

烟草党建工作与业务工作的融合实践研究

袁会斌

云南省烟草公司曲靖市公司 云南省曲靖市 655000

摘 要: 本文从时代意义、现存问题及优化策略三个维度展开研究,提出烟草企业应通过形式上的“落细落小”与内容上的“出新出彩”,破解党建与业务“两张皮”难题,实现党建引领业务、业务促进党建的良性循环。研究认为,只有构建双向融合机制、创新工作方法、强化文化引领,才能推动烟草企业实现政治效益与经济效益的有机统一。

关键词: 烟草企业; 党建工作; 业务融合; 党建引领; 高质量发展

引言

党建工作在国有企业发展中发挥着不可替代的引领作用。作为特殊行业的代表,烟草企业兼具经济属性和社会属性,其党建与业务融合不仅关系到企业自身的竞争力提升,更涉及国家专卖体制的稳定和公共健康责任的履行。近年来,随着经济转型升级和行业监管趋严,烟草企业面临市场竞争加剧、社会责任强化等多重挑战,传统的“重业务、轻党建”模式已难以适应新发展要求^[1]。尽管部分企业在党建与业务融合方面进行了积极探索,但仍存在融合能力不足、活力不够等问题,亟需系统性研究并提出优化路径。

1 烟草企业党建与业务融合的时代意义

1.1 有助于加强企业党建引领

在新时代背景下,烟草企业作为国民经济的重要组成部分,其发展方向必须与党的方针政策保持高度一致。党建工作不仅是企业政治方向的保障,更是凝聚员工共识、强化组织战斗力的核心力量。将党建工作与业务工作深度融合,能够使党的理论指导、政策要求贯穿于企业经营的各个环节,确保企业在复杂多变的市场环境中始终沿着正确的轨道前进。烟草行业具有特殊性,其发展不仅涉及经济效益,还关乎社会责任和公共健康,因此更需要通过党建引领来平衡各方利益,确保企业行为符合国家战略和社会期待^[2]。党建与业务的融合,能够促使企业管理层和基层员工在思想上形成统一认识,在行动上形成合力,从而提升企业的整体治理效能。

1.2 有助于推动企业高质量发展

当前,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,烟草企业同样面临转型升级的挑战。单纯依靠传统经营

模式难以适应新的市场环境和政策要求,必须通过创新驱动和结构优化实现可持续发展。党建工作与业务工作的融合,能够为企业高质量发展提供思想引领和制度保障。一方面,党建工作的深入开展可以增强企业的战略定力,避免短视行为,促使企业在追求经济效益的同时兼顾社会效益和长远发展。另一方面,党建与业务的结合能够优化企业内部管理机制,提升决策的科学性和执行力,使资源配置更加合理,运营效率进一步提高。此外,党建工作的融入还能激发员工的主动性和创造力,培养一支既懂业务又具备政治素养的人才队伍,为企业的技术创新、管理优化和市场拓展提供坚实支撑。在高质量发展的要求下,烟草企业必须将党建优势转化为发展动能,从而实现经济效益与社会价值的有机统一。

2 现阶段烟草企业党建与业务融合存在的不足

2.1 党建与业务融合的“能力”不够

党建与业务融合的“能力”不足,主要体现在思想认识、体制机制和具体执行三个层面。在思想认识上,部分企业仍存在“重业务、轻党建”的倾向,认为党建工作是务虚任务,与业务发展关联不大,导致党建与业务“两张皮”现象较为突出。一些领导干部虽然口头强调融合的重要性,但在实际工作中未能将党建要求融入业务决策,使得党建工作流于形式,难以发挥引领作用。在体制机制方面,部分企业的党建与业务管理体系尚未形成有效衔接,党建考核与业务考核相互独立,缺乏联动机制,导致党建工作的评价标准与业务发展的实际需求脱节。此外,一些企业尚未建立科学的融合工作体系,党建活动与业务工作结合不够紧密,往往出现党建学习与业务研讨分离、党建活动与业务实践脱节的情况^[3]。在执行层面,部分党务工作者对业务知识掌握不足,难以从

业务角度思考党建工作的切入点,而业务干部对党建工作的理解也较为浅显,导致双方在协同推进融合时存在沟通障碍,难以形成合力。这种“能力”上的不足,使得党建与业务的融合仍停留在表面,未能真正渗透到企业发展的核心环节。

2.2 党建与业务融合的“活力”不足

党建与业务融合的“活力”不足,主要表现为创新动力不足、基层参与度不高、文化氛围不够浓厚等方面。在创新动力上,部分企业在推进融合时仍沿用传统模式,缺乏与时俱进的思维和方法,导致党建工作形式单一、内容枯燥,难以激发员工的兴趣和参与热情。例如,一些企业的党建活动仍以会议学习、文件传达为主,未能结合业务特点设计更具互动性和实践性的活动形式,使得党建工作缺乏吸引力。在基层参与方面,部分企业存在“上热中温下冷”的现象,即上级党组织高度重视,但基层党支部和党员对融合工作的积极性不高,参与度较低。这一现象的出现,一方面是由于基层党务工作者能力有限,难以有效推动融合;另一方面也与激励机制不完善有关,基层党员在融合工作中缺乏获得感,导致动力不足^[4]。此外,企业文化对党建与业务融合的影响也不容忽视。一些企业尚未形成“党建引领业务、业务促进党建”的良性文化氛围,员工对融合工作的认同感不强,甚至认为党建是额外负担,而非推动业务发展的助力。这种文化认知上的偏差,使得党建与业务的融合难以形成自下而上的内生动力,影响了融合的深度和可持续性。

3 烟草企业推动党建与业务融合的主要策略

党建与业务融合是新时代烟草企业高质量发展的必然要求,也是提升企业治理效能的关键路径。当前,部分企业在融合过程中仍存在形式化、表面化的问题,未能真正发挥党建引领业务、业务促进党建的协同效应。因此,烟草企业需要从形式和内容两个维度入手,既要确保融合工作落细落小、走深走实,避免“空对空”,又要推动融合方式出新出彩、见行见效,增强吸引力和实效性。只有双管齐下,才能真正破解“两张皮”难题,实现党建与业务的有机统一。

3.1 在形式上落细落小,走深走实

党建与业务融合不能仅停留在宏观层面的政策宣贯和理论灌输,而应嵌入企业日常经营的各个环节,通过具体化、常态化的机制设计,确保融合工作可操作、可落地、可检验。首先,要在组织架构上实现党建与业务的深度嵌套。传统的

企业架构往往将党建部门与业务部门分开设置,导致工作协同性不足。烟草企业可以探索“双向进入、交叉任职”模式,让党组织班子成员兼任业务管理职务,同时推动业务骨干进入党组织决策层,使党建与业务在人员配置上实现“你中有我、我中有你”。例如在卷烟生产、市场营销等关键业务部门设立党小组,由业务负责人担任党小组组长,确保业务推进与党建要求同步谋划、同步部署^[5]。

其次,要在制度设计上强化融合导向。目前,许多企业的党建考核与业务考核相互独立,甚至存在“党建归党建、业务归业务”的割裂现象。烟草企业应建立“双融双促”考核体系,将党建工作纳入业务部门的 KPI 指标,同时将业务发展成效作为党建考核的重要依据。例如,在评价基层党组织建设成效时,不仅要看“三会一课”的完成率,还要考察该支部所在部门的业务创新、市场拓展等实际成果,形成“党建带业务、业务强党建”的良性循环。此外,可以探索建立党建与业务融合的“负面清单”制度,对只抓业务不抓党建、或只讲党建不谋发展的部门予以警示,倒逼各级管理者主动思考融合路径。

最后,要在工作方法上注重精准对接。党建与业务的融合不是简单叠加,而是要在具体业务场景中找到结合点。烟草企业可以结合行业特点,设计“党建+业务”微项目,如“党员先锋岗助力品牌培育”“红色驿站服务零售终端”等,让党建工作直接作用于市场开拓、客户服务等业务环节^[6]。同时,可以利用数字化手段提升融合效率,例如开发党建与业务协同管理平台,实现党员学习、业务培训、任务督办等功能的线上整合,使融合工作更加可视化、可量化。通过以上形式上的精细化设计,烟草企业能够确保党建与业务融合真正落地生根,而非流于口号。

3.2 在内容上出新出彩,见行见效

形式上的融合是基础,内容上的创新才是关键。如果党建与业务的结合仅停留在开会、读文件等传统方式,难免会让员工感到枯燥乏味,难以激发参与热情。因此,烟草企业需在融合内容上突破常规思维,以更鲜活、更贴近业务需求的方式增强党建工作的吸引力和实效性。

一方面,要推动党建学习与业务研讨的深度融合。传统的理论学习往往侧重于政策解读和思想教育,与业务实际关联度不高。烟草企业可以创新学习形式,例如开设“党建+业务”联合讲堂,邀请行业专家、业务骨干围绕“党建引

领数字化转型”“烟草专卖政策与市场趋势”等主题开展研讨,既传递党的方针政策,又解决业务发展中的实际问题。此外,可以组织“对标研学”活动,选取行业内党建与业务融合的先进案例,如云南中烟“红色引擎驱动品牌创新”、浙江烟草“党建联盟助力乡村振兴”等,让党员干部在实地调研中学习经验、启发思路。

另一方面,要打造特色党建品牌,增强文化感染力。党建与业务融合不能千篇一律,而应结合企业自身特点形成独特品牌。例如,工业企业可以围绕“匠心党建”,将党员示范岗设在技术攻关、质量管控等关键环节,弘扬工匠精神;商业企业可以推出“服务先锋”行动,组织党员深入零售终端开展帮扶,提升客户满意度^[7]。同时,可以借助新媒体手段扩大党建影响力,如制作“党员故事”系列短视频,展现一线党员在科技创新、市场拓展中的典型事迹,用身边人、身边事激励员工。

值得一提的是,党建与业务融合的最终目的是解决企业发展中的难点、堵点。烟草企业可以建立“党建领办项目”机制,由党组织牵头认领业务难题,如“降低烟叶采购成本”“提升终端动销率”等,组建党员攻坚小组,通过课题研究、试点推广等方式推动问题解决。例如,针对农村市场拓展乏力的问题,可以发动党员带头开展“红色助农”行动,既帮助农民增收,又培育潜在消费群体,实现社会效益与经济效益双赢。通过这种“党建搭台、业务唱戏”的模式,能够让员工切实感受到融合带来的实际价值,从而增强参与主动性和创造性。

4 结语

本文提出形式上的“落细落小”和内容上的“出新出彩”双轮驱动策略,强调通过机制创新、品牌打造和文化浸润,推动融合工作从“有形”向“有效”转变。未来,烟草企业需进一步深化对融合规律的认识,探索动态评估、人才培养等长效机制,使党建与业务的协同效应持续释放,为行业高质量发展注入红色动能。

参考文献

- [1] 吕静,王铮,李晓波,王霄,张广琨.烟草商业企业党建和业务工作深度融合研究[J].现代商贸工业,2025(9):94-96.
- [2] 石沛霖.烟草企业党建与业务工作深度融合的路径研究[J].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学,2024(12):210-213.
- [3] 夏岚,何永秋,彭益珑,刘阳光,廖昶.市级烟草企业推动党建与业务深度融合探析——以衡阳市烟草专卖局(公司)为例[J].现代商贸工业,2024,45(13):62-64.
- [4] 何永秋,夏岚,彭益珑,刘阳光,廖昶.基层烟草站点如何推动党建与业务融合发展研究[J].现代商贸工业,2024,45(13):65-67.
- [5] 段永军,刘磊,张乐玲,王飞.烟草企业党建与业务工作的深度融合研究[J].老字号品牌营销,2020(6):59-60.
- [6] 王丽.新质生产力驱动下党建与卷烟营销业务双融双促的创新策略研究[J].时代人物,2025(13):0044-0047.
- [7] 杨光焰.新形势下烟草行业基层党建与业务融合研究[J].中国市场,2021(6):79-80.

作者简介:袁会斌(1976.03-),男,汉族,云南曲靖人,大学本科,助理政工师,研究方向:党建