

兴乐党员干部“义务劳动”到车间

集团董事长微信圈子图文转播、“点赞”

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 卢书友

由于近期兴乐电缆有限公司电线车间分支电缆订单增多,生产任务较重,造成辅助工不足,可能影响交货期,3月7日,兴乐集团党委决定组织行政管理部门的党员、干部和员工深入生产一线施以援手,参加义务劳动。党委的号召一发出,立即引来一片掌声。有些部门的同志主动放弃休息日或晚上休息时间走进车间义务劳动,帮助加快生产进度,受到车间员工欢迎。据了解,这是兴乐集团党委近期第二次组织这样的“下基层、送服务”活动。

据了解,为充分发挥企业党员、干部和团员青年在“创先争优”活动中的模范带头作用,切实树立榜样形象,兴乐集团党委创新企业党建工作,把党建与企业生产经营紧密联系起来,开展争创“党员先锋岗”、“青年文明号”、“巾帼文明岗”、“劳模示范岗”活动,并积极为党员干部服务基层、奉献企业创造条件。

这次“打头阵”的是兴乐集团党办、总裁办的同志,接下来是人力资源中心、技术中心、宣传中心等。兴乐集团党办主任李剑与

总裁办的女生们率先来到兴乐电缆有限公司,在车间负责同志指导下认真地当起了学生,主动帮助做一些力所能及的工作。“这次活动,虽然大家还不能承担重要工作,但行政部门和生产部门沟通在加强,友谊在增进,同时也是党员、团员、青年同志锤炼党性、净化心灵,增长知识、提升能力的重要机会;同时,也使大家增强了成就感。”李剑对这次支援活动的深刻意义作了阐述。人力资源中心范建旦在参加完义务劳动后说:“一根电缆看着简单,但真的亲自动手,才发现兴乐电缆的制造学问可多了——这次没白来,没白干!”

“今天又有多名技术、行政管理人员放弃休息日义务支持生产,让我感动。我平时经常在说企业文化就是生产力,我想这就是最好的诠释!这就是兴乐优秀企业文化积淀的一个具体表现……”看到党员干部、青年团员们高度的主人翁责任感和积极参与企业建设的激情,兴乐集团董事长、党委书记虞文品非常高兴。他在自己微信圈子里多次转发活动现场图文信息,连连“点赞”、感谢。



● 兴乐党员、干部支援一线



内部支援要让兄弟车间满意

2月18日下午,东风德纳车桥有限公司襄阳工厂机修车间主任杨勇和车间副主任、党支部书记王顺艳等分别走进兄弟车间就内部支援员工工作情况进行了走访。原来,由于2月份工作日相对较少但生产订单却十分密集,该厂为解决部分车间生产线出现的人力资源紧张难题,推行了“内部支援”这一举措。机修车间积极响应了内部支援的号召,外派

了多名员工前往金三、轴管、装配等车间支援生产。在询问了外借人员到新岗位上的工作情况后,杨勇等还对外借人员转岗培训、安全生产、技能掌握等情况进行了了解。交流时,外借员工们也表示,会在借调期间安心工作、加强学习,扎实学好操作技能,努力确保自己生产的产品质量过关、保证支援的质量让兄弟车间满意。 宋慧萍 薛红旗 摄影报道



农行关怀暖洋洋——员工之家“小食堂”

农行河北承德分行所辖新区支行,在上级行的有力支持下,积极开展“五小建设”(小食堂、小活动室、小图书室、小菜园、员工宿舍)。该行针对自身实际,突出抓好支行员工之家——“小食堂”建设,让员工在“小食堂”内感到温馨、舒适、和谐、快乐,吃饱吃好。你瞧,每到节假日,

新区支行的“一家子”便会乐居一堂,你剥馅儿,我擀皮儿,高高兴兴地包起中国北方民间美食饺子,呈现出浓浓“家”的氛围。通过“五小建设,员工们增加了集体归属感,在工作和生活中敬业、友善,密切配合,保障各项工作顺利开展。 于绍礼 赵艳生 摄影报道

让青年工作“潮”起来

每天一上班,局团委周伟锋做的第一件事就是打开电脑,登录自己实名认证的微博,看看之前发的消息有没有最新评论,是否有网友找自己,接着挂上QQ,在群里把今天要完成的工作与同事沟通一遍。

与新媒体亲密接触,已经成为局团委组织部部长周伟锋开展工作的重要手段。他说,现在工作中一天不使用新媒体,就好像工作没做完,总觉得缺点什么。

有这样习惯的,不仅仅是周伟锋一个人,而是一群。自2012年初开通“青春中原”腾讯微博群以来,局团委积极抢占新媒体阵地,不断探索与运用新媒体引领青年、教育青年的新方式。

低成本,无障碍,零距离

“手机再也不用调到震动和静音状态了,今天的会场可以‘喧哗’,鼓励大伙儿‘交头接耳’、踊跃发言,说出你们的想法,亮出你们的主张,莫要只拍小巴掌、流汗珠子啊!”2月27日上午9点,一场别开生面的工作会在腾讯网“青春中原”群上精彩亮相。这是局团委召开的“2014年油田共青团青微博会”。

以往只有约120人参加的会议,利用网络平台,参会的人数却能超过1000人。在会议进行的两个半小时的时间内,关于“2014油田共青团青微博会”的微博被转播与评论1347条,累计点击阅读量超过37万次。采油四厂的青工韩璐说,这样的工作会太新颖了,交流互动方式就是一个字:赞!

针对油田“点多、线长、面广”的特点,局团委借助新媒体不断创新开展青年工作的方式,微博工作会就是一种新的尝试。利用网络平台把众多工作、生活地点分散的团员青年连接起来,参加网络组织生活,以虚拟的手段实现真实的沟通交流,实现线上与线下的双重互动,这样也就实现了“低成本传递信息,无障碍互动交流,零距离联系青年”的目标。

说什么,谁来说,怎么说

1月16日,“青春中原”微博群发布了2014年局团委的第一号倡议:“投身改革,

用青春力量和实际行动推动油田改革发展。”倡议借助微博平台以几何倍数传播,迅速完成了对油田青年员工的广度、多重、动态覆盖,并得到了广大油田青年的积极响应。

局团委借助腾讯微博,建立起了以局团委机关团干、各系统团委书记和各系统团支部书记及优秀青年代表为主体的三级微博发布大厅。通过微博发布大厅,局团委传递党团声音、发布青春倡议,各基层团员青年也在引导下畅所欲言,说出自己的青春主张。

在“青春中原”微博群中,团干部越来越强烈地感受到,新媒体平台能更大范围地影响青年。

微调查,微直播,微展示

1月6日,在由腾讯网、腾讯微博主办的“豫言时代,2013河南最具影响力政务、媒体微博”颁奖盛典上,局团委官方微博“青春中原”微博群以其时尚的设计、丰富的内涵,荣获“2013年度河南省政务机构微博先进应用奖”,这也是全省唯一一家获此殊荣的政务机构微博。

如何不断发掘微博的应用形式,更加贴近青年、满足青年诉求,局团委一直在不断探索和积极尝试。针对油田青年婚恋问题,局团委开展了“石油人的爱情观”调查问卷活动,在“青春中原”微博群上开设专栏进行微调查,并将两份调查的结果作为日后开展联谊活动的参考依据;针对社会热点发布“微”倡议,针对油田共青团品牌活动——青工油水井分析大赛、“春暖油田”志愿者服务、单身青年联谊大集进行“微”直播,并开设“中国梦 我的梦”和“劳动故事征集”等具时效、有共鸣的“微”展示。这些形式多样的“微”活动,起到了引领油田青年岗位建功、成长成才、志愿服务的积极作用,更让“青春中原”微博群极具青春动感。

采油三厂团委书记韦超又在梦想展示的网上板块中写下了自己下一阶段的工作目标,她说:“梦想是用来说的,更是用来做的。写在‘青春中原’留言版上的梦想,激励我们每天朝着目标而努力。”

(中原石油报)

亚宝药业提出“八字”工作方针

亚宝药业集团在制定2014年工作指导方针时,特别提出八个字:创新,执行,提升,超越。他们表示要用这八个字作统领,以拉动企业跨越发展。具体讲,一是在创新上要有新成果。创新包括产品创新、技术创新、思维创新、管理创新和营销创新等。特别在科技创新上,要瞄准国际前沿技术;在管理创新上,要善于学习、借鉴国内外先进企业的经验,要在激发员工积极性、提高工作效率上做文章;营销创新要结合产品、市场,创出能引导人群消费的新营销模式。要把创新作为对各公司、各部门、各车间、各班组的考核指标。二是在执行上要有新变化。不仅要制定详细具体的制度和计划,更要有严格的考核与检查。要让各项制度、流程落地生根,要彻底改变重布置、轻检查、重开会、轻落实的现象,形成计划、安排、指导、检查、考核的严密体系,既要做到执行过程动之以情、晓之以理、耐心指导、及时督促,又要做到结果考核不打折扣、不徇私情、严格兑现。三是在提升上要有新高度。要提升大家的工作能力、创新能力、执行能力、学习能力以及业务素养、知识水平和道德修养,要提升企业的发展质量和发展水平。要加强学习,加强培训,加强协调,加强考核。要加大对一线员工岗位 SOP 和操作规程的培训,加强全员培训、调岗人员培训和入职人员专业培训。四是在超越上要有新境界。要勇于颠覆传统,敢于大步跨越,而不要固步自封,墨守成规。要敢于浴火重生,进行自我革命,革掉影响企业发展的不利因素,培育吸收有利于企业健康快速发展的积极因素,保持对国家政策、行业发展、市场变化等方面的高度敏锐性,克服凭经验做事的方式,点燃激情,大胆创新,勇敢超越,培育和传递一种积极、主动、奋进的正能量。(索玉祥)

浙江力普三项粉碎设备列入浙江省2013新产品计划

日前,浙江省科技厅发布了浙江省2013年新产品试制计划(第一批)项目名单,中国粉体技术领航者浙江力普粉碎设备有限公司自主研发的三项新产品纳米碳酸钙粉碎成套生产线、HWM 旋风磨和HTC 系列高效涡轮超微分级机名列其中。

纳米碳酸钙粉碎成套生产线整条生产线集粉碎、分级、集料、除尘于一体,处于封闭状态下完成,不会产生粉尘污染,清洁环保,实现纳米钙的规模化生产。能耗低、产量大、细度集中、振实密度好,是进行纳米碳酸钙的活化、分散、粉碎处理的理想设备。

HWM 旋风磨是一种适合于低到中等硬度物料粉碎的超微粉碎设备,拥有独特的不拆机可调节间隙功能,粉碎区产生的强烈涡流有着惊人的粉碎效果和干燥效果,广泛适用于化工、染料、塑料、非金属矿、医药、饲料、食品等行业不同物料的超微粉碎,对聚乙烯醇、PVC、PE、纤维性物料等几乎所有热敏性物料均能进行超细粉碎,也可用作连同干燥、表面改性在内的超微粉碎。

HTC 系列高效涡轮超微分级机性能卓越,分级电机采用变频控制,不停机自由调节转速,控制分级粒度。目前推出的260型涡轮分级机和230型涡轮分级机均适用于医药、食品、化工、非金属等各个行业的微粉,尤其是石墨球化中的筛分,其特点是连续生产,封闭结构内自动分级筛选,无粉尘溢散,噪声低,体积小,安装简单,操作和维护方便,不易堵塞及卡死。

浙江力普联系热线:0575-83151666、83152666、83153666、13806745288;力普网站:www.zjleap.com; E-mail:zjleap@163.com

醉美古城之一

古城 品味高雅的时尚元素

■ 醉香寒

在不同人的眼中,对于古城,都会有不同的解读。不夸张地说,对古城酒的了解,就像一门学问,值得长久的去播撒和回味。

在古城人和无数挚爱古城事业的人心目中,古城酒就是一张文化名片,因此,更多的人会说其实古城就是一种文化,古城就是一种精神,古城就是一种品味;古城就是一种绿色,古城就是一种健康,古城就是一种尊享,古城就是一种多彩的人生,古城就是一种文化的品牌。

而古城酒是一种品质高雅的时尚元素,因为它拥有“中华老字号”和“中国驰名商标”的知名度的品牌影响力、原生态的酿酒工艺、高品位的文化、高美誉的品质、高保护的环境、高效率的服务、高素质的队伍、高效益的管理、高水平的创新、高诚信的经营、高格调的饮酒、高和谐的氛围。

品酒作为一种独特的艺术,是嗅与味、色与触的综合艺术、风味艺术。色乃酒之形,香乃酒之韵,味乃酒之魂,触乃酒之体,色香味体等

风韵的感受构成了品酒审美的主要途径。品酒就是品味酒的诸多结构内涵、协调平衡、柔和自然的程度,从其典型、风格、个性中,寻找其别致的细腻风韵,领悟其真善美,从而达到审美欣赏的境界。古城酒和谐完美的“清雅香”,正是美酒所具备的协调平衡的结构美,一种只有通过人的感官品尝才能感受到的美,一种调酒大师们精心制作的极品艺术之美。它如同一篇无字的诗、一副无色的画、一曲无声的歌,集中展示了粮好、水好、工艺好、品质好、技术好、品牌好、运营好的七大优势与文化的形神合一之韵味。知者,妙趣无穷;品者,美不胜收。

品味古城,是一种体验。品古城酒,需从色、香、味、格四个方面去把握。色,即用肉眼观察酒的色泽、清澈透明度;香,即嗅闻酒的溢香、喷香、留香;味,指酸、甜、苦、咸、鲜等基本口味;格,又称风格,也称酒体。在品酒时,要眼观其色、鼻闻其香、口尝其味,并综合色、香、味的感受来确定其风格。品饮古城,是一个美妙的过程。就像朋友、亲人间的对话,需要从容而浑然一体,用心、凝神而又轻松愉悦。一口古城酒入口,您需屏气凝神,把美酒在舌尖细细“展

开”、“分解”,充分调动味觉、嗅觉神经,去捕捉、体味、感悟每一个酒分子的香味,一定会找到那种难以言传的美感。饮酒是人类历史上最久远的传统之一。真正的饮酒不为寻求酒精的刺激,而是懂得尊重酒,欣赏酒,体会酒的玄妙,这体现的是饮者的品格和个性的修养。

品味古城,是一种健康。20世纪80年代末,古城酒业根据老中医关于“酒治百病”的经验以及自身适量或过量饮用古城酒后不上头、不干燥、醉后易醒的体会,开始了对饮酒与健康关系的研究,并提出了“适量饮酒有益健康”、“古城酒有保护肝脏作用”的论点,提出了“天天喝古城,健康伴我行”的绿色健康理念,从而引发了大多数群体对于饮酒与健康问题的重视和研究,在各行各业的劳动者当中倡导了文明饮酒、健康饮酒的新风尚,在一定程度上抑制了滥饮酒、饮劣酒的风气。

品味古城,是一种尊贵,一种典雅。在古城乃至新疆人心中,古城的地位和美誉已是由来已久。品饮古城酒,仿佛人生奇遇,可遇不可求。如今,富裕起来的新疆人,品古城酒,乃是显示身份,显示尊敬,显示档次,显示成功。随

着疆酒古城的亲合力、感召力、影响力的不断增强,消费者已感到古城不是庙堂之高,江湖之远。如今,春节家宴上有古城,庆功宴上有古城,迎宾宴上有古城,婚宴上更有古城台,可以说,喝古城酒成为了新疆人生活的一部分。上至商务庆典,下至亲友相聚,为了凸显庄重和最高礼遇,人们总是会选择古城酒招待来宾。

品味古城,是一种文化。古城酒被誉为“中国文化复姓名酒”、“中国历史文化名酒”、“中国文化名酒”和“新疆第一文化名酒”,誉为以现代文化引领政治、经济跨越发展的文化符号和象征,品饮古城酒,能增进友谊,能化干戈为玉帛,能使文学家看到奇妙,赋予创作的灵感,书画家想到神奇,哲学家善于思考,政治家悟到玄机,音乐家愈发激情。古城,是外交的润滑剂,成功的助推器,是友谊的桥梁,是身份的象征。作为引领疆酒的时尚元素,古城义不容辞的承担起新疆酒文化和中国酒文化交流的责任,在以醉人的芳香让中国闻到古城酒香的同时,也将新疆酒文化的魅力和韵味淋漓尽致地展示给了国人。

品味古城,是一种鉴赏。古城酒产量有限,加上其工艺好和生产环境的特殊,且越陈越香,使其成为收藏家的宠爱。如今,陈年古城酒已成为大多数人心目中的“奢侈品”。随着古城

酒文化的普及,古城酒收藏已成为一种时尚、一种情结。无数挚爱古城的人正对古城酒的收藏中,分享古城酒酿造技艺这份非物质文化遗产的独特价值。

2012年8月“古城酒业建厂六十周年”的厂庆上,600坛(每坛60公升)的30年窖藏分别为清、浓、酱三种香型的陈年窖藏被众多收藏爱好者收藏;2013年10月23日,新疆维吾尔自治区第七届葡萄酒文化节上,仅300坛(每坛30公升)的蛇年窖藏仅用不到两个小时的时间就被挚爱它的收藏家们一抢而光,把此次葡萄酒文化节推向了新高潮。这些活动的开展也引来了愈来愈多的民间爱好者对古城酒的收藏热情。记得一位来自昌吉并且专注于收藏古城酒的收藏家就创造了收藏古城酒千余瓶的纪录。普通消费者不到十年前存放的一瓶古城酒,当时价值也不过三元钱,如今已成为“价值连城”的窖中珍品。古城酒业早在2007年10月,在新疆古城首届葡萄酒文化节上,一坛1985年的魔鬼城酒现场慈善拍卖,拍出了20.5万元的高价。

如今,越来越多的新疆人开始把古城酒视为一种可升值保值的“硬通货”。大美新疆、国家富强、企业兴旺,古城酒越来越受消费者的青睐,形成了品评和收藏古城酒的热潮。