

# 企业文化建设中发挥宣传工作作用的有效路径探讨

黄明

广东省特种设备检测研究院 广东广州 510655

**【摘要】**企业文化作为企业核心软实力之一，是企业发展过程中的重点工作，宣传工作为打造企业文化提供了方法和工具。本文介绍了企业文化与宣传工作的定义与内涵，着力分析了宣传工作在企业文化建设过程中发挥的作用，并提出了企业文化建设中发挥宣传作用的有效路径。

**【关键词】**企业文化；宣传工作；作用

Discuss the effective path to play the role of propaganda work in the construction of enterprise culture  
Huang Ming

Guangdong Provincial Special Equipment Testing and Research Institute Guangzhou, Guangdong Province 510655

**【Abstract】**As one of the core soft power of an enterprise, enterprise culture is the key work in the process of enterprise development. Publicity work provides methods and tools for building enterprise culture. This paper introduces the definition and connotation of enterprise culture and publicity work, analyzes the role of publicity work in the process of enterprise culture construction, and puts forward an effective way to play the role of publicity in the construction of enterprise culture.

**【Key words】**corporate culture; publicity work; function

## 一、引言

企业文化作为某一企业全体工作者认同的一种文化形态，对于形成合心、合力、合作的工作氛围，对于推动企业发展有着十分重要意义。优秀的企业文化是驱动企业持续成长的不竭源泉，是企业核心竞争力的重要组成部分。企业宣传工作作为传声筒，不仅能够有力地促进企业文化的传播、发展，还能在内部增强团队的凝聚力，对外展现正面形象，形成内外兼修的态势，共同塑造企业的竞争优势。因此，深刻理解企业宣传工作在构建企业文化建设中的重大价值，并积极践行，善用各种宣传策略来加强企业文化建设，是推动企业健康发展的必要举措。

## 二、企业文化建设与宣传工作的内涵

### （一）企业文化定义

关于企业文化定义的学术探讨，各学术领域观点各异，尚未凝聚成统一共识。企业文化是由企业环境、价值（观）、英雄、习俗与仪式文化传播网络五个因素组成的。国内学者耿艺丹认为，企业文化是企业生产经营实践中逐步形成的、为整体团队所认同并遵守的价值观、经营理念和企业精神以及在此基础上形成的行为规范的总称。陈春花教授将企业文化描绘成企业特有的一种“性格”，这包含企业的信仰体系、观念、价值取向、态度、工作模式、氛围及行为习惯。

综观上述见解，我们能够提炼出企业文化的普遍性界

定：它是在企业的成长历程中逐步形成的一套具有独特性的价值观念体系，该体系被所有员工接纳并遵循（涵盖使命、愿景、企业精神、核心价值观念以及具体的经营策略和管理哲学），并且体现在企业的规章制度、员工的行为模式、整个企业的外在形象，以及生产运营的管理实践之中。

### （二）宣传工作内涵

宣传工作对企业发展至关重要。企业宣传工作主要分为对内和对外两个层面。

企业对内宣传主要包括三方面的内容。一是针对企业文化内容进行宣传，明确企业使命愿景理念等，宣传统一核心价值观，统一员工思想认识，使员工更深入的了解企业文化，明确任务，坚定信心，振奋精神，提高凝聚力，加强工作能力。二是对内部发布相关企业信息，通过全面、系统的收集工作进展、企业运营和外部反馈等情况，为领导提供决策依据、使员工明确企业经营目标及经营现状，认清形势，促成万众一心，共谋发展的企业经营有利局面。三是做好正面宣传，及时引导企业内部舆论，同时加强内部思想宣传教育，大力弘扬正能量，提升员工思想认识，将员工思想意识向健康向上，积极乐观的方向引导，构建良好的企业文化氛围。

企业的对外宣传则包括宣传企业及企业产品和服务，主要通过电视、广播、报刊、互联网、新媒体等，向外界大力展示和宣传。对外宣传包含三个方面，一是对外展示企业基本情况，包括发展历程、取得成绩、产品服务，使社会公众更加清晰直观的了解企业，提升企业认知度，树立企业良好形象。二是正确引导舆论方向。及时准确的向公众发布突发状况的相关信息、处理结果等，有效避免因社会上某些不

当言论导致舆论偏颇，从而使事态扩大甚至造成严重后果；三是更新行业动态，解析政策形式。通过多渠道获取行业动态，深入了解和把握行业政策，多角度分析行业问题，助推相关政策落实，营造良好行业发展氛围。

### 三、宣传工作对文化建设的作用

#### （一）宣传与企业文化建设的联系

宣传工作与企业文化建设工作之间存在着紧密的联系。首先，宣传工作对企业文化的建设进程起着显著的促进作用。企业文化在发展过程中，其传播扩散的环节不可或缺地依赖于宣传工作，实质上构成了文化建设的一个核心环节。众多企业已将文化宣传融入日常管理的重心之一，特设部门专注于文化宣传策略的规划及宣传材料的编纂等事务，旨在通过强化宣传力度，增进企业与员工、企业与社会间的信息流通速度，从而培养出卓越的企业文化氛围。其次，企业文化建设对于宣传工作的进展也发挥着反哺效果，能有效地驱使宣传工作的深化。在文化建设的实施步骤中，企业界定了宣传工作的重要战略位置，将其列为优先工作事项，合理规划工作日程，不断改进宣传策略与内容，这在某种层面上促进了宣传工作的持续精进。例如，企业文化被整合进企业的常规管理体系，明确了各层级部门及岗位在企业文化建设中的特定职责与任务。同时，宣传工作赢得了企业管理层的高度关注与全体员工的广泛认同，为各类宣传活动的顺畅执行提供了坚实保障。

#### （二）宣传工作在企业文化建设中发挥的积极作用

##### 1. 营造良好企业文化氛围

企业文化是在企业的悠久发展历程中逐渐积淀而成的一种蕴含独特性质，并被全体成员接纳与遵循的价值观念系统，及其在企业制度规范、人员行为模式、企业总体形象及运营管理模式中的全面映现。它伴随着企业规模的扩张与竞争力的增强而同步茁壮。宣传工作为构建企业文化搭建了传递的桥梁，任何关乎文化建设的活动实施、建设成效的归纳等，均能借由宣传途径来强化其影响广度。步入新媒体时代，信息获取渠道的多元化与个体间交流的时空限制消除，为企业宣传工作的施展与创新开辟了更广阔天地，相应地，企业文化建设亦迎来了多样化的新生途径，可借力新媒体的宣传策略，塑造积极正面的企业文化环境。

##### 2. 提升企业文化建设水平

企业在着手文化宣传之前，需先凝练反映企业精神文化实质的核心观念，以此激励企业积极回顾并提炼生产、建设、运营及管理各环节中的精华文化元素，构筑起企业卓越文化理念系统，从而抬升文化建设的层次。随后，借助有力的传播渠道，可向公众传达企业的发展理念与企业精神，展示企业形象，进而更深层次地升级企业文化建设的境界。透过高

效的传播实践，确保精神内核的传承，将意识形态与价值观念深植于企业发展的血脉，贯穿于日常生产的每一环节，以保证意识形态与行为规范的和谐统一，进一步驱动企业文化建设的深化进程。对于企业来说，宣传的根本目的在于增进员工与社会的认同感；而这种认同感的增强，自然而然地会转译为推动企业前进的生产力。由此可见，有力的宣传工作能够发挥其催化效能，将累积的认同感转变为实际的生产力，增强企业的综合竞争力，继而形成一个良性循环，再度推动企业文化建设水准的上扬，为企业的稳步发展奠定坚实的基础。

##### 3. 打造企业良好社会形象

文化宣传工作是构建及传播企业形象、强化企业内部团结与外界竞争力的核心策略。高水平的文化宣传活动，不仅能够向企业员工、消费者群体及社会大众展现企业的独有吸引力与价值观，还能够树立正面的企业形象，增强公众的信任度与企业的辐射力，为企业的可持续发展奠定坚实的精神基础。在当代企业环境中，企业文化充当着企业的‘形象大使’角色，而宣传工作则在这一‘形象传递’进程中起到推动作用，有效促进企业品牌的塑造与扩散。优秀的宣传策略，能为品牌建设与市场推广预热，最大化利用品牌优势及品牌效应，助力企业吸纳更广泛的外界资源，这一系列积极变化与成果，最终将以企业综合效益提升的形式得以量化体现。

##### 4. 加强员工凝聚力

宣传活动作为构建企业与员工联系的桥梁纽带，扮演着促进双方有效沟通的关键角色。其作用首要体现在内部传播上，确保员工精确掌握企业某一发展阶段的成绩、重要战略规划的制定与实施情况，促使员工深刻理解个人福祉与企业成长之间的紧密联系，从而激发他们对工作的全情投入。其次，宣传工作通过对员工价值观与精神风貌的正面引导，促使企业文化自然渗透到员工的日常行为习惯中，增强了员工的企业归属感与使命感。企业借助高效有力的宣传策略，能够有效地教育启迪员工、指引方向，激励他们不断自我提升。再者，宣传工作还承担着传达国家政策导向、党的路线方针至企业基层的重任，及时分享先进个人的事迹报道及行业技术的最新动态，提供高质量信息资源。这种持续的正面文化传播氛围，不仅能够显著提升员工的思想境界与综合素质，还对加强团队整体竞争力、提升企业在市场中的竞争优势具有积极作用。

### 四、企业文化建设中发挥宣传作用的有效路径

#### （一）强化宣传意识，重视文化宣传

企业应当深化对宣传工作重要意义的认知，将其置于企业文化建设的显要位置，精准驾驭宣传导向，并在宣传活动中强化领导力与策略规划。同时，企业应及时革新宣传工作

的思维模式,界定清晰的职能范围,统合宣传资源,建立健全的管理工作规范。此外,企业需增加对文化传播人力与物力的投入力度,以满足员工的物质与精神双重需求,激活员工的积极性与创造力,全面提升全体成员的重视水平。

### (二) 加强舆论引导,营造文化氛围

当今时代,全球化步伐日益加速,国内外环境呈现出前所未有的复杂性,国际间的竞争态势愈发激烈,为企业的发展铺设了诸多挑战。面对这一形势,企业必须牢牢掌握舆论的正面引导,强化内部的思想政治工作,严谨规范员工行为,依托卓越的企业文化作为凝心聚力的核心。首要之举是强化舆论与思想的引领作用。日常宣传活动中,坚持积极正面的信息传播,将宣传融入企业的日常运营之中,以此推动企业发展,构筑企业文化基石。此外,精确拿捏舆论导向至关重要。企业应系统化开展职工思想政治教育项目,设定定期培训机制,提升员工的政治敏锐度与素养,及时察觉并纠正内部可能出现的不良思想倾向,营造一个利于企业文化建设的良性环境。

### (三) 发掘宣传内容,创新宣传形式

在企业文化建设过程中,持续探索企业演进历程中的卓越文化要素至关重要,这包括阐述企业的精彩历程与弘扬先进典型,以此作为传播企业文化的有效途径及增强员工凝聚力的关键策略,助力企业重建优秀的文化基因,并推动企业文化建设层次的持续攀升。先进典型不仅高度代表了企业文化深沉的积淀,也是企业精神与文化理念的具体化身,实质上展现了企业精神在实践中的生动映照。长期以来,“先进典型”一直是光芒四射的词汇,无论是在颂扬“人民楷模”雷锋、“奇迹校长”张桂梅等杰出人物,还是表彰企业内部的模范员工,其核心均在于传扬高尚的道德风范。从本质上讲,宣传这些典型事例构成了文化建设的精髓部分,经由这些案例的推广于企业发展的脉络中,能够充分发挥典范的引领效能,携手全体员工共谋发展,鼓励员工效仿并成为典型,从而保障企业的稳健前行。

企业宣传工作必须不断创新、改进方法,推进企业文化建设工作得到更好的执行和实施。要不断创新宣传方法,充分利用各种宣传载体进行全面的宣传活动。一是整合传统媒

体与新媒体资源,形成多元化的传播渠道,如电视、广播、报纸、杂志、网络、移动客户端等,实现企业宣传内容的全方位覆盖。二是利用好新媒体并与时俱进,新媒体的快捷及时、短小精悍、互动性强,对于传播企业好故事具有强大作用力。通过微信公众号、微博、抖音、快手等社交媒体平台宣传企业文化,这些平台具有广泛的用户基础和高度的互动性,可以发布短视频、直播、图文等形式的内容。当前火热的新媒体已经被许多企业运用到了实际,也产生了良好的效果。三是通过讲述故事来吸引受众,使宣传内容更具吸引力和感染力。故事化的内容更容易引起共鸣,传递企业积极的文化理念。四是结合文化创意,开发一系列具有宣传意味的文创产品,如图书、影视作品、动漫、游戏等,以文化产品为载体进行宣传,提升文化软实力。



### (四) 打造高素质宣传队伍

在推进企业文化建设的过程中,需配置专司文化传播的人员及兼具文化传播热忱与专业技能的团队,以强化企业文化建设目标的实践效能,发挥舆论导向与教育功能,促进企业文化的正向发展。企业宣传活动中,宣传人员的素养与业务能力直接影响宣传成效。因此,企业管理层应对企业宣传工作予以高度关注,组建一支集高水平素质与精湛业务于一身的企业宣传团队。引入宣传人才时,首要条件应为专业资质,并鼓励宣传人员在日常工作中持续汲取专业知识,提升个人素养与业务能力。企业也应多渠道地为宣传人员创造学习机会,并监督其在钻研理论之余,结合实践操作,实现在干中学、学中干的提升模式。

## 参考文献

- [1]赵光远.论新闻宣传在国有企业发展中的价值[J].河北企业, 2022(07): 146-148.
- [2]杨娜.宣传工作在国有企业发展中的价值探析[J].价值工程, 2020, 39(3): 129-130.
- [3]陆国明.宣传工作在企业发展中的重要性和必要性[J].中国盐业, 2020(02): 41-44.
- [4]徐冰.国有企业文化建设中新闻宣传工作的作用探析[J].科技风, 2019(30): 240.

作者简介: 黄明(1992年9月-),女,汉族,陕西榆林,硕士研究生,中级政工师,研究方向: 文化建设。