

着力构建和谐劳动关系 集中力量实现重点突破

# 世界500强驻沈企业全部建会 成都市专项考核推动外企建会

本报讯（记者顾威）日前，随着沈阳通用电器透平机械技术有限公司工会组织的建立，落户沈阳市的63家世界500强企业全部建立了工会组织。

从2006年9月起，沈阳市总工会持续开展了“外企建会行动”。至今年8月，世界500强驻沈企业已建立工会组织的有59家，在有法人资格、应该建立工会组织的63家企业中，还有4家尚未建会。

沈阳市总工会提出了包保措施并明确要

求，建会的最后期限是10月21日。

这4家企业坐落在浑南新区和铁西区。沈阳市总工会组织部与这两个区密切合作，逐个向企业宣传《工会法》、《中国工会章程》等建会的相关法律及具体程序和办法，并向他们发放了有关工会主席选举、会员登记等必备资料。

为了向管理方宣传中国工会的性质和作用，市总专门邀请有关企业总部的相关负责人到沈阳，向他们宣传中国工会的特色，告诉

他们中国工会既维护员工的合法权益，也促进企业发展，建立工会首先是构建和谐劳动关系。同时向他们介绍已经建立工会组织的其它外资企业的经验和做法、促进企业发展的成效，打消他们的顾虑。

经过艰苦细致的工作，辽宁家得宝家居建材超市有限公司总部率先同意建会。10月16日，家得宝按照相关程序建立了工会组织。其它3家企业都派人与市总协商，表示可以建会。

经过协商，这3家企业于10月20日、21日分别成立了工会。

本报讯（记者高柱通讯员刘刚）近日，地处成都市锦江区的世界500强在蓉企业——和记黄埔（成都）有限公司工会成立。至此，世界500强等跨国公司在蓉的53家法人单位中已有49家建立了工会组织，11056名职工入会。

8月22日，成都市总召开了全市推进世界500强等跨国公司建会工作会议，提出两个目标任务：一是必须在8月底前摸清本辖区内外企

界500强等跨国公司及其分支机构基本情况；二是必须在9月底前实现辖区内世界500强等跨国公司及其下属全部法人单位工会组建率达到85%。

为确保目标任务如期实现，成都市总按照属地原则，充分发挥“街道（乡镇）工会、村（社区）工会、基层工会”三级网络组织体系和配备专职工会工作者的优势，对世界500强等跨国公司在蓉单位进行实地排查。经过“每一个电话都打到，每个企业都走到”，市总摸清了世界500强等跨国公司的组织架构和在蓉机构的详细情况，并建立专项目标考核制和督查制，从而争取地方党政支持，实行全市联动、合力推进。

期间，对长期拖延或拒不建会的企业，成都市总集中力量予以重点突破。和记黄埔（成都）有限公司于2006年就建立了工会筹备组，但一直未开会选举。此次经过内外合力推进，不但该公司工会正式成立，其下属非法人单位也按要求建立了工会分会或工会小组。

自8月中旬起，经过成都各级工会40多天的奋战，易初莲花等一批世界500强在蓉单位相继建立了工会组织。

在藏南这次罕见雪灾中，解放军的实际行动再次深深感动了广大百姓的心，唱响了一支支“军民鱼水深情”的赞歌。10月29日晚8时，夜幕即将拉开，在吉木湖畔被困3天的错那县11位牧民焦急万分。大雪覆盖了牧场，660多头牦牛无力地卧在雪地上；外出放牧携带的食品、燃料也快用尽。望着死寂般齐腰深的茫茫雪原，哪里是归家之路？谁都心里没底。

突然，远处几处灯光伴着隆隆的马达声——两辆推土机破雪而来。牧民们纷纷从4个帐篷里跑出来，激动地互相拥抱、呼喊：“金珠玛米（解放军）救我们来了！”

虽然还有30多米道路未打通，但11位牧民按捺不住激动的心情，冲进雪地、张开双臂，跌跌撞撞迎向他们的救命恩人。带兵的藏某边防团副政委张福全说：“跑上来的牧民抢着握住我们的手，不停地叫着‘吐吉切’（谢谢）、‘吐吉切’！其他的话语尽管听得不是很明白，但可以感受到他们浓浓的感激之情。”

11月1日中午，记者在错那县吉松村一个放牧点上遇到解放军边防某团卫生队巡诊。见子弟兵上门，次仁白姆阿妈卷起裤腿指着膝盖，露出痛苦的表情。军医段文成马上会意，从药箱里取出膏药给她贴上。3名军医为牧民们逐个检查身体、对症发药。拿到药品的牧民罗布顿珠指了一下路边的军车，双手合十说：“看到军车，我们就看到了希望！”

“赶紧联系县里的大拖车，把咱们那两台推土机运来。”解放军驻藏某边防团长杨子进，站在那日雅错湖北侧海拔4700多米的山腰上给团部打电话。11月1日下午，县里两台装载机前面开路，后面40多名解放军官兵用铁锹铲雪。可是，装载机车轮打滑，两个小时仅开通道路100多米。杨子进急了，因为50公里外的山那边曲卓乡还有17位牧民，1600头只牛羊被困，他要调来履带式推土机加快道路抢通速度。

正在现场指挥开路的错那县人大副主任任仁说：“雪灾一发生，解放军某边防团领导冒着大雪就来县里主动请缨，他们昼夜奋战，帮县里推雪开路、搜寻群众和牛羊，立了大功。”

记者在错那、隆子两个重灾县采访中，只要提到解放军，群众都表示由衷的感激，不少群众双手竖起大拇指连声称对记者说：“金珠玛米（解放军）亚唔啦（好）！”

谁也没有料到，当解放军就要离开时，牧民扎西坚赞突然挥手、扬臂，向官兵们敬了一个军礼。尽管姿势不太标准，但他努力的样子，真诚的眼神，无声地流露出对解放军官兵由衷的敬意。

记者看到，隆子县和错那县军民携手奋战，转移牲畜5653头只；热荣乡完小被雪压成危房后，校长班旦带领教职工迅速把240名学生全部安全送回家，县城城建局职工组织义务服务队，带着柴火赶到一个个被困群众的山下，熬出一锅锅姜汤、生起一堆堆旺火为转移下来的群众驱寒取暖。

叶秀芳说，地区行署副专员宇飞、县委书记华学健还把自己的车子让给受灾牧民乘坐，把自己的干粮全部分发给群众，自己却顶着寒风帮群众赶牛羊。

灾害发生3天后，隆子县就出动了410名机关干部，并发动群众4000多人次参与了抗灾救灾工作，救援人员覆盖到全乡所有受灾乡村。错那县军地双方也投入人员4800余人次展开大救援。

记者在错那县了解到，错那镇党委书记戴庭军10月28日晚带领救援人员趟着1米多深的积雪搜寻被困群众，当时气温骤降至零下20多摄氏度，戴庭军双脚被冻伤，但他仍坚持到凌晨4时。

灾区主通道：昼夜不息打通“生命线”  
极目远望，大雪封锁了人类活动的所有痕迹，就连鸟雀都很少见到。在这一切生命都像被凝固于原地似的时刻，一条道路就是一条“生命线”。

然而，重灾区主要通道——隆子镇至错那镇的柏油马路被半人深的积雪所掩埋。而两县被围牧民主要集中在这条公路沿线的牧场里。

本报记者（记者高柱通讯员王卫平）天津

市总工会把“工人先锋号”创建活动与“五比一创”劳动竞赛和树立行业标杆等活动结合起来，进一步丰富了创建“工人先锋号”活动的内容，使创建“工人先锋号”活动向更深层次拓展，使“工人先锋号”品牌更加响亮。

天津市于1984年在传统的服务行业启动“工人先锋号”创建活动。这些窗口服务单位里的“工人先锋号”，在职工中发挥了引领、示范作用。但如何使“工人先锋号”创建活动向更深层次发展，把创建活动与落实市委、市政府中心工作相结合，融入经济社会发展大局，

在创建活动中，天津市总注重把企业的

融入企业发展，成为摆在天津市总面前的新课题。市总创造性地开展了以“比技术创新、比科学管理、比又好又快、比安全生产、比团队和谐、创‘工人先锋号’精品工程”为主要内容的重点工程“五比一创”劳动竞赛活动。坚持与时俱进，围绕企业技术创新、管理创新、产品创新、节能减排和安全生产等重大问题，发动和组织职工开展劳动竞赛、岗位练兵、技能比武、发明创造等一系列活动，一批荣获“工人先锋号”称号的单位集体，在全市重点建设工程项目中充分发挥了典型引领示范作用。

在创建活动中，天津市总注重把企业的

恪守诚信是国酒茅台的核心价值观之一。在市场行情井喷、洛阳纸贵、茅台酒供不应求的时候，企业如何冷静的看待自己？企业是否能够牺牲掉利益最大化而换取自身稳健的发展？这些问题并不是一般企业能够考虑周全的，而那些有着强烈社会责任感和危机意识的企业往往会选择这条“自讨苦吃”的道路。国酒茅台就是如此。

袁仁国介绍说，公司近年来在全国白酒

行业首创了“统一设计、统一装修、统一标

志、统一服务规范、统一指导价”的国酒茅台

专卖店市场网络模式，并以此为支撑点，把

全国最具经济实力、最讲经营诚信的经销商

纳入进茅台酒的营销网络中，不但方便和满

足了消费者的购买和需求，而且有效地保证了“诚信经营”的落实，提高了产品的美誉

度、忠诚度和市场占有量。

在茅台集团公司2007年度经销商联谊

大会上，来自全国各地的上千名经销商云集

贵阳，在贵州省委书记大礼堂庄严宣誓：诚信经

营、不卖假酒、捍卫茅台。誓师大会明确，凡

与茅台集团公司合作的经销商在签订合作

协议之前，都必须履行“诚信宣誓”这一重要

程序。这是国酒茅台诚信营销战略内涵的一

次全面提升。茅台高层在宣誓仪式上向社会

公开承诺：凡经销商出售一瓶假冒、侵权茅

台酒，一经查实将被处以10万元罚款并取消

经销资格，并对举报者给予1万元的奖励。

来自国家公安部、贵州省质量技术监督局、工

商局、检验检疫局以及省质监局的有关负责

人出席了宣誓仪式。

今年年初，迫于国内原料市场价格飙升

、生产成本持续上涨、供需矛盾日益严重等

因素，茅台集团决定将茅台酒的出厂价格上

调20%，但是为了保证春节期间的市场稳定，公司决定实行茅台酒的国内市场限价销售，53度茅台酒的批发价格不能超过600元，零售价格不得超过700元，均比当时市场价格

实际批发价及零售价低50—100元。茅台方面对

经销渠道进行了有力监控，并实行相应奖惩

## 信息快递

辽宁会员光明康复行动启动

本报讯（记者顾威）10月24日，辽宁省总工会光明康复行动”在沈阳爱尔眼科正式启动。辽宁省委常委、省总工会主席王俊莲为本次活动的定点医院——沈阳爱尔眼科医院揭牌。

据悉，康复行动由全省工会统一组织，时间持续3年，将免费帮助2万名困难职工治疗“白内障”和“青光眼”，省总将承担手术患者的医疗费、餐费和交通费，爱尔眼科医院承担部分检查费和医疗费。为此，省总今年将安排1000万元的专项资金。

陕西今秋助学2万余人

本报讯（记者毛浓曦）持续数月的陕西工会2008年金秋助学活动日前结束，陕西各级工会共筹集资金1820万元，资助困难职工、困难农民工家庭子女21839人。

陕西工会开展的全省性、大规模、有组织的“金秋爱心助学”活动始于2002年，活动从当初的送路费、送生活费和部分学费发展到一次性资助、大学四年资助、结对帮扶、劳模助学、社会捐助等多种形式。今年还扩大了助学范围，将汉中、宝鸡地震灾区的困难职工和农民工家庭读大学和高中的子女，实行了助学全覆盖、不遗漏，据统计，全省工会共资助地震灾区高中生、大学生1859人，发放助学款11.97万元。

甘肃省直机关工会举办“创争”现场会

本报讯（记者康劲）10月23日，甘肃省直机关工委举办了“创建学习型组织、争做知识型职工”活动现场经验交流会，省老干部活动中心、发改委、气象局、行政学院等单位介绍了经验。目前，甘肃省直机关正通过加强组织领导，以更具针对性、操作性为目标，努力推动“创争”活动再上新台阶。



10月26日，北京市首届“新公民杯”打工子弟学校学生运动会在京举行，来自8所打工子弟学校的近600名学生参加了运动会。尽管是大风天气，学生的激情丝毫不减。运动会主办方华夏志愿者服务组织的工作人员称，举办这样的活动既是为了给学生们提供一个展示自己的平台，也希望通过对活动唤起社会各界对农民工子女更多的关注。

大连启动安全生产厂际竞赛

本报讯（通讯员赵君 记者顾威）由辽宁省大连市机械重工、电子信息工会与大连市安监局联合开展的安全生产“零字工程”、“创建科学发展示范企业厂际竞赛活动”日前正式启动。竞赛活动主要以装备制造企业、非公有制企业和农民工比较集中的企业为重点，通过开展各种安全文化活动，提高管理者安全生产意识、管理水平及职工的安全生产知识和自我防护能力，实现死亡事故和重伤事故“两个为零”，推动安全生产长效机制的建立。

四川电力工会向灾区送“温暖”

本报讯（记者赵君 记者顾威）由四川省电力公司工会以片区对口捐赠帮扶方式，向公司全系统内的地震受灾职工捐赠冬衣新衣被。据悉，此项活动是该公司工会开展“情系职工传关爱，心手相连建家园”主题活动的延伸和拓展，共布置了23个基层工会组织向10个受灾单位的职工进行捐赠和帮扶，由各基层工会组织筹措的新棉被、毛毯、大衣等过冬御寒物品，将“温暖”仍居住在过渡性集中安置板房中的灾区职工及家属。

闽侯工会注重文化兴企

本报讯（记者吴峰思）职工招待室、台球室、阅览室，福建闽兴纺织品有限公司新装修的“职工之家”，集学习、健身、娱乐、休息于一体，满足职工精神、生活、活动等方面的需求，受到职工欢迎。

据介绍，在福建省闽侯县，类似的企业还有很多。近年来，闽侯工会注重企业文化建设，营造和谐温馨之家，“通过精神文化建设，使其为实现企业发展目标服务。”闽侯县总工会常务副主席叶兆如说。

今日茅台之三——

## 追求卓越 引领高端

从窗口行业向多领域全方位最前沿扩展  
天津：“工人先锋号”  
成为行业“领头雁”

## 今日茅台之四——

## 恪守诚信 实至名归

融危机的阴影后，深刻反思自己寻找出路得出的良方，凝聚了茅台管理层的集体智慧。计划经济时期的茅台，数十年一贯都生产53度一种度数、500毫升包装一种规格的茅台酒。这种局面在改革开放后数年仍然没有变化。亚洲金融危机后，茅台意识到必须紧盯市场，提出了“一品为主，多品开发，做好酒的文章；一业为主，多种经营，走出酒的天地”的发展战略，针对不同地域、不同口味、不同层次、不同消费习惯、不同的消费群体，使茅台酒最终成为中国的“路易13”、“路易14”，引导中国白酒消费文化向更高层次升华。

历史的页面翻至21世纪，茅台集团的主打产品终于开始呈现百花齐放的良好局面。首先，茅台酒自身，单一酒度及包装的格局被打破，开发了38度、43度、33度三种中低度白酒的神秘武器，其发挥的作用正在悄然显现，中低度茅台酒具备了国际蒸馏酒的“加水、加冰后不变色、不变味、不混浊”特质，更难得的仍能保持茅台独特的酱香口感，这在国内白酒界是独一无二的，已经具备进入国际市场，培养更多国际消费者的能力。

（本报记者 赵福中）

茅台年份酒的推出，曾令整个中国白

酒业为之震撼。尽管起初正反两方辩得面红耳赤，但到了最后，却是争先恐后地“跟风模仿”。茅台并没有纠缠在这场讨论中，而当业内喧嚣的讨论声尘埃落定的时候，人们才发现茅台早已走在了引领高端的前列。

对推出“年份酒”这个主题，袁仁国当时有个说法，即目的是要用价值规律、市场规律将茅台酒客观存在、却未能得到足够挖掘的收藏价值“固化”凸显出来，以开辟新的消费群体，使茅台酒最终成为中国的“路易13”、“路易14”，引导中国白酒消费文化向更高层次升华。

历史的页面翻至21世纪，茅台集团的主打产品终于开始呈现百花齐放的良好局面。首先，茅台酒自身，单一酒度及包装的格局被打破，开发了38度、43度、33度三种中低度白酒的神秘武器，其发挥的作用正在悄然显现，中低度茅台酒具备了国际蒸馏酒的“加水、加冰后不变色、不变味、不混浊”特质，更难得的仍能保持茅台独特的酱香口感，这在国内白酒界是独一无二的，已经具备进入国际市场，培养更多国际消费者的能力。

（本报记者 赵福中）

茅台年份酒的推出，曾令整个中国白

酒业为之震撼。尽管起初正反两方辩得面红耳赤，但到了最后，却是争先恐后地“跟风模仿”。茅台并没有纠缠在这场讨论中，而当业内喧嚣的讨论声尘埃落定的时候，人们才发现茅台早已走在了引领高端的前列。