



团 体 标 准

T/CERDS X—202X

企业党建品牌创建与管理指南

Guidance for creating and managing corporate party building brand

(征求意见稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

中国企业改革与发展研究会 发布

目 次

前言	I
引言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 原则	1
5 企业党建品牌创建	2
6 企业党建品牌管理	3
7 评价改进	4
附录 A（资料性） 党建品牌创建与管理示例.....	6

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

本文件由中国企业改革与发展研究会、中国合作贸易企业协会联合提出。

本文件由中国企业改革与发展研究会归口。

本文件起草单位：XXX、XXX、XXX。

本文件主要起草人：XXX、XXX、XXX。

引 言

《企业党建品牌创建与管理指南》旨在为企业提供一套系统、科学、实用的党建品牌创建与管理标准，将党的先进理念与企业的发展目标紧密结合，通过明确原则、明确流程、明确管理、明确评价，打造独具特色的企业党建品牌，为企业的健康发展注入红色动力，为实现中华民族伟大复兴贡献企业党建力量。

企业党建品牌创建与管理指南

1 范围

本文件提供了企业党建品牌创建与管理的原则、流程、管理及评价改进。
本文件适用于各种类型的企业党建品牌创建和管理工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 29185-2021 品牌 术语

GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础

CNAS SC14-2017 中国共产党基层党组织建设质量管理体系认证机构认可方案

3 术语和定义

GB/T 29185-2021和GB/T 39654-2020界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用，以下重复列出了GB/T 39654-2020中的某些术语和定义。

3.1

品牌 brand

无形资产，包括但不限于名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生社会影响力。

[来源：GB/T 39654-2020，3.1，有修改]

3.2

党建品牌 party building brand

在党的建设工作中，通过创新理念、优化方法、丰富载体等方式，打造出具有新时代特色、较高辨识度和广泛影响力的党建工作模式或项目。党建品牌以党的先进性建设为核心，围绕党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设、反腐倡廉建设和制度建设等方面，突出党建工作的政治性、创新性、实效性、服务性和群众性，旨在提升党组织的凝聚力、战斗力和创造力，更好地发挥党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。

3.3

企业党建品牌 corporate party building brand

在企业特定环境下，将党建工作与企业发展战略、生产经营管理、企业文化建设等紧密结合，所形成的具有企业特色的党建工作品牌。企业党建品牌以贯彻落实新时代党的建设总要求为主线，以提高企业党建工作质量为重点，以促进企业健康发展为目标，通过创新党建工作理念、方法和载体，打造出既符合党建工作要求，又适应企业发展需求的特色党建模式。以此提升企业党组织的政治引领力、推动发展力、改革创新力和凝聚保障力，为企业的持续健康发展提供坚强的政治保证和组织保障。

4 原则

创建及管理党建品牌的原则包括：

- a) 政治性原则。始终把党的政治建设摆在首位，确保党建品牌体现党的先进性和纯洁性，坚决贯彻党的路线方针政策。
- b) 创新性原则。积极探索党建工作的新方法、新途径，在理念、形式、载体等方面勇于创新，使党建品牌具有鲜明的时代特色，激发党建工作的活力。
- c) 实效性原则。紧密围绕企业中心工作，服务发展大局，以提升党组织的凝聚力、战斗力、创造力和党员的先锋模范作用为目标，通过品牌建设促进党建工作与业务工作深度融合，促进企业健康发展。
- d) 持续性原则。制定长期规划和具体措施，确保党建品牌能够持续发展，不断深化和拓展品牌内涵，保持品牌的生命力。
- e) 群众性原则。充分发动党员群众参与党建品牌的创建和管理，广泛征求意见建议，使品牌建设过程成为党员群众自我教育、自我提高的过程。
- f) 全面性原则。目标明确，理念清晰，体系健全，确保党建品牌创建及管理工作有章可循，务实有用。

5 企业党建品牌创建

5.1 分析有关需求

5.1.1 了解党组织对党建品牌在提升党的领导作用、强化党组织凝聚力、推进党内教育与活动方面的具体需求和期待，确保党建品牌能够充分体现党的精神，并有效支持党组织的日常工作。

5.1.2 收集党员对党建品牌的意见和建议，特别是如何通过党建品牌提升党员的政治意识、增强党员的归属感和荣誉感。

5.1.3 调研企业员工、社区群众等相关方对党建品牌的认识与期待，确保品牌建设能够促进企业文化与党组织工作的融合，增强群众对企业党建工作的认同感和参与感。

5.1.4 将党组织、党员和群众的反馈进行系统整理，分析其中的共性需求和个性化期待，为党建品牌的定位提供依据。

5.2 明确品牌定位

5.2.1 明确方向。深入分析企业的发展战略、核心价值观、企业文化以及上级要求和党建工作现状，确定党建品牌创建的方向。

5.2.2 明确定位。结合企业特点和党员群众需求，找准品牌的独特价值和核心内涵，围绕服务企业发展、加强队伍建设、促进社会和谐等方面进行定位。

5.2.3 明确名称。设计简洁易记、富有内涵和特色的品牌名称，准确传达党建品牌的核心价值。同时，制定品牌口号，增强品牌的感染力。品牌口号体现党的精神，激发员工的爱党爱国热情和企业的社会责任感。

5.2.4 明确标识。制作与之相匹配的品牌标识，通过视觉形象增强品牌的辨识度和影响力。

5.3 构建品牌体系

5.3.1 形成品牌体系

5.3.1.1 在形成企业党建主品牌的基础上，企业各层级单位和部门可结合自身实际，制定富有特色的党建子品牌，共同构成企业完整的党建品牌体系。

5.3.1.2 企业整体品牌和各级党组织品牌要层次清晰，关系明确。

5.3.1.3 子品牌要服从、服务于整体品牌的创建与推广。

5.3.2 确保全面覆盖

党建品牌体系要能够有效覆盖企业的各个层级和部门，满足企业内外部需求，特别是要保证党建品牌与企业文化、企业经营战略相结合，展现出党建对企业发展的引领作用。

5.4 开展品牌创建

- 5.4.1 确定党建品牌创建的具体目标、任务和措施，明确责任分工和时间节点。
- 5.4.2 目标应明确、具体、可衡量，从引领力、凝聚力、战斗力、发展力、创新力、影响力等维度中抽取可量化的指标，如每年组织多少次理论学习、开展多少场活动，党建品牌知名度的提升百分比、员工满意度的提升程度，获取多少党建荣誉，以及企业经营指标的改善情况等等。
- 5.4.3 制定品牌推广计划，包括宣传渠道、活动策划等，提高品牌的知名度和美誉度。
- 5.4.4 按照实施方案的要求，扎实推进各项工作任务落实。
- 5.4.5 加强对党建品牌创建工作的指导和督促，及时解决出现的问题。

5.5 提供资源保障

5.5.1 人力资源

- a) 选拔政治觉悟高、党性强的高素质人才加入党建工作队伍，确保具备创建和管理党建品牌的能力；
- b) 定期开展党建专题培训和交流活动，重点提高团队的党建理论水平和党性修养。培训内容应包括党的理论学习、品牌管理、宣传技巧及党内活动组织等，确保党建品牌与党的要求紧密结合；
- c) 建立有效的激励机制，对在党建品牌创建工作中表现突出的党员和党组织进行表彰和奖励，进一步激发品牌创建的积极性。

5.5.2 财务资源

- a) 制定详细的党建品牌创建经费预算，确保资金充足，涵盖党建活动宣传推广、培训教育、党内活动策划等各项费用；
- b) 建立严谨的财务监控机制，确保资金使用符合党纪党规和财务要求。实施定期审计，一旦发现资金挪用等违纪违规现象，务必进行严肃处理。

5.5.3 知识、信息和技术资源

- a) 建立党建知识库，系统收集和整理党建品牌创建的相关资料和信息，包括党的政策法规、理论文献、党内优秀案例等，为党员和党组织提供全面的学习和参考资料；
- b) 建立党建品牌管理系统，支持党建品牌的在线管理、监控和评估，确保品牌创建工作符合党的要求，具有透明度和可操作性。
- c) 开发并运用党建 APP 或微信公众号等新媒体工具，增强党建品牌的传播力和影响力。

6 企业党建品牌管理

6.1 品牌维护

- 6.1.1 确保品牌形象的一致性。严格按照品牌名称、标识的规范使用，在各类党建活动、宣传材料中保持统一的视觉呈现和表述方式。
- 6.1.2 持续提升品牌质量。不断加强党建工作的创新和改进，以高质量的党建工作支撑品牌的内涵，确保品牌始终具有活力和吸引力，具体措施包括：
 - a) 提高党建活动质量。制定高水平的党员教育、党员活动方案，确保合法合规，内容丰富，形式多样，喜闻乐见，既能增强党建活力，又能树立企业党建品牌的良好形象。
 - b) 创新党建活动方式。将党建融入经营管理，融入企业文化，融入社会责任，实现相融互促，共同发展，打造“党建强，发展强”的良好格局。
 - c) 充分利用互联网思维，广泛开展线上线下相结合的互动式学习，建设新媒体宣传矩阵、党建APP等，打造智慧党建品牌，推动党建管理数字化转型。

- d) 拓宽党建服务领域。包括组织党员志愿服务活动，促进企业的品牌推广；制定规范化的党建服务流程，提升企业在市场中的响应性和服务质量；监控和测量党建服务水平，推动企业服务能力的提升等。
- e) 推进党建价值创造。包括通过党建品牌打造，巩固党组织在企业中的领导核心与政治核心地位，促进企业持续健康发展；通过理论学习与思想教育，增强党员和职工的凝聚力、战斗力与创造力，充分发挥好党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用；通过塑造党建品牌的独特个性，树立企业党建新形象。

6.2 品牌传播

6.2.1 传播要求。品牌传播内容应深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，真实反映党的建设成效，充分展示企业党建工作的政治性、思想性、实效性、创新性和时代性。传播形式应严格遵守党章党规、国家法律法规和公序良俗，确保党的声音传达到广大党员和社会各界。

6.2.2 内部传播。通过企业内部的党建宣传栏、内部刊物、工作会议等渠道，向党员和员工宣传党建品牌的理念、目标和成果，增强员工对品牌的认同感和参与度。

6.2.3 外部传播。利用新闻媒体、行业交流活动、社交媒体等平台，积极宣传企业党建品牌的特色和亮点，提升企业的社会形象和影响力。

6.2.4 变动说明。当党建品牌的传播形式或内容发生调整，党组织应本着党务公开、群众路线的原则，及时通过党内外渠道告知相关方，确保党的各项决策和活动在阳光下进行，增强品牌的公信力和影响力。

6.3 品牌监督

6.3.1 建立管理监督机制。制定品牌管理和监督的规章制度，明确品牌使用的权限和规范，对品牌的使用情况进行监督检查，防止品牌侵权行为。

6.3.2 及时处理违规行为。对发现的擅自使用品牌、损害品牌形象等违规行为，及时进行纠正和处理，维护品牌的合法权益。

6.4 品牌创新

6.4.1 结合时代发展和企业实际，不断探索党建工作的新方法、新途径，为党建品牌注入新的元素和活力。

6.4.2 定期对品牌进行升级和优化，以适应不断变化的社会环境、市场环境和党员群众的需求。

6.5 品牌更新

6.5.1 定期开展品牌评估。通过问卷调查、座谈会等形式，收集党员群众和社会各界对党建品牌的评价和意见，了解品牌的影响力和满意度。

6.5.2 根据评估结果进行反馈和改进。针对存在的问题和不足，及时调整品牌管理策略，不断提升品牌的管理水平和效果。

7 评价改进

7.1 建立评价指标体系

7.1.1 根据党建品牌创建的目标和策略，建立科学合理的评价指标体系。

7.1.2 指标应涵盖品牌创建的各个方面，包括但不限于以下过程指标和结果指标：

- a) 品牌认知度

- 党员知晓率。企业内党员对党建品牌的知晓程度，可通过问卷调查等方式统计。

- 员工知晓率。企业员工对党建品牌的了解情况，反映品牌在企业内部的传播范围。

- 社会知名度。党建品牌在企业外部的知名度，如在行业内、社区等的影响力。

- b) 品牌影响力

- 对企业发展的促进作用。评估党建品牌对企业生产经营、创新发展等方面的推动效果。
- 对党员队伍建设的作用。考察品牌在提升党员素质、增强党员凝聚力等方面的表现。
- 对企业文化建设的贡献。衡量党建品牌对企业文化的丰富和引领作用。

c) 品牌美誉度

- 党员满意度。党员对党建品牌活动的参与评价。
- 员工满意度。员工对党建品牌引领下企业氛围、管理等方面的满意度。
- 社会评价。外部单位、社区等对企业党建品牌的评价和认可程度。

d) 品牌建设成效

- 活动丰富度。党建品牌相关活动的数量、类型和质量。
- 创新成果。党建工作在理念、方法、机制等方面的创新成果。
- 示范作用。品牌在行业内或区域内的示范引领作用是否突出。

e) 品牌管理水平

- 制度建设。品牌管理的规章制度是否健全，执行是否严格。
- 资源保障。对党建品牌建设的人力、物力、财力投入是否充足。
- 持续改进。是否根据评估结果及时调整和改进品牌管理策略。

7.1.3 应用定量和定性分析评价方法，全面评估品牌创建的效果。具体方法包括：

- a) 使用问卷调查、数据分析等量化手段，获得客观的评价数据。
- b) 通过深度访谈、焦点小组等方式，获得对党建品牌的深入理解和主观感受。
- c) 将定量和定性评价结果结合起来，全面评估党建品牌创建的效果，确保评价结果的全面性和准确性。

7.2 实施评价和改进

7.2.1 定期对品牌创建的过程和结果进行测量和评价，评估各项指标的达成情况。

7.2.2 根据评价结果，分析品牌创建的成效和存在的问题。

7.2.3 找出影响品牌创建效果的主要因素，提出改进建议。

7.2.4 根据改进建议形成具体措施，并认真落实，不断提升党建品牌建设质量。

附录 A
(资料性)
党建品牌创建与管理示例

A.1 背景

某企业为推动企业高质量发展，企业党委决定创建党建品牌，以党建带动企业文化和经营管理的提升。品牌的核心目标是通过党建引领，提升企业凝聚力，优化管理流程，推动企业在市场竞争中保持领先地位。

A.2 品牌创建

A.2.1 品牌定位

在创建初期，企业党委通过对企业内部党组织、党员和群众的调研，确定党建品牌的定位为“红色引领，智造未来”。这一定位不仅突出了党的领导核心作用，还紧密结合企业的智能制造产业特点，强调党建工作在企业创新和技术发展中的推动作用。

A.2.2 品牌架构设计

品牌架构上，企业将党委作为品牌的顶层设计，确立了总品牌“红色引领”的整体方向，并细分为多个子品牌。每个党支部根据各自的业务领域和生产特点，创建了符合本部门实际情况的支部品牌，如“先锋制造队”“创新技术红旗手”等。每个子品牌既遵循企业的总品牌方针，又结合自身特色，展现了党建工作在具体业务中的具体体现。

A.3 品牌管理

A.3.1 品牌传播

企业采取多元化的传播方式推进党建品牌的知名度。线上，企业通过官方微信公众号、党建专栏、内部邮件等形式，定期发布党建品牌动态，包括党内活动、优秀党员事迹、品牌建设成果等。线下，企业在厂区设立了“红色长廊”，展示党史学习教育、党建成果及模范党员事迹。同时，企业还制作了党建品牌宣传片，定期在员工大会和外部活动中播放，以扩大品牌的影响力。

A.3.2 资源配置

在资源方面，企业专门设立了党建工作专项资金，每年拨出预算用于支持党建品牌创建与管理工作。这笔资金被用于组织各类党建活动、制作宣传资料、开展党内教育培训等。此外，企业还成立了专门的党建工作办公室，负责党建品牌的日常管理与推广，确保党建工作与企业生产经营同步推进。

A.3.3 品牌活动

为增强党建品牌的影响力，企业每年组织一系列党建品牌活动。首先是“红色论坛”，每月邀请专家学者或先进模范人物为全体党员进行党的方针政策解读和企业发展战略分析，增强党员的政治觉悟和业务素质。其次是“党员先锋岗”活动，评选在各生产线、技术岗位上表现突出的党员，树立榜样，以激发全体员工的积极性和责任感。此外，企业还定期举办红色文化教育活动，如参观革命遗址、组织党员团建活动等，进一步深化党建品牌的文化内涵。

A.4 品牌评价与改进

A.4.1 评价体系

为了确保党建品牌的建设效果，企业建立了系统化的品牌评价机制。每季度通过问卷调查、座谈会等形式，收集党员和员工对党建品牌的反馈，了解品牌建设中的优缺点。评价指标包括党建品牌的认知度、党员和员工的参与度、品牌活动的影响力等。通过这些数据，企业能够定期对党建品牌的执行效果

进行全面评估。

A. 4. 2 改进措施

根据评价结果，企业采取灵活的调整策略。例如，在反馈中，部分员工表示对党建活动的参与感不足，因此企业党委决定增加更加贴近员工需求的活动形式，如线上党建知识竞赛、全员参与的志愿服务活动等。此外，企业还根据外部环境的变化，适时调整党建品牌的传播内容和方向，确保党建品牌始终与企业的战略发展目标相适应。

A. 5 品牌延伸

A. 5. 1 社会责任活动

企业通过党建品牌，积极参与社会责任活动，将党建品牌延伸至更广泛的社会层面。每年，企业组织党员和员工参与当地的扶贫助困、环保公益等活动，以“红色引领，服务社会”为主题，将企业的党建品牌理念融入社会公益行动中。这不仅提升了企业在社会上的美誉度，也增强了员工对党建品牌的认同感。

A. 5. 2 外部合作与交流

为了提升品牌的创新力和外部影响力，企业还与其他行业领先企业的党组织开展党建品牌合作与经验交流。例如，企业定期与地方行业协会、兄弟单位共同举办党建工作研讨会，交流品牌管理的先进做法。通过这种合作，企业的党建品牌得以在行业内外更广泛传播，进一步巩固了品牌的市场形象。

参 考 文 献

- [1] 中国共产党章程
 - [2] 中国共产党党委（党组）理论学习中心组学习规则
 - [3] 党史学习教育工作条例
 - [4] 中国共产党组织工作条例
 - [5] 中华人民共和国民法典
 - [6] GB/T 39071-2020 品牌评价 消费者感知测量指南
 - [7] GB/T 38372-2020 企业品牌培育指南
-