

“不忘初心、牢记使命”主题教育专栏

苏盐井神一分公司党委 不忘初心强信念 牢记使命勇作为



党员集体过政治生日 徐榕龙 摄

本报讯 近日,苏盐井神一分公司党委迅速启动“不忘初心、牢记使命”主题教育,把学习教育、宣传推动、岗位建功贯穿全过程,努力做到“理论学习有收获、思想政治受洗礼、干事创业敢担当、服务生产解难题”,推动党建工作与生

产经营“双加强、双促进、双提升”。思想补课,精神“补钙”。抓好“学”这个基础,采取领导干部带头讲党课、党委中心组专题研讨、党支部党小组集体学习并利用微信、“学习强国”“旗帜苏盐”三大平台等多种方式,组织党员系统学习活动内容,在思想上补课,精神上“补钙”,进一步筑牢全体党员的理想信念,进一步增强“四个自信”,确保主题教育扎实推进。结合“三讲三查三提升”解放思想大讨论暨形势任务教育活动,党委班子成员深入车间支部联系点、党员干部深入班组讲明形势任务,统一职工思想,激发攻坚克难斗志。

党建引领,党员带动。开展“创领先业绩 塑领军精神”主题活动,激发全体党员的工作热情。组织党员干部学习《中国共产党支部工作条例(试行)》,并开展了《条例》知识答题。各党支部有序开展特色品牌创建工作,举办了“书记赛党课”和“职工大讲堂”等活动,让广大党员干部、职工纷纷站上讲台,立足本职谈体会、围绕目标谈措施,全面营造了上下一心、咬定目标、苦干实干的良好局面。感化心灵,提升行动。公司党委关注每一名职工的工作、生活与成长,开展“最美井神职工”评比活动,挖掘塑造基层一线的最美职工;开展“与你一起庆生日”活动,为职工送上生日蛋糕、鲜花及贺卡。活动感化心灵,凝聚了人心,公司职工一致表示要从自身做起,从小事做起,为企业发展奉献力量。截止5月底,公司实现盐钙总产118.84万吨,完成年度计划的49.04%,同比增加1.54万吨,增幅1.31%。其中氯化钙11.4万吨,同比增加1.8万吨,有效保障了市场需求。(薛焰文)

追随英雄足迹 传承爱国精神

——淮盐矿业公司组织党员赴开山岛学习王继才英雄事迹

英雄是时代的标杆,爱国奉献是新时代奋斗者的价值追求。6月11日,一群神色虔诚的企业员工从数百公里外的淮安来到一座荒凉的海岛上,他们在飘扬的国旗下,在鲜艳的党旗前,举行了一场庄严肃穆的入党宣誓仪式……这是淮盐矿业公司党委“不忘初心、牢记使命”主题教育的一个精彩瞬间。



全体党员与守岛英雄合影 陈辉 摄

为贯彻落实集团党委“不忘初心、牢记使命”主题教育动员会议精神,淮盐矿业公司党委迅速掀起“不忘初心、牢记使命”主题教育热潮,组织公司与校企共建单位60余名党员和入党积极分子赶赴黄海前哨、连云港市灌云县开山岛接受爱国主义教育和党性教育,大力弘扬革命英烈王继才的“守岛卫国、坚守奉献”精神。

追忆英烈,寄托深情。在活动现场,公司领导向驻岛守卫的民兵送上慰问品。心怀崇敬的党员们在驻岛民兵引导下,参观了王继才同志生前工作和生活过的地方,倾听了英烈王继才的妻子王仕花讲述的夫妻二人32年驻守开山岛、200面旗帜、两代人无言付出的光辉事迹。烈属王仕花和驻岛民兵代表还对公司党委邀请,为8名6月份入党的同志颁发了政治生日贺卡,并给他们签名留言。

令人震撼、感动、感怀的参观结束后,淮盐矿业公司与共建单位在岛上小礼堂联合召开了座谈会,与会党员纷纷阐述登岛后的参观体会,感受着王继才“岛虽小,也是国,国安则家安”的大爱情怀;同时表示要以英烈精神为旗帜,坚定理想信念,始终保持共产党人的政治本色,自觉践行共产党人价值观,为打造国际一流全国盐业领军企业努力奋斗。(王海军)

瑞丰盐业公司党委 不忘初心找差距 牢记使命抓落实

本报讯 为贯彻落实集团“不忘初心、牢记使命”主题教育的工作部署,瑞丰盐业公司党委围绕服务生产经营中心任务,把主题教育同推进“两学一做”常态化制度化结合起来,引导广大干部职工统一思想,认清当前形势任务,为公司改革发展顽强拼搏、砥砺前行。

理论学习强素质。公司党委召开专题会议,集中学习领会习近平总书记“不忘初心、牢记使命”主题教育会议上的重要讲话精神,教育干部职工直面风险挑战,把责任扛在肩上,坚持在工作中学习、在学习中工作,积极主动为公司改革发展贡献力量。

警示教育筑防线。为营造风清气正的发展氛围,公司党委组织各部门、车间负责人和廉政风险岗位人员,走进沛县廉政教育基地接受反腐倡廉警示教育。通过观看岗位警示教育片及现场参观学习,使大家在思想上受到深刻警醒,自觉在行动上以案为鉴、警钟长鸣,筑牢拒腐防变的思想防线,切实做到在党纪国法面前知敬畏、存戒惧、守底线。

思想洗礼强信念。为进一步增强意识形态教育工作,公司党委邀请丰县党校老师为党员干部上专题党课。授课老师通过一个个鲜活的事例分析,详细解读了意识形态工作的重要性及必要性,使大家对意识形态工作有了更加深入的理解认识。职工一致表示,在今后的生产经营工作中,将自觉弘扬正能量,抵制不良风气的侵袭,切实维护公司的发展大局,全身心投入到生产经营中去,以优异的成绩向新中国成立70周年献礼。(彭方雷)

(上接一版)

怀揣创业梦想 不负使命担当

——记江苏省工人先锋号、苏盐生活家淮安承德北路店



全体店员合影 仲燕 摄

在苏盐生活家淮安承德北路店活跃这样一批年青人,他们在总经理施晓华的带领下,面向客户抓营销,矢志不渝创一流,经营业绩不断刷新苏盐生活家单店销售新高,始终保持“苏盐生活家”同业的排头兵地位,门店先后获得集团公司“青年文明号”“淮安市工人先锋号”“江苏省工人先锋号”等荣誉。

拓展团购,开辟市场

由于网络消费的兴盛,实体门店举步维艰,他们同样领略过低潮的痛苦,最困难的时候月销售额还不到2000元。面对困境,他们没有坐以待毙,而是决定从团购入手,通过内外联动,闯出一条属于自己的经营之路。

要谈团购业务对于他们这些生意场上的“菜鸟”而言,可不那么简单。不过,再难还是靠着他们不怕跑断腿、不怕门难进、不怕被拒绝的一股子劲,迅速打开了局面。在淮安经济技术开发区管委会,他们多次上门邀请开发区有关负责人到门店考察,富有盐味的的健康产品立马吸引住来访领导,就这样,苏盐生活家的休闲食品成为了开发区餐厅吧台货的抢手货;在各大银行,他们带着商品礼盒的小样,逐个向网点负责介绍,让苏盐生活家的组合套装又成为了银行、保险公司等单位馈赠大客户的礼品。团购业务的拓展又促进了门店业务的回升,就这样,他们靠着二元经营始终走在苏盐生活家各门店的最前头。

塑造形象,提升能力

作为全新的经营业态,苏盐生活家门店室内装修考究,商品布展精致,需要店员具备与之适应的形象和气质。为了与一流的门店形象相适应,改善顾客的购物体验,他们一是组织店员开展形体训练,要求店员必须穿着工装,佩戴胸牌,精神饱满。二是顾

客进店时,店员必须上前主动问候,根据顾客的特点推介与之相适应的商品。三是商品陈列、店堂卫生做到每日一整理,营造宾至如归的氛围。

创新经营,挖掘商机

苏盐生活家淮安分公司经营的德国啤酒花园餐厅位于淮安运河风光带建设施工中的1415街区。虽然偌大的街区只有他们一家在坚持营业,但似乎并不影响食客们的到来,原来他们有着自己独特的生意门道。别人不知道,他们就外请内请,让那些喜爱异域情调的消费者成为忠实的“粉丝”。他们还争取到了淮安市级机关和清江浦区公务卡定点就餐点和江苏银行信用卡消费点资质,稳定了餐厅的客流。此外,他们还先后举办淮安宝马车友会、青年相亲会、今世缘红酒品鉴会等大型活动,将餐厅的名声传播得更远、更广,把这些人看不好的餐厅搞得有声有色,有业绩、有影响。(施德怀)

简讯

泰州盐业公司党委参加“泰州红课”活动

本报讯 近日,为宣传“淮盐”品牌文化,打造泰州盐业党建品牌,泰州盐业公司党委积极参加泰州市委组织部举办的“泰州红课——第二届精品党课”活动。党课以PPT课件形式,重点讲解了新的食盐专营办法,宣传了“淮盐”品牌和文化,展示了泰州盐业公司干部职工保障和守卫全市人民食盐供应安全付出的艰苦努力和取得的显著成效,获得了评委和现场听众的热烈掌声。扬子江药业集团、春兰集团等24家企业党组织负责人参加企业组讲党课活动。(王鞠)

苏盐井神民兵应急连正式成立

本报讯 近日,苏盐井神民兵应急连正式成立。这是苏盐井神公司积极响应淮安市国防动员委员会要求,也是充分履行国有上市企业担当,加强军民融合发展的应有之举。民兵应急队伍是淮安市委市政府一支“拳头”力量,履行着“平时服务、急时应急、战时应战”的使命任务。作为军民融合企业,苏盐井神不仅是省国防动员中心,还是省政府食盐储备库,多年来积极支持国防建设,实现融合发展,为促进社会和谐稳定发展做出应有贡献。(施小红)

盐城盐业公司深化银盐合作显成效

本报讯 二季度以来,盐城盐业公司积极与区域内国有商业银行、股份制银行进行深度合作,拓展高端“淮盐”市场份额。通过公司主要负责人主动拜访,组建专业的营销团队和加强合作项目培训,开展龙支付、扫码购等活动,形成高端“淮盐”品牌和银行金融产品的深度合作。截至目前,新增合作的银企近10家,销售高端淮盐和高端食盐礼盒近25万元。(丁德富)

苏盐先锋行 精彩故事

服务至上 渠道为王

——记集团2018年度十佳营销能手刘忠辉

刘忠辉,南通盐业公司营销中心集贸市场兼大包装盐客户经理,曾获得“2017年度铜牌客户经理”。2018年在盐业市场竞争日益激烈的情况下,他销售大包装食盐6104吨、工业盐14748吨、小包装食盐1367吨、非盐产品450万元,全年实现销售毛利327万元。工作中,他崇尚服务至上的理念,通过保姆式上门服务和对产品质量的严格要求,赢得了用户的信任。

理解支持营造和谐关系

刘忠辉的服务理念里,生意大小不是最重要的,大小客户都要一视同仁,为客户提供优质服务和质量信得过产品。平日里,他利用微信与所有客户保持密切联系,不论是酷暑寒冬,还是逢年过节,都能第一时间回应客户的产品需求,打好产品供应的提前量,最短时间里组织货源,服务到位,赢得了客户的信任和依靠。他能根据市场需求和上游产品供应情况积极备库存,为客户提供质量信得过产品,及时处理客户的反映和

产品时,能按照要求尽量满足。如上海“奇华敦”是一家美国独资公司,对产品内外包装和批号要求十分严格,为了有效地稳定客户,他与供应厂家动脑筋、想办法,用透明薄膜将产品封装,同时确保外包装无明显的盐粒、泥土等附着物,令客户非常满意,这样成本没有投入多少,客户满意了,销售价格比同类产品有所增加,实现了“双赢”的结果。

以诚相待满足客户需求

自2012年起担任任城区公司大包装盐客户经理以来,刘忠辉能及时转变观念,把客户的需求作为工作的出发点,数年如一日为客户提供上门服务,稳住老客户,发展新客户,拓展新业务,牢牢掌握区域市场主动权。通过他的不懈努力,客户数不降反增,年度新增客户54家。平时他能针对每个客户的个性需求认真做好台账,对每个客户的情况和需求都能做到了然于胸,在对方订购

产品时,能按照要求尽量满足。如上海“奇华敦”是一家美国独资公司,对产品内外包装和批号要求十分严格,为了有效地稳定客户,他与供应厂家动脑筋、想办法,用透明薄膜将产品封装,同时确保外包装无明显的盐粒、泥土等附着物,令客户非常满意,这样成本没有投入多少,客户满意了,销售价格比同类产品有所增加,实现了“双赢”的结果。

耐心细致提升服务品质

平日工作中,他总是想客户所想,急客户所急,每天关注库存商品情况,通过预测,及时订货、补货,确保供应能满足客户需求。南通的日资企业较多,他们的工作时间和假期与国内有差别,因此他对这类企业都做好了特别的标记,每逢佳节都要主动询问产品需求信息,确保节日期间客户的生产经营活动正常进行。他总是认为,客户经理不是在单纯地卖产品,更重要的是在向客户提供优质高效的服务。每月特别是节假日前,他都会马不停蹄地对500多家客户走访一



刘忠辉在BC超市宣传“淮盐” 徐枢伟/摄

遍,征求客户对公司在产品质量、供应和客户服务等方面的意见建议,以便及时调整产品结构和服务方向,更好地稳定南通大包装盐市场。2018年大包装市场竞争激烈,购进价动荡不定,他都能及时同客户协商沟通,运用“一厂一策”定价机制,合理地调整好销售价格,确保大包装毛利率不下降。在工业盐全面放开的情况下,销售毛利率达到20-35%的较高水平,全年资金到账率超过98%。通过抓渠道、强服务,刘忠辉牢牢掌控市场主动权,销售量持续攀高,经营风险降至最低,利润率不断提升,成为南通盐业公司营销转型的一面旗帜。(张立新)