

紧贴国有资产保值增值 深化企业办信办案工作

□ 颜建禄

重庆市国资委紧贴国有资产保值增值,坚持融于中心,服务大局,扎实推进企业办信办案工作,维护了纪律的严肃性,为企业的改革发

注重整合办案资源 完善办案工作机制

近年来,重庆市国资系统企业资产规模不断扩张,人员多,办案力量不足是普遍问题。一是优化办案力量。将办案骨干和财务、审计及有关业务专家纳入办案人才库,需要时直接抽调人员参加办案,有效解决了市国资委纪检监察部门办案力量不足的矛盾;从市检察院五分院、江津、大足等区县检察院调入3名熟悉办案业务检察官到国资委监察室工作,增强了国资委的办案实力。参与了市纪委打黑除恶专项斗争市交警总队长陈洪刚等大要案件查办工作,并取得了显著的成效。二是建立办案协作区。将所属企业划分为若干个办案协作区,通过组织基层企业纪检监察人员参加办案工作,使分散的办案资源做到了统一调配,起到“集中优势兵

力”的效果,整合了办案资源,增强了办案力量。三是建立派驻制度。选派有办案经验的同志担任特派员,派驻到重钢环保搬迁工程监督办,市国资委和重钢集团两级监督平台共为企业挽回经济损失24753亿元,为环保搬迁实现又好又快发展提供了坚实的保证。四是健全协调机制。与公检法机关建立了协调配合的渠道,重大案件及时联系,充分发挥公检法机关的执法优势和企业纪检监察熟悉经营管理的优势,共同协作突破案件。去年与江北区检察院联手,突破了重庆能源燃气集团重大的材料采购集体窝案,一举抓获涉嫌违纪人员17人。判缓刑4人,其他的分别判刑5-11.5年。五是借助中介力量。采取“引智”的办法,借助会计、审计、资产评估和法律事务所等社会中介组织参与办案工作,借用专业力量突破关键环节,取得了良好的效果。建工集团借助中介力量对部分报损资产多的下属企业进行重点监察,清理出多报损资产1970万元。借助中介力量参与办案和开展效能监察172项,重点抽查了34家企业,协助有关部门建章建制323个,挽回经济损失1.73亿元。

突出案件查办 严肃查处违纪案件

针对新形势下查办国有企业领导人员案件中遇到的困难和问题,采取措施,积极应对,成功突破了一批有影响的大要案件。一是加强了办信

办案工作领导。明确了党委领导办案,纪委书记是案件检查工作第一责任人机制,主要领导亲自指挥办案,分管领导积极参与办案。积极探索和推广上级纪委指导或指定办案、企业纪检监察处室内部全员办案等好的工作机制,整体推进案件查办工作向前发展。二是发挥查办案件完善制度的作用。在查办案件中,注重分析发生案件的深层次原因,从完善惩防体系的角度,先后完善了信访受理,初核立案,调查审理等各项制度1400余项,完善以内控制度为核心的各项业务管理制度5700余项。燃气集团以案件来诊断制度建设上的“病因”,针对薄弱环节“亡羊补牢”,进一步完善更新制度,从源头上堵住腐败产生的漏洞,清理各类制度125项,新建、修订制度77个,并与重庆市人民检察院一分院签订《共同开展预防职务犯罪工作协议》建立企检联动机制等多项措施加强整改,从而发挥了查办案件完善制度的作用。三是开展效能监察促进查办案件。抓住效能监察中发现的一些企业决策失误、失职渎职、国有资产流失等问题,深入分析原因,从中发现线索,揭露了隐藏在这些

问题背后的腐败行为,先后查处了一批在全市有影响的大案要案。在指导重庆化医控股(集团)公司开展效能监察中发现并查处了该集团科瑞制药公司主要领导王某和叶某变相侵占国有资产570余万元、挪用公款300万元、收受贿赂共110余万元的案件。近年来,通过效能监察发现案件线索并立案查处52件,移送司

突出信访监督 促进干部廉洁自律

一是对被反映对象在一定时期、一定范围内出现的苗头性、倾向性问题,需要引起重视并加以解决的,以“信访提醒通知书”的形式,要求其向组织说清职工群众反映的问题,并认真进行自查,提出改进措施;二是对群众反映比较笼统、模糊,没有明确线索,需要在工作中引起注意的,或反映的问题线索清楚、情节单一的信访问题,以“信访查询通知书”的形式,要求被调查对象本着有则改之、无则加勉的原则,在规定期限内说明情况;三是对群众反映的问题,经查确有违纪,因情节轻微,不够党纪政纪处分的被调查对象,发“信访整改通知书”,要求其在规定期限内进行自查自纠,制定整改措施,并将整改落实情况向市国资委纪委书面汇报。去年,受理群众信访举报1256件次,信访量位居全市各部门之首,累计向集团和有关部门交办群众举报24件,提高了交办件质量。通过信访监督先后有涉及35户企业121名企业集团领导被调离原工作岗位或免职,有7人未获提拔使用,为286名党员干部澄清了反映不实的问题,纯洁了国资队伍,树立了国资正气,保护了被反映人干事创业的积极性。

(作者系重庆市国资委党委副书记、纪委书记)

跟宋江学造民间品牌

□ 吴延兵

近期,《新水浒传》在各地方卫视相继播出,引来一片议论声。看着电视里的好汉们快意恩仇、江湖义气,笔者总会不由自主地将其故事情节与品牌营销行对比,发现《新水浒传》倒是一本不错的营销策划教材,不论你是骁勇善战的职业人士,抑或是已经成功的企业家,都能从中学到不少真智慧。

产品力:揽尽各路英豪

产品力即产品对目标人群的吸引能力,产品力是营销之本。任何营销创新的根本都在于产品力的提升,没有产品力的营销就像是空中楼阁。《新水浒传》之梁山集团在产品力打造中可谓“揽尽天下各路英豪”,其中天罡、地煞星108名梁山好汉,个个英雄了得,皆是有文能武之輩。这些人中有能行军打仗的将领,有能制定规矩的礼仪,有跑得快的,有能看病的,有能小偷小摸的,各种人才一应俱全,一个功能齐备的王国俨然形成。在“及时雨”宋江的包容和胸襟下,每个人都各司其职,梁山的队伍迅速扩大,成为当时实力最大的江湖集团之一。尔后,攻打祝家庄、曾头市等战役无不显现出梁山集团卓越的产品力和战斗力。

决策力:领袖意志定前途

决策的意思就是作出决定或选择。它是指通过分析、比较,在若干种可供选择的方案中选定最优方案的过程。决策能力是企业

家为维持企业生存必须具备的起码素质。决策力不足容易让企业的发展方向偏离战略目标,产生重大的决策失误,导致全盘皆输。

《新水浒传》的决策力体现在两处:

其一,树立“替天行道”大旗。在这个旗帜的号召下,梁山俨然与那些打家劫舍的盗贼集团有了区别,成了有德行的团队。树立“替天行道”大旗可谓明确了梁山集团的发展方向。

其二,梁山招安。作为梁山集团的领袖核心,宋江和吴用一直在为梁山的前途忧心,是招安,还是割据一方与朝廷对抗,梁山内部也有很大的分歧。在这个时候,领袖的意志和远见决定了一切,从不甘心做贼、讲究忠义、渴望青史留名的宋江最终选择了招安的道路,此后的各种工作便围绕招安开始了。虽然招安的最终结果不太满意,但终究让梁山好汉有了此忠义之举。这便是宋江、吴用等头领果断决策的结果。

策划力:要让朝廷看得起

“粮草未动,策划先行”说明了策划力在企业中发挥的参谋部和市场

先行作用。如果策划力不足,企业纵然投入更多的广告费,也只会事倍功半,弄不好还会“赔了夫人又折兵”。

《新水浒传》的策划力体现在以下3处:

1、智赚“玉麒麟”。确定“招安”的大战略之后,接下来如何让朝廷拿出一个合适的价码呢?宋江领导的梁山集团可谓煞费苦心。宋江知道,仅凭当时的实力,朝廷很难给予重视,将来即使勉强招安,开出的条件也定然小得可怜,自己的价值应该由自己决定。于是,宋江开始了各种借势活动,觉得自己之前在朝廷里官卑职小,就不惜下套挖来响当当的河北“玉麒麟”卢俊义;不停地和周边县城开战,攻夺城池,确保粮食供应的同时,也引起了朝廷的重视。

2、三山聚义。梁山集团收编清风山、二龙山等山寨集团入伙,实力越做越大,终于让梁山集团成了宋徽宗心头的一块“大石头”。

3、巧传“招安”之意。随着实力的不断扩大和战斗经验的丰富,梁山一方面派出公关人员,到朝廷拜访主和派官员,希望能够从中促成“招安”之事,并暗中与皇帝的“小蜜”李师师修好,借枕头风向皇帝传达“招安”的意思。同时,攻打下曾头市等几个军事力量还算强大的城池,扰动朝廷的军心,梁山集团已经成为不可小觑的民间军事力量,正如李师师所说:“当今世上有两个皇帝,一个在宫里,一个在水泊梁山。”其势力影响之大,可见一斑。

智赚“玉麒麟”是为了扩大梁山集团的影响力;收编清风山、二龙山等山寨集团,是为了扩充势力和规模,这两个事件足以证明梁山集团有着超强的策划力。

品牌力:文武夹攻树口碑

品牌力是知名度、美誉度和诚信度的有机统一,是指消费者对某个品牌形成的概念对其购买决策的影响程度,品牌力基本上是由品牌商品、品牌文化、品牌传播和品牌延伸这4个要素在消费者心智中协同作用而成的。一个品牌要在竞争中脱颖而出,在消费者的心智中占有一席之地,就要使品牌商品拥有强大的商品力,树立有助于强化品牌个性的品牌文化,实施有效的品牌传播,进行正确的品牌延伸。如果品牌力不足,企业在推广产品时,将要付出更多的成本与代价。

《新水浒传》中,攻打祝家庄、曾头市、大破高唐州等战役初步树立了梁山品牌,且大军所到之处,皆不伤害黎民百姓,赢得了良好的百姓口碑,在民间也逐渐形成了影响力。

童贯、高俅先后发兵来讨,均大败而归,梁山的威名由此让朝野震动,连宋徽宗也无可奈何。几次战役为梁山集团树立了梁山品牌效应,为后期的顺利招安奠定了基础。

(作者单位:河南羚锐制药)

改进金融宣传活动现状之我见

□ 潘浩文

“金融知识进社区、进乡村”活动开展以来,受到了基层广大群众的热烈欢迎和积极响应,在一定程度上极大地提升了人民群众对金融知识的认知度。但是,从当前金融宣传活动开展的方式、途径以及实际效果等方面来看,还存在着以下一些问题:

一是宣传应用效果与群众需求存在脱节现象。当前,老百姓最想了解

的金融知识主要有:银行卡使用、人民币防伪假假、贷款办理程序等实用性知识和技能,但目前的金融宣传,有不少是局限在理论性知识的宣传和普及上,特别是像“反洗钱知识走进田间地头”之类的宣传,与农村生活距离较远,难以提高老百姓的学习兴趣。

二是宣传区域上存在分布不均的现象。主要表现为,城镇宣传多,基层农村宣传少;交通便利的地方宣传多,交通不便的地方宣传少;居住人口稠密的地方宣传多,居住人口较少的地方宣传少;经济条件好的地方宣传多,经济条件差的地方宣传少,造成金融知识宣传受众分布不均。

三是宣传手段上存在方法单一的现象。目前金融知识宣传的做法主要有:悬挂宣传标语、集中定点摆摊接受咨询、现场讲解、赠送宣传材料等扁平式宣传方式。但金融知识宣传相对应的人群,主要是文化水平不高,信息掌握相对较少的弱势群体,这种被动“填鸭”式宣传,有的老百姓对宣传知识一时理解不了,记不了。为解决上述问题,提高老百姓学习金融知识的热情,使得金融宣传工作取得实效,笔者以为,在金融宣传活动的开展中,应努力坚持以下“三个原则”:

一是应坚持实用性原则。不同区域、不同文化程度、不同职业范围的基层群众,对金融知识和服务有着不同的需求。普通农民、居民等,对农民工银行卡、存款业务、反假币知识等金融知识和操作技能感兴趣;乡镇企业财会人员、农产品经纪人等,对小额贷款、银行结算、刷卡结算等知识技能兴趣浓厚;农民企业家、种养大户、以及民间投资者等,这些人已经拥有不少金融资产,往往对投资理财、如何识别非法集资等特别感兴趣。因此,金融宣传要做到有的放矢,充分考虑实际应用,根据农民和居民的金融需求,及时调整宣传重点,有针对性地开展宣传,以达到宣传的最佳效果。

二是应坚持通俗化原则。由于金融知识具有专业性、容易书面化的特点,而接受宣传的大多是文化程度相对较低的基层群众,金融宣传中的用语如果过于书面化、凝练化,往往会造成老百姓听得糊里糊涂、不知所

云。因而,金融宣传中使用的语言和宣传材料用语不宜太“雅”。金融宣传应该入乡随俗,尽量把专业性很强的宣传语言转换成通俗易懂、口述能详的老百姓语言,让接受宣传的群众能听得懂、记得住。

三是应坚持多样化原则。就是金融宣传的形式和方法要丰富多彩、灵活多样,要抓好特色宣传,注重组织和协调,结合传统的“挂”、“摆”、“讲”、“送”等宣传方式,充分利用网络、广播、电视、报纸等媒体和地方政府的组织优势,以“三下乡”、“金融行风热线”以及当地政府组织的公开集中活动相结合,学会巧妙借势,使“金融知识进社区、进乡村”与有关活动发挥协同效应,打造全方位、立体化的宣传环境和氛围,形成更好的声势,取得更佳的效果。

(作者单位:江苏省高邮市人民银行)

域、不同文化程度、不同职业范围的基层群众,对金融知识和服务有着不同的需求。普通农民、居民等,对农民工银行卡、存款业务、反假币知识等金融知识和操作技能感兴趣;乡镇企业财会人员、农产品经纪人等,对小额贷款、银行结算、刷卡结算等知识技能兴趣浓厚;农民企业家、种养大户、以及民间投资者等,这些人已经拥有不少金融资产,往往对投资理财、如何识别非法集资等特别感兴趣。因此,金融宣传要做到有的放矢,充分考虑实际应用,根据农民和居民的金融需求,及时调整宣传重点,有针对性地开展宣传,以达到宣传的最佳效果。

二是应坚持通俗化原则。由于金融知识具有专业性、容易书面化的特点,而接受宣传的大多是文化程度相对较低的基层群众,金融宣传中的用语如果过于书面化、凝练化,往往会造成老百姓听得糊里糊涂、不知所

云。因而,金融宣传中使用的语言和宣传材料用语不宜太“雅”。金融宣传应该入乡随俗,尽量把专业性很强的宣传语言转换成通俗易懂、口述能详的老百姓语言,让接受宣传的群众能听得懂、记得住。

三是应坚持多样化原则。就是金融宣传的形式和方法要丰富多彩、灵活多样,要抓好特色宣传,注重组织和协调,结合传统的“挂”、“摆”、“讲”、“送”等宣传方式,充分利用网络、广播、电视、报纸等媒体和地方政府的组织优势,以“三下乡”、“金融行风热线”以及当地政府组织的公开集中活动相结合,学会巧妙借势,使“金融知识进社区、进乡村”与有关活动发挥协同效应,打造全方位、立体化的宣传环境和氛围,形成更好的声势,取得更佳的效果。

(作者单位:江苏省高邮市人民银行)

安全文化论坛:安全发展的闪光点

□ 刘武彦 杨艳 赵占岭

论坛的作用

什么叫论坛,解释很多,我们这里的论坛的含义就是领导、专家和行业人员就某一领域、某一专题,或者针对事物整体全面的发展进行专题演说交流以期合作共赢,共创美好工作成果的一种活动,一种交流平台。具体说它有以下功能和作用:

一是领导干部的沟通作用。举办各种论坛,就能使各个层级的领导面对面、心对心地进行充分沟通。二是增加产品销售量。产品需要销售,销售的渠道很多,但比较好的是在举办安全文化论坛的过程中,通过领导、专家的评介和山西卫视、《山西日报》等主流媒体的广泛传播,就能使更多的人员、地方和企业知道安全产品的性能和作用,便于形成对销售产品者和接受产品者(顾客单位)的对接。有的在参加论坛的过程中,双方就能很快地了解、签订合作共赢的销售协议,大大增加了产品的销售量,从而大大增加了企业的知名度和收入。三是能提高企业的知名度,树立更好的品牌形象。绛州澄泥砚研制所就是注重品牌形象的一个企业。制砚专家蔺永茂、蔺涛父子就是这样知名度很高的企业家。他们制作的砚台是我国文房四宝中砚台产品中独具中国驰名商标的产品。他们通过论坛、博览会、交易活动等合理的公众活动,使国内外的华人认识到传统文化的力量和文化产品的魅力。绛州澄泥砚已成为山西省“文化强省”的一个拳头产品。

该企业的盈利和收入。三是能提高企业的知名度,树立更好的品牌形象。绛州澄泥砚研制所就是注重品牌形象的一个企业。制砚专家蔺永茂、蔺涛父子就是这样知名度很高的企业家。他们制作的砚台是我国文房四宝中砚台产品中独具中国驰名商标的产品。他们通过论坛、博览会、交易活动等合理的公众活动,使国内外的华人认识到传统文化的力量和文化产品的魅力。绛州澄泥砚已成为山西省“文化强省”的一个拳头产品。

论坛的组织

山西安全文化研究发展中心是专职从事安全文化建设的单位,已成功举办两次论坛活动。在国庆之前举办了“迎国庆,话安全”论坛,在党的十七届六中全会召开之前举办了“安全发展,文化强省”的高层论坛。山西日报、山西经济日报、山西电视台等主流媒体进行了及时的报道,尤其是《山西日报·煤炭周刊》2011年10月19日以“山西安全文化研究发展中心成功举办‘安全发展,文化强省’论坛活动”为题,详细介绍了论坛的意义、规模和成果。中国科学院专家黄联成说论坛活动非常及时,办得很成功,为山西安全文化事业蓬勃发展提供了一个平台。中国煤炭博物馆馆长李希海高度评价了山西安全文化研究发展中心在安全文化研究方面做出的突出贡献。陕西富平籍、山东济南暖通有限公司总经理习智平期望安全论坛活动从山西走向全国,为国家的安全发展提供理论支持,使安全发展的实践之花开遍全国。1985年毕业于山西矿业学院的《山西日报·煤炭周刊》主任踞耀庆,身处山西煤乡,亲身感受到省领导近几年来倡导实行煤炭资源整合带来的巨变,现在山西在全国人民的心中已经树立起能够搞好安全生产的良好形象。山西煤销集团三义煤业公司安全文化专家、感动中国十大杰出矿工之一的宋卫国,提出“安商”(与“智商”、“情商”并列)全新概念,并阐述了“安商”对于安全文化建设的重要作用。

如何举办好高水平的论坛活动?首先要有科学的决策,确定举办什么样的论坛。在山西区域举办论坛一定要在山西大的背景下考虑、分析、确定论坛的基本构想。山西近几年来煤炭资源整合和企业安全发展取得明显成效,今年全省煤炭百万吨死亡率上半年为0.008,达到国际先进水平,安全生产创山西省最好水平。山西省政府用数千万元奖励安全先进单位和个人,起到了典型引领作用。王君省长在2011年6月15日安全咨询日活动中强调安全文化重要作用,特别是山西省被确定为国家资源型经济转型综合配套改革试验区,标志着山西正在进入一个新的发展阶段。在转型跨越安全发展形势下举办安全发展、文化强省等主题论坛恰逢其时,对山西省安全文化的研究和发展有着重要的现实意义。其次,要有很好的工作方案。工作方案基本包括论坛宗旨、论坛时间、论坛地点、组织机构、出席人员(各级政府领导、各行业高水平专家、著名企业领导与企业代表)、论坛主题(主论题与子论题)、媒体宣传、确定协办单位、费用预算、筹备日程安排、论坛的议程等等。第三就是论坛活动实施阶

段的论坛。在山西区域举办论坛一定要在山西大的背景下考虑、分析、确定论坛的基本构想。山西近几年来煤炭资源整合和企业安全发展取得明显成效,今年全省煤炭百万吨死亡率上半年为0.008,达到国际先进水平,安全生产创山西省最好水平。山西省政府用数千万元奖励安全先进单位和个人,起到了典型引领作用。王君省长在2011年6月15日安全咨询日活动中强调安全文化重要作用,特别是山西省被确定为国家资源型经济转型综合配套改革试验区,标志着山西正在进入一个新的发展阶段。在转型跨越安全发展形势下举办安全发展、文化强省等主题论坛恰逢其时,对山西省安全文化的研究和发展有着重要的现实意义。其次,要有很好的工作方案。工作方案基本包括论坛宗旨、论坛时间、论坛地点、组织机构、出席人员(各级政府领导、各行业高水平专家、著名企业领导与企业代表)、论坛主题(主论题与子论题)、媒体宣传、确定协办单位、费用预算、筹备日程安排、论坛的议程等等。第三就是论坛活动实施阶

段。主要是论坛活动之前的准备,包括发送请柬,联系合作单位及相关媒体,做好协调及沟通工作,工作人员的选用,资料的收集,礼品的确定与准备,论坛会场的布置,领导、专家、企业代表等嘉宾的座位安排等等。同时还要做好论坛成果的征集和发放工作,论坛结束后做好详细的总结,以便今后举办更好的论坛活动。

安全文化论坛:安全发展的闪光点

十七届六中全会今年10月中旬在北京召开,审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,成为我国文化产业、事业迅猛发展的政策支持和理论支持。我们山西安全文化研究发展中心紧紧贯彻中央和山西省委省政府安全发展文化兴业的战略部署,即将举办以“安全发展,文化先行”为主题的高峰论坛,子论题还有坚持预防为主,共筑城市安全;提

升管理水平,确保煤矿平安;依靠科技进步,实现本质安全;注重系统管理,保障交通安全;遵守职业道德,提供安全食品;规范建筑市场,预防事故发生;贯彻环保法规,营造宜居环境;完善事故预案,化解旅游隐患;落实企业责任,推动安全发展;搞好安全教育,构建和谐校园等等。

如何准确理解安全文化含义?安全是人类防范生产、生活风险的状态和能力,文化是人类活动所创造的精神价值与物质价值的总和,安全文化是人类为防范(预防、控制、降低或减轻)生产、生活风险,实现生命安全与健康保障、社会和谐与企业持续发展所创造的安全精神价值和物质价值的总和。现在已经涌现出:王树鹤、高平进、王安、吴永平、刘铁民、傅贵、武望国、寇宗基、康立勋、许向才、伊茂森、王建强、张福义、任志波、方志有、张建桥、白金虎、王晓明、赵增辉、赵占岭等各行各业优秀专家为安全发展服务,安全与文化结合的论坛,一定会成为安全发展新的闪光点。