

# 黑龙江各地多措并举打好抗“疫”保卫战

本报记者 佟强 张楠  
□ 由艳春 王宏伟

疫情发生以来,黑龙江省各市县积极行动,结合各地实际采取多种措施,努力打好这场抗“疫”保卫战。

## 哈尔滨:17家违法经营单位被重罚

疫情发生以来,哈尔滨市市场监督管理局全力开展打击违法销售防护用品行动,立案查处一批违法企业和个人,有效震慑了违法分子。

2月7日,哈尔滨市市场监管局发布了“哈尔滨市疫情防控期间违法销售防护用品曝光台”,截至2月6日,已立案调查违法案件65件,作出处罚决定17件,拟罚没款合计61.86万元。

## 虎林:社区村屯联防联控抗疫情

自黑龙江省启动重大突发公共卫

生事件一级响应后,虎林市各社区立刻联合辖区内的所有党员以及社区志愿者,组成了15支防控巡逻队开展全天候的疫情防控巡逻宣传与监督,农村所有党员日夜轮流值守,坚决把好入门关,如有返村人员,落地即有党员包保管控。

特别是2月5日以来,虎林市实施了村屯、小区封闭式管理,防控任务更为艰巨,全市195个奔管楼,还有平房区怎么办?谁来管?社区又立刻组织近1000名的党员、老师、志愿者等分片分楼,用党员干部为奔管楼临时建起了一道防控大门,对出入小区人员进行核实登记,15支巡逻队全天候对市内居民小区、奔管楼、平房区居民进行巡逻,发现街上有闲散人员,便劝导其回家并提醒他们减少外出、做好防护措施。

此外,在全市平房区拉起疫情防

控警戒线,每个平房区只留一条进出道路,所有路口均有巡逻队员、大喇叭宣传车,巡逻队员规范有序、宣传到位,使平房区所有百姓知晓此次封闭式管理的重要性,真正达到了全覆盖,无死角。

农村更是严防严控,争取做到不漏一人。珍宝岛乡开展“百名党员干部齐包户”行动,通过“三报”“三不”“三包”管控制度,筑牢疫情防控网。“三报”:报人数、报健康、报需求;“三不”:不出、不进、不串门;“三包”:乡领导包村、村领导包党员、党员包农户,将疫情防控工作一级一级落实落靠。

## 鸡西:市场监管局全力协调疫情 防控急需物资

为缓解新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作物资紧缺现状,按照鸡西市政

府市长于洪涛“千方百计拓展渠道,争分夺秒做好物资采购与储备工作”的要求,鸡西市市场监督管理局第一时间带队协调或前往域内外药品、医疗器械生产经营企业,按照“鸡西市卫生健康委员会卫生机构物资需求清单”,广泛动员,积极筹备。

目前,已发动国药器械鸡西有限公司、黑龙江中瑞医药股份有限公司、黑龙江康吉医药公司等企业建立了N95口罩、84消毒液、医用酒精、免疫球蛋白、丁腈手套、注射用甲泼尼龙琥珀酸钠、a-干扰素等各类疫情防控物资的快速采购、代购渠道,有效助力鸡西市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作的顺利开展。

据悉,国药器械鸡西有限公司已与政府采购部门签订《鸡西市疫情防控物资采购框架协议》,首批口罩、消毒液等产品已到货供应。

1月16日,TCL电子控股有限公司(01070.HK)公布2019年第四季度(10月至12月)及全年累计(1月至12月)电视机销售量数据。2019年全年累计电视机销售量同比增长12%至3,200万台,顺利完成全年目标销售量,再创历史新高。

受益于产品力和品牌力持续提升,TCL电子2019年全年品牌电视机整体销售量较去年同期增长17%,其中智能电视机和4K电视机销售量分别同比增长19%及31%。产品结构持续优化,智能电视机和4K电视机占整体品牌电视机销量分别为85%和51%,分别较去年提升2个百分点。

销售量同比增长41%,第四季度同比增幅高达57%;其中快速增长区域包括印度、阿根廷、澳大利亚和俄罗斯,全年同比增幅分别达151%、121%、79%和46%。

中国市场方面,公司2019年品牌电视机销量仍保持逆势上升的势头,第四季度环比增长20%,全年同比增长2%达718万台。其中,智能电视机销量和4K电视机销量占第四季度品牌电视机销售量分别为87%和66%,占全年品牌电视机销量分别达83%和60%。公司持续优化中国市场产品结构和渠道结构,不断提升市场竞争力。

## 产品与结构持续优化

# TCL电子2019年电视销量 猛增12% 创历史新高

点和6个百分点。全年量子点电视机(QLED TV)销量同比增长66%,主要来自海外市场。

海外市场方面,公司2019年全年品牌电视机销售量同比上升26%达1,346万台,海外市场品牌电视机销量占整体品牌电视机销量65%以上,各区域市场销售表现均实现强势增长。其中,北美市场持续巩固领先优势,全年品牌电视机销量同比增长两位数增长达14%;根据NPD最新市场研究报告数据,2019年前三季度,TCL品牌电视机在美国销售量市占率稳居第二,市占率同比显著增长超过3个百分点。欧洲市场保持快速增长势头,2019年全年品牌电视机销售量同比增长35%,第四季度同比增幅更达54%;其中,西班牙、英国和意大利全年同比增幅最为明显,分别高达264%、262%和203%。新兴市场持续拓展销售渠道,2019年全年品牌电视机

互联网业务用户规模持续扩大,全年累计通过欢网运营的激活新用户数量为1,043万,同比提升25%;历史累计总用户量突破4,000万,攀升至4,234万,同比提升33%;日均活跃用户数量跃升至2,079万,同比提升36%(来源:广州欢网科技有限责任公司“欢网”)。

2019年TCL电子坚持深化全球化发展战略,同时大力发展互联网业务,为公司带来持续性的用户运营收入,尤其通过深化与海外互联网巨头的合作,今年新增海外互联网业务收入,公司整体盈利能力增强。未来公司将不断推动品牌国际化和品牌影响力,持续提升全球市场份额的同时重点发展全球互联网业务,并大力推动“AI x IoT”战略,致力实现硬件+软件+万物连接和各种场景的融合,成为全球领先的智能科技公司,为股东创造更大的价值。

## 江西赣州银行南昌分行积极做好疫情防控工作

本报讯(记者 郝海霞 □ 陈梅 何丰源)“生命重于泰山,疫情就是命令,防控就是责任。”面对目前疫情防控的严峻形势,江西赣州银行南昌分行全体员工在赣州银行总行的正确领导和大力支持下,众志成城,全副武装,积极投入到这场疫情防控的阻击战中。

打赢病毒阻击战,坚定信心是关键。面对来势汹汹的新型冠状病毒感染的肺炎疫情,南昌分行全体员工不退缩、不妥协、始终相信“纵有疾风起,防疫不言弃”;始终相信只要有坚定的信念,就一定能够战胜困难;始终相信听从指挥,广泛参与,群策群力,同舟共济就一定能够取得胜利。在病毒防控期间,各员工积极响应号召,及时汇报情况,努力通过网络、电视等渠道获取最新防控进展及好的对策并通过微信群共享,为打赢这场战争贡献着自己的一份力量。

打赢病毒阻击战,充足的准备是基础。“凡事预则立,不预则废”,良好的开端是事情成功的一半。赣州银行南昌分行领导班子在掌握了疫情防控情况的第一时间,就积极采取了应对病毒的有效措施,采购了大量的口罩及消毒水,为打赢这场战斗做好了充足的准备,也让南昌分行全体员工吃下了一颗定心丸。同时,为保障后续的物质补给,赣州银行南昌分行

及辖属各机构还设立了专门的防疫物资统计员,对口罩、消毒品进行统一管理,保证在疫情期间,有充足的“弹药”打赢这场攻坚战。为防止疫情期间出现特殊状况,该行还广泛征集意见,讨论各种情况,并在此基础上制定了详细的应急预案,做好了最坏的打算,真正做到有计划有组织的防疫,有针对性有策略的“治毒”。

打赢病毒阻击战,科学防治是关键。在疫情持续期间,赣州银行南昌分行严格要求每位员工都佩戴口罩,并定期对营业网点、柜面、办公桌、桌椅等进行消毒,让病毒无处可藏。同时,要求辖属各机构通过LED滚动播放防疫方法、在醒目位置张贴宣传标语等方式对客户进行宣传引导,提升防疫意识。为防止前来办理业务的客户感染病毒,南昌分行各网点每日至少两次对营业大厅进行全面消毒,同时对每位前来办理业务的客户测量体温并做好登记,严格执行防疫要求,尽最大努力减少病毒的传播感染,真正做到科学防控,隔离病源。

因采取的防疫措施科学得当,目前赣州银行南昌分行尚未出现有客户或员工感染新型冠状病毒肺炎的情况,南昌分行工作人员表示,今后大家也将继续坚定信心、同舟共济、科学防治、精准施策,为打赢这场“战役”进行到底。



# 安利科学有序复工 保价格保质量保供应

对于营销人员,公司要求他们严格遵守当地防疫规定,不做人群众聚集,规范产品宣传等举措。得益于安利近年在数字化方面的变革和突破,目前销售超过九成在线上完成。公司鼓励营销人员利用数字化矩阵参与培训、开展业务,与顾客沟通。线上销售,可以最大程度降低人员的聚集,防控疫情,同时满足市场和消费者的需求。

## 市场断货优先捐赠 安利捐赠价值1100万元防疫物资

1月23日,武汉正式封城,防疫指挥部发出通告,呼吁社会捐赠防疫物资,支援抗击新型冠状病毒疫情第一线。当日,安利立刻响应,经与武汉相关部门沟通,紧急从广州生产基地调拨总价值100万元的防疫通用物资,包括7200瓶抗菌洗手液、7200瓶浓缩多用途清洁剂、40台空气净化器,经捐赠物资绿色通道,于1月26日运抵武汉,供各定点医院使用。

随着疫情进一步发展,防疫前线急需大批抗菌、消毒等防疫通用物资。1月28日,安利广州生产基地生产防疫物资的产线复工,在市

场断货情势下,安利公司克服困难,组织供应链、生产及物流等部门昼夜接力,生产线实行倒班制,24小时运转,优先为疫区安排产能,1月31日再度向武汉市慈善总会紧急捐赠第二批价值1000万元的通用防疫物资,包括60000瓶抗菌洗手液、54000瓶浓缩多用途清洁剂、12250个喷雾瓶、550台空气净化器,生产完成后第一时间发往武汉,由武汉市防疫指挥部和武汉市慈善总会统一调配,供武汉市民生服务部门、火神山、雷神山两家医院使用,抗击新冠肺炎疫情。

在疫情防控工作期间,安利公司坚守诚信和道德底线,担当社会责任,“保价格、保质量、保供应”,保障防疫用品、商品价格不涨、质量不降、供应不断,众志成城,同全国人民一道,坚决打赢疫情防控阻击战。



正有条不紊的进行当中。

此次捐赠的病房专用电视均搭载SwaIoT小维智联以及TrensAI智能生活管家,支持语音操控,可作为看护、远程对话使用,用于医护人员跟病人远程沟通,减少交叉传播风险。首批物资将用于火神山住院区病房以及医用显示。

此外,创维将持续配合央视新闻播发新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控宣传片,调动线上、线下、电商、产品等渠道资源,加速公益短片在全国范围内普及,触达更多民众,共同筑牢疫情防控堤坝。

当前,正是新型冠状病毒肺炎疫情防控阻击战的关键时期,各地各单位陆续复工,消费者对各类防疫用品、食品药品需求激增。为保障安全稳定的社会公共秩序、公共卫生秩序、市场经营秩序,安利公司积极响应国家市场监督管理总局的要求,科学有序复工,保障商品的价格稳定、质量安全和市场供应。

## 科学有序复工 优先保障疫区供应

面对突如其来的疫情,安利于1月22日启动公司最高级别应急管理机制,并于1月28日,在取得当地政府许可的前提下,部分生产线陆续复工,在市场断货情势下,尽最大努力统筹全球供应链资源,优先为疫区安排产能,特别是如家用消毒清洁剂、空气净化器、纽崔莱保健品等疫区急需的产品。随着各地春节假

期结束,各单位陆续复工,疫情期间,安利将严格执行防疫措施,加强生产经营场所消毒和从业人员安全防护,科学有序生产,规范经营。

位于广州经济技术开发区的生产基地,执行网格化防疫管理机制,制订完备的应急预案,按物理功能区以及职能分工,将所有生产基地的人群划分到最小数量单元,各单元相互之间尽量完全隔离,包括入厂打卡、生产和用餐。一旦发现疑似情况,立即隔离特定人群,将影响范围最小化。对于经营场所,安利主动在全国193个开设有体验实体的城市停办线下活动,严格按照当地政府要求复工,所有开放店铺区域,疫情期间每天将定期消毒,员工每天测量体温,确保健康上岗,进入店铺的消费者均需要检查体温,为未佩戴口罩的客户提供一次性备用口罩。

## 心系疫情 创维在行动

神山、雷神山两所疫情防控专业医院。在与武汉市政府以及施工方沟通后,按照实际需求,第一批500台病房专用电视,已于29日完成内部调配及发货,直接发车运往武汉蔡甸火神山医院。第二批物资将在2月5日到7日之间到达雷神山医院,两批捐赠物资总价值约600万元。

负责此次运输及安装的安时达火神山创维电视安装突击队成员分属创维电视总部、湖北分公司以及旗下的安时达服务售后公司,共24人临时组建完成。战斗在抗疫一线的创维突击队成员代表着所有创维人在突发事件面前的责任与担当,希望他们在确保物资按时交付的同时,注意防护,保重身体。

在经过12小时的车程后,第一批捐赠物资现已到达火神山医院,安装工作



一方有难,八方支援。新型冠状病毒感染的肺炎在武汉集中爆发,深圳创维-RGB电子有限公司第一时间驰援火

# 线上需求线下解 党群关系更密切

——北京通州潮县镇高质量深入推进“双报到、双积分”工作

北京市通州区潮县镇坚持以党建为引领,围绕“七有”“五性”要求,以群众诉求为导向,坚持“民有所呼、我有所应”,切实高质量推动“双报到、双积分”工作持续走向深入。做到最大限度地调动起全镇各级党组织、党员干部为老百姓解决操心事烦心事揪心事的热情,高质量实现“组织发动、党员带动、积分促动、反馈互动”的目标,群众的获得感幸福感安全感显著提升。

## 效率提升——百姓的需求第一时间得到响应解决

对广大村里老百姓来说,“垃圾分类”可是个新鲜词语,却也是北京市2019年试点和2020年大力推进的重点工作。“垃圾要怎么分类?”老百姓疑问很多。

2019年12月份,南丁庄村杨女士在“双报到、双积分”平台上发起了需

要学习垃圾分类知识的需求。南丁庄村党支部第一时间迅速回应,并在全村组织“垃圾分类,从我做起”的宣传活动。向全村老百姓把为什么要进行垃圾分类、如何进行垃圾分类讲得清楚和透彻。使全村老百姓明白了厨余垃圾、有害垃圾、其他垃圾和可回收物的区别,有效推进垃圾分类工作的开展,切实巩固提升了美丽乡村人居环境整治的内涵。

“老有所养”是关系社会民生的重大问题,也是“七有”“五性”要求中需要重点解决的问题,同样是各村面临的实际问题。吴营村老年人不断增多,老龄化日趋严重。为了切实提升老年人的生活品质,吴营村党支部根据村里老年人的实际需求,规划建设了村级养老驿站。通过对“双报到、双积分”平台需求情况分析,不断对养老驿站的规划方案进行细致研究,多次对工程进度进行现场

监督,切实加快推动项目进度。争取养老驿站早日投入使用,实现让老年人“老有所养、老有所乐、老有所安”的工作目标。

## 主动治理——“向前站一步”主动解决群众身边事

入冬以来的几场大雪,在朋友圈刷屏了。“千里冰封、万里雪飘”的美景固然赏心悦目,但着实给村里老百姓的出行添了不少堵。特别是大雪之后,整条背街小巷都可能结冰,“一步一打滑、两步一趔趄”,可谓“步步艰难”,因此拨打12345市民服务热线的百姓也不在少数。

梁家务、徐官屯、边槐庄、周起营、西定安、龙庄等村党支部“想群众之所想,急群众之所急”,第一时间在“双报到、双积分”平台上发起“扫雪、铲冰”等活动,得到广大党员的积极响应,迅

速行动。二三人一组,三五成群,拿着工具,顶着寒风,深入大街小巷。撒融雪剂、铲冰、清扫、装运……各有分工,齐心协力。在最短的时间内做到“雪化了、冰铲了,路好走了,百姓很满意”的良好效果,切实保障老百姓的出行安全,且有效降低12345市民服务热线诉求量,起到积极作用。

## 成效显著——党员作用发挥好,党群“鱼水情”更密切

通过“双报到、双积分”平台,充分发挥出党组织的主导性和党员的主体性。党组织能第一时间了解群众需求,找准为群众服务的关键点,采取有效措施回应百姓需求。党员可以通过“双报到、双积分”平台告诉党组织“我能做什么,我擅长做什么?”让自身的特长有效发挥,实现与百姓需求的精准对接。活动之后,广大党员纷纷把活动成



果分享到微信群、朋友圈,极大强化党员的身份意识,充分发挥出党员的先锋模范带头作用。

截至2020年1月16日,全镇党员认证数2359人,激活率达到71.35%,群众发布需求22次,党支部组织活动74次,参与人数530余人,综合得分在全区排名第一。通过“双报到、双积分”平台,一大批老百姓的操心事烦心事揪心事得到有效解决。

下一步,潮县镇党委将继续坚持以人民为中心的发展思想,始终坚持“七有”“五性”要求,围着群众转、奔着问题去,深入推进党建引领下“双报到、双积分”工作“向前站一步”。着重探索与12345市民服务热线工作相结合,不断推动在更大范围更深层次更高质量上解决群众身边的操心事烦心事揪心事,在更高水平上密切党群“鱼水”关系。(侯占广)