

中国建材集团召开 2020年宣传思想工作会议

4月21日，中国建材集团召开2020年宣传思想工作会议。国资委宣传局局长夏庆丰，中国建材集团党委书记、董事长周育先出席会议并讲话，党委副书记孙力实主持会议并作总结讲话。

此次会议是中国建材集团总部机构调整、整合宣传思想战线资源后召开的第一次宣传思想工作会议，是经集团党委批准召开的一次重要会议，也是在疫情防控取得阶段性重要成效、生产经营加快恢复、推进国有资本投资公司改革试点工作之际召开的一次重要会议。会议的主要任务是，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，贯彻中央企业宣传思想工作视频会议部署，落实集团2020年工作会议要求，总结



工作、交流经验、分析形势，部署安排今年的宣传思想工作。

中国建材集团党委书记、董事长周育先高度总结并充分肯定了集团的宣传思想工作，

总结为四个特点：一是“四个意识”牢固树立，思想建设扎实有效。集团始终坚持习近平新时代中国特色社会主义思想，牢牢把握正确的方向，培育了

良好深厚的党建根基。二是宣传工作有声有色，品牌价值越来越高。“一网一微一刊三账号”构建立体宣传矩阵，唱响中国建材好声音；集团市场化改革、

创新转型、社会责任等形象深入人心，品牌实力持续增强。三是企业文化活动丰富多彩，精神文明建设卓有成效。不仅凝练出独具特色的企业文化，而且做到了内化于心、外化于行，企业文化文明水平和软实力不断提升。四是国际传播出新出彩，助推集团走近世界建材舞台中央。走出去“合作共赢”三原则深受欢迎，树立了良好的国际形象。此外，集团宣传思想战线在抗击疫情中迅速反应、主动作为，全面及时地宣传中国建材人的责任与担当，营造了良好的舆论氛围。

周育先董事长强调，2020年是决战脱贫攻坚、决胜全面小康、实现第一个百年奋斗目标之年，是“十三五”收官“十四五”谋划之年，加之新冠肺炎疫情影响，对集团宣传思想工作提出了新的更高要求。（下转2版）

北新建材召开2020年党风廉政建设和反腐败工作会议



本报讯 4月21日，北新建材召开2020年党风廉政建设和反腐败工作会议。会上传达了中国建材集团和股份公司2020年党风廉政建设和反腐败工作会议精神。北新建材党委

书记、董事长王兵出席会议并讲话，北新建材党委委员、纪委书记郝晓冬代表党委作2019年度党风廉政建设和反腐败工作报告。

王兵指出，2019年北新建材

党委扎实开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，强化主体责任落实，深入贯彻落实中央八项规定精神，持之以恒反对“四风”，党风廉政建设和反腐败工作取得新成效。他强调，要不断深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，要深刻认识新时代全面从严治党的历史性成就，深刻理解党中央关于全面从严治党的总体要求和战略部署，深刻把握一体推进“不敢腐、不能腐、不想腐”重要方略，深刻认识加大国有企业反腐力度的重要性紧迫性，尤其是境外腐败问题、利益输送问题、设租寻租问题、化公为私等问题。要不断加大国有企业反腐力度的途径方式，完善监管制度，形成监督合力。要结合当前疫情防控形势和公司生产经营情况，力争做到上级提出的底线思维、管理预期，

长期准备、落实要求，稳价降本、跑赢大市三项具体工作要求。他要求，2020年要全面落实总体要求，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，强化对权力运行的制约和监督，完善企业内部监督体系，切实发挥好监督保障执行、促进完善发展作用，从严从实加强自身队伍建设，推动公司纪检工作高质量发展，努力取得党风廉政建设和反腐败工作新成效，为公司改革发展稳定提供坚强政治保证。

郝晓冬对2019年公司党风廉政建设和反腐败工作进行总结，部署2020年工作。他说，公司党委按照集团、股份公司党委纪委工作部署，坚持稳中求进工作总基调，坚定稳妥、扎实有效推进各项工作，公司党风廉政建设和反腐败工作取得明显成效。2019年公司纪委

不断加强政治监督，落实“两个维护”，做实监督检查，注重廉洁防范，完善体制机制，强化执纪审查并不断加强自身建设。同时，深入分析公司党风廉政建设和反腐败工作面临的不足，并从六个方面对2020年工作进行了部署。

会上，王兵代表公司党委与各级党组织云签订2020年度《党风廉政建设责任书》，各级领导干部在分会场签订《廉洁自律承诺书》。公司领导班子成员全体出席会议。

本次会议以视频合并电话形式召开，在北新科学院设视频主会场、分会场，各所属企业还设有39个分会场，各级企业领导班子、党组织书记、纪检工作人员近200人在各分会场参会。

文 / 图 纪检监察室 马越梅

中国建材集团召开 2020 年宣传思想工作会议

（上接 1 版）

一要坚持高举旗帜，深化理论武装，把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想这一首要政治任务抓深抓实。要常学常新，要抓住党委理论学习中心组学习这个龙头，在示范引领上下更大功夫。要真学真信，做好意识形态工作，在深化转化上下更大功夫。要细照笃行，切实把学习效果体现在落实集团战略上，体现在贯彻好“4335”指导原则上，在知行合一上下更大功夫。

二要坚持围绕中心，服务发展大局，持之以恒营造企业高质量发展和决胜全面小康社会的浓厚氛围。要加大正面宣传，做好“决胜全面小康、决战脱贫攻坚”主题宣传，树立企业良好形象。要提升文明文化，凝聚发展合力。要打造材料领域的世界级品牌，勇当新时代中国品牌的创造者、传播者、维护者。

三要坚持党的领导，深度统筹优化，切实提升宣传思想

战线自身建设水平。要提高政治站位，集中精力夯基础。要统筹兼顾求实效，与时俱进求创新。要加强队伍建设，快速形成工作合力。要以更加昂扬的精神状态和实干的工作作风，为打造世界一流材料产业投资集团、决胜全面建成小康社会作出新的更大的贡献！

国资委宣传局局长夏庆丰对中国建材集团的宣传思想工作取得的成绩给予充分肯定，并总结四点体会：一是深入深化，党的创新理论取得好成效。中国建材集团始终把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，理论创新成果丰硕，均内化转化为企业改革发展的战斗力。二是有声有色，新闻宣传传递好声音。中国建材集团着力打好主动仗、唱响主旋律、激发正能量，传播了负责、担当、有爱的企业形象。三是凝魂聚力，文化建设展示好风貌。中国建材集团确立了一套适合自身特点的企业文化，而且作为

穿透管理的五项内容之一，在全集团做到了上下统一，形成了中建材一家人、一条心。四是出新出彩，国际传播塑造好形象。中国建材集团在参与“一带一路”建设中，坚持合作共赢三原则，注重与当地社会的融合、与当地中国企业的融合，打造了中国企业的良好国际形象。

夏庆丰对中国建材集团下一步宣传思想工作提出三点建议：

一要继续深化党的创新理论武装，坚持不懈推进习近平新时代中国特色社会主义思想学习宣传贯彻。要持续开展习近平新时代中国特色社会主义思想大学习、大普及、大落实，压紧压实各级党委主体责任，切实管好阵地、把好导向、带好队伍，做好宣传思想工作。

二要强化宣传思想战线建设，坚持不懈服务好企业改革发展大局。要完善宣传思想工作制度体系，统筹配置资源，协同发挥合力，以高质量

的宣传思想工作，为企业改革发展作出新的更大贡献。

三要继续推进国际传播，坚持不懈塑造央企国际形象。中国建材集团海外融合的理念为国际传播提供了坚实的基础和丰富的素材，要进一步提高国际传播能力，持续增强中国品牌的全球影响力。

中国建材集团党委副书记孙力实在总结讲话中提出四点要求：一是提高站位，做好落实。各企业要认真学习领导讲话精神，认真落实好会议部署和工作要求。二是联动互动，凝聚合力。要统筹各级企业宣传思想战线的力量，合理配置资源，充分发挥效能。三是对标先进，取长补短。要加强对标，积极发挥好新媒体优势，大力建设 5 支队伍，形成比学赶帮、充满生机活力的宣传思想工作新局面。四是真抓实干，争创一流。要做好决战脱贫攻坚、决胜全面小康等系列主题宣传和群众性教育活动，做好近期重点宣传任务，以一流的宣传思想工

作助力建设具有全球竞争力的世界一流材料产业投资集团，努力为全面建成小康社会作出积极贡献！

会上，中国建材股份、中国建材总院、凯盛科技、北新建材、南京玻纤院、祁连山水泥、中国巨石、中材水泥、中建材投资 9 家企业作交流发言，南方水泥、天山水泥、中联水泥、北新集团、地勘中心、蚌埠院、中材国际、中材节能、中建材国贸 9 家企业作书面交流。

本次会议以视频会议形式召开，共计 200 余人参会。国资委宣传局文化处（国际传播处）处长刘冬参加会议。中国建材集团总部各部室主要负责同志、信息员，国海办公区企业分管宣传思想工作的领导同志、宣传部门负责人在主场参会。集团所属二级企业与中国建材股份二级企业分管宣传思想工作的领导同志、宣传部门负责人在分会场参会。

转载自中国建材集团

北新建材参加首届万郡绿建绿色建材数字品牌展

直播带货，北新建材来了

新冠疫情影响下，传统宣传和销售渠道受到较大冲击，北新建材华东公司积极探索与电商平台新的合作方式，充分发挥电商平台直播优势，大力宣传推广北新建材新产品，积极推进营销 2.0。

本报讯 4 月 18 日，“首届万郡绿建绿色建材数字品牌展”在万郡绿建展示中心举行，北新建材华东公司战略营销总监高华军、龙牌·堡密特区域营销经理张国彬参加数字品牌直播活动，进行龙牌创新产品、堡密特产品推广介绍。在北新建材直播专场中，重点向观众介绍了龙牌净醛石膏板、龙牌无木体系吊顶系统、龙牌·堡密特瓷砖粘结剂等新产品。通过

一问一答的形式，让消费者对产品有更深入的了解。直播在线观看人数最高达到 12.58 万，流量达 107 万人次。

北新建材是中国最大的绿色建筑新材料集团，打造了在质量、技术、服务、效益等方面全面领先的中国高端自主品牌“龙牌”。凭借技术创新优势，以新产品、新技术、新工艺共同打造“5 优体系”，实现空气无忧、环境无忧、防水无忧、更新无忧、服务无忧，在提升建筑品质、性能的同时，彻底解决装修污染、房屋漏水等问题。

堡密特采用欧洲工艺，高标准采购原料，铸就百年品质。龙牌·堡密特干粉砂浆系列产品从原料选用，生产

工艺、施工理念等方面，确立用心做砂浆，真正做到行业高标准。

万郡绿建专注垂直领域 B2B 电商交易，拥有万郡绿建线上商城和线下 23 万平方米的大型产品体验中心，通过建立绿色装配式建筑产品标准，搭建采供对接服务平台，围绕“绿色建筑”重组驱动入驻平台，打造绿色建筑产业生态圈。本次直播活动是万郡绿建首次为品牌商搭建的直播平台，作为绿色建筑创新行业的

先行者，万郡绿建一直积极探索着建筑产业互联网的创

新之路。

文 / 华东公司 高华军



亚马逊贝佐斯：你的人就是你的企业 用什么样的人，企业就会变成什么样



“宁可错过一个完美的人，也不错招一个不对的人。”

——杰夫·贝佐斯

关于亚马逊，你肯定或多或少听说过。其创始人杰夫·贝佐斯，和史蒂夫·乔布斯一样，是一个性格古怪、甚至有些尖酸刻薄的人，但这并不妨碍他带领亚马逊从一家不起眼的公司发展到现在8600多亿美元市值的规模，10年间市值增长3000%。

之所以会取得这样的成绩，与亚马逊近乎苛刻的人才筛选机制不无关系：招募的极高标准、严谨的招聘流程、精心设计的自我选择机制、独具特色的用人方法……这些都值得我们拿来好好研究。

本文中，全球著名管理大师拉姆·查兰将带你深入了解亚马逊人才招聘的内核逻辑。

管理大师与互联网大咖的碰撞，会产生怎样的火花？以下，Enjoy。

如何定义正确的人

如果你像贝佐斯一样，看到了巨大的历史机遇，于是决定辞职，纵身一跃投入火热的创业事业中，那么这第一步要从哪里开始呢？

贝佐斯认为，最重要的第一步，就是招人。在辞职前，他专程从纽约来到千里之外的硅谷，唯一的目的是找人，尤其是找顶级的技术人才。

贝佐斯反复强调：在亚马逊，最重要的决策，就是招人。他甚至说：宁可错过一个完美的人，也不错招一个不对的人。

这似乎非常有违常理，因为通常人们最大的担心有两个：

一是害怕错过人才，于是会放宽标准，把可能对的人先招进来，用了之后，发现不对，之后再换；

二是害怕错过业务机会，业务不等人，既然急于用人，稍差点儿总比没人强，先招个人进来，把事做起来再说，大不了，之后再换。

贝佐斯不这么想。他认为：人不对，再怎么补救都没用。

招错人造成的损失，其实远比想象的大得多。

首先，这些人虽然在做事，但做出来的结果与亚马逊要求的极致标准往往相距甚远。不仅他们负责的工作本身会受影响，还会危害所在的团队、需要与他们配合的人，甚至整个组织。

其次，俗话说得好，请神容易送神难，请他们离开的过程本身，往往也是极为痛苦且极耗费心力的。只要辞退过人，

想必都有体会。

最后，从机会成本的角度来看，招错人对业务、对组织的损害也是极大的。

贝佐斯有句名言：你的人就是你的企业。用什么样的人，企业就会变成什么样。

根据行业特性、市场动态及企业发展阶段，每家企业对什么才是适合自己的正确的人的定义都或多或少会有差异。

无论各自的偏好有什么差别，要保证偌大的组织中大家的标准统一，就必须把具体定义明确地写下来，具体地描述清楚。

亚马逊如何确保招对人呢？他们要的是创新实干、内心强大且极具主人翁精神的人。

1. 实干家：既有创新，又能实干

光有创新，没有实干，创意再好，也不能落地。贝佐斯称这样的人为幻想家，这绝不是亚马逊要的人。

亚马逊要的是既有创新又能实干，能把梦想变为现实的实干家。在2018年致股东的信中，贝佐斯如此写道：

“他们永远充满好奇，爱探索。他们喜欢创新，即使是专家，也会保有初学者的‘新鲜’心态。

他们把我们做事的方式只看作是我们当前做事的方式。他们能帮助我们接近潜力巨大但目前难以解决的市场机会，并谦虚地相信成功可以通过迭代来实现：发明，尝试，再发明，再尝试，不行接着再来，继续调整，继续创造，继续努力……一遍又一遍。

他们知道通往成功的道路绝不是笔直的。”



2. 主人翁：着眼长远，极有担当

主人翁精神，也是贝佐斯特别看重的品质。

亚马逊的领导者会从长远考虑，不会为了短期业绩而牺牲长期价值。他们不仅代表自己的团队，而且代表整个公司行事。他们绝不会说“那不是我的工作”。

贝佐斯在致股东的信中，举了一个生活中的小例子：

“我认识一对夫妇，他们把自己的房子租了出去。后来他们发现，过圣诞节时，租户一家没买圣诞树的底座，竟然直接把圣诞树钉在了地板上。虽然只有素质极低的租户才会这么干，但我敢说，如果这是他们自己的房子，他们绝不会这么短视，绝不会干出这种事。”

令人遗憾的是，不少企业高管的所作所为，更像租户而不是房主。他们关心的只是自己个人的当下利益，而不是公司整体的长远利益。

比如，他们是绝不会做以下这些事的：

选贤育能，招募培养最优秀的人。

勤俭节约，尽可能少投入多产出。

刨根问底，随时掌控细节，经常进行审核。

敢于谏言，不会为了保持一团和气而屈就妥协。

其实这些事就是在考验一个人在工作中究竟有没有把企业的事，当自己的事。

如果你也动过上面每条中的小心思，那么不妨问问自己：到底是租户，还是主人？

3. 内心强大：特能扛事，特能抗压

尽管贝佐斯从没有专门提过这点，但要想在亚马逊生存发展，有玻璃心的同学还是趁早别进，因为这里的确不适合。

凡是创新实干、主人翁责任感特别强的人，都会深入各个环节，无止境地精益求精。如果没有强大的内心，你会觉得他们的各种问题是在质疑你、刁难你，摆明了跟你过不去。

一来二去，玻璃心岂不碎了一地？

其实，他们还真没把心思花在你身上，而是在想怎样把事做好，怎样才能做到极致。

亚马逊前高管约翰·罗斯曼总结得好，如果你想在亚马逊有发展，必须做到：

同样的错误，不能再犯。

不怕变化，不固守过往。

面对风险，不能畏首畏尾。

遭遇失败，不能轻易放弃。

做些努力，别奢望立刻有收获。

既不要自怜自哀，也不用讨好别人。

别感觉全世界都欠你的，都得哄你高兴。

不要时间和精力浪费在自己控制不了的事上。

在亚马逊，最能取得成功的是那些特能扛事，特能抗压，即便偶有失手，即便因此被骂惨，也仍然矢志不渝、接着埋头努力的人。

如何招到正确的人

定义清楚了什么是正确的人，那么如何系统性地招到这样的人呢？

1. 谁做表率：贝佐斯自己用的是什么方法

在1998年第二封致股东信中，贝佐斯说：要想找到非凡的人，在招人时必须问自己三个问题：

（1）你钦佩这个人吗？

（2）这个人的加入，能提升整体效能吗？

（3）这个人在哪方面有过人之处，取得过哪些非凡成就？

前两条的要求已然非常高了（想想能让贝佐斯钦佩的人得达到什么段位），为什么还要加上第三条？

因为但凡在某个方面取得过非凡成就的人，肯定对自己有过极高的要求，

克服过常人难以克服的困难。他们的目标是要比能力最强的人还牛。这才是他们追求的境界，这才是贝佐斯要的人。

亚马逊早期招的每位员工，贝佐斯都会亲自面试。见完之后，他还会拉着所有面试过该候选人的同事开会讨论，细致拷问每位面试官观察、评价、判断及背后的依据是什么。

大家讨论时，他还会在白板上用非常详细的图表深入分析每位候选人。只要发现大家心中还有些许疑虑，贝佐斯就会果断拒绝。

贝佐斯不仅始终坚持招人要有极高标准，而且还强调招人标准应当持续提高。他常说，每位新人的加入，都要能够提高组织的整体效能。

所谓水涨船高，标准高了，新人水平才会高；加入的新人水平高了，组织整体的人才水平才能更高。

2. 谁来把关：坚持对人的极高标准

随着公司规模快速扩大，贝佐斯显然无法亲自面试每位新人。为了坚持极高标准，真正把好招人这道关，亚马逊选拔了一批“把关人”。

把关人在面试过程中，评估、判断此人是否适合亚马逊，面试结束后，要像贝佐斯当年那样，与每一位面试官进行深入细致的探讨，然后在综合所有人意见的基础上，做出招还是不招的决策。

有时哪怕是业务需要已经火烧眉毛，但只要把关人认为不行，也不能招，谁让把关人有一票否决权呢。

招人决策做完，把关人还必须对每位面试官提出书面反馈意见，帮助他们持续提高招人水平。

选拔把关人有三条标准：

第一，在识人方面眼光敏锐，的确有过人之处；

第二，不会因为业务压力而降低标准，相反还会持续提升标准；

第三，也是最重要的一条，就是他们自己就是内心强大、极具主人翁精神的实干家，真正坚信并亲身践行亚马逊的组织文化及领导力原则。

在亚马逊，能被选为把关人是莫大的光荣。为了保证独立性，把业务影响降到最低，把关人通常会来自其他部门。

3. 招聘流程：提升组织的选人能力

鉴于亚马逊把招人当作最重要的决策，当面试官可不是什么轻松的活，一般做完招聘决策，发了工作邀请，人入职了，招聘工作就算完成了，之后就是绩效考核部门的事了。

但在亚马逊不是这样，新人的表现及他们之后的发展都会记录在册。

这样做的目的不光是考核新人，也是考察所有参与招聘过程的面试官的能力，以及在招聘过程中有哪些疏漏、偏差，或得到哪些经验、教训。

由此可见，亚马逊的招聘流程，能够极大地促进组织招聘能力的持续提升。

每位面试官对面试过程、候选人的书面评价；每位把关人对面试官的细致拷问，以及书面反馈与指导；系统对每位入职新人的后续跟踪，（下转4版）

亚马逊贝佐斯：你的人就是你的企业 用什么样的人，企业就会变成什么样

（上接3版）对每位面试官、把关人的持续复盘，都是高效提升组织能力的有力手段。

能做面试官，尤其是能做把关人的，肯定都是业务上的精兵强将，让他们花这么多时间在招聘上，会不会耽误做业务，是不是值得呢？

贝佐斯会斩钉截铁地告诉你：值得，而且非常值得。因为他始终坚信，你的人就是你的企业；人不对，什么都无从谈起。

4. 自我选择：如何让错误的人自我觉察

在亚马逊看来，求职者也是客户。

为了创造良好的应聘体验，亚马逊在官网上公开分享成功面试亚马逊的重要建议。

这不光是为了助人，更是为了利己。因为求职者通过这些建议，能够更好地了解亚马逊，也会不自觉地思考，自己究竟适不适合亚马逊。这样的思考对亚马逊而言非常重要。

亚马逊的薪酬结构及福利待遇，也体现了自我选择机制的深刻用意。

相比其他互联网巨头，亚马逊在福利待遇方面可谓极其抠门，甚至开车上班，把车停在公司车库，都得自己掏点钱。工资水平也相当低，薪酬中占比最

大的是股权，但需要分4年才能全部拿到。

查看亚马逊2018年年报，你会看到贝佐斯的全年工资，只有81840美元。对，你没看错，就是8万多美元，折合人民币不到60万元。

这么一对比，那些看重短期利益，看重稳定收益，看重当下福利待遇，看重短期现金收益的人，是肯定不会选择加入亚马逊的。

亚马逊要的就是这个效果，这就是自我选择。

如何把人用好留住

让人觉得奇怪的是，一方面对选人的标准如此之高，另一方面，给人的薪酬待遇从短期看是如此没有竞争力，那亚马逊靠什么吸引人，靠什么留住人呢？

1. 帮助新人加速成长

很多年轻人，尤其是那些有理想、想干大事的人，初入职场时，比钱更重要的是学习成长。亚马逊给他们创造了广阔天地，让他们能大有可为，加速成长。

在亚马逊，新人会惊喜地发现，自己的工作从一开始就很有意思，且很有

意义。

比如，一进项目组，新人就会接触到各种牛人，就能参与实际工作，有些事甚至能自己决策。如果项目成功，就有亿万客户能从中受益。

这样做的结果就是，新人学习成长之快让人难以想象。不仅自己的专业技能可以急速精进，而且有机会涉猎其他所有相关领域，亲身经历从0到1再到100的创造过程。这就是一次成功的创业。还有什么比这样的实战洗礼更好、更快的锻炼机会呢？

这就是亚马逊的独特魅力。对于想干大事的年轻人，这是他们梦寐以求的绝佳机会。



2. 给予老将全新挑战

对于那些既有创意，又能实干，能把梦想变为现实的实干家们，亚马逊总能给他们新的挑战。

安迪·杰西是1997年加入亚马逊，2013年，安迪·杰西曾问过自己，为什么16年后，自己还没走，还留在亚马逊。

他说：“我想不到其他任何地方，比亚马逊更吸引我……在这里，可以真正着眼长远，不必受制于每季度的业绩压力；

在这里，可以真正为客户发明创造，不必遵循传统；在这里，有创意、想干大事的人可以充分施展，不必因为之前没有相关经验而失去开拓创新的机会；

在这里，我们这些力求创新，敢想敢干，崇尚行动，言必行、行必果的人，聚到了一起，共同打造我们自己的组织文化……

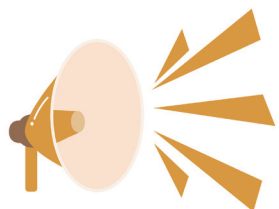
也许这就是为什么16年之后，我还在这里。亚马逊的确是实干家的梦想乐园。如果你想深刻地改变世界，没有比这儿更好的地方了。”

其实，在亚马逊核心高管即所谓“S团队”的18人中，有一半在亚马逊待了20年或更长的时间，一家仅有25年历史的创业企业，能做到这样，实在非常令人钦佩。

作者简介：拉姆·查兰，全球著名管理大师，过去50年，他服务过许多全球领先企业的企业家、高管及董事会，被誉为企业家的终极智囊。

杨懿梅，拉姆·查兰的中国业务负责人、全球唯一合伙人。

转载自北新建材微信公众号
来源：管理的常识



关于开展“开卷有益”读书活动的通知

关于“世界读书日”

4月23日世界读书日全称“世界图书与版权日”，又称“世界图书日”。最初的创意来自于国际出版商协会。1995年11月15日正式确定每年4月23日为“世界图书与版权日”。

其设立目的是推动更多的人去阅读和写作，希望所有人都能尊重和感谢为人类文明做出过巨大贡献的文学、文化、科学、思想大师们，保护知识产权。每年的这一天，世界一百多个国家都会举办各种各样的庆祝和图书宣传活动。

2020年“世界读书日”来临之际，北新建材工会委员会决定开展“开卷有益”读书活动。

各基层工会：

书籍，是人类进步的阶梯，是人类宝贵的精神财富，是走向未来的基石；读书，是人们重要的学习方式，是人生奋斗的航灯，是文化传承的通道。

为了激发员工读书兴趣，让每一位员工都喜爱读书，学会读书，引导全体员工以书为友，养成良好的自主读书习惯，努力建设学习型组织，公司工会决定举办“开卷有益”读书活动，现将有关事项通知如下：

一、活动目的

1. 努力营造良好的读书氛围，引导员工多读书、读好书，不断丰富员工文娱生活，提升员工文化素质，努力创建学习型组织。
2. 为员工搭建“读书、感悟、交流”的互动平台，让员工以各种形式表达自己的读书见解，促进员工相互学习，从而更好地强化员工之间的沟通与交流。
3. 以读书活动为契机，围绕公司发展战略，积极开展工作学习，掀起岗位练兵热潮，不断提高员工业务素质和专业水平，为公司发展贡献力量。

二、活动内容及安排

1. 活动时间：2020年4月至年底

2. 活动对象：公司全体员工

3. 读书类别不限，可以是个人藏书，在新冠肺炎疫情好转后也可以借阅本公司的藏书。

4. 全体员工应积极参与读书活动，并写出读后感。各工会可结合实际开展读后感评选活动，优秀作品可给予奖励，也可推荐在公司厂报上登载。

三、读后感要求

1. 体裁不限，内容要积极、健康、向上，能反映员工精神风貌，彰显员工个性。
2. 观点鲜明、条理清晰、语句通顺。
3. 须为本人真情实感，严禁抄袭。

四、活动要求

1. 各基层工会要做好“开卷有益”读书活动的宣传组织工作，让员工周知具体事项，并踊跃参与活动，把读书活动搞得有声有色。
2. 基层工会干部要发挥表率作用，多渠道组织员工积极参与，在公司营造“爱读书、读好书、勤读书”的氛围。
3. 此次活动只是抛砖引玉，希望全体员工养成终身学习的习惯，享受读书带来的乐趣，增长见识，启迪智慧。

北新建材工会委员会
2020年4月23日