

以“正”引领,爱心接力劲牌公司员工逐光前行

■ 梁传松

“身体基本上恢复了,今天是捐献造血干细胞后第一天上班。”6月12日,远在山东威海市的王峰超对记者如是说。5月30日,在山东大学齐鲁医院历经近3个小时的造血干细胞采集,他顺利地完成了捐献,成为全国第20210位造血干细胞捐献者。

今年30岁的王峰超是劲牌公司山东威海的一名营销人员,他用行动诠释了该公司“怀仁行善,共生共荣”的社会理念。6月6日,劲牌公司号召全体员工,学习和践行王峰超挽救他人生命大爱无私的精神,积极参与到社会公益事业中,传递社会正能量,并对王峰超予以通报表扬,奖励现金10000元。

近年来,劲牌公司坚持以“正文化”为统领,弘扬“树正气、有担当、可持续”企业价值观,企业涌现出一批批的“正能量”员工。

替同事尽孝16年

“每年都会去一趟四川省自贡市荣县。”今年41岁的张亚方是劲牌公司劲牌研究院党总支、稳定性研究室主任,他在接受记者采访时介绍,2007年毕业于成都中医药大学,刚走出校门便应聘到了劲牌公司上班。

“当时师兄刘毅研究生毕业后,比我早三个月来劲牌公司,所以后来我也跟随着师兄的脚步到了湖北。”张亚方说,他老家在河南许昌,师兄刘毅来自四川自贡市荣县农村。因为劲牌公司需要中医药方面的专业人才,两人便先后应聘到劲牌公司上班。来自同一所学校的师兄弟,自然很快就成了朋友。上班不久,张亚方得知刘毅患有先天性心脏病,并在十多年前高中时期做了人工瓣膜的脏手术。所以,平时大家在生活上对刘毅颇有照顾。

在共事仅两年多时间后,2009年12月,刘毅因心脏病复发抢救无效去世。

“师兄虽然家在农村,但却是第一代独生子女。”张亚方说,刘毅去世后,家里就只有父母相依为命。为了照顾刘毅的父母,从2010年



开始,他每年代表公司和热心同事去一趟荣县,给予慰问帮扶。

“2023年开始公司慰问金涨到了每年2万元。”以前交通不便,每次来回,路途都需要花几天时间,但张亚方依旧雷打不动地怀揣着劲牌公司和劲牌人的问候和关怀赶到荣县,去替病亡的师兄尽孝。张亚方说,虽然刘毅走了,但这条路我们还会继续坚定地走下去。

火场拾出被困老人

“我曾在部队服役了三年。”今年47岁的刘云峰是劲牌公司劲牌酒厂动力车间能源班班长,他介绍,自己2005年应聘到劲牌公司上班,目前在该公司已干了20年。

“我是一名党员,遇到险情理应第一个冲上去。”提起自己的几次救火的经历,刘云峰回忆,2019年大年初一,他回到大冶老家农村过年,当日下午,村里人还沉浸在过年的喜悦中时,突然一声刺耳的呼叫声打破了祥和的氛围。

“失火了,快来人……”当村民纷纷循着声音跑上前去时,发现一户村民家中浓烟滚滚。原来这户人家有一个患有老年痴呆症的太婆,当日下午在做饭时,忘了关掉煤气灶,导致厨房发生了火灾。

看着滚滚的浓烟从屋内散出,所有的人都不敢上前救火,因为大家都知道,这户村民厨房还有两个煤气罐,而且其中一个还没有关掉阀门,随时可能发生爆炸。为了消除隐患,刘云峰用衣服包住面部冲进屋内,摸索着找到煤气罐的位置,顾不得生命危险,将两个烧得烫手的煤气罐拧了出来。

当他走出火场时,这户居民的家属称,其母亲还在厨房餐厅内。为了救人,刘云峰再次与同村一名青年一起冲进火场,在屋内找到坐在桌前吃饭的大婆并抬了出来。

2021年,刘云峰回村途中,发现一家企业着火了,这家企业在这里办了一个老年活动中心,里面居住的全是上了年纪的老人。他一边报警一边同企业的员工和附近的村民一起,在消防人员未赶到之前,及时从厨房搬出了十多个煤气罐,消除了隐患。

记者了解到,每年劲牌公司都会号召员工参加社会公益活动,从2011年开始,刘云峰会主动献血,到目前他前后已捐献了8次,共献血3100毫升。

勇救溺水者

“如果再晚几分钟,其中一个年龄较大的

人就沒救了。”今年42岁的陈俊华是劲牌公司营销中心品牌中心品牌推广部总监。他介绍说,2006年在华中师范大学毕业后应聘到了劲牌公司上班。

陈俊华回忆起2022年的一次救人经历至今仍心有余悸。当年8月9日,他休年假后和好友邹伟一起带着妻儿去黄山旅游。

当日下午3时许,他们驾车返程时,行驶到三棵松景区的一处河边,由于天气炎热,看到路边清澈的河水,两家人便停车带着孩子在河边玩水。

“以前是枯水季,很多地方的河床都露出了水面,很多游客都在玩水。”陈俊华介绍,当他们玩得正开心时,突然听到有人呼喊:“有人落水了,快救人!”由于距离落水者比较远,听到呼喊声,他便和邹伟一起迅速跑了过去。

虽然河水有3米多深,但清澈见底。在一处深潭中,陈俊华发现水中有两名男子正在挣扎。其中一人很快就失去了意识,抽搐了几下后慢慢沉入了水底。岸上的人看到这一幕惊呆了,但却没人敢下水救人。

原来,在事发前,一名40岁左右的男子玩水时,不慎滑进深潭中,另外一位年轻的男子下水救人时,被那名落水者一把抓住,不但没能救人成功,自己也置于险境。所以,岸上的人再也没人敢下水救人了。

看到眼前的一幕,陈俊华和邹伟似乎有一种默契,两人立即跳进水中,分开游向被困的两人。“当时救人要紧,也没时间考虑其他的事情。”陈俊华说,他和邹伟两人的水性比较好,很快就将两人救上了岸。年轻的男子被救上岸后,吐了几口水还算清醒,那名中年男子却陷入了昏迷。经过紧急施救,中年男子慢慢苏醒了。

两人救完人后,就带着家人悄悄离开了现场。

回家后,劲牌公司得知两人的救人事迹,按照《劲牌公司好人好事奖励管理办法》分别给予见义勇为先进个人荣誉称号及2000元的现金奖励。

像张亚方、刘云峰和陈俊华这样的人在劲牌公司还有很多很多。

“劲牌文化,用一个字来讲就是‘正’,它是企业价值之源、立企之根、生存之本。”劲牌公司党委办公室主任夏小威介绍,劲牌公司经过七十多年的发展,形成了以“正文化”为核心的企业文化体系。“做正直的人,做正义的事”,是劲牌正文化的朴素内涵,是劲牌健康可持续发展的根本保证。

在正文化的引领下,劲牌将用户友好、客户友好,员工友好和社会友好型企业理念融入企业建设,以责任担当诠释“正直”与“正义”的深刻内涵。劲牌人以“正”为魂,以“友好”为行,推动企业与社会、自然和谐共生,为美好社会建设爱心接力。

“劲酒虽好,可不要贪杯哟!”正如劲牌公司的这句广告语一样,不仅温馨提醒消费者适度饮酒,更体现了企业对消费者健康的深切关怀与积极负责的态度。

上海宝冶永钢超高强项目获得张家港市B类质量工程项目认定

6月12日,捷报传来,由上海宝冶承建的超高强度高韧性特殊钢生产研发项目主厂房工程荣获2025年江苏省苏州市张家港市B类质量工程项目认定。该项目位于江苏省苏州市张家港市永联工业园区内,主厂房建筑面积102096.01平方米,建筑高度23.65米,结构最大跨度42米。

项目实施过程中,项目团队严格把控工程质量,积极与业主、政府部门沟通协调,第一时间启动报奖认定工作。此次获奖是对项目质量的充分肯定,同时也是各方共同努力的结果。工程技术公司项目团队表示,将以此为契机,继续发扬工匠精神,精益求精,不断提升施工技术与管理水平。

(杨阔)

晋能控股煤业集团消防实战演练上演“空地协同”大戏

6月13日,刺耳的警笛骤然撕裂晋能控股煤业集团综合办公楼前的宁静!滚滚浓烟如黑龙般从九楼窗口翻腾而出——一场惊心动魄的高层建筑灭火救援实战演练震撼上演。这正是集团消防大队紧扣“人人讲安全,个个会应急——查找身边安全隐患”主题,为数千名职工奉上的沉浸式安全“必修课”,以真火真烟锤炼应急真功夫。

烈焰浓烟砺精兵,生死时速显担当

“火情”突袭!刺鼻的焦糊味瞬间弥漫,橘红色的火舌在九楼窗口狰狞舔舐。尖锐的警报声穿透楼层,楼内员工反应神速:报警电话接通的同时,疏散指令已通过广播急促下达。人们用湿毛巾紧捂口鼻,沿着安全通道紧张而有序地弯腰撤离,脚步声在楼梯间汇成急促的鼓点。

几乎与警铃同频,数辆消防车如红色闪电般呼啸而至,消防指战员如离弦之箭跃下战车。巨大的高喷消防车昂首挺立,粗壮的水龙咆哮着直刺火魔心脏,高压水柱瞬间压制住向上蔓延的凶猛“火舌”,蒸腾的水汽在阳光下折射出数道小彩虹。与此同时,数名身着厚重防火服、背负沉重呼吸器的搜救队员,义无反顾地冲入



●空地协同立体作战正在上演。

被浓烟封锁的楼宇内部。强光手电的光束在昏暗的走廊中晃动,他们逐层搜索,破除障碍,最终在预设的“被困点”成功发现并救出“伤员”。当最后一名“被困者”被安全转移,现场紧绷的弦才松弛下来。演练硝烟未散,消防队员们抓住这鲜活的“教案”,结合惊心动魄的救援场景,向惊魂未定的“亲历者”和围观职工发放资料,讲解逃生要点和灭火常识,让安全意识在真实的冲击中深深烙印。

科技零距离,硬核装备亮锋芒

演练区外,装备展示体验区和科普区同样



●搜救队员正冲入事故楼宇开展救援。

人头攒动,科技感爆棚。灭火机器人、热成像仪、液压破拆工具组、强力排烟机、各式特种防护服……8大类、百余件套平日难得一见的高精尖装备列队待检,无声诉说着守护生命的力量。

消防讲解员化身“科普达人”,不再照本宣科:只见液压扩张器在他们手中仿佛有了生命,“咔嚓”一声轻响,变形的车门被轻松撑开;无齿锯高速旋转,火星四溅中,钢筋应声而断,切口光滑如镜;厚重的隔热服、密闭的防化服被快速穿戴演示,汗珠瞬间滚落,让围观职工真切感受到“逆行者”在高温与危险中的那份沉甸甸的担当。

毫厘见真功,“空地协同”撼人心

令人屏息的环节莫过于消防指战员带来的精湛技能展示,现场惊叹声此起彼伏。在灯泡上切割铁丝,只见消防员屏息凝神,高速旋转的锯片在灯泡表面悬丝游动,火花轻溅间铁丝断落,灯泡完好无损,精准度令人拍案!液压剪这双“钢铁巨手”既能瞬间剪断粗壮护栏,又能稳稳夹起小小的乒乓球,力量与精细的完美结合赢得满堂喝彩。纵深灭火操行云流水,水带铺设、接口连接、阵地推进一气呵成;复杂的消防结绳在他们指尖翻飞如蝶,迅速结成牢固的生命索。

引爆全场沸点的当属无人机灭火演示。旋翼轰鸣,消防无人机如猎鹰腾空,直扑“火点”。高压水柱如银色利剑“点对点”精准刺下;灭火弹凌空投掷,“嘭”声闷响,白色药剂瞬间覆盖“火魔”。更令人叫绝的是,它搭载的高清摄像头实时将火场态势画面传回指挥中心,如同高悬的“天眼”,为地面救援力量提供精准情报。无人机与地面消防车、消防员紧密联动,空中水龙倾泻,地面攻势如潮,一场现代感十足的空地协同立体作战”震撼上演,科技赋能的强大战斗力展现得淋漓尽致。

七十载守护,安全筑根基

始建于1953年的晋能控股煤业集团消防大队,这支358名忠诚卫士组成的铁军,七十余载风雨兼程,始终是企业安全最坚实的脊梁。从烈焰火场到抢险一线,他们以血肉之躯筑起生命屏障。累计出警4423起的光辉战绩,是用专业、勇气与汗水浇筑的安全丰碑,为企业行稳致远打造了最可靠的“防火墙”。

大队长高鹏:让安全成为本能

“安全生产月是号角,更是新起点!”活动后,大队长高鹏目光如炬,话语铿锵,“目标只有一个:让安全理念深植每位职工心底,让应急技能淬炼成每个人的本能。我们将持续推动消防宣传沉入一线、落到班组,用常态化培训和贴近实战的演练,点燃全员‘关注消防、参与消防’的热情,为企业高质量发展锻造坚不可摧的安全之盾。”

这场融合了烈焰考验、科技炫酷与精湛技艺的消防盛宴,以强烈的感官冲击和沉浸式体验,成功将“生命至上、安全第一”的信念烙印在每位参与者心中,为晋能控股煤业集团的安全稳定注入了澎湃动能。

(刘瑞 杨仁宇)

10秒开方、偷换包装……记者调查处方药线上销售乱象

编者按:
伴随互联网医疗蓬勃发展,线上购药因便捷高效已成为不少患者的新选择。然而,部分电商平台处方药销售乱象频发,严重威胁消费者用药安全。

中国新闻网《民生调查局》记者调查发现,在多家电商平台网售处方药过程中,患者无须上传病历、处方等资料,“医生”在缺乏实质性医疗评估的情况下“秒开”处方,甚至存在“先药后方”现象。此外,部分在线诊疗平台的处方药销售页面还存在违规展示、超适应症宣传和销售未获批药品的情况。

乱象一:处方审核形同虚设,“先药后方”成潜规则 实测:10s,从问诊到开处方

“秒开”处方、“先药后方”……近日,记者登录多家电商平台,提交购药申请,实测了线上买药的全过程。

记者发现购买处方药的流程异常简便,消费者无须上传病历、处方等资料,在线医生“对症下药”秒回复、缺乏实质性的医疗评估。

记者在某平台下单处方药玛巴洛沙韦后,平台提示“请选择线下已确诊疾病”。记者仅在

“疾病栏”选择了“流行性感冒”,并确认“已确诊此疾病并使用过该药,且无过敏史、无相关禁忌症和不良反应”。很快,记者的购药订单通过了验证。

提交清单后,系统跳转至问诊板块。系统显示一位汉中百寿健康互联网医院“医生”已接诊,并发来一段固定内容:“您好,我是医生xx,已收到您的开药诉求,正在为您诊断开方,预计1分钟内,请不要离开。”“请问您是否还有其他信息需要补充?如无,我将依据您的病历资料开具处方。”“是否在医生指导下用药?在使用该药品过程中是否有过敏和不良反应?”

记者全程无任何回复,医生瞬间将处方开出,并发来用药建议,该问诊对话随即结束。从问诊到开方,仅仅10秒。

在另一个外卖平台上,购药则更加“便捷”。记者在一好药师大药房下单奥司他韦等处方药过程中,“在线开方医生”在未向记者确认是否已在线下医院首诊,以及未询问疾病史的情况下,就已经跳转到付款页面。

完成付款不到半分钟,就显示有骑手接单。记者发现,电子处方已自动生成,病症描述写为“咽炎”“流行性感冒”,从而使处方匹配;病例信息一栏,则自动显示无过敏、无家族病史、肾功能正常等信息。

夜间开方也无限制。记者分别在凌晨1点、4点线上下单,此时开方速度与白天无异,

互联网医院医生“秒接单”,处方也是“秒开”。

北京中医药大学卫生健康法治研究与创新转化中心主任邓勇表示,为了确保患者用药安全,现行《处方管理办法》《医疗机构处方审核规范》均明确规定,医师在诊疗活动中为患者开具处方后,药师要进行审核。

“现实中,一些平台选择‘AI开处方,客户直接取药’的模式,跳过传统的处方开具、审核环节,把开方直接变成了‘卖药’。这类行为严重违反我国药品管理规定,也给患者用药安全埋下了隐患。”邓勇说。

乱象二:违规展示处方药信息,偷换包装销售非法药品

中新网记者调查发现,部分在线诊疗平台的处方药销售页面存在违规展示的问题。

根据国家药监局规定,药品网络销售平台网站(含应用程序)首页、医药健康行业板块首页、平台商家店铺主页,不得展示处方药包装、标签等信息。通过处方审核前,不得展示或提供药品说明书,页面中不得含有功能主治、适应症、用法用量等信息。

然而,记者实测发现,在多家直播电商平台搜索“司美格鲁肽”等处方药时,其包装、标签等信息仍被直接展示在销售页面,且未与非

处方药区分标注。点击页面,可通过包装图片看到适应症、用法用量等信息。

此外,记者调查发现,部分平台上的商家还存在处方药超适应症使用宣传,多家药房通过篡改药品包装、名称等方式违规销售未获批药品的情况。

例如,复方利多卡因乳膏作为局部麻醉药物,其获批适应症主要用于皮肤表面麻醉(如浅层外科手术、针刺刺等),但近年来在电商平台上被商家大量宣传为“降低敏感、房事延时”的男科用药。

根据《药品网络销售监督管理办法》,通过处方审核前,不得展示说明书等信息,不得提供处方药购买的相关服务。但复方利多卡因乳膏、盐酸利多卡因凝胶在电商平台一些商家的销售页面被包装为“房事延时”产品,直接标注“男科疗效”等超适应症宣传,并公开说明用法。

“处方药需要在医生指导下使用,杜绝盲目自我药疗。”多位医生向中新网记者表示,国家药监局尚未批准复方利多卡因乳膏可用于治疗轻至中度稳定性寻常型银屑病。

然而,多家直播电商平台所销售的“本唯抑菌乳膏”包装和“本维莫德乳膏”高度相似。商家将原药品包装上的商标替换成“某某堂”,并标注“新批次、新日期、新包装”,宣称产品从

“本维莫德乳膏”升级“本唯抑菌乳膏”,同时说明书内容将正品主要化学成分改为中药成分,并突出“治疗银屑病牛皮癣”等疗效表述。

记者查询国家药监局官网,并未找到本唯抑菌乳膏获批上市的相关信息。

河南泽楷律师事务所主任付建认为“本唯抑菌乳膏”涉嫌销售假药,其名称、包装与“本维莫德乳膏”高度相似,存在混淆消费者视听、虚假宣传疗效的嫌疑。“根据规定,药品名称的变更和标注必须经过严格的审批程序,任何未经授权的更改都是不被允许的。”

付建指出,该行涉嫌多重违法:其一,擅自使用与正品高度相似的名称及包装,违反反不正当竞争法第六条“禁止仿冒有一定影响的商品标识”之规定,构成不正当竞争;其二,替换原药品商标可能侵犯商标权;其三,违规销售未获批药品违反药品管理法,若产品实质为假药,商家最高可面临货值金额30倍罚款或刑事责任。

此外,根据《药品网络销售监督管理办法》第十七条规定,第三方平台应当加强检查,对入驻平台的药品网络销售企业的药品信息展示、处方审核、药品销售和配送等行为进行管理,督促其严格履行法定义务。

付建表示,第三方平台若未对入驻药房的药品销售行为尽到严格的审核、监测和管理义务,放任违规药品在平台上销售,需承担连带责任。

(赵方圆)