加分

“高压135，低压90，血压没问题，大哥，控制得很好，继续保持，别熬夜，少酒少烟。”近日，在梁山县韩垓镇李堂村卫生室，乡村医生王爱霞正给村民李广华测量血压。李广华今年70岁，有10多年的高血压病史，平时忙于农活，常常想起来就量一下，忙起来就不量。

但近一两年来，随着全县“为健康加分”活动的开展，他对高血压的病情监控越来越科学。“2023年11月韩垓镇卫生院开展了‘为健康加分’活动，覆盖全县里的38个卫生室，每次我们测血压、查体，都能有积分，可以兑换脸盆、香皂等必要的生活用品。”李广华说，虽然兑换的礼品并不贵，但都是生活中能用到的用品，感觉很好。活动开展之后，李广华将测量血压这件事从漫不经心到每周定时三测，测量地点从家里换到了村卫生室。

王爱霞表示，“为健康加分”

记者 陈丹 康岩 济宁报道

居民做一次血压测量、心电图等医疗检查，就能获得一定积分，并兑换脸盆、香皂等生活用品，有效提升了居民的健康意识和参与度。梁山县通过开展“为健康加分”活动，引导高血压、糖尿病等慢性病居民参与健康管理活动，取得了明显成效。

活动提高了村民们健康监测的积极性，尤其村里的老年人们，以前主动上门测血压大家都还很抵制，说着“我又没病，你来测什么”，到现在主动到卫生室里让我们进行检测等。“减轻我们工作压力的同时，帮助我们更及时的了解老年人的身体健康状况，从而防微杜渐，帮助大家养成健康的生活习惯。”李爱霞说。“我是从韩垓卫生院公众号了解到活动的。”李丛丛今年6月份刚产下女儿，重约6斤，身体十分健康。李丛丛说，



从备孕开始，她从该公众号学习到了很多孕产知识，并根据提示，即使领取叶酸，到医院进行胎儿检测。“对我们来说，重要的不是积分，而是健康知识的普及和孕产检测的提醒，让我们一路走来，心里很踏实，最终才能拥有健康的宝宝。”李丛丛说。

#### 健康有“获”

#### 参与有“得”

“乡镇居民健康意识不高，尤

其身患高血压、糖尿病等慢性病的一些老年人群体，对自身健康问题并没有规律的监控，容易让小毛病变成大问题。”韩垓镇卫生院院长李海涛介绍，为了提升乡镇居民健康意识，形成规律的健康检测，韩垓镇卫生院自2023年11月开展“为健康加分”活动，面向前来就诊患者，针对心电图、等检查项目，给予相应的积分，可以兑换生活用品。活动开展以来，共有3000多人次参与，大幅度提升了我院的就诊人次和群众的就医

体验感。卫生院就诊人次从2023年6万余人次提升到2024年8万余人次，增幅达到27%。目前，在韩垓卫生院的带领下，全镇38家村级卫生室都参与到“为健康加分”活动中，受到辖区群众高度称赞。

“通过积分激励，辖区慢性病患者的定期复诊、规范用药及健康监测依从性提升，病情控制得到有效改善，减少了并发症发生。其中，老年人成为活动主要受益群体之一，健康积分活动的参与率较高，主动关注自身健康的意识提升。”李海涛介绍，同时，卫生院结合积分活动开展多样化的健康科普活动，并每月组织人员进行义诊活动，让居民在家门口就能享受到专业医疗。

“为健康加分”是梁山县公共卫生服务的项目内容，通过积分换取商品，引导居民主动参与健康管理服务，提高居民参与自我健康管理的积极性、主动性，让小积分兑换大健康的理念深入居民心中。目前，梁山县全县都已覆盖该活动，让大家健康有“获”、参与有“得”，助力构建更高水平的健康共同体。

## 新媒体环境下企业政工宣传工作的创新路径与实践

**摘要：**在数字化浪潮不断深入的背景下，企业政工宣传工作亟须创新方式方法，积极依托信息技术构建契合时代特征、易于实施、实效突出的传播机制，精准把握职工思想动态和新媒体传播规律，主动借助各类新媒体平台构建政工宣传矩阵，增强思想引领的覆盖面和渗透力，切实将党建任务融入企业治理各环节，促进党的领导与公司治理结构有机融合，为国有企业高质量发展注入持续动力。基于此，文章重点阐述了企业借助新媒体创新政工宣传工作的实现路径，希望能够为相关领域的理论研究和实践提供更多的参考依据。

**关键词：**新媒体；企业政工工作；宣传推广

### 引言

企业政工宣传主要是将理论教育及党性培养为核心，面向企业管理层与一线职工开展思想引导，旨在强化理论武装与党性修养，筑牢信仰根基。在宣传形式上，常见的方式包括党课讲授以及依托传统媒体与新媒体的内容推送。面对日益多元的宣传对象，政工宣传工作的传播手段也要不断适应时代变化。因此，政工宣传工作应积极顺应技术发展趋势，科学运用新媒体工具有

效提升传播的时效、生动性与灵活性，从而实现更广泛、深入的思想引领效果。

### 一、深度挖掘新媒体的新阵地和新平台

与传统的媒体传播特征相比，新媒体通过即时传播、舆论引导和实时互动等特性，可以延长用户的使用时长，使媒体的信息渗透力与覆盖面已大幅超越传统媒体，持续吸引更多高学历、高专业素养的人群加入其传播网络。随着新媒体形态的不断丰富和市场角逐的加剧，各类平台之间围绕用户注意力和黏性展开激烈竞争，这一趋势也持续推动新媒体内容与服务质量向更高水平发展。因此，企业的政工宣传工作在新时代背景下，应积极拓展新媒体平台与资源的应用范围[1]。然而，在实际操作中，部分企业的政工宣传工作人员对版权规范认知仍显不足，为了解决这一问题，在使用各类新媒体素材时必须严格遵循知识产权相关规定，明确标注来源信息。这样不仅能够提升新媒体内容的可信度和传播规范，也能够引导企业员工更加关注优质信息源，推动深度学习与思想提升，进而促进新媒体矩阵整体内容质量的优化。通过规范使用和广

泛传播，不断增强新型传播阵地的影响力，才能构建支持优质新媒体发展的良性读者生态。

### 二、严格筛选高质量的新媒体资源

企业政工宣传具有鲜明的政治属性，承担着准确、迅速传达重大决策部署与理论创新成果的重要职责。因此，在积极借助新媒体资源提升传播效能的同时，也必须坚持客观、审慎地筛选优质内容。虽然当前可用新媒体资源种类繁多，但是如何以独特视角对其进行整合，与企业文化、生产经营实际紧密结合，是对政工工作者专业能力的重要考验[2]。因此，企业的政工宣传人员在筛选新媒体资源时，应遵循以下三项原则：一是强调政治可靠性与来源权威性。优先采用中央主流媒体所属新媒体平台所发布的内容，例如人民日报、求是杂志、新华社等旗下数字媒体，确保宣传内容的政治正确性和舆论导向安全。二是注重内容质量与传播效能。应选取表现手法新颖、富有感染力、易于引发共鸣的优秀新媒体作品，增强宣传的吸引力和实效性。三是重视民间正能量传播力量的运用。不少自媒体内容生动鲜活、贴近民生，能够从普通人民视角反映时代变迁，传播正能量，

也容易引发受众共鸣。所以企业的政工宣传人员应对此类资源积极发掘，同时严格筛选审慎采用，通过此类资源对政工宣传内容进行补充。

### 三、促进传统宣传方式与新媒体的互融

传统政工宣传在形式与表达上往往存在内容单一、手法传统等问题，宣传阶段的感染力、传播力和实际效果与新媒体呈现方式也存在显著差距。相比之下，新媒体资源能够整合文字、影像、声音与图像等多维信息，全面调动受众的视觉、听觉与认知参与，既能引发群众的情感共鸣，也能增强信息的渗透力，所以更加受到企业员工欢迎[3]。因此，政工宣传工作开展阶段，相关人员应充分发挥传统宣讲方式便于统筹、易于组织的优势，同时有机融入新媒体资源吸引力强、形式活泼的特点。可以根据员工心理与接收习惯，将多媒体素材系统嵌入宣讲流程，既要确保内容的思想深度，又要提升内容和宣传途径的表现活力。这也意味着企业的政工人员需掌握基本的视频剪辑技能，能够制作主题鲜明、感染力强的视听片段。此外，还需积极创新表达方式，融入贴近网络语境和大众审美语言风格，增强宣讲的亲和力和传

播实效，使企业的员工更愿接受、更易理解、更深入认同。

### 结语

在政工宣传实践中，有效运用新媒体资源有助于拓宽信息传递渠道、增强传播效能，并显著提升员工的参与度与互动意愿。当前，传统政工宣传仍面临管理模式更新缓慢、专业队伍建设不完善、形式与手段较为传统等现实挑战，而新媒体的合理融入正为上述问题提供新的解决路径。企业应系统筛选与整合优质新媒体渠道，加强专业化队伍培育，并积极构建健康的舆论场，充分发挥新媒体在传播中的独特优势，从而全面提升政工宣传的覆盖面和影响力。

### 参考文献

[1]刘勃.新媒体时代国有企业政工宣传优化路径[J].国际公关,2025,(06): 97-99.

[2]李昕.企业政工宣传应用新媒体资源的探索[N].科学导报,2023-07-14(B03).

[3]龚天文.企业政工宣传应用新媒体资源的思考 [J].现代企业, 2022,(06): 116-118.

(山东鲁泰控股集团有限公司太平煤矿 刘南)