

基层党建品牌创建策略研究——以江北机场T3B项目为例

周莉 韩云飞 冉仕莉

(中建八局西南公司重庆分公司, 重庆 401100)

[摘要] 创建基层党建品牌, 是创新党建工作的重要内容, 有利于巩固党的执政根基, 拓宽基层党组织工作渠道, 提升基层党建工作水平。为推进全面从严治党向纵深发展, 进一步提升基层党建工作质量和党建品牌, 中建集团和中建八局先后提出了“两个建证”和“两个提升”的党建品牌, 重庆分公司深入贯彻落实集团、局及公司党建工作要求, 结合江北国际机场T3B项目实际, 积极打造特色党建品牌“X+2”。本文以江北国际机场T3B项目“X+2”党建品牌为例, 分析基层党建品牌创建的意义、措施及应用和推广。

[关键词] 基层党建; 品牌创建; 江北机场T3B

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.1086

一、基层党建品牌创建的意义

习总书记在全国国有企业党的建设工作会议上的讲话中强调, 要通过加强对国有企业的领导、加强和改进国有企业党的建设, 使国有企业成为党和国家最可信赖的依靠力量。新时代对国有企业党建工作提出了更高的要求, 不仅要求国企党建工作和业务工作同部署、同落实、同检查, 更要求国企党建工作要创新思想观念, 与时俱进。基层党建品牌建设作为党建工作和中心工作互促互进的新路径具有重要意义。

(一) 有利于创新基层党建工作

长期以来, 基层党建工作基本全面聚焦于传统的基础工作, 形成了“上面怎么说, 下面怎么做”甚至“上面怎么说, 下面随便做”的消极被动局面, 在最基本的工作要求面前, 大多数基层党建工作人员不具备高质量完成基层党建工作的能力和主动性^[1]。在基层党组织进行品牌创建, 是对传统基层党建工作的创新发展, 不仅能很好的培养党建工作人员的专业素养, 更能以改革的精神、创新的思路, 使基层党建工作从具体环节、具体方面率先取得创新突破, 从而提升基层党建质量, 为加强党的先进性、创新性建设提供不竭动力。

(二) 有利于增强基层党组织的凝聚力

基层组织是党的执政之基、发展之基、稳定之基, 是坚强的战斗堡垒。党建品牌创建将党建工作品牌化、系统化、制度化, 高度凝聚着党的执政理念和企业文化, 深入人心, 可以培育党员、群众较高的认同感, 有利于进一步发挥基层党组织的战斗堡垒作用和党员同志的先锋模范作用, 增强企业党组织凝心聚力的作用^[2]。

(三) 有利于助推企业高质量发展

国有企业党建工作最大的特点就是必须紧紧围绕经济建设这一中心任务来履职, 为企业健康发展提供思想、政治和组织保证, 所以国有企业党建工作与业务工作紧密相连、缺一不可。通过开展党建品牌创建活动, 创新党建业务融合路径, 通过党建联建、三号联创、劳动竞赛等活动, 形成党建与业务相融互动的有机结合, 把党建工作有机融入业务和服务过程之中, 发挥党组织和广大党员干部围绕中心、服务大局的作用, 切实实现党建与业务同部署、同落实、同检查, 助推企业高质量发展。

二、基层党建品牌创建策略

(一) 增强党建品牌意识

品牌打造以创新为基础, 要把创新理念贯穿于品牌建设的始终, 争取在基层党组织设置方式、活动方式、服务方式、制度建设等方面取得实效, 要求党务干部苦练内功, 在扎实做好基础工作的同时, 多听、多看、多学, 不断提炼经验、提升层次、自觉培养品牌意识、创新意识, 不惧挑战, 勇敢迈出品牌打造的第一步。

(二) 重树党建品牌思路

一是扎实基础工作, 建强战斗堡垒。中建八局西南公司形成了“攻擂夺星”“初心党校”“红花先锋”“红色领航”“旗帜在一线”等多个各具特色的党建品牌。二是激励党员同志, 发挥先进引领作用。着眼具体党建具体工作, 从公司实际全局出发, 建设基层支部, 培训党务干部, 树立先锋模范, 提升基层党组织的引领实效。三是聚焦短板, 解决基层党组织中存在的突出问题。四是创新工作形式, 全力助推中心工作。以切实把握本单位党建工作的实际情况, 做群众满意、认可度高的党建品牌。

(三) 系统规划党建品牌

一是加强调研。全面了解同行业、同性质、同级别甚至更高级别单位关于党建品牌创建的现状, 对内深入了解自身党组织的工作基础、特点、优势, 以此来寻找自己单位品牌建设的突破口。二是系统布局。在品牌调研的基础上确定品牌建设的方向、目标、途径、步骤, 使各项工作前后相继、环环相扣^[3]。依据品牌规划进行品牌定位与设计, 主要内容包括品牌命名、品牌预期目标设定、品牌实施主体责任等。江北机场T3B项目秉持“组织保障、策划先行”的理念, 项目一进场便成立下党支部, 确定各项目标, 提出“X+2”的党建品牌, 明确品牌定义、包含内容以及品牌LOGO, 为后续项目党建工作的开展提供了一个框架。三是做好品牌传播和推广工作。运用媒体、网站等各种形式, 将基层党建品牌创建的目的、意义和效果进行宣传、推介, 扩大品牌的社会影响力^[4]。

(四) 加大宣传推广

第一, 积极宣传基层党建品牌建设的意义, 形成党建品牌推广的良好氛围, 充分调动各个基层党组织的积极性。第二, 强化经验交流及媒介宣传, 通过公司两微一端、外部媒体等及时推广创建经验, 发挥品牌扩散效应。第三, 注重党建品牌经验的提炼与升华, 将相关经验上升为具体制度, 使得基层党建品牌能够在更大范围内发挥作用。

(五) 加强党建人才培养

新时代对党建工作提出了更高的要求, 需要政治觉悟更高、业务能力更精、创新思维更强的高素质党建人才。培养高素质基层党建人才, 我们要强化对党员干部的党性教育, 加强对党员干部的队伍管理, 深化基层党组织凝聚力, 充分发挥基层党组织战斗堡垒作用, 同时强化党建和业务的交流学习, 做到党建业务互融互通^[5]。

三、基层党建品牌的应用实效——以江北机场T3B项目“X+2”党建品牌为例

重庆江北国际机场T3B项目是中建八局在重庆承接的重大项目, 新建约35万平方米, 作为全球最大的单体卫星厅, 是“十四五”时期重庆建设国际航空枢纽重点工程, 建成后将进

一步满足8000万人次年旅客吞吐量总规划需求，成为重庆飞向世界的新“引擎”。鉴于此，局及公司高度重视该项目各项工作推进情况，在党建方面坚决做到组织保障。

（一）强化组织建设，搭建基层党建大舞台

项目部在成立之初，分公司选派了7名党员同志加入项目部（其中一名预备党员），并向公司党委申请成立党支部，由项目经理一肩挑，兼任项目党支部书记。同时，按要求成立项目工会、团支部，配备兼职纪检监察员和新闻通讯员，完善项目党群组织架构，落实党建责任和党风廉政建设，为后续党建工作开展奠定组织基础。2020年11月项目正式开工，分公司党群部第一时间组织项目全体党员对“两个建证”“两个提升”以及西南公司1234党建管理体系文件等进行宣贯学习，并对党支部书记进行一对一工作交底，指导项目部开展一级党群工作策划。根据项目部一级策划上报的基本内容结合项目实际情况，公司党委和分公司党群部组织开展二、三级党群策划，明确项目党群创优、创奖目标、人才培养目标、宣传目标及重要活动内容。规划创建党群活动室、创新工作室、党建文化展厅、智慧展厅、工友村、爱心驿站，筑牢党群活动阵地。

（二）打造特色品牌，开拓基层党建新思路

将党建工作与中心工作相融合，结合机场项目实际情况，提炼“X+2”党建品牌。“X”首先是江北机场的造型，同时也是一个变量，代表着未知的一切可能，即基层党建工作的持续创新。“2”是一个定量，代表着项目党支部全面贯彻落实中建集团“建证力量，红色基石；建证匠心，红色先锋”党建品牌，以中建八局支部建设提升、党建品牌提升为抓手，扎实做好基础工作。

1. 全面落实“两个建证”。“建证”品牌是中国建筑集团作为国有企业独特优势的充分展现，是推动实现“一创五强”战略目标的先导工程，是打通基层党建最后“一公里”的重要载体，重庆江北国际机场T3B项目以“建证”凝聚力量，以党性铸就匠心，以匠心智造精品，打造四型机场。进入项目部开始，“建证”标识随处可见，“建证·启航、建证·T3A-T3B、建证·红色先锋、建证·红色基石、建证·幸福之家、建证·军魂匠心文化展厅、建证·智慧展厅·····”通过将“建证”的标识晾晒在项目部每一个显眼的地方，使“建证”的力量深入人心，激励大家践承诺、当先锋、做表率，以个人小“先锋”成就项目大“先锋”。

2. 全面落实“两个提升”。项目党支部严格落实三会一课制度，规范党员管理，开展主题党日活动，支部建设得到全面提升。尤其是今年党史学习教育开展以来，项目党支部通过线上线下组织党员参加集团、局及公司各类专题培训学习，利用周边红色资源，开展缅怀革命先烈、红色电影进工地、“大国顶梁柱·永远跟党走”群众性主题宣传教育等活动，并结合“我为群众办实事”以人为本，立足实际解难题，以城为家，立足项目促和谐，为职工群众生活和城市建设贡献力量，不断创新形式，树立良好形象，优化党建品牌，提升支部建设和品牌建设质量。

3. 全面筑牢阵地建设。“两室两厅”“一村一站”是项目部党建活动主阵地，是对外展示的主窗口，项目部结合实际情况全力打造。党群活动室、工友村、工会服务中心、工友爱心驿站、职工书屋，不仅为项目党员、管理人员提供了很好的工作学习环境，也为工友们提供了优质的生活空间。党建文化展厅结合庆祝建党百年、四个意识、四个自信、两个维护及为国有企业强根铸魂的“五个坚持”来打造，以“建证”品牌为引领赓续红色基因，传承铁军精神。智慧展厅将江北国际机场T3B项目传统建筑与智慧科技的融合，全力打造智慧生产、智

慧管理、智慧服务，以科技为引领，以新发展理念贯彻建设始终的理念展现得淋漓尽致。

（4）全力构建区域党建新格局。为进一步加强党支部规范化建设，提升支部党建工作水平，协调各方关系，促进中心工作更加顺利开展，江北国际机场T3B项目正以党建联建为着力点，积极与重庆市建委、交通建设工会、重庆机场集团、街道、派出所等单位共同策划开展党建联盟、联合主题党日、警企共建等特色活动，优势互补，共同推进党建工作。未来，分公司将以“X”为载体，聚焦更多活动形式、联建单位，不断扩大朋友圈，探索打造区域党建新格局，将党建工作与业务工作相融合，促进分公司高质量发展。

（三）凝练品牌特色，凸显基层党建新成效

1. 夯实品牌党建品牌特色。项目以“X+2”党建品牌为引领，中建集团两个“建证”、中建八局“两个提升”、西南公司各项党建工作要求为抓手，党建品牌的成效得以显现。项目组织架构健全，基础工作扎实；红色主阵地——两室两厅对外接待30余次，得到各级领导的高度肯定；且市总工会领导深入调研后慎重决定推荐项目工友村作为重庆市总工会企业提升职工生活品质的试点；项目部结合重大活动和工程节点积极对外发声，在中央级媒体发稿25篇，省部级媒体发稿36篇，扩大了八局在渝影响力。

2. 扩大推广范围。江北国际机场T3B项目“X+2”党建品牌是在深入贯彻集团、局及公司党建工作要求的基础上结合项目实际情况精心打造的，以变量加定量的形式将基层党建工作的基础工程和提升工程都囊括其中，具有很强的可塑性、包容性、创新性。重庆分公司现有党支部9个，基本覆盖所有在建重大项目，除去“X”与江北国际机场T3B项目外观神似的寓意外，它可以成为任何一个项目党支部的品牌。通过创新党建活动不断丰富其内涵、扩展其外延，使之成为重庆分公司可传播、可复制的品牌，同时可以将其扩展为地区性、行业性的经验。

四、结语

基层党组织不断增强创造力、凝聚力、战斗力，是中央强调以改革创新精神推进党的建设的真谛所在。基层党建工作面临着许多新情况新问题，需要不断创新党建工作的思路、方法和领域，其中开展党建品牌建设就是一种有益的尝试，我们必须充分认识创建基层党建品牌的深刻意义，准确把握党建品牌创建的规律，坚持不懈，持之以恒地经营打造，推动党建品牌的体系化和科学化建设，持续深入挖掘品牌内涵，不断延伸党建品牌精神外延，提升品牌影响力和引领力，让党建品牌真正扎根基层，深入人心。

参考文献：

- [1] 杭天珑. 基层党建品牌建设问题探讨[J]. 上海党史与党建, 2008, (5).
- [2] 秦庆雯, 刘招成. 基层党建品牌化理论与实践研究综述[J]. 世纪桥, 2018, (11): 95-96.
- [3] 汪金良. 深化国有企业党建品牌创建的探索与实践[J]. 广西电业, 2021, (4): 57-61.
- [4] 陈光. 怎样推进基层党建品牌化建设[J]. 人民论坛, 2018(6): 52-53.
- [5] 韩强, 谭健. 基层党建品牌化建设思考[J]. 中国特色社会主义研究, 2014, (2): 90-93.

作者简介：周莉，中建八局西南公司重庆分公司党总支副书记、工会主席；韩云飞，中建八局西南公司重庆分公司党群部部长；冉仕莉，中建八局西南公司重庆分公司党务干部。