

红色文化融入企业政工及文化宣传工作的实践研究

黄双湖

大唐四川发电有限公司 四川 成都 610074

【摘要】：红色文化是党百年奋斗的宝贵精神财富，也是新时代国有企业思想政治工作、企业文化建设、宣传工作的主要资源。国有企业扎根红色沃土，深耕红色文化传承与转化，可以很好地解决新时期企业政工工作形式单一、文化宣传感染力弱、员工思想引领力度小等问题。本文以大唐四川发电有限公司所属四川大唐国际甘孜水电开发有限公司（以下简称大唐四川甘孜公司）为研究对象，探究红色文化融入企业政工建设及文化宣传工作现实价值和实践路径，分析红色文化融入企业政工建设及文化宣传工作存在的问题并提出相应的解决对策，为能源类国企依托红色资源推动思想政治建设、企业文化建设、品牌宣传提供实践参考。

【关键词】：红色文化；企业政工；文化宣传；国企建设；实践路径

DOI:10.12417/3041-0630.26.12.065

1 引言

在新时代的背景下，国有企业是国民经济发展的中坚力量，它担负着经济建设的主要任务。甘孜藏区是红军长征经过停留时间最长的地区，有着丰富而独特的地方红色文化资源，孕育出攻坚克难、军民一心、艰苦奋斗的长征精神。大唐四川甘孜公司扎根这片红色土地二十年，始终把红色文化融入企业的思想政治工作、日常管理、文化建设、对外宣传的各个环节中去，把红色精神转化为企业攻坚克难的发展动力、服务社会的责任担当、凝聚职工的精神纽带。根据该企业实际经验，对红色文化同企业政工、文化宣传工作相结合的机制和方法进行系统的研究，对于新时代国企筑牢思想阵地、厚植文化底蕴、彰显央企担当有重大的现实意义。

2 红色文化融入企业政工及文化宣传工作的核心价值

2.1 筑牢企业思想政治工作根基

红色文化是党的初心使命和优良传统的载体，其中蕴含的艰苦奋斗、不畏艰难、心系群众、忠诚担当的精神内涵，同国有企业思想政治工作所要达到的目标有着高度的契合度。传统的政工工作大多以理论宣讲、制度学习为主，内容枯燥、形式刻板，不能引起职工的情感共鸣。将红色文化融入政工工作，可以把抽象的政治理论变成具体的红色故事、鲜活的革命精神，使思想教育更有温度、更有感染力。依靠常态化的红色文化浸润，促使企业职工传承革命优良作风，坚定理想信念，筑牢听党话、跟党走的思想根基，从而提高企业思想政治工作针对性和实效性。

2.2 丰富企业文化建设核心内涵

企业文化是企业发展的精神动力，好的企业文化可以凝聚人心、赋能发展。目前部分国有企业的企业文化建设存在着空心化、形式化的现象，缺少了独特的精神内核以及地域特色。

甘孜公司依靠甘孜藏区特有的长征红色资源，把红军攻坚克难、生死与共、艰苦奋斗的精神融入企业文化体系中，冲破了企业文化建设同质化的困局。红色文化给企业文化赋予了忠诚、担当、奉献、攻坚的中心内容，使企业文化由空洞的口号变成了扎根于地域、契合企业、贴近岗位的精神引领，从而有效地提升了企业文化的凝聚力、向心力和生命力。

2.3 提升企业文化传播效能

企业文化宣传既是内部思想凝聚的方式，又是对外展示企业形象、体现央企担当的途径。把红色文化同企业宣传工作结合起来，可以充实宣传内容，更新宣传视角，跳出传统宣传重业绩、轻精神的模式。通过挖掘企业扎根红色沃土、传承红色精神、践行社会责任的实践故事，使企业宣传内容更加深入、有温度、有特色，既能对企业内部凝聚职工干事创业的合力，又能对外展示国有企业传承红色基因、服务地方发展、承担社会责任的良好形象，提高企业品牌的传播力和社会影响力。

2.4 赋能企业高质量可持续发展

红色文化里包含的攻坚精神、奋斗精神、为民精神，可以有效地转化为企业发展的内在驱动力。红色精神可以指引职工在企业生产经营、项目建设、应急救援、乡村振兴等各方面的工作中直面困难、勇于担当、主动作为。大唐四川甘孜公司多年来的发展实践表明，红色文化深入到工程建设、安全生产、应急救援、地方帮扶等各方面工作当中，企业经济效益持续增长的同时，也承担起央企社会责任，实现精神建设和经营发展双促进、双提升。

3 红色文化融入企业政工及文化宣传工作的实践探索——以甘孜公司为例

3.1 深挖本土红色资源，夯实融合发展基础

好的红色资源才是文化融入政工、宣传工作最根本的保

障。甘孜藏区有着独特的红色底蕴，1935年至1936年这十五个月的时间里，红军三大主力先后进驻到甘孜各地开展长期转战和驻停工作，留下了许多经典的革命壮举，也留下了藏区群众倾力支持红军、军民同仇敌忾共克时艰的感人历史。当地群众在物资极度匮乏的时候，不惜牺牲生命来保护红军伤员，用行动来守护革命火种，从而形成了军民同心、艰苦奋斗的甘孜红色精神。

大唐四川甘孜公司以本土红色底蕴为依托，对区域红色历史、革命故事、精神内核进行系统梳理，提炼出攻坚克难、无畏拼搏、心系群众、患难与共的红色精神，将其作为企业政工教育、文化建设、宣传工作的主要素材。企业依靠本土红色资源展开常态化思想教育，使职工深切感受到红色精神的时代意义，消除了外来红色素材带来的疏离感，使思想引领和文化宣传具有了更强的本土化、接地气的特点。

3.2 融入政工建设全过程，强化思想引领实效

大唐四川甘孜公司一直把红色精神当作思想政治工作的重要抓手，把红色教育渗透到党员教育、职工培训、队伍建设的各个环节当中去，促使红色精神深入人心。企业以红色精神为引领，培养职工攻坚克难的奋斗品格，解决高原水电开发建设过程中遇到的各种问题。电站建设期间，全体职工发扬红军不畏艰难、艰苦奋斗的革命精神，冲破行业建设瓶颈，达成多级电站机组高效投产，创造出行业最快速度的建设成果，使项目投产、稳定运行、盈利增收取得持续改善态势。

同时企业把军民同心、为民奉献的红色精神融入到思政建设中去，促使职工树立起责任担当意识。就多年来区域内频繁发生的洪水、地震、泥石流、岩崩等自然灾害和疫情防控等重大考验而言，企业一直坚持为民服务的宗旨，组织职工积极参与到应急处置和社会救助中去。尤其在泸定地震应急救援工作中，企业党组织靠前指挥，党员突击队率先行动，迅速完成了人员排查、设备稳控，全力保障抗震救灾电力供应，连夜筹集、运送应急物资，组建了专业的救援队伍进行人员转运、电力抢修工作，用实际行动践行了红色精神，体现了国企思政建设的效果。

另外，企业以红色初心践行社会责任，把思政工作成效转化为发展实效。多年来企业一直保持稳定的盈利和纳税，是地方经济发展的主要力量，同时也积极开展疫情防控、乡村振兴、脱贫攻坚等各项事业，使企业的经营发展同社会责任的履行相辅相成，红色思政教育得以落实。

3.3 创新文化宣传模式，拓宽红色传播维度

大唐四川甘孜公司在文化宣传工作上摒弃了传统的、固化式的宣传方式，以红色精神为宣传主线，建立起了内外联动的宣传体系，讲好企业红色发展的故事。对企业而言，以红色文

化为内核，持续开展红色文化常态化建设活动，用红色主题教育、榜样宣讲、攻坚事迹分享等方式，把红色精神融入到岗位履职、攻坚克难、敬业奉献当中，营造全员奋斗、担当、奉献的企业文化氛围，激发职工干事创业的内在驱动力。

对外，企业围绕红色传承、能源保供、应急担当、地方赋能四个主要方面，挖掘整理出企业扎根红色沃土、践行初心使命的鲜活案例。重点宣传企业依靠红色精神破解发展难题、依靠清洁能源助推地方发展、危难时刻挺身而出守护群众安全的实践事例。用真实的案例、鲜活的故事来代替传统的生硬宣传话术，全方位地展现企业传承红色基因、彰显央企担当的良好形象，把红色文化作为企业对外宣传的核心名片，有效地提高了企业文化传播的感染力和影响力。

4 红色文化融入企业政工及文化宣传工作的现存问题

4.1 融合深度不足，存在形式化问题

就整体实践而言，部分红色文化融入工作还处在浅层次阶段，重形式、轻实效的情况仍然存在。日常政工工作中，红色教育大多采取集中学习、观看影片、参观学习等传统形式，缺少和岗位工作、职工思想动态、企业发展实际相结合。文化宣传工作当中，有些宣传内容只是简单地堆砌红色元素，并没有深入挖掘红色精神同企业发展、职工担当之间的内在联系，致使红色文化赋能思政建设、文化建设的核心价值不能得到充分发挥。

4.2 宣传形式单一，传播创新性不足

目前企业红色文化宣传仍然以传统的文字报道、线下宣讲为主，新媒体传播手段的运用还不充分。宣传内容大多为工作纪实、事迹总结，形式固定、缺乏创新，年轻化职工接受度低。同时宣传视角比较单一，大多集中在企业的业绩和重大事件上，对于日常岗位上传承红色精神、践行初心使命的一线小人物、微故事的挖掘不够，造成宣传内容缺少烟火气和感染力，传播范围和渗透力较弱。

4.3 长效机制不完善，持续性发力不足

红色文化融入政工、文化宣传工作属于一项长期系统性工程，必须依靠完善的制度机制来加以保障。目前企业相关工作大多依靠重大节点、重大事件展开常态化专项工作，缺少常态化的、规范化的长效机制。红色教育、文化宣传考核激励、常态化推进、人才培养机制不健全，造成工作开展具有阶段性、碎片化的特征，不能实现红色文化浸润式、常态化赋能企业思政与文化建设。

5 红色文化融入企业政工及文化宣传工作的优化策略

5.1 深化内涵融合，杜绝形式化建设

根据企业发展定位、岗位实际情况，推进红色文化由表及里地融入到企业发展的各个方面。根据电力企业生产、建设、运维、保供、防汛、应急等主要工作，准确把握红色精神内涵，把攻坚克难、为民奉献、艰苦奋斗的红色精神具体化为岗位履职标准和职工行为准则。将红色思政教育同职工思想调研、岗位培训、绩效考核结合起来，根据不同的岗位、不同的层次的职工开展差异化的红色教育，使红色精神真正指导职工的工作实践，化解职工的思想困惑，提高政工工作的实效性。同时对企业发展历程中的红色传承故事进行深入挖掘，把企业攻坚事迹、救援事迹、帮扶事迹同本土红色历史紧密联系起来，使文化宣传有深度、有内核、有根基。

5.2 创新宣传载体，丰富传播形式

创建传统宣传和新媒体宣传融合的立体化传播体系，冲破单一种类宣传模式的束缚。依托企业公众号、内部刊物、班组讲堂等平台，开展红色岗位故事、职工红色感悟、榜样事迹宣讲等活动，用贴近职工的语言、鲜活的一线故事来传播红色精神。对外依靠短视频平台、地方媒体、行业平台制作红色文化主题短视频、图文专题、纪实短片，用可视化、年轻化、通俗化的形式讲好企业红色故事。同时，从一线基层职工中发掘出那些在平凡岗位上坚守、担当的人和事，用小人物、微故事来体现大精神，增强文化宣传的感染力、传播力。

5.3 健全长效机制，推动常态化落地

创建起系统化、规范化的工作机制，保证红色文化融入工作不断推进。制定红色文化赋能政工和文化宣传工作专项方

案，确定年度工作目标、重点工作任务、责任分工、推进节点，把有关工作纳入企业党建工作、企业文化建设考核体系。创建红色资源挖掘、整理、更新的常态化机制，不断整理本土红色历史、企业红色事迹，充实宣传教育素材库。健全激励机制，调动职工参与红色文化创作、宣讲、传播的积极性，调动全体职工的传承红色基因、践行红色精神的热情，营造全员传承红色基因、践行红色精神的良好氛围。

5.4 建强专业队伍，夯实工作基础

组建专业化、复合型政工和文化宣传队伍，提高工作专业水平。定期组织红色文化知识、思政工作方法、宣传策划、新媒体运营等专项培训，提高工作人员的综合素质。邀请党史专家、红色文化研究者来开展专题授课，使队伍对本土红色精神内核有更深刻的认识。创建交流学习平台，组织政工、宣传人员就行业交流、案例研讨，吸收优秀企业的融合经验，更新工作方式。吸纳基层优秀职工、青年骨干参加宣传工作，充实人才力量，建设一支懂红色、懂政工、懂宣传的高素质专业团队。

6 结语

红色文化是新时代国有企业思想政治建设、文化建设的宝贵资源，把红色文化深度融入到企业政工工作、文化宣传工作中去，是国有企业不忘初心、牢记使命、凝聚发展力量、彰显央企担当的必然要求。甘孜公司立足于本土红色沃土，从挖掘红色资源入手，深化思政融合，创新宣传方式，实现了红色精神同企业的发展、队伍建设、社会责任相融合，取得较好的实践效果。以红色精神筑牢思想阵地、凝聚发展合力、塑造企业品牌，不断推进企业思想政治工作提质增效、企业文化建设走深走实，为企业高质量发展、服务地方经济社会发展提供持久的红色动力。

参考文献：

- [1] 田仁贵.红色文化融入国有企业思想政治教育的创新路径探索[J].中国煤炭工业,2026,(6):44-45.
- [2] 张宇扬,王澜.红色文化与企业行为研究综述与展望[J].时代经贸,2026,23(3):121-124.
- [3] 张志华,周鹏.红色基因融入国企党建的价值意蕴与实践路径[J].中外企业文化,2026,(1):160-162.
- [4] 刘鹏.红色文化融入国企思政教育的路径与成效[J].现代企业文化,2025,(36):11-13.
- [5] 崔卫涛.红色文化资源在企业思想政治教育中的转化路径研究[J].中外企业文化,2025,(11):129-131.