兢兢业业建广厦　勇当先锋铸丰碑

——记“全国五一劳动奖章”获得者、中铁八局建筑公司杨勇

■　王智明　黄上乙

他“亲切”、“热心”、“憨厚”、“朴实”，为人正直、乐于奉献。他以工地为家，15 个春秋铁骨铮铮坚守一线，冒严寒、战酷暑，真情付出、无怨无悔，凭借出色的业绩先后荣获中华全国铁路总工会“火车头奖章”，中国中铁“青年岗位能手”，中铁八局集团公司“第五届劳动模范”、“优秀项目经理”等殊荣，他就是现任中铁八局建筑公司崇州项目部项目经理杨勇。

勤奋学习的热血男儿

自 2002 年大学毕业走上工作岗位后，杨勇先后参与了贵阳行政中心、贵阳花溪刑侦审判大楼项目部、德阳东汽馨苑、新天府国际中心以及中铁信托大厦等 10 余个项目的施工建设。在工作中，他不满足于过得去，总是认为自己的能力与岗位要求存在较大差距，需要提高的空间还很大。白天他忙于工作，晚上挤时间给自己充电。

正是这种勤奋学习、积极进取、执着追求的精神，促进了他快速成长，仅仅不到五年时间，他便从一名优秀见习生成长为了一名项目经理。

无私奉献的铮铮铁骨

“5.12”大地震后，杨勇受公司指派接受了德阳东汽灾后移迁住宅工程的施工任务。该工程为 11 栋高层电梯公寓，约 11 万平方米的施工任务需要在一年内完工，面对时间紧，任务重，施工作业标准高、技术难度大等压力和挑战，他团结带领项目员工以工地为家，精心组织、倒排工期、日夜奋战，最终在“东汽馨苑” 工程在建 8 个施工单位，6 个标段工程中率先封顶，以工程质量拔尖，安全达标、工期提前的优异成绩赢得了业主的高度评价，为企业争得了荣誉，创造了效益。

成功的背后不仅凝聚着他辛勤的汗水和管理的智慧，同时也体现出他克服母亲身患重病需要陪伴照顾的特殊困难，舍小家、顾大家的无私奉献精神。

蹄疾步稳的领跑队长

2010 年，他又马不停蹄接受了新的挑战，毅然承担起了施工技术含量高，工艺复杂的综合性金融写字楼工程——新天府国际中心的施工任务。该工程建筑总高 134.75 米，开工建设时曾刷新了企业在建房屋建筑工程的新高。

作为项目经理，他紧扣施工生产，严格执行“坚持标准、精心组织、精细管理、铸造精品”的方针，带领团队群策群力，优化方案，并运用建设部推广的新技术，成功克服了诸多困难和挑战，最终提前一个月完成了各项施工生产任务。该工程相继获得“天府杯”金奖、中国中铁“安标工地”“节能减排标准化工地”以及“全国用户满意建筑工程”等殊荣，同时还成功摘得“国家优质工程奖”殊荣。

在新天府国际中心工程进入尾声之际，认为可以松口气、稍事调整休息的他，2014 年初又承担起了中铁信托大厦工程的施工生产任务。蹄疾仍需步稳，责任就是使命，他以敬业、务实之风，带领着团队于 2015 年 7 月顺利实现了工程主体封顶的目标。该工程先后荣获省、市“安标工地”等殊荣。一座座丰碑，一项项荣誉，始于杨勇坚实的脚印，阔步向前！

刻苦钻研的创新达人

在工作中，杨勇从不满足于过去的成绩，更不因循守旧，凭经验办事，而是在务实求效的同时，放眼行业前沿，注重学习钻研，在继承中求创新。在新天府国际中心修建期间，他带领的团队共获得国家实用新型专利 9 项，省级 QC 成果 1 项。在主持修建中铁信托大厦工程期间，项目部共完成 4 项国家实用新型专利，1 项国家发明专利。其中，他参与发明的一种深基坑无马道地下室混凝土泵送施工装置，创新设计了钢导管+地泵二合一输送技术，保障了在狭窄场地内深基坑超厚筏板的混凝土输送，解决了高落差混凝土输送过程中易产生离析的施工难题，节约施工成本 180 余万元。在他的带领下，项目部曾连续两次荣获中国中铁“青年创新小组奖”。

劳动最美丽　劳动最光荣

一项挑战尚未结束，新的挑战接踵而至……2015 年底，在中铁信托大厦工程尚未竣工交验之际，他又承担起与地方政府合作的崇州街子安置房、崇州永安安置房和崇州中医院三个工程项目，总建筑面积约 31 万平米的施工任务。面对多点“作战”，施工体量大，以及全新的生产经营管理模式带来的全新挑战，他采用分工协作、分层管理、区域实施、资源共享的管理方式，倡导务实求效的工作作风，狠抓生产经营管理和队伍建设，得到了业主等多方好评。目前，崇州三个项目的各项施工生产任务正有序推进。

多年来，杨勇作为项目带头人一直坚持战斗和指挥在生产第一线，他以脚踏实地、兢兢业业的作风带领团队筑起了座座高楼大厦，他以锐意进取、勇当先锋的魄力铸就了座座丰碑。当他把一张张建筑蓝图编制成为城市的一张张名片之时，也书写出了新时代劳动者刚毅、坚韧、执着、创造、敬业、精业的多彩画卷。

他不愧于“全国五一劳动奖章”的殊荣，是我们企业的骄傲、是我们广大劳动者学习的楷模……

杨河煤业：“三项”激励稳固“四级”安全

河南省杨河煤业公司近期从强化“三基”入手，创新安全管理模式，开展月度安全“先进个人、优秀班组、优秀区队”评选活动，实施“三项”正向激励，加强安全基础管理，确保“个人、班组、区队、矿井”四级安全。

进入二季度，杨河煤业公司坚持以矿井安全风险预控体系建设为中心，以瓦斯和水害防治工作为重点，以强化现场管理和监督检查为手段，立足“抓基层、打基础、苦练基本功”宗旨，调动职工搞好安全工作的积极性，促进职工“我要安全、我会安全、我能安全”，努力实现 “个人安全保班组、班组安全保区队、区队安全保矿井”的四级安全管理责任目标。安全工作实施“创先争优”活动，公司于近期出台了“三项”正向激励措施，在全公司开展月度安全“先进个人、优秀班组、优秀区队”评选活动。评选实行百分制考核，把安全、工程质量、班组文化、安全生产、工程质量、和职工素质及月度无违章、无轻伤、无责任事故，熟练掌握操作规程、自主保安知识等内容作为考核标准，对月度、季度、年度评出的先进个人、先进班组、先进区队予以经济奖励，全面激发安全管理“正能量”，促进矿井整体安全管理水平持续向好。（任二敏　张晓娟）

义煤供电分公司开展女职工健康体检

女工队伍是企业安定团结、和谐发展的重要保证，为切实维护女职工权益，关心女职工身体健康，日前，河南义煤供电分公司组织 125 名女工进行健康体检。此举充分体现了公司对女职工的关心和爱护。

该公司女职工健康检查项目包括：彩超乳腺、彩超、妇科检查、宫颈刮片、数码电子阴道镜等五项。医疗专家认为，开展健康体检可提高供电女职工的自我保健意识，使每名女职工了解自身的健康状况，做到早发现、早诊断、早预防、早治疗，可以有效预防供电行业职业病。在认真组织开展今年女职工妇科检查的同时，该公司工会还建立了女职工健康档案和体检台账，及时掌握分公司女职工整体健康状况和患病情况，便于工会及时跟踪疾病陪治和走访慰问。

此项举措，让每一位女职工都感受到了企业的关爱，进一步提高了分公司的凝聚力和向心力，对增强每一位女职工的预防保健意识，提高个人健康水平，有着积极的推动作用。据该公司工会领导介绍，为关爱女职工身心健康，提高女职工的工作生活品质，激发女职工立足岗位、建功立业的热情，供电分公司一直将免费健康体检当成职工福利抓好抓实，这些举措深受广大女职工的好评。

（司英歌）

别开生面　引人入胜

张家港联合铜业举办员工家属安全教育座谈会

“你每天下班平安回家是我与孩子最大的希望！一定要记住，你的安全是我们最大的幸福……”5 月 10 日上午，张家港联合铜业公司召开员工家属安全教育座谈会。座谈会上员工及家属纷纷畅所欲言，共话安全生产对家庭的重要性。

安全生产，职工和家属的安全意识是关键。张家港铜业公司作为铜陵有色集团的在长三角地区的外埠企业，这里的骨干员工“双职工”家庭达到 106 个，占职工总数的近 1/6，安全意识教育从亲情入手就显得尤为重要。前不久，该公司正式启动 2017 年“安全环保、意识先行”活动。为进一步提高活动效果，作为活动的一项重要内容，该公司组织召开了别开生面的亲情安全教育座谈会，邀请了具有代表性的一线及特殊岗位的双职工参加员工家属安全教育座谈，把亲情、家庭的力量融入到公司安全教育之中，用亲情独特的“润物无声”作用，激发和感召员工的安全责任，致力于构建企业、职工、家庭三位一体的安全文化体系。

安全教育座谈会上，该公司分管安全环保的副总经理成彬通过列举近年来冶金系统一件件触目惊心、教训沉痛典型事故案例，强调了提高安全意识的重要性，一下子打开了大家的话匣子。职工家属争先恐后、各抒己见，纷纷表达了对另一半的希望和要求，表示基层一线员工工作艰辛、责任重大，一定要全力支持亲人们的工作。今后要勤叮咛多嘱咐，宁愿自己苦点累点，也要保证他们以最佳的状态，全身心地投入到工作中去，保障亲人安全施工、安全作业。

座谈会上，该公司参加座谈的一线职工也深受感动，认识到自己担负着企业和家庭的双重责任，表示要坚决杜绝日常工作中的习惯性违章，不断提高安全生产意识，做到“安全生产，警钟长鸣”，时刻把亲人的叮嘱记在心头，努力实现全年安全生产 “零违章”、“零事故”。该公司还征求了职工家属对工作的意见和建议，真诚邀请职工家属参加到安全共保活动中来，在切实加强安全教育培训、不断改善现场作业环境和劳动条件的同时，通过“爱心关照、爱心嘱咐、爱心承诺”，把亲情的影响力融入到安全生产工作中，在职工安全作业和岗位操作上筑起第二道防线。

（杨学文）

互联网商业的转基因秘籍：打造商业新物种

■　李光斗

在消费主义迭代浪潮的裹挟下，传统的造物逻辑被推翻，商业新物种成为企业自救和升级的充血包。那什么是商业新物种？滴滴打车对于传统出租车来说，是商业新物种；特斯拉对于传统汽车来说，是新物种；内容电商对于淘宝来说，是新物种。它可以是新的产品，也可以是新的商业模式，还可以是新的思维方式。在注意力稀缺的互联网消费时代，商业新物种成为企业谋求新增长点的手段，它意味着流量和全新的品牌魅力。那么，如何打造商业新物种呢？纵观成功的商业新物种案例，虽然领域方方面面、形式有千百种，但是“套路”都是一样的。

1.寻找新品类，挖掘新特性

仔细审视你正在做的产品，重新挖掘它的特点和属性。比如你卖的是盐，如果只卖它的调味功能，肯定卖不过五块钱。但是如果你能挖掘出它的延展性功能，比如做成具有理疗功能的保健产品，例如热敷盐包、足盐等等，那就可以卖几十块钱甚至更高。打造商业新物种，首先要考虑的是能不能占据一个新的品类。同样的例子还有电子书、王老吉凉茶、特仑苏牛奶等等，找到全新的市场需求，并且成为这个品类的心智第一。这些需求可能是消费者已经感知到的，也可能是消费者还未感知到，但是它能引领未来趋势。

如果不能挖掘新的品类，那就考虑为这个产品挖掘新的特性。比如市面上相似的奶茶产品有很多，很难卖出新意，那就赋予它耳目一新的特性，这就成了“小饿小困，喝点香飘飘”。很多产品面临的问题是消费者心智饱和，再怎么绞尽脑汁地写文案、搞创意活动，也改变不了同质化的命运。所以，横向上，要挖掘新的品类，纵向上，挖掘新的特性，与众不同，才能有所突破。

2.要么融入生活，要么引领生活

优秀的商业新物种一定具有持久传播的能力。首先，让它进入生活，变成生活的一部分。迪士尼为什么能一直保持这么强大的生命力？它的奥秘不只在于令人着迷的电影和迪士尼乐园，它渗透进各行各业，比如服装、玩具、汽车、美容产品等。内容授权不但为迪斯尼带来丰厚的资金回报，还让迪斯尼的产品形象融入人们的生活中，对迪斯尼的品牌传播起到很好的反哺作用。日本熊本县政府开放熊本熊的使用授权，让这个可爱的吉祥物可以“自由、免费地使用”，正基于此，熊本熊的形象广泛地传播开来，现在大家都知道日本有熊本县这个地方了。可见产品一定要渗透到人们的日常生活中，才能具有真正的生命力。

其次，让它成为一种生活方式的代表，或者创造一种新的生活方式。我们总喜欢把宝马和精英阶层联系起来。“宁可坐在宝马里哭，也不坐在自行车后面笑”，口口相传之下，无形中给宝马做了品牌广告，加重了人们对宝马的认知——精英阶层的座驾。底层草根与精英阶层“撕胯”，最后赢的居然是宝马。星巴克卖的是咖啡？不，它卖的是中产阶级生活方式。可口可乐卖的也不只是糖水，而是美国自由精神。

3.独特的品牌人格

想撩到高冷的消费者，就不能做高冷的产品。消费者喜欢有态度、有情绪、有个性的产品。为产品赋予独特的品牌人格体，是催生商业新物种的一大利器。江小白并没有创造新的品类，也没有挖掘新的特性，但是凭着几个走心的段子，自成一派，迅速在年轻消费群体中站稳脚跟。它靠的就是独特的品牌性格魅力。皇帝会卖萌耍贱，这谁都扛不住，所以故宫淘宝店火了。互联网时代的商业新物种，不能再守着硬邦邦的功能性表达，而是为产品加入情感元素。人们喜欢的是产品所带来的感受。耐克的很多经典广告并不提及产品的功能属性，而是侧重展现运动员最真实的一面，与消费者做情感交流，消费者可以触摸到耐克鞋背后所代表的精神价值。

4.小众引爆大众

从传播层面上来讲，如果想打造爆品，就不能贪心地想讨好所有人，尤其是中间群体。最好的方法是寻找有特殊需求的群体，这部分人最大的特点就是专、精、深，追求极致的产品体验。最重要的是，他们对大众群体具有引导作用，乐于分享和推荐喜欢的东西，而他们的推荐又易让人信服。所以伺候好他们，就等于赚了口碑。在互联网时代，与其砸钱换知名度不如聚焦小众群体赚口碑，效果会更好。小米和逻辑思维就是这么起来的。商业新物种其实没有想象中那么难。

勘探队的运输老兵

——记中石油川庆物探第四运输队汽车驾驶员周廷权

■　马登良　屈永志

周廷权，因为当过兵，大家又叫他周老兵，他今年 55 岁，是中石油川庆物探第四运输队汽车驾驶员。他主要从事野外勘探服务工作，说他自然也少不了野外的故事。

巧遇换轮胎

那是 2013 年，周廷权还在川庆物探山地二队汽车驾驶组，他负责运输的当年最后一个项目是克北二维，主要服务于仪器组大班排列。因施工需要，他早上四点就得出车，下午很晚才收工，当时的条件受限，中午饭顿顿都吃早上带出去的方便面、压缩饼干或新疆特产“馕饼”。

“那天因工作需要我坐另一台车到工地，检查排列检波器埋置。来到半山坡。抬头一看发现百米外周廷权一个人在换轮胎，我惊叹加好奇就飞奔过去。一看，备胎已经装上去了，就差紧固螺丝。我的天啊！周老兵啊周老兵，你当自己是 20 岁小伙子啊！你不怕……”

而他却说：“哎呀，有啥可怕的！”他指着地上像刀片一样的石块说道，这个工区仪器组出工不到 20 天，我轮胎被刺破 6 条了，有的驾驶员比我还多，机修救急都搞不赢，能够自己换就自己换吧。

我急忙帮他紧固螺丝后却犯难了，这奔驰大货车的轮台有近一人高，被刺轮胎最少也有三百斤，怎么装上车啊！当我还在想用什么法子的时候，周老兵已经在轮胎上拴好绳子，绕过车厢防翻滚架系到刚才装好的轮胎上了。看着满脸疑惑的我说：“往后点，安全第一，你一看就明白了。”我倒退了几步，周老兵启动奔驰大卡车缓缓向前，车轮转了两圈，哎呀，被刺轮胎就自动上车了。

翻版“美国大兵”

2014 年，那是在川庆物探北疆齐古二维项目工区雀儿沟村一条进山道路的交叉口，碰到开双排大奔卡车（川 R32903）在测量组执勤的周廷权。车没有停，但速度较慢，我们擦肩而过的一瞬间，就像看见大片上美国大兵驾驭悍马那飒爽英姿的模样，我就想“对号入座”，我随即有了转岗开大奔的想法。

人生有这么一个精彩瞬间，让人一辈子难以忘却，让我羡慕不已。回头一想，我心中的“美国大兵”周廷权已经年过半百，他还在为测量组开车。每天要送了 4 个 GPS（卫星定位系统）组和一个固定站得施工人员跑来跑去，工区机耕道一天下来最少也是 300 多公里。周老兵驾驭奔驰大卡活像 20 上下的小伙子，精力充沛，工作干劲十足。这来源于他对企业的忠诚，对工作的责任。难怪他常对人说：“做任何事情只有更好没有最好，关键就是看你是怎样去做的。”

桶装的冰镇西瓜

那是 2015 年的南疆柯坪二维项目，我作为第四运输队南疆片区 HSE 管理员，在天气极热期间到位于柯坪县城外戈壁滩采集队大班营地履职安全检查工作。当时奔驰卡车仪表盘显示室外温度是 55 摄氏度，我一走进周廷权所住帐篷，滚滚热浪扑面而来，他穿着背心和短裤，正忙着往地下洒水。说这是多年野外工作经验，水吸收地面热量蒸发随风而去，待太阳落山时帐篷里就凉快了。

“来，给你们尝尝我的冰镇西瓜”，原来前几天上级领导慰问送来的西瓜他舍不得吃，装在水桶里，放了几块从冰箱里取出来，早就看不到冰块的影子了。我们吃着他拿的西瓜，心里“酸甜苦辣”五味俱全，但更多的是感动，因为他知道我们要去，提前把水桶里放上从冰箱里取出的冰块，再把西瓜放进去，待我们到达时，刚好吃上冰凉的瓜去暑气，他做事的认真态度由此不难窥见一斑。

这就是我见到的周老兵，一个极为普通的勘探队的驾驶员。虽是几件小事，但却令人钦佩、让人感动。