



奖章背后的故事

不久前，记者参加了石景山区总工会举办的一场关爱女职工免费体检活动，也因此见到了活动承办单位——北京长庚医院的院长林元太，就在今年5月份，他刚刚被评选为北京市劳动模范。投身医疗行业近30年的他，始终秉持着“生命至上，患者第一”的服务理念，把病人当作亲人。

编脊柱保健操治“未病”

1986年林元太投入到北京医疗卫生行业，2003年，他在石景山区创立了北京长庚医院。从建院伊始，他就告诫自己：医院是为大众健康服务的，建立一个好医院，必须坚持“生命至上，患者第一”的服务理念。

办院12年来，在药品安全、医疗安全等方面，林元太宁愿多花钱，也要保证医疗质量不打折扣，他常常说：我不是要办一个短期唯利是图的医院，我要办一个百姓放心的百年医院，医疗质量永远是长庚医院的核心竞争力。

医院治病救人治的是“已病”，而林元太却提出“治未病一样重要”的理念。颈肩腰腿痛是中老年人的常见病和多发病，已成为困扰他们健康的突出问题。林元太创新治疗观念，于2009年组织多名骨伤专家，联合世界骨伤协会，创建了脊柱保健操，并在社区、企业大力推广，在预防颈肩腰腿痛疾病方面效果显著，使疾病在未发生时就得到预防性治疗。同时，林元太整合中西医结合和骨科微创技术，推出了一整套以不同方法治疗各种颈椎、膝关节疾病的全新微创诊疗方案——“脊柱、关节整合疗法”。几年来，数以万计的不敢开刀、不适合开刀的老百姓在长庚医院切身感受到了“微创骨科”带来的健康与轻松。

自掏腰包做义诊3500次

“姑娘，我最近腰老疼，这

- 编排脊柱保健操倡导治“未病”
- 推出脊柱关节整合疗法让百姓感受“微创骨科”
- 北京长庚医院的院长、北京市劳动模范——

林元太：自掏腰包义诊3500次

□本报记者 张晶



林元太(左三)带领员工一起学习

是怎么回事儿啊？”“小伙子，你瞅瞅大妈这腿是怎么了？”……多年来，长庚医院坚持定期深入社区开展义诊，并成立了一支志愿者服务队，把健康知识由百姓被动需求变为医院定期主动输送。志愿者高苓俐告诉记者，每次她们下基层宣传，展板刚一架起来，桌子还没来得及摆，就会有很多居民围上来咨询。“我们院长非常支持公益活动，在这方面投入了大量人力物力财力，他的爱心也打动了我们。”高苓俐说道。

在深入古城南里社区开展义

诊时，林元太在与居民攀谈的过程中得知，古城南里社区60岁以上老人对医疗的需求很大，但是他们的经济状况并不是很好，很多人得了病也不去医院，就自己吃些药对付着，于是，他马上与医院相关工作人员商量，为居民量身设立了“家人关爱卡”——提供一定数量的就医补贴，并由专人一对一提供上门服务，这件事得到居民及其家属的高度赞扬，并特意给林元太送去了一面锦旗。

林元太向记者出示了这样一份材料：近几年，医院志愿者服务队深入基层社区达3000余次；

举办各类公益讲座、义诊活动近3500余次；免费发放健康科普资料近百万册；为全区85%以上社区免费制作健康教育展板并定期更换，累计达到5000余块；向居民赠送脊柱保健操教学光盘近6万份，医院的医务志愿者们定期到各社区现场教授脊柱保健操达500余次，受益群众达30余万人；为社区居民免费建立健康档案累计达6000余份。

对员工体贴入微聚人心

在采访中，林元太还特别提

到，自己和工会的感情非常深，2013年，由石景山区总工会搭桥，长庚医院成为京卡·互助服务卡的加盟商，林元太主动提出每年为一定数量的持卡女性职工提供免费体检，筛查疾病；并对所持京卡的职工实行挂号费减免等优惠。

同时，为切实解决困难群众的就业问题，在林元太的安排下，医院的后勤保障岗位每年优先用于解决下岗职工、困难群体的就业需求，并力求让他们每一个人都能人尽其能，融入团队，快乐工作。

“医院的品牌并不是与生俱来的，它需要长期悉心的培育和建设，其中品牌建设的文化内涵必不可少，且至关重要。”在谈到办院理念时，林元太说道，具有深厚文化底蕴的品牌才是基业长青的根本保障。

林元太是这么说的，也是这么做的。他从大力加强医院品牌文化内涵建设入手，重视企业文化，把关心人、爱护人、体贴人、温暖人作为医院发展的先决条件。慰问困难职工、为职工过集体生日、为员工免费提供食宿……正是这种体贴入微的关怀，使医院人心凝聚，为事业发展注入了活力。

经过12年的艰辛努力，林元太带领全体员工一步一个脚印，让医院从小到大，从弱到强，现在已逐步形成一定规模和特色，年门诊量超过14万人次。尤其是2006年成为北京市医疗保险定点医疗机构后，医院门诊量逐年增加，安全、高效、温馨的优质服务，在石景山区广大居民中产生了一定的影响，许多外区乃至外省市的患者也慕名而来，成为越来越多群众选择就医的“放心医院”。

用金字招牌创造“卖方市场”

——记北京建工博海建设公司第一分公司经理孙书森

□本报记者 付少玮 通讯员 龚跃文/摄



孙书森1974年参加工作，前后做过钢筋工、施工队生产队长、项目部副经理，1996年建工大厦工程开工时，他成为了项目部经理。当时资金比较紧张，工程款按时拨付只能达到50%，人员分配安排也不是非常合理，怎么解决这个问题？孙书森想了很多办法：管理中责任到人，每个部位谁负责、谁检查、谁落实都清清楚楚，后期施工完成后要签字盖章。就连贴砖工作也是专门有一人负责放线、翻样和监督贴砖质量，一步一步达成了最终的质量目标。最后，这项工程在1999年北京市结构“长城杯”评审中得分第一，并成为其他单位的学习范本。

从上世纪90年代到至今，孙书森承接的工程有大约80万平方米，所有项目都获得了北京市结构“长城杯”，质量非常过关。有些业主方没提出“长城杯”的要求，但是他们依然以“长城杯”为质量标准。

2001年，建工博海一分公司承接了一项重要的工程——当代MOMA。他们接下了所有20万平方米的施工任务。这项工程如果光是单独的几栋楼，并不复杂，可要求加50米的连廊，施工难度就大了。它是公寓楼，但是要做钢结构、天棚采暖。过程中，他们与设计单位经过几百次互相磨合、探讨，解决各种施工问题，最终顺利完成，并获得了

詹天佑大奖。当代MOMA被《时代》周刊评选为2007年世界十大现代建筑奇迹之一，近期又在网上海上被评为“21世纪十大精品建筑”之一。

除了质量过关，为企业降本增效也是孙书森追求的目标。建工大厦工程用过的大模板，他们反复利用，根据工程需要累计改造了几十万平方米，已经用了十年，大大节约了成本。他们还将当代MOMA工程的施工难点制作成了一本20页的书，用实实在在的数据和事实说话，通过坚实的铺垫获得了业主的认可，最终获得了2400万元的补偿。

孙书森做项目经理以来，上缴企业利润上亿元，一分公司成

立五年以来，上缴利润也有3000万元。创造利润说起来很简单，但百分之百履约、让业主百分之百满意却非常难。“树立企业金字招牌，业主就会主动找上门来，‘买方市场’就转变成了‘卖方市场’。”孙书森总结说。

技能之星

协办：北京市职工服务中心
(北京市技术交流中心)