

新时代国有企业党建品牌建设的实践与思考

李晓茜

深圳地铁运营集团有限公司, 广东 深圳 518000

[摘要]新时代的国有企业面临经济转型和技术革新挑战, 党建工作起着至关重要的作用。以实施党建品牌建设为途径, 能强化党组织凝聚力、战斗力与执行力, 进而推动企业获得高质量成长。文章把新时代国有企业党建品牌建设的实践与思考作为探讨内容, 考察了现阶段国有企业党建工作存在的难题, 又提出了契合的应对策略。经过对党建品牌建设目标与内涵的梳理, 探求怎样在实践中创新党建品牌的创建和实施路径, 增加企业社会责任感及丰富企业文化内涵, 加大党组织对企业发展大局的引领功效。文章采用理论跟实践相统一的举措, 阐述了党建品牌建设对增强国有企业核心竞争力的关键意义, 又为企业未来发展与实践维度提供了思路与督导。

[关键词]新时代; 国有企业; 党建品牌; 实践与思考; 企业发展

DOI: 10.33142/mem.v6i2.16151

中图分类号: D267

文献标识码: A

Practice and Reflection on Brand Building of Party Building in State-owned Enterprises in the New Era

LI Xiaoqian

Shenzhen Metro Operation Group Co., Ltd., Shenzhen, Guangdong, 518000, China

Abstract: State-owned enterprises in the new era are facing challenges of economic transformation and technological innovation, and Party building work plays a crucial role. By implementing Party building brand building as a means, it can strengthen the cohesion, combat effectiveness, and execution ability of Party organizations, thereby promoting high-quality growth of enterprises. The article explores the practice and reflection on the brand building of state-owned enterprise Party building in the new era, examines the difficulties existing in the current stage of state-owned enterprise Party building work, and proposes appropriate response strategies. After sorting out the goals and connotations of building Party building brands, we explore how to innovate the creation and implementation path of Party building brands in practice, increase corporate social responsibility and enrich corporate cultural connotations, and enhance the leading role of Party organizations in the overall development of enterprises. The article adopts the approach of integrating theory with practice, elaborating on the key significance of Party building brand construction in enhancing the core competitiveness of state-owned enterprises, and providing ideas and supervision for the future development and practical dimensions of enterprises.

Keywords: new era; state-owned enterprise; Party building brand; practice and reflection; enterprise development

引言

在新时代发展进程的背景下, 国有企业角色呈现出不断变动态势, 如何凭借加强党建工作促使企业创新与发展升级, 成为急需化解的一项关键课题。党建品牌建设作为新时代党组织工作的关键构成, 有着不可忽视的理论与实践意义。党建品牌不仅能提升企业政治性与凝聚力, 还可凭借优化党组织建设与管理, 加快企业核心竞争力的进一步提升步伐。当前, 国有企业实施党建品牌建设工作时, 依旧存在不少挑战, 诸如思想认识不到位、制度建设进展缓慢、党内资源配置失当等情形。新时代背景里怎样合理有效地推进国有企业党建品牌建设, 已然成为急需研究的重大课题。

1 新时代国有企业党建品牌建设的重要性

新时代背景下国有企业党建品牌建设凸显的意义, 体现于它在增强企业政治性和凝聚力方面的效能。国有企业党组织形成的核心地位, 促使党建品牌成为企业文化及发

展方向的重要引导力。借助创建个性鲜明的党建品牌, 企业可加大党组织在经济发展、科技创新、社会责任等范畴的引导力度, 让企业在应对市场竞争与改革发展进程中始终坚守正确政治与价值导向, 由此促进全体员工的向心凝聚和集体意识形成。这不仅对提升企业社会认同感有利, 亦能在残酷的市场环境里使政治氛围处于稳定状态^[1]。

党建品牌建设给企业文化的塑造与创新铺就坚实基础。党建品牌不只是党组织的标志与口号, 还体现出一种文化理念内涵。依托党建品牌的培育, 企业可把党的核心价值观、创新精神、协同精神等融入企业文化里, 并经实践逐渐融入员工的思想认知与行为准则里, 以此助力企业价值在员工层面实现高度认同与落实。该文化催生的认同感, 能在一定程度上提升员工工作的责任感、使命感与归属感, 实现企业整体工作效率和执行力的进一步跃升。

国有企业可持续发展还可借助党建品牌的建设得以

有效推进。新时代国有企业面对产业转型、市场变化以及国际竞争等多重压力，建设党建品牌可助力企业更有效地发挥党组织于创新发展中的引领效能。在推动技术创新深化、改进管理组织模式和提高市场竞争份额等方面，党组织通过把政治与组织优势发挥出来，可为企业提供极具力度的支撑。此外，党建品牌建设可进一步推动党风廉政建设深入开展。依靠建立完备的规章制度及监督机制，保障企业在发展阶段中保持廉洁奉公的形象。

2 当前国有企业党建品牌建设中的问题

2.1 思想认识上的不足

当前尽管党建品牌建设被国有企业重视的情况日趋明显，然而就思想认知角度而言，诸多企业于仍存在一定短板。部分领导干部、党务工作者对党建品牌的理解仅流于表面，未深入领悟其于新时代中国特色社会主义发展全局中的关键意义。一些企业把党建品牌当作形象工程或者短期政治任务看待，对其长期战略价值未形成深刻认知。此错误认知造成党建品牌建设往往流于形式表面，欠缺系统规划与深度内涵，引发党建工作没能切实达成与企业经营管理、文化建设及可持续发展紧密结合，未能把党建工作优势最大化予以发挥^[2]。

在一些国有控股企业里，由于推进党建品牌建设工作开展时，没能充分唤起基层党组织的积极性与创新能力，导致党建品牌建设深度广度未达要求。基层党组织对党建品牌的理解以及参与的程度较浅，创新意识匮乏，多依靠上级指示或径直模仿其他企业举措，缺少与自身特色相契合的党建品牌建设办法。这种现象的客观存在，进而对党建品牌的影响力与可持续性造成影响。因此，应克服思想认知层次的缺陷。

2.2 制度与资源配置的不匹配

从实际操作角度看，党建品牌建设成效的达成受制度与资源配置不匹配这一障碍制约。开展党建品牌建设期间诸多国有企业，就算构建起一定的制度体系，然而因制度设计与实际工作需求相脱节，往往造成制度无法落地实施。例如，某些企业虽已搭建起党组织领导的工作小组，但当进行具体工作落实的时候，相应资源保障及政策支持不足；党务工作者承担的工作量大且资源极为匮乏，难以达成管理的精细化要求，从而对党建品牌的创新及可持续发展造成影响。与此同时，部分企业党建工作与资源配置未能实现有效对接，党建品牌建设所需的资金、人员还有物资支持往往没能充分保障到位，致使党建工作陷入“纸上谈兵”的棘手困境，于实践层面无法真正发挥效能。

此外，企业着手进行党建品牌建设之际，经常存在资源分配不平均现象。让一些关键领域的资源得到充分投入，而另外一些领域的党务工作资源相对薄弱，这样一来部分部门或层级在党建品牌建设推动方面力度与效果十分显著，但在另外层面却未实现实质性突破。为化解这些困局，

需企业在制度设计操作中保障党组织全面参与，实现资源配置的优化，做到党建品牌建设获得充分资源支持，依靠加强制度顶层设计与保证资源科学配置，可使党建品牌建设实现系统性与长远规划^[3]。

2.3 实践路径的创新不足

即便国有企业里党建品牌建设的探索日益增多，然而实践路径创新的表现依然有明显欠缺。诸多企业党建品牌建设仍受传统理论学习和活动安排的局限，缺失有创新性的实践路径。例如，部分企业的党建活动形式体现出单一性，多是依靠传统的集中学习、座谈会等形式来做，未依据企业实际状况与特色开展创新，未能激起员工在党建活动中的参与积极性。此外，部分企业仍未深度推进党建与生产经营相匹配的创新实践行动，党建工作尚未真正渗透到企业日常管理及决策进程，让党建品牌建设无法达成实际的经济社会效益目标。

此外，党建品牌创新路径依然面临理论跟实践的脱节难题。虽说在理论范畴提出诸多先进党建理念与模式，然而于实际操作期间，诸多企业在具体落实时常忽视了实际操作的可行性，匮乏具备针对性的创新手段。为攻克这一难题，企业需采用更宽广的视角去探究党建品牌建设路径，探求可与生产经营深度契合的党建创新模式。例如，利用现代信息技术工具驱动党建工作达成智能化、数字化与精准化；通过把企业文化、市场竞争力等多方面因素整合，革新党建品牌的核心内涵及外延，以顺应新时代背景下的需求挑战。

3 推动新时代国有企业党建品牌建设的途径

3.1 创新党建品牌建设的方式与方法

在新时代特有的背景环境下，创新党建品牌建设的途径与办法十分关键。创新党建品牌核心内容应与企业的发展战略及文化特色深度结合，推动党建工作与企业实际需求相契合。例如，国有企业可借助现代信息技术加上数字化平台，带动党建工作走向智能化、数字化进程。该方式可依靠构建线上党建平台，采用大数据分析精准安排资源调度，带动党建工作时效性及透明度增长。此外，以社交媒体、企业内部论坛等创新平台作凭借，增强党建工作互动化传播的综合效能，使党的理论和政策进一步贴近企业员工需求，点燃员工参与的热情火苗^[4]。

党建品牌打造还需聚焦创意与多元化。例如，就活动设计的形式而言，可采用多种标新立异的途径，就如开展“党建+创新”主题的活动，把党建融入企业技术创新及产品研发事项，推动党员与员工共同介入创新工作。此外，与企业社会责任进行结合，驱动党建跟社会服务相契合，构建呈现社会影响力与公益特点的党建品牌。此模式不仅能实现企业社会形象的提升，还可为员工搭建更广阔的社会参与平台，提升他们对企业的归属感与认同感。

党建品牌建设创新也需着重强化党员培养与发展。经

由定期开展的学习培训、实地考察及参与社会实践等渠道，实现党员理论水平和实践能力的增进，让党员得以在企业里展现先锋模范效能。此外，还可凭借设立党员创新工作室、党建研究平台等创新平台，引导党员于实践过程中持续开展探索与创新，以此推动党建品牌的持续优化进程^[5]。

3.2 加强党内资源整合与党的组织建设

党内资源整合与党组织建设为党建品牌建设深入推进提供关键支撑。应从全局立场着手进行党内资源整合，实施系统化统筹，企业党组织需参照不同领域的实际需求情形，对人力、物力、财力等资源实施合理分配。例如，利用对党务工作者选拔跟培训机制的优化，增进党务工作者的专业综合素养，保障其切实推动党建工作进步。此外，需带动各部门彼此协作，瓦解资源的封锁壁垒，造就党内资源实现共享的优良局面，从而保证党组织可更积极地推动企业发展。

党组织建设要点是强化党的领导核心功能，保障党组织于企业各项决策中一直占据主导位置。于企业发展阶段党组织当发挥引领的作用，保证党的决策部署可落实到具体工作里。鉴于目前的这一基础，党组织得进一步促进与企业各部门的合作互动，推动党建工作同企业运营管理深度融合。例如，能把党建工作纳入企业的绩效考核体系里，实现党建成果与企业经济效益的挂钩，保障党组织于日常工作中能产生更强影响力和调动性。

应把制度化和规范化融入党组织的建设中，让党组织工作的持续性与可操作性得以维系，按期举办以党组织为对象的学习会、座谈会、调研会等，及时对党建工作里的经验与问题加以总结，不断健全党组织工作的方法及实施手段。此外，党组织需把基层党组织力量建设提上日程，发挥党组织的基础支撑作用，保障党建工作在各部门及各岗位中有效贯彻落实，进而为党建品牌建设打造坚实根基^[6]。

3.3 深化党风廉政建设与社会责任担当

党风廉政建设属于党的建设的关键部分，是保障党组织实现长期健康发展的根基。深入推进党风廉政建设能强化党组织的纯洁性，还能推动企业治理水平提升以及社会形象优化。在国有企业中，党风廉政建设的深入推进要自党内廉洁自律起始，充实党风廉政建设的长效发展机制。例如，企业可按周期组织廉政教育与反腐败相关培训，提高党员干部在廉洁自律上的意识，且进一步加强对领导干部廉政的考核，保障其于工作期间始终维持清正廉洁。此外，应加强党风廉政建设监督机制的构建，实现党内各项制度有效落实到位，防止权力被滥用以及腐败现象滋生。

应着重党风廉政建设深化与社会责任结合。企业社会责任并非仅体现于履行经济与法律责任上，更表现在凭借廉政建设促进社会的公正公平。国有企业应当主动扛起社会责任，依托党风廉政建设的成果，助力企业社会公益项目实施。例如，企业可借助开展公益事业资助等途径，回馈社会助力企业社会形象及公信力的增强。这种把廉洁自律当作基础，主动落实社会责任的手段，可强化员工的认同感，也可为企业营造积极的社会形象。

社会责任担当跟党风廉政建设相辅相成，合力推进企业发展以及党建品牌树立。依靠完善党风廉政建设规章、强化廉政文化及实践成效，可增强国有企业自身竞争力并提升社会影响力。同时，基于积极履行社会责任理念，国有企业能充当社会进步的有力推动力量，为社会主义现代化建设的推进增添助力^[7]。

4 结语

党建品牌建设成为新时代推动国有企业高质量发展的关键，可显著增进企业核心竞争力以及社会责任感。凭借强化党建品牌塑造，不但可提升党组织的凝聚力与执行力，还会促进企业文化建设以及社会形象的提升拔高。针对当前党建品牌建设存在的问题而言，应在加强思想觉悟、完善制度架构和创新实践渠道等方面采取行动，驱动党建工作与企业深度融合。期望借助本文的研讨，可为国有企业党建品牌建设提供若干有益思路与实践指引，为企业达成长远发展铺就坚实道路。

【参考文献】

- [1] 王容嫣. 新时代国有企业党建品牌建设的实践与思考[J]. 现代企业, 2025(1): 82-84.
 - [2] 文明, 罗钦, 王尧, 等. 党建品牌建设提升基层党建工作价值创造力[J]. 现代企业文化, 2024(32): 104-106.
 - [3] 窦蓉. 新时代国有企业基层党建品牌建设的探索与研究[J]. 石油组织人事, 2024(9): 63-65.
 - [4] 苏义鹏. 浅谈国有企业如何以党建品牌建设促党建与业务深度融合[J]. 中国金属通报, 2024(8): 172-174.
 - [5] 王震. 新时代国有企业党建品牌建设的思考[J]. 国有资产管理, 2024(8): 58-66.
 - [6] 张阳, 张哲浩, 莫祖凤. 以评促建: 国有企业党建品牌评价体系建构的思考[J]. 国企, 2024(5): 34-35.
 - [7] 王欣. 关于国有企业基层组织党建品牌建设的思考[J]. 江汉石油职工大学学报, 2023, 36(5): 102-103.
- 作者简介: 李晓茜(1982—)女, 深圳地铁运营集团有限公司党建管理经理。