

构建“三维穿透”体系 创新国企科技人才党建工作

■ 胡冰

坚持党的领导、加强党的建设是国企的“根”与“魂”，为国企发展奠定政治基础。2025年，国企改革聚焦功能定位优化、科技创新突破、穿透式监管升级和党建深度融合四大领域。围绕新质生产力需求，结合《国有企业改革深化提升行动方案（2023—2025年）》落实路径，探索国企科技人才党建创新机制，为国企高质量发展提供支撑。

一、新质生产力发展背景下国企科技人才党建的核心挑战

（一）组织覆盖与创新效能的结构性矛盾
当前，国企科技人才呈现高学历、年轻化、思维活跃、流动性强的特点。以中车青岛四方所为例，其研发团队平均年龄32岁，年人才流动率约8%。这种人才结构使传统“支部建在连上”的组织模式难以适应跨部门、跨领域创新团队需求，易造成党建与业务“两张皮”。

（二）技术迭代与党建方法的适配性不足
新质生产力以数智化为核心，技术迭代快。但国企党建仍采用“线下为主、单向灌输”的传统模式，难适应其发展。区块链技术虽在党员管理应用成为研究热点，却因不同企业区块链系统标准、数据格式和加密方式有差异，在跨企业数据互通上遇壁垒，无法形成统一的党员管理数据库。元宇宙思政场景构建在高校已试点，但国企引入元宇宙技术面临技术成本高、员工接受度低的问题，导致元宇宙思政场景难以在国企广泛推广”，未形成规模化效应。

（三）人才激励与党建引领的协同性缺失
科技人才注重个人价值与职业发展，传统

“荣誉激励”难满足其需求。湖南钢铁集团用“三位一体”机制（党建融合平台、思想教育先导、导师带徒举措）发展高层次人才党员，但在技术密集型企业的适配性待验证。技术密集型企业中，科技人才对专业技术提升、项目参与和决策要求高，“三位一体”机制激励不足，难激发创新活力。

二、穿透式监管：构建党建与科技人才管理的深度融合机制

（一）组织穿透：四级联动强化政治引领
某大型国企构建“党委—党总支—党支部—党小组”四级穿透式管理体系，以党委委员联系支部、书记项目制等创新方式，将党建责任压实到基层。杭州前进智造园成立由党委直接领导的人才工作专项小组，统筹人才发展与产业需求。小组调研企业技术需求和人才缺口，制定引才育才计划，实现“党管人才”从理念到实践的穿透。

（二）技术穿透：数字化工具赋能精准管理
区块链、元宇宙、AI数字人等技术在党员管理应用获实质突破。长沙经开区智慧党建平台利用区块链不可篡改特性，将党员学习、志愿服务、工作业绩等数据上链，形成信用考核体系，量化党员贡献值，为人才晋升、评优提供科学依据。

（三）机制穿透：差异化激励激活人才动能
成都华微创新实施“虚拟跟投+专项激励”双轨机制，国家重大专项让员工以虚拟股权形式跟投，共担风险、共享利益，激发责任感与积极性；市场化项目推行研发提成制，按收益给

研发人员提成，对高贡献人才加速调薪，形成差异化激励激活人才机制。

三、数字化转型：打造科技人才党建的智慧生态

（一）区块链存证：构建可信党建数据体系
区块链技术解决党建数据碎片化、可信度低问题。长沙经开区平台将党员学习记录、志愿服务时长、奖惩情况等数据上链，形成不可篡改的个人信用档案。某央企试点“区块链+党务管理”，党务缴纳记录实时上链，方便党员和党组织查询，确保管理透明规范。

（二）元宇宙场景：重构思政教育体验模式
元宇宙技术为沉浸式思政教育带来新契机。北师大虚拟仿真基地开发“重走长征路”3D课件，让学生化身数字人在虚拟环境体验长征，通过互动、完成任务等提高了学生学习积极性与参与度，学习效果提升30%。国企可借鉴此模式，搭建虚拟党建展馆展示成果与事迹，开展线上组织生活，方便跨国及异地党员参与。

（三）大数据分析：优化人才培养路径
国企通过大数据分析党员成长轨迹，实现人才精准培养。某国企利用量化评价平台构建“技术能力+市场价值”双维度模型，根据模型分析为科技人才定制个性化职业发展路径：对技术能力突出但市场价值认知不足的党员，安排市场营销培训课程；对市场价值高但技术能力有待提升的党员，提供技术进修机会。2024年，该企业技术领军人才薪酬增幅达15%，人才流失率降低10%。

四、安全生产与应急管理：党建与业务融

合的实践场域

（一）党员责任区：安全生产的红色防线
党员责任区建设是党建与安全生产融合的有效载体。中车青岛四方所在智能车间设党员示范岗，党员带头遵守安全规程、监督设备、排查隐患。在高速磁浮列车研发中，党员示范岗攻克技术难题，保障项目安全推进。

（二）穿透式监管：风险防控的制度保障
穿透式监管要求全流程覆盖安全生产环节。某能源集团建立“党委—安委会—基层班组”三级监督体系，运用物联网技术，在设备上安装传感器，实时将设备运行数据传输到监控中心，发现异常立即预警。党员干部定期下沉一线检查隐患，形成报告并跟踪整改。2024年，该集团安全事故率同比下降18%。

（三）数字化应急：科技赋能的创新实践
数字化技术为应急管理提供技术支持。某化工企业开发“党建+安全生产”App，党员在手机端随时上报隐患并跟踪整改，同时App利用定位与数据分析功能生成风险热力图，为企业决策提供依据。防汛救灾时，浙大规划院无人机党员团队用高空侦察技术，快速获取河北涿州灾区精准灾情信息，通过拍摄高清影像分析受灾区域地形、水位等，为救援指挥提供关键信息，体现国企应急管理责任担当。

五、结论与建议

（一）核心结论
在新质生产力背景下，国企科技人才党建工作以穿透式监管为抓手、数字化转型为路径、安全生产为场景，构建“三维穿透”工作体系：一

是组织穿透，通过四级联动机制，实现党对国企的全面领导，强化政治引领，确保党建与企业发展同向；二是技术穿透，运用区块链、元宇宙等技术，重构党建模式，提升精准度与吸引力，适应技术要求；三是机制穿透，建立差异化激励机制，将党建优势转化为人才创新动能，激发积极性与创造力，推动企业科技创新。

（二）行动建议
第一，政策适配方面：结合《国有企业改革深化提升行动方案（2023—2025年）》，制定科技人才党建专项规划；明确穿透式监管、数字化转型指标与考核标准，将党建成效纳入企业绩效考核，确保党建与企业发展目标结合。

第二，技术落地方面：在重点企业试点“区块链+党建”“元宇宙思政”项目，总结经验形成可复制方案。例如，借鉴长沙经开区智慧党建平台经验，推动党员数据跨企业互通，建立区域性党建数据共享平台。

第三，生态构建方面：建立“党建+科技创新+安全生产”协同机制，通过“揭榜挂帅”“党员攻关队”等形式，引导科技人才在关键领域突破。例如，中车青岛四方所党建与研发融合，研制时速600公里高速磁浮列车，为企业创新树立典范。

第四，文化培育方面：将“攀登者”精神融入企业价值观，通过举办技能竞赛、宣传典型事迹等营造“创新为荣、奋斗为本”文化氛围；定期评选“科技创新之星”“安全生产标兵”等，表彰奖励突出党员和科技人才，激发员工创新奋斗精神。（作者单位：北京城市排水集团有限责任公司）

如何抢占低空经济新赛道锻造新质生产力

■ 陈镜兆

低空经济依托于低空空域，以低空飞行活动为核心，涵盖有人驾驶及无人驾驶航空器飞行、低空智能网等技术，构成新质生产力。它以载人、载货及其他作业等多种场景的低空飞行活动为驱动力，推动低空基础设施、低空飞行器制造、低空运营服务及低空飞行保障等相关领域的融合发展，形成综合型经济形态。

成都市温江区地处成都平原腹地，地势平坦，地质构造稳定，适宜低空产业相关生产工厂和物流仓储设施建设。同时，温江区地理位置便

夯实低空经济制造基础

利，具有便捷的空域、水域和交通网络，是成都西向交通门户枢纽。此外，温江区的医药、智能制造、绿色食品等产业较为成熟，为低空经济产业发展奠定了坚实的产业基础。然而，温江区发展低空经济产业缺乏应用示范场景，适飞空域不明确、产业政策不突出、产业能级和影响力较弱的问题亟待解决。因此，通过夯实制造基础，打造示范场景，对上争取支持等措施有望提升低空经济产业的能级和影响力，形成区域经济增长亮点。

生态文化融入农村思政教育的必要性
乡村振兴不仅是经济的振兴，更是生态与文化的振兴。当前，农村发展面临资源过度开发、环境污染等问题，亟待通过思政教育引导

生态文化融入农村思政教育的实践路径探索

1.结合乡土文化，创新思政教育形式

一是制定专项政策。针对低空经济的特点和发展需求，制定一系列涵盖行业准入、市场监管、税收优惠等多方面的政策措施。二是加强资金支撑。进一步加大财政支持力度，优化资源配置，确保关键项目和基础设施建设得到充足资金保障。三是深化企业培育。瞄准“低空制造”温江的优势和行业现状，建立并动态更新重点优质市场主体培育清单，推动产业链内部各环节深度融合。

加快推动低空经济示范场景打造

一是挖掘潜力和优势，明确战略定位。进行

相关场景应用规划和效益测算。根据可行性报告的结论和建议，完善实施方案，按照时间节点推进各项任务落实。二是拓宽应用场景，释放市场需求。通过明确市场需求、政府采购等方式，引导企业结合温江特点，在沿金马河流域率先打造多元化、全方位的低空物流场景。三是鼓励企业积极参与，培育多元主体。加大市场培育力度，广泛宣传低空经济应用场景，提升社会对低空场景的认知度和参与度，扩大市场需求。

争取省市政策对低空经济发展的支持

一是积极提报应用场景。积极争取现有适飞空域的应用与优化，利用好金马河流域沿线的通道优势，拓展空域使用范围和场景应用。二是争取省市政策支持。积极争取在空域、物流、政策、基金等方面全方位支持，吸引更多的低空产业上下游企业关注和参与。三是争创省市示范先行区。加强向省市低空办协调汇报，及时总结提炼和总结温江区低空经济示范场景打造经验，争创示范先行区。

（作者单位：中共成都市温江区委党校）

生态文化融入农村思政教育的实践探索

■ 潘雪

农村思政教育应避免“说教化”，而是结合地方生态特色，采用农民喜闻乐见的方式。例如，农村思政教育应通过乡村大讲堂、生态农业示范基地、环保主题文艺演出等形式，让农民在参与中学习生态知识，在挖掘本地生态保护典型人物和故事的同时增强教育的感染力。

此外，生态文化蕴含的传统农耕智慧（如循环农业、生态种植等）也是乡村文化的重要组成部分。通过思政教育传承和弘扬这些生态智慧，既能增强农民的文化自信，又能为乡村振兴提供精神动力。

生态文化融入农村思政教育的实践路径探索

1.结合乡土文化，创新思政教育形式

二是依托新时代文明实践中心，开展生态主题活动
新时代文明实践中心是农村思政教育的重要阵地。可以组织“绿色乡村”志愿服务队，开展垃圾分类、河道清理、植树造林等活动，让

农民在实践中增强生态意识。此外，可设立“生态道德积分”制度，对积极参与环保的村民给予奖励，形成正向激励。

3.推动生态文化与产业融合，增强思政教育实效性

开展农村思政教育不能脱离生产实际。可以通过推广生态农业技术（如有机种植、生态养殖等），或者“合作社+生态农业”模式，让农民在增收的同时践行环保理念，并切身感受到生态文化的价值。

4.加强数字化传播，扩大生态文化影响力

三是深化企业培育。瞄准“低空制造”温江的优势和行业现状，建立并动态更新重点优质市场主体培育清单，推动产业链内部各环节深度融合。

3.推动生态文化与产业融合，增强思政教育实效性

开展农村思政教育不能脱离生产实际。可以通过推广生态农业技术（如有机种植、生态养殖等），或者“合作社+生态农业”模式，让农民在增收的同时践行环保理念，并切身感受到生态文化的价值。

4.加强数字化传播，扩大生态文化影响力

海峡两岸乡村振兴的历史考察与文化遗产

■ 杨成宇

言,1982年至1986年连续五年的中央“一号文件”,某地区的“稻田转作计划”“农业升级计划”等,均将农业生产扩张和产品供给作为核心要旨,事实上不免将农村文化发展让位于经济数据增长的现实需求。

具体来看,两岸乡村文化的颓势主要表现在以下三个方面。其一,文化形态保存式微。乡村戏曲、传统技术、地方语言、民居古建等乡村文化物质形态的受体与载体在近几十年来遭到冲击与损毁。其二,文化主体传承失位。在农业发展工具理性压倒价值理性的现实条件下,

仍旧坚守乡村文化的多为老者,作为未来文化传承主体的中青年力量十分薄弱。其三,文化发展路径僵化。市场观念与逐利之风的高涨致使乡村生活与文化价值的经济利益被榨取。

浙江省作为中国美丽乡村建设的重要发源地及我国唯一省部共建乡村振兴示范省,始终保持“三农”工作领跑优势,具有鲜明的理论优势、政策优势和基础支撑,是中国乡村文化建设的典型代表和缩影。一直以来,浙江省久久为功,推进“千万工程”因时流变。浙江省围绕乡村文化建设大体经历了三次迭代。一是

2003年至2010年,乡村文化建设谋篇布局的“千村示范、万村整治”阶段。二是2011年至2020年,乡村文化建设日迈月征的“千村精品、万村美丽”阶段。三是2021年以来,乡村文化建设提质增效的“千村未来、万村共富”新阶段。

与“七山二水一分田”的浙江地理环境相似,某地区多山多丘陵的地形也决定了其乡村发展与文化保育的特殊性,其乡村文化复兴之路大体也经过了三个时期。一是迷茫探索期:在20世纪下半叶出台“农业政策检讨纲要”

“加速农村建设重要措施”等政策指令。二是萌兴发展期:1991年提出“农业综合调整方案”,将农业农村单一的经济理性关注赋予人文主义关怀。三是再生繁荣期:在2008年提出“推动农村再生计划”,以“富丽新农村”为目标,通过修复历史建筑、培育在地文化产业,让乡村文化成为吸引人口回流、推动乡村可持续发展的核心动力,标志着乡村振兴从“物质改善”向“文化重生”的跨越。

（作者单位：中共浙江省委党校）

九江市农产品加工企业品牌建设路径探索

■ 王智萍 刘长兴 罗毛毛 黄菲菲 简荷琴

一、九江市农产品品牌建设的现状

九江市具有显著的先天优势。一方面,九江自然资源丰富,地处长江中下游平原,气候温和湿润,土壤肥沃,拥有鄱阳湖等优质生态环境,为农产品提供了得天独厚的生长条件。另一方面,九江历史文化深厚,是庐山文化的发源地,这些文化元素为品牌建设提供了丰富的底蕴和内涵。在自然资源与历史文化并重的九江,诞生了多个代表性农产品品牌,如庐山云雾茶、修水宁红茶、鄱阳湖大闸蟹和瑞昌山药等。这些品牌凭借独特的地域特色和优良品质在市场上具有一定的知名度,但整体品牌影响力仍局限于本地及周边地区,缺乏全国乃至国际市场的广泛认知。同时,品牌传播渠道较为单一,主要依赖传统方式,缺乏创新性和系统性推广策略。此外,品牌保护意识不足,市场上存在假冒伪劣产品,影响了品牌的声誉和进一步发展。

二、品牌建设路径的战略导向

（一）精准品牌定位

精准品牌定位是品牌建设的关键。企业需深入分析目标市场,结合自身产品特色与优势,明确品牌定位。例如,鄱阳湖大闸蟹可突出其

产地优势,定位为生态健康食品,强调其天然生长环境。通过精准定位,企业能够更好地满足消费者需求,提升品牌竞争力,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

（二）塑造品牌文化

塑造品牌文化是品牌建设的灵魂。通过挖掘九江的地域文化、历史故事和农产品特色,将文化元素融入品牌内涵,能够赋予品牌独特的个性和价值。例如,庐山云雾茶可结合庐山的自然景观与茶文化历史,打造文化茶品牌。通过文化故事讲述、文化活动举办和文化符号设计,增强品牌的文化吸引力和市场竞争力,使品牌在消费者心中留下深刻印象,提升品牌忠诚度和市场影响力。

（三）拓宽传播渠道

开拓多元传播渠道是品牌建设的抓手。线上借助社交媒体、电商平台及直播带货等新兴手段,精准触达目标客户;线下通过参与全国展会、开展品牌活动及在商超设专柜等方式,提升品牌曝光度。这种线上线下融合的传播策略,能有效传递品牌形象,增强品牌知名度与美誉度,助力品牌突破地域限制,走向更广阔的市场。

体验,增强消费者对品牌的认同感和忠诚度。

（三）深化合作联盟
企业应积极与上下游企业、电商平台、行业协会等建立深度合作联盟。通过与上游供应商合作,确保原材料品质;与电商平台合作,拓展销售渠道;与行业协会合作,共享资源,提升品牌影响力。这种合作模式不仅能实现资源共享、优势互补,还能提升品牌在市场竞争中的竞争力,推动品牌建设向更高层次发展。

四、品牌建设路径的政策赋能

品牌建设需要政策赋能。一方面,政府应加大资金扶持,设立专项基金,支持企业技术研发、品牌推广与市场拓展,为品牌建设筑牢基础。另一方面,行业协会要发挥桥梁作用,组织培训交流,整合行业资源,推动企业间合作与协同发展,增强品牌发展合力。通过政策支持与行业协同,助力企业提升品牌竞争力,推动九江农产品品牌影响力提升。

五、品牌建设路径的建议

（一）持续创新引领品牌升级
企业应加大研发投入,开发新产品、新工艺,提升产品附加值。结合市场需求,创新产品

包装与营销模式,以差异化产品满足消费者需求,引领品牌升级。

（二）数字技术赋能品牌发展

利用大数据、云计算等技术,精准定位目标客户,优化品牌推广策略。通过电商平台、社交媒体等渠道,开展线上营销活动,提升品牌知名度与影响力,推动品牌数字化转型。

（三）区域协同拓展品牌市场

加强与周边地区合作,整合资源,共同打造区域品牌。借助区域优势,拓展国内外市场,提升品牌市场占有率。通过区域协同,实现品牌资源共享、优势互补,推动品牌可持续发展。综上所述,九江市农产品加工企业需立足自身优势,精准定位、深挖文化、拓展渠道、强化保护,并借助市场与政策之力,推动品牌高质量发展。在持续创新、数字赋能与区域协同的助力下,九江市农产品品牌必将突破地域限制,实现长远发展,为九江市农业产业发展注入新动力,助推农业经济高质量发展。

该文系2025年九江市社会科学基金项目《九江市农产品加工企业品牌建设研究》,项目编号25YB184（作者单位：共青团职业技术学院）