

新媒体环境下国企文化建设的思考

崔晓霞 青岛市海润自来水集团有限公司

在新媒体快速发展的当下，国有企业文化建设面临着前所未有的挑战与机遇。新媒体环境以其开放性、即时性、互动性和广泛覆盖的特点，极大地改变了信息传播的方式和速度，对国企文化的构建、传播及维护提出了新的要求。本文结合自来水企业文化建设的需求，探索如何在新媒体环境下做好文化建设的创新。

一、企业文化建设面临哪些新挑战

新媒体环境为企业文化建设提供了更广阔的空间，但同时也带来了传播控制难度加大、品牌形象维护复杂、受众需求多样化等挑战。国企需要不断创新思路，加强新媒体素养，灵活运用新媒体工具，以更加开放、包容和创新的姿态，构建具有时代特色和竞争力的企业文化。企业文化建设面临哪些新挑战主要体现在以下几个方面：

信息传播的去中心化：新媒体平台如微博、微信、抖音等，使每个人都能成为内容的生产者和传播者，信息传播呈现出去中心化的趋势，这要求国企在文化建设中，不仅要通过官方渠道发布信息，还要学会利用员工、客户及公众的个体影响力，进行多维度、多层次的信息传播，这对国企的传播策略和内容创新能力提出了更高要求。

舆论环境的复杂性：新媒体环境下，信息传播速度快，负面信息极易迅速扩散，对国企品牌形象造成影响，国企需要建立高效的舆情监测和应对机制，及时发现并有效管理网

络舆情，防止不良信息的扩散，保护企业形象。同时，如何在复杂的舆论环境中传递正面的企业文化价值，成为一大挑战。

受众需求的多样化：新媒体用户群体庞大，年龄、兴趣、价值观等差异巨大，企业文化建设需满足不同受众的个性化需求，制作多样化的内客，要求国企深入研究目标受众，采用更加精准的分众传播策略，提高文化传播的针对性和有效性。此外，新媒体强调互动性和用户体验，国企在文化建设中必须重视与公众的双向沟通，鼓励员工和客户参与企业文化活动，共同创造和分享内容。这种参与式文化构建模式，要求国企具备更强的开放性和包容性，以及利用新技术提升互动体验的能力。

二、自来水企业文化建设的创新建议

在新媒体环境下，自来水企业作为公共服务领域的重要组成部分，其企业文化建设不仅是塑造企业形象、提升员工凝聚力的关键，也是增强公众信任、优化服务体验的重要途径。面对新媒体的快速变迁，自来水企业在企业文化建设中应从以下几个方面进行创新：

强化品牌故事讲述，创新企业文化传播形式。新媒体平台提供了一个丰富的叙事空间，自来水企业应充分利用这一优势，通过短视频、图文故事、直播等形式，讲述企业的发展历程、社会责任实践、技术创新成果等，展现企业的精神内涵和价值追求。这些故事不

仅能够增进公众对企业的了解和好感，还能激发员工的自豪感和归属感，强化企业文化的核心价值。同时，国企要善于利用新媒体技术手段，如AR（增强现实）、VR（虚拟现实）、H5互动页面等，设计趣味性强、参与度高的文化传播项目。例如，开发虚拟水厂参观应用，让公众直观感受自来水处理的科技与环保过程，既普及了水资源保护知识，又展示了企业先进的技术水平和环保理念。

打造互动沟通平台，强化社会责任传播。新媒体的互动性为自来水企业提供了直接与用户沟通的机会，企业可以通过建立官方微博、微信公众号、小程序等平台，定期发布服务资讯、水质报告、维修通知等，同时设置在线客服，及时响应用户咨询和投诉，形成快速反馈机制。此外，开展线上问答、意见征集等活动，鼓励用户参与企业服务改进和文化共建，增强用户的参与感和满意度。值得注意的是，新媒体是展现企业社会责任的重要窗口，自来水企业应通过新媒体渠道，积极传播节水节能、环境保护、公益活动等正面信息，如展示企业参与水源地保护、水质监测、社区节水教育等案例，提升公众对水资源保护的认识和支持，同时树立企业良好社会形象。

构建内部学习共享平台，融合线上线下活动。新媒体平台同样适用于企业内部，建立在线学习管理系统、企业知识库、员工论坛等，鼓励员工分享工作经验、创新想法，促进知识流动和技能提升，通过组织线上培训、微

课学习、远程会议等，打破时间和空间限制，提升员工综合素质，形成持续学习、积极向上的企业文化氛围。对国有企业政工人员来说，尽管新媒体提供了丰富的线上互动方式，但线下活动依然不可或缺，自来水企业应策划线上线下相结合的文化活动，如组织环保主题的公益跑、水质科普展览、客户开放日等，通过新媒体平台进行预热宣传和后续报道，扩大活动影响力，实现线上线下互动互补，全方位深化企业文化建设。

借助数字化实现员工激励与认可。利用新媒体工具设计数字化的员工表彰体系，如设立在线荣誉墙、优秀员工风采展示、创新成果竞赛等，公开透明地表彰优秀个人和团队，增加员工的成就感和被认可度。同时，结合数据分析，精准识别员工贡献，实施个性化激励措施，增强团队凝聚力和工作动力。

加强危机公关与品牌形象维护。新媒体环境下，负面信息的传播速度极快，对自来水企业而言，一旦发生水质问题或服务故障，可能迅速引发公众关注。因此，企业应建立快速响应的危机公关机制，通过新媒体平台及时发布权威信息，澄清误解，采取有效措施解决问题，并积极展示整改成果，恢复公众信任。

综上所述，新媒体环境为自来水企业提供了全新的企业文化建设舞台，通过创新传播方式、强化内外沟通、数字化管理等手段，不仅能提升企业形象和市场竞争力，还能促进企业文化的内化于心、外化于行，构建更加开放、互动、包容的企业文化生态。

树立全员创新意识 助力国企文化建设

郭楠 青岛海建投资有限公司

在新环境下，基层国有企业文化建设的创新策略需围绕企业核心价值观、员工参与、数字化转型、社会责任以及跨文化交流等方面展开，以适应快速变化的市场和技术环境，提升企业软实力和核心竞争力。对国有企业政工人员来说，不仅要积极发挥主观能动性，更要带动全体员工树立创新意识，助力国有企业的文化建设，提升企业的思想政治工作水平，推动企业的主营业务发展。

一、基层国有企业文化建设面临的新挑战

文化内涵挖掘不足。国企作为国民经济的重要组成部分，承担着社会和环境责任，企业文化应强调可持续发展，引导企业行为符合社会经济和文化发展的要求，但仍有部分基层国企在文化建设上侧重于表面工作，如

标语、横幅和统一着装等，而缺乏对企业文化深层次价值观和信念的培育，导致企业文化未能真正融入日常管理和员工行为之中。

现代企业治理结构的融入度不够。随着国企改革的深入，企业文化需与现代企业制度相结合，确保党管企业原则与市场机制的有效对接，这要求企业文化既体现党的引领，又能适应市场竞争环境。

文化建设的人才问题。随着国民经济产业结构调整，国企需要更多具备专业技能和创新精神的人才，企业文化在促进员工终身学习和技能提升方面还略有不足，不足以支持企业的全面转型。基层员工参与度也导致人才的困境，企业文化建设需要全员参与，但在实际操作中，基层员工的参与度往往不足，影响了文化渗透和认同感的建立。

二、基层国有企业文化建设的创新策略

一是要强化核心价值观与使命愿景。清晰的使命愿景能够为员工提供方向感，激发他们的使命感和归属感，基层国企需明确并强化其核心价值观，将其融入到企业战略规划、管理制度、日常运营等各个环节中，通过举办主题培训、研讨会等方式，加深员工对价值观的理解和认同，使其成为指导行动的内在准则。

二是增强员工参与度与创新意识。企业文化建设应鼓励员工积极参与，通过设立员工论坛、创新提案系统等渠道，让员工的声音被听见，提升其主人翁意识。同时，培养创新文化，鼓励试错和持续改进，激发员工的创造力，使创新成为企业成长的动力源泉。

三是数字化赋能文化建设。利用数字化工具和平台，如企业社交网络、在线学习平台等，促进

信息的透明流通，增强团队协作，形成开放共享的工作氛围，数字化还可以帮助企业收集和分析员工反馈，及时调整文化策略，保持文化的活力和适应性。

四是建立动态评估与反馈机制。企业文化建设是一个持续的过程，需要定期评估文化实施的效果，收集员工和客户的反馈，及时调整策略，包括设定可量化的文化指标，如员工满意度、客户忠诚度等，以及建立有效的反馈渠道，确保文化战略与企业目标相一致。

结束语

综上所述，基层国有企业文化建设的创新策略需要从多维度出发，需要侧重于树立全员创新意识，既要关注内部的组织氛围和员工发展，也要考虑外部环境的变化和社会责任，通过综合施策，构建一个既具有传统国企特色又富有时代气息的新型企业文化。

完善人才培育体系

游萌羽 青岛城运控股集团有限公司

国有企业政工人才培养是提升企业核心竞争力、保障企业健康稳定发展的重要环节，虽然取得了一定的成绩，但国企政工人才培养也面临着一些挑战，如人才流失、创新能力不足、理论与实践脱节等问题。未来，国有企业应进一步深化政工人才培养模式改革，加强与高校、研究机构的合作，引入更多创新理念和方法，提升政工人才的综合素质和专业技能，以适应新时代国有企业发展需要。

一、国有企业政工人才培养的现状

国企对政工人才重视程度提升。随着国家对国有企业改革深化的要求，企业对政工人才的重视程度不断提高，政工人才不仅是企业文化建设的推动者，也是企业战略规划、员工思想教育、社会责任履行等方面的关键力量。为了激发政工人才的工作热情和创新

能力，国有企业不断优化激励机制，通过绩效考核、职称评定、晋升通道等方式，为政工人才提供更多职业发展空间和物质奖励。

国企政工人才培养体系完善。国有企业普遍建立了较为完善的政工人才培训体系，并且借助互联网技术，线上培训平台的应用也越来越广泛，提高了培训效率和覆盖范围。同时，为了提升政工人才的实际工作能力和经验，国有企业提供了丰富的实践锻炼机会，如参与重大项目、跨部门协作、基层挂职锻炼等，让政工人才在实践中成长。

二、国有企业政工人才的培育策略

一是构建多元化的培训体系。结合国有企业的业务特点，将政工人才培训与科技、管理、法律等专业知识相融合，采用国内外优秀企业的成功案例进行教学，提升政工人才解

决实际问题的能力，增强政工人才的综合能力。在此基础上，国企应设计一套既能反映政工人才工作实绩又能体现其长期贡献的绩效考核体系，并设置合理的职业晋升路径，提供具有竞争力的薪酬福利，以及精神荣誉表彰，激发政工人才的积极性和创造性。

二是强化政工人才的实践能力培养。企业管理者应鼓励政工人才到一线岗位或艰苦地区工作，通过基层业务实践提升其解决复杂问题的能力。对关键部门的政工人才，应实施与其他业务部门的轮岗制度，增进跨领域知识，拓宽视野，提高团队协作和沟通能力。

三是注重人文关怀，创新政工工作方式。在复杂的企业思想政治工作中，国有企业要关心员工心理健康，开展心理健康教育和辅导，帮助政工人才应对工作压力，提高抗压能力，并定期组织文体活动，增强政工人才的归属感和团队凝聚力。同时，为了提高工作效率，政工人才的培育也要关注新媒体工具的使用，利用新媒体手段创新政工管理模式，提高工作效率和吸引力；引入大数据分析，精准把握员工思想动态，指导政工工作的针对性和实效性。

结束语

综上所述，在当前国有企业深化改革和转型升级的新环境下，创新政工人才的培育策略是提升企业核心竞争力、促进企业可持续发展的关键，企业要通过制度建设、知识技能、新媒体应用等多层面入手，打造一支适应新时代要求的高素质政工人才队伍。

推动政工事业发展