

无影灯下的“拆弹专家”

9岁女孩胰腺长肿瘤 靳斌教授用33分钟“零出血”为孩子成功保脾



靳斌(右三)、张旭(右一)与患者一家三口合影留念。青岛早报/观海新闻记者 周少凯 摄

早报8月18日讯 2026年8月19日,第九个中国医师节即将到来。节日前夕的岛城,暑热未消,而康复大学青岛中心医院的病房里,却涌动着一份特别的温暖与感动。

8月18日,记者走进康复大学青岛中心医院的病房,9岁的云云靠在床头,和妈妈有说有笑。8月13日,她刚接受了一场高难度手术——在成功切除胰腺尾部近5厘米肿瘤的同时,脾脏完好保留。这次手术主刀的,是国内知名肝胆外科专家、康复大学青岛中心医院党委书记靳斌。这位国家级专家,用一台几乎零出血、完整保留脾脏的腹腔镜手术,给了这个家庭最好的答案。

9岁孩子遭遇“胰腺危机”

2023年起,云云反复出现无规律脐周腹痛,今年7月腹痛加重,入院后增强CT明确:胰腺占位约49mm×38mm,临床高度考虑实性假乳头状瘤,具备明确手术指征。这意味着必须手术切除。对一个9岁的孩子来说,失去脾脏意味着什么?脾脏是儿童时期重要的免疫器官,切除后免疫力下降,存在暴发性感染风险,这种风险将伴随孩子一生。

经多方打听,家长慕名找到青岛市肿瘤防治研究院院长、康复大学青岛中心医院马学真教授,并入住肿瘤特需病房。此时,一个消息让家长重燃希望——国内知名肝胆外科专家靳



靳斌(右)为患者手术。

斌教授,来到康复大学青岛中心医院担任党委书记。换句话说,以前需要跑到济南甚至北京才能挂上号的国家级专家,如今就在青岛。

靳斌仔细为云云查体,逐一研读全部影像资料,耐心向家长分析病情,解释了保留脾脏的手术可行性及技术保障。

“拆弹保脾”33分钟零出血

8月13日,手术室里,无影灯亮起。腹腔镜下保留脾脏的胰体尾切除术——Kimura术式,堪称胰腺外科领域的高难度手术之一。术者需要在狭小的空间内,沿着脾动脉、脾静脉表面,将胰腺体尾部从脾门血管上精准剥离,同时逐一结扎每一个细小的血管分支。稍有闪失,就可能损

伤脾脏血供,导致保脾失败。

靳斌操作沉稳娴熟,借助腹腔镜精准建立胰后隧道,仅用33分钟就完整剥离胰腺体尾部组织,逐一细致结扎处理每一个血管分支。术中几无出血。肿瘤完整切除,脾脏完好保留,手术成功了。

云云的妈妈眼眶湿润:“从查出病到做手术,这一个多月我们一家人吃不下、睡不着。跑了北京,又回到青岛,最后是靳教授给了我们信心。现在孩子恢复得这么好,脾脏也保住了,我们真的不知道该怎么感谢他。”

靳斌摆摆手说:“孩子恢复得好,比什么都重要。这么小的孩子,保住脾脏就是保住她一生的免疫力,这是我们必须做的。”

(青岛早报/观海新闻记者 徐小钦)

党建引领下国企工会工作提质增效路径研究

李月妍 青岛国际邮轮有限公司

当前,多数国有企业工会工作仍存在明显的滞后性,存在党建工作与工会工作关联不够深刻、工会活动形式化、服务内容同质化、职工参与度不足等问题。大量工会工作仅停留在文体活动开展、节日福利发放、日常慰问帮扶等浅层层面,未能与企业生产经营、队伍建设、思想政治工作深度融合,导致工作效能偏低、服务针对性薄弱,工会的政治功能、服务功能与发展功能难以充分发挥。在此背景下,以党建为核心引领,推动工会工作提质增效、创新升级,成为国有企业落实党的领导、优化内部治理、稳定职工队伍、实现高质量发展的必然要求。

党建引领国企工会工作是一项系统化、长期性的工程,要坚持以党的领导为核心原

则,落实党建工作的各项要求,结合工会工作的具体实践导向和内容,将党建引领融入到工会工作的各个方面。结合实际工作需求,就党建引领下国有企业工会工作提质增效提出以下策略:

深化融合建设,构建党工联动运行机制。国有企业要充分考虑党建工作与工会工作的契合度,打破二者之间的工作壁垒,提升工作管理实效。同时,国有企业应推进资源共建共享,开放党建教育、阵地、人才资源服务工会工作,依托党建活动室、实训基地、讲师团队开展职工培训与文化教育;将工会群众服务资源纳入党建服务体系,形成资源互补、优势叠加的格局,最大化盘活企业公共资源,提升资源利用效率。

优化服务机制,实现工会服务精准化精细化。一方面,推行分类精准服务,针对青年职工,推出职业规划指导、专业技能培训、创新创业激励等成长赋能服务;针对一线职工,聚焦作业环境优化、安全权益保障、困难帮扶救助等实务需求;针对技术职工,搭建技能交流平台、完善创新成果激励机制;针对退休职工,开展节日慰问、健康养护、养老帮扶等暖心服务,精准匹配不同群体个性化需求。另一方面,构建服务闭环管理机制,建立“需求收集—项目对接—落地执行—效果评价—优化迭代”全流程管理制度,设置职工服务满意度考核指标,以职工满意度作为检验工会工作成效的核心标准,依据反馈持续优化服务内容与服务模式。

优化工会队伍建设,提升一线工会的服务水平。团队建设是各线工作开展的基础,也是工会组织运行的基本保障,国有企业以党建引领推动工会工作提质增效,必须要提升工会队伍的战斗力。一方面,要进一步优化队伍的结构层次,加强专职工会干部的年龄、学历、专业方向的优化,综合考虑管理学、心理学、劳动保障、数字化技术等专业能力,打造专业能力强、有责任心、年轻化的工会管理团队。另一方面,要将工会干部培训纳入企业党建人才培养体系,常态化开展工会法律法规、群众工作方法、劳资纠纷调解、职工心理疏导、数字化服务运营等专项培训,组织对标先进企业交流学习,持续提升工会干部专业素养与实操能力。

国有企业塑造文化品牌的实践策略研究

辛毅 青岛城运现代物流集团有限公司鞍山二路市场管理分公司

随着我国文化强国战略持续推进,国资国企高质量发展战略深入落地,品牌建设被提升至企业发展核心战略高度。国有企业要以优秀文化为品牌底色,凝练具备行业、企业特色的精神谱系,构建特色鲜明、积极正向的品牌文化体系;国有企业应将中华优秀传统文化融入品牌建设,把文化价值内化为企业发展基因,外化为品牌竞争优势。与民营企业不同,国有企业天然具备公益属性与国家使命属性,其文化品牌承载的不仅是企业发展理念,更蕴含民族文化气质与社会责任价值。本文就国有企业如何塑造优秀的文化品牌,提出相应的创新策略。

深化国企文化品牌理念创新,夯实政工工

作的理论基础。政工工作人员应深入挖掘国有企业的发展历程、文化历史和品牌特质,围绕社会责任、企业发展战略、服务对象等,系统熟悉国有企业的品牌文化基因,从党建、历史、产品、服务、传统文化等多个角度入手,持续深化文化品牌理念,从文字表达、内涵释义、外在关联等不同层面塑造专属的企业文化体系,为企业的发展战略服务,持续输出文化动力。同时,国有企业的下属单位及不同业务链条,也应打造专属的专项文化内容,从子文化、子品牌的角度丰富国有企业的文化品牌体系建设。

将文化品牌与企业主营业务相融合,提升文化品牌的核心价值。国有企业的文化品牌是本身特质的呈现,必然要将核心的文化

品牌融入到企业的主营业务、服务对象、核心产品之中,这也是企业文化品牌的关键载体。基于此,国企政工人员要深入基层,在一线工作中提炼文化要素,丰富文化品牌的内涵,让文化品牌与企业发展做好深层次的衔接,助力提升国有企业文化品牌的核心价值。

提升文化品牌影响力,拓宽多元化传播渠道。国有企业的文化品牌塑造离不开对外宣传,以提升外部影响力,政工人员应加强与各类型主流媒体、文化机构、行业协会合作,开展多渠道、多形式品牌文化传播,摆脱仅依靠企业自有平台的单一传播模式,提升多元化传播渠道的应用。尤其在新媒体传播领域,国有企业应充分开发微信公众号、抖音、快手等平台,

开通传播账号,以企业新媒体传播的方式,提升国企文化品牌的互联网影响力。同时,国有企业政工人员还可依托具体的服务项目、展会活动、公益活动传播企业文化品牌,塑造开放、负责任的国有企业文化品牌形象。

优化文化品牌升级机制,建立国有企业文化品牌评估迭代机制。国有企业的文化品牌并不是一成不变的,从理念到内涵,从品牌运营到社会认可度,都要从运营管理角度提升其价值,避免文化品牌“在纸上”“在墙上”的传统问题。国有企业应将文化品牌建设成效纳入企业战略考核,设置品牌认知度、传播影响力、用户认同感等考核指标;定期梳理品牌建设短板,动态优化迭代品牌定位与传播策略,保障文化品牌持续保持活力。