

中国企业联合会、中国企业家协会党委书记、常务副会长兼秘书长朱宏任:

# 以优秀企业文化推进民族复兴伟业 以卓著企业品牌凝聚发展力量

企业文化建设是文化强国建设的重要组成,是全面建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的重要方面。习近平总书记指出,建设文化强国,事关中国式现代化建设全局,事关中华民族复兴大业,事关提升国际竞争力。党的二十届四中全会对文化强国建设作出部署,明确提出“激发全民族文化创新创造活力,繁荣发展社会主义文化”的战略任务,这不仅为社会主义文化强国建设擘画了蓝图,更为新时代企业文化建设指明了前进方向。第十六届全国企业文化年会以“培育中国特色优秀企业文化,做强做大中国企业品牌”为主题,就是要以习近平文化思想为根本指引,精准锚定新时代的发展定位,坚持文化自信,坚定文化自觉,积极推进我国企业文化与品牌建设,努力以文化软实力凝聚发展硬力量,引领和支撑企业高质量发展。下面,我代表中国企业联合会、中国企业家协会(以下简称“中国企联”)谈几点看法,与大家分享。

## 一、以高质量党建 塑造独特政治优势,引 领企业文化发展方向

党的十八大以来,习近平总书记坚持把文化建设摆在治国理政的突出位置,坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合,形成了习近平文化思想,为新时代企业文化工作提供了根本遵循。文化已成为国家基础性制度的重要组成部分,也是推动企业高质量发展不可或缺的一环,更是夯实企业核心竞争力的“制度基石”。坚持和加强党的领导,是全面推进企业文化建设的根本保证。以高质量党建引领企业方向,完善党领导国有企业的制度机制,加强和改进非公有制企业党的建设,首要在于筑牢思想根基,把准企业发展的政治定位。要把企业文化摆在更加突出位置,加快构建适应高质量发展要求的工作体系,发挥文化引领保障作用。以高质量党建涵养企业文化,核心在于锚定价值坐标,厚植企业发展的精神土壤。把党的初心使命与企业的发展宗旨相结合,把社会主义核心价值观融入企业文化建设的各个方面,培育特色鲜明、时代感强的企业精神。

中国矿产资源集团是落实党中央战略部署、成立时间不长的央企,面对错综复杂的国际国内环境、白手起家、缺乏成



熟模式的初创挑战,集团党委聚焦“使命、愿景、价值观”的企业文化方向,把“国之大者”作为根本,坚持党建引领,凝练“初始即严、初始即一流”的核心文化理念,引领世界一流矿产资源综合服务企业建设,打造了国资央企以文化培育核心竞争力的精彩案例。奇瑞集团是我国独树一帜的民族汽车企业,从成立之初就重视文化引领的作用,把“艰苦奋斗、造中国人自己的车”的“小草房精神”作为企业文化的精神图腾,通过党建凝聚干部员工的意志,不惧困难,奋力争先,连续22年位居中国品牌乘用车出口第一。青岛国信集团深耕“笃信健行”党建文化品牌建设,确立了以“忠诚守信、志向远大”立心、以“刚健自新、使命必达”力行的国信人价值遵循,构建起独具特色的党建工作体系,实现党建引领与企业文化的有机融合。

## 二、以优秀传统文 化塑造企业精神标识, 汲取企业文化丰富营养

习近平总书记强调,“中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉,其蕴含的思想观念、人文精神、道德规范,不仅是我们中国人思想和精神的内核,对解决人类问题也有重要价值。要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来,把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来”。中华优秀传统文化理念中有着丰富的文化养分,诚实守信、以义取利、守正创新等经典概念,不仅内涵丰厚,而且智慧深邃,都是培育优秀企业文化的宝库。依据中华优秀传统文化塑造具有中国特色的现代企业治理模式,是已被众多企业实践证明行之有效的路径。期待更多企业实现文化基因与现代管理科学的深度契合与创造性转化。

海信集团作为我国较早出

海的企业之一,始终以东方管理文化为根基,驱动全球化战略的纵深发展,逐步构建起以“信实、和合、变易、健行”为核心的的文化体系,并依托“技术+文化”双轮驱动,让东方管理智慧在全球彰显,既提升企业竞争力,也为全球商业文明贡献兼具东方底蕴与实践价值的“中国方案”。中国中铁根植百年红色基因与中华优秀传统文化,深化“八德”企业文化建设,推动传统美德创造性转化为现代新国企发展动力,为勇当中国式现代化“开路先锋”筑牢了文化根基,注入了文化营养。山东港口集团把中国优秀传统文化作为打造企业核心竞争力的重要来源,形成了思想引领、资源整合、价值共创的企业文化工作路径。

## 三、以创新文化塑 造核心发展动能,激 发企业文化发展潜力

当今世界百年变局加速演进,国际力量对比深刻调整,新一轮科技革命和产业变革加速突破,唯有将创新文化深植于企业战略、融入企业运行,才能在风高浪急中站稳脚跟、一往无前。“十五五”规划建议中,“创新”被提及61次,充分彰显了创新在中国式现代化中的核心地位,更释放出要以全方位创新推动高质量发展的鲜明信号,为企业文化工作指明了着力方向。人工智能时代的竞争,表面看是产品、技术的比拼,本质上是企业文化引领下创新能力的较量。在人工智能主导的新范式下,技术迭代的速度、市场变化的频率都已远超以往,唯有将创新文化深植于企业发展全过程,才能打破路径依赖,在不确定性中寻找确定的增长机遇。

中国华电集团深化实施“奋进文化、知行合一”计划,使“求实、创新、团结、奋进”核心价值观成为全体干部员工的内在价值追求和行动自觉,以文化指

引全力建设世界一流清洁能源企业。新疆华源集团找准创新文化核心定位,大力弘扬中药民族药文化,在推进文化自信自强中打造了新疆民族药的创新高地。青岛啤酒既传承青啤百年文化传统,秉承“好人酿好酒”的百年世训,又适应市场环境变化和行业发展趋势,提出“魅力感知质量”新理念,从以产品为中心转向以消费者互动为中心,焕发了百年品牌的勃勃生机。海尔集团作为中国家电行业的旗帜,以创新打造经久不衰的民族品牌,在海尔智家平台上,积极推进以“人的价值第一”为核心的卓越企业文化建设,坚持文化精神与物联网业务的场景化融合,走出了企业管理新路,取得了国际国内骄人业绩。

## 四、以品牌卓著塑 造企业恒久形象,赢得 企业文化不竭动力

品牌是企业核心竞争力的综合体现,是国家经济实力和形象的重要名片,更是传承民族精神、彰显文化自信的生动载体。新时期加快建设世界一流企业,要集中体现出“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”的特质。在建设以先进制造业为支撑的现代化产业体系过程中,以优秀企业文化为内涵的“品牌卓著”是不可或缺的核心支撑。在推进中国式现代化的宏伟蓝图中,品牌强国更是应有之义与重要内涵。面对“十五五”新时期,企业在采用传统措施培育品牌的同时,应更加着力用好人工智能等前沿技术,赋能品牌创新与体验升级,以智慧动能提升品牌核心竞争力。立足国内市场,企业品牌要努力成为消费者优先选择、放心使用的标志,以可靠的产品品质和充分的服务保障,不断满足人民群众对美好生活的新期待、新需求。面向国际市场,企业要善于参与全球竞争,积极讲好中国品牌故事,传递中国品牌价值。企业要学会将过硬质量、优质服务与中国文化相融合,以“中国品牌”赋能“中国制造”“中国创造”,努力成为深化国际合作、促进互利共赢的重要桥梁与使者。

中国中车构建“12345”品牌战略系统,创造了风格独特、形象鲜明、指向清晰、体系完整的文化标识,全方位推进品牌价值显著提升,打造了享誉世界的“国家名片”。中国核电作为我国核能事业的开拓者、主力军和引领者,全面深化推进“企业文化引领、社会

责任担当、品牌价值提升”三大项目,通过构建以企业文化为支撑的品牌体系,努力塑造世界一流清洁能源企业品牌形象。长江电力紧扣“不负党和人民嘱托,运营管理好世界最大清洁能源走廊”的重大命题,提炼形成由品格、品质、品行组成的“精益”文化内涵,为世界最大清洁能源走廊安全稳定运行筑牢坚实保障。赛轮集团秉持做一条好轮胎的执念,以液体黄金轮胎攻克轮胎行业百年难题,实现了从传统制造业到先进制造业的飞跃。

雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。回首过往的奋斗征程,我们欣喜地看到,广大企业始终以党建为根本遵循,以创新为发展灵魂,以文化为精神脉络,以品牌为丰硕成果,在时代的浪潮中砥砺前行,取得了令人瞩目的成就。当前,“十五五”规划编制正稳步推进,我们已进入为基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键阶段。广大企业要胸怀“国之大者”、践行使命担当,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大及二十届历次全会精神,深入践行习近平文化思想,以开放包容的格局拥抱变革,以精益求精的追求深耕主业,以守正创新的勇气破解难题,让企业文化成为我们穿越周期、行稳致远的精神旗帜。

全国企业文化年会作为中国企联精心打造的一项品牌活动,自2002年创办以来,已累计审定发布2200多项优秀企业文化成果,不仅见证了企业文化与品牌建设的蓬勃发展,更为广大企业和企业家搭建起思想碰撞、经验共享的重要平台。各地方企联对企业文化建设、品牌建设的高度重视与积极实践,也为中国企联企业文化建设、品牌建设事业注入了强劲动力。下一步,我们期待与各地方企联同仁深化协作,共同开拓企业文化与品牌建设工作新局面。我们也深深体会到,随着企业文化工作的深入推进和水平提升,中国企业的实践将成为中华民族复兴伟业中文化自信的精彩诠释,在高质量发展中发挥更加重要的引领作用。我们将与广大企业同肩并行,努力深耕企业文化园地、提供坚强支撑,共同书写企业文化高质量发展新篇章,为全面建设社会主义现代化国家、实现第二个百年奋斗目标,以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴而共同奋斗!

(本文根据朱宏任在第十六届全国企业文化年会上的讲话整理,有删节。)