公司新闻宣传工作汇报总结（精选4篇）

篇1：公司新闻宣传工作汇报总结

2010年，在公司党委领导和行政班子的大力支持下，公司新闻宣传工作围绕公司中心工作，加大工作力度，延伸宣传触角，全方位地开展宣传报道工作，扎实推进各项主题宣传活动，在宣传工作上形成声势，着力塑造了公司新形象。开创了公司新闻宣传工作的新局面，因宣传工作成绩突出，去年公司被集团评为宣传报道先进集体。

一、2010年宣传报道工作回顾

1、去年年初建立和完善了协调机制。强化了各分公司的宣传工作任务和目标，公司党工部在年初下达了年度宣传报道任务指标，按照公司的要求，各分公司重视抓好本单位的宣传报道工作，积极组织宣传报道稿件，宣传两个文明建设成果，动态反映有内部新闻价值的各个方面，成为工作交流的平台，职工关注的信息窗口，活跃了精神文明建设阵地。

2、一年来，通过各单位的重视和努力，我司共在集团报社上稿篇总计153篇，得到集团报社的肯定，为宣传公司的企业文化起到了很好的推动作用，有力地展示了公司形象，扩大了公司的知名度。公司网页的动态新闻大量采用了各单位上传的新闻宣传稿件，更换及时，增大了信息容量，及时传递了公司的各方面动态信息，成为职工群众关注的一个信息宣传重要窗口，推动了精神文明建设。

3、2010年，集团成立六十周年，公司成立四十周年，为此公司开展了系列庆典活动，去年又启动了创先争优活动，各级围绕这些活动加强了宣传报道。为公司打造了一张很好的形象牌。

4、2010年各单位来稿用稿稿件统计。

2010年各单位稿件采用统计表

单位 实际采用数 应交稿件数 采用图片数 单位 实际采用数 应交稿件数 采用图片数 机关 84 48 56 一包 23 48 16 一分 27 48 12 二包 15 48 7 绵建 51 48 22 安装 30 48 11 重庆 27 48 12 物业 21 24 10 市政 23 36 10 管线 5 5 1

5、目前宣传报道工作存在的问题：一是各单位稿件时效性、准确性还不强。反映一般工作动态的信息多，有价值、有深度的信息少；部分宣传队伍结构不合理，综合素质不高，宣传报道主动性不高，成效不显著。

针对存在的问题，应从以下几个方面进行改善：

①、各分公司应多确定一名能经常写稿的兼职通讯员，可能的话最好是每个项目都能有一个通讯员，以保证面上的宣传报道覆盖。

②、关于报道的时效性问题，一般最好控制在三天以内，时间长了新闻都成旧闻了。以后各单位稿件可直接发离线或者邮件给党工部。

③、稿件质量的问题，一定要保证稿件的真实性，用语的准确性，人物名字准确，稿件一定要在及时、准确；

④、注意稿件的多样性。公司网页上不仅仅只有一个版面，还有其他的比如企业文化、职工文化等版面等都可以投稿。

⑤、稿件的字数有一个起码要求，一篇报道字数应不少于100字。希望写稿时字数上注意一下。

二、2011年宣传报道工作安排

2011年公司新闻宣传工作的指导思想是：深入贯彻落实科学发展观，坚持正确的舆论引导，着力营造积极奋进健康向上的舆论氛围，积极主动宣传报道两个文明建设的成果，突出庆祝建党九十周年和公司跨越发展主题，为实现公司今年的目标任务以及战略发展规划提供有力的思想保证，舆论支持和精神动力。

1、各单位要按照公司宣传报道工作要求，建立健全宣传报道网络，加强宣传报道力度，并报公司党工部备案。

2、加强学习能力建设，大力开展多类型的培训工作。各单位通讯员应抓住机会，努力提高自身能力积极参加。公司工会的创新基地写作培训班和公司党工部的新闻宣传培训，重点提高政治理论水平、新闻业务技能和团队合作意识。

3、是加强沟通联络，搭建服务平台。运用QQ群等手段，不断增进相互了解，加强工作交流，提高新闻宣传工作的服务能力。

4、要组织好对重要文件和重要新闻的报道。抓住重大节点，注重报道事实，突出人物典型，发现感人瞬间，把最基层、最感人的事迹报道出来。

5、做好对建党九十周年系列庆祝活动的宣传报道。重点报道公司各单位开展的各项庆祝活动，报道先进典型人物，营造氛围。

6、做好对创先争优活动情况的报道。要深入挖掘活动中涌现出先进集体和人物的好经验、好事迹，展示先进风采，发挥典型引导作用。

7、加强对企业管理、安全生产“创标”“创杯”“创优”等发面的报道;在面上交流管理经验。

8、做好对企业文化及职工文化生活方面的报道。重点报道公司价值理念和企业文化的推广实施的情况。及时报道丰富多彩的职工文化活动。

9、各单位党组织要继续加强对政研工作的领导，要将政研工作纳入重要日程，对政研活动的重点课题、内容等经常给予指导和帮助。要结合本单位实际，面对思想政治工作的新情况新问题，针对职工思想和工作中的“难点”“热点”问题，组织政研骨干开展有特色有成效的政研活动。按照规定完成研讨文稿指标。

三、各单位宣传报道和政研文稿下达指标：

单位 宣传报道 政研文章 公司网站 《华西建筑报》 机关 50 30 4 一分 48 12 4 绵建 48 12 4 重庆 36 8 2 市政 36 8 2 第一工程公司 48 12 4 第二工程公司 48 12 4 第三工程公司 36 8 4 安装 36 8 2 空调 30 6 2 物业 24 6 2 管线 18 6 1 职管中心 5 6 1

篇2：公司新闻宣传工作汇报总结

2011年，在×××的正确领导和大力支持下，公司新闻宣传工作紧紧围绕企业中心工作，充分发挥树形象、促发展、聚人心、鼓干劲的主导作用，展示了公司良好的社会形象和广大干部员工奋发有为的精神风采，为公司的持续健康发展、增强核心竞争力提供了强有力的思想文化保证。

一、2011年工作回顾

1、坚持正确的舆论导向，强化新闻宣传工作力度

及时制定下发《2011年宣传思想工作要点的通知》和《关于继续加大对外宣传工作力度营造良好舆论氛围的通知》，要求所属单位积极开展形势任务教育和宣传，加强新闻宣传的舆论导向和工作力度。

一是积极做好内部宣传。及时宣传党的方针、政策和上级要求，认真做好公司内部报刊、网站的编稿、组稿和核稿工作，及时报道公司各项工作的进展情况、重要动态、工作经验和实际成效，积极宣传公司在安全生产、经营管理、项目推进、和谐企业建设等工作中涌现出来的先进人物和典型事迹，起到了鼓舞职工信心、凝聚企业人心的作用。

二是认真进行专题策划。在公司报上开辟“走基层、转作风、改文风”等专题栏目，对阶段性取得的成绩进行总结归纳，以综述形式进行宣传推广。特别是在去年底，协调组织中央及地方主要新闻媒体，深入基层单位生产一线进行采访，公司的相关情况在各媒体进行了宣传报道，树立了公司良好的社会形象。

三是加大对外宣传力度。2011年，公司在××报等新闻媒体上积极发稿宣传，全年对外发稿100多篇。从不同侧面、不同角度把公司的良好形象宣传出去，为公司的发展提供了思想保证和舆论支持。

2、加强宣传队伍建设，为新闻宣传工作提供保证

一是构建宣传信息组织网络。要求各基层单位配齐配强报送信息人员，积极主动做好宣传素材的收集、整理、编辑等工作，并有针对性的组织开展调查研究，提供有情况、有分析、有建议的宣传信息。

二是加强宣传工作队伍建设。召开了2011年通讯员表彰大会暨培训班，对基层通讯员的新闻采访和写作能力进行集中培训，并总结表彰上年度公司宣传工作先进集体和个人。

三、建立长效工作机制，推动新闻宣传工作上台阶

一是制定和完善新闻宣传考核办法。年初对各基层单位和机关各部门下发对外宣传刊稿指标要求，各基层单位也建立发稿奖励办法,充分调动和激发广大基层通讯员的写作热情。

二是与新闻媒体建立沟通联系机制。积极主动地加强与××等主流媒体的联系，加强策划，找准选题，积极推荐，借力宣传，加大媒体的关注度，扩大媒体的报道量，增进地方政府及社会各界对公司改革发展的理解和支持，为企业营造宽松的发展环境。

二、2012年工作计划

2012年，是××的重要一年。做好今年的新闻宣传工作，对保证公司改革发展的顺利进行和完成全年的目标任务，具有重要意义。

1、继续加大宣传考核力度

在2011年对内对外新闻宣传报道的基础上，继续加大宣传考核力度。一是将全年的对内对外新闻宣传报道任务分解到各基层单位和机关各部室，并将指标任务分解到季度、月度，让通讯员明确每个季度、每个月份的采写投稿任务。二是加大考核力度，实行优奖劣罚，激发广大通讯员的写稿、投稿热情，力争使公司的宣传报道工作在数目上、质量上有新的突破。

2、继续加强宣传队伍建设

要将写作基础和文采较好的员工吸收进来，加强对基层通讯员的培训力度，聘请专业人士重点授课并进行表彰。有目标、有计划、有步骤地开展宣传专业知识培训，着力培养一批政治强、业务精、纪律严、作风正的新闻宣传工作者，提升公司的新闻宣传工作水平。

3、做好对内对外新闻宣传

对内要在做精做细公司报纸方面继续花大力气，在报道内容上不断进行改革，丰富报道形式和内容。要积极完善创新公司宣传网站、QQ群建设，充分发挥新媒体的特点和优势，掌握舆论引导权。

对外要通过多种途径和渠道积极推荐、宣传公司工作成绩和经验，注重引导

鼓励基层单位的对外宣传，策划重点报道或邀请上级媒体前来采访，力争在中央及地方主要新闻媒体上推出有质量、有影响的稿件。同时，积极发挥新闻宣传工作与社会各级媒体的纽带作用，积极做好舆情监测，预防“新闻风险”，化解“新闻危机”，为实现公司的战略目标提供保障。

4、结合国家大事和社会热点加强宣传

结合国家大事和社会热点问题进行宣传，深入宣传公司在××活动和××建设中涌现出来的先进典型，宣传广大职工立足本职、努力工作的精神风貌，以实际行动迎接××××。

篇3：公司新闻宣传工作汇报总结

20xx年，公司围绕企业生产经营，创新宣传形式，着力品牌建设，丰富宣传载体，提升宣传水平，实现了内聚力量、外树形象，为公司圆满完成年度目标任务提供了舆论支撑。公司获评集团公司优秀记者站，中电传媒优秀记者站、两名员工分获电力行业、集团公司标兵记者荣誉称号;《奋斗的青春最美丽》纪录片获电力行业二等奖。

一、20xx年主要成果

注重高端切入，提升宣传工作指导性。完成公司品牌战略规划报告、品牌管理手册。利用第十五届“西博会”展示良好形象。以企业文化教育基地和品牌传播基地为目标，高标准建成新办公室基地形象展示厅。坚持内外宣并重，对外网进行改版，形成了中英法三个版本，覆盖公司主要客户对象的网站体系。制作完成20xx年版宣传画册和宣传片(中英法3个版本)，并针对每个业务版块定制了宣传画册，提升了针对性和实用性。目前公司形成了“网站+画册+影片”三位一体的宣传阵地。

传播活动。继续构建与关键媒体的合作关系，组织“媒体进公司”活动，多项重要工作通过各类高端平台广泛宣传。

畅通宣传渠道，提升舆论引导能力。公司主动加强与集团新闻中心的沟通联系，争取指导和支持;积极加强与行业媒体的沟通合作，用好外部新闻资源，实现新闻宣传工作的新突破。在相互理解和支持的基础上，公司与行业媒体建立了日常沟通机制，开展富有成效的合作，在沟通合作中提高了宣传能力。

二、20xx年工作思路

20xx年工作总体思路：围绕公司生产经营，创新宣传渠道和手法，创新传播载体，重点做好公司品牌传播和品牌建设，为完成各项生产经营目标提供舆论支持。

1、以工程公司发展战略为指导，加强舆论引导和氛围营造，做好公司在生产经营各方面的宣传，发挥舆论引导作用，加强公司发展战略和企业文化宣传。

2、围绕公司工作重点，确立宣传重点和主题，每月评选优秀稿件，继续激发视频新闻的创作力度。

3、围绕中心工作做好各类主题宣传，加强宣传策划，围绕藏区电网建设、海外总承包、科技进步等方面，加强报道的深度和力度，提炼出高质量的作品。

4、进一步打造宣传员队伍，落实责任，加强新闻宣传员的培训和教育，提高新闻宣传队伍整体素质。

5、拓宽宣传阵地，提升宣传质量，继续完善公司外部门户网站建设，注重新闻的时效性和准确性;编制完成20xx年度宣传片、宣传画册;适时制作公司主题歌和微电影。

篇4：公司新闻宣传工作汇报总结

随着XXX公司“ 重振雄风、二次创业 ”的深入推进，紧紧围绕企业生产经营为中心，把握正确的舆论导向，为经营加油鼓劲，为管理传经造势，外树品牌、内塑形象，进一步提高新闻宣传工作水平迫在眉睫。

一、新闻宣传工作的基本情况

1.制度建设方面。建立健全新闻宣传体系是做好公司新闻宣传工作的基础和前提，在现有对新闻宣传工作投入的“ 人、财、物 ”力度下，为保持公司新闻宣传工作的正常开展，制定下发了公司新闻宣传工作管理办法和奖励办法。明确了各所属公司党支部书记、各部门负责人为本单位新闻宣传工作的第一责任人，配备专兼职通讯员。规定了新闻稿件必须经各部门负责人、所属公司分管领导审核后，由所在单位新闻宣传专管员报党委工作部走流程发布的工作规则。做出了将新闻宣传工作纳入公司党建责任制考核、及时对各单位报送稿件数量进行统计和通报的要求。

2.宣传阵地方面。企业宣传阵地是企业统一干部职工思想认识、宣传党和国家方针政策、引导职工树立正确的工作方向和行为标杆的新闻发布平台。目前，公司新闻宣传工作对内、对外宣传的主要载体和平台有：宣传栏、公司OA、公司门户网站、公司微信公众平台以及上级单位网站、报刊等等。

3.奖惩机制方面。目前，公司新闻宣传工作考核奖励还仅停留在稿费的发放与稿件数量每季度统计通报层面。虽然将投稿数量纳入党建工作责任制考核，但由于党建考核在公司年终绩效考核中所占比重较小，未完成稿件报送数量而进行相应的惩罚在绩效考核占比中更是微乎其微。对职能部门稿件报送情况尚未建立相应的奖惩办法，还没有做到与其年度绩效考核以及评优评先等工作建立连带关系。

4.队伍建设方面。由于公司以及各所属单位的体量都比较小，外加宣传工作不是公司的主体工作，所以公司两级均未配置专职新闻宣传人员，只是建立了由各部门、所属公

司兼职通讯员组成的通讯员队伍，还没有形成从上到下、从内到外的完整的通讯员队伍网络。

二、新闻宣传工作存在的不足

回顾近年来的工作，公司新闻宣传工作只是保持了一种维持正常的状态，与当前公司发展的形势、转型的要求相比，还是存在诸多不足与问题。

1.认识不足，重视程度不够。宣传工作对公司发展具有导向促动性，而对公司的生存又存在依赖附属性，并且，其工作成绩不直接产生经济效益。因此，各职能部门、经营单位就普遍忽视了宣传工作与部门工作或业务的内在联系和统一性。绝大多数单位存在“重经营轻宣传”的思想，认为新闻宣传工作是“软”指标，是归口管理部门的事，做得好不好都无所谓。即便是有认识，也仅仅是只求数量不讲质量，高水平高质量宣传材料偶有遇见，但也只是寥若晨星，屈指可数。

2.能力不够，责任意识较差。针对各部门、各所属公司报送的稿件，姑且不考虑数量是否达标、语句是否通顺、形式是否多样，就拿稿件中出现的一些错别字、复制粘贴等低级错误，就足以说明我们的部门负责人、所属公司主管领导存在审核稿件流于形式，通讯员撰写稿件态度不端、敷衍了事的现象。

3.素质不高，专业人才匮乏。由于公司组织机构调整、员工岗位变动等原因，使公司通讯员队伍处于边建边调整的状态，导致整体素质徘徊不前，不升反降。同时，因公司两级新闻宣传工作者均处于兼职状态，从事新闻宣传必备的基本能力不足，新闻专业知识匮乏，缺少必要的理论功底。由于岗位兼职导致的身份双重和多重性，通讯员放于新闻宣传的精力较少，很难从专业视角深层挖掘、系统提炼、包装亮点，妨碍了公司新闻宣传整体作战能力的提升，进而影响了整个公司新闻宣传工作的格局。

4.奖惩不明，基本保障欠缺。除专业人员保障不到位之外，还存在经费投入、奖罚机制保障不到位的现状。一方面，目前公司新闻宣传工作没有专项经费，新闻宣传工作经费只停留在发稿费层面，外加稿费标准也未能与时俱进，仍然停留在几年前的水平，稿费相对较低，不能有效调动通讯员的投稿热情。另一方面，奖罚机制不健全，缺少公平、合理的激励机制，对于表现优异的新闻宣传人员没有明确的、实在的、具体的表彰激励办法和措施，无法正面肯定、证明他们所取得的成绩。同时,虽然将新闻宣传工作纳入党建责任制进行考核，但作用收效甚微，对稿件不达标、抓新闻宣传工作不力的单位或个人，没有明确的处罚依据。

三、对新闻宣传工作的意见建议

面对公司绘就的“重振雄风、二次创业”的宏伟蓝图以及公司正处于改革发展的关键时期的现状，为更好的发挥“立足集团、服务集团”的战略作用，新闻宣传工作就不仅仅是满足维持正常运转的现状，而是要根据集团的宣传重点、宣传主题、宣传层次以及宣传口径，结合实际，使我们的宣传也能成为集团宣传盛宴上的精美菜肴，不仅要保质保鲜口味好，而且还要制作精美，这一切，给公司新闻宣传工作提出了更高的要求，也更加考验我们的智慧和能力。针对公司新闻宣传工作现状，结合实际，提出以下建议。

1.配齐配强新闻宣传人员。工作质量的好坏关键在人。新闻宣传是一项政策性、理论性、业务性很强，而且涉及面广的工作。不仅需要从业人员要有较高的思想水平和政治素养，而且需要大量的策划、编辑、撰写时间，因此希望公司配齐配强专职或相对专职的新闻宣传工作人员，以满足正常工作的需要。

2.加大宣传工作投入力度。进一步改善公司现有宣传设备，加强网站建设。进一步加大对新闻宣传工作的投入，为公司宣传工作的正常开展提供必要的经费和设备保障。“上稿才是硬道理”，进一步加强对通讯员队伍的培训和奖励力度，确保每个单位、每名通讯员都有对内对外发稿的“硬”指标，树立典型，扩大影响，营造良好的舆论氛围。

3.完善新闻宣传激励机制。建立健全新闻宣传工作激励机制，加强对基层新闻宣传工作的指导与考核，可考虑每年对优秀新闻宣传工作集体、个人、优秀稿件进行表彰奖励，加大新闻宣传工作考核占比，以考核制度和多举措激发新闻宣传工作者的积极性和创造性。同时，对未完成规定报送稿件数量的单位和个人，建议取消当年各项评先评优资格。

4.不断延伸新闻宣传领域。只有看得远、认识深、业务精湛，才能不断展示自身的价值，也才能提高影响力。在继续做好内部宣传报道的策划、安排、指导、督促工作的同时，要加强与股份公司新闻中心、行业媒体、社会媒体的联系。通过与之联系、交流，学习借鉴他们的新举措、新经验，提高我们的工作能力，进而扩大公司的品牌影响力。

新形势下，做好公司新闻宣传工作，使命光荣，责任重大，任务艰巨。我们只有切实重视对新闻宣传工作“人、财、物”的投入，发挥好各单位负责人审核把关本单位稿件报送的质量的第一责任人职责，上下联动，密切协作，以高度的政治责任感和扎实的工作作风，全力做好公司各项新闻宣传工作，围绕中心汇聚力量，务实创新确保质量，为推动公司“重振雄风、二次创业”做出新的更大的贡献！

文书吧
WENSHUBA.COM