

庆祝建党  
周年  
1921-2017

办好中国的事情，关键在党，关键在党要管党、从严治党。党要管党必须从党内政治生活管起，从严治党必须从党内政治生活严起。

——《关于新形势下党内政治生活的若干准则》

落实全面从严治党 迎接党的十九大胜利召开

倾心铺筑“新长征路”上的“型号工程”

——航空工业规划“党建520工程”实施与推进纪实

2017年，一如往年，为匹配国家战略和共和国整个航空工业的布局发展，在航空工业规划总院（以下简称“规划总院”）设计和建设的“某重点型号工程”、“南昌航空城”等重大项目工地现场：设计、施工环环相扣、紧锣密鼓、如火如荼……

恰恰也是在2017年，值得一提的是——这里还“上马”了一项特殊的“型号工程”（代号520工程），被称作“新长征路”上，规划总院“十三五”战略起飞和落地的重要精神引擎。这是一项怎样的工程？为什么具有如此之高的定位？笔者：该项目贯彻集团党组全面从严治党新要求，遵照型号工程PDCA管理实施推进，以问题为导向，沿着“分析问题、细化工作计划、理出责任清单、明确关键节点、提出可行措施”的思路，在2016年底就形成数据翔实的调研报告，确立了“看齐引领”、“固本强基”、“凝心聚力”、“筑梦塑魂”、“关爱暖心”等5大子工程，并系统性地配套了20项保障措施。

笔者采访了航空工业规划总院党组书记兼院长，从工程蓝图、顶层设计、详细计划、过程控制再到改进反馈，为逐一打开520工程的“实施闭环”。

重任在肩，思想的“营养套餐”按需下单

“新形势下，全面从严治党的持续推进，等于我们开启了一次‘新长征’。”廉大面对这样告诉记者：“长征路上无坦途。面对改革发展的重重挑战，必须像抓型号工程一样抓党建，才能淬炼出一批‘狮子型’的干部队伍！”拿破仑有一句名言：狮子统帅的绵羊部队，能够打败绵羊统帅的狮子部队，旨在强调领头人的重要性。时下勘察设计行业的寒冬尚未走远，规划总院在深度耕犁“使命市场，确保军品型号后墙不倒”的同时，主动响应“一带一路”倡议，锁定、聚焦和拓展民航、市政、智慧工厂等新兴市场。要想实现“国际化发展”的大跨越，诚然需要一批“政治上强、能驾驭全局、敢抓敢管”的“狮子型”干部！故而，发挥中央企业“思想建党”这一

政治优势，固本培元、激浊扬清——干部缺什么就补什么，“不缺”也要时刻提升“党性修养、思想境界、道德水平”，实现党员干部队伍的塑魂、升级，是党建520工程的核心突破点！

2017年伊始，分党组向各实体单位党组织书记颁发了“党建责任状”——犹如一张密密匝匝的“军令状”，全面周密部署了“型号”的分解任务、拉条挂账，确保520工程顺利推进。

为持续加强思想引领，助力党组织带头人“武装到牙齿”，规划总院分党组书记设计了一套“党建营养套餐”——包括集齐党规、《党章》、《准则和条例》、《共产党宣言》、《红色的起点》、《习近平讲故事》和党员学习笔记本在内的“开放式党建小书包”。分党组还建立了党建工作例会制度、成立党建督导组，通过“听、查、谈、评、报”，不定期督导基层党组织党建工作，并针对存在问题，在每季度召开的党建专题会上研讨。随着督导和例会制度的建立，分党组对于基层党组织建设的“需求”，能够更清晰地“查诊、摸脉”，不断丰富“开



颁发党建责任状

放了党建的“营养结构”更合理了，党员干部队伍培养和建设的“定制化”实现了——这一切，为“狮子型”干部队伍的炼成，清晰地勾勒出一幅可以“按需下单，一干到底”的思维导图。



航空工业总经理谭瑞松到航空工业规划总院展厅参观

报、筛选、采写，从一线挖掘和选树一批具有工匠精神的党员、入党积极分子典型，并借助权威新闻媒体传播他们身上感人至深的“匠心”故事：如“敢于叫板权威鉴定机构”的景辉、“创新建



政工指导员任命现场

筑脊梁叠柱”的邹剑强、“三十年如一日精准校图”的郑奕……以“匠心”发端，映衬“初心”，心心相印，撬动了一股股提供精神动力的活水之泉！例如：动力院党支部联合总部第六党支部设计布展了以“匠心”为主题的建筑方案展；建筑院党支部围绕公司新科研综合楼精益化、柔性化设计理念，著书《匠心·设计》，计划年内出版；综院院党支部组织了“书香·航空”听大师谈工匠精神座谈会；建投、长沙院党组织开展了“工匠精神”朗读者微信征集；勘察院、设备院、飞机院、电子院等各级党组织积极参加“寻找最美工匠”主

题征文、手机随手拍“工匠精神微电影”；离退休党支部组织“正能量传递”系列活动……在公司的OA论坛上，员工也自发开始了对“工匠精神与设计工作”的大讨论。



工匠精神大师谈

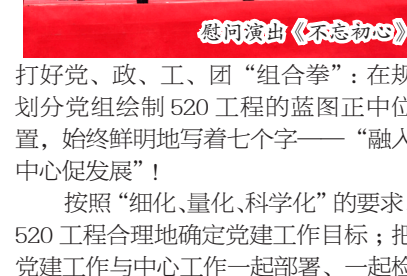
组合发力，激起“融入中心”的百舸千帆。一贯坚持“党建带群建”青年团员、广大工会会员等），推进媒体平台联动，

在弘扬“工匠精神”蔚然成风的优良氛围中，分党组乘胜追击，统筹设立“党员示范岗”、组织党员晒出“座右铭”，并且由点及面，开展以“精管理、强党建、创价值”为主题的多种形式劳动竞赛，严抓“项目团队创优”、“巾帼建功团队”、“罗阳青年突击队”等重要载体，不断发掘更多蕴藏着“航空人”精神动力的“泉眼”……

让“初心”融入党员血脉，以“匠心”涵养企业气质，520工程，犹如一股撬开活泉的文化力量，无疑是对广大党员工匠精神的洗礼、心灵的淬砺和行动的锤炼！

组合发力，激起“融入中心”的百舸千帆

一贯坚持“党建带群建”青年团员、广大工会会员等），推进媒体平台联动，



慰问演出《不忘初心》

打好党、政、工、团“组合拳”：在规划分党组绘制520工程的蓝图正中位置，始终鲜明地写着七个字——“融入中心促发展”！

按照“细化、量化、科学化”的要求，520工程合理地确定党建工作目标；把党建工作与中心工作一起部署、一起检查、一起考核、一起奖惩，使党建工作的“软任务”变成了“硬指标”，形成党建工作一级抓一级、层层抓落实的良好局面，实现党建工作目标与中心工作有机统一。

面向员工，以人性化的措施，帮扶和关心员工成长和进步。作为EAP（员

工帮助计划）的重要落地措施，备受关注的“能量加油站”已经完成设计、启动施工。站里将设有声乐室、器乐室、多功能室、乒乓球室、健身房、心理疏导室、瑜伽舞蹈训练房等；开展“冬送温暖、夏送清凉”项目部慰问，组建“圆梦艺术团”赴华东、东北、西北等项目驻地演出，为项目部员工带去“娘家人”的问候；将职工电子书屋升级为手机版，时刻为大家汲取知识和文化提供便捷的平台和土壤。组织团员青年“一学一做”，通过带领团员去沈飞、试飞中心等大型厂所参观交流，提升青年人的使命感，以更高的热情和斗志投身于中心工作……

面向客户，一切从客户需求出发，为客户创造价值。按照集团要求，以客户浏览习惯为中心升级官方网站（PC端、手机端）、微信公众号纳入集团新媒体矩阵，实现与客户零距离沟通。踩准时代节拍，摄制新版宣传片、印制新版宣传册、建设和维护公司“筑梦”展厅，打造了一批赢得客户瞩目和称赞的高质量文化产品。此外，探索“1+N”大宣传模式，用好专职宣传队伍（1）和实体单位兼职宣传队伍（N）并举，结合吴大观志愿者服务队，培养一支直面客户的兼职“双语”讲解员队伍（梦之队），让他们作为一线设计师和公司“文化使者”双角色，为客户讲述规划总院最真实、最动人的企业故事。

5月13日，“一带一路”通用航空产业国际论坛在规划总院召开。集团公司总经理谭瑞松、“一带一路”沿线国家政府企业代表、国内诸多省市领导、民航通航领域重要客户莅临规划“筑梦”展厅听取讲解，并纷纷点赞“规划”的文化传播与品牌价值。如今，随着党建文化助力市场开拓与品牌商誉倍增，各基层党组织也更加重视文宣队伍建设和培养，掀起了围绕“中心工作”开展党建文化工作的“千帆过尽、百舸争流”。“像抓型号工程一样抓党建”，520工程将航空工业规划总院拧成了一股绳，在倾心铺筑新的长征之路上，催生出不可遏止的动力引擎——向下催生，向上生长。（沈阳）

把握党建大方向 必须聚焦主战场 打好主动仗

航空工业文化中心主任、中航文化董事长、党委书记 宋庆国

在2016年10月召开的全国国有企业党的建设工作会议上，习近平总书记指出，坚持党的领导、加强党的建设，是我国国有企业的光荣传统，是国有企业的“根”和“魂”，是我国国有企业的独特优势。总书记的重要讲话，一针见血地指出了国有企业党建工作的重要地位和作用。近年来，特别是党的十八大以来，集团党组高度重视企业党建工作，先后出台了《基层党组织星级管理考核办法》《贯彻全面从严治党要求 加强党的建设的实施意见》《党建工作规范》等10多个文件，为加强和改进全集团党建工作提供了有力的政策指导和有力支撑，为巩固集团的执政地位、夯实党的执政基础提出了重大举措。

面对新形势新任务新要求，集团党组整合全行业文化宣传业务，成立了中国航空工业文化中心（以下简称文化中心）和中航文化有限责任公司（以下简称中航文化），并赋予“把握党建大方向，宣传航空主品牌，服务集团大产业，开拓文化新市场，打造精神新高度”的全新使命。这是集团党组高位审视中国航空工业发展现状，对加强集团党的建设、打造航空工业品牌、提升价值、扩大航空工业影响力作出的战略选择。在“五大使命”中，“把握党建大方向”处于战略制高点，必须先行思考、深入研究、准确把握。

企业党的建设就是抓思想建设、组织建设、作风建设、制度建设和反腐倡廉建设等五大建设，文化中心和中航文化作为集团公司报刊、出版、会展、影视、新媒体运营、航空文化传播等功能类业务的管理和执行机构，受集团公司党建宣传部委托，承担行业文化宣传工作的业务指导和具体执行职能，是全集团意识形态工作的“主力军”。把握党建大方向——实现党对企业的领导，最重要、最根

本的就是要聚焦意识形态主战场，主动深入基层，总结、宣传各单位党建工作经验，打好在思想、舆论、文化、宣传等各个领域的主动仗。

一是坚持围绕中心，服务大局，把党建工作的出发点和落脚点聚焦到中航文化的主业、主责和主阵地上来。坚持服务生产经营不偏离，是基层党建工作的首要原则和重要原则。作为集团新成立的文化宣传业务整合单位，公司的生产经营任务就是传播航空文化，服务集团发展。为此，中航文化党委提出了“聚焦航空主业、聚焦价值创造、聚焦航空核心价值观打造、聚焦文化产业发展新方向”的“四个聚焦”战略思想和发展思路，着力从思想上引导、组织上推动、制度上保障，使文化宣传工作紧紧围绕航空主业来展开，打造航空主品牌，全力服务于航空工业主业发展；致力于集团公司主品牌的价值提升，服务于客户的价值创造，致力于实现公司经济价值增长，成就员工价值实现；多角度立体化挖掘航空工业丰富历史与内在精神，并广泛弘扬，打造航空文化与先进思想凝聚的平台，提升集团软实力；构建文化产业发展新体系，开拓航空文化新市场，打造传播航空文化的具有亲民特质的立体平台，夯实航空文化落地生根的群众性基础，用市场化手段支撑航空文化持久广泛传播，并以“四个聚焦”的成果检验党建工作的成效。

二是加强统筹协调，构建核心能力，牢牢掌握文化宣传工作的话语权。按照集团公司党建宣传部的授权，制定集团公司文化宣传工作考核评价体系，建立行业内部工作标准和规范；建立集团公司文化宣传资质规范；建立集团公司文化宣传资质评价中心，为有力有效指导全行业文化宣传工作提供能力支撑；建立文化宣传工作专家委员会，对行业内能够定期进行业务指导和咨询，对上级机关

能够定期沟通和汇报工作；加强文宣资源和业务信息化能力建设，实现行业内资源的有效利用，通过资源整合提升应用效益，对外拓展合作，实现资源共享；围绕重大事件、重要活动等宣传资源主动加强策划，安排官方微博媒体和社会主流媒体，按照宣传舆论传播规律，发挥内外能量，实现综合传播效应的最大化。2017年，党的十九大将隆重召开，公司党委提前策划，早做准备，打好宣传主动仗。以“砥砺奋进的五年——弘扬航空报国精神 践行国家发展战略”为主题，全面展示航空工业在以习近平总书记为核心的党中央领导下取得的辉煌成就，尤其是党的十八大以来砥砺奋进五年的发展变化，展现航空人为祖国做贡献的整体形象，在国家精神、民族精神层面上弘扬航空报国精神，为十九大胜利召开营造良好舆论氛围。

三是建立文化宣传工作与重点型号、重要产品等同步规划、设计、推动和宣传机制，落实集团文化宣传工作决策部署，打造航空文化精神新高度。加强对AG600等重点型号以及重点型号研制过程中典型人物、事件、产品等的挖掘，做好航空报国精神、重点型号精神的总结、提炼和宣传工作，注重用型号的语言来推进文化宣传工作，注重在宣传的深度、广度和深度上下功夫。积极推进集团公司“·航空”系列活动，加强对集团核心价值观的宣传。通过报纸、微信、微博、手机客户端、图书、影视等宣传载体、平台，全面宣传航空工业先进典型、人物、事件，大力营造航空报国的浓厚文化氛围。为实现声像影视新突破，以IP为中心，有序开展做强微电影、电视专题片、短剧领域；以航空史、航空人物为突破，加强图书和品牌故事的推广；深入创作广接地气的话剧作品，持续深入地传播航空工业的精神，

集聚社会声誉，进行航空文化科普；灵活选取“一带一路”等主题资源，勇于走出去，主动展示中国航空工业的“国际范儿”，传播中国故事。2017年，公司携手央视拍摄制作电视专题片《国之大道》作为迎接党的十九大和建军90周年献礼片，展示党的十九大以来，在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下中国航空工业取得的巨大成就，展现航空人在“航空报国”精神引领下忠诚使命、攻坚克难、开拓创新、无私奉献的高尚情操和精神风貌。

四是创新集团党组领导下企业党的宣传工作的载体渠道和方法手段，最大限度发挥航空工业“好声音”。建立集团公司的“中央厨房”——积极组建集“策、采、编、发”于一体的全媒体中心，形成融报纸、网站、微博、微信、移动客户端、网络视频、专业会议、外部合作平台等于一体的全媒体经营架构，构建具备集中指挥、采编调度、高效协调、信息沟通等基本功能的中枢厨房融媒体采编平台，提升策划指挥、新闻报道、管理运行、传播效能等全方位、全流程的效率和能力。建成上下联动的自媒体族群——重点针对微博、微信等自媒体林立、报台网自办、统一发声不足的现状，进一步明确“航空工业”声音主渠道；建立联动管理机制，实施架构指导、内容报备、日常督查等制度，着力形成集团权威媒体规范发声、声源加速供应、集团声音各方优先转载、基层报台网转播的全覆盖局面，保持中国航空工业官方微博清博指数在中央企业前列；重视与人民网、新华网、央视网等媒体平台的联动，开展合作和业务指导，实现声源放大量级的提升。以航空文化为标志，打造核心媒体矩阵——全面梳理集团公司既在本行业内有名，又在社会上具有影响力的核心报刊媒体、各业务类媒体和各厂所自有媒

体、刊物，进行功能再设计和模式再调整，有效输出航空工业核心价值；对成熟核心媒体进一步赋能激活，界定功能和对象，创新运营机制和推广策略，纵深布局，形成相互支撑、能力互补的权威媒体矩阵；对培育期的期刊媒体，成熟一个发展一个，致力于航空工业声音的集聚力、有序化。

五是聚焦商业成功，创建具有航空品牌特色，体现集团党组决策意图，能够展示航空工业重大成就的展览展示活动。在会展业务方面，有效结合企业的政治、经济、社会属性，充分分析集团公司主办、承办、参展的具体情况，分析大型航空活动的社会效益、企业展位的综合传播效应，考察对产品商业成功、企业形象收益的贡献效应，进行渠道整合、创意设计，有序实现会展业务的专业化、国际化，提升对差异化客户的既定抵达能力，提升航空工业的影响力。6月19日，第52届巴黎航展拉开序幕，中国航空工业连续第五次整体参展，借助这样的国际展会展示我国航空工业的实力，扩大集团对外交流与合作，用航空工业的发展支撑中国工业发展的信心，带动“中国制造2025”、创新驱动、军民融合战略和“一带一路”倡议的全面发展。在爱飞客文化传播方面，通过举办爱飞客飞行大会，举办通航日及爱飞客两会之夜活动，参与天津直博会等国内通航展会，积极研究工作拓展和创新，探索新的商业模式，在培育新的经济增长点中宣传航空文化，展示党领导下中国航空工业取得的巨大成就。

六是强化重大宣传资源的计划策划，构建新型文化宣传资源统筹模式，发挥党组织聚合资源的优势。在收集汇总各层面年度重大科研生产经营事件、重大活动、典型人物等宣传资源富矿的基础上，结合临时预报机制，每年通过党建宣传部的统筹，直属和成员单位的协同，航空工业文