

中国传统文化视域下合并重组农商行的品牌文化叙事路径研究

王苗

徐州农商银行, 江苏 徐州 221000

DOI:10.61369/RER.2025020010

摘要：当前,我国农商行系统正在加速推进合并重组,以实现资源的优化和服务能力的提升。而在实际推进中,往往会遇到文化层面融合难的问题。要想确保合并重组农商行的文化融合,就需要探索科学的品牌文化叙事路径。本文独辟蹊径,将研究视角锚定于中国传统文化宝库,旨在梳理并创造性转化包括古诗词文化、统一六国文化、法治合规文化、宋代工商业文化、古代新闻传播制度文化在内的五类典型文化元素,分析他们蕴含的价值理念和行为规范,然后构建匹配合并重组农商行品牌文化叙事需求的路径,为深化文化融合提供理论与实践内容参考。

关键词：农商行合并;品牌文化叙事;中国传统文化

Research on the Narrative Path of Brand Culture for Merged and Restructured Rural Commercial Banks from the Perspective of Chinese Traditional Culture

Wang Miao

Xuzhou Rural Commercial Bank, Xuzhou, Jiangsu 221000

Abstract : Currently, China's rural commercial banking system is accelerating its merger and restructuring efforts to optimize resources and enhance service capabilities. However, in practice, difficulties often arise in cultural integration. To ensure cultural integration among merged and restructured rural commercial banks, it is essential to explore scientific narrative paths for brand culture. This paper takes a unique approach by focusing on the treasure trove of Chinese traditional culture, aiming to sort out and creatively transform five typical cultural elements, including ancient poetry culture, the culture of unifying the six states, the culture of legal compliance, Song Dynasty industrial and commercial culture, and ancient news dissemination institutional culture. It analyzes the underlying values and behavioral norms these elements embody, and then constructs narrative paths that meet the brand culture needs of merged and restructured rural commercial banks, providing theoretical and practical references for deepening cultural integration.

Keywords : merger of rural commercial banks; brand culture narrative; Chinese traditional culture

近年来,出于深化金融供给侧结构性改革、提升机构竞争力的考量,各地区持续推动农商行合并重组^[1]。这一战略性调整在优化资产结构、扩大经营规模方面成效显著。然而,实践表明,物理层面的机构整合相对容易,而文化层面的深度融合却成为最大挑战。新组建的农商行普遍面临品牌认知混乱、文化认同缺失、内部凝聚力不足的发展困境^[2]。究其根本,在于缺乏能够超越地域局限、弥合文化差异、凝聚发展共识的核心品牌叙事。而且,新组建农商行的文化建设往往陷入两个极端:或流于形式化的政治表述,或简单移植西方管理理论,均难以唤起员工与客户的深度认同。这种情况下,探索既体现金融行业特质,又富有文化感召力的品牌叙事路径,显得十分关键。

一、中国传统文化在合并重组农商行品牌文化叙事方面的价值

中国传统文化是在漫长历史发展中沉淀下来的重要文化内容,其中蕴含的丰富文化元素是合并重组农商行品牌文化叙事中可以重点汲取的资源。具体而言,中国传统文化在品牌文化叙事

方面有以下三方面的价值。第一,中国传统文化是品牌叙事的精神文化根基。中国传统文化中蕴含的民本思想、诚信理念能够有效弥合不同机构的文化差异,构建具有民族特色的价值体系,进而成为合并重组农商行品牌文化叙事的根基所在^[3]。第二,中国传统文化是品牌叙事的灵感来源。如何讲述一个打动人心的品牌故事,是合并重组农商行品牌叙事的关键所在。中国传统文化中

作者简介:王苗(1984.03-)女,江苏邳州人,硕士,经济师,研究方向:银行经营与管理,新闻传播,品牌建设,人力资源,企业管理。

的经典典籍、历史典故和哲学思想为讲述品牌故事提供了丰富的资料参考。例如,《诗经》中“民亦劳止,汙可小康”的民生关怀,为普惠金融的品牌承诺提供了依据;晋商“汇通天下”的开拓精神为服务乡村振兴战略愿景提供了良好的叙事依据。这些深厚的文化积淀,不仅让品牌故事更具历史纵深感,也使其价值主张更易引发受众的文化认同和情感共鸣。第三,中国传统文化是打造品牌特色的抓手。在金融产品和服务日趋同质化的市场竞争中,传统文化元素能够帮助农商行建立独特的品牌识别度。无论是将“青松”“翠竹”等传统意象融入视觉系统,借鉴“四合院”“天井”等建筑智慧改造网点空间,还是运用“二十四节气”开发特色金融产品,都能让品牌在消费者心中留下深刻印象,形成难以复制的文化竞争力。

二、中国传统文化中可转化的合并重组农商行叙事资源

中国传统文化博大精深,内涵丰富。本文重点结合合并重组农商行品牌文化叙事的场景,提炼出比较典型的五类可转化的叙事资源。这些资源分别对应了价值重塑、文化整合、制度重建、人力资源释放和凝聚共识等品牌文化建设的主要环节。

(一) 古诗词经典文化

作为中华文明最精炼、最富感染力的情感表达与价值载体,古诗词为品牌文化叙事提供了深厚的“文化母体”与丰富的“表达辞库”。

首先,古诗词中蕴含着“仁者爱人”“民胞物与”的民本思想,“信近于义”的诚信精神,以及“天行健,君子以自强不息”的奋斗哲学。这些是合并重组农商行构建金融机构品牌价值体系核心理念。对比西方银行常强调的“股东价值最大化”或“创新引领”,植根于古诗文的叙事更侧重于“关系”与“责任”,如对客户之“仁”、对契约之“信”、对乡土之“义”。这种价值取向更契合中国客户,尤其是县域及农村客户对金融机构“可靠、贴心、有担当”的情感期待。其次,古诗词以其独特的叙事智慧建构着品牌的文化记忆。《诗经·大雅·公刘》中“笃公刘,匪居匪康”的开拓精神,恰可为新机构谱写薪火相传的创业史诗;“先天下之忧而忧”的士人情怀,自然凝练为“润泽城乡”的使命担当;“青松”“泉水”“稻穗”等经典意象,象征着坚毅、不息、根基等品格。这些诗性语言以其特有的感染力,将制度规范升华为文化自觉,让风控合规如松柏常青,令服务温情似水流深,使三农情怀若稻穗饱满,最终在诗教传统中完成品牌价值的内化与传承。

(二) 秦代统一六国文化

秦灭六国,并非简单的军事征服,更是一场深刻的政治、经济、文化整合实践,其“大一统”思想为农商行合并重组中的文化融合提供了重要的历史镜鉴。秦朝推行的“书同文、车同轨、行同伦”政策,构建了一套系统性的整合哲学,既展现了统一文字、统一度量衡、统一行为规范的刚性要求,又通过建立共同标准实现了深度的文化交融^[4]。贾谊在《过秦论》中提到的“仁义

不施而攻守之势异也”的警示,更揭示了文化整合需刚柔并济的治理智慧,为现代农商行合并过程中平衡制度刚性与文化包容提供了重要启示。

(三) 古代法治合规文化

金融的本质是信用,而信用源于法治与合规。中国古代的治理智慧中,尤以法家思想为代表的法治文化,为合并重组农商行品牌文化建设中构建相应的制度信任提供了宝贵的思想财富。法家主张的“不别亲疏,不殊贵贱,一断于法”,强调规则的普遍性、公开性与权威性。这与现代商业银行所倡导的“合规创造价值”“制度面前人人平等”的理念高度契合。商鞅“徙木立信”的经典故事,更是通过极具传播效应的方式,揭示了建立规则公信力的传播学智慧——信任始于对规则被坚定执行的预期。相较于西方基于宗教传统的“契约精神”,法家思想为在中国特有的人情社会背景下构建普遍主义的制度信任,提供了更直接的本土化思想资源^[5]。

(四) 宋代工商业人力资源文化

宋代空前繁荣的工商业推动了雇佣关系的普遍化,进而出现了与现代企业相似的人力资源管理雏形。这方面的经验对激发合并后组织活力、防止“大企业病”极具启发。另外,宋代打破了世袭门阀的制度壁垒,建立起了以“雇佣制”为核心的用人机制,按照技能与绩效取酬^[6]。同时,发达的行会组织通过制定行业规范、推动技艺传承,构建了系统化的人才培养体系。这种“不拘一格降人才”的用人理念与严密的考课制度相结合,为现代农商行在合并重组过程中建立“能上能下、能进能出”的市场化人力资源体系提供了成熟的历史范本。

(五) 古代新闻传播文化

中国古代通过邸报、谕旨、诏令、巡访、谏议等制度,构建了一套维系庞大帝国信息流通与意识形态统一的传播体系^[7]。这套以“上情下达、下情上达”为核心功能的传播机制,以其权威性发布、正式化渠道和制度化反馈的特点,实现了“天下同文,万里同风”的共识效果,为当代农商行合并重组过程中的内部沟通与共识达成提供了宝贵的历史智慧。在信息发布层面,可借鉴“邸报”的权威传播模式,建立官方信息发布平台,确保合并进展、战略部署等关键信息的准确传达;在政策宣导层面,可效法“诏令”的层层宣达传统,通过各级管理者的深度解读与反复宣讲,实现战略意图的有效解码;在沟通反馈层面,则可继承“谏议”制度的双向沟通精髓,建立行长信箱、员工代表大会等多渠道反馈机制,确保基层声音得以上达。这套融合传统智慧的传播体系,既保持了中枢信息的权威性与一致性,又通过毛细血管式的渗透确保了政策的有效落地,更通过制度化的反馈渠道增进了员工的参与感与认同感,为合并后的农商行构建内部共识、凝聚发展合力提供了独具特色的沟通范式。

三、基于传统文化的合并重组农商行品牌文化叙事路径

对中国传统文化的梳理可以看出,合并重组农商行品牌文化

叙事要讲究系统性和深刻性，即从价值重塑出发，借助制度构建、法治保障、人力资源释放和凝心聚力，实现强大的文化叙事。具体而言，要重点沿着以下路径进行品牌文化叙事。

（一）铸就品牌之魂

合并重组后的农商行要建立文化基因溯源机制，借鉴梳理《诗经》中“民之秉彝”的民本思想、《楚辞》“虽九死其犹未悔”的执着精神、唐宋诗词中“兼济天下”的担当意识，构建“仁爱、守信、奋进”三位一体的核心价值观体系。同时，要推进诗性话语转化工程，将“润物细无声”的意境转化为普惠金融服务理念，将“君子务本”的精神转化为专注主业的战略定力，将“信近于义”的准则转化为风险管理的道德基石。另外，要建立多层次的文化传导机制。在战略层面，以“松柏”意象定义风控体系，以“清泉”意象塑造服务品牌；在制度层面，将“推己及人”理念融入客户服务标准。在行为层面，要通过诗词鉴赏会、文化大讲堂等形式深化员工价值认同。

（二）构建治理框架

秦代“书同文、车同轨、行同伦”的统一智慧为农商行合并重组提供了启发。首先，推行“书同文”工程。要建立统一的文化语言体系。在合并后关键期完成《企业文化纲领》的制定，进而明确使命愿景。要统一全行视觉识别系统，规范办公环境标准和服务礼仪要求，形成清晰可辨的文化符号。其次，实施“车同轨”计划。要成立跨机构流程重组项目组，在3-6个月内完成核心业务系统整合。要建立统一的信贷审批、风险管理、运营管理等标准体系，消除原有机构在客户准入、风险偏好等方面的差异^[6]。最后，实现“行同伦”目标。要通过制定《员工行为公约》、开展“文化大使”评选、组织跨机构交流轮岗等措施，促进不同背景员工之间的行为融合，深化内部的行为一致性。

（三）强化法治根基

合并重组后的农商行要借鉴古代法治文化，建立相应的合规体系。首先，确立“缘法而治”的制度权威。在合并过渡期，要快速构建以机构章程为核心的基本管理制度体系。特别是要完善风险管理、内部控制、员工行为管理等关键领域的制度框架，确保各项经营活动“一断于法”。其次，推行“徙木立信”的信用建立机制。要通过处理首批典型违规事件、表彰合规先进典型等标志性举措，在全行树立“合规创造价值”的鲜明导向。最后，构建“法、术、势”相结合的风控体系。要将成文制度与执行艺术、组织氛围进行有机的统一。做到既运用大数据风控等现代技

术提升监管效能，又通过领导示范、案例教学营造合规文化，实现从被动遵守到自觉践行的升华。

（四）激发组织活力

合并重组后的农商行要研究宋代工商文化中的人力资源管理智慧，提高人才队伍建设的效能。首先，建立“雇佣制”式的选人机制。可以推行全员竞聘上岗，以打破原有机构界限，实现人才优化配置。其次，完善“行会”式育人体系。要整合培训资源，成立内部学习机构，逐步构建起覆盖各岗位的标准化课程体系。同时要推行师徒制传承技艺，培养现代“金融工匠”。再次，创新“身股制”式的激励机制。要建立绩效导向的薪酬分配制度，探索员工持股、利润分享等中长期激励方式，实现个人与组织利益的深度绑定。

（五）构建沟通网络

古代传播文化的智慧为合并重组后农商行的沟通管理提供了有效范式。在品牌文化建设中，要重点借鉴这方面的智慧，构建起相应的沟通网络。第一，建立“邸报式”信息发布系统。要通过内部办公平台、公众号等渠道，定期发布合并进展、政策解读等权威信息，确保信息准确及时传达。其次，完善“诏令式”宣导机制。要通过各级管理者的层层解读，将战略目标转化为具体行动指南，以消除政策传导中的理解偏差。最后，构建“谏议式”反馈渠道。可以设立行长信箱、员工论坛等平台，定期开展满意度调研，确保基层声音得到及时响应。

四、结语

农商行合并重组不只是物理层面的资源整合，更是一场深刻的文化融合与价值重塑。本研究通过挖掘中国传统文化中的五大智慧资源——古诗词文化的情感滋养、秦代统一文化的整合哲学、古代法治文化的制度智慧、宋代工商文化的人才理念、古代传播文化的沟通艺术，构建了“灵魂-制度-法治-人才-传播”多维协同的品牌文化叙事路径，为合并重组后的农商行实现从“形合”到“神合”的蜕变提供了系统方案。在未来的实践中，合并重组后的农商行要根据自身特点，因地制宜地推进这一文化叙事路径：既要保持对传统文化精髓的坚守，又要结合区域特色进行创新转化；既要注重顶层设计的系统性，又要关注基层落实的可行性。

参考文献

- [1] 王伟, 赵美, 翟运哈. 中小银行合并重组能缓解地方债务风险吗? ——基于118家城商行、农商行数据 [J]. 金融理论与教学, 2024, 42(06): 1-10+53.
- [2] 卜振兴. 农信社改革需要平衡四个关系 [J]. 清华金融评论, 2025, (04): 63-66.
- [3] 余秋雨. 中国文脉 [M]. 武汉: 长江文艺出版社, 2012.
- [4] 孙皓晖. 大秦帝国 [M]. 郑州: 河南文艺出版社, 2008.
- [5] 翟同祖. 中国法律与中国社会 [M]. 北京: 中华书局, 2003.
- [6] 吴钧. 宋: 现代的拂晓时辰 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2015.
- [7] 黄旦. 传者图像: 新闻专业主义的建构与消解 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2005.
- [8] 李俊. 县域农商行服务“制造业当家”战略的金融政策协同机制研究 [J]. 知识经济, 2025, (27): 68-70+140.