

中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中 转化应用模式研究

国网南京供电公司 赵雨辰 赵俊杰 滕宇

习近平总书记指出,中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在,是中华民族的根和魂,是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基。本文通过深入解构中华优秀传统文化特质,聚焦“礼”这一关键要素,识别“礼制、礼仪、仪式”三个主要载体,将中华传统“礼”文化应用于企业思想政治工作和企业管理领域,创新构建“文化源头-目标要求-落地维度-实践要点”应用模式,推动传统文化创造性转化、创新性发展,着力打通企业员工情感通路、加强员工与集体联系,赋能企业现代化管理。

一、背景意义

(一)深入贯彻习近平文化思想的必要举措

习近平总书记强调,我们决不能抛弃中华优秀传统文化这个根脉。“两个结合”特别是“第二个结合”作为习近平文化思想中的重要创造性论述,突出强调了中华文化的主体性,明确了传承发展中华优秀传统文化的重要性。企业作为当今经济社会发展中不可或缺的组成部分,其文化深刻反映和影响着当代主流文化。从中华优秀传统文化中汲取营养,转化为企业经营管理和思想政治工作的实招硬招,正是企业深入学习贯彻习近平文化思想、切实担负起新的文化使命的生动体现。

(二)积极落实《中国共产党思想政治工作条例》的关键做法

《中国共产党思想政治工作条例》(以下简称:《条例》)强调,思想政治工作应当遵循规律,坚持继承优良传统和改进创新相结合,提高针对性、实效性,增强亲和力和感染力。《条例》要求企业“围绕团结凝聚职工群众、增强企业内生动力和创新活力”“激发劳动热情、创造潜能,推动构建和谐劳动关系”。中华优秀传统文化特别是“礼”文化,作为中国数千年处世哲学的精华,与企业思想政治工作目标任务深刻契合。深化中华传统“礼”文化在企业中转化应用,对提升

员工凝聚力、优化管理效能具有高度现实意义。

(三) 建设中国特色世界一流企业的有效路径

党的二十届四中全会通过的中共中央关于制定“十五五”规划的建议指出,要完善中国特色现代企业制度,弘扬企业家精神,加快建设更多世界一流企业。世界一流,不仅仅体现在卓越的产品、优质的服务,还体现在企业卓著的影响力上,先进的“软实力”将大大有助于企业打入市场、吸引客户、感召人才。“中国特色”是我国企业发展的独特优势,传承发扬中华优秀传统文化,积极转化应用“礼”的要素,将为中国企业进一步提升竞争力和影响力提供强大助力,更有利于企业在当前国际国内形势下搭建文化桥梁,为企业创造更多发展机遇。

二、研究依据

(一) 理论依据:中华传统“礼”文化关键要素推导

将博大精深的中华优秀传统文化纳入现代企业思想政治工作和企业治理研究,需要识别关键要素,作针对性解构。

1. “礼”的定位与功能决定了其在中华文化中的关键角色

“礼”在中华优秀传统文化中的定位和功能归纳见表1。总的来说,“礼”是中国历史上贯穿时间长、运用范围广,并且对当今社会仍然发挥重大作用、产生深远影响的文化要素,“礼”的研究和应用对于当前企业加强思想政治工作能发挥重要作用。

表1 “礼”在中华优秀传统文化中的定位和功能

	“礼”的定位	“礼”的功能
“天人合一”层面	天地之序	
国家层面	政之本	政治整合
社会层面	长幼必序、民怀敬让	道德教化
个人层面	定亲疏、决嫌疑、别同异、明是非	文化认同

2. 识别“礼”在中华文化中的三个要素

通过深入研究中国古代历史,总结出“礼”的三个要素(主要载体),即:礼制、礼仪、仪式。

礼制,是起源于“礼”的典章制度,关键词是“规范”,体现着中国特色的治理智慧。礼制一般应用于国家层面,发起于官方,以外在物质化表现为主,行为

表现为辅,例如中国古代的房屋建制、朝堂布置以及大臣们的站位。礼制反映的是社会秩序,背后体现的是社会分工,蕴含着中国人的处世规则。

礼仪,是植根于“礼”的具体表现,关键词是“尊重”,蕴含着中华文化的人本思想。礼仪体现在社会各个层面,来源于文化传导,以行为表现为主,外在物质为辅,例如程门立雪体现求学之诚,孔融让梨体现孝悌伦理。礼仪折射着中国社会的运行逻辑。

仪式,是立足于“礼”的执行过程,关键词是“激励”,是“礼”的集中载体,彰显着中国人浓烈的情感表达。仪式之中,既有礼制层面的制度化安排、规范化元素,也有礼仪层面的道德伦理外化表达,例如祭天仪式、祭孔大典、婴儿抓周、成人婚礼。仪式一般是对一段时期、一类事物的总结升华和艺术化呈现。

礼制、礼仪、仪式三个主要载体相互依存、相互补充,植根于中华传统文化及当今中国人工作生活的方方面面(三者之间“糖果”模型见图1)。将其三者作为中华传统“礼”文化应用于当前思政工作的切入点,具有深厚实用意义。

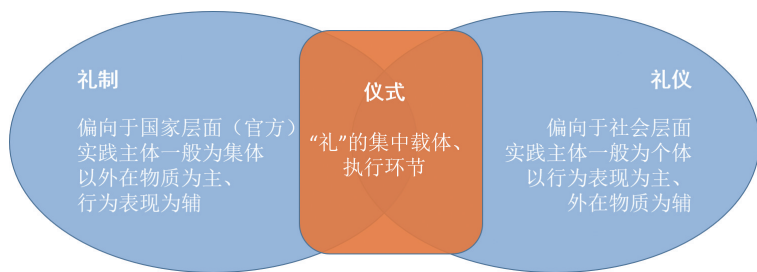


图1 “礼”的主要载体之“糖果”模型

(二)现实依据:企业员工开始追求“情绪价值”

随着生活水平的提高和社会信息化程度的飞速提升,群众的精神文化需求不断升级。在某地市供电公司的一项覆盖近4000名员工的思想动态调研中,“工作压力”“工作氛围、与同事的关系”高居影响个人满意度和工作积极性的因素第二、第三项,仅次于“工作报酬”,甚至高于“个人晋升”。在某区域性公共服务企业一项近18000人参与的调研中,不同人群心态健康指数得分与收入水平呈明显反比。

结合社会心态的普遍趋势和以上典型数据,企业员工的需求已开始从“获得更多物质收益”向“获得情绪价值”微微倾斜,这对企业思想政治工作的方式方法和内容供给提出了更高要求。

中华传统“礼”文化作为长期植根中国人精神世界中的重要元素,接纳度

高、可转化程度高、情感联结紧密。基于中华传统“礼”文化深耕企业思想政治工作,将大大有利于企业管理者提供更有温度的情感传递、更有深度的理念传导、更受认同的价值引领。

三、构建中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中转化应用模式

基于国网南京供电公司思想政治工作研究与实践,聚焦“礼”这一中华传统文化关键要素,识别“礼制、礼仪、仪式”三个主要载体,将中华传统“礼”文化应用于企业思想政治工作和企业管理领域,构建文化源头、目标要求、落地维度、实践要点“源-目-体-效”工作模式,提出转化应用过程中的“四性”“四度”“四要”关键点,推动传统文化创造性转化、创新性发展,提升企业思想政治工作质效。模式示意图见图 2。

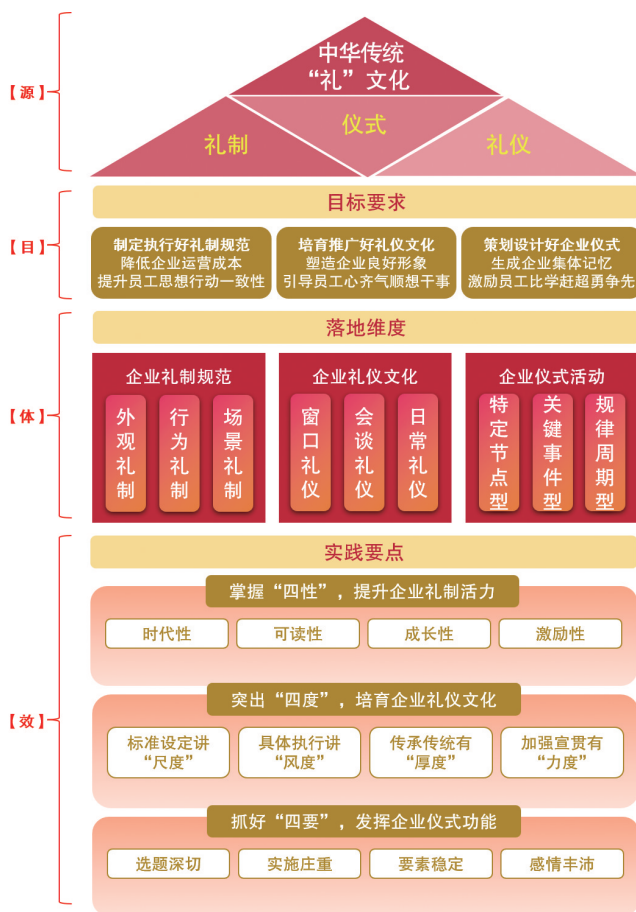


图 2 中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中转化应用模式

（一）构建“源-目-体-效”通用模式

“源”即“文化源头”，指中华传统“礼”文化在企业转化应用的“礼制”“礼仪”“仪式”三个要素。

“目”即“目标要求”，指基于上述三要素所指向的降低企业运营成本、提升员工思想行动一致性、塑造企业良好形象、引导员工心齐气顺想干事，生成企业集体记忆、激励员工比学赶超勇争先等三方面应用目标和工作要求。

“体”即“落地维度”，指“礼”文化在企业转化落地的企业礼制规范的制定和执行、企业礼仪文化的弘扬和践行、企业仪式活动的策划与举办等三个维度。

“效”即“实践要点”，指为了确保“礼”文化转化应用质效所实践的“四性”“四度”“四要”等三方面关键点。

“源”“目”“体”“效”上下贯通、相互支撑，构成中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中转化应用的一种通用模式。

（二）研究中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中转化应用的三大目标要求

一是制定执行好礼制规范，降低企业运营成本，提升员工思想行动一致性。良好的礼制规范，有助于提升企业生产效率，为企业部分业务形成定式，大大减少企业运营成本。礼制规范的上下贯通和统一应用的过程，有助于加强组织认同感和行动统一性。脱胎于企业文化、传承于企业优良传统、贯彻上级单位整体要求的礼制规范，塑造着人与企业的关系、企业中人与人的关系。礼制规范的制定和执行过程，必然进一步加深人与企业的联系。

二是培育推广好礼仪文化，塑造企业良好形象，引导员工心齐气顺想干事。开展长期的礼仪文化培育，教育引导企业员工互相尊重、讲信修睦，优化企业内部和谐度，促使员工在耳濡目染中成为客户和民众眼中公道正派、礼貌谦让、可信赖的对象。立足家庭是中华礼仪文化的重要承载空间这一定位，着眼“八小时外”，教育引导员工加强家庭家风建设，塑造员工良好行为习惯，促进正向价值观培育，助力企业作风建设。

三是策划设计好企业仪式，生成企业集体记忆，激励员工比学赶超勇争先。在生产生活进程中，聚焦爱国主义教育、集体主义教育等主题，选取关键节点关键事件，采取仪式化、艺术化的表达，专题策划出征仪式、拜师仪式等活动，帮助员工在集体的见证下，形成固化的集体记忆，给当事人肯定和勉励，并带给仪式

受众连带激励,进一步增强员工集体认同感和文化自豪感。

(三)梳理中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中转化应用的三个落地维度

一是企业礼制规范的制定和执行。外观礼制:明确企业的品牌化标识体系,设计不同层级单位的关键性视觉元素,为不同工种员工设定着装标准,夯实企业员工对集体的统一认知基础。行为礼制:聚焦安全、友善等目标,精准化设计统一行为规范,提升企业生产经营标准化水平。场景礼制:针对会议场景、活动场景等特殊场景,设计座位分布、进场退场方案,使之成为共识,提高企业运转效率,强化企业组织体系的显性化表现。

二是企业礼仪文化的弘扬和践行。窗口礼仪:本着“客户至上”理念,传承发扬窗口礼仪文化,将其固化为程式化的行为表达,并演练应急处突礼仪预案。会谈礼仪:聚焦会议、接待任务,引导广大员工学习实践会谈礼仪,提升会议效率,确保会议目标有序达成。日常礼仪:通过公益广告等长期可视化宣传,带动员工养成良好沟通习惯,营造和谐的企业环境,进一步提升队伍凝聚力。

三是企业仪式活动的策划与举办。特定节点型仪式:聚焦员工职业生涯关键节点,将激励贯穿生涯全过程,特别是在当前延迟退休的背景下,进一步加强面向大多数“普通人”职业生涯的全过程激励。关键事件型仪式:选取工作中的关键事件,将激励印刻于事情本身,快速激发员工斗志。规律周期型仪式:针对春节、建党节、国庆节等具有高度群众基础的重要节日,专门策划仪式,激发员工集体记忆和内心朴素情感,增加干事创业热情。

企业仪式的分类主题策划案例(以国网南京供电公司为例)见表2。

表2 企业仪式的主题策划案例

分 类	仪式主题	触发条件
特定节点型	入职礼仪式	新员工入职
	拜师礼仪式	青年员工拜师
	成长礼仪式	取得职称或重大突破
	退休礼仪式	员工光荣退休

分 类	仪式主题	触发条件
关键事件型	出征仪式	急难险重任务出发前
	授旗仪式	攻关队伍成立时
	政治生日仪式	党员党龄每整十年时
	入队仪式	新队员加入共产党员服务队
规律周期型	值班年夜饭仪式	大年三十晚
	开工仪式	春节假期后上班第一天
	重温入党誓词仪式	建党节前后
	升国旗仪式	国庆节前后

(四) 分析中华传统“礼”文化在企业思想政治工作中转化应用的三方面实践要点

一是掌握“四性”，提升企业礼制活力。企业礼制要具有“时代性”。面对不同的大政方针、时代要求、市场环境、发展机遇，企业的礼制规范要动态调整。例如，为了精文简会、提高效率，简化会场布置、精简会议环节，减少穿靴戴帽，重点讲干货、谈效益。企业礼制要具有“可读性”。礼制规范的制定和宣贯要注意内容贴近实际、形式可读可感，针对关键内容要拎重点、强提醒、重引导。例如，国网南京供电公司出品《文明宁电》礼制规范系列片，以微视频形式教育引导员工践行礼仪文化、提升规矩意识。企业礼制要具有“成长性”。企业中的礼制安排要充分考虑员工“够得上”“做得到”，使其成为影响广大员工职业发展目标的一个关键元素。企业礼制要具有“激励性”。设置特殊触发条件，给予相关员工“短期体验”机会，激发荣誉感，让员工为自己设定更高期望。

二是突出“四度”，培育企业礼仪文化。礼仪标准设定讲“尺度”。在企业礼仪标准文件制定和有关风俗的传播固化中，对上、对下、对内、对外的礼仪均要恰当得体，不能超越正常限度。礼仪具体执行讲“风度”。在公众场合或者员工较多场合，引导员工在工作交流中保持风度，会前充分酝酿、会上搁置较大争议、会下进一步讨论，维护企业形象和整体和谐性；面对紧急任务，鼓励了解详情或有深入见解的同志及时发言、引导局面发展，避免按部就班、墨守成规、影响效率。传承礼仪传统有“厚度”。不同集体在开展礼仪实践中应注意因地制宜，充分结合本单位实际，做好优良传统的传承。加强礼仪宣贯有“力度”。

对外服务型企业特别是窗口单位需要开展专题的礼仪培训,确保礼仪表现规范统一。

三是抓好“四要”,发挥企业仪式功能。选题要深切,不小题大做。仪式主题做到有意义和有针对性并重,与本单位实际及当下热点重点任务有联系,坚持按需举办,让仪式成为员工期盼的“保留节目”。实施要庄重,不自乱阵脚。在仪式实施的前、中、后环节,均要做到严肃认真,不随意简化流程环节或现场布置,确保仪式公信力。要素要稳定,不东拼西凑。仪式筹办形成机制惯例,提供“学习偶像、成为偶像”的稳定通道;仪式核心环节、要素保持稳定,提供长期、形象化的表达。感情要丰沛,不流于形式。挑选有情怀或与仪式主题有深刻联系的员工担当仪式组织者和具体执行者,降低内容空洞风险;选取与仪式主角有联系的员工观礼,在仪式现场建立情感共鸣,放大仪式效果。

四、应用成效与展望

(一)企业管理更具“人情”

近年来,国网南京供电公司在企业管理规范制定、可视化宣贯和日常执行过程中,注重融入传统文化要义和元素,并将“礼仪”文化与电力供应企业的“安全”本质要求紧密结合,输出《你好》《平安》等一系列礼仪规范文化产品,针对不同专业、不同人群分层、分众举办“退休礼”、“名人堂”入堂仪式等企业仪式,员工管理在情感交融中更加精益。

(二)员工奋斗更富“热情”

随着“礼”文化在企业内的落地生根,员工集体认同感和参与感更加高昂,落实企业价值理念形成了以点带面的良好态势,员工积极践行“爱国、敬业、诚信、友善”核心价值观。公司连续五届蝉联“全国文明单位”,连续12年荣获南京市行业单位作风评议第一,一批先进典型个人和集体先后获评“全国学雷锋活动示范点”“江苏时代楷模”“国网楷模”等荣誉称号。

(三)组织合力更好发挥

通过把中华传统“礼”文化作为企业思想文化工作关键要素,有效促发员工情感共鸣,有力加强了员工规矩意识和组织凝聚力,从而提高了企业生产服务效率。近年来国网南京供电公司先后获评“亚洲质量卓越奖”“全国质量奖”,南京供电可靠率保持全省第一、全国前列,“获得电力”水平全国领先,为经济社会发展和人民美好生活提供坚实的能源支撑保障。

中华传统“礼”文化在企业中的应用,加强了企业和员工的“双向”联结,为

各类企业特别是生产服务型企业加强员工思想政治工作、充实“软实力”、积累“硬实力”提供了新思路。企业一方面应主动定位自身职能特点,自觉担负起新时代新的文化使命,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,积极投身建设具有中国特色的企业文明;另一方面,要转化应用以“礼”为典范的中华优秀传统文化,进一步加强员工思想政治工作,为企业的高质量发展提供更加坚强的思想保证和更加强劲的文化动力。

(南京市政研会推荐)