

Practice and thinking of the path of grassroots party building in state-owned enterprises

Bo Sun Huijian Cao

Daqin Railway Co., Ltd. Taiyuan Station, Taiyuan, Shanxi, 030001, China

Abstract

The party building brand of the grassroots station in the national railway enterprise has played a good role in publicity and leading the service advantages and the professional functions of the railway, providing a better experience for passenger service. However, in the process of creating and operating the party building brand, the role of the party organization is insufficient, the branch construction and ideological education lack support, and there is still a gap in the implementation of the territorial linkage mechanism such as social welfare and volunteer service. This paper summarizes the significance of the current party construction brand construction, present situation, existing problems and reasons, combined with the party brand construction standards and ideas, puts forward the party brand creation line and implementation strategy, in order to improve the party member mass party organization work ability, service level, and raising the grassroots party building level of the national railway enterprise.

Keywords

national railway enterprise; grass-roots Party organization; Party building brand

国有企业基层党建品牌创建路径实践与思考

孙波 曹辉剑

大秦铁路股份有限公司太原站, 中国·山西 太原 030001

摘要

国铁企业基层站段党建品牌在服务优势发挥以及展现铁路各专业功能上起到了很好的宣传引领作用,为旅客服务提供了更好体验。但党建品牌在创建运行过程中党组织作用发挥不足,支部建设、思想教育缺乏支撑,社会公益及志愿服务等属地联动机制执行还有差距。本文通过概述国铁企业当前党建品牌建设的意义、现状、存在的问题及原因,结合党建品牌建设标准和理念,提出党字号品牌创建路线和实现策略,以提高党员群众党组织工作能力、服务水平,提升国铁企业基层党建工作水准。

关键词

国铁企业; 基层党组织; 党建品牌

1 党建品牌创建的意义

党的建设是国有企业改革发展的重要保证,也是核心竞争力的重要组成部分,是国有企业独特的政治优势^[1]。通过学习和运用品牌建设文化理念和管理模式,不断提高党建工作规范化、规范化水平,把品牌建设理念融入党建工作之中,为国铁企业科学发展提供更强动力和更有效的保障,以更好地适应国铁企业基层党组织发展的需要。

1.1 有利于基层党组织力量在国铁铁路企业中不断凝聚

在党建创牌过程中,通过开展形式多样的创建载体和主题活动,凝聚党员干部群众,提振干事创业、敢于担当的精气神,为党支部提供了一个充分发挥战斗堡垒作用的重要

平台,也为党员发挥先锋模范作用提供了有力支撑。党建品牌的创建,能够凝聚思想共识,使党员团结一致,步调一致,确保在国有企业党组织中有效贯彻执行党的路线、方针、政策和重大决策部署。

1.2 有利于促进党建工作和国铁企业生产经营工作的深度融合

通过创建党建品牌,使党建工作的成效更好地转化为竞争优势和发展优势,使党的领导更好地嵌入到国铁企业基层站段建设中。把经营理念、管理理念、品牌理念、品质理念、服务理念、企业文化理念等融入党建工作中,在打造党建品牌的过程中,提升了国铁公司党建工作科学化水平。党建品牌建设通过推进党建制度机制完善、方法载体变革,进一步激发党建工作的活力,有利于打造特色鲜明、优势明显的国铁党建工作新模式。

【作者简介】孙波(1977-),男,中国山西太原人,本科,高级政工师,从事党建研究。

2 国铁企业党建品牌存在的问题及原因分析

党建品牌在创建过程中大多先有品牌，再有党建，党组织作用在服务品牌功能实现上融合度不高，缺少支部建设、思想教育及人文关怀，社会公益及志愿服务等属地联动机制执行还有差距。

2.1 缺乏党建品牌整体战略

在品牌建设过程中，首先要做好定位品牌理念的工作，就必须明确党的工作内容和发展目标，并在此基础上积极开展各项活动，这是基层党组织开展自身品牌建设工作的基础。而当党组织在品牌定位工作开展的过程中，在品牌定位上没有得到落实时，党建品牌就失去了前进的正确方向，这就是现阶段暴露出的典型性问题——品牌缺乏党味、特色不突出、缺乏持续创新，难以保证工作的顺利进行，也难以打造出自己的特色。

2.2 党组织凝聚作用发挥不到位

国铁企业的基层党员并没有认识到基层服务型党组织品牌创建工作的重要性，只是简单地认为，党员工作的内容和重点是旅客搞好服务，其他工作不在他们的考虑范围之内，造成了与品牌创建工作南辕北辙的现象。有的党员把党支部建设当作更重的担子，在党组织指导下才开展品牌创建工作，支部建设规范化推进流于形式，多专业、多部门协同作战服务旅客运输的优势没有得到彰显。没有通过党组织的凝聚作用，展示客运服务、行车服务、票务服务以及设施服务的协同效应。

2.3 品牌服务特色缺乏兼续创新

品牌建设更加注重建设时间的长期性和建设内容的有效性，服务型党建品牌建设也是如此。在基层站段党建品牌建设过程中党的建设和品牌服务两项重点工作均存在与时俱进不足的问题。比如太原南站党字号品牌“婷婷党员爱心服务区”在党的建设过程中缺乏山西特色地域文化的思想教育宣传，提倡“奉献、友爱、互助、进步”的人文关怀零散化、片段化，没有形成有机整体，与社会主义核心价值观契合度不高，支部建设仍在车间党总支下组织党建实践活动，党建品牌的亮点、支部建设方向还不突出、还不规范；太原站党字号品牌“改梅助困室”服务特色未持续更新，服务范围仅为小规模群体需求，与广大旅客美好出行体验的要求还存在差距，信息时代下自助帮扶、主动帮扶的理念和行动还未有效实施。

3 新时代国铁企业党建品牌建设路径

依托国铁集团党建品牌“六有”标准，结合窗口单位位置优势及山西地域特色文化等，重新建构党字号品牌建设理念，以党的建设和品牌服务为两大支撑，构建思想教育、人文关怀、支部建设、属地联动与客运服务、行车服务、售票服务、后勤服务的交叉融合，形成党建品牌“1+2+8+N”体系，推动党字号品牌建设与新时代旅客出行良好体验良性

可持续发展，实现党建工作与安全服务充分融合。

3.1 党建品牌建设理念

作为省会对外重要交流窗口，服务品牌在宣传山西特色区域文化、展示铁路企业形象上有着得天独厚的优势。服务品牌的创建和提高过程应符合增进旅客出行体验为目标，强化对客流人群的动态分析，了解出行旅客特色需求，广泛采用线上线下模式，逐步推出自助式服务及网络助困服务，推动客运、行车与设备深度结合，提升站区服务一体化服务标准。品牌创建时应同步筹划党的建设，深入推进新时代党的建设新的伟大工程，将政治思想教育、支部建设等要素纳入品牌创建中，以党史学习教育、主题实践活动等为载体，突出山西红色文化教育，提高支部组织生活的深度和广度，展现山西地域文化特色，倡导旅客主动参与互动，鼓励支部紧跟安全服务开展形式多样主题实践活动，兼容并包开展普法宣传、党史教育、志愿服务等，一体推进品牌建设理念有党味、有内涵、有实效。

3.2 党建品牌建设两大支撑

3.2.1 强化党的建设

在基层站段党的建设中，应充分依托山西红色革命文化加强思想教育建设，培养文化自信和制度自信，强化人文关怀，宣扬社会主义核心价值观，为出行旅客提供现实帮助。强化支部建设，以1+8+1党支部建设标准体系为准绳，展示党课、组织生活会及主题党日活动等，提升党员的“四个意识”。将法律宣传、青年志愿者等活动纳入党的建设的一部分，加强属地联动频次，提升自身服务水平同时，增强旅客的人文素养。

3.2.2 加大品牌服务

按照国铁集团“六有”标准，完善品牌活动机制，健全落实党内品牌创建的各项活动制度，设计品牌标识，凝练特色做法，通过创建党内品牌，带动安全生产稳定、经济效益提高、服务品质提升、企业形象塑造和党组织、党员作用增强。进一步深化品牌和服务两项功能的深度融合，强化党建内涵，拓展展览馆功能，发挥文旅馆特色，通过设置专业讲解人员，将高铁大站客运、售票、行车服务与设施设备、品牌理念相融合，切实体现铁路客运大站服务品牌的优势。

3.3 深推党建品牌建设八项内容

3.3.1 思想教育

将红色革命文化资源作为思想教育的资源，展现中华民族生生不息的力量，可使广大群众的思想得到正确的引导，提升政治核心素养。以红色革命文化为源泉，通过建设展览馆及文旅馆等形式，融合太行山精神和吕梁精神等，采用现实与虚拟相结合，展现中国伟大的革命精神，循环播放红色经典作品，寓教于乐，提供旅客良好体验。

3.3.2 人文关怀

践行“奉献、友爱、互助、进步”的人文关怀，宣扬社会主义核心价值观。结合节日定期开展爱心特色服务，丰富节日活动样式，延伸爱心志愿服务，推动信息时代下的主

动帮扶、自助帮扶。继续做好雷锋志愿活动、建立爱心接续机制、大力开展山西全域旅游服务，做到友爱互助，讲好山西故事。

3.3.3 支部建设

依托品牌建设平台及展馆，强化党员先锋模范作用发挥，加强党员理论教育、形势教育和革命传统教育，围绕安全、运输、经营、服务等中心任务，深化创岗建区，针对性开展突击奉献、立项攻关，建立健全管理制度，配齐硬件设备、标识标志，用好党员活动场所，满足党员活动需要。

3.3.4 属地联动

强化党建品牌建设冗余设置，鼓励行政单位在品牌基地开展活动，形成更强的融合效应。比如将普法宣传阵地建设列入品牌建设文旅馆建设的一部分，增强文化宣传的广度和深度；将青年志愿者服务与人文关怀相结合，提升车站服务质量的同时彰显社会友爱互助的氛围。

3.3.5 客运服务

提升客运服务水平是增加旅客出行体验的重中之重，通过统一服务标准、服装样式、服务设施，多样化服务形式，解决广大旅客出行需求。开通预约服务和爱心卡功能，优化服务流程，使得旅客能容易找到适应自身需求的服务。增设人工智能（VR）互动平台，优化设计服务台位置及引导标识，增设LED屏幕，动态更新人文教育视频，配置专业讲解，将高铁大站服务水平充分展示。

3.3.6 售票服务

售票服务是旅客出行体验的重要一环，依托“流动导购台”等服务品牌，抓实售票服务标准化建设，提升售票、退、改、签服务的水平，倡导使用更加简易的自助购票系统，帮扶老弱病残旅客，更大范围解决出行旅客困难。

3.3.7 设备服务

设施设备服务是客运大站面向旅客的第一体验，强化进出站、候车功能化使用和定期升级，对消防、电梯等关键设备强化维保，使旅客感受良好体验。

3.3.8 行车服务

行车服务作为列车开行组织的主导，在一定范围内能与客运服务协同动作，帮助重点旅客转运。同时优良的正点率也让广大旅客感受良好体验。

3.4 八项内容协调融通

党建品牌建设的八项重点内容既是独成体系的，又是协调统一的，只有充分发挥各自优势，又服务于整个党建品牌理念之下，才能形成完整的共享共建的平台。

4 国铁企业党建品牌建设措施

4.1 强化机制创新，建立激励机制

4.1.1 强化体制机制创新

以健全组织领导架构为依托，完善党的建设和品牌服

务体系，实现协同发展融合统一。围绕党建品牌建立党组织活动小组，负责组织、协调、管理国铁企业党建品牌创建工作，将党建品牌服务理念贯穿于日常工作中，把好品牌关、支部关，确保党建品牌创建活动取得实实在在的成效^[1]。

4.1.2 建立项目推进机制

邀请党建专家和服务团队深入指导党建品牌建设，统筹考虑车站思想教育、人文关怀、属地联动与服务旅客之间的关系，完善品牌基地建设。在推进党建品牌发展过程中，将品牌服务工作分解到具体的党建工作项目中，明晰责任、措施和要求，不断提升党建品牌内涵，有效拓宽基层党建品牌辐射力和影响力。

4.2 创新宣传机制，推进手段创新

4.2.1 创新宣传推介机制

通过多种形式将党建品牌建设进行推广，让广大旅客提高出行服务体验，感受红色文化基因的传承。借用现代媒体技术，宣传党的优良传统和红色文化。充分利用各种互联网平台，引导广大党员干部积极参与，营造人人参与、人人服务的良好氛围，把基层党建品牌创建活动不断引向深入。

4.2.2 推进手段创新，以品牌创造力推动组织能动力

品牌创建工作要借鉴既有工作方法，融入创新意识，以品牌建设新目标，培养组织成员新观念，构建“党建+”的运营新思路。依托互联网平台，构建品牌宣传新阵地，以“晒成果”方式加强自评、互评，完善支部建设；通过自媒体运营，记录支部品牌创建过程，创作一部品牌创建微视频，以工作手段创新，提升成员切身参与感。品牌创建工作更注重支部成员参与，要创新党建形式，整合资源优势，通过现场式体验、情景式教学、互动式研讨等方式，提升支部成员品牌创建工作的参与度、支持度、满意度^[1]。

5 结语

本研究在总结概述党建品牌建设的意义、现状、存在的问题及原因的基础上，以太原站党字号品牌为例，重新明确了新时代党建品牌建设的理念，聚焦新时代国铁企业党建品牌建设的理念，提出了党字号品牌创建路线。党建品牌创建应遵循客观规律，加强党建与品牌的融合发展，只要我们在企业基层党组织建设中注重品牌建设，培育知名服务品牌，在提高服务党员群众能力的同时，也必将把国铁企业基层党建工作提高到一个新的水平。

参考文献

- [1] 陈娜.新时代公立医院党建工作品牌化建设实践研究[J].办公室业务,2022,12(总第400期):39-41.
- [2] 刘卉,张烨.推进大学生党建品牌建设的探索[J].党建研究,2017,02(总第552期):35-37.
- [3] 郭海育,鲁敏,雷振海.高校党建工作中的品牌创建及提升路径研究[J].华北理工大学学报(社会科学版),2022(2):147-150.