

# 浅谈品牌建设与文化建设的融合

曹钊

湖北中烟工业有限责任公司

DOI:10.32629/ej.v2i6.341

**[摘要]** 品牌建设是企业实现可持续发展的有力依托,能够合理有序的促进企业的文化建设和经济实力的增强,从而推动企业的稳定运行。打造服务品牌是烟草企业适应市场经济发展的必然选择,是烟草企业的立身之本,是烟草行业促进品牌发展、提高营销能力,实现“卷烟上水平”战略任务的重要途径和抓手。基于此,文章阐述了企业文化与品牌建设的关系,提出企业文化与品牌建设应融合共进,阐明了品牌建设与文化建设融合发展的路径。

**[关键词]** 品牌;企业文化;融合

## 1 对企业文化与品牌建设的认识

企业文化指的是在一定的历史发展时期,企业在管理、经营过程中,根据特定的社会、经济形势和市场发展变化格局,经过长期摸索、总结出来的被大多数人员共同认可、理解并接受的理念、信念、要求、价值观和行为准则等。它所表明的是企业所执行的经营理念、手段、方式方法和企业通过不断完善、健全的管理制度及企业目标,企业文化既体现着企业的价值观,又体现着企业的文化品牌,是集约束、导向、融合、凝聚、娱乐和辐射等作用的综合体。

品牌是一种识别某个销售者的产品和劳务,它是名城、名词、标志等因素的这,并将同类产品的不同生产商区别开来。品牌包含感觉和信任两个问题:其一,品牌是消费者对某种产品的感觉,每个消费者都根据自身的个性化需求来感知产品,品牌就像一面镜子,让消费者在消费过程中看到期盼的自己,以满足不同消费者的个性化需求,例如当一个人购买豪车时,他从品牌中看到了别人的羡慕。其二,信任是品牌中除感觉外的又一重要问题,仅仅创造感觉是远远不够的,还需要获得消费者对品牌的信任,这样才会激发消费者的持续购买力。企业在品牌建设过程中,要理解消费者对产品和品牌的期待,以获得消费者的信任并长期坚持,从而形成企业的隐形资产。

## 2 烟草企业品牌建设的必要性和重要性

2.1 品牌建设能提升烟草企业的竞争力。品牌建设是对多年服务经验的总结与提升,开展服务品牌建设可以提升客户的忠诚度,积淀品牌资产。目前,中国烟草行业正面临着英美公司、帝国公司、菲莫公司等跨国烟草公司抢占中国烟草市场的激烈竞争。为迎接挑战,中国烟草几年前就开始推进重组联合走大市场、大企业、大品牌之路。通过服务让顾客得到更多

比方说:事业单位可以将档案管理工作融入到工作人员的绩效考核中,相应的高层管理人员要定期对基层员工的管理状况进行检查和考核<sup>[3]</sup>;事业单位还可以根据档案管理人员工作的优缺点进行分析,制定适用于整体的绩效考评体制,增强档案管理人员绩效考核和评价之间的关联性,通过薪酬考核制度来增强管理人员工作积极性。不仅如此,我国事业单位档案管理人员,还要结合社会发展趋势构建科学性和先进性的综合评价体系,对档案管理人员在工作中遇见的具体状况进行明确阐述,为档案管理人员提供多种解决措施,不仅能够规范档案管理人员的工作行为,也能全面提升我国事业单位整体发展水平。

## 3 结束语

总而言之,无论是我国事业单位,还是其他企业在发展过程中都要注重开展档案管理工作。我国事业单位在实际开展档案管理中,仍然存

差异化的超值的体验、体会服务产品的意义,得到了客户的认知,提高了客户的满意度程度。

2.2 品牌建设是烟草行业改革与发展的需要。我国烟草行业的“工商分离”后,烟草企业提供的卷烟日趋同质化。因此,必须转变营销理念,加快从传统商业向现代流通企业的转变,精心打造具有自身特色的优势服务品牌,提升烟草企业的核心竞争力。

2.3 品牌建设是烟草企业文化建设实施的需要。随着市场经济从“市场导向时代”向“形象导向时代”转移,企业文化的经济价值得到共识,为企业带来的效益也越来越明显,企业文化建设成为提升烟草企业软实力的一项重要内容。服务品牌建设是企业文化建设品牌进一步提升的需要,是企业文化与经营相结合的重要步骤。

## 3 企业文化与品牌的关系

3.1 企业品牌是文化的载体。品牌是文化的载体,企业文化是凝结在企业品牌上面的精华,同时企业文化又贯穿于品牌经营的全过程之中。企业文化主要是通过企业的产品和品牌将文化传递。这样对于现代企业来说,可能增强企业的内部凝聚力,同时还能够在一定程度上增加企业的竞争力,企业也可以积极采取有效措施将文化效应转化为经济效益。另外,在未来的市场竞争中主要是品牌竞争和以品牌为代表的企业文化竞争。

3.2 企业文化是品牌的灵魂。在企业品牌的建设过程中企业文化是品牌的灵魂,如果缺乏企业文化,那么这个品牌也就丧失了活力和竞争力。如果说,企业品牌建设过程中缺乏企业文化,那么就无法实现预期品牌建设目标,同时还会造成一定的经济浪费得不偿失。所以说现代企业在品牌建设过程中必须要以企业文化推动,并且要以企业文化为灵魂。

3.3 企业文化建设成果转化为品牌。以企业文化推动品牌建设主要就

在一些不足,为了能够全面提升事业单位当档案管理有效性,要是保证档案管理人员的合法权益,要求员工保持乐观积极的解决档案管理过程中存在的问题。事业单位档案管理人员要及时转变工作观念,运用网络信息化技术创新管理模式,注重开展每一处细节管理工作,为今后促进我国档案管理事业向科学化方向发展提供帮助。

## [参考文献]

- [1]李放.如何有效加强事业档案分类的整体管理工作力度[J].兰台内外,2019(23):24-25.
- [2]刘艳辉.机关事业单位人事档案信息化管理问题及策略研究[J].佳木斯职业学院学报,2019(08):299-300.
- [3]李伟彬.云会计环境下行政事业单位会计档案电子化管理探析[J].财会学习,2019(22):99-100.

是将企业文化建设的成果直接转化为品牌,这直接体现了企业文化转化成效益。避免了企业文化与企业经营相脱离,没有充分发挥出企业文化价值的问题。

#### 4 企业文化与品牌建设融合发展的路径

4.1 要在新常态下适时调整企业文化建设和发展的战略目标。一个企业不同的发展阶段有着不同的文化需求。首先必须因时制宜、因企制宜,以大政方针、经济发展的新常态为基点,制定出既符合行业改革和发展要求、又符合本企业生产、经营实际的文化建设目标,进而拿出具有可操作性极强的企业文化建设方略。其次是在企业文化理念方面不断推陈出新,推出一些与管理创新、机制创新、科技创新和产品创新相适应的新思维。第三是做好任务、目标的落实工作,把促进企业实现稳增长、调结构、转方式的理念付诸于具体工作之中。第四是针对不同的企业,根据其规模推出不同的文化提升重点工作,有的放矢地开展企业文化建设提升工作。

4.2 充分利用电子商务的在文化建设和品牌建设上的低成本、高效率的优势,将文化建设和品牌建设依托电子商务信息平台长久持续地开展下去。电子商务信息技术的应用给予企业的各项经营管理都产生了深刻的变革和影响,并提出了新的要求和挑战,同时也丰富了企业在文化品牌建设上卓有成效的工具和方法。电子商务的低成本、方便快捷的特点可以有效地节约企业文化建设和品牌建设上的投入,并能很有效地改变其投入产出比水平和周期,其关键的问题是做好两者融合的具体方案和实施办法。

4.3 充分发挥企业文化对品牌建设的推动作用。文化的发展是企业的软实力,企业文化能够在企业的运行过程中对员工的品牌建设理念产生潜移默化的影响,因而企业文化对于企业的整体运行具有良好的指导作用,从而对品牌建设起到有效的推动作用。当前企业发展的实际情况显示,品牌建设应当结合企业文化发展的实际情况进行科学合理的分析,从而制定具体可行的品牌建设策略,从整体上提升企业的经营管理效率,促进企业的长足发展。

4.4 要将品牌作为文化建设的系统工程,把企业文化渗透到品牌建设全过程。品牌的物质基础是产品,其精神力量是以企业文化为载体,文化一方面是凝结在品牌上的企业精华,另一方面又渗透到品牌建设、经营的整个过程,是全方位的理念、意志、行为规范的体现。企业文化是通过产品、品牌将价值拓宽到整个文化领域,以实现对内增强凝聚力,对外提升竞争力,最大限度地将文化效应转化为生产力,最终提高经济效益和社会

效益。事实已经表明,未来的企业竞争将是品牌的竞争,而品牌竞争的实质则是文化竞争。所以,在企业发展的远期规划中,必须把品牌作为文化建设的系统工程来抓,只有这样,我们的企业才能在各种竞争中站稳脚跟,立于不败之地。

4.5 企业要对品牌不断创新。创新是企业持续发展的不竭动力,坚持观念创新、技术创新、服务创新,能够为企业注入源源不断的活力和推动力。只有不断深入了解消费者的个性化需求,才能不断更新产品的内容,在激烈的市场竞争中获得主动权。但创新需要坚持品牌自身的特色,让产品在消费者心中留下深刻印象,记住企业品牌的特色。如青岛华光企业,就是根据很多省市的报业情况,不断更新软件产品,以专业技术、优质的产品服务社会,为企业创造出了更多的经济效益和社会效益。

4.6 要在企业文化建设中不断加大企业文化品牌建设的比重。品牌是一个企业生存与发展壮大的重要标志,体现着企业信誉、经营理念等方面,是企业与市场对接的一个重要桥梁。随着经济形势的不断变化,市场竞争方式的不断出新,知识、文化在经济发展各时期的品牌作用越来越显得重要,企业文化在品牌建设中的作用也不断日益显现。特别是在当前各种竞争日益激烈的情况下,一个企业要想生存、发展、壮大,就必须把塑造企业品牌、提升品牌价值当作加强企业文化建设的一个战略来抓,不断为打造企业品牌创造良好氛围。

#### 5 结语

综上所述,企业文化与企业品牌是企业管理的重要组成部分。企业文化建设和企业品牌建设有助于提高企业的市场竞争力,二者相辅相成。从整体情况来看,企业品牌建设对于企业的经济效益和社会效益的提升具有重要意义,能够推动企业的经营管理,整体上提升企业的品牌形象。当前形势下企业应当不断加强品牌建设,采取科学合理的措施加强企业的品牌建设,提升企业的综合实力,促进企业的品牌建设。

#### [参考文献]

- [1]王中义,张思韡.企业文化与企业宣传[M].北京大学出版社,2015.
- [2]王保杰.浅析如何发挥品牌建设在县级供电企业文化中的作用[J].现代经济信息,2015,(17):90.
- [3]兰卫华.浅析信息化建设在石油企业经营管理中的作用与对策[J].企业技术开发,2013,32(9):39-40.
- [4]盛熠.浅谈企业文化与品牌的关联性[J].中车文化研究,2017,(1):36.