# 最新公司企业文化建设方案论文(大全11篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-09-04

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**公司企业文化建设方案论文篇一**

假设a公司的愿景是：“持续改善人们的工作与生活方式，成为行业的领导者，打造百年企业”。针对此愿景，领导者在决策、制定制度、处理日常工作、待人接物中，必须注意、评估和控制自己和员工的行为，看是否有利于达成愿景。

比如领导者的战略决策和日常决策是否有益于公司长期发展，而非只为了短期牟利；a公司的制度能否促使整个企业学习、进步和创新（打造百年企业，并不是说别的公司用一百年走出来的路，我们也要用一百年走出来，我们要善于学习和创新），保证公司能持续改善自己的产品和服务以及管理；领导者在处理日常工作时，是否总能从长远和全局考虑，避免短视行为，并善于授权，鼓励员工积极进取，承担责任；领导者在待人接物时，是否总能向员工传达我们的雄心、创新诉求和客户导向，而非安于现状和只求完成任务；领导者能否通过制度和非制度手段奖励符合愿景的行为，惩罚偏离或不利于达成愿景的行为。

关键事件涉及重大决策，如果考虑到a公司的愿景，领导者就必须有长远的眼光、敏锐的行业洞察力、超乎常人的勇气和抗压能力。既然是要打造百年企业，成为行业的领导者，领导者作出重大决策时，就必须着眼于长远，善于抓住有利机会，加快发展，同时还要能够抵御种种有害的诱惑，以免葬送公司前程，或使公司流于平庸。

如何应对组织危机，也是考验a公司是否能够坚持和实现愿景的机遇。华为公司总裁任正非常说“华为一直没有成功，我们一直在成长”，因为华为没有经历过九死一生和衰弱的市场环境，还没有练就顺境、逆境都能适应的健康体魄，并不敢说能够基业长青。组织危机不仅可以考验企业领导者做出正确战略决策的能力，同样也能验证企业文化对内部危机或市场变化的适应能力。在危机面前，你们的企业文化能否发挥凝聚人心，提高所有员工相互之间的认同感，促使大家积极应对内部危机或市场变化的作用，将关乎企业存亡。经历过重大危机考验的企业文化，具有极强的生命力。

毋庸置疑，领导者有意地角色示范、教授和指导对引导员工一起建设企业文化具有极其重要的作用。上文已经提到，中国企业文化建设出现问题，有一个很重要的原因：言行不一。沙因认为，在企业里，不仅是领导者所制定的制度会对企业文化的形成起着至关重要的作用，领导者的一言一行都对企业文化影响巨大。从另一个角度讲，领导者的言行甚至比制度更关键，因为领导者有时候会去破坏制度。他们破坏制度跟员工破坏制度的性质就大为不同了，这往往就是在践踏企业文化。

我们经常会看到，某些企业领导者说一套做一套，嘴里天天喊着我们企业的什么价值观、什么行为准则、什么经营理念，却往往做一些跟自己说的完全背道而驰的事情。许多企业其实有两种文化：一种是对内对外宣称的文化（显性文化或显文化），一种是实际践行的文化（隐性文化或潜文化）。前者是言，后者是行，两者是否一致，主要的责任在企业领导者。领导者应当自觉地用企业的价值观、行为准则等约束自己的言行，有意识地为员工做出表率，教授、指导员工塑造单一的企业文化。

当然，有的企业认为建立两种企业文化是他们的经营策略，他们就是想要做一套面子工程给大家看，做一套里子工程让全体员工暗暗地遵行。这就要另当别论了。我在这里不讨论在一个企业里建立两套企业文化的问题。

奖励和职位都是激励手段，把他们分配给积极践行我们的企业文化（价值观、行为准则、经营理念等）的人们，无疑会促使别人积极地向他们学习。沙因说：“如果创建者和领导者正试图确保他们的价值观和假设能够被员工习得，那么，他们就必须创建一种与这些假设相一致的奖励、晋升和职位体系。尽管信息起初是通过各领导者的日常行为来传递的，人们却会根据日后那些日常行为是否得到奖励来对传递的信息进行评判。”换言之，如果员工做出与企业文化所倡导的行为却得不到奖励的话，员工做出这些行为的热情就会消退。

管理学中将激励分为正激励和负激励。正激励特指对激励对象的肯定、承认、赞扬、奖赏、信任等具有正面意义的激励艺术；负激励特指对激励对象的否定、约束、冷落、批评、惩罚等具有负面意义的激励艺术。许多企业只会使用负激励来打击员工做出有违企业价值观、行为准则的行为，却吝于使用正激励去引导员工积极捍卫我们的企业文化。殊不知，负激励只能防止人们倒退（保证底线），正激励才是使人们前进（达到更高的要求）的动力。比如你不仅要狠狠打击浪费的人，还要美美地奖励节约的人。赏罚并用，才是管理的王道。

如果你让不符合企业价值观、行为准则的人进入或留在企业里，就会冲击你们现有的企业文化，所以，除了要聘请和选用符合要求的人，还要坚决剔除不适合企业的人。通用电气前ceo杰克·韦尔奇建议：对业绩很高却不认同我们企业的价值观的人，也要忍痛割爱，请他走人。

**公司企业文化建设方案论文篇二**

21世纪企业之间的竞争，实际上也是企业文化的竞争。企业文化，是企业综合实力的体现，是一个企业文明程度的反映，也是知识形态生产力转化为物质形态生产力的源泉。某某空调公司创立三年多以来，积淀了一定的文化底蕴，但面临新的形势、新的任务、新的机遇、新的挑战，要想在激烈的市场竞争中取胜，把企业做大做强，实现企业的跨越式发展，就必须树立“用文化管企业”、“以文化兴企业”的理念，要对原有文化进行整合和创新，营造培育先进的企业文化，积极推进文化强企战略，努力用先进的企业文化推动企业的改革发展，提高企业的创新力、形象力和核心竞争力，营造“企业有生气、产品有名气、领导有正气、职工有士气”的发展环境和精神面貌。

(一) 基本建设思路：大家的文化大家建

文化的核心是组织成员共同信奉的一些价值观，来自于成员的共同经历。某某文化是某某全体员工的文化，需要大家的共同参与，大家建设大家的文化。发动大家参与的过程，也是某某文化建设的过程。要坚持“大家的文化大家建”的基本建设思路，企业领导带头、管理人员带头，动员全体员工共同参与，上下左右齐心协力，进一步营造全员抓文化建设的浓厚氛围。

在文化建设过程中，应站在全局的高度，保持某某文化的包容性和开放性，坚持自上而下、自下而上双向进行，既对亚文化的建设提供指导，又要吸收亚文化中的优秀元素。

(二) 指导思想：把“科学发展观”和“公司发展战略”作为两大指导思想

以科学发展观的重要思想为指针，以公司的发展战略为先导，以形成共同的理想，信念、价值观和行为规范为核心，以培育开拓创新精神、团队协作精神为灵魂，以提高素质、塑造形象为关键，以建立规范的运行机制和实行强有力的领导为基础，总体规划，抓好起步，全面推进，使企业文化注入、渗透到公司的各项工作中去，推动公司全面系统发展。通过贯彻和落实以人为本的科学发展观，倡导和推行先进的企业核心价值观，打造高素质的管理队伍，员工队伍，努力创新经营思想、管理模式、激励机制和服务体系，构建内强素质、外塑形象、适应市场变化、促进某某发展的企业文化体系，全面实现公司向科学管理、文化管理的转变，实现企业文化发展战略目标，更快更好地推进公司持续稳定健康发展和企业全面进步。

(三) 建设实施方针：循序渐进、引导适应、开放融合、循序渐进

企业文化是一个从载体到本质、从表层到本质的体系，操之过急，员工接受程度有限，效果差;行动过于缓慢，影响企业发展的需要。

某某文化建设是个长期的过程，不可能一蹴而就，必须遵循发展规律进行科学的建设。文化的变革涉及价值观的转变和统一，是个痛苦困难的进程，会遇到很多阻碍，因此需要持久推行下去，不能半途而废。要加强研究和规划，抓住决定文化建设根本效果的措施，做到重点突出，步步为营，循序渐进，通过长期不懈的努力，分阶段分步骤地达到文化建设的目标。

引导适应

文化建设根据某某的历史特点、人员素质、管理水平的实际，提出相关要求，尽量避免命令性的“决策——执行”的方式，而应采取宣传、引导员工自觉参与、自我约束、自愿接受、平行推进且高度透明的方式，必要时可以采取一定激励方式来引导和控制组织员工的活动，最终形成员工的自觉意识与共识的文化。

开放融合

在文化建设中遵循开放融合的方针，加强与外界及公司内部的交流互动，让更多的人认识和了解某某公司。通过开放，吸收融合内外部先进思想，进一步提升文化建设和内部管理水平，形成独具特色的企业文化，把企业文化建设体系的本质体系和载体体系有机融合为一体。

(四) 建设实施的原则：“以人为本、讲求实效、重在领导、系统运作”

以人为本的原则

以人为本就是把人视为管理的主要对象和企业最宝贵的资源。企业文化推行必须以人为中心，充分反映人的思想文化意识，通过企业全体人员的积极参与，发挥首创精神，企业才能有生命力，企业文化才能健康发展。一方面，企业文化作为一种管理文化，它需要强调对人的管理，并把强调“人”的重要性有机地融合到追求公司的目标中去。另一方面，企业员工不仅是企业的主体，而且还是企业的主人，企业要通过尊重人、理解人来凝聚人心，企业文化要通过激发人的热情、开发人的潜能，来极大地调动人的积极性和创造性，使企业的管理更加科学，更有凝聚力。在企业文化推行过程中，要正确处理好企业领导倡导与员工积极参与的关系。必须做到每一个环节都有员工参与，每一项政策出台必须得到广大员工认可，自始至终形成一个全员参与、相互交融的建设局面，从而实现员工价值升华与企业蓬勃发展的有机统一。

讲求实效的原则

进行企业文化建设，要切合企业实际，符合企业定位，一切从实际出发，不搞形式主义，必须制定切实可行的企业文化建设方案，借助必要的载体和抓手，建立规范的内部管控体系和相应的激励约束机制，逐步建立起完善的企业文化体系。要以科学的态度，实事求是地进行企业文化的塑造，在实施中起点要高，要力求同国际接轨、同市场接轨，要求精求好，搞精品工程，做到重点突出，稳步推进。要使物质、行为、制度、精神四大要素协调发展、务求实效，真正使企业文化建设能够为企业的科学管理和企业发展目标的实现服务。

重在领导的原则

要树立“管理者首位”思想，领导干部要率先垂范。企业文化在很大程度上表现为企业家(群体)文化，从一定意义上说，企业文化是企业家理念的升华，企业家是企业文化的倡导者、缔造者、推行者，不仅个人的理念要领先于他人，更重要的是能把领先的理念转化为企业的理念、企业的体制、企业的规则。各级领导干部在企业文化建设中，要先学一步，学深一些，带头思考，带头实践，时时事事给员工做出榜样，要在企业文化建设中有创新、有建树。各级管理领导者，都应明确自己的角色定位，承担起应负的责任，并善于集中群众的智慧，调动起全体员工的积极性、创造性，依靠全员的力量投身企业文化建设。

系统运作的原则

企业文化建设作为一项战略性、长期性的工作，它是一项庞大的、复杂的系统工程，决不能凭空想象一蹴而就，要树立“打持久战”的理念。企业文化是企业的“铸基”和“铸魂”工程，需要坚持不懈的努力。它的建设是一个渐进过程，必须运用系统论的方法，搞好整体设计，分步推进，分层次落实。必须明确总体目标和阶段性目标，管理层应该做什么、怎么做，实践层应该做什么、怎么做，只有上下努力同心，协调运作，才能把企业文化建设的任务落实到实际工作中去。

**公司企业文化建设方案论文篇三**

企业文化是企业经营发展的舵手，企业提倡什么，反对什么，追求什么，都将体现在企业文化中。企业文化能使企业具有某种“文化定势”功能，把员工的努力方向引导到企业目标上来，使员工把企业追求作为自己的追求，把企业荣辱作为自己的荣辱。为此，在设置企业目标时，应该融进企业生产人员的事业心和成就欲，包括就多的个人目标，同时要高屋建瓴，振奋人心。

**公司企业文化建设方案论文篇四**

1我国中小企业文化建设中存在的问题

1.1中小型企业管理者素质普遍不高。

对企业文化建设缺乏正确的理解与认识

(1)将企业文化等同于企业外在形象设计。我国很多中小型企业的领导者在这方面存在对企业文化理解上的误区。他们认为所谓的企业文化就是企业的外在表现形象。

所以就把更多的精力放在了企业标语口号的斟酌、企业标识的设计上。例如。

有些企业从办公楼到生产园区。从厂部到班组。

到处都张贴或悬挂着诸如“开拓创新”、“拼搏进取”之类的标语口号;还有很多企业设计了精致的厂徽、统一的厂服、嘹亮的厂歌、鲜艳的厂旗。企业的外在形象可谓被设计得淋漓尽致。

但他们只简单地将企业文化等同于形象设计。并没有采取有力的措施把企业文化的核心——企业精神体现在企业的经营活动中。也没有把企业精神渗透到企业员工的思维方式、工作、行为习惯中。

(2)将企业文化等同于企业文体活动。这种观点具有相当的普遍性。

很多企业认为企业文化建设就是丰富多彩的文体活动。

寄希望于通过举办几场球类比赛。

搞几次文艺演出。

放几场电影。

组织几个职工俱乐部来达到塑造企业精神的目的。事实上。

文体活动的开展只是企业文化建设的一个表层活动。

在一定程度上可以增进员工之间的相互了解和员工对企业的归属感。

但如果仅仅依靠这些表层活动。

而不进行企业文化的渗透。

不用企业精神塑造员工。

企业文化建设是不会得到持续协调发展的。

也就更不可能为企业的持续发展提供文化支持。

(3)将企业文化等同于政治思想工作。有些企业把企业文化建设和我国传统的政治思想工作混淆起来。

认为企业文化建设就是一种思想灌输、说服教育。

是宣传部门、工会的事情。

这种观点在国有中小企业中尤其普遍。另外。

由于中小型企业规模不大。

机构设置较少。

经常将思想政治工作和文化建设归属于同一部门管理。

但是由于许多管理者对企业文化内涵理解不深刻。

经常将二者混为一谈。

这对企业文化建设非常不利。

(4)将企业文化等同于规章制度。有些中小企业的管理者认为企业文化就是企业规章制度。

只要制定出企业的规章制度。

组织员工学习、了解并严格实施。

企业的文化建设就可大功告成。

企业精神也就可以培育起来了。

企业的文化氛围也会逐步地形成。尽管企业规章制度的制定是企业文化建设的一个重要方面。

是企业文化建设的制度保障。

但规章制度的制定并不是文化建设的全部。

绝不能将二者等同。

1.2企业文化建设与企业经营活动缺乏紧密联系。

企业文化不能真正渗透到企业的生产、经营、管理中

企业的文化建设与企业的发展目标和经济利益是紧密联系在一起的。

优秀企业文化的形成与企业的发展壮大和经济效益地提高是相互作用的。企业文化建设是通过企业文化的导向和渗透作用。

以体现企业价值观的行为准则和规范。

引导员工的行为朝着有利于实现企业目标的方向发展。

为企业在市场竞争中的发展提供动力源。

最终提高企业的经济效益。

增强企业的实力;而企业的发展壮大又能促使员工产生自豪感和向心力。

从而约束自己的言行。

自觉遵守企业的各项规章制度。

维护企业形象。

积极参与企业文化的建设。然而。

当前我国企业的领导者在文化建设上往往与企业经济效益之间的关系处理不当。有些企业为建设文化而建设文化。

不注重经济效益。

不注重经济效益与文化建设的实际联系。

最后形成了文化建设、经济效益“两张皮”。

失去了文化建设的根本意义。

1.3企业文化建设缺乏个性。

缺少创新精神。

雷同化比较严重

经过20多年的快速发展。

我国中小型企业取得了很大的成绩。

在新的管理理念和新的管理模式的影响下。

很多企业也重视企业文化的建设。

但其中一味模仿、全盘照搬的比较多。

而不是通过选择淘汰。

消化等方式。

把外来先进的文化吸收进来。

作到有机的融合。

培育自己企业的文化特色。企业文化建设普遍缺乏个性甚至雷同。

这是目前我国中小型企业文化建设的一个特点。

企业文化是社会整体文化环境的具体反映也是企业自身发展的反映。

社会文化、企业经营不是一成不变而是处在不断地发展变化过程中的。

所以企业文化也要随着社会、企业自身地变化而不断做出调整。

不断进行文化的创新。很多中小型企业不注重创新。

不根据社会、企业条件的变化而对企业文化建设做出相应地调整。

使得文化建设与社会文化发展、企业自身发展严重脱节。

在一定程度上这样的企业文化不仅不能推动企业的发展。

甚至会阻碍企业的发展。

1.4大多数中小型企业没有进行文化建设的战略思考和决策

由于中小企业只生产一种或少数几种产品。

他们的企业规模普遍不大。

组织机构相对简单。

管理方式较为单一。

员工素质相对不高。

在激烈的市场竞争中处于劣势。

在这种情况下。

企业为忙于生计。

不被残酷的市场所淘汰。

只能更多地考虑企业当前所处的位置和现状。

忙于追求自己的短期利益。

而对长远利益的战略无暇顾及。

而且。

他们一般认为文化战略是大企业、大集团的事。

中小企业没有必要进行战略方面的考虑。这也使很多中小企业的领导者认识不到文化战略对企业生产经营的重要作用以及对企业可持续发展产生的巨大影响。

2加强我国中小企业文化建设的主要途径

2.1不断提高管理者素质。

加强对企业文化的正确理解和认识

我国大多数中小型企业的领导者都是“白手起家”。

从小作坊发展起来的。

并且是靠经验的积累来管理企业。

领导者的素质普遍不高。

而企业的领导者又是企业文化的设计者、倡导者和建设者。

对企业文化的建设起着举足轻重的作用。

而企业文化又或多或少地体现了企业最高领导者的价值观、经营哲学和领导风格。因此。

企业领导必须通过不断地学习。

提高自己的素质。

提高自己的科学管理能力以及深化对企业文化重要性的认识。

全面深刻理解企业文化的内涵及企业文化各部分内容的关系。

这样才能使企业的文化建设步入良性发展的道路。

2.2重视企业文化的创新。

推动企业文化的个性化发展

企业的管理者应该认识到一个企业区别于其他企业的特征不只是在自己的产品上、企业的外在形象上。

而更多的应该是在自己企业的文化特色上。

文化能够反映一个企业本质特点。

其他外在形象的表现都是这种文化的表现。

所以中小型企业在建设自己企业文化时。

应该结合自己企业的自身特点。

创造出具有一定特色、富有个性的企业文化。企业文化也是一个动态的发展过程。

应该根据实际情况的变化而进行不断地创新。

不断为企业文化建设注入新鲜血液。

这样才能增强企业文化的活力。

最大限度的发挥企业文化的推动作用。

2.3加强企业文化建设与经营活动的联系。

用文化推动生产经营活动地开展

企业之所以要进行企业文化的建设。

其根本目的就是要促进企业的发展。

而不是用于宣传和作摆设。

如果不将企业文化建设与经营活动紧密相联。

企业文化的建设也就失去了根基。所以在企业文化建设时。

一定要立足于企业的生产经营活动。

为企业的生产经营活动服务。

立足于企业的长远发展。

为企业的可持续发展提供文化保障。

2.4着眼企业文化发展战略。

注重培育企业精神

企业文化建设不是一朝一夕能够完成的。

它是一个持续发展培育的过程。中小型企业在制定自己的经营发展战略时。

一定要包括文化的发展战略。

要把企业精神作为文化建设的核心内容。

对企业文化的发展应该有总体的设计。

能够使自己企业的文化发展有一个不间断、连续的发展过程。

这样才能使文化得到不断的累积。

避免企业因为领导者地改变而不断变化自己的企业文化精神。另外企业在发展的每一个阶段都需要有适合这个阶段的文化的支撑和推动。能够为自己企业发展的每一个阶段提供这种支持。

所以一定要注重企业文化建设的长远规划。

2.5提高员工素质。

注重员工对企业文化建设的参与性。

培育团队精神。

增强企业凝聚力

在上面的论述中强调了领导者在企业文化建设上的巨大作用。

但不是说企业的文化建设靠领导者自己是能够完成的。

这是绝对不可能的。

企业文化建设的主体是员工。

所以企业文化建设必须要有员工的广泛参与。

只有这样才能使每一位员工了解自己企业的文化。

逐步使企业文化深入人心。一般来说中小型企业员工的素质会比其他大型企业的员工素质低。

这是中小型企业的先天来决定的。

但是企业一定要注重培养和提高员工的素质。

而不是任其发展。

不管不问。

否则企业文化建设是无法持续推进的。在员工广泛参与的前提下。

不断推进文化建设的深入。

通过文化建设地不断推进。

逐渐培育员工的团队精神。

增强企业的凝聚力。

使企业文化建设走上“全民参与”与“全民互动”的良性发展轨道。

2.6注重企业文化传播工作。

扩大企业文化的影响力

很多中小型企业不重视企业文化的传播工作。

认为这是大企业所需要做的。其实。

企业无论大小都应该重视企业文化的传播工作。企业文化不只应该被本企业的员工所了解和接受。

也应该在企业文化建设到一定程度时为更多的公众所了解并逐渐被接受和认可。

这样通过企业文化的传播可以加深公众对自己企业及自己企业产品的了解和认可。

这对企业的发展是非常重要的。企业在进行广告策划时一定不要只重视宣传自己企业的产品或企业的外在形象。

而应该将企业的文化及所蕴含的企业精神融入到广告当中。

并利用有效的广告形式将自己的企业文化传播出去。当然传播企业文化有很多途径。

各个企业应该根据自己企业的条件进行选择。例如企业可以加强与自己所处社区的联系。

利用和社区的一些友谊活动来传播自己的企业文化;再如。

经常和其他企业进行横向联系。

增强与其他企业地沟通。

在沟通交流中传播自己的企业文化。

**公司企业文化建设方案论文篇五**

企业文化是企业的灵魂，是一个企业精神和价值观的体现，是推动企业发展的动力。做公司的目的是企业基业长青，追求可持续增长;不断创造客户价值的，形成一个强组织、强执行力、法治管理，效益第一的团队。地产作为北京地产行业新秀，正处于初期发展阶段。目前公司所有员工对待工作较为积极主动，但依然面临着很多问题。制定本企业文化建设计划，有利于公司有组织、有系统地建设公司文化，落实公司文化理念并进行持续提升。实施本企业文化建设计划是建设北京新秀地产，使之成为北京受尊重地产开发商的保证之一。

在文化建设计划实施的具体实践过程中行政计划中心对各活动方案进行总结整理，形成完善的实施细则，作为公司长足发展重要依据。

二、企业文化建设实施的原则

一)持续性原则

企业文化实施是一项长期任务，是一个不断强化、反复灌输、考核评估与动态完善的过程。因此，文化建设是一个不断改进、螺旋式上升的动态过程。

二)一致性原则

文化是企业的灵魂，文化建设实施的主题是保证企业发展战略、管理制度、组织行为与文化理念的一致性，从而确保文化理念在公司中生根。

三)系统性原则

文化建设实施是一个系统工程，是一个传播、评估、持续改进的系统，同时在建设手段上也是一个包含如培训、典型示范、文化活动、网站、月刊及外部媒体渠道的相互协调的多样化系统。

三、文化建设中不同员工的角色定位

一)高层领导

高层领导是文化理念的倡导者，文化实施的发起者、推动者和第一执行者。高层领导班子对价值理念的高度认同、强力推动和身体力行是文化充分发挥作用的根本动力。

二)中层管理

中层管理是文化的主要推动者，是本部门文化管理的第一责任人，在以身作则的基础上承担起文化的日常宣贯、培训、监督和管理的责任。

三) 基层员工

基层员工是文化的具体实践者，应主动学习和领会文化的内涵，认同文化，融入文化，通过自己的行为体现文化。

四、文化建设实施的阶段性目标

一)第一阶段(20某某年3月至4月)：

(一)行动计划

1、针对新进员工及现有员工，进行公司文化理念的宣贯，强调商业人格、结果交换、职业心态等工作价值观。完成文化理念的学习与培训，使全体员工熟知的文化理念。

2、建立地产网站，使之符合文化理念。

3、4月底前由营销策划中心策划，行政计划中心牵头组织公司全员进行“之星”评比活动(详见活动细则)。

(二)行动计划注意事项：

通过地产文化理念的宣讲，全员做学习心得，使地产的文化理念深入人心，以达到统一员工理念为目标。

(三)责任人：

第一责任人：行政计划中心经理;协同责任人：人力资源主管。

二)第二阶段(20\_\_年5月至8月)：

(一)行动计划：

1、建立健全公司各种文化管理制度及流程。

2、积累文化管理的培训、传播、考核、评估、提升系统和人才队伍。

3、结合公司实际运作需要，进一步梳理文化体系，进行适当调整和完善。

4、各项文化理念和行为规范为广大员工所认可，成为自觉的行为准则。

5、每月集中进行一次中、高层文化讨论分享会，分享会主要讨论公司内外部文化落地实际情况和解决办法。再由中层管理分别对基层员工进行宣贯。

(二)责任人：

第一责任人：行政计划中心经理;协同责任人：人力资源主管。

三)第三阶段(20某某年9月至20某某年12月)：

(一)行动计划

1、行政计划中心必须具备规范、有效的文化管理的组织和能力。

2、通过对公司企业文化宣贯，使企业文化成为中高层管理者最主要的管理语言和管理手段。

3、各部门培养一名企业文化培训讲师，使新员工能够很快被优秀的文化所同化，并成为文化坚定的信仰者和传播者。

(二)责任人

第一责任人：行政计划中心经理;协同责任人：人力资源主管。

五、文化传播

一)文化培训和交流

(一)新员工的文化培训

主要对象：新员工

主要内容：《公司员工手册》、《文化故事集萃》

主要方式：

讲授(《公司员工手册》)

自学(《文化故事集萃》)

主要讲授人：文化培训讲师

组织者：行政计划中心

(二)主题交流活动

交流活动的主题，分为问题性和经验性两大类。

1、活动主题的确定

1)问题性活动：对公司反映较为集中的经营管理问题，要分析问题来龙去脉和性质，提出解决问题的目标和原则，根据问题的典型性和重要性筛选出研讨主题。

2)经验性活动：对公司表现出的优秀经验，可以提炼为公司内部学习标杆，根据经验典型性和类别，以及公司管理活动的主题和热点，确定活动主题。

2、主题活动内容

1)问题性活动：汇总对问题现象的描述、交流不同部门对问题背景和原因的分析观点、研讨问题解决思路，逐步形成标准化地处理类似问题的解决方法。

2)经验性活动：介绍标杆行为的内涵、成功经验，交流对其它部门或业务的借鉴意义，研讨推广经验的举措。

3、主要方式：讲授、研讨、现场会

主要讲授人：问题性活动：相关部门的负责人

经验性活动：标杆行为的优秀员工代表

4、参加活动人员

相关部门负责人、主管及核心员工

5、关键点

2、主题交流由行政计划中心专人进行后续工作跟踪与反馈，注重对研讨成果的落实。

(三)成果固化

由行政计划中心将培训和交流内容整理成规范、简明的书面材料，交公司资料室统一管理存档。

(四)实施时间

1、新员工入职当天，由文化培训讲师进行公司文化理念的培训，新员工写学习心得。

2、主题交流，每季度进行一次。

二)典型示范

(一)典型塑造的原则

典型体现公司精神和核心价值观

典型在特定方面具有突出性

典型的行为必须具有真实性

典型的行为必须具有感人性

典型的行为必须具有可模仿性

(二)典型的类型

个人典型

团队典型

(三)典型的主题

根据公司管理需要，选择若干主题树立典型，例如：“之星”全员参与，业绩评比“服不服冠军榜”“明星员工”等。

(四)典型的推广

通过网站、月刊、会议、文化墙公示等宣传典型个人和典型团队的事迹。对典型个人的宣传要深入挖掘成功内因，应通过事迹和绩效，重在对精神和品德的宣传。对典型团队的宣传要淡化团队领导的影响，应通过对事迹过程的分析，重在对团队合作方法的推广。

(五)典型的奖励

“之星” 每两月获得明星榜荣誉的两名明星员工，将得到总经理奖励价值200—300元的明星礼品一份和之星奖状一张;“服不服冠军榜” 每月月销售冠军将获得价值200—300元奖品一份 + 销冠奖状一张，并给予月刊、网站介绍成绩和培训机会。

三)典礼仪式

(一)典礼和仪式的作用

营造喜庆气氛

增强员工的归属感

增强员工自豪感

向社会展示公司形象

(二)典礼和仪式的主要形式

1、新员工欢迎仪式——体现公司的以人为本和用人理念，使新员工在进入公司时就感受到公司文化的魅力。

2、年会——突出喜庆气氛，组织周密，运作高效，使大家体会到大家庭的欢乐，人际关系的协调。

3、开工、开盘仪式——使员工看到公司的不断发展，树立员工对公司未来前景的信心。

四)文化故事编辑

(一)故事更新的周期：每年一次。

(二)故事编辑：行政计划中心。

(三)故事编辑的主要工作：设计故事撰写规范及事例，下发文化故事征集通知，收集故事并整理。

(四)选择若干故事在月刊发表，更新公司《文化故事集萃》。

五)文体活动

(一)文体活动的原则

1、针对公司员工的特长和爱好

2、严密组织，不要影响正常工作

3、做到广泛参与、尽可能照顾到每一位员工

4、给予物质奖励激励和荣誉

(二)文体活动的类型

1、健身娱乐活动：爬山、郊游

2、大型集体活动：年终晚会、集体旅游、拓展训练等

(三)活动时间

以不影响业务工作为原则，每年四月中下旬和九月中下旬展开。

六)员工沟通

(一)总经理信箱

1、对象

总经理信箱面向公司的任何一位员工。

2、意义

鼓励大家勇于反映重大问题、积极提出重要建议,也便于总经理掌握员工最真切的工作体会与文化感受。

3、信箱管理

信箱由行政计划中心指定专人管理。

4、信箱管理员的职责

1)每天收取信件。

2)信件分类整理。将信件按轻重缓急分类，建立目录，篇幅大的信件要做出摘要。

3)信件转发：每周转交一次

4)信件的反馈：信件必须在一周内给予反馈，由总经理直接反馈，或由行政中心经理反馈。反馈的方式以电子邮件为主，也可以面谈或电话。

5)负责监督信件处理意见的执行。

七)中层管理分享会

(一)由人力资源部组织，以交流经验，互通信息，形成公司内部学习分享成功经验的机制为目的，每季度一次。

(二)活动流程

六、保证措施

一)认识到位

二十一世纪最显著的特征就是文化对公司经营起着巨大的促进作用。创建企业文化形成的文化力如凝聚力、创造力等，是公司宝贵的无形资产。在新的世纪，拥有这种文化优势，也就拥有竞争优势。

二)制度到位

任何工作仅靠自觉是不够的。创建企业文化必须狠抓各种制度的建立和完善。

考核制度。加强考核是企业文化建设由虚变实、由软变硬的重要手段。结合企业实际，制订实施细则，实行量化考核，周周有检查、月月有考核、年终有验收，考核结果纳入部门薪资体系，形成机构健全、责任明确、目标具体、层次清楚的格局。

三)教育到位

企业文化的核心是培育先进的企业精神，并在员工的工作中得到体现，培育的途径则是培训。经过长期积累和不断总结提炼，形成的企业精神是企业文化的灵魂。员工日常行为是企业文化的具体体现。应注重引导和规范。首先，要求各级管理人员准确把握公司总体情况和员工具体情况。其次，以典型标杆引导群体行为。通过营销评比、全员评比、文化活动、文化培训等形式将企业文化引向深入。

七、总结

文化管理是管理发展的新趋势，其强大力量为越来越多的企业所认可，国内企业也逐渐认识到企业文化的作用，通过深入地进行企业现状分析，只有使企业文化方案紧紧围绕企业文化理念层、制度层、器物层三个层次，由内及外、由内涵到表现，分层次、有步骤进行企业文化以及亚文化的宣贯，从而才能较为全面地形成企业文化系统。使企业文化能够渗透到企业各个层面，被更多的企业员工认可，成为指导成员行动的软规则，才能切实增强凝聚力和竞争力，发挥巨大的作用。

**公司企业文化建设方案论文篇六**

以人为本企业管理理念认为，在企业生产中，人是起决定作用的要素。因此，在企业管理中，应把人作为企业的核心，重视人性、人的价值、地位和作用，做到一切管理理念都应围绕着人是最宝贵的资源来展开。因此企业管理实际上就是对人的管理，即调动职工对物质资源的配置和赢利能力的主动性、积极性和创造性。而“以人为本”的管理就是创造员工满意度，使员工通过在工作上和事业上被公众肯定和尊重，从而获得心理上的成功感和满足感。企业只有全面落实“以人为本”的管理理念，切实把握“以人为本”的管理宗旨，才能调动员工的积极性和创新性，促进企业更好的发展。中国平煤神马集团牢固树立以人为本的思想，坚持全心全意依靠职工群众办企业的方针，建立了一套完善的以人为本的管理体系，包括：“企业发展、职工富裕”的核心理念；“生命至上、安全为天”的安全理念；“学习成就未来”的学习理念；“干好本职工作就是人才”的人才理念等一系列以员工为核心的管理理念，为建设具有国际竞争力的新型能源化工集团提供了坚强保障。

知识经济时代是以人为本的时代。知识经济时代的职工需要具备较高素质，这就要求企业必须给员工创造宽松的工作环境和优越的工作条件，善于吸引优秀人才来企业工作，发挥其聪明才智，为企业创造财富，又要为在职职工提供学习培训的机会，使他们不断进步。选拔与使用人才时，要坚持公开、公平、竞争、择优的原则，打破旧的等级工资加奖金的分配机制，效率优先、兼顾公平，实行合理公平的新分配方式。同时要建立客观公正的绩效评价与激励体系，评价职工成绩，通过体系的运行，使每位员工的工作业绩、工作态度、工作能力、贡献大小与其报酬相对应。这样才能充分激发员工学习、创新的热情，使职工安心工作，为企业的发展创造后劲。

企业文化是企业在发展过程中形成的组织成员所共同信仰的管理哲学、行为规范与价值体系的总和。良好的企业文化是提高员工素质的重要保证，也是企业使员工获得朝气与活力的动力源泉。因此，实施以人为本管理，必须要构筑独特的。企业文化。企业文化建设必须做到企业价值观、企业精神与企业形象三者的有机统一。没有企业价值观，企业精神的培育就会失去依托而变得盲目。没有企业精神，做出的价值选择由于没有积极进取的精神状态而难以达到，形象的塑造难以实施到位。有了正确的价值选择与良好的精神状态，不把它通过形象塑造在市场上展示出来，也难以收到应有的社会效益与经济效益。只有将这三者有机地统一起来，才能形成企业的核心竞争力。

情感因素最能左右一个人的变化。只有建立良好的情感关系，才能产生好的亲切感，才能调动工作的积极性和主动性。因此，企业必须要善待每一个职工，领导体贴关心下级，下级关心上级，以情感人、以诚待人，与群众关系非常融洽，职工对你充满信任，企业的凝聚力才会增强；相反，如果企业内部人员关系比较紧张，就会造成企业内部上下级之间产生心理距离。结果是容易转化为一种对抗力和负影响力。因此，企业领导干部要深入职工中间，经常性地了解他们的思想变化、心理变化，帮助职工尤其是困难职工的生活，把职工的冷暖放在心上，让企业职工实实在在地感受到企业大家庭的温暖，增强职工对企业的信心和凝聚力。

美国通用电气公司总裁杰克·韦尔奇认为，“工人们对自己的工作比老板清楚得多，经理们最好不要横加干涉”。为此，通用电气公司实行了“全员决策”制度，使那些平时没有机会互相交流的职工、中层管理人员都能出席决策讨论会。“全员决策”的开展和实行，让每一个员工都体会到自己也是企业的主人，从而真正为企业的发展着想。而我国的一些企业管理者在制定企业管理制度时，不经过调查研究、不广泛征求职工意见和建议，不注重关注职工需求，以自我需求、自我发展为中心开展管理工作，打消了员工忠诚企业、发展企业的积极性和能动性，走入了“以我为本”的误区。

人们往往认为，在企业中强调“以人为本”，那就制度要宽松些、自由些。实际上，越是制度严格的企业就越是体现了以人为本。比方说，香港的法治建设比大陆完善，他们在公共场所对吸烟者有严格的限制，违反者将处以高额罚款，因此在香港的大街上基本看不到随便吸烟的人，城市文明度很高。如此对待吸烟者，似乎有不尊重“人权”的嫌疑，实际上，此举正是遵从了“以人为本”的原则，以绝大多数人的意愿来约束少数人的不良习惯就是以人为本。因此，在以人为本企业管理中不能忽视制度的作用。只有在企业中逐步建立健全科学的制度体系，并且制度的制定考虑到员工的积极性的调动，考虑到各部门间员工的差异性及可执行性，并用规范的制度来调节各种关系，使一切生产经营活动都有制度可依、有制度可循，形成切实有效的企业工作机制，才能更好实行“以人为本”的管理。

“硬件”是指企业管理过程中实体性要素，如企业组织、企业技术等，而“软件”是指企业战略、企业文化、企业理念等虚拟性要素。由于实体性管理要素“硬”的特性，致使一些企业经营者在管理过程中有意无意的倾向于创建“硬件”建设，而忽视了“软件”建设，从而造成国内企业普遍缺乏“核心能力”和“国际竞争力”。事实上，软件建设在企业管理中发挥着重要作用，特别是伴随知识经济、信息经济时代的到来，以人为本的“柔性管理”、“文化管理”、“理念管理”取代传统的管理方式，已成为不以企业意志为转移的客观趋势。

**公司企业文化建设方案论文篇七**

一、概念：

企业文化是企业在发展过程中形成的并为全体成员遵循的共同意识、思维方式、价值观念、行为规范及准则的总和。

共同意识：就是公司的经营理论是什么?包括：公司使命、发展目标、企业精神等;

共同的价值观念是企业文化的核心，为企业全体员工提供了共同的思想意识、精神信仰和日常行为准则。

二、作用：

企业文化与企业制度刚柔相济，是维系企业持续发展的两法宝;

从管理哲学角度看，企业文化就是以文化为手段，以管理为目的的文化管理模式：汲取传统文化精华，结合当代先进管理思想和策略，为企业全体员工构建一套明确的价值观念和行为规范，提升公司管理水平。

2、实现内部团结：共同的价值观和良好的工作氛围，可以凝聚人心，协调部门

之间、员工之间的关系，增强员工对公司的认同感和归属感;

3、塑造企业形象：积极而强大的企业文化，可以将企业的理念、精神和行为准则传达给社会大众，塑造鲜明的企业形象。

三、层次结构：

四、企业文化建设的目的：

理顺思想、凝聚人心、规范管理、适应竞争。

增强凝聚力：建立共同的核心价值观，明确企业的发展目标，使企业内部存在的利益和目标，使之成为员工的精神支柱，从而把员工牢牢地连接起来; 规范管理：企业的经营运作离不开规范化、制度化、程序化的管理，一方面为工作业绩考评提供依据，另一方面，有利于减少工作随意性，提高工作效率; 适应竞争：外部市场竞争日益激烈，竞争格局也不在断改变，企业文化建设为企业适应环境变化提供了强有力的思想保障。

理念上：客户至上、服务第一

管理上：以人为本，尊重员工创造性、积极性

组织上：发扬团队合作、同航舟共济的进取精神

行动上：发扬敬业、爱岗、争先、他优的精神;

五、企业文化建设的指导思想与基本原则：

2、继承与创新相结合的原则;

3、共性与个性相结合的原则;

4、理论与实践相结合的原则;

5、动态与系统性相结合的原则;

6、总体设计分步实施全面推进与典型引路相结合的原则;

7、诚信性原则;

8、专家咨询领导带头员工积极参与性原则;

9、可操作与可衡量性原则;

六、企业文化的核心内容：

2、企业目标：

5、道德标准(bi系统)：对内主要体现为：领导行为规范、员工行为规范、工作作风、服务态度规范、礼仪规范、工作环境和职工福利等项目。对外主要体现为：公共关系、市场调研、促销活动、流通对策、公益性文化活动等。

七、企业文化建设的实施步骤

第一、总体设计、构建体系、部分实施阶段。主要做以下工作：

2、起草制定公司企业文化建设方案，《公司领导行为手册》、《公司员工行为手

册》、《公司企业文化手册》，并进行深入广泛学习研究讨论，征求不同意见和修订完善。

3、公司组织主管领导进行企业文化理论培训和学习;

4、各部门组织员工学习了解企业文化内涵及重要意义;

5、大力宣传企业文化建设理论和实践活动;

6、完成对公司企业文化体系的总体设计策划工作，并请专家和学者诊断分析和实证;

7、最终完成企业精神理念的提炼;《公司领导行为手册》、《公司员工行为手册》、《公司企业文化手册》的最后修订工作。

第二、全面实施、整体推进阶段。其他主要工作：

1、在公司全体员工中广泛深入学习、宣传、实践公司企业文化体系，落实到每个岗位，每个员工行为中，渗透到企业生产经营管理中，融入到公司各项规章制度制度中，全面塑造精神、理念和价值观念，达到人人认同，人人实践公司企业文化的效果。

2、制定公司文化建设任务的落实考核;

第三、深化、提高、总结、评价阶段。

主要通过问卷调查、座谈和专家学者诊断分析及论证等其他方法、步骤，对公司企业文化建设体系的整体实施状况作出阶段性总结和评价，对存在的问题和不足结合公司发展需要和实际情况进一步完善和创新。

八、企业文化建设的要点：

1. 全员参与，高层推动

高层领导的支持和推动是企业文化建设的首要保障条件;

2、各部门的协调、配合;

企业文化建设是一个系统工程，除了要有机地将企业文化与经营生产活动紧密结合起来外，还要注重将企业文化里各方面的事项结合起来开展。

3、领导带头、正人行正己;

领导是企业文化的推动者、倡导者，在企业文化建设过程中处于核心地位;

4、言而有信、奖惩兑现;

优秀员工：立一服百，树立模范人物，加以宣传、示范推广;

劣迹员工：杀一儆百，用制度规范人，而不是用人去管人;

5、提供沟通的平台;

6、注重外部环境变化及内部经营状况对企业文化的影响;

7、多种方式有机结合：

附件：(仅供参考)

公司使命：

---------------进行制度创新、管理创新、技术创新和文化创新，实现企业可持续性发展，为中国经济繁荣和社会进步作出贡献，为员工提供广阔的展空间。

公司愿景：

指导方针：

企业精神：进取、创新、服务、求实

进取：逆水行舟，不进则退。安于现状，不思进取是不负责任的表现。要想实现

企业的远大目标，必须永不满足，超越无限。

创新：求稳怕变，必须使企业丧失活力。要实现企业目标，必须善于学习，博采众长，在企业制度、管理方式、技术开发和文化建设等方面勇于创新，创造出具有自我特色的一流管理、一流技术、一流产品和积极向上的文化，创造中国名牌; 服务：顾客是我们衣食父母。公司必须不断地研究顾客需求和市场变化的趋势，从而比竞争者更好地满足顾客期望。

树立顾客观念。下游环节是上游环节的顾客，基层单位是管理部门的顾客，为顾客提供优质服务是每个岗位的基本职责之一。

求实：一切从公司实际出发，既不好高骛远，又紧盯远大目标，扎扎实实，一步一个脚印。面向市场、研究市场，一切活动、决策都要符合市场规律; 敬业爱岗，在本职岗位上干出实实在在的事业。

公司组织行为准则：

1. 友爱平等、相互尊重：公司充公尊重员工，对任何员严禁有歧视性的语言和

行为;为公司工作的所有员工应该是平等的，不应该有贵族阶层

6、统一指挥：正常情况下，上级领导不能越级指挥;管理人员的职责划分明确，不能造成多头指挥的混乱局面。

8、令行禁止：管理制度一旦制定必须严格执行，不适合的发及时废除;在制度面前人人平等，各级领导应该率先垂范。

公司高层领导的职业素养：

作为企业的高层领导，根本任务是引领全体员工把企业做强做大，对企业文化建设起主导作用，须具备一定的素养：

1. 有较强有学习能力、组织能力、领导能力和战备规划能力;

2. 有强烈的责任感、为社会、股东、顾客和员工负责;

3. 有进取心、创新精神和市场意识，保持企业活力;

4. 崇尚知识、尊重人才，关心员工的利益和长期职业发展规划;

5. 胸怀博大，平易近人，敢于破除等级观念，同一般员工同吃、同行;

公司高层领导的领导艺术：

作为公司的高层领导，还要不断提高自己的领导艺术：

1. 用人不疑，合理授权，根据部门的职责权限，充分发挥部门主管的作用;

2. 善于倾听不同意见，不偏听偏信;以事实为依据，不搞主观臆断;

3. 取信于人，有令必行，有禁必止，处事公正，不因亲疏而有别;

4. 爱护下属，多加指导，不求全责备，不乱发脾气;

5. 以品德服从。廉洁自律，率行垂范，自觉遵守规章制度;

公司全体员工的行为准则：

(一)基本素养：

1. 具有强烈的进取心和创新精神，勤于学习，善于总结，不断提高自身管理水

平和专业技能;

2. 具有强烈的责任感，为股东、企业和顾客负责;

3. 具备服务意识：上游为下游服务，部室为基层服务，全员为顾客服务;

4. 具备团结精神，把个人恩怨和哥们关系放在企业利益之下;

5. 敬业爱岗，脚踏实地;

(二)职业道德

1. 维护企业利益，不做损害企业利益的事;

2. 洁身自爱，不做损害他人利益的事;

3. 不拉帮结伙，不搞圈子文化;

4. 不可诋毁同事的声誉，不可讥讽他人的成功;

(三)言行举止

1. 严格按照岗位规定着装，保持整洁，工作时间配带胸卡;

2. 坐姿端正，禁止坐在桌上或脚跳桌椅板凳;

3. 使用礼貌用语，严禁说脏话;接电话时首先说“您好”;

4. 接待客人要热情、耐心、有礼貌;

5. 员工之间要相互尊重，相互谦让，平等相片，不可恶语相向;

(四)工作准则

1. 发扬“以厂为家”的主人翁精神，认真对待工作，按时完成任务;

2. 遇到问题及时汇报，虚心求教;

3. 到完成期限，无论工作完成与否，都要主动回复完成情况;

4. 工作中不能因个人恩怨而协作，也不能因哥们关系而丧失原则;

5. 各级领导要关心员工，主动与员工沟通，及时了解员工的思想动态;

企业建设标语口号：

发展：今天工作不努力，明天努力找工作;

人才：任人唯贤，内外并重;崇尚知识、以人为本;

市场：客户的需要就是我们的工作;客户永远是对的;

质量：产品质量是企业的生命;

进取：永不满足，追求卓越;

创新：鼓励创新，容忍失误;

服务：上游为下游服务，部室为基层服务，全员为顾客服务;

求实：脚踏实地，稳定发展;

**公司企业文化建设方案论文篇八**

这是人本观念应树立的基本观念。也就是在观察任何事物，处理任何事情，解决任何问题时，都把人的因素看成是首要因素、关键因素、决定性因素，既不是重物不重人，更不是见物不见人。在管理中之所以要树立人的因素第一的观念，就是由人特殊本质所决定的。人的特殊本质决定了人具有其他一切动物所不可能具有的创造性。

**公司企业文化建设方案论文篇九**

(4)规范、渐进式的实施vis的应用部分;改善员工生活环境。

(5)成为苏州区域内企业文化建设有影响力或“排头兵式”先进单位。

(6)开展最佳员工、最佳师傅、进步最快新员工等的评比。

3、：

(1)继续开展理念故事化的培训工作。

(2)将文化理念指导企业管理制度的规范性和创新性的完善工作中去，行为文化和制度文化得到提升和展现。

(3)策划一项具有文化内涵、促进品牌推广和营业收入提升的主题活动。

(4)在全国饭店业范围里，胥城企业文化建设的成效要形成影响力。

(5)在苏州建设健康城市的活动中，健康宾馆达标;员工宿舍实行宾馆化管理、舒适、温馨。

(6)开展最佳员工、最佳师傅、进步最快新员工等的评比。

五、主要实施方案：

1、建立健全企业文化建设的领导机构和管理职能部门：

(1)成立企业文化建设指导委员会，成员包括高层领导、部门经理等。

(2)设立企业文化建设工作小组。

2、制定分年度的实施计划，循序渐进，不断创新和提升。

3、开展培训工作，不断提高全员对企业文化的认识：

(1)对高层领导、各部门、机构的负责人，主要开展领导在企业文化建设中的领导、示范作用、如何把企业文化建设同企业的经营服务管理活动相结合的观念和技能的培训。

(2)对全体员工的企业文化培训主要是胥城历史和传统文化、企业文化的基本知识，加深对胥城文化理念的理解和自觉接受、履行。

(3)对企业文化中心和分之机构具体企业文化职能部门的人员的培训，主要创新建设企业文化的技术和技能等方面的培训。

(4)有选择地组织或参加有关企业文化建设经验交流活动，互动交流和学习。

4、发掘和培植先进典型，树立样板：

(1)三年内有一人评为“\*\*\*\*\*”。

(2)三年内有三个班组评为市一级的优秀班组。

(3)三年内有三人被评为创元集团先进员工。

(4)内部先进人物的评比和表彰活动：每年产生一名胥城大厦“形象大使”、每年产生一名“金钥匙员工”、每年评选出“十佳员工”、最佳师傅、进步最快新员工等。

5、文化理念在适当时候进行梳理和补充、丰富：

现行提倡的文化理念是公司的一笔宝贵财富，具有相当时期的指导意义，但不排除在适当时候进行与时俱进性的补充、延伸、丰富。

6、体现企业文化的环境建设：

改造我们自己的办公环境，办公室、休息室、更衣间、洗澡间等，员工通道、并赋予环境以文化内涵，要像为客人创造好的环境一样考虑完善我们员工的环境，文化氛围。

(1)把员工通道装饰成为具有文化内涵的通道和文化阵地。

(2)改善员工宿舍条件，规范员工宿舍的管理，定期组织评比。

(3)赋予办公、工作环境以文化品位。

(4)赋予食堂(增加电视机)、澡堂、更衣间、休息室等文化内涵。

**公司企业文化建设方案论文篇十**

xx企业文化建设的总体原则：增强重视，加大力度；纳入考核，制度落实；多种方式，系统持续。

公司使命、目标、核心价值观和基本行为方针全公司统一。分支组织可以在公司统一文化上扩展建立子文化，子文化必须与公司统一文化元素协调。

人力资源部作为企业文化教育和传播的责任部门。

所有管理人员都要作为公司文化的模范执行者和传播者。

（一）继续提炼、强化、阐释以企业精神为灵魂的价值观念体系 企业精神是企业实现自己价值体系和社会责任而从事生产经营中所形成的人格化的团队意识，是企业的精神支柱和动力，是企业灵魂所在。企业价值观要符合行业市场发展的国际化趋势、创新性；体现企业发展历史及对未来的追求；体现企业在发展中所形成的共同意识及区别于其他企业的个性。

1、各部门对企业文化价值观开展深入的、反复的讨论和提炼，不断学习和加强对企业价值观的认同和理解。

2、结合企业年度工作报告，认真学习贯彻“创新”精神，联系企业文化和价值观开展进一步研讨和培训。

（二）导入企业形象识别系统 企业形象设计是一种形象文化战略，是企业对自身的理念识别、行为识别、视觉识别进行深化实践，使之更具有独特性、鲜明性，同时，借助各种宣传手段和载体传送企业文化，以产生强大的品牌认知力和认同力。

1、公司要以“绿化、美化、净化”为内容，积极响应国家“生态文明建设、美丽中国”的号召，构建公司节能环保的形象，使企业通过环境形象系统促进企业发展。

（1）参与气体节能环保类公益活动，树立以节能环保为理念的企业形象，进入公众视野，进一步扩大企业影响力。

（2）联合高校开展以化学研究为基础的气体领域论文大赛，在宣传企业形象、树立企业文化的同时，也为公司人才储备和招聘提供良好契机。

2、运用公司企业精神理念，建立企业文化具体化、形象化的视觉传达形式，通过组织化、系统化的视觉方案传达企业经营特征。同时创新企业文化的形式和载体。公司可以通过自身的网站、内刊、板报和宣传栏等载体，广泛深入地开展企业文化建设，也可以通过摄影、绘画、书法、漫画、演讲、企业之歌、企业宣传片、厂牌、企业徽章设计等各种文艺和体育活动来实施企业文化建设。

1

（1）公司各部门需统一文件格式、标准字、标准色等，如企业logo使用、邮件签名等细节，有利于企业文件的规范化管理和企业形象的进一步完善。

（2）开设微信公众账号，定时推送公司新闻公告、行业内最新动向及与企业文化建设相关的活动信息，用新颖的载体形式全面展示公司形象，扩大在行业内的影响力。

（3）本年度公司旅游结束后开展摄影作品征集评选活动，并对优秀作品予以刊登和表彰。

3、由党支部、工会带领开展一系列与企业文化工作建设相关的活动，部门内部也可根据员工提议开展相关活动，如爱心公益活动。通过企业社会责任的展现进一步推动企业文化假设。

（三）实施制度在建工程

企业文化与企业的体制机制相辅相成，只有通过充分体现先进企业文化的体制机制和各项管理制度及岗位行为规范，才能真正规范企业全体人员意识和行为。制度是整个企业对文化的一种规范，它也是企业管理的薄弱环节。在制度方面应将企业文化建设与人力资源管理相结合。

1、健全公司绩效考评管理制度，优化公司薪酬制度，把企业文化建设成效纳入公司部门个人绩效考评体系，并联系企业文化建设阐明薪酬制度制定的初衷和愿景。

2、健全公司招聘、晋升制度，将企业文化建设的内容纳入个人综合考察，选择认同或符合企业文化的人员入职或晋升。对于偏离企业文化较大甚至背离的员工，情节严重的可考虑予以辞退。

3、开展观念创新，管理创新，技术创新，建立健全公司激励和约束机制。

（四）实施典型示范工程

先进的典型人物和典型事迹是企业精神、优秀理念生动、形象的体现和象征，具有很强的示范、辐射、传承作用，没有个性鲜明的典型就没有独特的企业文化。在实施企业文化建设中应当把先进企业文化典型化。

1、充分利用《xx通讯》的文化传播功能，开设人物专栏，大力发掘、发现、培养、总结符合公司价值观的先进典型，以图文并茂的形式展现典型人物、事迹和案例，并对先进典型予以表彰。

2、各部门开展人物专栏投稿活动，结合企业文化和价值观在工作中的体现，通过描述在岗位中的职责和收获，发现自身或他人的闪光点。在宣传企业正面典型的同时，也加强了部门之间对于工作职责及进展的相互了解，有利于营造企业整体文化氛围。

（六）做好员工沟通工作

2

开展新员工座谈会、老员工座谈会、管理人员座谈会，部门内部开展一对一谈话，深入了解员工工作状态及动向，面向全体员工设计调查问卷并进行问卷调查，了解不同层次人员的需求。

（七）循序渐进推进企业文化建设

企业文化建设是一个系统工程，要遵循由浅入深、循序渐进的过程。

1、建立企业文化实施机构：企业领导人要作为企业文化建设的领导者和推行者。

2、审视企业内外部状况，明确变革需求，制订切实可行的企业文化体系。

3、发布并宣传企业文化的内容，采取培训教育的方式，发动企业全体成员学习了解。

4、组织成员进行讨论，集思广益，在讨论中实现新旧价值观及文化的碰撞及交替，确立并完善企业文化的内涵。

5、导入企业文化系统：制定企业文化手册，进行企业形象策划等。

6、组织全体成员进行（可分部门）进行文化再培训。对比原有企业制度、企业风气及现象中与企业文化主旨不符合的，加以修改或重新制定有关的企业管理制度。

7、以企业文化为指导完善企业文化制度，将企业文化以制度形式确立下来。

3

根据公司十年发展规划和企业文化塑造、传承的需要，通过系列形式多样的文化活动，为员工调剂工作、舒缓压力，促进新老员工之间和部门之间的相互交流、学习与融合，激发企业内部活力，增强企业凝聚力和归属感，为员工同创造一个丰富多彩的生活平台和自我展示的舞台空间，营造公司和谐统一的文化氛围，特制定统一的文化活动执行方案。

活动规划

为让更广大员工参与到我们的文化活动中来，以及为让文化活动多样化和多层次性，培养身心健康、拼搏向上、多才多艺的xx人，公司将分三个层面来规划开展文化活动：一是公司层面，这主要是为塑造企业统一的文化理念和行为而开展的大型文化活动；二是区域部门层面，主要是为发挥各自区域部门优势和营造区域部门间精诚团结、竞合共赢的文化特色而开展的区域性文化活动；三是员工自发层面，主要是公司为员工的兴趣发挥和自我价值实现而创造活动平台。

一、公司层面文化活动

二、区域或部门层面文化活动

主要以大区或区域或门店或各部门为单位，通过各种活动的组织，让各团队成员之间相互交流、学习和互动，凝聚共识，活跃气氛，营造团队氛围。 (一) 活动目的：沟通交流，团队学习，活跃组织。

(二) 活动时间地点：各职能部门主要利用周末时间，业务线则以相对空闲时间，要求各部门或门店至少每季度组织一次，地点根据活动内容灵活安排。 (三) 活动内容和方式：为使活动内容丰富多样化，可以是座谈交流会、体育健身活动、野外郊游等。

主要是“公司搭台，员工唱戏”的方式，根据员工不同的兴趣爱好自发组建一系列员工兴趣俱乐部，并可根据公司业务开展和公共关系需要代表公司对外单位进行相应的活动交流加强联谊，既丰富员工的业余文化生活，让员工的兴趣爱好有了展示和发挥的空间，也减轻了员工日常的压力，激发了工作动力，使员工保持良好的精神状态，更重要的是通过满足员工兴趣爱好需求这个纽带，增强员工对公司的归属感、责任感和团队精神，营造健康向上的文化环境。

1、活动内容和方式：2024年系列兴趣俱乐部包括篮球、足球、羽毛球、乒乓球、文艺等。

（1）组织方式：当某一兴趣爱好的员工达到一定数量规模时，由公司综合管理部牵头员工自发组建兴趣俱乐部（如成立公司篮球队、足球队等），由俱乐部选举负责人全权负责兴趣俱乐部日常管理和活动安排，但前提是俱乐部必须接受综合管理部的监督和指导。

（2）活动组织：兴趣俱乐部日常活动自行安排，每月度可开展一次正式活动，俱乐部必须提前提供每次活动的方案，以及活动后照片、活动开展情况等相关信息给综合管理部备查；当条件成熟时从俱乐部挑选队员成立公司的篮球队、足球队和舞蹈队，公司统一发放队服，当公司业务开展和公共关系需要时由综合管理部牵头可代表公司参加外单位相关联谊交流活动（例如与政府相关部门或合作伙伴的篮球赛等），促进公司业务或公共关系维护。

（3）奖惩管理：综合管理部会制订具体的管理办法，树立俱乐部以公司文化理念为导向，公司会指定俱乐部中的一人专门负责日常组织协调及经费管理，各兴趣俱乐部必须遵守执行，如果俱乐部不遵守公司管理规定或失去存在价值时则予以解散；年底视各俱乐部建设情况和效果，公司进行适当的评比和奖励。

2、活动经费：除俱乐部让会员交会费等方式自筹费用外，公司提供一定的活动经费，配备活动道具或设备，公司拨予的活动经费专款专用，不得挪作吃饭等它用。每月活动经费乒乓球及羽毛球300元、篮球及足球400元、文艺500元，队服、设备及代表公司比赛费用（含场地、吃饭、水等）2万元，共计4.28万元。

四、预算费用：合计128.55万元，。

企业文化部 二0一三年一月二日

一、智泉概况

二、智泉文化综合表述

以先进的管理理念构筑智泉文化的核心；以强企富国为智泉的`使命；用专注专业和自我超越的企业精神打造百年智泉品牌，用5~10年的时间成为中国和世界企业管理培训的领先品牌。

三、智泉企业文化基本构架

企业文化体系（画个图）

（一）物质文化（名称、标识、产品、工作环境、公司福利）

1、 公司名称、标识（待完善）

智泉：智取天下，泉润万众；培养有胸怀、有远见、有思维、有格局的智泉人。 标识：

2、 产品

中国政经界权威零距离面对面授课！

产品1:《领袖智慧》总裁系列课程一推出，社会各界反响强烈！呈现排队上课现象！创造了培训界奇迹！

重要收获：

《领袖智慧》系统帮助商界领袖、政界领袖打造商界智囊团、政界智囊团；帮助正处于发展中的中国中小企业家成为最具运营智慧的企业家领袖！

产品2：《绝对成交智慧》，在中国培训界素有原创的“收钱、收心、收人”的绝对成交系统，深受上万名总裁学员的热捧。

重要收获：

帮助你拥有企业收人就是成交人才，打造企业梦之队的核心智慧。企业收心就是经营宗教般企业文化，让人才死心塌地为企业干的经营智慧。企业收钱就是如何成交客户的销售智慧。 教会你如何洞察人心，让对方作决定。无论是谈判、说服、沟通，都让你永远占主动。 让你真正学会把话说出去，把人收回来；学会把话说出去，把心收回来；学会把话说出去，把钱收回来，没有你成交不了的人。

产品3：

继《团队复制》之后，聚成股份龙年钜献：《赢销复制》、《演说复制》、《执行复制》，打造无与伦比的管理复制，向客户全面奉献聚成文化核心灵魂。

3、 企业环境

培训设备先进齐全，培训方式丰富且创新，培训队伍庞大，专家般的知识，相声演员般的幽默，明星般的气质，农民般的体质。教学环境多为全国各大城市巡回开课和演讲，多为豪华酒店，配备饮料、水果等小吃，采用圆桌，方便沟通和互动。

创新——“以学员为中心”的反传统教学

要求：教学内容、激情、理智和幽默

4、 公司福利

常规福利：生日慰问，婚仪、贺仪、奠仪报销，三八女员工关怀

（二） 行为文化（企业整体行为+企业家行为+企业精英行为）

1、企业行为

（1） 企业生产服务 绝不为利益而推销产品，而是真心真诚地帮助别人！

以需求为中心，以真爱为导向！

开设投诉或者建议热线

（2） 企业人际关系

以心换心人心归，换位思考人心近！

（3） 企业文化活动

文体娱乐活动：素质拓展（快乐的按摩操），两会一节（春季运动会，员工大会，

秋季文体节）

文体协会：摄影协会，篮球协会，足球协会…

2、企业家行为

领导者最看重的是自我实以心换心人心归，换位思考人心近！现和尊重。这些创业者的价值观、思想观念、理想信念的群体化，便形成了组织精神。一直致力于阐扬一种朝气蓬勃、奋发向上的精神，一种从绝望中义无反顾地寻找希望的精神。

民主型领导方式

以理服人，以身作则，使组织中的每个人自觉做出有计划的努力，各施其长，各尽所能，分工合作。组织中的领导者鼓励群体讨论做出决策，政策是领导者和下级共同智慧的结晶。领导者分配工作时尽量照顾到个人的能力、兴趣和爱好。

价值观至上

价值观不仅会影响当前即将来员工的行为，更有助于塑造组织的未来。有明确的价值观，即共同的信念，群体的价值观。注重群体价值观的培养，是个人价值取向向群体价值观靠拢，使个人目标向组织目标靠拢，从而促成组织的成功。培养员工的价值观：1、是为自己工作，不是为老板工作，通过工作活得资格和资历，再用这些积累去换取更好的工作。2、工作是为了乐趣，不是为了消磨时间，学会从工作中得到乐趣，3、忠于职业道德，决不为利益和诱惑牺牲标准。这样的价值观无疑会极大改善员工的工作心态，进而影响他们的行为。

快乐的按摩操

3、 企业精英行为

定期选出最佳员工并及时表彰

（三）制度文化（三大理念+12字基本方针）

营销理念：80%是营，20%是销；营销一种文化概念，率先深入人心，便是市场营销的一切。

营销不仅要深入，而且要“神”入。

人力资源理念：

（1）、经营企业就是经营人心，经营团队成员快乐的情绪；

（2）、建立学习型团队，把用人工作转变成工作育人；

（3）、尊重理解，强化沟通；98%是误会，98%的经营是人性，人性的本质是面子；

的前提是双赢；

（5）、奥运精神：参与竞争合作，更高更快更强；人才市场化，竞争全球化；

（6）、自我超越、团队学习、改善心智模式、简历共同愿景、系统思考；

（7）

、用文化凝聚人心，用制度驾驭人性；千里马是跑出来的，不把千里马和普通

马放在一个马槽里进食。

理念+方针的具体表现：《员工行为准则》《职业规范》《员工聘用制度》《考勤管理》《奖惩制度》《安全管理制度》等。

（四）精神文化（战略目标指导下的企业宗旨、企业使命、企业精神，具体表现为三大理念）

战略目标：专注培训事业，打造核心能力；强化危机意识，实施百年创业。

企业宗旨

对客户：合作共赢共同成长

对股东：高度负责长效回报

对员工：学习培训成就自我

对社会：注重口碑回馈社会

企业使命

百年智泉，强企富国；

帮助企业成长，

创造无限财富，

富强我的祖国。

企业精神

专业专注自我超越

做正确的事情，然后把事情做正确。有所为有所不为。

大道行简。把复杂的事情简单化，把简单的事情做完善。

世界上没有奇迹，只有专注和聚焦的力量。

人才理念：搭建成长平台，强化学习培训；实施大师计划，成就员工价值。

经营理念：以需求为导向，以双赢为目的；以质量为核心，以服务为手段。

管理理念：

（1）、98%原则：品牌的98%是文化；经营的98%是人性；资源的98%是整合；矛盾的98%是误会。

（2）、三三原则：中国传统文化中认为：一生二、二生三、三生万物。三是最稳定持久的数字，这里的三三原则：首先是三子，即孔子，克己复礼；孙子，不战而胜；老子，上善若水。其次是三洗：洗面——高端形象，洗脑——全球观念，洗手——两袖清风。最后是三力：体力——产品经营，财力——资本经营，智力——品牌经营。

（3）、木匠观点：走进大森林，无才不能用；经理过挫折和磨难的树，树纹更加美丽，因而更具有独特珍贵的价值。

（4）、三个金三角管理模式：企业文化金三角：国际观，名族情，中国心。品牌建设金三角：总裁教练，专业专注，本土沟通。经营模式金三角：企业文化，行业规则，连锁扩张。

**公司企业文化建设方案论文篇十一**

一、编制依据：

1、公司的企业文化建设工作计划，公司的文化理念;

2、公司现状和发展方向;

3、公司的发展战略规划和基本思路;

4、公司的主业及延伸产业、多元化产业发展现状;

5、地域传统文化。

二、指导思想：

实施文化营销、文化服务、文化管理等战略，打造胥城文化核心竞争力。

三、编制原则：

1、适应性：适应公司的企业文化建设规划、适应行业发展趋势，适应公司发展规划;

4、导向性：能结合实际，指导和引导胥城大厦的经营、管理、服务等工作有效的开展;

5、先进性：能最大限度的引导、激励员工自觉和积极参与企业文化建设活动，促进企业文化建设和员工的发展实现双赢的格局。

四、企业文化建设的三年目标：

1、：

(1)系统性地挖掘、总结、提炼形成胥城大厦的文化理念;基本做到管理制度与文化理念相适应;胥城文化理念和创元集团的文化理念相适应，把创元集团的管理理念输入到胥城大厦，实施胥城文化的整合，同时向社会各界利益相关者展示胥城先进的管理理念，创建文化的强势品牌。

(2)实施文化营销战略，策划“情满胥城迎世遗”等主题活动，在全国相关媒体、苏州报纸或网络媒体进行展示、宣传，形成社会传播效应，提升胥城的良性知名度和社会影响力，对胥城大厦营业收入的提升形成贡献。

(3)逐步赋予员工办公、生活等环境以胥城文化内涵。

(4)编发《胥城文化手册》;内容主要包括：发展历史、文化理念、胥城之歌、员工职业行为规范、员工社会行为规范、徽标及其解释、英雄生平介绍、优秀员工名录、服务案例、优秀员工典型事迹、社会知名人事下榻胥城的场景、获得的主要荣誉、大事记等。

(5)成为创元集团的企业文化建设先进单位。

(6)在评比最佳员工(范围扩大到包括临时工等)的基础上，开展最佳师傅的评比、进步最快新员工的评比。

2、：

(1)文化理念的培训和文化理念的故事化相结合，使广大员工能主动接受胥城文化理念并按文化理念的要求去工作，员工精神面貌有明显提升。

(2)策划一项具有文化内涵、促进品牌推广和营业收入提升的主题活动。

(3)实施“社会性员工职业生涯发展规划”。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn