

企业精神与企业价值观的人格化塑造

——茅台集团创新新时期党建工作的思考与实践

□ 贵州茅台集团党委副书记、工会主席 刘和鸣

进入“十二五”，我国迎来了经济转型发展的新阶段；贵州省也提出实现经济社会又好又快、更好更快发展，大力推进工业强省战略。在此大背景下，茅台集团作为具有极高影响力和知名度的中华民族精品品牌的企业，党的建设以及企业文化建设、精神文明创建活动也必然面临着新的要求和考验。

以企业党建促进企业加快发展，企业加快发展必须创新党建理念，是近年集团党建工作创新实践的目标。我们力求促进企业党的建设和企业文化建设的与时俱进和不断创新，并实现有机融合，切实增强党建工作活力，从而丰富企业党建内涵，增强企业文化的实践性和应用性，推动企业科学发展。

我们树立“效益型党建”的工作理念，充分发挥党组织的引领性，工会组织的群众性，共青团组织的特色性，形成了党委发动、组织推动、上下互动、内外联动的立体多维的党建模式。着力思考、探索怎样以企业党的建设为统领，坚持思维创新、方式创新、手段创新，将“爱我茅台，为国争光”的国酒茅台精神，润物无声地深度渗透到员工的心灵，融入到员工的血液，激发出推动茅台跨越发展的强大内动力。

高扬旗帜： 把“龙头”舞动得多姿多彩

中央加强和创新社会管理的新要求，以及省委、省政府工业强省战略给大型国有企业党建工作提出了新课题。“加速发展、加快转型、推动跨越”要义是一个“快”字，国酒企业在已实现了连续 13 年的跨越式发展形势下，更需要进一步戒骄戒躁，解放思想，大胆创新、大步再上层楼。

在此语境下，茅台集团的党建工作也必须要有了新的突破和创新。我们在工作实践中用心用力舞好党建工作这个“龙头”，并力求“舞”得多姿多彩，生动引人。

茅台集团是国家一级企业和特大型企业、中国白酒行业唯一荣获国家企业管理最高奖——金马奖、首批荣获中国全国质量管理奖的企业。“茅台”这个光荣的民族符号，带给我们的是荣耀也是责任和压力。

集团公司党委紧紧围绕“强基固本促发展、凝心聚力建和谐”的工作思路，以企业发展为中心，不断探索和加强了现代企业制度下党的建设，切实增强企业党组织的凝聚力、战斗力和影响力，努力营造“酒香、风正、文明、和谐”的良好政治生态环境，为公司持续跨越与和谐稳定提供强大的精神动力、政治保障和组织保证。

夯实党建基础，着力提升党建工作规范化水平。集团公司党委准确把握企业党组织政治核心作用的主要内涵，加强制度建设，制定《党委工作制度》、《党委议事规则》、《宣传管理办法》、《党委年度工作要点》、《关于加强和改进公司两级党组织中心学习组理论学习的意见》等，坚持议大事、把方向，完善重大问题参与决策制度，引领企业科学发展。凡 30 人以上的单位都设立党支部和工会群团组织，使公司党群组织全面覆盖各职能部门。配备专职党支部书记和工团组织负责人，党政交叉任职，党政工团各项工作齐抓共管。同时，按照正式员工工资总额的 1%设立“茅台集团党建工作专项基金”，保障党建工作的有序开展。

我们及时制定《开展“作风建设年”暨“四帮四促”活动方案》，以作风建设为抓手，查找问题，明确目标，理清发展思路，着力抓好各项活动中提出的整改任务的落实。坚持“围绕发展抓党建，抓好党建促发展”的工作理念，大力

开展“学习型企业”和“知识型员工”创建活动，大力营造干事创业、争比进位、奋勇争先的良好氛围；以“强化党建基础”、“推行党务公开”、“实施党内帮扶”等活动为平台，不断提高党建工作科学化水平；广泛开展“六个载体”和“四帮四促”活动，深入推进以“五好”争“四强”、以“六先”创“四优”活动，树立先进典型，彰显榜样力量；开展公开承诺，创新岗位承诺形式，拓宽服务渠道，广大党员干部亮身份、树形象、创业绩、作贡献，基层组织建设和党员队伍建设得到进一步加强。

按照省级党建示范点的标准，制定了《茅台集团党的基层组织先进性建设工程考核细则（试行）》，积极推进创先争优活动的开展。公司 3 个基层党支部被评为省级基层党组织示范点的带动作用。公司党委先后命名了 18 个“五好基层党组织”，有 4 个基层党组织被省国资委党委命名表彰为“五好基层党组织”，有 3 个基层党组织被省委命名表彰为“五好基层党组织”，形成了省委、省国资委党委、公司党委三级“五好基层党组织”示范点，全面推进了公司党的基层组织先进性建设。

创新理念： “多张皮”合为“一张皮”

我们非常明确地提出，围绕“弘扬国酒文化，追求创新卓越”历史使命，在企业党的建设工作统领下，把团建、工建等一切员工思想教育和精神文明创建活动，以及企业文化建设的各自为政的“多张皮”变为有机融合贯通的“一张皮”。党政工团群等各种渠道的各种教育活动，都不要空对空、理论对理论、口号对口号，要有明确针对性，在同一主线下各展优势却又互相渗透、相互补充、相互促进、相互辉映，让职工喜闻乐见、乐于参与，收到实效，把员工认为“高高在上”的东西变为他们“看得见摸得着”的企业文化。

创新活动载体，切实增强党建工作活力。创先争优活动开展以来，集团公司党委坚持以“把党的旗帜亮出来”为重要载体，3 次召开推进大会把活动引向深入；各基层党组织和广大党员以“五个好、五带头”为抓手，按照“时时处处争主动，样样工作创一流”的工作要求，亮旗铸德、奋进争先，扎实开展创先争优活动；在行业内首创性地开展“军企共建”活动，创新“创先争优”的模式，丰富了“创先争优”载体；公司 48 个基层党组织、1995 名党员不断创新活动形式，亮旗帜、亮身份、亮承诺，争科学发展之先、创和谐企业之优，掀起了争先进、比贡献、树形象的热潮，为企业持续快速健康发展增添了新的活力。

在党建工作的统领下，企业精神文明创建活动及企业文化建设已形成多层次、多元化的立体网络，确保员工全员“网”盖，一个都不漏。集团职工运动会、职工艺术节、茅台酒节等，已成为全集团弘扬企业精神、渗透企业文化标志性的活动载体，吸引每一个员工乐于参与其中。在每年农历九月九举行的“茅台酒节”大型活动期间，祭祀茅台酒历代祖师宗师的同时，集团领导和员工还举臂庄严宣誓传承国酒伟业，承诺对茅台传统工艺和质量的坚守。“精彩人生”诗歌朗诵大赛、“我型我秀——挑战主持人大赛”等活动，给远离中心城市的国酒员工营造了健康进取时尚的企业氛围。

除了党组织、工会等从全厂层面开展的主题教育活动外，各群团组织、各基层单位还创造性推出很多“分众化”的针对性活动。譬如“而立之年的我怎样为国酒做贡献”、党员示范

岗星级评比、女工厨艺比赛、重走母亲河（赤水河）、师带徒、岗位比武、徒步长征拉练、城乡支部手牵手、员工互助合作基金、爱心基金等活动独具特色。

彰显特色： 让企业文化落地生根

企业文化首先是社会的企业文化，而不仅仅是单一的企业自身的文化，企业文化不能游离于社会的大背景，也不可能脱离社会的大文化。尤其是像茅台集团这样社会关注度高和影响力大的国有企业，更要站在时代高度不断调适和创新企业文化。同时，企业文化又必须“落地”。也正因为茅台集团自身的特殊性，决定了我们的企业文化的独具特色。坚持文化扬企，努力培育特色茅台文化，唯此，企业文化才能融化在员工的血液里。

集团公司党委切实加强党组织对企业文化的领导，建设先进的企业文化引领企业，始终坚持“弘扬国酒文化，追求创新卓越”理念，精心打造国酒文化品牌。

在员工中开展企业精神大讨论，进行企业精神培育。企业精神和文化理念成为促进企业发展的巨大力量，推动国酒事业不断跨越；社会主义核心价值体系的企业文化建设不断深入，理想信念教育和思想政治工作等工作取得明显的成效；“四个文明”建设均得以大幅提升，在企业内部形成了一种自下而上的归属感、自豪感和责任感。

不断创新企业文化载体，加大精神文明创建活动创建力度，丰富茅台文化内涵。从 2004 年开始，把每年的重阳节确定为茅台酒节，开展纪念活动，缅怀先辈传承祖师风范；为制酒、制曲、包装车间等 11 个基层单位配备文化干事；不断加大对文化建设的投入，《国酒新闻》从原来的每周不定期编播走上了每周二四六定时编播；《茅台酒报》、《国酒书画》、《世界之醉》、《国酒诗刊》等报刊不断提升品质量，成为传播国酒文化的主渠道。各基层党组织坚持进行“爱我茅台、为国争光”的企业精神教育，激励广大党员以“弘扬国酒文化，追求创新卓越”和“酿造高品位的生活”为己任，用企业文化培育员工，企业文化环境建设显著改善，精神文明创建活动形式多样、异彩纷呈。

进一步挖掘茅台文化的底蕴，提升茅台文化品位，构建完整体现企业价值观和企业精神的企业文化体系。将“质量”、“文化”、“继承”、“创新”贯穿其中，赋予企业文化理念更加丰富的内涵，并作为制订企业发展战略的主要依据和经营管理活动的指导思想；成立国酒文化研究会，采取多种方式向社会和利益相关方传播国酒文化，加强与《人民文学》、《小说选刊》、国家汉办、孔子学院等的战略合作，拓展茅台文化的影响力和辐射力，增强企业发展软实力。省委书记栗战书和省长赵克志多次强调，要切实发扬长征精神、遵义会议精神、贵州精神，推动贵州经济社会的又好又快、更好更快发展。茅台的发展，已经站到一个新的历史起点，也面临着多重考验，我们要引导员工牢固树立发展意识、市场意识、竞争意识、忧患意识、品牌意识等国酒人的“十二种意识”，用红军长征路上“突破”、“攻克”、“强渡”、“飞夺”、“翻越”的精神气概和意志力量鼓舞员工，以闯的魄力、抢的意识、争的劲头、拼的勇气，敢与强的比，敢向高的攀，敢同勇的争，敢跟快的赛，大力发扬“创业、创新、创优”的精神，千方百计实现“增比、进位、突破”，提高茅台经济总量和各项主要经济指标在全国白酒行业的比例，使茅台各项工作都要有新提升，打造世界第一蒸馏酒

品牌、全国白酒行业 and 全省企业中提升位次，要进一步缩短与主要竞争对手的差距。突破，就是茅台的发展要在又好又快中持续，要在更好更快中突破。

价值认同： 企业精神成为员工“潜意识”

企业文化的特色决定魅力，魅力决定认同感、归属感和自豪感。企业精神成就品牌发展，企业文化建设的关键是认同。国酒精神不只是一句动听的口号，任何豪迈的理念和目标，只有让员工从心底认同，并付诸行动才能体现出他的价值。

在新的时代背景下，集团公司党委坚持思维创新、方式创新、手段创新，摒弃简单生硬的说教，把党的建设、职工思想教育与企业文化锻造有机融为一体，有效地将企业精神与企业文化价值观以员工能够接受、愿意接受的方式落地生根，深深植入员工心田。我们下大力探索在党建工作的统领下员工的思想教育新途径，充分鼓励和发现来自基层的创新，形成上下互动、内外联动且充满人本理念的立体教育网络。通过集团多层次多渠道极具针对性的各种载体，以员工喜闻乐见的形式将“爱我茅台，为国争光”的国酒茅台精神，润物无声地渗透到员工的心灵，融入到员工的血液，深入到员工的骨髓，使这种“大精神”人格化，“大气象”个体化，变成员工个体的行为“潜意识”，当大多数员工都具有了这种“潜意识”，制度就变成了员工的行为自觉，企业浓厚的进取氛围必然膨化为巨大的生产力，文化软实力必然升华为推动企业发展的“硬实力”。

企业文化不仅要增强企业的凝聚力，促进企业的可持续发展，更要让员工感到有奔头、有向往、有尊严。如果企业文化失去这个根本的支撑和保证，再鲜活亮亮的企业文化也没有生命力。只有真正关注员工被员工认同的企业文化，才能真正成为企业进步和发展的灵魂。被誉为“世界第一 CEO”的杰克·韦尔奇曾说过，当企业的员工在半清醒状态，能够背得出企业的使命和价值观、愿景的时候，企业文化才起作用。

企业文化建设服从、服务于企业生存和发展的目标，必须把员工思想与行为引导到企业发展的目标上来。因此，我们抓党建促企业文化建设从一开始就让企业员工参与进来，让员工感到这是自己实践和熟知的，让员工感到这是经过自己的整理和提炼的，因此也是自己认可的，是自己今后将努力践行的。

弘扬主旋律，在宣传引导中培养共同价值观。提高职工素质，在和谐发展中营造浓厚氛围。我们追求企业文化建设以富有深厚文化底蕴的企业个性和时代先进文化的高度统一，以社会主义核心价值体系与员工操守有机融合，这是职工不竭的精神动力，我们在各种活动中灌输企业文化理念，帮助职工树立正确的世界观、人生观、价值观。而组织职工广泛开展劳动竞赛、合理化建议、革新创新等活动来激发职工的劳动热情、创新激情，帮助职工树立爱岗敬业、诚实守信、奉献社会的良好职业道德和职业风尚。

作为中国白酒行业最具社会影响力的国有企业，国酒人始终不渝地秉持强烈的责任感和使命感，把发扬民族传统产业、光大民族品牌作为国家和历史赋予自己的使命，确立“爱我茅台，为国争光”的企业精神，并将“为国争光”作为实践企业社会责任的终极目标。

花儿为什么这样红？多年前，我们就把这句人们耳熟能详的歌词，作为国酒精神教育的

命题提出来了。今天，这个被赋予特殊内涵的设问，已成为一万多国酒职工时常挂在嘴上的“流行语”。“花儿为什么这样红”既是对青年员工厂史教育的要求，更是每个员工怎样用行动诠释“爱我茅台，为国争光”企业精神的必答题。

在集团公司，企业文化与品牌、品质一样，被提到核心竞争力的高度。企业文化通过常年不断的各种活动已落地生根渗透到职工心里，并转化成强大的生产力。今天的国酒一线员工形象，早已由早期文化不高的本地工人的“老土”形象，演变为有知识的 70 后、80 后唱主角，来自天南地北的大中专毕业生挑大梁的新时代崭新形象。集团党建工作明确提出，职工思想教育的重点是 8000 多名占职工总数 70% 的 35 岁以下的青年员工。这个职工群体有知识、有追求、有创新精神，是集团一线员工的主体和中坚力量，但他们没有经历过苦难。对他们的教育，是我们怎样让企业精神和企业文化落地生根的重点研究课题和实践对象。

针对这个群体，集团广泛深入开展的“忠诚国酒，忠孝父母，敬业奉献，感恩企业”主题活动。围绕这一主题，集团公司几十个基层单位创造性拓展活动形式，极大丰富和深化了国酒文化内涵。企业文化人性化渗透激发员工尤其是年轻员工奉献国酒的意识。不少年轻员工深有感触地说，对父母怀有孝敬之心的人，才可能懂得忠诚国酒、忠诚国家，才知道感恩国酒企业带给我们的一切。在忠诚、敬业、忠孝、感恩这样眼能看见、心能感受的教育中深受感动，爱国国酒的奉献精神在工作中切实体现了出来。

员工们深刻认识到，加快发展的本质就是为了国酒茅台的进一步做大做强和全体国酒人幸福指数的提升。我们围绕“转变作风、提高效率、服务基层、推动跨越”的主题，着力强化岗位职责，着力查找突出问题，着力解决突出问题，着力提高效能效率，实行公开承诺和限时办结，开展民主评议和满意度调查，加强督促检查和责任追究，增强全体员工的机遇意识、忧患意识、责任意识和主体意识，实现创高质量服务，创高效率服务，创高水平服务，争当优质服务单位，争做优质服务标兵，争创优质服务项目的目标。

集团公司党委围绕“立足国酒，奉献社会，成就自我，完美人生”的员工价值观，教育和引导员工身体力行，关爱社会、自觉承担社会责任、努力为促进社会和谐贡献，高度重视并积极平衡各利益相关方的利益诉求，不断提升企业道德水准。“十一五”期间，公司累计向社会捐助 39 亿元；各基层组织自发开展的捐资助学、党建扶贫、修水池建饮水工程、“城乡支部手挽手”帮扶活动有 500 多次、捐款捐物 2300 多万元，彰显了国酒人强烈的社会责任感和博爱情怀。同时，加大工业反哺农业力度，引导仁怀市及周边地区发展特色农业，带动地方经济发展，使当地农民每年人均增收 300 多元。

集团公司党委注重工作创新，不断探索加强和改进现代企业制度下党的建设，通过一系列富有成效的工作措施，把党组织的组织资源转化为企业发展资源，把党组织的政治优势转化为企业的发展优势，为区域经济和社会事业的发展做出积极贡献；企业的发展，又进一步促进了党建工作。不仅走出了一条党建工作的创新之路，更走出了一条极富特色的企业发展腾飞之路。

当然，今后的路还很长，探索、创新、团结、奋进是国酒人永恒的主题。

贴心服务是法宝 凝心聚力促发展

□ 左红英

党的十七大报告指出，“建立健全党内激励、关怀、帮扶机制，关心和爱护基层干部、老党员、生活困难党员。”企业各级党组织要认真贯彻落实中央要求，从思想上、工作上和生活上全面做好党员服务工作，为发挥党委政治核心作用、党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，促进企业安全、稳定、快速发展奠定坚实基础。

贴心，首先要从思想沟通上服务。随着党员队伍的知识化、年轻化，企业党员的一个明显特点就是思想敏锐，不轻信盲从。这对新时期党组织加强党员教育增加了的难度，更对教

育方式方法带来了挑战。只有从内心深处发出的，才能达到人的内心深处。因此，基层党组织在通过开展组织生活加强对党员教育的同时，更要注重利用短小的、灵活的、喜闻乐见的形式，加强与党员的内心沟通。这是为广大党员搞好服务的基本前提。多年来，梁宝寺能源公司党委坚持不断探索与党员思想沟通的方式方法，如在基层党支部学习室开辟《党建心语》专栏，设置热点关注、支部动态、温馨提示、党员风采、人生感悟等栏目，在公司党员之家开展党员活动沙龙、党员论坛等活动，搭建沟通交流的载体平台。这些看得见、学得来、摸得到的形式，既体现了民主，又让党员感到亲切、可信。

贴心，再要从尊重合理需求上服务。党员和普通群众一样，也有着各种各样的需求。充分尊重党员的合理需求是党组织的一项基本职能，也是现阶段工作需要着力解决的新课题。要更好地为党员服务，必须从代表、维护和尊重党员的合理需求着手，根据组织实际情况尽力而为，量力而行，这是在党员教育与管理上以人为本的最直接体现。梁宝寺能源公司党委在日常工作中，面对党员离家远、业余生活单调的实际，坚持把党员意愿作为“第一信号”，开设党员活动室，在棋牌室、图书角的基础上，增加乒乓球、哒哒球、台球等活动项目，定期开展活动比赛；安设 LED 显示大屏，定期播放电影；开设阅览室、电子图书室、心理咨询

室等。活动激发活力，活力提升战斗力，广大党员在企业各项领域中的先锋模范作用发挥更为明显。

贴心，更要从解决实际困难上服务。由于种种原因，我们周围存在一些困难党员，这是不容回避的现实问题。有的虽然不是困难党员，但生活中遇到这样那样的困难也是在所难免的。主动从生活上关心、物质上帮助、感情上关怀、精神上激励、条件上改善，是我们的优良传统。《中国共产党党员权利保障条例》规定，“对于确有实际困难的党员，其在基层党组织或者上级党组织可以给予适当帮助并鼓励党员之间开展互助”。这一规定有利于增强党组织的感召力，增进困难党员对党的感情，

增强为党的事业奋斗的信心。近年来，梁宝寺能源公司党委坚持把工作着力点放在解决党员最关心、最直接、最现实的问题上，通过开展阳光工程、雨露工程、温暖工程等，积极为党员办实事好事；通过深化组织承诺、互帮互促等活动，为党员解决实际困难，使党员和群众一样得到了实惠，切实调动了广大党员在安全生产经营等各项工作中的模范带动作用，企业在保持去年良好发展势头的基础上，今年一至五月份安全产煤 124 万吨，营业收入 102783 万元，实现利润 43576 万元。

（作者单位：肥矿集团梁宝寺能源有限责任公司）