

孙疃矿突出正向激励 强推体系建设上台阶

今年1月，安徽淮北矿业集团孙疃矿突出正向激励，重创建、严考核，强势推行安全生产标准化管理体系建设，矿井安全效果、生产组织、经营效果呈现“三好”。

创建要素品牌。2024年，该矿坚持体系统领地位不动摇，对体系工资进行切块管理，并推行千分制考核，月考核、月兑现。把安全质量要素作为体系的“塔基”工程，常态化开展标准化创建，并把“重创建”作为一季度“思想、作风、管现场、重创建”安全活动的重要组成部分。鼓励各单位紧扣一个或多个要素靶向发力，深化内涵，提高档次，拓展广度，形成特色品牌。全矿坚持“实、用、推”原则，以召开推介会的形式推广发布，实现优质资源共享。月度成功召开要素品牌创建推介会的，给予单位体系加10分。1月23日，运输二工区以95.23分成功通过“智能建设显成效、零散作业不零散”要素品牌推介，也是新年该矿推出的第一个要素品牌，既有了“面子”又得了实惠。

突出自主管理。为全面打通体系“最后一公里”，该矿鼓励全矿上下积极参与，主动申报安全自主管理科区、班组、岗位创建。月度被矿评为安全自主管理科区的，且体系考核达到920(含920)以上，体系工资上浮20%；评为安全自主管理班组的，体系工资上浮20%。每月，综合“4+1”岗位操作流程、“手指口述、安全确认”等多个方面，开展先进单位评选，第一名给予体系加10分，第二名体系加8分，第三名体系加5分。体系办还组织相关部门负责人加强对申报安全自主管理科区的帮扶和指导，以争创集团公司自主管理示范科区。对于季度申报集团公司标杆专业(要素)、自主管理示范科区、示范头面并积极创建的，除获得集团层面奖励外，矿将给予当月体系加10分；验收成功的给予体系加20分。

加大激励力度。为激励广大职工自愿投入到创建活动当中，该矿专门在井下开展职工捡拾垃圾兑换礼品活动。活动中，职工只需凭借在井下捡拾来的口罩滤棉、塑料袋、食品包装袋、饮料瓶等垃圾，就可在井口超市兑换牙膏、毛巾、洗衣液等生活用品。在下一步创建工作当中，该矿又配套推出了《示范工程创建体系标准》，创建类型包括重点难点区域创建、采掘系统创建、皮带、架空乘人器等各类系统，硐室创建等7个方面。创建成功并通过考核的，对照相应兑现标准，可分别获得10万元、5万元、2万元、1万元等不同的市场化专项奖励，以此激励全矿各单位持续保持高热创建模式。

(张雯)

中能“灯谜”主题 餐厅，溢出别样的 诗情画意



2月24日上午，陕西中能煤田有限公司在员工生态餐厅开展了“庆元宵 保安全 共团圆”主题活动，邀请矿区的职工家属走进“元宵灯谜”主题餐厅，共享猜灯谜、学知识、品年俗，喜迎元宵佳节。

“江边留半影，纵横结相思，这句诗的谜底应该是澎！”李一冉小朋友和哥哥围着灯谜条，一口便猜出了谜底，接过精美的礼品，李一冉的脸上乐开了花，也引得围在身旁的小朋友投来羡慕的眼光，现场的气氛热烈而又温馨。

跨过潺潺流水的小桥，一串串火红的龙年挂件、一张张精美的灯谜条，让现场的元宵节氛围瞬间“满满”。具有时代感的谜语涵盖到民俗文化、古典诗词、廉政建设、环境保护、安全生产等五大部分内容，活动既能让参与者展现学识，又能让大家在游戏中感受到传统文化的魅力和牢记安全生产的初心。

“今年的元宵节活动现场，让我有一种穿越感，好像又回到了小时候的岁月。”综合体的党建文化员王宇霄颇有感触。他说，今年是公司建设幸福中能年的起始年，只有我们大家同心协力搞好安全生产，才能有诗与远方的憧憬。

据了解，这次“猜灯谜”主题餐厅活动现场，除了有猜灯谜、领礼品等互动活动之外，还组织了包汤圆、滚汤圆亲子活动。每年元宵节晚上的焰火表演也是保留节目，通过普及民俗文化和安全操作知识，让大人小孩都能感受到节日的喜悦和企业发展带来的收获与满足。

(王惠武)

格珍别样春节背后的故事

■ 许强

近日，一则新春走基层主题新闻——“湖北黄石：格珍的别样春节”，受到媒体的广泛关注。

格珍，来自西藏山南市扎囊县。得益于鄂藏两地搭建的组团式市场化就业援藏政策，2021年从西藏民族大学毕业后，她被劲牌公司录用。刚入职，格珍对新环境、新工作不熟悉，压力很大。同一部门的柯常山给了她极大的鼓励和支持，生活上两个人也互相关心。经过一年多的相处，两人彼此信任、互相托付，于2023年12月30日举行了婚礼。

今年春节是格珍婚后的第一个春节，她与柯常山商量后，选择留在当地过年。虽在异乡，年味一点都不少。“年前岳父母就从西藏寄来了不少牦牛肉、酥油、糌粑。”柯常山说，“按照藏族年俗，妻子还第一次做了‘古突’(一种藏式面粥)，得到全家人的好评！”过年期间，小两口还逛了当地的花市、庙会，尽情感受当地春节别样的习俗。

在劲牌工作的两年多时间，格珍发现身边的西藏籍同事逐渐多了起来，企业所在地还开起了当地第一家藏餐馆，千里之外的家长们还被邀请组团赴内地回访考察。春节期间，带着对藏族姑娘格珍这一温暖故事的好奇，笔者走进劲牌各个厂区，见到了在各条战线工作的藏族员工。

2月4日，南方农历小年过后，笔者在劲牌持正堂药业有限公司，见到了来自西藏山南市曲松县的洛桑更参。这一天，他跟平常一样，在做好年前最后一批药材原料的入库、调度、出库、清点、登记等工作后，才回到员工公寓收拾回家的行李。据洛桑更参介绍，来劲牌之前，他已在西藏山南一家公司从事物流工



● 劲牌公司藏族员工第八次座谈沟通会

作一年多，得益于政府的援藏政策，2023年入职劲牌。

与格珍、洛桑更参一样的，还有平措云旦、西热它青、白玛卓嘎等多位藏族小伙子和姑娘。他们或在大学毕业后，或是参加工作一年后受益于两地援藏政策来到劲牌。

如今，在所在部门老同事“一对一”帮带下，他们已和同事打成一片，能够独立轻松完成岗位工作。

2月5日，在劲牌公司酿造总厂车间，笔者看到他们有的正用心用眼察看车间粮糟混合后的温度情况，有的正在熟练操控上甑机机器人设备；在劲牌研究院分析测试研究中心实验室，他们有的正在对最后一批送检样品

进行检测，然后在电脑对各项数据进行分析……

据劲牌公司人力资源中心聂锦强介绍，作为湖北黄石大冶本土企业，劲牌积极响应国家援藏号召，先后于2021年6月、2021年10月、2023年3月、2023年7月四次从西藏山南市曲松县引进27名藏族大学生。

据了解，从2020年开始，湖北黄石、西藏山南两地充分发挥政府、企业“两个资源”，3年内开发就业岗位500多个，组织实习实训100多人次、创业孵化培育20多人次，稳步扩大西藏籍高校毕业生赴鄂就业创业规模。

格珍的同事平措次仁告诉笔者，前两年因为疫情管控，他和不少外地同事不能回家过

年，就留了下来。令他们没有想到的是，大年三十那天，劲牌公司领导特地准备了年货大礼包，来员工公寓看望他们，并同他们一起在劲牌贵宾食堂吃年夜饭。在元旦、元宵节，他们还参加了劲牌公司工会组织的元旦汇演、喜乐会等活动，感受到来自劲牌大家庭的温暖。

除就业支持外，劲牌公司还通过助学助教、产业发展、基础设施修建等多项举措帮助偏远地区的少数民族群众摆脱贫穷，走上致富路。

双江一中，是云南双江拉祜族佤族布朗族傣族自治县的一所完全中学。据该校校长陈亮介绍，自2014年劲牌公司在该校开设阳光班以来，以往每年大量流失的学生都重新回到了教室。目前，已有1500余名阳光学子在劲牌的资助下顺利完成高中学业，圆梦大学。

如今，在劲牌有来自全国各地回族、满族、土家族、藏族等16个民族员工在当地成家立业，他们当中已有不少人成为技术行业能手、公司业务骨干；在湖南新晃、重庆彭水、贵州毕节、新疆库尔勒、海南琼中、青海大通等地区，劲牌都开设有慈善阳光班；在宁夏中宁、甘肃岷县、广西平桂、四川凉山、新疆和田等少数民族集中地区，劲牌与当地农户共建中草药材种植基地达万余亩。

一直以来，劲牌积极履行社会责任，热心公益慈善事业。截至目前，劲牌公益慈善捐赠总额累计达31.81亿元，先后获得“中华慈善奖”(四次)、全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业奖、“全国脱贫攻坚先进集体”、“湖北省民族团结进步先进集体”等百余项殊荣。

创新资源整合 赋能母婴品牌营销新玩法 ——专访杭州利恩母婴科技有限公司创始人毛云鹏

■ 胡双双

在杭州这片充满活力的土地上，孕育了许多优秀的创业者。毛云鹏，便是其中的佼佼者，他先后创立杭州利恩母婴科技有限公司和廷希科技有限公司。他拥有硕士学位，毕业于浙江工业大学设计学院，在校期间就获得了各大省市级设计奖项，还拥有实用新型及外观专利10余项。

谈及创业之路，他直言，哪有什么一帆风顺，只有越挫越勇的一腔热血。谈及创业的初衷，毛云鹏表示：“我对设计创新一直有着追求，希望可以通过自己的努力，打造出更符合市场需求的业务或产品。”正是在这样的理念驱动下，他创立了杭州利恩母婴科技有限公司。

自利恩创建以来，便充分发挥了强强联手的最大优势。利恩母婴科技不仅在设计领域有所建树，在商业合作方面也取得了令人瞩目的成绩。毛云鹏介绍说：“我们与国内外众多知名童装童鞋以及儿童用品品牌都有合作，例如戴维贝拉、巴拉巴拉、马克珍妮等。”此外，他还透露，公司已经与全国范围内广东、浙江、湖南、江西、河北、福建等省近200家童装童鞋源头加工厂建立了稳固的合作关



系。

面对未来，毛云鹏有着清晰的规划。他表示，利恩母婴科技将继续深耕母婴产品领域，致力于成为行业的资源创新整合专家。通过创新整合资源，构建品牌童品至母婴销

售端B2B乃至源头工厂TO C端的完美中转站。

近年来，许多行业都面临着巨大的挑战。毛云鹏解释，虽然艰难，但危机之中往往孕育着转机，他及时调整战略，将目光转向了私域社群运营。他解释说：“在有限的公域流量中，如何寻找新的品牌推广增长点一直是各大品牌的心病。”利恩母婴科技通过与品牌方充分沟通，首创性地将品牌童装童鞋导入私域社群运营推广销售，这一举措迅速取得了显著成效。毛云鹏还自豪地表示：“在不乱价、不窜货以及能够稳步有序的为品牌增粉的情况下，我们基本实现了1-2个月品牌销售破百万的销售额，并能长时间稳定增长。”这一模式不仅为各大童装童鞋品牌实现了新的赛道快速覆盖和增长，也让私域KOL能合作不同的优秀品牌，同时让C端客户享受到了实实在在的品牌福利好货，以及精准的高口碑购买体验。

除了已有的各大童装、童鞋品牌方的痛点，全国范围内大大小小的源头加工厂也长期面临无单可接、工人流失、款式开发困难等瓶颈问题。毛云鹏表示：“利恩母婴科技同样在走访多家加工厂后，总结出一套创新的业务增长模式。”由利恩同时充当设计师及TO B

经销商的角色，根据不同加工厂所擅长的产品类别，再给加工厂定期提供对应的前沿最新款进行打版出样。结合社群TO B销售端的快速发力，能快速了解款式的下单数量，订单量小的款式精准裁剪小批量生产，订单量大的款式精准快速安排生产，从而把小单快返的模式发挥到极致。加工厂通过频繁地获取可开发新款，并且能紧密对接B端出货，从而获得长期稳定的订单，因此彻底摆脱传统的坐等生意模式，从被动变为主动，为工厂赋能。

谈及未来发展，毛云鹏满怀信心地表示：“未来利恩母婴科技以及廷希科技将继续发展该模式，将理念逐渐贯穿其他品类。”他相信通过不断地创新和努力，公司将继续为国内更多品类品牌方及源头加工厂赋能。在利恩母婴科技的引领下，廷希科技也逐步走上正轨，两者相互呼应逐渐成为行业的领军者，引领着整个行业的风向标，共同探索更多的增长可能、创造更大的价值。

在毛云鹏的带领下，杭州利恩母婴科技有限公司正走在一条充满希望和机遇的道路。作为创业者，他用自己的实际行动诠释了什么是真正的拼搏与奋斗。相信，未来他将继续书写属于自己的传奇故事。

朱鸣鹿：音乐营销3.0时代，探索商业运作新模式

朱鸣鹿是全球三大唱片集团环球音乐品牌合作部总监，同时也是上海音乐家协会流行音乐专业委员会会员。在文化产业管理以及市场营销领域，朱鸣鹿已经深耕近二十年。她曾攻读南京师范大学全法排名第一的文化及创意产业管理专业，后进入文化产业，从事艺术产业管理、版权管理、市场营销等工作。2020年，朱鸣鹿加入环球音乐公司，担任中国区的品牌合作部总监，负责品牌合作业务，通过音乐创意、内容版权等手段为品牌赋能。

音乐营销进入3.0时代，无论是音乐唱片公司，还是品牌方，都在探寻音乐合作新模

式。“有效的音乐营销，能够帮助品牌与消费者之间建立起强有力的情感连接，实现营销转化”。在环球音乐的三年时间里，朱鸣鹿带领品牌合作部门，不断研究创新音乐合作新路径，通过IP联名、跨界合作、可视化宣推等形式，拓展了音乐产业合作模式。

(王燕)



“小餐补”激发“大干劲”

“在职工就餐方面，我们每班为职工补助8元的就餐费，让同志们吃饱吃好！以饱满的热情投入到安全生产中来。”2月23日早调度会上，河南能源集团公司鹤煤三矿矿长孙文建在强调安全生产的同时，再次就班中餐补问题和与会人员掷地有声地进行安排落实。

为贯彻执行全矿三届三次职代会和2024

年工作会精神，认真贯彻“以人民为中心”的发展思想，让职工享受企业发展红利，增强企业凝聚力和向心力，传递企业关爱，提供暖心服务，该矿成立职工生活管理领导小组，对正常出勤职工实施就餐补助。享受用餐补助人员仅限于该矿正常出勤的在册职工和出差、培训、学习人员，对每月出勤15天(井下、地面人员，含15天)享受餐补。工伤人员按照出工伤当月实际出勤工数为准，不受15天限制

(工伤假、违章除外)。井上、下职工每天补助8元餐费。

该矿还要求职工食堂各就餐窗口要保证饭菜质量，价格比市场价格低10%—15%，杜绝质次价高现象。所有饭菜及副食品的价格，要经后勤、工会、企划、财务等科室联合定价。餐厅小超市商品要低于市场价格10%—15%，保证货真价实，不能售卖假劣商品。所有进的货

品需经该矿后勤、工会、企划、财务等科室联合定价销售。小超市所有商品也要全部公开价格销售，凡不及时公开价格者，每次对责任窗口进行500元罚款。

“这次矿领导真是实实在在地为职工办了件好事，领导这样对待职工，今后我们一定要好好工作，不辜负领导的关心。”该矿通风区职工杨学材高兴地说道。

(姜世军)