

品读家训家风家教 感悟弘扬传统美德 “传育立行”在铜化集团开花结果

陈源贵

11月15日,《铜陵日报》推出《品读家训家风 感悟传统美德》专版,刊发铜化集团公司5名员工分享的家训家风家教故事,展示了“传家训、育家风、立家教,践行社会主义核心价值观”(简称“传育立行”)教育工程进企业取得的成果。

“家训家教家风”在家庭教育中占有重要地位。良好的家训家风作为一个家庭的精神内核,能够影响人的内心和价值判断,约束人的行为,对个人、家庭、社会均发挥着重要作用。

“记得有个周末,我家婆婆逮着空,坐沙发边缝缝补补,在我女儿那双粉色运动鞋大脚趾处打上一个边长约1厘米、经纬交织的方形补丁。“啊!我不穿打补丁的袜子!”我见女儿抵触很大,也感到婆婆没有必要费神修补,一双袜子也就几块钱,新买一双就是了。“补补能穿,这袜子还好得很。”婆婆头也不抬,继续完善这个补丁,还笑话我们道:“你们几个脚上都长了牙齿!”

婆婆出生在上世纪50年代的安徽省无为县农村,是经历过洪灾、饥荒、贫穷,过苦日子的一代人。如今生活条件好了,搬进了电梯房,但婆婆的勤俭节约本色不变,“一个布头子都不得浪费!”

公公是名老党员,几杯酒下肚,最爱忆苦思甜。他经常说,勤俭节约是中华民族的传统美德,也是中国共产党始终坚持和倡导的优良作风。当年在延安,毛主席等党的领导人吃的是粗糙的小米饭,穿着用缴获的降落伞改制的背心,住的是简陋的窑洞。毛主席一生粗茶淡饭,睡硬板床,穿粗布衣,生活极为简朴,一件睡衣竟补了73次、穿了20年。公公见孙女惊得张大了嘴巴,语重心长道,不论什么时候,勤俭节约的光荣传统都不能丢,穿了补丁的袜子不丢人!

铜化集团公司安全环保中心的陈沐以《锦罗帷幔与一个补丁》为题,写出了自己家庭勤劳节俭的家风家教家训。

《“大国工匠”的家风传承》故事的主人公丁宏锁,是六国化工氮肥厂质计部副部长。经过30多年的刻苦钻研和顽强拼搏,丁宏锁由一名普通的技校生、化工员,成长为第十二、十三届全国人大代表、“全国五一巾帼标兵”“全国技术能手”;以她名字命名的国家级技能大师工作室和省级劳模创新工作室相继挂牌。故事中写道,“本本分分做人,踏踏实实做事”是丁宏锁的家训家规。小时候,丁宏锁的父母就教育子女要诚实本分,做事要踏实诚恳,并身体力行。因此,丁宏锁兄妹几个都正直善良、积极向上,在工作中各有作为。六国化工公司员工刘秀红笔底流淌出身边的员工丁宏锁诚实守信、向上向善的家训家风家教故事。

守信、向上向善的家训家风家教故事。

新桥矿业公司的陈若水分享了2017年荣获安徽省“最美家庭”称号的该公司员工王思强家庭“心存感恩、乐于助人、孝老爱亲”的家训家风家教。王思强曾多次获得新桥矿业公司“岗位之星”“先进个人”“操作能手”等称号。不善言辞的王思强是个细心人,受父母的教育和影响,他从小就喜欢给村里人帮忙做事。参加工作后,虽然井下打眼工危险系数高,工作繁重,但他从不抱怨,踏踏实实做好本职工作,并主动配合班长做好班组的安全管理。他们夫妻俩常常帮左邻右舍照看老人孩子,下雨天邻居不在家也帮忙收衣服。每年冬季下雪天,小区里路面湿滑难行,王思强总是带头出门扫雪,在小区门口到楼房之间铲出一条通道,方便大伙出行。

王思强结婚二十多年,夫妻俩相互信任、相互支持,言传身教,培育孩子,孝敬八十高龄的父母。“在我的记忆里,父母总是相亲相爱、相敬如宾。母亲心灵手巧,非常爱整洁;父亲为人做事,勤勤恳恳、任劳任怨。良好的家风家教,特别是对爷爷和奶奶的孝顺,对我和姐姐的成长影响很大。”王思强的女儿王月红说。

2008年,王思强的母亲患乳腺癌,医生坦言即便动手术,也只能多活三五年,而70多岁的母亲更是怕花钱不愿治疗。当时王思强的新



房子刚刚装修结束,手头没有积蓄,但他还是借钱坚持为母亲做了手术。

王思强说:“小时候,为了省下口粮让我们兄妹吃饱,父母经常饿着肚子去上工。如今他们老了,虽然我不富裕,但比当年强多了。没有钱可以借,只要能让我母亲多活一年,我就‘赚’了。”住院治疗两个月,王思强和妻子精心护理;出院后,又将母亲接到家里休养。在他们精心照料下,老母亲的身体恢复得不错。

为认真贯彻落实习近平总书记“注重家庭、注重家教、注重家风”重要讲话精神,铜陵市开展“传育立行”“四进”工作(进机关、进企业、进学校和进村居),进一步巩固铜陵全国文明城市创建成果。

“传育立行”,“传”的是与社会主义核心价值观相一致的优良家训,“育”的是与党风、政风和谐共生的家风,“立”的是既承续中华传统优秀家庭教育的精髓,又与中国特色社会主义先进文化相一致的家训,最终的落脚点是践行社会主义核心价值观。

“传育立行”进企业旨在引导员工在家做家庭好成员、在单位做好员工、在社会做好公民。家风好,就能家道兴盛、和顺美满;家风差,难免殃及子孙、贻害社会,正所谓“积善之家,必有余庆;积不善之家,必有余殃”。

近年来,铜化集团涌现出全国最美家庭黄玲家庭、孝老爱亲典范及中国好人汪厚春、安徽省最美家庭王思强家庭、安徽省最美儿女刘和友,还有以二十多年的责任和担当侍候妻子的奶奶、服侍岳父、面对突发重病的妻子不离不弃的“铜陵好人”王忠等一批先进典型。

2019年,央广网刊发题为《安徽铜陵:好家风是企业发展的软实力》的报道,以新桥矿业公司为例,点赞“好家风”促进了铜陵企业软实力的提升。文中写道:好的家风可以浸润好的工作作风,好的工作作风与好的家风一样能代代相传,引导和影响员工更好地投身企业改革发展实践,提升企业管理的软实力,从而增强企业的市场竞争力。

工会进万家 温暖靠大家

刘富艳 刘芳 赵燕平

帮助职工解决“急难愁盼”问题,一直是北重集团公司工会作为党史学习教育“我为职工办实事”主题实践活动中的重中之重。

工会在得知特钢事业部和防务事业部两名职工因家属患大病产生大额医药费,造成家庭临时性困难的情况下,11月18日下午,公司监事、工会主席高文海带队第一时间开展了“工会进万家”调研走访和入户慰问活动。在调研过程中,与所在分会和支会联合商讨梯度帮扶方案;在困难职工家中,详细询问了困难职工生活和家属的治疗情况,并为其送上了慰问金和米面

油等生活物资。

近年来,北重集团困难职工帮扶工作在各级工会组织的共同努力下,通过弹性工作制、月度帮扶资金的发放、基本生活物资的保障、就业帮扶、“一户一策”、点对点帮扶等措施,从根本上解决了困难职工最直接、最迫切、最关心的问题,真正成为了困难职工的贴心人、暖心人和娘家人。

据统计,仅2021年职工互助保险报销92人次,报销金额21.0872万元;1-10月办理职工大病医疗互助101人,发放救助金151.35万元;困难职工生活救助及月度帮扶87人次,发放救助金额2.9491万元。

山东高速集团发布新的企业文化

陈达

11月23日,山东高速集团正式发布新的企业文化——《山高》。新的企业文化主要包括企业使命、企业愿景、企业价值观、企业精神等理念类,企业行为总则等行类以及企业宣传语等品牌类三个方面内容。

山东高速集团的企业使命是“创享美好之路”。针对这一企业使命,山东高速集团确定了“基础设施施工军、新兴产业开拓者、强省突破助推人、美好生活筑梦师”的使命定位,从四个方面精准勾勒出企业画像。

山东高速集团的企业愿景是建设“具有全球竞争力的世界一流基础设施综合服务

商”。为实现该愿景,山东高速集团将以红色、创新、质量、卓越、活力、文化“六型山高”系统工程建设为战略路径。

山东高速集团的企业价值观是“高速致远、畅和笃行”,企业精神是“勇于担当、敢为人先”,行为总则是“忠诚、实干、合规、协同、创新、图强”。山东高速集团的企业宣传语是:“山东高速,创享美好之路”,并建立了企业宣传语库,包括“畅以致远,和以广融”“畅行齐鲁,传播文明,诚信服务,回报社会”“引领交通发展,通达美好未来”“为公众提供高品质出行服务”。

联合重组后,面对新形势新变化,在充分汲取不同发展阶段优秀文化成果的基础

上,山东高速集团对企业文化进行了总结提炼。此次发布的企业文化,是山东高速广大员工集体智慧的结晶,也是山东高速集团践行社会主义核心价值观的具体体现,它浸润着齐鲁大地的优秀传统文化、勇于担当的国有企业文化等基因,具有鲜明的时代特征和企业特色。

此次企业文化的发布,进一步丰富了山东高速集团企业文化内涵和生态,对支撑集团高质量转型发展和“十四五”规划纲要落地具有重要意义。下一步,山东高速集团广大员工将在新的企业文化指引下,持之以恒,砥砺前行,为实现建设具有全球竞争力的世界一流基础设施综合服务商的美好愿景奋力前行。

水电一局蝉联“新时代党建+企业文化示范单位”称号

钟迪安

近日,由中国文化管理协会主办的第八届“最美企业之声”征集活动结果揭晓,中国水电一局蝉联“新时代党建+企业文化示范单位”称号,水电一局作品《信仰的力量》《防疫大篷车》《再唱山歌给党听》分别获评“最美先锋之声”“最美企业之声”“最美品牌之声”代言作品称号。

作品《信仰的力量》,以建党百年为契机,将党史和局史紧密融合,深入挖掘了水电一局的红色基因和历史传承,发扬了一局人的“五特”精神;作品《防疫大篷车》,讲述了刚果(金)中西非区域部开展的“防疫大篷车”公益宣讲活动,经央视、人民日报、新华社、国务院国资委网站等十余家主流媒体的报道、转载,尽展一局全新风貌与实力担当;由藏族女孩拉姆演唱的作品《再唱山歌给党听》及MV在建党百年央视视频发布,为建党百年庆生。

一直以来,水电一局党委高度重视高质量党

建工作,在取得“全国文明单位”的基础上,将党建工作与生产经营深度融合,参评的《以党建“五维融入”一线项目引领企业高质量发展》获中国工程建设企业党建工作最佳案例;所拟制的《水电一局坚持党对国有企业的全面领导坚定维护党中央权威和集中统一领导及成效》,被中国电建收录于贯彻落实全国国有企业党的建设工作会议会议精神案例汇编。经过扎实有效的党建特色工作,水电一局党委在中国电建上年度党建工作责任制考核获评“优秀”,党建工作成绩显著。

据悉,“最美企业之声”征集活动已连续举办七届,在国内外形成了强大的文化品牌效应。这是水电一局连续第二年获评示范单位荣誉,在第七届该项活动中,水电一局党委书记、董事长闫英才还被评为“企业党建文化杰出人物”,水电一局作品及个人获评“新时代企业党建实践创新优秀成果”、“最美企业之声”金奖、“最美企业匠人”多项荣誉。



双龙公司协安会:暖心姜茶助力安全生产

王建明:动力大王的传奇故事

(整理人:陈德坚、周泽信)

在玉柴第十四届职代会第二次会议上的讲话

(时间:2005年2月17日上午地点:玉林市南江会堂)

对接国际、转危为安这是玉柴过去的三年中的一个中心目标,后四年的中心目标是结束蠕动,实现跳跃。外人的说法,外人的看法是外面的,我们自己知道,在进入新世纪可以讲从1997年开始到现在,我们自己的发展实际上是一种蠕动,一种在没有资本市场的后续支持的情况下靠自己的利润、点滴挤压式的投入做了一些蠕动性质的发展。这个状况在后四年必须要结束,要实现早就应该有的跳跃发展。那么,围绕这后四年的中心目标,谈一个亮点,谈一个弱点,谈一个重点,刚好是谈三点。

这个亮点也可以说是我们的目标和希望。我把数字说下来,免得大家吓一跳,实际上我看就不值得吓一跳。这个亮点呢,看看我们应该做的事情就包括已经有的亮点和需要培育的亮点,甚至是开创的亮点,都有哪些?拿我们主导的产品来看,仅就发动机而言,仅就营销物流而言,仅就控并而言,我们就有这样一些亮点,是可以把它闪光,把它培育壮大,把它开发出来的。

第一个亮点——4W。4W这个机型,是迎合了国内节能的需要,轿车跟微型车已经大量进入了千家万户,国家需要节能,最终用户需要节能,而我们的4W通过全世界最新技术的组合,我们有非常突出的节能优势,有非常突

出的高水平的排放优势。这个发动机我希望通过努力,在2005年能够拿下三千台,而且采用特殊手段做车辆投放。2006年我希望能做到5万台,然后它就应该应该是燎原之势,到2007年应该达到15到25万台。2008奥运之年,为什么玉柴讲四年的中心目标,不讲传统的五年计划,是因为中国的奥运。我说过这个话:一个国家在一个世纪当中举办奥运,很少有可能在两次或两次以上。奥运之年是重要之年,当然也就应该成为我们未来的中心目标的划线条。到2008年4W发动机,我认为我们应该做到30万台到40万台。围绕这个4W,公司将组织投资15亿到25亿元。

第二个亮点——4F。4F包括我们正在洽谈的VM发动机,但是接受意大利依维柯的教训,也接受我们过去的其他教训。4F机,现在我们是两气门,是低端,高端的四气门机全部要寄希望于VM,国外的引进作为辅助,抓到就是我的,抓不到也不碍我的大事。应该是这个观点:4F一定要上四气门,上我们自己的高端。4F发动机,2005年我希望我们争取3万到5万台,天生已经讲了,2006年就要争取10万到15万台,2007年就要争取20到25万台,奥运之年要达到30万台。4F发动机看来决策思路是正确的,一问世就引起特别是中巴还有新型卡车的强烈兴趣。围绕4F,公司将组织投资5到10亿人民币。刚才讲的2006年开始的10万到15万台,2007年的20到25万台,2008年要的30万台,都包括四气门的4F,都要包括四气门的4F。

第三个亮点——6M。6M在2005年一定要突破3万台,争取4万台,2006年要争取5到6万台,2007年要争取7到10万台,奥运之

年要达到10万台,没有理由不达到。这个发动机一问世,明显它的噪音、可靠性、油耗,跟我们主要竞争对手比有明显的优势。销售队伍在春节期间的短训,特别强调了就是要打攻坚战,一定要把那些所谓某某某对手的铁杆经销商像铁桶一样不可攻破的我们一定要攻破它。叫逐一解剖,攻克致胜。这些办事处主任昨天是带着满腔激情,全然焕然一新的斗志,我们今天都分赴岗位了。围绕6M的发动机公司将要再投资5亿元人民币。

第四个亮点——变速箱。玉柴必须要上变速箱。而且我们的主战、主抓是机位器,就是机械无级变速。这个机械无级变速箱,配发动机从4W开始,作为第一重点,再到4F,再到其他系列。我们必须生产动力总成,而不只是发动机。围绕这个CVT,公司将组织投资约10亿元人民币。我们内合、外合,国内的力量要合作,国外的技术要引进。其他主机,也就是其他型号的发动机,到奥运之年总得拿下个100亿吧。

前面几个亮点,给大家排列一下:到奥运之年4W30万台到40万台,按30万台动力总成计应该是60个亿。4F发动机按部分动力总成计也应该是60个亿。6M发动机到10万台,也是60亿;其他主机,讲了,就宽统的100个亿,总该有吧。我们集团公司的其他产品到奥运之年怎么也应该上到50亿了吧。还有,要新开发的亮点——13升柴油机。13升柴油机也是依维柯的教训,必须自行开发,必须要和引进相结合。还有13升以上的大型柴油机,必须自行开发和引进。还有13升以上的大型柴油机,我们不会也不应该坐视竞争对手又成垄断。发展13升以上的大型柴油机,公司还在整理思

路,但是不会不应坐视竞争对手形成垄断。在这个方面,13升、2升、13升以上公司将组织投资至少5亿元人民币。

营销物流,营销物流在2005年要达到50亿,然后2006年要你们增幅按50个亿计,2007年还按照增幅50个亿计,这个都是三年放缓。第四年你们无论如何要跳一跳,那就是到300个亿。公司将营销物流事业投资10到20个亿人民币。

第九个亮点——控并。我们有职工建议,也有一些重要的骨干担心,担心公司没有整车。我在这里告诉大家,我这个话不是我一个人的,我这个话是我们一万个员工的代表,代表意志,整车玉柴一定会有,控并事业一定要做。控并的对象第一就是柴油轿车,而且就寄托4W,4W构成燎原之势,谁都要来的时候就是我们控并的好时机。第一重点是柴轿,第二重点是客车,第三重点是中、重、轻卡。重点排序早已定论,早已定数。控并之事必做,整车必须要有。四年之间通过控并,玉柴必须增收300亿。这个方面公司将组织15到20个亿人民币的投资。我把这个过程先讲,然后大家再来看一看这个总数。我们的包括控并在内的总投资是65亿到100亿的人民币,也就是大约10亿美元。然后我们的2008奥运之年,我们可以争取的数是930亿人民币,930亿人民币是个什么概念?是100亿美元到1000亿人民币。昨天在销售出师大会上,我讲2005年是我们结束蠕动、实现跳跃的第一年,也是玉柴要开创千业大关的第一年,我是有根据的。我们这个万人代表说这个话是有根据的。

(此文系本报整理,待续)

企业家自述(长篇连载之一百八十八)