

Exploration of the “PDCA” Path for Party Building Brand Construction

Congwei Wang

Shenyang Tobacco Monopoly Bureau (Company), Shenyang, Liaoning, 110000, China

Abstract

This paper focuses on the construction of the “Liaoning Tobacco Lei Feng” Party building brand in the industry. It introduces the “PDCA cycle” management method in promoting quality improvement and upgrading, and elaborates on its application and practical exploration in the construction of Party building brands. Through the continuous cycle of the four stages of planning, execution, inspection and handling, the process of building the Party building brand is constantly optimized, the influence and effectiveness of the Party building brand are enhanced, and the scientific, standardized and refined level of Party building brand construction is improved, providing useful references and guidance for comprehensively building a new highland of learning from Lei Feng.

Keywords

Party Building brand PDCA cycle Long-term mechanism

党建品牌建设的“PDCA”路径探索

王丛薇

沈阳市烟草专卖局（公司），中国·辽宁 沈阳 110000

摘要

本文聚焦行业“辽烟雷锋”党建品牌建设，在推动提质升级中引入“PDCA循环”管理工作法，阐述其在党建品牌建设中的应用与实践探索。通过计划、执行、检查、处理四个阶段的持续循环，不断优化党建品牌建设流程，提升党建品牌的影响力和实效性，提高党建品牌建设的科学化、规范化、精细化水平，为全面打造学习雷锋新高地，提供有益的借鉴和参考。

关键词

党建品牌；PDCA循环；长效机制

1 引言

党建品牌建设是提升党组织凝聚力和战斗力，增强党员认同感和使命感的重要举措。党的十八大以来，习近平总书记对弘扬雷锋精神作出一系列重要论述，指出要“让学雷锋活动融入日常、化作经常，让雷锋精神在新时代绽放更加璀璨的光芒”。自全省行业开展“学金叶先锋、做辽烟雷锋”活动以来，各地市始终把学习弘扬雷锋精神作为崇高使命，认真贯彻“辽烟雷锋”党建品牌建设要求，以开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、党的二十届三中、四中全会精神为契机，将“推动辽烟雷锋党建品牌落地落实”作为第一课题。

在新时代背景下，某市局（公司）积极探索创新党建工作模式，致力于打造具有地方特色和影响力的党建品牌。“PDCA循环”工作法强调持续改进和优化，结合“辽烟雷锋”

党建品牌建设在落地过程中的推进情况、存在问题，将其应用于“辽烟雷锋”党建品牌建设中，有助于进一步推动“辽烟雷锋”党建品牌建设工作的落实落地落细。

2 党建品牌的现状与问题

2.1 品牌内涵挖掘不够深入，认知度不足

雷锋精神广为人知，但在品牌建设过程中，对内涵与党建工作深度融合的挖掘还不够充分。党建品牌不仅是标识，更是一种传播党建思想的方式，其价值在于服务全省烟草行业中心工作。有的活动缺乏对雷锋精神时代内涵的深入解读和创新转化，难以满足新时代党员对党建品牌的更高要求。

2.2 活动可持续性面临考验，重视度不够

在党建品牌建设初期，各项活动有序开展，但随着时间推移，部分活动出现参与度下降、形式单一等问题，活动的可持续性面临挑战。例如，一些志愿服务活动长期局限于传统领域，缺乏创新性和吸引力，导致部分志愿者参与积极性不高；部分帮扶活动缺乏长效机制，难以持续深入地影响党员干部思想和行为。

【作者简介】王丛薇（1984-），女，中国河北人，本科，助理政工师，从事企业文化研究。

2.3 依托“辽叶雷锋驿站”发挥服务作用，影响力不强

在打造特色文明实践中心方面。驿站作用发挥还有待完善。虽然市局组建21支“辽烟雷锋”志愿服务队，党员带头参加各项志愿服务活动，但是，在“扩展驿站功能、扩大驿站影响、扩充驿站网络”等方面成效不是特别显著，驿站服务向稽查队所延伸的力度不够。

2.4 客户帮扶工程动态管理，投入度不高

去年年初，某市局制定并下发《困难零售客户三年帮扶工程实施方案》，提出以“辽烟雷锋”党建品牌为引领，不断拓展“我与客户共成长”的实践措施，帮助一批困难零售客户摆脱生活经营困难。一年以来，取得一定成效，对全市重点帮扶客户73户，开展帮扶慰问类活动37次，技能培训类活动11次，普法宣传活动13次，但从宣传和长效机制上看，帮扶的作用和效果还不够突出，缺乏帮扶工作的系统性和长久性。

3 “PDCA”循环管理工作法在党建品牌建设中的应用

3.1 概述

PDCA循环，即计划(Plan)、执行(Do)、检查(Check)、处理(Act)循环，由美国质量管理专家戴明提出。该体系强调通过不断地循环这四个阶段，对工作进行持续改进和优化。在党建品牌建设的工作中应用PDCA循环，能够使品牌建设工作的目标更加明确，执行更加有力，监督更加有效，改进更加及时。

3.2 党建品牌建设中的具体应用

3.2.1 计划(Plan)阶段，注重深化品牌内涵挖掘与认知

(1) 明确品牌定位。

“辽烟雷锋”党建品牌以雷锋精神为核心内涵，旨在将雷锋精神深度融入党建工作，提升党组织的凝聚力、战斗力与影响力，塑造具有地方特色与时代价值的党建形象，促进地区和谐发展与精神文明建设。

一是注重加强理论研究。组织党建工作者深入研究雷锋精神与新时代党建工作的内在联系，结合本地区实际情况，挖掘具有本地特色的党建品牌内涵，为品牌建设提供坚实的理论支撑。

二是注重创新内涵解读。将雷锋精神的核心内涵与社会主义核心价值观、新时代党的建设总要求等紧密结合，赋予雷锋精神新的时代内涵，如将雷锋的“钉子精神”与党员干部的学习提升、创新创造相结合，使品牌内涵更具时代性和生命力。

三是注重与文化工作相结合。深入挖掘雷锋精神与辽宁地域文化、党建工作实际的结合点，将“辽烟雷锋”党建品牌定位为弘扬雷锋精神，推动党建引领高质量工作创新、

服务群众优质高效的特色品牌。为品牌建设奠定坚实基础。

(2) 制定目标与计划。

根据品牌定位，制定“辽烟雷锋”党建品牌建设的短期、中期和长期目标。短期目标包括年度开展雷锋精神主题宣传活动、组织党员志愿服务队等；中期目标涵盖培育一批雷锋式党员先锋等；长期目标是使“辽烟雷锋”党建品牌在全省行业具有较高知名度和影响力。

3.2.2 执行(Do)阶段，注重党建品牌指导与落地

为了让“辽烟雷锋”党建品牌深深扎根、开花结果，我们势必要多维度全方位发力。

(1) 夯实理论学习基础。各党支部要主动把建设“辽烟雷锋”党建品牌作为抓支部建设的重要抓手，充分利用“三会一课”深入学习习近平总书记关于学习雷锋的重要论述和重要批示指示精神，开展学雷锋主题党日及专题党课，进一步加深对雷锋精神的感悟和认同，将党建品牌的理念和管理方法融入党建工作中。

(2) 开展志愿服务活动。以党员为主体，组建各类雷锋志愿服务队，如扶贫帮困服务队、环保服务队、文明劝导服务队等。围绕群众需求和社会热点问题，定期开展志愿服务活动。例如，关爱孤寡老人、环保宣传、垃圾清理、文明交通劝导活动等。通过志愿服务活动，践行雷锋精神，提升党员形象，增强党组织的凝聚力和向心力。

(3) 打造党建示范基地。结合辽宁的红色资源和产业特色，巩固“双创双促”实践教育基地。如在红色教育基地融入雷锋精神元素，开展红色文化与雷锋精神相结合的主题教育活动；在全省行业打造雷锋式党建工作示范点，引导党员立足岗位作贡献，推动企业发展。通过示范基地的引领和辐射作用，带动全市党建工作水平提升。

(4) 创建雷锋式特色岗位。以创建、选树活动为抓手，强化责任意识，激发全员活力，创建“学雷锋示范岗”和“雷锋式物流车组”“雷锋式营销部”“雷锋式市管中队”等特色岗位，选树先进个人和先进集体，不断提升“辽烟雷锋”党建品牌的引领力、凝聚力、影响力，为推动烟草高质量发展发挥示范引领和主力军作用。

(5) 营造浓厚氛围。通过多种渠道和方式，广泛宣传“辽烟雷锋”党建品牌和雷锋精神。利用省、市局(公司)网站、微信公众号、微博等新媒体平台，开设并丰富雷锋内容的党建专栏，发布雷锋精神解读文章、党员先进事迹等内容。组织开展雷锋精神主题演讲比赛、征文活动、文艺演出等，吸引广大党员和群众积极参与，营造浓厚的品牌建设氛围。

3.2.3 检查(Check)阶段，注重指标的科学与全面性

(1) 建立评估指标体系，确保任务落实。结合建设目标与核心任务，某市局(公司)围绕“看听问察”四个维度，建立党建品牌建设评估指标体系，从学雷锋相关活动的创新性、品牌知晓度、党员参与度、群众满意度、活动影响力等

多个维度进行评估。例如，通过问卷调查、网络投票等方式了解品牌知晓度；通过统计党员参与志愿服务活动的次数、时长等评估党员参与度；通过群众意见反馈、投诉处理情况等衡量群众满意度。通过明确各项指标的具体权重与评分标准，为后续的检查工作提供精准、量化的衡量依据。

(2) 定期考核检查，确保有序推进。成立专门的检查小组，按照时间周期，定期对“辽烟雷锋”党建品牌建设各项工作进行考核。内容包括工作计划执行情况、活动开展效果、宣传工作成效等。

(3) 及时反馈整理，确保改进提升。在定期检查后，检查小组要迅速整理检查结果，形成详细的反馈报告，及时向相关责任部门反馈检查中发现的优点与亮点、存在的问题和不足，并提出整改建议，从而推动“辽烟雷锋”党建品牌建设不断优化升级。

3.2.4 处理 (Act) 阶段，注重问题的深入分析与总结

(1) 总结经验教训。

根据检查结果，对“辽烟雷锋”党建品牌建设工作进行全面总结。分析成功经验和不足之处，对于行之有效的做法和措施，进行固化和推广；对于存在的问题，深入剖析原因，制定针对性的改进措施。

(2) 持续改进与优化。

将总结出的改进措施纳入下一轮 PDCA 循环的计划阶段，对品牌建设工作进行持续改进和优化。不断调整工作目标、完善工作流程、创新工作方法，使“辽烟雷锋”党建品牌建设始终充满活力和竞争力。

(3) 形成闭环管理。

结合党建工作新形势、新要求，在现在基础上探索创新，如拓展服务领域、优化活动形式等，将党建品牌建设融入行业战略规划建设中，为下一轮循环提供改进目标。通过处理阶段，使之形成“实践-总结-优化-再实践”的闭环，实现品牌生命力的持续增强。

3.3 探索党建品牌建设提质升级实践路径

3.3.1 以理论学习为切入点，创新党员学习载体，着力提升学习教育效果

在党建品牌建设中，通过“三学”赋能：一是学理论。定期组织党的先进思想与行业前沿理念学习，推动学用结合，提升政治站位与思维格局；二是学作风。通过专题讲座、送廉下基层等，深化对严谨务实、廉洁奉公等优良作风的理解；三是学业务。以支部年度计划为抓手，开展技能培训、实操演练，筑牢业务根基。创新“互联网+党建”模式，融入党史故事、红色家书等内容，为党建品牌提质升级注入持久动力。

3.3.2 以学雷锋实践活动为出发点，丰富主题党日活动内容，着力常态化开展志愿服务活动

以“五个载体”为抓手，通过志愿服务队，深入社区、农村、校园等开展扶贫帮困、环境整治、义务支教、医疗保

健等志愿服务活动，使雷锋精神在实践中得以传承和弘扬。举办雷锋事迹展览、雷锋精神专题讲座、红色教育、基地参观等，以多种形式让广大党员干部群众深入了解雷锋精神内涵，增强对品牌的认同感和归属感。让志愿服务成为党建品牌提质升级的鲜活载体，持续增强品牌的影响力与凝聚力。

3.3.3 以多维度选树为支撑点，发挥先锋模范作用，着力加强榜样示范引领体系建设

注重培养广大党员干部的政治意识、党性修养和责任担当，选树“两优一先”政治标杆、“十佳员工”业务标杆、“雷锋式好党员、好员工”奉献标杆。把工作中先进典型、身边榜样作为学雷锋活动的生动教材，在市局网站设专栏，进行刊登，让广大职工学有榜样、赶有目标。通过构建多维度榜样选树与示范体系，让先锋力量成为党建品牌提质升级的鲜明旗帜，持续激发队伍向上向好的内生动力。

3.3.4 以数字党建赋能为创新点，搭建平台整合资源，着力推动党建数字化转型。

聚焦数字党建赋能这一创新突破点，明确升级方向与目标：以搭建一体化数字化平台为核心，整合多方资源，加速推动党建工作数字化转型。例如：选取某党支部作为全局试点，应用“辽烟雷锋”特色志愿服务项目微信小程序，将社区党组织、区妇联、残联等部门惠民政策链接到小程序中，通过建立党员突击队、志愿服务队开展各类“辽烟雷锋”志愿服务活动。让数字化成为党建品牌提质增效的“加速器”。

3.3.5 以多途径广泛传播为突破点，巩固打造党建品牌，着力加强企业文化建设。

运用调研、我为群众办实事等形式为基层员工、零售客户办实事、做好事。紧紧围绕“两体系一计划”实践路径，落实省局（公司）“领题破题 聚力攻坚”主题实践活动，持续加强文化建设力度。充分利用行业网站、企业内刊、公众号、市局专栏、宣传栏等媒介载体，宣传雷锋精神，积极营造浓厚的宣传氛围。

4 结语

2026年是落实“十五五”规划的开局之年，在高质量发展的新征程上，打造好“辽烟雷锋”党建品牌，有利于推动党建工作与业务工作深度融合。在新形势、新挑战、新环境中，既有助于凝聚共识、鼓舞人心，不断增强广大党员干部群众的凝聚力、向心力、创新力，也能让党建引领更具体、更有影响力，让党建工作更加有形、有感、有效，为推动烟草行业高质量发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 信仰.中共中央党校出版社[M].2023.3.
- [2] 国企党建品牌创建实用手册.人民出版社[M]2021.9, ISBN 978-7-01-023655-1.
- [3] 新时代基层党建实务.人民出版社[M]2025.8, ISBN 978-7-01-027548-2I.D267.