

文化宣传工作是抓好集团党建工作的重要内容之一，要把文化宣传作为企业价值要素来培育，文化是有力量、文化的力量对集团公司改革创新具有战略性、全局性的意义。2017年初，集团公司党组下发了加强文化和宣传工作的决定，启动了文化宣传工作改革调整。一年来，全集团文化宣传战线上的广大干部职工不忘初心、不辱使命，统一思想重落实，齐心协力推进集团文化宣传事业，工作开展亮点频出、初有成效。

看齐中央要求、对标党组决定，集团文化宣传工作仍有差距。一是集团顶层策划还处于初级阶段。整个行业的整体宣传态势尚未形成，航空工业主品牌的传播力和影响力还有待加强；还存在碎片化宣传，集团整体宣传计划和各单位计划的衔接、迭代还不够，还未实现有效叠加和良性互动。

二是对文化建设的系统思考、对集团文化内涵的提炼仍需加强。航空工业60多年的发展历史沉积成一座“文化富矿”，需要我们深入挖掘、提炼；航空工业品牌的宣传和推广，需要投入资源，创造出感染人的文化产品、讲好品牌故事并持续强化。三是部分单位文化宣传工作积极性、创造性发挥不够，仍存在对集团党组决定认识不到位，在工作推进中还存在等待、观望的情况。

集团公司文化宣传工作任重道远，需要久久为功，当前和今后一个时期我们要统一思想、统一行动，围绕顶层规划，尽快构建起“集团公司抓总、文化中心担纲、主机厂所主责、各单位参与”的工作机制，全集团形成一盘棋，演奏出上下同频的“交响乐”。集团总部要负起把方向、定基调，负起规划、计划、部署、考评的责任，

调动各方力量、运用各种资源开展工作；总部各部门要负责把握主管业务领域的宣传重点和亮点，与文化宣传部门协同工作；中航文化要在党建文宣部的管理和指导下，承接好文化宣传的具体策划、实施和执行工作，解决好市场化运营管理问题，努力推动文化产业化发展；主机厂所是集团主业发展的重要阵地，也是文化宣传素材和资源的重要来源，要带头执行集团顶层宣传规划和计划，带头协助总部策划重大宣传活动，带头贡献优质宣传资源，带头宣传航空工业主品牌，切实发挥主责作用。各单位要在集团总体策划指导下，积极参与到主机厂所的重大宣传活动中，在其中找到自己的定位，结合自身业务提供精品素材，在宣传主品牌、服务大产业中发挥积极作用。

编者按：2月1日，航空工业在2018年工作会期间举办集团公司文化宣传工作座谈会，进一步贯彻落实党中央和习近平总书记关于坚定文化自信、致力文化自强的有关要求。航空工业党组副书记、总经理谭瑞松出席并讲话，党组副书记、副总经理李玉海主持会议。

座谈会上，来自集团公司总部、主机厂所和直属板块的领导围绕如何加强顶层策划、统一思想行动，构建“集团公司抓总，文化中心担纲，主机厂所负责，各单位参与”文宣新体系，以文化宣传软实力塑造航空工业主品牌展开了研讨和交流。



航空工业党组副书记、总经理 谭瑞松



航空工业党组副书记、副总经理 李玉海

文化宣传工作是企业软实力的象征。集团各单位要将思想和行动统一到集团战略上来，高擎航空工业品牌大旗，演奏出一曲气势磅礴的“交响乐”，为提升集团美誉度和影响力贡献力量。

# 以文化宣传软实力塑造航空工业主品牌

本报记者 马丽元 郭美辰



航空工业党建文宣部部长 周国强

从出台“航八条”到组建成立中航文化中心，从政策、组织、人才等方面保障集团文化宣传的归口管理，各单位同步发力、统一发声，向社会大众展示了集团在铸造国防重器、振兴民族工业、赶超世界先进水平等方面的成就，展示了航空人“航空报国”“干惊天动地事、做默默无闻人”的风采。

党建文宣部下发了集团公司文化宣传工作要点和文化建设三年规划，梳理全年宣传主题的宣传策划会，及时进行经验总结和评价，确保了全集团文化宣传工作有重点、有节奏、不疏漏、不打架。

此外，面对新媒体的蓬勃发展，进一步推进媒体融合，组建了集团官方微信矩阵和网站矩阵，筹建了全媒体中心，声像数字资源共享中心（DSC）项目边建设边开展工作，创作了内容丰富、形式多样的文化宣传产品，不断提高文化宣传工作的覆盖面和影响力。

策划推出了一批蕴含红色航空基因的有温度、有品质的型号宣传精品，在集团上下、行业内外形成了集中、立体的传播态势，一定程度上提高了集团在公众中的知名度和美誉度。集团正面和主动宣传成果较为显著，社会关注度在国资委对11家军工央企排名中位居第二。

借力主流媒体平台，加强外部合作。及时主动向国务院国资委网站、“国资小新”微信公众号报送重大信息；加强了与新华社、中央电视台、人民日报等重点媒体以及人民网、央视网等新媒体的沟通和战略合作，引导社会公众了解航空工业、支持航空工业、理解航空工业。

2018年，党建文宣部将与各单位一同奋斗，对标集团党组决策部署，为航空工业高质量发展，为建设航空强国，持续提供强大的精神动力和文化支撑。

航空工业沈飞董事长、党委书记 郭殿焘

一年来，按照集团文化宣传工作部署，沈飞公司制定了“1235”文化落实的工作思路，以“讲好航空人故事”为重点，系统推进宣传工作，确保集团文化宣传要求的有效落实。

坚持一个统领。以“航空报国”核心价值观为统领，在战略和文化上同集团保持思想同向、行动同步。注重两个开拓——拓展厂所文化共建，着力推进以“合作共赢”为宗旨，以“型号文化”为核心的文化共融；拓展军民融合文化，在重组上市的过程中，通过与省市及地方互动沟通、组织媒体集中采访等形式，树立公司文化形象。

突出强化质量文化建设、管理文化建设、作风文化建设，构建五个文化支持平台。

沈飞航空博览园专门开辟了罗阳烈士先进事迹展区，现已成为政府机关、企事业单位、人民团体等主题教育的重要基地，几年来共接待各界人士30多万人；讲好大国工匠故事同时，更注重讲好王刚班、方文墨班，王刚劳动创新工作室、文墨劳动创新工作室的故事，以他们的事迹推动公司文化建设；讲好“身边的榜样”故事，沈飞师徒、父子的“红色基因”的事迹在辽宁电视台、安徽卫视播出后，又被中宣部推荐参加中央电视台《欢乐中国行》的拍摄。

新的一年，我们从航空工业整体品牌形象出发，在集团顶层规划和统一策划下，集中资源和力量，围绕型号研制、重大战略、重大事项等开展上下联动的系统宣传，奏出“交响乐”。大集团有大战略，更要有大文化和大宣传来支撑，沈飞公司将在集团统一组织下有所作为。



航空工业成飞总经理、党委副书记 张剑龙

集团公司2018年工作会报告中提出，努力建设新时代航空强国的战略目标和行动纲领，为全体航空人描述了新时代的宏伟蓝图。2018年，成飞公司要在集团统一号令下，在集团党建文宣部的整体策划和中航文化的指导下，强化对集团战略目标以及内涵和行动纲领的具体宣贯，并坚定落实到企业的发展愿景、规划和目标任务中。

讲好航空故事，传播航空文化，航空工业成飞要聚焦航空故事的价值点，彰显新时代航空报国的精神魅力和建设新时代航空强国的使命任务。

挖掘航空故事，向科研生产一线要线索，向重点型号研制找故事，使科研生产的主战场成为航空故事挖掘的主战场；必须提高站位、找准角度，既要讲大背景、大事件下的典型故事，也要从低、平、实的角度发现身边感动，要在反映航空工业时代性的发展变化上多下功夫。

打造精品航空故事，筑起新时代航空报国的精神脊梁和建设新时代航空强国的责任担当。

优秀的策划是打造精品故事的前提，好的航空故事离不开精心打磨。只有创作者、创作团队真正融入进去，才能打造出质量上乘、受众反响热烈的好故事。要打造航空精品故事，必须高度重视内外部资源的整合。尤其是体系化地打造重磅故事，必须要加强顶层的牵引，在公司内部成立项目专门团队，在外部找到有力的支撑，唯有如此航空好故事才能源源不断、直击人心。

在互联网技术和新媒体发展迅速的当下，只有遵循新时代文化传播规律，才能将航空故事向更多受众、更广泛范围推送。



航空工业西飞党委书记、董事长 刘选民

2017年，根据集团公司文化宣传工作部署，西飞紧抓“把握党建大方向、宣传航空主品牌、服务集团大产业、开拓文化新市场、打造精神新高度”这条主线，做实“三个着力点”，系统部署和开展了全年各项文化宣传工作。西飞和各成员单位党组织瞄准“五个到位”和“五个全覆盖”标准，通过专题辅导、主题研讨、分层宣讲等特色活动，迅速统一思想和行动。特别是12月份连续召开了十五场专题研讨会，将十九大精神落实到2018年的各项业务领域、发展目标、运营策略和行动纲领、运营计划当中。逐条对照落实集团加强和改进文化宣传工作决定和集团文化建设规划，开展了“书香·航空”活动，扎实推进了“报国·航空”文化建设“六个一”活动，全力支持《国之命运》大型纪录片拍摄，形成了一批弘扬“航空报国”精神的优秀文化产品，树立了航空工业统一形象。



航空工业昌飞总经理、党委副书记 徐德朋

2017年，航空工业昌飞文化宣传工作坚持以党的十九大精神和习近平总书记系列重要讲话为指引，积极宣贯落实集团党组加强和改进文化宣传工作的决定要求，大力推进企业文化建设，“航空报国”精神得到发扬，员工道德素养得到提升，为企业可持续发展提供了坚强的思想保证。

公司充分发挥党委中心组、中干分片、专题辅导、三会一课作用，并通过编制下发2000册《党的十九大精神学习宣传手册》到每个党员手中、在各车间统一制作党的十九精神宣讲看板等，扎实做好党的十九精神宣讲工作。

新时代要有新作为，2018年昌飞的文化宣传工作以集团公司文化建设规划为指导，深入学习宣传贯彻党的十九大精神，全面落实集团文化建设规划，深入推进专项文化建设；策划“文化+环境”建设年，全面推进素养工程建设，不断提升企业产品质量；从产品形象、员工形象、宣传形象三个方面发力，强化品牌形象建设和管理。完善构建“大文化、大宣传”格局，促进文化的形成和舆论影响力的发挥。

中航国际董事长、分党组书记 刘洪德

一年来，集团公司大力加强文化宣传工作，组建了文化中心，构建了上下联动、统一发声的新闻宣传体系，整体实施了系列宣传活动，取得了很好的社会效益。多家主流媒体给予了航空工业大量报道，集团微信也受到了广泛关注，这些无不体现着集团文化宣传工作可喜的变化。2017年是中航国际进一步深化改革的关键之年，分党组深入学习贯彻航空工业文化宣传工作会议精神，按照集团文化指导意见和四年规划纲要，突出“航空报国”核心价值观，创新思维，突出重点，内强素养，外塑形象，切实推进企业文化宣传工作，为公司转型发展唱响主旋律，提供正能量。

2018年，中航国际将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以纪念改革开放40周年及迎接中航国际成立40周年为契机，按照集团公司统一部署，弘扬社会主义核心价值观和“航空报国”精神，激发改革创新精神，加大文化践行和落地的力度。一是营造讲政治讲责任的氛围。坚持推进文化宣传载体作为政治建设的平台，在全公司营造讲政治的浓厚氛围。倡导“责任、担当、文化”的工作作风，用文化

中航文化董事长、党委书记 宋庆国

当前文化自信已经成为习近平新时代中国特色社会主义思想的重要内容之一。2018年集团工作会报告中肯定了文宣工作取得的成绩，指明了今后努力的方向，特别是发出了建设新时代航空强国的总动员令，能够在这样的历史交汇期，举起航空文化的大旗，为航空强国事业鼓舞与呼，全体文宣工作者重任在肩，无上光荣。

2017年文化中心牢记集团党组提出的总要求，以传播航空文化、服务集团发展为使命，努力把文化打造成为集团对外提升品牌影响力，对内提升管理能力的重要手段。我们制定了“四个聚焦”的发展战略，按照“六统一”的管理要求，对原有五家单位进行了大刀阔斧的改革调整，按照专业化整合的思路对组织机构进行优化，初步实现了队伍的精干，突出文化主业功能。

我们要坚决把党中央新要求、习近平新思想、十九大的新精神，集团党组新部署、航空工业新成就，准确贯彻到工作中，及时宣传到全社会集团；把航空工业的新发展，作为全社会四个自信的重要来源全面展示，把航空报国精神作为社会主义核心价值观在全行业的生动体现大力弘扬，打好主动仗。在党建部的带领下，加强在党新闻、重大事件、重要时间节点、重要人物的新闻策划。今年的工作会全面部署了新时代航空强国建设的“两步走”总目标，面对新时代、新目标，应当有什么样的新观念、新举措、新作为、新气象，这是航空文化工作者需要时刻深入思考，身体力行开展的。要充满激情，多出精品来回馈时代。本次工作会提出了“集团抓总，文化中心担纲，主机厂所负责，各单位参与”的文宣新体系，文化中心必须站在服从服务于全集团发展的角度上，提升担当能力，做到纲举目张，用更加努力的工作展现航空工业高质量发展，讲好航空人故事，用航空工业文化自信来服务职工、服务企业、服务社会。



对新时代、新目标，应当有什么样的新观念、新举措、新作为、新气象，这是航空文化工作者需要时刻深入思考，身体力行开展的。要充满激情，多出精品来回馈时代。本次工作会提出了“集团抓总，文化中心担纲，主机厂所负责，各单位参与”的文宣新体系，文化中心必须站在服从服务于全集团发展的角度上，提升担当能力，做到纲举目张，用更加努力的工作展现航空工业高质量发展，讲好航空人故事，用航空工业文化自信来服务职工、服务企业、服务社会。

2017

2018

微信 16378 条

2017年，航空工业通过各种传播渠道发布信息数据统计。

人民日报报道 70 条



央视报道 265 条



网络 59100 条

微博 2802 条

报刊 3238 条

电视报道 406 条

