

国有企业基层党支部党建品牌创建过程中的问题与对策

王家栋

中国葛洲坝集团文旅发展有限公司，湖北武汉，430000；

摘要：本研究聚焦国有企业基层党支部党建品牌创建，深入剖析其中存在的问题并提出针对性对策。当前国有企业基层党建品牌创建存在定位模糊、创新不足、推广不够等问题，需要通过做好“三个建设”、注重“三个坚持”、深化“四个融合”等策略，有效提升党建品牌影响力与党支部凝聚力。事实证明，要有科学合理的党建品牌创建路径和方法，才能推动国有企业基层党支部党建工作高质量发展。

关键词：基层党支部；党建品牌；品牌影响力

DOI：10.69979/3029-2700.25.08.009

引言

国有企业作为国民经济的重要支柱，在推动经济社会发展中发挥着关键作用。基层党支部作为党的基础组织，承担着凝聚党员力量、推动企业发展的重要使命。党建品牌创建是基层党支部提升党建工作水平、增强党组织凝聚力和战斗力的有效途径。本文旨在探讨国有企业基层党支部党建品牌创建过程中的问题，并提出相应的对策，以期对相关研究和实践提供有益参考。

1 国有企业基层党支部党建品牌创建过程中存在的问题

1.1 品牌定位不清

部分国有企业基层党支部在党建品牌创建过程中存在品牌定位模糊的问题。一些党支部对党建品牌的内涵和目标缺乏深入理解和明确规划，导致党建品牌建设方向不明确，缺乏特色和针对性。在开展党建品牌创建过程中，存在形式主义倾向，活动内容空洞，缺乏实际意义，难以对党员产生吸引力和凝聚力。上述问题造成党建品牌建设难以形成有效的品牌效应，无法充分发挥党建品牌在凝聚党员力量、推动企业发展中的作用。

1.2 创新动力不足

创新是党建品牌创建的重要驱动力，但目前一些国有企业基层党支部在党建品牌创建过程中创新动力不足。一方面，部分党支部习惯于传统的党建工作模式，对品牌创建创新的重要性认识不足，缺乏创新意识和创新思维。在党建活动的组织和开展中，形式单一、内容陈旧，难以适应新时代党员的需求和企业发展要求。另一方面，由于党建工作考核机制不够完善，对创新成果

的激励不足，导致基层党支部在党建品牌创建过程中缺乏创新动力。在党建与业务融合方面，一些国有企业基层党支部未能积极探索创新的融合方式和途径，党建与业务工作仍然存在“两张皮”现象，无法真正实现党建与业务的双融互促。

1.3 资源整合欠缺

党建品牌创建需要充分整合各种资源，包括人力、物力、财力等。目前一些国有企业基层党支部在党建品牌创建过程中存在资源整合欠缺的问题。一方面，基层党支部在开展党建活动时，往往缺乏足够的资金支持，导致活动规模较小、形式单一。另一方面，党支部在整合人力资源方面也存在不足，未能充分调动党员的积极性和主动性，党员参与党建品牌创建的积极性不高。在党建品牌创建过程中，党支部与其他部门之间的沟通协调不够顺畅，导致资源无法有效整合和共享，影响了党建品牌创建的效果。

1.4 推广力度不够

一些国有企业在党建品牌创建过程中宣传推广还不够，一方面，很多基层党支部把更多时间精力聚焦在具体工作的开展，缺乏对品牌创建的总结、复盘、提炼、推广，导致很多党建品牌不够“靓”，党建品牌不够“响”，影响党建品牌的影响力。另一方面，党建品牌的宣传载体还不够强，大多采用传统传播方式来讲党建品牌，没有认识到“流量为王”时代，传播力的重要性。运用新媒体、新技术等手段还比较少，很多好的党建品牌缺乏强有力地传播，形成了“酒香也怕巷子深”的现象。

2 国有企业基层党支部党建品牌创建的对策

2.1 做好“三个建设”，夯实品牌创建基础

一是深化政治思想建设。巩固拓展党纪学习教育成果，扎实开展中央八项规定精神学习教育，推动基层党支部严格落实“第一议题”制度、“三会一课”、主题党日、组织生活会等，既“学的好”又“用得好”，推动破解国有企业改革发展重难点问题、职工群众关注的焦点问题。开展基层党支部政治理论质量提升行动，通过“深度解读+系统讲解”、读书班、“现场学习+实地调研+交流探讨+集中问效”等方式，推动学有所获、学以致用、学用相长，推动基层理论学习更贴合实际，更有实效。

二是持续夯实基层建设。大力实施“强基工程”，制定支部班子建设工作指引，制定支部规范化、标准化工作清单，按季进行督导帮扶，持续增强支部的政治功能和组织功能。创新联系基层党支部长效机制，推动本部与基层党支部联学共建，通过资源共享、活动互联、责任共担、服务共暖，有效整合信息、阵地、文化、服务等各类资源，形成“优势互补”的党建工作链条。持续完善党建工作体系，围绕各基层党支部党建“特色”把脉开方治疗，务实推进党建融合发展。锚定党建工作质效务实用好培训手段，提升一批、培养一批、储备一批支部书记和党务专责，储备党建品牌创建的人才队伍。

三是加强党风廉政建设。细化国有企业基层党支部“一岗双责”责任清单，建立常态化长效化的纪律教育机制，使纪律教育贯穿干部成长全周期、融入组织管理全过程。开展“五治”，即治庸、治懒、治散、治慢、治浮行动，深入推进风腐同查同治。进一步健全强化“大监督”工作机制，引领政治监督三化落地见效，推进纪检、审计等核心监督聚力走深，推动职能监督和日常监督聚焦走实。加强“廉洁文化示范点”创建，将廉洁从业约束、廉洁风险排查、纪律规矩教育融入生产经营各个方面，让廉洁宣教的形式更加生动，更加有效。

2.2 注重“三个坚持”，筑牢品牌创建支撑

一是坚持创建责任清单机制。坚持问题导向、责任导向、目标导向，指导基层党支部围绕年度重点工作，明确年度创建目标和创建举措，制定《党支部品牌创建工作清单》，细化责任、明确分工，确保创建工作举措落实落地落细，让党建品牌落实更具可操作性，推动品牌创建工作实效。

二是坚持健全支部工作机制。依照国有企业适应性

组织建设要求，持续优化基层党支部组织体系和工作体系，按程序选配优配强支委班子，完善基层党支部管理制度，提升基层党支部工作能力。开展基层党务提升专项行动，重点围绕提升政治建设质量、“三基建设”质量、党风廉政建设质量、宣传思想和群团工作质量开展问题整改整治，建立完善科学有效的支部工作运行体系。

三是坚持年度考核验收机制。将国有企业基层党支部党建品牌创建情况作为年度党建工作考核和评优评先的重要依据，从支部品牌运行机制、措施落实、创建成效、公认度和影响力等维度进行综合评价，对存在问题的支部提出进一步完善优化的相关工作意见，对运行效果较好的支部在考核中给予适当倾斜，总结经验成果并宣传推介，营造创先争优的创建氛围。

2.3 深化“四个融合”，提升品牌创建成效

一是与“项目攻坚”相融合，党建品牌“亮”起来。大力实施“提质增效稳增长，砥砺奋进新征程”主题实践活动，通过组建党员突击队、开展创岗建区、责任包保等方式，锚定本企业年度各项生产经营任务，抓重点，破难点，保营收，稳增长，实现党建与生产经营“双融互促”。大力推进党员示诺践诺活动，围绕国有企业高质量发展重点任务清单，明确党员示诺践诺事项，充分发挥党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。

二是与“管理提升”相融合，党建品牌“实”起来。将管理提升全面融入支部品牌创建的进程之中，注重党员干部在管理提升中的带头作用，推动科学管理实现新提升。将国有企业基层单位年度重点工作清单纳入基层党支部考核内容，将党员对管理提升的贡献度纳入对个人考核内容，通过党建品牌创建与“管理提升”的深度绑定，让党建工作更加严实深入。

三是与“文化建设”相融合，党建品牌“立”起来。发挥党建工作的政治统领性，结合实际开展独具特色文化活动，实现企业文化建设、党建、中心工作三者相互融合、相互补充、相互提升。深入分析、系统研究、总结提炼国有企业党建文化，让党建要求与企业发展实际密切结合，让党建文化成为国有企业改革发展精神支撑，更好推进党建文化对企业发展的促进作用。

四是与“我为群众办实事”相融合，党建品牌“活”起来。聚焦“我为群众办实事”实践活动，形成“职工群众‘点单’、基层党支部‘派单’、党员干部‘接单’”的闭环管理机制，落实为民办实事政策切实为基层员工

解决所思所想所盼。要持续建立完善“我为群众办实事”工作清单，明确时间节点和任务目标，明确党员在其中的使命和作用，通过为群众办实事，让党员榜样作用更加凸显。

3 国有企业基层党支部党建品牌创建的展望

随着全面从严治党的全面深入，国有企业基层党支部党建品牌创建的重要性愈发凸显，它不仅是提升基层党建工作质量的关键举措，更是推动企业稳健发展的强大动力。通过明确品牌定位，基层党支部能够找准自身在企业发展中的角色与方向，使党建工作与企业战略紧密相连，形成相互促进的良好局面。通过强化创新意识，能够为党建品牌创建注入源源不断的活力，让党建品牌创建形式更加丰富多样，内容更具时代感和吸引力，从而更好地适应新时代党员的需求。通过整合资源，能够打破部门之间的壁垒，实现了人力、物力、财力的优化配置，为党建品牌创建提供了坚实的物质基础。通过提升党员参与度，能够激发党员的主体意识，使党员成为党建品牌创建的积极参与者和推动者。

在新的历史时期，企业面临着诸多机遇与挑战，党建品牌创建也是这样。只有不断创新，才能使党建品牌始终保持旺盛的生命力。国有企业基层党支部应鼓励党员大胆尝试新的工作方法和活动形式，以创新的思维解决党建工作中的实际问题。应注重党建品牌的宣传推广，通过多种渠道提升品牌的知名度和美誉度，增强其在企业内部的影响力和引领力。应加强与其他先进党支部的交流与合作，学习借鉴成功经验，不断完善自身党建品

牌建设的思路和举措。应注重培养党员的责任感和使命感，引导党员在工作中发挥先锋模范作用，带动广大职工共同为企业的发展贡献力量。只有这样，才能在激烈的市场竞争中，为国有企业实现高质量发展提供坚强的政治保障，确保企业在正确道路上稳步前行。

4 结语

国有企业基层党支部党建品牌创建是提升党建工作质量、推动企业发展的关键举措。通过做好“三个建设”、注重“三个坚持”、深化“四个融合”等策略，可有效解决创建过程中的诸多问题，推动党建品牌建设取得显著成效。未来，应持续结合国有企业发展实际，以党建品牌建设为引领，积极探索体制机制创新，汇聚国有企业各方力量，为国有企业高质量发展注入强劲动力，推动国有企业基层党建工作迈向新的高度。

参考文献

- [1] 周雷捷. 新时代加强国有企业党建工作创新的路径[J]. 求知, 2022 (06): 49-51.
- [2] 冯小静. 做好“五个抓”全面提升基层党组织组织力[J]. 农电管理, 2019(12): 22-23.
- [3] 杨正中. 新时期企业党建品牌建设的探索与思考[J]. 中国职工教育, 2014 (10): 23-25.
- [4] 于华忠. “四抓”加强国企基层党建[J]. 思想政治工作研究, 2020 (05): 60-61.
- [5] 王思联. 党建引领、文化凝心[J]. 思想政治工作研究, 2020 (07): 53-54.