

国有企业文化建设探析

——基于国有企业门户网站的研究

谭茗月

(首都经济贸易大学文化与传播学院, 北京 100070)

摘要: 为了探讨国有企业文化建设情况, 笔者针对 92 个国有企业门户网站, 采用集团网站全面浏览、二级企业网站随机浏览和手工统计的方法, 对国有企业文化建设中的企业形象、价值观、愿景及使命、经营理念、活动动态、模范人物等现状进行了研究, 指出国有企业文化建设中的亮点和存在的不足, 提出国有企业必须高度重视企业文化建设的重要意义, 克服企业文化建设中的不足, 坚持“九个相结合”, 加强企业文化建设, 不断推动企业高质量发展, 为推进中国式现代化发展贡献力量。

关键词: 国有企业; 企业文化; 九个结合

中图分类号: F270.7

文献标识码: A

文章编号: 1005-6432(2024)12-0103-04

DOI: 10.13939/j.cnki.zgsc.2024.12.026

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础。企业文化是企业的灵魂, 是企业发展的原动力。党的二十大报告提出的“推进文化自信自强, 铸就社会主义文化新辉煌”^[1]战略目标, 为新时代国有企业文化建设指明了方向、提供了遵循。新时代国有企业必须贯彻落实党的二十大精神, 加强企业文化建设, 凝聚发展动力, 规范企业行为, 展示企业形象, 不断推动企业高质量发展, 为推进中国式现代化发展贡献力量。

1 国有企业加强企业文化建设的重要意义

进入新时代, 国有企业发展面临重大机遇和严峻挑战。企业文化建设事关国有企业新时代发展大局、高质量发展格局和战略性发展布局, 加强企业文化建设对于国有企业发展具有重要意义。

1.1 能够促进国有企业思想政治工作

思想政治工作是我党的政治优势和优良传统。国有企业文化建设与员工的思想品德、职业道德、组织纪律等教育相结合, 能够丰富思想政治工作载体, 提高国有企业思想政治工作效果。企业开展各种教育、培训, 能为思想政治工作提供智力支持, 提高员工的理论水平和思想素质, 降低思想政治工作的难度^[2]。国有企业文化以精神文化润物细无声地影响员工, 为思想政治工作创造良好环境, 有利于思想政治工作的顺利开展。国有企业文化建设基于企业发展与社会需要开展, 可以增强思想政治工作的针对性和实效性。

1.2 能够促进国有企业实现高质量发展

国有企业文化建设引导企业和员工正确处理国家

政策、市场需要和企业自身三者关系, 引导企业确立经营目标和价值取向, 确保企业发展方向正确。国有企业文化建设有利于提高企业核心竞争力, 促进企业深化改革与发展, 改进生产经营方式, 提高经营能力; 优化企业管理结构, 建立健全管理和激励机制, 提高管理水平; 完善企业制度, 保障企业合规发展; 促进企业开拓创新, 适应市场经济要求。企业文化有利于激发员工潜力, 加快人才成长进程, 造就一支高素质的员工队伍。企业文化建设可以促进企业安全生产, 创造安全稳定的环境。

1.3 能够促进国有企业树立良好形象

国有企业把核心价值观和道德行为准则作为企业和员工共同的愿景追求, 促使员工站得高看得远, 振奋于企业的光明前景, 不计近利努力工作。在对外开展经营业务时, 国有企业文化建设形成的共同标准和行为趋向, 有利于促进本企业和其他企业、单位之间的信任, 为企业赢得良好信誉、树立良好形象。国有企业积极运用媒体平台, 结合企业重点工作、亮点成绩、先进人物, 组织开展内容丰富、形式多样的宣传活动, 传播、推广企业文化和管理模式, 提高企业知名度和美誉度。

1.4 能够凝聚国有企业发展力量

国有企业文化是企业管理的黏合剂, 将员工紧密地团结在一起, 指引员工的思想和行为。国有企业文化能激发员工奋发进取的观念和行为, 激发员工的事业心和责任感, 激发员工的自觉性和主动性, 为企业发展提供力量源泉。国有企业文化建设坚持以人为本的宗旨, 把企业社会价值与企业战略发展目标有机结

合,把员工和企业的利益紧密相连,增强员工的归属感,凝聚员工心往一处想、劲往一处使,建立起一损皆损、一荣皆荣、荣辱与共的团队精神,凝聚团队力量,共同促进企业健康发展。

2 国有企业企业文化建设的现状

为了探讨国有企业企业文化建设现状,笔者针对 92 个国有企业门户网站,采用集团网站全面浏览、二级企业网站随机浏览和手工统计的方法,对国有企业文化建设中的企业形象、价值观、愿景及使命、经营理念、活动动态、模范人物等现状进行了研究和分析。

2.1 国有企业企业文化建设的亮点

(1) 积极构建企业文化体系。国有企业注重文化建设,以党建引领,与时俱进,紧扣时代主题,构建涵盖企业形象、价值观、愿景及使命、经营理念等要素的企业文化体系,形象展示企业文化内涵,如国家管网“管网之道”文化体系成为指导集团公司企业文化建设的总体框架。招商局集团、国投集团等企业发布“十四五”期间新企业文化体系,既传承历史,又有创新突破;既彰显出不同企业的个性化特征,又凸显出浓郁的新时代精神。各企业视觉形象规范,VI 创意独特,个性鲜明,充分展示了统一的企业形象,如鞍钢的 VI 使“长子风范,世界品牌”的形象深入人心。部分企业还增加“理念 VI”,更形象地表达出理念体系的组成要素,让人们更容易记忆,更容易传播,如华润集团的红色基因五角星、中投集团的天圆地方古钱币。《中国航天科工之歌》《无形的臂膀》等司歌激发员工爱党爱国爱司情怀,点燃广大员工在新时代创新创造、奋发有为的豪情。多数企业明确了企业的使命和愿景,充分展现国有企业站在前列、勇挑重担的精神,体现“国之大者”的国有企业担当,凸显“牢记使命、不忘初心”的国家队角色,如国家能源集团以“能源供应压舱石,能源革命排头兵”为使命;中国移动以“创无限通信世界,做信息社会栋梁”为使命;中国有色集团把“成为卓越品质的创造者”作为愿景。面对经济全球化所带来的机遇与挑战,各企业积极创新企业的经营理念,充分彰显诚信经营、勇于担当的国有企业形象,如东风公司树立“关怀每一个人,关爱每一部车”的经营理念。有的企业展示文化理念、企业精神、企业宗旨、企业作风、法治文化、组织氛围、行为准则等。各国有企业会结合自身情况,选定适合自身的文化要素,搭建起企业文化体系,都体现了满足人民对“美好生活”的向往,体现了加快建设“世界一流企业”的目标追求,体现了勇担国家战略、地区发展、

产业结构优化、实现高质量发展的责任担当。

(2) 积极开展企业文化活动。国有企业通过开展书法篆刻、绘画摄影、文学作品等丰富多彩、卓有成效的文化、艺术活动,增强员工认知和理解企业文化、了解企业发展战略,形成共同的价值取向和行为规范,建设凝聚思想、鼓舞斗志、赖以生存发展的精神家园,让干部员工能够享受这个共同的家园带来的归属感、自豪感和幸福感,增强员工发展企业的责任感和使命感。如兵器装备集团的“领先文化故事”,讲好兵装故事、传播兵装好声音;中国石油的“石油文艺”,讴歌了石油人战天斗地、艰苦奋斗的光辉业绩;中国建材集团的“善用资源日”开放活动,营造追求真善美浓厚氛围,展现新时代国有企业的文化情怀和社会责任。

(3) 大力弘扬劳模精神和工匠精神。开展多种途径塑造和弘扬先进的企业文化,积极发布模范人物工作动态,积极营造崇尚、学习、争做劳模工匠的良好氛围,如航天科技集团的火箭技术研究院设立“身边的榜样、火箭工匠”栏目;鞍钢集团宣传“鞍钢楷模雷锋”“当代雷锋”郭明义;东方电气的“同创文化”介绍“全国劳动模范”“全国五一劳动奖章”“省级劳动模范名单”“部级劳动模范”荣获者。

(4) 积极宣传企业文化建设。国有企业结合网络特点,通过刊载企业文化活动信息,设置“企业形象片”“宣传片”“企业文化手册”“期刊”“职工电子书屋”等栏目,屏保下载企业价值观、企业愿景及使命等形式,积极宣传企业文化,提高企业文化的展示能力和传播效果,如中国中铁 2023 年刊载先进典型事迹 19 条;中国铁建“铁建艺苑”刊载员工 470 篇诗歌、散文;中国电建“艺苑风采”活动信息更新快、数量多,共刊载诗歌 198 篇、散文 198 篇、摄影 99 幅、书法 132 幅、美术 99 幅。

2.2 国有企业企业文化建设存在的不足

有的企业没有企业文化建设规划、制度,需要进一步加强企业文化的规划和发展,健全文化建设相关制度。有的企业没有确定企业形象、价值观、愿景和使命、经营理念等内容,需要进一步构建完善的企业文化体系。有的企业文化活动开展不多,有的文化活动信息停留在前几年,需要进一步积极开展企业文化娱乐活动;有的没有宣传模范人物和团队,有的先进人物、员工风采等信息还是 2018 年的,需要进一步发挥先进典型的示范引导作用;有的企业设置了“宣传片”“文化活动”“文化手册”“艺苑”等栏目,但没有内容;有的企业文化宣传仍停留在开大会、发宣传手册上,需要进一步加强企业文化的

宣传。

3 国有企业加强企业文化建设的建议

党的二十大报告指出,“推动国有资本和国有企业做强做优做大,提升企业核心竞争力”“完善中国特色现代企业制度,弘扬企业家精神,加快建设世界一流企业”^[1]。加强企业文化建设是国有企业落实党的二十大精神的重要举措,国有企业要针对企业文化建设中存在的不足,坚持“九个相结合”,通过创新性工作加强企业文化建设,提高企业文化建设的实效性。

3.1 认识和行动相结合

思想是行动的先导,要正确认识企业文化建设。避免将企业文化建设认成是虚的,费时费力还费钱,不产生经济效益,没必要搞;是面子工程,只是对企业中心工作进行的美化包装;是企业文化的形象设计、符号、标志、会议;是把企业口号、理念、愿景等的描述放在官网上、写在报告里、用在宣传上;是办文化娱乐活动、搞团建;是思想政治工作、规章制度体系等片面认识。企业领导要进一步提高认识,充分发挥榜样和带头作用,统一思想,达成共识,以身作则,以上率下。企业文化建设要付诸行动,要进行顶层设计,把企业文化融入企业战略规划和日常的行为规范当中。注重企业文化的教育和培训,紧密联系企业经营活动和管理实际推进企业文化建设。加强企业制度建设,规范企业上下的行为,促使企业文化良性发展。设立企业文化建设部门,确保企业文化建设工作完全落实。

3.2 引领和支持相结合

国有企业文化建设要以党的建设为引领。国有企业文化建设必须把党的政治建设摆在首位,铸牢企业文化的“根”和“魂”。充分发挥党组织“把方向、管大局、保落实”作用,保障企业文化建设顺利开展。党员干部要率先垂范践行企业文化,带动员工形成积极、健康向上的良好的文化氛围。要以党的建设为动力推进企业文化建设,用党的创新理论引领企业文化建设方向、充实企业文化内容、促进企业文化的形成,引领企业文化建设的制度机制、组织机制和培育机制。加强国有企业文化建设协同和支持。工会、团委、妇联等各部门要结合各自实际,有效组织开展企业文化的宣传、培育和建设工作,形成由党建引领,工会、团委、妇联等组织齐抓共管,各职能部门分工协作,全体员工合力推进的格局。加强党风廉政建设,强化廉洁从业意识,为国有企业文化建设营造良好环境和氛围。

3.3 内容和形式相结合

国有企业文化建设涉及企业管理的方方面面,必须紧密结合企业实际和特点,确定企业文化的内容。在对企业的历史、传统、行为、面貌等综合分析、深入研究的基础上,确定企业要继续和发扬、提倡和推广、反对和禁止的内容,确定企业的价值观、理念、宗旨、精神等,确定员工的行为和道德规范,使全体员工形成共识,对企业文化的内容做出定性的结论。要在文化建设过程中,赋予文化建设内容相应的手段和形式,并不断丰富完善。要紧跟时代发展的脚步,开展相应的文体活动,利用多媒体、移动通信等网络信息化平台,宣传企业文化与精神。要积极主动吸收具有新时代特色的文化元素,丰富企业文化建设的内容和形式,保证企业文化建设的层次化和多样化,做到辩证统一、内外兼修,充分发挥企业文化在构建和谐企业中的作用。

3.4 精神和物质相结合

成功的企业文化既有物质文化,又有精神文化,两者自成一统,相辅相成。精神文化要凝练明确企业使命、企业愿景、企业精神等核心理念和生产经营理念,制定纲领性的中长期指导性规划和实施计划,并根据实际情况及时调整。企业文化建设要依据精神文化建立起与之相匹配的物质文化,如规范管理企业网站、微信、抖音等宣传平台,设计制作工装、司旗、司歌、文化手册等形象物质,建立完善思想政治教育、文体活动、职工读书、技能培训等企业文化阵地,为企业文化建设提供物质支持。国有企业要建设制度文化,加强企业架构、章程规范、纪律要求建设,指导企业行为,保障企业正常运转;要建立企业和员工行为模式,展现企业精神面貌、工作作风、习惯传统等。企业文化建设要从精神到物质环环相扣、相互依存,协调发展、务求实效,形成具有系统性和衔接性的密不可分的统一整体。

3.5 共性和个性相结合

国有企业文化既要体现企业文化的共性,又要突出展现企业的个性。共性在于领导完全相同,由党组织统一领导建设工作;目标基本一致,宣传中国特色社会主义文化,弘扬社会主义核心价值观,服务企业改革发展;对象完全相同,是国有企业员工;内容有相似之处,包含物质、行为、制度、精神四大要素,融入我国优秀传统文化;手段大体重合,由下至上或者由上至下,调查研究、全员参与、共同认可。共性不是生搬硬套、邯郸学步、人云亦云、跟风模仿。企业文化建设要有企业的鲜明个性。国有企业应从提升企业文化的渗透和导向功能出发,综合分析企业历

史、地理区域、业务类别、经营管理状况、人员特点等方面,确定与众不同的文化内涵,为企业量身打造出适应经营发展、不可替代不可复制、独特的有识别性的企业文化。国有企业文化要坚持共性与个性并重的原则,实现共性与个性的高度融合。

3.6 榜样和群众相结合

榜样具有引领和推动国有企业文化构建的重要作用,可以分成企业模范人物和优秀领导。企业文化是“领导文化”,领导是企业文化建设的倡导者和推动者,能够凝聚企业经营发展力量,引领员工自觉建设企业文化。企业的模范人物能够传播企业价值观、培育企业精神,能够起到感染、激励、启迪、号召作用。国有企业文化建设的主体是员工,员工既是企业文化建设的传播者和创造者,又是企业文化的学习者和受益者,是国有企业文化建设最活跃最重要的因素。没有员工的积极参与,没有员工的普遍认可,企业文化就是无本之木、无源之水,也就难有作为。要在榜样的引领带动和示范推动下,充分发挥员工的主体作用,自上而下和自下而上相结合,增强员工的“主人翁意识”,巩固员工的“主人翁地位”,形成人人关心、个个参与企业文化建设、全员都是“文化人”的良好氛围。

3.7 实践和宣传相结合

企业文化不能只讲理论不讲实践,“假大空”的企业文化没有市场,不能说在嘴上、写在纸上、挂在墙上,却没有落实到行动上,不能只是拉横幅、拍合照、写材料等走过场应付了事。企业文化是一点一滴建设出来的,不是口号的堆砌,不是理念的赘述,没有捷径可走,也没有“巧劲”可使,唯有扎扎实实地实践,大力宣贯实施进展、营造文化氛围、融入管理推进、监督考核推动,确保企业文化落地落细。企业文化在落地实践的同时,要加强宣导和传播,通过开展系列活动,激发员工积极性,主动探索完善企业文化与经营管理深度融合的特色实践载体,全面提升企业文化理念的认知度和认同度,使其成为企业和员工的自觉实践。要有效利用新闻宣传树立企业形象,让更多的人了解企业文化,获得更多社会公众的拥护,提高企业的知名度,助力企业实现高质量发展。

3.8 构建和发展相结合

国有企业文化是企业的“软实力”。国有企业要

紧紧围绕自身的主责主业、发展目标、社会责任等主体特征构建企业文化体系,做好企业精神文化、制度文化、形象文化和物质文化的建设和发展。要研究提出具有鲜明特点的企业价值观、企业使命、企业愿景,梳理、修订和完善管理制度,做好企业行为文化整合工作、企业形象文化建设工作。搭建国有企业文化建设体系架构是建设企业文化的基础和前提,企业文化建设必须与时俱进,要在企业的发展中不断创新、不断发展。要摒弃传统封闭的思想,改变传统惯例,主动融入新时代发展格局,准确把握企业内外部环境,积极探索新的企业文化内容,构建和塑造优秀的企业新文化,增强文化的影响力和感召力,保持生生不息的生命力,滋润企业可持续不断发展壮大。

3.9 艰巨性和科学性相结合

国有企业文化建设是一个从载体到本质、从表层到本质的体系,要依靠科学的方法,由简到繁,循序渐进,不断提高建设水平。企业文化建设是一项艰巨、复杂、持久的系统性工程,绝不能凭空想象一蹴而就,要树立“打持久战”的理念,上上下下、方方面面共同努力,长期性投入人力、物力、财力、精力,持之以恒、久久为功。科学有效的工作方式能起到事半功倍的作用。国有企业文化建设必须掌握科学的方式方法,找准切入点、瞄准着力点、扣准链接点,做到企业文化和企业战略的协同一致、深度融合。企业必须科学培育具有鲜明特点的企业文化,增强员工的凝聚力,提升企业的核心竞争力,推进企业发展。企业文化建设要建立健全科学的总结和评价体系,并在企业落实落地,为企业文化建设保驾护航。

参考文献:

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [EB/OL]. (2022-10-25) [2023-04-16]. http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [2] 张敏三. 在国有企业基层如何开展企业文化建设 [EB/OL]. (2020-11-26) [2023-04-16]. <https://www.fx361.com/page/2020/1126/12806634.shtml>.

~~~~~

[作者简介] 谭茗月 (2002—), 女, 汉族, 首都经济贸易大学文化与传播学院, 研究方向: 传播学。