

本文档为 2024 CCF BDCI 比赛用语料的一部分。部分文档使用大语言模型改写生成，内容可能与现实情况不符，可能不具备现实意义，仅允许在本次比赛中使用。

中国联通：打造特色化党建品牌 赋能网信事业高质量发展

发布时间：2024-07-01 发布人：新闻宣传中心

近年来，中国联通党组将聚力打造特色党建品牌作为加强企业党的建设、创新党建工作模式的有效抓手，作为以改革精神全面推动党建工作提质增效的有力举措。以“找准重点、突出特点、展现亮点”为导向，持续通过挖掘内涵、拓展赛道、突出融合、激活引擎，深入开展个性化党建品牌建设的探索和研究，不断增强基层党建工作的生机和活力。

各基层单位大胆探索、创新实践，结合本单位组织体系、战略目标、中心工作、人员结构等特点，创建了一批主题内涵深、品牌叫得响、工作措施硬、落实成效好的党建工作品牌，形成“百花齐放”的党建品牌矩阵，有效激发基层党建工作的引领作用、示范效应、集成效应，有效带动广大党员干部员工始终团结在党组织的周围，聚焦网络强国数字中国主责、拓展联网通信算网数智主业，积极履行通信央企政治责任、经济责任和社会责任。结合信息通信行业和联通企业实际，构建“党建有品牌、引领有抓手、成效有口碑、队伍有活力”的党建工作新格局，点燃高质量党建引领保障高质量发展新引擎。

正心铸魂 把稳党建引领“方向盘”

突出政治性，培树党建品牌的方向指南。紧扣新时代党的建设总要求，准确把握新时代党建工作的本质特点、工作任务、服务宗旨，始终把“讲政治”作为主流红线贯穿党建品牌建设始终，不忘政治底色，永葆政治本色。

百年传承，红色一直是中国联通不变的底色。各基层党组织纷纷将恪守姓党初心、赓续红色通信血脉、勇担通信央企使命作为打造党建品牌的出发点和立足点，以“联通红”映射“党旗红”。

山东联通党委结合弘扬山东战时邮务精神“忠贞不渝、使命必达”，创新打造“我为党旗添光彩”党建品牌，先后组织“党员服务进万家、全面数字化转型当先锋、资

源可视化在行动、贯彻战略走在前、作风提升作表率”系列主题活动，深化“强企报国为民”的使命担当，以政治属性打造党建品牌、以先锋力量擦亮党建品牌、以发展成效检验党建品牌，以红色引擎为企业高质量发展蓄势赋能。

江西吉安是全国著名的革命老区，也是“中国革命摇篮”井冈山所在地，吉安联通党委着力发挥党建统领力、协调力、示范力，持续打造“吉先锋”党建品牌，聚焦主责主业，以“吉先锋党旗红”凝聚奋进力量、以“吉先锋专家团”聚势发展合力、以“吉先锋青年团”激发创新活力，让“井冈山精神”焕发时代新姿，强化政治担当，彰显央企责任，助力吉安联通在高质量发展中打头阵、争先锋、走前列。

2019年以来，浙江嘉兴联通党委在“红船精神”领航下、集团战略引领下，创立“五心领航”党建品牌，以“不忘初心”的历史使命、“秉持匠心”的网络建设、“百倍用心”的服务追求、“永葆红心”的先进文化、“传承爱心”的责任担当为品牌理念，推进政治引领、先锋堡垒、拒腐防变“三项工程”，打造改革先锋队、网络突击队、服务攻坚队、清廉护航队、橙心义工队“五支队伍”，做“红船”旁的“数字信息运营服务国家队、数字技术融合创新排头兵”，带动公司业务连续5年增长。

为抓住数字经济蓬勃发展带来的机遇，传承了红色基因的中国联通勇担时代新使命。联通研究院泛终端研究中心作为中国联通唯一的终端领域专业技术研究团队，其党支部以服务“国之大者”为目标，以5G端网业协同一体化发展为中心，着力打造“端之重器”支部品牌，深化党建引领，激发创新动力，争当“泛终端发展策略的智囊团、泛终端技术创新的排头兵、泛终端应用孵化的主力军”，助力企业加速实现“以端促网、以端促业、以端促服、以端促营，做泛终端技术生态引领者”。

塑形赋能 提升基层党建“组织力”

紧扣时代性，发挥党建品牌的引领作用。紧扣增强企业党组织政治功能和组织功能目标，将“坚持大抓基层的鲜明导向，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”作为党建品牌打造目标标准绳。不断健全组织体系，增强党组织肌体活力。

各基层党组织坚持守正创新，将夯实组织基础、激发创新动能有机融入党建品牌打造，以“品牌力”聚合“组织力”。

郑州联通党委创建了以红色党建为引领、绿色发展为支撑、橙色服务为牵引、蓝色廉政为基石、金色聚力为纽带的“五色斑斓”党建品牌。配置“红色套餐”，将党建品牌创建与企业文化、战略定位、“五美联通”建设有机融合；激活“初心密码”，以“三结合”推动“双优”党组织创建；强化“党性淬炼”，创新开展联建共创先进基层党组织、联手同抓党团员教育、联动完成工作目标“三联”行动。使“五色斑斓”党建品牌的精神与内涵植入广大党员群众内心深处，使品牌建设成为公司上下共同追求的目标，连续3年党建考核和经营发展位于全省第一方阵，宣传思想文化工作连续3年排名全省第一。

福建联通按照“有形象化标识、有个性化内涵、有制度化推进、有可视化阵地、有显性化成效”的“五有”标准，着力打造党建品牌，通过抓组织，打造“六星”党支部品牌。坚持“一把尺子量到底”，建立全省统一的“六星”党支部创建评价体系，抓实“创建、评选、应用”三个环节，建立完整的工作流程和应用机制，全省179个党支部，实现党建达标的三星支部100%，党建业绩双达标的四星支部73%，党建业绩双优秀的五星支部26个，党建业绩双标杆的六星支部2个。

在党建品牌创建中凸显先锋作用，调动党员干部干事创业的积极性和党员的先进性。

内蒙古联通党委连续4年开展“北疆先锋行动”党建品牌的创新实践、迭代升级，把党建工作融入主责主业的战场。自党建品牌建设以来，企业基层党建工作“无死角”展开。坚持“四同步、四对接”，基层党组织从“有形覆盖”到“有效覆盖”，建成基层党支部301个，建立支部联系点制度、堡垒“插旗”制度，确保1711个基层网格党的工作全覆盖。聚焦主责主业，充分激发基层党组织的凝聚力、战斗力和创造力。全区共建立堡垒782个，插入旗帜782面，设立目标任务2603件，设立攻坚任务271件，目标任务平均完成进度达到100%。

贵州联通党委巩固升级“黔’锋闯新路”党建品牌，以推动建强“新战略执行好班子”“数字化转型强班子”为抓手，形成“1+9”党建融入中心工作品牌矩阵，统揽175项任务。支部筑牢堡垒场景化，聚焦20个生产场景建立堡垒959个，对63个急难险重新任务发起攻坚，疏通堵点251个，区县公司、营服中心全面完成重点工作事项904个。党员勇当先锋引领化，党员亮身份、亮承诺、亮能力、亮业绩、亮风采，1989名党员承诺事项1989件全量完成。

在党建品牌创建中强化阵地建设，开设党建品牌红色课堂、特色课程，进一步提升基层党建质量。联通华盛公司党委用心打造“书香华盛”党建品牌，将理论学习作为重中之重，打造学习课堂、实景课堂、业务课堂“三类课堂”，拓宽深化宣传、弘扬先进、丰富文化“三个阵地”，搭建“一帮一对红”支部结对、“一支部一工程”党建业务融合及“内引外联”党建联建“三个机制”，有效助力学习型组织建设，让数字时代的“书香”更浓郁、更芬芳、更致远。

聚焦发展 写好党建业务融合“大文章”

提升转化力，放大党建品牌的聚合效应。紧扣围绕中心抓党建、抓好党建促发展，以加强党建品牌建设为抓手，丰富党建与网信事业的融合路径，把党建品牌有机融入业务发展，使党建在新载体中进一步焕发新活力、激发新动能。

各基层党组织坚持“品牌强企”和“做强做优做大”相融并促，着力通过完善体制机制、用好基础载体、创新特色品牌，深度促进党建业务融合，以“品牌力”提振“发展力”。

江苏联通党委连续 6 年精心打造“红船先锋”党建品牌，围绕“创优争先，重在日常、贵在有恒”“急难险重，领题破题、攻坚克难”“内引外联，结对共建、党建入链”体系化开展“红船先锋”争创活动，以工作业绩、群众反映、服务意识、表率作用等为评价导向，以项目党建为抓手，引领党组织和党员在科技创新、业务发展、数字惠民等工作中“挑重担”“打头阵”。6 年共命名表彰红船先锋示范区 3 个、红船先锋队 132 个、红船先锋号 275 个、红船先锋岗 518 个，助推江苏联通业绩考核连续 3 年排名领先，在高质量发展的道路上行稳致远。

广东联通党委创新打造“七强七力”党建活动品牌，以“模范支部”和“先锋党员”双创活动为载体，打造“七强七力”融入模式，通过“强站位、提高政治引领力，强思想、增强思想凝聚力，强载体、提振组织战斗力，强示范、提升示范带动力，强管理、抓实闭环推动力，强聚合、集聚群团向心力，强激励、激发内生驱动力”的“七步走”模式，在推动党建融入中心工作、开创高质量发展新局面上取得良好成效。“七强七力”党建活动品牌自创建以来，累计组建党员、团员突击队 2000 余个，先后涌现出模范支部 600 余个、先锋党员 1800 余名，攻克发展难题 2000 余个，形成破解“两张皮”的有效路径，公司收入规模稳定增长，市场份额持续提升。

黑龙江联通党委从指导思想、支撑保障、打造载体三个层面构建起“1+3+N”党建品牌，即“明确 1 个指导思想”，以习近平总书记在全国国有企业党的建设工作会议上的重要讲话精神为指导；“落实好 3 项保障”，即制度机制保障、组织保障、思想保障；“打造 N 个载体”，即通过在政治引领、战略落实、赋能改革、企业软实力提升等方面打造多个载体，不断推动党建与业务工作深度融合。自实施以来，各基层单位党建与业务工作融合的思想自觉和行动自觉不断增强，推动了基层党组织全面进步、全面过硬，引领公司经营转型取得了新突破，真正实现把党建活力转化为发展活力，以高质量党建引领保障公司全面数字化转型发展。

河北联通党委汲取“改革创新、开拓进取、竞争图强”燕赵文化精髓，打造出独具特色的“燕赵先锋”党建品牌，唱响“攻坚克难筑堡垒，带头示范当先锋”主旋律。围绕重点任务，在“四大”专业线纵向穿透开展“燕赵先锋行动”；带头攻坚克难，激励党员先锋围绕“急难险重”的中心工作敢担当、善作为，出实招、务实效；实施“动车组计划”，市县网格三位一体，推动重点工作台账化、清单化、一体化，攻坚突破在一线。

用心用情 激发服务群众“活力源”

增强感召力，扩大党建品牌的示范效应。践行以人民为中心的发展思想，将坚持网信为民、落实数字惠民，提升服务能力、担实社会责任融入党建品牌打造，发挥品牌示范效应，让党建工作贴近社会需要、服务地方发展、得到群众认可。

各基层党组织坚持网信为民，将提升群众组织力、社会号召力有机融入党建品牌打造，架起通信央企服务群众“连心桥”，以“品牌力”固增“服务力”。

天津联通党委以建立标准化、规范化的工作体系为前提，以寻求横向扩面、推进纵向升级为手段，搭建起联通社区、村镇、企业、行业友商、生态伙伴的“五联”网络，打造“联通·红纽带”党建共建品牌，积极融入和服务地方经济社会发展大局，与各区街道和乡镇党建共建签约率达到 100%，通过党建共建建立密切联系，实现社区服务“零距离”、智慧助老显关爱、数字赋能助振兴，赢得了政府部门和广大群众的认可，天津联通 7 个基层单位获得“2021—2023 年度天津市文明单位”称号。

海南联通党委积极发挥“十分满意 联通万家”党建品牌的旗帜作用，常态化通过“双百共建”“窗口百分”“文化百度”“四个一百”行动，增进外部交流，健全“我为群众办实事”服务机制，提升企业文化价值认同感，把党的群众工作做深做实做细，2023年11月，该品牌入选海南自贸港国企党建品牌。

北京联通运营支撑中心党总支坚持首善标准，围绕“打造一流智慧中台，争当数智创新排头兵”的目标，秉持“让客户更简单、让员工更轻松、让管理更高效”的中台初心，创新创建“红中台”党建品牌，组建“红中台”青年突击队，深入订单受理一线做好服务支撑，组建“数字人”科创团队，推出“RPA 机器人”“运营管家”“智家急办”等小微应用，促进中台运营数字化升级，全面提升服务能力，取得积极的社会效应。“红中台”所属的4个班组均获评行业优秀班组，在品牌创建过程中，先后获得中央企业青年文明号、北京市“工人先锋号”、北京市青年文明号等多项荣誉称号。

安徽联通省分直属客服支部创建“红心向党 服务先行”品牌，不断创新智慧助老助残产品、服务和终端，持续开展各类助老助残公益活动，着力做好社会救助和特殊困难群体关爱服务，用心用情纾解人民群众急难愁盼问题。党员先锋队牵头设立营业厅智慧守护中心，为银龄及特殊群体客户提供一站式无障碍服务；开设银龄公益大讲堂，教老年人使用智能手机、手机支付并保障通信安全，防范电信网络诈骗；开展“手语直播”特色服务，用实际行动关爱听障人士。

联通在线公司小沃科技党总支将党建品牌建设与精神文明建设相结合，充分发挥党员和团员青年作用，于2015年成立“联通在线小沃志愿服务队”。自成立以来，志愿服务队以联通自身技术优势特长为载体，强化政企协同配合，开展通信科普，助力慈善帮扶，组织专项服务，在上海市累计开展志愿服务65场，志愿者参与达780人次，累计服务时长超1250个小时，8人获得上海市志愿者协会星级认证，充分弘扬了“奉献、友爱、互助、进步”志愿服务精神，具有广泛的服务影响力。

中国联通各单位党建品牌的创建有效提升了基层党组织的凝聚力，迸发出强大的战斗力，助推公司改革发展持续向好。特别是在落实5大强企战略、9大重点行动计划过程中，广大党员干部以高度的政治责任感、使命感，全力投入到经营发展一线、重大项目建设中，奋力拼搏、攻坚克难，取得了积极成效。

目前集团公司各基层党组织已创建成熟党建品牌近百个，通过持续深化实践，形成了党建品牌规模聚力效应，对集团公司“十四五”战略规划落地执行和高质量发展起到巨大助推作用。