

# 科技创新型国企宣传与业务融合的协同机制构建研究

李爽

广西壮族自治区建筑工程质量检测中心有限公司, 广西 南宁 530000

DOI: 10.61369/IED.2025040012

**摘 要 :** 在当今时代, 科技创新已成为推动经济发展和进步的核心力量。国有企业作为国民经济的重要支柱, 在科技创新中肩负着重要使命, 国有企业在不断提升自身科技创新能力的同时, 也面临着如何有效宣传科技创新成果、强化企业形象塑造以及将业务与宣传深度融合的挑战。

**关键词 :** 创新; 国有企业; 协同机制; 宣传; 竞争力

## Research on the Construction of Collaborative Mechanism for Integrating Publicity with Business in Technology-Innovation-Oriented State-Owned Enterprises

Li Shuang

Guangxi Zhuang Autonomous Region Construction Engineering Quality Testing Centre Co., Ltd., Nanning, Guangxi 530000

**Abstract :** In contemporary times, scientific and technological innovation has become the core engine driving economic growth and social advancement. As a key pillar of the national economy, state-owned enterprises assume crucial missions in scientific and technological innovation. While continuously upgrading their own capabilities in scientific and technological innovation, these enterprises are faced with challenges including effectively publicizing their technological innovation achievements, enhancing corporate image building, and achieving in-depth integration of business operations and publicity efforts.

**Keywords :** innovation; state-owned enterprises; collaborative mechanism; publicity; competitiveness

### 引言

在全球科技领域竞争不断加剧、国内经济结构加速转型的新形势下, 科技创新型国有企业作为国家科技革新的核心力量与经济社会发展的关键支撑, 其战略价值正持续提升, 企业不仅要扛起推动科技演进、突破关键核心技术的时代使命, 还需履行重大社会责任, 在拉动经济增长、改善民生福祉、保障国家战略安全等领域发挥着无可替代的功能, 但在现实发展进程中, 部分科技创新型国企在宣传事务与业务工作呈现“相互脱节”的状况, 宣传工作没能充分为业务发展提供助力, 而业务上取得的成果, 也无法借助有效的宣传途径转化为企业的品牌号召力和价值认可, 鉴于此, 构建科技创新型国企宣传与业务相融合的协同机制, 促使二者形成良性互动、彼此增益的局面, 这对于增强企业核心竞争力、拓展社会影响力以及更出色地履行社会责任有着重要的理论与现实作用。

## 一、科技创新型国企的现状与成果

### (一) 发展现状

近些年来, 国家对科技创新愈发看重, 一系列扶持政策相继落地, 这让科技创新型国有企业进入快速发展阶段, 整体展现出旺盛的发展势头, 就研发投入而言, 国企在资金与人力方面的投入不断增加, 相关统计表明, 近五年间, 重点科技创新型国企的研发经费年均增幅维持在10%以上, 研发人员的占比也在持续上升, 为企业的科技创新筑牢了人才与资金根基; 与此同时, 企业主动与高校、科研院所展开合作, 搭建了不少产学研协作平台,

推动了科技成果转化及应用, 从市场竞争力来看, 科技创新型国企依靠自身雄厚的技术力量与品牌影响力, 在国内外市场中占据了相应的份额<sup>[1]</sup>。

### (二) 科技创新成果

在长期的发展历程中, 科技创新型国企借助深厚的技术储备、强劲的研发潜能以及清晰的战略方向, 获得了一系列意义非凡的科技创新成果, 这些成果不光是技术层面的突破, 更在产业优化、社会进步等诸多维度有着深远影响, 在基础研究范畴, 科技创新型国企发挥着重要的引领作用, 它们针对国家战略的需求和产业发展的机遇, 投入大量资源进行前瞻性、基础性探索, 并

在多个学科领域实现了突破性进展<sup>[2]</sup>。以广西区直企业为例，广投集团在科技创新方面取得了众多令人瞩目的成果，具体来说，广投集团研发的AI巡检机器人，如同不知疲倦的数字哨兵，精准守护着水电站的运行，实时监测设备状态，及时发现并预警潜在故障，大大提高了水电站运行的安全性与稳定性，有效降低了人力巡检成本和风险；北部湾银行推出的智慧授权系统，实现了消费贷、小微贷、社保卡等金融服务的“1秒响应”，极大提升了金融服务效率，改善了客户体验，有力推动了金融服务的便捷化和普惠化。

## 二、科技创新型国企宣传与业务融合的重要性

### （一）提升企业品牌形象，增强市场竞争力

在当前复杂多变的市场竞争格局中，品牌价值已成为企业构建差异化竞争优势的核心要素，对于科技创新型国有企业而言，实现宣传工作与业务发展的有机融合，是提升品牌影响力、强化市场地位的战略选择，这类企业需要聚焦于前沿技术转化、新产品开发及高附加值服务供给，其业务特性决定了需要通过系统化的传播策略，将技术优势转化为市场认知<sup>[3]</sup>，具体而言，企业可构建“技术-产品-品牌”的价值传导链条，进行多维度宣传矩阵展现创新实力，例如，针对自主研发的突破性技术，可采用技术白皮书、行业峰会演讲、专利成果展示等形式，向专业受众传递技术领先性；同时借助案例解析、客户见证、应用场景可视化等手段，帮助非专业受众理解技术价值，以此能彰显企业的专业权威性，又能增强市场认同感<sup>[4]</sup>。

### （二）增强企业内部凝聚力，提高员工工作热情

构建宣传与业务融合的协同机制，在一定程度上能够强化企业内部的凝聚力，具体而言，宣传与业务融合机制的构建可以为企业员工建立能力展示平台，以此有效激发他们参与科技创新和业务实践的主动性<sup>[5]</sup>。

科技创新型企业可以借助融合机制对企业中表现较为优秀的员工或者团队进行重点表扬和宣传，重点呈现其创新方法论与实践路径，为其他成员提供可复制的经验范式，提升个体工作效能，更能在组织内部培育崇尚技术突破、鼓励价值创造的文化生态<sup>[6]</sup>；再有，还可以深入挖掘各民族员工协同创新、互助共进的典型案例，经过多媒介渠道构建立体化传播体系，具体而言，可依托企业官网专栏、数字化内刊平台及主流社交媒体矩阵，以纪实报道、人物专访、微纪录片等形式，生动呈现跨文化团队的技术攻关历程与文化交融故事，以此强化员工的组织认同与文化自信，向外部利益相关方传递企业包容开放、和谐共生的价值主张，进而提升品牌的社会美誉度。

### （三）实现科技成果转化，推动产业升级

科技创新型国企的核心使命之一，是开展科技创新并将科技成果转化为实现生产力，以此带动产业升级，宣传与业务的融合，在这一进程中起到了关键的推动作用，而科技成果要实现转化，离不开市场的认可与扶持，宣传工作正是连接企业科技成果与市场的关键纽带<sup>[7]</sup>；将宣传与业务进行融合，企业能把自主研

发的新技术、新产品所具备的特性、长处及应用前景，传递给企业、投资者、用户等市场主体，让他们知晓这些科技成果的价值与潜力；另外，宣传与业务的融合还能引导社会资本流向科技创新领域，为科技成果转化提供资金支撑，当社会公众通过宣传得知企业的科技成果拥有广阔市场前景时，会更乐意投资相关项目，为企业科技成果转化提供资金方面的保障<sup>[8]</sup>。

## 三、科技创新型国企宣传与业务融合协同机制构建路径

### （一）借助新媒体形式，增强国企宣传的实效性

在数字时代背景下，新媒体成为信息传递的主要途径，基于此，国有企业要借势加强用新媒体的形式推动企业发展，从科技的角度出发，做到宣传和业务的完美融合，促进企业的不断发展，一是对于越来越多的用户群体来说，平台大、速度快、易互动的媒体，是企业开创性事物融合发展的动力之源，可借助多种头部社交平台的官方矩阵开展信息发布工作，统一将自身工作信息发布至各大平台之上，由新媒体平台进行集中推送<sup>[9]</sup>；另外，就内容发布而言，企业的多元化与新颖化宣传更能吸引人眼球，要充分运用短视频的方式将文字进行转化表达，或者用图表对图片、动画进行一些融合改进操作，或者采用更富朝气的媒体直播方式去进行内容展示，以此来让用户的参与感得到激发<sup>[10]</sup>，如有些科技创新企业就可以借鉴此方式，比如，可以在抖音平台上对所有产品的生命周期全程开展直播，在前期针对产品的研发过程中的核心技术突破部分进行直播，在后期围绕着产品终测阶段进行直播展示，并且在其中设置问答环节，以更加丰富用户关于产品的认知。

另一方面，要主动借助大数据技术，达成精准化宣传目标，大数据技术可对用户的兴趣偏好、行为模式等展开分析与挖掘，为企业的宣传及业务工作锁定精准的目标受众群体，企业通过剖析用户数据，能够掌握不同用户群体对企业业务及科技成果的需求与关注焦点，进而设计个性化宣传策略，例如针对关注新能源领域的用户，可着重推送企业在新能源领域的科技成果及项目推进情况<sup>[11]</sup>。

### （二）加强科技创新，推动经济发展和社会进步

在我国加速实施创新驱动发展战略期间，要把创新作为科技创新型国企发展的重点任务，以此促进科技进步，带动我国经济发展和社会进步。要想充分发挥企业的社会担当与企业的核心价值，就必须强化对于技术创新的重视程度，进一步宣传强化企业的发展工作，积极推动技术研发创新，积极探寻新技术、新方法的研发突破以及新的研发模式和研发方式：首先，从企业内部要构筑起战略性的投入机制，投放公司的研发费用以及资源，针对一部分比较重要的关键核心技术方向，可以集中力量攻坚克难，冲破技术封锁<sup>[12]</sup>，同时企业内部也可以筹措资金，并制定专项的资金奖励办法，鼓励公司内部技术人员开展前沿性技术和原始创新技术的研发；

其二，科技创新的根本目的是要把科技成果转化成为现实的

生产力，从而促进产业升级和经济发展。为了把科技成果转化成为生产力，就必须建立起科技成果转化的运行机制，积极对接市场，使科技成果转化成为现实的产品或工艺。企业可以单独设置或者是新建一个科技成果转化部门，或者跟其他的国企以及投资者合作建立一种产学研用相结合的体系，将企业的研发的成果也转化到其他的行业中去<sup>[13]</sup>；再者，可以参加一些国家重大科技项目和社会的公益事业，为社会做出贡献，得到长远的发展，例如在社会公益领域，可开展科普宣传活动、支持教育发展等工作，借此体现企业的社会责任，树立良好的企业形象，增强宣传效果。

### （三）注重价值观念引领，实现文化认同和民族团结

把文化认同与民族团结融入科技创新型国企的发展及宣传各环节，是实现企业持续发展、增强内部凝聚力与外部影响力的关键路径，也是构建宣传与业务融合协同机制的核心内容，在企业发展战略层面，需将文化认同和民族团结纳入顶层规划，并在构建长期发展蓝图时，要明确二者在企业发展中的战略定位，将其

作为企业核心价值体系的关键构成，可以在企业的使命、愿景与价值观表述中，融入“各民族员工协同合作”“携手打造富有凝聚力的企业文化”等内容，让全体员工在企业发展方向上达成共识<sup>[14]</sup>；另外，社会主义核心价值观作为国家与社会的主导价值理念，科技创新型国企需在宣传工作中主动践行和传播，并将其与企业的业务特质及创新理念相融合，例如在宣传企业科技创新成果时，应突出团队协作、敢为人先、精益求精的精神，这些精神与社会主义核心价值观中“敬业”“创新”等内涵高度契合<sup>[15]</sup>。还可以在业务实践中，要引导员工树立正向价值导向，将个人成长与企业发展、国家命运深度绑定，以此强化员工的责任意识与使命担当；最后，企业文化是企业的灵魂，是凝聚员工力量的重要纽带。科技创新型国企要结合自身的行业特点和发展历程，打造具有特色的企业文化，在宣传工作中，要宣传企业文化的内涵和理念，让员工和社会公众了解和认同企业文化。

## 参考文献

- [1] 刘晓丹. 科技创新型国有企业混改与深化提升绩效研究 [D]. 河北经贸大学, 2024.
- [2] 李佳幸. 新时期国有企业宣传思想文化工作的有效策略 [J]. 现代企业文化, 2024, (23): 64-66.
- [3] 余乐. 国有企业构建新闻宣传新格局的思考 [J]. 记者观察, 2024, (14): 103-105.
- [4] 冯月. 推动国企宣传思想工作高质量发展的策略 [J]. 现代企业文化, 2024, (14): 64-66.
- [5] 郭可盈. 融媒时代国企宣传队伍建设研究 [J]. 中国地市报人, 2024, (03): 88-89.
- [6] 吴轶婷. 新时代国企宣传工作的定位与创新策略 [J]. 现代企业文化, 2023, (29): 68-71.
- [7] 张玲玲. 新时期国企宣传工作能力提升路径 [J]. 现代企业文化, 2023, (12): 21-24.
- [8] 张鹏. 融媒环境下国企新闻宣传工作创新路径研究 [J]. 新闻研究导刊, 2022, 13 (24): 166-168.
- [9] 姚远. 加强国企新闻宣传的策略探析 [J]. 新闻研究导刊, 2022, 13 (13): 168-170.
- [10] 张曦元. 如何与时俱进深化国企新闻宣传工作 [J]. 办公室业务, 2021, (14): 74-75.
- [11] 刘建玲. 探究全媒体时代国企新闻宣传工作的创新 [J]. 办公室业务, 2021, (14): 72-73.
- [12] 张俊. 新时期国企宣传思想工作探究 [J]. 安徽冶金科技职业学院学报, 2021, 31 (02): 106-108.
- [13] 谢绍来. 浅谈新时代提升国企宣传从业人员的能力素质 [J]. 广西电力, 2020, (11): 29-31.
- [14] 李雷, 李芝琦. 新媒体在国企宣传工作中的实践探索 [J]. 中国报业, 2020, (20): 46-47.
- [15] 黄居光. 浅谈国有企业宣传创新及舆情应对——以H国企为例 [J]. 改革与开放, 2020, (11): 38-42.