

3000 名海外员工因疫情长期与家人远隔万里

说出你的“心愿清单”

阅 读 提 示

疫情暴发以来,中国石油工程建设有限公司约3000名海外员工正常休假被迫中断。在与家人远隔重洋、不能团聚的日子里,各级组织或为员工和家人架起情感连接桥梁,或为遭遇困难的员工、家人提供支持帮助,用心用情服务海外员工及家人。

你电饭煲,他说:“我不在家,她们俩吃得少,给她们买个迷你电饭煲,每次少煮一点,吃得更新鲜些。”

在西南分公司送出的“神秘礼物”中,有担心孩子长高被子小了盖不住,送儿童被的;有平时爱买零食给孩子,又担心零食吃多了对牙齿不好送电动牙刷的;有感谢岳父岳母倾情倾力照顾自己小家,给老人送生活物品的……

今年春节期间,有2789份新春礼包从北京发往全国各地海外员工家中,中国石油工程建设有限公司党群工作处范文明说,他们从信息采集、物资调研到采购、发运,忙了一个多月时间,尽量做到“不落一人,不错一个”。微信名为Lotus的员工在留言中写道:“收获满满幸福,感受到组织的关怀与温暖……”微信名为“千里千寻”的员工家属在留言中写道:“他为国家出力量,家里有我,请放心!”

“有困难找组织”

“李经理,我妻子生病住院了,能不能安排我回国照顾?”2020年10月,第七建设公司土库曼斯坦项目采办部副经理王明照,找到项目经理李寰焦急地说。

李寰一边安慰王明照,一边与项目国内留守人员说明情况,安排他们帮助照顾。王明照爱人出院后,有关人员又到家里探望,并

保持联系。

今年6月初,项目部抓住业主为重大困难人员办理回国手续的机会,安排王明照顺利返回国内,他也是疫情暴发后该项目部唯一一个回国员工。

王明照说:“以前总觉得‘有困难找组织’离我太远,如今真切地感受到了组织的关怀。”同样是今年6月,中国石油工程建设有限公司东非公司的一名员工,接到父亲去世的消息,他很想回来送父亲最后一程。

葬礼定于6月26日举行。算上路途、隔离等时间,无论如何也赶不上父亲的葬礼,况且部门只有他一个人在当地现场工作,最终,这名员工决定放弃回国。东非公司总经理耿红杰知道后,马上派国内员工代替这名员工回家料理老人后事。

几经联络,最终确定由东非公司HSSE部经理杜新宁亲赴员工老家吊唁。杜新宁的儿子刚参加完高考,一家人正在忙着填报志愿,接到任务后,他二话没说,立即查车次、订车票,6月25日上午从河南洛阳出发,赶在葬礼当天早晨到达这名员工位于江西上高的家中。

风雨同担

2021年3月2日,张红雨重返迪拜工作



重庆巫溪开通网格与网格责任单位联络“直通车”

小事不出网格 大事不出社区

本报记者 黄仕强

本报通讯员 陈凌云 陈永建

“这里以前是个‘垃圾场’,夏天臭气熏天、蚊虫遍地,想起来胃里就一阵翻江倒海。”64岁的陈振翠是重庆市巫溪县北门沟片区的居民,也是该片区的网格党支部书记。北门沟曾是该县的核心区域,过去人居环境差不说,邻里扯皮、治安问题也时有发生。“我不知奔走了多少次,围追堵截过多少领导”。

自2018年开始,巫溪县探索“多网融合、一网统管、一网通办”的“立体式”智慧网格化治理模式,使很多像陈振翠这样的居民化身为“劝导员”“调解员”“保洁员”等角色,唤醒居民主人翁意识,让这个地处渝东北大山深处的小县城亮起“文明之光”。

从“脏乱差”到“美如画”

整洁的街道、窗明几净的楼房、清澈的河流……穿行在北门沟片区的大街小巷,目光所及满是恬静雅致、温馨和谐的景象。然而,几年前这里曾垃圾满地,让处于巫溪县原政府办公大楼“眼皮”底下的北门沟被冠上了“龙须沟”之名。

转机发生在2008年。“北门沟垃圾堆积成山固然有相关部门管理不力的因素,那么你们作为这里的主人是不是也有责任呢?”一次协调会上,街道干部提出这个问题。

“一语惊醒梦中人。”陈振翠回忆,当晚,

党员和积极分子们聚在一起,组建了清运垃圾的“特别行动小组”。第二天,由上千名北门沟居民组成了“垃圾清扫大军”,自发清运垃圾。在短短一周时间内,70多吨“跨世纪垃圾山”移走了,污水沟彻底清干净了。

巫溪县宁河街道趁热打铁筹措资金20万元,按群众意愿进行了道路硬化、健身器材安装、栽花植树等。20万元解决了如果完全由政府投资需近200万元的大难题。北门沟治理的成功,一方面让该县政府看到了“唤醒主人”带来的巨大能量,另一方面也揭开了该县探索“立体式”网格管理的序幕。

小投入换来大成效

记者了解到,巫溪县根据不断变化的县情,把县城划分为5个大片区、31个小片区、122个网格,并安排135个单位帮扶这些网格,逐步构建了“网格+网格单位+街道+社区+居民自治组织+物管”的“立体式”网格管理模式。

在网格成型的基础上,巫溪还以“8+8”工作模式,激活城市管理“细胞”,形成共建共治共享格局。所谓“8+8”即,负责各个网格的县级领导、网格单位、街道办领导、街道办干部、社区干部、网格党组织、义务巡查员、居民自治组织8类参与对象组成“网格工作队”,共同承担起基层党建、城市创建、环境治理等8项共建任务。

该县创建办常务副主任李春燕表示,巫溪是重庆市率先探索网格化管理制度的区县,城市环境一天一个样。

网格吹哨,部门报到

今年6月,宁河街道弘禹驷园片区居民发现,周边多个小区出现了外墙脱落的情况,将情况告知了社区,社区拨通了网格责任单位县公路事务中心的电话。第二天,县住建委的工作人员来勘验,两天后,修补外墙的工人出现了。李春燕介绍,这是巫溪建立的“网格吹哨,部门报到”制度,开通网格与网格责任单位联络“直通车”,这就解决了社区、网格居民自治组织有事不知道找谁,以及部门内部推诿扯皮的问题。

此外,针对网格需系统性解决的问题,巫溪则推行了“网格联席会议”制度,网格的联系县领导是小片区网格召集人,每个季度召开一次联席会议,研究解决基层党建和相关治理问题。健全了网格问题处理机制,在处理网格问题时,把“下访收单”与“上级派单”“交办单”相结合,进行双向问题排查及交办督办,网格责任单位、居民自治组织由下而上排查各类问题,县创建办则由上而下将各类多发、易发问题下派给各小网格处理,并交办难点问题。

在处理问题时,巫溪则建立了网格责任单位、社区、街道、县创建办四级处理问题机制,难点问题由县创建办兜底协调处理,并且还建立了日巡查、月例会、季联席会议、交办单、考核督查等工作制度,确保工作成效。

巫溪县政府分管此项工作的负责人表示,巫溪把城市管理中存在的问题“一网”打尽,逐步实现了“小事不出网格,大事不出社区”的目标。



薪火相传育桃李

9月16日,名老中医阎小萍和传承人在仪式上合影。当日,中日友好医院在北京举行首届老中医药专家学术经验传承工作拜师仪式。活动旨在推动中医学学术传承发展,着力打造中西医结合优势学科。17名青年中医临床骨干在拜师仪式上,成为晁恩祥、许润三等10位老中医专家的学术传承人。

新华社记者 张玉薇 摄

Q 民 声

拼装名媛“上新”? 闹剧该结束了

苏墨

礼佛、吃斋、焚香、表情清冷;名包、豪车、浓妆、“种草”带货。近来,在各大社交媒体上,一群佛媛杂糅两个毫不相关的人设,站到了流量的上游。

一名“佛媛”在社交账号上的生活是这样:在豪宅里起床喝个早茶,抱着大牌包包打坐修行,抄经焚香叩拜,打破尿酸塑造佛相,穿开衩袈裟吊带佛衣,逢年过节开着跑车上山进香,时不时分享哪个寺庙最出片儿,每条视频都得写一些“佛言佛语”烘托清静无为的气氛。

虽然此类视频如山呼海啸般涌入社交媒体,但这样的“佛媛”,看过一个,相当于看过了全部。看多了就会发现,那条案、那香炉、那豪宅名车,都是老演员了,文案也是流水线上下来的,再定睛一看,这帮“佛媛”不就是上一波拼装名媛吗?前两天还9.9元拼五星酒店下午茶呢,怎么今天吃斋念佛起来了?

佛门清静,忽然混进去一群看似与世无争、实则物欲横流的名媛,实在是罪过。看着底下的各种购物链接:变化妆品的、卖衣服的、卖保健品的、餐厅推荐的,笔者不由地想到《西游记》里各色妖孽,狐狸的尾巴哪是穿了袈裟就能藏得住的。

这些句句文案不离佛语,条条视频不离世俗的佛媛们,还不算最过分的。更有“佛欲”风大行其道,穿素衣露大腿甚至打擦边球的,也大有人在。“留三分贪财好色,以防与世俗格格不入”这条文案被出入夜店、深夜买醉的“佛媛”们反复引用,好问问她们:“这是三分吗?贪嗔痴三毒成了哪个,取时时处处以佛门弟子示人?”

“佛媛”们在镜头里,意欲将自己打造成超凡脱俗的下凡仙子,但不能忘了人间富贵花的人设,有佛堂也要有名牌,没佛心有流量就行了。虚荣心得到满足、流量变现更方便,搞不准还能找到富二代,管它是不是亵渎神灵的呢?反正信佛是假的,名牌也是假的啊,只有骗流量、挣快钱的想法是不会有变的。

除了“佛媛”,还有“雪媛”,就是以冰雪运动爱好者为人设的“名媛”。这媛那媛的,不过是背景板不一样,从佛堂到雪场,这个群体,想做的事都只有一件,就是炫耀。而炫耀则是一门生意,那些看似无意轻松的奢靡感,吸引一部分心态不成熟、价值观不正确的观众,要么为其买单,要么成为其中一“媛”。如此反复,这门生意越做越大,风气越来越歪,在真真假假混淆的社交媒体上,形成一股恶俗的力量——想看也得看,不想看也避不开。

假名媛屡屡得手,无碍乎有人相信财富、美貌、学识可以是不经奋斗而获得的,或者想着至少可以做这个梦——有人成功了啊,数量似乎还不少。与其说没有一眼识破的能力,不如说是心存幻想。

总之,“佛媛”的闹剧该结束了,更希望“名媛”这个词以后能回归其美好的本意。

月饼绩效困扰餐饮住宿从业者

本报讯(记者赵昂)“为了卖酒店的月饼,我‘骚扰’了朋友圈里所有的老顾客,但效果不怎么样。”在北京一家高档酒店工作的刘先生告诉记者,“酒店给每个员工都下了月饼销售业绩指标,不少非营销岗的员工也要卖月饼,中秋节到了,但能完成的没有几个人,大家都很困扰。”

“受疫情影响,今年客房收入远不如往年,卖月饼是不得已的办法。”一名星级酒店主管向记者表示,过去以赠品形式来维持客户黏度的月饼,今年成了酒店利润的主力产品之一。而在一家粤式酒楼从事经理工作的林女士则表示,往年9月是餐饮婚宴的旺季,周末基本上都是婚宴,不是大客户很难订到热门日期。但今年预订效果也不理想,“过去办宴会的消费者,往住会订购一批月饼作为对客人的回礼,今年这项销售渠道也没了。我们身上背着月饼销售指标也很难完成。”

记者采访了解到,消费者反应,一方面,含糖量较高的月饼不太适合健康饮食偏好者,另一方面,当下月饼礼盒过大,并不适合馈赠。有礼品商表示,今年螃蟹卡的销量远远好于月饼,“现在生鲜物流较为完备,消费者兑现也不用上门取货。”