

血脉，擦亮品牌底色，让红色光芒普照四方，红色基因代代相传。

行业特征，是党建品牌的标识。企业党建品牌建设必须体现行业特征，突出特质、特色、特点，加大整合和提炼，围绕生产经营、队伍建设、组织建设、改革发展等工作，坚持守正创新、兼收并蓄，认真总结已有经验，立足

行业和企业发展，将日常经营管理融入党建品牌建设，让党建品牌建设扎根于一线，着眼于实际，精耕于管理需求，实现由“特色”向“品牌”的升华，由“形象标识”向“党建名片”的拓展，创建符合时代特征、体现行业特色、展示公司特点、得到基层认可的党建品牌，达到“内聚人心、外树形象”的作用。

3

以航油“新川军”为例探索党建品牌建设的路径

3.1 “新川军”品牌建设的主旨要义

新时代中国航油“川军”党建品牌示范群培育工作旨在倡导党建工作借鉴现代企业管理的经验，以品牌理念追求党建工作的高标准，以品牌管理推动党建工作规范化、标准化，以品牌效应提升党建工作水平，努力打造一批系统内先进、板块内一流的党建品牌，进一步融入中心、服务大局，实现党建工作与中心工作的深度融合，以高质量党建引领企业高质量发展。

3.2 “新川军”品牌建设的总体思路

西南公司深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，巩固落实全国国有企业党建工作会会议精神，不断夯实“一个区域一个基地、一个支部一座堡垒、一名党员一面旗帜”的党建“三个一”工作格局，加快建设新时代中国航油“川军”党建品牌示范群，明确了“1234”品牌培育思路。即：锚定高质量党建引领企业高质量发展1个“目标”，实践中做好“党建+中心、规范+特色”2个“融合”，过程中抓紧创建、培育、考评3个“节点”，行动上践行4个“永远”。

3.3 “三突出九要素”明确实施路径

西南公司党委遵循集团公司党委提出“特色、创新、精品”党建工作思路，以“三个一”党建工作布局打造以“永远听党指挥、永远担当作为、永远能征善战、永远担当作为”的“四个永远”为精神内核的新时代中国航油“川军”党建品牌。以党建品牌的培育，带动党建工作的PDCA闭环管理，以高质量党建助力公司高质量发展。当前，西南公司各级党组织以“新川军”精神为引领，推动“红色航油”落地，形成了“三个一”品牌（4411、西岭巅峰）排头、特色品牌（天府凌云、歌乐山鹰、遵义红）点睛、其他支部护航的三级格局。

3.3.1 突出科学规划，以计划、规范、责任为要素策划指挥

2021年，西南公司以“川军”历史为底蕴，聚焦新时期党建工作新要求，制定《新时代航油“川军”手册》，明确了西南航油“新川军”的精神内核和“四个永远”的脉络外延，形成了鲜明的党建文化主线。2024年，西南公司又在新川军手册的固有成果基础之上，从党建工作PDCA闭环管理的角度出发，编制了《“新川军”党建品牌示范群培育实施细则》，进一步完善了党建工作“创、培、考、改”全链条闭环流程。结合“四个永远”的定义范畴，系统整合了集团公司关于党组织规范化建设的要求和关于党建“三个一”品牌的评审标准，以及航油公司、西南公司党建联合考核的工作要点，突出分级分类、精准考核，为党建联合考核指标的量化和各级党组织品牌等级的评定提供了依据，同时系统解决了各级党组织在组织建设、思想建设、作风建设、宣传建设等方面工作“做什么”和“怎么做”的问题。

“新川军”党建品牌示范群培育工作，明确了“三步走”的规划：第一步，实施固本强基“堡垒行动”，围绕全面巩固深化基层党建科学化、制度化、规范化建设，将西南公司党委所属全部党组织打造成为行标达标的星级品牌；第二步实施特色创新“先锋行动”，结合不同单位、不同层级的特点，在现有基础上培育遴选一批奋战在机坪中、坚守在油罐前、驻守在高原上、建功在岗位上的金字品牌；第三步实施优中选强“拔尖行动”，持续推动特色党建从“单体示范”到“集群做强”，让党建品牌深度融入中心工作，以高质量党建赋能西南航油高质量发展。对于每一层级的品牌培育，均赋予量化的年度评价指标，同时进一步完善了“进退机制”，确保基层党建品牌建设的常见常新和巩固提升。