

叶韵

企业文化散片拾遗

唐日新◎著

红旗出版社

叶 韵

企业文化散片拾遗

唐日新 著

红旗出版社

图书在版编目(CIP)数据

叶韵:企业文化散片拾遗 / 唐日新著.

- 北京:红旗出版社,2009.12

ISBN 978-7-5051-1836-2

I.①叶… II.①唐… III. ①企业文化-研究-湖南省

IV.①F279.276.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 210058 号

书 名 叶韵——企业文化散片拾遗

著 者 唐日新

责任编辑 王农媛

责任校对 李 娟

设 计 吉 利

出版发行 红旗出版社

地 址 北京市沙滩北街 2 号

邮 编 100727

E - mail hqchs@publica.bj.cninfo.net

编 辑 部 64037149

发 行 部 64037154

印 刷 长沙市井岗印刷厂

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数 220 千字

印 张 13.5

版 次 2010 年 1 月北京第 1 版

2010 年 1 月湖南第 1 次印刷

ISBN 978-7-5051-1836-2 定价:36.00 元

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

序 言

黄建国

有一位诗人这样写道：“有一条看不见的河流，泊着企业的命运；永远那么古老，永远那么年轻；企业文化的出现，涵示出强大的韧性与生命力；河流源远流长，每个企业加入进去，都有自己全新的创造。”这虽不是哲言古训，但它揭示了一种真实、反映了一个趋势：企业文化，作为一种系统的管理理论，虽然诞生只有二十多年，但其顽强的生命力，已在其发展和传播中充分体现出来，它从一条涓涓细流，正在汇集成一条浪花翻滚的大江大河，成为当代企业管理的一种重要潮流。

企业文化为何能够如此充满生机、长盛不衰？

企业文化是一种校正。我们的企业管理，有着丰富的经验和优良的传统，但也曾出现过两种极端对立的偏差：要么信奉“精神万能”，要么依靠“金钱万能”。无论哪种方式，都红极一时过，也极度疲软过。企业文化理论的产生，是对传统管理思想的一次“革命”、一种校正，是融合物质与精神、刚性与柔性的更理性、更自觉的管理理念和管理方式，比较符合企业深层次追求和可持续发展的需要。“企业短期不衰靠人的管理，中期不衰靠制度管理，长期不衰

靠文化管理。”这是企业通过实践得出的结论。

企业文化是一种智慧。商界有言：管理百万财富需要的是精明，管理千万财富需要的是聪明，管理亿万财富需要的是英明。这是智慧的三种境界。精明是鼠的眼，能明察眼前的食物；聪明是虎的眼，能觉察近处的猎物；英明是鹰的眼，能洞察远方的风物。有文化自觉的企业，才能既有鼠的眼，又有虎的眼，更有鹰的眼，脚踏实地而又登高望远，保持清醒，不断争得主动。

企业文化是一种精神。当今天下，企业如林；市场经济，竞争激烈。黎巴嫩诗人纪伯伦说：“只有当你被追逐的时候你才最迅速。”作家冯骥才说：“人生最强劲的力量都是你的对手给你的，对手多强，你有多强。”美国有人讲：“没有伟大的敌人，就没有伟大的美国。”竞争是一座熔炉，能炼出企业内在的深度，能发掘和激活企业的潜质和功能。靠什么来制胜？19世纪比资源，20世纪比工业，21世纪比知识。企业唯一持久的竞争力，就是比对手学习得更好、更多、更快速，思考得更全、更深、更长远。

企业文化是一种财富。佛家有“八风”之说，指利、衰、毁、誉、称、讽、苦、乐，四顺四逆一共八件事。“利”为顺利成功，“衰”为坎坷失败，“毁”为背后诽谤，“誉”为背后赞美，“称”为当面赞美，“讽”为当面詈骂，“苦”为人生痛苦，“乐”为人生快乐。金庸认为，人要长久快乐和幸福，应当修养到“八风吹不动”的程度。企业要能长久生存和发展，也需要有这样一种修炼。企业真正的财富，是信仰和信念的力量。优秀的企业领导者，不只是领导目标、效益，而且要领导使命、文化、价值观。

企业文化是一种境界。人有了物质才能生存，人有了

理想才能生活。一个人若能包容春夏秋冬不同的气候,那么四季的美景自然都在心中。领导者的气度越宽大,才能越使众人归心、为己尽力。上世纪90年代《泰坦尼克号》震撼人心的不仅是爱情,更有人们在危难临头时井然有序的逃离。如德鲁克所说,克服沉船恐慌的唯一途径,是要用社会价值观念、社会纪律、社会权利、社会组织来构建一个社会。企业又何尝不是如此。靠文化凝聚和维系的企业,就能够在得意之时不忘形,在失意之时不矢志,于宁静中品味,于喧嚣中守候,一步步到达既定的目标。

从2004年起,湖南省社会科学院组织力量对湖南省部分在企业文化建设方面有特点、有成效、有建树的企业进行研究。这种研究,既是一种总结概括,也是一种宣传普及,更是一种推动促进。许多企业的文化建设显现出百花齐放、异彩纷呈的景象,尤其是在企业核心价值观的提炼方面,进行了有成效的探索。湖南省有越来越多的企业,确立了文化力是最终意义上第一竞争力的理念,步入了靠先进文化引领和激励企业生存与发展的良性循环,恰如荷兰学者丰斯·特龙彭纳斯所说,“在文化的波涛中冲浪”。

进入21世纪后,中国的工业化转为新型的工业化。新型工业化是以信息化为主导的工业化,是科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势能够得到充分发挥的工业化。搞新型工业化,要立足现有基础、发挥比较优势、促进产业集聚、突出战略重点,实现经济增长方式从总量扩张到结构优化再到要素提升的转变。这离不开一大批具有硬实力和软实力相匹配的优秀企业。是造大船还是造快艇,是做航空母舰还是做核潜艇,是大而强还是小而特?这要根据实际情况来定,切忌跟风赶浪。无论大

小,优秀最重要。而离开了文化,企业是优秀不起来的。湖南省企业要完成从创业到优秀、从优秀到卓越的历练,在云谲波诡的市场竞争中实现持续发展,必须重视企业文化的建设和提升。企业文化是一个包括精神层面、制度层面、行为层面等在内的有机整体,其中企业使命、精神、核心价值观等占有重要的地位。在新的历史条件下推进企业文化建设,应追踪管理科学发展的前沿问题,体现时代性,把握规律性,富于创造性,在形成文化力、提升竞争力上下功夫。

以人为本。人是发展的目的,人的价值高于一切。办企业是为了人,也要依靠人。见物要见人,造物先造人。“企业”去掉“人”就是“止业”。“人行了,企业就行了”。企业陷入困境,其原因,一是远离客户,二是远离员工。而远离客户大多是从远离员工开始的。企业的主体是人。人作为万物之灵,潜藏着巨大的才智和能力。大野耐一说:“丰田生产方式固然重要,但丰田人的创造力、努力和实际能力,则是生产方式的精华。”企业活力的真正源泉,不在于物质而在于人。史龙·亚佛德说:“你可以拿走通用汽车公司的全部资产,但是你只要把人员留给我,五年内我就能够把所有失去的资产赚回来。”在当今社会,人力资源已经成为企业竞争力的根本来源。微软公司在各国大学招聘大学生,这是为了在这些国家拓展市场储备好人才,同时他们也知道把优秀人才吸引到自己旗下,可以抑止对方的发展。人才作为制胜的最高点,处在各种资源的最前端。人性,是中国人千百年来一直所关注的。儒家、道家、佛家,乃至诸子百家,无不是在强调一个“人”字。以人为本,是马克思主义的核心价值观。以人为本的根本着眼点,就是促进人的

全面发展,包括全面满足人的需要、全面提高人的素质、全面发展人的才能。以人为本,是企业文化的出发点和归宿。

以德为先。“水能载舟,亦能覆舟”。对于企业来说,这里的“水”就是消费者,就是客户。正是因为消费者的支撑,才能使企业存活下去。企业若失去了消费者和客户的支持,其下场就是倒闭。所以,许多企业和管理者都非常重视企业道德。荷兰亚历山大·卡恩认为:“没有道德观念,我们就是在与灾难打交道;有了道德观念,我们就可以在国际市场立足。”遵守道德规范,已成为一个企业的必需。世界500强都有成文的道德行为规范来指导员工的行为。摩托罗拉有一条行为准则是“坚守高尚操守”,指明了每个员工应采取的处世态度。英国约翰·度蒙德说:“道德就是企业竞争力的源泉。”要提高竞争力,必须进行企业的道德建设,为企业树立良好的道德标准。在人类的精神文明建设中,诚信是一种经久不衰的美德。对于个人来说,诚信是一种树立在他人心中的人格形象,对企业来说,诚信是关于企业经营发展和成败的企业形象。没有诚信的企业,或许也能够独领风骚一时,但绝不会长久,犹如没有土壤滋养的鲜花一样,迟早会凋零、衰败。李嘉诚说:“一时的损失,将来是可以赚回来的,但失去了信誉,就什么也做不成了。”诚信是维系市场经济公平竞争的纽带,是企业内在的约束力。海尔集团认为,企业“首先是卖信誉,其次才是卖产品”。企业文化的精髓是诚信。企业只有讲诚信,才会让消费者和客户产生信任感和认同感,使自身的成长获得肥沃的土壤。

以和为贵。“和”代表了万事万物之间相互联系、相互影响的关系。表现在人与人的关系上,就是和睦相处,团结

互助,与人为善;表现在人与社会的关系上,就是把尊重个性与尊重共性统一起来,把社会以人为本、个人以社会为本结合起来;表现在人与自然的关系上,就是既改造自然,也适应自然,与自然圆融无间、共生共荣;在国际关系上,礼尚往来、互通有无,求同存异、寻求双赢。企业建设和谐文化,在企业内部应形成尊重、平等、团结、合作的团队精神。这里很重要的是:“尊重生命,尊重人,尊重人的尊严和权利。”尊重是社会文明的标志,是人类进步的旗帜。有自尊的员工,才能造就有尊严的企业。在企业外部承担应有的社会责任,办好企业,发展经济,缴纳税款,依法经营,多提供就业机会,支持公益慈善事业,促进社会安定有序。在与资源、环境的关系方面,企业要坚持资源节约型、环境友好型的发展理念,倡导人与自然相协调的绿色文化,转变发展方式,发展循环经济,大力节能减排,走出“先污染后治理、先破坏再恢复、先耗竭再节约、先砍树再种树”的误区,既要金山银山又要绿水青山。

以新为荣。就是以创新为荣耀,靠创新促繁荣。我们的时代什么都在变,唯一不变的就是变化。变就是创新,创新是企业文化的灵魂。哈佛的校训是:“与柏拉图为友,与亚里士多德为友,更要与真理为友。”索尼公司一开张就提出:“做别人没有做过的事情,研制全世界都能接受的产品。”有人讲:所谓企业家,“就是从事创造性破坏的那些人。”不破不立,破中求立,立中求新,企业才有前途。创新,是一个从思想的产生到产品的设计、试制、生产、营销和市场化的一系列活动。创新本是来自制造业的概念。管理学家熊彼特最初的创新概念中,包括了五种情况:即创造新的产品,采用新的生产方法,开辟新的市场,取得或控制原

材料或半制成品的新的供给来源，实现新的产业组织方式或企业重组。运用独创的智慧，将独创的思想付诸行动、产生结果，增加社会财富，这就是创新，这就是发展，这就是企业的生存进取之道。企业建设创新文化，就是要营造尊重创造、鼓励创新的氛围，使创新成为一种常态，用创新思维来激活员工队伍，使循规蹈矩者比勇于探索者有更多的危机感，为实现企业战略目标提供新的智慧。

有人讲：文化是种像钉子一样坚硬又“柔软”的东西，实施起来十分困难，但取得的效果却牢不可破。国外有人把行业中的杰出者称为“铁人”。从字面上解释，是跟钢铁一样撑得久、不变形。有的行业、有的企业，由盛转衰、后继乏力的原因，就在于自我要求不高。声名一响，开始目中无人、松懈下来，而声名一跌，态度就随便了起来，以烂为烂。能持久声名而不坠者，都有两把尺子。一把尺维持旧有质量，保持好的特色、传统不变，名为“自律”；一把尺度量自己是不是还有进步的空间，力求浴火重生、超越自己，这叫做“成长”。自律不变的本质，激励成长的追求，才是企业文化的功能所在。可以相信，在“科学发展、构建和谐、又好又快、富民强省”的进程中，在着力创造有形财富的同时，潜心孕育无形资产，集平凡与非凡于一身，融有湖南与无我为一体，我省的企业文化建设必将更加有声有色、富有成效，更多企业也必将因此创造愈加辉煌的业绩。

（作者系中共湖南省委常委、省委组织部部长）

目 录

CONTENTS

序 言	黄建国 1
社会主义现代企业的战略大计	
——长岭炼油化工总厂素质建设的调查	1
社会主义企业的价值追求	
——湖南零陵卷烟厂双文明建设协调发展的调查	11
商业活动中的文化品位 文化陶冶下的商业效应	
——湖南“五一文”开掘商业文化力的调查	24
加快两个文明建设步伐的新动力	
——衡阳市学习张家港活动的调查报告	34
独特的文化取向 执著的创新追求	
——湖南古汉集团股份有限公司实施名牌战略的调查	42
夯实公民道德建设的基石	
——浏阳市大力开展淳化民风活动	50
报刊发行大战：一个需要解决的社会“热点”问题	62
社会主义市场经济条件下厂长与工人关系的几个问题	69

湖南工业节能减排报告

——来自三市 38 个企业的调查	76
加强基础建设 开拓信息工作	91
政工专业职务评定工作的几个关系	95
加强中改进 继承中创新	
——关于改进和创新宣传思想工作的一些思考	105
企宣工作的几个理念	111
企业文化引领风骚	114
思想政治工作要经常讲反复讲	119
论洪战辉精神的深刻内涵	125
中西方价值取向与价值导向的分野与整合	130
用崇高的职业道德推动哲学社会科学研究	138
激活思维方式 提升管理能力	144
加强党的执政能力建设和先进性建设	159
一项重要的基础工作和桥梁工作	
——谈谈信息工作问题	175
共和国五十华诞感怀	190
思想政治工作和精神文明建设的有效载体	191
高速通则湖南通	
——湖南省社科院副院长唐日新解读湖南省高速公路建设	197
后 记	203

社会主义现代企业的战略大计

——长岭炼油化工总厂素质建设的调查

“企业的‘企’字，从‘人’字开头，办好企业理应从做人的工作入手；企业要上等级、上水平，关键是人的素质要上等级、上水平；现代企业的竞争，归根到底是人的素质的竞争，是人才的竞争。”这是长岭炼油化工总厂决策者对提高国民素质和人才资源开发的一条重要体会，也概括了这个厂办企业的一条根本经验。过去，这个厂高度重视提高人的素质。在建设社会主义市场经济的过程中，人的素质建设进一步迈向了制度化、系统化的轨道，勾画并实践了一个素质工程蓝图。现在，全厂拥有专业技术干部 3967 名，拥有中级以上技术职称人员 1401 名，占职工总数的 11.7%，具有高级职称的 197 人。初步形成和优化了包括思想政治工作、科学技术工作、经营管理工在内的能够适应企业现代化建设需要的各级各类专业队伍。

职工素质的提高，带动了企业整体素质的提高，为企业两个文明建设带来了实实在在的效益。全厂已拥有固定资产原值 23 亿元，原油年加工能力达 500 万吨，催化剂年生产能力 2 万吨，能生产 70 余种石油化工产品，产品出厂合格率始终保持 100%，畅销全国大部分省市及港、澳和东南亚、欧洲地区。截至 1996 年底，累计完成工业总产值 258 亿元，实现利税 90 亿元，相当于建厂投资的 20 倍。已经形成了一整套独具特色的现代化管理模式和管理方法。先后获得了国家一级企业、全国企业管理优秀奖、全国思想政治工作先进单位、全国“五一”劳动奖状、全国先进基层组织、湖南省双文明建设模范单位等一系列荣誉称号。先后有 20 多个国家和地区 200 多个团体来厂参观考察和交流技术。1991 年 3 月 14 日江泽民总书记视察该

厂,感慨地说:“想不到大山沟里有这么好的石化企业。”

一、素质工程建设的战略地位

长岭炼油化工总厂坐落于湖南省岳阳市境内,是70年代初建成投产的。当时,这个厂是全省、全国学大庆的先进典型。1990年,中共湖南省委、湖南省人民政府作出《关于开展向长岭炼油化工厂学习办好社会主义企业的决定》,推广了这个厂的经验。

星移斗转,在发展社会主义市场经济的新形势下,工厂面临着一系列新情况、新问题。如何在新形势下使企业得以进一步发展,长岭炼油化工总厂面临着一场新的挑战:

首先,价值导向的任务越来越紧迫。市场经济机制的运行,一方面有力地推动着社会的变革和观念的更新。另一方面,也使一些人陷入拜金主义、享乐主义、极端个人主义的价值误区。如何进行正确的、科学的价值导向,弘扬集体主义、爱国主义、社会主义的主旋律,弘扬时代的改革创新精神,以增强企业的凝聚力、向心力、战斗力,这是一项艰巨而繁重的任务。

其次,“占领市场”的竞争越来越激烈。长期以来,石化生产任务由国家下达指令性计划,产品由国家统配统销,“皇帝的女儿不愁嫁”。走向市场经济以后,石化产品面临着严峻的市场考验。如何使广大职工树立竞争意识、风险意识,摒弃封闭保守、老大自居观念,瞄准市场,占领市场,是实现企业效益的一个重大课题,也是企业决策者、经营者必须具备的基本功。

第三,科技文化在现代商品中的含量越来越大。现代商品的竞争,就某种意义来说,是商品中科技文化含量的竞争。商品中科技文化的含量越大,商品的附加值就越高,竞争力也就越强。长岭炼油化工总厂所处的地理位置,决定了它客观存在的原油运输线长、资源不足等劣势。如何提高生产水平,用好原油资源,向深加工精加工延伸,将劣势转化为优势?如何确立和实施好“生产一代、开发一代、储备一代”的方针,加快产品升级换代的步伐,是提高市场竞争能力的重要砝码,更是企业走向国际市场的必然要求。

第四,生产管理自动化程度越来越高。长岭炼油化工总厂生产管理等工艺流程已经过几次升级换代。DCS集散控制系统、信息网络、在线质量

分析仪等现代化技术和手段已应用到生产、管理、销售、安全、环保、职工培训等方面,生产经营管理具有较高的自动化水平。但是,如何进一步实施科学化、信息化管理,进一步加快信息化速度、加快信息流量,实现信息共享,是在高新技术条件下现代企业运筹决策不可缺少的手段。

这个厂的决策者们,深刻分析了面临的形势和时代特点,从中得到了哲理的启示:四个方面的时代特点,是企业必须抓住的四个战略问题。而解决这些问题,必须抓住提高人的素质这个核心。人的素质,决定着企业在市场竞争中的胜负;高素质的人才,是企业的第一战略资本;人的素质建设,是企业的战略大计,是现代企业的战略制高点,必须作为一个系统工程建设来抓。这就是长岭炼油化工总厂决策者们结论和抉择。

二、素质工程建设的基本框架

长岭炼油化工总厂的素质工程建设坚持以马列主义、毛泽东思想和邓小平建设中国特色社会主义理论为指导,全面提高职工的思想道德素质、科学文化素质、专业技术素质和心理身体素质,造就一支有理想、有道德、有文化、有纪律的职工队伍,为实现“发展大化工、进入大市场、参与大竞争,争创一流企业”的战略目标,提供有力的思想保证、精神动力、智力支持和人才资源。整个素质工程建设以管理体系、教育结构体系、培育基地体系为横向结构,以领导干部、职工群体、先锋堡垒、高层次人才四支队伍建设为纵向结构,形成了一个立体化的素质工程建设的基本框架。

1. 素质工程建设的横向结构主要展示在以下三个切面上。

①实行总厂总揽、部门归口、分层培训、分级实施的管理模式。素质工程建设纳入全厂的总体建设,纳入目标管理;统筹安排,统筹工学;实行部门分工、管理分级、目标分解的具体办法。建立起组织、宣传、劳动、人事、教育、工会、团委、技术、生产等单位,部门既有分工,又有合作的管理体系。

②建立相互衔接的教育结构。长岭炼油化工总厂建立了拥有职高、石油学校(中专中技)、培训中心(职大、电大)和党校(管理学校)的职工教育相互衔接的教育体系。

③开辟、规范各类培育基地。在大力办好两院两所(设计院、研究院、计

算机所、设备研究所),提高对高新技术的接受和创造能力的同时,建立了四个类型的培训基地:即以培训中心和管理学校为主的综合性培训基地,以石油学校为主的职业培训基地;以规范车间为主的现场培训基地;以炼油化工仿真、计算机、化验、仪表、焊工、电工、钳工、金工、汽车驾驶9项技能为主的操作培训基地。每个基地都达到了有场地、有设施、有教师、有教材等“十有”标准。

2. 素质工程建设的纵向结构,主要展示在以下四支队伍的建设和形象的塑造上。

①德能并重的公仆形象建设。企业领导干部公仆形象建设,是素质工程建设的首要任务,对整个企业建设起着至关重要的导向作用和保证作用。长岭炼油化工总厂对领导干部形象建设的基本要求是:政治坚定,是坚持社会主义道路的领头雁;观念更新,是企业走向市场的开拓者;事业心强,是胜任本职工作的行家里手;无私奉献,是职工群众信赖的人民公仆;从业清廉,是遵章守纪的带头人。如何树立领导干部的公仆形象?长岭炼油化工总厂的领导层,坚持“三讲”,即讲学习、讲政治、讲正气。坚持“三抓”,即抓理论武装,提高思想修养和政策水平;抓勤政廉政,健全监督约束机制;抓知识更新,增强弄潮本领。主要领导同志以身作则,率先垂范。他们的行为和形象,对整个领导层乃至全厂职工是一种无形的命令,是力压千斤的秤砣。这个厂对领导干部制定了严格的行为规范,并将它公开化,自觉接受群众的监督批评。每年由职工群众对领导干部进行一次全面的民主考核,办法是由本人述职,背靠背评议,投信任票,开见面会,考核与奖惩任免挂钩,还实行了干部诫免制度。1996年通过考核,全厂有26名干部被授予“优秀领导干部”称号,有9名干部被评为清廉公仆,有15名领导干部分别被降职、调离或就地免职。

②爱国、爱厂、爱岗的职工主人翁群体建设。这是素质工程的主体,决定着企业的整体素质建设。在职工主人翁群体建设中,厂党委坚持以“四有”为目标,以“四职”(职业思想、职业道德、职业纪律、职业技能)为中心内容。坚持不懈地向职工进行以爱国、爱厂、爱岗为主线的基本行为规范教育。在广泛发动、自我教育、上下结合的基础上,全厂制定了不同行业、不

同工种、不同岗位基本行为规范 41 个,实施细则 88 个。为了贯彻落实各项行为规范,厂里发动职工群众开展以“争创一流企业、争做合格长炼人”为主题的“四大讲”(即讲好人好事、讲积极因素、讲闪光点、讲优良传统作风)活动,并分层次、分工种(行业)刻画、塑造不同员工的群体形象。在层次上有一般工人、班组长、车间干部、机关工作人员、领导干部五个层次的群体形象。如车间干部的形象是:“政治学习的辅导员、落实制度的监督员、执行任务的指战员、业务技术的教练员、职工群众的勤务员。”全厂刻画和塑造出 164 个群体形象。这个厂的“铁梅泵房”,15 个姑娘看管着 88 台机泵,多年来,始终坚持“三勤”、“三细”、“三不放过”操作法,从未出现过责任事故。它不仅是全厂最佳群体形象,而且被评为全国“三八”红旗单位。江泽民同志视察该泵房时,连声称赞这种工作规范:“很好,很好。”现在,爱国、爱厂、爱岗,“争创一流企业,做合格长炼人”正成为职工的价值追求,职工主人翁意识在这种追求中得到强化。近年来,职工每年提出合理化建议在 4000 条以上,被采纳实施的在 3000 条以上,创造经济效益达 800 余万元。

③率先垂范的战斗堡垒建设。长岭炼油化工总厂的堡垒建设,主要是抓好三个层次的工作:一是把党委建设成为坚强的政治核心。最根本的问题是以健全的制度作保证。这个厂先后制定了一整套适应企业领导体制,能充分发挥党组织政治核心作用的制度,包括行政领导定期向党组织报告工作的制度;党组织负责人参加厂长(经理)办公会、厂务会制度;党管干部的制度;党委实行监督制度;党政民主生活会制度等等。党政主要负责同志都带头严格按有关制度办事,工作中互相支持。二是把党支部建设成为坚强的战斗堡垒。这个厂的党支部建设主要做到了“三硬”:即“班长”硬、支部达标硬、党内讲评硬。在党支部达标活动中,实行严格考核和滚动管理,坚持党组织讲评党员,党员也讲评党支部及其负责人的工作的双向讲评。三是把党员队伍建设成为坚强的排头兵。每年都开展一次主题鲜明的党性教育活动。多年来,坚持了党员责任区制度:围绕生产经营的难题和群众关心的热点、疑点、难点问题,开展党员排忧解难活动;围绕企业的安全生产问题,开展“党员面前无事故”活动;围绕职工群众面临的困难和需