

国企思政工作融入主营业务的创新探索

迟文都 青岛市即墨区自来水公司

国有企业思想政治工作不仅是企业健康发展的基石,也是确保党对国有企业领导的关键途径,是企业治理不可或缺的一部分,关乎企业能否稳健前行,能否在复杂多变的市场环境中保持竞争优势,通过有效的思想政治工作,国有企业能够更好地服务于国家战略,实现高质量发展。本文结合供水企业的服务特点和思政工作的覆盖维度,探索国企思政工作融入主营业务的策略。

一、国有企业思政工作的重要性

强化党的领导与政治引领,深化企业改革与创新。国有企业作为中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础,承担着实现国家发展战略和体现党的意志的重要使命,思政工作确保了党的领导在企业决策和日常运营中的核心地位,通过加强政治建设,增强政治领悟力、判断力和执行力,保证企业沿着正确的政治方向前进。同时,思政工作也是国企深化改革与创新驱动的内在动力,在深化国有企业改革的过程中,思政工作扮演着催化剂的角色,它激励员工支持改革,积极参与创新实践,为企业转型升级提供思想保障。

推动企业文化建设,提升团队凝聚力。国企思政工作与企业文化相辅相成,共同构建企业的核心价值观,帮助企业树立正确的价值导向,增强员工的归属感和认同感,促进企业文化的内化和传承,为企业的持续发展注入强大的精神动力。企业文化

也是思政工作的重要组成部分,通过系统的思想政治教育提升员工的政治素养和职业道德,能够培养一支忠于党和人民、敬业奉献的高素质人才队伍。同时,思政工作坚持强调企业的团队协作精神,对提高员工的凝聚力和战斗力,创造良好的企业内部环境具有十分重要的意义。

保障企业社会责任与合规经营。思政工作还强调企业应遵守法律法规,承担社会责任,这不仅有助于企业规避风险,更能在社会中树立良好形象,增强公众信任。政工人员需要将合规经营和积极履行社会责任当做企业可持续发展的必要条件,推动企业品牌形象的持续升级,更好地服务大众。

二、国企思政工作融入主营业务的策略

国有企业将思政工作融入企业主营业务的创新策略,不仅是对传统工作模式的升级,更是适应新时代背景下企业高质量发展的必然要求,这一过程需要从理念、制度、文化以及具体实践层面进行全方位的革新,建议从以下几个方面开展融合创新工作:

理念创新:构建“党建+业务”深度融合模式。国企应树立“大党建”理念,将党建思政工作视为企业治理结构的一部分,与主营业务同部署、同推进、同考核,形成党建引领业务、业务反哺党建的良性循环。同时要强化“双向融合”思维,确保党建思政工作与企业主营业务深度融合,避免“两张

皮”现象,通过设立“党建+业务”示范点,探索党建与业务协同发展的新路径,将思政工作的制度化、精神内涵与自来水企业的质量、服务深度融合,提升群众的用水满意度和生活质量水平。

制度创新:建立一体化管理体系。以青岛市即墨区自来水公司为例,建议进一步完善“一岗双责”制度,明确各级管理人员既要承担业务职责,也要履行党建思政工作责任,确保党建工作与业务工作同频共振。为此,企业还应构建科学严谨的考核评价体系,将思政工作成效纳入企业绩效考核指标,量化评价标准,细化考核机制,形成有效的激励约束机制,让思政工作具有更好的量化效果和影响力。

文化创新:打造特色的供水企业文化。供水企业关系到千家万户的生活,也让文化和品牌建设深入到了每一个家庭,在内部要进一步强化员工对企业文化的认同,通过文化长廊、内部传播平台、文化活动、理论研讨等阵地,传承企业精神,提升员工对企业的归属感和认同感,深度挖掘企业文化的内涵,构建品牌建设的原动力。在企业外部,政工人员应运用新媒体平台,如传统主流媒体、企业网站、社交媒体,进行企业文化及党建成果的宣传,增强企业内外部沟通与交流,让群众了解供水企业的文化品牌建设进程,加大群众对企业的信赖度。

实践创新:开展特色创建工程和活动。一是打造“暖实力”的党建先锋工程,发挥领

导干部的示范引领作用,开展主题党建活动和一线服务行动,引导党员在服务、发展和供水等方面发挥模范作用,形成品牌示范作用;二是彰显“软实力”的文化工程,通过常态化开展新时代文明实践,结合“文化+业务”示范点,将安全、服务、廉洁等文化元素融入日常工作中,促进企业文化的落地生根,为企业的高质量发展提供必要的软实力支撑;三是构建“硬实力”的创新工程:搭建员工成长平台和技术创新平台,如思政创新工作室、创新实训工作室,激发员工的创新意识、首创精神和一线技术员工的求真精神,解决生产经营中的技术难题,让实践创新成为企业发展的主旋律。

智慧创新:推动信息化升级。思政工作融入主营业务,需要搭建立体覆盖的智慧党建平台,利用大数据、云计算等技术,搭建智慧党建信息系统,实现党建工作的数字化管理,提升工作效率,让党建学习渗透到企业的每一个基础单元;大数据技术为互动式学习平台创造了必要条件,企业通过开发在线学习模块,提供丰富的党建学习资源,采用微课、直播、论坛等形式,增强学习的趣味性和实效性,为企业发展提供了更多样化的人才来源。

综上所述,国有企业不仅能够提升党建思政工作的效能,还能促进主营业务的高质量发展,实现企业治理现代化的目标,一系列创新策略的实施,需要企业管理者的坚定支持和全体员工的积极参与,共同营造一个兼顾社会效益和经济效益,又重视人文关怀的企业生态环境。

加强基层国企党建 构筑坚强战斗堡垒

王晓珺 青岛崂山旅游集团有限公司

基层国有企业党建工作是企业实现经济效益和社会责任双重目标的重要保障,是国有企业做强做优做大的内在要求,对于推动国有企业高质量发展具有不可替代的战略意义。基层国有企业党建工作的创新策略需围绕制度、管理、运行、队伍建设、资源保障和理论深化等多个层面展开,以期达到提升企业竞争力、生产力和凝聚力的目标,为企业的高质量发展提供强有力的政治保障和组织动力。本文从加强基层国企党建、构筑坚强战斗堡垒的角度出发,探索优化基层国有企业党建工作的创新策略。

基层国有企业党建工作是国有企业健康稳定发展的基石,也是确保党对国有企业全面领导的关键,能够有效提升国有企业党组织的战斗力和凝聚力,具有十分重

要的意义。在政治引领作用方面,基层党组织作为党的肌体细胞,直接负责将党的理论、政策和决策部署传达至企业一线,确保党的意志在基层得到贯彻执行,为企业发展指明方向;在推动企业发展方面,基层党建与企业生产经营深度融合,通过创新工作机制,将党的领导融入公司治理各环节,形成有效制衡的公司治理机制,推动企业决策科学化、民主化,促进企业高质量发展;在凝聚职工群众方面,基层党组织是联系职工群众的桥梁和纽带,通过开展形式多样的主题实践活动,增强员工对企业的认同感和归属感,激发员工的积极性和创造性,为企业改革发展汇聚强大合力。

基层国企党建工作的创新是确保党在经济领域领导作用的重要方式,对于推动企业高质量发展具有至关重要的作用,国

有企业政工人员是党建工作实施的推动者、创意者,只有不断开创新的工作模式,才能在基层建立强有力的战斗堡垒,推动企业健康成长。建议从以下几个方面提升和创新国有企业的党建工作:

一是健全基本制度,强化党组织作用。国企必须明确党组织地位,确保党组织在企业法人治理结构中的法定权力,增强党委的领导作用,特别是在重大决策中的参与度;落实交叉任职制度,加大党委成员与董事会、经理层成员交叉任职的比例,实现党的领导与企业经营的深度融合;完善绩效考核体系,将党建工作纳入领导干部绩效考核,明确其在考核体系中的比重,以制度化方式确保党建工作的重视程度。此外,国企要改进管理体制,促进党企融合,进一步做好权责界定,清晰界定党建工

作与中心工作的权责,加强党委与经营管理部门的协作,确保党的领导作用得以具体化。

二是创新企业运行机制,提升党建效能。国有企业管理者应明确议事规则,制定党委会议事规则,明确决策事项清单,确保决策过程的民主性和透明度,同时也要做好民主评议与公开,实施民主评议和厂务公开制度,加强党内监督与职工群众监督,提升企业决策的公正性和合理性。

三是优化国企工作体系,加强队伍建设。一方面要完善交流与培训机制,加强党务干部与经营管理干部的交流,实行党支部书记与经营管理岗位交叉任职,促进双向培训,提升队伍综合素质;另一方面要进一步融合党组织与法人治理,推动党组织与企业法人治理结构的深度融合,确保党的思政工作与企业文化建设相辅相成。

加强网络正面宣传 塑造国企优质品牌

周晓琼 青岛市市南区城市发展有限公司

开展网络文明宣传,以正面传播塑造基层国有企业的优质品牌,是政工人员的工作重点之一。通过系统、多元、专业的网络正面宣传工作,可以让基层国有企业在网络上构建积极向上的形象,增强公众的信任和支持,满足社会各界了解企业发展的需求,为企业的持续发展奠定坚实的基础。本文旨在研究基层国企如何通过开展网络正面宣传的创新,来进一步推进国企优质品牌的建设,提升国企在党的建设、经济发展、文化品牌等多领域的工作水平。

基层国有企业在开展网络正面宣传时,需要结合自身特色和国家的政策导向,采取多元化的传播渠道和策略以提升品牌形象,增强社会影响力。首先,在传播平台方面,国企应加强官方网站与社交媒体平台建设,

通过打造专业、全面的官方网站,发布企业动态、行业资讯等内容。同时,利用微信公众号、微博、抖音等社交媒体平台,定期发布信息,与公众进行互动,提高企业的可见度和亲和力。其次,在传播内容方面,国企应开展内容营销与故事化传播,通过讲述企业的发展历程、员工故事、技术创新、公益行动等,将枯燥的信息转化为生动的故事,吸引受众的关注,比如可以通过短视频、图文、直播等形式,增强内容的感染力和传播效果。最后,在舆情管理方面,应运用大数据开展网络舆情监测与管理,利用大数据、云计算、人工智能等技术,优化企业管理和业务流程,建立完善的网络舆情监测系统,主动收集公众意见和建议,作为改进工作的参考,展现出企业的开放性和责任感。

在互联网时代,塑造国有企业优质品牌的关键在于构建正面网络形象,不仅需要精准的战略规划,还需要灵活运用数字工具和社交媒体,以实现与公众的有效沟通和深度互动。结合具体的工作实践,提出以下建议:

一是明确品牌定位与核心价值。国企需明确自身的品牌定位和核心价值主张,包括但不限于企业的使命、愿景、价值观以及所提供的独特产品或服务,通过提炼这些元素,形成清晰的品牌故事,确保所有网络宣传内容都围绕这一核心展开。

二是构建多渠道传播矩阵。政工人员利用官方网站、社交媒体(如微博、微信、抖音)、视频平台等多种渠道,构建全方位的传播矩阵,不同平台针对不同的目标受众,采用适合该平台语言风格和内容形

式,确保信息的广泛覆盖和有效触达。同时建立有效的舆情监测机制,主动倾听网络上的声音,对公众反馈做出快速反应,正面回应质疑,及时纠正误解,展示国企的透明度和责任感。

三是善于开展合作联盟。与主流媒体、意见领袖以及行业伙伴建立合作关系,共同策划正面宣传项目,展示国企在履行社会责任方面的努力,并通过网络平台分享相关活动,彰显国企的社会担当,增强公众认同感和品牌忠诚度。

由此可见,国企可以在网络正面宣传过程中塑造出优质、可信的品牌形象,增强与公众的情感连接,促进品牌长期稳定发展。在实施过程中,持续创新和适应网络环境的变化至关重要,只有这样才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,成为网络时代的品牌领导者。