

“七一”专稿

将党建作为华兴发展的“耳目”

——访山东华兴机械公司党委书记、总经理崔洪章

■ 本报记者 江金骥

年年“七一”，年年庆祝。今年当然也不例外，6月30日下午，包括华兴公司党委成员、全体党员以及部分入党积极分子在内的200余人，共同参加了庆“七一”表彰会。记者从会上感受到，这次的会议从形式上看是党建庆会，但会议内容与公司管理和生产经营无不相干。对此，公司党委书记、总经理崔洪章在接受《中国企业报》记者采访时表示，企业党建与企业经营是同一个问题的不同方面，二者互为皮毛，只有互为补充，才能相与并进。

《中国企业报》：我特意看了这几年华兴的“七一”活动，感觉每年主题不尽相同。请问崔书记，今年华兴党建有什么特点？

崔洪章：党建跟着形势走，今年我们通过党建活动，好让我们的党员同事深刻了解到，当前，我国经济正处于增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期叠加的阶段。经济增长在低水平上波动、全球流动性过剩、大宗产品价格和资产价格变动加剧、贸易保护主义升温、地缘政治紧张等。在这种新形势下，我们牢固树立“围绕经济抓党建，抓好党建促发展”的理念，不断增强企业党组织的凝聚力、战斗力和创造力，调动广大党员和员工的积极性和创造性，实现党建工作与企业发展的融合互促，推动企业经济效益和社会效益“双赢”。

《中国企业报》：从华兴对党建工作的投入，能看出公司对这一工作的重视，您觉得民营企业抓党建，意义在哪里？

崔洪章：多年来，华兴党委以生产经营为中心，把生产经营中的难点作为工作的重点，在企业生产经营的关键环节和突击任务中，发挥了模范带头作用，展示了党建的能量。具体地说，民营企业的自律性和他律性都有更高的要求，可以说，只要有行政业务活动的地方，就应该是党建工作发挥作用的地方，因此，在日常的党建工作中，我们始



只要工作需要，党员“碰头会”可随时随地召开。

终坚持这一点。近几年，通过努力，我们在会议活动渗透上、文件材料编写上、墙上展示融入、流程制度嵌入等多个方面，赢得了党建工作的主动权。换句话说，我们对这些工作的介入，正是发挥了我们党组织在公司管理上的“眼耳目”的作用。

《中国企业报》：请给我们分享一下，党组织“眼耳目”作用是如何得以体现的？

崔洪章：道理很简单，比如参加企业业务会议、重大活动，这就是党组织发挥作用的重要途径。这些会议活动如果我们不参加，就等于聋子、瞎子、哑巴，只有参与了，才能听到、看到，才能发出党的声音。再比如在文件材料编写时，由于文件、材料往往具有较大的权威、导向作用，并能持久发挥效力，我们也努力将党建工作渗透到各类重要文件、材料中，让党建工作内容在这些文本中持久产生影响力。目前，华兴公司的党建内容已经编到了企业文化手册、员工手册、经营工作报告及各类重要通知中。此外，公司党委把企业文化建设

作为党建工作的切入点，发挥政治导向作用，实践着“产业报国，永不言败”的企业精神和“信、和、敏、达”的企业价值观，并通过大力推广和加强学习，增强企业文化执行力，使企业文化在员工中内化于心，外化于行。

《中国企业报》：有人说，企业的日常运转都是围绕着生产、销售、营业额、利润部署工作，相比之下，企业党建是不是显得很“边缘”？

崔洪章：这种认识既是一种偏见，也是部分企业不重视党建给公众造成的印象，对我们公司而言，我们通过10多年的努力，逐步健全完善了党建和思想政治工作的长效机制。现在，我们在以“加快经济发展方式转变，促进企业实现科学发展”为主题下，加强组织领导、落实工作责任，创新活动载体，尽最大可能发挥党组织和党员，在推动科学发展、构建和谐企业、提升人才培养中起到的战斗堡垒和先锋模范作用。在承担这些工作中我们感受到，要想不被边缘化，就应让党建思想政治工作的渠道多一点，形式多样化、活动内容多彩化，这样，就能呈现出运行顺畅的“围绕中心抓党建，抓好党建促中心”的工作格局。

《中国企业报》：盛世唱赞歌，危局找出路。众所周知，今年上半年受宏观经济影响，企业的经营形势非常严峻，这种情况下，企业的党建工作还能提上日程？

崔洪章：不可否认，当前的经营环境确实很严峻，企业的发展面临着各方面的压力，但在广大党员和员工的共同努力下，华兴的各项工作也实现了稳步推进，为企业转型发展夯实了基础。目

前，各公司都在进行上半年的工作总结，公司也将在近期召开半年总结会，梳理上半年的工作，找出存在的问题，制定下半年各项工作措施。到时，有关会议精神再具体向各位党员传达。总之，能有今天的成绩，是和包括公司2300名员工和党员的同心同德、努力奋斗分不开的，在此，我代表公司党委向在生产、经营、技术、管理、服务等各个岗位上默默耕耘、无私奉献的党员、员工表示崇高的敬意！

《中国企业报》：华兴是个老企业，但又是个创新组织，未来的党建有哪些新想法？

崔洪章：华兴党建有一个自身优势，那就是包括孙宪华董事长在内的每个华兴人，对党建都非常热衷，这是我们工作的基础，也是追求中的状态，在这种思路中，我们的党建将在保持中有创新，主要工作首先是急人所难，尽力解决基层和管理层面临的困难。其次是继续鼓励党员必须带头率先掌握先进的科学技术知识。我们每年进行一次首席技师评选、岗位技能比武；建立师徒带徒制度，通过传帮带形式，加强对年轻党员的培养，提高专业化水平，达到岗位技能最优，全员上下形成比学赶超的氛围。三是党员要带头率先完成公司生产经营任务。每年年初公司与各支部书记签订工作目标责任书，建立健全考核办法，公开考评分数，以点带面辐射到公司广大职工中，实现依靠业绩论能力，依靠贡献排座次，人人争第一，人人创最优业绩的局面，真正起到党员先锋模范作用，推动企业更好更快地发展。

菁英

沈平：趁年轻
为梦想多行动多尝试

■ 梁小荣

盛夏流火，无处不热，人心难免有躁动。但“外地人”沈平，自两年前的这个时节，将他人生职业第一站选为山东华兴机械公司后，他就心无旁骛、气定神闲。

沈平大学本科毕业，跟他的大学时光相比，他这两年的生活不敢说最好，但是生活得最多、感受得最深。比如，通过为大家义务拖地板，他从中总结出“拖地效应”；通过下班后摆摊卖鞋，推导出波腹板营销中客户的“一般性心理”；通过对比同龄大学生的择业心态，他从中总结出“态度是制胜的法宝”的人生哲理。

尽管时间已经过去了两年，但是，在他实习过的车间，当提到沈平这个名字时，机加车间主任韩立海还是眼睛一亮，记忆犹新。他说：“来车间实习的大学生很多，就像是流水兵、‘打酱油’一样，走了一批再来一批，但是沈平给人的印象特别深。”沈平在我们车间实习时正好是三伏天，即使坐着不动也浑身是汗，当时对实习学生没硬性要求，但他每天都提前来到车间，赶在大家上班前把车间的地面拖一遍，送给大家一个清凉的环境。每天早上我们都会看到他拖完地面后，汗流浹背浑身都湿透了却精神抖擞的样子。因为干活不图利，有人说他有点“傻”，但他很淡然地回复：我在俯下身子的同时，我就放下了我的虚荣。年轻没有什么不可以，现在的“大学生”不可再自以为天之骄子了，学历不代表知识更不代表能力，只有脚踏实地最靠谱，这才是梦想之门的敲门砖。

时间就是这样，总是在你来不及辩论的时候就给了你答案，别人说他傻，实际上他一点也不傻，这个倔强、执着的青年，其实是在用行动见证成长。

摆摊赚经验，营销不是你把产品推销给别人，而是要帮助客户选出好的商品，这是他悟出的营销之道！他说，年轻人现在可以一无所有，但绝不能没有思想。

两年的时间，他在迷茫中勤于实践，在实践中找到人生方向。他现在从事的波腹板设备市场营销工作，在跑市场的过程中，让他接触到外面的世界，开阔了视野，学到了很多书本上没有的东西，让他看到了一个行业的发展前景，为自己的发展看清了路径。在这个过程中，他也感受到了自己的渺小，他说，公司给予的这个舞台太大了，你有多大本事都可以尽情施展，越是这样就觉得自己能力的微不足道，需要加油充电的地方太多太多。

一个优秀的营销员，不是把产品推销给别人，而是要帮助客户选出好的商品，这是他做波腹板销售以来悟出来的营销之道。

为了打开市场，他一刻也不敢懈怠，在车间熟悉掌握波腹板产品的性能、安装要求、装配知识，以备所需之时拿来即用。除了掌握产品的第一手资料之外，他在业余时间还尝试着实践营销之道，把自己的想法通过下班后摆摊销售鞋子进行实践应用，掌握买家的心理活动，积累销售经验。坚持不懈的努力使他进步很快，不但有了自己独特的营销理念，而且也得到了意外的收获，卖鞋子竟然赚了！他说，不论干什么一定要有好心态，每一次的努力不一定有结果，坚持下来，努力了，奋斗了，就是为以后做到了最好的铺垫，最起码也是阅历的一种积累，因为没有一种成功是唾手可得的。

分析问题干脆利落。其实，归根结底的总结，能力是必需的，忠诚是必备的，对企业的忠诚度决定你能飞多高。

跟他同时进公司的人，有人来了就走了，对此，沈平说员工跳槽是每个企业都存在的普遍现象，但对大学生来说，进公司前慎重选择，进公司后就该为梦想守得住、变得通、受得挫、能成事。

人都是有思想的，当现实和理想相差太远的时候，他认为年轻人自己要学会及时调整，当然公司也应该考虑到，要从一开始就应培养员工对企业的忠诚度。企业发展离不开人才，人才流失对企业来说是最大的损失。对于大学生来说，首先，你有想法不要紧，关键是你能不能把你的想法融进你的工作中，如果你融不进去，跳槽是迟早的事情。他庆幸自己，较早弄清了二者关系。当然，他认为所谓的幸运，其实是态度，态度决定行动，行动决定结果，所以态度是制胜的法宝，就像他当初在车间实习时，坚持并悟到的“拖地效应”，那就是：年轻人有足够的时间和精力，为自己接下来的一步做准备，成功也许就在这里开始起步。



沈平

研究

让创新变得更简单的方法和原理

■ 唐玉雪

人们通常把各种能够有效提高资源配置效率的活动、模式、制度都看做是创新。

如为了提升总体实力和竞争综合能力的体系创新、体制创新、制度创新；为了取得科技成果转化和技术创新；为了提高企业效率的管理创新和市场创新；为了促进高新技术企业成长的金融创新；为了提高产品技术和内涵，提出产品新概念、设计产品新方案的产品创新、工艺创新等。在科技发展突飞猛进、世界经济和全球化程度日新月异的今天，创新已经成为几乎所有国家、地区、机构、组织和个人追求进步的普遍理念。创新也几乎变得无处不在、无时不有。

创新活动综合了人的智力、动作和情感技能，包括人的观察能力、信息整合能力、注意力、记忆力、理解力、发现

问题和开发选题能力、抓住机遇能力、操作能力、工程能力、智能技术运用、破译黑箱能力以及更高级的系统分析和系统决策能力等。而在目前的信息爆炸时代，信息整合能力则成为创新过程中必备的基本技能。按照这样的技能分类，人们就可以很轻易地得出结论——创新活动是有方法、有路径、有规律、有原理可循，并且是可以传播、可以大范围复制的。一旦人们打破创新方法的瓶颈，大部分创新将变得容易和快捷。

创新活动向前可以追溯到人类社会产生之初，但一直到工业革命前，创新活动一直处于缓慢发展的状态，这与该阶段内人们解决发明、创造问题、寻求解决方案的方法有关。在这个阶段里，发明家们普遍采取“试错法”随机寻找解决方案，一个人尝试利用一种方法、一种装置、一种物质或工艺来求解某一个具体问题，如果找不到解决方案，就进行第二次、第三次尝试，以此类推。试

错法在解决10种、20种方案时是非常有效的，但在面对复杂任务时，则会以牺牲效率和成功率为代价，浪费大量时间和精力。

后来的美国创造工程之父亚里斯·奥斯本博士提出了“头脑风暴法”，这是在人们意识到发明和创新的解决方案，通常处于非常规方向后提出的，鼓励人们提出最为离奇和出人意料的想法，从而让解决方案的寻找过程最大限度地趋于程序化，然后对最终想法进行分析，从中选出可能的解决方案。头脑风暴法缺乏揭示技术矛盾的机制，虽然对于解决低级的创新问题非常有效，但面对复杂问题时，由于只有在定义出技术矛盾后才可能揭示出解决方案，因此这种方法实际上很难一下子猜出创新方案。后来人们根据头脑风暴法，进一步深化出了“共同研讨法”和“形态分析法”，基于系统搜寻所有可能的方案。

1953年，美国陆军的研究人员通

过研究和归纳提问规律，形成了“5W1H”法，通过对“什么问题 what”、“什么时间 when”、“什么地点 where”、“谁 who”、“什么原因 why”、“怎样 how”等进行本质提问，找到关键问题和变化因素，从而揭示创新方案，这种方法对于发现生产中存在的问题非常有效。

我国的创新研究者则提出了“和田十二字诀”进行概括和解决发明思路，包括“加（高、厚、多、组合）”、“减（轻、少、省略）”、“扩（放大、扩大、提高功效）”、“变（形状、颜色、气味、音响、次序）”、“改（不便、缺点、不足）”、“缩（压缩、缩小、微型化）”、“联（联系原因和结果）”、“学（模仿形状、结构、方法，学习先进）”、“代（替代方法、替代材料）”、“搬（移作他用）”、“反（方向或用途颠倒）”、“定（确定界限、标准、提高效率）”等等。按照这12个字诀的顺序进行核对和思考，可以启发和诱导人们的创造性设想，打开创新思路。