
厦门银鹭企业文化内部传播策略研究

目录

1 引言	1
2 企业文化的理念	1
2.1 关于企业文化的界定	1
2.2 企业文化的组成部分	2
2.3 企业文化特征研究	2
2.3.1 诚信	2
2.3.2 “以人为本”	2
2.3.3 分享文化	3
3 厦门银鹭公司企业文化内部传播现状	3
3.1 厦门银鹭公司介绍	3
3.2 厦门银鹭公司文化建设历程	3
3.3 厦门银鹭公司文化建设现状调查分析	4
3.3.1 精神文化层建设现状调查分析	4
3.3.2 行为文化层建设现状调查分析	6
3.3.3 制度文化层建设现状调查分析	7
4 厦门银鹭公司文化内部传播的问题	8
4.1 管理者不关注企业文化创建	9
4.1.1 企业文化策略制定认识不足	9
4.1.2 缺乏长远发展的观念	9
4.2 企业文化建设缺乏系统理念	9
4.2.1 缺乏战略规划体系	10
4.2.2 绩效评估指标单一	10
4.3 企业文化建设措施形式化	10
4.3.1 企业文化建设留于形式	10
4.3.2 企业文化建设平台缺乏内容	10
4.4 企业文化建设制度不完善	11
4.4.1 缺乏文化评价和激励	11
4.4.2 制度更新与企业实际脱节	11
4.4.3 绩效考核制度不完善	11
5 厦门银鹭公司文化内部传播改进对策	11

5.1 加强重视企业文化建设	11
5.1.1 制定符合企业实际的战略目标	11
5.1.2 制定明确目标，提升宣传力度	12
5.2 构建系统的企业文化建设体系	12
5.2.1 完善员工个人发展规划	12
5.2.2 丰富企业文化建设内涵	12
5.3 企业文化实践和理论建设相结合	13
5.3.1 企业文化实践和理论建设相结合	13
5.3.2 找到符合企业特征的切入点	13
5.4 完善企业文化建设制度	13
5.4.1 完善企业文化建设制度	13
5.4.2 完善企业绩效考核制度	14
5.4.3 开展多元化企业文化建设活动	14
6 结 论	14
附录	15
参考文献:	17

1 引 言

目前世界处于网络迅速进步的状况中，公司面对着更为剧烈的竞争，同时存在着其余更加良好的机会。公司的运营是不是可以实现最终目标，不光受到发展策略、运营以及管理观念等各个层面的影响，同时，本身的企业文化也会对其产生重大作用。企业文化在一个公司当中，往往是至关重要的，缺乏自身企业文化的公司其运营状况通常也处于不让人满意的状态，公司当中的职员会感觉缺乏价值感以及认同感，处于这种状况当中的公司一般都不会在市场当中存在很长时间(陈佳宁，李嘉琪，王婉娜, 2022)。另外，企业文化对于提高工作成效，增加高质量产品的生产具有十分重大的意义。唯有重点关注企业文化的创建，学会运用企业文化在实际竞争当中产生的重要影响，才可以让公司在竞争的时候取得成功。

近年来，网络科技的发展来势汹汹，这也促进了目前网络科技公司“百家争鸣”的繁荣现状。不过几家欢喜几家愁，在电子商业的浪潮中，刹那的光辉并不代表永恒。企业文化是公司建设当中最为关键的要素，为促进公司前进的重要力量。其包括了各式各样的具体内容，中心是公司的价值观以及精神理念。这个地方提到的价值观并不表示广泛意义上公司管理当中出现的一些与文化有关的情况，其表示公司以及公司当中的职员进行运营时持有的价值理念(张洁莹，刘雅萍，杨晨, 2021)

。在1980年代的时候，企业文化就已经在国有公司领域内有所发展，即使国有公司对于企业文化比较重视，不过依然有众多管理者以及职员对于其具体内容了解的不是很清楚。

2 企业文化的理念

2.1 关于企业文化的界定

企业文化表示具备一个公司独有特征的物质以及精神方面的文化，出现在公司运营以及监管的各个方面。会对职员的价值理念、活动规则、品德规范以及公司产品等各个层面产生一定的影响，是对于公司内部所有职员品质的系统体现(黄晓峰，吴华清，赵子琳, 2021)。

研究企业的企业文化，首先要了解企业文化的基本概念。周雨婷，徐文华，孙梓萱《关于企业文化基本概念的探讨》中介绍道企业文化从80年代引入我国后，迅速被我国的企业管理理论界和企业界所接受。进入90年代许多企业和企业家纷纷自觉地把企业文化作为进入现代企业制度的重要一课。从一开始个别企业的实施到行业的整体推进，这都说明了企业文化在我国有着巨大的生命力和发展前景。为了使企业文化事业健康发展，经过一段实践，我们再回过头来研究、探讨一些理论上的问题，会很有意义(马建宁，朱春燕，钟思, 2019)。

最开始提及企业文化相关内容的为管理学家威廉·大内。在1981年的时候完成了对于日本公司探究结果的作品《Z理论——美国企业如何迎接日本的挑战》。在书中具体写道：日本公司能够获得成功的主要要素是其具有的专属企业文化(高一鸣，谢雨菲，许明慧，郭家宏, 2020)。此理念一出，便引起了管理界的重点关注，是大量的人员开始进行关于企业文化方面的探究。

鲁佳晨，宋思宇《浅析企业文化的定义及功能》当中表示企业文化为一个崭新的学科，其和政治、社会等众多层面都存在着紧密联系。由不一样的层面展开探究，就会导致不一样的结论，曾经对于企业文化的相关界定进行过大概总结，一共存在一百八十多种。即使那些定义研究的方向有所差异，不过对于系统层面而言，其本质的含义是大概相同的：企业文化的中心为一个大家都认同的价值观，能够引导公司以及人员开展工作时的活动规范(沈嘉悦，没婉清，邓婷, 2020)。所以企业文化能够被界定成一个进行经济服务的部门当中构成的具体文化，其具体包括的价值理念，活动规则等物质以及精神方面的各种认知，全部都是该公司人员的一致想法。从更加具体的角度来看，企业文化能够划分成广泛意义与狭窄意义两个层面，广泛意义表示公司当中存在的意识、物质、管理以及行为文化的联合；想爱意义表示将公司价值观作为中心的公司意识形态(何宇航，蔡晨曦，卢家富, 2022)。

2.2 企业文化的组成部分

联系众多材料和探究结论，企业文化通常是下面这些概念组成的：在学术界，企业文化的构成维度有三分法，四分法和七分法，本篇采用四分法，

霍夫斯泰德于《跨越合作的障碍——多元文化与管理》当中提到：虽然每一个时期以及每一个民族的文化都具有各自的特点，不过其构成方式大致是相同的，也就是通过存在差异的精神、物质、行为以及制度文化这四种部分组成(贾佳琳，丁婉婷，袁家, 2018)。耶鲁大学人类学博士 Michael Zwell 在其著作中对企业文化各个级别展开了具体分类，分为物质、制度以及精神三个方面。这三个方面之间的联系为：精神方面的具体内容表示公司的中心价值观，需要经过物质方面的具体内容才可以进行体现，物质方面的内容是构成制度方面最基本的要素(阮子琪，蓝雨欣，洪子涵, 2021)。然而，探究企业文化部门能够有利于理清各个方面存在的联系，从而对于企业文化内容更为清楚，让其进行探究以及创建本身企业文化的时候，能够更为有效，融入本身特征，符合公司职员的发展。

2.3 企业文化特征研究

2.3.1 诚信

诚实守信为我国的优秀历史文化，国外也一样看重这一点。针对互联网公司来说的话，由于不是真实存在的空间，因此就更加离不开诚信，诚实守信作为互联网公司在社会上立足的名片，在客人以及社会当中架起了一座沟通的桥梁(汤佳鑫，金嘉祺，陆诗怡, 2021)。二零一九年在我国的西安成功的举行了网络诚信会议，在会议当中，包括着腾讯以及 360 等在内的三十一所互联网公司开启了有关于平台收入方面的信用创建合作体系，并且还提出了《西安倡议》这个倡议书，提倡发展有关诚实守信相关方面的文化，创造出一种良好的网络生态环境(罗俊华，梁卓婷，代子璇, 2022)。大多数的互联网公司之间的交易基本上都是在网络上完成的，进行交易的双方不必相见，互联网企业要想生存下去必然离不开诚实守信，同时，诚实守信也是企业获得收益的保障。

2.3.2 “以人为本”

以人为本具有两方面的意思，表层意义说的是人是公司获得利益的生产工具。具体深入的意义是说人不光是一种工具，还有本身所拥有的价值，应该要满足自身的需求，得到别人的尊重，发展并完善自身(戴晨轩，苏婉茹，蒋俊, 2018)。从这个方面来说的话，才可以称得上是以人为本。知识层面的工作人员是互联网公司非常要紧的一部分，通过利用工作人员本身所具有的知识来产生收益，所以说，怎样让工作人员做到忠实诚信以及积极向上是互联网企业文化创建的根本所在(任佳慧，姚欣悦，方雨萱, 2021)。从互联网公司的工作人员的角度来看的话，坚持以人为本能够更加发掘其自身所具有创造能力，使得工作效率能够得到提升，因此能够为公司产生更多的收益。与此同时，信息技术时代翻天覆地的改变让互联网公司极其需要客户的认可度(石子涵，姜佳, 2022)。坚持做到以人为本的互联网公司更加明白客户想要的东西，这让客户在向往更加丰富生活的时候不会随意进入其余公司工作。

2.3.3 分享文化

互联网公司所具有分享文化，源自于网络所具有的扁平特征，具有相互依赖性，每个人都将自己当作中心，也要把其他人当做是中心，正因为如此，我们认为互联网产业这个分享文化是因为其本身所具有的特征所决定的(崔俊豪，彭芷萱，蔚佳怡, 2021)。总体上来看，互联网本身便为一种巨大的、能够进行交流沟通的地方，分享文化可以说是互联网公司最基本的文化。互联网公司凭借进行网络沟通以及探讨让公司的工作人员之间可以进行有关于公司价值观念方面的沟通，创建完整的公司价值观念。互联网公司凭借在网络上面进行推广和客户之间的经验交流分享最终成功的推销自己的产品。

3 厦门银鹭公司企业文化内部传播现状

3.1 厦门银鹭公司介绍

厦门银鹭公司是我国罐头食品行业的代表性企业，深耕罐头食品领域多年，厦门银鹭在曾经在 2018-2020 年三年连续获得我国“国家罐头食品企业荣誉金奖”、“国家优质纳税企业”以及入围了华润排行榜排出的“全球优质罐头食品企业 500 强”。厦门银鹭的发展是我国罐头食品企业改革创新的缩影，因此能够在很大程度上代表着我国罐头食品企业的发展状况。公司秉承“实干创造未来”的企业精神，坚持“以市场为导向，以客户为中心”的经营理念，拥有一批高素质的管理人才和高素质的专业技术队伍，吸收新创意，严把质量关口，全方位的服务跟踪，坚持做出高品质产品，本着“追求、质量、技术、精神”8 字宗旨，基于罐头食品市场需求进行不断创新，使公司始终处于罐头食品行业前沿，引领罐头食品行业的发展。

3.2 厦门银鹭公司文化建设历程

创业期：厦门银鹭公司的创立期组织结构为集权制，一个人掌管多个职位，生存是厦门银鹭公司最重要的一环，厦门银鹭公司还没有建立起清晰的企业文化理念。厦门银鹭公司初步建立了员工评级、工资福利等相关制度，但这些制度还有待进一步完善。

成立期：在这一阶段，厦门银鹭公司制定了《员工手册》，包括人力资源政策、职务等级制度、工资福利、出差调整、员工行为规范等。此时厦门银鹭公司的利润翻番，职工工资待遇明显提高，人员稳定和内部集聚不断加强(黄晓峰，吴华清，赵子琳)。由厦门银鹭公司制度不规范，直到制度有详细的制度，制度逐步规范，资金和经验的初级阶段基本完成，进入了资金管理和科学管理的中期阶段。在现阶段，厦门银鹭公司在企业中首次提出了“以人为本”的管理理念，厦门银鹭公司管理朝着这一理念的方向发展。

2017 年底，随着党的十九大的胜利召开，中国特色社会主义发展进入了新时期，厦门银鹭公司迅速出台了《企业文化建设实施方案》(下简称《方案》)，重新调整了企业文化的工作方针，即“继承创新，融入管理”。《方案》的另一项重要内容是罗列出新阶段公司企业文化建设的四项重点工作(周雨婷，徐文华，孙梓萱)：落实银鹭食品集团“三大系统”要素、构建银鹭食品集团“六种文化”、推进八项业务和实施“12345”精

细化管理模式（1 是指干部走动管理；2 是指双述活动；3 是指“三功两素”

修炼；4是指四项技术应用；5是指五项行为养成）。前三项内容较之前只是做出了细微的调整，并无实质不同，而将推广“12345”精细化管理直接纳入企业文化的范畴，则是对“融入管理”工作方针的直接体现。“企业文化也是一种管理，它需要把管理作为实际载体和现实平台……才能实现文化建设生根、开花结果，推动企业蓬勃发展”。可以说，厦门银鹭以《方案》的出台为标志，厦门银鹭公司企业文化建设的方向已由“顶层设计”向“落地实施”发生了转移。

发展期：厦门银鹭公司进入一个快速发展的阶段，在2018-2019年，厦门银鹭公司对内部文化进行整改，开始引进传统的人本管理理论，可是在操作过程中却发现不少的问题，如银鹭食品集团的企业文化太过表面，文化建设过于急于求成等，给厦门银鹭公司的发展带来不好的影响。如何将厦门银鹭企业文化建设与员工的人生追求、企业的未来发展有效联系起来，是厦门银鹭公司目前急需解决的问题（马建宁，朱春燕，钟思，2021）。

2019年年末，厦门银鹭公司董事长在公司年度工作上的讲话中，用了大量篇幅阐述其对银鹭食品集团公司企业文化的认识，旗帜鲜明地提出企业文化是厦门银鹭公司“不可复制、生生不息”的战略资源，对厦门银鹭公司“大而全、广而密”的企业文化进行“瘦身”和“重塑”是当务之急，并提出了要树立“对党忠诚的政治文化、有依规办事的法治文化、优劣相分的考核文化、追求卓越的质量文化、敢为人先的奋斗文化”的目标。

3.3 厦门银鹭公司文化建设现状调查分析

3.3.1 精神文化层建设现状调查分析

成立初期，厦门银鹭公司决定以“简约、诚信、胜利、创新”为核心企业文化，包括：简化业务流程，简化人际关系；诚信、互信、尊重、团结互助；双赢，公司与员工共赢成长，创新公司发展模式，差异化合格工作方法。具体措施包括（高一鸣，谢雨菲，许明慧，郭家宏，2020）：使银鹭食品集团员工成为“性善、沟通好、绩效好”的三好员工；建立幸福、舒适、安全的人际关系；银鹭食品集团坚持以人为本的管理和沟通；坚持平等，部门合作中，长期互助；决策前坚持民主，决策后实行独裁；允许工人犯错，但不能容忍谎言；在工资分配方面，公平分配是第一原则。有关精神文化层建设现状的调查情况如下：

(1) 在员工培训期间，厦门银鹭企业文化会对自身有很大的影响吗[单选题]

选项	小计	比例
是	85	 84.16%

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/426025213021010231>