



# 打造过硬的组工队伍

## 我市组织系统“三讲三提升”活动综述

### 月月有主题 周周有安排 活动取得扎实效果

全省组织部长会议对“三讲三提升”活动作出部署后,我市组织系统立即部署开展以“讲责任、讲作为、讲正气,提升素质、提升水平、提升形象”为内容的“三讲三提升”活动。成立领导小组、制定工作方案,广泛发动动员、扎实推进开展。

结合实际,我市将活动细分为三大阶段九个环节,制作下发了“三讲三提升”活动流程图,确定10个主题月,每个主题月安排4项活动,做到月月有主题、周周有安排。全市“三讲三提升”活动的开展,落实了省委组织部的要求,契合了市委中心大局需要,推动了组工队伍建设和组织业务工作双跃升。

修订完善规章制度,靠制度管人、管事、促进工作;签订组织工作目标管理责任书,细化量化全年工作目标,使组织工作实现由模糊定性向准确定量的转变;制定绩效考核办法,促进各项工作落到实处,定期开展工作讲评,实行评优评差;开展谈心谈话活

动,由部领导和相关处长深入分管单位、基层一线,与广大党员和基层干部开展面对面、一对一的谈心谈话,了解干部思想动态,帮助解决实际问题;开展“开门评部”活动,召开座谈会、发放征求意见函,开展“万人问卷调查”,围绕组工干部队伍建设、组织工作、干部选拔任用、遏制选人用人不正之风四个方面,精心设计调查问卷,面向全市党政机关、企事业单位干部发放问卷3.6万份,广泛征求群众意见,接受社会各方面的监督,及时发现和解决组织工作和组工干部存在的问题和不足,努力实现全市组织工作透明化、公开化、规范化。

围绕加强基层党组织建设,以分类定级为抓手,重点整顿软弱涣散党支部,着力转化了一批后进党组织,提升了一批一般党组织,巩固和扩大了一批先进党组织。

“两新”组织党组织全年建设目标为800个,现

已完成350个,为完成全年目标任务打下了良好基础。

社区党建网格化管理全面推进,经验做法受到了省委组织部的充分肯定。

创先争优活动扎实推进,全省领先,选树的金水区等典型已被推荐为全国创先争优活动先进县(市)区。

大力宣传先进典型事迹,及时发现总结活动开展过程中的好经验、好做法,分行业、分领域、分系统在全市深入开展“我身边的优秀干部”评选活动。推选出交警五大队民警杨华民、中原区人民检察院副检察长蒙凡、二七区环卫工人江学铜、爱心志愿者李志平等先进模范人物,组成宣讲报告团,在全市各机关单位巡回演讲40多场,用身边事教育身边人。

围绕郑州都市区建设,在基层一线历练、发现、选拔、使用了一大批干部,提供了坚强有力的组织保证和人才支撑。

### 县市有创举 城区重务实 鲜明体现郑州特色

活动紧扣市委、市政府中心工作,重点围绕推进以新型城镇化引领的“三化”协调发展工作,深入一线调查研究,努力破解发展难题。部机关群众工作队深入所分包联系的乡镇、社区、重点工程和项目拆迁一线,直接参与和现场指导工作。

抽调48名机关干部,成立12个督导组,深入各县(市)区现场指导县、乡人大、政府和县级政协换届工作,保证了党委意图实现,确保了换届圆满成功。

同时,全市通过竞争性方式选拔30名35岁左右优秀年轻干部,充实到县(市)区、市直局委领导班子,优化班子结构,激发队伍活力。

活动开展以来,各县(市)区紧密结合自身工作实际,多创新之举、多务实之策,取得扎实效果。

中牟县围绕“四个一”,即举办一次开门评部活动、开展一次组织工作满意度测评、举办一次组织工作创新成果评比、组织一次“组工之星”评选,开展评比竞赛、奖优惩劣,树立活动标杆、激发组工活力。

金水区广泛吸纳群众参与,聘请7名党代表、市人大代表和党员群众代表,作为“三讲三提升”活动的监督员,全程参与、监督活动开展情况。

二七区积极打造拆迁、信访、拓展训练、党建先进地区轮训“四个基地”,结合市委“万名干部下基层”工作部署,安排部分区直部门组工干部组成群众工作队进村和社区蹲点工作。

经开区通过座谈走访、问卷调查、设立电子信箱、开通热线电话、谈心交心等形式,查摆问题。

活动的开展,促进了“万名干部下基层”活动扎实推进。同时,各级组织部门和广大组工干部积极响应市委的号召,带头报名参加,奔赴基层一线锻炼。市委组织部机关抽调16名党员干部,组成第一批群众工作队,由两位部领导带队,深入荥阳市京城路街道办事处定点联系帮扶,协助指导当地党委、政府抓安全稳定,促发展经济,创新社会管理,加强基层党组织建设,推动大项目落地和新型城镇化建设。

各县(市)区常委组织部长普遍担任重点工程项目指挥长,广大组工干部主动争取参与一线历练。各级组织部门结合实际,扎实开展各项活动,全力服务郑州都市区建设,既促进了各项中心工作、重点工作的完成,又使自身在实践中接受了锻炼、经受了考验。

作为管干部的干部、管党员的党员、管人才的人才,组工干部如何真正坚持立党为公、执政为民?

孔子曰:“其身正,不令而行,其身不正,虽令不从”。组工干部更需要树立牢固的世界观、人生观、价值观,坚定的理想信念,不断增强贯彻执行党的各项路线、方针和政策的自觉性、坚定性。

2011年12月29日,在全省组织部长会议上,省委组织部部署了旨在加强组织系统自身建设的“讲责任、讲作为、讲正气,提升素质、提升水平、提升形象”活动。

近5个月来,我市以建设模范部门、打造过硬队伍为目标,把“三讲三提升”活动作为加强组织系统自身建设的总抓手,以提高组织工作科学化水平为主题,充分调动广大组工干部参与活动的积极性、主动性和创造性,做到全员参与、全面覆盖、全力提升,努力在全省组织系统“三讲三提升”活动中走前头、作表率。

记者 王继兵 袁帅

### 规定不走样 自选求创新 工作作风悄然转变

活动开展以来,按照“规定工作不走样,自选工作求创新”的要求,我市全面谋划“三讲三提升”活动,做到了真重视、用心抓、全力推、促落实。

把学习、调研作为开展“三讲三提升”活动切入点,着力提升组工干部综合素质和能力水平。先后邀请北大副校长刘伟、国防大学教授李莉、故宫博物院院长单霁翔等全国知名教授专家作专题报告,进行面授辅导。组织观看《领导干部如何与媒体打交道》等电教片10余次,深入学习中央、省、市关于组织工作的重要文件和领导最新讲话精神,进一步提升机关干部自身素质和业务能力。

组织部机关干部到高新区检察院参观预防职务犯罪展览,加强对组工干部的权力观、地位观、利益观教育,引导组工干部勤工作、清廉政。

以“双联双解”下基层活动为抓手,开展调研攻坚。针对当前存在的问题,分类确定120个重点课题,深入开展下基层调研活动,努力形成一批高质量的调研报告。

落实蹲点调研制度,每名部领导、每个处室联系一个村、社区,每名组工干部都与基层党员、困难群众结成对子。全市各级组织部门建立300多个基层联系点,采取座谈会、上门走访、问卷调查、实地考察等方法,深入地调研近万次。

二七区设立早间课堂,要求组工干部提前到岗,利用早间10分钟讲业务、谈体会、说时事,既丰富了知识,又强化了纪律;登封市开展“每周一讲”练兵活动,评选“周冠军”、“月冠军”和“年度总冠军”,并把讲学情况纳入机关干部绩效考核。

通过活动的开展,建立健全了组工干部下基层的长效机制,推动了组工干部联系基层、服务基层。活动中,全市组工干部先后走访群众3万人次,征求意见建议5600多条,化解排除各类矛盾问题3500多个,办理实事好事1400多件,协调帮扶项目166个,落实帮扶资金3000余万元,帮助解决了基层党组织的实际困难。

目前,各级组织部门讲纪律、讲大局、讲正气蔚然成风,组工干部精神面貌焕然一新,工作标准更高了,对自身的要求更严了,责任心、使命感更强了,工作作风更加扎实。

## 郑州市民即将尊享 红茶里的“劳斯莱斯”

### ——中国红茶奢侈品品牌“红岁”6月入郑

红茶醉人何必酒,书中涌香不须花。2012年6月,一缕红茶香即将飘入郑州——中国红茶奢侈品品牌“红岁”郑州专卖店即将于6月1日正式营业。

近年来,中国传统文化备受瞩目,逐渐成为全球流行的时尚。而一些政府官员、企业家、名流绅士等高端精英人群也极力推崇中国传统文化。从孔孟之道,到佛学文化、再到诗书礼乐,茶,是其中极为重要且不可分割的一部分。

围炉畅谈、品茶论道……,随着物质文化水平的不断提高,人们对于生活的要求不仅仅是吃饱穿暖,更逐步延伸到品质、精神等深层境界。而在茶的背后则蕴涵数千年的历史文化精髓,茶香之中更能品味出“人文气质”与“文化哲理”,品茶已经逐渐成为高端人士的全新休闲与生活方式。

作为中国茶的代表品类,红茶起源于中国。无论是鼻祖“正山小种”亦或是享誉全球的“祁门红茶”、云南特产“滇红”……,甘甜可口的红茶背后,都蕴含着独特的文化精髓。

为了能够将中国传统茶文化传播到世界各地,打造中国自己的奢侈品茶品牌,2003年,经过长达8年的品牌规划和筹备,红岁应运而生。

作为中国红茶奢侈品品牌,红岁主要针对高端消费人群,通过产品传递着“回归中国、感动世界”的精神诉求和品牌理念。为了确保红岁拥有真正的国际品质,红岁的研发团队费时三年,研究西方人的口味,了解红茶在西方文化中的内涵,严格按照国际品牌基因



榜107项指标,锻造出精品“红岁”。

据了解,红岁所有的优质茶原料全部来自其在贵州、云南、安徽、广东、四川、福建、陕西、印度、斯里兰卡等地的近42万亩自有茶园基地,精选2100米海拔以上珍稀高山茶为原料,从源头保证茶叶的稀有品质。

此外,红岁的产品通过三十六道最传统地道工序

加工而成,原料新鲜,茶香浓郁,原汁原味。而在包装上,红岁采用红黑白等传统中国元素,由两百多位国内外设计师参与设计,将西方现代化与东方大美相结合,精细美观,大气独特。

高定位、高品质、高规格。经过十多年的培育发展,凭借自身的产品品质、品牌运作、营销机制,“红岁”已逐步加快向世界超级品牌迈进的步伐,其品牌形象已深入国内外高端目标消费者的心中,成为中高档茶消费者的首选。

如今,红岁已经不仅仅是中国高端红茶的品牌代表,更是一种中国精神与茶文化标签。此次红岁大举入驻郑州,正是将中国茶文化精髓带进传统文化的腹地,让中原地区的高端人士享用到茶中圣品,体验红岁所带来的精品文化生活。

诚如“红岁”缔造者姚研成所言:“我们卖的是东方文化,卖的是红岁品牌,卖的是文明的生活方式,卖的是你家中不可缺少的装饰品,卖的是所有人看到的喜欢……”。而日本经营之父、索尼前董事长出井伸也曾这样评价:“红岁就像汽车里的劳斯莱斯,有中国骨子里的文明”。

**河南新领域投资有限公司**  
**房产基金 好项目 收益高**  
电话:0371-60272156 / 60272158