# 企业文化演讲稿(实用10篇)

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-12-10

*演讲稿首先必须开头要开门见山，既要一下子抓住听众又要提出你的观点，中间要用各种方法和所准备的材料说明、支持你的论点，感染听众，然后在结尾加强说明论点或得出结论，结束演讲。大家想知道怎么样才能写得一篇好的演讲稿吗？下面小编给大家带来关于学习演...*

演讲稿首先必须开头要开门见山，既要一下子抓住听众又要提出你的观点，中间要用各种方法和所准备的材料说明、支持你的论点，感染听众，然后在结尾加强说明论点或得出结论，结束演讲。大家想知道怎么样才能写得一篇好的演讲稿吗？下面小编给大家带来关于学习演讲稿模板范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**企业文化演讲稿篇一**

同志们:

今天的这次演讲比赛,是我们耒阳联社贯彻落实省联社、市办会议精神,加强企业文化建设的一项重要活动,具有非常重要的意义.

这次比赛,是检阅和宣传我们耒阳联社企业文化建设,展示我们精神风貌的一次盛会.从比赛的效果来看,各部门、各信用社对这次比赛都很重视,对比赛作了精心的安排和准备,各位评委、全体选手以及工作人员为比赛倾注了热情,付出了辛勤的劳动.为此,我谨代表联社党委,向各位表示衷心的感谢!

刚才,20位选手精彩的演讲,有的侃侃而谈,就如何加强企业文化建设发表了自己独到的见解;有的娓娓道来,讲述了发生在平凡岗位上一个个感人的故事;有的声情并茂,向我们描述了对客服务过程中一幅幅动人的画卷.他们演讲的观点,为我们加强单位企业文化建设提供了很好建议.他们宣讲的事迹,集中体现了我们耒阳农信人“吃苦耐劳、勤恳敬业”的优良传统,体现了我们耒阳联社“敬业、责任、奉献、创新”的企业精神.通过这次演讲比赛,我们也发现了一大批优秀的基层员工,他们正与企业一同健康快速地成长,这为我们“树典型、立榜样”提供了鲜活的教材.通过这次比赛,我们不仅加深了员工之间交流,增进了感情,更增强了集体凝聚力和向心力.今后联社将开展更多类似的多层次的活动,为广大员工提供更宽广的舞台,有更多的机会表现自己,展示自己.

当前是我社转型发展的关键时期,各位都肩负着组建农商行,实现信用社科学发展、可持续发展的重任,我们要以加强文化建设为契机,不断增强责任感和使命感,为信合多做贡献.借此比赛机会,我向大家提四点希望:

一是富于理想,坚定信念.广大员工尤其是青年员工要志存高远,心系信合,将个人发展同信合的前途命运紧密相连,勇当信合科学发展的推动者和建设者.

二是求真务实,弘扬正气.广大员工要树立正确的世界观、人生观、价值观,要弘扬诚信可贵的意识,培养高尚情操,抵制各种诱惑,保持良好作风.

三是勤奋学习,扎实工作.信合发展日新月异.广大员工要适应信合形势之变化,持之以恒地加强学习,不断提高自身素养.要从大处着眼、小处着手,立足本职工作,摒弃浮躁情绪,强化服务意识,扎实做好每项具体工作,在平凡岗位上取得不平凡成就.

四是开拓进取,敢为人先.广大员工要增强创新意识和开拓意识,大胆推动业务创新、制度和机制创新,勇立潮头,成为改革的引领者和推动者.

谢谢大家!

**企业文化演讲稿篇二**

大家上午好！

今天，我很荣幸代表xxxx有限公司作为\"呼和浩特市最美诚信企业\"入选单位来参加这样一个隆重的颁奖仪式并作发言，感谢各位领导对我公司的认可、关怀和支持，给我们企业一个相互学习借鉴，营造倡导诚信发展这样良好的经营发展氛围。

人以信为本，业以信为根，诚信守法既是企业立足的根本，也是企业能够长期生存并发展的基础。汇嵘传媒是一个年轻的企业，能够在短短的3年里从一个传媒工作室发展成为集品牌推广、创意广告、活动策划、媒体投放等多业务模块运营于一体的专业传媒公司，拿到质城市媒体资源和项目，得到行业同仁们的认可，离不开\"诚信\"二字。我个人认为，真正有眼光，有格局的企业家们，绝不会以高昂的失信成本换取眼前的蝇头小利。我们不仅想把企业做好，做大，更要把企业做长久；我们今天能够有缘汇聚于此，是诚信之福，我们来日携手共进，走的也将是一条诚信之路！

\"诚信\"说来简单，笃行不易。就谈一个最简单的例子吧。汇嵘传媒的户外媒体屏幕之一——金翡丽led显示屏，在早期进行业务推广时，曾与一家品牌手机公司签订了一份广告发布合同。由于我们从业经验尚浅，对于同行业竞争限制的相关合同条款认识不足，按该合同约定，我们在该广告投放期间无法接收同类广告业务合同的发布，累计损失客户和业务远远超出该笔业务带来的收益。在面对业务损失和规范履行合约之间，我们选择了后者。不是不心疼，但我们更注重的是汇嵘传媒这个品牌的信誉，我们深知，不讲诚信给企业带来的负面影响不仅仅是防范成本的上升和潜在经营风险的加大，对行业经营的信心和规则的破坏是对企业发展更长久的伤害。我们相信，今天的损失，既是市场给我们成为传媒人上的第一节课，让我们认识到了市场竞争的无情和激烈，也为我们打出了一个响当当的行业口碑，你可以说我们这个团队不够成熟，但你不能说我们背信逐利，我们要打造一只专业的队伍，更要成长为一个正直诚信的企业。

汇嵘传媒成立至今，在呼和浩特和林格尔县中学和内蒙古师范大学累计捐资助学10余人次，每年端午、中秋、春节坚持组织公司全体员工到白庙子敬老院看完慰问孤寡老人，给他们送粮油米面，陪他们过节，我们不热衷沽名钓誉，而是想通过这样的方式，在员工的思想里播种善良、宽容、诚实的种子，把这种人与人之间最真诚的情感传播扩散开来，让这种精神融汇在我们的企业文化里，让员工自觉自愿的践行诚信于实际的工作中，这远比空洞的说教更能触动人心。从实际反馈的情况来看，也确实达到了我们所期望的效果。不诚信给企业带来的负面影响不仅仅是防范成本的上升，对行业经营的信心和规则的破坏是对企业发展更长久的伤害。不诚信给企业带来的负面影响不仅仅是防范成本的上升，对行业经营的信心和规则的破坏是对企业发展更长久的伤害。

今天在座的都是我市企业成员里的佼佼者，相信\"文明诚信\"也是大家的共识，在这样一份来之不易的荣誉面前，我们更加坚定了诚信发展的决心，并将以此为新的起点，积极地探索在当前经济形势下企业诚信发展的新思路，秉承\"创新诚信务实高效\"的经营管理理念，抓住当前新传媒与传统传媒深度融合的新机遇，充分整合质城市媒体资源，为企业与客户互利共赢打下坚实的基础，积极发挥汇嵘传媒作为优秀企业公民的责任和\"最美诚信企业\"成员的使命，以诚信对待客户，以诚信立足社会，以诚信谋百年发展。

建立文明诚信守法经营的行业风气，任重而道远，不是凭一人一家之力可以达成的。今天我们在诚信发展之路上努力迈出的一小步，他日必然汇聚成为社会诚信发展的一大步，正如这份荣誉称号所展示的，诚信的企业才是最美的，这份荣誉来之不易，对我们以后的发展前进有着巨大的推动作用，汇嵘传媒有决心也有实力在今后的发展过程中，将建立健全诚信培训体系，强化公司整体管理，建立完善的诚信对外机制，传播诚信经营理念，以实际行动回馈社会！

**企业文化演讲稿篇三**

为深入贯彻落实《国资委党委关于加强企业文化建设的指导意见》(以下简称《指导意见》)，充分借鉴日本企业文化建设的成功经验，进一步推进中央企业的企业文化建设，国资委组织部分中央企业及下属单位主管企业文化建设的领导和部门负责同志，于20xx年3月16日至4月5日赴日本进行了企业文化培训考察。

培训采取三种形式

一是听取专家集中授课。长崎大学神郡克彦教授讲授了《如何建立企业名牌》，神户大学黄磷教授讲授了《跨文化交流与管理》，经济产业省经济产业政策局铃木先生讲授了《推进企业履行社会责任的有关政策》等课程。

二是专题讲座。荏原制作所通过一个环保的典型案例介绍了企业的危机公关处理和文化创新;资生堂介绍了如何秉承福原信三的理念，几十年如一日，致力于企业形象的创造;丰田自动车株式会社全球化人事部小西工己先生介绍了《丰田之路与人才培养》;松下电器产业株式会社介绍了松下幸之助的经营理念和经营哲学;jr西日本铁道公司介绍了如何培训民营企业精神;金钢峰寺宗务总长土生川正道理事长介绍了日本人精神的形成;东京证券交易所介绍了企业统治的思路和原则;经济产业省玲木先生介绍了日本政府推进企业落实社会责任的有关政策。讲座中还采取互动式的讨论，进行深入研修，在交流和探讨中，既了解了日本企业的文化建设、人才培养等方面情况，同时又宣传了我国经济发展成就和中央企业的实力。

的基本特点和经验

通过这次学习考察，我们感到日本企业文化建设呈现出以下6个显著特点。

(一)积极倡导企业使命与社会责任相统一，为企业发展培育和谐的文化环境和氛围。

企业的社会责任是近年来世界各国企业界和理论界关注的热点问题之一。我们所考察的日本企业都把履行社会责任放在非常重要的位置，在企业文化建设中积极倡导，把企业使命与社会责任统一起来，成为日本企业文化发展的一个趋势。日本企业把履行社会责任放在突出位置，有五个方面的原因：一是从历史背景上看，18世纪近江商人就提出了“卖方、买方、社会”三方都好的理念;明治维新时期日本的企业明显地抱有一种“报德思想”，二官尊德提出“社德合一”，即“事业在自己得利的同时，必须给国家和社会带来实惠”。20世纪以后，松下幸之助等杰出的企业家又积极地倡导企业必须承担起社会责任，并于1956年召开经济同友会全国大会，通过了经营者必须自觉履行社会责任的决议。进入21世纪之后，经济同友会又把企业的社会责任提到了重要的议事日程，于20xx年5月改定通过了《日本经团联关于企业行动宪章》，提出了10条企业行动准则，使企业落实社会责任的工作进一步得到强化。正是由于长期以来一些杰出的企业家的积极倡导和实践，形成了日本企业自觉履行社会责任的文化传统，这一传统引领着日本企业的发展方向，使日本拥有一大批历经百年长盛不衰的企业，有力地促进了社会经济的发展，为日本跻身世界经济强国奠定了基础。二是从现实状况看，近年来，日本企业出现了一些丑闻，突出表现是对社会不负责任、做假帐、欺骗社会公众。如在东京证券所上市交易已有50多年历史的西屋铁道公司，违反有关规定，使公司股票80%掌握在特定人手里，利用员工假持股来逃避监管，欺骗股民达20xx年之久，这件事曝光后在日本社会造成恶劣影响。这一教训使日本企业充分认识到，在经营过程中必须以诚信负责的社会形象取信于公众和消费者，只有这样才能保证企业长期健康稳定发展。三是从企业面临的宏观发展环境看，随着世界经济一体化进程的加快，市场竞争日益激烈、公众维权意识日益增强，履行社会责任的状况日益成为衡量企业优劣的重要标准。四是经过长期实践，日本的企业家认识到，在当今人类的社会活动过程中，除了战争，工业企业的生产经营活动是占用社会资源最多、对环境影响最大的实践活动，企业在占用社会资源的同时必须给社会回报，以争取社会的支持与理解，为企业创造长远发展的环境。五是政府的大力倡导。日本政府把推进企业落实社会责任作为重要内容，由经济产业省具体负责推进和实施。如通过社会调查向企业提供社会需要等情报，对企业落实社会责任的情况进行监督等等。由于上述原因，日本的企业都很重视 将企业使命与社会责任统一起来，企业家们都清醒地认识到，只有站在履行社会责任这个制高点，才能赢得企业长期发展的良好环境，所以努力为企业发展创造和谐的社会环境和文化氛围。

日本企业在履行社会责任时突出强调五点：一是企业履行社会责任的最主要内容就是切实实现股东和雇员(员工)的利益。二是企业履行社会责任的直接外在表现就是为社会公众提供最好的商品和服务。三是在可能的条件下最大限度地促进所在地区和国家的社会繁荣。四是遵守法律法规，做到及时向社会公布企业信息，保证经营活动的公开和透明。五是把企业发展同造福人类、保护环境、建立循环型社会统一起来。如丰田公司1992年为了倡导“人类与环境和谐相处”的全新环保理念，专门设立了“丰田环境委员会”，制订了“丰田地球环境宪章”——《丰田对于地球环境的参与方针》，在此基础上确立了公司面向21世纪的未来战略——“制造亲近人类与地球的汽车”。为了落实这一战略，丰田公司不惜将年销售额的6%作为攻关资金，组建起1.2万人的庞大研发队伍，开始了“绿色”汽车的发明创造。经过长达5个年头的不懈努力和反复试制，1997年12月丰田公司推出了世界上第一款批量生产的混合动力汽车——先躯。它消耗每升汽油的平均行驶里程比一般汽油车至少提高一倍，污染物却减少了90%。

(二)把企业以人为本与员工以企为家统一起来，特别注重建设人企合一的发展团队。

我们考察的日本企业在企业文化建设中把企业以人为本与员工以企为家很好地统一起来，努力构建命运共同体，实现了企业和员工的共同发展。进入20世纪90年代以来，日本泡沫经济破灭，经济处于缓慢增长期，即使在企业面临各种困难的情况下，日本企业仍然坚持以年功制为主的分配模式，较好地保持了员工队伍的稳定，增强了企业的凝聚力。具体表现在三个方面：一是坚持“终身雇用制”、“年功序列制”等企业制度基本不变，努力做到不裁员，保持员工队伍的相对稳定，保持员工福利待遇基本不变;二是通过实施国际化战略，开拓海外市场，为员工发展创造更多空间;三是不断优化员工的生产生活环境，丰富员工的文化生活。如：大金工业株式会社是全球著名的商用空调和氟化工产品生产企业，在遭受亚洲金融危机严重冲击、企业经营形势日益严峻的情况下，一直坚持“力争作一个能够保证雇用的公司”这一宗旨，通过每年限量招工、实行内部转岗分流，对部分员工进行再培训，尤其是及时实施了国际化战略，把开拓中国市场作为战略重点，每年利润增长的10%来自中国，从而实现了企业和员工的共同发展。对大金工业株式会社坚持以人为本的经营理念、关注员工的利益、促进企业和员工实现共同成长的情况、1999年3月1日《人民日报》海外版对此进行了详细报道。

(三)努力做到文化传承与文化创新相统一，培育支撑企业实现持续发展的文化力量。

我们这次考察的日本企业平均寿命在40年以上，有的企业寿命长达120xx年。如：以生产高级化妆品著称于世的资生堂株式会社成立于1872年，至今已有133年历史，松下电器产业株式会社成立于1920xx年，至今也有87年的历史。探究这些企业长寿的原因，很重要的一点就在于，这些企业在不断开发适销对路的新产品、占领市场制高点的同时，非常注重文化的传承和创新，使企业发展既奠基在深厚的文化积累之上，植根于厚重的民族文化传统之中，又能适应时代变化，不断发展创新。体现在三个方面：一是很好地继承了民族文化中的优良传统，如协调配合的团队意识、注重建立和谐的人际关系等，并通过创新，把企业建成命运共同体、发展共同体和文化共同体。二是在文化的传承与创新的过程中注意形成相对稳定的“文化基因”，使之成为促进企业发展的精神财富。如：松下电器产业株式会社在松下幸之助提出的理念的基础上形成了“企业作为‘社会的公器’，在‘顾客第一’的基础上，实现‘日新月异’”的文化基因，又把“日新月异”转变为“坚持技术革新’的理念，以这种理念指导企业不断进行技术创新和开发新产品，使企业在激烈的市场竞争中始终处于不败之地。三是通过建立资料馆、纪念馆、展览馆等文化设施，使企业创造的文化成果得到了很好的保护，并通过免费向社会开放，使之成为与社会沟通的桥梁，充分展示了自己的历史和文化成果，达到了用文化提升企业形象的目的。

**企业文化演讲稿篇四**

有人说：社会是一个大舞台，看谁更精彩；还有人说：竞争是一套有氧健身操，能舒筋活络，谱写跳动的脉搏；我想说，先进的企业文化、优秀的服务理念，是企业的能量宝库，放飞激情，收获红红火火。

随着企业体制改革的进一步深化，企业已经进入了客户经济时代和品牌经济时代。近年来，集团公司深入开展企业文化建设，透过服务品牌征集活动，培育员工对服务理念的认同和遵从。透过开展学习型企业建立活动，努力培养员工的学习创新潜力，实现企业的知识化管理；将行业作风建设作为一项重要工作来抓，不断创新服务措施和服务机制，打造诚信服务品牌。作为客户服务中心的一员，大家在工作中同样无时不刻不在践行着“诚信水务、情润万家”的服务理念和“市民满意、政府放心”的价值观。

每一天，大家都要透过电话线，倾听着市民的意见诉求，感受着市民的喜怒哀乐。虽然素未谋面，水务热线却在大家与市民之间架起了畅通无阻的空中桥梁，铺起了浸润真情的服务快车道。大家与广大市民们心心相印，脉脉相连，一齐感受着他们的感受，快乐着他们的快乐，幸福着他们的幸福。市民遇到问题了，大家跟着一齐着急；问题解决了，大家跟着一齐高兴；市民打电话表示感谢，大家从心底里感到欣慰和自豪。然而，在工作中也并不总是欢笑，大家也有心酸、委屈甚至哭鼻子的时侯。俗话说：众口难调。当用户遇到问题后，或者由于素质原因，或者是着急上火，或者是对水务工作不了解，有的用户打起电话疾言厉色，有的不分青红皂白连声呵斥，连插句话解释的机会都没有，更有甚者恶言相向，破口大骂。作为一个女孩子，谁不是父母的掌上明珠、膝下宠儿，又几曾受过这种气？有时接完电话便不禁泪如雨下，心想热线这活也太难干了。可等情绪平静了，细想一下，又没那么生气了。

张总一再提醒大家客户永远是正确的，要求大家要学会换位思考。是啊，将心比心，谁遇到急事不着急？谁遇到麻烦不心烦？作为服务企业，作为送水使者，“上替政府分忧，下为群众解难”，这不正是大家的天职吗？只要用户喝上了放心水、满意水，只要用户能够安居乐业，大家累点、苦点都不算啥。不管用户如何，大家都要以不变应万变，那就是始终如一地以最优质的水为市民送去甘露，用最热情的服务，化解他们的忧愁，用最真诚的话语，拉近彼此距离，让他们感到温暖，感到水务的涓涓真情。这是大家的真情告白，更是大家的庄严承诺！

大家水务的企业文化是发展的、进步的，无所不在的。您看，那一套套代表整体形象识别系统是一种企业文化；一条条规范员工行为的制度是一种企业文化；一次次入村帮扶活动是一种企业文化……正是因为有了这强有力的企业文化做支撑，才谱写了水务这天的发展篇章。集团公司经历了三年大发展的光辉历程，所取得的成绩令人瞩目，让大家心潮澎湃，那是水务员工心与火的耕耘！诚如大家所言，水务是大家的家，大家都是这个家的亲人，工作多做一点没什么，休息时光少一点损失不了什么，脑子会越用越活，工作会越干越精。大家的员工就是这样互助互爱、团结协作的员工；大家的团队就是一个具有凝聚力、向心力的团队；大家的领导就是这样能够高瞻远瞩又极具亲和力的领导；大家的企业文化就是一种以人为本、底蕴深厚的企业文化！

朋友们，一个志存高远的组织已开启新的篇章，时代的脉搏把大家推向更高的起点：建设品牌水务，大家任重道远；畅想八个领先，大家激情满怀！让大家在“勇创大业、追求卓越”的企业精神指引下，尽情挥洒大家的才能和激情！让大家携手奋进，为共同建设“活力水务、品牌水务、和谐水务”而努力拼搏吧！

**企业文化演讲稿篇五**

尊敬的各级领导，各位同志：

大家好!

在百年中行历经风雨，再启新篇的航程里，和各位领导、各位前辈、各位同事一起交流如何弘扬企业文化，争做优秀员工，是我xxx，一个才进入中行工作3年的普通员工，最大的荣幸和最大的自豪!

众所周知，文化是一种精神力量，企业文化建设是立足自我，实现自我，积累财富，推进文明的过程。一个民族要发达、要振兴、要强大，就必须培育优秀的民族精神。一个企业要发展、要突破、要跨越，就必须培育优秀的企业文化。银行企业文化决定着银行的公众形象、社会定位及发展方向，在某种程度上说，银行企业文化建设决定了银行的竞争力，它是企业发展强劲的动力!

银行企业文化建设是一项系统工程，贵在知，重在行。那么作为一名中行人，我们应该怎样去弘扬企业文化呢?那就是人人以实际行动为客户提供精品服务，人人以实际行动争做优秀员工。所谓“精品服务”：“精”，就是一种挑战自我、超越自我的积极心态，使服务真正体现个性化、人性化、差别化的服务特色;“品”就是创造产品的品牌、服务的品牌，使我们的服务步入品牌化、标准化、系统化服务的新阶段;服务，就是要通过我们每一个中行人的言行举止，体现我们的企业文化精神，体现出我们中行人“追求卓越”的服务理念，体现出一个有所作为的员工的人生理想和追求。记得曾有一位经济学家说过：“不管你的工作是怎样的卑微，你都当付之以艺术家的精神，当有十二分热忱。这样你就会从平庸卑微的境况中解脱出来，不再有劳碌辛苦的感觉，你就享受到成功的喜悦。”

每个人都怀揣着一个梦想，梦想是我们的希冀，它引领我们奋发进取，踏平坎坷，品味成功。三年以前，我就怀揣着梦想进入了中行，通过自己的勤奋努力，我很荣幸地成为了一名理财经理。理财经理的是一支新生力量，中行为理财经理提供了梦想的平台，天高任鸟飞，海阔凭鱼跃，欣逢盛世，当有所作为。我选择了这一岗位，我的梦想那就是与中行一起飞翔。

既然选择了远方，就该风雨兼程。在工作中，我毫无怨言，勇敢地经受着每一次营销中的困难和压力，以坚定的意志，执着地追求着梦想。我不去想是否能够成功，我不去想未来是平坦还是泥泞，只要热爱工作，一切会在意料之中。

乘长风，破万里浪!各位前辈、各位同事，就让我们一起高举“诚信、绩效、责任、创新、和谐”的企业文化旗帜，努力拼搏，开拓创新，爱岗敬业，无私奉献，从我做起，用自己的青春和汗水为百年中行再添风采!

我的演讲完了，谢谢大家!

**企业文化演讲稿篇六**

尊敬的各位评委、各位领导、各位同事：

今天，当我们站在改革发展的舞台上时，年轻的我们想到了自己，想到了自己肩上的历史责任和使命，想到了如何让自己的青春更加美丽、闪光。

日子一天天过去，一路走来，一路感动，一路感激。

在单位，我开始了自己事业的旅程。挥汗如雨，那是盛夏劳动的果实;与同事们说说笑笑，我了解到另一种生命的体验，看到周围同事们一张张笑脸，终于明白原来平凡的岗位也可以产生无数喜悦，的确，对于企业的大多数员工来说，都是默默无闻的普通人，没有惊人的业绩，没有耀眼的光环，平时也许不善言辞，不说大话，从不认为自己能做出突出贡献，按时上下班，遵章守纪，努力工作，非常的平凡，也非常的普通。但是就是在这些普通员工身上我感受到一种敬业奉献的执着追求。企业的稳定、发展、壮大，归根结底是要靠这些人的，他们这些平凡人才是企业真正的中流砥柱。当这些平凡人肩膀上的责任凝聚起来的时候，就汇集成了整个企业的责任，使企业的发展顺利，稳定。感动在企业金字塔的底层，感动在真实中，感动在劳动中。

企业中的每个人都是这个大家庭中的一员，我们是国有企业，我们都是这个大家庭的主人，企业是我们的工作也是我们的事业。尽管每个人的职位、岗位、工种各有不同，能力有大有小，但我想只要不遗余力的奉献自己的智慧和力量，在把自己份内的事情干好的基础上，去尽量帮助别人，为企业尽到自己的责任，这就已经是对我们这个大家庭的最好报答了。

就我而言，自从我加入到这个企业以来，就将这个大家庭当成了我生存的基础，大河里有水，小渠才不会干涸;企业兴旺，员工才有可能受益。为了我们能够有一个持久良好的工作，为了我们能有一个美好的明天，我要努力奉献自己的每一份光和热。

一份职业，一个工作岗位，是一个人赖以生存和发展的基本保障，只有爱岗敬业的人，才会在自己的工作岗位上勤勤恳恳，不断钻研学习，一丝不苟，精益求精，才会为社会、为企业作出贡献。也只有爱岗敬业的人，才有可能成为企业的栋梁之材，希望所在！

爱岗敬业是一种精神。任何人都有追求荣誉的天性，都希望最大限度地实现人生价值。而要把这种理想变成现实，靠的是什么?靠的就是在自己平凡岗位上的爱岗敬业。歌德曾经说过：\"你要欣赏自己的价值，就得给世界增加价值。\"

爱岗敬业也是一种态度。美国总统肯尼迪在就职演讲时曾说过\"不要问美国为我们做了什么?而要问，我们为自己的国家做了什么?\"是的，不要问企业为我们做了什么?而要问，我们为自己的企业做了什么?当我们接到领导交办工作的时候，是讨价还价能推就推，还是尽职尽责努力完成不讲任何理由?当我们在工作中遇到困难和挫折的时候，是等待观望半途而废，还是自我激励攻坚克难无往而不胜?当我们自觉晋级升迁没有达到期望值的时候，是牢骚满腹怨天忧人，还是自我反省加倍努力厚积而薄发?现实中很多人尽管才华横溢，但总是怀疑环境、批评环境，殊不知，就是因为所持有的这种态度，才对他的进步和成长打了一个很大的折扣。

爱岗敬业更是一种境界。有句广告说得好：思想有多远，我们就能走多远。当我们将爱岗敬业当作人生追求的一种境界时，我们就会在工作上少一些计较，多一些奉献，少一些抱怨，多一些责任，少一些懒惰，多一些上进心;有了这种境界，我们就会倍加珍惜自己的工作，并抱着知足、感恩、努力的态度，把工作做得尽善尽美，从而赢得别人的尊重，取得岗位上的竞争优势。

企业为我提供了生存、工作和学习的土壤，我应为它的安宁、和谐、和发展尽微薄之力，因为我是其中的一员。企业是我的家，我只有努力奋斗，团结工作，才能创造我们企业美好灿烂的明天，同时我的人生也会随着企业的辉煌而灿烂。

我的演讲到此，谢谢大家！

**企业文化演讲稿篇七**

各位领导、各位同事大家好!

自从我进入钢运公司，细细数来也有三年有余。在这不长不短的日子里。我们有奋进、拼搏!从而迎来了无数次默默在内心里的感恩。

我是一个普普通通的钢运人。是的，无论时光怎样流逝，感恩的心情永存;无论日子怎样翻页，感恩的行动永续。几年过去了，钢运公司依然焕发出勃勃生机，我们用实际行动创造着钢运的美好明天，不服输的钢运人始终没有停下前行的步伐，用更加坚定的信心去回报着钢运公司。

在钢运公司工作的这些日子里，我们得到过同事，朋友，亲人的帮助，关心。首先感谢父母给了我们这一次生命，让我们能来到这个世界活过一次;感谢老师，教给了我们知识。让我们成为一个有用的人;感谢朋友，给予了我们友谊，让我们的生命旅程不再孤独;感谢坎坷，让我们在一次次失败中变得坚强;感谢对手，让我们使自己不断完善自己不断朝前进步;感谢钢运公司，给我们展现自我的平台，实现自我价值。面对命运的不公，我们没有埋怨，没有退缩。每个人用自己的方式来顽强地生活，用爱来回报这个世界。

最让我难忘是上次到长河度假村的那次军训，让我为之振憾，当钢运人用那一双双炽热的双手驾起一座桥梁把我们安全的送到彼岸时，那是怎样的一颗颗滚烫的心。虽然他们的手臂被踩红了，但他们没有怨言，没有气馁。始终咬着牙关挺过来，那一刻，全场鸦雀无声，我的心真的被感运着。

感恩，让我们的世界变的温暖。让我们的信心自信，面对现实中的你有什么天平的失衡?你还有什么不满和牢骚?当你用感恩的心情去生活，去体验的时候，你会发现天也这般蓝，树也这般绿，生命是这般美好!那么就请你心存感恩和我一样感受世界的美好。

我是一个平凡的“置业顾问”，但我有自己的光芒。我不妄自菲薄，也不骄傲虚俘。我静静地在自己的位置上。默默地散发着光和热。

就象一首歌《感恩的心》感恩的心感谢有你，伴我一生让我有勇气作我自己……

**企业文化演讲稿篇八**

尊敬的各位领导：

大家好，我是来自人力资源部一名员工名叫曹xx，我演讲的题目是“让企业文化融入员工心中” 。

很荣幸今天能够站在这里给大家一起分享我对公司企业文化的理解，我是xx年xx月份进入公司，到现在已经整整两年了，当初来的时候也是一名一线员工，和许多刚毕业的大学生一样，对于企业文化的认识，也只是认为这只是每个企业都会有的一种文化形象，可有可无，没有什么作用。后来我调入公司工会，然后又兼职做培训工作，渐渐的我才发现，企业文化对一个企业发展的重要性，他不仅仅是一个简单的一个符号，更是推动企业健康发展的一种内外兼具的不竭动力。

xx年7月份我调入工会工作，在从事日常的工作中我切身体会到了自己的工作性质与企业文化之间的关系。而我们每一个文化活动的开展都会站在员工的角度去考虑，让员工在活动中感觉到舒服和欢乐，让他们在一天忙碌的工作之后能够尽情的享受一种轻松愉悦的的企业文化氛围。评选先进、表彰劳模，利用我们的文化宣传兰和中铁报等平台大力宣传劳动模范及其他各类先进人物的优秀事迹，推广其思想精神，从而在职工群众中产生“见贤思齐”的激励作用，给员工一种积极的正能量。最终将这种人文精神延伸并与企业精神相结合使其传承给每一个中铁人。

每当我在给新员工做入职培训的时候，我都会一直会提到这样一个问题，你为什么来中铁，当然了很多新员工也会给出标准答案，我想大家也能猜到标准答案是什么，就是两个字“挣钱”。大白话就是养家糊口，答案没有错，因为我们工作的第一原因就是养家糊口，但是几乎没有人能回答出我想要的答案，哪怕是虚伪的，我在问他们如果公司给员工一个月4000元大家觉得够不够，他们说不够，给一万，他们也觉得不多，的确，谁都想拿高工资，但为什么有的人拿得多，有的人拿的少那？我个人认为有两个原因：一个就是个人价值没有与企业价值观融合在一起并将其体现出来，第二个就是自己没有一个清晰的目标并将其与企业的目标统一结合，你说你工作没有目标，自身价值没有体现出来没能给公司创造更多的价值，你工资能高吗。其实我问他们这个问题就是要告诉他们进入一个企业后要将自己融入到整个企业文化中，将自己的目标和企业的目标有机统一起来，朝着一个方向前进，这样你才能实现自己的人生价值。

可是有的人并不这样想，他们觉得自己做好自己的工作就行了，不用去实现自己的人生价值，每当遇到这样的一些人我都会给他们举三个例子：一个是年轻人，一个是中年人，一个是女同志，对于年轻人我会给他们说你今年20多岁刚来中铁但是你在工作中雷厉风行，精益求精，怀着一颗感恩奉献的心，三年以后你不仅工资翻倍，年龄也正好，再加上小伙还不错，姑娘们一定都喜欢的一个个都排着队追你，到时候不仅钱的问题解决了，个人问题也解决了，一举两得多好啊！可是年龄大点的师傅们要说了，我挣这点钱就行，没那么大目标，我个人问题不用解决，国家也不允许娶两个媳妇！话是没错，可是你们家里没有子女吗，他们不上学吗，现在的上学费用多贵啊！很多家庭辛辛苦苦半辈子，不够孩子大学一年的花销，那女同志又觉得没必要了，我一个女的找个有钱的，对我好的嫁出去就行了，也对，但你一想，我虽然是女人但是生活中一定有吵吵闹闹的时候吧，如果你比你老公有能力，一旦和老公吵架，咱财大气粗，男人他还不乖乖的听你的话，你看在家说话也有分量，垂帘听政也行，所以我在给他们做培训的时候就会告诉他们不管你是那类人都有必要给自己定一个工作目标并将这个目标与企业目标和价值观相结合，从而达到自己的目标，实现自己的人生价值。

虽然我从事培训工作的时间不长，但是我觉得作为一个企业内部培训讲师再给新员工做培训的时候就是要让他们在进入企业的第一步，能尽快的熟悉企业的文化，摆正自己的工作态度，领略企业精神，和理解企业价值观，让“责任赢得尊重，劳动创造价值”的企业价值观铭记于他们的心中，能给他们一种“家”的感觉，让他们不会感觉到陌生，在给老员工培训的时候除提高他们知识技能的之外，更要传授给他们一种科学、高效和精益求精的工作做风。

自从公司实施“精益管理”以来，全公司上下都在做精益，学精益，精益从心开始，改善从我做起”的标语也随处可见，并深入到每一个中铁人的心中，在做精益改善之初，我总觉得我们每天在做2s整理，整顿，就是所谓简单的打扫一下卫生，把自己的工作区域打扫收拾干净了就行了，可是后来我才明白，“精益管理”并不是简单的整理，整顿。将工作区域进行整理整顿只不过是一个小小的开始，为的是形成一个持续改善的良好习惯和创造一个舒适，优美的工作环境，而精益的最高境界则是在思想管理和创新意识上进行变革和提升从而运用到工作中，将工作做到低成本，高效率，高收益。其实我认为精益改善离不开优秀的企业文化，如果每一位员工都能以一种企业主人翁的态度，兢兢业业的对待自己的工作，把自己的融入到企业文化中，有一种“”爱中铁，做贡献，干成事，出亮点”，的工作热情，把企业的事当成自己的事，我想如果每名员工都能做到这些，对自己的思想和创新意识进行变革提升一下，我想精益管理也会深入人心，持续改善也会更有效果，我们的企业也一定会在不断改善和变革中不断强大，我们每一名员工也会因为自己身为一名中铁人而感到骄傲和自豪。

在工作中存在这样两类人，一类就是“驴推磨”，一类就是“倒骑驴”前者是你告诉他做，他才去做，后者是你告诉他做，他也不做，久而久之，就会不进则退。这两类人占了很大一部分比例，但是只有百分之20的人创造了百分之80的价值。

这就需要通过构建完整的培训体系来使全体员工了解企业理念是什么，如何将企业理念与自己的实际工作结合起来。

从企业的层级别来看，高层需要了解企业文化的本质、与传统文化的关系、与战略、核心竞争力的关系、如何实施文化变革等内容中层的侧重点在于如何在领导下属、实施考核、团队建设中体现企业文化，即企业文化与管理技能的结合，没有优秀的领导技能就无法传扬公司的文化，而基层人员则更需要理解本公司的企业文化理念，以及如何把在工作中体现出企业文化；新进人员需要认识公司的历史和文化、先进人物事迹、行为规范等。由此可见，如果没有针对性，实行大锅烩式的企业文化培训，往往没有效果。

**企业文化演讲稿篇九**

尊敬的各位领导，亲爱的各位新旧同事们，大家晚上好！转眼间，岁末将至，xx年又快过去了，此刻窗外寒风凛冽，屋内却洋溢着暖融融的微笑，这就是咱们星湖的文化氛围啊。今天，我非常荣幸能站在这里和大家一起分享我对咱们企业文化的一点点感想。我的演讲题目是：

塑个人修养扬企业文化

众所周知，咱们星湖的文化生活是多么的多姿多彩，而我今天想说的企业文化，可还不仅仅是那一条条企业文化标语，也不仅仅是那一期期高质量又紧扣企业时事的小报，也不仅仅是为咱们星湖夺得累累荣誉的歌舞队；更不仅仅是那年年多次举办的各种异彩纷呈的文娱活动，我想说的是咱们每一个星湖人。

也许有人会说：我只是为了生存打工而已，企业文化的事儿与我无关。这可就大错特错了，一个企业的真正文化是体现在企业中每一个个体身上的，您，我，他，就是咱星湖的一扇扇窗。当面对着广大客户、竞争对手甚或全社会时，我们每一个人都代表着星湖的形象，每一个人都是活招牌：一个星湖员工的得体表现会给客户留下美好的印象与长期的信任，这比让他看大量华丽的文字图片广告更有效，相反，只要一个员工的一个不当举动甚至说错一句话，就会破坏掉几万或几十万昂贵广告在客户心目中建立的好印象。而当作为一个自然人面对社会时，咱们每一个人就代表着肇庆的形象，广东的形象，中国的形象：当然，一个城市、一个国家的文化，可以从书中网络上详细地系统地了解到，但是，真正对文化感兴趣的人们往往喜欢深入这个城市、这个国家，通过观察这里的人去了解他们的文化。举个例子，前两天，收到一封来自欧洲朋友的长长的e-mail，怀着对中国文化的兴趣，他刚刚结束了两个月的中国行程，他详尽的叙述着他一路的趣闻，其中提到一个细节，他说，中国人好象很不喜欢等待，无论是在火车站、地铁站还是人行横道等各种公共场合，人们总似乎习惯性地迫不及待地推啊挤啊，总要越过那规定的线，这令他感觉非常奇怪。虽然我对祖国的大好山河与悠长的历史充满自豪，但他无意中提到的许多细节的确令我汗颜。是的，我们拥有着五千年的文明，这片土地积淀着悠长的历史文化，可是，那毕竟都是过去的辉煌，如果咱们中国人自己不去咀嚼她，吸收她，然后将这种文明、这种文化活生生地展现出来的话，这五千年的文化也只能是个博物馆，静静的在那里陈列而已。只有将咱们自己的文化融入骨髓，再活生生地展现在世界面前，五千年的文明才能焕发青春，咱们国家才能不断强大，真正受人尊重。

而当我站在这里，面对着咱们星湖的这个大家庭，回顾着我在星湖走过的五岁春秋时，我感到无与伦比的自豪，因为我深深的感觉到，星湖的企业文化，团结、自强、求实、进取，不仅仅是纂刻在星湖的大门口，更已深深地渗透进了在座每一个星湖人的血液里：当我刚刚走进星湖时，每个领导、每个员工都耐心地给我无私的帮助，让我能迅速适应；在我身边有许许多多的星湖员工不仅在工作岗位上勤学苦练，更自发地利用工作之余上夜校、电大继续攻读或积极参加各种考试，努力使自己得到全方位的提升；在工作中，我也一次又一次地被我们星湖员工认真细致的工作态度所感动，每一页记录他们都要一遍遍不厌其烦地复核复核再复核，每当有所发现，即便是对领导，他们也会严肃认真地提出来；每当有新任务新挑战时，尽管也许有些人年龄稍大学习吃力，尽管有些人家里还有很多事需要及时处理，我们那些可敬的员工们总是能克服困难，加班加点，努力进取，既能保证正常的生产经营任务，又能出色地完成新的任务。星湖人总这么认为：新的挑战就是新的机会，是充实自己、提高自己的好机会。就这样，凭着这股干劲，凭着团结、自强、求实、进取的精神，星湖人跨越了一个又一个难关，取得了一个又一个胜利；也正是凭着这种精神，星湖人征服了一个又一个市场，赢得了广大粤宝客户的信赖与支持。

星湖的文化就这样通过星湖人自身潜移默化地影响着周围的人，并且形成一股力量感染着每一个人，使我深深地感受到，我们必须持续不断地提升、塑造个人修养，包括知识、技术、良好的习惯和坚韧的意志，使团结、自强、求实、进取的企业精神不断得到发扬，蔚然成风，这样，必将形成一种强大的力量，成为星湖跨越式发展的强大动力，生生不息的动力。朋友们，相信我们自己，星湖朝阳是靠每一个星湖人的双手擎起的，只要我们不断提升自我，明天的朝阳将会更加夺目绚丽！

**企业文化演讲稿篇十**

尊敬的各位领导，亲爱的同事们：

大家好！

“人是要有一点精神的”。汪氏的企业格言中有两句话道出了汪氏人的心声：“人生追求的最高境界是精神追求，企业经营的最高层次是经营文化”，这是汪氏企业文化的精髓，体现了汪氏的理念、追求和境界，是汪氏致胜的法宝。

企业文化是“灵魂立法”，它既是企业的灵魂和潜在生产力，又是企业生存和发展的动力，更是企业立足市场的源泉。

企业文化对内是一种向心力、对外是一面旗帜，文化经营是汪氏的至高境界。

汪氏文化是号召力。汪氏创业二十多年，从无到有，从小到大，从弱到强，凭着创业者的魅力和胆识，吸引了无数忠心耿耿的精英和执着的追随者，怀着雄心和信念，焕发着燃烧的斗志。无论是挥汗如雨、不辞辛劳，还是摸索前进，永不言败，抑或是展望未来，只争朝夕。因为我们心中有坚定的信念，相信企业是有前途，员工是有希望的，企业一定会做强做大的，汪氏文化对汪氏人是巨大的鼓舞和号召。

汪氏文化是凝聚力。多年来，一个个鲜活的事例，一件件感人的事迹，一串串生动的画面，构成了汪氏文化的丽景，结晶出来今天的汪氏文化，如：汪氏就是学校、沟通贵在真诚、服务关注细节、共创财富、公益社会……润物细无声，当你踏进汪氏，一些有声无声的事物向您展现着企业文化，汪氏文化是如此深入的体现在每一个细微之处。您看，那一条条规范企业与员工行为的制度、一次次回报社会的公益活动、一套套代表整体形象识别系统……企业文化无处不在，处处展示着汪氏精深的力量、精巧的构思、精密的策划、精确的运作。所有这一切都证明了汪氏是这样一个充满温情的、充满人性的大家庭；我们的团队是这样一个具有凝聚力、向心力的集体；我们的领导是这样具有亲和力、英明决策的领导；我们的员工是这样互助互爱、团结协作的员工；我们的企业文化是这样以人为本、精诚团结的文化。

汪氏文化是创造力。无以点滴，何以江海；不积跬步，何致千里？正是文化的博大精深和包容万千之功效，推动企业长期稳定、高速发展。汪氏搭建员工实现个人价值通向成功的平台，不断激发我们的工作激情，使大家具有强烈的创造、创新欲望，员工竞争意识、危机意识、奉献意识明显增强，上下致力于新思想、新观念的形成，推动着汪氏不断前进。资源的优化整合、业绩的稳步攀升、多元化格局的形成、核心竞争力的确立，等等，无一不是汪氏人不断追求、不断创造、不断更新、不断超越的结果，描绘着汪氏文化的宏图。

一艘航船的顺利航行是一个舵手的成功，一个企业的成功是一个激情团队的成功。在汪氏的团队中，我们紧紧地拧在一起，我们是一道闪电、一束火绳；我们紧紧地聚在一块，我们是整个太阳，整片天空；我们紧紧地站在一处，我们是铜墙铁壁；我们携手并肩，笑傲江湖。今天，我们用实践行动证明了我们是独一无二的，是无法取代的；明天，我们将自豪地向世人召示，我们的汪氏、我们的精诚团队以及我们的企业文化同样是独一无二的，是无法取代的。

汪氏文化就是一种生产力！更是一种先进的生产力！“汪氏”，一个响亮的品牌，“汪氏”，中国蜂业的缩影，一种博大精深的企业文化，它的未来更加辉煌，汪氏，是“客户的汪氏，员工的汪氏，社会的汪氏，国际的汪氏”。

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