

哪哪都不舒服,总觉得自己“阳”了 这种“幻阳症”你有吗?

事件简述



(新华社资料图)

“我浑身乏力,嗓子还疼。”“我每天早上起床都鼻塞,眼睛还特别酸痛。”“我感觉体温很高呀,一量,怎么只有36.5℃。”最近,类似的对话频频出现在我们周围。很多人都神神叨叨、焦虑不安,感觉自己得病了,事实上并没有。对此,他们都是患上了同一种“病”——幻阳症。杭州市第七人民医院心身一科主任余正和说,现在的确出现了很多焦虑的人,信息时代,各种公众号、自媒体的文章都缺乏科学性和权威性,道听途说,造成恐慌。所以他建议大家,尽量减少对疫情的关注,获取信息的渠道应该是官方发布。(来源:钱江晚报)

网友评论

@简单:头疼咽喉疼没力气三天,第四天上午发冷,实在熬不住了去做了核酸检测,还好出来阴性。

@Elephant:不是“幻阳症”,是天选打工人。

@杨林月:性格脆弱易受暗示的人易患“幻阳症”,而性格坚强乐观开朗的人则不容易患此症,所以对疾病,我们不要恐惧惊慌,而应持轻松平和和乐观的态度对待之。

“行程卡纪念版”疯传 涉嫌违规已暂停服务

事件简述

12月13日0时,“通信行程卡”正式下线。与此同时,一项名为“行程卡纪念版”的新型服务也随即在朋友圈流行。其依托微信小程序和微信公众号供用户使用。值得注意的是,该链接不是通过注册手机直接生成图片,而是需要手动自行添加近三年内到达或旅经的地方才能生成行程卡纪念版。目前,相关小程序已经涉嫌混淆官方服务功能违规,被暂停服务。(来源:澎湃新闻)

网友评论

@杳杳半遮面:只有我想不到的,没有别人想不到的。

@郝先生William:这个有啥好纪念的?

@路飞小生2016:你图一乐,然而它在收集你的个人信息。

@你的愿望一定会实现:可能纪念的不是行程卡,而是三年来自己去过的地方有一个总结回顾吧,就像标记地图那样。看到就会想起自己三年间在每个地方的故事。

@日常熬夜h:人不能太闲。

@soft农夫:微信怎么审核的?

小编说两句

很多人都喜欢凑热闹玩一把“仪式感”,但“行程卡”是否适合被这样玩,在网友中引起了争议。对于很多人而言,或许“行程卡”代表的记忆并不那么美好,况且,作为一个公共服务的应用,涉及个人信息安全。所谓的“纪念版”行程卡本身就是个伪装“行程卡”没什么情怀,对很多不明状况的人也容易产生误导,就别强行消费了吧。

小编说两句

确实,疫情让很多人的情绪浮动很大,甚至影响到了生活。在调侃“幻阳”的背后,隐藏着的是广大民众对当下现状下“不确定”的迷茫与焦虑。要想打败“不确定”的焦虑,科学与理性永远都是最有力的武器。相关部门要实行更多民生所呼的举措,并且做好科学普及工作;个体也要培养在纷杂信息中不被侵扰、明辨是非的能力。

“文化上墙,理念入心”赋能成长

雄宇集团探索企业文化建设,培育新时代产业工人



雄宇重工集团股份有限公司是一家多元化、集约型的现代企业集团,目前已经形成了一定规模的产学研合作研发团队,近年来已获取各类专利技术120多项。

雄宇集团取得成绩的最大动力源泉,正是来自产业工人的集体智慧和辛勤付出。经过多年的实践,集团对产业工人的培育培养,已经形成独具雄宇特色的企业文化模式,归纳总结就是“文化上墙,理念入心”工作法,提炼形成了“雄宇九条”为核心的企业文化。

文化上墙,理念入心

一进入雄宇集团大门首先映入眼帘的是“幸福企业,温馨家园”和“仁、义、礼、智、信”的横幅文化标语;车间墙体上的是巨型横幅“雄宇九条”企业文化标语,具体为:雄宇使命:追求全体员工物质幸福和精神幸福的同时,用心创造最满意的产品和最高水平的服务;价值引领:思想改变世界,服务创造价值;发展驱动:科技引领未来,合作促进发展;人文理念:用心赢得尊重,精业成就梦想;工作理念:传统美德、职业道德、职业精神、职业能力;产品理念:服务、质量、成本;营销理念:销售最大化,经费最小化;企业风气:主管尊重员工,员工尊重制度,让家的感觉更好;雄宇愿景:树国际品牌,立行业标杆,做百年企业。企业文化标语在雄宇集团内随处可见,成为了雄宇集团靓丽的风景线 and 独特的名片。

以雄宇文化道德委员会为载体,以微信群和公众号为纽带,坚

持“一声问候、一份孝金、一本書籍、一张凭证、一场晨会”的企业文化滋养模式,推动“文化上墙,理念入心”活动。

几年来一直推行集团领导层班前迎接值日制。即:周一至周六每天将由两名集团领导层佩戴企业文化标语绶带在公司大门口值日迎接全体雄宇家人们上班。公司全体正式员工在生日当月,由雄宇基金、集团总裁、过生日员工本人共同为其母亲奉献孝金500元。集团在学习和践行企业文化过程中,向全体员工发放传统文化书籍。同时以职工书屋为平台,向全体员工开放,借阅各类员工感兴趣的书籍,提升了员工的文化素质和日常品行。公司推行雄宇基金制度,雄宇基金由爱心基金、工作基金和年金组成,每年按照不低于10%进行分红,若有员工离职,工作基金可按照一元每股折算成现金一次性领取。“周一晨会”机制在推行的过程中不断丰富和完善。

“雄宇九条”深入人心

雄宇集团经过几年来的企业文化建设推进和经验探索,已经逐步形成了自有体系的企业文化模式。最终提炼形成了雄宇文化的核心——“雄宇九条”。雄宇人在积极践行“雄宇九条”企业文化过程中始终突出人文关怀和心理疏导,引导广大职工理解企业改革,与企业同呼吸、共命运、心连心,助力企业形成良好的向心力和凝聚力,让职工感受集体温暖,提升幸福指数。

1、企业文化是一个系统性工作,是公司整体实力和素质的综合反映,不能简单地只从企业文化角度来推行企业文化建设,这样的“头痛医头脚痛医脚”方法不能解决根本问题。

2、理清企业制度建设和企业文化的关系,不能简单将企业文化认为就是人性化管理,不能因为人性化管理就放弃制度原则。简单的理解即为:处理好“法治”与“德治”的关系问题。

3、从多维度推进企业文化建设,把

握细节,以员工需求入手。进一步完善公司薪酬体系、激励机制、福利政策,特别是“软福利”措施。

4、突破企业文化不是空洞的口号模式,而是通过行动措施让员工实实在在感受到的雄宇家庭温暖,最终形成的凝聚力和共鸣,让所有雄宇员工表现出特有的行动价值观的特质。

雄宇集团以“文化上墙,理念入心”为突破口,夯实文化阵地,取得了一个又一个成绩。企业文化已经成熟,“雄宇九条”深入人心,雄宇“家文化”在业内具有很高的知名度和影响力。几年来,雄宇集团稳健发展,营业收入和企业纳税额度都大幅度提升。职工的待遇不断提高,广大雄宇家人在物质和精神两方面都感到了幸福。工会工作也成绩斐然,先后获得“滨湖区工匠文化示范企业”“滨湖区工匠小家”“无锡市模范职工之家”“无锡市工人先锋号”“江苏省工人先锋号”等荣誉。

