

中华优秀传统文化在企业文化中的实践与应用

杨雯

(兰州职业技术学院, 甘肃 兰州 730060)

【摘要】 中华民族的传统优秀文化凝聚着各族人民的奋斗史、奋斗精神,包含着中华民族千百年历史征程沉淀和形成的文化艺术与精神品质,是一个巨大的文化基因宝库,能够有效地为企业文化建设提供参考和帮助。而企业文化是企业内部整个组织和所有员工共同遵循的行为准则和价值目标,是整个企业整体的发展方向和共同信仰,凝结了企业长期运行发展形成的精神品质。企业文化是企业参与市场竞争的软实力,发挥着越来越重要的作用,从企业品牌形象、市场口碑和文化认可度等方面深刻影响企业。因此,本文以汽车类企业为对象,先探究了运用中华优秀传统文化建设汽车企业文化的意义,而后指出汽车企业文化建设的普遍方式,提出中国传统优秀文化应用于企业文化建设的实践策略,以期对相关企业的文化发展提供有效参考。

【关键词】 中华优秀传统文化;企业文化;应用路径

引言:

任何一个国家和地区因为其特殊的历史背景和社会环境,独特的区域地理位置和自然条件,会积淀和形成具有不同特色的文化。中国传统文化是一个国家的宏观文化体系,企业文化是一个国家或地区的微观组织文化,中国传统文化是民族文化的一个重要组成部分,企业文化也是现代民族文化的一个微小粒子。我国优秀的传统文化中不乏现实社会指导意义的管理思想和发展理念,对企业核心价值观的塑造、行为准则和信仰的形成具有重要指导作用,能够影响企业员工的行为、思维模式和价值追求,影响企业作为一个整体组织参与社会市场竞争的具体表现和质量。因此,中国传统文化具有较强的应用价值,将其应用于企业文化建设和企业文化体系塑造过程中,能够对汽车企业文化内涵有较大提升作用,因此拥有较强的应用可行性和必要性。

一、运用中国传统文化建设企业文化的意义

(一) 丰富企业文化内涵

运用中国传统优秀文化来建设企业文化,能够有效丰富企业文化体系的内容内涵。中国传统优秀文化种类丰富、优秀传统文化数量庞大、内涵丰富、历史底蕴深厚,蕴含了丰富的历史故事、思想内涵、价值观念,其中不乏约束性行为准则、管理思想与企业文化较为契合^[1]。汽车企业融入中国传统文化,能够将现代化的企业文化和具有深厚历史底蕴的传统文化实现融入,将看似具有较强工业化和机械化特征的企业文化和更人文关怀、更强历史色彩的企业文化融合,从而有效丰富汽车企业文化内涵。

(二) 提升企业品牌知名度

运用中国传统优秀文化来建设企业文化,能够有效提升企业品牌知名度。以中华优秀传统文化和知名度较高的民俗文化来作为载体,介绍和宣传企业产品信息、企业品牌信息,能够有效地提升企业品牌特色,在千篇一律的现代化、国际化风格的企业品牌形象文化中,凭借独特的传统文化风格特征脱颖而出^[2]。汽车企业品牌文化建设大多追求国际化审美和现代化工业风格,和本土历史文化背景契合度不高,因此难以有效调动起客户心中的家国情怀和乡土情怀。而运用中华优秀传统文化,进行汽车企业品牌文化建设,能够塑造更有特色的品牌形象,打造与本土客户和消费者相契合的企业信仰与价值追求,从而有效提升企业品牌知名度。

(三) 促进企业员工文化素养的提升

运用中国传统优秀文化来建设企业文化,能够有效促进员工文化素养的提升。中国人拥有同样的历史文化背景和发展任务目标,将中国传统优秀文化融入企业文化中,能够打造出受到更多员工接受的行为模式和信仰、价值观念。汽车企业通过将传统文化融入员工行为模式、企业标语和工作环境中,能够为员工提供文化素养发展和提升的平台,用中国民族精神来熏陶员工,有效提升员工的思想内涵,促进员工的高质量发展。

(四) 增强企业向心力和凝聚力

运用中国传统优秀文化来建设企业文化,能够有效增强企业的向心力和凝聚力。企业管理者和员工甚至消费者具有同样的文化背景,在意识形态、思维模式、价值观念和行为习惯等方面具有较强的相似性

[3]。汽车企业通过将中国传统优秀文化和民族精神融入企业文化中,能够将企业员工有效地凝聚在一起,形成共同的话题、深入的思想交流,将分散化工作的企业员工和团队凝结在一起,有效地优化汽车企业工作氛围。

(五) 有利于提高企业市场认可度

运用中国传统优秀文化来建设企业文化,能够有效提高企业的市场认可度。随着我国优秀传统文化的振兴,越来越多人认识到了传统优秀文化的魅力,文化自信心显著增强,以传统文化要素为美。汽车企业利用传统文化来改造自身文化体系,能够进一步彰显汽车企业的本土化特征。

二、汽车企业文化建设方式

(一) 确定企业根本价值观

汽车类企业建设企业文化,首先需要确定企业的核心价值观和价值追求,树立企业的发展目标和社会历史使命。企业确定核心价值观和使命目标后,企业需要按照这一价值追求和使命目标来开展企业文化建设,设置明确的企业愿景和发展目标,使得企业、企业管理者、企业员工都能够朝着同样一个价值追求和共同愿景而努力,形成上下团结一心、共同奋斗的基础文化氛围和价值观,树立起经济效益目标和社会效益目标,有效约束企业全体员工的行为观念和思想意识,确定软文化约束体系下的强制性价值目标。

(二) 营造工作文化环境

企业在确立了基本愿景和价值追求后,应当营造良好的工作文化环境。汽车企业应当营造积极向上、乐观进取和和谐平等的工作文化环境,除了员工在职能层级上的上下差异外,员工的人格和个体应当保持相互平等[4]。汽车企业应当通过编制员工行为守则,鼓励日常上下级平等交流和友好共处等方式来营造相互尊重的友好工作环境,在车间、店面、汽车销售人员工作区等区域粘贴尊重人格独立、尊重对方工作、友好合作的标语,展示企业的最新汽车模型、获奖证书和荣誉称号等,切实有效地丰富工作环境的文化内涵,提升企业向心力。

(三) 建立内部沟通渠道

良好的员工和企业沟通价值能够帮助员工更好地理解企业价值目标和发展愿景,更好地理解企业文化内涵[5]。因此,汽车企业应当建立通畅的内部沟通渠道,使得企业管理层的相关指令和价值表现能够无障碍地传递到基层员工和一线操作人员群体中,使得员工能够通过和企业管理层的面对面沟通交流,更准确认识企业的愿景,解读企业的发展战略,从而有效提升员工的企业文化认同感和归属感。

(四) 团队合作和员工培训

当前企业运行更需要团结协作,独立地履行工作职责只能完成工作,但是不能完美地完成工作并且创造价值[6]。因此,汽车企业需要塑造团队协作和共同创造价值的工作观念,鼓励团队合作和加强员工培训,通过员工交流大会,选择员工参与汽车行业论坛,集中进行内部员工的培训等方式来有效地传递和宣传企业文化,使得企业文化能够深入全面地渗透到员工的行为习惯中。

三、中国传统文化在汽车企业文化建设中的实践应用路径

(一) 中国民族精神指导企业核心价值观的构造

企业可以深入挖掘中国民族精神包含的爱国主义、自强不息等优秀精神品质,将其作为企业的核心价值引领,来指导企业的长期可持续发展,践行企业奋斗为先、诚信刻苦的核心价值观。在新时代背景下,现代企业的内部组织紧密度进一步提升,“团队”和“协作”成为企业经营发展和参与市场竞争最关键的四字箴言。汽车企业本身也有较为浓厚的“友好合作”和“群体至上”的团队文化。例如,从汽车企业的汽车装配来看,汽车零件来源于全国各地各个供应商,企业与各个供应商之间存在着密切的合作关系,而装配汽车的部门和零件采购、运输部门等也具有密切的合作关系。因此,汽车企业应当割除所谓的“个人英雄主义”,深入挖掘中国民族精神中强调合作和团结互助的精神,推崇内部和外部的协作,用“求大同”“存小异”来指导企业发展。

(二) 挖掘本地化传统文化丰富企业文化内容结构

中国传统文化具有较为丰富的内涵,并且可选择性较多,企业在选择中国传统文化时也很容易看花眼。因此,为了提升企业文化的感染力,应当充分挖掘本土化的传统优秀文化和民俗要素。例如,位于西北地区的汽车企业,可以结合我国西北独有的“飞天壁画”“石窟雕刻”“大漠孤烟”等传统文化艺术元素,来装饰企业内部办公区、装饰汽车配件,从而更好地宣传企业形象,增强汽车企业的品牌形象特征和差异化程度,使得更多客户和消费者了解到企业的文化,增强客户对企业特殊本土化品牌形象的认可度。

(三) 传统思想学派在企业文化中的深入应用

1. 道家思想的应用。道家思想中包含的“无为而治”的思想越来越符合新时代背景下现代化企业的管理模式,并且强调和谐包容、平等。汽车企业在建设企业文化时,应当深入挖掘道家思想文化,促进企业文化的升华。(1) 自然绿色。汽车企业具有较高的资源污染率,4S店灯火通明、汽车检修保养产生的污染和垃圾较多。因此,汽车企业应当要利用道

家思想文化所强调的“自然”观念，从“道法自然”中提炼出“自然”和“天人合一”的绿色化发展观念，融入企业文化，推行尊重自然、保护环境的制度，鼓励企业员工在日常工作中节约电、水，实现节能减排，促进绿色企业文化的发展。（2）平衡协调。道家思想还追求“阴阳平衡”之道，注重事物与事物之间的协调。汽车企业的业务部门和管理部门较多，组织结构庞大，各部门和组织机构应当要相互协调，科学合理地分配权力和责任，从而保障各个部门的良好协作与配合，促进企业协调发展、团结合作的文化建设。（3）和谐发展。道家文化尊重和追求“和谐”之道，企业可以应用这一“和谐”思想，并打造更加和谐包容和开放的企业文化。汽车企业借鉴“和谐”思想，包括人际关系的和谐、各个生产环节的和谐、企业与社会和谐，在办公区域和生产区域粘贴“和乃生，不和不生”等强调“和谐”的标语，主张以合作化解对抗，以责任承担提到逃避，从而使得汽车企业能够更好处理企业个体利益追求与社会集体利益之间的关系，适当让利于消费者和客户，实现和谐发展和多方共赢，塑造更加“好说话”“好沟通”“有人情味”的汽车企业品牌形象。

2. 儒家思想的应用。儒家思想文化是我国文化历史上最宝贵和最璀璨的思想精神瑰宝，在现代化企业文化建设中还能够发挥出较强的现实价值。儒家思想所强调的道德、修养、礼仪等即使在今天也能够较为直接地应用到具体的情境中，帮助企业确立价值愿景、行为规范和社会责任心，促进企业“大爱”“诚信”等文化的建设。将其应用于汽车企业中，能够有效提升汽车企业的社会责任意识和人文关怀意识。（1）以人为本。儒家文化具有较强的人文关怀特征，汽车企业不只有冰冷的汽车，还有充满人情味的员工。因此，汽车企业应当树立起“以人为本”的管理意识，时刻关注员工的需求和成长，将儒家文化“仁爱”的思想融入人力资源管理中，在制定员工激励方案时，从员工需求角度出发，设计符合员工切身利益和需求的奖励。其次，改变传统的休息日团建模式，将企业管理者确定团建方式转变为员工决定团建的方式，满足员工充足的休息时间，营造尊重和关爱员工的基本文化氛围。其次，还需要关心客户的需求，为客户提供更加具有针对性和期限更长的汽车售后维修服务，有效提升汽车企业的服务质量。（2）诚信为上。“诚信”是现代化企业经营发展的基础，当前是信用为基础的社会，企业的诚信经营关系着企业发展的可持续性。因此，汽车企业应当深入挖掘和学习儒家文化中包含的“诚信”文化，培育“诚实为上”的商业信誉和企业文化，要求企业员工在工作和向顾客提供服务

时保持诚信，企业管理者需要诚实纳税、诚信经营，对消费者和员工负责，对国家和社会忠诚。

四、结束语

综上所述，建设具有中国文化特色的中国本土企业，应当要立足于中国传统文化，认识到中国传统文化在凝聚人心、提升品牌形象和市场知名度等方面的重要作用，深入挖掘优秀的传统文化因子和要素，将其有机地和企业文化融合起来，通过中国传统文化与企业核心价值观的融合、文化氛围和工作环境的融合、企业行为准则和目标的融合来发挥传统优秀文化的价值，打造特色的企业文化品牌和形象。在此过程中，企业需要结合自身的经营特征和企业品牌形象特征，汽车类企业应当要正确分析自身品牌的市场影响力和知名度，结合本企业持续发展的价值追求，不夸大、不虚构地建设真实的企业文化，将中国传统文化渗透到4S店、渗透到车间、休息区、办公区，融入企业品牌宣传方案、运营体系和战略目标，从而有效发挥中华优秀传统文化的作用，促进汽车企业的长足发展。

参考文献：

- [1] 孙庆生,李君,胡阳等.国有企业文化与中华优秀传统文化相融合的实践探索[J].现代企业文化,2023,(06):1-3.
- [2] 王心娟,王丙楠,巩文杰等.中华优秀传统文化在现代企业管理中的应用研究[J].企业管理,2023,(05):38-44.
- [3] 侯冰洁.从传统到现代:企业文化的演变及其在企业发展中的作用[J].现代企业文化,2023,(12):17-20.
- [4] 方浩全,王培宏.发挥新时代企业思想政治工作优势努力打造极具特色极具竞争力的国内一流特钢企业[J].特钢技术,2023,29(02):63-66.
- [5] 李萌.日化企业文化建设中传统文化的融入探究[J].日用化学工业(中英文),2023,53(08):991-992.
- [6] 洪青羽.基于传统文化的企业管理模式与会展战略的整合研究[J].中国会展(中国会议),2023,(22):54-56.

课题：中华优秀传统文化在企业文化中的实践与应用

兰州职业技术学院院级科研项目《中华优秀传统文化在企业文化中的实践与应用——以学院与金岛煜奥校企合作为例》2022XY——51

作者简介：杨雯（1981.7—），女，汉族，甘肃兰州人，兰州职业技术学院，讲师职称，汽车工程学院副院长，研究生学历，硕士学位，研究方向：主要从事数学与应用数学，创新创业，就业指导研究。