



习近平总书记指出,“党员、干部特别是领导干部要清醒认识到,自己手中的权力、所处的岗位,是党和人民赋予的,是为党和人民做事用的,只能用来为民谋利”。他强调,“必须把为民造福作为最重要的政绩”。如何做到坚持把为民造福作为最重要的政绩呢?位于成都平原西北边缘的都江堰水利工程给我们很多有益的启示。

主政一方必须为民造福。古西蜀水患严重,成都平原遇洪水则一片汪洋,遇旱灾又赤地千里,是古蜀国生存发展的一大障碍。秦昭王委任李冰为蜀郡太守,让他兴修水利以根治水患,发展川西农业、造福成都平原。《史记·河渠书》记述了都江堰水利工程,“此渠皆可行舟;有余则用溉浸,百姓赖其利”。这是充满东方智慧的水利工程,也是一面跨越千年的政绩明镜。官之权,民所授。取之于民、造福于民,理应是政绩的原点和归宿。共产党人更应该始终把人民的根本利益放在至高无上的位置,努力为民造福。作为国民经济发展中坚力量的国有企业,之所以能够为国家和地方财政增收、经济发展作出积极贡献,就是因为始终践行“国家利益至上、消费者利益至上”的行业共同价值观,始终坚持把国家和人民利益放在首位。

为民造福必须做到求真务实。文献记载,李冰在建都江堰前,做了大量的实地考察,沿岷江逆流而上数百里,实地测量沿岸地形地貌、搜集水情资料,最终找到了岷江洪水泛滥症结,并按照“中流作堰、鱼嘴分水”的准则,科学合理分流内江、外江流量,历时8年终成伟业,并总结出“深淘滩、低作堰”的治水六字经,为秦统一六国创造了经济基础,

国有企业必须坚持把为民造福作为最重要的政绩

——都江堰工程的新时代启示

□ 彭传新

也为后世水利工程的建造树起一个典范。这就启示我们,不仅治水要遵循自然规律,任何为民造福的事都要求真务实。求真务实是由我们党的性质和宗旨决定的,也是党的一贯态度和作风。共产党人要当老实人、说老实话、做老实事,始终做到谋事要实、创业要实、做人要实。干事创业必须贯彻新发展理念,遵循经济规律追求科学发展,遵循自然规律追求可持续发展,遵循社会规律追求包容性发展。

为民造福必须既要做强功更要做潜功。都江堰水利工程从建成至今,始终发挥着巨大的综合效益。《华阳国志·蜀志》中称:“水旱从人,不知饥馑。时无荒年,天下谓之天府也。”2000年12月,都江堰被列入世界文化遗产名录,联合国世界文化遗产委员会评价道“这是全世界迄今为止,年代最久、唯一留存、以无坝引水为特征的宏大水利工程。”这就启示我们,党员干部要用最广大人民的根本利益和口碑来检验自己的工作成绩,真正为民办实事、谋实利。不管是安于现

状、不思进取,还是不顾条件、盲目冒进,都是对人民和历史不负责任的表现。具体到企业来说,当企业生存都成问题时,何谈个人荣光、何谈员工利益、何谈社会贡献?国有企业必须牢固树立对人民和历史高度负责的态度,科学把握经济社会发展的基本规律,坚持用历史的眼光看待业绩、从历史发展的需要创造业绩,培养辩证思维、战略思维能力,正确处理全局与局部、当前与长远的关系,使思想和行动更加符合客观实际,更加符合历史发展的趋势和方向,让业绩经得起历史的检验。

为民造福必须坚持用新发展理念引领发展。都江堰水利工程以不破坏自然资源、充分利用自然资源为人类服务为前提,变害为利,使人、地、水三者高度协合统一,是全世界迄今为止仅存的一项伟大的生态工程,至今滋润着天府之国的万顷良田。这就启示我们,要深入贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,在破解发展难题中增强动力、厚植优

势,不断朝着更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的方向前进。也正是坚持将新发展理念作为发展方向标、运行红绿灯、工作指挥棒,四川中烟在面临高端引领规格缺失、工厂处于半停产状态、税利断崖式下滑等严峻挑战时,才能迅速理清思路,着力发展企业和品牌,科学统筹稳增长、促改革、调结构、树品牌等工作,企业发展和品牌成长取得历史性突破,企业进入高质量发展快车道。

为民造福必须营造风清气正的政治生态。都江堰水利工程的建成,根治了成都平原的水旱灾害,使西蜀从此“沃野千里”,成为富甲一方的天府之国,并长期发挥了生态屏障和水源涵养功能。成都3000年城址不迁、2500年城名不改的历史奇迹,也得益于都江堰的灌溉滋养。自然生态要风清气正,政治生态也要风清气正。四川中烟把政治生态突出问题全面整改作为当前和今后一段时期的重要政治任务,对照反思中央纪委、国家监委指出的烟草行业七个“依然严峻”突

出问题,按照国家局党组提出的“四个深刻汲取、四个增强定力”的要求,深刻汲取行业违纪违法案件的惨痛教训,准确把握行业18项整改任务和要求,坚持“严”字当头、标本兼治,坚决避免专项整治过程中的形式主义、官僚主义,以刀刃向内的决心和自我革命精神,以永远在路上的恒心和韧劲把四川中烟全面从严治党引向深入,在四川中烟上下营造风清气正的政治生态,以优良的政治生态涵养激发企业持续前进的不竭动力,全力谋高端品牌、谋核心技术、谋领军人才、谋企业未来,推动四川烟草工业长远健康发展。

为民造福必须涵养“功成不必在我”的品格。都江堰并不是一劳永逸的工程,它能持续两千多年仍发挥作用,很重要的一点是坚持不懈地管理与修治。历代都江堰守护者,“每年淘滩作堰,躬与徒役为伍”,坚守岁修维护制度,最终造就了人类历史上的水利工程奇迹。越是伟大的事业,越是需要勠力同心、代代传承,若没有

“功成不必在我”的襟怀和境界,就很难坚持下去。这就启示我们,要涵养“功成不必在我”的品格,真正为民造福。四川烟草工业发展离不开先辈筚路蓝缕创下的发展基业,离不开一代又一代川烟人的薪火相传。我们必须发扬产业报国精神,补齐高端市场短板,做强做优做大品牌,为发展奠定坚实的品牌基础和市场基础,在“逐梦千亿”路上跑好我们这一棒、站好眼前这班岗,为四川地方经济社会多作贡献,为行业高质量发展贡献力量。

为民造福必须推崇“滴水穿石”的实干精神。修建都江堰时火药尚未发明,要开凿坚硬的角砾岩山体是相当艰巨的工程。《华阳国志》中记载李冰修筑道(今宜宾)时“其崖嵒峻不可凿,乃积薪烧之”,所以专家推测都江堰宝瓶口的开凿,也是采用烧石开山的办法,历时8年凿山通水。这就启示我们,为政务实的关键在于实干,只有先做一个实干家,才能有所建树。如果不沉下心来抓落实,再好的目标,再好的蓝图,也只是镜中花、水中月。四川中烟过去的成绩离不开实干担当,未来的发展更取决于抓落实的决心和成效。目前,我们正处在发展的最佳机遇期,为紧紧抓住来之不易的发展机遇,推动企业实现跨越式发展,四川中烟在一以贯之抓落实的基础上,将今年确定为“抓落实年”,牢牢抓住领导干部这个“关键少数”,以反对形式主义、官僚主义为突破口,以钉钉子精神做实做细各项工作,确保把一个个目标转换为一项项成绩,以实干实绩推动企业高质量发展。

(作者系四川中烟工业有限责任公司党组书记、总经理)

打造特色品牌 创新基层党建

□ 刘 璐

深圳市烟草专卖局(公司)坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,认真贯彻落实国家局党组各项党建工作部署,积极探索新形势下加强党建工作的新方法,以“一支部一品牌”创建工作为突破口,助推基层党建全面进步、全面过硬,形成了党建业务双向融合党建模式,将党建的“软实力”转化为推动高质量发展的“硬支撑”。

以品牌建设理念打造基层党建特色

深圳市局(公司)深入开展“一支部一品牌”创建活动,打造党建品牌精品,全面提升党建工作特色化水平。加强顶层设计,由“不均衡”转为“标准化”。深圳市局(公司)党组在筹划“一支部一品牌”创建活动之初,就将品牌建设的理念植入党建工作,借鉴企业品牌理念和管理手段,按照“有鲜明的品牌名称、有深刻的品牌内涵、有完善的创建机制、有丰富的活动载体、有标准的服务规范、有良好的群众影响”的目标,努力创建既有党建内在要求、又有党建外在影响的支部工作品牌。结合各支部实际,市局(公司)党组提出“三型”品牌创建方针:一是问题导向型品牌创建;二是优势资源开发型创建;三是体系系统摄型,统摄指导全部党建活动。

强化深度融合,将“两张皮”变成“一盘棋”。针对部分基层党组织党建工作难以真正与业务工作相辅相成的问题,深圳市局(公司)党组在“一支部一品牌”工作机制设计之时,始终坚持围绕中心、服务大局、融入经营管理,坚持因地制宜、务实创新、突出重点,将“一支部一品牌”创建活动与经营管

理工作紧密结合起来。一是做到思想融入。二是做到组织融入。三是做到人才融入。四是做到制度融入。

抓实分类指导,变“单兵战”为“协同战”。深圳市局(公司)历来重视党建工作,将党建工作与中心工作同抓共管、成果丰硕,基层党组织在抓好党建工作中热情很高,相互间比学赶超,很有成效。但党支部建设工作缺乏信息共享平台,党支部品牌遍地开花但交流共享较少。针对这些实际问题,市局(公司)党组决定开展“一支部一品牌”创建活动,在原有党建成绩的基础上,提出更高的目标和更新的思路,进一步强化支部品牌创建活动的指导和规范,搭建平台加强各支部之间的经验交流与资源共享。

以党建“红色引擎”凸显党建引领作用

“一支部一品牌”创建活动中,深圳市局(公司)把品牌创建作为促进经营管理工作的有力抓手和重要载体,大胆探索,积极实践,打造党建亮点品牌,构建起“一支部一特色,一品牌一阵地”的基层党建新格局。

亮点一:“1+12+2”模式推进党建与业务工作深度融合。一是建立“一套机制”,紧扣“一支部一品牌”这条主线,加强党建工作、业务工作梳理,把业务工作中的热点、难点作为党建与业务工作的最佳结合点,促进党建与业务工作深度融合。二是打造12个品牌,组织基层党支部形成了“一体系,两阵地,三服务”,创建模式、“1234党建工作模式”,创立了“党建领航”“党员课堂365”“心服务·行致远”“不忘初心、金叶护航”“红色引擎”“五心·五行”“初

心·你和我”“青春党校”“‘一方盒’爱心之家”“两先”等12个支部品牌。三是发挥“两个作用”,充分发挥党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用,推动支部品牌效能最大化,实现党的建设和中心工作相互促进。

亮点二:“党建引领+创新驱动”打造智慧营销新标杆。龙华区局(公司)依托“红色引擎”党建品牌,采取以党建带团建的方式,组织青年党员、创客团队积极发挥思维活跃的特点,把智慧营销作为研究方向和攻坚重点,探索构建智慧门店,立足消费体验和消费需求,在门店整体设计、数据采集、产品开发、场景营销等方面作出开创性探索,打造出全市首家真正面对市场、面对零售客户的智慧门店。

亮点三:“党建引领+专卖管理”提升治理服务效能。福田和南山区局(公司)利用办公场所的小空间,创新改造为“产品真伪鉴别服务点及打假打私成果展览馆”,深入社区开展产品真伪鉴别服务和专卖法律法规咨询。在“大数据”的结合运用中,龙华区局(公司)积极推动“专卖智眼”建设,将日常市场监管与所在辖区网格管理信息平台对接,实现了信息实时推送,进一步提升了专卖管理效能。

亮点四:党员课堂促进理论学习不间断、天天有收获。南山区局(公司)上线“党员课堂365”微信公众号,365天每日推送,关注党员实际需求,不间断发布党建思想动态、各类政策法规、实时动态新闻、业务基础知识、企业文化理念等内容,定期组织普通党员上台讲党课,分享学习心得,充分提升普通党员学党章、习党史的积极性,提升党员队伍素质。盐田区局(公司)整合新

媒体资源,通过“党员值日生”机制,组织年轻党员轮流“执勤”,线上8小时、线上全天候为支部全体党员推送传递党建重要资讯,推动党员教育常态化、信息化、全天候。

亮点五:抓党建带队伍、涵养人才“蓄水池”。宝安区局(公司)在建设“心服务·行致远”支部品牌中,对党员提出高于普通群众的要求,以月度为单位对党员工作实行考核,要求党员严守政治规范和工作规范,突出党员先锋模范作用,在困难工作面前保持“站得出来、顶得起来、豁得出去”的水准和状态,时时“讲政治”、刻刻“守纪律”,打造了一支政治过硬、纪律过硬、工作过硬、学习过硬的党员队伍,涌现了一批党员楷模。大鹏新区局(公司)依托“青春党校”,把学习主题从党员扩展到入党积极分子、申请入党人员,打破科室间隔,鼓励并挖掘青年党员骨干为中心工作出谋划策,涌现出一批“青年示范先锋”。

亮点六:党建服务阵地架起社区群众的“连心桥”。积极响应市政府加强民生保障、建设长者食堂的号召,强化与所在社区党委的合作,利用办公场所空余空间,设立“一方盒”爱心之家,下设“长者食堂—爱心助餐点”及“四点半课堂”公益项目,为社区独居老人提供爱心便当,为社区学生提供自习场所,并组织开展了老年人插花活动、青少年情绪管理能力提升活动等一系列公益活动,收到社区群众一致好评。龙岗区局(公司)在办证服务大厅设置“一名党员一面旗帜”党员先锋岗位,督促党员亮身份、树形象、做先锋,设立便民服务站,配置失物招领小站、爱心雨伞小站、饮水设施等,优化群众办事体验。使党建品牌真正接地气聚人气,

成为凝聚群众、服务群众、传播文化的重要阵地。

以“党建+”模式着力提高基层党建质量水平

“一支部一品牌”创建活动中,深圳市局(公司)着力开拓品牌阵地,形成了处处有特色、工作有亮点的生动局面,基层党组织的组织力得到明显提升,党员意识得到明显加强,中心工作得到明显促进。

提升组织力,建强基层基础。深圳市局(公司)将“一支部一品牌”创建与提升基层党组织组织力紧密结合,通过支部品牌创建活动,进一步健全基层组织、优化组织设置,创新活动方式,扩大基层党的组织覆盖和工作覆盖。

强化党员意识,成为鲜红旗帜。深圳市局(公司)通过“一支部一品牌”创建活动,教育引导党员干部进一步强化党的意识,在行动上自觉履行党员义务,严格遵守党的政治纪律和政治规矩,成为勇于担当、攻坚克难的先锋。

聚焦主责主业,推动提质增效。深圳市局(公司)积极发挥“一支部一品牌”的引领作用,推动支部工作由点到面、由虚到实,经营管理工作创新出彩。

“一个支部就是一座堡垒,一名党员就是一面旗帜”。深圳市局(公司)“一支部一品牌”创建活动,找准了基层党组织服务经营管理、凝聚职工群众、服务零售客户的着力点,支部的思想引领力、组织战斗力、群众向心力、品牌影响力得到明显提升,形成了“抓党建促发展,以发展强党建”的生动局面。

(作者单位:深圳市烟草专卖局党建处)