# XX水务公司做好新闻宣传工作实践经验材料

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-06-22

*XX水务公司做好新闻宣传工作实践经验材料随着中国特色社会主义进入了新时代，新闻传播载体日趋多元，呈现出方式新颖、内容丰富、技术先进、传播高效的诸多特点，而作为国有企业意识形态和思想政治工作的重中之重的新闻宣传工作面临着继承与创新的严峻形势。...*

XX水务公司做好新闻宣传工作

实践经验材料

随着中国特色社会主义进入了新时代，新闻传播载体日趋多元，呈现出方式新颖、内容丰富、技术先进、传播高效的诸多特点，而作为国有企业意识形态和思想政治工作的重中之重的新闻宣传工作面临着继承与创新的严峻形势。搞好了就会凝聚职工心力，增强企业归属感和主人翁意识，促进各项工作的有序有力开展；搞不好就会严重削弱执行力，继而出现职工人心涣散，企业各项工作展开不顺，甚至停滞不前的危险局面。因此，加强和改进国有企业新闻宣传工作已是势在必行。本文将结合作者所在行业新闻宣传工作的现状，就新时代如何做好国企新闻宣传工作，以服务于企业改革发展提出自己的思考和对策。

国有企业作为中国特色社会主义重要的物质基础和政治基础，是我们党执政兴国的重要支柱和依靠力量，坚持党的领导、加强党的建设是我国国有企业的光荣传统，是我国国有企业的“根”和“魂”，是我国国有企业的独特优势。

党性原则作为马克思主义新闻观的根本原则，也是国有企业开展新闻工作的根本遵循。坚持党对国有企业新闻宣传工作的核心领导，就要牢固树立做好党的新闻舆论工作的主体意识，增强做好党的新闻舆论工作的使命感、责任感，坚定自觉扛起党的新闻舆论工作在国有企业改革发展进程中的责任担当。

一、充分认识新闻宣传工作对于国企的重要性

俗话曾说：“酒香不怕巷子深”。在新时代，这样的说法应该划上历史的句号。笔者以为，用“酒香也要会吆喝”来比喻新闻宣传工作对于国企的重要性是贴切适合的。

就拿笔者所工作的水务行业而言，曾几何时，国有企业以其政府背景、特许经营、第三财政的优势，以及天然的垄断和稳定的现金流牢牢占据着所在城市供排水市场绝对份额，较为安逸地过着美滋滋的“小日子”。

但是，中央关于消除地区封锁、打破行业垄断，市场向外来资本开放的政策如一道晴天霹雳，击破了相当部分养在温室里的国有水务企业的屋顶。以前的“好日子”到了头，企业必须尽快转变观念，解放思想，直面将来的外部竞争。

打造品牌、树立口碑、提升竞争力成为国有水务企业生存和发展的必然选择，而这些都离不开新闻宣传有力的推手。因为，企业品牌所包含的产品质量、产品知名度、产品美誉度和产品的服务水平都需要新闻宣传所制作的传播产品，面向用户广而告之。毫不夸张，从某种程度上讲，国有企业新闻宣传工作的质与量决定了企业发展的前进动力。

XX水务集团股份有限公司作为国有控股上市公司也经历了从过去的新闻宣传“单打一”到如今“复合型”的转变。在计划经济时代，公司只顾埋头拉车，认为做好分内之事就够了，对新闻宣传工作重视程度不够，导致企业职工普遍缺乏文化认同，工作的主动性、积极性受到较大的限制。企业在社会的知名度和美誉度也无从谈起。随着市场经济的逐步发展和完善，特别是在上海证券交易所主板上市以来，企业逐渐意识到要想实现可持续发展，新闻宣传工作必须提升到与生产经营同等重要的地位上。

公司开始打出新闻宣传“组合拳”。传播媒介也从《XX自来水》报丰富到如今官方网站、微信公众号、XX水务手机报、水务信息、《中国供水节水》报多点开花，以宣传企业文化，增进职工归属感和凝聚力。同时积极主动地利用世界水日、世界环境日、世界地球日、中国水周和全国节约用水宣传周等纪念活动开展契机，通过自身撰稿、记者采写等方式，在XX多个社会主流媒体发布企业重要活动会议、生产经营成果等新闻报道，增加曝光度、出镜率，打响“XX水务”品牌，营造有利于企业发展的社会舆论氛围。

二、着手组建团结拼搏、能打硬仗的国企新闻宣传队伍

认识到国有企业新闻宣传工作的重要性，是为具体实施做了铺垫。思想认识的深度决定着行动的高度。笔者认为，建立一支政治过硬、业务精湛、作风优良、勇于担当的国企新闻宣传队伍是保障新闻宣传工作顺利开展，取得实效的核心和根本。而建立组织机构、强化制度建设是保障队伍质量的前提。

建立组织机构是贯彻落实党中央关于国有或国有控股企业需设立新闻宣传机构的具体行动，也是新闻宣传工作得到企业领导高度重视的体现。据笔者了解，国企大部分都设有负责新闻宣传工作开展的党委宣传部或党群工作部。建议设立专门的党委宣传部或新闻中心，以突显工作的重要性和促进工作的专业性。

国企新闻宣传机构—新闻宣传工作领导小组的组长建议由集团公司董事长、总经理、党委书记担任，副组长由分管意识形态和思想政治工作的副总和党委副书记出任，成员包括党委宣传部或新闻中心及本部各部室负责人。

制度建设也是确保新闻宣传工作常抓不懈，取得实效的有力保证。笔者建议国企建立三级新闻宣传责任机制，即：集团本部—二级公司机关—基层班组三级联动网络，实现新闻宣传职责的全覆盖。如此有利于新闻宣传工作的统一领导、统一规划、统一管理，形成全司一盘棋的新闻宣传格局。

具体应明确各级单位新闻宣传工作的职、责、权、利，建立相应的工作目标考核奖惩办法，形成一级抓一级，层层促落实的良性互动局面。彻底改掉国企新闻宣传工作忽视、被动、应付的毛病，走向重视、主动、作为的新天地。同时，新闻宣传工作领导小组应根据相关制度，结合上级文件精神和企业实际情况，制定不同时期和阶段的工作目标，并分解报道任务。采取定期检查、随机抽查、集中督查等方式，发现工作中的不足和问题，提出改进意见和建议，促进问题及时有效解决。

XX水务集团股份有限公司品牌战略的实施进程中，新闻宣传队伍起到主力军、先锋队的作用。集团一改以前新闻宣传队伍“散而乱”的“游击队”形象，迅速构建“纵向到底、横向到边”，报道范围覆盖集团全部业务的“正规军”。一支由集团党群工作部牵头，本部各部室、二级单位机关、基层班组通讯员组建的XX水务新闻宣传队伍初具雏形。他（她）们由专职新闻宣传干事、党务行政兼职干事、技术员工程员施工员等不同岗位的干部职工组成。虽然工作性质不尽相同，但队伍成员有着共同的特点：爱好写作、摄影，政治过硬，有一定的文字功底，勇于擔当、乐于奉献。正是这支队伍的辛勤耕耘，才有了XX水务“匠心治水、至净至美”品牌形象的渐入人心。

三、新闻宣传工作服务国企改革发展大有可为

笔者认为国有企业做好新闻宣传工作，服务改革发展至少在以下三个方面大有可为。

第一、营造良好的企业文化氛围，助推中心工作顺利推进。

这里面新闻宣传人员重点需做好两大工作。一是推动企业文化在干部职工心里生根发芽，进而开花结果；二是助力企业各项工作的高质量完成。众所周知，企业文化是企业的灵魂，是推动企业发展的不竭动力。其核心是企业的精神和价值观，即企业或企业中职工所秉持的价值观念。这个观念不是立刻就深入人心的，而是需要新闻宣传产品润物无声，潜移默化地熏陶。职工通过一篇篇有温度、有思想、有品质的新闻作品主动接受、认同企业文化，继而在工作中付诸实践，推动企业各项工作高质量完成。

第二、增强职工的归属感和凝聚力。

新闻宣传作品作为精神产品、文化产品其思想感召力不容忽视。一篇好文、一幅美图都可能拨动读者的心弦，引发共鸣。所以说，企业好的新闻产品就是思想播种机、就是文化宣言书、就是品牌宣传队，它架起的不仅是企业与职工沟通、交流的桥梁，还是增进命运共同体认识的催化剂，更是干部职工心往一处想、劲往一处使，凝心聚力谋发展的内生原动力。

第三、塑造品牌形象，扩大社会影响力。

国有企业在众多领域，尤其在民生领域有着自身的竞争优势，因此承接的工程和项目社会关注度、政府重视度、媒体聚焦度都很高。企业新闻宣传工作者大可利用这一优势与当地甚至国家，乃至世界级社会、专业媒体建立新闻报送机制，不失时机地将所在企业，诸如工程建设、新技术新产品研发应用、产品服务品质提升、社会责任担当、企业文化建设等领域的新闻报道发送给它们，或邀请其采访、报道，借助它们的传播力量，取得社会各界的认识、了解与赞赏，以赢得市场和美誉度，为企业可持续发展提供强而有力的新闻舆论支撑。

由此可见，国有企业进入新时代的新闻宣传工作决不能再是“粗放勾勒”的可有可无，而必然是“精雕细琢”的不可或缺。

XX水务集团股份有限公司经过十多年的摸索与实践，现已初步建立了一整套行之有效的新闻宣传工作体系，在对内和对外两个舆论阵地均取得了一定的成果和较好的反响。

对内，集团《水务信息》简报、XX水务手机报、官方网站及时跟进重要会议、活动、新闻事件的报道，在写作中注重企业文化、中心工作的宣传，以达到职工知晓了解，关注思考的传播目的。同时，注重与职工的互动，了解和重视他（她）们的关注点和反馈建议，丰富报道内容、提升报道質量、增强传播效果。内部宣传平台聚焦干部职工讲述身边故事，宣传正能量弘扬主旋律，极大地提高了职工主人翁意识和干事创业的热情，有力助推了企业各项工作的顺利开展。

对外，集团新闻宣传队伍多线出击，利用《中国供水节水》报、《XX日报》、XX电视台、XX广播电台、集团微信公众号、官网、微博、抖音等传统和新媒体平台根据不同时期、不同阶段的宣传报道重点，报道集团在各个领域所做出的成绩、取得的成果，并及时回应社会关切、做好危机公关宣传，全力营造集团正面的社会形象和美誉度，夯实企业竞争软实力基础。

综上而论，笔者认为新时代国有企业新闻宣传工作对服务企业改革发展的作用是不可替代、不可或缺的，只能加强，不能削弱。国有企业要想走得更稳、走得更好、走得更远，就必须把新闻宣传工作等同生产经营工作对待，从思想认识、组织领导、建章立制、队伍打造、业务提高、经费落实、待遇保障等多方面勤思考、下功夫、出实招。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找