

# 中铁四局七分公司 以微电影为载体打造建筑国企文化品牌

“参加公司的原创微电影《幸福密码》的创作和演出，不仅让我在编剧过程中对企业大后勤关爱制度有了更加深刻、全面的了解，在演出过程中也让我对企业文化有了更加深刻的认识，尤其是这个过程让我多了人生中又一个‘第一次’的尝试。没想到还能获得这么多的奖项，实在是一个非常棒的体验。”2024年3月12日，中铁四局七分公司员工赵征征在收到自己的原创微电影《幸福密码》之《男大当婚》获得安徽省好网民正能量微电影获奖证书后开心地和同事分享道。

随着社会信息技术高速迭代，抖音、快手、视频号等新的媒体传播方式快速冲击着大家的生活和工作。这些新兴媒介促进了媒体传播领域的扩展，促生了社会舆论和企业宣传途径的多元化。作为一家国有大型建筑央企，中铁四局七分公司党委以“优秀传统文化员工、先进文化引导员工、丰富活动锻炼员工、崇高精神塑造员工、优秀典型鼓舞员工”理念为宗旨，顺应新的宣传载体和文化传播平台，探索创新了由学到用、学用结合的特色研究成果，坚持微电影自编自导自演，围绕企业内部事例人物取材，先后拍摄了《致敬争先者》《幸福密码》《家的味道》等10余部微电影及主题MV，内容涵盖党风廉政建设、员工教育培训、争先文化、幸福企业建设等多个领域，以提炼完善企业文化核心理念为契机，加强企业正面宣传，为扎实推进文化强企和做好新生代员工思想政治工作探出新途径。

中铁四局七分公司拍摄的10余部微电影均围绕时事政策、企业发展、员工幸福等方面展开，寓教于乐、相得益彰。其中《家的味道》系列微电影是在企业上下深入学习贯彻党的二十大精神之际，公司党委聚焦职工群众急、难、愁、盼问题，施暖意之举，凝家人之力，共建有温度的幸福企业，充分彰显了国企的责任担当，让职工群众幸福有温度，让职工群众的“实事清单”变成了“幸福账单”。《致敬争先者》主题系列微电影取材企业发展过程中有代表性的历史瞬间和党员先进模范人物，《幸福密码》系列微电影以献礼“二十大”为主题，取材于公司开展的“我为群众办实事”系列活动。《我，叫笑笑》《奔跑吧！青春》等青春主题系列微电影取材中铁四局七分公司新入职员工成长成才的故事，以中铁四局七分公司在新员工入职后导师带徒、新员工职业规划、业务能力提升为创作题材。《幸福无间西东》以中铁四局七分公司济南地铁项目积极探索幸福项目部建设为背景，为解决施工企业“老大难”的休假问题，《伙骑兵》以莱泰项目施工大干期间给农民工送宵夜真实故事为创作题材。《阳光下的抉择》《践行初心》以廉政为主题，取材中铁四局、七分公司、基层项目等党风廉政建设成果，充分反映了企业在党风廉政建设方面采取的有效措施和卓越成果。

中铁四局七分公司紧紧围绕高质量、大流量和正能量，将微电影创作和企业文化建设、党建工作等充分融合，有效提升了企业文化品牌的“硬实力”和“感染力”，充分增强了企业员工的幸福感。

## 高质量打造， 提升文化品牌“硬实力”

围绕新形势、新使命、新目标，中铁四局七分公司融入移动互联等时代特征，制定和实施企业文化建设发展规划，以微电影为载体打造企业文化品牌，以先进企业文化引领改革发展，推动转型升级，促进科学管理，实现提质增效，



构建幸福企业。作为国有大型建筑企业，工程项目施工一线是企业文化和精神孕育的摇篮，更是企业员工奋斗成长的基地。中铁四局七分公司在微电影拍摄制作过程中，聚焦重难点项目，回访参加员工，深入施工故地，深度还原老一辈四局人艰苦卓绝的奋斗环境，解密奋斗密码。

为充分保障微电影的原创性和高质量，中铁四局七分公司将微电影的创作过程打造成一项全民参与、全员互动的文娱活动。从剧本创作、演员选定、场景选取、拍摄过程、后期制作等环节拓展员工参与渠道，深入发掘企业员工特长，先后建立了剧本创作、视频拍摄、后期剪辑、文本配音、歌曲作词、歌曲演唱等资源库，人员涵盖公司党委宣传部、党委组织部、纪委、团委、办公室及基层工程项目，并设立专项奖励，对标主流热门微电影和短视频，确保制作的高质量 and 原创性。

同时，以构建企业核心价值体系为重点，以推动企业文化落地生根为根本，将微电影的拍摄与争先文化、廉洁建设、施工生产、培训教育、幸福提升等深度融合，形成多个主题系列微电影，在选题取材过程中，坚持就地取材、因地制宜，充分结合施工企业工程项目特点，广泛运用网络资源，针对不同阶段、不同时期的时代背景、企业情况和员工需求，运用受众喜爱的语言表现形式、社会热点等，制作更加充实、满足员工精神需求、提升员工艺术审美的优秀内容。同时，深入挖掘企业员工特长，先后建立了文化创作、视频剪辑、企业主播等资源库，人员涵盖公司党委宣传部、党委组织部、纪委、团委及部分基层工程项目，深入挖掘企业先进事迹和典型人物，加强宣传。六年来，中铁四局七分公司先后投入150余万元用于拍摄微电影；微电影拍摄内容由企业真实故事改编，参演人员由企业员工本色出演，极大地提高了微电影的关注度，深受企业员工欢迎。

## 大流量汇聚， 提升企业文化“感染力”

中铁四局七分公司将微电影的拍摄和传播过程，打造成员工素质提升的“微课堂”，实现价值和文化传播的纵向延伸和扩展，赋予了企业文化生长的良好环境的活力源泉。感同身受的创作和观影过程，让企业文化和企业精神的传播具象化，让受众体验更为形象具体，传播效率和效果远超刻板教条的课本式“说教”。

坚持用原创打造“原味”，微电影取材围绕企业内部事例人物，拍摄地点

“  
中铁四局七分公司拍摄的10余部微电影均围绕时事政策、企业发展、员工幸福等方面展开，寓教于乐、相得益彰。

选取工程项目实地，确保拍摄环境的“本土化”、接地气，让观众受众感同身受，丰富员工参与感、共鸣感和认同感。在微电影拍摄过程中，正因为是员工自编自导自演，参演人员均是员工本人和亲属，通过到故事主人公的工作场景体验，与主人公的亲友交谈，故事所传播的价值更加立体丰满，少了些“仙气”，多了些“地气”，特别是弘扬主旋律的题材，不再让受众觉得有距离，也更容易被接受，身边人演身边事，员工的关注度、参与率、影响力也大大提高。如在微电影创作过程中，青年员工盛嘉彬等人以新入职员工成长成才为题材，原创拍摄了《我，叫笑笑》《奔跑吧！青春》等微电影，故事反映出中铁四局七分公司在新员工入职后导师带徒、新员工职业规划、业务能力提升等多项举措，让企业文化插上正能量故事的翅膀传播，“企兴我荣、企衰我耻”的主人翁意识得到焕发，爱岗位、讲奉献的爱岗敬业扎根于员工头脑之中，并自觉付诸行动，凝聚出“永不服输、力争上游、务实进取、众志成城”的企业核心价值观，提升了企业的凝聚力和向心力。同时盛嘉彬个人凭借在创作过程中积累的经验技能，积极奉献作为，在各项评比中表现优异，先后荣获了安徽省2019年度寻访青年好网民故事征集一等奖、中国青年好网民优秀故事等省部级以上荣誉。

同时，积极建立线上线下结合的传播途径，探索多媒体联动宣传，整合社会资源为微电影的传播搭台，在发挥中央主流媒体权威性高、影响力强等优势的同时，协同开展省部和地方媒体的宣传拓展，综合运用影视APP、微博、抖音、微信视频号、视频网站等新媒体

平台形成广覆盖的传播声势，逐步形成以提升微电影传播力、影响力为核心，以多媒体联动为主渠道的宣传格局。积极参加各类评优评优和微电影轮播展演，扩大传播影响力。2018年以来，《带着父母建高铁》《西格十三天》等10余部微电影和主题曲先后在新华社、人民日报、学习强国、中宣部党建网、国资委宣传局、工人日报等平台传播，累积点击量破千万，形成了同频共振的传播效果。在充分运用各类媒体平台做好一次传播的基础上，分群体类别做好分众化二次传播。探索从影片内容出发，细分目标受众群体，通过微电影进工地、制作微电影光盘等方式，向上级单位、利益相关群体等进行定向配送和定向播放，努力提升传播的针对性和有效性。

## 正能量传递， 提升企业员工“幸福感”

中铁四局七分公司始终聚焦先进典型，弘扬争先文化，探索以微电影形式讲述真实故事、呈现真挚情感、体现价值追求，使企业精神更具感召力，使典型人物的先进事迹更具引领性。微电影人物塑造立足展现本色、不溢美、不拔高、不夸张，事迹真实、态度真切、话语真诚，可亲、可敬、可学，有效提升了典型事迹的感染力和说服力。注重在一线普通员工、平常事中发掘闪光点，提升受众的共鸣度；关爱青年员工教育培训、职业规划，关心一线农民工夜间加班送宵夜、关注工地夫妻坚守基层一线，这一个一个企业中的身边人，都做着看似普通却又不可或缺的工作，他们默默耕耘，生动演绎和传承了工程建设者们的拼搏与奉献、责任与担当、创新与成长的争先文化，立体诠释了中铁四局的企业精神温度。

微电影《伙骑兵》《幸福秘密》《致敬争先者》等首映后，先后在新华社、人民日报、工人日报、光明日报、中国新闻社、央视视频等中央级媒体客户端、学习强国首页推荐等主流媒体及国资委宣传局、工人网、泰安电视台等媒体传播，形成了同频共振的传播效果。在充分运用各类媒体做好一次传播的基础上，分群体类别做好分众化二次传播。探索从影片内容出发，细分目标受众群体，通过微电影进工班、制作微电影光盘等方式，向上级单位、利益相关群体等进行定向配送和定向播放，努力提升传播的针对性和有效性。微电影《伙骑兵》在由中国文化管理协会主办的践行社会主义核心价值观·唱响中华民族正气歌“第八届最美企业之声”原创作品征集

活动中，被评为最美传播之声代言作品，中铁四局七分公司也被授予新时代党建+企业文化“先进单位”称号，此项荣誉的获得不仅展示了企业形象，更对树立企业优质品牌具有积极的推动作用。

通过精心、细心、耐心地制作和打磨，微电影质量也实现了质的提升，在外部传播过程中获得了各界的一致好评，先后斩获国家级和省部级奖项在内的荣誉20余项。《男大当婚》先后荣获中国建筑业协会“讲好中国建造故事”短视频大赛二等奖、中国文化管理协会“第九届最美企业之声”最美形象之声银奖代言作品。《西格十三天》先后荣获全国总工会、中央网信办“网聚职工正能量 争做中国好网民”之网络正能量微电影二等奖及最佳网络人气作品、中国中铁好故事视频创作活动三等奖，并在安徽“好网民”主题活动颁奖典礼上进行了展播。《亲爱的战友》荣获全国总工会、中央网信办“网聚职工正能量 争做中国好网民”之网络正能量微电影三等奖。以争先文化为主线制作的MV《争先力量》，荣获全国总工会2022年度“网聚职工正能量 争做中国好网民”奋斗之歌三十首、中国中铁“开路先锋杯”短视频大赛二等奖、全国总工会“喜迎党的二十大——唱响新时代奋斗之歌”全国百强。《阳光下的抉择》荣获全国总工会“网络正能量微电影”三等奖；《践行初心》在中铁四局党风廉政建设年中推进会上进行了首映，并荣获安徽省直机关精神文明建设“五个一成果”奖（“一部好的专题片”成果奖）。《伙骑兵》荣获中国文化管理协会“第八届最美企业之声”最美传播之声代言作品。《我，叫笑笑》荣获安徽省总工会“身边的劳动者”优秀参赛作品。今年拍摄的微电影《西成不再冷》荣获中国中铁好故事视频创作活动一等奖；根据企业暖心政策制作的歌曲MV《温暖的幸福》获中国中铁“开路先锋杯”短视频大赛三等奖。

在微电影的宣传动员下，各项目积极开展工地课堂、青年红娘、暖心帮困、轮休假和文体活动等，切实围绕员工切身利益，开展幸福项目部建设，让项目管理更加近人情、接地气、有温度。“伙骑兵”精神目前已经深刻影响到了公司各在建项目，尤其是平均海拔3700米的西成铁路项目等重点难点项目，让企业的温情关怀惠及每一位职工和产业工人。《青春课堂》和《青春开挂》中展现出来的“让优秀人培训更优秀人”的理念，也让每一位企业员工的成长才有了保障和依托，“七棵树+工地课堂”企业员工培训教育管理成果已先后荣获了2023中国企业改革发展优秀成果一等奖、2022中国企业改革发展优秀成果二等奖、中国企业发展改革协会全国建筑人才管理先进案例、安徽省管理创新成果三等奖。《男大当婚》中体现的企业青年红娘政策，荣获了中国中铁管理创新成果三等奖。通过微电影的拍摄制作，公司总结提炼的微电影对企业品牌建设和党建工作提升等管理创新成果，先后荣获安徽省管理创新成果三等奖、2023年中国文化管理协会企业党建与企业文化课题成果一等奖、中国文化管理协会文化强企优秀案例一等奖。

“微电影蕴含大能量，新载体蕴生新动力。创新运用符合新生代员工管理的传播媒介，以微电影创新模式为载体，巩固了文化建设成果，增强了企业文化凝聚力，提升了企业文化品牌形象，推进了文化强企建设步伐。下一步，我们也将进一步总结和探索‘微电影模式’，不断进行突破和创新，增强企业文化辐射力，推进企业可持续高质量发展。”中铁四局七分公司党委书记金礼俊说道。■

（中铁四局七分公司党委）