

以党建品牌创建激发国企基层党组织活力

李星

山西焦煤西山煤电斜沟矿 山西 吕梁 033000

[摘要]随着我国社会经济发展步入新常态，给新时期国有企业党建工作提出新的要求。加强党建创新，打造具有国企特色的党建品牌是时代发展的必然要求，也充分体现党的先进本色。为此，国有企业基层党组织应积极创新工作理念和方式，创建党建品牌，充分激活国有企业基层党组织的活力，推动企业的改革发展步伐。

[关键词]国有企业；新形势；党建品牌；战斗堡垒

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.1303

坚持党的领导、加强党的建设，是国有企业的“根”和“魂”，是国有企业的独特优势。对国有企业而言，认真贯彻落实新时代全面加强党的支部建设要求，要深刻把握新时期国有企业党建工作的时代特点和现实需求，在实践中不断探索具体方法，找准党建工作与生产经营深度融合的现实载体。党建品牌建设作为新时期、新形势下推动国有企业党建工作发展的一种重要抓手和有效途径，就是让企业通过打造党建品牌，持续的把党建工作与业务工作深度融合，不断加强党组织的战斗堡垒作用，不断提高党员队伍的先锋模范作用，不断激发党员群众的创造力、凝聚力、战斗力，不断增强企业发展的软实力，把党建工作的政治优势和组织优势变为企业和品牌的发展动能和核心竞争力。

一、打造党建品牌的现实意义与重要作用

1、以党建品牌创建激发基层党组织活力

国有企业是国民经济的基石。随着，我国社会经济发展进入新常态，国有企业传统的党建工作理念和模式难以胜任时代发展要求，倒逼国有企业加快党建工作的改革创新。国有企业党建品牌建设激发了基层党组织的活力，是对国有企业基层党组织各项工作的资源整合、提炼升华，突出反映了国有企业的价值观、精神面貌，是时代发展的必然产物，让企业职工群众提高对党建工作的认可与支持。

2、党建品牌成为解决党建“两张皮”的有效途径

国有企业开展党建品牌建设作为一项系统性工程，通过理念创新、机制改革来解决国有企业党建存在的问题，取得突破性进展，实现党建与企业管理的有机结合，将企业发展目标与党建目标高度统一，为国企解决“两张皮”提供了有力抓手，解决了国企“党建乏力、党建低效”的困局，为国企各级党组织加强党建工作、促进党组织作用发挥制度化、具体化提供了新的实践路径。

二、国有企业基层党建品牌的创新实践

近年来，国有企业以创建党建品牌的带动下，吹响了“跟我干、向我看，助推企业高质量发展”冲锋号角，以党建品牌促生产发展，让“关键少数”发挥“头雁效应”，让车间班组党支部成为“红色堡垒”，让党员岗位成为“红色先锋”，使党的政治优势变为企业品牌发展优势。不断思考和实践找准推进基层党建品牌建设工作的落脚点、突破点和发力点，解决“怎么干、怎么干好”的问题，以实际行动践行“把支部建在责任区、把党旗插在品牌上”。

1、做好顶层架构设计，提高工作效率和质量

国有企业基层党组织按照“支部建在连上”的指导思想设在三个生产班组，支部书记由班长兼任。由于党员分布不均、结构差异且生产班组党员最少，所以在组织建设，党总支主要承担了上传下达、总体策划、指导督促落实的职责作用，下设班组党支部更多是抓执行、抓基础。同时，这种运行机制也为国有企业党建品牌创建起到了更好的统筹推进作用，在将党建融入车间中心工作时，有利于充分发挥党总支“统揽全局、协调各方”的资源整合优势，有效调动组织资源、党员资源、群团资源等在急难险重问题一线汇聚，构建网络化、立体式的工作开放系统，形成在重要工作上与行政力量齐抓共管的工作合力，提高了工作质量、效率和水平。

2、氛围上浓厚热烈

在党建品牌建设过程中，经过党员们的集思广益，党总支总结提炼了国有企业文化在基层制丝车间落地的子文化“雁行宽窄强芯制丝”，既代表了基层职工对企业党建文化的认识认同和深情回应，更诠释了一个生产工作基层党组织对于质量精益求精的不懈追求与共同愿景：一是心脏、核心，代表车间以“零缺陷、零容忍、零反馈”的“三零”优质实物质量和产品内在品质为追求；二是强化“头雁作用”，通过有力推进企业党建品牌建设擦亮党员名片，强化

党员的先锋模范作用发挥，把“一个党员就是一面旗帜”的形象更好树立起来；三是内心，代表“家文化”，通过开展“企业是家，我爱我家”主题活动，激发集体效应，凝聚更强大的力量。

3、方式上紧密联系

在创新探索实践中，将党建品牌创建与提升基层党支部组织力紧密结合，用好用活“两岗一区一队”载体，将党建品牌建设与管理深度融合、系统融合。以基层队组党建为抓手，把党建工作与企业的中点工作相结合，量化了具体的工作任务，细化了对应的党员责任，聚焦攻关指标设立党员攻坚先锋岗，聚焦“急、难、险、重”任务。同时，党总支切实负起责任，以结果为导向，定期针对各项工作的进展开展督导工作，对项目进度和指标完成情况定期监督指导，合理调配资源，促进各项措施落实落地。在和工厂其余党支部等开展“联建共创”活动中积极发挥党的组织优势，形成更大范围的合力。

4、考核上结合运用

在党员考核结果运用上，党总支充分发挥考核的指挥棒作用，按照工厂的党员量化积分管理制度对党员进行激励和约束，通过每季度“晾晒比”党员积分的方式激发党员“学先进、赶先进、当先进”的进步动力。将党员年度积分分为基础得分、先锋得分、先进得分三个部分进行评价管理，组织三个党支部建立评价实施办法，细化评价标准和评分依据，并把党员量化积分作为开展党内评优评先和向上级党组织推优推先的重要依据。

三、驱动基层党建品牌深入建设的思路及对策

1、基层党建品牌建设既要拓展广度，也要拓展深度

在打造国有企业党建品牌时，因其覆盖面大、涉及工作多，具有较强的广泛性和指导性。而在基层党组织推进国有企业党建品牌工作中，要正确、深入的把握企业党建品牌建设的理念、思路、规划、举措，结合自身特点和部门文化，突出基层特色，积极发挥制度驱动、载体推动、典型带动、党群互动等来增强基层党建工作的执行力、感召力和凝聚力。党建品牌建设是一个由点到面逐步推进的长期过程，需要自上而下的方向性把控，也需要自下而上的党员积极性、主动性和创造性的发挥。基层党组织要善于在纵向和横向关系层面对接机制，有效落实。从纵向层面上，企业要为党建

品牌创造有利条件，充分发挥党建的凝聚力、战斗力。横向层面上，要引入到对基层工作的具体问题分析和解决中，从“思想、工作、实践”三要素的持续融合中不断拓展党建品牌建设的深度，提升基层党建的质量。

2、基层党建品牌建设既要融入工作，也要融入职工

推进国有企业党建品牌建设应从紧密围绕企业中心工作和职工群众，作为工作的出发点和落脚点。围绕企业中心工作、促进中心工作，脱离中心工作做党建犹如无根的浮萍，长不成参天大树，长不成栋梁之才。其次是围绕职工，围绕职工的发展、职工的利益、职工的困难、职工的需要。人的工作最难做，但做好了最管用。脱离了人，党建工作犹如无源的水，发展后劲不足。只有持续不断的把人的工作做好，才能真正做到“企业和品牌发展是为了大家、企业和品牌发展要依靠大家”。基层党建就是要把关心、支持企业和品牌发展的人搞得更多的，不关心、无所谓的人搞的人少少的。只有把大家的力量激发起来，把大家的干劲带动起来，把大家做的成绩巩固起来，才能聚沙成塔、集小成为大成，把本部门的工作做得更好，以此推动企业发展得更好，也让职工的价值有更好的展现平台，让职工有更佳的“认同感”、“获得感”和“幸福感”。

3、基层党建品牌建设既要找准发力点，也要提升影响力

在找准发力点上，基层党组织要善于借助有效的载体开展工作。积极推进“党建+”为党建品牌建设提供创新载体，通过思想引导职工，多层次、全方位的推进“党建+业务”的深度融合，优化资源配置，实现国有企业基层党建的多元联动。在提升影响力上，基层党组织要提高政治站位，提高工作标准和眼光开展工作，积极打造特色党建子品牌，加强与其余党组织间的联建共创，加速形成“党建+”的新工作局面，促进国有企业形成独具特色、内涵丰富的党建品牌集群和矩阵，铸造国有企业的“软实力”，将党建新成效转换为国有企业改革新动能。

参考文献

[1]周恺,姚徐超,王超群.信息化视阈下的高职院校“七彩党建”平台推进研究[J].品牌研究,2018(4):2.

[2]张澜馨.高职院校党建工作的信息化建设研究[J].速读(下旬),2019,000(004):22.