

# 浅议国有企业基层党建品牌化建设

易明昆

中铁天丰建筑工程有限公司

**摘要：**品牌化建设是一种组织对其进行策划、设计、宣传和管理的一种行为与工作，是一种在当今社会中十分关键的一种观念。基层党建品牌化建设就是借鉴了现代企业品牌化建设的理念，以党建方式进行了创新和变革，形成了一种可以与一般基层党建成果相区分的成熟实践。

**关键词：**国有企业；基层；党建；品牌化建设

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2022.04.061

## 引言

党建品牌化建设，指的是将市场经济和市场营销中的品牌构建思路，与企业党建工作相结合，形成的一种全新的党建理念。用这种方法，可以很好地解决工作力度不足、组织内部凝聚力不强等问题，为企业党建工作的开展带来了全新的动力。为此，探索现阶段我国国企党建工作的发展道路是非常必要的。

### 一、基层党建品牌化建设的内涵与意义

创建一个基层组织的品牌，不仅可以促进基层组织的变革，而且可以提高基层组织的影响，也是创建有特色、推广有经验的重要手段。基层党建品牌指的是基层党组织和广大党员在长时间的党建工作中取得的成绩，它是一个区域或者一个单位在党建工作中的特点和经验的集合，它可以反映出基层党组织在广大党员和群众心目中的位置。所以，通过有计划有步骤地创建基层党建品牌，提高其内部价值，是推动基层党建领导方式变革的一条有效途径，具有较强的实践意义。

#### （一）有利于党建工作模式的创新

伴随着经济、社会的飞速发展，以及越来越多的社会价值观，基层党组织面对着许多新的形势、新的问题，为了跟上时代的发展要求，需要推进党建工作方式的改革和创新。学习现代企业的品牌创建，把党建工作“品牌化”，找到与实际工作相结合的切入点，重点关注基层党组织的热点和难点问题，强化对基层党组织的顶层设计，强调对其成果的可重复性，从而促进基层党组织工作方式的革新，从而更好地适应当前的发展需要。

#### （二）有利于基层党组织影响力的扩大

把一个基层组织的先进做法，归纳为一个品牌的典型经验，利用互联网、新媒体、短视频等各种新的传播方式，扩大基层党建品牌的传播范围和宣传范围，让邻近地区、同类行业的基层党组织可以及时学习并吸收这

些典型的经验，让基层党建的结果可以产生辐射效应。

一系列具有精确定位的党建品牌活动，不仅能够推动党建工作与群众生活之间的密切关系，还能够持续地提升基层党组织的社会影响力，全面地提高同等级别党组织的党建工作实践水平，从而达到提升基层党建工作的总体水平。

#### （三）实现基层党建与社会要素的连接

近几年，中央在很多次重大会议上都强调要建立中国特色的现代国企制度，所谓“特色”，就是在国企的基础经营中，建立起一套适合于国企的基层党建工作体系，既能满足国企的经营和发展需要，又能满足人民的需要，国企的基层党建就是中国特色的一种体现。具体地说，在国企的基层党建品牌创建中，不仅可以将基层党建工作更好地运用到企业的日常运营发展中，还可以利用党建品牌，使基层党建与各种社会要素之间形成了一种高效的联系，从而达到对各种社会要素进行科学分配及合理使用的目的，从而利用社会资源，进一步提升国企基层党建工作的质量和效率。

#### （四）扩展基层党建工作的开展渠道

基层党建品牌的创建，对国有企业可以更好地拓展基层党建工作的开展渠道，进而通过基层党建工作，让它能够更好地深入到员工中去，真正地为群众提供服务，进而提升基层群众的思想政治素质，增强他们对企业党建思想的认同。除此之外，在新时代背景下，员工正面对着更为多样化的思想价值观对其进行冲击。因此，在国有企业中，进行基层党建品牌的创建，对帮助员工建立健全的思想价值观体系，进而对党中央和党组织的领导产生积极的影响。唯有员工具有较高的思想政治素质，方可提升工作的效率与品质，不仅为企业的经营与发展打下坚实的基础，也有助于提升企业的社会形象，进而为我国的社会主义建设做出贡献。

#### （五）扩大基层党建工作的社会影响力

在国有企业基层党建品牌的创建过程中，牵扯到了许多部门，在组织的层面上，最起码包括了企业党委、党总支、党支部这三个层级。此外，在各个层级上，各层级党组织的配合效果以及相互影响的影响，与基层党建品牌的建立有着直接的联系。因此，基层党建的建立具有十分重要的意义和必要性。除此之外，国有企业基层党建品牌创建不仅与企业的内部运营发展有关，还与企业的社会运行建设有关。这是由于基层党建创建涉及了包括党员干部、项目管理人员等众多企业工作人员，而且，党建品牌创建还需要企业所在地政府、同行业企业、产业链上下游企业的联合展开，只有这样，才可以真正保证基层党建品牌的社会影响力，保证基层党建品牌的价值可以得到最大限度的发挥。

### 二、基层党建工作品牌化建设中存在的主要问题

#### （一）思想认识尚不到位

长期以来，国企基层党组织建设中普遍出现了“说起来很重要，做起来就是第二位，忙起来就是第三位”的问题。很多的党员干部，尤其是一些的领导班子，对党建工作的重要性没有充分的了解，有一种重业务轻党建的观念，在新的情况下，他们对怎样做好党建工作并不重视，也不懂得怎样打造党建工作的品牌，仍然处于一种比较消极的状态，缺少做好党建工作的责任感和热情。

#### （二）工作机制亟待完善

近几年，国有企业对“党建”的重视程度有了较大幅度的提升，对“党建”的观念也有了较大的提升。但是，与经济指标相比，党建工作比较不易定量，因此，在许多基层单位，仍然是以行政业务开展的好坏，经济目标的完成情况，来作为衡量工作绩效的一个重要标准，但是对于政治表现、个人综合素质等，却是很难进行精确的评价。所以，目前，我们对国企党建“品牌”的构建还只是一个概念，很难找到一个行之有效的衡量指标。

#### （三）从业人员素质亟待增强

很多国企都缺乏党务专职干部，通常都是由兼职人员担任，而这些工作人员在平日里就要担负更多的行政工作，很少有时间和精力去进行专业的党建工作。由于缺乏训练，许多党务干部对党建工作的复杂性认识不够，在新形势、新任务下进行工作的能力不够，与党建工作的高水平还有很大的距离。

在实际工作中，存在着一些“痛点”、“难点”，

它们对提高党的组织能力、提高党的政治职能起着很大的作用，需要通过一些有效的举措来有效地解决。

### 三、基层党建品牌化建设的具体做法

#### （一）做好整体规划

在一个企业的发展过程中，一个企业的发展过程往往是一个非常关键的环节，而这个环节的成功与否将直接决定着一个企业的发展方向。首先，要根据企业的具体情况，做好企业的品牌定位；在对当前工作进行整理的过程中，可以对党建工作的目标和需要进行确定，并对当前的优势进行分析，同时还可以对自身存在的缺陷进行分析，在此基础上，明确企业党建品牌建设的定位。

#### （二）落实具体实施

与企业品牌的创建相同，基层党建品牌的创建也是一个漫长的过程，它不能“毕其功于一役”，因此在基层党建品牌的建设中，应该注重掌握好自己的节奏，循序渐进地进行。首先，要进一步明确各单位的工作职责，将创建“党建品牌”作为一项重要工作，突出“责任”、“分工”、“加强领导”，并在“创建”中发现的问题，要在“创”的同时，对“创”中存在的问题进行处理。其次，我们要形成一个信息的回馈体系，通过对各个环节的沟通与考核，来总结工作中的经验与教训，并在此基础上，进一步完善工作方式，推动企业的品牌化建设稳步发展。然后构建评估体系，对实施结果进行适时的评估。采用将定性和定量两种方法有机地结合起来的方法，并与上级党组织的检查情况以及基层党员群众的评价进行联系起来，将在创建的过程中进行的评估工作进行好，这样才能保证品牌创建的高品质。

#### （三）注重宣传推广

品牌宣传是提高企业知名度的关键。通过对企业党建工作中存在的问题进行分析，提出企业党建工作中存在的问题和对策。首先，要大力开展“基层党建”品牌创建的重要作用，发挥其工作积极性、创造性，加强企业内部的团结，扩大企业外部的影响，营造出一个良好的企业党建品牌创建的环境。其次，要充分运用各种媒体，尤其是要跟上时代步伐，运用群众所喜爱的媒体，把党的品牌创建工作中的经验和亮点，以最快的速度展现出来。最终，在实现了一个阶段性的目的之后，要注意对这些经验进行提炼和升华，尤其要注意对在创建党建品牌的过程中所形成的各类数据进行采集，让党建品牌的建设更加科学，并把有关的经验转化为具体的制

度，从而持续提升基层党建品牌的影响力。

#### （四）在基层党建工作中融入品牌理念

基层党建品牌创建与品牌理念密不可分，特别是目前许多基层党建工作人员对品牌理念的认识还不够，这就需要国有企业进行改进，具体方法是：第一，在国企中，通过对基层党建工作进行品牌观念的培育，让他们认识到了在基层党建中树立品牌的重要性与必要性，并认识到了打造品牌是一个长期的、渐进的过程，这一过程要根据企业的特点与实际来进行，并在此过程中，由各个层级的党组织共同努力，实现在基层党建中树立的品牌的目的，进而形成了一个具有特色的党建系统。第二，国企要提升基层党组织成员的创造力，指导他们运用品牌思维，使他们在基层党组织中形成自己的特色，在持续提升基层党组织品牌化建设成效的基础上，更好地得到职工的认同。

#### （五）调动多方参与基层党建品牌创建

基层党建品牌的创建，必须要有全体员工的共同参与，这是由于各个方面的工作都是由各个岗位的工作人员来实现的，而在这个基础上，国企必须要主动地动员各方的力量，让他们能够更好地参与到基层党建品牌的创造中来，具体的战略有以下几点。第一，国企可以采取多种形式，开展各种形式的党建工作，利用各种形式的宣传，让职工和党员都能积极地参加到基层党建的建设中来，同时，要树立起一种良好的形象，增强职工对国企的认同感和责任心。第二，国企的基层党组织可以通过与其他单位党组织开展党建共建活动，畅通交流渠道，搭建沟通平台，起到黏合剂的作用，努力为广大党员、广大党务工作者提供更好的党建工作，加强党的团结、向心，为国企的基层党建奠定了良好的基础。

#### （六）确保品牌创建的连续性和渐进性

基层党建品牌创建工作并非一日之功，它需要各级党组织及工作人员的不断努力，因此，国企必须保证品牌创建工作的持续性和渐进性，具体方法是：第一，国企能够深刻理解基层党组织建设的意义，精准地剖析各类工作的实施需要与特点，并加强对其自身的传播，进而提高其自身的价值与科学性。第二，国企可以提升基层党组织的影响力，保证基层党组织所形成的品牌效果可以为社会带来实实在在的社会效益，完成社会使命，从而达到对基层党组织各项工作的统筹与整合，并逐渐化解在工作中出现的各种冲突。

#### （七）充分发挥党员党建品牌创建主体作用

党员是实现基层党建品牌创建工作的最重要的成员，所以，国有企业要充分发挥党员在具体工作中的主体作用，其具体对策是：第一，国企要注重党员在创建基层党建品牌过程中的表率，通过对其进行评估，让其更多地参与到创建工作中来，这样才能对广大群众起到很好的指导和帮助，同时也可以增强基层党组织成员的凝聚力，保证其先进性和纯度。第二，国企可以通过内外两方面的工作，一方面要通过员工的培养，提升员工的工作质量，另一方面要通过关心员工，让员工感觉到党和企业的关爱，以此来激发员工的工作热情。从外部来看，要引导党员主动担当和担当国企所应尽的义务。

#### 结语

总而言之，国有企业可以采取将品牌思想融入基层党建工作中、使用各种加强党建品牌化效应的战略，来推动基层党建品牌创建工作，并对基层党建品牌进行实际的加强，使基层党建工作的科学性和规范性及合理性得到提升，进而更好地将党建工作的应用功能发挥出来，为国企提供更好的服务，为社会发展作出更大的贡献。

#### 参考文献

- [1] 凯文·莱恩·凯勒. 战略品牌管理. 北京: 中国人民大学出版社, 2019.
- [2] 陈光. 怎样推进基层党建品牌化建设. 人民论坛, 2018(17): 52-53.
- [3] 安徽省委党校党的建设与国家治理研究院. 国有企业推进基层党组织标准化建设的思考. 2020-7-30.
- [4] 徐玉发, 汪志云, 李梨. 加强新时代国有建筑企业基层党建品牌创建——以中建四局六公司“善建先锋”党建品牌为例[J]. 国企, 2021, 06: 20-23.
- [5] 陈焯. 国有企业基层党建标准化工作管理体系建设探析——以南京市Y集团为例[J]. 改革与开放, 2021, 06: 62-66.
- [6] 张静雯. 强化党建品牌创建 推动党建与业务融合[N]. 石家庄日报, 2022-03-31
- [7] 庄延辰. 党建和业务融合视角下国有企业党建品牌建设研究[J]. 山东国资, 2021(07): 78-79.
- [8] 谢家荣. 基层供电企业党建责任制考核的探索与应用[J]. 办公室业务, 2019(03): 16-17.
- [9] 苑明菲. 浅议国有企业基层党建品牌化建设[J]. 石油化工管理干部学院学报, 2021, 23(5): 63-66.