

常州金牛:打通成才通道 实现“双向奔赴”



近年来,常州市金牛研磨有限公司弘扬“求实、创新、拼搏、向上”的企业精神,践行“质量、创新、数字、绿色”的发展理念,打通职工成长成才通道,激发产业工人队伍创新活力,提升产业工人综合素质和技术能力,促进职工成才与企业发展“双向奔赴”,企业先后获“四星级工会”“工人先锋号”等荣誉。

党建引领,工建赋能。常州金牛是目前国内具有规模的涂附磨具制造厂家之一。公司坚持“党建带工建,工建促产改”,将党建工作、群团活动融入企业生产经营,以各类主题实践激发党员职工的主体意识。开展“争创优秀支部、争当优秀党员”活动,发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用。加大在产业工人中发展党员力度,优先发展在一线岗位上作出突出贡献的产业工人。加强职工思想政治工作,创建学习型企业,推动党的创新理论进车间、进班组,团结引领产业工人感党恩、听党话、跟党走。

技能提升,赋能成长。根据企业生产和技术创新需要,组织职工参加技能

培训、脱产培训,激励职工学技术、提能力、长才干,全面提升产业工人队伍技能素质。截至目前,开展中级钳工技能培训400课时,为50多名一线工人搭建相互学习、展现自我的竞技平台。职工宋文伟2009年入职公司设备部机修车间机修工。他积极参加技能培训,刻苦钻研技术,2015—2021年连续7次获评“优秀”,2022年获评新北区劳动模范,如今已成为机修车间主任。

薪酬激励,成果共享。公司坚持人性化薪酬管理,不断优化管理人员与技术工人的薪酬待遇机制、评价选拔机制,让技能要素、劳动要素参与分配,确保产业工人晋升有空间、技能有提升、待遇有保障。近年来,企业中高级职称人员比例已提升至10%;在拥有技能等级证书人员中,中高级技能人才比例提升至10%,技能人才占企业工人总数30%以上。百余名职工通过技术等级评定,平均涨薪500元/月,最高涨薪达3000元/月,一线职工工资增幅超17%,30名一线职工职位得到晋升,真正实现员工与企业共成长。

吴文龙 王娇

金坛区“刚柔并济”治欠薪解民忧

“这是所有员工最后10%工资的金额汇总表,你看看有没有问题,没有问题我们就按照这个金额发放员工工资了。”近日,金坛区劳动监察大队工作人员与区人社局财务科人员核对完最后一笔工资金额后,随即为员工办理工资发放手续。至此,某公司拖欠的80余万元员工工资终于发放到位。

今年5月,某公司多名劳动者来到区劳动监察大队投诉,反映几个月没领到工资。经初步了解,该公司因经营不善导致资金链断裂,2023年末至2024年4月,未及时支付员工的部分工资。接到投诉后,区劳动监察大队迅速行动,立即成立专案组展开全面调查。通过询问员工、查阅企业台账、与属地政府沟通等方式,详细了解该公司的经营及财务状况,全面掌握欠薪人数和金额。同时向属地政府及时发送《欠薪企业风险提示函》,联合属地政府多次约谈企业,以法律为剑,以事实为盾,明确告知企业拖欠工资的严重后果,督促企业想方设法筹措资金解决欠薪问题。

为推动企业尽快解决工资拖欠问题,区劳动监察大队采取“指导+执法”两手抓,切实维护劳动者合法权益。一方面,针对企业实际,指导企业制定切实可行的处理方案,建立企业、政府、员工三方沟通机制,及时通报进展情况,做好员工安抚工作。另一方面,及时跟进行政措施,下发限期改正指令书,责令企业支付员工工资。责令整改后,企业未能完全整改到位,区劳动监察大队及时下发《行政处罚决定书》进行行政处罚,以增强执法震慑力。为解决企业资金短缺问题,属地政府积极响应,主动介入企业货款回收工作,利用自身资源和优势,协调各方力量,加速企业货款回笼。同时,区劳动监察大队加强监管力度,要求相关资金直接进入区劳动监察大队农民工工资代发账户,确保应收货款优先用于员工工资支付。

应收货款到达代发账户后,为了确保工资能够及时、准确地发放到员工手中,区劳动监察大队采取集中代发方式,组织专人核对员工名单和工资数额,确保无误后统一发放。

吴丹阳 汤敦齐 陈浩

中车戚墅堰公司助力中非友好合作

作为中国和肯尼亚共建“一带一路”旗舰项目,肯尼亚蒙内铁路通车以来已安全运营7年多。中车戚墅堰机车有限公司研制的客、货、调三种车型共计56台内燃机车在蒙内铁路表现卓越,维保服务安全防护广受赞誉。

中车戚墅堰公司凭借修造一体化和专业化服务的优势,在肯尼亚建立海外机车车辆维保“4S”店,实行24小时机车车辆运维保障机制,并开展属地化培养和技术转移工作,帮助提升运营维保能力。7年间,蒙内铁路客运量和货运量均稳步增长,日均开行13.3列货运列车、6.4列客运列车。蒙内铁路宛如“大动脉”,加快了肯尼亚的现代化步伐。

多年来,中车戚墅堰公司不仅为蒙内铁路提供“产品+服务”,还为肯尼亚米轨既有线路焕发新生提供支持。自2021年起,肯尼亚陆续向公司订购16台米轨机车。这批机车陆续交付并投入使用后,使肯尼亚首都内罗毕至基苏木停运15年的米轨线路重获生机。同时,带动辐射周边乌干达、坦桑尼亚等国家的米轨既有线路再应用到很好的示范作用。近期,中车戚墅堰公司再次与肯尼亚成功签订3台18吨轴重米轨机车订单,目前已启动项目执行工作。

思梦 刘璇 马惠

武进区推动科技成果从“实验室”迈向“大市场”

今年,武进区在重大项目招引之外单独开辟科技招商赛道,以科技项目带动创新要素集聚、创新生态提升、产业体系优化。目前,区科技局已针对性地向板块推送科技项目112个。同时,建立全区科技招商管理系统,定期对系统填报项目进行会审,已有343个项目通过区科技项目认定。

区科技局招商,今年6月常州晶慈纳米科技有限公司落户武进国家高新区,目前正布局销售团队,以武进为圆心开拓新市场。“产品采用独特工艺技术和全新无机纳米配方体系生产,以纯无机物作为独立成膜剂,打破了外资品牌对中国高端涂料市场垄断多年的局面。”该公司相关负责人说:“后期,我们计划把生产基地落户在常州。”据了解,该公司以“硅晶瓷”为代表的“圭

玉”纯无机涂料不含有机物,经过1300℃火烧无碳化变色,生产和使用全流程无污染物排放,实现全生命周期零污染,受到客户欢迎。

科技项目落地生“金”,离不开资金扶持和智力支撑。中科瀚洁(常州)净化技术有限公司通过“龙城英才计划”,团队获得100万元创业资金支持,用于空气净化系列产品的研发、生产。“初创期,公司规模虽然没那么大,但在细分行业里具有不可替代性,武进对我们来说有很好的起步环境,每年投入500万元研发经费,全力突破纳米镀膜、板材净化剂等空气净化系列产品“卡脖子”技术。”公司总经理蔡佳龙说。

自2022年落户以来,中科瀚洁(常州)净化技术有限公司旗下“绿界”品牌已推出空气净

化纳米镀膜、光能净化车垫、天然植物除味剂、甲醛综合处理剂等多个系列产品。为提升纳米镀膜产品性能,该公司与常州工学院共建光催化实验室,进一步拓展产品应用领域。“将涂层材料涂覆在光伏玻璃的表层,理论上可增加5%的发电量。”蔡佳龙介绍,将产品应用于住宅、汽车、医院、学校等场所,还可持续分解甲醛、异味。

据悉,武进区将持续扩大科创“交际圈”,深挖高校、科研院所“富矿”,围绕氢能、集成电路、新能源等重点产业和未来产业方向,以科技招商为依托,加大对优质项目的孵化载体、基金投资、人才团队、应用场景等方面的支持,聚焦人才、技术资源进行招引,让更多科技成果从“实验室”加速迈向“大市场”。

吴南徐 张可馨

“送戏下乡”惠民巡演走进武进

为丰富基层群众文化生活,助力乡村振兴,2024年度江苏省“送戏下乡”惠民巡演走进常州武进区。近日,滑稽剧目《全家福》在大湖湾广场上演,周边市民纷纷前往观看。

现场,国家一级演员张怡等10余名演员登台献艺,用精湛的演技讲述一张“全家福”背后的故事。故事一波三折,笑中带泪,让观众们感受到浓厚的乡土气息,成为弘扬中华优秀传统文化的生动教材。2018年开始,常州市滑稽剧团对海派滑稽戏演剧样式进行改革和创新,把“各地方言、南腔北调、招笑技巧”三大基本功运用到极致,尤其是剧目《陈奂生的饭饭碗》,拿下了全国“五个一工程奖”。

今年,省级“送戏下乡”首次配送到苏南地区,武进区特邀常州市滑稽剧团走进洛阳、雪堰、滄里等8个镇(街道)开展惠民巡演,丰富武进锡剧团、凤凰艺术团两支本土“文艺轻骑兵”的演出样式,进一步充实“送戏下乡”活动,大力实施文化惠民工程。此外将举办武进区市民艺术季,推出更多精彩的群众文化活动。

一龙

本栏编辑/胡乐廷

热点

网络广告更加“清爽”了

国家市场监督管理总局日前发布的《中国广告业发展指数报告》显示,2023年,全国广告业事业收入和规模以上企业广告业务收入1.31万亿元,比上年增长17.5%,市场规模稳居世界第二。其中,互联网广告业务在各类媒体业务总量中占比近八成,成为拉动广告业持续发展的主要动力。

与传统广告相比,互联网广告形式多样、互动性强、精准度高,在促进商品和服务销售、引导消费方面发挥了重要作用,但也不同程度存在夸大宣传、虚假评分、“刷单注水”等问题。如何促进互联网广告行业健康稳定发展,成为业界普遍关注的问题。

弹窗广告越来越少

“你发现没?弹窗广告‘悄悄’变少了。”谈起网络体验,在福建厦门上大学的王元龙这样表示。

课余时间,王元龙偶尔玩一下电脑游戏。不知从哪天起,随便打开一个网页,右下角就会弹出一闪一闪的游戏广告。“最让我‘抓狂’的是,广告上通常会会有一个硕大的叉号,我以为这是关闭按钮,点击却发现,不是游戏下载链接就是全屏广告页……”王元龙吐槽。

在王元龙看来,一般网友并不排斥互联网广告,只是较为反感自动弹窗和恶意诱导类广告。网剧开头结尾播几条广告、网文中插几条海报,都是可以接受的。“感觉近段时间弹窗广告少了,上网环境‘清爽’了很多。”王元龙说。

胡春阳供职于杭州一家车企,主要负责网络营销工作。他向记者表示,用户对互联网广告更加“清爽”的印象,一定程度上来自去年5月施行的《互联网广告管理办法》。《办法》明确了广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者等相关主体责任,为维护互联网广告市场秩序提供了有力的制度支撑。

“就拿弹窗广告来说吧,《办法》明确规定了以弹出等形式发布互联网广告,广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。同时,严厉禁止为关闭广告设置障碍或须经两次以上点击才能关闭广告等情况。”胡春阳表示,随着《办法》的出台,各地市场监管部门同步加大对互联网广告乱象清理整治力度,许多同行不再采取粗放手段进行网络营销,互联网广告市场秩序明显好转。

据了解,为推动《办法》落实落地,市场监管总局专门组织开展了互联网广告领域治理工作。一方面,组织主要互联网平台企业行政指导会,指导各平台企业对照《办法》完善内部合规制度,压实平台责任。另一方面,加强对互联网广告乱象清理整治力度,净化互联网广告市场环境。

“2023年,各级市场监管部门共查处虚假违法广告案件4.76万件,罚没4.66亿元,有力维

护了广告市场秩序。”市场监管总局广告监管司市场稽查专员谷保中表示,中国广告市场秩序持续向好,公平竞争环境进一步优化。广告导向监管不断强化,重点领域监管成效显著。

“隐形”广告仍需规范

“这一大桌海鲜大餐,才199元,你敢相信吗?不信就点击下方链接……”不久前,在北京读大学的刘月刷到了一位美食博主视频,画面中,物美价廉的六菜一汤让人心动,几百张优惠券“秒空”。

买完券后,刘月约同学来到这家网红餐厅“打卡”。让她失望的是,菜品口味一般,还有点不新鲜。她和同学尝了两口就离开了。“没吃到美食,倒吃了个哑巴亏。”刘月说。

刘月表示,目前弹窗、图文等“硬”广告确实规范起来了,但“软”广告还是让人防不胜防。“这样误导消费者的‘探店’广告,难道不应该整治吗?”她说。

探店,是近年兴起的一种新型网络营销方式。不少网友在消费前,会刷一些“探店达人”的视频,优先前往网红“打卡”的店铺。“探店”模式具有鲜活的代入感,传达的信息更加丰富,便于消费者更真实、全面地了解产品和服务,因此广受欢迎,许多商家将“探店”作为“引流利器”。不过,一些消费者在实际消费后发现,“探店”视频存在一些货不对板的问题。中国消费者协会发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》显示,一些利用探店方式进行的营销活动,隐藏着欺诈和法律责任不明确的隐患。

“‘探店’已经不只是单纯兴趣分享行为,多数已成为商业营销手段,是一种‘隐形’广告。但很多‘探店’视频并没有醒目标注‘广告’字样,哪些是一般网友的内容分享,哪些是商业营销,消费者很难辨别。部分视频还存在以假乱真、假冒伪劣等情况,侵害消费者权益。”胡春阳说,分享还是广告,一个重要判断依据是内容发布者是否与商家签订合同或者有所约定,收取费用进行宣传推广。用户自然分享和广告营销界定不清,消费者权益就可能受损。事实上,多家平台为了吸引用户,制造消费者“探店笔记”,其实是利用人们对原创内容的信任,招募写手代写、代发所谓消费心得。这种“探店笔记”再通过网络大数据精准推送,误导了不少消费者。

除了“隐形”广告,植入广告也成为不少观众的烦恼:影视剧、综艺节目中,经常可见一些植入广告。与普通商业广告不同,植入广告跟影视剧等捆绑在一起,观众无法选择,只能被动观看。这不仅降低了观众收看体验,还可能涉嫌违反法律法规,潜藏虚假夸大宣传、侵害消费者权益的风险。

《办法》明确规定,“通过知识介绍、体验分

享、消费测评等形式推销商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明‘广告’”。然而,现实中,这类互联网广告的管理还存在一定难点。社交媒体上的一些内容分享类广告,与网友自发创作的知识介绍、经验分享、消费测评等内容信息高度相似,具有较强的隐蔽性。这给商户故意混淆广告与非广告信息带来了空间。

行业生态走向优化

针对互联网广告出现的新问题,国家市场监督管理总局近日制定并发布了《互联网广告可识别性执法指南》,为市场监管部门开展互联网广告可识别性监管执法提供指引,以此规范互联网广告生态,帮助消费者辨别互联网广告与非广告信息,保护消费者合法权益。

《指南》规定了不同业务场景下认定互联网广告可识别性的具体标准,丰富了标注方式,并对不具有可识别性互联网广告的处理量作出规定,不仅有助于实现互联网广告应标尽标,还帮助消费者更便利地识别广告信息。

“《指南》对相关广告法律法规作了进一步细化,并结合互联网广告特性和行业发展趋势,针对不同互联网广告发布场景下广告可识别性认定作出明确规定,增强了互联网广告监管规则的透明度和科学性。”市场监管总局广告监管司负责人表示,“《指南》的出台,有助于提升互联网广告的可识别性,对于规范广告

让手机APP清爽起来

打开手机应用程序(APP),开屏广告有了关闭按钮;关闭开屏广告后,界面变得干净清爽,开启速度也快了……近期,针对用户对反映强烈、投诉较多的手机APP诱导用户点击跳转、弹窗广告难以关闭等违规行为,工信部进行了集中整治,取得阶段性成果。

近年来,随着移动互联网的迅速发展,各类手机APP逐渐成为人们日常生活的“必需品”。但与此同时,一些手机APP广告存在“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蚂蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等问题,令人不胜其扰。这既降低了用户体验,也潜藏着侵害用户权益的风险。无论是从保护用户合法权益和隐私安全来说,还是从维护网络服务秩序而言,都有必要加大治理力度。也正因此,工信部的这一次集中整治,赢得多方叫好。

手机APP接入广告本身并无不可,关键



监管执法、规范互联网广告活动、保障消费者知情权和选择权、维护公平公正的互联网广告市场秩序都具有重要意义。”

全国各地都在加强互联网广告规范监管,为其健康发展保驾护航。其中,与直播带货相关的营销活动,成为互联网广告监管的重要领域。不久前,天津市市场监督管理委员会指导天津市互联网协会发布实施《直播电商服务规范》团体标准,从服务必备条件、服务管理制度、经营行为合规、服务监督评价等方面作出明确规定,力求通过标准制定实施,推进直播营销服务标准化,从而发挥规范直播电商市场秩序,提高从业员素质等重要作用。浙江多地也开展了一系列网络直播营销规范工作,整治互联网广告领域市场秩序。如杭州市市场监管局近日集中曝光了一批网络直播营销典型案例,包括冲锋衣不防风雨、“牛皮”“羊皮”鞋实际检测材质

为聚氨酯(PU)革、抽奖福袋里一副价值1999元的眼镜实际进货价仅4.85元,等等。

如今,互联网广告已融入生产、流通、消费各环节,在引导消费、扩大内需、拉动经济增长等方面发挥着重要作用。在这个大背景下,规范引导互联网广告行业健康发展,对发展数字经济具有重要意义。近年来,互联网广告发布业务持续保持较快速度增长,广告业知识密集型、人才密集型、技术密集型特征不断凸显。市场监管总局广告监管司副司长刘辉表示,数字经济的蓬勃发展为广告业发展带来新的机遇和挑战。数字广告是数字经济的重要组成部分,也是数字经济发展的重要驱动力。

“各级市场监管部门将在提升广告监管执法效能方面持续发力,以更科学完备的广告监管规则、更公平高效的广告执法实践,推动广告业持续健康高质量发展。”刘辉说。 据人民网

告、流量变现成为许多应用程序盈利的手段。在利益驱使下,有的商家不免心存侥幸、铤而走险。这也是为何一些手机APP广告关不掉、退不出的一个重要原因。同时,手机APP种类繁多,不同类别APP从事广告经营活动的方式和发布主体不尽相同,也给治理增加了难度。治理手机APP广告,是一项长期工作,还需久久为功。一方面,应加大制度供给,严格规范手机APP广告,比如可以引入“黑名单”制度等,提升违法成本。另一方面,也应善用技术,破解难题。比如,运用好大数据、人工智能等技术手段,精准识别和监测手机APP平台的广告投放,强化监管的针对性。

让手机APP清爽起来,不仅需要监管机构发挥作用,也需要运营平台把好广告的“内容关”。用户选择一款手机APP,既有方便的考虑,更有舒心的衡量。因此,对于手机APP运营商而言,要有用户意识,只有赢得口碑,才能赢得市场。把用户权益、用户体验和社会责任扛在肩上、放在心里,这是企业行稳致远的必然选择,也是手机APP赢得用户的关键所在。

民望