

【传递信息 共享成果 交流经验 展示特色】

交流园地

集团公司党委宣传部/企业文化部

2019年7月19日

编者按：榜样的力量是无穷的。各个时期的先进典型彰显时代精神，引领奋斗方向，成为推动社会发展的强大正能量。发掘典型、宣传典型并发挥各类典型的示范带动作用，是我们党的优良传统、政治优势和宝贵经验，也是加强思想政治工作和职工队伍建设的重要方法。

多年来，山钢股份莱芜分公司党委在完善典型工作机制、发挥引领带动作用、推动企业高质量发展方面积累和形成了很多好的经验和做法，本期与大家分享。

2019年第25期（总第29期）

完善典型工作机制 发挥引领带动作用

推动企业高质量发展

山钢股份莱芜分公司党委宣传部

山钢股份莱芜分公司党委坚持把典型选树、培养、宣传作为加强党建思想政治工作、精神文明建设的重要着力点，紧紧围绕中心、服务大局，着力构建典型组织、选树、宣传、带动机制，积极为典型成长提供广阔舞台，培养了一批具有广泛影响力的先进典型，营造了见贤思齐的良好氛围，凝聚了蓬勃向上的奋进力量。

一、完善组织领导机制，使典型“抓得牢”

为做好典型工作，公司党委把典型培养、选树、宣传列入党委工作重要日程，注重顶层设计，强化组织领导，建立《典型宣传工作机制》以及文明单位、“双十佳”评选、劳动模范、钢铁榜样等多种制度，将典型工作纳入规范化、科学化、系统性轨道，做到了机制健全、组织有力，确保将典型工作牢牢抓在手上。公司及各单位分别建立由党委统一领导、党委宣传部门牵头组织、各部门共同参与的领导机制，上下联动、左右协同。公司成立由党委领导任组长、宣传部为主责部门，党群各部门、新闻单位为成员的典型宣传工作格局，建立典型宣传联席会议制度；成立由宣传部有关人员、基层部分骨干人员组成的典型宣传工作队，

以机制体制的不断优化，保证了典型宣传工作效果。公司党委每年针对文明单位、党风廉政建设先进单位、党建工作先进单位、三型党组织建设先进单位等重要的典型集体以及劳动模范、优秀共产党员、年度钢铁榜样等重要的典型个人评选，专门召开党委会研究确定，通过年度表彰大会、庆七一表彰大会等重要会议进行表彰奖励，大张旗鼓开展宣传，引导职工学习追赶，形成评典型、奖典型、推典型、学典型、做典型的良好格局。

二、完善典型选树机制，使典型“立得起”

在典型选树上，公司党委紧紧围绕时代发展主题和企业中心任务，针对职工群众的需要和关注的焦点，规范程序、健全制度，有重点、分层次选树典型，做到每项重点工作和重大活动都有典型、有经验，真正树立起了事迹过硬、群众认可、有示范带动作用的典型。一是明确原则、重点。在先进典型的选树上，坚持五项基本原则，即围绕中心，服务大局；准确定位，个性鲜明；调查落实，群众参与；加强培养，完善升华；拓宽视野，多层次培养。突出三个重点，即引领职工敬业爱岗、倡树道德文明风尚、展示企业发展亮点。紧扣上述原则和重点，多层次、细分类，大规模选树和宣传在贯彻落实上级重要部署和重大活动安排中涌现出的典型；在深化国企改革、推进企业高质量发展中涌现出的典型；在积极实施人文关怀和心理疏导，不断加强思想政治工作中涌现出的典型；在推进社会主义精神文明建设、践行社会主义核心价值观中涌现出的典型；在繁荣发展先进企业文化、打造文

化品牌中涌现出的典型；在全面加强党的建设中涌现出的典型的经验、优秀党组织和优秀共产党员；在推进魅力山钢建设、维护社会稳定、打造省绿色发展标杆企业等方面涌现出的典型等等，形成了处处有模范、层层有榜样的生动局面。比如，党的十八大代表、全国劳动模范左炳伟、全省道德模范孙波等典型个人，多次在全国夺金、两次获世界冠军的莱钢拔河队等典型集体，以及新旧动能转换、精益运营、智能制造、产业工人队伍建设、党建思想政治工作“5+2”品牌等典型事迹和经验，在钢铁行业和社会引起广泛关注，产生了积极反响。短短5年间，就涌现出公司及以上劳动模范76人、先进生产工作者2700多人，各级道德榜样和模范近300人，形成了一个具有鲜明时代印记、钢铁特色的先模群体。二是实行归口申报制度。各单位、部门对本单位、本系统涌现的典型进行归口上报，并向同级宣传部门推荐，由公司研究确定后统一宣传。三是规范典型审查程序。拟在公司内部集中宣传的典型，经公司审核批准后实施；拟推荐上级宣传的重大典型，经公司党委审核后统一上报。涉及有关领导干部的典型宣传，事前听取同级组织、纪检等部门意见。四是建立典型储备库。有选择地储备一定数量的先进典型，形成“发现一批、培养一批、储备一批、宣传一批、学习一批”的良性循环，确保长流水、不断线。

三、完善典型宣传机制，使典型“叫得响”

为了让典型“叫得响”，不断拓展宣传渠道、丰富宣传手段，

多层次、立体式、高密度进行宣传，形成典型宣传的强大合力和声势，树立了标杆，推动了工作。一是分层次集中宣传。根据典型影响力和受关注度，分重大典型、重要典型、一般典型三个层次。重大典型由公司党委发文推广经验，在内部开展全方位、多层次宣传，并推荐到上级进行宣传；重要典型在全公司集中宣传；一般典型由公司协调内部媒体统一宣传。莱钢拔河队自1997年组建以来，先后两次获得世界室内拔河锦标赛公开赛冠军，44次获得国家级拔河比赛冠军、63次亚军。2018年3月，他们在世界拔河锦标赛中勇夺公开赛600公斤级混合组冠军，这是中国首次获得该级别冠军，也是唯一一支取得冠军的职业业余队伍。为此，公司党委专门下发《关于弘扬莱钢拔河精神、促进企业做强做优的决定》，号召全公司上下学习践行“一根绳、一条心、一股劲、一个梦，挑战极限、永不放弃”的拔河精神，以更加饱满的热情、更加昂扬的斗志投入生产经营建设，迅速形成学习热潮，激发了强大力量。二是多种载体形成合力。发挥多种媒体优势，运用报纸、电视、网络等多种媒体，建立微博、微信等新媒体平台百余个，形成了互动配合、合力宣传的局面。运用报告会、座谈会、研讨会以及诗歌、报告文学、歌曲、公益广告等多种形式，大力开展典型宣传，提高了典型宣传的吸引力、感染力。今年“五一”劳动节之际，公司党委专门召开“十大工匠”表彰暨“弘扬三种精神、争当时代先锋”事迹报告会。职工听后非常感动，纷纷表示：“工匠师傅们不怕苦不怕累，爱岗敬业、尽职尽责

责，他们的敬业精神、精业精神、专业精神、创新精神，非常值得大家认真学习。我们一定会立足岗位、忠诚敬业，为企业的发展尽自己的一份力量。”另外，运用文化手段让典型亮出精彩，是公司的传统和特色。很多单位都建设有宣传典型的文化长廊，有以典型人物命名的道路、班组、操作法等等，通过这些文化载体，让职工在耳濡目染中受到典型的熏陶，提升了自身素养。三是加强对外宣传。对突出典型，积极向上级推荐，并有计划、有步骤地组织、策划好对外宣传，让典型飞出企业、影响社会。2016年5月，公司抓住省委宣传部、省经信委、省国资委等8家部门单位组织“创新发展看鲁企”采访团集中采访的有利时机，积极向上级推荐获得认可，中央驻鲁新闻单位、香港媒体驻鲁办事机构、省内报刊杂志和省内重点新闻网站等30多家主流媒体到公司就“互联网+党建思想政治工作”的经验做法进行采访宣传，《工人日报》《大众日报》等报纸，《思想政治工作研究》《党员干部之友》《冶金企业文化》等杂志，人民网、光明网、大众网等网络媒体予以报道，在山东省和全国范围产生了广泛的影响。去年7月12日，《人民日报》新闻协调部主编刘文波一行就“企业贯彻落实《新时期产业工人队伍建设改革方案》，推动产业工人队伍建设改革取得的举措和成效，到莱芜分公司进行专题采访调研，在全国推广公司加强产业工人队伍建设的经验。

四、完善典型带动机制，使典型“用得好”

能否引起共鸣、推动实践，是衡量一个典型宣传成功与否的

重要标志。多年来，公司党委着力以先进典型促进工作，通过表彰会、观摩会以及各种学习、讨论、实践活动等形式，引导广大职工深刻认识先进典型的时代意义和深刻内涵，化为自觉行动，在全公司形成学习先进、争当先进的良好风尚，使典型产生了持久、强大的影响力。持续多年开展的“十大杰出青年”“青年志愿服务”“劳模创新工作室”等系列活动，在选树一大批典型同时，让企业精神发扬光大，凝聚了推动企业改革发展的强大正能量。比如，公司党委将典型示范带动作用发挥与职工职业成长结合起来，大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，以劳模的名字命名创新工作室，借助一个个榜样、标杆的力量，激励带动技术人员、技能人才素质提升，为职工当好主人翁、建功新时代搭建舞台。劳模创新工作室逐渐成为职工技术创新攻关、技能培训传承的主阵地。通过建阵地、立标杆，技能人才传帮带，把技能创新人才优势发展为群体优势，激发了职工创新创效潜能，开创了企业改革发展新局面。

五、紧跟时代发展步伐，使典型更有“时代感”

抓典型，要顺应时代要求，让人们学习典型所体现的时代精神，让典型身上的时代精神发扬光大。公司党委注重与时代发展接轨，与时俱进加强和改进典型宣传，让典型走进职工的心里，走入寻常百姓家，成为社会进步、企业发展的新名片。一是开展“微电影”创作。随着新媒体技术的日渐成熟普及，微电影以人们喜闻乐见的形式逐渐渗透到职工的日常生活中，为典型宣传工

作带来了新的契机。公司积极探索开展“最美莱钢人”微电影创作，用微电影的形式把典型人物的感人事迹表现出来，在媒体上传播出去，扩大影响力和带动作用，让职工在潜移默化中接受教育，有效发挥了身边榜样的激励作用。以身边的先进典型、先进事迹为题材，用镜头生动形象地记录下“草根英雄”，用实际行动奋力追寻“强企梦”的过程，弘扬了社会主义核心价值观，得到了职工群众和社会各界的广泛认可。短短五年多的时间，职工自编自导自演微电影 120 多部，《一日三餐》《传承》《传家宝》《精益情缘》等十多部微电影在全省、全国获奖。其中《一日三餐》获 2017 年中国金鸡百花电影节第二届国际微电影展映优秀作品奖；《传承》获中国机冶建材工会微电影大赛一等奖第一名；《精益情缘》获全国职工微影视大赛故事片铜奖。微电影创作根深叶茂，生机勃勃，成为了企业文化、职工文化建设的靓丽名片。

二是塑造“钢铁榜样”品牌。自 2006 年起，连年开展“感动莱钢人物”评选活动，大力宣传、隆重表彰，并出版《感动莱钢》，为感动人物著书立传，营造了良好风尚。从 2016 年起，适应钢铁板块独立运营的现实需求，在“感动莱钢人物”评选的基础上，组织开展了“钢铁榜样”评选，分别设立助人为乐、见义勇为、诚实守信、敬业奉献、孝老爱亲五个类别，明确评选标准、程序以及表彰奖励办法，为“四德工程”建设注入新活力，推动了新时代文明实践。5 年来，全公司共发掘“钢铁榜样”事迹上千件，表彰近 300 件，一批道德模范获得上级表彰，塑造了文明道德建

设新品牌。三是搭建典型宣讲平台。按照省委宣传部、省国资委和山钢集团党委部署，莱芜分公司党委连续六年组织开展“中国梦”百姓宣讲活动，并组建巡回宣讲团送宣讲到基层 60 余场次。结合企业实际，注重将中国梦宣讲打造成为一个融理论教育与典型宣传为一体的新阵地，通过讲述先模人物在努力实现美好梦想的过程中对美好道德的弘扬与践行，引起广大干部职工情感共融、心灵震撼，取得了明显效果。业余红娘李晓红是公司评选出的“钢铁榜样”，她助人为乐、工作认真，品德高尚。在中国梦宣讲活动中，有意识地鼓励、培养、推选她参加公司、山钢、国资委以及全省的宣讲比赛，并且被选为“省级百姓宣讲员”。在全省巡回宣讲中，向全省各地群众讲述了她利用工余时间义务安排相亲 3000 余人次、成功撮合 120 多对“鸳鸯”的故事，赢得了广泛赞誉。特钢事业部职工王红芝爱岗敬业、对党忠诚，热情参与宣讲工作，两次代表省国资委参加全省宣讲比赛获得一等奖，去年是一等奖第一名，参加全省巡回宣讲活动，得到了省委讲师团的认可，并发来了表扬信。同时通过报纸、电视、微信公众号等形式多次宣传王红芝的事迹，在全公司产生广泛影响。

强有力的典型工作取得丰硕成果，激发了企业旺盛人气，树立了企业良好形象，带动了公司生产经营改革发展整体工作提升，实现了经济与社会效益的双丰收。

发送：各单位，各直属机构宣传部门

抄送：集团公司党委常委，各单位党委领导，总部各部门负责人

集团公司党委宣传部/企业文化部

2019年7月19日印发
