

公务员大门向“小巷总理”开了

合肥市首次从社区考录市直机关公务员,开全国先河

记者 刘甜甜

整日奔波邻里间,为谁辛苦为谁甜?在我们的生活中,身边大小情都要过问的社区党组织书记、居委会主任,被老百姓亲切地称为“小巷总理”。兢兢业业为市民办实事的他们,即将有机会“向上走”,通过考录而进入市直机关公务员队伍了!昨天,合肥市公务员局发布公告,首次面向社区干部考录10名市直机关公务员,此举将开全省、全国之先河。

省市公务员招录青睐“小巷总理”

在昨天的新闻发布会现场,合肥市公务员局局长单虎这样告诉记者:“截至目前,我省授权单个城市组织招录公务员,这在全省是第一次,而合肥从本市优秀社区干部中直接招录,进入市直机关公务员队伍,在全国也是首次(目前全国其他省市从社区干部中招录公务员只进入乡镇、街道一级)。”

“为什么这次考录,专门面向‘小巷总理’呢?”面对记者的提问,单虎解释说,之所以面向社区干部考录,要的就是他们与老百姓打成一片的基层工作经历。单虎还透露,今后省公务员局也有望推广这项做法,在全省公务员招考中,突破现在的一些体制壁垒和障碍,使更多了解百姓生活的“小巷总理”走向公务员岗位。

10个岗位等你来报考

此次计划招录10名公务员,合肥市经信委、市科技局、市国资委、市教育局、市城管局、市总工会、市发改委、市农委、市物价局、市财政局工作人员各1名。报考范围及对象为:合肥市所辖瑶海、庐阳、蜀山、包河四个行政区区域内(含经开、高新、新站三个开发区),任职满2年以上的优秀社区党组织书记、居委会主任。关于考录的有关信息,报考人员可以登录合肥市公务员局网(<http://gwyj.hefei.gov.cn>)查询,咨询电话:0551-3538760、3538709(合肥市考录办)。

采访中,记者还得知,这次考录的笔试案例分析题都来源于社区干部日常工作中的身边事。而且,面试采取演讲加答辩、现场同步电视直播的方式进行,重点考查“小巷总理”们的反应能力和处理问题水平。熟悉他们的市民,到时候一起来看看他们的表现哦!

昨天是第二个“世界肝炎日”,权威专家呼吁市民: 注射疫苗后,3至5年要检测抗体

魏瑶 程蕾 记者 王松青

昨天是第二个“世界肝炎日”,安医大一附院举办了“认识肝炎 科学防治”大型义诊。专家在义诊中呼吁患者,乙肝治疗达到100%痊愈是不可能的,患者应到正规医院进行科学治疗,切不可因为期望过高而相信虚假广告。健康人群,应该注射疫苗,并间隔3至5年进行检测,确保免疫力。

现状:乙肝具有家庭聚集现象

安医附院感染科主任魏少峰告诉记者,乙肝本身传染性并不大,主要是通过血液和密切接触进行传染,在日常生活中被传染乙肝可能性很小。那么,乙肝病毒是通过什么途径进行传播

的呢?魏少峰表示,“乙肝病毒传播,第一是母婴传播,这种垂直型的传播会将母亲的乙肝病毒传染给下一代;第二是家庭聚集现象,一个家庭中可能出现不止一个乙肝病人。”

预防:打了疫苗3到5年需检测

乙肝防治,重在预防。新生儿出生后一般都会接受乙肝疫苗的接种,接种后的预防率可以达到86%,理论上疫苗可以达到12年有效,但魏少峰建议,因每个人的情况各不相同,建议3至5年就去医院进行一次检查,主要查看表面抗原功能是否降低。

现场有很多前来咨询的市民都很关心是否可以预防乙肝病毒传染给下一代,魏少峰介绍说,可以在怀孕的后三个月注射“高效价乙肝免疫球蛋白”或者口服抗病毒药物,再加上新生儿出生后及时注射乙肝疫苗,阻断率可高达95%。

治疗:“包治乙肝”的都是骗子

现在电视和网络等媒体上都有广告称,可以“包治乙肝,达到100%痊愈”。魏少峰告诉记者,“这些都是虚假宣传,在目前看来乙肝治疗达到

100%痊愈是不可能的。”魏少峰建议患者应该根据自身情况到正规医院进行科学治疗,切不可相信虚假广告。

销量达周二晚间水平的4倍

商之都员工内购专场圆满结束

葛晓茜 董方/文

7月26日晚,商之都员工亲友团内购专场于当晚19点整,在宿州路8号商之都旗舰店如期开场。这次专场活动是针对安徽商集团、安徽出版集团、安徽旅游集团的员工及亲友、部分VIP至尊会员、联盟单位会员。所有顾客都是凭“内购券”或商之都VIP卡入场。据悉,当晚短短3小时内,门店营业额就达到平时相同时间内4到5倍的水准。

服装、鞋类、化妆品获当晚“最佳销售奖”

18点30分,笔者来到省城宿州路8号的商之都旗舰店门前,已有不少消费者等候在场外。据保安人员介绍,为了让内购专场更顺利举行,商之都旗舰店提前1小时开始清场,将在当晚19点准时开场。不少消费者选择就场外守候,家住省城三孝口附近的杨先生告诉笔者:“这个活动昨天开始可以凭券兑换电子币,我就已经到商之都里面观察了一下。”

当晚19点,笔者准时与其他消费者一起凭券入场。位于2、3两层的女装柜组前门庭若市,许多消费者前去试穿衣服。据商之都旗舰店相关负责人介绍,当晚全场的销售均有不俗的表现,尤其是女装部、鞋类以及化妆品类,成为当晚最受消费者欢迎的品种。“我们商之都拥有10万左右的VIP客户,以及本次活动三大集团的5万员工,加一起就有15万人。所以当晚的客流量非常大,销售额也是以往周二晚间的4~5倍。”到了专场的尾声阶段,笔者仍看到有消费者在一楼的电子券兑换服务台兑换电子币。

首创“非周末”全新营销模式受好评

当笔者问到内购专场为何没有安排在周六、周日亦或节日时,这位负责人告诉笔者:“这次的周二晚场内购活动,其实是商之都一次大胆的创新与尝试。据我了解应该也是省内首创。类似这种员工专场已不是第一次,但一般都是安排在周末,非周末时段是本次专场活动的第一大特色。”目前,正值炎炎夏季,是各大商场营销活动的淡季,而且百货商场之间的竞争也十分激烈,“在这种背景之下,我们商之都认为仍要注重营销策略的独创性与新意。因此,联合三大集团,举办了针对内部员工亲友的点对点营销活动。点对点营销则是专场的第二大特色。”此外,国际一、二线品牌也参加专场活动,这一亮点为当晚的优惠增色不少。



当晚某集团员工贺女士告诉笔者,她在场内选购了几样商品,使用满400减100电子券的折后价格比平时优惠了不少,“家里的亲友们老少都一起过来了,这种促销方式还是挺独特的,效果不错。”

效果佳 员工内部专场或将连续上演

“这次员工内部专场的效果已经超过了预期的整体效果,并没有在前期有大投入的宣传,而且选择了周二晚上,但是客流量、销售值都不错。”商之都相关负责人介绍,商之都未来仍然会为消费者带去更多新鲜的优惠活动。

这位负责人还表示,商之都依然有可能会以联合友谊单位的形式,组织开展员工专场活动,“我们会继续摸索新的营销方式,推出不同的活动。可能会在未来分季节、按年度来举行。让所有喜爱商之都的消费者尽享购物的乐趣。”

