

文化强国背景下企业文化建设融入文化自信的路径研究

杨利 张俊杰

(重庆城市科技学院, 重庆 永川 402167)

摘要: 企业文化是企业发展的精神力量, 文化自信是企业文化凝心铸魂的重要保障。研究文化强国背景下我国企业文化建设融入文化自信, 有助于引导企业树立正确的经营理念和价值精神, 推动企业朝着健康、可持续发展的方向发展。首先, 在简述文化自信内涵的基础上, 提出文化自信在企业文化建设中的重要性。然后, 以文化自信视域从传统文化、先进文化、地域文化、自身文化和员工文化五个方面, 阐述我国企业文化建设中存在的问题。最后, 指出企业文化建设融入文化自信需从理念、制度、实践三个层面协同推进, 并提出了具体的融入路径。

关键词: 文化强国; 文化自信; 企业文化; 融入; 路径

一、引言

(一) 文化自信概述

文化自信是指一个国家或民族对自身文化传统的自信和自豪感, 以及对这种文化的认同和坚守。在习近平总书记文化思想中, 文化自信被看作是国家软实力的重要组成部分, 也是构建中国特色社会主义文化的基石之一。习近平总书记高度重视文化自信, 在党的十九大报告中指出“坚定文化自信, 推动社会主义文化繁荣兴盛”^[1]; 在党的二十大报告中指出“推进文化自信自强, 铸就社会主义文化新辉煌”。^[2]习近平文化自信思想为中国企业担负新时代文化使命、开展企业文化建设提供了根本遵循和行动指南。^[3]

推进社会主义文化强国建设是党中央国务院的战略部署, 建成文化强国是中华民族复兴的必然要求。在文化强国建设背景下, 随着我国企业更加广泛参与国际市场竞争, 开展跨国经营活动, 迫切需要在精神层面具备强大的企业文化力量。^[4]因此, 构建以文化自信为灵魂和基石的新时代中国企业文化, 既是对现代企业精神的创新升华, 也是对企业面临各种现实问题的正面回应。在企业文化建设中融入文化自信基因, 通过重视传统优秀文化的挖掘与传承, 强化社会主义核心价值观的坚守与弘扬, 强调地域文化的借鉴与融合, 加强跨文化的交流与合作, 加强员工的文化教育与培训, 积极展示、传播企业文化中文化自信元素, 对推进文化自信自强、加快建设社会主义文化强国建设具有深远意义。

(二) 文化自信在企业文化建设中的重要性

随着我国企业深度参与中国式现代化建设, 如何促进企业文化与企业战略融合发展, 从而实现文化引领战略、战略落地文化, 文化自信的重要性日益凸显。文化自信不仅关乎企业的文化根基, 更是推动企业文化创新发展的内在动力。^[5]因此, 深入理解文化自信在企业文化建设中的重要性, 在微观层面应是每一位有远见的企业家必须面对的重要课题; 在宏观层面对于企业深度融入文化强国战略, 以文化自信引领企业高质量发展具有重要意义。^[6]

1、文化自信为企业文化建设提供精神底蕴

作为企业的灵魂, 企业文化既需要对传统文化的深度挖掘和传承以奠定文化基础, 也需要不断吸收外来文化的精华以增强文化底色。首先, 文化自信驱动企业在历史的长河中寻找文化的根源, 具有文化自信的企业更加能够深刻理解、传承优秀传统文化, 认同、尊重企业发展历史和核心价值观; 也能自觉学习和借鉴外来文化的先进元素。其次, 企业在激烈的市场竞争中以文化自

基金项目: 重庆市教委高校人文社科研究项目(规划项目)《新时代背景下我国企业文化建设融入“文化自信”的路径研究》, 课题编号: 23SKSZ081。

作者简介: 杨利(1983-), 女, 副教授, 研究方向为企业经济。
张俊杰(1984-), 男, 教授, 研究方向为企业管理。

信坚守初心，将其融入到日常经营与决策，并以此为基础塑造企业形象和提升品牌价值，才会逐渐形成独具特色的企业文化新形态：既能够体现企业的传统文化底蕴，又能够符合现代社会的需求和审美。不仅助推企业在市场竞争中脱颖而出，还能够吸引更多客户群体，建立与他们的情感共鸣和情感认同。最后，在竞争激烈的商业竞争环境中，具有文化自信的企业文化可助力企业形成强大的文化软实力和核心竞争力，使企业更加坚定地面对挑战和困难，为企业提供了坚定的信念感和自主性，使其在不断变化的商业环境中保持稳定和前进，在全球化浪潮中保持独特魅力和持久生命力。

2、文化自信能够提升企业凝聚力和向心力

文化自信是企业对自身文化价值的充分肯定和积极践行，也是对自身文化号召力的坚定信心。通过展现富有文化自信的企业文化价值观和文化形象，企业可以吸引更多具有相似价值追求的个体加入。通过文化自信激发个体的工作激情和创造力，同时也为个体提供稳定、和谐的工作环境。一方面，当员工感受到来自企业文化自信的支持，他们将更倾向于追求卓越，并努力为企业做出更大的贡献；这种共同的努力和奉献精神将有助于增强企业内部的凝聚力，促使员工们形成紧密的团队，并倾向于集体智慧来解决问题。^[7]另一方面，当员工对企业文化自信产生认同感和自豪感，他们会更加积极地投入到工作中，并与其他员工形成共同的价值追求和行为规范；这种共同的价值观和行为准则又会进一步增强企业的凝聚力和向心力。因此，在一个充满文化自信的企业环境中，员工会深刻理解并接受公司的核心价值观和文化特征，促使他们在工作能够更好地团结一致，并以共同的目标为导向，员工相互之间的组织共情基础也会更加牢固，凝聚力和向心力也更强。

3、文化自信推动企业持久创新与长远发展

在全球化背景下，文化自信是推动企业持久创新与长远发展的核心动力。企业要在竞争激烈的市场中立足并蓬勃发展，就必须拥有坚定的文化自信。一方面，在文化自信的支撑下，企业就敢于突破传统思维，采纳新的管理理念，勇于尝试新的技术。文化自信使企业能够更好地理解和把握本土市场的需求，同时也能够借鉴其他国家和地区的成功经验，将其与自身文化相结合，激发企业创新意识和创新精神，推动企业不断进行技术革新，推动产品和服务的创新升级。同时，这种创新精神不仅体现在产品和技术上，更体现在企业管理模式改进、企业文化创新和品牌建设升级等方面，还可以激发员工的工作激情和创造力。^[8]另一方面，当企业在文化创新方面保持活力时，往往能够更好地适应市场变化，迅速响应客户需求，持续提供与时俱进的产品和服务，更有助于企业在市场竞争中保持领先地位，就能够更好地满足消费者的情感需求，建立良好的客户关系，从而维系客户忠诚。同时，通过与外来文化的交流与融合，文化自信使企业能够在市场中展现出独特的魅力和优势，从而吸引更多的客户和合作伙伴，不断拓展市场开辟新的商机，进一步巩固自身的市场地位，提升企业的抗风险能力，面对市场波动和挑战时保持稳定发展。

4、文化自信提升企业品牌形象和竞争力

企业拥有文化自信对于提升其品牌形象和竞争力具有积极的影响。一方面，在文化自信的驱动下，企业更加注重强化品牌管理理念、丰富品牌内涵、提升品牌形象。文化自信使得企业能够深入挖掘和传承自身的文化特色，将这些独特的文化元素融入品牌建设，使品牌在市场上具有更高的辨识度和独特性。文化自信还有助于企业明确自身的品牌价值观，当消费者认同并接受这些价值观时，品牌的形象也会得到相应的提升。文化自信促使企业讲述好具有文化深度和内涵的品牌故事，引起消费者的共鸣，增强品牌与消费者之间的情感联系，进而提升品牌形象。^[9]另一方面，文化自信能够激发企业的创新精神和创造力，推动企业不断创新保持竞争优势。在面对市场变化、消费者需求变化等挑战时，文化自信能够使企业保持定力，坚定必胜信念，迅速调整战略和策略，以适应市场的变化。文化自信有助于企业在国际化过程中保持自身的文化特色，避免文化冲突和误解。同时，通过展示独特的文化魅力，企业能够吸引更多的国际消费者和合作伙伴，提升自身的国际竞争力。此外，文化自信能够为企业吸引更多具有共同价值观和愿景的国际人才。这些人才能够为企业的发展注入新的活力和创意，从而进一步提升企业的竞争力。

二、文化自信视域下我国企业文化建设中存在的问题

新时代我国企业文化建设尽管取得了显著成就，但仍存在一些亟待解决的问题。尤其突出的是多数企业缺乏深厚的文化底蕴，企业文化制定和实施过程中缺乏明确的文化导向和支持，导致企业文化流于表面、疏于执行、缺乏自信。因此，正视并深入分析其成因，是探讨企业建设路径中融入文化自信的前提和基础。

（一）缺乏对传统文化的挖掘与整合

传统文化中蕴含着丰富的哲学思想、商业伦理和管理精髓，是企业文化建设中宝贵的资源。然而，一些企业未能深入挖掘传统文化的精髓，导致企业文化缺乏深度和内涵。首先，企业在构建企业文化时，往往忽视了对传统文化的深度研究和理解。不仅可能导致企业文化的根基不牢，还可能使企业文化缺乏独特性和深度。其次，企业在融合传统文化与现代管理理念时存在障碍。传统文化与现代管理理念之间存在一定的差异性，需要企业在实践中进行巧妙的融合。然而，一些企业在融合过程中缺乏灵活性和创新性，无法将传统文化的优秀元素与现代管理理念有机结合，导致企业文化显得生硬。再次，企业在推广和传播企业文化时，缺乏对传统文化的有效展示和宣传。传统文化独特的魅力能增强企业文化的辨识度和影响力。然而，一些企业在推广企业文化时，往往忽视展示企业文化中传统文化的优秀元素，导致企业文化的传播效果不佳。最后，企业在员工文化培训中缺乏对传统文化的教育和引导。员工是企业文化的传承者和实践者，他们对传统文化的认知和理解程度将直接影响企业文化的落地效果。然而，一些企业未能充分重视传统文化的教育，导致员工对传统文化的认知不足，难以在企业文化实践中传承优秀传统文化。

（二）缺乏对先进文化的植入和融合

先进文化与企业文化在价值取向上具有一致性，先进文化为企业文化的构建提供了理论支持和价值导向。先进文化与企业文化在构建和演进过程中本应相互依存、相互促进、相互融合。但是，一些企业缺乏对先进文化的植入和引导。首先，企业文化未能及时吸纳和融合先进文化的元素。先进文化代表着社会发展的方向，然而，一些企业在构建企业文化时过于因循守旧，未能及时将先进文化的精髓融入企业文化，导致企业文化缺乏时代感和创新性。其次，企业在塑造企业形象和品牌形象时，缺乏对先进文化的吸收和展现。一些企业往往只关注企业文化表面形式和形象，未能将先进文化的元素融入到企业的视觉识别系统、广告宣传和公关活动中，导致企业形象缺乏特色和深度。再次，企业在内部管理中缺乏对先进文化的引导和培育。先进文化不仅影响着企业的外在形象，更重要的是塑造着企业的内在精神和价值观念。然而，一些企业在内部管理中，未能将先进文化的理念融入到员工的行为规范和价值观念。最后，企业在面对市场变化和竞争压力时，往往显得文化韧性不足，难以有效应对外部文化的冲击。由于缺乏先进文化的指引和加持，企业在面对新思想、新观念时，往往缺乏足够的敏感度和前瞻性，容易陷入文化劣势处境。

（三）缺乏对地域文化的借鉴与调适

在企业文化建设中，与地域文化的借鉴与融合值得关注。企业文化的形成应当充分考虑所在地的地域文化，并且吸收地域文化的精髓，以形成具有地域特色的独特企业文化。然而，一些企业在构建企业文化时，往往忽视与地域文化融合。首先，在品牌建设和产品设计时，企业未能充分考虑地域文化的特点和需求，未能融入地域文化的元素，导致品牌和产品缺乏独特性和吸引力；无法与当地消费者产生情感共鸣，缺乏有效的文化融合策略，导致企业文化与当地文化产生冲突。其次，在制定市场策略和推广方案时，往往只关注市场的一般趋势，忽视地域文化的差异，导致产品或服务与当地市场需求脱节，难以获得当地消费者的认可。也未能利用地域文化的优势，导致市场推广效果不佳，难以在本地市场脱颖而出。再次，企业在内部管理和员工培训中缺乏对地域文化的关注，在制定管理制度和培训内容时没有充分考虑地域文化的差异和特点，导致管理上的冲突和误解，影响了企业的正常运营和员工的工作效率。最后，在组织文化活动时，由于缺乏对地域文化的调适，企业内部员工可能产生文化隔阂；没有与地域文化进行有效对接，导致活动缺乏地方特色和群众基础，无法激发员工的兴趣和热情，更难以引起员工的共鸣和参与。^[10]

（四）缺乏对自身文化的传承和积淀

企业的发展历程是企业文化的重要组成部分，反映了企业在不同阶段所经历的变革和成长。然而，一些企业没有重视文化建设过程中的历史，忽视对自身文化的传承和沉淀，导致企业文化

缺乏历史厚重感，显得空洞和浮躁。首先，企业文化断层导致认同危机。企业内部存在明显的文化断层，新员工难以融入企业的文化氛围中，老员工也可能因为缺乏共同的文化记忆而感到迷茫，导致员工对企业文化的认同度低，缺乏归属感和忠诚度。其次，价值观混乱致使行为失范。由于缺乏明确的文化遗产，频繁更换企业文化理念和标识，导致企业文化的断裂和混乱，企业的价值观体系混乱不清，员工在工作中难以找到明确的行为准则，导致员工行为失范，损害企业的形象和利益。再次，文化凝聚力减弱导致企业形象受损。员工对企业的核心价值观和文化理念缺乏深入的理解和认同，导致员工间的凝聚力减弱，影响团队合作和整体效能，企业难以形成统一的价值观和行为规范，会使企业形象变得模糊和不稳定。最后，工作交流不畅导致团队协作困难。由于员工缺乏共同的文化背景和历史记忆，采用不同的沟通方式，员工之间的交流和理解变得困难，团队协作难以形成合力，工作进展会变得缓慢、混乱，会对工作效率和效果产生负面影响。

（五）缺乏对员工文化的共鸣和共情

良好的企业文化应该能够与员工的价值观和追求相契合，并且能够与员工文化形成共鸣、引发共情。^[11]然而，有些企业在进行文化建设时忽视了员工的真实需求和感受，缺乏与员工的有效沟通和互动，导致企业文化与员工文化之间存在较大的差异，很难形成共同的价值追求和行为规范。首先，员工参与度低、疏离感强。由于企业文化未能与员工文化形成有效共鸣，员工感到自己与企业的价值观、目标和行为准则存在距离，导致员工在工作中的参与度低，缺乏积极性和主动性从而产生疏离感。其次，高离职率导致人才流失。当企业文化与员工文化无法产生共鸣时，员工难以融入企业的文化氛围中，对工作环境和职业发展感到不满，导致员工频繁离职造成人才流失。再次，内部沟通障碍引发误解频发。员工难以理解企业的战略意图和决策逻辑，企业也难以了解员工的真实想法和需求，由于沟通不畅引发误解和冲突，影响企业的团队协作和执行力。最后，创新力受限、竞争力下降。员工是企业创新的重要源泉，但当企业文化与员工文化缺乏共鸣时，员工的创新意识和积极性受到抑制，会感到自己的价值观与企业文化不符，导致他们缺乏归属感和认同感。这种心理隔阂会阻碍员工与企业的有效沟通，更不会与企业文化实现共情。

三、文化强国背景下企业文化建设融入文化自信的路径

文化强国背景下企业文化建设，需从理念、制度、实践三个层面协同推进融入文化自信。在理念层面，深化对文化自信的认识，将其内化为企业文化的核心要义；在制度层面，构建与文化自信相契合的管理体系，确保文化自信的落地生根；在实践层面，通过开展丰富多彩的活动和具体行动，让文化自信在企业文化建设中焕发生机与活力。三个层面相互关联、相互促进、层层递进，共同构成了新时代企业文化建设融入文化自信的完整路径，才能真正实现文化自信与企业文化的深度融合。

（一）理念层面：将文化自信内化为企业文化的核心内核

文化自信是塑造企业形象和价值观的重要元素，也是打造独具魅力企业文化精神内核的必然选择。因此，将文化自信的理念融入企业文化，助力企业以文化的力量引领企业创新，以自信的姿态迎接市场挑战，为长远而稳健的发展奠定基础。

1、树立文化自信的核心价值观

企业文化建设的根本在于树立正确的价值观，而文化自信则是企业价值观的重要组成部分。^[12]首先，企业应深入挖掘自身的历史传统和文化底蕴，通过深入梳理企业的创立故事、重要的里程碑事件、关键的创新成果等，更好地了解自己的根源和发展轨迹，从而塑造出与企业使命和愿景相符的核心价值观。其次，在建立企业核心价值观时，需要考虑与国家文化自信理念的一致性，深入挖掘中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的精髓，将其融入企业核心价值观中，形成具有独特魅力的企业文化体系，使企业在发展中与整个社会形成良好的互动。再次，企业核心价值观的确立也应主动适应时代的发展变化，保持开放包容的态度，积极吸收和借鉴先进文化元素，推动企业文化的创新升级。最后，企业核心价值观还要能够激发员工的文化共鸣，帮助员工更好地理解和认同企业目标和愿景，为其工作注入更深层次的意义。当企业的核心价值观与员工的个人价值观相契合并实现共鸣，员工会增强对企业的归属感和认同感，有助于提高员工的工作满意度和忠诚度。

2、体现文化自信的地域特色

地域文化作为地方经济社会的精神内核，不仅作为文化自信的关键载体承载着丰富的历史文化内涵，更是形成企业文化独特性的重要基础。因此，充分在企业文化中展现地域特色有助于增强文化自信，提升企业的辨识度和影响力。首先，深入了解地域文化，提炼地域文化精髓。研究企业所在地的历史、传统、风俗、习惯等地域文化因素，了解本地居民的生活方式、语言习惯、节日庆典和民族节日等，从地域文化中提取与企业核心价值观愿景和使命相契合的元素。其次，产品和服务体现地域特色，增强企业文化的独特性和辨识度，打造别具一格的品牌形象，借助地域文化元素来设计企业标识、办公环境和产品形象，运用地域特色的艺术元素、传统符号或语言等，为企业注入独特的个性和品牌价值。最后，开展企业文化实践活动融入地域文化，强化员工对企业的文化认同。组织地域文化体验活动，让员工了解当地传统习俗和风情；鼓励员工参与社区活动，与当地居民建立文化互动，进一步拓宽对地域文化的认知；促使员工更容易理解和接受企业价值观。

3、强化文化自信的员工教育

员工是企业文化建设的主体力量，员工的文化素养和自信程度直接影响到企业文化的形成和发展。因此，企业应明确文化自信的内涵和价值，加强对员工文化自信的教育和培训，将其融入到员工教育的全过程，引导员工自觉树立文化自信意识。

首先，企业应明确文化自信的内涵和价值，将其融入到员工教育的全过程中。通过举办专题讲座、组织文化研讨等形式，向员工深入阐释文化自信的重要性，引导他们自觉树立文化自信意识。其次，结合企业实际情况，制定具体的员工文化教育计划。计划应涵盖传统文化的传承、行业文化的融合以及企业文化的创新等方面，确保员工能够全面了解并认同企业的文化理念。再次，注重员工教育的实践性和互动性。通过组织文化体验活动、开展文化交流等方式，让员工亲身感受企业文化自信的魅力，增强他们对企业文化自信的认同感。最后，鼓励员工积极参与企业文化建设，提出自己的意见和建议，形成共建共享的文化氛围。组织员工学习经典著作、了解传统文化知识，引导员工汲取传统文化智慧，增强文化自信底气。^[13]

4、构建文化自信的品牌形象

品牌形象在构建文化自信方面发挥着重要的作用。一个成功的品牌形象可以通过传递特定的价值观和文化元素来引起消费者的认同感和共鸣，建立一个具有文化自信的品牌形象对于企业的长期发展至关重要。首先，形成文化自信的品牌文化。企业需要深入了解自己所属文化的核心价值观和特征，确保品牌形象与企业文化的一致性和相关性，具有强烈文化自信的企业，能够构建独特的深入人心的品牌形象。

其次，品牌设计中体现文化自信。品牌设计不仅仅是外在形象的展现，更是内在文化理念的传达、文化传递的载体。企业可以通过将传统文化元素与现代科技相结合，打造出独具时代感和创意性的品牌形象。再次，品牌宣传推广中表达文化自信。在品牌传播中采用富有创意和启发性的方式和语言，准确地表达文化内涵，吸引消费者的注意力，实现文化融合和品牌共赢，并强化品牌形象的文化自信度。最后，提升消费者对品牌文化的认同和忠诚。通过与消费者进行深入的交流和互动，了解消费者的需求和喜好，积极回应消费者诉求，建立透明、信任和互惠的品牌形象。

（二）制度融入：将文化自信固化为企业文化的常态规制

企业文化建设的制度层面融入“文化自信”，涉及到企业价值观、行为规范、管理体系等多个方面，应从管理制度、激励机制、培训机制、评估与反馈机制四个方面着手，确保文化建设与企业的发展同步推进，将文化自信融入企业发展全局。

1、完善彰显文化自信的管理制度

现代企业管理有三项基本职能：生产运作、财务管理和市场营销。因此，要重点完善生产管理、财务管理、营销管理、人力资源管理等制度，使三者相辅相成共同构建了一个彰显文化自信的管理体系，为企业的可持续发展奠定了坚实基础。

首先，将文化自信融入企业生产管理制度，关键在于将文化自信的精神内核融入生产过程的每个环节，促进工匠精神和精益求精的弘扬。确保企业文化核心理念与生产管理的目标和原则

相一致，明确企业文化在生产中的指导作用，确保员工在生产过程中能够遵循企业的价值观和文化理念。通过制度规范员工行为，强化质量管理，以确保产品质量的稳定与提升，体现对工匠精神的坚守。其次，将文化自信融入企业财务管理制度，是企业文化建设与财务管理相结合的重要体现。制定符合文化自信理念的财务政策和流程，如强调诚信、稳健和创新的财务管理原则，通过规范财务流程强化企业信誉，彰显了诚信经营的文化内核。文化自信中强调诚信与透明，要求企业健全内部控制制度，确保财务信息的真实性和可靠性；加强对财务人员诚信教育，提高职业素养和道德水平。最后，将文化自信融入企业营销管理制度，明确企业文化在营销中的定位，确保营销策略与企业文化紧密相连。在营销活动中融入文化自信元素，如利用传统文化符号、故事或价值观来打造独特的品牌形象，传递企业文化价值。培训营销人员深入理解企业文化，使他们在推广产品时能够自然流露出文化自信，增强客户对品牌的认同感和信任度。通过营销渠道和平台的选择，精准品牌定位和创新营销策略，传递企业的独特文化魅力，让更多人了解并认同企业的文化自信。

2、建立增进文化自信的激励机制

将文化自信融入企业的激励机制，是构建积极向上、富有活力的企业文化的重要手段。从精神激励、薪酬激励、荣誉激励和工作激励四个方面入手，可以有效提升员工的归属感、自豪感和工作热情，进而推动企业的持续发展。

首先，将文化自信融入精神激励。关键在于增强员工对企业文化的认同感和自豪感，通过宣扬企业独特的文化理念和价值观，让员工深刻理解并认同企业文化。树立践行企业文化自信的典范，激发员工向榜样看齐的热情。营造积极向上的文化氛围，让员工在充满正能量的工作环境中增强文化自信。其次，将文化自信融入薪酬激励。确保薪酬制度体现企业的核心价值观，设定与文化自信相契合的奖励项目，比如“文化自信传承奖”或“文化自信创新奖”，表彰在企业文化建设中表现突出的员工。这种激励方式不仅能增强员工的文化自信，进而促进企业文化与薪酬制度的深度融合。再次，荣誉激励是提升员工自尊心和荣誉感的重要手段。企业可以通过设立“文化自信大使”、“文化自信之星”等荣誉称号，表彰在企业文化建设和传承中表现突出的员工。不仅能够提升员工的自豪感和归属感，还能进一步巩固企业文化自信在员工心中的地位，更加自信地展现自己的能力和价值。最后，将文化自信融入工作激励。为员工提供丰富的学习和发展机会，帮助他们提升专业技能和文化素养，让员工在职业发展中增强文化自信。鼓励员工在工作中发挥创新精神，勇于尝试新方法、新思路，让员工在实践中增强文化认同。赋予员工更多的自主管理权，在工作中发挥主观能动性，提高员工的自主管理能力，使他们更加自信地面对工作中的各种问题。

3、加强厚植文化自信的培训机制

企业文化是不断发展、不断更新的过程，需要不断注入新的元素和活力。企业文化培训机制可以更好的将文化自信融入制度，将最新的文化理念、管理思想等传递给员工，提高员工对企业文化的理解和认同，并增强文化自信和文化自觉性。

首先，设定明确的培训目标。体现文化自信的关键在于强调员工对企业文化的深入理解和积极践行。培训目标应明确指向提升员工对企业文化的认同感和自豪感，通过培训使员工深刻理解企业文化的独特魅力和价值，当员工真正理解企业文化的价值，真正领会企业文化的精髓，他们便会更加自觉地践行，从而在工作中展现出坚定的文化自信。其次，设置多样化的培训内容。培训内容应深入剖析企业的核心价值观，让员工理解这些价值观的独特性和重要性。可以通过案例分析和故事分享的形式，讲述企业历史上的重要事件和人物，展现企业文化的传承与发展。还以设计一些互动环节，让员工在参与中亲身体验企业文化的魅力，加深对文化的理解和认同。员工不仅能够全面了解企业文化，还能在潜移默化中增强文化自信。再次，采用灵活多样的培训方式。可以运用互动式教学方法，如文化角色扮演、模拟文化场景等，让员工在亲身体验中深入理解企业文化的内涵。利用现代科技手段，如虚拟现实、在线课程等，为员工呈现生动直观的企业文化场景，使员工在沉浸式的学习中感受文化的魅力。最后，组织丰富的文化培训活动，如企业文化周、文化宣讲会、文化沙龙等，让员工在互动交流中加深对文化的理解和认同。通过文化培训活动不仅能提高员工参与培训的积极性，为企业文化的传承与发展注入新的活力，也进一步增强了员工文化自信的信念。

4、建立文化自信评估与反馈机制

企业文化建设是一个持续不断的过程，为了保持其活力和适应性，要通过建立评估与反馈机制，了解员工对文化自信的认同程度、文化价值观的贯彻情况以及文化建设的效果，确保文化自信在企业文化建设中持续融入和不断深化。^[14]

一方面，企业建立文化自信评估机制，首先，明确评估目标。包括了解员工对企业文化的认知程度、认同感及在日常工作中的践行情况等，以确定文化自信的强弱。其次，设计评估指标。涵盖企业文化的各个方面，如核心价值观、愿景使命等，确保评估的全面性。再次，选择合适的评估方法。通过问卷调查、深度访谈、小组讨论等方式收集数据。然后，实施评估。确保评估过程的公正、公开和透明，鼓励员工积极参与，并提供真实、客观的文化自信反馈。最后，分析评估结果。根据收集到的数据，分析员工对企业文化的认同程度、存在的问题等，为文化建设提供有力的数据支持。另一方面，企业建立文化自信反馈体系。首先，明确反馈目标，了解员工对企业文化自信的理解、认同程度以及建议。其次，建立多样化的反馈渠道，如内部网站、匿名建议箱、员工座谈会等，确保员工能够方便地表达自己的看法和感受。再次，企业应设立专门的小组或指定人员负责收集、整理和分析员工的反馈，确保每条反馈都能得到及时、有效的处理。最后，除了日常的反馈处理外，企业还应定期进行全面的文化自信评估，并将评估结果和改进措施及时反馈给员工，形成闭环管理。通过建立文化自信评估与反馈机制，企业可以更加准确地了解员工对企业文化的认同情况，根据自身发展目标和外部市场环境，不断调整和优化文化建设方向和内容，确保企业文化与企业发展战略的协同推进。

（三）实践融入：将文化自信外化为企业文化的具体行动

1、举办文化自信主题活动

举办各种文化主题活动，不仅有助于提升员工的文化自信，还能够为企业树立良好的社会形象。除了传统的企业文化讲座之外，可从产品文化、生产文化和服务文化三方面展开，增强员工对企业文化的认同感和自信心，提高员工的文化素养和审美能力，并有效传达企业文化核心价值，进一步推动文化自信的外在展现。

首先，开展产品文化自信主题活动。设立专门的展区，展示企业具有代表性的产品，突出产品的设计理念和独特之处。利用多媒体手段如AR/VR技术，让参观者能够更直观地体验产品的使用场景和优势。邀请产品设计师或研发团队分享产品的诞生过程，讲述产品背后的故事和文化内涵。制作产品宣传视频，讲述产品与企业文化的紧密联系，提升产品的情感价值。设立互动体验区，让参观者能够亲自试用产品，感受产品的实际效果和品质。其次，开展生产文化自信主题活动。带领参观者参观企业的生产车间，了解产品的生产流程和工艺要求；展示企业的先进生产设备和工艺水平，体现企业对产品质量的重视和追求。邀请生产一线的工匠分享他们的经验和故事，强调工匠精神在企业文化中的重要性；举办工匠精神传承讲座或研讨会，提升员工对工匠精神的认同感和尊重度。展示企业在环保和可持续发展方面的努力和成果，如绿色生产、节能减排等，强调企业文化中的环保理念，提升企业的社会责任感和公众形象。最后，开展服务文化自信主题活动。通过讲座、视频等形式，向员工和客户传达企业的服务理念和服务标准，强调服务在企业文化中的重要地位，提升员工的服务意识和服务质量。邀请优秀服务团队或个人分享他们的服务经验和成功案例，展示企业在客户服务方面的创新举措和良好口碑，提升客户对企业的信任度和满意度。举办服务技能培训和竞赛活动，提升员工服务技能和服务水平；设立服务创新奖等激励机制，鼓励员工在服务过程中不断创新和改进。

2、实施文化自信示范项目

企业实施文化自信的示范项目需要明确项目主题与核心、制定详细计划、融入文化元素和加强宣传与推广。通过这些措施，企业可以充分展示企业文化的独特魅力和深厚底蕴，提升员工的文化自信和认同感，提升企业文化软实力。

首先，企业需明确文化自信示范项目的主题，确保其与企业文化紧密相关，并突出文化自信的核心价值。项目主题可以是企业文化传播、文化创新或文化融合等，以展现企业文化的独特性和影响力。同时，确定项目的核心目标，如提高员工对文化的认同感、推动文化创新发展等。其次，在项目实施过程中，企业应充分融入文化元素以体现文化自信。通过多种方式如在项目中穿

插企业文化故事、展示企业文化成果，让员工在项目中感受到企业文化的力量并引以为豪。组织文化体验活动让员工在亲身参与中深入了解企业文化，真正感受到文化的魅力，从而进一步增强文化自信，与企业共同前行。再次，企业应积极宣传和推广文化自信项目成果。通过内部通讯、社交媒体、企业网站等多种渠道进行。在宣传过程中，着重强调项目的文化价值，展示其实施效果以及所带来的社会影响，以此吸引外界的关注。不仅能够提升企业的品牌形象，还能够进一步激发员工的文化自豪感，增强企业的凝聚力。最后，建设企业文化展示馆。实物陈列能直观地展示企业的创新成果和荣誉；通过多媒体展示技术可以生动呈现企业的成长历程和发展轨迹；而互动体验环节则让参观者能够深入到企业文化，更加直观地理解企业的核心价值观。不仅能够提升企业的社会形象，增强外界对企业的认知和认同，还能够激发员工对企业文化的认同感和自豪感，感受企业文化与文化自信的共振效应。

3、结合业务推广文化自信

企业可以将文化自信与业务相结合，通过将富有文化自信元素融入到产品设计和营销推广中，核心价值观和企业形象以各种有趣而富有创意的方式呈现给消费者，帮助企业巧妙地展现产品独特的文化魅力，也同时彰显了企业文化自信。

一方面，在产品设计中融入文化自信元素，提升产品附加值和文化号召力。将这种自信融入到产品的外观、功能、使用体验等多个方面，使产品不仅仅是物品，更是承载文化精神的载体。市场上同类型的产品层出不穷，竞争异常激烈。企业可通过文化元素为产品注入独特的灵魂和故事，在产品设计中融入文化自信元素，如传统图案、独特色彩、文化符号等，使产品具有独特的文化韵味，以提升产品的文化内涵。也可与文化机构、艺术家、设计师等开展跨界合作，共同打造具有文化特色的产品和服务，通过共同推广、联合举办活动等方式，可以扩大品牌的文化影响力，提升品牌的文化地位。另一方面，在营销推广中融入文化自信元素，可以让企业的品牌文化形象更加生动和立体。通过运用相关文化符号、故事和传统，吸引目标消费群体的注意力，并激发他们对产品的兴趣和好奇心。利用线上线下多种渠道，举办以文化自信为主题的营销推广活动，如文化展览、主题沙龙、线上互动等，为消费者提供了一种与品牌互动和参与的机会，有助于消费者在使用产品过程中感受到企业文化的独特魅力。当消费者与产品产生情感共鸣，并感受到企业文化所传递的价值观和理念时，这种体验会为他们带来更多乐趣和满足感。企业能够与消费者建立起更深层次、更亲密的联系，从而促进品牌忠诚度和口碑的提升，也为消费者提供与品牌文化共鸣、与文化自信共情的机会。

4、加强跨文化交流与合作

在当今全球化的背景下，文明因多样而交流，因交流而互鉴，因互鉴而发展。企业必须积极加强跨文化交流与合作，只有借鉴国外先进的文化理念和参加国际文化交流活动，才能够拓宽企业文化建设方向，并且为企业文化注入新的外部元素。

一方面，借鉴国外先进的文化理念，丰富企业文化自信的内容。积极学习和吸收国外企业文化中的创新理念和管理方法，尊重原有文化的核心价值，将国外文化理念与本土文化相结合，创造出独特的企业文化，以促进企业自身的持续改进。将国外文化中的创新理念融入企业产品和服务的设计、开发和市场推广中。借鉴国外企业在社会责任方面的做法，将企业社会责任的履行纳入企业文化建设中，积极参与公益事业和社会活动，提高企业的社会形象和公信力。在借鉴国外文化的同时，把打造企业文化标识与阐释文化自信理念相结合，清晰地表达和传达企业文化自信元素，确保在全球化过程中保持品牌的独特性和识别度。另一方面，参与国际文化交流活动，避免文化冲突，寻找文化共鸣。企业与不同国家和地区的代表进行深入的互动和沟通，了解不同文化之间的差异和共通之处，从而更好地适应不同国家市场的需求。跨文化交流还有助于打破隔阂，增加相互理解和信任，展现对不同文化背景的尊重和理解。企业在国际交流中积极介绍自身的企业文化和价值观，通过产品和服务向世界传递企业所代表的文化特色和精神。不仅是文化自信的体现，也是对全球多元文化的认可，有助于构建良好的合作伙伴关系。企业在跨文化交流中不仅仅是单向传播，而是通过创新实现文化的融合，创造新的产品和服务，建立良好的合作关系，充分体现文化的活力和适应性。

四、结语

深刻认识文化自信在文化强国背景下企业文化建设中的重要性，也是文化自信赋能企业文化建设的重要实践，深刻体现了时代深刻变革和企业要求，为企业文化创新发展提供了广阔空间和深远价值。本研究从理论、制度和实践层面提出企业文化建设融入文化自信的路径，既拓宽了两者的研究领域，也找到文化自信和企业文化研究的结合点。助力企业在面对智能化、数字化的各种挑战时，在企业文化层面提供有力保障，为新时代我国企业文化建设提供新的参考和借鉴。

参考文献:

- [1] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利: 在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告 [M]. 北京: 人民出版社, 2017.
- [2] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [3] 潘丽, 任凤梅. 自觉、自信、自为: 习近平文化思想的逻辑理路[J]. 湖南社会科学, 2024 (02): 9-15.
- [4] 寇村图. 用习近平新时代文化思想引领企业文化建设[J]. 重庆行政, 2018 (09): 86-87.
- [5] 沈壮海, 王芸婷. 新时代中国文化形象建设的现实境遇、目标向度与推进方略[J]. 马克思主义理论学科研究, 2021 (01): 60-70.
- [6] 刘刚, 唐寅, 殷建筑. 中国企业文化研究现状与展望基于: “十三五”时期发表论文的梳理[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2022 (07): 92-100.
- [7] 朱宇翔, 权小锋. 员工关爱与公司创新: 基于企业文化的考察视角[J]. 会计研究, 2023 (11): 163-175.
- [8] 王文涛, 彭卿. 数字经济、企业文化与企业创新能力[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2023 (09): 48-55.
- [9] 滕海丽, 李园园. 企业文化对品牌价值影响的实证研究——企业家精神和 CSR 的调节作用[J]. 管理现代化, 2021 (03): 92-97.
- [10] 孙怀平, 亨尼. 敖特. 汉森, 杨东涛. 基于地域文化的企业文化与企业竞争力关系研究——以江苏为例[J]. 学海, 2020 (04): 155-162.
- [11] 刘方龙, 姚欢欢, 吴能全. 构建核心价值观考核机制——基于企业文化“落地”的案例研究[J]. 中国人力资源开发, 2019, 36 (04): 139-149.
- [12] 邓欣焱. 基于价值实现视角下的企业文化与企业竞争力研究[J]. 现代管理科学, 2021 (08): 91-99.
- [13] 陶凤鸣, 陆颖, 汪涛. 关系嵌入、知识整合能力与惯例更新——创新型企业文化的调节作用[J]. 工业技术经济, 2023 (09): 92-101.
- [14] 曾鹏云, 周海燕, 李想. 学习型企业文化对企业绩效影响的实证研究[J]. 商业经济研究, 2022 (17): 138-141.

Research on the Route of Integrating Cultural Confidence into Corporate Culture Construction under the Background of Cultural Power

YANG Li, ZHANG Junjie

(Chongqing Metropolitan College of Science and Technology, Chongqing 402167, China)

Abstract: Corporate culture is the spiritual strength of enterprise development, and cultural confidence is an important guarantee for the cohesion and soul building of corporate culture. Integrating cultural confidence into the construction of corporate culture in China under the background of building a strong cultural nation can help guide enterprises to establish correct business concepts and values, and promote their development towards a healthy and sustainable direction. Firstly, based on a brief description of the connotation of cultural confidence, the importance of cultural confidence in corporate culture construction is proposed. Then, from the perspective of cultural confidence, this article elaborates on the problems in the construction of corporate culture in China from five aspects: traditional culture, advanced culture, regional culture, personal culture, and employee culture. Finally, it is pointed out that the integration of corporate culture construction into cultural confidence needs to be promoted collaboratively from three levels: ideology, system, and practice, and specific integration paths are proposed.

Keywords: Cultural power; Cultural confidence; Corporate culture; Integration; Route