

国有企业党组织党建品牌建设实践路径研究

张学琪

深圳市地铁集团有限公司, 广东 深圳 518000

[摘要] 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。伴随新时代中国特色社会主义事业的推进,国有企业党建工作在推动企业改革发展的进程中发挥着日益重要的作用。国有企业党组织不仅在贯彻落实党的路线方针政策和上级决策部署方面发挥“把方向、管大局、保落实”的领导作用,更是推动企业创新发展、增强核心竞争力的重要组织保证。通过有企业党组织,提升国有企业党建工作质量,能够引领广大干部员工树立“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,同时积极践行正确的价值观,强化社会责任感,促进企业文化的建设和企业社会责任的履行。强化党建工作还为做强做优做大国有企业提供了坚实的政治保障,确保国有企业在推进中国式现代化的进程中行稳致远,实现高质量、可持续发展。

[关键词] 国有企业党组织; 党建品牌; 建设策略; 发展路径; 高质量发展

DOI: 10.33142/mem.v6i2.16155

中图分类号: D267

文献标识码: A

Research on the Practice Path of Party Building Brand Construction in State-owned Enterprise Party Organizations

ZHANG Xueqi

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

Abstract: Adhering to the leadership of the Party and strengthening Party building is the glorious tradition of Chinese state-owned enterprises, the "root" and "soul" of state-owned enterprises, and the unique advantage of Chinese state-owned enterprises. With the advancement of the socialist cause with Chinese characteristics in the new era, the Party building work of state-owned enterprises plays an increasingly important role in promoting the process of enterprise reform and development. The Party organizations of state-owned enterprises not only play a leading role in implementing the Party's line, principles, policies, and superior decision-making arrangements, but also serve as an important organizational guarantee for promoting innovative development and enhancing core competitiveness of enterprises. By establishing enterprise Party organizations, the quality of Party building work in state-owned enterprises can be improved, leading cadres and employees to establish "four consciousnesses", strengthen "four confidences", and achieve "two safeguards". At the same time, they can actively practice correct values, strengthen their sense of social responsibility, promote the construction of corporate culture and the fulfillment of corporate social responsibility. Strengthening the Party building work also provides a solid political guarantee for the state-owned enterprises to become stronger, better and larger, to ensure that the state-owned enterprises are stable and farsighted in the process of promoting Chinese path to modernization, so as to achieve high-quality and sustainable development.

Keywords: Party organizations of state-owned enterprises; Party building brand; construction strategy; development path; high quality development

引言

国有企业党组织在新时代的背景下,不仅承担着推动企业改革发展,实现国有资产保值增值的重要经济责任,还担负着实现高质量发展与高水平安全良性互动、增强新时代文化自信的重要政治责任和社会责任。党建品牌作为国有企业党组织适应新时代党建工作新课题的一种创新实践探索,已逐渐成为推动党建与业务融合发展的重要载体,如何有效开展国有企业党组织的党建品牌建设,是当前国有企业党组织工作中的重要探索 and 核心任务。本文将从实际工作角度出发,探索国有企业党组织党建品牌建设的策略和路径。

1 党建品牌的内涵与重要性

1.1 党建品牌的内涵

党建品牌,指的是在党组织建设过程中,围绕中心,

服务大局,聚焦主业,依据党建工作目标和任务,结合企业文化特色,通过一系列创新举措和形式形成的具有标志性、特色化、品牌化的党建工作成果。它是国有企业党组织独特工作模式和价值的象征,是国有企业党建的核心竞争力,不仅能够凝聚党员群众力量,引领保障企业高质量发展,还能推动企业文化建设,树立文化自信,筑牢国有企业党组织在社会中的形象与声誉^[1]。

1.2 党建品牌的重要性

把党建工作品牌化,打造国有企业党建品牌,是贯彻落实党的二十大报告提出的“坚持‘大抓基层’的鲜明导向”的必然要求,是适应新时代党的建设总要求和党建新课题的有益探索,是将国有企业政治优势、组织优势转化为企业发展优势的有效助力,更是推动党建工作与业务工

作齐抓共管、互融互促，实现以高质量党建引领保障企业高质量发展的有力抓手。党建品牌是国有企业坚持和加强党的全面领导的生动实践，有助于在市场竞争中充分展现国有企业的职责使命，树立鲜明的国企形象，展现特色的企业文化，使企业在履行政治责任、经济责任和社会责任中更加凸显国企的独特优势，提升社会对企业的认同感和信任感。此外，通过打造党建品牌，企业既能凝练特色亮点，同时更能找准改革发展中遇到的难点和痛点，并以此为契机谋划党建与业务发展的结合点，推动党建工作与业务工作同谋划、同部署、同落实、同检查、同考核，最终实现党建与经营同促进、共提升。最后，特色鲜明的党建品牌有助于增强企业各级党组织的凝聚力、创新力和战斗力，更进一步激发基层党组织发挥战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，以此带动企业的创新发展和综合竞争力的提升，助力企业在市场竞争和转型升级中不断推陈出新、精益求精。综上所述，党建品牌既是适应新时代党建新要求的实践，强化了国有企业党组织的政治功能，更是助力企业高质量发展的必经之路，推动了企业的社会价值和经济效益的双提升。

2 企业党组织党建品牌建设的现状与挑战

2.1 党建品牌建设的现状

随着国有企业党组织对党建品牌重要性认识的不断深化，越来越多的国有企业开始尝试创建并优化其党建品牌，力求将其与主责主业、中心工作、队伍建设、企业文化等方面有机结合。许多国有企业党组织也已经形成了具有鲜明特色的党建品牌，如“五心引擎”“维修铁军”“红色羊角”“芯动力”等，他们通过党建品牌的打造，不仅提升了企业党组织的凝聚力和战斗力，还展示了企业形象，促进了业务发展，更推动了企业文化的融合与创新，为企业的高质量发展注入了新的动能。通过党建品牌的建设，助力企业在履行社会责任、增强员工归属感、塑造良好企业形象等方面取得了显著成效。但我们看到，一些企业党组织在品牌建设过程中存在创新不足、执行力不强、机制不健全等问题，表现为党建品牌缺乏独特性、实施路径模糊、未能形成鲜明企业特色；一些企业党组织对党建品牌的工作停留在表面、内涵阐释不深不透，未能有效整合资源、系统推动，导致党建品牌的影响力和实效性未能充分发挥，未能达到预期的效果。

2.2 党建品牌建设面临的挑战

(1) 理论与实践相结合不足：在当前的国有企业党组织中，普遍存在的一个现象，即在党建品牌建设的过程中，品牌意识不足，一些党组织倾向于形式和外表现，而忽视了深层次的理论指导和实践探索的重要性。例如，把党建品牌简单等同于党建口号，这种做法可能导致党建工作的效果仅仅停留在表面，无法将品牌的内涵深入到企业发展和价值塑造中去，无法深层次讲好关于党建品牌的故事，造成党建品牌被虚化、弱化。

(2) 党建资源整合不充分：在当前的商业环境中，众多企业中的党组织尚未能够建立起一套行之有效的资源整合机制。这导致了党务工作与企业发展的实际需求之间缺乏紧密地结合，从而影响了企业的整体运作效率和党组织在企业中的作用发挥^[2]。具体表现为，缺乏党建工作与业务工作的结合点，往往是先做党建工作，再做品牌归纳，导致党建与业务“两张皮”现象较为普遍。

(3) 缺乏创新机制：在当前的国有企业党建品牌建设过程中，我们注意到一些国有企业党组织在推进这一工作时，往往缺乏足够的创新思维和新颖的创意。这导致了他们的品牌建设活动趋于一种模式化和标准化的状态，没有融入品牌化思维设计党建活动，缺乏个性化的特色和亮点。这种模式化的倾向，使得党建品牌难以在企业文化中产生深刻和持久的影响，无法有效地融入企业的日常运营和员工的日常工作之中。

3 国有企业党组织党建品牌建设的策略与路径

3.1 加强党建理论与实践的深度融合

国有企业党组织在建设党建品牌时，必须注重理论学习与实际工作相结合，这是确保所要打造的党建品牌能够与企业发展目标、中心任务有机融合的关键所在。坚持理论学习是做好国企党建工作的基础，特别是要强化系统性与针对性相结合，这样能够使党务干部和全体党员不断提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力，牢固树立正确的政治方向，从而更加明确各级党组织的使命和责任。针对全体党员可以开办系统性的党性培训，如定期举办党课、座谈研讨会、红色讲堂等形式，有效地提升党员的政治理论素养，引导党员深入理解新时代党的路线方针政策，特别是党的创新理论和党建品牌建设的核心内容；针对各级党务工作者，他们作为每个企业党建品牌建设的关键人员，可以开设更具针对性的课程，如通过创新工作坊、实战训练营等形式，深化强化对党建品牌的理解和把握，通过分级分类的学习策划和实施，能够更有效地达到理论学习的效果。这些活动不仅可以增强党员的思想政治觉悟，还能激发其对党组织的归属感和责任感，为党建品牌的建设奠定思想基础^[3]。

国有企业党组织要结合自身的生产经营特点，将党建工作与企业的战略目标、发展任务紧密结合，确保最终打造出来的党建品牌能够服务于、助力于企业的高质量发展。国有企业党组织应根据自身的行业特征、企业文化现状及一段时期内公司发展的形势和任务，制定符合企业特点的党建品牌建设计划。这一计划不仅要涵盖党建工作的基本内容，还要与企业的业务发展目标紧密对接，更要与企业发展中遇到的痛点、难点高度契合，确保党建工作在推动企业发展中的作用得到最大程度的发挥。例如，对于制造型企业，可以重点结合企业生产一线的实际情况，推动党建工作与安全生产、质量管理、创新研发等核心业务环节

结合；对于服务型企业，则可以通过党建工作提升服务质量、优化客户关系等。国有企业党组织还要根据党建品牌的建设目标，开展多样化的实践活动，将理论知识转化为实践成果，使党建品牌的建设能够真正服务于企业战略发展，推动企业持续创新和高质量发展。通过这样的方法，党建品牌不仅能提高党组织的凝聚力和战斗力，还能成为促进企业长远发展的有力助推器。

3.2 创新党建品牌建设模式

国有企业党组织在建设党建品牌时，应注重创新思维，避免采用传统的“一刀切”模式。每个企业的行业背景、文化特色、发展路径、社会责任等方面都具有独特性，因此，党建品牌的建设必须充分考量政治属性、行业属性、目标属性以及文化属性四个层次。一个成功的党建品牌，首先必须具备鲜明的政治属性，因其是立足于党建的品牌，因此必须充分彰显党组织的领导作用。其次，它要体现鲜明的行业特色，不能是放之四海而皆准的党建，而是充分结合了主责主业的党建品牌。再次，它要展现清晰且明确的目标，这既是重点，也是难点，有了目标才能更精准的发力，解决制约企业发展的痛点，让党建品牌真实转化为行动力和生产力。最后，它要蕴含企业的文化底蕴，能够体现企业的社会责任，是能够代表企业精神和核心价值观的党建品牌。例如，某些具有悠久历史的企业，可以将传统文化和红色基因结合起来，创造出具有历史深度和文化厚度的党建品牌；而一些新生的创新型企业，则可以将创新、科技、绿色发展等元素融入党建品牌建设中，塑造具有现代感和时代气息的党建品牌。

此外，国内的人工智能已进入了高速发展期，并且已经全面融入了各行各业，面对这一新形势，国有企业党组织也要积极主动适应信息时代新形势和党员队伍新变化，积极运用互联网、大数据等新兴技术，创新党建品牌的建设模式，让党建品牌“亮”起来，让党员“动”起来，让党建工作“强”起来，让党建工作“红”起来。例如，通过党建智能体、数字化平台、AI 赋能等形式，打破传统党建活动的时空限制，让党员在任何时间和地点都能够接受理论学习、参与互动讨论，增强学习的灵活性、便捷性和互动性。利用社交媒体、企业内部网络等平台，党组织能够高效传播党建品牌，及时传达党的路线方针政策和企业党建工作的最新动态。在党建品牌建设中融入互联网思维，能够有效打破传统党建工作的局限性，使党建活动更贴近时代，更加符合现代化企业发展的需求。通过创新的方式，党建品牌的建设不仅能够增强党组织的凝聚力，也能为企业的发展注入新的活力^[4]。

3.3 整合党建资源，促进共育共建共享共赢

党建品牌的建设离不开丰富的资源支持，国有企业党组织必须通过整合内外部资源，提升党建品牌建设的效能。在内部横向资源的整合方面，党组织应充分统筹利用业务

支撑、党工团工作、企业文化、员工培训等方面的资源支持，建立党组织与企业各部门的有效沟通与协作机制。党组织要与企业的主业或相关部门紧密配合，将党建工作与企业日常业务工作深度融合。例如，可以通过员工培训，将党建知识与岗位技能培训结合起来，提升员工的整体素质和对党建品牌的认同度。在内部纵向资源的整合方面，主要是指本级党组织与所属的下级党组织之间的深度配合，本级党组织应积极调动和调配各单位的优势资源和力量，支撑和保障党建品牌的建设。例如，可以以本级党组织为主体，强化对党建活动的统筹和指导，形成党建品牌的合力。此外，国企党组织还可以发挥在企业文化建设中的作用，将党建品牌与企业文化理念相结合，进一步增强党建品牌的凝聚力和感染力。

国有企业党组织还应积极借助外部合作伙伴和社会资源的力量，提升党建品牌的影响力和知名度。通过与外部的合作，企业可以将自身的党建品牌传播到更广泛的领域，扩大其社会认知度和影响力。例如，可以与地方政府、行业主管部门、行业协会、公益组织等合作，推动党建品牌的社会化和公益化发展；可以与高校、科研机构、文化团体合作，开展党建理论研究和品牌建设的学术支持。这种外部资源的整合，不仅能够丰富党建品牌的内涵和外延，还能使其更具社会价值和实践意义。通过整合内外部资源，国有企业党组织能够有效提升党建品牌的建设效能，使其不仅成为落实国有企业党组织政治责任的重要体现，也成为企业文化和社会责任的重要体现。

3.4 强化党建品牌的社会责任意识

国有企业党组织应认识到，党建品牌不仅是推动企业内部建设发展的重要手段，更是企业履行社会责任的重要组成部分。随着社会对国有企业社会责任的关注持续增加，国有企业党组织在党建品牌建设过程中，必须将社会责任的内容有效融入其中，推动企业在履行社会责任的同时，提升党建品牌的社会认同度和公众影响力。国有企业党组织可以通过组织党员群众参与公益活动等社会服务，来增强党建品牌的社会价值和社会效益。例如，组织党员参与社区扶贫、助学、志愿服务等公益活动，不仅能够帮助社会弱势群体，还能向社会传递国有企业党组织的责任与担当，提升企业的社会形象。通过这些活动，党建品牌不仅能够为企业创造良好的社会效益，还能提升党员的社会责任感和使命感，强化党组织的凝聚力^[5]。

环保项目作为企业履行社会责任的重要组成部分，国有党组织可以结合企业的实际情况，推动党建品牌与绿色环保理念的结合。例如，在节能减排、绿色建造、生态保护等领域，国有企业党组织可以组织党员带头开展环保行动，推动企业在生产过程中采用绿色技术，减少对环境的负面影响。又如，在公益服务领域，国有企业党组织可以组织党员带头开展义务献血、助老助残等行动，推动企业

将高质量发展与高品质服务有效结合,强化企业的社会责任。通过将社会责任与党建品牌建设相结合,国有企业党组织能够为党建品牌赋予更深层次的社会意义。参与社会责任活动能够增强党建品牌的社会认同感,提升公众对企业的信任度和支持度,从而推动企业在激烈的市场竞争中取得更大的发展空间和优势。

4 案例分析:企业党建品牌建设成功经验

某企业党组织通过将党建工作与企业文化相结合,成功创建了以“红色企业文化”为核心的党建品牌。这一品牌的建设不仅加强了党组织的凝聚力,还大大提升了员工的归属感和团队协作精神。在这一过程中,党组织充分利用了红色文化的深厚底蕴和历史传统,将其融入企业文化的塑造中,既弘扬了革命精神,又激励了员工在日常工作中发挥积极性。通过定期举办红色主题教育活动、红色文化讲座以及组织党员参加红色基地参观等活动,党组织有效地增强了员工对企业的认同感,提升了团队的凝聚力和向心力。这种文化的融合,使得党建工作不仅限于党务管理,更成为推动企业核心竞争力提升的强大动力^[6]。

另一家国有企业党组织则采用了“党建+创新”的发展模式,将党建工作与企业的技术创新紧密结合,打造创新型党组织,形成了具有开拓创新精神的党建品牌。在这一过程中,党组织定期组织党员参与企业创新项目的策划和实施,鼓励党员在质量提升、技术革新等方面提出建议和解决方案。通过这种方式,企业党组织不仅发挥了其政治引领作用,还直接促进了企业技术创新和技能升级,大大降低了企业的生产和维修成本,使党组织在科技赋能生产中发挥了至关重要的作用。党员们在创新过程中担任了骨干角色,并在这个过程中把骨干发展成党员,打造了一

支一专多能的复合型人才队伍,为企业在降本增效和精益管理提供了强有力的支持。通过“党建+创新”品牌的建设,企业不仅提高了经济效益,还提升了员工的创新意识,形成了党组织与企业创新发展之间的良性互动,取得了显著的成绩。

5 结语

国有企业党组织的党建品牌建设是一个系统性、长期性的工作,必须从理论和实践两个方面入手,结合企业的实际情况,探索适合企业的党建品牌建设模式。通过创新、整合资源、强化社会责任等策略,国有企业党组织能够在新时代中国特色社会主义事业的进程中,发挥更为重要的作用,推动企业的高质量和可持续发展。

【参考文献】

- [1]郭继军.新时期党建品牌赋能企业高质量发展实践探索[J]. 办公室业务,2025(2):160-162.
 - [2]潍坊综合保税区.做优“服务企业红色先锋”党建品牌[J]. 党员干部之友,2025(1):18-19.
 - [3]徐曼丽.非公有制企业的党建品牌建设与传播[J]. 传媒,2024(13):79-81.
 - [4]杜连杰.培育党建品牌矩阵助力企业行稳致远——北京顺鑫控股集团有限公司党委加强党建工作创新促发展[J]. 国企,2024(12):52-54.
 - [5]张健.打造党建品牌提升党建影响力[J]. 现代企业文化,2023(9):121-124.
 - [6]何汝晴,龙建才.党建品牌建设为企业发展提供“硬支撑”[J]. 企业文明,2023(7):48-50.
- 作者简介:张学琪(1988—),女,香港中文大学,资讯科技教育硕士,就职于深圳市地铁集团有限公司,高级经理。