

基于 SWOT 的南京市生态环境局 党建品牌创建实践与探索

南京市生态环境局课题组

党的二十大报告指出，“全党必须牢记，全面从严治党永远在路上，党的自我革命永远在路上，决不能有松劲歇脚、疲劳厌战的情绪，必须持之以恒推进全面从严治党，深入推进新时代党的建设新的伟大工程，以党的自我革命引领社会革命。”南京市生态环境局坚决落实新时代党的建设总要求，将党建工作引入品牌理念，借鉴品牌的管理思想、服务意识、质量标准，实施局系统党建品牌战略，将有力推动局系统党建工作创新发展，有效提高局系统党建工作科学化水平，有力提升局系统党的建设质量具有重要的理论与实践意义。

一、党建品牌的发展现状

2021 年，南京市生态环境局在吸收借鉴其他单位党建品牌创建的基础上，抓住品牌管理理念、服务人民意识和工作质量标准等要点，结合局系统党建工作特点，紧紧围绕治污攻坚，以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为目标，以统揽党建工作建设为载体，创建了“党旗护绿 生态惠民”党建总品牌带 14 个子品牌的体系，通过实施“领航带学”“政治体检”“清单管理”“内核营造”，立起党建工作的 4 根支柱，支撑党建和业务一体推进的“中心梁”，用“4+1”的方式推动党建与业务工作深度融合，互促共进。

一是融入融合赋能生态环境治理。以品牌创建，放大党建引领效应，找准党建工作的切入点，科学优化顶层设计，不断赋予其新的内涵，以全新的融合理念、工作模式推动党建工作实现新突破、迈上新台阶。各基层党组织积极顺应新时代党的建设总要求，坚持正确政治方向，强党建品牌建设，为生态环境治理提供新动能。“十四五”期间，南京市空气质量创有监测记录以来最好水平（PM_{2.5}浓度从2013年78微克/立方米下降至2021年29微克/立方米，降幅62.8%，2019年起连续两年优于国家二级标准）；水环境质量连续3年保持全省最优（42个国省考断面水质优良比例均保持100%）；生态环境信访投诉量从2017年的3.9万件下降至2021年的1.13万件，降幅达71%，南京绿色品牌形象实现新的提升。

二是融入融合打造坚强战斗堡垒。在不断加快党建品牌创建，夯实基层战斗堡垒，坚持强基固本的同时，创新党建工作方法，深入研究新形势下党建工作新情况、新问题，为基层党建工作注入了活力、丰富了载体、拓展了渠道，取得了实效。加强省、市、区三级党建“共学共建”，坚持以“党建红”引领“生态绿”，按照“一局一品牌”开展了党建品牌创建，创成了“亲清政企”党建联盟、江宁局“点绿成金”、秦淮局“绿色生活”、六合局“茉莉花开、红映两山”、高淳局“绿盾卫士”等党建品牌。

三是融入融合焕发全新活力。以党建品牌创建，推进党建工作做深做实，促进治污攻坚的同步提升。各级党组织将党建工作目标任务与单位中心工作紧密结合，将党建工作融入单位管理的各个环节，构建了从“虚”到“实”，从“大而全”到“全而精”的运行模式，使党建工作

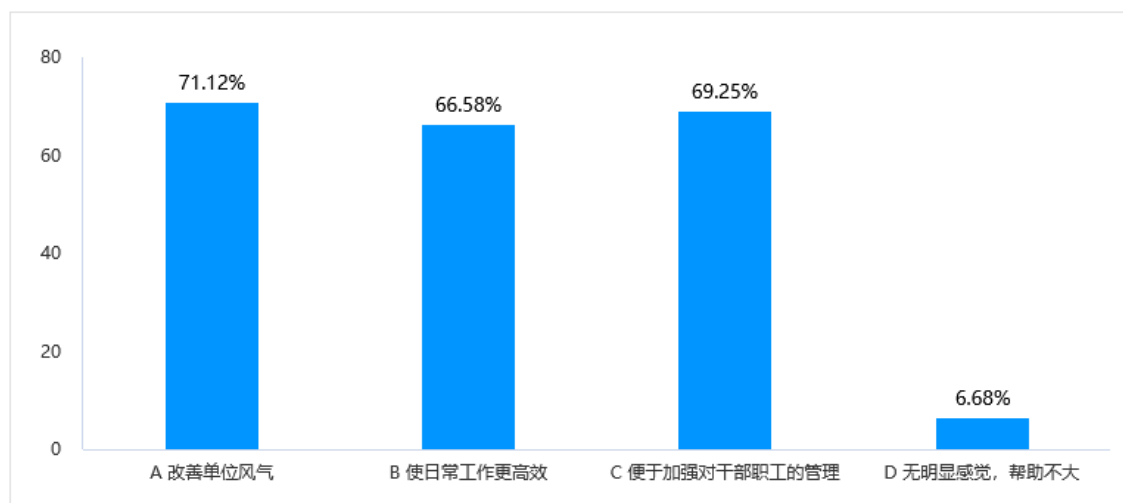
更接地气，更有实效。推行的党组会第一议题学习制度，做到“逢会必学”；制定《领导干部政治体检表》和《普通党员政治体检表》，每年开展一次政治体检；开展党员先锋行动，做到应急任务党员先行；一系列活动得到广大党员普遍认可，取得了较好效应。

二、党建品牌的 SWOT 分析

SWOT 分析法又称为态势分析法，运用该分析法可以从中找出对自己有利的、值得发扬的因素，以及对自己不利的、要避免的东西，发现存在的问题，找出解决办法，并明确以后的发展方向。为了确保分析准确，面向局系统党员干部发放电子问卷 400 份，总计收回答卷 374 份，有效答题率 93.5%。

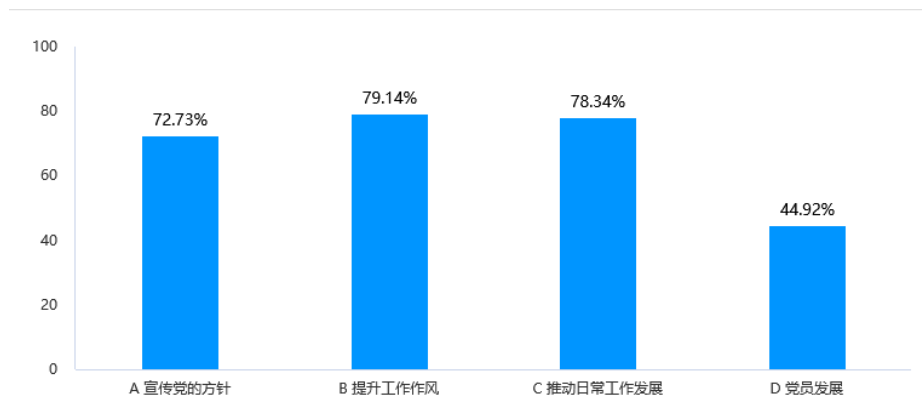
（一）党建品牌建设的内部优势

1.党建品牌是提升党的建设管理效率的有效载体。习近平总书记指出，“以科学方法推进党的建设，最根本的是既要继承和发展党在长期实践中积累的党的建设成功方法，又要积极探索运用现代化科学方法”。调研显示，在问及党建品牌建设对单位管理有哪些改善和帮助时，“改善单位风气”“使日常工作更高效”“便于加强对干部职工的管理”分别占



71.12%、66.58%、69.25%，意味着超过 50%的以上的同志认为党建品牌建设有利于凝聚协同局系统党建力量，有利于激发鼓舞局系统党组织战斗力，有利于局系统党建工作持续创新，日常管理更加优质高效。

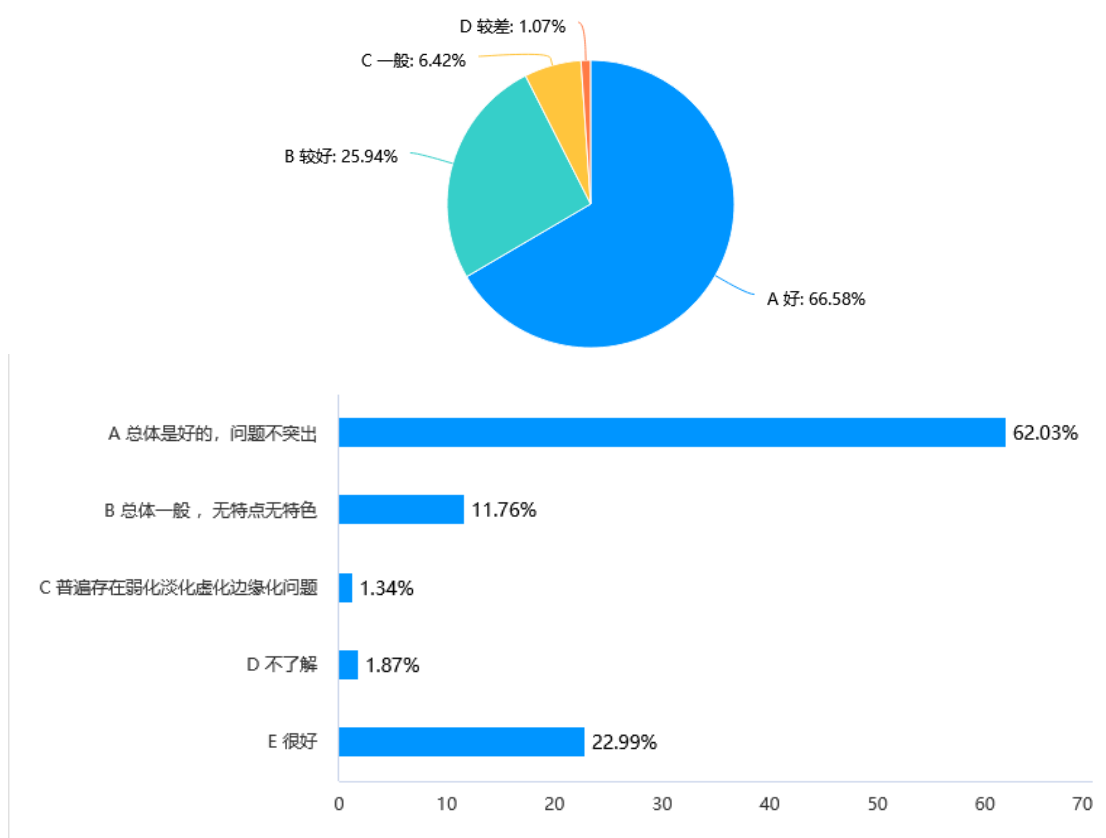
2.党建品牌是提升局系统党的建设服务优质的有效途径。品牌意味着一流服务，一流服务的关键是得到管理服务对象的认可与赞同，而服务广大人民群众，为人民创造最普惠的生态福祉正是局系统党建工作的根本宗旨。在问及“党建工作重点应在于哪方面”时，79.14%认为应该侧重于提升工作作风，78.34%认为应该推动日常工作。因此，局系统党建品牌建设过程就是深入打好污染防治攻坚战，进一步激发党员干部的斗志，进一步细化党建工作内容，进一步创新服务方式方法，进一步提升党建工作针对性、实效性的过程。其结果就是将过去枯燥单一的党建工作生活化、形象化，树立局系统党建工作“接地气、亲民众、干实事”的良好形象。



3.党建品牌是提升局系统党的建设质量上乘的有效举措。品牌意味着质量一流，高品质是局系统党建品牌的内在要求和工作源泉。局系统党建品牌有利于强化局系统党组织精益求精的质量意识，有利于提升局系统党组织锐意进取的攻坚克难能力，有利于增强局系统党组织

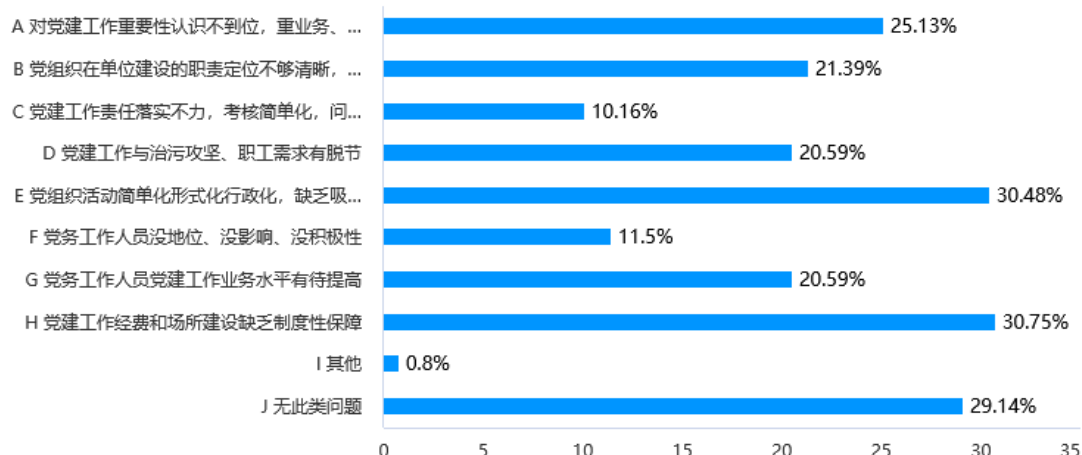
深入打好污染防治攻坚战本领。问卷显示，在问及“党组织在治污攻坚一线的评价”时，“好”占了 66.58%，“较好”占了 25.94%。这说明，只有牢牢抓住主责主业，密切关注企业群众的生态需求，才能赢得局系统内部以及社会的广泛认同与充分信任，才能扩大局系统党建工作的感召力与凝聚力，党建品牌质量才算实至名归。

（二）党建品牌建设的内部劣势



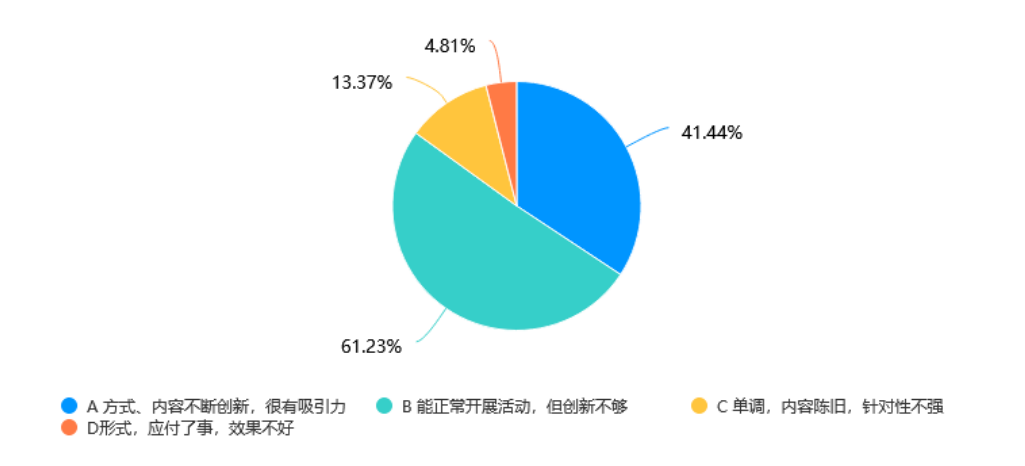
1.党建品牌内涵特质还不突出。局系统党建品牌必须结合生态文明建设内涵特质来展开，实现新时代中国特色社会主义思想党建工作特色资源的品牌化。问卷调查显示，在问及“你对局党建品牌”总体看法时，“总体是好的，问题不突出”占 62.03%，“很好”才占 22.9%，“总体一般，无特点无特色”有 11.76%。说明局系统党建工作内涵特质的“切入点”和“着力点”，没有完全遵循品牌建设规律，以至于闪光点还不够突出。

2.党建品牌的支撑力度还不够强。培育党建品牌的最终目的在于扩大党建工作在广大干部职工的吸引力和感召力，通过精品样板的示范推广，发挥党建品牌的榜样引领作用。然而，在问及党建工作存在问及原因时，有30.75%的同志认为经费和场地缺乏制度性保障，有30.48%的同志认为党组织活动简单化和行政化，还有21.39%的同志认为党组织在单位建设中定位不够清晰。凡品多、精品少，有形者多、有神者少，组织者激情高涨、参与者没精打采，党建品牌还没有得到广大干部职工的深度认可和真正响应。



3.党建品牌的价值引领还不鲜明。“品牌最持久的含义是其价值、文化和个性。”局系统党建品牌的价值引领在于通过党建品牌建设，学习贯彻党的路线方针政策，彰显社会主义核心价值观，以广大干部职工喜闻乐见的学习教育模式，营造良好的党建文化氛围，培育深度底蕴的铁军文化内涵，进而推动局系统党建工作向高层次、高水平发展。然而，在问及“党组织活动开展状况”时，“方式、内容不断创新，很有吸引力”才占41.44%，“能正常开展活动，但创新不够”的占61.23%，“单

调，内容陈旧，针对性不强”占 13.37%。我们认为，党建品牌不是“跟风从众”的党建活动，不是“眼球效应”的主题教育，而是在局系统发展中发挥引领主流价值作用，激励党员干部投身到建设美丽南京之中。



（三）党建品牌建设的外部机会

1.即将掀起学习贯彻二十大的热潮。中国共产党第二十次全国代表大会，是在全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会。认真学习宣传贯彻党的二十大精神是当前和今后一个时期全党全国的首要政治任务。党建品牌要有所建树，必须准确领会把握二十大精神的思想精髓、核心要义，切实把思想统一到二十大精神上来，把智慧和力量凝聚到落实二十大确定的各项任务上来，凝神聚气、真抓实干，为全面建设社会主义现代化典范城市做出南京生态环境新的更大贡献。

2.人民群众对美好的生态环境更加期待。习近平总书记指出，“生态环境是关系党的使命宗旨的重大政治问题，也是关系民生的重大社会问题。”随着我国社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要

和不平衡不充分的发展之间的矛盾，人民群众对优美生态环境需要已经成为这一矛盾的重要方面。不断满足人民日益增长的优美生态环境需要，是习近平生态文明思想的重要内容，也是我们党的奋斗目标和执政使命所在。中国特色社会主义进入新时代，我们既要创造更多物质财富和精神财富以满足人民群众日益增长的美好生活需要，也要提供更多优质生态产品以满足人民群众日益增长的优美生态环境需要，说到底就是要建设人与自然和谐共生的现代化国家。

3.全面从严治党更加深入。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央以刀刃向内的勇气向党内顽瘴痼疾开刀，以雷霆万钧之势推进全面从严治党，清除了党内存在的严重隐患，化解了党面临的严重政治风险，正本清源、拨正船头，保证全党沿着正确航向前进。十年磨一剑，全面从严治党“态度不能变、决心不能减、尺度不能松”，释放了步步从严的强烈信号；党的二十大报告再次强调，要坚定不移全面从严治党，深入推进新时代党的建设新的伟大工程，彰显了以习近平同志为核心的党中央以伟大自我革命引领伟大社会革命的坚定决心、顽强意志与战略定力。

（四）党建品牌建设的外部风险

1.网络社会思潮风险暗流涌动。大数据时代的来临，收集储存数据变得越来越简单，万事万物均可用数据来分析描述。尤其是当前网络上的个人主义、历史虚无主义、民主社会主义和新自由主义等社会思潮，以各种花哨的理念来吸引人民的眼球，迷惑广大干部职工价值判断能力。这些网络社会思潮本质上是反对中国共产党领导，否定中国

特色社会主义制度的非主流意识形态，对我国社会主义核心价值体系等主流意识形态构成严重威胁。

2.廉政风险持续存在。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央，以强烈的历史担当、顽强的意志品质，以“刮骨疗毒、壮士断腕”的决心勇气，“打虎、拍蝇、猎狐”，铁腕反腐，党风政风为之一新，但请吃、送礼、说情等不良风气仍然存在，部分人甚至把请吃、送礼、说情当作是公关的主要方式。权力越大，诱惑越大。生态环境保护工作作为当前社会热点，监管对象种类较多，既有商家、也有企业家，尤其是涉及违法排污、违法用地的案件，处罚金额较为巨大，很容易诱发腐败的发生。与此同时，中华民族自古讲究情义，人情关系十分微妙，如果干部职工思想不够坚定，很容易步入腐败的境地。

3.生态安全风险依然存在。习近平总书记告诫我们，“各种矛盾风险挑战源、各类矛盾风险挑战点是相互交织、相互作用的。如果防范不及、应对不力，就会传导、叠加、演变、升级。”由于社会发展有一定的规律，过去投入使用的生产体系，在经过十多年到几十年的运行之后，发生生产事故进而导致环境污染事故的概率是显著上升的，即使加强预防和更新，风险仍很高。中国目前正在运行的经济体系，包括各种设备和设施等，都是在过去二三十年间建成投产的，目前，全市共有危化品企业 2921 家，危险废物产生量从 2019 年的 79.6 万吨增至 2021 年的 83.9 万吨，全流程监管难度较大，环境风险隐患依然较多。

（五）党建品牌的 SWOT 分析

根据 SWOT 分析法，我们评价局系统党建品牌可以用函数公式来表示： $BPCB=F(S, W)+Q(O, T)$ 。在函数公式中局系统党建品牌用 BPCB （the Brand of the Party Construction in Bureau）来代表，函数用 F, Q 来代表，优势（Strength）、劣势（Weakness）、机会（Opportunity）、威胁（Threat）分别用它们英语单词的首字母“S”“W”“O”“T”来代表。

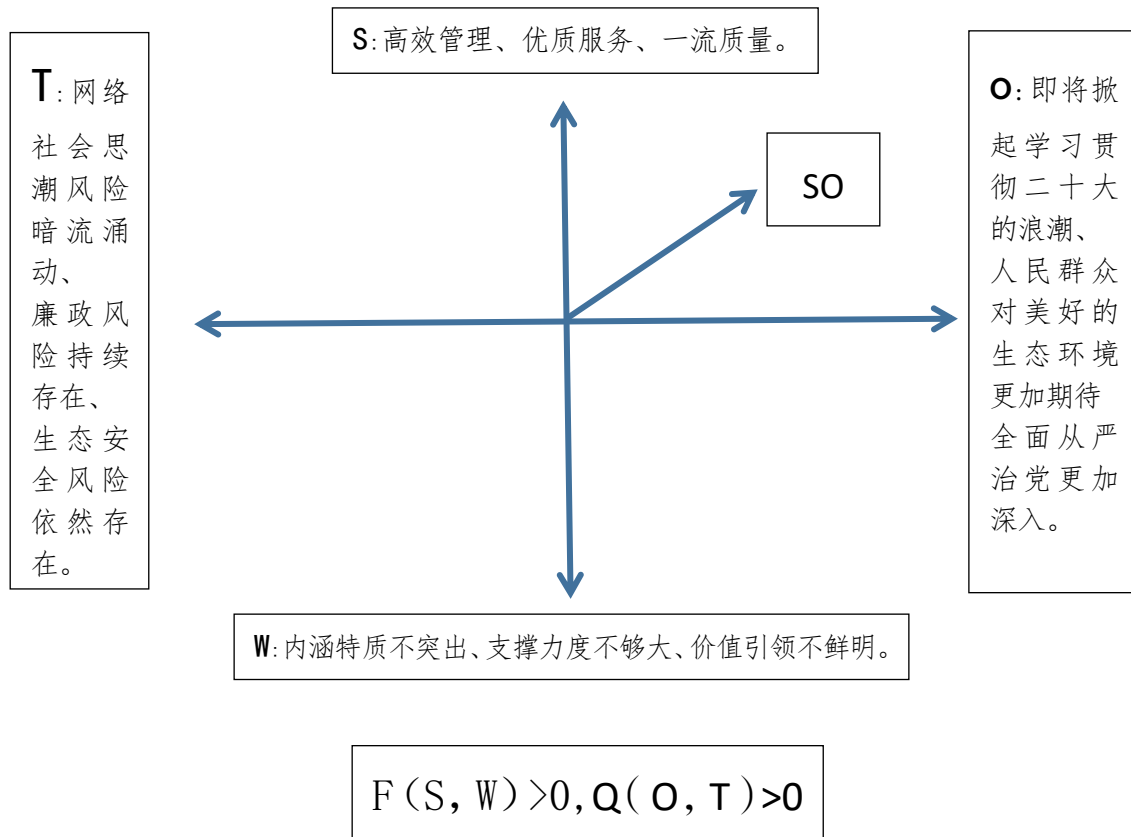
通过内部结构分析，可以清楚地看到，为了持续深入打好污染防治攻坚战，南京市生态环境局坚持立足党建主责主业，推进党建任务落实，提升党建工作水平，始终把党建作为提升治污攻坚能力的重要抓手，全面贯彻习近平生态文明思想，落实减污降碳协同增效，努力推动生态环境治理，奋力开创绿色发展新局面，培育和形成了党员和生态文明共建共享共荣的党建特色品牌，单位呈现出蓬勃进取、昂扬向上的发展势头。由此可见，局系统党建品牌的内部优势是全体党员干部共同努力奋斗，共同积极拼搏，发扬特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献的生态铁军作风，在治污攻坚实践中取得实实在在的成效。从劣势上看，局系统党建品牌存在的内涵特质不突出、支撑力度不够大、价值引领不鲜明，这些问题都是局系统党建品牌初始阶段，党员干部对品牌理念理解运用不深不透造成的。只要局系统党务工作者认真学习研究党建品牌的成功经验，找准党建工作与品牌建设的切合点，就一定能够解决上述缺点与不足。综合分析：局系统党建品牌在内部环境上优势大于劣势，整体处于优势。即： $F(S, W)>0$ 。

通过外部环境分析，我们可以看到，党建工作不仅仅是局系统内部发展的问题，而是关系到南京市生态环境质量改善成效，是深入打好污染防治攻坚战的重大政治任务和战略工程。新年来，在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，局系统把党建工作摆在更加突出的位置，切实把党员组织起来、人才凝聚起来、群众动员起来，做到抓业务必须抓党建、管工作必须管思想，实现管工作与管人、管思想、管作风、管安全、管教育的“六统一”，激活了党的“神经末梢”，畅通了党组织的“毛细血管”，实现了基层组织建设的全面进步、全面过硬。虽然，在思想政治建设方面，我们依然面临网络社会思潮和廉政风险的威胁，但随着党的二十大的胜利召开，局系统将以更饱满的精神状态，更强有力的姿态解决困境。综合研判：局系统党建品牌在外部环境方面发展机会大于外部威胁，整体处于战略发展上升期。即： $Q(O, T) > 0$ 。

综上所述，党建品牌在局系统党的建设战略选择上处于第一象限，即处于增长型战略，应该进一步加快发展步伐。如下图所示。

三、局系统党建品牌建设的现实思考

（一）突出理论引领，联学共聚思想合力，增强支部学习吸引力。习近平总书记强调，基层党组织是贯彻落实党中央决策部署的“最后一公里”，要坚持大抓基层的鲜明导向。一是统筹党的政治建设。政治建设是党的根本性建设，必须统领创牌工作。政治建设的核心是落实“两个维护”，局系统党组织开展创牌工作必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚决贯彻



落实党的二十大精神，努力推进机关治理体系和治理能力现代化。二是统筹业务中心工作。围绕业务中心工作开展创牌工作，引导各级党组织立足岗位争优创先、争创佳绩，为深入打好污染防治攻坚战、开启建设社会主义现代化国家新征程提供坚实的政治基础和组织保障。三是统筹系统党建全局。站在局系统党建全局角度思考创牌工作的政治意义，既要考虑创牌对治污攻坚的能动作用，又要重视创牌在党的自身建设方面的积极作用，坚持把创牌融入党建的各个环节，以创牌为契机，引导各级党组织加强自我革命，不断自我净化、自我完善、自我革新、自我提高。四是统筹创牌工作各方面。创牌是项系统工程，包含策划、实施、检查指导和督促落实等多个环节，各个环节相互渗透、联系紧密，缺

失任何一环，都会对创牌整体产生负面作用。局机关党委、各单位领导班子和“一把手”、基层党组织以及党员干部既是创牌工作参与者，又是创牌工作责任方，要在各个环节密切配合，形成合力，以高质量的创牌工作打造高品质的党建品牌，为建设美丽南京注入强大的政治动能。

（二）突出帮带指导，联创共谋支部发展，提升基层党建工作水平。要根据党章和《中国共产党党和国家机关基层组织工作条例》赋予的机关党建权力和责任，切实加强对创牌工作的指导和督促。一是要做好解读。要给基层党组织讲为什么抓创牌、怎么抓创牌，重点在于讲清创牌工作的意义，提出工作要求；要为党员干部讲需要“做什么”、“怎么做”，重点要让党员干部明白创牌的意义、作用、目标、内容和步骤。二是要制定计划。上级要创新指导方式，明确指导重点，落实责任人，使指导工作扎实、有序、深入、高效。要以督察工作为载体，以推动落实为目的，督导党组（支部）、领导班子落实《关于进一步加强新时代机关党的建设的实施意见》等文件精神，推动党组（党委）书记、“一把手”充分履行机关党建第一责任人职责，具体领导和管理好机关党建，尤其是创牌工作。三是要做好督促。机关党委要立足围绕中心、建设队伍、服务群众讨论党建品牌的名称、内涵、创牌的步骤等内容，督促基层党组织落实创牌计划，推动创牌工作有序开展，定期反馈创牌工作进度。四是做好检查。要在创牌过程中摸索党建品牌融入中心工作机制，发挥党建品牌政治功能，以品牌建设带动中心工作提质增效。组织部门自查和定期抽查，不断检

视创牌工作和党建品牌功能，发现问题迅速整改，上下级互通信息加强沟通寻求支持，及时调整工作方向确保高质量创牌。

（三）突出服务创优，联建共助治污攻坚，推动党建与业务融合发展。习近平总书记在中央和国家机关党的建设工作会议上强调，“只有围绕中心、建设队伍、服务群众，推动党建和业务深度融合，机关党建工作才能找准定位”。要解决机关党建“两张皮”问题，关键在于找准结合点。结合点的选择应当坚持两个“最”，即最有利于基层党组织发挥战斗堡垒作用凝聚社会力量共克时艰推动各项工作向前发展，最有利于党员发挥先锋模范作用服务民生当表率提高人民群众满意度。创牌工作要在选好结合点上下功夫。一是在服务群众最直接的地方设立党建品牌。例如采取设立“党员先锋岗”、“示范点”的形式，引导、鼓励党员干部在工作一线热情服务人民群众，让广大群众感受到党的温暖，彰显党员干部的先进性；二是在重大工作任务中设立党建品牌。例如采取建立党员突击队、攻坚队等形式，教育、引导党员干部在急难险重岗位做奉献，充分发挥党员先锋模范作用。三是在日常工作中积极开展创牌工作。围绕传承党的优良传统和工作作风，着眼推动中心业务，教育、引导党员扎实工作、无私奉献，打造团结奋进、担当作为的政治生态。