



文化点击

## 提高职工代表履职能力 集团公司工会举办线上培训

本报讯(记者冯仙惠)为提高职工代表的履职能力,近日,集团公司工会举办了职工代表培训活动,集团所属二级单位工会负责人、职工代表等1400余人参加了线上学习。

“我们希望通过系统的学习培训,让职工代表对职工代表大会的性质与制度、职工代表的权利和义务有更加清晰的认识,从而撰写好职工代表提案,真正发挥职工代表的作用。”集团公司工

会负责人介绍。培训邀请北京市工会干部学院理论研究所副教授范丽娜进行授课,她从职工代表大会的基本知识、职工代表职责、写好职工代表提案等四个方面进行了讲解。过程中,她还结合实际案例,进一步帮助参训人员巩固知识、加深理解。

大家纷纷表示,此次培训针对性和实用性都很强,将切实发挥好职工代表作用,为增强企业民主管理工作实效作出积极贡献。

## 山西公司举办 首届“青年岗位先锋”评选活动

本报讯(通讯员董康惠)近日,山西公司团总支联合各业务系统举办了第一届“青年岗位先锋”评选活动。

“我们公司青年职工占比高达70%,激发和调动青年职工的凝聚力、创造力、战斗力是我们面前的一项重要课题,也是开展此次评选活动的意义所在。”山西公司负责人说。活动历经提名推荐、业绩考察、综合评审等环节,最终评选出工作业绩突出、职业道德良好、创新精

神可嘉的各业务系统优秀青年共28名。他们中既有技术水平过硬的岗位能手,也有工作经验丰富的青年骨干,他们在不同岗位上立体地展现了新时代北京建工青年敢于担当作为、勇于创新突破的良好精神风貌。

“接下来,我们会通过公司微信公众号大力宣传28名优秀青年的先进事迹,进一步激励青年职工为企业高质量发展贡献青春力量。”山西公司团总支负责人说。

## 苏州区域三个地铁项目获评 建功立业劳动竞赛优胜单位

本报讯(通讯员樊乐)近日,苏州地铁6号线07标项目、苏州地铁7号线08标项目和苏州地铁S1线07标项目均获评苏州市2021年度“轨道功臣杯”建功立业劳动竞赛优胜单位。

苏州地铁6号线07标项目位于金鸡湖与古城的重要通道上,包括两站两区间,其中中新大道西站为6号线与7号线的重要换乘站。面对作业面狭小、河道管线众多、施工组织难度大等困难,项目团队积极统筹协调,严控生产、压实安全、紧抓质量,应用安全管理信息化平台,将23个工种的作业人员整体纳入系统,实现了动态实时监控,确保了安全形势平稳可控,保质保量完成了2021年度各项节点目标。

苏州地铁7号线是串联苏州市南北城市公共功能功能区的骨干线路,其中,苏州地铁7号线08标项目位于

该线南段,包括三站三区间。2021年,项目部以王伟生产管理型青年突击队为先锋,积极开展劳动竞赛活动,取得了全线率先实现车站开工、首个围护结构封顶等多个“第一”,并顺利完成枫津路站主体结构封顶、尹中路南站围护结构封顶等多个关键节点目标。

苏州地铁S1线是长三角城市群首条“城际地铁、通勤列车”,苏州地铁S1线07标项目位于苏州市中心,是全线拆迁量最大、工期最紧的标段,其中玉山广场站是全线唯一的一座地下三层车站。项目团队积极开展劳动竞赛活动,高效完成了玉山广场站封顶等节点目标。同时,为在施工中进一步创新提质、降本增效,项目部坚持技术先行,针对传统拔桩措施效率低的情况开展技术创新,取得国家发明专利授权1项。

## 建工环境公司获评 “最具专业化运营服务企业”

本报讯(通讯员陈薛)近日,第十九届水业企业评选榜单揭晓,建工环境公司连续14年获评“最具专业化运营服务企业”。

“十三五”以来,建工环境公司始终着力打造星级水厂,用卓越的运营服务为客户创造极致体验,并不断提升技术研发力量,在长三角区域确立了业内污水处理的标杆地位。2021年,面对疫情防控和生产经营双重压力,建工环境公司主动

出击,在存量项目上持续开展星级水厂创建工作,成功创建9座星级水厂;在增量拓展上,积极发挥双股东优势,在湖北、陕西区域开辟新的水务基地,传统水务业务日处理规模增长至171.45万吨/天,实现了业态服务的新拓展。

据了解,水业企业评选榜单由E20环境平台、E20研究院联合中国水网主办,旨在树立行业标杆、寻找企业黑马、揭示产业趋势。

## 抖擞精神战疫情、保建设 宝山村安置房项目组织义务理发

本报讯(记者秦碧霞 通讯员宋涛)“现在疫情形势严峻,项目部是封闭式管理,能在项目上理发,我们真是挺惊喜的,理发完也凉快一些。”近日,宝山村回迁安置房项目部组织开展了义务理发志愿服务活动,受到了广大建设者的一致好评。

“我们‘爱心服务队’的队员来自不同岗位,为了避免人员聚集,大家都提前做好了分工。”项目部工会负责人介绍。经过精心筹备,项目

部内的“临时理发店”开张了。有的职工负责维持人员秩序,有的职工拿着消毒喷壶进行消杀,还有的职工拿起推子和剪刀为大家解决“头”等大事。

伴随着细碎的“咔嚓”声,服务队队员熟练地喷水、理发、清理,不一会儿的功夫,精干的板寸发型就完成了。在一周的志愿服务活动中,10余名项目职工化身理发师,为200余名职工提供了理发服务。

# 下沉社区 同心战疫 集团党员干部筑牢防疫安全屏障

在首都疫情防控的关键时刻,集团下沉党员干部和居家办公在职党员扎根社区打头阵、冲在前,积极投身信息登记、数据核查、秩序维持等志愿服务工作中。他们用责任担当守护家园平安,用温暖服务为疫情防控注入强大力量,筑起一道坚固的防疫安全屏障。

### 舒景波:老党员更要有担当

丰台区银地家园小区有居民6000余人,由于紧邻新发地市场,疫情防控压力较大。“核酸检测是10人或20人的混检,人员顺序绝对不能出差错。”在核酸检测现场,社区担心他身体吃不消,不同意年过花甲的舒景波做志愿者,但他一再坚持,用身体力行诠释老党员的担当本色。

### 赵泊然:党性和责任不临时

“社区成立了临时党支部,但党性和责任不能临时!”房山区绿地花都苑社区被划为管控区域后,养护集团职工赵泊然第一时间加入社区临时党支部,与其他30余名党员战斗在社区疫情防控一线。从前期的信息登记、摸排流调,到后期的物资配送、核酸检测,赵泊然主动作为、冲锋在前,用实际行动给广大居民吃下“安心丸”。

### 赵东:分离是为了更好的相聚

土木公司职工赵东和妻子、孩子已经有近一个月的时间没有见面了。从“五一”开始,赵东便主动参与到顺义区李遂镇太平辛庄村的疫情防控工作中,具体负责维

持秩序、扫码登记、政策宣传等工作。“我和奋战在医院的妻子始终相互鼓励和支持,我们相信分离是为了更好的相聚。”赵东说。

### 刘晓飞:以“三心”战疫情

炎炎烈日下,望着送来冷饮和水果的居民,建材集团下沉职工刘晓飞心里涌起一阵阵暖流。二十多天来,他同社区工作人员“同频共振”、奋战一线,每天录入核酸检测信息、搬运物资、做好大数据流调……“以真心换真情,以耐心平怨气,以诚心化疑惑,我相信,我们很快就会战胜疫情!”刘晓飞坚定地说。

### 姜北辰:与疫情竞速

“第一天上岗时有点紧张,不过很快就适应了,动作要是不麻利点,后面排队的居民就会越来越多。”都市绿源公司职工姜北辰说。在房山区长阳镇悦然馨苑社区,她第一天就用6小时完成了1000余人次核酸检测信息的录入。之后,无论是穿戴防护服,还是扫描登记信息,姜北辰都要求自己“快上加快”,尽全力为社区疫情防控贡献更大的力量。

### 韩书伟:身为党员,义不容辞

居家办公后,新材公司职工韩书伟就地转为东城区和平里七区的志愿者。“大家排好队,间隔两米距离,戴好口罩,测温扫码。”这样的话,他每天要说出上百上千遍,嗓子经常火辣辣地生疼。“这点小困难不算什么,和广大社区工作者奋战在战疫一线,是我作为一名党员义不容辞的选择。”

### 张保艳:每天都持续发光发热

“上午气温没那么高,这段时间留给年轻

人,这样下午他们可以有更多的时间陪孩子学习。”每天下午1点,城乡集团工程承包总部职工张保艳准时在朝阳区来广营红军营社区上岗。除了维持秩序,她还主动帮助医护人员消杀,做好采样器、手部消毒液的补充……虽然张保艳还有2个月就退休了,但她说:“无论在岗还是退休,我都要发光发热,为战疫早日胜利贡献一份力量。”

### 付美:主动扛起社区战疫大旗

“有这样一位热心负责、无私奉献的大姐,我们心里特别踏实。”在复兴路34号院社区被封控管理期间,社区负责人也被转运集中隔离、建研院退休干部付美与行保部张磊、锅炉房班组主动为居民答疑解惑,解决大家就医和生活难题,为有特殊需求的老人采买物资,扛起了社区疫情防控的大旗。

### 樊浩锐:为战疫注入科技力量

“现在只需要在这个微信公众号里输入小区名称,就能快速准确显示出对应的街道等信息。”收获丰台区太平桥南里社区工作者一致好评的“小工具”,正是国道通设计院职工樊浩锐经过不断试验而找到的。原来,按照“属地管理”原则,实际不生活在区域内的居民需要将信息转到现居住地的街道管理,但大多当事居民也不了解自己所属的街道,这给社区工作者增加了很大工作量。“工作中,我主要负责BIM设计与信息化建设,这次能发挥自身专业优势助力社区战疫,我感到非常自豪。”樊浩锐说。

### 邓小方:有需要,让我去

恒兴置业集团职工邓小方所在的小区内

## 暖心慰问+贴心服务 集团各级工会为抗疫添助力



东升科技园二期项目工会组织职工开展健康跳绳等文体活动。秦宝通/摄

本报讯 当前,首都疫情防控工作正处在吃劲的关键时刻,集团各级工会组织认真贯彻落实市委市政府和市国资委部署要求,以慰问、贴心服务等多种形式参与到疫情防控阻击战中,为广

大职工群众送去“娘家人”的温暖。集团公司工会设立了疫情防控专项资金,先期拨付近30万元,开展重点工程、物业小区等疫情防控专项慰问。六建集团工会为所属各分公司和项目部分别送去了口罩、消毒液等防疫物资和方便食品。“天气越来越热,大家一定要注意防暑降温,同时注意防范‘病从口入’。”市政路桥总承包一部工会通过现场慰问和视频慰问的方式,关心关爱一线建设者,并送去了慰问品。

与此同时,各单位工会也想方设法将企业的温暖送到社区疫情防控一线和管控区域内的在施项目。总承包部工会及时了解管

控区域项目职工的健康状况、生活需要,送去了日用品、速食等慰问品。“我们单独采购配发‘每日食材包’,确保大家生活无忧。”新材公司工会点对点为闭环管理的员工提供生活帮助。

此外,各单位工会积极做好贴心服务,解决职工实际需求,缓解职工焦虑情绪,让广大职工吃下了“定心丸”。三建公司工会提前做好施工现场人员药品需求情况统计,为工体改造重建等项目送去了降压药等十余种药品,解决了封闭管理人员的用药需求。跳绳、平板支撑、慢骑自行车……五建集团工会“云指导”在施项目举办趣味运动比赛,帮助职工放松心情。

四建公司、土木公司、城乡集团、恒兴置业集团、安装集团、装饰集团、资源公司、投资公司等单位工会也通过多种形式把温暖送到职工的心坎上。

## 筑牢新媒体阵地 推动全媒体融合 做好企业宣传思想工作

习近平总书记强调,推动媒体融合发展,建设全媒体是我们面临的一项紧迫课题。要运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展,做大做强主流舆论,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础,为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神力量和舆论支持。

集团公司始终高度重视企业宣传思想工作,坚持守正创新,积极构建全媒体宣传矩阵,推进媒体融合发展,不断提升全媒体的传播力、引导力和影响力,为集团公司实现高质量发展提供坚实的思想基础和舆论保障。

### 求“新” 拓展新媒体传播平台

所谓“新媒体”,是相对于报纸、广播、电视等传统媒体而言的新传播形态,它依托于互联网和无线通信技术,通过电脑、手机、数字电视等终端设备,向目标用户传递信息和提供服务。新媒体传播速度快、形式多样、互动性强的优势,为集团公司宣传思想工作创造了更加便捷高效的条件,成为了宣传思想工作的前沿阵地。

按照“移动优先”策略,集团公司于2014年创办了官方微信公众号,持续向职工、客户、行业人才等目标用户输出“有料、有趣、有价值”的优质内容,进一步扩大了企业信息传播的范围和效果。截至目前,集团官微已拥有近4万名粉丝,并与各二级单位共同构建一个由121个微信公众号组成的“微矩阵”,进一步扩大了宣传

思想工作的广度与深度,成为职工关心、外界了解北京建工的“第一窗口”。

为更好地用活新媒体、把握新趋势,集团各单位需要坚持改革创新、与时俱进,充分认识新媒体对于企业宣传思想工作的意义,在实践中与应用中不断提升企业新媒体宣传的质量水平,更好地服务企业发展。

### 保“全” 构建全媒体传播矩阵

当下,新的媒体形式不断出现和变化。对于企业而言,不仅要探索新媒体领域,也要筑牢传统媒体宣传阵地,进一步完善全媒体传播矩阵建设,为媒体融合发力奠定基础。

集团公司高度重视全媒体传播矩阵构建,逐渐形成了“一报、一站、一网、两平台”的全媒体宣传格局,并在此基础上进一步推进不同媒体的协同发力。与此同时,各二级单位按照集团公司党委部署要求,积极构建各具特色、富有活力的全媒体矩阵,共同推进集团公司全媒体矩阵建设,为集团公司宣传思想工作提供了更加丰富多样的渠道。

但是目前,集团各二级单位全媒体矩阵构建还存在不平衡、不充分的问题,需要在“全”上发力,补齐短板、全面发力,综合运用多种传播途径,讲好企业品牌文化故事,进一步助力企业生产经营和党建工作。

### 促“融” 推动全媒体融合发力

全媒体的有机融合,可以充分发挥不同媒体的优势,互相补充、形成合力,有助于加强资源整合力量,拓展内容传播空间,提升舆论传播和引导水平。

根据报纸、电视、网站、微信等媒体不同特点,集团采取“同部署、同策划、同采编”模式,实现新闻信息“一次性采集、多媒体呈现、多渠道发布”。例如,围绕庆祝中国共产党成立100周年、党史学习教育,集团深挖新老建设者的红色基因、红色故事、红色精神,策划推出了“我的入党故事”系列微视频,制作了专题宣传片,并在中央电视台等主流媒体播出,全方位、多层次展示了北京建工红心向党、匠心报国的首都国企担当,营造了良好的舆论氛围。

同时,全媒体的深度融合,更离不开“人”的融合。在思想上,宣传工作人员需要紧跟时代潮流,提高思想认识,建立起“融思维”;在业务能力上,宣传工作人员不仅要会采写,更要会拍摄、编排。集团各二级单位需要进一步加强对融媒体人才的培养,不断磨练宣传工作人员的脚步、眼力、脑力、笔力,筑牢推动全媒体融合发展的人才基础。

### 聚“合” 做好企业宣传思想工作

媒体融合是时代所向、大势所趋,需要我们因势而谋、应势而动、顺势而为,在媒体融合“提质增速、协同发展”上下功夫,弘扬主旋律、传播正能量,讲好企业文化故事,做好企业宣传思想工作,共同推进集团全媒体融合发展再上新台阶。

一是要紧跟时代潮流,不断完善全媒体矩阵。在建立健全全媒体矩阵的同时,积极探索新的新媒体形式,在实践中勇于尝试、不断创新,充分发挥不同媒体优势,推进全媒体融合发展。集团各二级单位在实操中

要严格落实落细新媒体备案审核流程,避免舆情风险。

二是要坚持内容为王,不断提升内容品质。无论是传统媒体还是新媒体,不管传播的载体和形式有什么样的外在呈现,传播内容和价值理念才是核心。集团各二级单位要坚持内容为王,不断输出高质量内容和正能量价值,同时,兼顾提高发布时效和频率,避免新媒体平台长时间停滞,产生“僵尸号”。

三是要重视人才培养,打造强有力的全媒体运营团队。实现全媒体平台的高效运营和融合发展,需要一支能力、素养相匹配的宣传队伍,这就要求我们不断加强公关宣传人才综合素质培养,畅通人才成长通道,激发宣传队伍激情与活力,更要重视宣传干部的储备和提升,避免人才流失。

全媒体融合发展,机遇与挑战并存,需要集团各二级单位和广大宣传工作人员共同努力,坚持改革创新、与时俱进,助力集团打造强有力的融媒体传播体系,全面提升宣传思想工作水平,为集团打造成为国内一流、国际知名的工程建设与城市综合服务商,实现“十四五”高质量发展贡献力量。

集团公司 麻礼翔

