

# 从“三张照片”看企业人文关怀的柔性力量

本报评论员 韩韫超

奋进的合力,段党委以“快门”为笔,用“迎新照”“成长照”“欢送照”三张关键影像,构建起覆盖职工职业全周期的人文关怀体系。

“三张照片”让职业生涯见证变得“可视化”,为每名员工营造出被看见、被肯定的仪式感,让其感受到每一份付出都会被铭记、每一段岁月都值得珍藏。这一做法将抽象的企业文化转化为可感知的情感记忆,是当下一些企业打造全周期人文关怀的鲜活范例。

“三张照片”为每名员工营造出被看见、被肯定的仪式感,让其感受到每一份付出都会被铭记、每一段岁月都值得珍藏。这一做法将抽象的企业文化转化为可感知的情感记忆,是当下一些企业打造全周期人文关怀的鲜活范例。

据1月7日《工人日报》报道,中国铁路兰州局集团有限公司兰州供电段管辖范围横跨甘肃中东部,为了让“散落”在万里铁路沿线的干部职工感受到企业的温暖、凝聚起坚

## 冰雪项目有“颜值” 更要有“内涵”

武文欣

据《大河报》报道,近日,河南郑州某景区对外宣称“还原东北雪乡风貌”,却在开业后被曝光使用“棉花雪景”、存在虚假宣传及现场管理混乱等问题。目前,当地政府已介入调查,并责令其停业整顿。

此事不仅给消费者泼了冷水,也给当前持续升温的冰雪经济敲了警钟。如何防止一哄而上、粗放生长,推动冰雪经济从“一时火”走向“长久热”,是当前需要回答好的发展课题。

近年来,从过去天寒地冻只为拍照打卡的观光模式,到如今冰雪与文化、体育、科技等深度融合,场景更多元、项目更有特色的体验式旅游,冰雪经济不断焕发出新的生机与活力。然而,一些地方在发展冰雪产业时,存在盲目跟风、一哄而上的倾向——有的地方不顾本地气候条件、资源禀赋和市场需求,盲目跟风布局滑雪场、冰雪乐园等项目,基础设施、安全管理和服务配套未同步跟上,造成游客体验与心理预期的巨大落差;有的冰雪项目内容雷同、形式单一,未形成差异化优势,可持续运营能力薄弱;更有甚者,把“冰雪热”当作短期套利风口,重建设轻管理,甚至以虚假宣传博流量,一旦热度退去,项目难以维继,不仅造成资源浪费,还可能演变为新型“半拉子”工程。类似现象不仅透支了消费者信任,更背离了冰雪经济发展的初衷。

推动冰雪经济健康发展,需树立正确发展观,少些急功近利的浮躁心态。各地气候与资源禀赋差异大,发展冰雪经济不能搞“一刀切”,而需因地制宜、科学规划。有条件的地方要善于发挥优势,打造核心吸引力;资源禀赋不足的地区则应量力而行,或侧重发展冰雪装备、室内体验等特色链条,避免不计成本、脱离实际的低水平重复建设。

冰雪经济若想走得长远,关键在于从“流量思维”转向“留量思维”。每个“尔康”的成功背后,是基础设施的长期投入、服务标准的持续提升和城市形象的用心塑造。经营者不妨沉下心来,在丰富业态、提升体验、优化服务上下功夫,让冰雪项目既有“颜值”更有“内涵”。监管部门也需精准发力,通过科学引导和有效监管,推动冰雪旅游市场秩序持续向好。唯有真诚待客、敬畏规则、尊重自然,才能让“冰雪热”不仅热在当下,更暖在未来,真正成为满足人民美好生活需要、推动区域经济高质量发展的“热引擎”。

关怀方面的投入,为企业带来了员工离职率降低、雇主品牌吸引力增强、员工敬业度与生产效能提升等正向成效。事实证明,功不唐捐,员工的幸福感确实会转化为企业的生产力,从而实现“员工成长、企业增效”的良性循环,有助于构建和谐劳动关系,推动经济社会高质量发展。

梳理下来,可以发现其中一些共同特点。比如,既关注薪酬福利等物质层面的保障,也努力增强员工在荣誉激励、成长通道等精神层面的获得感;将相应的关怀计划和细则写进制度,而非“看情况”“看心情”执行;从维护劳动权益、保障职业健康等合规要求层面,转变为致力于让员工获得更多归属感、价值感与成长空间的主动选择;延伸关怀半径,从员工个人扩展至其家庭;针对不同行业、不同类型员工的差异化需求分类施策,对制造业员工聚焦“安身”与“安心”,在高科技行业侧重“成长”与“共鸣”,对高压力岗位重点关注“心理”与“支撑”,对新生代员工则积极构建“对话”与“合作”氛围……

现代企业制度已建立多年,涉及企业文化关怀的话题已是老生常谈。如今,如何让其覆盖更多场景、如何与员工个体需求精准对接,已经成为企业人文关怀与时俱进的一个重要方向。

在诸多案例中,不少管理者都提到,人文

关怀方面的投入,为企业带来了员工离职率降低、雇主品牌吸引力增强、员工敬业度与生产效能提升等正向成效。事实证明,功不唐捐,员工的幸福感确实会转化为企业的生产力,从而实现“员工成长、企业增效”的良性循环,有助于构建和谐劳动关系,推动经济社会高质量发展。

打造全周期人文关怀,不是要“企业办社会”的包办一切,而是在有相应资源保障与能力支持的前提下,因地制宜、尽力而为、量力而行。它可以是一张照片、一句认可,也可以是一次帮扶、一个平台。核心一点,它是用走心换暖心,让员工感受到被尊重、被重视、被期待,实现从“管理员工”到“成就员工”的理念升级,形成“企业关爱职工、职工赋能企业”的正向循环。

企业的温度,藏在细节里;发展的底气,藏在人心间。期待更多企业能从优秀案例中借鉴经验、汲取灵感,进一步将人文关怀做实做细,让每位劳动者都能在奋斗路上感受到温暖,在职业生涯中收获成长与荣光。

## 现场·我在我思

刘友婷

“滋啦”一声,脑好的福寿鱼下了油锅,我下意识地往后退了一步。灶台前的工会干事却凑得更近了些,用手里大勺轻轻按压着鱼身,沉一下,翻一下……近日,我近距离采访了顺丰集团工会“移动厨房”项目,在饭菜的香味之外,还品出了几分不一样的“味道”。

首先,是多了些浓浓的“家人味儿。早上9点多,“临时大厨”们已在切姜丝、腌福寿鱼、炸虾,快递员中午才回来,到时饭菜还热吗?没想到他们的操作像一套“算着时间走”的工序——香菇烟熏猪脚一早就进了高压锅,盖子一直没被掀起,只为把温度锁住;炸鱼也只完成前半程火候,淋酱汁刻意留在最后……这是他们多年来花心思摸索出的门道,为的就是让快递小哥吃上一口真正的热乎饭。

家里人留饭,最讲究的就是这口热乎气。正因有了“算着时间”出锅的用心,“工会移动厨房”才更有家人的味儿。这份用心和体恤,是工会把服务做到细微处、做到心坎里的努力,现实中这并非孤例——在北京东城区,工会推出“骑手友好移动餐车”,让外卖小哥“走三分钟就能吃上热饭”;在深圳福田,园岭街道把工会大食堂延伸到楼宇和园区门口,让职工“下楼两分钟就能吃上15元热饭”。

一顿顿热乎饭虽形式不同,却都是工会愿意花心思,想职工所想,解职工所需,让服务主动去“找”人,而非让人费劲“找”服务。把工作做细了,职工的心自然就热了。

其次,是少了些生硬的“任务味儿”。当快递员回到网点就餐、聊起家常、互相打趣,那一刻,我觉得这个堆满纸箱的网点,像极了充满了人情味的宗祠广场。

我是客家人。老家每逢重阳祭祖,“吃席”是雷打不动的环节。宗祠外的大广场上,几口大锅热气腾腾,同姓同宗的几十户人围坐八仙桌前,有的多年未见,甚至要靠长辈提醒才能对上号,可只要那盏油光光的白切鸡、滚着热气的酿豆腐端上来,再喝上几杯米酒,便全然没有了生分。

能吃到一个锅里的人,就是熟人。在工会“移动厨房”的饭桌上,工会工作者就坐在快递小哥身边,“你是什么学历?要不要趁现在报个‘圆梦计划’?”如果在会议室里说,这话难免有“任务味儿”,但在饭桌上,一边啃着猪蹄一边聊,就进了人心。许多平时不敢说、不好意思说的难处,也就在这传开来,这一筷子菜里,被顺带着说出来了。

工会工作最怕听不到真话,工会“移动厨房”在满足劳动者就餐需求的同时,还是一个流动的“倾诉会”,它用烟火气消弭了距离感,这其实也是近年来工会服务阵地生活化、服务场景不断延伸的缩影——在广东珠海,一名骑手随口吐槽“太累了”,工会便推出“骑士工享”项目,投放了承重自行车和平板拖车,帮骑手减轻负担;在广东深圳,工伤探视项目从住院慰问延伸到心理疏导、法律援助、节日陪伴等多种形式,“和工伤职工一起过年”已是当地工会坚持多年的传统。

多了“家人味儿”,少了“任务味儿”,这一增一减之间,是近年来工会把服务做到劳动者的心理上的生动写照——做好工会工作,不能靠关起门来“想当然”,需要少一点“我觉得”,多问一句“你需要啥”。与其在办公室里揣摩职工需要什么,不如迈开腿、走出去,把情况摸扎实。只有真正俯下身子,看见他们“吃饭难”“进门难”的日常,感受到那些藏在琐碎里的真实痛点,服务才能精准对接需求。

从这个意义上讲,工会“移动厨房”里煮出来的别样味道,也是近年来工会工作打动人的“圈粉秘笈”。这其中,既要有找准切口的智慧,也要有愿意等待的耐心。智慧,是能从一顿饭、一辆车里发现服务的入口;耐心,则是在守着菜锅火候时,也把人情味儿焐足。

## “便利店文学角”, 一笔一划皆是烟火人间

郭元鹏

近日,由作家刘震云联合某网络平台发起的“文学角”活动温暖全网——据《羊城晚报》报道,刘震云在一家便利店文学角写了一句“街上走着的每个人,大家都辛苦了”,之后这块黑板被路人写满了,还引来不少网友隔空创作。对此,刘震云回应说:“大家随手一写就是温暖,大家随手一写就是心声,希望因为便利店的一块小黑板,给大家带来更多温暖。”

一块朴素的黑板,为何能温暖全网?作家的参与固然是一个因素,却远不止于此。

首先,它让我们重新审视平凡生活中那些被忽略的情感微光。有人说,便利店是城市的“深夜食堂”,承载着奔波者的片刻喘息。而“文学角”的出现,更让这份喘息有了情感的出口——外卖小哥写下“刚跑完最后一单”,六个字里藏着一天的疲惫与释然;打工人那句“妈妈的菜总过期,是我们回来晚了”,道尽了亲情与生计的拉扯;退休大爷的练字、网约车司机的深夜祝福、大学生的自我打气,每一笔都不是精心雕琢的文字,却是最真实的生活写照,有着直抵人心的力量,这是“人间烟火”最动人的模样。

其次,“随手一写”的轻松感,还原了情感表达的本真状态。在这个快节奏的时代,我们习惯了用碎片化的语言交流,用表情包传递情绪,面对面的真诚倾诉却变得稀缺,内心的疲惫、纠结、愧疚等情绪往往被悄悄藏起、堆积心底。便利店的这块黑板,恰好提供了一个无需设防的表达空间,让每位路人都可以平等地写下自己的心声。

再有,它还不失为当下纷繁复杂的网络环境中的一股清流。如今的网络空间里,不少内容都在博眼球、赚流量,其中不乏夸张表达和刻意营销。“便利店文学角”黑板上的文字,远离了刻意煽情,少了些功利目的,是普通发自内心的真实流露,这种“反套路”的纯粹表达,令网友们心生敬意的同时也倍感珍惜。

文学从来不是作家的专属,每个人都可以用文字来记录生活、表达情感,那些平凡生活中的点滴心声,汇聚起来就是最动人的“人间烟火”。



## G 图说

### 尴尬

据近日央广报道,有网友发现,在一些婚礼电子请柬平台,只要花钱开通会员就能看到有谁查看了请柬、看了几次、什么时候看的甚至转发给了谁。对此,平台表示该功能需访客完成隐私授权。但记者实测发现,部分用户打开请柬时并未看到授权提示。平台回应称,用户此前已在同平台其他作品中授权,“一次授权,长期有效”。

相较于逐一印刷、寄送的纸质请柬,电子婚礼请柬一键便可生成与分享,既为新人节省时间,也更契合环保理念,可当请柬触达范围借由社交媒体进一步扩大,一些问题也随之而来:有人因好奇而点开请柬却并无出席计划,自然不希望留下痕迹,这种“隐身权”理当被尊重。平台设置查看“访客记录”“浏览记录”等功能,初衷或许是为方便用户,却可能制造社交困扰、引发尴尬和猜疑,涉嫌侵犯访客隐私权,眼下平台所谓“一次授权,长期有效”显然有悖于个人信息处理应遵循的“知情同意”“最小必要”等原则。说到底,技术终究应服务于人,任何便捷功能的开发,都需将人的尊严、情感与权利放在首位。

赵春青/图 陈曦/文

## 让医疗的归医疗,殡葬的归殡葬

刘少华

的正本清源,也是对逝者尊严和家属权益的必要保护。

医疗机构的核心职责在于提供诊疗、护理、康复等医疗服务。患者亡故后,其遗体的处置及相关丧葬事宜,本质上已属生命礼仪与社会服务的范畴,超出了医疗的专业领域。

将殡仪服务从医院的物理空间与运营体系中彻底剥离,有助于医疗机构更加心无旁骛地聚焦于提升医疗质量与管理效能,避免因“跨界”经营而分散精力、埋下管理风险。尤其是严禁外包太平间等规定,直指以往因管理权转移而易引发的失序问题,强化了医疗机构对遗体暂存这一关键环节的直接责任,从源头上遏制第三方可能在此敏感服务上的逐利冲动。

当然,划清界限并非简单的一分了之,仍须充分考虑逝者家属的现实需求与情感状态。患者在医院离世后,家属往往沉浸于悲痛与忙乱之中,此时遗体转运、殡仪手续办理等事宜能否无缝衔接、顺畅过渡,直接影响着

家属的体验与感受。规定中强调“遗体及时转出”“部门协同监管”,正是着眼于这一关键“交接环节”。就此而言,医疗机构与殡葬服务机构之间,须建立一套高效、规范且人性化的对接机制,确保逝者有尊严、平稳地转出医院,接受信息透明、价格合理、专业规范的殡仪服务。

要让新规真正落地见效,一方面,医疗机构须严格自律,杜绝任何形式的变相合作或“擦边球”行为;另一方面,外部殡葬服务体系也需同步提质增效。民政部门应加快完善社区殡仪服务网络,提升服务的可及性、透明度与人文关怀水平。监管部门需加强联动,对医院内外相关环节实施全链条监督,确保政策善意不被消解于执行末梢。

生死事大,不容轻慢。医疗机构不再涉足殡仪服务,是现代社会中专业分工的深化,也是对生命起点与终点不同场域的各自尊重。让医疗的归医疗,殡葬的归殡葬,方能为生者提供更专注的照护,为逝者给予更体面的告别。

进步、高质量发展提供不竭动力;另一方面,也向社会表明:支持企业高科技高质量发展,是支持真正舍得高科技研发投入、走高质量发展道路的企业,而非企图钻制度空子、只想享受红利却不愿进行科研投入的企业。这既维护了高新技术企业评定的严肃性,也能促进真心搞科研的高企更坚定科研发展之路。

当然,也要看到,当前高新技术企业认定机制还有值得完善之处。比如,应强化科研经费常态化飞行检查,避免一些企业在研发经费投入上“重申请、轻平时、造节点”;在认定高新技术企业科研经费年投入比的问题上,也需更加灵活,对于一些临时性非常态的销售收入等,要区分情况予以扣除,避免误伤一些真心投入研发,却因意外临时收入而稀释了年度研发经费占比的企业。

高新技术企业被“动态摘帽”是一项科学管理机制,不仅是维护高新技术企业评定制度的刚性需要,更是促进企业高质量发展的内在必须。期待有关方面不断完善、用好用活这一机制,促进制度善意更精准释放。

## 获评“高新技术企业”名号并非一劳永逸

果转化,形成企业核心自主知识产权,并以此为基础开展经营活动的企业。高新技术企业评定需要企业在研发费用占比、专利数量等方面达到一定要求。对企业而言,一旦获评高新技术企业,不仅可获得奖励和税收优惠,而且该名号还将成为企业的金字招牌,带来诸如贷款优惠、业务拓展等后续发展的实惠;对地方来说,高新技术企业数量则是经济社会高质量发展的一个重要参考指标。

正因此,一段时间以来,高新技术企业的认定发展迅速——企业积极申报,第三方公司积极协助,地方出台相关评定奖励措施等。《中国火炬统计年鉴》数据显示,2016至2018年,我国高新技术企业数量曾以超过

30%的速度激增;2020年至2024年,高新技术企业增长了83%,超过50万家。但在高新技术企业迅速发展的同时,一些问题也逐渐显现。比如一些企业获评后却未能精心维护好这一招牌,包括没能实现科研经费投入比例的稳定或增加,或在科研费用的构成上要小聪明,企图在三年一次复核时蒙混过关,这些都违背了高新技术企业认定的初衷和促进企业高质量发展的根本要义。因此,国家有关方面近年来对已认定但在实际发展中不符合条件的高企实施“动态摘帽”。通过“动态摘帽”,一方面可让财政、税收等有限资源真正用在刀刃上,切实为高科

## 现场·我在我思

刘友婷

“滋啦”一声,脑好的福寿鱼下了油锅,我下意识地往后退了一步。灶台前的工会干事却凑得更近了些,用手里大勺轻轻按压着鱼身,沉一下,翻一下……近日,我近距离采访了顺丰集团工会“移动厨房”项目,在饭菜的香味之外,还品出了几分不一样的“味道”。

首先,是多了些浓浓的“家人味儿。早上9点多,“临时大厨”们已在切姜丝、腌福寿鱼、炸虾,快递员中午才回来,到时饭菜还热吗?没想到他们的操作像一套“算着时间走”的工序——香菇烟熏猪脚一早就进了高压锅,盖子一直没被掀起,只为把温度锁住;炸鱼也只完成前半程火候,淋酱汁刻意留在最后……这是他们多年来花心思摸索出的门道,为的就是让快递小哥吃上一口真正的热乎饭。

家里人留饭,最讲究的就是这口热乎气。正因有了“算着时间”出锅的用心,“工会移动厨房”才更有家人的味儿。这份用心和体恤,是工会把服务做到细微处、做到心坎里的努力,现实中这并非孤例——在北京东城区,工会推出“骑手友好移动餐车”,让外卖小哥“走三分钟就能吃上热饭”;在深圳福田,园岭街道把工会大食堂延伸到楼宇和园区门口,让职工“下楼两分钟就能吃上15元热饭”。

一顿顿热乎饭虽形式不同,却都是工会愿意花心思,想职工所想,解职工所需,让服务主动去“找”人,而非让人费劲“找”服务。把工作做细了,职工的心自然就热了。

其次,是少了些生硬的“任务味儿”。当快递员回到网点就餐、聊起家常、互相打趣,那一刻,我觉得这个堆满纸箱的网点,像极了充满了人情味的宗祠广场。

我是客家人。老家每逢重阳祭祖,“吃席”是雷打不动的环节。宗祠外的大广场上,几口大锅热气腾腾,同姓同宗的几十户人围坐八仙桌前,有的多年未见,甚至要靠长辈提醒才能对上号,可只要那盏油光光的白切鸡、滚着热气的酿豆腐端上来,再喝上几杯米酒,便全然没有了生分。

能吃到一个锅里的人,就是熟人。在工会“移动厨房”的饭桌上,工会工作者就坐在快递小哥身边,“你是什么学历?要不要趁现在报个‘圆梦计划’?”如果在会议室里说,这话难免有“任务味儿”,但在饭桌上,一边啃着猪蹄一边聊,就进了人心。许多平时不敢说、不好意思说的难处,也就在这传开来,这一筷子菜里,被顺带着说出来了。

工会工作最怕听不到真话,工会“移动厨房”在满足劳动者就餐需求的同时,还是一个流动的“倾诉会”,它用烟火气消弭了距离感,这其实也是近年来工会服务阵地生活化、服务场景不断延伸的缩影——在广东珠海,一名骑手随口吐槽“太累了”,工会便推出“骑士工享”项目,投放了承重自行车和平板拖车,帮骑手减轻负担;在广东深圳,工伤探视项目从住院慰问延伸到心理疏导、法律援助、节日陪伴等多种形式,“和工伤职工一起过年”已是当地工会坚持多年的传统。

多了“家人味儿”,少了“任务味儿”,这一增一减之间,是近年来工会把服务做到劳动者的心理上的生动写照——做好工会工作,不能靠关起门来“想当然”,需要少一点“我觉得”,多问一句“你需要啥”。与其在办公室里揣摩职工需要什么,不如迈开腿、走出去,把情况摸扎实。只有真正俯下身子,看见他们“吃饭难”“进门难”的日常,感受到那些藏在琐碎里的真实痛点,服务才能精准对接需求。

从这个意义上讲,工会“移动厨房”里煮出来的别样