宝丰酒业再添两名白酒国家评委

本报讯(记者 李代广)近日,中国食品工业协会发布了《关于聘任第十届白酒国家评委的通知》,作为中国酒业最具权威性与影响力的考评,中国食品工业协会第十届白酒国家评委换届考评,是对中国酒业专业队伍的一次大检阅、大练兵,共汇聚了原第九届白酒国家评委和各省、自治区、直辖市食品工业协会推荐的411位新考生参加。

其中,宝丰酒业有限公司的张欢欢、周曼乐两人,凭借扎实的理论功底和卓越的职业操作技能顺利通过考评,被中国食品工业协会聘为第十届白酒国家评委。

至此,宝丰酒业白酒国家评委人数升至9名,其中有中国白酒大师卢振营、中国白酒工艺大师葛少华两位国家级白酒专家大师,4位白酒国家大工匠,9位白酒国家评委,中高级以上技术人员400余人,形成了一支专业技术精通、管理先进、操作能力强的技术团队。

宝丰酒有着4200年的酿酒历史,文化悠久深厚,其酿造技艺传承于北宋时期大理学家程颢创立的程氏酿酒法,940年来一脉相承,并于2008年入选国家非物质文化遗产。

在工艺上,宝丰酒业坚持传承与创新,总结凝练出了“六净归一”工艺价值体系。六净即“好曲制净、蒸粮润净、下曲归净、陶缸守净、蒸酒留净、摘酒取净”六大工艺净化环节。

建厂75年以来,宝丰酒荣获了中国十七大名酒、布鲁塞尔大金奖等国内外400余项荣誉,这些荣誉见证了一代又一代宝丰人工艺品质持续创新和消费者对宝丰酒的认可,形成了宝丰酒的独特印记。

今世缘董事长顾祥悦走进仰韶

交流生产经营之道 共话酒业未来发展

本报讯(记者 李代广)5月6日,江苏今世缘酒业股份有限公司党委书记、董事长、总经理顾祥悦,副董事长、副总经理吴建峰,党委副书记、监事会主席、高沟酒售公司总经理倪从春,副总经理羊柳、胡跃吾、李维群,副总经理、南京大区总经理陈欣权,副总经理、销售管理部经理周永和,文化总监孙万军一行走进河南渑池仰韶酒庄生态酿酒园,交流生产经营之道,共话酒业未来发展。

抵达园区后,顾祥悦一行先后观摩了非公党建文化展馆、仰韶世界酒史馆、万吨洞藏酒窖、酿造车间、智能化包装车间,以及正在建设中的3万吨智能化酿造车间1号车间,从非公党建、品牌建设、酿储工艺、智能化改造、质量管控以及酒文旅融合方面,对近年来仰韶酒业“科技仰韶、品质仰韶、文化仰韶、生态仰韶、公益仰韶、诚信仰韶、数字仰韶”七大战略的推进情况和丰硕成果进行了深层次、全方位的了解。

座谈会上,顾祥悦首先对仰韶酒业刚刚荣获“河南省省长质量奖”表示祝贺,他表示,此行的主要目的是为了学习交流,互相进步。这些年来,仰韶在中国白酒行业表现不俗,今日亲临,果然名不虚传。除了对仰韶文化的挖掘和融合很用心,创新的营销模式、具有前瞻性的智能化生产线建设,以及以“仰韶酒王”为载体的酒文旅融合发展模式,都为行业注入了新鲜蓬勃的活力。

仰韶酒业集团党委书记、董事长侯建光对顾祥悦一行的到来表示欢迎,他表示,仰韶与今世缘都有着悠久的酿酒史和深厚的酒文化,在各自省份都占据着重要的行业地位。虽地域不同,但却在长期的互通互联和交流互鉴中建立了深情厚谊。希望在未来,两家兄弟酒企继续加强学习交流,携手并行,推动中国白酒行业更加健康、更加持续的高质量发展。

河南仰韶酒业集团党委副书记、酒业公司总经理罗富祥,河南仰韶酒业集团党委副书记、营销公司总经理郝惠锋,仰韶营销公司总经理助理、品牌中心总监尤全学等陪同观摩并参加座谈会。

一冶秦皇河项目QC小组成果荣获2项省部级奖项

近日,中国一冶秦皇河湿地项目QC小组《提高钢结构两座焊缝一次成型合格率》《提高大跨度曲面网壳结构单元网片制作质量一次成型合格率》成果分别荣获2023年天津市建设系统优秀质量管理小组一类、二类成果。

项目QC小组成果,从施工生产重难点入手,通过运用“5W1H”法,确定采用施工方法,大大缩短了施工时间,成功解决了施工技术在复杂条件下的应用问题,大大节约了成本。

项目部开展QC活动,激发了员工创新潜能,提升质量管理水平,提高了职工的创新意识和团队协作能力,为创造精品工程打下了坚实基础。 **(邢彦超)**

相约黄河畔 畅游三门峡

第二十八届三门峡黄河文化旅游节将于5月19日开幕

本报讯(记者 李代广)日前,记者从河南省政府新闻办举行的新闻发布会获悉,第28届三门峡黄河文化旅游节·第9届特色商品博览交易会将于5月19日至6月10日在三门峡市举行。

中共三门峡市委副书记、市人民政府市长徐相锋,河南省文化和旅游厅党组成员、副厅长周耀儒,省商务厅二级巡视员费全发,河南省体育局群众体育处处长孙甜甜,中共三门峡市委副书记、纪委监委书记、市监委主任燕海燕参加了新闻发布会,河南省委宣传部副部长、省政府新闻办主任平萍主持发布会。

徐相锋在介绍情况时说,三门峡因河而生、依河而建、伴河而兴,是依偎在母亲河臂弯里的一颗耀眼明珠,素有“黄河珠、文化圣地、天鹅之城”的美誉。三门峡黄河文化旅游节作为三门峡最重要的传统活动和对外展示平台,自1992年创办以来,已成功举办27届,成为黄河流域举办时间最长、影响最广的以“黄河文化旅游”为主题的综合性活动,在落实黄河战略、弘扬黄河文化、推动区域合作、促进对外开放等方面发挥着重要作用。

本届“一节一会”得到了国家发改委、文化和旅游部、国家体育总局、中国商业联合会、中国商业企业管理协会、河南省文化和旅游厅、河南省商务厅、河南省体育局、中国国际贸易促进委员会河南省委员会等部门的大力支持。

●新闻发布会现场

●三门峡市委副书记、市长徐相锋

徐相锋介绍说,本届“一节一会”以“相约黄河畔,畅游三门峡”为主题,共安排9项活动,其中主题活动9项,分别是:2023“中国旅游日”河南主会场启动仪式、开幕式暨“圣地仰韶·花开中国”大型文艺演出,第九届中国特色商品博览交易会,2023黄河“百城万车”自驾游首发仪式,黄河国家文化公园建设保护推进会,2023中国·三门峡横渡母亲河活动,黄河金三角枢纽经济(三门峡)招商推介会,“中流砥柱”第八届黄河大合唱活动,2023“梳妆台杯”首届中国女子帆船赛暨第二届三门峡国际“黄河船奇”帆船公开赛,2023三门峡沿黄国际自行车邀请赛。

专题活动10项,分别是:2023(中国·三门峡)中国笔板公开赛暨第一届“中国陕州·黄河杯”桨板挑战赛、第十二届“陕州地坑院杯”山地骑行挑战赛、2023双龙湾“骑士”狂欢活动、2023年全国(U21)青年篮球锦标赛男子组第二阶段(三门峡赛区)、文化大舞台——“黄河之恋”、第七届“魅力仰韶行”、2023黄河罗曼彩虹跑、“樱桃好吃·义马当‘鲜’”第十四届义马大樱桃文化艺术周、“寻味崤函”特色街区美食文化月、千名网红短视频拍摄大赛。

费全发在回答记者提问时表示,省商务厅将一如既往支持三门峡扩大开放、发展枢纽经济,进一步加大支持力度:一是支持三门峡做强现代物流体系,二是支持三门峡壮大枢纽偏好型产业,三是支持三门峡加快贸易与枢纽融合,四是支持三门峡现代流通体系建设。

据周耀儒介绍,本届旅游节和今年的“中国旅游日”河南会场活动将同期举行,组织开展这两项活动,是落实文化和旅游部关于打造具有国际影响力的黄河文化旅游带、加快推进建好用好国家文化公园战略部署的具体体现,更是增辉“行走河南、读懂中国”文旅品牌、赋能文旅新业态、拉动文旅新消费的重要举措。孙甜甜介绍了2023中国·三门峡横渡母亲河活动赛事活动情况以及目前的筹备进展,今年的活动将有来自全国25个省(自治区、直辖市)72个城市173支代表队近5000人参加,继续保持了规模最大、参赛队伍和人数最多的国家级公开水域游泳活动。

吴海燕在新闻发布会上说,“一节一会”期间,三门峡市所有A级旅游景区实行首道门票五折优惠,持续激发文旅市场消费潜力。

2023双汇大篷车路演活动在郑州首发启动

本报讯(记者 李代广)5月6日,2023双汇“国潮新食力”大篷车路演全国巡展活动首发仪式在河南郑州隆重举行,著名主持人、双汇品牌代言人庞晓戈,双汇发展副总裁周菁等出席首发仪式,并与现场观众互动。

本次双汇大篷车路演全国巡展活动以“国潮新食力”为主题,集美食品鉴与游戏互动于一体,通过“食来运转”“拳力出击”“智趣拼色”“千里走轻骑”“培根挑战赛”“真人娃娃机”等各具特色的互动场景,打造了饱受年轻群体喜爱的沉浸式美食体验。同时也贴切表达了双汇王中王、双汇姊妹鸡?辣、双汇筷厨、火炫风剁花香肠、智趣多鳕鱼肠、轻咔能酸、史密斯美式等产品的产品特性,并与消费者进行了零距离沟通互动。

在“千里走轻骑”互动区,现场观众正积极参与动感单车点亮灯泡游戏,还有平板支撑、跳绳等挑战活动让车玩得不亦乐乎。而在史密斯培根挑战赛互动区,现场观众挑战吃汉堡的热情也同样高涨,新奇有趣的互动方式,令现场笑声不断。

在双汇美味能量馆,双汇休闲零食、带花青年自热系列、双汇酒厨系列、史密斯美式系列等多品类产品齐齐亮相,不仅展现了现代美食生活的更多可能,也为消费者餐桌多元化提供了参考意义。

此外,还有魔术表演、乐队演出、国潮舞蹈表演及抽奖为活动助阵,庞晓戈与周菁共同抽取现场幸运奖。

此次双汇大篷车路演活动将横跨全国多个城市,覆盖多品类代表性产品,利用年轻化的互动与推广方式再现消费场景,从营销创新、品牌体验、互动传播等多维度发力,寻求与消费群体的精神共鸣。

未来,双汇将牢牢把握肉类消费新趋势,针对消费特性,不断细分产品品类,扩充产品矩阵,并通过持续的产品创新与营销创新,积极与消费者进行沟通互动,不断提升消费体验,持续为消费者美食生活提供强大助力。

银光集团开展消防安全风险隐患“九查”

“五一”期间,中国兵器工业集团北化研究院集团甘肃银光化学工业集团有限公司组织消防救援人员每日两次对辖区消防基础设施、消防自动报警设备及消防应急通道进行检查,按照“双归零”要求,监督消防问题整改,及时消除安全隐患。

为深刻吸取近期国内重大火灾事故教训,银光集团举一反三,加强消防安全责任措施落实,自4月26日起至5月25日开展消防安全风险隐患专项排查工作。此次排查分自查、督查、总结三个阶段,按照“全覆盖、高标准、严要求、重实效”的原则,明确工作职责、工作任务、工作要求,重点排查消防安全责任措施落实、相关方管理、场所现场管理、临时作业管理、消防设备设施管理、危险品管理、宣传教育和培训、风险隐患排查治理、应急管理等九方面内容。

自查过程中,各单位结合“九查”内容,由主管领导带队,组织排查员工的不安全行为及消防常识掌握,设备设施及危险化学品的不安全状态,视频监控运行及使用,应急管理及应急物资储备,防火措施的执行,安全出口、疏散通道畅通,安全疏散指示标识、应急照明及公用具接地完好、消防安全保障措施到位、应急预案完备等情况。对作业风险团有危险工序和岗位,以及采用新工艺新技术的产品,各单位加强操作及生产全过程风险辨识,加大作业过程管控。

对于排查中发现的问题,各单位现场督促落实整改,对当场不能整改的,登记整改项目、责任人、期限,组化整改措施,并进行通报,全面跟踪整改进度,整改闭环结果由主要负责人确认。

结合在建项目点多面广、现场管理难度大的实际,银光集团健全项目施工消防安全体系建设,在每周定期对动火动煤、临时用电、易燃可燃物清理、消防基础设施管理等情况进行检查的基础上,对现场进行全覆盖、无死角拉网式排查,并将消防安全教育培训贯穿施工全过程。针对潜在风险、可能发生的事故类型和防范处理,对施工人员进行培训。

银光集团将提升全员消防安全素质和应急处置能力作为消防安全管理的一项重要内容,开展生产线着火事故应急演练,组织全体消防人员为员工开展消防科目演示培训,提高员工安全防范及自救能力。

(谭顺兰 吴勇)

他琢磨出的“土法子”,打破了美国、德国、日本厂家的技术“垄断”,6年来共修复大型国外进口阀门260多台次,为公司节约成本2000多万元。近日,他荣获2022年“安徽工匠”——

刘晓铭:从“破壁者”到“阀王”

■ 郑洪光 陈春秋

5月6日,笔者走进安徽淮北矿业集团华塑股份公司工匠大师工作室,首先映入眼帘的是美国、德国、日本生产的5种进口阀门。

“这些进口阀门受厂家技术壁垒的限制,损坏后都要求返回厂家维修,集团工匠大师、我们氯碱分公司电仪车间仪表工刘晓铭不信这个‘邪’,利用工余时间琢磨用‘土法子’自己修理,打破了国外厂家技术‘垄断’。”华塑股份工会主席任建忠说。

据介绍,华塑股份目前共有美国菲特洛夫杜塞阀、德国萨姆森调节阀、日本开兹球阀等30多种各类大型进口阀门,采购价格10至100万元不等。这些阀门出现“疑难杂症”后,厂家的态度如出一辙:要么更换,要么返回工厂后处理。

“氯碱分公司二期PVC装置是华塑股份重要项目之一,其中聚合釜卸料阀是PVC装置关键仪表设备,聚合釜卸料阀安装后无法正常开关。”华塑股份氯碱分公司党支部书记、工会主席徐明说,美国技术人员现场查看后一筹莫展,回复说现场不能解决,必须要返回美国工厂。可这样一来一回至少要6个月的时间,严重影响PVC二期的投产进度。

“我们等不起,我们要有话语权。”临危受命的刘晓铭,向厂家要来卸料阀和聚合釜设备的设计图纸,在聚合釜爬上爬下核对相关参数,经过10多个昼夜反复琢磨,最终定下方案。氯碱分公司根据他提供的参数对5台卸料阀全部重新改造,最终解决了连厂家专业技术人员都无法解决的难题,保障了PVC二期的施工进度和日期的稳定生产,为公司增加效益1000多万元。至此,刘晓铭“阀王”的美誉不胫而走。

2017年8月,华塑股份首个以“阀王”名字命名的“刘晓铭技能大师工作室”正式挂牌成立,被公司作为仪表专业人才的孵化基地。作为工匠大师工作室负责人,刘晓铭利用专业特长,带领团队成员,挑战进口阀门的“疑难杂症”。2022年,该公司一期电解槽一台断路器出现故障,日本厂家提出不宜使用,需要更换。刘晓铭没有被困难吓倒,他查资料、细琢磨、反复试验,最终排除了故障,仅此一项为公司节省采购费用68万余元。

据统计,6年来,刘晓铭带领自己的团队,先后解决生产瓶颈问题1320余项,维护阀门近3000台次,修复各类大小阀门1000多台次,其中修复大型进口阀门260多台次,为企业节约成本2000多万元。

刘晓铭坚持以“匠心传承育匠人”为使命,依托“刘晓铭大师工作室”,开班授课、培训练兵。在培训时,他毫无保留,将绝技绝活倾囊相授,先后编写绝技绝活和故障处理案例60余篇,编制培训教材《华塑股份工匠大师工匠故障处理案例和绝技绝活汇编》。

据介绍,近年来,刘晓铭相继带出13名徒弟,现都已成为华塑公司的技术骨干。其中3名徒弟获得国家技能大师称号,徒弟周依获得2017年度华塑公司“拔尖人才”,徒弟赵前前获得华塑公司2019年度“科技创新人才”奖、2021年“拔尖人才”,徒弟张永杰荣获华塑公司2019年最美检修人。

此外,刘晓铭主导的《气动柱塞阀科阀在PVC装置聚合釜上的应用》获得国家淮北矿业集团第十二届职工“五小”实用技术成果优秀奖;发明成果《一种电石材料生产尾气的压滤净化装置》获得国家实用性发明专利证书;“刘晓铭技能大师工作室”被安徽省能源化学地质产业工会评为行业劳模(工匠)创新工作室。

4月21日,安徽省总工会发布《2022年“安徽工匠”候选人公示名单》,“阀王”刘晓铭榜上有名。

“淄博烧烤”火爆留下的思考

■ 祖庆林

近来,淄博烧烤火了,火出了圈,火遍全国,烧烤风席卷大江南北,好评如潮,还登上了全球热搜。

一、“淄博烧烤”火到什么程度?

根据巨量算数数据,淄博在抖音上的出圈最早是在3月初,一则“大学生组团到淄博吃烧烤”的话题,登上了抖音同城榜热搜第一,搜索量高达5253万,播放量达到21亿次,短视频热度点击量在一万左右。

3月13日,抖音美食网红乌啦啦“淄博烧烤”短视频点击量505万,评论量49万。

第二波高潮在4月8日。抖音平台“淄博烧烤”话题共382亿次播放量;

快手平台上“淄博烧烤”一词,在清明节后一周的搜索量较于前一周增长了98倍;

大众点评数据,3月以来,淄博当地“烧烤”关键词搜索量同比去年增长超370%,“淄博烧烤”搜索热度同样维持同比增长超770%。

小红书数据显示,平台上“淄博烧烤”的搜索指数在2月中旬开始出现明显上涨,清明之后更是大幅上涨,一周内上涨48倍,是上周同期的48倍,上月同期的76倍。平台上“淄博”的搜索热度同样维增,一周其搜索指数上涨584倍。达到上月同期的13.38倍。

近两周,淘宝上“淄博烧烤”“灵魂伴侣”卷饼、蘸料等搜索量相比一个月前暴涨3000%,冲上热搜。

前几天,就连联合国前副秘书长兼环境规划署前执行主任埃里克·索尔海姆也光顾“淄博烧烤”,大加赞赏。美国等国外媒体也报道了“淄博烧烤”。

3月份到淄博的游客达到了500万人次,无一期间八大城市一个烧烤点的客流就有20万人次。据统计,五一假期去淄博的火车票增幅全国第一。最近两个月,到淄博的游客比2019年增加了8000%。吃饭排长龙、酒店一房难求。各烧烤店外人山人海,店内座无虚席,火爆场面难得一见。

二、“淄博烧烤”为什么这么火?

冰冻三尺非一日之寒,滴水穿石非一日之功。“淄博烧烤”之所以这么火,与齐文化的深厚底蕴、淄博人的善良与朴实、政府执政为民、政通人和,对游客的内心尊重与贴心服务密不可分。具体讲有四个方面。

第一,厚待学子,投桃报李。

2022年5月疫情期间,山东大学12万名学生被转送到淄博隔离,当地政府为了照顾好这些学生,想方设法调剂好他们的生活,每餐提供16道菜品,米面麦着花样上,做到无微不至。临走时,当地政府包下了一个区的烧烤店为大学生们送行,深深感动了这些大学生,离别时他们表示,待到来年春暖花开时再组团来吃烧烤。今年初春时节,大学生们如约而至,通过互联网短视频把“淄博烧烤”传播到祖国的四面八方,这就是“淄博烧烤”走红网络的源头。

第二,政府敬税,顺势而为。

对于“淄博烧烤”的走红,淄博市政府以敏锐的眼光,发现机遇,果断出手,顺势而为,因势利导。以务实创新的精神,积极作为的姿态,雷厉风行的作风,扎实有效的工作,全方支持、推动、培养和打造“淄博烧烤”这张城市名片。在培育“淄博烧烤”的过程中,不断采取措施,提供配套服务,营造良好的营商环境和旅游环境,使游客来得顺利,住得温馨,吃得舒心,玩得开心,走得愉快。

淄博市及时成立了烧烤协会,制定烧烤团体标准,服务烧烤行业:

开通了济南至淄博的烧烤专车;

五一举办了烧烤文化节;

绘制了烧烤地图,被网友称作一键到胃的“保姆式导航”;

设置了21条烧烤公交专线,街区间设有摆渡车,招手即停;

在高铁站安排有烧烤志愿者,为往返旅客提供交通、住宿、烧烤、旅游线路咨询推介等服务;

游客凭高铁票换旅游景点门票;

设定了38处青年驿站,为来淄博游玩、访友的青年学生提供每年4次、每次5天的半价优惠。政府还征收了部分4星级酒店改为青年驿站,游客凭外地身份证入住,只要79元一晚;

207家政府机关事业单位停车场和厕所对游客免费开放;

规定烧烤店、出租车要减实守信,公平交易,不准涨价、不准宰客。强调“谁砸了淄博的锅,就砸了谁的碗”。烧烤店如坑人、骗人,一旦抓到,立马关门。

第三,市民好客,商户诚信。

在淄博已形成了政府市民上下一心的齐心,有求必应的服务理念。政府尊重关爱市民,市民尊重善待游客,政府市民相互配合,共同维护城市形象。淄博人有句口头禅,“游客动动嘴,我愿跑断腿”,把外地游客当亲戚崇着、爱着、敬着。

到淄博的客人,实在订不到房间,淄博人说了,可以来自家免费住,管吃管喝,毕竟淄博这么大,总不能让客人睡在大街上吧!

淄博家具商场,为游客免费提供夜宿服务;多家影院也推出午夜特场,看完电影后可以在厅内免费过夜。

朴实真诚的淄博人,遇到外地人车牌,会乐哈哈给客人让位,就连喇叭也舍不得按下去,生怕吵到别人。

雨天遇到外地人没带雨具,淄博人会主动送雨具给客人。

周六周日外地客人多,当地市民自觉不出门;吃烧烤遇到外地人,会主动让出座位。

出租车、公交车忙不过来,淄博的私家车出动,车上拉着横幅,心甘情愿充当游客的免费司机。

除了热情好客的淄博人,更有“淄博烧烤”特色美味的众多诚实守信商户,为食客提供餐厅以味独特、食材新鲜、份大量足、价格实惠“特色美食,小饼、小菜、蘸料灵魂三件套。“淄博烧烤”的商家始终坚持热情厚道,诚信无欺的商道,为来营商战,为“淄博烧烤”靓丽的名片增光添彩,使“淄博烧烤”烟火气更旺、人情味更浓。

“淄博烧烤”的商户表示,“缺斤少两的事我们不干”,“做人是要有原则的,人做生意也是讲良心的”。诚实守信,公平交易已成为商户们的自觉行动。

这些承诺也被实践证实。4月8日,抖音粉丝17958万的“打假”美食分量博主B大,带着电子秤摸底测评淄博10家烧烤摊位,没有发现一家店铺缺斤少两。

真诚的经商待客之道和朴实无华的烟火气、人情味成了淄博短期内再次出圈的密码。

第四,媒体传播,火爆出圈。

“淄博烧烤”通过各种媒体的转播,迅速传遍全国,登上了全球热搜,传播之广,影响之大,前所未有。

先后有新华社、央视、人民日报、凤凰卫视、山东卫视、大众网等大量中央和地方媒体宣传报道,知名网络大咖、大V、网络作家也参与传播之中。赞伯营销咨询公司董事长、营销专家路长全,移动营销科学创始人华红兵,新商业构架师张瑞,当当网创始人李国庆,中国营销学院院长、股权投融资专家臧其超,清华大学经济学家韩秀云,北京公民司马南等一批名人多次点评推介“淄博烧烤”。同时,奔赴淄博的浩浩荡荡的游客大军,不停地发视频宣传“淄博烧烤”,仅抖音平台“淄博烧烤”话题播放量就达到了382亿次,呈现出众人拾柴火焰高,“淄博烧烤”流量不断攀升,人气越来越旺的新局面。

三、“淄博烧烤”火爆后怎么办?

“淄博烧烤”的所以爆红,是政通人和,上下齐心;群策群力,齐心协力;敬客爱客,贴心服务;诚信经营,公平交易;媒体宣传,传播广泛的结果。

“淄博烧烤”火了,在当下是好事,但对今后能红多久?能走多远?是一道难题,一个未知!如何解好这道难题,答出满意的考卷,是摆在政府和淄博人面前必须面对的现实。

首先是冷静思考,解好题。“淄博烧烤”的火爆,既有主观原因,又有客观原因,是主观因素与客观因素有机结合而成的。“淄博烧烤”爆红后,需要静下心来冷静思考。爆红既是客人对淄博的认可、肯定和钟爱,同时也是淄博面对的挑战、考验和考试。趁接好挑战,经得起考验、回答好考题,的确不是一件易事,但需要更大的魄力和勇气,更优秀的创新方式,更细致的工作,以优异的成绩回馈和报答千千万万奔淄博而来的客人。

爆红、出圈,只是开始,留人先留心,要变流量为留量,人流为人留,网红为长红,让“淄博烧烤”经久不衰。

其次是守好阵地,扩战果。“淄博烧烤”出了圈,成了名,来之不易,应乘势而上,乘胜追击,挖掘潜力,创新发展,扩大战果。继续加强管理,诚信经营,保质保量,创新服务,不断进取,适应市场新的变化,满足游客新的需求,让游客高兴而来,满意而归,切切实实塑造好、维护好、发展好“淄博烧烤”这张城市名片,让“淄博烧烤”的好口碑、好名声、好形象长长久久火下去。

最后是要借题发挥,谋未来。淄博是我国重要的工业城市,基础好,底子厚,有潜力,应在“工”字上做文章,下功夫,谋划产业转型升级,实施科技创新。淄博应借“淄博烧烤”的名气、人气、势气,顺势而为,全盘谋划各产业的创新发展。旅游的爆红仅仅是产业的一部分,一花怒放,不如百花齐放。可以借助旅游的温度、热度、高度,统筹考虑,通盘规划,采取旅游带动,重点突破,依次推进,全面发展的战略,带动和促进淄博经济社会的综合性、系统性、全面性和创新型发展。

关于做好新时期国有企业思想政治工作的思考

■ 陈露

在新时期下,随着企业不断地深入国际市场以及市场化的程度不断加强,国有企业在结构模式、管理方式以及发展模式上发生了极大的变化。国有企业要适应这种变化,就必须在许多方面进行改革和调整,尤其是要加强思想政治工作的建设,创新思想政治工作举措,切实做好思想政治工作。

一、学习创新,确保思想政治工作坚持正确方向

(一)加强党的创新理论武装。严格落实“第一议题”制度,坚持党委会“逢会必学”。落实党委理论学习中心组学习制度,推动党委理论学习中心组扎实有序运行。持续深入学习宣传贯彻党的二十大精神,持续深入实施习近平新时代中国特色社会主义思想培育工程,持续深入学习贯彻习近平总书记关于国企改革发展和党的建设重要论述,教育引导党员干部员工用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导工作、推动实践。深入开展宣讲活动,定期举办企业宣讲比赛,建设高水平宣讲队伍。用好“学习强国”“灯塔·党建在线”等学习平台,推动理论武装大众化。落实意识形态工作责任制,发扬斗争精神,旗帜鲜明支持正确言论、抵制错误观点。

(二)打造员工思想教育大课堂。把思想政治教育纳入年度培训计划。积极创新思想政治教育形式方法,倡导设立道德讲堂和内部各类课堂,定期举办形式多样的思想政治教育活动。推进理想信念教育常态化制度化,讲好红色故事,弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系,大力传承理想信念。利用重大纪念活动和重要传统节庆,弘扬中华优秀传统文化,深入开展爱国主义教育。倡树新时代美德健康生活方式,普及文明礼仪规范,引导干部职工向往和追求讲道德、尊道德、守道德的生活。常态化开展志愿服务活动,主动履行社会责任,积极参加公益活动,热心支持公益事业。健全完善志愿服务工作机制。深入开展国有企业特色教育,引导广大党员干部员工深入认识国有企业的地位、作用,深刻认清国有企业姓党为民的性质、宗旨,深化对国企改革的认知认同。

二、建设创新,助推思想政治工作跟上新时代步伐

(三)加强基层党组织建设。深入学习宣传贯彻习近平总书记在全国国有企业党的建设工作会议上的重要讲话精神,加强党的路线、方针、政策宣传教育。深入推进标准化党支部建设,过硬党支部和评星级管理,组织开展岗位建功、党员承诺践诺、党员先锋岗等活动,抓好基层党支部书记培训和青年理论学习提升工程,深化党建强基、品牌、头雁、对标、激励“五大工程”,不断夯实党建基层基础。广泛开展“两优一先”评比表彰和宣传、选树党员工“身边的榜样”等活动,引导广大党员把干事创业的精气神提起来,把爱岗敬业的责任心强起来,努力做到关键岗位有党员领着、关键环节有党员把着、关键时刻有党员顶着,以党员先锋模范作用,引领带动广大干部员工始终不渝听党话、跟党走。

(四)加强企业文化建设。坚持党建引领文化建设,推动党建和文化建设相互融合、互相促进,将文化建设纳入党建目标责任制,从信仰、组织、制度和实践方面把文化建设与党建工作结合起来协同推进文化创新。坚持文化体系搭建,明确企业文化中长期建设工作规划,全面搭建企业文化考评体系,积极推动企业文化制度化、规范化、标准化、科学化建设,为企业发展持续提供有力的文化支撑。

三、宣传创新,保证思想政治工作全面落实

(五)落实意识形态工作责任制。常态化制度化开展党委学习管理,定期组织开展专题党课、主题党日和重温入党誓词等活动。持续强化宗教政策法规宣传教育,教育引导广大党员干部员工自觉抵制境外宗教势力渗透。加强宣传思想文化阵地建设与管理,充分运用微博、微信公众号、抖音、今日头条等新媒体,巩固社大主流舆论阵地。充分发挥网络评论员队伍作用,及时批驳抹黑攻击企业的负面言论、错误观点,有效引导网络舆论。加强网络宣传策划和议题设置积极参加全省网络正能量作品、辟谣作品评选活动,用主流思想舆论凝聚广大员工为企业改革发展营造良好思想舆论环境。

(六)做好企业新闻宣传工作。把思想政治工作融入到新闻宣传、品牌营销全过程,及时开展主题宣传、形势宣传、政策宣传、典型宣传,大力宣传企业改革发展亮点成效。深入开展劳模工匠等各类先进典型选树宣传,持续扩大标杆示范影响力,营造崇德向善的浓厚氛围。对内充分利用宣传阵地,宣讲事迹案例,讲好企业故事,重点面向生产一线、营销一线、研发一线,培育打造优秀过硬团队。对外开展形式多样的“公众开放日”“媒体开放日”等活动,邀请新闻媒体等深入企业,了解企业、宣传企业,展示企业良好形象。发挥海外企业平台作用,主动向国际社会讲好党带领企业改革创新、实现高质量发展的故事。

坚持党的领导、加强党的建设,是我国国有企业的光荣传统,是国有企业的“根”和“魂”,是我国国有企业的独特优势。思想政治工作作为加强国有企业党的领导重要手段,在国企党建和发展中占据空前重要的地位。面向新时代,国有企业思想政治教育工作必须要根植于中国特色社会主义的伟大实践,根植于国有企业改革发展的具体实践,直面新情况、新问题,不断创新思想政治教育工作的思想理论和具体举措,把党的政治优势转化为企业的发展优势和竞争优势,促进和保证企业迈向更高质量发展。**(作者单位:中国重型汽车集团有限公司党委宣传部)**

推动学习贯彻党的二十大精神落地见效

■ 李永磊

党的二十大是在全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会。党的二十大报告从党和国家事业继往开来、中国特色社会主义前途命运、中华民族伟大复兴的战略高度,系统阐述了新时代坚持和发展中国特色社会主义的重大理论和实践问题,科学谋划了未来一个时期党和国家事业发展的目标任务和大政方针,是党和人民智慧的结晶,是党团结带领人民全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴的政治宣言和行动纲领,是马克思主义的纲领性文献。党的二十大作出的各项决策部署、取得的各项成果,必将对夺取中国特色社会主义新胜利发挥十分重要的指导和保证作用。

一、深刻领悟党的二十大精神的核心内涵

党的二十大提出了中国特色社会主义事业的新的历史方位和奋斗目标。具体来说,党的二十大提出了全面建设社会主义现代化国家的奋斗目标,明确了中国特色社会主义事业的新时代和新任务,提出了一系列重大战略部署和具体措施,为全党全军全国各族人民明确了未来发展的方向和任务。习近平总书记在开幕会上作了重要报告,报告在总结历史经验的基础上,提出了一系列新思路、新战略、新举措,明确宣示了新时期我们党应该向哪里走、以什么样的精神状态走、用什么具体方式走,吹响了全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标的号角。

二、充分认识国有煤炭企业贯彻落实党的二十大精神的意义

贯彻落实党的二十大精神,是当前和今后一个时期国有企业工作的首要政治任务,也是每一名共产党员的共同责任。贯彻落实党的二十大精神,具有以下重要意义:

从国有企业角度讲,推动国有企业高质量发展,党的二十大提出了促进高质量经济发展的目标,这是国有企业必须要实现的。国有企业作为国家的重要经济支柱,应当积极贯彻落实党的指导思想和方针政策,推动企业转型升级,提升企业核心竞争力,实现高质量发展。加强国有企业的社会责任和使命,党的二十大强调了改善民生、保护环境、促进可持续发展等方面的工作,这些都是国有企业必须承担的社会责任和使命。推动国有企业党建工作,党的二十大强调了强化党的领导和建设的重要性,这是国有企业推进现代化建设、实现高质量发展的基础。国有企业应该积极贯彻落实党的指导思想和方针政策,加强党组织建设,提高党员干部的素质和工作能力,推动党建工作和业务工作深度融合。

从资源型企业角度讲,加强企业安全生产,党的二十大强调了人民群众生命安全和健康的重要性,这是资源型企业必须要承担的社会责任。煤矿企业应该以人民的利益为重,加强安全生产和环境保护,保障员工和周边居民的生命安全和健康。推动企业转型升级,党的二十大强调了转型升级的重要性,这是企业加强产业链的延伸和拓展,推进资源的综合利用,实现煤炭产业的转型升级的必要条件。提高企业品牌形象,贯彻落实党的二十大精神,可以提高企业的社会形象和品牌价值,增强企业的公信力和竞争力。可以进一步推动企业品牌建设,提升企业对外形象。

从个人发展角度讲,提高思想政治素质,贯彻落实党的二十大精神,可以帮助个人更好地了解和认识党的指导思想和方针政策,提高思想政治素质和政治觉悟。推动个人职业发展,可以帮助个人了解和认识国家和社会发展的趋势和方向,更好地适应和把握社会发展的机遇,为个人职业发展提供更好的机遇和平台,不断增强个人的竞争力。增强个人国家意识和民族自豪感:党的二十大强调了爱国主义和中华民族伟大复兴的目标,使每个人更加深刻地理解自身的责任和担当,增强了责任担当意识,进一步激发了个人的国家意识和民族自豪感。

三、确保贯彻落实党的二十大精神措施落地生根

一是学思结合,深刻领悟精神核心内涵。党的二十大精神内容十分丰富,既有政治上的高瞻远瞩和理论上的深邃思考,也有目标上的科学设定和工作上的战略部署,这些是相互联系、有机统一的。因此,要用好各种平台、渠道,采用多种形式,结合实际学、结合工作学,深刻领悟其精神核心内涵。作为一名支部书记,首先,要充分发挥好党支部主体作用。党支部是党的基础组织,在党员教育管理中发挥着重要作用,在学习培训中,要运用好《党的二十大报告辅导读本》《党的二十大报告学习辅导百问》等辅导材料。把严格执行“三会一课”等制度作为学习贯彻的重要载体和平台,积极探索灵活多样的学习方式,增强学习贯彻的针对性。其次,切实发挥示范带头作用,既做实干家,也做宣传家,将宣贯工作作为重要的政治任务,紧密联系单位党员干部群众思想和工作实际,以实际行动带动广大党员干部群众的学习,把党的二十大精神讲清楚、讲明白,让职工听得懂、能领会、可落实。最后,企业需要精心组织各类宣教活动。采取职工群众喜闻乐见的形式,坚持分众化、差异化、精准化开展各项活动,推动形成正面舆论强势,生动展示党和国家的良好形象。

二是坚守信念,更好运用理论指导实践。党的二十大报告系统阐述了过去五年的工作和新时代十年的伟大变革,深刻阐释了新时代坚持和发展中国特色社会主义的重大理论和实践问题,深刻阐明了未来一个时期党和国家事业发展的大政方针和行动纲领,是又一篇闪耀着马克思主义