

站在新的起点上,党政提出——

2013年茅台酒实现“十个新突破”

■ 本报记者 张建忠 樊瑛

“‘求实奉献、奋力拼搏、爱我茅台’的企业精神和实现‘茅台干红红天下’的愿景已成为茅台酒公司全体员工的自觉行动,砥砺前行,走进茅台酒行业的前列”。茅台酒公司党支部书记陈支勇对记者如是说。

建设“学习型、创新型、发展型”的团队

陈支勇提出了加强领导班子凝聚力和战斗力的有效途径,一方面修订完善了《党风廉政建设、民主生活、“三重一大”民主决策程序》、《领导班子议事规则》等33项相关的学习、会议、管理制度和规定,严格做到集体领导、个别酝酿、会议决定的工作程序,确保了决策民主化、科学化。另一方面坚持党政联席会议制度,保持经常性的通气商量、协调解决工作中出现的问题,确保了班子成员工作和谐,步调统一。

他认为,深化“四好”领导班子创建活动,要拓展创建内容和创新活动方式,真正做到“三个体现”,即:把创建“四好班子”活动的成效体现在完成公司的业绩指标上来;把班子成员帮助指导解决生产工作和部门建设中的实际问题体现在勤政务实的良好形象上来;把转变工作作风体现在加快建设“学习型、创新型、发展型”党支部的步伐上来。抓住新的发展的机遇,我们必将能够战胜各种困难和挑战,续写茅台酒公司新的辉煌。

以有效推动公司协调发展为主要目标

陈支勇指出,把“围绕经济抓党建、抓好党建促发展”这一主要工作职责和基本思路落到实处,把党建工作更为有效的融入生产经营管理中,根据“五个好”以及七个方面的要求和标准,组织开展分类定级、整改提高、晋位升级、评价评议和召开领导班子民主生活会等,结合“党员先锋示范岗”创建活动的开展,使党建工作运行与生产经营管理任务目标同步部署、同步检查、同步奖惩、有效的促进了公司工作的协调发展。

他强调,以党员责任区活动为载体,要



●茅台酒集团总经理助理、茅台酒酒业公司董事长钟怀利(左),茅台酒酒业公司党支部书记陈支勇(右)在茅台酒酒庄启动新闻发布会上

2012年茅台酒公司全员齐发力,实现企业经济60%增长。到“十二五”末,产量突破16000吨,其中庄园按计划到2016年庄园高端酒产量1000吨;销售收入突破8亿元,挤进国内葡萄酒行业前5强。

求广大党员立足岗位作奉献。首先制定了《葡萄酒公司“党员责任区”目标管理办法》,进一步明确党员责任区责任人的责、权、利的激励机制;其次紧密结合生产经营,加大党员责任区工作的力量。建立了党员责任联系点6个,形成“党支部—党员责任区—联系点”层层负责的管理格局;第三每季度深入责任区,严格考核,努力做到“思想觉悟先于群众、完成任务多于群众、工作质量高于群众”,真正成为群众学习的榜样。

一年来,分别有1名党员和1个党小组受到集团公司党委表彰,公司有递交入党申请书9人,入党积极分子3名,并列为发展对象。

强健“肌体” 从干部心里拉起一根高压线

陈支勇把党风廉政建设作为企业党的一项重要工作来抓,不断开展学习教育,不

做违反党纪政纪和公司的各项规章制度的事,真正从源头上防微杜渐,让党员干部从心里拉起一根高压线。

他坚持把党风廉政建设纳入思想政治工作之中,形成了支部牵头,党政齐抓共管、各部门密切配合的工作机制,通过支部中心组学习、党课教育,各部门利用学习的机会对党员、员工进行针对性教育,将一些典型案例作为反面教材,组织员工收看警示教育电视片和剖析反面典型案例等方式开展警示教育,使广大党员、党员干部、管理人员坚定信念、明辨是非,做到了知纪守法;制定了《葡萄酒公司党风廉政建设、民主生活会、领导干部廉政戒免谈话规定》,进一步完善了党风廉政建设责任体系;加强了对领导班子成员廉政档案的动态管理,采取重大事项申报、礼品(礼金)上交登记制度,加强了对重点部门、重点岗位的监督,形成了各自负责,相互制约的岗位监督约束机制;坚持厂务公开,进一步增强员工参与民主管理的意识,从而有效的落实了广大员工的知情权、参与权和监督权,确保了公司的发展与稳定。一年来对发现的突出问题进行了及时整改,完善了相关的工作制度,收到了良好的社会效益和经济利益。

厚积薄发 创造茅台酒新的辉煌

据陈支勇介绍,2012年,围绕“稳中求进、提速转型”的总基调、总目标和“稳中求快、快中保好、能快则快、又好又快”的总要求,充分发挥党支部的战斗堡垒作用和党员

的先锋模范作用,企业厚积薄发,创造了公司新的辉煌,实现了经济60%增长。

站在新的历史起点上,面向2013年,陈支勇提出葡萄酒公司支部紧紧围绕公司“419210”发展目标,在十个方面实现新的突破:

一是深入贯彻党的十八大精神,大力倡导党员干部、管理人员勤于思考、锐意创新的精神,不断改进工作方法,总结好的工作方法和成功经验,形成长效的工作机制。

二是以“学习、团结、勤政、廉洁”为载体,全面加强领导班子建设,在提高素质、增强团结、提高决策水平、改进工作作风上下工夫,把班子建设成为奋发有为、坚强有力的领导集体。

三是按照“当好一个书记,建好一个班子,带出一支好队伍,完善一套好制度,形成一个好机制,不断增强凝聚力和战斗力”的要求,进一步深化“创先争优”、“党员责任区”、“党员示范岗”、“党员身边无违纪无违章无事故”等有特色的活动。

四是认真学习和贯彻执行中纪委、上级党组织及集团公司党委、纪委有关党风廉政建设和反腐败的一系列文件精神,以高度的政治责任心推动葡萄酒公司在经济、政治、文化、生态、社会“五位一体”建设上科学发展。

五是全力构建和谐企业、全面打造幸福员工,为员工营造一个安定祥和的生产环境和工作环境,真正做到感情留人、事业留人、待遇留人。

六是要探索新的营销思路,积极开拓市场,不断改变适应市场和能使公司经济发展的经营及营销模式,加快追赶行业标杆步伐。

七是强化、细化管理,不断追求卓越,努力创建节约型企业,提高有限的资金使用效率,进一步搞好安全生产,进一步提高公司的经济效益。

八是加快对“茅台酒精品酒庄”的建设步伐,早日实现茅台品牌与品牌形象、产品品质的完美结合,真正实现塑品牌、强品质、展风采!

九是开展“讲学习、讲廉洁、讲奉献、树形象”活动,推动党风廉政建设落到实处。

十是进一步加强思想政治工作和精神文明文明建设,切实抓好企业文化建设工作。



迎接国四如期实施

锡柴国四高端产品 和技术服务蓄势待发

如果说,前几年人们关注锡柴的焦点是其辉煌的横空出世,因为国内首台拥有自主知识产权的四气门重型柴油机是那么振奋人心。而如今,人们关注锡柴,更多的是探究7月1日的国四排放如期实施,作为发动机行业排头兵锡柴准备好了吗?令人欣慰的是,锡柴国四产品和技术服务均已到位,市场培育“开门见喜”,今年1-5月份,锡柴国四系列发动机销量同比增长605%。

打造高端动力“超市” 形成“奥威、恒威、康威” 全系列国四产品

“如此顺利的赢得竞争,与锡柴强大的自主创新竞争优势密不可分,目前锡柴国四车型公告共有2000余个,其中国四卡车公告有近2000个,国四客车公告有400余个。”据悉,锡柴近年已搭建起了康威、恒威、奥威全系列国四柴油动力平台,功率覆盖范围可达78-500马力,国四产品早在2010年末就开始批量投放市场。同时锡柴6SN/6SL两个系列的LNG天然气发动机产品也于近年批量投放市场。2010年,锡柴在全面建设完善国四产品平台的同时,还同步进行了国五、国六升级的技术规划,确保了技术升级、产品发展的延续性。



“锡柴国四系列产品系列采用高压共轨+SCR和高压共轨+EGR+POC两种国四技术路线进行自主研发,经科技查新,在中重型商用车上引用电控冷却EGR技术实现国四排放,属创新成果……”这是2010年在锡柴召开的“中国一汽CA6DN、CA6DM、CA4/6D、CA4/6DF国四系列柴油机鉴定会上专家给予的鉴定评语。据了解,锡柴早在2006年就投入巨资进行国四研发,全新开发的锡柴国四系列产品,燃烧系统保证了燃油高效清洁燃烧,其先进的排放后处理装置,可有效去除废气氧化氮排放。与同类产品相比,产品主要性能指标处于国际先进水平。更令人可喜的是,锡柴自主研发的国四发动机其智能电机驱动的热端EGR系统,不仅解决了热端EGR阀系统在中重型商用柴油机上应用的技术难题,更取得了柴油热端布置EGR阀的控制机构和双通道蝶阀结构等二项实用新型专利。同时,自主研发的奥威11LCA6DM国四发动机还拥有3项发明专利,5项实用新型专利,其动力性、经济性、可靠性在国内同功率同档次产品中处于领先地位。

锡柴国四机蓄势待发 低碳环保影响力持续攀升

是金子总会发光。锡柴国四系列产品凭借着环保、可靠、省油以及“精芯服务”上建立起的优势,近年订单频频,美誉度和市场影响力持续攀升——迎着2011新年的第一缕阳光,锡柴拿到了2011年公交车客车的第一个“国四绿色大单”——常州公交575台国四发动机订单……今年3月份,220辆匹配锡柴国四奥威发动机的公交车第二次璀璨亮相“六朝古都”南京;4月份,锡柴奥威国四发动机以其非凡的品牌影响力,一举中标天津公交127台国四国四机大单;5月5日,40辆匹配锡柴国四发动机的公交车盛装亮相山东临沂街头……截至目前,锡柴今年已相继获得了一汽解放、一汽客车、厦门金龙、苏州金龙、上海申龙、西沃客车、中通客车等多宗国四机订单。

“国四产品的迅速普及,除了产品、技术等硬件设施品质过硬外,其软件设施,即后续的服务是否快捷,才是赢得市场的关键。”为提升国四产品“精芯服务”的质量,锡柴已先后在江苏、浙江、云南、新疆、黑龙江、山东、福建、辽宁、内蒙古、河北、江苏、安徽等区域进行了国四、天然气产品的技能培训,并派出技术服务小分队上门服务“体检服务”等项目,使其充分掌握锡柴国四发动机的使用和维护技能,种种“贴心”的服务举措,赢得了越来越多用户的交口称赞。

种种迹象表明,锡柴自主研发的四系列发动机不仅成为“解放”发展的有力支撑,更成为绿色城市公交的首选。(陈燕)



大江工业公司支架产品 产销逆势而上

近期,大江工业公司重点围绕绕机装备产品的核心价值,构建产品成套化、产权多元化、产业一体化的成长阶梯,在市场经济持续低迷情况下,5月份该公司成功开辟了新疆市场,与新疆

中富矿业有限公司签订了2400余万元支架订单。

图为该公司油缸生产线上的员工正在装配油缸。

马占超 赵晶瑜 摄影报道

红岩汽车2013年区域服务 培训季新疆站开班

为打造有效服务体系,培育有效服务能力,丰富“服务零距离”的品牌内涵,上汽依维柯红岩2013年度新疆区域首期服务培训于2013年6月5日在新疆乌鲁木齐开班。

此次由上汽依维柯红岩售后服务部安排、新疆销售服务中心具体组织的培训活动,于2013年6月5日上午10点半在新疆乌鲁木齐鑫鹏汽车服务有限公司的培训教室正式开班。来自全疆30多家服务站的维修技术骨干、专业技师、信息报单员等积极响应,包含服务站负责人在内的近50名学员参加了此次培训。

来自上汽菲亚特红岩动力总成有限公司的黄建国老师和上汽依维柯红岩商用车有限公司的专业讲师钟荣斌、杨长春、赵坤等分别讲解了菲亚特科索C9和C13发动机原理、维修技能、底盘电器、国四、SAP信息系统等方面方面的知识。在技术培训完毕后,学员们又对实物车辆进行了现场维修检测;对存放在培训中心的C9发动机教学机进行了现场拆装训练;与此同时,召开了各服务站维修人员之间的技术交流会和培训座谈会,会上,大家积极发言,互相探讨,使培训活动达到了预期的效果。



6月7号,培训活动结束时,上汽依维柯红岩商用车有限公司对维修培训考试取得前三名的学员派发了奖金予以奖励,对参加培训合格的维修技术人员颁发了初级资格证书。(周莉)

发展 创新 回报 古城酒业打造“新疆第一文化名酒”

■ 王桃花

光阴荏苒,日月如梭。15年在历史的长河中只是短暂的一瞬。然而,对于老国营企——奇台酒厂改制后的新疆第一窖古城酒业来说,却充满了挑战、压力和突破。15年来,古城从衰败走向兴旺,从低谷爬到山坡,从销声匿迹走到新疆白酒行业的前列,成为新疆的第一文化名酒,是源于古城将企业成长与社会进步融合,创新技术研发,丰富企业文化、投身公益事业,用一颗感恩的心铸就了古城稳步的成长之路。

发展始于创新

创新是企业发展的原动力,只有创新才能引导企业走出困境。从改制伊始,古城就加大对内机构的改革、整顿和建章立制。在市场开拓上提出“扩奇(台)木(垒)、拓喀什、取昌吉、夺乌市、进关内”的总营销思路,倡导“生活就是营销,营销就是生活,营销的成功就是做人的成功”的营销精神,密植新疆新疆,开拓疆外市场,使古城产品遍及新疆及关内的浙江、杭州、海口、南京、杭州等地;在产品开发上提出“多品种、系列化”的六字原则,调整产品结构,逐步形成新疆第一窖、古城王窖、古城原浆、古城老窖四大系列;在品牌管理上,立足奇台早码头、金台台的文化积淀,以挖掘出土的“窖窖池”为基点,从产品开发到品牌创意、推广,都力图与古城、古窖、古文化有机结合起来,确立了“古城”、“新疆第一窖”的双品牌战略,实现了从经营产品到经营品牌的转型,荣获中国驰名商标,使古城的品牌再一次提升,成为中国的名品。

文化开启市场

文化是所有生活方式的总和,是观乎人文化解万物之源泉。在文化消费渐成一种消费趋势,一种时尚的今天,古城酒业董事长周文贵深刻的认识到文化营销的重要性,站在历史学的角度,以金奇台、早码头为历史基点,以600年历史文化底蕴为依托,着眼于新疆酒业现状,倡导“弘扬酒文化,开拓酒市场,发展地域经济”的全新理念,坚持“走文化路,做文化酒”,运用“智”启动市场,用“力”拉动市场,用“品”征服市场,用“情”激活市场的全新营销理念,创办了新疆首家酒博物馆,先后成功举办了一系列烙有文化元素的“古城”杯有奖征联大赛;首届新疆酒文化、新疆第一窖开坛仪式、酒市场研讨会、第四届新疆文化节、纪念奇台县建县233周年汉文化节等;三届奇台人联谊会、万人迎奥运等公益活动;并出资创办了《古城文学》、《杯酒人生》、《百年古城》等记录企业发展的内刊,用文字记录下技艺的传承和文化的创新,使古城从一个地域企业成长疆域企业,甚至走向国内,成为中华老字号企业和全国工业旅游示范点,其传统酿酒工艺被列为自治区级非物质文化遗产,明末清初的酿酒窖池被列为自治区文物保护单位。“古城”牌白酒也荣获先后荣获全国浓香型白酒质量优秀产品、中国文化名酒和中国历史文化名酒、新疆名牌产品、新疆著名商标和中国驰名商标等称号。可以说,古城酒业从酒文化、产品文化、营销文化、人文文化等方面做了一系列对企业文化的创新、丰富和延伸,实现了以文化为引领,跨越式发展的目标,连续五年成为奇台县的纳税大户。

办了一系列烙有文化元素的“古城”杯有奖征联大赛;首届新疆酒文化、新疆第一窖开坛仪式、酒市场研讨会、第四届新疆文化节、纪念奇台县建县233周年汉文化节等;三届奇台人联谊会、万人迎奥运等公益活动;并出资创办了《古城文学》、《杯酒人生》、《百年古城》等记录企业发展的内刊,用文字记录下技艺的传承和文化的创新,使古城从一个地域企业成长疆域企业,甚至走向国内,成为中华老字号企业和全国工业旅游示范点,其传统酿酒工艺被列为自治区级非物质文化遗产,明末清初的酿酒窖池被列为自治区文物保护单位。“古城”牌白酒也荣获先后荣获全国浓香型白酒质量优秀产品、中国文化名酒和中国历史文化名酒、新疆名牌产品、新疆著名商标和中国驰名商标等称号。可以说,古城酒业从酒文化、产品文化、营销文化、人文文化等方面做了一系列对企业文化的创新、丰富和延伸,实现了以文化为引领,跨越式发展的目标,连续五年成为奇台县的纳税大户。

感恩伴随成长

改制15年来,古城酒业在自身发展的同时并没有忘记社会所赋予企业的责任,做酒的同时,聚集爱的能量,于2007年成立了“古城大爱基金”,截至目前,已筹集善款63万元。先后成立了“贫困大学生助学基金”、“大学生创业基金”,在帮助数百名贫困大学生就读、创业的同时,已连续8年为考入大学的55名员工子女发放“助学金”6.9万元。2010年,与奇台县教育局再度联手,从“古城大爱基金”中提取部分善款用于救助奇台一中高一二年级维族女孩特力汗等15位贫困生,直到大学毕业。在第四届酒文化节上为奇台县的15个乡镇的17位贫困共捐款9万元、为新疆慈善总会2+5工程资助善款1.5万元,为突发脑溢血的喀什分公司经理刘彦国捐款1万余元,为喀什一中失去双亲的邹庆捐款1.8万元,为雅安灾区捐款4000余元等等,让更多的人感受、分享古城经济发展的成果。

展望未来,古城将以十八大为发展动力,继续担负起“酿造美酒,奉献社会,造福员工,贡献地方,百年古城,流芳百年”的神圣使命,用感恩之情、感恩之心,奋发之志,为发展地域经济,做出更大贡献,共创古城美好的明天!