

# Thoughts and exploration of state-owned enterprise propaganda work in the new era

Pu Shen

Sinopec Shanghai Engineering Co., Ltd., Shanghai, 200120, China

## Abstract

This study focuses on the publicity work of state-owned enterprises in the new era, analyzing its effectiveness and challenges. It delves into the significant value of publicity work in shaping corporate image, enhancing market competitiveness, and strengthening employee cohesion. The study also proposes innovative approaches and methods. The research aims to provide strong guidance for the practical implementation of publicity work in state-owned enterprises, helping them achieve high-quality development under the new era context, while enriching theoretical research in related fields.

## Keywords

New era; State-owned enterprises; publicity work; corporate culture; digital transformation

## 新时代做好国有企业宣传工作的思考与探索

沈璞

中石化上海工程有限公司, 中国·上海 200120

## 摘要

本研究聚焦新时代国有企业宣传工作, 分析其成效与挑战, 深入探讨宣传工作对企业形象塑造、市场竞争力提升及员工凝聚力增强的重要价值, 并提出创新路径与方法。研究成果旨在为国有企业宣传工作的实践提供有力指导, 助力国有企业在新时代背景下实现高质量发展, 同时丰富相关领域的理论研究。

## 关键词

新时代; 国有企业; 宣传工作; 企业文化; 数字化转型

## 1 引言

国有企业是国民经济的支柱, 在我国经济社会发展中地位关键。宣传工作对国有企业成长和提升社会影响力意义重大。新时代, 科技发展和社会环境变化, 给国有企业宣传工作带来新机遇和挑战。探索其发展路径, 助力国有企业在市场竞争中脱颖而出, 有力推动国家战略落地。所以, 研究新时代国有企业宣传工作, 理论与实践价值颇高, 有利于国有企业实现可持续发展。

## 2 当前国企宣传工作取得的显著成效

### 2.1 主流价值观传播体系逐步完善

近年来, 国有企业构建起“理论宣贯—文化浸润—实践养成”三位一体的价值观传播体系。比如中国石化, 2023年开展形势任务宣讲838场, 覆盖1.75万人次员工, 通过编写相关读本、开展“微团课”等, 将党的创新理论

精准传递给员工, 实现思想引领全覆盖。其他央企也积极行动, 如国家电网开展主题党日活动、道德讲堂等, 强化员工对企业核心价值观的认知与践行, 推动主流价值观在企业扎根。

### 2.2 融媒体传播矩阵建设持续推进

传统党建宣传多为团体活动, 持续时间长、信息覆盖不全。新媒体则能突破时空限制, 提升党建宣传有效性<sup>[1]</sup>。微博、微信、短视频平台的兴起, 让信息传播更快速、多样、广泛, 为国企党建宣传提供了更优平台和手段<sup>[2]</sup>。中国石化打造的“一滴油的奇妙旅行”科普IP播放量创新高; 国家能源集团鼓励员工拍摄“班组长的一天”系列Vlog, 带动同类投稿量增加, 这都体现出国企通过融媒体矩阵建设, 实现宣传内容多渠道、多形式呈现, 扩大了宣传范围。

### 2.3 典型示范引领机制不断健全

国有企业重视典型示范, 开展多种标杆选树工程, 其典型示范引领机制已发展为“选育用留”全周期管理体系, 具备科学化标准、生态化支持、价值化传播的特点。自2013年创办的感动石化人物评选活动, 已成为中国石化选树和宣传典型的知名品牌, 以“放大人性之美、树立行业标

【作者简介】沈璞(1987-), 女, 中国浙江慈溪人, 本科, 经济师, 从事党建宣传研究。

杆、汲取榜样力量”为主旨，选出68个优秀人物和团队<sup>[3]</sup>。中国宝武的“奋斗人物周榜”构建阶梯式评选体系，重点挖掘一线优化工艺、降本增效案例。

### 3 当前宣传工作面临的挑战

#### 3.1 聚焦价值观多元化，存在代际差异与思想碰撞

据国资委2023年数据，国企青年员工中“95后”“00后”占比达42%。在笔者所在的在沪央企，2024年调查显示这部分人群近占企业总人数一半。他们成长于经济全球化、社会信息化时代，信息获取便捷，“后喻文化”特征显著，有担当生力军和突击队的潜力。我们的青年工作者有时在知识和视野上不一定比得上自己的工作对象，怎样把道理讲到青年心里去，是很有挑战性的。<sup>[4]</sup>此外，近三年企业海归人才引进增多，部分青年受西方职场文化影响，“精确计算加班费”“拒绝额外工作”等诉求，与国企“奉献、大局”文化冲突。这些多元价值观交织，给国企宣传工作带来诸多挑战，如何应对成为亟待解决的问题。

#### 3.2 聚焦网络舆论复杂性，存在短视频时代的舆情防控困境

数字时代，舆论生态“多中心、强交互”，给舆情防控带来很大挑战。以笔者所在单位调查为例，青年员工日均触网超6.8小时，72%的信息从社交媒体获取，微信公众号、抖音等成为主渠道。碎片化传播加剧舆情风险，宣传机制必须向实时响应转变。近年来，短视频平台火爆，有的博主在无作者授权情况下二次创作并发布作品，这种“二改二传”行为既侵害了原作者的合法权益，又打击了原创积极性，导致网络平台内容鱼龙混杂、泥沙俱下。<sup>[5]</sup>中国石化虽建立了快速响应体系，能在3小时内处置舆情，但整体舆情防控形势依然严峻，必须高度重视。

#### 3.3 聚焦AI技术冲击，存在信息保真与传播创新的两难抉择

生成式AI既带来便利也暗藏风险。一是信息的真实性。AI生成内容存在“事实幻觉”，导致所生成的内容失真，甚至产生负面影响。AI深度伪造技术能够伪造人物影像和声音，用于制作虚假宣传视频或恶意造谣视频，容易引发舆情危机。二是知识产权纠纷。对于AI生成的内容，现行法律并未明确规定其版权归属。国有企业在使用AI生成内容进行宣传时，可能面临版权归属不清、侵权纠纷等问题。三是容易产生依赖。一些知识工作者可能正在过度依赖生成式AI，这可能导致他们的问题解决能力下降，创新思维退化。<sup>[6]</sup>这将直接影响宣传工作的质量和效果。

### 4 新时代国企宣传工作的重要性

#### 4.1 塑造正面形象，彰显国企担当

国有企业作为国民经济支柱，宣传工作对展现其正面形象意义重大。疫情初期，口罩和熔喷布极度短缺，中国石化快速响应，凭借产业协同能力，整合资源，改造生产装置，

保障原料供应和产品质量，实现熔喷布增产扩能，缓解了口罩供应紧张局面。宣传这一事迹，让社会大众看到国有企业保障民生的担当，提升了其在公众心中的形象，彰显了国有企业维护社会稳定、保障人民生活的力量。此外，中国石化帮扶甘肃东乡小学，改善办学条件、开展教师培训等。宣传这些帮扶事迹，既展现了企业推动教育公平的担当，提升了国企形象，又吸引更多社会力量参与帮扶，放大了帮扶效果。如今，东乡小学教学质量提升，孩子们命运改变，其成功案例激励更多人参与教育扶贫，进一步提高了国有企业的社会美誉度。

#### 4.2 提升企业影响力，增强市场竞争力

国有企业规模庞大、资源丰富、业务广泛，在经济体系中地位重要。宣传工作是企业对外交流合作的桥梁，能助力拓展发展空间。展示核心竞争力，是宣传工作的关键。比如中国石化攻克大丝束碳纤维技术，长期以来该技术被国外垄断，中国石化的突破意义重大，代表我国高端材料领域取得进步，也是企业核心竞争力的有力证明。宣传这一成果，能向外界展示其强大的科技创新实力，让潜在合作伙伴和投资者看到发展机遇，彰显企业创新精神与研发能力，传递积极进取的信号，提升国际市场竞争力和影响力。良好的品牌价值能推动产品和服务推广，为企业赢得更多市场机会，助力企业可持续发展，而这离不开有效的宣传工作。

#### 4.3 凝聚员工力量，打造高素质团队

在竞争激烈的市场环境下，国有企业稳健发展离不开高素质、专业化、创新型的员工队伍，而宣传工作在其中作用重大。企业通过内部网站、APP、官微等渠道，向员工传递发展动态和形势任务，让员工明晰公司方向，从而更好规划个人职业，将个人发展与公司目标相结合，增强对企业文化的认同感和归属感，实现公司与员工共同成长。宣传优秀员工事迹也是重要激励方式。以笔者所在单位为例，持续开展“双十佳和最美奋斗者”评比活动，挖掘卓越团队和个人的奋斗故事。例如，有的团队为攻克技术难题长期加班，凭借毅力和创新取得突破；有的员工坚守岗位创造效益。宣传这些事迹，营造“以奋斗者为本”的文化氛围，激发员工工作热情和创新精神，带动更多员工积极工作。

### 5 新时代国企宣传工作的创新路径方法

#### 5.1 加强理论武装，筑牢思想根基

国企姓党，需旗帜鲜明讲政治，领会“两个确立”意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，以“两个维护”为最高原则，加强理论学习，落实“两个一以贯之”，将党的领导融入公司治理。一是全面系统抓学习。把政治建设放首位，落实“第一议题”制度，原原本本、及时跟进、全面系统地学，提升政治判断力、领悟力与执行力。二是创新方式抓提升。各级党组织拓宽学习模式，采取自学与集体学习、辅导讲座与研讨交流、线上与线下结合等方式，“请进来、

走出去，上讲台、下基层”，增强理论学习吸引力。坚持理论联系实际，结合公司改革发展和实际问题开展学习研讨，明确努力方向，为高质量发展找思路方法，推动业绩跨越。三是丰富载体抓宣讲。发挥党员干部理论宣传员作用，打造特色品牌。如中国石化打造“石理春风”宣讲品牌，通过宣讲、动漫、微视频等形式，传递党的创新理论与企业部署，解读政策、解疑释惑、凝聚共识。

## 5.2 对外树立形象，提升企业影响力

对外宣传是展示国企风采、提升形象的关键。国企应把握正确舆论导向，聚焦使命任务和高质量发展成果，开展主题、成就与典型宣传。一是精准内容策划。紧扣舆论导向、使命任务和发展成果，挖掘科技创新、绿色发展等亮点，打造特色产业名片，实现有效传播。二是强化媒体融合。一方面，构建并做强公司媒体矩阵，整合内部资源，促进内容、渠道、技术和人才深度融合，根据平台和受众需求定制个性化内容。比如，短视频平台发趣味科普视频，专业媒体发深度分析。另一方面，加强与地方外部媒体合作，拓展“朋友圈”，借主流媒体权威性和新媒体传播优势，扩大宣传覆盖面和影响力。三是推进品牌建设。深化品牌引领，实施“品牌赋能计划”，推动品牌与业务战略协同，培育子品牌，探索新领域品牌创建。积极履行社会责任，编制规划、发布报告案例，开展并宣传公益项目，提升品牌美誉度和忠诚度。

## 5.3 对内鼓舞士气，凝聚企业合力

对内宣传是凝聚员工力量、激发员工积极性的关键手段。一是加强思想政治工作，推动思想政治工作与公司生产经营深度融合。关注员工思想动态，特别是在重要时期、重点岗位和特殊群体中，开展深入的调查分析，精准把握员工思想脉搏，及时化解矛盾，确保员工队伍和谐稳定。二是强化企业文化建设，推动企业文化融入日常工作和员工行为。持续宣贯企业核心理念，讲好企业文化故事，丰富员工精神文化生活。以纪念重要历史事件为契机，深化各类主题教育，砥砺员工家国情怀。三是搭建员工沟通与发展平台，建立多样化的沟通渠道，打破沟通壁垒。例如，笔者所在的单位每年开展“书记面对面”“董事长下午茶”等座谈会，高层领导现场倾听员工的心声，解答员工在工作和生活中遇

到的难题，增强员工与企业之间的粘性。

## 5.4 推进数智强基，提升宣传管理效能

随着信息技术发展，数字化、智能化转型是国企宣传工作的必然趋势。一是提升宣传工作者 AI 工具使用能力。学习前沿知识，掌握 DeepSeek、豆包、即梦等 AI 工具。利用 AI 进行内容创作，如智能写稿、制作视频，分析用户数据，以提升宣传效果。二是加强 AI 时代的宣传风险管控和舆情管理。AI 带来便利也有风险，需紧跟技术发展加强安全监管。建立内容审核机制，审查 AI 生成内容的真实性与合规性，防止虚假信息传播。强化舆情监测预警，及时处理潜在风险。三是构建数智化宣传工作平台与生态。国企宣传需探索打造数智化宣传管理平台，实现宣传业务的数据化、标准化、智能化。打造人工智能与创新传播实验室，形成智能工作生态。如中海油研究总院通过“三库建设”规范先进典型管理；中国石化镇海基地电视台的超仿真数字 AI 主播“镇小佳”上岗，具备安全、降本、高效等特点，受到公众关注。

## 6 结语

新时代的浪潮正汹涌澎湃地推动着国有企业不断前行，宣传工作作为国有企业发展的关键一环，其重要性不言而喻。当前取得的成效是我们继续奋进的基石，而面临的挑战则是砥砺前行的动力。让我们携手共进，勇于创新，努力开创国有企业宣传工作的新局面，为企业的高质量发展和国家的繁荣昌盛贡献更多的智慧与力量。

## 参考文献

- [1] 牟云峰. 新媒体环境下国企党建宣传工作创新路径分析 [J]. 经济导报, 2024 (09 月 09 日第四版).
- [2] 邓先亮. 新媒体时代背景下国企建设宣传工作的创新与实践 [J]. 教育与研究, 2023, 5 (01): 4 - 7.
- [3] 高国雪, 阎茹钰. 致敬四十年感动石化颁奖典礼在京举行 [N]. 中国石化报, 2023 - 07 - 07 (第一版). 贺军科. 如何做好新时代青年工作 [J]. 求是, 2020 (10).
- [5] 张天培. 守住短视频再创作的底线 [EB/OL]. 人民网, 2023 - 12 - 18.
- [6] 微软研究院, 卡内基梅隆大学. 研究警示: 过度依赖 AI 或削弱人类批判性思维与独立解决问题能力 [R]. 2024 - 02 - 12