让关爱更贴心更温暖

——国网福建电力工会多措并举提高员工的获得感幸福感

近年来，国网福建省电力有限公司工会坚持物质关爱与精神关爱相结合，从常态化慰问关怀、丰富精神文化生活、关爱员工身心健康、受理员工诉求等方面，大力实施普惠服务和精准帮扶，重在人文关怀，不断健全关爱员工的长效机制，持续提高公司系统员工的获得感、幸福感。

举办“党旗引领，砥砺奋进”职工文化成果展示

“四季关怀”温暖人心

全面实施以“和春舒心、盛夏送凉、金秋助学、寒冬问暖”为主要内容的“四季关怀”工程，结合各单位工作特点、员工群体特点和季度时节特点，因地制宜、因时制宜实施不同关爱措施。建立传统时段的常态慰问和急难险重的专项慰问相结合的工作机制，为节日值班、边远站所、援藏援疆等一线员工及时送去慰问和关爱，为重点工程建设、迎峰度夏保供电、抗灾抢险保供电等员工送上专项慰问。仅2017年慰问员工1.35万人次，慰问覆盖面和力度持续增大。超过99%的工会经费直接用于服务员工。实施5轮、682件为职工办实事项目，得到员工普遍好评。

针对不同员工群体实施精准帮扶，在抗击“尼伯特”等台风期间深入现场慰问抢修员工，为797户家庭受灾员工下拨96.8万元专项慰问费；组建职工爱心互助会，加大补助范围和力度，资助困难会员8583人次；开展关爱新入职员工“八个一”活动，在入职指导、工作和生活辅导等方面提供服务；帮扶107名单亲困难女职工，建设“妈妈小屋”；开展“金秋助学”行动，资助1944名困难员工子女就学。

国网泉州供电公司工会实施361°员工关爱工程，从工作多1°爱护、成长多1°帮助、生活多1°呵护等三个维度深化员工关爱工作。围绕“食、住、行”等方面的需求，为员工提供全方位服务，让员工“舒心、放心、暖心”。加强供电所、变电站办公区、休息区优化建设，完成办公大楼绿化环境整治，在班组建立“小憩室”，为员工打造温馨、舒适的办公生产环境；创建员工“健康食堂”，提高应急值班、施工点和野外作业人员供餐保障服务，在有条件的供电所建立“开心农场”，解决边远供电所蔬菜供应问题；投入专项资金，改善单身员工宿舍和周转房条件。

福建送变电公司工会针对员工承接大量省外特高压工程的现状，深入建设工地现场，开展送书籍进班组、送器材进项目部、送文体活动进一线、送温暖到员工等“四送基层一线”关爱员工行动。制作流动书箱、购买书籍，并通过电子书、手机APP阅读、微信每月荐书方式推动员工阅读学习；为一线员工配置动感单车、踏步机、乒乓球等运动器材，开展健步行、趣味运动会等文体活动；根据省外施工工地荒漠、戈壁多等地理特征，有针对性地开展夏送清凉、冬送温暖等慰问活动。

国网连城县供电公司工会建立员工健康档案、亲情档案、困难档案等“三大档案”，启用帮扶管理系统和爱心互助信息平台，通过争取上级支持和政府拨款、募集员工捐款等多种方式筹集帮扶资金，及时为困难员工开展帮扶助困工作。在公司招聘临时工或外聘工时，优先从符合条件的困难员工家属中招聘，帮助员工消除致贫因素。

丰富员工精神家园

大力建设健康文明、昂扬向上的优秀职工文化，构筑员工精神家园、激发员工劳动热情。因地制宜，新建、扩建一批文体活动场所，重点解决边远站所、施工班组等文体设施缺乏等问题，为员工参与文体活动创造良好条件。公司系统现有682个文体协会、233个员工活动中心、篮球等5个项目训练基地、138个职工书屋，为90%以上一线班组配置了图书角。

举办“卓越杯”文艺赛事和“超越杯”体育赛事，打造系列化、届别化、菜单化的员工文体活动品牌。建立“覆盖面广、包容量大、参与度高”的员工常态文体活动体系，运用“S365”APP等平台，推广健步走等员工喜闻乐见的全民健身项目，实现90%以上员工至少参加一项文体活动，有效丰富了员工精神文化生活。围绕企业中心工作和员工生产生活，创作一批具有电网特色的文化精品力作，举办书法、美术、摄影、微视频、原创歌曲等作品评选及展示活动。公司员工文艺节目先后荣获6个全国级金奖和国家电网公司一等奖等奖项，原创企业歌曲荣获1项全国级金奖、2项国家电网公司金奖，其中“让声音微笑起来”文化精品荣获全国精神文明“五个一”工程贡献奖。

国网厦门供电公司工会每年实施员工文体工作24节气表，打造“电力宝贝”“知心家园”等系列品牌，每季度举办大型活动和各类文体竞技比赛，常态化组织职工参加厦门国际马拉松比赛、职工运动会等。依托各个分工会举办员工文体活动，推动健步走、乒乓球、羽毛球等活动蓬勃开展。坚持文化文体融入中心、服务大局，增强文化文体活动活动对员工的吸引力。提炼金砖国家厦门会晤供电保障的生动事迹，创作“光耀峰会”歌曲，用艺术形式展示公司电力铁军共产党员服务队创造的“厦门速度”和敢打硬仗的精神风貌。

国网三明供电公司工会围绕“幸福明电·五彩家园”这一主题，引入新型员工文体赛会制度，组织器乐习奏会、班班气排球比赛、羽毛球联赛、水上嘉年华等新颖的赛事活动，激发员工的参与热情。根据重大节日、重要时段和不同时节举办各具特色的文化主题活动，开展创作比赛，征集体现核心价值和思想内涵的原创作品，在丰富员工精神文化生活的同时，增进了员工之间的沟通交流。

呵护员工身心健康

着力做好员工身心健康关爱工作，全面开展员工身体健康体检，推进员工年休假、疗休养等制度的落实，教育引导员工增强自我健康管理意识、养成科学健康的生活方式，促进员工保持良好的身心状态。2017年启动实施“员工心理健康促进计划”(EAP)，依托专业心理咨询服务机构，开展员工心理健康体检，开通心理咨询热线，举办心理辅导讲座，建设心理舒压场所等，为员工提供心理测试、情绪宣泄、心理辅导、治疗干预等服务，有效提高了员工职业心理健康水平，激励员工阳光正向、向上向善。

国网福建客户服务中心工会结合员工岗位工作特点，在“全国爱耳日”期间为员工开展听力检查、保健咨询，邀请保健医生举办健康讲座及理疗服务；针对女工比例高的现状，开展女工专项健康保健服务，参加厦门市女工健康保健达标创建活动；为孕产期女工设置舒适的准妈妈席位、温馨的“妈妈小屋”；还从提高空间利用率和便于现场管理角度设置了荷花型工位，连洗手池的设计都完美利用了人体工学，从细节上彰显人文关怀。

国网福建电科院工会联合福建省人民医院开展员工健康义诊帮扶活动，在企业设立义诊帮扶点，邀请医院医生为员工看病后，由电科院医务室人员统一到医院取药，为员工提供便捷舒心的就医服务。还特邀名医到义诊点坐诊咨询，针对颈椎、脊椎等员工慢性疾病，开展推拿、拔罐、针灸等中医理疗服务。

国网福州供电公司工会实施“心灵绿洲”工程，帮助员工在思想上解惑、在精神上解忧、在心理上解压。建设“绿洲空间站”，设立放松室、游戏减压室、咨询辅导室等不同功能空间，添置休闲设施、按摩椅等设备；邀请301医院博士后导师、清华大学客座教授等健康专家，为不同层面员工量身定制心理减压套餐、互动式讲座；举办亲子关系、教育心理学、家庭关系维护等主题沙龙，现场指导员工学会调节情绪、树立良好心态。

员工困难有求必应

公司工会及基层单位工会建立健全渠道畅通、分层负责、闭环管理的职工诉求受理工作制度，设立民情意见箱、民情观察员队伍和来电来信来访等员工诉求表达渠道，完善受理、转办、会商、处理、反馈等闭环工作流程，根据管理层级和职责分工，每年及时受理8950多条员工提出的工作、生活等方面诉求，广受员工好评。

国网莆田供电公司工会建立“电话、信箱、网络、接访、下访、家访”6种渠道，“督办、公开、评价”3个步骤闭环管理的163员工诉求快速响应机制。通过开设员工诉求管理平台、开通“5680”服务热线等，广泛征集并妥善解决员工诉求、建议。对所有诉求答复情况在网上进行公开，在公司月度工作例会上通报和点评，每季度形成专题报告；建立员工意见限时答复制度和督办制度，参照淘宝评星的做法，由意见提出人对相关职能部门的答复意见进行评星。对比较集中的员工诉求问题，召开“点题公开”会议，由相关职能部门当面向职工作出解释。

国网漳州供电公司工会开通24小时“3000”员工服务热线，搭建市、县供电公司两级员工诉求服务平台，及时受理和解决关系员工切身利益的问题与诉求。建立党政主导、工会运作、部门联动的工作机制，实行首问责任制、限时办结制、服务承诺制和AB岗工作制，将员工的侵权投诉、利益需求、发展愿望、生活烦恼等都纳入受理范围，为职工排忧解难。员工诉求按期办结率和办理满意率均达100%。 (连华)

开展“送健康文化进班组”活动，为基层班组员工配置健身百宝箱等

“大家好，才是真的好”

——从一句话看黔酒圆桌会议的新信号

以白酒业为代表的食品工业，是中国经济竞争充分、市场化程度高的领域。竞争与冲撞，在相当长一段时间内，几被业内奉为圭臬。然而，此次由茅台主导的贵州白酒企业圆桌会议上，透露的却是不一样的信息。

茅台两位主官都用了大量篇幅表达同一个观点，“大家好，才是真的好。”

用袁仁国的话说，贵州白酒企业要建立共赢机制，一要打造利益共同体。积极寻求最大利益公约数、合作契合点，分享发展机遇，扩大共同利益，实现互惠互利、多赢共赢。要加强团结协作，建以合作共赢为核心的新型企业关系，在追求自身利益时兼顾他方利益，在寻求自身发展时促进共同发展。二要打造命运共同体。“单丝难成线，独木不成林”。只有合作共赢才能办大事、办好事、办长久之事。全省白酒企业要融为一体，形成你中有我、我中有你，一荣俱荣、一损俱损的发展格局。三要打造责任共同体。大行有义，大责无疆。我们不仅要做好“自转”，使企业持续健康发展；也要做好“公转”，使行业不断发展壮大。我们要心往一处想、劲往一处使，画好“同心圆”，唱好“同心歌”，实现同呼吸、共命运、心连心、齐发展。

李保芳高度认同“大家好，才是真的好”这个观点。他说，茅台一直秉承这个理念，只有我们共同成长，才能实现“黔酒”更好发展。所以，我们有义务、有责任携起手来，共同开创贵州白酒新未来。他说，黔酒有竞合的基础，14枚中国驰名商标、3个“中华老字号”，贵州白酒品牌整体竞争力是很强的，这是共同壮大“黔酒”品牌最有力的支撑。

全省地市建机场、县县通高速、组组通公路，是我们互访互鉴、互促互进最有力的保障。同根同源的历史发端、神秘传统的酿造工艺、别具一格的黔酒文化、得天独厚的黔山秀水，则是我们最大的软实力。所以，我们有基础、有条件加强交流、加深感情、加强合作。

回顾茅台在贵州省外的合作，不论是多年支持在北京生产酱香酒，还是与辽宁贫困地区建厂合作生产保健白酒，茅台高层说得最多的话是“把市场做大了，对大家都有好处”“为了伙伴的发展，茅台义不容辞”“茅台要多向同行学习”等，不一而足。

中国白酒业发展史上，贵州白酒板块功不可没。工业化初期，贵州白酒企业星汉灿烂、群雄并举，因本地特殊的自然环境以及特殊的酿造传统，黔酒阵营除了茅台，也有董酒、习水大曲、湄窖、珍酒等为国人喜爱的品牌，“云烟贵酒”一说广受认可。

上世纪90年代，茅台尚未启动市场化机制构建时，黔酒其他品牌已在国内市场纵横捭阖、攻城拔寨。1998年，亚洲金融危机爆发，贵州白酒板块全线衰退，唯剩茅台逆势上扬，一枝独秀。

销售规模从1998年的8亿多元，到2017年的700多亿元，贵州茅台不仅在黔酒板块遥遥领先，在整个中国酒业亦傲视群雄，雄踞全球烈酒市值第一、品牌价值第一，全球酒业单品销售第一的高位，利润几占中国白酒行业半壁江山。

携此气势，茅台在戊戌狗年之首，以谦和的态度、开放的格局，诚邀黔酒企业诸位大佬上门，共同商议如何实现合作共赢、壮大黔酒实力、重回芳华岁月。从会议的布置、摆设以及对发言人的挑选等诸多环节贯彻，东道主的细心随处可见。

发言顺序不依企业大小、每一位参与者都备受礼遇。会议间隙，茅台高层还提醒会场工作人员，空调温度要调高一些，不要让客人受凉感冒。

“大家要多走动，喝两杯酒，加深感情。”类似的家常话，不绝于耳；“竞合”“共赢”等词亦被屡屡提及。

无论是董酒这样的老牌名酒，还是在茅台镇投资办厂的劲牌统帅，无论是在茅台对面创办国台酒业的资本大鳄天士力，还是“人民小酒”这样的新派黔酒，企业家们对茅台释放的信号给予了强烈共鸣。

“大家好，才是真的好。”从一句话看背后的信号，笔者亲历了整个圆桌会议现场，有几点感悟愿意分享：

一、告别“独角戏”时代，不仅对贵州其他酒企有利，对茅台发展亦非常重要。

贵州茅台自上世纪50年代工业化时代起步至今，历经无数波折，甚至一度面临生存的危机。在成长过程中，过去20年来，茅台在黔酒板块一枝独秀，全面赢得中国国内市场，并在海外全面发力。

茅台因质量出众而崛起，其过程既得益于中央到地方政府的支持，也得益于贵州本土独特的酿酒传统。就像波尔多对于法国红酒的重要意义，贵州对于茅台，既是地理故土，亦是文化与品牌的故土，唇齿相依，不可分离。

没有贵州酿酒业的整体发展，特别是整体产业氛围的正向培育，包括对生态保护的强烈共识，茅台要在千亿元目标之上，在未来赢得更多空间，特别是在提升品牌文化影响力方面，势必遭遇产业土壤储备不足的瓶颈。

二、超越竞争求合作，抱团取暖共发展，黔酒崛起才能进入新的时代。

贵州白酒业发展，是贵州未来加速成长过程中，值得培育的优质资产。欢迎竞争、鼓励同业发展，方可给黔酒带来更好的成长空间。

在波尔多、干邑、纳帕、布鲁塞尔等全球知名酿酒产区，当地业界共同打造规则、相互支持、共同保护资源，已成共识。作为中国白酒领军企业，茅台也意识到合作的重要。

过去两年，他们率先在全国酒企推动互访、建立“竞合”机制。劲牌董事长吴少勋在圆桌会议发言时，认为这在某种程度上改变了中国行业的生态。

业内人士衷心希望，“同行是冤家”的局面，或因茅台的推动，在贵州乃至全国白酒业成为旧章。开放与包容背后，是自信与活力，此次圆桌会议与会者们所取得的共识表明，在互联网时代中国传统制造业超越局限，建立现代商业伦理提供了一种思路：共同把“蛋糕”做大，比相互拆台更好。

三、响应全省发展战略，丰富“做足酒文章、扩大酒天地”内涵，让黔酒成支持贵州经济发展更重要的力量。

几个月前，贵州省委领导在听取袁仁国、李保芳汇报茅台发展战略时，提出茅台要“做足酒文章、扩大酒天地”。茅台迅即行动，调整企业中长期战略，全面贯彻高层意图，并在更高站位上进一步理解“做足”与“扩大”，主动强化与省内白酒企业的交流与合作，共同推动贵州白酒业整体振兴。

从区域角度看，茅台推动贵州白酒企业圆桌对话，启动了贵州白酒业抱团取暖的路径。这对贵州经济，特别是对黔酒行业的复苏，聚变更多活力与动力。

茅台在崛起过程中，积累了充沛的资产，也积累了丰富的市场经验，更完善了一整套酱香酒生产标准，这些对提升贵州白酒业，是独一无二的重要财富。

过去几年，茅台既全力拼市场，也“功夫在诗外”，围绕“酒天地”布局了很多令业界瞩目的板块，如兴办茅台学院，如计划打造茅台研究院等，这些积累，是在为整个产业培育人才、凝聚智慧，业已超越一般企业的视角，对贵州白酒业的整体振兴，将发挥深远的战略作用。

“大家好，才是真的好”。贵州作为传统白酒产区，其发展环境与趋势，已与20年前有了根本不同。

今天的黔酒不仅姓“黔”，很多国内外资本看好贵州白酒资源，先期做了很多布局。此次圆桌会议上很多老品牌，比如董酒、珍酒，实际控制人为省外著名资本，知名酒企劲牌酒业，也在茅台镇安家落户。

外来资金与实体的加盟，给做大黔酒“蛋糕”带来更为丰富的基因和文化，也为本土企业的升级换代，提供了新的成长样板。

此次圆桌会议只是一个开始。从本轮高质量的坦诚沟通起步，贵州白酒工业将在更大范围内展开合作与互动。以“大家好，才是真的好”为标志的“共赢”机制，必会给黔酒企业带来不一样的格局和眼界。

(李丰 戴世锦)

绽放在瓦日线上的“五朵玫瑰”

“姐妹们开会啦！下面我来布置一下天窗作业任务。袁水瑶、杨西希你们去机械室完成信号机的一级测试。康晨，你去西‘咽喉’测量一下轨道电路的残压，记得拿齐工具，注意安全。王宇峰，你在微机监测配合康晨测试残压，做好数据记录。我去行车室驻站联络。大家把对讲机打开，检查通讯是否良好……”3月8日8时36分，中国铁路郑州局集团有限公司安阳综合段长子南车间信号工区副工长孙璐阳，正在给她的姐妹们布置工作。

长子南车间信号工区地处瓦日线，位于山西省长治市长子县铺上村，距长治市30多公里，位置偏僻，交通不便。这5位平均年龄仅为24岁的姑娘平时主要负责长子南站167个轨道区段检修，总长度达42公里的轨道电路和信号机区间设备维护，以及长子南机械室20排信号继电和区间设备检查工作。工作量大，劳动强度高。

在每次天窗施工室外作业中，康晨都会背着20公斤重的信号工具箱，在铁路线路上来回行走4公里的路程，测量轨道电路电压值。王宇峰检修道岔密贴程度、压力大小、缺口大小，测量电气特性，测试道岔各种数据是否达标。在室内作业时，袁水瑶、杨西希对面积将近300平米机械室里每一个设备的每一个插针精确检查，而孙璐阳在行车室驻站联络，协调联系。一个天窗点，短短两小时，5位女孩合理分工，统一协作，安全高效地完成施工任务。

由于她们所在工区的位置比较偏僻，她们平日里吃住都在车间工区。节假日回家，有时需要倒乘3~4趟汽车、经历两三个小时才能到家。

一次次的天窗施工作业，一趟趟的曲折回家路，她们以“信号人”专心细致的工作态度做好每一项工作，在瓦日线上挥洒着她们的无悔青春。

付出总有回报。孙潞阳曾荣获段2017年“优秀团员”、2018年段“三八”红旗手称号，袁水瑶、杨西希共同荣获郑州局集团公司2017年度质量管理(QC)小组成果发布会省优二等奖。该工区实现瓦日铁路开通至今，实现安全生产1165天。 (作建 罗涛 海亮)

胜利录井举办女职工插花活动

春风拂面，鲜花芬芳。日前，在第108个“三八国际劳动妇女节”到来之际，胜利石油工程公司地质录井公司开展了“花香录井，美丽心情”为主题的插花艺术培训活动，让女职工们学习插花艺术，享受插花乐趣，度过了一个有特色、有意义的节日。图为女工精心创作心仪插花作品

(袁滨 罗雅君)

昆明西山区百亿项目集中开工

近日，昆明西山区举行2018年首季“开门红”百亿投资项目集中开工仪式。集中开工40个项目，年度计划投资达121.16亿元，涵盖基础设施建设、房地产建设、城市发展交通等领域。本月底，西山区35号片区A1地块项目将启动建设，该项目将在2019年元月建成16栋、近800套的高品质回迁安置房，并配套24个班的标准化小学。

据了解，该项目计划总投资5.6亿元，2018年投资3亿元，将建成16栋、8层楼的高品质回迁房。施工方负责人介绍，项目建筑面积达12万平方米，由于户型、面积不同，预计实际将建成近800套住房。力争2019年元月项目基本建成，达到竣工验收标准。

昆明市西山区教育局负责人介绍，35号片区A1地块项目周边将配套建设24个班的小学，保证回迁子女能够全部公费入学。此外，该小学占地面积达35亩，生均占地达到35平方米的较高水平，并将有望与名校强校合作办学。

“2018年，西山区计划投资项目217个，计划投资总额将实现536亿元。我们将采取项目经理负责制、坐实项目建设库、属地街道与区级职能部门精准衔接等举措，确保各项投资项目的顺利推进，实现年度目标任务。”昆明市西山区区委副书记、区长陈瑞斌说。

昆明市西山区委书记周红斌表示，此次集中开工的项目有承载产业发展的，有坚持利民惠民的，也有发展城市交通的，这些项目的实施，都是落实区委十一届五次全会提出的实施经济提质增效“357”工程，主攻5类百亿元投资项目的具体实践。西山区将以项目建设为抓手，推动西山经济社会高质量发展，为西山区建设区域性国际中心城市活力核心区打下坚实基础。

(黄榆 陆苇)

本报社址：北京市东城区安德路甲61号 邮政编码：100718 定价：全年294元 每季73.5元 每月24.5元 零售：逢4版0.47元 逢8版0.94元 广告经营许可证京东工商广字0184号 上期(北京)开印时间：3:00 印完时间：4:30