

以党建品牌建设推动机关党建工作质量提升

许金升 杨莉

重庆中油现代交通油料有限责任公司，重庆，400020；

摘要：文章围绕以党建品牌建设推动机关党建工作质量提升展开。阐述其意义后，指出当前存在品牌定位模糊、同质化严重、重形式轻实效、群众参与度低等问题。进而提出策略：聚焦政治引领筑牢根基，深化融合创新增强活力，健全长效机制保障发展，强化宣传与赋能扩大影响，以提升机关党建质量。

关键词：党建品牌建设；机关党建；工作质量提升

DOI：10.64216/3080-1486.25.05.048

机关党建是党的建设重要组成部分，在服务中心、建设队伍中发挥关键作用。新时代背景下，加强机关党建品牌建设成为提升党建工作质量的重要抓手。然而，当前部分机关单位党建品牌建设存在诸多短板，制约着党建工作效能。深入探讨以党建品牌建设推动机关党建质量提升路径，对增强党组织凝聚力、促进党建与业务融合、夯实党的执政根基具有重要的现实意义。

1 党建品牌建设推动机关党建工作质量的意义

党建品牌建设作为新时代机关党建创新发展的重要路径，是提升机关党建工作质量的关键抓手，对机关发展意义深远。在新时代党建工作要求下，它以特色化、系统化的理念整合党建资源，通过深入挖掘机关职能特色、地域文化优势与党员队伍特点，提炼出契合实际、彰显个性的党建品牌主题。在实践过程中，以品牌创建为牵引，将党建工作与业务工作深度融合，构建起“党建+业务”双轮驱动的协同机制，有效破解“两张皮”难题，推动党建工作从“有形覆盖”向“有效引领”转变。同时，品牌的示范效应如同一面旗帜，能够激发党员干部干事创业的责任感和创造力，让党员干部在品牌建设的实践中主动担当作为；还能通过品牌的辐射带动，凝聚党组织内部力量，增强党组织的凝聚力和战斗力，为机关高质量发展注入强劲“红色动能”，实现党建工作与机关事业发展同频共振、互促共进。

2 当前机关党建品牌建设存在的问题

2.1 品牌定位模糊，政治属性弱化

在机关党建品牌建设过程中，部分品牌存在着明显的定位模糊问题，这一问题直接引发了政治属性的弱化，使得党建工作的核心价值难以充分彰显。许多党建品牌在构建时，未能深入结合自身机关的

职能特点、工作重心以及党员队伍的实际情况，导致定位悬浮且模糊。有的品牌盲目跟风“党建+”的模式，只是在形式上将党建工作与业务工作进行简单拼接，缺乏内在的逻辑关联和深度融合。这种牵强的结合，使得党建工作沦为业务工作的附属品，失去了其应有的独立性和引领性，既无法真正通过党建促进业务发展，也让党建工作本身的意义被淡化。还有一些品牌在打造过程中，过分追求所谓的“新奇特”，将注意力过多放在形式的创新和表面的吸引上，却忽视了党建工作最根本的政治功能。这种舍本逐末的做法，使得品牌逐渐偏离了党建工作的本质，“党味”越来越淡。政治建设作为机关党建的首要任务，其核心在于强化党员的政治意识、提升党员的政治素养、引领党员坚定政治立场。而这些定位模糊、忽视政治功能的党建品牌，恰恰在这些关键方面出现了缺失，无法有效发挥对党员的政治教育和思想引领作用，与“政治建设摆在首位”的机关党建核心要求相去甚远，严重影响了党建工作的实效和影响力。

2.2 同质化严重，特色优势不足

在机关党建品牌创建的过程中，同质化严重、特色优势不足是一个较为突出的问题，这在很大程度上源于思维惯性和路径依赖的影响。长期以来，部分机关单位在开展党建工作时，习惯于遵循既有的模式和经验，缺乏主动探索和创新意识。这种思维上的惯性使得它们在打造党建品牌时，往往倾向于照搬上级的模板或者直接借鉴其他单位的成功案例，而不是从自身的实际情况出发进行个性化设计。每个机关单位都有其独特的职能特点、业务优势以及党员结构，这些都是构建特色党建品牌的重要基础。但在同质化的创建模式下，单位之间的党建品牌呈现出“上下一般粗”“左右一个样”的雷

同景象。品牌缺乏与自身核心职能的紧密联系,也没有充分体现出自身的业务优势和党员队伍的特点,导致品牌的辨识度极低。这样的党建品牌难以给人留下深刻印象,自然也就无法形成强大的影响力。它们在众多相似的品牌中难以脱颖而出,既不能有效激发党员的认同感和归属感,也无法在服务群众、推动工作等方面发挥出独特的作用,最终使得党建品牌的价值大打折扣,难以形成独特的竞争力。

2.3 重形式轻实效,长效机制缺失

在机关党建品牌建设中,部分机关存在着重形式轻实效的现象,同时长效机制的缺失也使得党建品牌难以持续发挥作用。一些机关将党建品牌建设简单地当作一项“阶段性任务”,缺乏对其长远意义和深层价值的认识。在这种认知下,他们把工作重心过多地放在了品牌的外在形式上,比如花费大量精力构思品牌命名、设计精美LOGO、开展大规模的活动宣传等“面子工程”。这些表面化的工作虽然能在短期内制造一定的声势,但由于忽视了品牌内涵的培育,使得品牌缺乏坚实的根基和丰富的内容支撑,难以真正体现党建工作的本质和价值。更为关键的是,长效机制的缺失让党建品牌建设难以形成持续的动力和稳定的发展态势。由于没有建立起完善的实效评估体系,无法对品牌建设的实际效果进行科学、客观的衡量和反馈,导致党建工作与党员的实际表现、业务工作的绩效提升相互脱节。这种情况下,党建品牌建设容易陷入“一阵风”的困境,在初期的热情过后便难以为继,无法转化为常态化、制度化的工作机制,不仅浪费了大量的人力、物力和财力,也使得党建品牌难以在推动机关工作、提升党员素质等方面发挥应有的作用。

2.4 群众参与度低,服务功能虚化

机关党建品牌的核心要义之一,便是践行“以人民为中心”的发展思想,将服务群众、回应群众需求作为重要使命。然而,部分机关党建品牌在建设过程中,却陷入了机关内部循环的误区,未能真正走出机关、深入群众,无法有效对接群众的真实需求和期盼。这些品牌在服务设计上往往缺乏针对性和实效性,没有深入调研群众在生产生活、干事创业等方面遇到的痛点、难点问题,导致服务内容浮于表面,难以触及问题的核心。服务功能的虚化,使得群众在党建品牌建设中难以获得实实在在的获得感,自然也就缺乏参与的积极性和主动性。这种与群众之间的“距离感”,不仅让党建品牌失去了应有的群众基础,也使其难以赢得社会层面的广泛认同和支持,背离了机关党建品牌服务群众、凝聚

人心的根本目标。

3 以党建品牌建设推动机关党建工作质量提升的策略

3.1 聚焦政治引领,筑牢品牌“根”与“魂”

在机关党建品牌建设的进程中,必须始终将政治建设置于无可替代的首位,让强化政治引领如一条红线贯穿品牌创建的每一个环节、每一个步骤。这意味着要将政治标准和政治要求融入品牌规划、设计、实施和优化的全过程,确保品牌建设的方向不偏、靶心不移。

要通过构建系统化、常态化的学习机制,组织党员深入学习党的创新理论,特别是习近平新时代中国特色社会主义思想,深刻领会其核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。通过专题学习、研讨交流、实地研学等多种形式,引导党员不断提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力,从而坚定政治信仰,始终在思想上、政治上、行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致,自觉站稳政治立场,严守政治纪律和政治规矩。在此基础上,要确保党建品牌的创建始终紧密围绕党的中心工作展开,与党和国家的大政方针同频共振,与机关的核心职能和重点任务深度契合。无论是品牌的理念提炼、目标设定,还是活动开展、成效评估,都要充分彰显鲜明的政治属性,让“党味”渗透到品牌的每一个细节,成为品牌最鲜明、最核心的标识。只有这样,党建品牌才能真正发挥凝聚党员力量、强化政治意识的重要载体作用,从根本上筑牢品牌的“根”与“魂”,使品牌成为彰显机关党建政治优势、引领机关各项工作高质量发展的坚强旗帜。

3.2 深化融合创新,增强品牌生命力

要着力推动党建品牌与机关的职能职责、业务工作实现深度融合,从根本上打破“两张皮”的现象。这需要机关单位摆脱形式主义的束缚,深入剖析自身的核心职能是什么、业务优势体现在哪里,以及党员在业务工作中扮演的角色和能发挥的作用。在此基础上,精准找到党建工作与业务工作之间的结合点和着力点,让党建品牌成为连接二者的桥梁和纽带。

在融合的过程中,要积极探索创新品牌的内涵与形式。内涵上,要将党的理论、方针、政策融入业务工作的各个环节,使党建要求成为业务开展的指导原则;形式上,要避免千篇一律的活动模式,根据业务特点设计具有针对性的活动载体和工作方法。比如,在业务攻坚任务中设立党员先锋岗,在政策宣讲工作中组建党员服务队等,让党建品牌的

身影自然出现在业务工作的关键节点。通过这样的融合与创新,党建品牌既能充分体现党建工作的政治要求和组织优势,又能切实服务于业务工作的高效开展,解决业务工作中的难点、堵点问题。如此一来,党建品牌不再是脱离实际的抽象概念,而是充满活力、与机关工作紧密相连的生动实践,其生命力也会在与业务工作的同频共振中不断增强,影响力也会随之扩大。

3.3 健全长效机制,保障品牌持续发展

建立并不断完善党建品牌建设的长效机制,是确保品牌能够稳步发展、持续发挥作用的关键所在,能为品牌的成长提供坚实而稳定的保障。这需从品牌创建的全流程出发,对规划设计、组织实施、考核评估等各个环节进行系统性的制度构建。在规划设计环节,要结合机关长远发展目标和党建工作总体要求,制定科学合理、切实可行的品牌发展规划,明确品牌的定位、目标和阶段性任务;组织实施环节,要细化责任分工,将任务落实到具体部门和个人,明确工作标准和时间节点,确保各项工作有序推进、落到实处;考核评估环节,要建立全面、客观、量化的评估指标体系,定期对品牌建设的成效进行评估,及时发现问题、总结经验。

同时,要建立动态调整和优化机制,避免品牌建设陷入固化模式。党建品牌所处的环境在不断变化,机关的职能任务、党员队伍结构以及面临的挑战也会随之改变,这就要求品牌建设能够与时俱进。要密切关注这些变化,定期对品牌的定位、内容、形式等进行审视和调整,根据实际情况进行优化升级,使品牌始终与机关党建的实际需求相契合。只有这样,才能有效避免品牌建设流于形式、出现昙花一现的现象,让党建品牌在长期的实践中不断积累经验、提升品质,实现持续发展壮大,从而长久地在机关党建工作中发挥引领和推动作用。

3.4 强化宣传与赋能,扩大品牌影响力

要想让党建品牌发挥更大作用,必须加大宣传力度并持续为品牌赋能。在宣传方面,不能局限于单一渠道,要充分整合各类媒体资源,构建全方位、多层次的宣传矩阵。既要利用好传统的报纸、杂志、宣传栏等平台,又要积极运用微信公众号、微博、短视频等新媒体手段,通过文字、图片、音频、视

频等多种形式,多渠道、多角度地展示党建品牌的特色内涵、实践成效以及背后的党员故事和精神风貌。这样才能让更多人了解品牌、认识品牌,不断提高品牌的知晓度和社会认可度。

同时,要高度重视为品牌赋能,这是品牌保持活力、扩大影响力的内在动力。可以通过开展系统化的党员培训,提升党员的政治素养、业务能力和服务水平,让党员成为支撑品牌发展的中坚力量;还要整合机关内外的各类资源,包括政策资源、人力资源、物资资源等,为品牌活动的开展提供有力支持,增强品牌的服务效能和引领作用。通过宣传让品牌“走出去”,通过赋能让品牌“强起来”,不仅能使品牌在机关内部得到党员的广泛认同和积极参与,更能在社会层面树立良好形象,产生广泛而深远的积极影响,从而不断扩大品牌的辐射范围和影响力,使其成为机关党建工作的亮丽名片。

4 结语

党建品牌建设是机关党建工作创新发展的重要引擎,对于提升党建工作质量、增强党组织战斗力具有关键意义。面对当前存在的思想认知偏差、定位模糊及融合不足等问题,通过强化思想引领、精准定位品牌、深化融合发展等策略,能够有效激活党建品牌的内生动力。未来,机关单位需持续探索党建品牌建设的新思路、新方法,推动党建品牌建设常态化、长效化,以高质量党建品牌赋能机关党建工作全面提质,为推进国家治理体系和治理能力现代化提供坚强的政治保障和组织保障。

参考文献

- [1]李莎.“五聚焦”深化党建品牌矩阵建设[J].中国统计,2024,(11):63-65.
- [2]姚芳,戴维武,杨舟.税务机关党建品牌建设的现状与对策——基于安徽税务机关党建品牌创建工作实践研究[J].七月风,2024,(11):22-27.
- [3]杨洲.突出党建品牌示范作用赋能机关党建高质量发展[J].七月风,2024,(01):19-21.
- [4]宣城市直机关新时期基层党建品牌创建工作研究课题组.品牌创建促融合党建提升展特色[J].旗帜,2023,(01):68.
- [5]湛志伟.创建机关党建特色品牌推动财政监管提质增效[J].中国财政,2022,(05):50-52.