

# 宣传思想文化工作与企业文化的深度融合： 价值协同、实践困境及破解路径

王嘉浩 胡嘉议

(桂林理工大学商学院, 广西桂林, 541004)

**版权说明：**本文是根据知识共享署名 - 非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制，只需要注明原作者和文章来源，并禁止将其用于商业目的。

**摘要：**在新时代国家治理现代化进程中，宣传思想文化工作与企业文化的深度融合成为提升企业软实力的关键路径。本文系统剖析二者的融合逻辑与运行机制，发现其在目标导向和制度理念上具有高度一致性，可通过理念同构、内容协同、制度嵌入实现融合。但实践中面临认知错位、表达滞后、机制障碍及员工响应不足等结构性难题。创新性提出：构建“党委领导 - 部门协同 - 全员参与”三级联动治理架构，形成责任闭环；针对国企、民企等不同类型的企业，实施“党建引领一体化”与“柔性价值共建”的差异化策略；借助数字技术构建动态监测体系，推动融合从“形式叠加”向“价值内化”转化。首次构建“国家意识形态引领 - 企业文化传播 - 员工价值认同”闭环模型，将政治要求转化为企业治理操作流程，通过量化考核与智能监测系统设计，为提升企业治理现代化水平、巩固意识形态安全提供理论与实践方案。

**关键词：**宣传思想文化工作；企业文化；深度融合；国家治理现代化；意识形态安全

**DOI:** <https://doi.org/10.62177/apss.v1i3.406>

## 引言

在新时代国家治理体系与治理能力现代化的宏观背景下，宣传思想文化工作被赋予了前所未有的战略使命。作为党实施意识形态领导的核心途径，其不仅在政治领域发挥统摄作用，更逐步渗透至企业等社会经济组织的文化系统中，成为构建微观价值认同的关键机制<sup>[1]</sup>。当前，企业组织形态多元化与职工思想复杂化的现实，使得如何将宣传思想文化工作与企业文化深度融合，成为提升企业治理效能、增强文化软实力的核心命题。

回顾百年历程，中国共产党之所以能掌握意识形态主动权，关键在于始终坚持文化领导权，并在组织体系内构建了自上而下的宣传文化传导结构<sup>[2]</sup>。这种结构正从政治领域向企业等社会单元延伸，形成

**作者简介：**王嘉浩（2004—），男，桂林理工大学商学院本科生；胡嘉议（1998—），男，桂林理工大学马克思主义学院硕士，现任桂林理工大学商学院辅导员。

**基金项目：**无。

文化统摄力的系统性扩展。新时代社会主义意识形态建设面临“认知裂变”“价值冲突”“传播割裂”等核心风险，而企业员工思想意识的分化，正是这一趋势在组织层面的具体映射<sup>[3]</sup>。在此背景下，宣传思想工作与企业文化的融合，被视为应对风险、稳固意识形态阵地的必然选择——它既能通过理论宣传提升员工对企业愿景的认同，又能强化组织的思想领导力<sup>[4]</sup>。但现实中，部分企业仍存在“文化传播空洞化”“党建与业务两张皮”等问题，其根源在于未能将政治语言转化为组织语言，缺乏让员工可感、可知、可参与的价值内化路径<sup>[5]</sup>。

基层实践表明，宣传思想工作若借助企业文化的组织基础，通过文化活动、制度设计等载体实现思想内容的再表达，便能突破“形式感强、实效性弱”的传统瓶颈<sup>[6]</sup>。这一经验启示我们：文化融合并非形式叠加，而是需要从“内容导向”与“结构嵌入”双重维度推进，将其上升至“关乎党的前途命运、国家长治久安、民族凝聚力”的战略高度。习近平文化思想为此提供了权威理论指导，强调将“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”转化为企事业单位的治理逻辑，构建全方位的文化运行系统<sup>[7]</sup>。

基于此，本文聚焦宣传思想工作与企业文化的深度融合，系统探讨三者核心问题：价值层面的协同机制、实践中的结构性障碍，以及可持续的融合路径。通过理论分析与典型经验梳理，旨在为宣传思想工作在企业落地提供兼具理论深度与实践价值的解决方案。

## 一、宣传思想工作与企业文化融合的理论基础

### （一）宣传思想文化工作的功能定位与时代价值

宣传思想工作属于中国共产党领导下的一项关键政治制度安排，它所有的职能远远超出了一般所理解的舆论宣传范畴，实际上是用于统一思想、凝聚共识以及巩固意识形态安全的关键手段，宣传思想工作在企业当中并非仅仅是起到“锦上添花”作用的附属功能，而是企业文化传播以及员工思想认同方面的基础工程，其核心要点在于构建起文化认同链条，以此提高组织的向心力<sup>[8]</sup>。

以传播渠道为着眼点，在新时代背景当中，新媒体环境给宣传思想工作给予了更高标准，企业进行宣传时，要是想有效融合主流价值观，那就一定要重新构建内容生产机制以及渠道运行逻辑，达成从“灌输式”转变为“交互式”的目标<sup>[9]</sup>。

在媒体融合呈现发展态势的当下，宣传思想文化方面的工作应当借助构建起多层次的传播网络，把党的声音转变为员工可切实感知、产生情感共鸣的文化语言，而这样的策略在企业场景当中更需要着重关注组织传播结构的设计工作<sup>[10]</sup>。可以明显看出，宣传思想工作需要从宏观理论迈向企业微观结构，在价值、话语以及机制等层面达成“企业适配”，新华社和《北京日报》报社共同提出，习近平文化思想是开展新时代新征程宣传思想文化工作的有力思想武器与科学行动指南，其着重指出要把“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”转变为贯穿党政机关、企事业单位、社会基层的治理逻辑，构建起全方位覆盖的文化运行系统。这为宣传思想工作在企业系统中的落实提供了权威理论指导<sup>[11]</sup>。

### （二）企业文化的结构维度与软实力功能

企业文化是企业在自身发展进程里逐渐形成且得到广泛认同的价值观念和行为规范的综合呈现，其对组织制度运行起到支撑作用，同时在不自觉中影响着员工行为以及企业的决策风格，企业文化并非仅仅是管理工具，是企业内部意识形态建设的关键载体，还是宣传思想工作实现制度化推进的桥梁和平台<sup>[12]</sup>。

要深入领会宣传思想工作对企业文化所有的基础意义，切不可把它视作“意识形态包袱”，而应将其转变为企业于多元价值冲突当中维护稳定的文化核心要点<sup>[13]</sup>。在企业文化建设的过程中，宣传思想工作能否发挥实效，直接关系到组织文化是否具有凝聚力与执行力。于新时代的宣传思想工作里面，需要切实紧紧抓住“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”这一核心任务<sup>[14]</sup>。这不仅适用

于宏观国家层面，也为企业文化的价值定位与内容选取提供了政策方向和内容依据。

### （三）二者融合的逻辑契合与理论基础

宣传思想文化工作跟企业文化的深度融合不是简单的偶然叠加，而是有着共同的价值导向、认知共识以及组织机制的内在统一，宣传思想文化工作在新时代要肩负起引导文化方向以及重塑组织精神这两项职责，在企业层面就表现为“价值目标的内嵌”和“文化路径的协同”<sup>[15]</sup>。可以看出，宣传思想文化工作给企业文化构建奠定了思想基础并指明了方向，企业文化又是宣传思想文化工作于组织系统内达成制度化与常态化运转的关键承载者，二者的协同关系不只是理论上相互印证，是实践中的相互作用，是新时代推进企业文化建设、提高组织治理现代化水平的必然需求。新时代企业职工思想教育的创新途径应主动引入宣传思想文化工作资源，强化其对员工价值认知、组织认同以及行为养成的全链条引导功能，这种“嵌入式教育机制”是文化融合理论体系得以落地的关键所在<sup>[16]</sup>。

## 二、宣传思想文化工作与企业文化的价值协同机制分析

### （一）理念同构：主流价值与企业愿景的内在一致性

宣传思想文化工作处于党和国家意识形态工作的战略前沿位置，其关键要点在于提高主流价值观的引领效能，在新时代背景下需大力加强党对宣传思想文化工作的全方位领导，以此保证其在各个社会单元里的政治引导功能可顺利达成<sup>[17]</sup>。企业身为社会的基本细胞，它的文化理念确立之时一定要跟国家价值取向维持高度一致，如此便给宣传思想文化工作创造了天然的嵌入接口。宣传思想文化工作于价值层面的运行过程中，需要妥善处理“统一与多样”以及“集体与个体”之间所存在的张力，企业文化作为实践场域，恰恰是检验这种辩证统一关系的关键空间<sup>[18]</sup>。当企业使命、愿景与社会主义核心价值观保持一致时，员工更容易形成认同感，从而促进组织凝聚力的增强。

习近平总书记于关于宣传思想文化工作的关键指示里清晰说明，需“提高做好宣传思想文化工作的责任感以及使命感”，以此保证社会主义核心价值观可在各个层级以及各类组织当中落地并扎根生长<sup>[19]</sup>。这为企业文化建设提供了方向引领和政治保障，使价值目标上的一致性转化为制度和行为层面的协同。

### （二）内容协同：思想传播与文化输出的融合路径

宣传思想文化工作跟企业文化在内容传播这一方面有着较高的兼容性<sup>[20]</sup>，企业文化的关键之处是把组织理念、行为规范以及价值主张转化为具体、形象且富有故事性的内容，让抽象的价值变得具体可感，融入生活之中<sup>[21]</sup>。这种转化机制恰恰是宣传思想文化工作中“润物无声”的传播策略所强调的关键路径。企业文化于制度传导这一方面，一般很难直接深入到员工的内心层面，然而要是借助宣传思想文化工作中经常会用到的叙事逻辑以及典型塑造形式来给予重新构建的话，那么便可有效提升其被接受的程度以及被内化的程度<sup>[22]</sup>。这意味着，宣传思想文化工作能够为企业文化的“内容激活”提供有效的方式和载体。

基于企业实践层面总结，不少企业文化建设出现“口号化”以及“悬空化”的状况，其问题根源在于缺少思想传播方面的系统策略，然而宣传思想文化工作可对这一结构短板给予弥补，达成内容协同的制度化嵌入<sup>[23]</sup>。

### （三）行动协同：制度嵌入与行为塑造的相互强化

宣传思想文化工作最终会体现在对人的行为进行改造以及促使组织风貌得以形成上，这需要制度体系和文化实践携手共同推进，在企业组织之中，制度执行大多时候会遭遇认同方面的妨碍以及执行时出现的惰性，而宣传思想文化工作所采用的“典型引导”“舆论监督”等方式可被视作制度运行的润滑剂以及放大器。宣传思想文化工作是要将内容“说清楚、讲明白”，更要营造出一种组织氛围，使得制度执行转变为员工的文化惯性以及价值自觉，比如把党的政策精神、英雄模范故事融入到企业日常运营文化里

面,可以提升员工的参与感,同时还可以强化制度运行的文化支撑。

企业应当开展“榜样文化”建设工作,树立一批“宣传思想文化工作践行标兵”,借助人物形象推动理念落实,提升组织辨识度,比如某大型央企构建了“党员先锋岗”“青年文化岗”等制度载体,把政治标准转变为岗位要求,同时将价值引领细化成行为准则,这种从“制度规约”到“行为习惯”的转化方式,切实促使员工对主流价值形成内在认同。

行动协同的最关键的是构建制度反馈机制,传统制度设计多是“单向执行”,缺少“评价—修正—优化”的反馈闭环,使得制度运行停留在表面,宣传思想文化工作可借助设立“员工思想评议日”“文化议题微讨论”“典型案例复盘”机制,形成从“制度—文化—行为—再制度”的动态循环,提高组织运行的适配度与自我调节能力。

在信息技术不断发展的大背景之下,数字化手段为行动协同提供了新的工具支持,有一些先进企业已经开始尝试借助内部APP、“企业微信矩阵”以及智能化员工画像系统,对员工的思想动态、文化参与情况、行为偏好等方面展开多维度追踪,以此为宣传思想文化工作的内容精准化以及制度适应性提供数据方面的支持。这种“数字协同”提升了宣传的精准程度,提高了文化的动态调节能力,使得价值引导不再是单纯的静态输出,而是基于实时反馈的动态服务。

行动协同还需要强化“激励机制”对行为塑造的支持作用,除了精神激励和舆论褒奖之外,还应当把宣传思想文化工作的实践成效纳入绩效评估体系当中。比如说,将文化建设成果、员工文化表现、理论学习质量等纳入年度述职考核,并且与晋升、评优、薪酬等建立关联,从制度逻辑层面推动“价值导向”向“行为导向”的转变。

综上所述,宣传思想文化工作若想在企业里达成“动起来”“实起来”“活起来”的效果,就得把制度当作关键切入点,将行为视为最终落脚点,去构建一套制度激励、行为规范、文化引导以及组织认同的内嵌式体系,如此一来,能提升宣传工作实际效能,还可为企业文化建设注入源源不断的动力与张力。

### 三、宣传思想文化工作深度融入企业文化的实践困境

#### (一) 认知偏差与责任错位: 理念落实的“最后一公里”问题

虽然宣传思想文化工作跟企业文化在价值理念方面有着较高程度的契合,然而在实际的实践过程当中仍然存在着较为十分突出的“认知断层”情况,有一部分企业的管理层没有充分地认识到宣传思想文化工作所有的根本属性以及功能定位,容易把它等同于较为简单的文化宣传活动,使得这项工作的落实变成了“软任务”<sup>[24]</sup>。这一认知偏差,使得宣传思想文化工作难以真正纳入企业战略体系。

思想政治工作跟企业文化相融合的路径尽管已经越来越清晰明确了,然而因为责任边界不够清晰明确,时常会出现职能部门彼此之间互相推诿的情况,宣传思想文化工作由此被置于边缘地位或者呈现出仪式化的状况<sup>[25]</sup>。在实际推进中,一些企业对文化工作的考核机制缺乏标准,进一步导致其实际推动乏力<sup>[26]</sup>。宣传思想文化工作的制度设计大多时候和企业管理流程相互脱节,没能构建起闭环执行机制,致使其在组织结构里如同“文化孤岛”一般<sup>[27]</sup>。这种结构性错位,不仅削弱了宣传工作的传播力,也影响了企业文化的凝聚力和引导力。

#### (二) 内容滞后与形式僵化: 价值传播难以触达员工内心

在内容生产这一方面,宣传思想文化工作于一些企业当中依旧存在着“政治挂帅、员工无感”这样的情况,当前有部分企业把宣传内容一味地进行标准化、标签化处理,却缺少对员工多样化思想状态以及代际差异的精准回应<sup>[28]</sup>。这使得宣传内容形式单一、感染力不足,难以实现有效“破圈”。思想政治方面的内容要是没办法与企业实际开展的业务、员工个人的发展途径以及组织所处的具体情境相结合,

那么它就会呈现出一种“无所依附”的状态，员工一般会把这类内容当作是任务性质的信息，而不会将其看作是自身生活经验的一部分<sup>[29]</sup>。这种脱节现象，导致宣传思想文化工作在企业中无法构建“有温度”的沟通关系。宣传思想文化工作在表达方式方面，依旧停留在“板报+会议+口号”这种传统模式之中，缺少视觉表达、情感共鸣以及新媒体适配等内容创意，这致使其在青年员工群体里的吸引力以及说服力大幅降低<sup>[30]</sup>。尤其在多元价值观并存的当下，形式僵化已成为宣传内容失效的直接诱因。

### （三）推进机制不畅与环境适应滞后：融合路径的组织障碍

在制度执行这一方面，宣传思想文化工作遭遇了机制推进时存在的多种阻力，部分国有企业设置了宣传部、党委办等机构，然而缺少系统的统筹安排，没有构建起一种融合推进的局面，这种局面应该是党委发挥领导作用、各部门相互联动以及员工积极参与的<sup>[31]</sup>。当前宣传思想文化工作存在制度资源配置不均衡以及执行力较为薄弱的情况，这乃是导致“有部署、无效果”这一现象的关键问题所在，在国有企业里，倘若思想政治工作和企业文化建设无法达成制度协同、载体共通以及目标一致，那么极容易陷入“文化外包化”与“宣传仪式化”的困境之中，最终使得主流意识形态的引导力被削弱<sup>[32]</sup>。

展开来说，有不少企业在文化预算、人力配置以及跨部门协同等多个方面，对于宣传思想文化工作的投入都不够充足，这就导致其在组织内部很难形成持续不断的影响力，在面对快速变化的传播环境以及职工思想生态时，宣传思想文化工作缺少应变机制，难以及时对内容与节奏做出调整，实现有效适配。另外企业治理体系里大多是以绩效为导向的考评机制，这也使得宣传思想文化工作大多时候处于被边缘化的状态，变成了没办法量化、不容易评估的“次要指标”，以至于难以形成可持续的运行闭环，若要破解这一困境，需要从制度顶层设计着手，构建宣传思想文化工作与企业治理之间的双向嵌入机制。

## 四、破解路径与优化策略

在前文针对宣传思想文化工作与企业文化融合的基础逻辑、价值协同以及现实困境给予系统剖析之后可发觉，当下所面临的主要问题覆盖理念落实险阻、内容传播力欠缺、组织推进机制不畅等方面，若要达成两者的真正深度融合，必然要从制度设计、内容创新以及组织机制这三个维度着手展开系统破解。

### （一）构建系统化融合推进机制

深化企业治理体系改革，将宣传思想文化工作深度融入企业治理核心架构，构建“党委领导—职能统筹—全员参与”的三级联动体系。充分发挥党组织“把方向、管大局、保落实”的领导核心作用，设立专业化宣传思想文化工作小组，统筹推进理论学习、价值塑造、文化传播等核心事务。同时，创新考核激励机制，构建定性与定量相结合的评价体系，通过员工思想动态监测、活动参与度分析、文化认同感测评等多维度指标，推动工作模式从传统“任务驱动”向科学化“目标管理”转型。强化跨部门协同效能，建立宣传、人力、党务、工会、行政等多部门联动机制，实现资源共享、信息互通、内容协同，打破文化建设中的碎片化、局部化壁垒。

立足企业属性差异，制定精准化推进策略。国有企业需进一步强化党组织领导核心作用，深度推进“党建+文化+制度”一体化融合，在管理架构中设立专责部门，并将管理触角延伸至二级单位，构建网格化文化治理格局；民营企业与混合所有制企业则注重柔性化文化嵌入与价值共建，充分发挥企业创始人及核心管理层的示范引领作用，推动其从“文化驱动者”向“价值传导者”角色升级，实现企业文化与员工价值的深度融合。

完善制度顶层设计，构建权责清晰、流程规范的工作清单机制，明确“责任主体、工作内容、考核标准”三大核心要素。通过建立“宣传思想文化工作责任台账”“年度文化工作推进任务书”“员工文化参与度月度通报”等标准化管理工具，全面提升制度的可执行性与可追溯性，推动宣传思想文化工作从“宣传

部主责”向“全员共建”模式转变，将组织要求内化为全员共识。

在纵向管理维度，创新构建“总部—分公司—基层单位”三级联动推进机制，形成“总部统筹文化战略、分公司细化行动方案、基层落实执行闭环”的梯级管理模式。该模式既确保组织文化的统一性与权威性，又为地方特色文化发展预留空间，实现“统分结合、协同共进”的推进格局。通过构建系统化、协同化、精细化的融合推进机制，推动宣传思想文化工作从“制度层面”向“行为实践”深度转化，全面提升企业的文化治理能力与组织凝聚力。

## （二）创新内容表达与传播方式

宣传思想文化工作同企业文化相融合的关键要点在于可“讲得出”、可“听得懂”以及可“信得服”，内容创新乃是打通员工思想认知障碍的核心要点，应以“员工视角”作为主导，强化内容的人文关怀、情感联结以及参与感，规避“高高在上”的说教式表达。在传播方式方面，要全面激活新媒体工具，推动构建“图文+视频+直播+互动”的立体传播矩阵，以此扩大覆盖面与共鸣力。比如借助职工微故事、文化短视频、典型人物专栏等形式，把党的理论主张和企业文化实践有效结合起来。结合年度主题、节日节点、重大项目等契机，设计系列化、仪式化的文化活动，依靠文化浸润与情境体验推动价值内化，对于年轻员工特别要强化审美趣味与参与方式的设计，提升他们的主动认同度。

## （三）构建可持续的企业文化认同体系

企业文化认同是宣传思想文化工作有效性的关键所在，企业要把价值观教育当作核心内容，把“主流价值—组织愿景—员工追求”这三者以结构化的方式联系起来，搭建起能贯通企业精神与员工实践的认同体系。在具体执行过程中，要从新员工入职教育、培训课程设计、年度述职内容、荣誉评比机制等多个方面，融入宣传思想文化工作的元素，达成制度对价值的明显塑造。可以借助设置“文化观察岗”“文化大使”等岗位，激发员工成为文化传播的主动者、讲述者以及守护者。另外，还需要重视提升组织文化和员工生活的关联程度，营造“文化就是环境、思想就是氛围”的微场域，让员工在工作与生活的融合里自然而然地认同企业文化与国家价值的有机统一。

## 五、结语

本研究围绕宣传思想文化工作与企业文化的深度融合展开系统探索，揭示了二者在国家治理现代化框架下的内在耦合逻辑。研究证实，二者通过理念同构、内容协同与制度嵌入的三维路径，能够突破认知错位、机制滞后等实践困境，实现从“形式并置”到“价值内化”的深层转化，这既是强化企业意识形态安全的必然选择，也是提升组织治理现代化水平的关键路径。

在理论层面，研究首次构建了“国家意识形态引领—企业文化传播—员工价值认同”的闭环模型，阐明了宣传思想文化工作对企业文化的方向性塑造作用，突破了传统研究将二者视为独立体系的认知局限；在实践维度，提出的系统化推进机制、数字化传播矩阵及员工认同体系等创新策略，为解决问题提供了可操作的制度方案，尤其对国有企业“党建+文化”一体化建设与民营企业柔性价值嵌入具有差异化指导意义。

未来研究可深化数字技术与文化融合，加强不同所有制企业比较，细化差异化融合路径，为巩固企业意识形态阵地、提升国家文化软实力提供更精准的理论与实践范式。

## 利益冲突

作者声明，在发表本文方面不存在任何利益冲突。

## 参考文献

- [1] 马鑫. 党的宣传思想文化工作在国有企业发展中的重要意义 [J]. 现代企业文化, 2025, (05): 92-94.

- [2] 朱劲涵,林贤明,曲政.中国共产党坚持文化领导权的百年经验与实践进路[J].中共石家庄市委党校学报,2025,27(04):10-16.
- [3] 郑洁,施瑞.新时代社会主义意识形态建设:成效、风险与对策[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2020,32(04):19-26.
- [4] 李晓.理论宣传在国有企业思想建设中的核心作用分析[J].现代企业文化,2025,(07):61-63.
- [5] 魏然.新形势下宣传思想工作与企业文化的创新[J].今日财富(中国知识产权),2023,(04):41-43.
- [6] 隋婴.以企业文化建设促进基层思政工作创新[J].现代企业文化,2025,(04):10-12.
- [7] 新华社.习近平总书记关于宣传思想文化工作的重要指示[J].领导科学,2024(2):封2.
- [8] 孙杨,张晨瑞.宣传思想工作在企业文化传承中的角色与策略研究[J].现代企业文化,2025,(03):4-6.
- [9] 杨启琛.新媒体条件下做好企业文化与新闻宣传融合的思考[J].产业与科技论坛,2025,24(02):204-206.
- [10] 陈军.加强媒体宣传思想文化工作探析[J].中国地市报人,2024(5):86-88.
- [11] 新华社,《北京日报》报社.习近平文化思想是做好新时代新征程宣传思想文化工作、担负起新的文化使命的强大思想武器和科学行动指南[J].北京支部生活,2024(2):6.
- [12] 刘虹,潘屹鸣.党的宣传思想文化工作经验与规律研究[J].时代报告,2024(15):90-94.
- [13] 李毅.深刻认识宣传思想文化工作是一项极端重要的工作[J].红旗文稿,2023(23):4-8.
- [14] 郑青文.紧紧抓住宣传思想工作的根本任务[J].时事报告,2020(1):18-19.
- [15] 曲青山.担负起新的文化使命的强大思想武器和科学行动指南[J].福建党史月刊,2024(1):4-7.
- [16] 杨菲.新时代背景下企业职工思想教育的创新路径与实践探索[J].现代企业文化,2024(25):88-90.
- [17] 张云泽.着力加强党对宣传思想文化工作的领导为担负起新的文化使命提供坚强政治保证[J].前进,2023(10):10-14.
- [18] 路海玲,孔令婷,吕坤.正确把握新时代宣传思想文化工作的六对辩证关系[J].学校党建与思想教育,2025(6):18-20,24.
- [19] 习近平总书记对宣传思想文化工作的重要指示金句[J].黎明职业大学学报,2023,(04):1-1.
- [20] 陈恒,陈之殷.文化强国青年何为[N].光明日报,2025-06-12(007).
- [21] 温明.企业文化核心内涵及其建设路径研究[J].中外企业家,2020(23):307.
- [22] 李燕.建构企业文化的核心要素[J].生活用纸,2023(6):79-81.
- [23] 姚兵.浅论企业文化建设的主要困境及应对措施[J].企业科技与发展,2021,(06):223-226.
- [24] 王利.思想政治工作与企业文化建设相结合的促进作用[J].现代企业文化,2022(35):19-21.
- [25] 刘正园.和谐关系建构下企业思想政治工作与企业文化互融路径[J].现代企业文化,2023(6):7-9.
- [26] 郑琴琴,林雪颖,胡雅菡.国有企业低碳价值创造的动态演化机制——基于资源编排理论的纵向单案例研究[J/OL].外国经济与管理.
- [27] 孙鑫馨.新形势下宣传思想工作与企业文化的创新[J].电脑爱好者(电子刊),2020(7):751-752.
- [28] 姜万腾.企业党建思政工作与企业文化建设的融合路径研究[J].现代企业文化,2024(9):98-100.
- [29] 赵岩.企业文化建设与思想政治工作有机融合新途径分析[J].冶金管理,2020(3):195-196.
- [30] 逯斐.国有企业思想政治工作与企业文化建设融合思考[J].现代企业文化,2023(27):9-12.
- [31] 龚佳佳.国有企业思想政治工作与企业文化建设的融合探索[J/OL].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学,2024(4)[2024-04-01].
- [32] 彭甜甜.国有企业思想政治工作与企业文化建设相融合的路径研究[J].现代企业文化,2018(35):120,122.