

潮玩经济下 Z 世代情绪消费的新图景与引导策略

■ 周英乐 李昕梦

消费是经济活动的重要环节,更是青年群体价值观念与生活方式的象表达。随着数字经济与青年亚文化的深度交织,潮玩经济已从边缘消费业态成长为承载 Z 世代情绪表达与精神诉求的核心场域。作为伴随互联网成长的“网生一代”,传统物质消费已难以满足 Z 世代青年情感寄托与自我认同的深层需求,潮玩成为 Z 世代青年情感补偿和情感疗愈的重要载体。但值得警惕的是,潮玩经济下的情绪消费也潜藏着深层隐忧。为此,要系统剖析 Z 世代情绪消费的现实图景与生成动因,深入解构其潜藏的风险隐患,并在此基础上提出引导策略,对更好促进当代青年群体的健康成长具有重要意义。

一、潮玩经济下 Z 世代情绪消费的全新图景

潮玩经济与情绪消费的深度融合,打破了传统消费的模式与边界,Z 世代以其独特的消费需求与行为特征,在潮玩消费中形成了全新的消费图景,既体现了 Z 世代情绪消费的共性特征,又展现出潮玩经济下的个性化特质,成为当代青年消费文化的重要表征。

(一)主体圈层化:同好社群构建消费共同体

潮玩消费的主体呈现出鲜明的圈层化特征,Z 世代以潮玩为媒介,通过微博、小红书、B 站等网络社交平台与线下潮玩展会,构建起跨地域的同好社群,形成了具有高度凝聚力的消费共同体。社群内部通过分享收藏经验、交流拆盒体验、交易稀缺款式等方式,实现信息互通与情感联结,社群的规则与文化也成为约束与引导消费行为的重要力量。这种消费共同体超越了单纯的交易关系,成为 Z 世代表达自我、交流情感、构建认同的重要场域,使潮玩消费从个体行为转变为群体行为,形成了圈层化的消费生态。

(二)行为情绪化:情感驱动催生经济新业态

潮玩消费的核心诉求是情绪价值的实现,情感驱动成为 Z 世代潮玩消费的主要逻辑,使其消费行为呈现出鲜明的情绪化特征。相较于传统消费对实用性与功能性的关注,Z 世代在潮玩消费中更注重消费过程带来的精神愉悦与情感满足,从而促使青年群体涌向潮玩市场寻求精神愉悦。虽然面对限量款潮玩的饥饿营销,容易陷入盲目抢购,或者因对某一 IP 的情感偏好,进行过度收藏,但在圈层氛围的影响下,产生多样的消费形式。这种情绪化消费行为,体现了 Z 世代情绪消费的冲动性与感性化特征,也反映出当前潮玩经济发展的新业态。

(三)交易多元化:多方平台联动拓宽流通渠道

随着潮玩经济的发展,Z 世代潮玩消费的交易渠道呈现出线上线下联动的多元化特征,打破了传统实体消费的地域限制与线上消费的体验短板。线上渠道以潮玩品牌官方商城、电商平台、二手交易平台、社群团购为主,为 Z 世代提供了便捷的消费与交易途径;线下渠道以潮玩实体店、盲盒机、展会、快闪店为核心,让 Z 世代能够获得沉浸式的消费体验。线上线下渠道的相互融合与互补,不仅拓宽了潮玩的流通渠道,也丰富了 Z 世代的消费体验,使其能够根据自身需求选择不同的交易方式,推动潮玩消费市场的进一步繁荣。

(四)价值符号化:搭建文化载体实现

社交联结

潮玩的价值早已超越了其物质本身,成为具有符号化意义的文化载体,承载着 Z 世代的社交认同功能。潮玩的 IP、款式、稀缺度等特征,成为 Z 世代展现个性、表达品位、划分圈层的重要符号,一枚限量款潮玩不仅是一件收藏品,更是 Z 世代在社交中获得认可与尊重的“社交货币”。通过展示潮玩收藏,Z 世代能够快速找到同好,实现社交联结;通过交换或赠送潮玩,能够深化情感关系,实现社交互动。这种价值符号化特征,使潮玩成为 Z 世代社交生活的重要组成部分,也推动了潮玩文化的传播与发展。

二、潮玩经济下 Z 世代情绪消费的引导策略

潮玩经济下 Z 世代青年情绪消费的引导,是一项系统性工程。需要立足思想政治教育的核心要求,结合 Z 世代的身心特征与潮玩市场的发展规律,从多方力量聚合、多元场域拓展、多维路径探索三个维度,构建全方位、多层次的引导体系,既尊重 Z 世代的合理消费需求,又有效防范消费风险与意识形态风险,推动 Z 世代形成积极健康的消费观与价值认知。

(一)聚合多方力量,共筑青年情绪消费的“防护网”

1.强化政府统筹规制,筑牢制度监管防线。政府需要充分发挥“把关者”与“引导者”的双重职能,为资本设置“红灯”与“绿灯”,推动青年情绪消费健康发展,既要激发其作为服务消费新引擎的经济价值,又要守住法律底线。完善情绪消费领域的相关立法,建立情绪商品准入的负面清单,坚决打击虚假宣传、低价营销等行为;同时优化产业政策并加强产权保护,引导资本流向国潮品牌、文化创意等优质领域,遏制“山寨”商品对市场秩序的破坏。

2.强化企业主体责任,守好市场规范底线。潮玩企业应坚守文化初心,摒弃唯利益论的发展理念,自觉承担起市场规范与文化传播的主体责任。规范营销模式,避免饥饿营销、投机炒作等不良手段;同时加强品控管理,完善售后保障体系,坚决杜绝假冒伪劣,以次充好等行为,保障消费者的合法权益。

3.激活家庭引导作用,厚植理性消费观念。家庭是 Z 世代价值观与消费观形成的首要场所,家长应加强与子女的沟通交流,了解其潮玩消费的心理与需求,尊重其个性化的消费选择,同时及时引导子女树立“适度消费、理性消费”的理念,从而防止攀比心理与从众心理的产生,避免过度消费与超前消费。

(二)拓展多元场域,精心构建情绪疏导的“生态圈”

1.夯实思政教育主阵地,培育科学消费认知。遵循青年成长与主流意识形态认同规律,构建分层递进的思政内容体系,将科学消费理念、主流价值导向融入教育全过程。同时,推进思政教育话语创新,立足 Z 世代“数字原住民”特质,依托数智技术,将晦涩理论话语与生硬灌输话语转化为青年喜闻乐见的生活化、故事化话语,并借助大数据精准刻画青年群体画像,实现思政内容分众化创作和定制化推送,让理性消费理念更易入脑入心,让科学消费教育精准触达青年。

2.开拓网络主流新空间,理性传播消费文化。网络是 Z 世代获取信息、交流情感、开展消费的核心场域。主流媒体要深

度依托微博、微信、B 站等 Z 世代聚集平台,采用轻量化、互动性形式,深度解读 Labubu 等潮玩的文化内涵与情绪价值本质,同时曝光盲盒恶意炒作、过度收藏等非理性消费案例,破除青年对潮玩隐藏款的符号化迷恋,帮助 Z 世代认清消费裹挟下情绪消费的隐性风险,明晰持久的情感愉悦绝非虚拟符号的即时占有,树立理性消费意识。

3.打造算法社群新场景,提供情绪支持载体。算法作为形塑文化消费与情感联结的核心力量,会通过用户偏好过滤异质信息,打造个性化信息闭环。社群是算法运行的显性场域,与算法形成互补共生关系。立足思政引导,打造兼具趣味性与正向性的算法社群新场景,构建规范化的社群情感仪式,设计正向主题互动活动;打造贴合 Z 世代的话语体系,弱化过度消费导向的圈层黑话,融入积极向上的社交符号;让社群成为 Z 世代释放情绪、凝聚共识、提升思想素养的重要载体,实现情绪支持与价值引领的有机统一。

(三)探索多维路径,全力塑造健康消费“大格局”

1.以价值引领“定向”,驱动情绪消费正确导向。面临被资本逻辑与流量逻辑所裹挟的消费异化,极易导致青年群体在消费主义漩涡中迷失,对此,坚持以社会主义核心价值观为引领,将主流价值融入潮玩消费文化,驱动 Z 世代情绪消费的正确导向。一方面,坚持以马克思主义消费理论为潮玩“凝心”。立足马克思主义消费理论关于人的需要与消费本质的科学阐释,实现主流文化对青年群体的精准有效引领,倡导“尊重青年天性,照顾青年特点”,善于运用青年群体易于接受的话语形式与载体路径,塑造贴合 Z 世代审美偏好与消费需求的主流文化具象形式。另一方面,坚持以社会主义核心价值观为潮玩“铸魂”。将社会主义核心价值观的精髓融入潮玩设计,让 Z 世代在消费中潜移默化地接受主流价值熏陶,引领青年群体自觉抵制拜金主义、消费主义和享乐主义等错误思潮侵蚀,塑造理性“种草”、适度消费的消费理念,从根源上消解对物质崇拜的盲目推崇,真正实现精神与行为的自主自治。

2.以文化赋能“提质”,深化潮玩文化正向价值。如今,诸如盲盒、手办、谷子以及 BJD 等多个品类不断“破圈”,潮玩的供给端呈现出内容多元、形式多样的鲜明特征。在潮玩经济蓬勃发展的现实背景下,既需要对不良现象纠偏,更需要关注其投射出的 Z 世代独特的文化审美偏好。一方面,以文正人,培育青年群体理论自觉和价值自觉。应以中华优秀传统文化中的精神理念与价值信仰引领青年消费选择,将家国情怀、文化自觉融入消费认知,引导青年在文化体认中增强民族认同;挖掘传统文化中勤俭节约、崇德尚义等消费智慧,引导青年树立正确的消费观念,在理性消费中防止异化倾向,推动“个性消费与主流消费协同共生、良性发展。另一方面,以文塑人,提升青年群体实践自觉和审美自觉。依托中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化,推动文化元素与潮玩创作、设计、传播深度融合,将主流价值具象化、年轻化、场景化。同时,激活 Z 世代创作主体与消费主体的双重属性,鼓励青年以个人创作、圈层传播传递正向价值。在破除圈层壁垒过程中,实现精神滋养与审美提升,以文化正能量护航潮玩经济健康发展。

(作者单位:河北师范大学马克思主义学院)

以苏联文化建设为鉴 浅谈“第二个结合”的重要意义

■ 黄滔

苏联自诞生、发展到最终解体的全过程,对世界社会主义发展进程产生了深刻且长远的影响,更是社会主义国家在建设发展道路上可借鉴的重要经验宝库。俄国十月革命的伟大胜利,缔造了世界上第一个社会主义国家。在其 70 余年的存在历程中,苏联不仅为世界社会主义事业发展、为第二次世界大战反法西斯斗争的胜利作出了不可磨灭的贡献,却也在数位领导人推行的所谓“改革”中逐步走向瓦解,最终宣告解体。苏联解体是经济、政治、文化等多种因素相互作用、共同导致的结果,这与恩格斯提出的“合力论”相契合。其中,文化作为政治与经济的集中体现,对苏联的兴衰走向发挥了决定性作用。下文将按历史阶段,详细阐述苏联各时期的文化建设状况。

二、列宁时期苏联的文化建设

俄国十月革命胜利初期,列宁就敏锐地意识到,文化落后可能会造成无产阶级政权的扭曲。在俄共(布)八大的政治报告中,他深刻剖析了文化发展水平对政治制度运行以及官僚体制建设的关键影响。1920 年,列宁在《在全俄各省国民教育局社会教育处处长第三次会议上的讲话》中明确提出,“要使整个苏维埃建设获得成功,就必须使文化和技术教育进一步上升到更高的阶段”,并指出“只要实现了这个‘文化革命’,我们的国家就能成为完全社会主义的国家了”。同年,他在《论我国革命》一文中进一步强调,建设社会主义必须具备相应的经济与文化发展基础。

列宁还明确了无产阶级文化的核心职能,提出“学校不仅应当传播无产阶级在思想、组织、教育等方面的影响,以培养能够实现共产主义的一代人”。他将党对文化建设的领导权摆在重要位置,认为这是发展无产阶级文化、抵御腐朽思想侵蚀的核心关键,同时指出,俄国文化落后的现实状况,迫切需要无产阶级政党实施集中统一领导。此外,列宁主张以辩证的态度对待剥削阶级文化,他指出,马克思主义“没有抛弃资产阶级时代最宝贵的成就,相反却吸收和改造了两千多年来人类思想和文化发展中一切有价值的东西”。在其逝前撰写的《青年少些,但要好些》一文中,他更是着重强调:“为了革新我们的国家机关,我们一定要给自己提出这样的任务:第一学习,第二学习,第三还是学习。”然而,列宁的过早逝世,致使极其宝贵的“文化革命”思想与具体主张,未能在全党得到足够重视,相关理论也未能开展持续深入的探索与实践。

三、后列宁时期苏联的文化建设

列宁逝世后,在斯大林领导下,俄共(布)在文化建设方面取得了显著成效。斯大林继承并进一步发展了列宁提出的“文化革命”口号,强调发展社会主义文化、提升工农群众的文化水平,是消除官僚主义的主要路径。这一时期,苏联大力开展扫盲工作,积极推动教育、文化和科学事业的发展,加快文化设施建设步伐,促进科学技术实现快速进步。但不容忽视的是,斯大林时期的文化建设也存在诸多缺陷:一是知识分子受到不同程度的压抑和迫害,许多知识分子因为政治原因遭到打击;二是文化建设日趋单一化、教条化;三是意识形态领域的高度集权与文化领域的专制和个人崇拜,使得社会科学工作者实际上只能做斯大林著作的宣传和注释工作,斯大林的个人专断作风压制了科学民主,尤其是社会科学方面的民主;四是对世界文化的吸收和消化中断了,导致苏联出现了一个新的文化自孤立时期;精神空虚时期;五是在文化事业管理上存在刻板化、行政化,特别是混淆了政治和学术的界限,往往用政治权威来简单判断和裁决学术是非,为社会科学和自然科学设置了一些禁区,导致思想理论僵化,阻碍了学术的发展。这些弊端不仅影响了苏联的文化建设,也对苏联的政治、经济和社会产生了深远的影响。

赫鲁晓夫推行的改革,虽然在一定程度上促进了苏联文化的多元化发展,但他在苏共二十大上发表的批评斯大林的“秘密报告”,引发了苏联国内历史虚无主义思

新时代国有企业工会工作的创新实践与路径优化研究

■ 杨磊

一、新时代国有企业工会工作的价值坐标

在“十四五”规划收官与“十五五”布局交汇期,国有企业工会工作面临新使命与新挑战。中共中央《关于全面加强和改进党的群众工作的意见》明确提出,工会要“切实保持和增强政治性、先进性、群众性”。本研究选取典型案例企业,其工会工作呈现三大特征:政治属性的根本性:将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,全年组织专题学习 40 余场次,推动党的创新理论进车间、进班组。发展效能的融合性:构建“党建+产改+创新”三位一体工作模式,全年完成技术攻关项目 12 项,获国家专利授权 3 项,职工满意度测评达 95.6%。服务体系的立体性:建立“普惠+特惠+精准”服务矩阵,开展职工健康体检 1100 人次,建立困难职工动态台账 28 份,职工满意度测评达 95.6%。

二、实践创新的多维透视

(一)思想引领工程:构建“三维教育体系”理论武装体系:创新“线上+线下”双轨模式,依托企业大学平台开设“红色讲堂”,录制专题课程 18 门,累计学习时长突破 8000 学时。其中,《习近平谈治国理政》第四卷专题学习覆盖率达 100%,职工撰写心得体会 230 余篇。文化浸润体系:打造“历史记忆馆”“劳模墙”等实体化教育基地,开展“寻找身边的工匠”主题摄影展,征集作品 200 余幅,展出优秀作品 60 幅,累计参观职工超 3000 人次。实践养成体系:实施“青工成长计划”,选派 35 岁以下技术骨干赴行业标杆企业研修,建立师徒结对档案 116 份,开展技术传帮带活动 42 场次,助力 18 名青年职工晋升中级职称。

(二)产改攻坚行动:打造“三型班组矩阵”创新型班组建设:推行“QC 小组+劳模工作室”协同攻关模式,完成技术革新 23 项,其中“智能巡检系统”项目获省级职工创新成果一等奖,年节约运维成本 800 余万元。技能型班组培育:构建“三级技能认证体系”,设置初级工到高级技师五个等级,配套技能津贴梯度增长机制。全年开展岗位练兵 16 场次,组织技能认证考试 3 轮,职工持证上岗率达 100%。效益型班组创建:实施“金点子工程”,设立专项奖励基金,全年采纳合理化建议 472 条,其中“锅炉燃烧优化方案”实施后热效率提升 12%,年创收超千万元。

(三)权益保障机制:完善“三维服务体系”民主管理机制:修订《职工代表大会实施细则》,建立“议题征集—草案公示—表决覆盖”全流程闭环管理,职代会提案落实率达 100%。全年召开职代会 4 次,审议重大事项 12 项,职工代表视察生产现场 32 次。精准帮扶体系:构建“五必访五必谈”工作机制,

潮的泛滥——从否定斯大林的历史功绩,逐步蔓延到否定苏联共产党和全体人民的奋斗历程,攻击社会主义制度,最终使得人民群众对党的信任和对社会主义制度的信念逐渐淡化。勃列日涅夫执政时期,为强化对意识形态的管控和党员思想的监督,苏联动用国家强制力量对党员进行约束,导致许多党员干部无辜遭受监禁和迫害。而戈尔巴乔夫实施的改革,则彻底偏离了社会主义的正确方向,背离了马克思列宁主义的基本原理,其倡导的不分阶级的“民主化”、毫无约束的“公开性”、缺乏原则的“多元化”以及抽象的“人道主义”等理念,从根本上动摇了苏联共产党的领导地位和马克思主义的指导地位,最终导致苏共垮台和苏联解体。

需要强调的是,苏联解体和苏共垮台,除了其自身文化建设存在的不足之外,还受到西方资本主义国家意识形态渗透和和平演变战略的影响。西方各国以“自由、民主、人权”为幌子,刻意放大苏联在建设中出现失误并大肆渲染,对社会主义制度进行丑化与妖魔化。同时,大力向苏联民众灌输资产阶级世界观与价值观,刻意美化资本主义发展成就。这种双重手段严重混淆了苏联民众的思想与认识,动摇了其理想信念,最终加速了苏联解体的历史进程。

四、“第二个结合”的重要意义

首先,“第二个结合”对于巩固文化主体性具有重要意义。2023 年 6 月,习近平总书记在文化传承发展座谈会上重点强调了“第二个结合”对巩固文化主体性的重要意义。苏联作为世界上第一个社会主义国家,其文化建设虽取得了一定的成果,但体制内部仍受到旧文化(即“官僚或农奴制等的文化”)的严重束缚,阻碍了新政体体制的思想与发展。列宁逝世后,苏联的文化建设逐渐走向单一化、教条化,慢慢脱离了马克思主义基本原理的指导,未能将马克思主义与本国的具体实践及文化实际相结合,这是其丧失文化阵地、无法形成并巩固自身文化主体性的重要原因。反观我国,只有始终坚持把马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合,才能不断巩固文化主体性,实现古老中华文明的自我超越与焕新发展。

其次,“第二个结合”对于建设社会主义意识形态具有重要意义。意识形态领域事关国家政治安全,习近平总书记强调:“意识形态工作是为国家立心、为民族立魂的工作。”苏东剧变之所以发生,一个核心原因是各国执政党在指导思想上的严重本性偏差,用所谓“人道的”“民主的”社会主义,消解并取代了马克思列宁主义的指导地位。从赫鲁晓夫到戈尔巴乔夫的短短三十多年间,苏联指导思想领域的多元化导致党内思想出现混乱,思想政治防线彻底崩溃,最终走向组织瓦解。坚持“第二个结合”,既是坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的必然要求,也是运用马克思主义基本原理正确对待中华优秀传统文化、坚决反对历史虚无主义和反动复古主义、正确认识党的历史和社会主义实践的必然要求,更是破解近代以来“古今中西之争”、筑牢国家思想根基的关键举措。

最后,“第二个结合”对于增强文化自信具有重要意义。在赫鲁晓夫、戈尔巴乔夫执政时期,苏联的文化政策出现混乱与偏差,导致国民的文化认同感不断弱化,国家认同出现危机,最终在西方文化的渗透面前不堪一击。习近平总书记强调:“没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。”中华优秀传统文化历史悠久、博大精深,是中华文明的智慧结晶,更是我们坚定文化自信的深厚根基,其蕴含的宇宙观、社会观、价值观和方法论,与马克思主义基本原理有着高度的契合性。坚持“第二个结合”,就是运用马克思主义的科学方法,深入挖掘中华优秀传统文化的时代价值,推动其实现创造性转化、创新性发展,厚植文化自信的历史底蕴,激活社会主义先进文化的创造活力,让马克思主义之魂与中华优秀传统文化之根深度融合、相互成就,充分彰显中国式现代化的文化特色与文明风采。

(作者单位:武汉理工大学马克思主义学院)

以高质量“党建品牌”引领国有企业高质量发展

■ 杨鹏

党的二十大报告明确提出,要“推进国有企业在完善公司治理中加强党的领导”,“把基层党组织建设成为有效实现党的领导的坚强战斗堡垒”。党建品牌建设作为将党建工作由“无形”转化为“有形”、由“软任务”转变为“硬指标”的有效载体,正逐渐成为国有企业提升核心竞争力的关键要素。如何以高质量、有特色、见实效的党建品牌引领和保障国有企业实现高质量发展,是当前国企党建工作面临的重要课题。

一、构建党建品牌的重要意义

(一)有利于深化党建与业务融合,筑牢战斗堡垒

当前不少国有企业存在党建工作找不到融入业务的切入点和落脚点,难以发挥实质作用,通过构建党建品牌载体,让党员在关键任务、核心技术攻关、急难险重任务中亮身份、作表率,能够有效破解基层党建工作中不平衡、不充分的问题,这种“把支部建在项目上、把党旗插在工地上”的品牌化运作,使得党建工作有了具体的抓手,生产经营有了政治保障,从而实现两者在思想、目标、过程和结果上的深度融合,将党的政治优势、组织优势转化为企业的竞争优势,在推动业务攻坚的过程中持续夯实基层党组织的战斗堡垒作用。

(二)有利于增强企业凝聚力,激发人才队伍活力

企业文化是企业的灵魂,而党建文化是企业文化的核心。构建高质量的党建品牌,实质上是打造一种积极向上、担当作为、追求卓越的红色文化。通过开展具有品牌特色的党建活动,不仅能够提升员工的思想政治素质,还能够为员工搭建成长成才的平台,增强员工的归属感和荣誉感,从而激发整个人才队伍的创新创造活力,为企业高质量发展提供源源不断的智力支持。

(三)有利于塑造国企良好形象,提升社会影响力

国有企业打造党建品牌,本质上是对外展示国企党建成果与责任担当的重要

窗口,能够彰显国企听党话、跟党走的政治本色,展现国企服务大局、回馈社会的责任担当,进一步增强社会公众对国有企业的信任感与认可度,持续扩大国有企业的社会影响力,为企业参与市场竞争、开展公共服务营造良好的外部环境。

二、高质量党建品牌推动国企高质量发展的路径

创建高质量党建品牌是一项系统工程,需要国企立足自身发展实际,从顶层设计、统筹推进,更要结合企业实际,精准施策。

(一)构建科学系统的品牌体系

国有企业应立足自身行业特点、发展战略和文化底蕴,确立党建品牌核心理念和定位。要构建以“主品牌”为统领,以各基层党组织“子品牌”为支撑的品牌矩阵。要制定党建品牌创建的标准规范,明确创建目标、创建原则、实施步骤和评价标准。将品牌创建纳入党建工作责任考核,确保品牌创建工作有章可循、有据可依,防止流于形式。

(二)打造业务融合的品牌实践载体

党建品牌不能悬浮在空中,必须扎根业务一线,找准融合的切入点和落脚点,让品牌载体贴合企业生产经营实际,真正解决实际问题。要聚焦企业发展的核心任务、关键领域和薄弱环节,把品牌创建融入人到生产攻关、技术创新、客户服务、改革攻坚等各个环节,让每一个品牌载体都服务发展大局。要通过项目化运作的方式推进载体建设,将党建品牌创建分解为可落地、可考核的具体任务,明确责任主体、推进时限和预期成效,真正把党建优势转化为发展优势,把品牌活力转化为发展活力。

(三)打造数字化党建品牌传播矩阵

要主动拥抱数字技术,依托企业内网、微信公众号、视频号等新媒体平台,打造线上宣传阵地,开发云党课、红色知识答题、线上主题党日等互动性强的活动,打破党建活动的时间与空间限制,让党员可以随时随地参与学习、投身品牌创建。要注重整合内外部传播资源,对内依托企

业宣传栏、内部刊物、职工讲堂等渠道,持续宣传党建品牌内涵,营造全员参与品牌创建的浓厚氛围;对外主动对接主流媒体,讲好国企党建故事,扩大党建品牌的社会影响力,让党建品牌不仅“立起来”,更能“活起来”“传出去”。

(四)锻造专业高效的品牌建设队伍

党建品牌建设的落脚点在基层,成效也体现在基层,基层党务工作者队伍的能力素质,直接决定了党建品牌建设的质量与成色。要选优配强基层党务工作者队伍,把政治素质过硬、业务能力突出、懂党建善创新的骨干人员选拔到基层党务岗位上来,确保品牌创建有专人抓、专人管。要强化能力培养,健全基层党务工作者激励保障机制,充分调动基层党务工作者主动谋划、积极创建的积极性,为党建品牌建设提供坚实的人才支撑。

(五)建立动态优化的品牌长效机制

党建品牌创建不是一劳永逸的“一次性工程”,必须依托常态化、长效化的工作机制持续打磨、动态优化,始终保持生机活力。要健全动态管理机制,定期对党建品牌的运行情况、实际成效进行跟踪评估,对有潜力的优质品牌持续培优塑强,避免品牌创建“一创了之”。要完善考核激励机制,将党建品牌建设成效纳入国企党组织书记抓党建工作述职评议考核、党建工作综合考核体系,充分激发各级党组织和广大党员参与品牌创建的内生动力。

三、结语

通过打造高质量党建品牌,能够推动国企党建工作从“有形覆盖”向“有效覆盖”升级,让党建工作真正贴合企业发展需求、融入生产经营全局,切实把党建优势转化为企业的发展优势、竞争优势。站在新的发展起点上,国有企业要始终坚持以党的二十大和二十届历次全会精神为指引,立足自身发展定位,深耕党建品牌建设,以特色鲜明、成效显著的高质量党建品牌,引领和保障国有企业行稳致远,为服务国家战略、推动经济社会高质量发展贡献更大力量。

(作者单位:贵州高速数据运营有限公司)

【作者单位:淮河能源(集团)股份有限公司颍桥电厂】