

新奥集团“线上+线下”畅通职工心声传递渠道

■ 郭成 秦艳丽

“静电已释放……”前不久,随着山东聊城新奥燃气有限公司金奥门站的静电释放器响起,该公司一号位(总经理)王昌健开启了他以“学徒”身份全程参与门站设备巡检之行,用脚步丈量一线,以实践感知基层。

“开发区大工业用户的用气峰值集中在哪个时段?近期负荷波动有何特点?”在分析气量监测数据时,王昌健针对曲线中呈现的用气规律,当场与值班人员、调度中心联动沟通,迅速敲定系列保障举措,确保居民生活不受工业波动影响。

这是新奥集团工会为保障职工心声落实到企业管理,推出的“一号位学徒日”活动缩影。如今,该集团各分公司一号位(总经理)都要定期深入基层,了解基层业务开展情况,倾听一线职工意见建议。通过亲身体验,精准捕捉设备运行瓶颈、流程执行难点与用户真实需求,为后续决策提供鲜活依据。

在“一号位”带头“沉下去”的同时,该集团工会还推行“一号位接待日”,把一线职工请到一号位、党委书记、工会主席办公室,面对面交流。

7月11日,石家庄新奥燃气有限公司工会主席范凯,在办公室接待一线职工,面对面听取职工对公司制度、经营管理等方面的意见建议,以及在职业成长、公司发展、安全、服务等方面遇到的问题。

“我们的‘一号位接待日’活动,自2020年8月开展以来,累计开展51期,接待职工32人次。每次活动由总经理、党委书记、工会主席轮流负责,将职工诉求纳入月度议事日程,让沟通渠道更畅通、更日常。从预约流程、接待对象、负责接待领导到受理事项,再到群体代表机制和保密规则,规范、细致、可执行;根据不同的事项,明确‘当场答复’‘限期处理’‘企业统筹处理’的反馈原则,确保职工诉求有回音。”范凯说。

在开展“一号位学徒日、接待日”面对面对职工心声的同时,新奥集团工会通过建设多维度的沟通网络,保障职工有畅通的心声传递渠道。

9月9日,新奥集团党委副书记、工会主席王金峰表示:“新奥工会从2016年开展职工心声调研,线上以问卷调研的方式向新奥全体职工推送;线下调研以线上调研为基础,选取代表性企业组成调研组,到企业进行面对面对谈。2016年至2024年,线上调研153193人次,线下共调研231家企业和组织(含重复调研企业和组织),访谈座谈5295人,收集职工意见建议过万条,解决率78%。”据了解,在2023年底的心声调研中,新奥新智科技有限公司职工在学习、培训、能力提升方面的需求很多,2024年新奥新智以提升数智安全基础能力为目标,围绕产品生命周期

数智安全能力全场景,探索数智比武模式,完成1.0版本数智比武平台能力、专家库和题库资源建设以及运营模式打造,提升数智团队安全技能,助力业务创值。2022年底泉州市燃气有限公司工会在心声调研中,职工反映希望公司能够帮忙解决子女入学难的问题,该公司组成专项工作小组,建立了规范的职工子女入学机制,2023—2024年,共为19名职工子女解决就学问题。这些解决职工心声的举措一经实施,获得了广大职工的欢迎和赞扬。

在王金峰看来,数智时代的到来,思维、方法、工具的转变,带动了职工工作场景和诉求的变化,新奥集团工会灵活运用数智化手段,探索创新保障职工民主权益的新方法、新路径;建立移动智慧办公平台iCome,广大职工既可通过平台,了解经营管理、重点项目推进等企业发展情况,又可以了解学习培训、职业发展、薪酬补贴等与自身息息相关的信息,更好地参与企业经营,规划个人职业生涯。iCome中设置“TA说”模块,职工既可以展示所在公司的业绩,也可以表达意见建议;既能展示自己的特长,还能为他人点赞,成为分布在天南海北的4.5万名新奥职工工作社交“朋友圈”。

今年,该集团工会贯通线上线下工作场景,搭建集赋能、教育、互动、学习、关怀为一

体的数智平台——新奥职工家园,为全体职工提供更简便、更智能的全方位服务,开辟线上职工心声渠道。

为激发职工建言献策的热情,新奥职工家园平台建设“职工心声”模块,集团下属各级工会都可以通过平台收集和處理职工心声,实现了职工心声的“收集—分析—处理—反馈”全生命周期闭环推进,确保事事有回音、件件有着落。

“今年6月,工会通过‘新奥职工家园’线上渠道收到职工意见建议6条,涵盖加气站安全和品牌管理、职工技能提升与晋升、夏季高温时段一线工作时间调整等。我们召集相关部门召开沟通会,确定对接人和解决时限后,在线上进行派发。相关责任人在规定时限内解决完,并把解决情况录到平台,实现心声从收集到反馈的闭环。”廊坊新奥燃气有限公司工会主席程建平说。

“民主管理是工会的一项重要任务,是工会保障劳动者权益的基石。”王金峰表示,“一直以来,新奥集团工会始终视职工为企业最大的财富,通过多种方式,让职工全面了解企业发展,方便参与经营管理,切实保障职工的知情权、参与权、表达权、监督权等一系列合法权益,激活职工创造创智创值的激情,增强了职工的成就感、荣誉感和获得感。提升职工主人翁地位,构建和谐企业。”



会里会外看东博会 一碗粉 销万里

在第22届中国—东盟博览会上,柳州螺蛳粉因其独特风味而风靡南宁国际会展中心,现场烹饪的、熟食包装的螺蛳粉受到国内外食客

的广泛青睐。柳州螺蛳粉是广西特色传统美食。2021年,柳州螺蛳粉制作技艺被列入第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

2015年初,柳州市提出螺蛳粉“产业化、标准化、品牌化、规模化”发展理念,用工业化理念推动螺蛳粉全产业链高质量发展,螺蛳粉产业由此开始进入快速发展期,产品远销东盟、欧美等数十个国家和地区,小小螺蛳粉实现了由“地方小吃”向“国际产业”的转变。2024年,柳州市螺蛳粉全产业链销售收入超过750亿元。图为9月17日,在南宁国际会展中心一家螺蛳粉企业展位,参观者在品尝柳州螺蛳粉。

新华社记者 张爱林 摄影报道

一盏清茶慰艰辛 巷道深处有温情——阴湾煤矿疏导“情绪堰塞湖”侧记

■ 本报通讯员 李继峰 胡伟

“身在异乡为异客,每逢佳节倍思亲。”中秋和国庆的脚步渐近,在这片远离皖北故土的矿山,一千多年前王维的诗句依然道不尽当代矿工的心事。一种无声的情绪在巷道深处悄悄蔓延,矿工们的思念,像井下的风,绵长而潮湿。紧张、焦虑、烦躁、恍惚……这些情绪织成一张看不见的网,缠绕在许多矿工职工结实却柔软的心头。

中煤三建阴湾煤矿的党组织敏锐地察觉到,每逢佳节,这群常年在深井工作的职工格外容易情绪波动。思乡之情无处排解,便化作工作中的思维不集中、遇事易怒、对什么事都提不起兴趣。面对这一“情绪周期”,车间支部没有回避,反而迎难而上——他们把一间普通办公室改造成温暖的“音乐茶室”,取名“聊家常”,让它成为矿工们情绪的“出口”,心灵的“港湾”。

走进茶室,舒缓的轻音乐如清泉流淌,墙上徽派山水画勾勒出故乡的模样,舒适的座椅旁摆放着热茶和点心。这里没有井下的机器轰鸣,只有温暖的氛围和真诚地倾听。工友们三三两两聚在一起,品一口家乡茶,说几句心里话,紧绷的神经在茶香中渐渐松弛。

项目部党支部建立起一套细致的沟通机制:党员干部每月分班次,按季重点谈,每年全覆盖谈,让“聊家常”成为常态。在这里,他们发现了一位因父亲去世而变得沉默寡言的老工人,每天除了班前会答“到”,几乎不再开口。党支部安排党员干部一次次坐在他身边,不急不躁,听他慢慢倾诉。工作中,大家有意识地维护他的自尊,发掘他的特长,用“少批评多表扬”的方式帮他重拾信心。渐渐地,笑容重新回到他的脸上,见面会主动打招呼,工作时也愿意和工友交流了。

“情绪问题不是小事,若不及时疏导,可能发展成严重的心理问题。”项目部党支部书记张猛说。他们抽调13名政工干部组成心理疏导组,经过专业培训后,定期深入车间、井下面、运输线,主动寻找那些“不对劲”的职工,面对面谈心,教他们自我调节的方法,帮助卸下心理包袱。

这个“出气筒”不仅疏解情绪,更解决实际问题。在聊天中,支部了解到综采原煤系统清理废旧铁器一直靠人工搬运,既费时费力又不安全——这个问题职工反映了多年却始终无解。党支部组织技术骨干现场蹲点观察,最终设计出一条专用除杂通道,用专用车辆运输,降低了职工的劳动强度,彻底解决了这个老难题。

在安全管理中,“聊家常”也发挥着独特作用。面对“三违”人员,不再是一罚了之,而是请到茶室,一起分析违章可能造成的后果,重温操作规程。新修订的“三违”管理办法变“严管重罚”为“严管轻罚、重教轻惩”,即便罚款,只要一段时间不再违章就会全额返还。这种“明理顺情”的方式,让职工心服口服。

围绕提升煤炭质量这一生命线,支部每月在茶室组织质量分析会,请岗位能手谈流程、讲体会,集体攻关质量难题。多年来,尽管地质条件变化、煤质波动,但通过群策群力,车间始终保质保量完成生产任务。

“小茶室”变成了温馨的“出气筒”,不仅疏通了情绪,更连通了人心。它用最朴实的方式告诉我们:思想工作从来不是高高在上的说教,而是蹲下身来的倾听;难题问题的解决,往往就藏在职工最真实的诉求里。在这里,每一句唠叨都被重视,每一个心结都被温柔化解。

山东能源蒋庄煤矿:在宣教中聆听安全的回响

■ 本报通讯员 李平

“大家在使用灭火器时要牢记住灭火‘提、拔、握、压’四字操作口诀,注意要站在上风口,对准火焰根部喷射,直至火焰熄灭……”近日,在山东能源蒋庄煤矿集团蒋庄煤矿开展的消防安全能力提升大讲堂上,消防队负责人现场演示了灭火器和消火栓等消防器材的正确使用方法。

今年以来,蒋庄煤矿将安全宣教作为守护矿井安全生产的“第一道防线”,紧盯重点宣传人群,围绕安全技能、安全承诺等方面,开展了丰富多彩的安全模拟体验、安全知识讲座、安全承诺等互动环节。让职工在寓教于乐中提升安全意识,为安全生产筑牢“思想根基”和“能力防线”。

该矿将安全宣教作为有力抓手,组织人员深入各单位进行调研摸排,了解各单位职工关注的热点话题,制定宣教“菜单”,这些“菜单”不仅涵盖安全承诺、消防安全等专题内容。此外,每个专题还配备了生动鲜活的案例、图表和动画,使安全宣教更加精准、有效。

“矿兴我荣,矿荣心安,矿山的安全是我



们头顶的天,安全的承诺刻不容缓,安全的誓言坚如磐石……”随着一首原创歌曲《安全的承诺》的响起,一场“摒弃侥幸心理 规范安全行为”安全宣教活动在各基层单位拉开帷幕。

在安全倡议环节,宣讲员宣读了“摒弃侥幸心理 规范安全行为”主题教育实践活动倡议书,句句直抵人心的安全话语,让职工从思想根源杜绝侥幸心理,以行为规范保障生产

安全,号召全体职工认清安全形势,克服侥幸心理,严格遵守安全规章制度,共同营造安全稳定的工作环境。

“作为一名重介浮选工,我郑重承诺:上标准岗,干标准活,严格遵守安全规程,精细巡查设备隐患,精准调控重介指标,确保洗煤安全生产。”

“作为新入职大学生,我郑重承诺:迅速

川渝大地闪耀“石油红” 重庆气矿荣获四川省企业文化建设多项殊荣

构建企业文化体系,大力弘扬石油精神,为西南油气田公司上产500亿提供强大的文化支撑和精神动力。重庆气矿创新构建“1124”企业文化阵地,推动劳模和工匠人才创新工作室迭代升级,组织实施“传承石油精神 聚力担当奋进”两讲两学活动,为员工补足精神之钙。气矿展厅投入使用后,已接待内外参观者约1500人次,凭特色陈列展示,赢得行业内外高度赞誉,化作气矿形象彰显的“亮丽名片”。

今年7月,重庆气矿劳模和工匠人才创

新工作室正式开馆,其智能交互体验、立体知识输出、高效联动模式,收获重庆市总工会和行业内外一致好评,成为群众性创新创效实践与产业工人队伍建设改革的样板。

此外,重庆气矿借助多元平台,开展集团公司《企业文化手册》《品牌手册》以及油气田公司《企业文化手册》的宣贯,使石油精神文化融入班组,让员工吸纳文化养分,汇聚拼搏实干的能量。

重庆气矿还狠抓基层文化培育,机关党委踊跃与基层党支部开展结对共建与党建

“温州味道”绵延四溢 “瓯菜文化”历久弥新

■ 朱健

记住一座城,往往从美食开始。近日,一对浙江温州籍华侨夫妇用短视频记录和关注的温州美食在异国他乡传播,让广大网友通过视频看到了漂洋过海的“温州味”。

温州地处东南沿海地区,拥有丰富的海洋资源。这里的海洋文化、商贸文化和民俗文化交相辉映,共同塑造了温州独特的美食文化。葱油黄鱼、三丝敲鱼、杯溪香鸭、江蟹生、糯米饭、杏仁腐、鲜肉馄饨……从经典瓯菜到地方特色美食,再到市井小吃,这些富有区域特色和地方文化的味觉记忆菜品,都是温州人舌尖上的乡愁密码。

在温州鹿城,无论是海鲜的鲜甜、米面的清香,还是传统糕点的软糯,都能在街头巷尾找到最本真的滋味。在温州洞头,紫菜与猪肉的相遇是一场“山海协奏曲”。精选东海紫菜干与鲜嫩猪肉反复揉搓成团,蒸熟后紫菜的咸鲜与油脂的醇厚交织,咬开瞬间,海风与田园的气息在舌尖共舞。在温州永嘉,外皮金黄的永嘉麦饼,梅干菜的咸香与猪肉的香味完

美融合,让人越嚼越香。在温州苍南,薄如蝉翼的燕皮馄饨,汤清味醇,一口下去,皮滑肉鲜,是扎实功夫换来的极致鲜美体验……

独树一帜的温州美食不仅承载着温州人的乡愁与记忆,而且向世人展示着温州独特的饮食文化与风土人情。

温州古称东瓯,因此,温州菜也被称作瓯菜。作为我国八大菜系浙菜的一个重要流派,瓯菜承载着瓯越先民“靠海吃海”的饮食智慧,以海鲜为主,烹饪方法轻油轻芡,重刀工,口味清鲜淡雅,烹调讲究,细巧精致。从江蟹生的鲜辣爽口,到鱼圆汤的柔滑弹嫩,每一道瓯菜都是流动的地域文化密码。据统计,目前温州已成型的瓯菜种类达250余个,有46个瓯菜名典收录于《中国菜谱》,瓯菜烹饪技艺也入选了省级非遗名录。

“温州的美食特别传统,我们想让温州美食能够有更多的文化内涵,让市民游客从温州美食里体验与众不同的味道。”温州市文化广电旅游局党组书记张志宏说。

一直以来,温州市委、市政府高度重视温州餐饮业的发展,也相继出台了助力发展的政策举措,并取得了系列成效。如温州市文旅部门深入实施“百县千碗·瓯味百碗”品牌建设,逐步完善“百县千碗”美食菜品体系,培育一批“百县千碗”美食市场主体,加大“百县千碗”美食品牌宣传,推出一批以“美食”为核心吸引物的优质旅游产品,持续推进“食旅融合”;温州市商务部门深化“鲜味温州”品牌建设,组织开展了“味美浙江 鲜味温州”餐饮消费欢乐季、“味美浙江”浙江年货节、浙菜经典争霸赛、城市地标美食评选,持续推出世界瓯菜万人宴等形式多样的消费促进活动等。

截至目前,温州市共创建“味美浙江·百县千碗”省级美食体验店96家、“味美浙江·百县千碗”省级美食街区2家、“味美浙江·百县千碗”省级美食旗舰店2家,相继斩获浙菜经典五星金牌、四星金牌等荣誉7项,温州酒饭、温州敲鱼等42个美食获评城市地标美食。



2025年,温州还将“争创世界美食之都”写入政府工作报告,吹响了瓯菜文化“复兴”运动的号角。同时,温州计划通过美食节、美食博物馆等推广活动,提升温州菜的知名度,打造区域美食品牌,促进餐饮、旅游、文化等产业的协同发展,实现瓯菜走向世界的愿景。

“特色美食已经成为一座城市十分重要的旅游吸引物和十分具象的文化展示窗口,也是一个‘网红’城市竞相出圈的流量‘密码’。”温州市文旅部门相关负责人表示,温州将以创建“世界美食之都”为契机,打响“世界的温州、美食天下鲜”城市品牌,壮大文旅消费集群,持续推动温州美食走出温州、走向世界。

(温州市文化广电旅游局/供图)