苏州市公路事业发展中心

“大道吴行”文化品牌创建工作总结

**一、文化品牌内容**

**1.品牌内容**

（1）品牌名称：大道吴行

（2）基本理念：逢山开路、遇水架桥、大道吾行、不辱使命

**2.品牌LOGO**

****

“大道吴行”品牌LOGO采用的是代表苏州元素的花窗为主体形象, 嵌入弯曲流畅的线条,好似一条精细雅致的道路。她既是宽敞通达、“畅、安、舒、美”的路网,又代表着正道、道义、法则公正。此外，她还隐喻着我们始终以赤子之心服务百姓出行、始终以工匠之心打造金路银桥、始终以劳模之心成就畅美通衢、始终以卓越之心践行大道使命。

**二、文化品牌管理**

**1、管理办法**

《苏州公路“大道吴行”文化品牌管理办法》主要包括指导思想、总体目标、基本原则、领导机构、主要任务、品牌推广等，并成立了“大道吴行”文化品牌建设领导小组，领导小组下设办公室（常设于政工科），负责文化品牌创建工作的 培育、组织、实施、管理、推荐和宣传推广工作，同时作为“一把手”工程，明确资金保障。

**2、品牌目标**

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，确立公路核心价值理念在全系统的主导地位，行业文化的创新力、软实力和行业职工的凝聚力、向心力进一步增强；“改革创新、依法治路”战略得到深入贯彻落实，行业率先可持续发展深度和广度进一步拓展；广大干部职工队伍整体素质得到新的提高，行业发展能力进一步增强；持续完善、运行制度管理体系，行业整体管理效能进一步提升；满足经济社会发展和人民大众出行对公路环境“畅、安、舒、美”的综合要求，行业综合服务能力进一步提高；能担当塑造文明、展示文明、延伸文明、传播文明的社会责任，行业形象进一步提升；抗风险能力明显提高，职工凝聚力、社会公信力和影响力、行业综合实力进一步增强。通过六年的持续努力，最终实现文化有特色、成果有影响、职工有信仰、整体有涵养、发展有力量的目标。

1. **品牌创建**

2013年5月，苏州公路确立了“大道吴行”为全处的综合品牌，之后在路网、应急、工程建设、收费服务等领域相继打造了“大道千里眼”“大道急先锋”“大道护航员”“大道创新者”“大道服务员”五个子品牌，形成了“一核多元”的文化品牌集群。同时，深入挖掘了新时期苏州公路精神的内在实质，形成了苏州公路行业核心价值体系，包括行业核心价值观：自强不息、业精于勤、同铸伟业、创新致远；行业使命：大道吴行、心路为民；以及共同愿景、公路精神和职业道德。

1. **品牌使用**

苏州公路部门积极推行“大道吴行”文化品牌，一是印发品牌手册，制作有logo的品牌帆布袋等，定期开展“大道吴行”杯系列文体活动，在微信公众号开展“最美苏州公路”系列宣传活动，面向系统内外、热心粉丝网民征集稿件。二是在办公场所、施工现场、养护现场、公路站、收费站、超限检测点、应急处置中心、服务区等处制作一定数量反映行业精神的牌匾、展板、灯箱，并利用电视、广播和报纸等媒体，加大品牌的宣传力度，扩大公路行业的知名度和美誉度。三是积极探索公路文化、苏州“吴文化”的导入机制，在省（市）际交界、各县市交界、服务区、重要交叉口等重要节点，通过文化小品、景观、符号、特征等文化元素的建设，全面打造一批展现行业发展时代文化、融汇苏州自然历史文化、传承苏州公路行业文化的文化公路。

**5、品牌传播**

苏州公路部门采用多种方式传播“大道吴行”文化品牌，提高品牌形象。一是开展“最美苏州公路”系列宣传活动、“群众公认的服务品牌”宣传推广暨党员志愿者广场服务活动、“大道吴行”摄影大赛、品牌进社区、进公园、进工地、进图书馆等活动。二是打造以“大道吴行”为内核的苏州公路文化展示馆，制作苏州公路之歌《大道吴行》，并拍摄相应MV和宣传片；三是在公路建设过程中，大力推进“文化公路”建设，实现“硬公路”与“软文化”的有机融合，204国道苏州段建成文化景观节点19处，充分展示灵秀江南的水乡文化、素雅江南的书乡文化、古朴浓郁的市民文化、精巧细腻的园林文化以及崇文融合的现代风貌。524国道通常汽渡至常熟三环段，全过程贯彻集约节约、资源统筹、全寿命周期等绿色建设理念，被交通运输部列为第三批绿色公路建设典型示范工程。

**6、品牌反馈**

经过多年的品牌建设，“大道吴行”文化品牌在系统内外有了一定的知名度，并得到了系统内上级单位、兄弟单位和社会公众的认可，“大道吴行 心路为民”的口号已成为单位职工内化于心、外化于行的宗旨。定期针对品牌建设开展调研，针对管理办法中缺少一定的激励机制、个性化服务措施、品牌宣传等反馈意见，品牌建设领导小组及时采取措施，加大对反馈意见的处置，取得良好效果。

**7、品牌维护**

苏州公路部门坚持做好对“大道吴行”文化品牌运作的跟踪监督，长期以来，未发生负面评价。在完成事业单位改革、机构调整后，及时调整品牌内容，更新管理办法和文化手册，并在品牌重视度、品牌策划度、品牌识别度、品牌融合度、品牌认可度、品牌持续度等方面加大推广运营。

**8、品牌集群**

2013年5月，苏州公路部门确定了“大道”系列服务品牌集群。“大道吴行”作为全处的综合服务品牌，确立“大道千里眼”“大道急先锋”“大道护航员”“大道创新者”“大道服务员”等系列子品牌。

“大道千里眼”重点凸显公路信息中心的综合导航服务等功能，成功创建第四届江苏公路服务品牌。“大道急先锋”重点凸显公路应急处置中心的应急抢险等功能，成功创建第五届江苏公路服务品牌。“大道创新者”重点凸显工程养护建设者们矢志推进科技创新、构建高品位路网的良好风貌，被评为第四届苏州市交通运输行业十大服务品牌。“大道护航员”重点凸显公路养护等部门的保畅保通保安等功能。“大道服务员”重点凸显公路收费部门温馨服务的功能。2021年，“大道吴行”文化品牌获评交通运输政务事业类十佳文化品牌。

**三、组织文化体系**

**1、文化手册**

2021年，完成事业单位改革、机构调整后，对苏州公路员工文化手册第三版和品牌手册进行调整，员工文化手册共有宗旨篇、理念篇、管理篇、行为篇等八个篇章，品牌手册包括品牌理念、定位、目标、品牌推广、品牌管理等。

1. **基本理念**

“大道吴行”文化品牌构建了以“大道吴行，心路为民”为核心的品牌理念，核心价值观为自强不息，业精于勤，同铸伟业，创新致远；行业使命为大道吴行，心路为民；公路精神为勤于创业、勇于创新、善于创优、精于创造。

**3、应用理念**

苏州公路部门将“大道吴行”文化品牌建设贯穿于公路路网、建设、养护、征收等各个领域，打造了如“让您的出行更畅通 更高效 更安全 更温馨”的路网畅达理念，“急民所急、应民所应、大道为公、心路为民”的公路应急理念、“大道为公·心路为民·矢志创新·成就精品”的工程建设理念、“大道服务员 温馨伴你行”的公路征收理念以及“倾心护航 一路和畅”的公路养护理念等应用理念，并落实到日常公路工作中去。

**4、文化品牌与文化理念关系**

“大道吴行”文化品牌脱骨于苏州公路“大道吴行 心路为民”的行业文化理念，经过多年的品牌建设，“大道吴行 心路为民”成为了“大道吴行”文化品牌最重要的核心，隐喻苏州公路围绕“更好地为公众服务”的行业核心价值理念 , 更好地为“用路人”提供无所不在的人性化管理与贴心服务 , 服务看似无形、实则有形 , 春风化雨 , 润物无声。“大道吴行 心路为民”的服务理念不仅成为了苏州公路部门职工内化于心、外化于行的行为准则，更是响彻姑苏南北的有力品牌。

**四、践行文化理念**

**1、战略引领**

以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领，深入学习宣传贯彻党的十九大精神和十九届二中、三中、四中、五中全会精神以及中央经济工作会议精神，以深入推进“主题教育”学习为契机，结合落实市委市政府决策部署，围绕苏州率先打造交通强国示范先行区的目标，践行“更好地为公众服务”行业核心价值理念，以大道吴行、心路为民”为宗旨，围绕“逢山开路、遇水架桥、大道吾行、不辱使命”的目标，全面提升公路管理与服务水平，奋力打造全省交通行业文化“金品牌”。

**2、制度支撑**

苏州公路部门结合“大道吴行”的文化理念，印发《苏州公路养护管理现代化“文化公路建设工程”实施方案》，并对以往制度进行修改、废除，2020年，编印《苏州公路规范化管理制度汇编》，包括党建、宣传、内部管理、工程建设、规划计划、养护管理等，2021年，完成事业单位改革后，及时对汇编进行更新。

**3、单位管理**

苏州公路部门结合打造苏南公路养护管理现代化示范市的要求，印发《苏州公路养护管理现代化“文化公路建设工程”实施方案》，

方案紧扣“畅通主导、安全至上、服务为本、创新引领”的“十六字”方针，以公路核心价值理念和行业精神为引领，以打造“大道吴行”品牌集群为重点，将文化理念与单位管理深度融合，并始终围绕苏州公路事业养护管理现代化目标和年度中心工作，为之提供源源不断的智力支持和活力支撑，有效实现二者的互促互进，通过几年的持续努力，实现文化有特色、成果有影响、职工有信仰、整体有涵养、发展有力量的目标，苏州公路成功创建苏南公路养护管理现代化示范市。

**4、凝聚员工**

在品牌打造过程中，苏州公路部门通过多种形式组织员工践行文化理念，开展“大道吴行杯”系列文体活动、成立“大道吴行”龙舟队、足球队、篮球队等，并积极参加交通系统各项比赛，“大道吴行”龙舟队获第一届交通杯龙舟赛第一名，系列活动的展开，增强了职工的团队感、归属感和凝聚力。为切实解决职工问题，设立中心领导接访日，受理广大干部职工的诉求，针对困难职工，及时建立档案，深入开展“送温暖”工程，春节等重要节假日期间，领导班子定期开展走访慰问。

**5、文博工程**

为展示文化品牌建设成效，2019年，苏州公路部门投入资金130余万打造了以“大道吴行”为内核的苏州公路文化展示馆，主要包括党建引领、品牌打造、公路发展、四好农村路等内容，于2019年底正式完工。2020年，苏州公路文化展示馆免费对外开放，目前，接待量已超1000人次。

**6、文艺创作**

在“大道吴行”品牌引领下，干部职工踊跃参与各项文艺创作工作，制作苏州公路之歌《大道吴行》，并拍摄歌曲MV、和宣传片，成立“大道吴行”文艺小组，组织发起“大道吴行”摄影、诗歌、征文、论坛等活动，并创作小品“大道吴行”和情景诗朗诵“大道吴行 心路为民”等反映苏州公路人逢山开路、遇水架桥精神的节目进行展演，获得各级领导一致好评。2019年，大合唱《我们都是追梦人》获苏州交通系统优秀节目，2020年，《让党旗在公路事业一线高高飘扬》朗诵节目获全省公路系统二等奖。

**7、文体活动**

每年定期开展丰富多彩的文体活动，如“大道吴行杯”职工趣味运动会、户外拓展活动、足球、篮球、羽毛球、乒乓球等各类大小球活动，摄影、诗歌、征文、论坛等文艺活动，2018年以来，结合“四好农村路”建设，开展了农路绿色骑行、徒步、智能驾驶、路跑、亲子运动会等职工喜闻乐见的活动。

**8、经费保障**

为实现品牌建设常态化，制订品牌建设管理办法，强调该项工作作为“一把手”工程，明确资金保障,并列入部门预算，投入130余万打造苏州公路文化展示馆、投入30万余元制作品牌宣传片、歌曲、手册、折页等，每年投入相应资金确保品牌活动开展、日常宣传等。

**五、文化品牌效果**

**1、管理绩效**

近年来，苏州公路部门坚持“争当表率、争做示范、走在前列”的发展思路，强化担当和使命，为经济社会发展当好先行官，连续多年荣获全省公路系统综合优胜单位、先进集体以及通报表扬，苏州公路助推地区城乡经济社会快速发展的“铺路石、先行军”作用得到广泛认可。

**2、员工面貌**

目前，苏州市公路事业发展中心共有在编职工86人，其中党员63人，每年逐步吸收积极分子向党组织靠拢，职工均能以饱满的政治热情参加单位组织的各项活动。2020年，根据苏州交通系统行业文化满意度调研反馈，苏州公路部门职工对单位的认可度、满意度在95%以上，在系统内排名靠前。近年来，除去事业单位改革人员划转外，人员流动性较少，离职率较低。

**3、上级评价**

自2013年，创建“大道吴行”品牌以来，得到了上级领导对品牌的充分肯定，曾获得成功创建第四、第五届江苏公路服务品牌、第四届苏州市交通运输行业十大服务品牌、交通运输政务事业类十佳文化品牌。苏州公路获第二批全省交通运输文化建设示范单位称号、第二届江苏省交通运输文化优秀成果奖。

**4、外界反应**

苏州公路文化展示馆对外开放以来，不少市民朋友和同行单位纷纷前来参观，接待量已超1000人次，并对苏州公路文化品牌建设给予了高度评价。“大道吴行”品牌也多次在看苏州、引力播、苏州日报等市级媒体、中国交通报、学习强国、交通运输部微信等省级以上媒体多次报道。

**5、获奖情况**

近年来，苏州公路获第二批全省交通运输文化建设示范单位称号、第二届江苏省交通运输文化优秀成果奖、江苏省文明单位、团省委对抗击新冠肺炎疫情先进集体的表扬、工人先锋号、模范职工小家等称号；“大道吴行”文化品牌获交通运输政务事业类十佳文化品牌。