

融媒体时代电力企业文化建设的创新与实践

马嘉鸿 欧祥彬

国能广投北海发电有限公司, 中国·广西 北海 536000

【摘要】在融媒体时代,通过数字化转型与融媒体技术的创新应用,电力企业不仅能够提升传播效率和品牌形象,更能够深化员工对企业文化核心价值的理解。数据驱动的文化洞察、多平台互动式文化体验、内部文化创意团队的培育以及强化企业社会责任项目的实施,为电力企业在文化建设上开辟了新的创新路径。这些实践措施不仅能够增强企业内部凝聚力,还能够提升企业在社会中的影响力,为可持续发展注入新的动力。

【关键词】融媒体; 电力企业; 文化建设

引言

融媒体技术的不断发展,为电力企业提供了拓展传播渠道、深化文化内涵的重要契机。从数字化转型到多平台互动式文化体验,从数据驱动的文化洞察到内部文化创意团队的培育,电力企业正在积极探索创新之路。在这个变革的时代背景下,文章将分析融媒体时代电力企业文化建设的创新与实践,旨在探讨如何借助现代科技手段,推动企业文化的升级。

1 推进融媒体时代电力企业文化建设的背景

1.1 全媒体传播格局的战略需求

在信息技术迅速发展的当下,电力企业面对的是一个日益复杂且多变的传媒环境。传统媒体与新兴媒体的融合不断加速,这为电力企业提供了一个构建全媒体传播体系的重要契机,旨在巩固宣传思想文化阵地。

随着媒体融合的深入,信息传播的效率与覆盖面得到了显著提升。在过去,电力企业的信息传播可能仅限于某一种媒体形式,触及的受众有限,信息的时效性与互动性也大打折扣。而如今通过整合各种媒体资源,电力企业可以在第一时间,通过多种平台同时发布重要消息,迅速响应公众关切,这种实时性与互动性的增强,大幅提升了信息传播速度。此外全媒体传播体系的建立还极大地增强了企业文化的内在影响力。企业文化是企业精神的体现,是推动企业发展不可或缺的软实力。在全媒体时代,电力企业可以利用多样的传播手段,将企业的核心价值观、发展理念及战略目标融入日常传播内容中,通过故事化、情境化的表达方式,让企业文化在员工心中根植,增强员工的认同感^[1]。

1.2 数字化转型下的品牌塑造

在当今全球经济环境中,数字化转型已成为企业发展的关键驱动力。电力企业作为国民经济的重要支柱,其品牌塑造的方式亦需与时俱进。通过数字化转型,电力企业正利用融媒体中心的优势,深化其文化传播力度,实现品牌价值的持续提升。

数字化转型为电力企业带来了新的传播策略。通过构建融媒体中心,企业能够整合传统媒体和新媒体资源,形成一个全方位、多层次、互动性强的传播体系。这种全媒体的整合不仅扩大了信息的覆盖范围,也提高了信息的传播效率,使企业能够在更广泛的范围内传递其品牌理念。

在创意策划方面,数字化转型使企业能够基于数据分析来设计更符合市场和用户需求的传播内容。利用大数据与人工智能技术,企业可以精准地了解目标受众的行为模式,据此制定个性化的市场策略。例如,通过对用户互动数据的分析,企业可以调整推送的内容,以增加用户的参与度。

1.3 文化自信的内核强化

企业文化建设与品牌形象密切相关,特别是对于承载着国家重要基础设施职责的电力企业而言,文化自信的内核强化显得尤为重要。通过融媒体平台的有效利用,电力企业得以在员工中积极传承与弘扬社会主义核心价值观,这不仅增强了员工的文化自信,还巩固了企业的文化创新基础。

在信息化与媒体融合日益加深的今天,电力企业通过整合传统媒介与新媒介的优势,创建了多样化的传播平台。这些平台不仅提供信息传递的功能,更成为文化教育与价

价值观塑造的重要阵地。电力企业利用这些融媒体平台，有系统地向员工传播社会主义核心价值观，使之成为企业文化的核心内容。此外电力企业还特别注重红色教育与传统文化的结合，这种结合方式在文化传承中起到了桥梁和纽带的作用。通过组织观看红色影片、参观革命历史展览、学习党的历史等活动，电力企业加深了员工对中国共产党领导和中国特色社会主义道路的理解。这种教育方式不仅使员工对企业文化产生了深层次的认同，还激发了他们的工作热情，为企业的发展注入了不竭的动力。

2 电力企业文化建设的影响因素

2.1 信息技术与员工接受度的脱节

在电力企业文化建设中，信息技术与员工接受度的脱节成为一大挑战。随着数字化和融媒体技术的迅速推进，企业试图通过这些现代工具来加强企业文化传播。然而这种技术推广的速度和方式有时候并没有完全考虑到员工的接受能力，尤其是对于年龄较大或技术不熟悉的员工而言，这种差距可能尤为显著。

随着企业数字化转型的深入，新媒体工具如企业社交网络、内部信息共享平台、在线培训系统等被广泛推广。这些工具旨在提升沟通效率、强化团队协作并推广企业文化。但对于那些习惯了传统沟通方式的员工来说，过于复杂的新系统往往造成了操作上的困难和心理上的抵触，从而影响他们对新工具的接受度。并且对于一些年长的员工而言，他们可能对数字技术的接受程度本来就低于年轻员工。新媒体工具的引入不但没有使他们感到工作变得更轻松，反而增加了工作的复杂度。他们可能会感觉到被边缘化，或者担心自己的工作能力被质疑。这种感觉会进一步加剧他们对新技术的排斥，从而影响到整个团队的合作氛围^[2]。

2.2 文化同质化的风

在当前融媒体时代，电力企业在追求传播效率的同时，面临着文化同质化的风险。这种风险主要源于对通用化、模板化内容的过分依赖，而忽略了塑造独特企业文化的重要性。这种做法虽然短期内可能提高传播效率，但从长远来看，会对企业的内部凝聚力造成负面影响。

电力企业在推广企业文化时，往往采用统一的模板和标准化的内容来保证信息在各个平台上的一致。虽然这种方法可以快速、广泛地传播企业理念，但容易导致企业文化

缺乏个性化。当文化传播变得过于公式化时，员工可能会感受到这种文化缺乏与自身实际工作的关联，难以在心理上产生共鸣。这种缺乏深度和个性化的文化传播，很难激发员工的忠诚度，进而影响到员工对企业文化的归属感。同样，文化同质化还可能削弱企业在激烈的市场竞争中的竞争力。企业文化是企业品牌个性的重要组成部分，它能够反映企业的价值观、经营理念和行为规范。如果企业文化内容过于普遍，缺乏创新和特色，那么在公众眼中，企业可能就会失去吸引力，难以与其他竞争者区分开来。这种情况不仅影响到客户对企业品牌的认知，也可能影响到潜在投资者和合作伙伴的决策^[3]。

3 融媒体时代电力企业文化建设的创新路径

3.1 数据驱动的文化洞察

在融媒体时代，利用大数据分析技术进行数据驱动的文化洞察，为电力企业提供了一种全新的文化建设路径。这种方法能够准确把握员工的需求，设计出更具吸引力的活动，从而有效提升员工的文化认同感。

大数据技术使企业能够收集分析来自不同来源的大量数据，包括员工在内部网络上的互动记录、参与在线培训的行为数据、员工满意度调查结果以及日常工作中的反馈信息等。通过这些数据的综合分析，企业可以洞察员工的兴趣点，例如了解哪些类型的文化活动最受欢迎、哪些内容能够引起员工的共鸣，以及哪些因素可能会影响到员工的参与度。基于这些分析结果，电力企业可以设计出更符合员工期望的文化活动。例如，如果数据显示年轻员工更倾向于参与技术含量高的活动，企业就可以举办更多使用虚拟现实、增强现实技术的文化体验活动。相反，如果分析结果表明员工更喜欢与家庭相关的活动，那么企业则可以增加一些如家庭日这类的活动来提升员工的企业归属感。

3.2 多平台互动式文化体验

在融媒体时代，电力企业正面临如何有效深化员工对企业文化核心价值理解的挑战。为了使文化教育更加生动有趣，提升员工的体验感，建立一个跨平台的互动式文化体验系统显得尤为重要。

通过使用AR和VR技术，电力企业能够创造出仿真的工作环境，让员工在虚拟世界中亲身体验企业的重大历史事件、核心操作流程以及企业精神的具体表现。例如，可以通过VR技术重现企业重要的工程项目建设过程，让员工在

虚拟环境中参与到项目的各个阶段，从而深刻理解项目背后的企业文化。此外AR技术可以在员工的日常工作环境中叠加数字信息，如安全操作提示、质量控制标准等，增强员工对企业操作规范和安全文化的认识。

此类技术的应用不仅限于提供信息，更重要的是创造交互体验。在互动式文化体验系统中，员工可以通过模拟决策、团队协作任务等形式，实时地与虚拟环境中的元素互动，通过问题解决和决策制定，体验并学习企业所倡导的决策文化和团队精神。这种参与式学习的过程，比传统的文化宣讲更能激发员工的兴趣，更能有效地传递企业文化。

3.3 培育内部文化创意团队

在电力企业中，文化建设不仅仅是宣传企业价值观的过程，更是塑造企业内部凝聚力的关键活动。为了更有效地进行文化建设，电力企业应当考虑建立或扩展内部的文化创意团队，专注于开发具有企业特色的文化项目。

文化创意团队的建立首先需要明确团队的职责。这个团队不仅负责策划和执行文化活动，还要负责收集分析员工对现有文化活动的反馈，以便不断调整活动内容。团队应由具有不同背景的员工组成，包括来自人力资源、市场营销、技术支持等部门的成员，这样可以确保活动设计从多角度满足员工的需求。接下来文化创意团队应当深入研究企业的历史背景、核心价值观和员工的实际需求，这是设计具有企业特色文化活动的基础。通过组织讨论会和问卷调查等方式，团队可以更准确地把握员工对企业文化的需求，从而设计出更具吸引力的活动方案。

3.4 强化企业社会责任（CSR）项目

在当代社会，企业不仅是经济活动的参与者，更是社会责任的承担者。电力企业作为服务社会的重要力量，加强企业社会责任（CSR）项目的实施，这对于提升企业的公共形象至关重要。

电力企业在开展企业社会责任项目时，可以从环保出发，这与其业务性质密切相关。电力行业是能源消耗大户，因此在环保方面承担更大的社会责任尤为重要。企业可以通过采用更加环保的技术减少对环境的影响，同时还可以组

织员工参与到植树造林、节能减排等具体的环保活动中去。这些活动不仅能够帮助企业实现其环保目标，还能让员工直接参与到企业的社会责任实践中，增强他们对企业环保理念的认同。此外电力企业还可以通过社区服务项目来强化企业文化与社会价值观的结合。企业可以在员工中开展志愿服务活动，如支援贫困地区的电力设施建设、参与社区教育和公共安全宣讲等。这些活动不仅有助于提升企业在社区中的形象，更能使员工感受到自己的工作与社会福祉直接相关，从而加深他们对企业社会责任的认识。当然，慈善活动也是电力企业加强企业社会责任的重要方面。企业可以设立专项基金，支持教育、医疗、灾害救援等社会慈善项目。通过这些慈善活动，企业不仅能够为社会做出实际贡献，还能激发员工的社会责任感。员工在参与这些活动的过程中，能够更加深刻地理解企业的使命，这对于培养员工的企业忠诚度具有积极作用^[4]。

4 结语

在融媒体时代，电力企业通过创新与实践不断探索文化建设的新路径。从全媒体传播格局到数字化转型，企业致力于提升传播效率和品牌形象。同时重视员工需求，强化文化内涵与社会责任。这些创新实践不仅增强了企业凝聚力，也为可持续发展注入了新的活力。未来电力企业将继续秉承创新精神，不断拓展文化建设的新领域，以适应时代的变革与发展。

参考文献：

- [1] 陆英. 融媒体时代电力企业文化建设的创新与实践[J]. 华北电业, 2023, (05): 66-67.
- [2] 鄢立新. “文化筑家”绘就企业发展新图景——内蒙古乌兰察布供电公司企业文化建设创新实践[J]. 当代电力文化, 2022, (11): 44-45.
- [3] 章拓震. 电力企业“融媒体”时代企业文化与舆情应对分析[J]. 企业管理, 2016, 0 (S1): 328-329
- [4] 车兴舟. 电力企业文化建设的创新与实践理念研究[J]. 南北桥, 2023 (24): 163-165.