

青岛列车段第四餐车包乘组再聚首 荣耀四姐妹 铁路绽芳华



在青岛客运段段史博物馆,有一张1973年青岛至北京第四餐车包乘组的老照片,照片上有四位姑娘:20岁的餐车长赵锦卿眼神果敢坚毅,18岁的盖秀美、张爱君、矫瑞兰面容青涩却朝气蓬勃。

前不久,青岛客运段原工会主席段伟组织老同志参观博物馆,当年的包乘组实现了一场难得的聚会。虽然四姊妹之一的矫瑞兰因身体原因未到场,段伟却用手机连线,帮助她们实现了这次跨越时空的团圆(左图)。

“只干活的机器人”

1972年,全国百废待兴,“抓革命,促生产”口号响亮,各行业稳步发展。青岛客运段(时称青岛列车段)开通青岛至北京旅客列车,这是承载希望与梦想的纽带。作为第一批进京列车餐车女服务员,四姊妹深知使命重大。当时大连列车段进京列车餐车组是行业标杆,1973年6月,青岛列车段领导选派赵锦卿、盖秀美、张爱君、矫瑞兰前往大连取经。

三个月学习结束,她们学成归来,迅速组建青京第四包乘组餐车组。这不仅开启青岛列车段餐车运营新篇章,还打破餐车前台由男服务员主导的传统,让女性力量在餐车服务领域崭露头角。

那时四姊妹正值青春年华,值乘在240/239次青京列车餐车,每次出乘都肩负段领导和职工期望。青岛火车站设施简陋,无高站台,旅客上下车靠扶梯,餐车上料更是艰难。面对困难,四姊妹毫不退缩,用两轮大板车将餐料从远处拉到站台,扛起50斤重的大

米、60斤的青岛啤酒和大量肉鱼、蔬菜搬上餐车。尽管汗水湿透衣衫,她们毫无怨言,始终以热忱笑容温暖旅客。

在激情燃烧的年代,四姊妹无私奉献。出乘前主动帮列车乘务员打扫卫生,甄车长劝她们休息,她们笑着婉拒,坚持工作。旅客和同事看在眼里,称她们为“只干活的机器人”,满是敬意与赞赏。

“一切为了旅客”是四姊妹坚守的服务理念。春节等节日,列车拥挤,为了让旅客吃上热饭,她们扛起几十斤重的饭盒,在站台与列车间穿梭,从车窗爬上爬下。肩膀磨破出血,简单处理后就继续工作,轻伤不下

火线,是铁路人无私奉献的真实写照。

无私奉献获荣誉

四姊妹的成功离不开“四管理一核算”科学做法。从大连取经归来,四姊妹开创青京四姊妹餐车组,喊出“妇女能顶半边天,巾帼不让须眉”口号。她们制定餐车运营标准化制度,涵盖餐料把控、饭菜管理、备品保管、餐票使用、成本核算等,形成严谨高效服务体系。

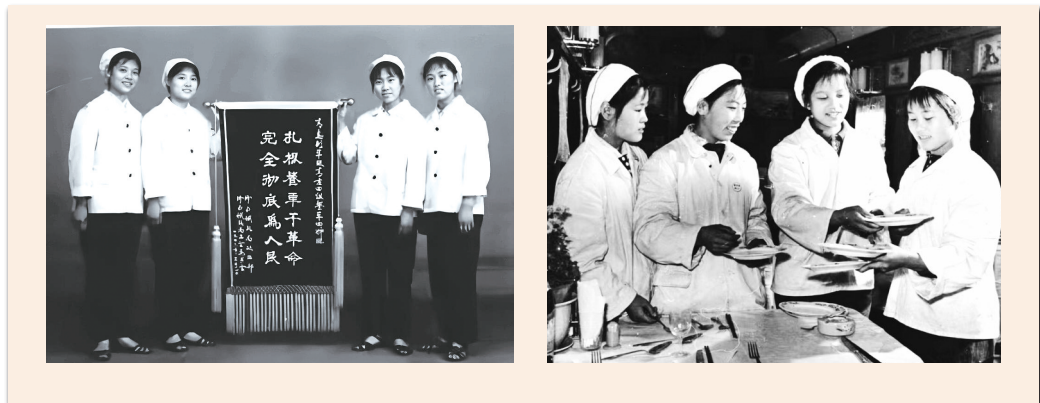
在餐车服务上,她们总结出“前台六条整齐线”,让餐台物品整齐有序,上菜托盘化,走路靠右且不空手,提高服务效率与质量,提升旅客用餐体验,为铁路餐车

服务树立标杆(右下图)。

自1973年成立,凭借这套体系,她们年年获评先进集体、“三八红旗手”等称号。1976年,青京四组餐车四姊妹被铁路局政治部、工会评为女工先进集体,授予“扎根餐车干革命,完全彻底为人民”锦旗(左下图)。1979年,矫瑞兰当选山东省人大代表,这是她个人也是整个餐车组的荣耀。

四姊妹的团结协作与无私奉献,为青岛客运段赢得荣誉,她们的青春在列车与铁轨间绽放光彩。如今,她们步入晚年,故事却如陈酿美酒,激励一代又一代铁路人奋勇前行,成为无私奉献的生动缩影。

通讯员 王顺成 段伟



日前,家住青岛市市北区宝应路的83岁匡福宽老人看到《老年生活报》上刊登的《外骨骼机器人加速入局“银发经济”》的报道后,给编辑部打来电话,咨询如何购买一台外骨骼机器人。本报工作人员立即联系了几家外骨骼机器人销售企业,经过认真比较,给老人推荐了两款“深圳作为科技公司”生产的外骨骼机器人产品。记者与老人确定时间后,深圳作为科技青岛公司总经理王超携带两款产品来到匡福宽老人家里,让老人现场体验。

轻量化设计让老人爱上户外活动

本报记者协调科技公司为老人解难题 上下楼不再难 八旬翁用上“外骨骼机器人”

在匡福宽老人家里,王超向老人详细介绍了两款产品的性能、使用方法。随后,老人在工作人员的帮助下,先后穿戴上两款产品体验。体验过后,当即选择购买了最大助力6公斤的升级款产品。老人感慨地说,科技让晚年生活更自在。

据深圳作为科技青岛公司总经理王超介绍,此次发布的两款外骨骼机器人单腿最大助力分别是4公斤和6公斤。产品可智能感应使用者行走意图,芯片算法控制及时提供助力,坚

固支撑可以有效矫正步态,提高平衡性,并配备使用力度调节功能,能满足不同人群的需求,也非常适合有户外运动需求的老人。

八旬用户亲证实用价值

“以前上下楼非常困难,必须双手用力抓住楼梯扶手把自己拽上台阶,现在能一口气上十几级台阶了!科学家们太了不起了!”体验者匡福宽老人啧啧称赞。他表示,3.5公斤的机器人穿戴后几乎“无感”,但上下楼梯明显轻松,好像有人帮你抬腿走路。

数据显示,该设备单次充电可以持续使用2.5小时,如果不小心跌倒,机器人会在第一时间向紧急联系人发出报警信号,方便使用者及时得到帮助和救治。

随着我国人口老龄化程度的加深,适老化科技产品需求激增。专家指出,此类轻量化智能辅具的普及,将有效缓解居家养老压力,推动“银发经济”向科技化转型。本报记者



扫码
更多
精彩
观看

老人想买 子女不同意 老年人消费,子女说了算?

一位卖适老化产品的业务员,热情接待了一位八旬老人,耐心解答了所有问题,信心满满觉得这一单稳了。可谁想到,老人子女一个电话打来,生意就泡汤了。像这种“老人想买,子女不同意”的情况,在养老消费中随处可见。那么,在多方合作大力推动银发经济发展的当下,老年人究竟需要什么样的产品与服务,子女们又有哪些顾虑和考量,是每一个养老行业从业者都需要直面的问题。

“调查数据显示,老年人意外死亡案例中,超过85%都是由跌倒或碰撞引发的,这也是我们研发防摔马甲的原因。”国融乐养健康科技(上海)有限公司副总经理魏晓旭介绍,防摔马甲日常只需充电维护其重力感应器。如若老人在穿戴马甲时出现摔倒等情况,遍布胸肋骨、髌部、后背、头部、颈椎和两侧肩胛骨的气囊会被瞬时激发充气,保护老人的安全。值得一提的是,这款马甲可多次使用,并已进入量产阶段,在淘宝等电商平台出售。

对企业来说,在保障产品性能过硬的同时,精准高效地触达用户同样关键。魏晓旭介绍,需要适老化产品的老年人中,有不少人并不习惯通过互联网来获取产品信息,反而是由儿女等中青年一代来为长辈选取和购买适老化产品。

记者采访中发现,养老企业正逐渐认识到,“银发经济”的参与主体并不局限于老年人本身。在一些养老产品的消费场景中,决策权和支付行为,有时会由子女、年轻一辈代劳。“这并非老年人无法负担产品价格,也并非不认可产品,而是不同代际人群的消费观念差异。”一位养老企业负责人说。

魏晓旭讲述了一则有趣的案例:企业此前曾与某银行合作,在银行网点向老年客户展示和推介助老辅具。到现场的老人对“充气沙发”等新奇的产品表现出了浓厚的兴趣,但到了了解价格的环节,老人们却普遍表示,需要回家与子女商量。反倒是银行网点的员工纷纷被“种草”,决定为父母购置适合的助老辅具。

国融乐养健康科技(上海)有限公司总经理徐亚峰在多年从业经历中发现,让银发人群为养老产品“买单”的关键要素一般有三点:其一是产品或服务确实为当前刚需;其二是性价比;其三是有国家补贴等政策刺激,触动老年人做出消费决策。

舒抒

良好习惯

防鼻腔疾病

临床数据显示,错误的擤鼻涕方式会导致鼻黏膜损伤。陆军军医大学西南医院耳鼻咽喉科主任钟诚指出,反复掏挖易造成鼻黏膜干燥、破损,增加过敏反应概率;用力同时捏住双侧鼻孔擤鼻易导致鼻孔局部肿胀、堵塞和疼痛;过度用力吸鼻子还可能引发鼻黏膜急性或慢性炎症,甚至导致鼻出血或感染。对此,钟诚表示,正确做法是单侧交替擤鼻涕,也就是按住一侧鼻孔,另一侧缓慢呼气排出分泌物,两侧交替进行,让鼻涕自然流出。

“许多鼻部疾病起初只是小问题,但若长期忽视则会逐渐加重。日常养成良好的护鼻习惯,比患病后再治疗更重要。”陆军军医大学陆军特色医学中心(大坪医院)耳鼻咽喉科主治医师冯丹丹表示,长期揉搓鼻部可能导致鼻周皮肤敏感,诱发接触性皮炎;长时间佩戴口罩可能因空气流通不足导致鼻黏膜缺氧,出现干燥、刺痛等不适;频繁拔鼻毛会削弱鼻腔的过滤功能,增加呼吸道感染风险。

冯丹丹提醒,日常清洁鼻腔要避免用手挖,可用生理盐水喷雾或洗鼻器轻柔冲洗;干燥季节可涂抹少量凡士林或维生素E软膏于鼻前庭,防止鼻腔干裂。还可适量补充维生素A、C、E,促进鼻黏膜修复。

冯丹丹

雅黎