

创新思政工作 激活国企内生动力

于辉

在新的时代背景下,数字化转型、市场化竞争、多元化思想思潮相互交织、相互碰撞,国企职工价值观念、思维方式、精神需求呈现出个性化、多元化的全新特点,对思想政治工作(以下简称“思政工作”)提出了更高标准,要求思政工作更加具有针对性、创新性、实效性。传统的单一化、套路化、被动式思政工作模式,已不能很好地适应新时代国企改革发展节奏和职工思想成长的需求。因此,探索国企思政工作的创新实践原则与路径,成为一项重要而紧迫的课题。

新时代国企思政工作创新的实践原则

第一,党建引领与企业发展融合原则。新时代国有企业思政工作创新实践要始终坚持党建引领这条根本底线,把思政工作创新融入企业改革发展全过程,防止出现脱离企业发展实际的思政工作形式化倾向。党建是国企发展的根和魂,思政工作是党建落地的主渠道,其创新优化不能只停留在形式上,而应以党的创新理论为引领,围绕国企战略发展目标、生产经营重点任务、改革攻坚核心工作开展实践创新。

第二,以人为本与精准赋能适配原则。新时代国企职工队伍结构不断优化、青年职

阅读提示

本文以新时代国企发展定位和思政工作核心使命为立足点,确定国企思政工作创新实践的核心原则,从工作载体、育人模式、保障机制三个方面提出系统化、可落地的创新实践路径,以期为破解传统思政工作路径依赖、回应新时代国企职工思想特点和企业发展需要提供参考。

工、技术骨干、基层职工、管理岗位职工的思想认知、成长需求、价值诉求存在明显差异,标准化、统一化的思政教育模式难以满足各个群体的思想培育需求。这就要求思政工作创新要立足职工个体差异,聚焦职工思想困惑、职业成长、精神文化等各方面需要,精准对接不同岗位、不同年龄段职工的认识特点,开展分层分类的思想引导和价值培育工作,筑牢职工的思想信念根基,解决职工思想层面、工作层面的实际问题,以精准化思政赋能凝聚人心、温暖人心、振奋人心,使思政工作接地气、合民心。

新时代国企思政工作创新的实践路径

第一,创新思政工作载体,构建数字化育人新场景。依靠数字化技术革新思政工作载体,成为新时代国有企业思政工作创新发展的重要途径,可以有效冲破传统线下思政工作时空受限、形式单一的局面。传统国企思政工作大多依靠线下会议、集中宣讲、纸质宣传等方式进行,传播感染力弱,覆盖

面小,不能适应新时代职工碎片化、轻量化的学习认知习惯。在新的时代背景下,国企可以利用新媒体、数字化平台创建多元化的思政育人场景,把党的创新理论、企业发展理念、先进典型事迹、职业素养培育等思政内容转化为可视化、通俗化、生动化的传播内容,使思政教育摆脱时间、空间的限制。

第二,优化思政育人模式,推动思政工作深度落地。革新固化育人模式、深化思政工作内涵,是提高新时代国企思政工作实效性的关键举措,可以有效摆脱浅层化、形式化的思政工作弊端。以往国企思政工作大多采用理论灌输、集中学习的方式,内容同职工岗位实践、企业发展实际相脱离,造成思政育人流于形式,不能深入人心。新时代思政工作创新要立足企业经营实践和职工岗位场景,创建理论育人、实践育人、文化育人的多元育人模式,把思政工作融入生产经营、岗位攻坚、志愿服务、团队建设等各类实践活动中。

第三,健全长效保障机制,夯实思政创新发展根基。完善系统化、常态化的保障机

声乐课程智能化改革的校企协同路径

韩京讯

人工智能加速进入教育教学、文化生产和内容传播领域,为高校声乐课程改革提供了新的技术条件。声乐课程不仅承担演唱技能训练任务,也在传承中华优秀传统文化、增进文化认同、铸牢中华民族共同体意识方面具有独特优势。但从教学实践看,一些课程仍存在曲目资源分散、文化阐释不深、教学方式较为单一等问题;部分高校引入人工智能,也多停留在软件使用、音频生成和课堂演示层面,尚未形成稳定的资源建设、教学实施和成果转化机制。反观市场端,科技企业手握成熟的技术平台、专业研发人才与多元传播场景,却缺少扎根声乐课堂的教学内容与育人实践载体。推动校企双方优势互补,有助于把技术创新转化为育人效能,构建课堂教学、艺术实践与社会服务相衔接的协同育人格局。

推动企业由工具提供者转向协同育人参与者

校企协同不是简单地购买软件、添置设备或邀请企业人员开展一次性讲座,而是学校与企业围绕育人目标,在资源配置、项目设计和成果评价上实现深度协同。高校熟悉课程规律,具有曲目研究、文化阐释、艺术指导和价值判断优势;企业则能够提供智能分析、音频处理、数字资源管理、专业制作和融媒体传播支持。双方应从“学校提出需求、企业提供产品”的单向供给,转向目标共商、资源共建、项目共创、成果共享的深度合作。

阅读提示

本文立足人工智能加速融入教育教学的时代背景,探讨高校声乐课程如何通过校企协同,将技术平台、专业人才与传播场景转化为育人资源,从资源共建、课堂创作、成果转化到机制保障,构建铸牢中华民族共同体意识协同育人体系。

在这一过程中,学校必须掌握育人方向和内容审核权。企业参与不是把课堂变成产品营销场,也不是将文化教育外包给算法,而是以技术和行业能力弥补高校在平台建设、内容生产和传播应用方面的不足。企业也可以通过教学应用获得真实场景反馈,积累适配教育需求的内容资源,发现兼具艺术素养、文化理解和数字能力的复合型人才,并在服务公共文化建设中履行社会责任。由此,校企合作才能由短期资源交换转向长期价值共创。

打通资源建设、课堂创作与成果转化全链条

校企双方首先应共建多民族声乐数字资源。高校可系统梳理中国古典艺术歌曲、民歌改编曲、少数民族声乐作品、民族融合题材作品和红色歌曲,从歌词主题、文化意象、音乐风格、历史背景和育人价值等维度进行分类。技术企业可提供数字化采集、智能标注、音频分析和平台维护支持,音乐制作及版权服务企业协助处理录音版本、乐谱授权和传播使用等问题。对人工智能生成的标签、解读和推荐结果,应由教师及相关专家复核,防止对民族音乐风格和文化内涵作表层化、模式化解释,使资源库既便于使用,又保持专业性和准确性。

其次,应围绕真实项目共同开发教学内容。学校可以把铸牢中华民族共同体意识教育要求转化为声乐作品解读、歌词创作、旋律生成、伴奏编配和舞台呈现等具体任务,由教师确定文化主题与艺术标准,企业技术人员讲解工作原理和制作流程,学生在双方指导下完成创编。教学流程可由原来的“教师示范、学生模仿”拓展为“主题确定、智能辅助、人工校验、专业精修、展演评价”。

再次,应共同拓展成果转化和社会服务场景。高校课堂形成的新创歌曲、智能伴奏、示范音频和教学案例,可在完成专业审核后,由音乐制作企业提升制作质量,依托文化传媒企业开发微课程、短视频和数字展演内容,并与文旅演艺、公共文化服务等机构合作,进入校园艺术活动、中小学美育课堂、社区文化活动和地方节庆展演。通过“课堂创作—专业制作—舞台展示—社会传播”这一链条,使教学成果从校内作业转化为可观、可赏、可传播的文化产品,也为企业参与优质文化内容生产提供稳定来源。

完善权责清晰、风险可控的协同机制

校企协同越深入,越要明确价值、版权、数据和评价边界。学校应建立作品选题、AI

制,是新时代国有企业思政工作创新实践不断推进、持续落地的有力支撑,可以为思政工作创新赋予制度、人才、资源全方位的保障。思政工作创新不是一时的表面变化,而是一项需要长期坚持、不断改进的系统工程,完善的保障机制可以防止思政创新工作出现碎片化、短期化的现象。国有企业要根据新时代的发展要求,完善思政工作制度,明确各个部门、各个岗位的思政工作职责,形成党委统一领导、部门协同联动、全员参与的思政工作格局,打破单一部门负责思政工作的固定模式。同时,组建专业化思政工作队伍,加强思政工作人员新时代理论素养、创新能力、沟通能力的培养,打造适应数字化、精准化思政工作的专业团队。

思政工作是新时代国有企业夯实发展根基、汇聚发展动力、推进高质量发展的关键法宝。在国企深化改革持续深入、转型升级深入推进的背景下,思政工作创新优化有着不可替代的重大意义。新时代国有企业思政工作创新发展要始终坚持党建引领融合、以人为本的实践原则,立足时代发展背景和企业发展实际,从载体创新、模式优化、机制完善等方面不断推进,打破传统思政工作固化思维和形式主义的弊端,为国企高质量发展提供坚实的思想保障和精神动力。

(作者单位:莱芜水利投资发展集团有限公司)

生成、艺术加工和公开传播的分级审核机制,把历史真实性、文化尊重和价值导向置于技术效果之前。对于师生演唱音频、个人声纹和作品文件,要明确采集范围、使用期限和授权方式,防止未经同意用于模型训练、声音克隆或商业传播。对于校企共同创作的歌词、旋律、伴奏及数字作品,应通过协议明确署名权、使用权、收益分配和责任承担,避免成果转化中的知识产权争议。

同时,应建立兼顾育人与应用的评价体系。学校重点评价学生的文化理解、艺术表达和价值认同,企业可从技术规范、制作质量、传播适配和团队协作等方面提出意见,但不能以点击量、商业价值替代育人成效。双方还可通过联合工作室、企业导师、实践基地、年度创作项目和成果展演等方式形成常态合作,并根据师生反馈和社会效果持续完善课程资源。

人工智能赋能高校声乐课程,关键不在于使用了多少新工具,而在于能否形成服务育人目标的协同机制。坚持高校主导、企业协同、师生参与和规范治理,推动教育资源、技术能力与文化传播场景有效衔接,才能使学生在“唱、听、创、演”中理解中华文化多元一体格局,让校企合作真正成为铸牢中华民族共同体意识、提升人才培养质量和服务社会建设的重要力量。

[作者单位:宁夏师范大学音乐舞蹈学院;本文系宁夏师范大学校级科研项目高层次人才引进专项“人工智能赋能高校声乐课程铸牢中华民族共同体意识的路径与实证研究”(项目编号:NXNUG2026123)的阶段性成果]

以标准化推动大健康品牌信用体系建设

阅读提示

本文立足大健康产业从规模扩张转向质量竞争的现实背景,提出品牌信用正在成为产业发展的必要基础设施,并围绕标准化建设,探讨如何将企业承诺转化为可验证的信用证据,推动大健康产业走向以质量、信用和长期价值为核心的高质量发展路径。

赵庆云

大健康产业正从规模扩张进入质量竞争新阶段,品牌信用日益成为影响产业高质量发展的基础性问题。然而,品牌信用不能停留在宣传和知名度层面,真正具有产业价值的信用,应建立在稳定质量、规范服务、真实信息和持续履约之上。标准化恰恰能将抽象要求转化为可执行、可检验的制度规则。因此,大健康产业推进标准化建设,需从解决“产品含不合格”的基础问题,从而进入“品牌是否可信”的价值层面。

底层逻辑:品牌信用是大健康市场的核心基础设施

健康消费具有较强的专业信息属性。普通消费者很难依靠一次购买判断产品原料、生产工艺、技术能力、服务过程和长期效果,这使大健康市场天然面临较高的信任成本。当消费者无法准确识别质量差异时,容易出现两种结果:一类是过度依赖广告、流量和概念进行选择;另一类是因为难以判断而降低消费意愿。对规范经营的企业来说,如果优质产品与一般产品在市场端缺少有效区分,也可能造成“高质量投入难以获得相应回报”的困境。

信用本质上是一种稳定预期。消费者相信一个品牌,不只是因为看过广告,而是在长期交易中形成了对质量、服务和责任的稳定判断。从经济运行角度看,品牌信用能够降低搜寻成本、沟通成本和交易成本;从产业发展角度看,则能够推动市场资源向质量稳定、经营规范、长期守信的企业集中。因此,大健康产业建设品牌信用体系,实际上是在建设一种市场基础设施。信用水平越高,消费者越敢消费,优质企业越愿意长期投入,行业资源配置效率也就越高。

核心赋能:以标准化构建品牌信用闭环体系

大健康行业推进标准化建设,其关键价值在于实现从“企业自我表达”向“市场客观验证”的转变。企业宣称原料优质,应有相应的原料标准予以支撑;企业宣称工艺稳定,应有明确的生产规范加以约束;企业宣称服务专业,应有完善的服务流程作为依据;企业承诺售后保障,应有清晰的责任机制确保落实。对于消费者难以直接判断的内容,通过标准将其转化为可检验的信息,品牌信用由此获得可靠基础。

因此,品牌信用体系的关键可以概括为六个环节:可定义、可验证、可追溯、可评价、可纠偏、可兑现。“可定义”,解决什么叫优质的问题;“可验证”,解决企业是否真正达到要求的问题;“可追溯”,解决产品和服务出现问题后能否找到责任主体的问题;“可评价”,解决信用表现怎样形成长期记录的问题;“可纠偏”,解决出现失误后如何整改的问题;“可兑现”,则要求企业真正承担承诺对应的责任。这六个环节形成闭环,标准就不再是一份静态文件,而会转化为企业长期经营的信用记录。

对于大健康企业而言,这种转变尤其重要。过去一些企业把标准化理解为取得资质、通过检查、满足市场准入要求。进入高质量发展阶段后,标准还应成为品牌经营工具。企业执行标准的每一次记录,实际上都在积累品牌信用;质量稳定、服务规范、信息真实、投诉处理及时,都可以沉淀为品牌的长期资产。

路径升级:全链条标准体系夯实产业信用根基

当前,大健康产业标准化仍存在一个突出问题,即部分标准集中于产品端,对服务过程、品牌责任和消费体验关注不足。健康消费已经从单纯购买商品延伸到“产品+服务+体验”。一款产品是否值得长期信任,消费者既关注生产质量,也关注宣传是否真实、使用说明是否清楚、售后渠道是否畅通,企业出现问题时是否负责。企业应围绕原料采购、生产制造、产品检测、市场宣传、渠道销售、售后服务、投诉处理、信息披露建立连续标准,使消费者看到的不只是一个最终产品,还能够看到产品背后的责任链条。

标准的先进程度固然重要,执行的真实程度更值得重视。未来衡量一个大健康品牌的信用水平,可以减少对奖牌、称号和短期曝光的依赖,把质量稳定率、履约记录、投诉处理、信息透明度、消费者长期评价等纳入信用观察,使品牌价值建立在持续诚信经营行为之上。

价值转化:激活信用资产助推产业长效发展

如果企业提高质量需要增加成本,坚持真实宣传会减少短期流量,建立完善售后服务又需要持续投入,而市场无法识别这种差异,企业进行长期信用建设的动力就会受到影响。因此,品牌信用体系需要形成“信用有价值”的市场机制。一方面,可以推动信用评价与市场占有率、平台推荐、行业评价、金融服务等场景建立合理连接,让长期守信企业获得更加稳定的发展机会。另一方面,应提高信用信息透明度,让消费者能够用更低成本识别企业质量和服务水平。

对于大健康企业来说,品牌最大的“护城河”最终仍然是消费者的长期信任。产品可以模仿,营销方式可以复制,真正经过多年经营形成的信用记录却很难在短时间内复制。

大健康产业高质量发展,需要从追求“有没有产品”,进阶到思考“有没有好产品”,再进一步升维,审视“有没有值得长期信赖的品牌”。其中标准化承担着重要的转换功能。未来的大健康产业,应当逐步形成以标准定义品质、以质量支撑品牌、以信用连接市场的发展机制。当标准成为企业经营的共同语言,信用成为消费者选择的重要依据,品牌竞争也就从流量竞争、概念竞争走向质量竞争与长期价值竞争。由此形成的市场秩序,才是大健康产业走向高质量发展的坚实基础。

(作者系中国中医药信息学会中医药原创技术分会副会长)

抓实党风廉政建设 筑牢国企发展根基

李濛柯

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础,其发展质量直接关系到国家治理效能。党风廉政建设不仅是从严治党的现实需要,更是国有企业降低治理成本、提升核心竞争力、巩固党的执政基础的内在要求。当前,国企党风廉政建设与廉洁治理形势依然严峻复杂,必须把握其内在逻辑,以系统观念破解实践“梗阻”,真正以党风廉政政策筑牢国企发展根基。

理论逻辑:廉洁优势何以转化为发展优势

廉政建设赋能国企发展的理论逻辑,不在于外部的、附加的反腐任务,而在于将廉洁文化、制度约束、监督执纪等治理要素深度融合入企业治理与生产经营全过程,通过“软文化”与“硬治理”的深度融合,实现从廉洁优势向发展优势的转化。

制度约束与监督执纪作为正式制度,通过规则设定与惩戒威慑划定行为边界,保障执行刚性。廉洁文化作为非正式制度,通过价值认同与行为内化塑造组织成员的行动偏好,降低协调与监督成本。制度与文化二者并非平行作用,而是在融入企业战略决策、资源配置、运营管理等具体环节的过程中,形成企业自身的廉洁治理优势。

阅读提示

本文围绕国企党风廉政建设,从理论逻辑、现实问题与实践路径三个层面展开分析,探讨如何将廉洁优势转化为发展优势,以系统观念推动责任、监督、教育、制度协同发力,为国企高质量发展筑牢根基。

因此,党风廉政建设不再是外在于生产经营的“附加成本”,而是内嵌于企业价值链的“增值要素”,持续将廉洁的制度优势、文化优势转化为企业的核心竞争力和发展动能。

现实审视:深层结构性问题依然存在

当前,国企党风廉政建设取得明显成效,但一些深层次结构性问题依然存在。

一是责任传导弱化。监督压力从集团本部向二、三级企业传导层层衰减,基层监督存在覆盖不足、穿透力不够的困境,发现问题层次化、整改措施单一化、监督效能逐级递减。二是权力监督的结构性困境。“一把手”权力较为集中,集体决策机制有时难以充分发挥,班子成员因地位依附监督主动性不足,监督底气不够;利益冲突和关联交易手段日趋隐蔽,相关问题混迹于正常业务,传统监督方式难以穿透信息迷雾。三是廉政教育与经营实践“两张皮”。会议式、文件式教育多,案例剖析与场景化教育少,教育内容“上下一般粗”,缺乏针对性与

实效性,廉洁文化“有阵地无内核”,难以内化为行动自觉。

实践路径:坚持系统观念推动多维协同

筑牢国企发展根基,必须坚持系统观念,推动责任、监督、教育、制度协同发力。第一,贯通责任链条,破解传导衰减。构建“明责、督责、问责”闭环体系,制定党委主体责任、纪委监督责任和班子成员“一岗双责”量化清单,将廉洁从业指标纳入绩效考核。探索责任传导的模型网络,以约束性绩效压力倒逼各级责任主体履职尽责,形成纵向贯通、横向协同的责任网络。

第二,强化纪业联动,推动监督向业务全领域拓展。应创新业务链与监督链的融合模式,将廉洁条款嵌入合同签订、供应商管理、项目执行等关键节点,依托数字化平台实现全过程动态监控与风险预警。建立监督联席会议制度,整合纪检、审计、巡察和法务等力量,形成新型监督模型,提升监督的穿透力和协同性。