

真情像梅花开过

平煤泰克公司汽车维修中心中南公司和奋力厂踊跃为困难员工捐款度难关

正在忙得不可开交的红卫从公司领导手里接过66779元爱心捐款救命钱时,百感交集,眼含热泪,激动得一时说不出话来。他万万没有想到平煤泰克公司汽车维修中心中南公司和奋力厂团队力量这么大。

红卫家这两年可谓是多事之秋。家里兄妹四个,最小的弟弟和妹妹去年因为意外失去联系。留下一儿一女,跟着年迈的奶奶生活,可奶奶身体也一直不好,长期吃药。今年2月份,他的侄女跟着姐姐去商场买东西时,突然晕倒摔伤。当她把她送到平顶山煤业集团总医院急救中心时,医生当时怀疑脑部有恶性肿瘤。住院五天后,经过系统检查,医生告知这个手术难度比较大需要转院。随后他们又遵医嘱来到郑州大学第一附属医院,被确诊为髓母性细胞瘤,且孩子需要尽快做手术,医生还告诉他后续治疗费用需要大约30多万元……此前,手术已经花费10多万元,而且这些钱还是他们的亲朋好友凑的,这么高的后续医疗费,对于这个工薪家庭来说简直就是天文数字。沉重的现实令他犯了难。

所在公司获悉他的困难后,班子成员及时召开会议,研究解决措施帮助他度过难关。该公司不但号召本单位员工组织捐款,而且还通过水滴筹等互联网模式,扩大捐款影响范围,倡议社会各界爱心人士奉献爱心,为他筹集更多善款。活动实施后,短短几天时间就收到各方捐款66779元,先后有2372人参加了这次献爱心活动。其中平煤泰克公司汽车维修中心中南公司和奋力厂职工54人共捐款4380元。

获得捐款后红卫红卫感激地说:“爱心就像沙漠中的一泓清泉,使身处绝境的孩子重新看到生活的希望。非常感谢大家的帮助,今后我会把爱心不断传递下去,生命不息爱心不止,让这个世界永远充满爱!”

(祖建瑞)

创新形式方便学,重点辅导促消化,典型引路催活力

“学习强国”助贵南项目火起来

5月14日下午,从广西路桥集团到中铁十一局集团贵南高铁广西段6标项目部交流的阮学程,特地找到项目部党工委专职副书记宋东升,希望在他请假回路桥公司的这几天,能安排一名党员把项目部组织辅导的“学习强国”内容分享给他,便于在请假这几天补上所学课程。

阮学程5月7日从广西路桥交流到6标项目部担任安全部副部长,挂职期限为一年。

在该项目部,像阮学程这样围绕“学习强国”平台里的主菜单,开展多形式学习辅导活动的,还有20多名党员,3名入党积极分子和部分青年团员,以及劳务工人。据统计,开展学习至今,每天参加在线学习答题达到52分的占三分之二以上。

形式灵活,方便学习

建设工地施工工期紧,工学矛盾突出,员工们离家多,是所有项目部面临的共同难题。3月13日,贵南项目部按照上级要求,开始搭建“学习强国”组织机构,由党工委专职副书记宋东升担任组长。指导每位党员按照要求在手机上安装了学习强国APP软件,为每位党员统一配备了学习记录本。

在学习形式上,一是借助学习强国APP软件,坚持以线上学习为主,方便大家随时学、随身学和即学即学。二是借助项目部开发的智慧管理掌中宝系统、大数据管理系统、项目公众微信号、视频会议系统,开展远程互动。三是通过每周、三、四、六晨读和定期举行的道德讲堂、演讲比赛、双周快报和每月一次的劳动竞赛总结表彰活动,穿插发生在身边的典型交流学习体会。四是利用每天早班会,对前一天参加学习情况进行小



●5月14日晚,项目部党群部负责人曹昆在整理党员当日参加“学习强国”活动的答题信息。 郑传海 摄

结,并把每名党员的学习情况和结合学习发挥模范带头作用情况,作为党内评选先进的重要依据。

项目部常务副经理袁中华、生产副经理王文波和工程部长秦黎翔,平时几乎没有时间坐下来在电脑前利用“学习强国”平台学习,他们基本都是利用到现场检查的间隙,从现场返回项目部的路上和晚上休息时间,在手机上边学习,边答题。他们不但没有因为工作忙,影响正常的学习,相反,还成了几个管理队和隧道工班的党员“编外辅导员”。

重点辅导,利于消化

春节过后,“华塑家·文化”党建品牌建设座谈会上,党建工作者齐聚一堂建言献策。一周后,公司完成“华塑家园”设置探亲房、阳光家园,下发《关于创建“华塑家·文化”品牌工作实施意见》……

“华塑亲人看华塑,家主题(家书、家教、家规、家风)征文、家主题文艺演出、传统节日经典诵读、生日点歌大派送、成立车间‘红白理事会’、民情走访进家门、‘我爱我家’班组抖音风采秀……”接着,公司又召开职工思想研讨会,筹建职工思想研究室,把准年轻人思想脉搏,让“华塑家·文化”贴近年年轻人的心。

干群一家乐融融

“把华塑当成家,把职工当做兄弟姐妹。”这句接地气、暖人心的话,公司领导大会小会经常提起。有职工说,都讲春节年味越来越淡,但在华塑却越来越浓。

“在公司开辟专用土地,种植党员林、团员林、巾帼林、劳模林、功臣林,栽下青春回忆,记住华塑乡愁”“精心提炼以家为家的企业理念、四海一家的团队理念、勤俭持家的经营理念、发家致富的管理理念”。



陈宜勇 丁悦 摄影报道

同时,他们组织力量编印了《项目文化手册》和《经典篇集》,利用《贵南之声》期刊和智慧管理掌中宝系统,汇集和解答“学习强国”涉及的所有经典名著和中华民族五千年文化的重要知识点和大家关心的热点问题,利用晨读时间组织朗读和讲解,方便大家理解和消化吸收。

典型引路,激发干劲

让人想不到的是,因为“学习强国”活动的开展,项目部设备部长操光伟和隧道6工班负责人王珊珊成了全线的网红。操光伟因带领隧道二衬台车“光伟系统”研发团队,守正创新,一举攻克了长期困扰建筑和交通运输行业的隧道拱顶空洞质量通病,被项目部树为攻关创新的榜样后,“光伟系统”很快在全线传开,目前已经引起了中国铁路总公司的关注。王珊珊则因为始终以健康、积极、阳光的心态,勇于面对挑战和困难,各项工作井然有序地向前推进,被称为贵南高铁工地的女强人。项目部把他们与全国著名登高英雄杨连弟和全国道德模范祁建光一起,列为“学习强国”见行动和比、学、赶、帮、超的榜样。

中铁十一局集团四公司副总经理兼贵南项目经理李俊介绍,正是坚持把组织党员参与“学习强国”学习活动与全员开展争一流、当先进结合起来,项目上下形成了一种对标先进争一流,立足岗位创品质的竞赛氛围。在学习上,大家瞄准“学习强国”在线答题52分这个最高值,在工作上向先进典型看齐。

(郑传海 曹昆)

热流奔腾不息

——“华塑家·文化”党建品牌创建工作纪实

■ 陈春秋 任建忠

近日,在安徽华塑股份职工之家QQ群内,大家纷纷为身患重病的无为华塑采矿车间离岗职工捐款。而这股奔腾的热流在华塑从来就没停息过:3月份,大家刚刚为身患重病的氯碱厂职工杨彪筹集资金9万余元。

家是根,是港湾,在华塑人心中,家更像电石炉、汽轮机和聚合釜内的热流,温暖着身心,照亮着前行的路。

已把他乡作故乡

“当领导把1200元现金交到我手中的那一刻,我的眼泪夺眶而出,内心是满满的感动……”2018年“中秋节”前夕,华塑股份电石厂原料车间马慧慧像往常一样,写了一封饱含热情的《致全体华塑职工的感谢信》。这封信,马慧慧一写就是5年。这几年,华塑股份公司党委不断创新工作体制机制和方式方法,用关怀感动人、用情怀激励人、用胸怀鼓舞人,架起党群“连心桥”,打造馨香盎然的“家文化”。

“进了华塑门就是华塑人!”这是每一名来到该公司新职工听到第一句话。“刚到华塑第一天晚上,公司为我们举办了一场欢迎晚宴,没想到董事长、党委书记和班子成员全部到场,扑面而来是家的气息,让我感觉这是一个大家庭。”大学生黄天龙在淮北矿业集团2018年新入企高校毕业生座谈会上真情流露。

华塑股份公司党委针对年轻人多的特点,把校园文化“嫁接”到企业文化。先后成立了“书香华塑”读书会、“华塑青年文学社”、“华塑公社”徒步群,举办《朗读者》、单

身青年交友联谊会等活动,2018年10月份,又挂牌“红娘协会”,为青年职工解决终身大事,不断增强职工归属感、幸福感。同时,公司连续十年自办春晚,不断加热家的温度。

干群一家乐融融

“把华塑当成家,把职工当做兄弟姐妹。”这句接地气、暖人心的话,公司领导大会小会经常提起。有职工说,都讲春节年味越来越淡,但在华塑却越来越浓。

“在公司开辟专用土地,种植党员林、团员林、巾帼林、劳模林、功臣林,栽下青春回忆,记住华塑乡愁”“精心提炼以家为家的企业理念、四海一家的团队理念、勤俭持家的经营理念、发家致富的管理理念”。

春节过后,“华塑家·文化”党建品牌建设座谈会上,党建工作者齐聚一堂建言献策。一周后,公司完成“华塑家园”设置探亲房、阳光家园,下发《关于创建“华塑家·文化”品牌工作实施意见》……

“华塑亲人看华塑,家主题(家书、家教、家规、家风)征文、家主题文艺演出、传统节日经典诵读、生日点歌大派送、成立车间‘红白理事会’、民情走访进家门、‘我爱我家’班组抖音风采秀……”接着,公司又召开职工思想研讨会,筹建职工思想研究室,把准年轻人思想脉搏,让“华塑家·文化”贴近年年轻人的心。

热流奔腾不息

古城煤矿:智能化开采步入正轨

针对极为复杂的地质条件,山东能源临矿集团古城煤矿围绕创新驱动、高效生产、转型升级等本质安全发展目标,以网络通信为基础,构建智慧截割、自动跟架、远程控制、视频监控等有机综合体,通过实现可视化远程干预型自动化生产模式,完成智能化开采华丽转身。按照有序推进,一次性试运转成功原则,古城煤矿摸着石头过河,先期投入三套支架进行技术改造,开展试验,采集第一手验证资料信息。

因为两名工人正在安装综采支架液压管路,进行先期准备工作。

陈宜勇 丁悦 摄影报道

■ 新华社记者 杨洋 张璇 吴帅帅

近日,一则“用户买18件衣服旅游后要求退货”成为热议话题。七天无理由退货规则下,买家诉求“合法合规”,卖家吃亏“有苦难言”。原本为保护消费者合法权益的法律法规,缘何被人利用?个别消费者的“任性行为”该如何“堵漏”?构建诚信网购环境,买卖双方该如何作为?相关专家表示,既要扎紧篱笆保护好消费者的合法权益,也要采取措施保护经营者正当权益不受侵害。

有空子就钻“试穿族”互帮退货“羊毛党”

在社交平台,一些自称电商平台的商家反映“试穿族”“试用族”其实并不少见。网购平台中甚至形成了有预谋、有组织的“恶意买家”。这些买家套路之多,常常令人应接不暇。

经营宠物用品网店的翁先生介绍,上个月,一位在店铺购买猫粮的用户以差评威胁,要求店铺为其已拆包使用过半的猫粮全部退款,理由是猫咪不爱吃,在客服拒绝后给商品打了中评。

翁先生还反映,有时店铺还会遭遇“被漏发”的情况。“去年,一位消费者购买了多件商

当“七天无理由退货”遇上“恶意买家”谁在为不诚信买单?

品,在收货后提出我们少发了一件。我们仓库配有视频,在多次确认视频内容及称重,我们举证没有漏发,消费者也没拿出证据,但最后还是给了差评。”翁先生感叹,遇到这种情况不少商家为了息事宁人,只得主动补货。

此外,同行冒充买家恶意购买、给差评等行为也让不少商家“挠头”。一位美妆行业的商家王先生说,他店铺最近收到一条明显的恶意差评。“对方先是质疑我们的商品真伪,又用非常专业的图片来反映护肤品的致敏反应。差评写了400多字,看上去没少费工夫。后来经了解这个买家就是同行竞争者。”

更有甚者,一些买家结成“互帮退货群”,利用无理由退货规则实现“以旧换新”。比如,买家A买了一件衣服穿了两个月后,让买家B帮忙买一件新的,再申请七天无理由退货,将旧衣服退货退款。商家受法律法规和平台规则限制,常常是哑巴吃黄连——有苦说不出。

淘宝一工作人员表示,“用户买18件衣

服旅游后要求退货”这一个案不会影响平台和广大商家对消费者的信任和服务,也不会影响淘宝现行的七天无理由退货政策。阿里巴巴首席客户官吴敏芝表示,不仅消费者是平台的用户,商家也是平台的用户。让商家正常的经营不被干扰,让正当的权益不被侵害,也是阿里巴巴一直在关注的。

规则缘何被“滥用”?

网络购物平台中常见的“七天无理由退货”,即消费者权益保护法所规定的“经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由。”

中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌表示,七天无理由退货的规则设立的初衷,是为了保护消费者的知情权、选择权和公平交易权,这个规则隐含的前提是消费者是诚信的,但个别消费者利用规则实现个人私利,是损害公平和诚信原则的。

北京盈科(杭州)律师事务所律师甘海滨表示,淘宝的七天无理由退货规则下,因为试穿后不喜欢、不合适、不影响二次销售的,买家要求退货,形式是符合退货规则的,在法律上的确不需要承担责任。但个别消费者利用规则漏洞,滥用这个规则。

消费者权益保护法第二十五条同时规定了“消费者退货的商品应当完好”,但现实的问题在于这个“完好”如何界定,比如穿了的衣服没有剪吊牌,衣服有没有使用过就不容易界定。所以,利用规则空子实现退货的行为就可能存在。

“为什么要把退货时限限定为7天?因为过去发个快递可能要五六天才能到,而现在物流越来越发达,一个快递一两天就到了,买家还能用上个四五天再退货,这让一些买家钻了空子。”电商分析师鲁振旺说。

有专家表示,所谓“试穿族”“试用族”“羊毛党”的行为看似“聪明”,实际上违背了诚实守信的基本原则,这类行为最终损害的是整体消费

者的权益,增加的是整个社会的运行成本。

诚信市场须买卖双方共建

“七天无理由退货政策从保护消费者的角度来看是没有问题的,不能因为个别消费者的不诚信行为而质疑政策的合理性。”鲁振旺表示,未来要解决的是如何更好运用规则,在保护消费者的同时也保护经营者的合法权益,让买卖双方都能自觉和充分遵守规则,从而营造和谐的网购环境。

记者采访的多位电商专家表示,买与卖本来就是市场行为的两个侧面,一边不欺客,一边不滥用规则,买卖双方诚实守信才能形成良好的消费环境。与此同时,平台方也需要更好地履行义务,运用工具技术优势,做好调查取证,减少滥用退货权利,倡导买卖双方诚信经营。

淘宝方面表示,除了进一步打击假冒伪劣产品保护消费者权益外,淘宝已向所有淘宝商家推出超级保障计划,将聚合平台内各项权益保障,通过规则、产品、工具及服务保障商家的正当权益。对于诚信等级较高的用户,淘宝还将继续优化“闪电退货”等服务保障。

甘海滨说:“随着电子商务市场的进一步发展,应就消费者的行为或诚信登记做一些规范,这样有利于整个市场的发展。”