

# 做好“加减乘除”四则运算，激活国企高质量发展“红色引擎”

谢礼萍 唐克文

(浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂, 浙江 杭州 310024)

**[摘要]** 本文以新时代下, 国有企业如何以党建引领, 发挥党组织优势, 激活企业高质量发展立题。用做好“加减乘除”四则运算为比喻, 对基层党建与业务融合的落地与实施提出了具体做法。

**[关键词]** 国有企业; 党建; 业务; 融合; 高质量发展

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.1637

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础, 是我们党执政兴国的重要支柱和依靠力量。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。围绕服务生产经营不偏离, 把提高企业效益、增强企业竞争实力、实现国有资产保值增值作为国有企业党组织工作的出发点和落脚点, 并以此检验党组织的工作和战斗力是国有企业实现高质量发展关键课题。

下文, 将以做好“加减乘除”四则运算为切入点, 就如何做好党建业务融合, 激活国企高质量发展“红色引擎”提出具体的做法。

## 一、加——互促共进, 融合党业目标考核

### (一) 齐谋划, 同步部署考核

突出党建引领, 将党建工作作为业务目标KPI考核的一部分, 同谋划, 同部署, 同落实, 同考核。将全年党建工作目标细分为规定动作类, 自定动作类和先锋模范三类:

规定动作类目标: 中组部、上级党组织布置的工作任务, 包括临时任务的按时保量完成。

自定动作类目标: 党员专题教育、办实事等部门特色活动, 目标设置中要围绕企业中心工作, 突出服务企业、服务员工的主旨。

先锋模范类目标: 由党员带队, 参与企业科技、QC、精益、年度专项课题等, 最终成果能以量化指标展现的, 或者党员获得外部荣誉的, 投稿被企业外媒体录用的。

赋分值逐级递增, 其中, 规定动作类最低: 以台账为考核凭据, 不完成扣分; 自定动作类目标: 以参与度和满意度的综合打分为考核凭据, 划定扣分、得分及加分的区间; 先锋模范类目标: 加分为主, 提高赋分值, 引导支部在此类目标上提高重视。

其中, 规定动作类目标、自定动作类目标以季度目标为主, 先锋模范类目标以年度目标为主。

### (二) 分层级, 按需按类输出

建立企业级链接到人的指标库, 实现党建指标、生产指标、业绩指标、安全指标、文化宣传、荣誉、惩处等各类指标的按人头按时间序列的汇总。设置标准化模板, 方便党建、企管、生产、动力、后勤、安全、人事各条线职能部门批量导入数据, 为党业融合的目标管理层层分解, 具体到支部, 落实到党员, 并能量化考核做好底层架构。

在此指标库的基础上, 各党支部可根据部门工作实际, 自定义选择目标分解的量化指标, 并通过库快速筛选汇总员工中党员的指标数据, 对党员进行排名, 甚至与群众进行平行排名, 以此对党员的先锋模范发挥情况做客观评价。解决传统方式下, 无法量化考核, 考核浮于形式, 或者耗费大量人力物力做手工考核汇总的问题。以量化的先锋指数的评价来督促党员在业务工作中发挥出更大的生产力。

## (三) 多形式, 建立立体激励

1. 实物层面: 考核与收入挂钩, 落实到组织和人  
党建工作作为部门KPI考核的一部分, 与部门所有员工的奖金或收入挂钩。支部党建工作目标的得分与书记、委员、党小组长的奖金挂钩。

2. 成长通道: 多劳多得, 为成长赋能  
结合上文提到的指标库, 对全体员工在企业生产、组织生活中的贡献进行量化评价, 并和个人的职业成长或工资档位挂钩。对党组织内的贡献也设置相应加分项, 确立能者多劳, 多劳多得的引导方向。

3. 组织支持: 增加存在感, 做好关怀  
围绕企业中心工作, 为党员持续奋进做好组织层面的支撑。例如, 通过党员课题攻关动员会为党员攻坚克难加油鼓劲; 通过沟通协调为党员推进相关工作争取所需资源; 及时解决工作推进中, 党员急难愁盼的问题; 关心关怀党员生活及情绪状态, 为工作扫清后顾之忧。在党员为企业发展辛勤付出的时候, 让组织成为他们最坚强有力的支撑和后盾。

4. 先进表扬: 精神与物质激励相结合  
通过选树、先进宣讲等形式, 为先进党员搭建展示的舞台。在企业生产现场以展板、视频、吊旗等多媒体形式展示先进党员及其事迹, 激励全体员工向他们学习。

拓展奖励的形式。除了合规的现金物质奖励外, 也可以培训基金、跨领域交流、参加行业展会、论坛等形式作为激励。比如, 可以奖励某先进党员一定额度的培训基金, 限定平台或范围, 由党员自行选择培训提升的课程。再比如, 可以利用企业资源, 由组织层面组织先进党员到行业其他企业或优秀企业进行交流访问, 帮助党员增加体验, 拓宽视野。

## 二、减——梳理整合, 释放组织再生产力

### (一) 通平台, 理顺党员管理

随着网络时代的深入发展, 党建信息化成为了近年来党建创新的一大热点, 但是平台多且相对割裂在一定程度上也加大了对党务工作者的要求, 增大了工作量。单以党员信息维护为例, 就可能涉及中组部的党员管理系统、企业ERP系统、企业内部党建管理平台等。如果平台不能很好对接, 一个党员的组织信息发生变更就将涉及多个平台的录入变更。如何打通各个平台, 将党务管理者的精力从重复劳动中解放出来是很多一线党建人员急难愁盼的课题。

基于现有系统和平台, 在尽可能节约开发成本的前提下, 我们可以因地制宜, 根据各单位实际情况, 对各平台的业务流进行梳理, 将重复工作合并同类项, 做好归口。对平台系统进行少量修改, 实现以模板化的报表来同步数据。以党员信息管理为例, 在企业ERP中增加所有党员管理系统中会涉及的字段。以ERP作为上行系统, 一旦党员信息发生变更, 根据权限由不同层级的党务管理者在ERP中进行调整。然后导出报表, 导入到其他如党务管理系统中, 直接实现数据的同步。针对中

组部的党员系统党员数据的一致性问题的，可通过设计开发小程序或软件，对报表中的数据进行抓取和比对，提示差异项。

## （二）核标准，规范党务管理

### 1. 建立规章制度库，理清条线逻辑

将企业党建工作涉及到的所有规章制度进行汇总，建立制度库及时更新。并对规章文件进行分类和归集，按照党章、组织选举、党内纪律、党费使用、干部管理、廉政纪律等条线进行汇总，方便索引查看。

以党费使用管理规定为例，按中组部、国资委、总公司、本公司的逻辑将所有涉及的文件汇总、垂直排列，根据实际情况还可能加入省市级的相关文件。这样按条线从上到下分类，有助于党务工作者快速检索，通盘学习查看上行规定和基层规定，防止对政策规定的理解执行不到位。

### 2. 推进党建标准化建设，及培训落地

当前国有企业中除了少量专职党务工作者，大量基层党务工作多为兼职。由于操作少不熟练且对相关制度认识不足，基层在执行过程中容易出现各种问题，产生了大量的重复沟通，降低党务工作效率的同时还可能产生不合规的政治风险。

针对这个问题，可以通过编写分层级分角色的党务工作SOP标准化操作手册，将发展党员、基层选举、组织生活、党费收缴、活动组织等党建工作的步骤流程、注意事项、文书模板以图文说明的形式固化下来。基于此标准化体系对基层党务工作者进行实操培训，后续，他们在具体工作执行过程中，即使是不常操作的内容，只需按图索骥就能避免缺项漏项。上级党务管理只需做好党建标准化的更新与维护，与最新的上级要求、规章制度相统一。

### 3. 编制组织生活手册，做好党员教育

针对不少党员对自身权利义务仅停留在党章内相关章节内容，对于在企业中如何以党员身份履行权利义务没有全面了解的情况，编写针对普通党员的组织生活手册。可以包含入党流程，党费缴纳，组织生活，三会一课等相关制度流程；可以包含党员活动室、党群服务中心等服务资源；还可以包含员工提案，课题项目、创先争优等先锋模范发挥的渠道。通过激发出每一位党员的身份自觉，转变被动组织为主动参与，有效引导党员服务企业、服务员工、服务社会。

## （三）聚核心，提升组织效率

每年对党建工作进行自我审视，清理退出不必要的内容，结合年度重点工作进行整合优化。避免层层加码，年年加码，只加不减。不求年年有新意，但求同一件事做几年做十几年、几十年，深耕细作，成品牌，成传统。

针对目前大量的党员学习，做好量与质的平衡。不要简单粗暴地把各种学习资料层层下发，不管内容是否与一线的党员切身相关。或者形式主义地签个名交上来就算学过了。对于学习内容，党务管理者要做好“传话筒”和“翻译官”的角色，哪些人学，哪种形式学，学到什么程度，怎样结合实际工作进行输出都是需要思考和审视的。当学习找准定位明确目标时，看似做减法却能起到做加法的效果，基层党员也能将更多的精力投入到干事创业中去。

## 三、乘——文化聚合，化“软实力”为“硬支撑”

### （一）搭阵地，讲好文化故事

充分利用国有企业内部宣传阵地，营造积极向上的舆论氛围。将企业文化、党员和党组织的先进性内化在一个个鲜活的人物和一件件生活的事件中，娓娓道来。通过企业园区的宣传

栏、多媒体等进行展示陈列。

挖掘党员群众围绕、立足主业发光发热，为企业为社会作出贡献的优秀事迹，和闪光时刻。选树优秀党员团队、技术工匠、课题带头人，通过“上讲堂”、“分享会”、“结对子”等形式，影响带动身边的人共同进步。寻找身边的“达人”，给普通员工搭建平台，分享展示自己的特长或才华。

在潜移默化中获得党员群众对于企业文化、党建文化的认同，化文化“软实力”为企业高质量发展的“硬支撑”。

## （二）明定位，聚合党建品牌

从企业党委层面对于党建品牌进行整体规划部署，将各支部分而散的小党建品牌进行整合梳理，聚合凝练，汇集成品牌体系，不盲目追求面面俱到、大而全。

支部层面各小品牌要立足自身支部资源，突出差异性。时刻谨记围绕企业发展这个主业做文章，切不可为了服务而服务，为了创新而创新。

党委层面要“一览总包”，对品牌体系内的子品牌进行矩阵式管理。内在逻辑上，要有一脉相承式的串连。外在表现上，引进VI视觉识别的专业设计，对各品牌进行包装，确保“总”“分”品牌的“画风”一致，感官和谐。

而党建品牌的效益可以通过受众面比例和满意度来进行评估。与生产质量效率密切相关的，还可以量化的指标来评价。确保党建品牌建设对于企业高质量发展的正向效应。

## （三）汇资源，提升社会影响

由企业党委做背书，积极推广和鼓励党员及团队参与到社会上的各类有社会价值的活动中去。积极联系参与到国资委、地方工会的活动中，通过企业牵线搭桥，让党员走向更大的舞台，贡献更多的力量，获得更多的成长和锻炼。与此同时，也展示企业形象，提高美誉度。

## 四、除——纳言问需，炼“铁手腕”做“娘家人”

### （一）严纪律，清朗政治生态

按规按章建立完善的党内监察机制，以透明、公开、公平、公正为准绳，审视党建业务流、党内干部管理中的风险点，通过制度完善、整改落实等方式，将党员纪律、干部纪律的执行落到实处。

通过理论学习、案例教训剖析、干部家属座谈会、节假日前廉政风险提醒等形式，常抓常新，时刻敲响警钟，明确底线，清朗企业内部的政治生态。

### （二）党工团，破圈三维联动

以党组织为引领，探索党建带团建、党建带工建，党工团三维联动的新路子，使三者有机衔接，相互配合，打好服务企业、服务员工的“组合拳”。

在活动组织中，积极引导党员、团员、业务骨干的共同参与，形成党委、工会、团委的优势互补、同频共振。

### （三）听民声，扫清后顾之忧

从组织层面畅通党员言路，既要有谈心谈话类的主动聆听，也要有意见投诉类及时收集。党组织要做好党员同志的大后方，关心党员工作、生活中急难愁盼的问题，为他们除去思想负担，减轻后顾之忧。

从组织层面，为党员争取资源，如国资委的困难党员补助等，关键时刻上一步，做好党员的娘家人，贴心人。

## 参考文献

[1] 曹森孙. 供给侧改革背景下我国国有企业改革发展路径探寻[J]. 改革与战略. 2016(10)