

## 以信立企 加强企业诚信文化建设

■ 袁孝冲

早在十三届全国人大一次会议上,国家对于完善社会主义市场经济体制、发挥市场在资源配置中的决定性作用以及推进国家治理体系和治理能力现代化的重视,为我们指明了方向。其中,建设完善的社会信用体系,打造良好的信用环境,成为了推动这一进程的关键之一。企业作为市场经济的主体,其诚信文化的建设不仅关乎自身发展,更是推动国家治理体系现代化的重要一环。从政府、社会和企业三个角度来看,加强企业诚信文化建设已然成为了我们的共同责任和追求。

政府在加强企业诚信文化建设中起着“引导与监管”的重要作用。首先,政府应制定和完善相关法律法规,明确企业诚信的标准和要求,为企业的诚信行为提供法律保障。其次,政府应建立健全企业信用信息系统,实现信息共享和联合奖惩,并设立相关查询平台,让失信者无处遁形,守信者得到应有的回报。此外,政府还应加大对企业诚信文化建设的宣传力度,营造“诚信为本”的社会氛围,引导企业自觉遵守诚信原则。

加强企业诚信文化建设离不开社会的监督与评价。媒体和公众应发挥舆论监督的作用,及时揭露和批评企业的失信行为,形成强大的社会压力。同时,各类社会组织和相关中介机构也应积极参与企业诚信评价,为企业诚信文化建设提供第三方支持和保障。通过社会的广泛参与和共同评价,企业诚信文化才能得到更好的传播和实践。

企业自身在诚信文化建设中,扮演着主体角色。首先,企业应建立健全内部诚信管理制度,明确诚信要求和行为准则,确保员工在工作中遵守诚信原则。其次,企业应加强员工诚信教育和培训,提高员工的诚信意识和行为能力。此外,企业还应积极参与社会信用体系建设,主动接受政府和社会的监督与评价,不断完善自身的诚信文化。

为此,政府、社会和企业三者之间应加强协同合作,共同推进企业诚信文化建设。政府应提供政策支持和法律保障,社会应发挥监督和评价作用,企业则应承担起诚信文化的建设主体责任。三方通过信息共享、联合奖惩等方式形成合力,共同营造良好的企业诚信文化环境。

以信立企,加强企业诚信文化建设是一项长期而艰巨的任务,需要政府、社会和企业三方不断努力,才能共同打造出一个诚信、公平、透明的市场环境,为推动国家治理体系和治理能力现代化作出积极贡献。

(作者单位:余姚市猎才企业管理咨询公司)

## 抓三基也要从“新”抓起

■ 胡云峰

新年新气象,新春新打算,抓三基也要从“新”抓起,才能“苟日新,日日新,又日新”地筑牢各项工作的底座,加长向前发展的里程,拓展向上发展的空间。

从“新”抓起“新”在坚持。三基建设是一项长期性、系统性工程,建设的过程也是好的经验做法积累的过程,将这些好的经验做法坚持下去,就能促使其与当前工作实践发生由量到质的深刻转变,并在此基础上激发工作灵感,通过创新创造推动工作又快又好发展。反之,如果将这些做法弃之敝屣,束之高阁,就会割裂与之前工作方式方法的联系,“新瓶装旧酒”“穿新鞋走老路”地开“历史倒车”,让当前工作因循守旧地停滞不前。

从“新”抓起“新”在发现。新的一年,各项新政策陆续出台,工作开展模式也随之发生转变,但班级管理、职工培训、内部市场化等三基建设的“基本面”没有变,只是要善于发现和找准新政策与三基建设重点的结合点,才能以不变应万变地保证三基建设的常抓常新,赋予其护航安全生产的应有之义。

从“新”抓起“新”在创新。创新是各项工作长期向好的不竭动力,只有创新,也唯有创新,才能让枯燥的工作有光彩,才能让三基建设具有持久的生命力。一个小改进、一个小发明、一个新思路、一个新方法、一个新模式,都可能对工作产生积极向好的蝴蝶效应,进而产生示范效应、联动效应,实现对各项工作的创新引领,进而达到以创新促三基、以三基保安全的目的。

从“新”抓起“新”在总结。总结不分时间,这边工作完成,那边就着手总结可以,这边工作完成,待工作的效果充分得以显现再总结也可以,只要把开展这项工作的新思路、新方法、新经验提炼到位,对再开展类似工作都会有所帮助,有所促进。三基建设也是这样,只有常总结,才能善总结,只有善总结,才能打通工作的螺旋式上升通道,形成三基建设与安全生产的首尾呼应,时刻将安全生产稳固在平稳发展的状态,从而助力企业在安全坚实的基础上,向着既定目标前进。

“一年之计在于春”,计划好安全怎么抓,先要计划好三基怎么干。不负春光,闻“新”起舞,用三基的新思路、新作为、新气象,赓续发展安全的好形势、好成绩、好经验,才能勇毅前行、奋楫争先地夺得生产效益的东风“第一枝”,推动矿井安全效益的大丰收,事业前程的大发展。(作者单位:内蒙古龙口镇智能公司麻地梁煤矿宣传部)

# 新媒体在国有企业宣传思想工作中的应用探索与思考

■ 吕燕

当前,新媒体已成为国有企业宣传思想工作中信息传播的主要途径之一,这就意味着国有企业在探索与思考新媒体时代宣传思想工作中,应掌握新媒体传播特点和快速迅速的属性,要把新媒体新颖的传播方式与企业思想宣传有机融合,企业要通过新媒体这个平台,更好地开展职工思想政治工作,不断提高企业职工综合素质,增强职工对企业认同感和归属感,增加职工对企业高质量发展的使命感和拼搏感。笔者认为,国有企业强化思想政治宣传是企业强化思政工作重要组成部分,是做好职工思政宣传工作助力企业高质量发展的精神动力与思想保障,这对提升企业凝聚力有着重要作用。新媒体时代,企业随着时代发展和进步,企业思想政治宣传模式发生了诸多变化,这些变化势必要求企业要将新媒体与企业宣传思想工作有机融合,为企业宣传思想工作实施提供更多可能性。

## 一、企业宣传思想工作与新媒体融合途径的量化与思考

当前,新媒体的发展对企业宣传思想工作产生了极其深刻的影响,在新媒体时代,国有企业应如何思考新媒体在企业宣传思想工作中的应用,笔者认为,国有企业宣传思想工作应深入分析探讨新媒体及其传播规律,要与时俱进,积极创新企业宣传思想工作的方式方法,在新形势下要充分运用新媒体平台,加强企业宣传思想工作,要不断强化舆论引导,为企业改革发展在宣传思想工作上添砖加瓦。在此,笔者建议,国有企业应以新媒体特征作为参照,在运用新媒体传播中,要始终将大众真实需求作为思想宣传和发布的依据,要树立正确思想宣传导向意识,要在原有传统媒介基础上增加新媒体,使企业宣传思想工作覆盖面更广,时效性更强,使宣传思想工作更加精准有效。

新媒体时代,国有企业在开展宣传思想工作中,应切实有效发挥好新媒体优势,要立足企业实际,搭建好具有企业特质的新媒体平台。在平台搭建中,企业要综合考虑多方面因素,要针对企业职工不同的年龄层,分析职工都在哪些平台开展社交活动,哪些平台对职工的影响力相对较大,在平时工作中,特别要重视微信平台的使用,可以借助微信社交平台传播思想工作,使宣传思想工作得以在各类新媒体上传播,扩大宣传思想工作传播的影响力。与此同时,国有企业在研究新媒体平台对企业宣传思想工作影



响的关键要素时,应充分研究如何提高企业职工的综合素质,企业要将宣传思想工作与新媒体有机融合,这就对企业员工的综合素质提出了更高要求。

国有企业强化宣传思想工作,需要从制度、组织及资源等基础工作入手,宣传思想工作本身属于文化事业范畴,因此,需要企业借助新媒体平台,使企业宣传思想工作与企业文化建设相结合,让宣传思想工作与企业生产经营相融合,使宣传思想工作通过新媒体传播发力,从而服务于企业中心工作与发展战略。笔者认为,国有企业应积极打造企业全员参与的宣传思想工作新格局,将宣传思想工作提升至企业中心工作中地位,要不断完善企业宣传思想工作制度,明确宣传流程、宣传工作职责,推进宣传思想工作融入企业发展经营全过程。在此,笔者认为,现代企业应在宣传思想工作中坚持正面宣传,把控舆论走向,净化企业内部舆论环境,营造和谐稳定企业文化氛围。

## 二、以理念创新引领新媒体宣传思想工作新思路

当前,网络信息技术已经全面普及,新媒体拥有多个社交网络平台,企业在对受众进行深入分析基础上,可以充分利用微信及快手、抖音、微博等交流平台,在企业职工内部建立职工交流群,传递和发布企业相关信息。企业在此基础上,应构建对外开放网络平台,以达到实时互动、沟通交流的目的。这就意味着国有企业在强化宣传思想工作中,要秉持全员新媒体宣传理念,全面调动职工群众参与积极性,要站在职工群众角度考虑问题,以大家喜闻乐见的形式来落实思想工作,循序渐进提升职工素质,从而发挥宣传思想

工作的作用。要想在新媒体时代做好宣传思想工作,不能单靠宣传部门唱“独角戏”,需要企业职工要上到下自觉支持和配合宣传部门,新媒体宣传部门要明确宣传工作重点,要激励带动干部职工积极投身宣传思想工作,从而构建起党委统一领导、党政齐抓共管、宣传部门组织协调、有关部门分工负责的新媒体宣传思想工作新格局。

理念创新需要手段创新,工作创新需要思想创新,这就需要国有企业在新媒体时代强化宣传思想工作,要围绕中心、服务大局,要面对新形势、新任务,不断增强新媒体时代思想工作的前瞻性和主动性,要保持思想的敏锐性和开放度,以新迎新,以新对新,以新的思路推动新媒体时代思想工作的引领作用。在新媒体时代,宣传思想工作必须牢固树立“围绕中心、服务大局”理念,要找准新媒体宣传工作与中心工作融合的特点,要立足改革发展实践,切实提高思想工作的质量和水平。与此同时,国有企业要充分利用新媒体平台,深度推进宣传思想工作,要有力发挥思想引领、解疑释惑、凝聚人心、鼓舞斗志的作用,有效带动各项工作创新突破、提档进位,凝聚起建设和谐、繁荣、美丽国有企业单位的磅礴力量。

新媒体平台具有自己的特点,国有企业在开展新媒体平台过程中,应按照“服务群众、凝聚群众”的工作目标,要整合新媒体云平台,要集研判、生产、传播、服务于一体,充分发挥服务群众、社会治理的重要作用。要通过建设智能统筹调度平台,拓展深化新时代宣传思想工作新机制,统筹推进理论宣讲、基层党建、文明创建、社会治理等工作,畅通新媒体时代宣传群众、教育群众、服务群众、凝聚群众的“最后一公里”。笔者认为,新媒体环境下,国有企业新媒体宣传创新探索要充分利用企业现有宣传思想工作载体,要有效控制信息流向,积极宣传正能量,真

善美的新闻内容,营造风清气正的企业宣传思想工作氛围。

## 三、企业宣传思想工作与新媒体融合是未来发展的重要趋势

“工欲善其事,必先利其器”。在信息快速发展的新媒体时代,企业宣传思想工作必须守正创新,这就需要国有企业在企业宣传思想工作中,要运用新传播手段和传播技术,以新技术引领、驱动传统媒体转型升级,促进传统媒体与新兴媒体互联互通,提高新媒体宣传思想工作的质量和效果。笔者认为,当前,新媒体宣传形式丰富多彩,这就需要国有企业应不断强化新媒体思维,不断创新和发展职工群众喜闻乐见的传播手段和传播方式,使传统的“我说你听”式的“独角戏”转化成职工群众踊跃参与的“交响曲”。

对于国有企业来说,在生产经营活动期间开展宣传思想工作,就必须让宣传工作突出企业的特质,要避免通过座谈会或谈话方式来“灌输”,使员工吸收不到应有的宣传经典,以达到开展宣传思想工作的实际效果。而新媒体则可以将文字、图片与音视频等集中在一起,借助多种类型虚拟社交软件传播思政内容,如微博、抖音、微信与快手等,都可以成为企业传播宣传思想工作的阵地,且在这些平台开展宣传思想工作,用户还可以及时反馈自己的看法,企业通过收集用户反馈的信息,可以不断对自身宣传思想工作模式与方法进行优化,以能更好地契合企业职工需要,提高宣传思想工作的有效性与可靠性。

当前,新媒体促进了企业宣传思想工作手段的变革,在新闻策划、选题、制作、传播等环节,以全媒体思维精心策划新闻,提升宣传思想工作价值。而选题则要聚焦于企业发展变革、经营战略、企业与职工风貌、经营成绩等,增强职工的荣誉感,调动职工积极主动性,从而提升宣传思想工作的价值与效果。明者因时而变,知者随事而制。企业宣传思想工作与新媒体融合是未来发展的重要趋势之一,这就需要国有企业要充分利用新媒体平台强化企业宣传思想工作,使企业职工不断提升宣传思想工作影响力,企业只有适应了新媒体平台,才能够把握新媒体的优势特点,使宣传思想工作得到更好推进,这样才能更好地助力企业更好发展,从而提升企业核心竞争力。

(作者单位:山东能源鲁西矿业白庄煤矿党群工作科)

# 中国软实力快速提升从何而来

英国品牌顾问公司“品牌金融”近日发布的《2024年全球软实力指数排名》报告显示,中国全球软实力排名升至第三位,“得分提升幅度最大”。正如美国 Medriva 网站所指出的,这不仅是一个数字上的变化,还是一个信号,表明中国在全球舞台上的影响力越来越大。

“品牌金融”公司在报告中将软实力定义为“一个国家通过吸引或说服而不是胁迫”影响国际舞台上各方偏好和行为的能力。国际上对软实力的定义有多种,但总体而言,软实力是一个国家吸引力、影响力和感召力的集中体现。与硬实力相比,软实力给人带来的感受更多是亲近、喜爱和尊敬。

中国软实力提升的力量源泉从何而来?“历史悠久、充满活力的东方大国和全球发展的贡献者成为中国突出的国家形象”“中国参与全球治理的表现备受认可”“中国发展道路对本国发展具有借鉴意义”……一条条海外评价揭示中国软实力提升的“奥秘”所在:以中国文化感润世道人心,以中国发展增益世界繁荣,以公道正义维护国际秩序,以推动构建人类命运共同体的中国行动树立起可信、

可爱、可敬的中国形象。

中国软实力快速提升,有赖于中华文化的吸引力和创新力。这是五千年中华传统文化的亲和力:春节文化在国际社会越发深入人心,春节被确定为联合国假日;中国语言文化、中医、太极拳、书法在海外广受欢迎;蕴含丰富哲学思想的《孙子兵法》《道德经》等著作“圈粉”无数……也有现代中国文化的吸引力:《山海情》《三体》《流浪地球》等影视作品陆续“出海”,引发海外年轻受众在社交媒体上建立话题讨论标签;“科目三”舞蹈、《原神》游戏等“中国制造”文化产品走红海外……中华文化受捧,既因为中华文明悠久辉煌和文化资源丰富多元,更在于对中国文明传承和创新的重视。软实力概念提出者、美国政治学者约瑟夫·奈认为,对中华优秀传统文化中的思想精华进行创造性转化和创新性发展,必将提升中国文化软实力的吸引力,从而巩固中国文化软实力的独特优势。

中国软实力快速提升,有赖于中国发展新动能不断涌现的溢出效应、中国为世界提供的发展机遇。Temu 和 Shein 等在线零售平

台因产品时尚多元、性价比高,成为全球消费者购物新选择。海外汽车博主紧盯中国新能源汽车产业动态,评测视频的关键词是高科技、设计感、时尚感。从“中国品牌”“中国平台”靠品质在海外打响名号,改善无数家庭生活,到“新三样”出口助力各国绿色转型,携手应对气候变化,再到发展民生项目坚持互利相兼、先义后利,助力非洲等地区工业化进程,乃至开展航天国际交流合作、共享尖端科技成果,让人类探索的脚步挺进星辰大海……这些中国软实力提升的新动向新载体,背后的“硬支撑”是中国坚持创新驱动发展,加快转变经济发展方式,发展新质生产力。在基础研究、原始创新等诸多领域,在数字技术、新能源等重要赛道,中国已处于世界前列,为发展孕育出新动能、开拓出新纵深,借由这些成果转化的产品和服务出口海外,让海外人士深刻感受到“中国好,世界会更好”,中国形象的“金字招牌”越擦越亮。

中国软实力快速提升,在于中国理念在国际舞台上越发深入人心。中国倡导以和为贵,促成沙特伊朗历史性和解,斡旋缅北达成

# 数字化浪潮下,多维创新企业管理

随着科技的飞速发展和市场竞争的日益激烈,企业管理者面临着前所未有的挑战。数字化引领的企业管理显得愈发不可或缺。在如此激烈的竞争环境下,有效的数字化技术管理战略和创新方法成为企业在激烈市场竞争中脱颖而出。企业管理者必须不断地寻求新的数字化技术管理理念和方法,以应对各种复杂的挑战。在这个过程中,许多企业都积极寻求行业专家的指导,希望从他们的经验和知识中汲取灵感,实现管理的跨越式提升。

在众多企业管理专家中,林恒女士备受瞩目。作为七十二变(北京)传媒文化有限公司的 CEO,林恒展现出了卓越的管理能力和领导才干。自她担任 CEO 以来,公司的业绩取得了显著的提升。她对企业管理的深刻理解和全面把握,使得公司在激烈竞争中不断发展壮大。林恒的卓越管理能力体现在多个方面,她不仅对公司的整体发展有着清晰的战

略规划和目标设定,还注重创新和技术应用,注重数据的挖掘和应用,她通过数字化技术管理手段,能够更准确地把握市场需求和客户反馈,优化资源配置,实现持续创新与发展,使公司在数字化技术的引领下获得了业绩持续增长。

据了解,林恒在推动七十二变(北京)传媒文化有限公司的发展中,以数字化技术引领管理为核心,自主研发了一系列技术成果,包括“基于智能算法的企业资源规划系统优化策略研究”“基于大数据分析的企业风险管理系统设计平台”“基于虚拟现实技术的培训与团队协作平台”以及“基于大数据的企业绩效评估与业务优化研究”。这些技术成果充分展示了林恒作为企业管理专家的深厚造诣和对创新的不懈追求,她的研究成果为企业管理领域带来了新的思维和实践方法。

随着全球经济的发展,企业面临的挑战越来越复杂,包括市场竞争加剧、技术革新和

消费者需求变化等。传统规划系统往往无法应对这些挑战,因为它们缺乏对大数据的充分利用和未来趋势的准确预测。林恒的“基于智能算法的企业资源规划系统优化策略研究”通过机器学习和数据挖掘等技术,有效处理海量数据,提供准确决策基础,帮助企业了解市场趋势、调整战略和优化资源配置,从而增强竞争力。此外,她的另一项技术成果“基于大数据分析的企业风险管理系统设计平台”利用大数据分析技术实时监测和评估各种风险,并提供智能化的风险预警和应对方案,有力支持企业的可持续发展。

值得一提的是,她的研究还包括“基于虚拟现实技术的培训与团队协作平台”和“基于大数据的企业绩效评估与业务优化研究”,展示了她在多领域的创新成果。为企业培训、团队协作、绩效评估和业务优化提供了前沿解决方案,提升了企业的效率和竞争力。“基于虚拟现实技术的培训与团队协作平台”利用

虚拟现实技术为员工提供全新的培训体验,使培训更加生动和有效。此外,它还提供了强大的团队协作工具,使得分布在不同地点的团队能够实时交流和合作,促进了团队的凝聚力和效率。“基于大数据的企业绩效评估与业务优化研究”则是通过对企业内外部大数据的深入分析,为企业提供了全面的绩效评估和业务优化建议。

在这个信息时代,数字化技术管理成为企业不可或缺的关键要素。通过充分挖掘和利用数据,企业管理者可以做出更加明智、科学的决策,实现精细化管理,提高运营效率,增强市场竞争力。林恒在多领域的创新研究成果为企业提供了前沿的解决方案,不仅提升了企业的效率和竞争力,也为行业的发展注入了新的活力和动力。相信她的领导力和创新精神将继续激励更多管理者拥抱数字化技术管理理念,不断探索和应用先进技术,实现企业的长期可持续发展。(许林怡)