



面对全面深化改革、转型发展的新形势新任务新要求，首钢宣传思想工作坚持稳定鼓劲、正面宣传为主的方针，选好典型，抓好示范，以讲好“首钢人的故事”为载体，传承“敢闯、敢坚持、敢于苦干硬干”、发扬“敢担当、敢创新、敢为天下先”的首钢精神，开展“首钢之星”评选，引导广大干部职工坚定信念、攻坚克难，为首钢全面深化改革、加快转型发展注入了强大的正能量。

一、精心组织，深入挖掘，处处有故事

为开展好“首钢人的故事”宣传活动，首钢总公司党委印发通知，明确活动的目的意义、故事内容、选题原则、实施步骤等要求。各单位党委高度重视，精心组织，深入挖掘。京唐公司成立领导和工作小组，完善宣传活动的组织、指导、督促、考评工作机制。长钢公司以唱歌曲、讲故事、诵经典、谈感悟等方式，增强了“首钢人的故事”宣传活动的吸引力。股份公司冷轧公司通过内网、宣传栏及“幸福冷轧”微信公众平台等进行广泛宣传，让干部职工积极参与到活动中来。园区管理部召开专题会布置，做到人人皆知、人人参与。

在深入发动的基础上，各单位层层寻找故事线索，层层推荐总结典型，在挖掘具有代表性、示范性和感人的典型上花精力、下功夫，形成了从班组到作业区，从各单位到总公司逐级推荐的机制。股份公司硅钢事业部和炼钢作业部围绕攻坚克难、爱岗敬业、降本增效等内容，积极总结推荐身边的人物故事，经过股份公司党群工作部甄选后，向总公司推荐了24个故事。水钢公司、通钢公司、首秦公司、销售公司深入到厂矿、车间、班组中去听、去看、去找，在筛选、总结、提炼上下工夫，积极推荐、宣传故事，向总公司推荐人物故事99个。中首公司、国际工程公司、机电公司结合经营管理、市场开发等挖掘故事线索。首建公司、首房公司等单位的党委书记亲自审核把关上报的故事

线索并主动推荐到首钢日报社、首钢电视台宣传报道。许多单位的党委宣传部、党群工作部业务骨干下车间、进班组了解情况，发现、培育、挖掘典型，亲自动手撰写职工的故事。

各单位把开展活动的过程转化为激励干部职工为企业拼搏奉献的过程，使活动成为加强宣传思想工作创新的有力抓手，成为凝心聚力推进首钢转型发展的动力支撑。全集团共有43个基层单位推荐上报人物故事280个，为“首钢人的故事”宣传活动深入开展奠定了坚实基础。

二、聚焦基层，真实感人，小故事展现大主题

“首钢人的故事”宣传活动坚持围绕首钢全面深化改革、转型发展，以展现首钢人的情怀、弘扬首钢人的精神、凝聚转型发展力量为主线，面向普通一线职工，讲职工身边的事，用身边事感动身边的人，用小故事展现时代大主题。

通过开展“首钢人的故事”宣传活动，一批新时期先进典型人物事迹展示出来。京唐公司的荣彦明，多次领衔试轧出高端领先产品，攻克超厚板和极薄板精轧难关，从毛头小伙成长为精轧技术能手；股份公司的何鑫，敢于岗位担责，全天候工作，协调矿流有序，促进信息畅通，在降库存强管理上起到了关键作用；矿业公司的毛清华，建设数字化矿山，治理边坡滑坡体，延长矿床开采年限，成为创新路上“常青树”；水钢公司的王大兵，敢于碰硬抓管理，把老大难的“干部滑铁卢车间”带成标杆单位；长钢公司的田永集，为保企业生存，甘愿从炉前转岗为卸矿工，带头苦干硬干，不断刷新日卸矿记录；通钢公司的宫海涛，在寒冬面前、挺身而出，创出新建高炉达产速度、主要生产指标水平，跻身国内同型高炉前列；机电公司的郑琦，“国家荣誉”至上，扛起急难任务，精确描绘蓝图，出色完成长安街金色护栏施工，点亮“首钢制造、城市服务”名片等等。

这些故事来自一线，贴近职工、贴近实际、贴近生活，精彩鲜活、真实感人、示范引领、给人力量，展现了转型发展新时期首钢人精神风貌，有着广泛的代表性，有较强的价值导向，唱响了时代的主旋律，传递了发展的正能量。

三、深入宣传，广泛传播，营造向先进看齐的良好氛围

借助报纸、电视、网络媒体、微信等各种有效载体，形成强大宣传声势，讲好、传播好“首钢人的故事”，在全集团营造学先进、赶先进、超先进的生动局面。

一是充分利用各种载体，让职工看得见。首钢日报在头版头条显著位置开设“首钢人的故事”专栏，大版面、大力度进行宣传，通过评论员文章、专版、图片故事有节奏的进行报道，首钢电视台组织记者深入现场进行采访，用镜头记录真实感人的场景，首钢微信平台进行系列宣传报道。京唐公司在京唐报、网站、OA、微信平台上开设“京唐人的故事”；股份公司在内网、微信平台、电子杂志等多种媒体上，开辟专栏，对先进人物的先进事迹进行常年持续的深度报道；矿业公司在《矿业通讯》开辟《首钢人的故事》专栏，在矿业电视台制作人物专辑进行宣传，并通过“铁源记忆”系列文章，讲矿山人的历史、矿山人的奋斗成长，以历史来启迪现在、昭示未来。

二是组织评选“首钢之星”，在评选中学习先进。首钢总公司党委在充分听取广大干部职工和专家学者意见建议的基础上，总结提炼出传承“敢闯、敢坚持、敢于苦干硬干”、发扬“敢担当、敢创新、敢为天下先”的首钢精神表述语，印发了《关于大力传承和发扬首钢精神的决定》，深化“首钢人的故事”宣传，变评选表彰感动人的故事为评选表彰故事背后的先进典型人物，开展了“首钢之星”评选表彰活动。从基层单位推荐上报的280个“首钢人的故事”中的人物中，评选出“担当之星”、“创新之星”、“争先之星”各5名共15名，召开《传承发扬首钢精神首钢之星表彰暨演讲报告会》进行表彰，建立了长效机制，打造企业文化建设品牌，进一步讲好首钢人故事、凝聚首钢力量。广大干部职工由衷地说“讲好首钢故事，评选首钢之星，先进就在身边，感动就在身边”。

三是运用多种形式进行宣讲，传播正能量。各单位从人物故事中积极选树典型，组建宣讲团，利用座谈会、交流会、故事会等多种形式进行层层宣讲、广泛宣讲。首秦公司组织3场大型宣讲会，12名宣讲员讲述了《从点检菜鸟到首钢冠军》、《配加合金斤斤计较》、《一个力源工的星级服务》等故事。矿业公司组织了“首钢人的故事”职工宣讲比赛，30余名宣讲员走上讲台，宣讲先进典型事迹。水钢公司把讲好“首钢人的故事”与评选“最美水钢人”等活动相结合，选出19个故事宣讲21场次，直接受众2400余人。长

钢公司宣讲了60多个故事，使干部职工家属感受到激昂正气就在身边。通钢公司举办了30多名选手参加的“群策群力为生存而战—首钢人的故事”主题演讲比赛，选拔优秀宣讲员深入车间、班组宣讲，向干部职工传递共克时艰的正能量。

四、增添新动力，树立新形象，为企业转型发展鼓劲加油

“首钢人的故事”宣传活动得到了全集团各级党组织、广大干部职工的高度认同和广泛参与，起到了崇尚先进、学习先进、赶超先进，为深化改革、转型发展鼓劲加油的作用。

一是重在接地气，发挥了文化育人的功能。各单位围绕首钢改革发展中的重点、热点和难点，聚焦基层现场的生动实践，透视一线职工的岗位奉献，深入发掘具有代表性示范性的先进典型，做到见人见事见精神，总结宣传了一批接地气、聚人气的首钢人的故事，听起来亲切，讲起来感动，做起来能学。典型就在身边，滋养人们心田，充分发挥了示范、引领，凝聚、推动的功能和作用，文化育人见到了成效。

二是力求深入人心，注入发展正能量。各单位以“讲好首钢故事、凝聚首钢力量”为出发点和落脚点，精心策划，认真组织；各种载体全面参与，职工宣讲、互动交流、评选表彰随后跟进，形成了多维度、高频次、立体化的宣传局面，为首钢全面深化改革、加快转型发展凝心聚力，为经营生产建设直面困难、攻坚克难鼓劲加油，唱响了主旋律，传播了正能量，使活动成为加强企业宣传思想工作的有力抓手。

三是培育先进典型，树立了新形象。首钢推荐10名首钢人的故事和主人公参加北京市国资委“国企楷模·北京榜样”评选活动，首钢京唐公司荣彦明、篮球俱乐部闵鹿蕾、首自信公司米岩入围“国企楷模·北京榜样”候选人，在北京市报纸、电视和网媒进行了广泛宣传。其中，荣彦明荣获“国企楷模·北京榜样”十大人物，今年荣获全国“五一”劳动奖章，闵鹿蕾荣获“北京榜样”提名人物。首钢京唐公司王建斌《志在京唐建功勋》典型故事，展现了“岗位梦、企业梦、中国梦”的人生追求，当选了2015年度全国“百姓学习之星”。在2016年度首都国企职工宣讲比赛中，来自首秦公司的宣讲员杨光以《是党员就要做块好钢》为题，讲述了首秦公司炼钢部钢渣加工作业区职工在党员的带领下积极转变观念，主动转岗转型，在钢渣回收再利用工作中顽强拼搏，勇创佳绩的感人故事，展示了首钢职工在企业深化改革进程中勇挑重担，敢打敢拼，敬业奉献的优秀品质，被评为“十佳宣讲员”。首钢总公司荣获“宣讲比赛优秀组织单位”、“宣讲工作先进单位”。

（课题主持人：郭庆 课题执笔人：周胜军 刘逸）