

# 六大专项行动深化志愿者服务 海宁职工打造 城市文明最美风景线

本报讯 邹伟锋、杨国祥报道 近日,50多名头戴小红帽、身着蓝色工作服的海宁鸿翔集团职工志愿者现身市区李善兰公园,开展捡拾垃圾、擦洗公共设施等美化市容环境等活动,成为当天城市文明一道亮丽风景线。

去年,海宁市总工会围绕要素市场改革、五水共治、美丽乡村创建等市委市政府中心工作,通过“2+×”的组织形式共在全市范围内建立起70支职工志愿服务队。“2”即在市级层面由市总工会牵头分别建立海宁市潮乡劳模服务队和海宁市潮乡职

工技术服务队。“×”即以镇(街道、区)、产业局和企业为单位,建立若干个劳模服务队、职工志愿服务队和其他职工志愿服务队,志愿服务队在服务企业转型升级、助力五水共治等方面发挥了积极的作用。

今年,海宁市总工会更是进一步深化志愿服务内容,重点围绕全国文明城市创建,组织职工志愿服务队开展了“工会志愿服务在身边”的六大专项行动。其内容是利用职工技术志愿服务队的技术专长,为中小型企

业或技术薄弱企业提供生产技术改造、工艺流程更新、设备维修调试、技术难题诊断以及各类技术培训为重点的技术咨询、技术服务志愿服务专项行动;围绕“法在心中”,开展“情系职工·工会法律宣传在您身边”为主题的法律宣传、法律援助志愿服务专项行动;以劳模、优秀职工和工会干部志愿者带头弘

扬文明新风、杜绝不文明的城市文明志愿服务专项行动;以市、镇(街道、产业局)和基层三级工会干部结对帮困、开展“邻里守望——关爱困难职工”的帮困助学志愿服务专项行动;以广大职工

和工会干部为主力军的“五水共治”志愿服务专项行动以及围绕“争当好职工、奉献中国梦”为主题开展的文化宣传志愿服务专项行动。

在海宁马桥街道经编园区,由中纺经编科技研究院研究人员、企业职业技能带头人及优秀职工等组成的30多人经编技术志愿服务队,除了定期开展技术沙龙活动外,服务队已围绕经编工艺设计、产品开发、信息交流、设备维护、企业管理等方面,对不少企业开展了一系列的无偿服务。

服务队队员李大俊、周

建龙帮海宁盛华针纺公司研发了KS均色超弹不倒绒以及双面超柔仿羊皮的两款新面料,投入生产后,已为企业创造了100多万元的利润。

在海宁周王庙镇,由工会干部、司法干部组成的法律宣传、援助志愿服务队开展了法律服务进企业活动,自活动开展以来已服务职工1500余人。海宁富升裘革有限公司的职工志愿服务队认领了一条河道争当“河长”,并自制了一条打捞船,定期开展河道保洁、巡查等活动。

## 一份“孝工资” 传递正能量

洞头工会积极开展孝文化建设

本报讯 记者吴晓静 通讯员庄鹏远报道 “这个月我又领到了儿子所在公司给我发的200元钱。”温州金源化工有限公司职工张某的母亲高兴地告诉记者,她拿到的这份特殊的钱,还有一个特别的名字,叫“孝工资”。

不仅给员工发工资,还给员工的父母发工资。为了弘扬孝文化,温州金源化工有限公司工会从去年6月份开始为员工父母额外发放“孝工资”。虽然钱不多,但从子女所在公司领到“工资”,让不少职工家长感叹,礼轻情意重,充满浓浓的孝道精神。

职工们对公司工会的这一举动也充满感谢,“我们平时工作比较忙,照顾老人的精力有限,也不太会和父母表达自己的感情。没想到公司工会想得这么周到,替我们尽了孝道,真的很感动。”

职工小李说,他的父母收到这份“孝工资”后,特别高兴,常常对街坊邻里说,“我能感受到父母的喜悦,我们的孝顺,比买任何保健品的效果强多了。”

据介绍,截至今年4月份,该公司已累计发放员工“孝工资”50多万元。而这一方式,也是洞头县工会积极弘扬孝文化,推进社会主义核心价值观价值观念建设的一个生动注脚。

记者从洞头县总工会了解到,近年来,洞头县总工会积极引导全县各级工会结合各地、各单位实际,开展孝道文化建设,全方位推进企业文化和职工文化管理创新。全县各乡镇(街道)工会、社区工会和企业工会还积极设立“爱心基金”,组织开展孝道歌曲大赛、义工志愿服务敬老服务等活动,职工凝聚力得到了进一步增强。



## 衢州设立“爱心理发服务点”

日前,衢州市总工会党组书记、副主席詹瑾为市区13个理发店颁发“爱心服务点”牌匾。

为方便衢州市区困难职工和农民工理发,衢州市总工会在市区13个理发店设立“爱心理发服务点”。工会为这些服务点赠送理发工具,并向困难职工发放“爱心理发券”,职工凭此券就可在就近的“爱心服务点”免费理发。

图为衢州市总工会工作人员上门为理发店颁发“爱心服务点”牌匾。 毛朝阳 摄

# 800名职工的“娘家大姐”

——记奉化市捷达物业服务有限公司工会主席王国米

## 娘家人在身边

通讯员沈建国 记者王海霞报道 她是纤柔婉约的弱女子,也是800名职工心中的娘家大姐。自2006年,担任奉化市捷达物业服务有限公司工会主席以来,王国米以女性特有的细腻和韧性做好工会的每一件小事。

“职工利益无小事”——这是王国米时常挂在嘴边的一句话,凡是职工的困难,无论难度多大,她都尽心地去帮;凡是涉及职工切身利益的事情,无论大小她都尽力

去办。保安夏师傅家房子塌了。王国米顾不上吃中饭,立即赶到现场,安慰焦虑不安的夏师傅一家:“有政府在,有企业在,有工会在,没有过不去的坎、克服不了的困难。”她一边稳定他们的情绪,一边向公司领导反映情况,给夏师傅一家解决住宿等实际问题。夏师傅动情地对她说:“一见到你,我感觉到家了。”

保洁员印阿姨和袁阿姨,在一次工作中不幸摔倒,造成骨折。王国米闻讯,立即联系医院并落实好住院病床,接着又带着水果、营养品等赶去看望。医生看她如此关心,问她是病人的什么人。她笑笑说:“是我的两个亲姐妹。”

两位阿姨听了以后十分感动,也禁不住对医生说:“王主席不是我们的亲姐妹,却比亲姐妹还要亲!”

8年多来,这样的故事还有很多。为切实保障每一个职工,她向企业建议采取“个人每月交一元、工会拨一部分、公司补偿一部分”的方式,创新设立“职工综合互助帮困基金”,强化了企业帮困保障机制。近几年,共有200多次人次从这项基金中受益,帮困基金成了为病、困职工遮风挡雨的保护伞。

王国米常说,工会工作不仅仅只是帮困,更要维护好职工的合法权益。她任工会主席后,建立了企业职工工资增长集体协商机制,让

职工共建共享企业发展成果。不少职工“泼冷水”,认为企业是老板个人所有,工资发多少还不是老板说了算,工会不过是装装样子。王国米一方面与不理解的职工耐心沟通,一方面务实开展协商前的调查研究工作,精心制定了工资集体协商要约,把工资分配、绩效考核、岗位补贴等分配办法作为协商重点,根据企业经营状况找准协商的双方利益平衡点。在总经理支持下,王国米坚定地把这种协商机制固定了下来。几年来,职工收入实现了随企业发展同步增长,即使在企业发展缓慢的情况下,公司也没有发生拖欠职工工资情况。

通过王国米的不懈努力,公司还组织开展各种技能比武、劳动竞赛、岗位培训、劳模评选等活动,使企业整体素质以及凝聚力和战斗力得到了不断提升。目前,公司各类工程技术人员占6.3%,持有技术管理职称人员占8.2%;去年有300多名保安员考取了国家保安员资格证书;2011年以来,分别有312名职工取得了宁波市商务局、宁波市总工会颁发的家政服务员初级证书。企业也相继获得了浙江省工会先锋号、奉化市优秀基层工会、奉化市创建和谐企业先进单位等称号。她本人也被评为宁波级先进工会工作者。

# 借助新媒体 构筑企业文化新形态

■普天东信集团 朱一民

随着移动宽带互联网的迅速发展,信息的传播方式和接收形式发生了巨大的变化,新媒体以其及时性、开放性、多样性、灵活性和互动性等特点,使传播效率迅速提高,传播范围得到极大的拓展。智慧城市、智慧企业概念层出不穷。新媒体的广泛应用,不仅使得当今社会沟通方式发生前所未有的颠覆,也使得企业员工,尤其是青年员工的生活方式、思维方式、行为模式、动员方式发生了显著的变化。媒体的更新换代,从某种意义上来说,对传统企业文化形态产生了较大的冲击,触发了企业文化的革新,因此,正确分析新媒体对企业文化建设带来的影响,巧借新媒体打造企业文化的新形态,对于打造新时代企业文化具有十分重要的作用。

如果说上世纪90年代“企业文化”还属于新生事物,还是中国企业管理专家的研究话题,那么在21世纪,企业的管理者们已经明白了一个道理:企业要在当今错综复杂的市场经济运行中求生存、有发展,就必须创新经营理念和管理模式,推行实施符合企业自身特点的发展战略,从而不断提升企业核心竞争能力,特别是在互联网成为全球经济的神经网络,在企业发展离不开互联网的今天,我们已无需再去强调企业文化的重要性和意义,而是加强注重互联网+时代企业文化的传播和落地。

一、充分利用自由快捷的新媒体,拓宽企业文化建设的传播渠道。发挥企业文化作用的关键在传播,传播是企业文化建设的一个重要环节,它是连接企业文化从理论到实践不可或缺的重要组成部分。传播的层级越多,则准确性越差,效果越不明显,因此传播的关键在效果,传播效果的关键在渠道。

应该说早期的企业文化传播渠道是单一的、枯燥的、灌输式的教育,其表现形式多为企业形象识别系统,如悬挂在企业生产线上醒目的口号标语,是一张张平面图片,是职工自己制作的板报宣传栏,有条件的企业会用易拉宝、展板、海报、广告、企业报刊宣传企业文化理念,展现企业风采。但资讯往往相对滞后,信息量往往受篇幅限制,同时需要经费预算的支持,所以突破传播渠道瓶颈是企业文化推广者较为纠结的节点。

而新媒体的出现,带来了传播方式和舆论格局的深刻变革,开启了一个全新的媒体时代。新媒体是传统媒体(广播、电视、报纸、杂志)之外的“第五媒体”,包括互联网、数字杂志、报纸、广播、手机短信、微信、移动电视、数字电影、触摸媒体、桌面视窗等,具有影像、声音、文本多种展现形式,是当前最具有活力的多元化传播渠道。

我们必须正视互联网时代新媒体对人的巨大的影响力,积极加大对新媒体的研究探索力度,逐步建立起传统媒体和新媒体相融合的企业文化传播渠道。充分借力新媒体打破以往传统媒体在时间、速度、空间上的限制,通过立体化传播,把文化抽象的理念变得具体、生动,使员工在“手指动”间就不知不觉地认可和接受了文化理念,从而形成企业自己的文化传播特色,为企业文化建设打下良好基础。

二、充分利用分享互动的新媒体,加快企业文化建设的深入人心。

新媒体的传播不仅具有“短、平、快”的特色,更具有交互性,在这个平台中每个人既是演员,又是观众;既是传播者,也是受众。这样的高效分享互动,可以更好地集思广益,增强员工的参与意识,加快文化理念的引导和落地,对企业文化建设有很大的促进作用。

目前,在企业中常见的新媒体平台主要有:企业门户网站、企业论坛、微博、微信及QQ等,这些形式在企业文化的建设过程中扮演着重要角色。所以,在企业文化建设过程中要充分利用新媒体的分享互动特性。

首先,新媒体实现了企业内部资源的共享,拓宽了员工的视野。员工能第一时间了解企业行业的发展、时事资讯、企业经营、技术创新,紧跟社会和经济潮流,增强了对企业的认同感和归属感。

其次,新媒体实现了员工与员工、员工

与领导的“零距离”沟通。不仅可以使管理层及时掌握员工动态信息,与员工互动交流,取得共识,进行有效的核心价值观的引导,而且使员工感觉到被尊重、被重视,提高了员工的满意度,促使员工在工作中充分发挥主动性和积极性。

再次,新媒体实现了建设学习型组织的网络教育平台,有效地提高员工的文化素质。传统的内部宣传媒体与数字媒体实现了对接,延伸了宣传教育功能,员工可以快速全面地获得大量的信息和知识,尤其是一些实战经验、管理经验的分享,能让员工真正受益,进一步激发员工创新发展意识,满足员工的物质和精神需要,从而感悟到企业文化的真实存在性,自觉将企业文化铭记心中。

最后,新媒体实现了打造企业品牌形象的动态窗口。打造企业品牌,树立企业的良好形象,是企业文化建设的重要任务。完善企业网站、报刊宣传是常态,而笔者认为应该在企业中逐步推广使用“企业微信公众号”等新媒体平台,比如普天通信在近期先后推出了微信群、QQ群、公众微信号等,这使公司总部和普天旗下的各级企业形象传播得更快、更广、更活,特别是对新一代普天人的影响力更大,这些都对企业文化传承、发展、创新起到了很好的促进作用,加快了企业文化在员工中深入人心。

三、充分利用开放虚拟的新媒体,创新企业文化建设的载体形式。

企业文化不是纸上谈兵、虚无缥缈的,企业应该通过新媒体拓宽视野,创新思维,引进吸收,加快运用互联网等新兴媒体工具的步伐,要积极开展微博、手机媒体、即时通讯等新工具进行有效管理,提炼出深受员工欢迎的企业文化载体形式。

当下,大多企业的文化载体仅限于文体活动,或者简单地“搬”到网页上。其实在新媒体时代,哪怕是“搬”也要搬得大胆,搬得开放,比如可以将企业文化故事制作成视频、动漫等,供员工访问浏览;将企业领导形象设计成漫画人物,与员工在论坛中互动;将企业文化理念、企业产品介绍等设计成休闲益智类游戏,让员工在游戏中全方位融入企业。

就拿手机媒体来说,发展至今其使用功能已经从单一通话扩展到相机、游戏机、广播电视等多功能,可以满足用户的多元化需求。一般八成以上的用户会用手机随时随地拍照、上传,享受着“分享”的快乐。这种快乐是低成本、零门槛的,而企业完全可以借助手机媒体的优势,策划出更具有参与性、广泛性的“微主题活动”,比如“微课堂”、“微健康”、“微摄影”、“微视频”、“微写作”、“微报刊”等,调动员工积极性和主动性,增强凝聚力。

以普天东信为例,在新媒体应用方面做了大量的尝试。比如在职工健身运动会中,推出了“微视频”、“微摄影”比赛,使爱“动”爱“静”的员工都有份参与。普天东信集团党委还推出了掌上“党建通”,定期为公司员工发送廉洁从业、作风建设、企业资讯等相关信息,加强作风建设,打造干净干事的工作氛围。而这些只是普天东信在企业文化建设上的小小尝试,只是迈出了一小步而已。但我相信积跬步,方至千里;积小流,以成江海,只要企业能坚持开拓发挥新媒体的作用,就能使企业文化建设达到事半功倍的效果。

诚然,新媒体的特性也为企业文化建设带来了诸多挑战。比如,相较于传统的面对面、口头和纸笔的沟通方式,新媒体交流欠缺亲切感和存在感,不利于形成和谐的人际关系;新媒体的虚拟性也对企业和员工的诚信价值观提出了挑战;新媒体的互动性也对管理者提出了更高的要求,必须及时更新信息,必须及时反馈员工的意见建议,否则就会失去员工的信任……所以,我们必须正确认识新媒体,在运用中尽量规避可能带来的问题,才能充分发挥新媒体的优势。

可以说,企业文化建设是一项系统工程,是现代企业发展必不可少的竞争法宝。在新媒体时代,企业文化建设需要新媒体的丰富和滋养,企业必须以包容的心态、开放的姿态,从人性角度出发,巧借新媒体的分享与互动特性,进一步发挥传统媒体和新媒体的合力优势,打造具有鲜明特色的企业文化,发挥企业文化强大的正能量和推动力,助力企业可持续健康发展。

## 首度公开:80%心脑血管患者不知道的秘密——心脑血管病与心脑血管

# 心脑血管患者请注意

《病从血中来》一书 来电免费赠送

●中医连汝安教授教你心脑血管病防治新方法 ●自己少受罪 ●节省医药费

心脑血管病是一种严重威胁人类健康的常见病,目前我国心脑血管患者已经超过2.7亿!每年有300万人死于心脑血管病,占我国每年总死亡病因的51%。而幸存下来的患者75%不同程度丧失劳动能力,40%重症!作为心脑血管患者,你是否想过:

1. 心脑血管病久治不愈,为什么我们面对心脑血管病竟然如此被动?

2. 心脑血管病的病根究竟是什么?

3. 心脑血管病有效的治疗方法是什么?

4. 治疗心脑血管病能不能少花钱,少吃药?

5. 作为多年心脑血管患者的你如何吃、如何穿、如何睡觉、如何大小便、如何度过一年四季、如何多活三十年?

面对这些问题,患者急需一个正确的渠道对心脑血管病有个全方位的了解。《病从血中来——教你做个健康人》(ISBN 978-7-5152-0464-2)就是这样一本专门教你如何少花钱,快而有效地治疗心脑血管疾病的书籍。

该书是由连汝安教授根据自己近70年的心脑血管病临床行医经验加以总结编著而成。连汝安教授是八代御医传人,其独创治疗心脑血管疾病的“养血疗法”,被誉为心脑血管疾病之父。

连教授认为:心脑血管病根源不在心脏,而在“血液”。大家都明白,血管里、心脏里、大脑里乃至整个身体,都靠“血”来供给营养,运走代谢垃圾,一旦血液脏了、粘了,没形成斑块之前,就会三高(高血压、高血脂、血糖高),一旦形成斑块,堵在心脏上,是冠心病;

堵在大脑上,是脑中风。很好理解,一句话,心脑血管病与心脏无关。

养血疗法是继承了传统名医方剂的基础上,具有新一代治疗心脑血管疾病划时代意义的治疗方法。而《病从血中来》总结了连教授治心脑血管经验,它将告诉你如何养好血液,防治心脑血管疾病;它将告诉你一些非常实用的医学小常识、小秘方等简单省钱的防治方法,快速治疗心脑血管病。

惠民公告:为帮助更多的心脑血管病患者,踏踏实实按照连教授的方法把血养好,把病治好,现在由中国心脑血管健康工程发起,心脑血管康复宝典《病从血中来》作为指定用书,面向心脑血管患者免费发放,旨在帮助患者了解更先进的治疗方法而获得早日康复。有需求的朋友可拨打领书热线领取,不花一分钱,免费送书到家!

领书热线:400-1166-979



# 耳聋耳鸣 来电就送 一看就懂



耳鸣嗡嗡叫、火车响、吵得睡不着、烦得受不了;耳聋听不见、听不清、头晕脑胀、甚至自卑轻生。耳鸣耳聋病人真是苦不堪言!植入人工耳蜗费用高风险大;这也就是常说的“久鸣必聋,久聋必盲”。

您正被耳鸣耳聋所困扰吗?您还在四处苦苦寻医问药吗?您知道耳鸣耳聋的真正根源吗?现在好了,建议您立刻拨打400-083-5986免费领取一本定价39.5元的专家诊治耳鸣耳聋畅销书。该书在中医圣典黄帝内经原理上,提出“益气升阳”的方案,让您一看就懂,一用就受益!

据了解,本书是由我国著名中医大师结合自身60余年耳病临床从医心得。按《黄帝内经》“肾出于耳,肾和则耳能闻五音”的中医观点,发现耳鸣耳聋根源在于肾气亏虚,当人体衰老,肾气由盛转衰,血液供养减少,听力就会逐渐下降,以致出现耳聋耳鸣。

书中揭露了为何耳病一直以来都难于治愈,并且不同以往传统中医对耳鸣耳聋的认识,本书从全新的角度告诉您耳病真正

的发病根源。书中还透彻分析了耳病为何偏偏找上你的原因。

同时,书中还总结出了一套一般医生根本不会告诉你的独特的耳病日常防护和保养技巧。和一套科学的跟保健方法!

该书通俗易懂、图文并茂、实用性强,一经出版就引起了耳鸣耳聋患者的疯狂抢购,对于他们了解自己的病情、对症用药治疗自己的病症起到了重要的帮助。该书被众多耳鸣耳聋患者誉为具有实用性和指导意义的医学著作。

即日起,耳鸣耳聋患者只需拨打电话,介绍自己的病情,就能领取一本专家诊治耳鸣耳聋畅销书,无偿赠送给广大患者,限量500本,免费领取热线:400-083-5986

## 黄帝内经首次揭开耳鸣耳聋的奥妙



# 我省免费送

最后500册

专送  
业书  
快上  
递门

申领热线:400-083-5986

申领对象:老年性耳鸣耳聋、器质性耳鸣耳聋、药物性耳鸣耳聋、混合性耳鸣耳聋患者