

茅台集团工会召开第二届第八次全委(扩大)会

■ 本报记者 樊瑛 张建忠



●会议举行了茅台集团公司工会门户网站上线启动仪式



●中华全国总工会授予茅台集团工会“模范职工之家”荣誉称号 ●为优秀职工合理化建议颁奖

5月13日,茅台集团工会在集团会议中心召开第二届第八次全委(扩大)会,茅台集团党委委员、副总经理、总会计师李静仁出席会议并讲话,茅台集团总经理助理、工会常务副主席彭云在会上作了题为“践行新思想,展现新作为”的工会工作报告。

会议回顾了茅台集团公司工会2018年度工作,部署了2019年工会工作计划;传达了全总第十七届二次执委会、省总十四届三次全委(扩大)会以及集团公司2019年党建工作暨党风廉政建设工作会议精神;宣布了集团工会第二届第八次全体委员会和经费审查委员会选举出的集团工会第二届工会委员会常委、委员、经费审查委员会主任、委员名单。

记者了解到,2018年,茅台集团公司工会以党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,根据中国工会十七大和茅台集团公司党委关于工会工作的新要求,自觉服务企业、服务基层、服务员工,在继承中创新,在巩固中提升,实现了工会工作新发展,展示了工会组织新作为,彰显了工会干部新形象,全面完成了各项工作任务,为集团公司持续稳定健康发展发挥了重要作用。

2018年,茅台集团公司工会荣获“全国模范职工之家”称号。彭云同志当选中华全国总工会第十七届执行委员会委员、贵州省总工会第十四届常务委员,段红霞同志当选全国妇联第十二届执行委员会委员。

李静仁对2018年公司工会各项工作取得的较好成绩给予肯定。他分别从坚持正确的政治方向,坚持服务大局的目标导向,坚持职工为本的工作导向,坚持自我革新的正面导向等四个方面对做好2019年茅台集团公司工会工作提出要求。

李静仁说,做好新一年的工会工作,是推动公司发展的要求,也是公司广大职工群众的期盼。希望各级工会组织和广大工会干部不忘初心,继续前进,担当尽责、拼搏进取,在集团公司党委的正确领导下,围绕千亿茅台

战略目标,充分发挥工会组织的优势和作用,以优异成绩迎接新中国成立70周年,努力开创茅台集团工会工作新局面。

彭云在工会工作报告中指出,2018年,茅台集团工会围绕集团党委的中心工作,把集团董事会明确的目标任务转化为工会工作的具体安排和实际行动,提高站位,凝聚思想共识达到新境界;紧扣中心,服务企业发展彰显新作为;履职尽责,竭诚服务职工实现新进展;固本强基,工会自身建设呈现新面貌;统筹兼顾,各项工作得到新发展。收获了保持定力,真抓实干;强化服务,激活基层;精诚团结,民主决策的经验体会。

2019年集团公司工会工作的总体要求是:以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,认真贯彻落实党的十九大精神,深入学习贯彻习近平总书记同中华全国总工会新一届领导班子成员集体谈话时的重要讲话精

神,认真落实贵州省委十二次党代会、中国工会十七大、贵州省总工会十四大精神,紧紧围绕贵州省总工会2019年工作要点和贵州省石化轻工工会2019年工作总体部署,按照集团公司党建工作暨党风廉政建设工作会议精神,坚持稳中求进、改革创新,着力深化职工建功立业活动,着力构建建服务职工工作体系,着力加强基层工会基础建设,团结动员全体职工为实现“千亿茅台”贡献智慧和力量。

会议宣读了2018年以来集团公司工会及公司外地市以上工会系统各项表彰文件并对获奖先进集体和个人代表颁奖。

会上,2018年度先进基层工会代表、2018年度优秀工会工作者代表做了交流发言。

会议还举行了集团公司工会门户网站上线启动仪式。

股份公司监事会主席罗国慧,集团和股份公司总经理助理游亚林、蔡琼慧,以及各单位、基层党支部、工会负责人参加会议。

中国铁路总公司文化列车开进贫困村

5月11日,刚刚立夏的甘肃陇西阳光明媚,微风徜徉。

当日15时,中国铁路兰州局集团公司扶贫联系点陇西县通安驿镇东峪村人声鼎沸,一片欢腾景象,中国铁路文工团艺术家和兰州局集团公司文艺骨干联袂上演的精彩节目拉开序幕。

平常电视上才能看到的明星,走进自己的村庄,村民们热情高涨。艺术家们以积极的态度,精湛的演技,上演了舞蹈、歌曲、相声、魔术、杂技等13个节目。

演出在兰州局集团公司文艺骨干的舞蹈《盛世欢歌》中拉开序幕,随后,歌曲《节日》、舞蹈《追梦前行》、杂技《飞天》等节目轮番上演,相声《欢声笑语》为现场观众送来阵阵欢笑,中央电视台梦想剧场冠军选手刘军的歌曲《好汉歌》将演出推向高潮,整场演出台上台下互动不断,观众掌声经久不息。

近年来,兰州局集团公司积极响应党中央、甘肃省委省政府号召,积极落实铁路总公司脱贫攻坚的安排部署,紧盯帮扶县脱贫攻坚的短板和老百姓亟需解决的问题,发挥行业优势,全力推进产业扶贫、消费扶贫,使东峪村基础设施建设不断夯实、富民产业不断壮大、人居环境明显改善、社会事业全面进步,整村发生了翻天覆地的变化,2018年全村实现了整村脱贫。

同时,兰州局集团公司持续发力,多措并举帮扶,在扶“智”的同时不忘扶“志”,积极满足村民精神需求,丰富文化生活,陆续开展“送文化到乡村”活动,不断激发贫困群众脱贫致富内生动力,和贫困群众脱贫致富的坚定信心。

据悉,近日,中国铁路文工团将深入兰州局集团公司管内兰渝线、宝兰高铁及兰州地区进行慰问演出活动,将总公司党组的关怀和温暖送到贫困村,送到一线干部职工当中。(强科)

西能公司召开新闻宣传思想文化工作会

据中国电力新闻网消息,为进一步促进西能公司宣传思想文化工作的开展,推动公司2019年度工作会议、党建工作会议精神落实,5月8日,西能公司召开2019年宣传思想文化工作会。会议传达学习了全国宣传工作会议精神和习近平在人民日报社的讲话精神、贵州金元2019年宣传思想文化工作会精神。

会上,公司党群部作了题为《坚持全方位思想文化贯彻 推动政治引领真正入脑入心入行》的宣传思想文化工作报告,总结回顾2018年宣传思想文化工作取得的成绩和存在的不足,安排部署了2019年度宣传思想文化工作目标。公司通讯员代表进行了交流发言,与大家分享工作成果、交流写作经验、畅谈学习体会。会议还表彰了2018年度新闻宣传先进集体和个人。

会议针对2019年度宣传思想文化工作提出目标任务:一是要充分认识宣传思想文化工作的重要地位和作用,深刻把握宣传思想文化工作的特点和规律。二是要加大宣传队伍建设,提高队伍素质,统筹谋划,强化协作,多方联动,健全宣传思想文化工作网络。三是要注重提升方法和效果,将宣传工作融入中心工作,抓好顶层设计,利用好新型传播平台,同时要推动媒体融合发展。四是聚焦形势任务,明确努力方向,结合“庆祝新中国成立70周年”活动,充分展示新中国建设的伟大成就及公司成立以来所取得的成绩。(刘琼)

天星集团隆重举办第八届职工运动会

5月8日至10日上午,天星集团在集广煤业公司隆重举办了“天星集团第八届职工运动会”。山西省灵石县总工会常务副主席朱晓英、县体育中心副主任陈小伟、县妇联主席郝艳、县非公工委副书记郭建明、晋升镇党委书记许云峰、晋升镇镇长陈永前、天星集团董事局主席王长青、董事局副主席张玉枝、常务副总裁张洪益等集团领导出席运动会开幕式并观看了比赛。来自集团机关和下属各子公司17支代表队的400余名职工运动员参加比赛,120余名职工家属应邀观看了比赛。经过两天半的激烈比赛决出了各个奖项。本届运动会隆重而热烈,运动员个个顽强拼搏,充分体现出天星人“自强不息,挑战超越”精神气质。

赛前,集团工会成立了运动会领导小组和各工作组,制定了《天星集团第八届职工运动会竞赛总规程》和各项比赛的规程。比赛均采用国家体育总局审定的竞赛规则进行,并邀请灵石县体育界专业人士担任运动会裁判,保证了比赛的公平专业化和顺利进行。

本届运动会是天星集团精心组织开展的一次大型体育活动,展示了集团员工勇于拼搏、争创一流的活力和魅力。集团董事局主席王长青讲,这届运动会比赛项目增加,职工参与人数最多,运动员们奋勇争先,弘扬了天星人在新时代奋发有为的精神追求,职工运动会是集团企业文化建设的一件大事,是天星集团精神文明建设的一次大展示。(天宣)

将慈善理念融入企业文化

——记山西省兰花集团工会主席、晋城市慈善总会副会长司麦虎

■ 王杰

自从2016年12月司麦虎担任山西省兰花集团工会主席以来,他坚持把基层工作摆在工会全局中的重要位置,按照“进基层、强建设、保稳定、增效益”的工作思路,在加快推进集团党委“五大板块,进退有序,合纵连横,争先竞秀”的发展战略中围绕中心,服务大局,以贴近基层发挥作用,贴近员工办实事、解难题、转作风的原则,积极推进各项工作,努力为企业释放正能量,让职工时时感受到“家”的温暖。在企业不断做大做强,同时,不忘履行社会责任,积极组织开展各类慈善救助活动。

充分保障职工权益

让职工唱主角,职工文化才能扎下根儿,更有味儿,更提神儿,这是兰花集团从上到下的共识。兰花集团工会及各基层单位工会始终致力于企业文化建设,充分发挥“文化阵

地”作用,丰富职工文化生活,先后举办多届文艺汇演和职工体育运动会。目前,兰花集团各基层工会成立了文学书画、羽毛球、篮球、门球、乒乓球、棋牌、自行车、钓鱼等文体协会,为丰富职工文化生活提供了很好的平台。

如今,冬送温暖,夏送清凉,金秋助学,大病医疗互助,职工运动会,职工文艺汇演等已成为兰花集团工会的暖心金字品牌和形象标志……这些看得到、摸得着、接地气、有人气的服务,实现了工会工作与职工需求的全面对接,得到职工群众的普遍认可。

此外,司麦虎认真组织开展工资集体协商月活动。积极落实省、市总工会关于深入推进集体协商工作的工作部署,充分发挥集体协商制度对调整劳动关系的基础性作用,提升集体协商质量、增强集体合同实效,组织开展了以“协商沟通、凝心聚力、共谋发展、共促和谐”为主题,以“协商法治化、程序规范化、内容合法化、效果明显”为基本要求的“工资集体协商月”活动。活动的开展进一步

规范了集体协商签订集体合同的程序,提高了各项合同的履约兑现率,实现了依法维护职工权益和企业利益的有机统一,对保持企业劳动关系的和谐稳定起到了积极作用。截至2017年底,已签订集体合同、工资集体协议的单位30个,覆盖职工20079人。

组织开展帮扶救助活动

扶贫济困是工会的优良传统,几年来,兰花集团工会积极开展冬送温暖、夏送清凉、秋送学费、常年送健康的系列救助活动,并制定了《兰花集团工会临时救助困难职工工作实施办法》,持续推进帮扶救助制度化、常态化、长效化,解决职工最迫切、最实际的问题。

在工作中,司麦虎深入摸底,全面排查,建立困难职工动态档案和长效帮扶机制,协助集团党委累计慰问困难职工8188人次,发放慰问金625万余元。还采取行政资助、个人自愿交纳相结合的办法,大力推进包括退休职工在内的职工大病医疗互助活动,累计救

助患病职工6870人次,发放大病救助金1840万余元,有效缓解了患病职工的经济压力。此外,司麦虎还坚持开展“金秋助学”活动,累计资助523名困难职工子女升入高等学府,累计发放助学金178万余元。

面对困难职工子女,司麦虎努力与相关部门协调,优先安排特困困难职工子女在兰花集团所属企业就业,促使特困困难职工生活状况根本改观;

对于募集工作,司麦虎认真组织开展“慈善一日捐”活动,每年3.28晋城慈善日期间,集团工会高度重视,召开专门会议组织职工开展慈善一日捐,两年累计向市慈善总会捐赠100万元。

在各类慈善精准扶贫中,司麦虎出谋划策,贡献力量。为市慈善总会定点扶贫村捐赠10万元,并定期参加慈善总会会长办公会、慈善重大活动,履行副会长责任,为晋城市慈善事业作出了一系列的贡献,也将慈善理念融入企业文化。

一家之言

君子不器:企业文化工作漫谈

■ 都大伟

和品牌、人才、数据一样,文化也是一家企业重要的无形资产。《论语》有云“君子不器”,是说真正的君子往往不会拘泥于细枝末节的“器”,而是把更具有整体指导意义的“道”放在首位,对一家企业而言,它的文化就可以被视为“道”。在这个意义上,企业文化工作,就是一种“传道”的工作。

当然,“传道”的水平,其实各有不同,因为企业文化工作的专门化和常态化程度,往往与企业的收入、规模、历史和行业影响力密切相关。一家企业的规模越大、收入越丰厚,历史越悠久、行业地位越重要,其企业文化工作的专门化、常态化程度就会越高——这其中的因果机制很简单,包括企业在内的任何现代组织,在解决了生存问题、进入发展稳健期后,下一步必然就会考虑扩大文化层面的影响力,“仓廪实而知礼节”。这里所谓的专门化,是指企业文化工作一般由中大型企业的总部人力资源部或行政部承担,大型企业会设置专职的企业文化岗,甚至会有一支专职的企业文化团队,并与人力资源管理六大模块中的培训管理和员工关系管理密切结合;而所谓的常态化,是指企业文化工作是持续不断、贯穿日常的。

不过,专门化和常态化,仅仅是特指狭义上的企业文化工作属性,广义上的企业文化工作其实需要企业内部每一个部门、每一名

员工的参与。文化由人创造,影响的也是人;企业文化由企业的前辈一代代员工创造积累而成,最终也要宣贯于后入职的一代代新员工。因此,企业文化工作无时无刻不与“人”联系在一起,这是企业文化工作的根本指导原则,是每一支企业文化团队和每一个企业文化岗的员工必须牢记的职业观念。

以“人”为基点,一幅清晰的企业文化工作画像就清晰地向我们展开。这幅画像所包含的工作内容是丰富而广泛的,也非一篇文章所能具体刻写。就笔者有限的亲身经验而言,在一些特定行业的大中型国企和民企,企业文化工作大致可以分为三大主要方面:文化内刊、企业培训和文宣活动。

企业文化内刊是企业文化的载体之一,可以为企业文化的长久留存和传承提供充分保障,也是这三大方面中最有历史影响力的工作。具体而言,它可以分成两大类:第一类是在企业发展到一定阶段,譬如在企业成立十周年、二十周年之际,推出的一本纪念意义的特殊标题。这种专刊无论从目录内容、厚薄程度还是装订形式上看,都更接近于书籍(当然,内部印发,没有书号),它的主体内容一般由企业文化和企业故事两部分组成,前者是指对企业的愿景、使命和核心价值观的提炼、概述和引申,后者则占据了刊物的大部分篇幅,包括了对企业过往历史进程的白描和概括、若干重大时间节点和重要历史事

件的详述,以及关于作出过突出贡献的企业人物的通讯稿。第二类是在每年的固定月份印发一次的周期性内刊,在内容和形式上更接近于杂志,而且更多地以专题的形式呈现,譬如专门为“90后”员工量身定做的青年专题内刊——一般在每年的“五四”青年节当日宣发,或者只报道企业先进员工事迹的人物专题内刊。

上述两大类企业文化内刊,虽然编制动因和呈现内容迥异,但工作流程都是类似的,一般都要经历选题策划——采写校对——排版设计——付厂印刷——宣发发放的程序。企业最高层领导和部门领导决策确定内刊方向及主题,随后由企业文化团队进行内容采写,完成文字工作后,交由外部的传媒公司(内容产业公司)进行设计、排版、包装,打样审批通过后,即可按照企业员工规模确定印刷数量,并通过官网、微信公众号和企业OA系统进行宣传。部分极好的采写类文章,也会单独放在企业OA系统上特别宣贯。当然,企业文化内刊的工作因为只有在每年的特定时间段才会进行,因此一般采取项目制形式,抽调部分有相关经验或特长的员工跨部门临时组成项目小组,集中攻关编制。

除却企业文化内刊,企业培训和文宣活动也是企业文化工作的重点。企业培训的对象十分多样,包含了企业中高层管理人员、一线员工、新入职应届毕业生甚至暑期实习生,不同对象都有接受企业文化培训的必要,但

所要宣贯的具体企业文化内容是有所差异的。目前,很多大中型企业都纷纷建立了自己的企业大学,可以利用企业大学的平台,针对不同的培训对象推出不同的企业文化培训项目包,从而实现“文以化之”的效果最大化。

相较于文化内刊和企业培训,文宣活动则是进行频率最高的日常性企业文化工作。无论是民企还是转型之中的新国企,其人力资源部、工会、党办和行政部都在举办愈来愈丰富的各种文体活动,如文艺层面的“领导荐书和员工读书活动”和创意征稿,体育层面的“悦跑”“健步行”和各项球类比赛,这些活动在极大促进员工关系、提高团队凝聚力和集体荣誉感之余,也在一点一滴、潜移默化之中使企业文化得到了全方位的宣贯。而随着各种信息宣传平台和技术的完善,文宣活动在企业文化工作中的优势还将进一步凸显。

“文化的视野超越机械”,企业文化工作自然是不限于这三个方面的,正如管理学教材总是将“企业文化”单独列为一章,试图将之理论化,但永远也无法囊括全部一样。当大数据的风暴冲击着我们这个时代,冲击着各个行业企业的组织形态时,企业文化是否会在未来发生天翻地覆的变化呢?未知无法预测,而我们能做的,无非是对过去的经验进行有限的总结,为后人的工作提供一点儿或颇富价值或食之无味的参考,让我们对未来的企业文化工作拭目以待。