

党建为舵 破浪行

——广西中烟围绕科学发展抓党建

□ 廖庆凌 特约记者 雷 斌 潘永诚

人心齐，泰山移，凝聚力产生战斗力。

广西中烟工业有限责任公司长期坚持围绕中心抓党建，抓好党建促发展，特别是近年来，广西中烟围绕践行“国家利益至上、消费者利益至上”行业共同价值观及“卷烟上水平”行业发展战略规范党建、创新党建，通过党建聚心聚力，保证这艘纳税巨轮朝着正确的方向破浪前行。

数据是最有力的见证：2010年，广西中烟在实现税利总额、产销规模、自主品牌销售规模、真龙品牌调拨4个方面创历史新高，其中，税利总额在广西纳税百强企业中遥遥领先，占纳税百强纳税总额的24.9%。今年生产经营继续保持良好势头，1—6月累计实现税利总额4683亿元，同比增长19.45%，真龙品牌销量同比增长26%。

夯实企业科学发展思想基础

6月盛夏，广西中烟今年4月启动的“讲责任、讲奉献、讲纪律”教育活动正在按计划、有步骤地进入了查摆问题阶段。教育活动触动了每一位员工的心灵。“经过参加教育活动，我深刻认识到，我应该拿忠诚、拿责任、拿敬业、拿硕果奉献给企业，做一名忠诚、勇担责任、敬业爱岗、追求卓越的员工。”南宁卷烟厂党办黄丽珍在心得中写道。开展“三讲”教育活动是广西中烟2011年党建工作重要内容之一，也是公司帮助全体员工树立、巩固“两个至上”行业共同价值观的重要措施之一。

为推动中国烟草科学发展，提高整体竞争实力，国家烟草专卖局先后提出了国家利益、消费者利益至上行业价值观与“卷烟上水平”行业发展战略的科学发展新思路。广西中烟党组认为，中国烟草的发展方向就是广西烟草的发展方向，必须



广西中烟纪检组长王全看望慰问84岁高龄的原柳州卷烟厂党委书记、离休干部瞿庸

站在讲政治、讲大局的立场，当好“护卫舰”，为中国烟草科学发展作贡献。

思想是行动的先导。广西中烟党组意识到，首先把行业科学发展的理念根植于职工心中尤其是根植于党员心中。这些年来，广西中烟把持续推进以“两个至上”行业共同价值观为核心的思想政治教育纳入党建工作重要内容。公司两次举办党组理论学习中心组“两个至上”专题学习班，将“两个至上”有关资料汇编发给每一位党员研读。“两个至上”、“卷烟上水平”体现在公司总经理张雨夏的每一次会议、讲话和方案中。公司各党组织及时组织党员及群众座谈交流，并举办了践行两个至上身边榜样演讲报告会、“两个至上”与本职工作演讲报告会、“两个至上”文艺晚会等系列活动。这些举措与活动起到了潜移默化的作用，广大员工践行“两个至上”价值观和“卷烟上水平”的思想基础逐渐夯实。

2009年，公司新一届党组班子上任伊始。为推动“两个至上”在党员中从“知”到“行”的转变，公司组织开展“两个至上在岗位”主题实践活动和积极构建“两个至上”进班子、进制度、进流程、进岗位的长效机制。公司结合实际设立生产、管理、文化、种植、科技等“五大园地”，动员党员高举“两个至上”行业共同价值观旗帜，以争创一流业绩为目标，以管理创新、科技创新、文化创新为主要手段，大力推进“两个至上在岗位”主题实践活动。活动开展以来，各业务模块的管理标准化工作扎实推进，制度更加健全、流程更加顺畅，产生了200多个创新成果，产生经济效益1亿多元。

强化企业科学发展组织保证

6月10日，广西中烟机关党委第五党支部在完成讨论预备党员转正问题等会

议议程后，举行了庄严的“党徽佩戴仪式”，党员亮身份上岗，接受监督。佩戴党徽活动让党员陡然增强了一份责任感。大家纷纷表示，一定要在工作岗位上发挥党员的模范带头作用，展现出党员的风采。“老党员为我佩戴党徽的那一刻，让我重新想起入党时的情景，忆起当时的铮铮誓言，提醒我要时刻牢记自己是一名中国共产党员。这是庆祝建党90周年最好的方式。”陈焕激动地说。“活动达到了提升支部凝聚力、战斗力的目的。”支部书记肖春高兴道。

近年来，广西中烟党组始终把党建工作放在突出位置来抓，不断强化和完善基层党组织功能，加强各级党委、基层支部工作科学化、制度化、规范化建设，积极探索党建新途径，全力打造践行“两个至上”的战斗堡垒，全面加强践行“两个至上”、推动“卷烟上水平”的组织保证。

党建工作标准化建设是广西中烟加强基层党组织的重要抓手。在标准化建设中，广西中烟一方面严格基层组织生活、规范基层组织工作流程，克服企业党建工作中存在随意性问题；另一方面把过去一些成功探索实践案例固化为党建工作制度，长期贯彻实施。

2010年7月，广西中烟启动了一项党建创新——开展党务督查活动，为党建工作标准化建设保驾护航。督查内容包括上级重要文件贯彻落实情况、民主生活会开展情况、党员教育情况等，做得好的给予表扬，及时总结经验并推广，做得不好的批评教育，并提出整改建议。督查活动开展以来，已经向有关党委、党支部进行批评教育12次，提出整改建议13条。

广西中烟坚持党建带工建、党建带团建、党建带妇建，以结对共建等形式开展工人先锋号、一团一品、巾帼标兵岗等创建活动，把公司工青妇组织团结到党组织周围，齐心协力践行“两个至上”价值观，推动广西“卷烟上水平”战略目标。

创新激发企业科学发展活力

多年来，广西中烟围绕“党员骨干化、骨干党员化”的指导思想，坚持把党组织活动创新贯穿党建工作全过程，积极探索“学习型党组织”、“党员先锋模范团队”、“技术精英团队”建设模式，突



谢馨演讲比赛



全国五一劳动奖状让广西中烟职工进一步增强荣誉感



没有完善的个人只有完善的团队

出创新主题，实施党员“五带头”量化积分管理，提高教育活动的感染力，增强活动实效，增强党组织凝聚力号召力，广大党员思想政治素质和业务技术水平明显提高，在生产、科研、销售和管理的各个领域，党员真正成为了中流砥柱，党组织和党员在职工群众中的形象和威信得到了效的提升，涌现了一批批“党员先锋岗”、技术能手、各级劳动模范和先进工作者，成为了广大党员职工学习的榜样，行动的标杆，为践行“两个至上”、推动“卷烟上水平”提供源源不断的活力与动力。

在中国共产党90岁生日来临之际，广西中烟员工们都收到了公司赠送的一份特殊“礼物”：全体员工人手一册《中国共产党为什么能》，党员每人还多了一册《做最好党员》。这是广西中烟开展“每季读一本好书”活动之一，也是纪念建党90周年活动之一。广西中烟统一安排员工阅读《中国共产党为什么能》，并开展征文比赛活动，从而加深广大员工对党的认识，坚定中国特色社会主义信念，自觉践行党的宗旨、践行“两个至上”价值

观。

“每季读一本好书”活动始于2006年，多年的坚持让这活动发展为广西中烟的党建品牌。5年来，广西中烟在活动中已经为员工购买图书30种一万多册。给党员过“党员生日”是广西中烟另一个党建品牌。2010年以来，广西中烟各党委、党支部在党员入党的日子为他们组织过“政治生日”活动，向他们赠送了“政治生日”贺卡和励志书籍作为“生日礼物”，并在每本书的扉页上留下激励、祝福赠言。这项活动至今已开展了300多人次。政治活动亲情化、温馨化，让许多党员百感交集。刚于6月27日过“政治生日”的机关一支部党员曹文海说：“这项活动体现了党组织对我们的尊重与关注，增强了我们的政治荣誉感和党员身份意识，也增强了我们的使命感、责任感。”



□ 特约通讯员 张海峰
本报记者 李丙驹

当今世界的涂料领域，民用的立邦和工业的兰陵各占半壁江山。兰陵毕30年之功于一役，打造出世界行业防腐、防火涂料的“双料冠军”，王者风范，长空巨响。如今，他们又举起“为打造民族涂料的黄金时代”的旗帜，将兰陵品牌的责任使命提升到一个新的历史高度。这种气魄和远见气壮山河，引发记者对兰陵品牌的新赏析。振兴民族涂料的雄心壮志，打造行业品牌的英姿俊采，树立双冠翘楚的诚信形象，三箭齐发，一往无前，直奔民族涂料的黄金时代。

民族气节是“黄金时代”的激情熔炉

纵观兰陵品牌“双料冠军”的成长历程，其中最关键、最核心的因素就是打造品牌的立足点：站在振兴民族涂料产业的高度，要做就做最好。他们书写“不鸣则已，一鸣惊人”的华美篇章，

字里行间洋溢着民族气节深沉凝重的内在伟力。

天地有正气，杂然赋流形。正气，是大自然和人类社会生生不息的生命活力。一个缺乏正气的民族是可悲的民族，一个没有雄心壮志的企业是苟且偷生的企业，一个不敢与世界强手过招的品牌只能是“浅斟低唱”的品牌。兰陵品牌反其道而行之，以民族气节为灵魂支柱，励精图治，开拓创新，终成大器。

在陈春源看来，“不管风吹浪打，胜似闲庭信步”的品牌，是“黄金时代”最美的风景线。为此，他对品牌的战略思考几近殚精竭虑，将这种思考的力量融入“黄金时代”深深的海洋，激溅起晶莹剔透的品牌浪花。大海奔腾不息，兰陵品牌一开始就立下了“百年志向”。凭借民族气节的强大给力，兰陵品牌挟民族涂料的龙虎之威，一举摘取世界工业涂料行业的“双冠王”。陈春源说，只有民族的，才是世界的。民族涂料的黄金时代，是世界行业一壁辉煌的画廊，一座巍峨的丰碑。

民族气节与“黄金时代”的关系是不言而喻的。陈春源与记者在探讨这一问题时，表述了他的缜密思考和真

《兰陵：为打造民族涂料的黄金时代而奋斗》系列报道之三

品牌：“黄金时代”最美的风景线——兰陵品牌王者风范新赏析

知灼见。

他认为，中国是一个“品牌大国”，但也是一个“折旧率”高得令人咋舌的“品牌大国”，品牌生命周期平均不足2年。用权威人士的话说，中国品牌存在的主要问题之一就是“生命周期短，附加值少，对经济的贡献度低”。想当年，三株、春都、秦池、爱多等“金戈铁马，气吞万里如虎”，如今或折戟沉沙，或销声匿迹，其中很多东西值得反思。不能说这些企业、这些品牌没有“民族气节”，只能说他们没有将这面旗帜一直扛下去，只有“五分钟热情”，创新的激情往往如过眼烟云甚至昙花一现，半途而废的结果，受到惩罚的只能是他们自己。当然，对“黄金时代”也是一个痛心的损失。曾经辉映品牌画廊的位置成为空白或被取代，无疑是对民族自尊心的一种侵袭。在这种意义上，用民族气节打造“黄金时代”，是真真假、或长或短，实在是决定企业能做多强、品牌能走多远的头等大事。

由此及彼，陈春源把话题转到涂料行业。他告诉记者，随着我国涂料行业集约化程度的提升和专业化、集团化发展步伐的加快，现已形成了以立邦集团为代表的民用涂料和以兰陵集团为代表的工业用防腐涂料、防火涂料两强称雄的专业化格局。而且，中国涂料行业的高层领导在回顾我国涂料行业的发展历程时，高度评价了兰陵集团为我国涂料工业发展、特别是防腐防火涂料的技术提升所作出的杰出贡献。对业绩显著、敢于担当的兰陵集团来说，打造新时期民族涂料的黄金时代不仅应该有所作为，也一定能够有所作为。因为在兰陵人的心目中，民族气节和“黄金时代”的交相辉映，一直是他们矢志不渝的光荣与梦想。

拒绝叶公好龙，让品牌飞翠流丹

民族气节不管何等慷慨激昂，最终都要以践行的开花结果证明它的含金量。兰陵人不喜欢纸上谈兵，更讨厌叶

公好龙。他们朴实而清醒地认识到，虽然他们的品牌也不失为一道绚丽的景观，但仅靠一、两个兰陵品牌是打造不出“黄金时代”的。正因此，他们自始至终高举民族气节的旗帜，以艰苦卓绝的奋斗，为打造“黄金时代”作出了卓越的贡献。用他们的话讲，“黄金时代”是一幅辉煌的画卷，兰陵人要做“神笔马良”，“只研朱墨作春山”。

每一双正常的眼睛都不会无视这样的事实：从宝钢的“免费起步”，到人民大会堂的二次夺魁，从神舟飞船的青云直上，到青藏铁路的天路风光，从国家大剧院到首都机场，从北京奥运会国家会议中心到上海世博会主题馆，从武汉新客站到广州南站创造近5000万单体工程历史之最，从领先国内市场到大量出口海外，从各大主力设计院总包工程到央企大集团战略合作关系提升，从钢铁、石化、电力等传统市场纵深拓展到装备制造、新能源、高铁建设等国家新兴战略性产业和重大投资市场，不断提升市场层次和客户结构。兰陵品牌一路“士兵突击”，为这些“国脸”穿金戴银，让品牌飞翠流丹。叫响国内市场的同时，兰陵品牌还一次次走出国门，远销亚、非、拉、美等国家和地区。一个个“优质工程”和“样板工程”，树立了“兰陵”商标风靡天下的品牌形象。这些辉煌的成果，在“黄金时代”的画廊上增添了浓墨重彩的一笔。

对于兰陵这些年取得的卓越业绩，陈春源深情地表示，水有源，树有根。改革开放是兰陵人缔结民族气节之源，实现中华民族伟大复兴的狂澜一直在他们心中奔涌。还有他父亲留下的“利国家、益地方、支农副、富职工”的理念遗产，是兰陵及其品牌的“树根”，成为兰陵集团巨大的物质与精神财富，是兰陵品牌民族气节的一大支柱。他们决心发扬光大，继往开来，要用这些有形、无形的财富，为打造“黄金时代”贡献智慧和力量。

言及上述，陈春源豪情激荡地说，为打造民族涂料的黄金时代，兰陵人

始终坚持同强者比，向高者攀，与勇者争，跟快者赛，在这条企业发展、品牌战略的大道上，兰陵集团奋斗的信念越来越坚定昂扬，行进的步伐更加稳健有力。

诚信，是兰陵品牌的品牌

陈春源说，真正意义的“黄金时代”，应该具备历史深度、政治高度、哲学厚度。“三度”背后有两个层面，即物质和精神。兰陵品牌的巨大成功，“物质”上讲，有领先的技术、适销对路的产品、科学严格的管理。“精神”的内核，主要体现为诚信。

古往今来，诚信是一个博大精深的话题。陈春源说，我们无意去咬文嚼字研讨诚信的来龙去脉，只想结合“黄金时代”的愿景，实事求是地评估兰陵品牌在这一伟大进程中的地位和作用，以及在这一壮阔的历史活动中，怎样最大限度地发挥兰陵品牌的榜样力量。子曰：“诚者天之道也，诚之者人之道也。”说的就是诚信是人生和事业的大道。诚信，是治国治企的根本。以此“根本”衡量兰陵品牌，就不难诠释其

做大做强，跻身“黄金时代”绚丽画廊的秘诀。

无需过多论述诚信对品牌以及“黄金时代”的举足轻重，陈春源将思考的触角伸向严峻的现实。他说，最近有部话剧叫《这是最后的斗争》，被誉为“中国反腐第一大剧”，其中台词犀利针砭时弊：“那个时候，天是蓝的，没有那么多污染。黄瓜摘下来就可以吃，在街上捡到一分钱是要交给警察叔叔的，理发店就是理发的，照相是要穿衣服的，牛奶是可以放心喝的……。”可现在，瘦肉精、染色馒头、学造假、村姑冒充高干子女、“富二代”其实一贫如洗等等社会现象令人彻夜难眠。沉滓泛起，丑态百出，诚信如遭遇气流，的飞机在云中颠簸。好在党和国家针对世风日下、诚信流失的社会风气，审时度势地制定了“以德治国，以法治国”的重大国策，颁布了一系列加强社会主义精神文明建设的方针和措施。遵循这些指示精神，兰陵集团积极投身其间，把“以德治企、以法治企”作为兰陵集团一切工作的指导方针，制定相关规章制度规范员工的思想和工作，使企业的各项工作良性循环，迅猛发展。这当中，兰陵品牌正是依靠诚信纵横天下的。透过品牌诚信和诚信品牌，我们更加真切地看到了民族涂料“黄金时代”的品牌风貌。



记者点评 | DIANPING

兰陵品牌的成功，很大程度、甚至归根到底都是诚信的成功。因为，品牌背后是品质，品质背后是品德，最能体现品德内涵的是诚信。在这种意义上，诚信，是兰陵品牌的品牌。站在“黄金时代”的层面上，兰陵的诚信与品牌相依为命，血肉相连，秀外慧中的形象气质，闪耀着荡人心魄的诚信光华。