

党旗红助企业兴

——中国医药集团围绕企业发展抓党建纪实

■ 本报记者 陈玮英 丁国明

“员工就是企业的上帝，员工思想稳定了，才能为客户提供优质的产品和服务。”中国医药集团党委书记王丽峰坦陈。

在遵循“围绕经济抓党建，抓好党建促发展，进入管理起作用”的工作思路下，国药集团党委坚持在跨越发展中抓好党风、在科学发展中强化政风、在和谐发展中推进民风，使国药集团党组织建设呈现出生机和活力，为企业改革发展稳定提供了坚强的政治保证和组织保证。

激起浪花朵朵

近年来，国药集团发展势头势不可挡，在实施重组并购过程中，引入了大量的社会资本。“面对民营企业加入国有企业，从党委角度来讲，就是如何将其纳入到国有企业党建序列中，使其能够融入到国药集团大家庭。”王丽峰对《中国企业报》记者说。

让人质疑的是，如何在这些民营企业中开展党建工作呢？“调研。”王丽峰告诉记者，开展党建工作必须调研，不能闭门造车。

于是，国药集团党委开始了民营企业进入国有企业党建现状调研。

国药控股重庆有限公司，重庆市唯一直属中央企业的药品经营企业，于2010年5月由原来的一家民营企业与国药控股重组而成，同年6月，在原有党支部基础上更名为国控重庆党支部，党员27人，党员占比9%。

“军校+家庭”是国控重庆特有的企业文化。国控重庆总经理姚昌军接受《中国企业报》记者采访时表示，公司坚持“以人为本，关心关爱员工”，努力“提高学习力，增强执行力”，积极营造良好的企业文化，现已形成了由“五星”、“五S”、“五I”、“五定”、“五爱”、“五化”、“五心”、“五施”、“五新”、“民主”构成的“军校+家庭”企业文化模式，这实际上是对集团提出的仁爱、责任的企业文化的具体诠释。

以生产抗生素为主的山西威奇达是一家在美国上市的股份制企业。面对国际金融危机冲击，在权衡了成本和发展空间后，2010年4月选择与



国药集团携手中国林业集团公司和中国国新控股有限公司共同举行“共建生态林，携手献爱心”活动

国药集团合作。

进入国药集团后，国药工业威奇达党委根据国药集团党委的要求，坚持做到公司生产建设扩展到哪里，公司党组织就建立到哪里。新厂搬迁建设期间，成立工程项目党支部，为项目的顺利实施发挥了党组织的战斗堡垒作用。随着生产规模的不断扩大，增设了新建车间党支部，扩大了党组织覆盖面，为公司实现达产达效发挥了党组织的保障作用，实现了党建工作全覆盖。

更好地服务社会

“而对于没有党组织的新加入国药集团的民营企业，国药集团党委要求这些公司按照程序建立党支部，开展党建工作。”王丽峰表示。

国药科器黑龙江医疗器械有限公司在加入国药集团之前并没有党支部。整个公司有8名党员，党员占比12%。“加入集团后，成立了临时党支部。在这次党建调研中，参加座谈的党员代表在发言中都非常高兴，感到过去在民营企业，长期游离在党组

织之外，没有组织的关心，现在总算有了找到娘家的感觉。”又如：国药控股黑龙江有限公司，2010年11月加入国药，2012年2月成立党支部，有16名党员，党员占比4.8%。在这次调研中，参加座谈的党员代表在发言中普遍谈到，“进入国药集团，重新找到了归属感，感到很自豪，团结的氛围很浓，对未来充满信心。”针对国控黑龙江公司党员占比偏低的情况，集团党委明确提出要求，希望国控黑龙江公司党支部加大对党外积极分子的培养，力争将公司经营骨干和一线优秀员工培养成党员。王丽峰高兴地说。

事实上，“对于领导而言，面对的是两个客户，一个是内部员工客户，另一个是外部市场客户。”在王丽峰看来，员工客户是相对重要的客户。“如果不能注重内部员工客户，又将如何为市场客户提供优质产品和服务。”因此，首先要夯实基础，“只有把企业内部治理好了才能更好地服务于社会。”

“这就需要让每一名党员在各自岗位上都能发挥党员的先锋模范带

头作用，一帮一、一帮一产生的效益，远远大于党建工作支出成本。员工团队建设好了，企业的业绩才会更好地增长。做成一件事，单靠一个人不行，必须靠一个团队。”王丽峰如是说。

正是在团结协作共同努力下，国药集团销售收入从2009年的645亿元，跃升至2011年的1250亿元，3年增幅达93.7%，成为首家国内销售收入超千亿元的医药健康企业。同时，员工收入也大幅增长。

“我们把搞好生产经营、提高经济效益、维护企业稳定作为企业党组织的根本任务，使党建工作在继承中创新，在转变中适应，在改进中得到加强。”王丽峰如是说。

2011年，国药集团成功实现了企业跨越式的发展，迈入了销售收入超千亿元企业的行列，国药集团在中国医疗健康事业发展进程中的影响力与作用正日益显现。“作为行业龙头，致力于健康运营、领先发展的责任公司，在持续提升企业经济价值，做强做优的基础上，我们需要持续推进社会责任建设，打造一个卓越的、受人尊敬的企业。”王丽峰表示。

彩虹集团：构建“彩虹”企业文化体系

■ 本报记者 万斯琴 通讯员 崔勃杨

“彩虹集团公司以构建和谐企业为宗旨，以提高员工文明素质和彩虹城文明水平为目标，广泛深入地开展了群众性的精神文明创建活动，为企业的改革发展和生产经营提供了思想保证和精神动力。”彩虹集团公司相关负责人对《中国企业报》记者说。

涌现出一大批优秀群体

彩虹集团党委认识到，要抓好思想政治建设，领导班子的政治理论水平是关键。在加强学习型党组织建设活动中，集团党委制定了《关于建立学习型党组织建设意见》，各级党委坚持每月一次党委中心组学习，对党和国家的重要会议、重大方针政策出台等都聘请专家学者对各级党委中心组进行辅导。

创先争优活动开展以来，集团党委把活动紧密地与企业中心工作相结合，与彩虹的转型实际相结合，与

发挥党组织先进性与党员的模范作用相结合，在彩虹几年来的转型实践中，在平凡的工作中，在急难险重的任务面前，广大党员为使命而战，带头吃苦奉献，以实际行动彰显了新时期共产党员的精神风貌，涌现出了一大批“共产党员示范岗”、“党员之星”、“优秀共产党员”等优秀群体。

彩虹电子党委围绕企业创新产业、降低成本、营销突破等重点难点工作，以党员为主体，先后成立了19支党员突击队和有党、团员共同参加的先锋突击队；彩虹股份党委围绕生产难题、工作难点积极开展创先争优活动。彩虹总厂党委开展了“动能专业攻坚组，党群共建先锋行”主题实践活动；集团机关党委开展了“战略转型先锋队”主题实践活动；电子玻璃公司党委通过创先争优活动，在员工中树榜样、鼓干劲、聚人气，以坚定的信心和党员干部的模范作用，全力推进生产工艺水平的提升。

同时，彩虹集团还积极抓好党风廉政建设。近年来，集团公司根据项目投资显著增多的实际，把“倡导廉

洁风尚，创建和谐企业”作为反腐倡廉教育的主题；对领导干部重点进行廉洁自律教育；对主要职能部门和重要经济岗位人员进行遵纪守法教育；对党员干部和员工坚持进行党纪政纪法规教育。

构建“彩虹”企业文化体系

张德江副总经理视察彩虹集团时，对集团公司敢于打破国外技术垄断，通过自我创新，生产出我国第一块液晶玻璃基板给予了高度评价。

在《彩虹2009—2012年思想道德建设规划》中，集团把社会公德、职业道德、家庭美德作为思想道德教育的主要内容，并通过《彩虹报》、彩虹电视台及党委网站，集中进行宣传教育。

彩虹集团把每年的“五一”、“七一”、“十一”等重要节日，作为对员工进行党的基本知识以及爱党、爱国、爱厂教育的契机，开展系列活动引导员工树立正确的世界观、价值观、人生观，保持多元思想下的头脑

清醒。同时，还结合各类先进典型的评比、演讲、知识答题等，把思想道德教育渗透于平时开展的各项活动中，使职工在寓教于乐中得到素质的提升。

集团公司还通过企业文化的宣传教育，积极推进员工思想道德建设，像“彩虹六条”、“彩虹客户文化”、“彩虹员工形象文化”等企业文化体系包含了丰富的思想道德建设内容。集团工会坚持每年开展涉及十多项专业的技术比武活动，并建立了评比奖励制度，成绩优异的可以给予物质与岗位晋升的奖励。每年举办的“五小创新”成果展、“巾帼建功竞赛月”活动，都各具特色。

近年来，集团传统产业的严重萎缩和新产业处在爬坡阶段，经营效益受到影响，也在很大程度上影响了职工的情绪。为了统一思想，提高员工对产业发展规律、彩虹发展前景的认识，坚定搞好彩虹转型的信心，集团党委充分发挥国有企业党建及思想工作优势，坚持办好员工“绿色通道”，及时反映职工关心的问题。

中国卫通：重组带来“凤凰涅槃”

■ 本报记者 蒋皓 陈玮英

3年前，中国卫星通信集团公司（以下简称中国卫通）重组并入中国航天科技集团公司。重组3年来，在航天科技集团统一规划、整体部署下，中国卫通大胆探索、勇于创新，大力推进“四个融合”，企业开始茁壮成长，产业开始优化发展，为我国产业转型升级和中央企业重组提供了一个生动的成功案例。

1985年6月，国务院批准成立了我国第一家卫星运营企业——中国通信广播卫星公司。2001年电信体制改革，组建了卫通，前者成为中国卫通的全资成员企业。由于各种非正常原因，2004年4月，中国通信广播卫星公司没有在轨卫星，仅靠美国劳拉公司赔付的3个卫星转发器维持生存。与此同时，1994年由航天工业总公司（现航天科技集团）等单位投资组建鑫诺卫星公司，运营同类业务，也由于资金短缺、恶性竞争长期处于艰难求生困境。这些企业都患上了发育迟缓、成长缓慢、未老先衰综合征。

我国卫星运营服务产业的发展

折射出我国产业结构的深层次问题——“小、散、乱、差”问题严重。卫星运营服务业是显著的“四高产业”，即高投入、高产出、高风险、高带动性产业，其行业特征要求必须达到规模经济，才能实现可持续发展。但是我国卫星运营行业患有“两没有两有病”——没有规模经济，没有有效竞争。

怎么样引导卫星运营企业做大做强，怎么优化行业资源配置和结构，一直是政府机构、投资者和企业关心的重大问题。

对任何企业来说，重组都无疑是一场生命攸关的大手术。中国卫通在重组中，开拓创新，勇于探索，大力实施推进深度重组整合“四个融合”。

一是重组必须实施战略融合，才能优化战略、勾画蓝图、明确发展方向。中国卫通重组并入航天科技集团后，结合构建航天科技工业新体系的总体战略重新确定中国卫通的发展战略，系统谋划企业发展方向，确定了重点发展卫星空间段运营、地理信息与位置服务和卫星地面运营三大主营业务，构建天地一体卫星运营服务体系，成为亚洲第一、国际一流卫

星综合信息服务企业的发展目标。

二是重组必须实施资源融合，才能突出主业、做强做优、培育世界一流企业。重组后，航天科技集团大力推进产权整合，以中国卫通为平台，将持有的鑫诺卫星公司、亚太国际卫星公司、宇星卫星移动公司的股权注入中国卫通，并理顺了中国卫通与鑫诺卫星公司、中国直播卫星公司的股权关系，实现了集团内部同类资产的“集中管理、资源共享、统一运营、协同发展”。

三是重组必须实施管理融合，才能提高效率、提升质量，切实转变发展方式。在清晰产权关系基础上，中国卫通实施了公司化改制，建立了规范的股东会、董事会和监事会。

四是重组必须实施文化融合，才能提炼价值、重塑精神，为重组成功提供强大精神动力。重组后，中国卫通大力实施文化融合战略，融入航天精神，在企业文化中宣贯“两弹一星”精神、“载人航天”精神和航天传统精神。并围绕卫星运营主业重构了企业愿景，统一了新的核心价值观，初步建立了融入航天、具有卫通特色的企业文化。吸收重组前各公司优秀文化

的精华，深入推进了企业文化理念、行为、视觉识别系统建设，全面推进与航天企业文化对接。

新中国卫通在重组3年后给我们交了一份亮丽的答卷：横向重组卫星运营资源，构建国内统一的卫星运营服务新平台；纵向整合卫星火箭制造企业资源，在带动卫星产业链一体化发展方面取得新进展；全面推进卫星地面应用业务发展，形成新的增长点；积极实施走出去战略。

到2011年底，中国卫通资产总额由重组前的47.57亿元增至144.4亿元，增长2.04倍，年均增长44.79%；业务收入由重组前的18.3亿元增至28.82亿元，增长0.57倍，年均增长16.35%；实现利润总额由重组前的0.74亿元增至6.08亿元，增长7.22倍，年均增长101.79%。数据背后，是我国卫星运营服务业和企业转型升级的新跨越。

对于中国卫通，3年重组是企业的“凤凰涅槃”，克服了重组的煎熬、阵痛和重重困难，中国卫通获得了新生和升华。“十二五”时期，中国卫通将努力成为亚洲最大、世界一流的卫星运营服务企业。

旭红观察

文化国资的改制与治理



徐旭红

与全球第二大院线集团 AMC 高达 26 亿美元的交易为万达造足了声势。万达的战略性投资引起了文化国资的高度关注。文化国资的未来前途无量？综观全球 500 强中我国至今尚无一家文化传媒企业上榜，而美国坐拥几十家文化传媒企业，其创造的财富价值巨大程度可见一斑。

无独有偶，新闻出版总署发布《关于支持民间资本参与出版经营活动的实施细则》，支持民间资本投资参股报刊出版单位的发行、广告等业务，提高市场占有率，前提是党报党刊出版单位国有资本控股 51% 以上，并实行采编与经营“两分开”。

那么，如何在文化国资的不同层面、不同范围进行制度创新，科学治理，给投资者、股东、董事会及政府机构的监管者创造新的发展空间？在全球化的背景下，如何探索出一条新型国有文化资产管理体制之路？

众所周知，国有文化企业的改革进程相对滞后，一直普遍存在着投资主体和投融资渠道单一、管理粗放、效益低、收益差、文化资源和人力资本大量闲置等问题。如何使国有文化企业成为真正意义的市场化经营主体，防止股东价值无端损失，确保文化国有资产有效保值增值？

新的发展方式需要进行产业升级，而目前我国绝大部分文化资源由国有文化单位掌握，国有文化企业成为推动我国文化产业发展的实现产业升级的主导力量。

长期以来，在经营性国有文化资产监管领域，由于种种原因，“出资人”一直处于缺位状态，在很大程度上制约了企业主体和文化产业的健康、快速、可持续发展。观察人士分析认为，事实上，报业集团、广电集团或出版集团，在身份、地位与性质上就相当于专业性的小国资委，而不该再是传统意义上的党政机构。

改制可以将资源从效率不高的经济活动中解放出来。通过文化体制改革，大量的文化事业单位转制为企业。从某种程度上来说，文化产业若想从低谷走向繁荣，是在重走国有企业改革的道路，国资委模式正合乎文化国资改革的逻辑。

一个普遍的原则是，文化事业单位经过转制后，拥有法人财产权，在公司治理的框架下，自主经营，自负盈亏，成为独立的市场主体。在管理监管的同时按照市场机制和价值导向“双原则”对国有文化资产进行高效配置，进而创造巨大文化财富，这是国有文化企业改革的方向。

借鉴国资委模式，一个重要的组织形式就是股份制改革，通过建立现代企业制度，培育合格市场主体，面向资本市场融资，引入社会资本进行股份制改造，为我国文化产业的发展带来巨大收益。

据统计，截至 2010 年底，我国国有文化企业资产已过万亿，中央文化企业资产近 5000 亿，其中由财政部代表国务院履行出资人职责的中央文化企业，资产 500 多亿。但不容否认的是，文化国资的改革正处于起步阶段，与发达国家和地区相比还有不小的差距，规模较小、集中度低，文化产业占 GDP 的比重不足 3%，而美国已经达到 25%，欧洲平均在 10% 至 15%。

推动国有文化资产优化配置和结构调整，一个关键的问题是要加快国有文化企业合并、重组、股改和上市步伐，努力形成以公有制为主体、多种所有制并存的发展格局，并逐步将国有文化企业纳入国有资本经营预算实施范围。

毋庸置疑，作为朝阳产业，文化产业可以与高科技技术、新兴市场紧密结合，也可以通过规模经营，实现规模扩张和高速增长。

业内人士分析认为，股份制是适合文化产业发展的经济组织形式，通过股份制可以在短时间内跨地区、跨行业集聚所需要的数量可观的社会资本，从而实现资本、技术、人力等生产要素的优化配置，进而推动社会生产力的快速发展。

与此相关的是，采用多元投资主体来取代单一国家所有制，有助于形成国有文化企业内部相互制衡的机制，从而改变国有文化企业的资本结构和组织形式，做到产权清晰和所有者到位。

当然，值得注意的是，完善公司法人治理结构，建立规范的董事会，是国有企业改革的核心问题，既是企业可持续发展的需要，也是完善国有资产监管体制、确保国有资产保值增值责任层层落实的客观要求。亦可通过控制权市场的公平交易、维护包括国有出资者在内的股东利益并形成有效的公司治理，从而实现对国有资本经营管理部门对文化国有资产的管理到市场投资者运作的顺利过渡。

需要特别关注的是，现代企业的公司治理，必须充分理解董事会议事决策规则。文化国资企业，其董事或出身于政府部门，或成长于本单位，少有现代企业的历练或专业董事的培训，对如何履行董事权利义务心中无数，长期以来容易形成“内部人”控制，如果克服系统性风险，就要从制度上设立相互制衡的组织机构、治理机构，形成一套健全的激励约束机制。

董事会决策的科学性如何，决策水平的高低，很大程度上取决于董事会成员个人综合素质水平的高低。进而言之，一个优秀的董事，除了具有良好的职业操守，具有丰富的知识和经验，工作上勤勉尽责外，关键是能够根据不断变化的市场形势对未来发展做出准确预测和判断，能够针对公司改革发展中出现的各种问题不断提出解决的新思路、新办法。

而由此推及职业经理进入市场，建立有效的激励约束机制，成为文化国资改革的要因。文化国资未来能否凸现出较大的发展空间，在于是否能够从根本上改变国企管理层的行政任命方式，转变为市场化选择，实行人才“能上能下”、“能进能出”，管理层收入与经营绩效直接挂钩，实现优胜劣汰。

国有文化企业，通过股份制改造和国内外上市而走向国际市场，已初步形成跨国公司雏形，未来将更快地推动国内文化企业并购及外资并购，吸引各种社会资本和境外资本参与文化企业的改造和重组，优化资源配置，推动文化企业体制改革的根本性转变。