

# 新形势下国企党组织如何发挥政治核心作用

孟婷婷

党的十八大提出要“以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程,全面提高党的建设科学化水平”。十八届三中全会全面拉开了深化改革的序幕。新形势对基层党组织发挥政治核心作用提出了更高要求。国有企业党组织作为党的基层组织,必须以党的十八大、十八届三中全会精神为指导,密切联系企业改革发展的新实践,进一步探索党组织发挥政治核心作用的新路径。

**(一)要提升党组织发挥作用的新境界。**国有企业党组织是党在企业中的政治核心,发挥党组织的政治核心作用,是一个重大原则,任何时候都不能动摇。在严峻的经济形势下有效推进国企改革改制,是党组织发挥政治核心作用的主战场,也是对党组织能否发挥政治核心作用的重大考验。各级党组织要明确肩负任务、扎实开展,落实“全面提高党的建设科学化水平”的总要求,进一步夯实党组织发挥政治核心作用的思想基础,主动适应国有企业深化改革的新形势,积极应对不利的经济环境,及时把握党员职工队伍思想观念和利益诉求发生的新变化,以改革创新精神抓好领导班子建设、基层党组织建设、党员队伍建设和人才队伍建设,更好地发挥党组织的政治核心作用。

**(二)要把握党组织发挥作用的新内涵。**理论指导实践,认识决定高度。新形势下党组织主要是发挥保证监督服务作用,具体来讲:

所谓“保证”,就是要重点保证企业的社会主义方向,保证安全生产经营目标的实现,保证职工的合法权益,保证企业的和谐、持续发展。也就是要在推动单位改革发展上提供保证,要在推动职工素质提升上提供保证,要在用好人才资源上提供保证,要在企业文化建设上提供保证,要在推进作风建设上提供保证。所谓“监督”,就是要重点监督党和国家方针政策的贯彻落实,监督国有资产的运营安全和保值增值,监督单位更好地履行政治责任、经济责任和社会责任,监督各级领导干部。也就是要在贯彻落实上级指示精神上有效监督,在“三重一大”问题决策上有效监督,在管党干部、管管人才上有效监督,在安全生产上有效监督,在经营活动上有效监督,在维护职工利益上有效监督,在领导干部这个重点上有效监督。所谓“服务”,就是要服务改革发展稳定这个中心,服务各级党组织这个重点,服务党员这个主体,服务职工群众这个基础。也就是要做到为安全生产、经营管理提供服务,为党员提供服务,为职工提供服务,为和谐稳定提供服务。

**(三)要构建党组织发挥作用的新机制。**要按照中央关于全面推进思想建设、组织建设、作风建设、反腐倡廉建设和制度建设“五位一体”党的建设总体布局,围绕国企改革发展总体目标,创新完善党委抓党建,书记对党建工作负第一责任,行政领导“一岗双责”,党委职能部门齐抓共管,群团组织各负其责,行政部门积极支持的制度,形成合心、合作、合

力的党建工作大格局。抓住两个关键,就是以“三型党组织”建设和教育实践活动为载体,抓住领导班子、领导干部队伍建设和基层党组织、党员队伍建设这两个关键,努力打造一支“政治素质好、经营业绩好、团结协作好、作风形象好”“四好”领导班子和领导干部队伍,建设一支经得起困难和风险考验、在企业改革发展稳定中发挥先锋模范作用、在党的队伍中“完善六项机制”,就是不断完善企业内部领导体制、党组织参与决策机制、选人用人机制、监督制约机制、思想政治工作机制、党建工作创新机制。

**(四)要完善党组织发挥作用的新举措。**应该做好“八抓”。一是抓覆盖,根据《党章》和企业改革发展新形势,健全完善改组、改制、控股的企业党组织,坚持有职、有责、有位和“宜专则专、宜兼则兼”的原则,做到三个同时:建立新经济组织的同时建立党组织,调整经营管理组织的同时调整党组织的设置,配备经营管理人员的同时配备党务政工人员。二是抓结合,要把党组织发挥作用与党风廉政建设和反腐倡廉工作、职工民主管理和工会、共青团工作以及宣传思想等工作有效衔接的同时,与安全生产、经营管理、重点项目建设、资本运营等工作有机结合,确保各项经济目标任务任务的完成,提高党组织作用发挥的实际成效。三是抓全面,系统发挥党建工作与领导班子、党支部、党员三个层面的作用,形成各方联动、共促发展的良好势头。同时,要高度重视党务政工干部的培养,关心他们的成长

进步,调动和发挥好他们的积极性和创造性,以更好的精神状态投入到党建和思想政治工作中。四是抓优势,切实将党的思想政治优势、组织优势和群众工作优势,转化为企业创新优势、竞争优势和发展优势,切实提升企业经营管理水平,培育企业核心竞争力。五是抓文化,积极探索思想政治工作与企业文化建设相结合的途径和办法,使企业党建思想政治工作更加贴近实际。准确把握企业文化建设与企业管理的内在联系,把企业的核心理念融入各项管理制度和经营管理行为之中,使企业文化建设与企业管理相融并进,在企业管理中落地生根。遵循企业文化建设的内在规律,着力推进以企业精神文化、制度文化和物质文化建设为主要内容的企业文化体系建设,进一步建立和完善企业价值理念系统和行为规范系统,不断优化企业形象识别系统。六是抓典型,坚持示范引路、典型带头、以点促面,及时发现培育各个层面的典型,发挥榜样的示范带动作用。七是抓创新,围绕安全生产经营管理重点工作、难点,职工群众关注的热点、难点问题,创新手段,改进方法,靠实责任,落实措施,推动难点、难题实现新突破。八是抓考核,层层实行目标责任管理,健全完善自查自评、组织考核、群众评议考核评价体系,加大考核奖惩力度。要通过企业上下坚持不懈的努力,确保党组织发挥作用在新形势下取得新成果,实现党建工作的创新发展和改进加强。(作者单位:兖州煤业股份有限公司物资供应中心)

# 互联网时代方法论:创业的N种活路与死法

雷军近来讲,未来五年要投资100家公司来复制小米模式,这体现了一种初创公司有成绩后的发展的模式。当一个公司通过某个切入点比如产品或社群成长起来并能确保生存后必然会面对发展问题,而为了探求发展问题事实上有必要总结一下已知的各种发展模式。这些模式里面有的是生路有的则是明显的死路。

## 活法一:垄断型方阵 VS 单兵

纵观有大成绩者基本上是单品带体系的模式,这模式一成就会让后来人面对一种小兵对斯巴达方阵的形势,一点取胜机会没有。国内BAT乃至近期的小米,国外微软、Google、Facebook都是这样一种模式,这种模式的终极目标是自然垄断。

为了从单品扩充到体系,最关键的是把握其中的关联,这种关联植根于产品的格局与天生秉性。后期的快速迭代无疑有益于迅速找出该走的道路,但其实并不能打破这种格局和秉性。这似乎是一种天赋,后天的努力可以决定这种天赋是否能够充分发挥的问题,但不能打破这种天赋既有的限制,除非你动用资本的力量。

具体来讲,从搜索到社交网络就不是一种有效关联,但从电商到金融就是。这似乎是马后炮,但可以看看应用分发这种很垂直的领域。创业者大多是比较推崇精益的,但这种

显然会死人的坑还是不要去试了,不管用什么样的名义。

总结来看创业者初步成功后发展上有三种选择:一种是单点带体系,自己成为独立存在的一极;一种是单点利基,自己不成为庞大的体系,但把一点做深做透,可以很好地生存;一种是把自己卖掉,成为别人体系里的一员。考虑第一种模式的则要注意上面说的限制。下面说第二种模式。

## 活法二:单点利基

第二种模式也很简单,就是把某个产业链条中的一个环节做得很深,很有特色。这种模式的先天约束条件有两个,一个是你不能是大赚钱的地方,一个是要有深度可挖。

如果太赚钱,土豪们比如BAT一定会盯上,并来竞争,那就会成为肉搏消耗战,一旦那样小兵绝对干不过方阵。

如果没深度,那就谁都能做,立成红海,也会死得很难看。有深度可挖并成功挖掘出这种深度,可以过滤掉相当数目的竞争者,这就可以保证这领域有金山银山,既不让大众眼红,也不让土豪垂涎。国内外的又拍和七牛其实是这路数。

对于不涉及线下的企业而言这模式总是会有种走钢丝的感觉,关键原因是互联网上很多壁垒的打破其实并没有那么难。我记得德鲁克讲单点利基的时候用的案例是做眼睛

手术时所用的一种独特的酶,纯从技术壁垒上讲,那种酶的壁垒总是要比线上应用高一些。似乎是O2O上更容易达成这个模式,比如你做一个真有特色的连锁餐饮。

上面两种模式都是生路,与之相对应则还有一些明显的死路,虽然也会很多人前仆后继地奔上去。

## 死法一:裸奔式自杀袭击

总能看到别人赚钱的创新者特别容易走到这个误区上,思维模式特别简单:他做这个赚钱了,我也做啊。比如:在百度起来后做一样的搜索,在手机大热后做没特色的手机都是这思路。

这相当于有个地方有钱,但已经放了一群藏獒在那里看着,你还非要去抢,那战况必然非常惨烈,而结果则是预先注定的,成功几率极低。

用这模式的大都失败了,所以这模式显得有些无声无息,但实际上死在这路上的人一点也不少,单以我曾经仔细关注过的垂直问答社区来论我就看到了无数阵亡的将士。

## 死法二:局部肥大症

这种模式简单来讲就是不适合做体系的非要做体系,不适合做主角的非要做主角。前面说的分发要做SNS是一个例子,天气应用

做电商则是另一个例子。

这现象表面上看似乎是创业者脑洞开得不行,但其实折射出了一个互联网上的根本难题:热闹归热闹,但活着没那么容易。你可以聚集很多用户,但当这用户的量级突破不了某个很大的临界值时其实你赚不到养活自己的钱。天气应用可以有很大的用户群体,但其实很难货币化,最好的结局是成为某个自然垄断体系的总的一员,再从中分钱,而不是自负盈亏,独立生存。

类似的整合洛克菲勒和通用汽车的斯隆当年都干过,简单来讲就是把分散的各个环节整合成一个体系,最终达到近似垄断的地步再获取巨额利润。

## 结束语

未来的互联网江湖会怎样一番景象?我觉得应该会保持现在的格局,能够做成单品带体系的就会成为大大小小的诸侯,能够做成单点利基的就有像有独门武功的门派,其余的人要么投靠某个诸侯,要么挂掉。而随着技术更迭、人们偏好的变化加快,所谓诸侯和门派的掌门人会有变化,但这种态势应该不会改变。对创业者而言,很关键的是识别自身能力的边界,而考虑这种边界时除了不停地迭代试错以外,还要注意先天的格局和秉性,要顺势而为,不要单纯地想人有多大胆,网有多大产。(新科)

# 企业家选择子女接班的四大烦恼

中国经济发展了三十多年,对于创业的老板来说,企业接班人的问题是当今大多数企业需要考虑的重要和紧要问题。

一家企业的竞争,不仅仅是比规模和利润,同时还需要比健康和寿命。如果企业家的交接工作做不好,那么会有太多的企业因为后继无人而寿命终止。所以老板不得不高度重视接班人的人选啊!

中华民族是一个非常注重情感的民族,不管是老百姓还是老板都一样。所以在中国企业界子承父业是没有什么可争议的。可是当今天社会的变化,不是父母不给儿女接班,而是儿女不愿意接班。对于父母来说,一个苦心经营多年的企业,好不容易才有今天的成就,他们怎么放心交给别人去打理呢?如果不交给别人打理又怎么办?企业家的接班问题很纠结,谁来支撑企业的未来,老板有太多的烦恼。

**一、有能力接班不愿意接班的烦恼。**因为企业的发展是一项持续的竞争,所以老板为了长期保持企业的竞争力,在他们还年轻的时候,就会用心栽培自己的子女,让子女上名校,见名人,拜名师,学好一身本领,将来成为企业的接班人。可是通过十多年的努力,儿子本领也有了,见识也多了,他们却不愿意掌管父母的企业,甚至有的父子为了接班的事情反目成仇,这是父母非常头痛的事情。

**二、没有能力接班又想接班的烦恼。**对于没有能力接班,又想在企业接班的子女,也是让父母头痛的事情。因为毕竟企业跟家有区别,在家里没有钱,没有能力,不要紧,父母可以养活你。可是,父母不能随便把企业交给你啊,虽然企业是父母的,但是企业里还有那么多老将,跟随父母多年公司副总、总监。如果老板让一个无能的儿女掌管企业,这些功臣会怎么想,怎么做呢?所以对于没有能力又想接班的子女接班呢?企业老板很纠结。

**三、既没有能力又没有意愿接班的烦恼。**如果子女既没有能力,又没有意愿,那么企业接班怎么办?因为多数企业家是独生子女,即使不是独生子女,也有一种传男不传女的思想观念,所以老板的儿子接班就无人可选。而外面的入接班,即使职业经理人能力再强,老板也总是对他有所防备。因为他担心经理人会背叛他,所以这是企业家选择接班人的第三大烦恼。

**四、有能力有意愿还不放心接班的烦恼。**为什么儿子有能力有意愿接班,企业老板还是那么多烦恼呢?因为在父母眼里儿子始终是儿子,永远不如老子。特别是成功的企业老板,往往自己越成功就越容易否定和忽视别人的能力,所以在儿子掌管企业的过程中,他们又总想插手,即使人退了心还没退,真是退而不休,搞得儿子名义是老板,实际很多事情还是他说了算。其实,这是导致很多有能力的儿子不愿意接班的主要原因。

为什么中国企业交接班的成功率只有百分之二十几?我们从以上分析就可以得出结论。真正既有能力又有意愿接班的人太少,所以子承父业的接班人,成功率只能占到1/4。(石立平)

# 浅谈企业文化与精神文明相融共建的关系意义和途径

袁贤丰

企业文化建设是企业精神文明建设的重要内容,是促进企业精神文明建设的重要手段,是凝聚全体职工的重要力量。特别是在我国全面加强推进社会主义现代化建设新的发展阶段,企业文化建设要根据中国先进文化的发展趋势和要求,充分体现时代精神和创造精神,要与先进生产力发展要求相适应,体现有中国特色的企业文化。

## 企业文化与精神文明建设的异同点

企业文化与精神文明建设是两个有很大不同的概念,不能混为一谈,更不能互相取代。

**其一,性质不同。**精神文明建设具有鲜明的党性、思想性,本质上属于思想政治工作范畴。企业文化是一种新的管理理论,它是通过培育企业职工共同的价值观和行为准则,它是“企业的需要、业主的理解、职工的拥护”的原则,对职工的行为进行有效的管理和控制,追求企业整体优势。具有明显的管理性、经济性,本质上是经济管理问题。

**其二,内涵不同。**精神文明建设是根据党在企业的中心任务与职工的思想行为规律,遵循精神文明建设的基本要求,着重对人的思想政治观念、世界观、工作态度和生活态度施加影响,促进社会风气的根本好转和人的全面进步。因此精神文明建设既是研究人的思想和行为规律的理性概念,又是进行思想教育活动的实践性概念。而企业文化是在企业长期生产经营过程中逐步形成的,全体成员共识共守的行为规范、传统作风和价值观念,主要是理性文化概念。

**其三,内容不同。**企业精神文明建设的根本内容是对党员干部和广大群众进行爱国主

义、集体主义、社会公德及艰苦奋斗的教育,培养“四有”职工队伍;同时,对职工在生产过程中所产生的各种思想问题、情绪问题和行为问题进行疏导,及时予以解决。企业文化的基本内容是根据企业内外条件选择经营哲学、确定管理信条、培养企业精神、确立企业目标、建设企业道德、树立企业形象等。因此,精神文明建设具有较明显的共性特征;而企业文化主要是依据本企业的实际情况长期铸就的,具有鲜明的个性色彩。

**其四,方式不同。**精神文明建设与企业文化运作方式不同。这是因为二者的活动主体不同,主要是系统教育、正面灌输。精神文明建设的主体是企业的全体职工,良好的企业文化氛围,是通过企业领导人的倡导,靠全体职工的自我教育、自我约束、自我体验,逐步养成,一旦企业职工拥有了共同的价值观念,企业就有了巨大的凝聚力和感召力。它的运行特点主要是以潜移默化形式,通过良好的企业文化氛围,提高职工的思想道德素质。坚持把企业文化关怀建设,作为企业党组织重点工作和特色工作来抓,增强工作对企业的归属感。

## 企业文化与精神文明建设相融共建的意义

**1. 企业文化有助于增强精神文明建设的感染力。**企业文化具有导向、规范、凝聚、激励四大功能。它在依靠明确的目标和原则约束、规范人们行为的同时,更注重于营造一种健康向上的、为全体职工所认同信守的内部文化氛围,使职工自觉自愿地把企业目标作为自己的目标,增强使命感,提高自我约束、自我控制能力。和谐文化的建设主要是文化氛围、文化环境的熏陶,也正因为如此,有人把它誉为“静悄

悄的企业革命”。

**2. 企业文化有助于扩大精神文明建设的覆盖面。**企业文化具有人情化,它强调以人为中心,强调人的价值取向和精神追求,强调人对企业生存与发展的重大作用,重视提高人的积极性;企业文化还具有群众性,它是企业职工群体共有的一种文化,是企业群体意识及其外在的行为表现。因此,企业文化建设从企业发展的需要和职工思想实际出发,加上活动形式的多样化,可以寓教于义、寓教于美、寓教于乐。借助文化载体,可以大大丰富企业精神文明建设的形式,吸引更多的职工积极参与到群众性的精神文明创建活动之中,不断扩大其覆盖面。

**3. 企业文化有助于提高精神文明建设的实效性。**企业文化既包含物质文明的东西,也含有精神文明的东西,它是企业两个文明建设的最佳结合点。企业文化作为一种现代管理思想,其重要特征之一,就是实行企业与文化联姻,着重从企业的和谐文化、经营文化、管理文化的深层结构上探索完善企业经营之道,构建和谐企业。精神文明建设与与之相融,可以在企业形成良好的内部氛围与一种强大的“文化力”,更好地为企业发展提供精神动力、智力支持、思想保证,并形成良好的舆论环境,更好地促进物质文明建设。

## 企业文化与精神文明建设相融共建的途径

企业文化与精神文明重在建设,要使两者相融共建,必须着眼于其共融的主要方面,寻找有效的途径,实现最佳结合,确保彼此促进,相得益彰。

**一是要锤炼企业精神。**企业精神是企业文化的先导和精髓,是企业的精神支柱和动力源泉,是企业凝聚人心、鼓舞士气的一面旗帜。抓

好企业精神的锤炼、弘扬和实践既体现了企业文化“以人为中心”的根本特征,又是企业精神文明建设的客观要求。

**二是要建设企业道德。**在加强企业道德建设中,一方面制定规章制度、完善企业法规,加强硬性约束;另一方面抓好正面灌输和说理教育,以弘扬传统美德,以树立新风正气为目标,引导职工在社会中做个好公民,在单位中做个好职工,在家庭中做个好成员,升华了职工文明素养。

**三是要开展目标教育。**企业文化和企业精神文明建设应借助目标的激励功能,开展好目标教育,调动职工的工作积极性。

**四是要塑造企业形象。**企业形象是企业精神文明建设的重要体现,是企业文化的外部标志。

**五是要抓好休闲文化。**休闲文化是培养职工文明的生活情趣和生产方式的重要措施,要营造浓厚的文化氛围,最大限度地满足职工日益增长的精神文化需求,使职工的精神得到充实,思想受到熏陶。

## 企业文化与精神文明建设应把握几个着力点

**一是以提升企业职工凝聚力求发展的集体意志为切入点,将企业价值取向和企业形象鲜明地传达给全体职工和社会公众。**这是加强企业文化建设、提升企业软实力的有效途径,对于提升企业核心竞争力,推进企业的持肃、跨越和科学发展大有裨益。

**二是巩固制度文化成果,提高职工的执行力。**企业文化建设要在忠实贯彻企业法规和各项规章制度,强化职工依法依规按章办事意识,并形成科学规范、职责明确的管理制度的基础上,以柔性制度文化约束企业职工的工作行为,

使职工自觉自愿地、无条件地执行企业既有的制度和标准,使企业决策的贯彻畅通无阻。

**三是体现企业文化先进性,统领企业科学发展。**我们知道先进的企业文化一定会带动企业的科学发展,而落后的企业文化势必拖企业发展的后腿。先进的企业文化是企业规范化建设的重要内涵,推动企业发展的内在动力,也是引导、教育、感染企业职工以饱满的工作热情、良好的职业道德、共同的价值观理念、模范的执行力投身于企业科学发展中,进而提升企业的社会美誉度和影响力,促进企业更快更高效科学发展。

**四是建立科学的企业文化评价体系,强化企业文化实践效果。**在企业文化建设过程中普遍存在重理论研究轻实践推广、重建设过程轻考核评价的现象,致使企业文化建设流于表面,与企业实际工作融入融合不深,不能使企业文化的作用很好地发挥正能量的作用。为此,在实践推进企业文化建设中,就必须建立量化的、操作性强的企业文化评价体系,赋予相关文化建设的职能部门更强的行政手段,把建设与考核相结合,把推广与实践相结合,通过科学的评价方法,切实推进企业文化建设,有效提升企业文化软实力。

**五是要摆正企业文化与精神文明建设的位置。**企业文化是精神文明建设的基石,精神文明是企业的升华,两者是相辅相成的,是一脉相承的。企业文化作为一种“软实力”,具有导向、凝聚、激励、约束、塑造五个方面的功能。精神文明是整个社会全体公民的精神面貌的体现,也是公民社会道德理想体现着民族的精神追求,对于激发和鼓舞广大人民群众积极投身中国特色社会主义伟大事业显得尤为重要,要把个人梦、企业梦融入中国梦,共同建设共有精神家园。(作者单位:铜陵有色金属集团天马山矿业公司)