



编者按:商会是商品经济的必然产物,是商人依法组建的、以维护会员合法权益、促进工商业繁荣为宗旨的社会团体法人。商会是市场经济条件下实现资源优化配置不可或缺的重要环节,是实现政府与商人、商人与商人、商人社会之间相互联系的重要纽带。成都大足商会第一届第三次会员代表大会暨 2019 迎春团拜会的成功举行,让企业家们更有了归属感和幸福感。

足心足意助腾飞

成都大足商会第一届第三次会员代表大会暨2019迎春团拜会成功举行

■ 王剑兰 于丹 张健

2019 年 1 月 10 日,成都大足商会第一届第三次会员代表大会暨 2019 年迎春团拜会在成都市金牛区荷花山庄举行。成都市工商联党组成员、副主席温莉艳,成都市工商联会长钟琦,大足区统战部副部长、工商联党组书记李荣燕,青羊区工商联副主席黄伟,温江工商联秘书长汪超,四川省旅游局原副局长曾廷忠,成都军区炮兵部原部长梁洪喜,原四川省武警部队司令王毅,大成宾馆总经理邓韩,四川省国际商会会长唐雨,中共遂宁市委党校原常务副校长石平,成都江津商会会长周跃飞及四川省企业经济促进会等省市 40 余家友好商会会长、秘书长、商会会员代表共约 300 人参加了团拜会。

现场召开了成都大足商会第一届第三次会员大会,成都大足商会执行会长韦晓洪代表理事会作商会 2018 年度工作报告,他表示,2018 年成都大足商会以改革创新为动力,以服务会员企业为宗旨,充分发挥商会组织的桥梁与纽带作用,较好地履行了各项工作任务。随后,他回顾了商会



2018 年卓有成效的各项工作,并对 2019 年工作要点进行了介绍。2019 年,成都大足商会将大力提升服务能力,根据会员诉求,定期开展专题培训活动,促进会员企业健康发展,还将组织开展会员企业互访学习、会员大会等多项活动。

紧接着,商会监事长欧邦禄代表监事会向大会作商会 2018 年度经费收支情况报告。



常务副会长覃中显宣读任职文件,并与会长周乐利和执行会长韦晓洪共同为新加入商会运营管理的成员及新入会会员企业授牌。

新晋的常务副会长赵印作为代表发言,他表示,加入到商会的运营管理当中,既是荣耀,也意味着更多的责任和使命,未来将努力为商会发展做出应有的贡献,也希望更多优秀企业加入商会这个大家庭。



成都大足商会常务副会长郭开明向大会宣读商会优秀会员名单,与成都大足商会常务副会长覃中显、熊峰共同为受表彰的优秀会员代表和商会优秀工作者颁发奖状。

成都大足商会长周乐利致欢迎词,他表示,2018 年是急风骤雨的一年,也是共同成长的一年,今天的艰辛是为了明日的辉煌,2019 年,我们要顺应市场发展的大

潮,创造更加辉煌的明天。

现场,中国华夏术数文化中心客座教授、国际周易研究院副院长、中国国学大师刘五成还特别为成都大足商会赠送了墨宝《招财进宝》。

重庆市大足区统战部副部长、工商联党组书记李荣燕发表讲话,他表示,2018 年,成都大足商会建章立制,不断地创新发展工作,扎实开展商会活动,将一大批优秀的在蓉发展的足企企业家凝聚在了商会周围,成为了成都与足两地企业联系的重要力量。他说,2019 年,成都大足商会不仅要持之以恒的做好服务工作,为会员企业发展营造良好的发展环境;还要充分发挥桥梁纽带作用,助推两地经济发展。

成都市工商联党组成员、副主席温莉艳也在讲话中表示,幸福是奋斗出来的,过去的一年,成都大足商会的每家企业都付出了辛勤的劳动,也在一年的生产经营过程中得到了长足的发展。

商会执行会长韦晓洪宣读了此次年会赞助商名单,并为其颁发了赞助证书。最后,会议在大家合唱《明天会更好》的歌声中圆满结束。

《梦之蓝·国家宝藏》何以成“现象级”话题?

最近一段时间,一线名酒品牌“梦之蓝”倾情冠名的央视《梦之蓝·国家宝藏》栏目在第二季开播之时,已创造 21 亿网络话题讨论量,为国内各大博物院(馆)带来了 50% 的客流增长率,受众群体的主力军锁定在 15-35 岁的年轻人……

《梦之蓝·国家宝藏》为何从清流综艺成“现象级”话题?

充满诚意、“高而不冷”的创新

“央视还真的给咱中国的综艺节目长脸了;前有《梦之蓝·经典咏流传》,如今有《梦之蓝·国家宝藏》。老实说,看完节目,最感动的是历朝历代那些有意识、无意识去保护中华文脉的读书人、匠人,他们是真正的国家宝藏。”有网友评价道。

据悉,此次《梦之蓝·国家宝藏》栏目有九大博物院(馆)坐镇,除了故宫博物院之外,还有新加盟的山西博物院、河北博物院、山东博物院、广东省博物馆、四川博物院、云南省博物馆、甘肃省博物馆、新疆维吾尔自治区博物馆。第一季的时候,很多观众表示,中国地大物博很多宝贝都没能得以展示;那么,第二季的《梦之蓝·国家宝藏》是否能给观众不一样的感受呢?

充满诚意、“高而不冷”,成为《梦之蓝·国家宝藏》第二季的创新原则;节目打破了大众认知的壁垒,将“古人之创造”翻译给当下人们共享,从而真正做到“开时代之生面”。诚如《人民日报》对节目的评价:“对于中华文化和民族精神的召唤,是当今时代每个国人内心的需要;也只有当所有民众对自身文化和历史都心怀同样的‘温情与敬意’之时,我们国家才拥有

向前发展、面向未来更强大的内在力量。”

此外,央视在这一讲述中国传统文化的综艺节目中还进行了大胆的尝试,之前像《鉴宝》《朗读者》虽然也好评无数,但是却没有非常高的关注度,其中很重要的一个原因便是难以吸引年轻人的注意。于是,《梦之蓝·国家宝藏》第二季邀请各个年龄层次喜欢的王菲、黎明、濮存晰等大牌,包括刘昊然等年轻的明星前来助阵,用精湛演技将国宝前世的故事演活了,增加了节目的关注度。

事实证明,当观众领略到文化之美、历史之美,也便会真正找到“此生不悔入华夏”的自我认同和文化自信。因此,产生豆瓣网上高达 9.4 的观众评分、哔哩哔哩网站的万人弹幕,还有新浪微博开播第一期便全站 1.7 亿的视频播放,再到与腾讯新闻联合打造的“字舍”

H5 获得 4.8 亿的全球顶级用户访问量……

尽显民族企业责任与担当

作为《国家宝藏》栏目冠名者的洋河“梦之蓝”,称得上是传统文化与传统技艺的继承者:企业拥有中国白酒传统语境下所有标准制式——“中国名酒、中国驰名商标、中华老字号、纯粮固态发酵”等。面对白酒行业工业化浪潮,洋河在高端产品,特别是“梦之蓝”生产与研发上更多地选择了“技艺传承”与“文化传承”。

事实上,从近两年“梦之蓝”的品牌传播行动来看,洋河对于文化类节目的赞助力度在不断加强,从央视的《梦想星搭档》到《经典咏流传》,再到《国家宝藏》。企业在大手笔投入大型文化类节目的传播中,一方面努力向社会输出“梦之蓝”品牌内涵,夯实作为行业文化引领者

的品牌形象;另一方面,此番品牌传播策略也与其高端的品牌定位有着密切的关联性。

洋河在与这些大型文化类节目合作时,植入的品牌均是“梦之蓝”。而在洋河的产品体系中,“梦之蓝”作为对标行业内第一梯队其他高端品牌产品,通过借助当下火热文化类节目的流量式传播,将其打造为全国性知名高端品牌的战略目标已初步达成。由此,洋河多年来在产品力、品牌力上的付出收效丰厚。其中,“梦之蓝”得到消费者热捧,成为话题度最高的高端白酒,被誉为“宝藏白酒”;其年均 52.90% 的销售增幅,被业内誉为“毛竹式”增长。

近两年,为了让更多人关注和传承中国的传统文化,洋河还在全国多个地方举办了“梦之蓝·大讲堂”,巡讲中国的传统文化,提倡文化自信,尽到一个民族企业应有的责任与担当。(若尘)

党员量化积分管理的探索和应用

■ 河南中烟黄金叶生产制造中心 赵亮

河南中烟黄金叶制造中心党委(以下简称制造中心党委)在推进“两学一做”学习教育常态化制度化工作中,按照“四讲四有”“四个合格”要求,以推进党员量化积分管理为抓手,推动了党员日常教育管理数字化、精细化和规范化。

一、基本做法

党员量化积分管理是按照“四个合格”的要求,将“四讲四有”以量化的形式列出具体清单,主要包括量化内容、量化项目、评分标准、考评分值四个要素,涵盖党员日常教育管理各个方面的一种精细管理方法。党员量化积分管理以党员为主体、分类为基础、量化为依据,约束与激励相结合,遵循“分类积分、量化考核、标杆引领、底线管理”的原则,实现党员教育管理融入日常、抓在经常。制造中心党员量化积分管理基本流程为:分层管理、细化标准、组织实施、结果运用。

分层管理,即对党员管理的组织责任、支部责任、党员自身责任分别明确,实行党委、党总支(支部)、党员“三层管理”。党委负责制定总体方案、指导、监督、推动各党支部开展工作。各党总支(支部)结合实际,制定具体实施办法和管理细则,承担党员量化积分管理工作的组织实施。各党总支(支部)成立党员量化积分管理小组,按照“一人一卡、一人一表”的要求,为每名党员建立积分档案。党员按照要求,对照标准,自我约束、自我评价、自我管理。

细化标准,即将“四讲四有”要求具体化、分值化,达到“三定”要求。定积分周期。以年度为

积分周期,实行一月一汇总、一季一考核、一年一评议。新一轮积分周期开始时,原分值予以消除。定积分项目。党员日常行为积分包括基础项、加分项和减分项三个部分。基础项是对党员发挥作用提出的基本要求,是党员必须做到的,各党总支(支部)不得变更评分标准。加分项主要从政治学习、改革创新、爱岗敬业、追求卓越、和谐发展和廉洁自律六个方面,引导党员立足岗位创先争优。党总支(支部)围绕六个方面,根据自身实际,进一步细化项目,合理设置相应分值。减分项是对党员违反党的政治纪律、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律和生活纪律的,受到党纪政纪处分的,根据情形给予减分或一票否决。定分值设置。量化考评按照“四讲四有”和创先争优标准进行管理,每项指标包含若干要素,每个要素明确标准条件,设置相应加减分值,对应标准条件进行计分。

组织实施,即自我评价、小组汇总、支部核实、审定通过、进行公示、异议申诉、结果反馈、党委备案。党员对照积分管理细则,根据日常表现进行自我评价;党小组对每名党员提报的自我评价积分进行汇总;支部积分化管理小组对党员提报的积分进行核实;党支部召开会议对每名党员提交的积分进行讨论;支部对党员积分情况通过党员大会和公示栏进行公示;党员对公示的积分结果有异议的,可向所在党支部提出申诉;支部对党员的积分结果进行反馈,提出工作要求;党员每季度的日常行为积分由支部报制造中心党委备案。

结果运用,即“三个运用”:运用于党员日常教育管理。各党总支(支部)根据党员人数,每季度对积分靠后的 3%—5% 党员进行帮促,

指出问题,找准原因,提出要求,督促提高。运用于评先树优。支部积分前 5% 的为支部先进党员,制造中心年度优秀党员从各党支部推荐的先进党员中产生。运用于党员民主评议。党员量化积分结果作为党员年度民主评议的重要依据。

二、主要特点

通过一段时间的推行运用,党员量化积分有效提高党员管理的科学化水平,破解“三个难题”,实现“三个结合”,为基层党组织的党员管理注入了活力。

(一)破解党员管理不精细的难题,实现自我管理与支部监督相结合。一些基层党组织对党员管理粗放,缺乏科学有效的激励约束机制,缺乏量化的考核依据和办法。党员量化积分管理注重党员自我管理意识的强化,党总支(支部)列出党员“必须做”“提倡做”“禁止做”的项目清单,党员对照积分项目、评分标准进行自我约束,日常行为有了标准、有了参照,每月根据自己的行为表现客观公正评价,党总支(支部)把好“关口”,对党员提报的积分进行认真核实,对积分的开展、公示和结果运用情况进行监督。

(二)破解考评尺度不直观的难题,实现日常考核与年度评议相结合。党员量化积分管理办法实施前,党员作用发挥考核评价尺度不够明显,量化考核不够具体,处置不合格党员缺乏直观依据,对一些带头作用发挥好的党员的情况无法以直观的形式去体现和衡量,影响了党员发挥先锋模范作用积极性。党员量化积分管理注重党员的平时表现,既有日常管理又

有月度汇总,既有季度考核又有年度评议,既有定期公示又有限期整改,真正把党员的教育管理监督融入日常、抓在经常。

(三)破解年度评议不科学的难题,实现定量考核与定性考核相结合。以往,对党员的评价一直是各级党组织的一件“难事”,党员考核评价主要借助于民主评议党员工作,按照“优秀”“合格”“基本合格”“不合格”四个等次,对党员进行投票测评,情感因素一定程度上影响着评议结果。党员量化积分管理把定量考核与定性考核有机结合起来,党员所参与的每一项活动、所做的每一件实事纳入量化积分,党员是否合格、是否优秀,用事实说话,用数据说话,评价有了尺子、有了依据,民主评议党员更加客观公正,较好地解决了党员评价方式简单化、单一化的问题。

三、工作成效

通过实施党员量化积分管理,党员教育管理有了明确的尺子衡量,党员党内活动的参与率大幅提高,党员作用发挥有效性明显提升,党支部的凝聚力、战斗力显著增强。

(一)“数字表”变“助推器”。以往少数党员对“三会一课”等党的组织生活的认识和参与意识有所淡化,党组织也对党员管理缺乏有效的手段,影响了党员参与活动的主动性与积极性。党员量化积分管理实施后,“三会一课”等党的组织生活纳入积分范围,定期公示与年底考评强化了工作监督,促使党员参与党组织活动的积极性普遍提高,少数党员由后进变先进,成为各项活动的积极分子,党员之间比学赶超,通过“积分”,见事见效,见

质见量,量化“数字表”变工作“助推器”。

(二)“很一般”变“不一般”。长期以来,党员管理工作缺乏系统、规范的考核评价标准。优秀党员、合格党员、不合格党员的标准在实践中难以把握,党员作用发挥程度在实践中难以作出评价。党员量化积分管理办法实施后,党员先锋模范作用是否发挥、发挥如何,用积分管理这把尺子可以直接量化,先进的表扬,落后的督促整改,优秀党员、先进典型的评选更加有说服力,更加有效激发党员发挥作用和创先争优意识,制造中心制丝、卷包、物流、动力、营销中心党总支支部涌现出一批爱岗敬业、创先争优的先进典型。群众对一些党员的评价由过去的“很一般”变成现在的“不一般”。

(三)“单打一”变“两促进”。党员量化积分管理的成效地体现在服务企业生产经营上。制造中心各党总支(支部)在抓结合方面重载体、重抓手、重实效。卷包部党总支结合车间生产管理实际,增加了 5 项具有卷包特色的个性化加分项指标,编制《卷包部维修、操作、服务岗位党员示范岗考核标准细则》;物流分中心党总支将党员在日常改善、管理创新、技术创新、专利成果等方面工作加入各个加分项中,并根据难易程度细化分值,引导党员职工积极参加合理化建议、日常改善、创新课题、质量控制及六西格玛课题等工作;郑州营销中心党总支在内容设置上,增加结构提升、现代零售终端建设、消费引领开发、事件营销等营销工作内容。这些都体现了党员量化积分管理与企业中心工作的有效结合,较好发挥了融入中心、服务大局的作用。过去就党建抓党建的“单打一”做法变成如今的党建与生产经营“两促进”的良好局面。