

“红色联运”党建品牌的创建实践与运营成效研究——以浙江金温铁道开发有限公司运输部为例

唐 北

浙江金温铁道开发有限公司运输部，浙江 温州 325006

[摘要]浙江金温铁道开发有限公司运输部党委打造“红色联运”党建品牌，以“党建链带动产业链”为核心，探索形成组织联建、理论联学、安全联保、难题联解、经营联创为核心的“多线五联”实践路径。通过跨区域、跨层级的党组织联建，构建开放协同的“发展共同体”，在资源整合、安全管控、经营创效上取得实质性突破。文章系统总结“红色联运”创建与运行经验，提炼出“党建统领是根本、融合是核心、思维是关键”的启示，为地方合资铁路及其他国有企业破解党建与业务“两张皮”难题、以高质量党建引领高质量发展，提供了具有较强操作性的实践参考。

[关键词]红色联运；党建品牌；地方合资铁路；党建与业务融合；高质量发展

DOI: 10.33142/mem.v7i3.19961

中图分类号: F062.5

文献标识码: A

Research on the Creation Practice and Operational Effectiveness of the Party Building Brand of "Red Intermodal Transport" — Taking the Transportation Department of Zhejiang Jinwen Railway Development Co., Ltd. as an Example

TANG Bei

Transportation Department of Zhejiang Jinwen Railway Development Co., Ltd., Wenzhou, Zhejiang, 325006, China

Abstract: The Party Committee of the Transportation Department of Zhejiang Jinwen Railway Development Co., Ltd. is building the "Red Intermodal Transport" Party building brand, with "Party building chain driving industrial chain" as the core, exploring the formation of a "multi line five link" practical path with organizational joint construction, theoretical joint learning, safety joint guarantee, problem joint solution, and business joint creation as the core. By establishing cross regional and cross level Party organization alliances, we aim to build an open and collaborative "development community" and achieve substantial breakthroughs in resource integration, security control, and business efficiency. The article systematically summarizes the experience of creating and operating "Red Intermodal Transport", extracts the enlightenment that "Party building leadership is fundamental, integration is core, and thinking is key", and provides practical references with strong operability for local joint venture railways and other state-owned enterprises to solve the problem of "two skins" between Party building and business, and to lead high-quality development with high quality Party building.

Keywords: Red Intermodal Transport; Party building brand; local joint venture railways; integration of Party building and business; high quality development

引言

作为国民经济大动脉，铁路在构建新发展格局、保障产业链供应链稳定中扮演着战略性角色。地方合资铁路，特别是像浙江金温铁道开发有限公司这样的企业，是国家路网的重要补充，在区域经济发展和物流体系中具有独特优势。然而，相较于国铁集团，地方合资铁路往往面临资源分散、协调复杂、市场竞争激烈等多重挑战。坚持党的

领导、加强党的建设是国有企业的独特优势，但实践中普遍存在党建与业务“结合不紧、融入不够”的问题，党建引领作用未能充分转化为企业发展动能。在此背景下，浙江金温铁道开发有限公司运输部党委探索创建的“红色联运”党建品牌，以“党建链带动产业链”为核心理念，为破解上述难题提供富有创见的解决方案。该品牌并非局限于企业内部党建活动的常规升级，而是旨在通过党组织的

外部链接与内部激活,构建一个以铁路运输为核心的跨组织协同生态。因为很多党组织对党建融入生产经营的思考不够深、措施不够实,未能找准切入口和落脚点,党建工作脱离生产经营,只开会、光学习,达不到学以致用、以学促干的效果^[1]。因此,本研究旨在深入剖析“红色联运”品牌的生成逻辑、运作机制与实践成效,以期填补该领域的研究空白,并为相关实践提供理论支撑。

1 研究背景

浙江金温铁道开发有限公司是隶属于浙江省交通投资集团的国有合资铁路公司,运营管理金温货线、乐清湾线、金台线等逾 500 公里线路,是浙西南地区的铁路运营主力。其运输部作为客货运输的主要执行部门,直接面对如何将党的政治优势、组织优势转化为企业发展优势、竞争优势的现实拷问。

其创建“红色联运”党建品牌的背景主要基于三重驱动:一是战略驱动,为响应“交通强国”“长三角一体化”等国家战略及浙江省交通集团“向世界一流企业迈进”的要求^[2],企业需找到发挥地方铁路区域物流优势的支点。二是问题驱动,在管辖线路分散(“三线十二站一中心”)、关联主体多元(地方政府、国铁、港口、客户等)的复杂环境下,传统的、封闭的党建工作模式难以有效统筹资源、破解安全、运输、经营中的协同难题。三是发展驱动,面对铁路货运市场化改革深化与物流行业竞争加剧,企业亟需一种能够凝聚内外合力、提升全链条竞争力的新型组织动员机制。因此,“红色联运”品牌应运而生,其本质是以党组织为纽带,构建一个开放、协同、共赢的“发展共同体”。

2 主要经验做法:“多线五联”实践路径

“红色联运”品牌的核心创新在于其系统化的“多线五联”工作法,将党建活动全方位、结构化地嵌入企业价值链关键环节。

2.1 组织联建,凸显功能彰显引领红。

突破企业党组织边界,运输部下属 13 个党支部分别与 21 家地方政府、国铁车站、协作单位、服务公司、学校开展并形成区域化党建联建,联合开展主题党日、红色教育、廉洁教育等。通过组建党员突击队、先锋队,设立攻坚任务清单,将主题党日、红色教育与协调地方关系、拓展营销渠道、共享技术资源等实务相结合,并通过路政共建、路企共建、路路共建等方式,共同协调地方关系、拓展营销渠道、共享技术资源,直接推动港铁联运、中欧班列组货等具体项目落地,实现了组织优势向治理效能的

转化^[3]。

2.2 理论联学,学习铸魂挥动旗帜红。

在党的二十大报告中,习近平总书记明确指出,要健全用党的创新理论武装全党、教育人民、指导实践工作体系^[4]。坚持把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务,建立联建单位之间的联学制度。以联建共建为抓手,各党支部与联建单位共同开展“循迹溯源促践行”活动,在历史场景中感悟思想伟力。党支部联合共建单位打造“红色经典诵读”“跨界融合讲堂”等特色教育载体,将党性教育融入业务研讨、技能培训全过程,如与部队党支部相互交流货物装载加固技术,推动党建与业务工作互融互促。通过设立“党课开讲啦”“党建圆桌派”等互动平台,建立常态化思想交流机制,形成协同联动工作机制,如与国铁车站党支部相互探讨如何保障客流大爆发时的应急处置。切实将理论学习成果转化为推动高质量发展的实践动能。

2.3 安全联保,夯实基础保障品质红。

安全是铁路运输的生命线。运输部党委坚决扛起安全联保的政治责任,将党建引领嵌入安全生产全过程。紧扣“高质量党建促高质量发展”主线,联合组建“铁小跑”志愿服务队、“红匠”宣讲团,开展联合志愿服务 48 场、走村入校 150 余次、举办业务技能课 27 次,系统性补齐业务短板,针对性解决安全重点难点问题。在地方与铁路公安支部支持下,深化“党建+安全”的模式,全力推动设备改造升级及装卸机械化比例,强化安检查危,革新应急处置流程,为连续安全生产 25 年提供坚实组织保障。让旅客出行更加安心,货运运输更加放心。

2.4 难题联解,咬定目标彰显担当红。

“必须坚持问题导向”,是党的二十大报告提出的“六个必须坚持”中的一项重要内容,指出问题是时代的声音^[4]。运输部党委将难题联解作为检验党组织战斗力的试金石。协调各车站党支部与联建单位立足解决问题、推动工作的角度,紧盯攻坚任务和全年目标解难题。面对运量瓶颈与季节性劳力短缺,相关支部与联建单位共商开行重载列车、组建流动调车组,盘活人力资源。在迎峰度夏、电煤保供等重点时期,通过组建流动调车组、应急装卸队等形式,盘活作业力量,实现资源共享,有效解决现场作业实际问题。同时,通过“循环驻站”与“大监督”机制,月抽查、季走访,精准破解现场作业难题。这一实践深刻诠释了党的二十届四中全会关于“增强核心功能”的要求,通过党组织的有力协调,将发展中的“问题清单”转化为

攻坚克难的“成效清单”。

2.5 经营联创，共同发展推动事业红。

牢牢把握新时代新征程中企业发展的中心任务，与党的建设事业紧密相融。聚焦“运营转经营”和“经营机制改革”总方针，持续深化铁路货运市场化改革，加快推动现代铁路物流体系建设，与联建单位重点推进业务提质增效。面对复杂多变的市场环境，主动与联建单位形成“服务+项目”“党建+市场”的攻坚新模式，通过“一企一策”“一事一议”的灵活策略提高全流程竞争力。以委托运营管理的模式，与业主联建单位之间达成经营发展“命运共同体”，串联铁路上下游企业，共同推进经营发展新格局。通过业务关联“小切口”，与关联产业 2 家不同单位开展联建，形成“三方联建网格”模式，在施工协调、技术支持等方面互助共赢。这一机制将党的政治优势、组织优势转化为企业的创新优势、发展优势，有力推动了现代铁路物流体系建设，实现了党建与经营的双向赋能。

3 取得成效

“红色联运”品牌的实施，为企业在多个维度带来了可量化、可感知的积极变化。

(1) 资源整合与网络效能显著提升。铁路单位作为国内国际双循环发展中的关键环节，连接生产和消费两端，让产业链、供应链中的关联产业和关联资源集中统一，使各单位业务往来黏合度更高。自品牌创建以来，成功打通浙赣电煤运输通道，重点推进台州南农夫山泉物流总包运输、衢州元立敞顶箱煤炭发送和钢材到达、头门港巨化工业盐等大宗货物、饮料快消品、新兴高附加值物流总包项目，持续优化货源结构，稳定运作浙江中欧班列（温州、台州组货），形成“一站多港”多式联运格局，显著增强区域物流网络的韧性与效率，放大铁路“大动脉”在双循环中的枢纽价值。

(2) 运营效能与安全保障持续强化。通过打造“红色联运”党建品牌，在推动产业升级的过程中不断提升铁路内在价值。为进一步构建现代化铁路物流体系，开发落地衢州煤炭敞顶箱发送和钢材整车到达双向“门到门”物流总包项目，上线金台铁路货运直通运输“一单制”业务，着力加强铁、水、公路等其他运输方式的衔接。通过党建联建促成的技术改造与协同演练，设备升级与装卸机械化得以推进，应急处置能力得到革新。获得中华全国铁路总工会“火车头”奖、全国 4A 级物流企业等多项高级别荣誉，涌现出一批省部级技术能手与先进个人。

(3) 经营业绩与发展动能全面增强。在党建品牌赋能下，全面激发党员骨干干事创业激情，克难攻坚力度空

前有力。助力公司实现连续 26 年安全生产年，货运发送、旅客发送、运输收入等年度任务均超额完成，公司客货运输核心指标连年超额完成。2024 年成功开通临海站物流园、台州南站铁路物流基地，运用经营管理专班和路企合作新模式，实施“一站两场”一体化运营管理。成功落地重庆白市驿 X347 次、贵阳改貌 X375 次、成都城厢 X226 快速班列装车点，引进钢材、石子敞顶箱到达项目。2025 年乐清湾港 C 区的启用，港铁联运装车效率与客户服务体验得到大幅提升，助力公司达成货运到发总量 1387.9 万吨的历史新高纪录。

4 品牌创建存在的堵点及破题思路

尽管“红色联运”模式成效显著，但在实践深化中仍可审视与前瞻潜在挑战：首先，联建网络的扩大可能增加协调成本与复杂性，如何让跨组织协同决策与利益更高效、更标准，避免“联而不动、建而无效”，是下一步需要制度化规范的重点。其次，品牌的成功目前高度依赖于关键党组织与党员干部的推动力，如何将创新实践固化为可持续、可迭代的组织流程与文化基因，防止“人走政息”，需要从公司治理与长效机制层面进行设计。最后，党建品牌的价值量化评估体系尚处于定性描述与典型事例分析阶段，未来需探索构建一套融合政治效益、经济效益与社会效益的综合性评价指标体系，以更科学地度量党建赋能发展的真实贡献度。

改进方向应聚焦于：一是推动“多线五联”从活动型向制度型升级，形成运行清晰的联建流程。“坚持党的领导，加强党的建设，是国有企业的‘根’与‘魂’”，以党建统领为各项工作的突破口和切入点，将区域内、系统内各党组织联动起来、资源统筹起来、力量凝聚起来，“集中力量办大事”，催生了化学效应。如港铁联运作为公司的“拳头”品牌，在安全管理、运输组织、运量提升等工作上存在多主体性和复杂性，必须有一个核心进行统筹协调，才能将各方的思想统一。而这个突破口就是运用党建思维，从党建层面来统筹推进，充分调动相关工作涉及的各单位党组织和广大党员的大局意识，达成共识。

二是党建必须以促进中心工作为立足点，服务中心工作、融入中心工作。实践证明，“红色联运”党建品牌打造了破解党建与业务“两张皮”的新样板，致力于问题难点在哪里，党的组织就在哪里、作用就发挥在哪里，有效把党组织的组织资源、组织优势、组织活力转化为推动工作发展的资源、优势、活力。“红色联运”将党组织生活、业务研讨、联劳协作相互融合，实现学习、研讨、实践、复盘等一体化落实，将党建与业务有效融合，提升了整体

业务水平，有力保障中心工作的稳步提升。

三是价值量化，对于品牌创建的成效度，要从品牌的产出效益中体现。要以问题为导向，在实践中，各方必须从讲政治角度，建立统一领导、一体推进的解决问题机制，改变各方关系互不隶属、职责不同的工作局面，形成非做不可、整体联动的效果。例如面对物流市场竞争加剧、煤炭市场需求下滑等因素，货运发送任务压力巨大，通过“红色联运”党建品牌建设统筹协调，挖掘成员单位合作需求及资源优势，调动链上企业积极性主动性创造性，保证货运发送任务圆满完成。做大做强红色联运“朋友圈”，真正体现了品牌创建的积极作用。

5 结论

本研究通过对浙江金温铁道公司“红色联运”党建品牌的案例深描，揭示了一条具有地方合资铁路特色的党建与业务深度融合之路。其成功的关键在于跳出了“就党建抓党建”的窠臼，以开放的系统思维，将党组织打造为链接内外部战略资源的“枢纽平台”，通过“多线五联”这一结构化操作体系，实现了党建引领下的组织再造、流程优化与价值共创。

“红色联运”的实践启示我们：党建统领是根本，必须坚持党对国有企业领导的唯一性与权威性^[5]，以此为一切工作的逻辑起点；党建融合是核心，党建工作必须深度

嵌入从安全生产到市场开拓的价值创造全过程，在服务中体现领导，在融入中发挥作用；党建思维是关键，要善于运用党组织的政治功能与组织功能去破解改革发展中的协同难题、资源瓶颈，将党的组织力转化为强大的生产力、竞争力和凝聚力。该模式为新时代背景下，特别是处于复杂网络结构中的国有企业，如何以高质量党建引领高质量发展，提供了极具借鉴意义的“金温样本”。

[参考文献]

- [1]曹炼.国有企业基层党支部党业融合路径研究[J].办公室业务,2026(6):131-133.
 - [2]浙江省交通投资集团有限公司.浙江交通集团“十四五”发展规划[R].浙江:2021.
 - [3]中共中央.中国共产党国有企业基层组织工作条例（试行）[S].2019-12-30.
 - [4]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2022.
 - [5]习近平.坚持党对国有企业的领导不动摇开创国有企业党的建设新局面[N].人民日报,2016-10-12(01).
- 作者简介：唐北（1994—），男，汉族，甘肃成县人，助理政工师，本科，毕业于兰州交通大学博文学院交通运输专业，现从事企业党政工作。