

国企宣传思想文化创新助推职工文化认同与企业向心力提升研究

赵旭

北京房地集团有限公司, 北京 100101

DOI: 10.61369/VDE.2026100026

摘 要 : 在新时代国企改革背景下, 传统的宣传工作很难有效地塑造职工的文化认同感, 凝聚起企业的向心力。本文对国企宣教模式固化、特色资源挖掘不足、数字融合浅表化等问题进行分析, 以国有建筑企业思政实践案例为依托, 从场景思政、行业特色文化挖掘、数智双线传播等角度提出创新实施路径。经过研究发现, 宣传思想文化创新可以冲破理论和实践的壁垒, 调动起企业红色和工匠文化资源, 依靠数字化载体创建起全域育人的体系, 不断加强职工的归属感, 提高企业的内部向心力, 为企业文化建设给予实际参照。

关 键 词 : 国企宣传; 文化认同; 企业向心力; 思政创新

Research on the Innovation of State-owned Enterprise Publicity and Ideological Culture to Boost Employees' Cultural Identity and Enterprise Centripetal Force

Zhao Xu

Beijing Real Estate Group Co., Ltd., Beijing 100101

Abstract : Against the backdrop of state-owned enterprise reform in the new era, traditional publicity work can hardly effectively foster employees' cultural identity and rally the centripetal force of enterprises. This paper analyzes problems including rigid publicity and education models of state-owned enterprises, insufficient exploration of characteristic resources, and superficial digital integration. Drawing on ideological and political practice cases from state-owned construction enterprises, it proposes innovative implementation approaches from the perspectives of scenario-based ideological and political education, exploration of industry-specific culture, and dual digital-intelligent communication channels. The study finds that innovations in publicity, ideological and cultural work can break down barriers between theory and practice, mobilize enterprises' red cultural and craftsman spirit resources, build an all-domain education system via digital carriers, continuously strengthen employees' sense of belonging, boost internal centripetal force of enterprises, and provide practical references for corporate cultural development.

Keywords : state-owned enterprise publicity; cultural identity; enterprise centripetal force; ideological and political innovation

在新的时代背景下, 国企改革不断深入, 舆论传播环境也发生着改变, 职工的思想观念和价值取向越来越多样化。宣传思想文化工作是国企凝聚人心、夯实发展根基的重要手段, 也是筑牢意识形态阵地的重要举措。目前一些国企传统的宣传方式固化、传播形式单一、内容缺乏贴近性, 不能很好地唤醒职工的文化认同感, 企业向心力和凝聚力的建设遇到了新的问题。在此情况下, 探究国企宣传思想文化革新途径, 对于加强职工文化归属感、凝聚企业发展合力、推动国企高质量发展有着十分重要的现实意义。

一、国企宣传思想文化创新助推职工文化认同与企业向心力提升

国企作为国民经济的支柱和国家战略落地的主体, 宣传思想文化工作是统一职工思想、塑造企业精神、凝聚发展力量的重要载体, 开展宣传思想文化创新研究、促进职工文化认同、增强企

业向心力, 具有重要的理论和现实意义。从企业发展角度来讲, 传统的固定化宣传方式已经不能适应新时代职工思想动态以及国企改革发展的需要, 只有对宣传思想文化的内容、形式、渠道进行创新, 才能冲破传统宣传壁垒, 准确传达国企的核心文化理念和价值内涵, 促使职工充分认识企业文化并形成与企业同向同行的价值观念, 从而有效地消除职工思想碎片化的问题^[1]; 从长远发展

角度来说，深厚的文化认同会变成强大的企业向心力和凝聚力，调动起职工岗位担当、干事创业的内在驱动力，筑牢国企人才队伍的基础，给国企深化改革、提质增效、践行社会责任、实现高质量发展可持续发展赋予强有力的思想支撑和精神支撑^[2]。

二、国企宣传思想文化创新助推职工文化认同与企业向心力提升难点

（一）传统宣教固化，理论实践脱节割裂

目前一些国企的思想文化宣传工作还存在着一种陈旧的工作方式，即工作思路比较保守、固化，工作方式也大多采用固定的会议、文件传达等形式，缺乏灵活性。宣教内容大多停留在政策理论的表面宣传上，没有将理论与企业生产经营、岗位履职、职工发展等实际场景相结合来落实。理论宣讲同职工现实工作、思想需求相脱离，抽象的价值理念不能融入职工的工作、生活中，使宣教工作缺乏感染力，不能真正打动职工的心灵，不能达到思想引导、价值浸润的效果^[3]。

（二）资源挖掘不足，特色精神传导乏力

大多数国有企业有着深厚的发展历史、行业特点和红色资源，具有自己独特的企业精神和文化内涵，但是目前的文化宣传工作对于本土优质资源的挖掘和整理工作做得较少。企业发展历程中典型的事件、劳模精神、岗位奉献的故事等好的文化素材没有被系统地提炼出来并加以活化利用^[4]。文化传播内容趋于同质化、通用化，缺少符合企业行业属性和发展特色的文化内容支撑，专属文化标识不清，不能使职工产生专属的文化记忆，削弱了企业文化感召力和渗透力^[5]。

（三）数字融合浅层，线上线下联动不足

在数字化传播普及的大背景之下，虽然部分国企建立了新媒体宣传传播平台，但是数字化文化宣传只停留在基础的内容搬运上。线上宣传大多是对线下内容的简单复制，缺少符合新媒体传播规律的内容创作和形式创新，互动性、趣味性和针对性都很差。线上文化传播阵地和线下宣教活动相互独立、衔接不畅，没有形成双向赋能、互补联动的传播体系，数字化宣传优势没有得到充分发挥，不能全方位凝聚职工思想共识^[6]。

三、国企宣传思想文化创新助推职工文化认同与企业向心力提升策略

（一）场景思政赋能，打通理论实践通道

宣传工作者要改变以往单一的理论灌输方式，从国企生产经营、岗位建设、团队发展等各类实景场景出发，创建沉浸式的思想教育体系。根据职工岗位工作特点、职业发展需要和日常思想动态，把思想文化宣传内容拆解成具体可操作的内容，使抽象的政策理念、企业价值精神变成职工能够理解、接受的通俗语言。依靠常态化的岗位教育、团队文化熏陶、一线思想引领等途径，把思想文化教育由固定课堂拓展到工作一线^[7]。用沉浸式、场景化的育人方式拉近职工和企业文化之间的距离，使思想理论同工作

实践紧密结合，不断加强职工的思想认识和情感认同。

以“行走的思政课”宣传项目为例，工作人员要跳出室内宣讲的固定模式，依靠企业古建修缮主业资源，把思政教育场景全面延伸到故宫、北海公园、颐和园等一线施工研学现场。工作人员依托企业七十年来深耕古建保护、服务国家重点工程的实践积累，把抽象的职业担当、价值观念分解成古建修缮实操、文脉保护实践等具体教学内容，创建起沉浸式实景育人场景。项目摒弃了固定的理论宣讲流程，没有采用统一化的、灌输式的教育方式，根据各个古建场地的历史背景、修缮故事和施工特点，制定了不同的现场研学内容。组织职工到古建修缮现场开展实地研学、技艺体验、现场感悟等活动，使职工通过观看传统彩绘、沥粉、贴金等古建工艺、了解古建修缮工程细节来体会企业的使命和职业的价值。同时结合一线岗位工作场景进行常态化的思想浸润引导，将现场学习的收获同职工的施工、技术攻坚、岗位履职相结合，引导职工把文化感悟转化为工作动力，使思政教育的内容贴近职工的岗位实际，打通理论学习和工作实践的衔接通道，提高思想宣教的实效性和感染力。

（二）深挖行业禀赋，厚植红色工匠基因

工作人员要从国企自身发展底蕴、行业特色和红色传承优势出发，创建起系统的文化资源梳理和提炼机制。将企业发展的全过程中沉淀下来的精神内涵、良好作风和岗位优秀品质进行系统化选择、整合并加以提炼，从而形成具有企业自身特征的文化宣传内容体系^[8]。以国企担当、工匠精神、红色传承为内核，不断推动企业文化浸润工作，防止出现形式化的、标准化的宣传内容。以精准化、特色化的文化传播和落地培育为手段，塑造出独有的企业文化名片，加深职工对企业文化内涵的认识和认同，夯实企业凝聚人心、汇聚力量的文化基础^[9]。

以企业内部开展的“千人学古建”“行走的大思政课”特色文化培育活动为例，工作人员要全面整理出企业七十余年发展积累的红色底蕴、古建技艺传承优势和行业专属资源，创建起符合企业主业特点的文化宣传培育体系。工作人员对企业的服务国家重点工程、守护古都文脉的红色奋斗历程进行深度挖掘，整合出古建修缮技艺传承、历代工匠坚守奉献、一线职工攻坚克难等优秀的特色文化素材，摒弃行业通用化、模板化的宣传内容。项目创建分层分类的特色培育体系，准确区分普通职工兴趣学习、技术骨干专业提高、青年人才培育等不同层次的需求，有目的地规划出差异化的课程内容。工作人员组建了以古建非遗大师、行业专家、企业资深技术骨干为主的教师队伍，开设古建技艺实操课、文脉文化讲授课、岗位榜样宣讲课等特色课程。挖掘企业内部优秀职工修缮项目先进事迹，整理一线职工攻克技术难题、坚守修缮初心的真事实例，用身边岗位上的榜样来传递精益求精的职业品质，把红色传承、工匠精神和古建主业结合起来，打造专属企业的特色文化育人品牌，使职工在特色文化的熏陶下加深职业认同和企业归属感。

（三）数智平台筑基，构建双线育人体系

宣传工作人员要依靠数字化传播技术，完善国企文化宣传传播的网络体系，冲破传统线下线上宣传相互割裂的状况。根据新

媒体传播的特点以及职工信息接收的习惯，对线上宣传内容进行创新打磨，改善内容呈现的方式、传播逻辑，提升数字化宣传内容的适应性以及感染力^[10]。统筹线上宣传阵地和线下宣教活动的联动机制，创建起双向互通、协同发力的常态化文化育人模式。依托数字化平台开展文化内容精准推送、思想动态精准掌控、文化活动高效落实，充分发挥数字化宣传的传播优势，全方位、多层次凝聚职工思想共识，提高企业整体向心力。

比如，在“古建筑云学平台数字化”宣传项目中，工作人员要依靠数字化技术创建起一个一体化的线上育人阵地，解决传统宣教时空受限制、线上线下相脱离的问题，塑造起全域覆盖的常态长效宣传育人局面。工作人员按照职工碎片化学习需求和新媒体传播特点，把古建文化、红色历程、岗位思政等优质的资源进行整合，制作出系列短视频、精品网课、实训教程等多种形式的线上内容，并使用VR技术重现古建风貌和修缮过程，丰富数字化宣传的表现形式。项目同时创建了线上互动交流社区和研学成果共享板块，职工可以在任何时间、任何地点进行线上学习、心得体会交流和成果展示等活动，突破了传统集中式学习的限制。

工作人员统筹联动线上平台资源和线下研学、技能培训、榜样宣讲等方面的活动，创建起线上学习打卡、线下实操巩固、成果双向反馈的完整机制，使线下实践内容线上复盘传播、线上学习成果线下落地转化，形成双线协同、互补赋能的宣传工作闭环。通过常态化地更新数字化内容、优化平台功能来提高职工的学习积极性，激活数字化宣传的效能，不断凝聚职工的思想共识。

综上所述，本文主要研究新时代国企宣传思想文化创新对职工文化认同和企业向心力的驱动逻辑，分析目前宣传工作存在的模式固化、特色文化挖掘不够、数智融合浅尝辄止等问题，并以国有建筑企业思政实践为例，从实景场景育人、行业特色资源开发、数字化双线传播三个方面提出可行的实践路径。经过研究证明，依靠场景化思政、本土特色文化资源、数智协同宣传体系可以解决理论宣教和一线生产相脱离的问题，唤醒职工内在的情感认同，把文化共识转化为企业内部的凝聚力。相关研究结论可以给同类国企优化宣传思想政治工作体系、以文化建设夯实发展根基提供实践借鉴。

参考文献

- [1] 刘宇涵. 国企党建思想政治工作的创新研究[J]. 魅力中国, 2020(18): 27-28.
- [2] 任培军. 简析新形势下如何做好国企思想政治工作[J]. 文渊(高中版), 2019(11): 521.DOI: 10.12252/j.issn.2096-6288.2019.11.754.
- [3] 宗贺利. 试论新形势下如何推进国企党建思政工作创新[J]. 企业改革与管理, 2014(12): 35-35.
- [4] 何玉厚. 新媒体与国企思想政治文化工作探讨[J]. 企业改革与管理, 2014(12): 31-31.
- [5] 贾沛毅. 国企党建与思政宣传的有效结合策略分析[J]. 现代企业文化, 2024(19): 83-85.DOI: 10.3969/j.issn.1674-1145.2024.19.xdqywh202419028.
- [6] 韩雨萌. 推进新时代国企思政宣传与生产经营深度融合[J]. 现代企业文化, 2023(7): 70-72.DOI: 10.3969/j.issn.1674-1145.2023.7.xdqywh202307023.
- [7] 卢萌萌. 新形势下国企宣传与思政工作融合问题探讨[J]. 山东青年, 2018(5): 215, 217.DOI: 10.3969/j.issn.1004-0927.2018.05.128.
- [8] 卢扬逸. 简析国企思政工作与宣传工作高度融合[J]. 区域治理, 2018(31): 16.DOI: 10.3969/j.issn.2096-4595.2018.31.014.
- [9] 职通利. 国企党建与思政宣传的有效结合探讨[J]. 现代商贸工业, 2021, 42(14): 99-100.DOI: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2021.14.049.
- [10] 覃锡年, 杨柳毅, 钟慧, 等. 打造“思政+”工作新模式推动国企高质量发展的实践与研究——基于柳钢集团宣传思想工作实践视角[J]. 冶金企业文化, 2023(2): 37-41. DOI: 10.3969/j.issn.1673-2820.2023.02.021.