

某公司企业文化管理制度

1 目的

为了有效的维护企业文化的执行，加强员工对公司企业文化的认知程度，把企业文化推上公司战略管理日程，特制定本制度。

2 适用范围 本制度适用于对公司企业文化的执行管理。

3 职责 公司所有员工负责本公司企业文化的维护和贯彻执行。
总经办负责相关企业文化宣传栏内容提供及更新。

各部门主管负责本制度的确认执行，总经办负责本制度的编制、审核、监督执行。

总经理负责本制度的批准执行。

4 定义 企业文化：包括企业物质文化、企业行为文化和企业精神文化。
企业物质文化层：包括企业器物、企业标识、生产环境、生活环境等构成的器物文化。
企业行为文化层：包括企业制度文化、企业目标、企业文化活动等以动态形式存在的文化。

企业精神文化层：包括企业的核心价值观、企业精神、企业道德等在生产经营中所形成的企业意识。

5 具体内容

5.1 企业物质文化管理

5.1.1 企业器物

5.1.1.1 企业产品

产品以市场为存在前提，产品的存在价值体现了企业精神。以品质取得信任，以品牌提升价值，以创新制造差异，以成本赢得竞争。公司全体员工应以保证产品质量为己任，不断提高企业竞争力。

5.1.1.2 企业生产资料

（设备设施管理）

5.1.2 企业标识

企业名称：*****有限公司

企业商标：*

内部刊物：《**通讯》

5.1.3 工作环境

公司是我们工作生活的家园，我们应该注意保护我们生存的环境，爱护他，才能让大家在一个干净、宽松的环境里快乐的工作。

在公司我们是公司整体形象的一部分，在社会我们每一个员工都代表着公司的形象。我们每一个员工都应该维护公司荣誉与利益，并保持公司的整体形象。这都要求每一个员工从我做起，从小事做起。具体员工行为规范见相关管理制度。

5.2 企业行为文化管理

5.2.1 企业制度有：行政办公管理制度、财务管理制度、营销管理制度、技术管理制度、生产管理制度、企业文化建设管理制度。

5.2.2 公司各种规章制度是企业文化执行的基础，是企业文化得以贯彻实施的基本保障，公司员工应该严格遵照执行，若有违反，按相

关规定予以处罚。

5.2.2 企 业 目 标

至 2008 年公司实现产销*亿元，利润*千万元，员工平均收入达*万元。

5.2.3 企业文化活动

每年举办一次文体比赛活动，每年选 20%的员工于国庆长假期间外出旅游一次，每年举行一次技术、技能大比拼活动、每月从基层一线推荐 10 名员工与干部进行思想交流。

5.3 企业精神文化管理

5.3.1 企业核心价值

经营理念：随需而变、把握现在、成就将来。

产业理念：以同心多元化为向导，快速壮大行业竞争能力。

管理理念：制度约束，简化流程，消除浪费。

质量方针：忠诚的服务铭记在心，质量的改进永无止境。

营销理念：对内互为顾客，对外顾客至上，推行全员营销工作。

5.3.2 品牌管理：品牌就是价值。公司目前已具有一定的品牌知名度，加强我们企业的品牌管理已是当务之急。只有通过每一位员工孜孜不倦的努力、持续不懈的创新，为我们的品牌注入新的活力和价值，提升企业的整体形象，才能充分发挥品牌的市场影响力和号召力，以无形资产驱动有形资产，从而增加企业的经济效益和社会效益。全公司必须在品牌形象设计、规划、实施推广方面保持高度一致，具体操作见相关管理制度。

5.3.2.1 质量、服务管理：质量就是信誉。质量保证是产品得以在市场占一席之地的最基本保证，今天的质量就是明天的市场。质量保证是我们产品的最好代言人，那也是我们一直努力追求的目标。服务是我们企业外的一个窗口，是我们公司整体形象的体现。如果一个公司有好的产品但是没有好的服务质量，那必将在不久的将来走向消亡。所以一个公司的产品质量与服务质量是保障企业长期发展和创立名牌的前提条件。可靠稳定的质量和优越的服务性能是市场竞争力的关键，也是企业持续发展的动力。全体员工应对产品质量检测严格把关，对我们的服务质量提高要求，才能让我们的产品质量、服务质量持续保持在一定高度，为我们的企业持续发展做出我们最基本的贡献。具体操作见相关管理制度。

5.3.2.2 质量就是信誉，服务就是生命，品牌就是价值，市场就是先机，环环相扣，相互关连。这也是我们公司企业文化当中非常重要的一环，是我们企业得以持续发展的基本保障。

5.3.2.3 生产理念：在有效的成本控制下，在提高员工工作效率，加强生产技术和生产效率的同时，实施对生产过程中安全的全面监控

和安全关键设施的建设和维护，是我们生产控制的基本步骤。如何有效的降低管理成本和生产成本是管理部门的首要职责，当然必须在保障员工合理待遇的基础上降低成本。加强岗位技能培训是加强生产技术和生产效率的有效办法，同时也是控制生产成本的可行方法。坚持安全生产，是我们公司一直坚持的基本原则。

5.3.3 企业文化宣传

企业文化宣传栏是公司对内对外的窗口，也是公司员工了解公司动态、决策的窗口。“总经理致词”

体现了总经理对公司过去的总结，对公司未来的规划以及对公司员工的期盼。由公司总经理负责提供，并每半年调整一次。“公司简介”是对公司发展情况的基本介绍，是让新进员工以及外来人员了解公司的一个窗口，由总经办负责提供，并每半年调整一次。

“公司大事记及荣誉”是公司发展历史的记录，是员工荣誉感的源泉。由公司总经办负责记录并提供，并每半年更新一次。“理念识别（MI）”即公司宗旨，是公司发展及行动的指导原则，是公司的战略发展目标也是公司和员工共同追求的方向。由总经理及总公司总经办和相关人员负责提供，并根据公司相应阶段的发展目标及时更新。“公司组织架构及人力资源一览表”是公司的基本架构及公司的基本人员情况，也是新进员工了解公司、熟悉公司的一种渠道，由公司核心领导负责制定，并根据公司人员变动情况更新。

“公司动态栏”是关于公司近期发展目标及规划，以及公司高层决策基本情况的体现，是公司所有员工了解公司决策，制定自我工作方向的一个基准。由公司总经办负责提供并及时更新。“通告、通知栏”是公司最新的决议事项，是员工及时了解公司相关政策、决定的通道。由公司总经办负责提供并及时更新。“典范标榜人物”是公司对优秀员工的一种肯定，同时也是公司新老员工工作的动力以及目标，是对所有员工的最好激励。

“培训专栏”

是公司增强员工素质，为员工职业生涯发展进行规划的最直接体现，也是员工自我发展所迫切需要的。由总公司企管部负责根据部门及公司培训计划拟定，通过培训专栏，让员工了解培训内容的概况，并号召员工积极参与。具体参加培训人员名单由各部门主管负责人、公司总经办以及总公司人力资源部拟定。培训专栏内容每半月更新一次，由总公司企管部协助公司总经办更新。“文化活动栏”是公司发展员工业余生活，提高员工积极性，加强员工生活质量，促进公司与员工之间的沟通的最好途径。例如公司的厂庆、春游会、定期的文娱活动、春节聚餐活动、员工生日庆祝会等，由公司总经办拟定活动的时间安排及具体实施计划，经总经理批准后，安排全体员工参加，活动内容应有创新，吸引员工踊跃参与。内部刊物《**通讯》是员工了解公司，公司了解员工的最好园地，也是公司对外整体形象的完美体现。由集团公司企划科采取内部征文的形式收集文稿，可以是员工对公司建议、感悟或者从其他书籍或报刊上收集的，经适当修改、排版后做出初稿。经总经理批准后印制发行。“政治新闻”、“时事”、“体育、娱乐”是员工了解国内国外新闻、时事的途径，同时也是为员工提供休闲的一种方式。由总经办负责提供相关的报纸、书刊供员工阅读。

网络宣传是公司对外形象宣传的方式，在信息高速发展的现在，网络宣传已经成为每一个公司企业文化宣传不可忽缺的一部分。同时网络也可以作为员工与高层管理者交流的一个通道，我们可以设置总经理与员工交流版，员工可以用不计名的方式提出自己

的一些想法和建议。以上由公司总经办负责策划并实施。 企业标识：企业标识代表着一个公司的形象，我们要做到客户看到我们的标识就知道我们的公司，知道我们的品牌。这也是视觉识别中最重要的一部分，具体操作参见相关管理制度。

5.3.4 企业精神文化层 5.3.4.1 企业宣言：****5.3.4.2 企业精神：
****5.3.4.3 企业目标：****5.3.4.4 企业宗旨：****5.3.4.5 经营法
则：****5.3.4.6 经营理念：****5.3.4.7 服务宗旨：****6.0 本制度相
关支持文件：公司所有制度文件。

XX 企业文化手册

XX 集团

目 录

序.....	3
XX 集团形象宣传语.....	5
形象宣传语标准图形.....	7
XX 集团核心价值观.....	6
XX 集团经营理念.....	8
XX 集团经营战略	11
XX 集团管理模式	13
XX 员工行为准则	16
编后语	19
附录：XX 大事记	20

序

XX

集团涌现于中国市场经济改革与发展的大潮，成长于中国大众生活品质不断升级的洪流，成就于全体员工 20 多年来持之以恒的创新创业和团结拼搏，由此成为中国最具影响力的家电企业之一。

经历了家电行业变化风云和集团企业整合重组，把握着中国全面建设小康社会中新一轮消费升级和产业发展的战略机遇，XX 集团已经启动了以新理念、新机制、新技术、新业态和新管理再造全新 XX 企业的进程，正在实施着“二次创业”宏伟战略蓝图。我们对企业的未来发展充满必胜信心，我们为再造更具竞争优势和可持续发展能力的新企业正在不懈努力。

进入 21 世纪，世界企业之间的竞争潮流已然从以往的产品竞争、技术竞争层面变迁演进到文化竞争的更高层面，企业文化被认知为企业核心竞争力的支柱。没有文化的企业是愚蠢的企业，这样的企业是注定没有生存与发展空间的。我们 XX 集团从来就不属于这类企业。恰恰相反，XX 集团一贯把引领大众生活潮流、服务国人时尚消费作为自己的神圣使命，从来就是以抢占产品、技术、市场乃至企业文化的制高点，进而打造国际化一流企业作为自己的不懈追求。

XX 集团在 20 多年来市场浪潮的洗礼和企业发展的磨砺中，逐步建立了自己独具特色的企业文化体系。我们的“和商精神”、“市场竞争道德自律”、“零缺陷管理”等在全国享有美誉，产生过巨大的影响。但是，面对飞速变化的时代，一个企业必须与时俱进，她的企业文化也必须与时俱进。当我们开始“再造新企业”之

时，“重塑企业文化”乃是势所必然。根据 XX 集团在再造新企业进程中已经发生并将要发生的投资、经营、管理等崭新变化，基于 XX

集团当前“二次创业”和未来永续发展的需要，为重塑 XX 集团企业文化，打造企业核心竞争力，在集团员工集体智慧和专家研究的深厚基础上，我们提出了《XX 企业文化手册》。

这本《手册》是 XX 集团各成员企业和单位共有的企业文化准则与规范，具有统一性和指导性，集团各成员企业和单位共同遵守、共同维护、共同使用，使 XX 的企业价值观、经营管理理念及其规范与要求在每个 XX 集团员工中植根于心，实践于行，以发挥对内凝聚各方力量、对外提升整体形象的作用。

我坚信，XX 人必将在再造新企业的崭新发展中焕发出更大的创业激情，显示出卓越的创新精神，展现出超凡的创造业绩，在 XX 企业文化的引导下，一定能够使我们的企业不断走向辉煌。

XX 集团董事长兼 CEO

仇旭东

2005 年 1 月 10 日

企业形象宣传语

时尚生活 XX——Royalstar

释义：“Royalstar”——王冠之星（英文意译）。

推动时尚生活潮流是 XX 的使命，

提升大众生活品质是 XX 的追求，

再造国际化新企业是 XX 的目标。

2 “ ROYALSTAR ” ----- “ 王 冠 之 星 ”

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/376201151045010204>