

公司企业文化建设方案（通用 13 篇）

公司企业文化建设方案 篇 1

一、**公司企业文化建设的目的

(一)促进企业经营管理战略的调整，满足企业战略发展的客观需要。

(二)不断通过知识与思维创新，提供满足客户和社会需要的卓越产品、服务和环境，以赢得持久信赖，实现企业、员工、社会、经销商及用户永续、协调、统一发展，实现以汽车文化促进人类文明的发展。

(三)建立健全企业经营管理实践理论，实施以人为本的管理创新和技术创新，不断改善企业资源配置方式，实现企业内外资源的有机优化与整合。

(四)建立开放的学习型组织。

二、**公司企业文化建设的指导思想与基本原则

(一)坚持以人为本的管理思想，不断为客户创造价值，不断开发员工技能与潜质，以满足其发展需要，提升并实现自身价值，最终促使企业经营效益的不断提高。

(二)继承与创新相结合原则。

(三)共性与个性相结合原则。

(四)理论与实践相结合原则。

(五)动态与系统性相结合原则。

(六)总体设计分步实施全面推进与典型引路相结合原则。

(七)诚信性原则。

(八)专家咨询领导带头员工积极参与性原则。

(九)可操作与可衡量性原则。

三、**公司企业文化建设的历史回顾及现状诊断分析

公司在生产经营管理中总结提炼了一些企业文化，并开展了有益的探索和实践：

1.提炼了一些精神文化。建设初期，提炼并实践了“超越自我，追求卓越”的企业精神，并根据企业发展、管理现状进一步完善和诠释了企业文化体系。

2.公司高层领导给予了高度重视。

3.公司一定程度上，通过具体工作和多种文体活动展现了企业文化，统一了思想，坚定了信念，转变了观念，为企业发展奠定了坚实的基础。但是，我们应当清楚客观地认识到公司在以往企业文化建设中存在的一些不足：

1.缺乏对企业发展历史中重要意义、典型实事和文化的提炼总结及传播。

2.企业文化在实践中手段和形式较为单一，缺乏良好丰富的载体，同时不能有力地体现出企业文化系统性特点。

3.企业文化在建设中参与的主体较单一，企业文化体系尚需进一步提炼和完善。

随着市场经济体制的不断完善、经济全球化的深入发展，行业市场竞争更加激烈，竞争层次不断提高。对于正处于战略调整关键时期的**公司来说，只有针对公司目前资源现状，和企业文化建设现状，认真对行业市场、竞争对手及自身发展目标定位精心分析和总结，不断推进思维创新，管理创新，技术创新，广泛深入地成功实施企业文化建设。

四、成立**公司企业文化建设的相关机构，明确其不同职责

首先，成立企业文化建设与改革决策委员会，主要负责指导企业文化建设方向、目标和方法的制定，并对其作出正确的决策等。

其次，成立企业文化研究会，主要负责企业文化理论研究，学术研讨的组织开展，企业文化创新、发展的理论和方法研究，企业文化最新理论成果

的宣传介绍和理论培训，并为决策委员会提供理论指导和建议，积极配合企业文化部工作。

第三，成立“一部、两科”，即企业文化部，企业文化活动宣传组织科和企业文化策划科。其主要负责企业文化建设日常工作的开展、检查、指导、督促、评估、调整、协调及服务等工作。

五、**公司企业文化建设的主要内容

一)提炼或强化以企业精神为灵魂的价值观念体系。

1.提炼或强化企业文化精神。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。因此，在企业文化精神提炼中必须应当注意：**a.**行业市场发展的国际化趋势;**b.**创新性;**c.**体现企业发展历史及对未来的追求;**d.**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。

2.持续提炼和完善**公司的共同核心价值观。企业价值观是对企业生产经营行为、生产的产品、提供的服务、社会信誉和资信的评价标准，是企业追求的最大目标和据此判断事物的标准，是企业文化的核心。****公司在提炼共同价值时应当注意：****a.**简捷性;**b.**协调统一性;**c.**系统性;**d.**尊重人才;**e.**注重回报社会;**f.**不断求实论证以便得到更广泛认同。

(二)导入 CI 系统，实施现代企业形象战略。

CI是企业形象识别系统，它主要由 **MI** 和 **BI** 系统组成，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递企业文化，以产生强大的品牌认知力和认同力。

1.建立 **MI** 系统。**MI**是指在企业经营活动中所应遵循的理念，是整个识别系统运作的原动力，它主要指企业经营管理哲学、企业使命和宗旨等。针对****公司**目前面临的竞争和发展态势及自身资源现状等，公司务必建立其适合自身发展内在要求的经营理念、管理理念、市场竞争理念、市场营销理念、市场发展理念、服务理念、质量理念、人才理念、科技创新理念、产品研发理念、组织结构设计理念体系。

2.建立 BI 系统。BI 是 MI 的动态展示，它主要包含对内、对外两方面。对内的行为主要包括企业伦理和道德，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。对外的行为主要包括公共关系，市场调研，促销活动，流通对策，废弃物处理，公害对策服务对策，公益性文化活动等。企业行为识别系统设计重点在于员工队伍形象的塑造，因此，**公司应当依照以人为本的思想，按照不同层次不同岗位制订和设计个人形象。

3.建立 VI 系统。VI 是企业文化具体化、形象化的视觉传达形式，它通过组织化、系统化的视觉方案传达企业经营特征。建立企业视觉识别系统的过程中，必须运用能够体现**公司企业精神理念，具有鲜明视觉和独特的产品与服务环境形象及标识。(1)产品形象。公司要从品牌、科技、质量、服务、外观设计、包装等方面着手，树立**公司良好产品形象。(2)环境形象。公司要以“绿化、美化、硬化、净化、亮化”为内容，以“现代化、花园式”为目标，建立“一把手”责任制，实行环境建设评先、评优考核，使用一票否决制，构建公司绿色格局，使**公司通过环境形象系统促进企业发展。

(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。1.规范培训制度和体系，丰富培训内容和层次。企业要把企业文化教育培训、岗位职业道德规范培训、岗位技能操作规范培训等内容纳入公司管理制度中。2.健全公司绩效考评管理制度，把企业文化建设成效纳入公司部门个人绩效考评体系。3.开展思维创新，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、传成作用，没有个性鲜明的典型就没有独特的企业文化。**公司在实施企业文化建设中应当把先进企业文化典型化。1.大力发掘、发现、培养、总结公司先进典型。2.大力宣传和表彰先进典型。

(五)创新企业文化的形式和载体，积极营造企业文化建设的良好氛围。

公司可以通过自身的网站、多媒体、广播、报纸、内刊、《**公司企业文化手册》、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、企业之歌设计等各种文艺和体育活动来实施企业文化建设。

六、**公司企业文化建设的实施步骤和分工

(一)实施步骤：

第一，总体设计、构建体系、部分实施阶段。在此期间，主要做好以下工作：1.组建公司企业文化建设的相关机构。2.起草制定《**公司领导行为手册》、《**公司员工行为手册》、《**公司企业文化手册》，并进行深入广泛地学习研究讨论，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，并请专家和学者等诊断分析和实证。7.最终完成企业精神理念的提炼，《企业之歌》、标识、旗样稿的选定及《**公司员工行为手册》、《公司领导行为手册》、《**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。该阶段主要工作：1.在公司全体职员中广泛深入地学习、宣传、实践**公司企业文化体系，使之落实到每个岗位，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中，全面塑造企业精神、理念和价值观，达到人人认同，人人实践**公司企业文化的效果。2.制定**公司企业文化建设任务的落实考核工作。

第三，深化、提高、总结、评价阶段。该阶段主要任务为通过问卷调研、座谈和专家学者诊断及论证等其他方法、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状况进一步完善、创新。

(二)**公司企业文化建设工作分工界定。

企业文化建设涉及到企业生产、经营、管理、销售、研发等方面工作，因此，需要公司相关部门分工协作，共同完成。现对其分工界定如下：

1.企业文化部策划科负责起草制定和实施措施，并完成其征求和修订完善工作，完成企业精神、理念的提炼，标识、旗样稿的选定，《**公司员工行为手册》、《**公司领导行为手册》、《**公司企业文化手册》的最后修订工作。

2.企业文化部宣传组织科主要负责开辟企业文化载体，大力宣传、组织企业文化建设理论和实践活动，聘请专家、学者举办企业文化专题讲座，组织公司企业文化建设领导小组考察学习先进单位的实践经验。

3.企业文化研究会职责见上(略)。

4.公司环境规划设计部负责公司生产区、生活区及主要道路的环境建设规划设计、维护和管理工作的。

5.公司人力资源部主要负责公司人才战略方案的制定、员工形象设计方案的制定和实施工作。

6.公司企业管理部等有关部门主要负责公司各项管理制度制定、修订和实施工作。

7.公司品质管理部主要负责对质量理念及质量战略的制定和实施工作。

8.公司市场部主要负责产品形象设计、市场发展理念、市场营销理念及市场营销战略的制定和实施工作。

9.公司技术研发部主要负责产品服务开发战略的制定和实施工作。

10.工会和团委会应当积极参与组织各项企业文化建设理论和实践活动，着力 地来表现**公司企业文化精

公司企业文化建设方案 篇 2

一、公司企业文化建设的内涵、意义及建设模式

(一)公司企业文化建设的内涵

1、公司企业文化建设的目的

(一个加强两个提高两个促进)

(1)加强公司对全体员工的感召力和凝聚力和团队合作精神；

(2)提高全体员工对公司活动的规范标准、生活方式、行为模式和价值观的认识；

(3)提高公司的经营业绩；

(4)促进全体员工个体的职业发展；

(5)促进公司各项工作上更高的台阶。

2、公司企业文化建设的内容

(环境、制度、行为、精神四个企业文化建设)

(1)企业文化的环境文化建设

环境文化是公司企业文化建设的物质载体和外在标志。

环境文化包括企业文化建设的规划布局、办公、经营、活动场所的景观、宣传展示、期刊书籍资料、影音制品、网站传媒设施等方面形成的环境文化。

(2)企业文化的制度文化建设

制度文化是公司的各项规章制度的总和。

制度文化包括公司企业文化建设的管理体制、组织机构、建设方案、行为规范、规章制度等。

(3)企业文化的行为文化建设

行为文化是在全体员工身上的集中体现，它是公司企业文化精神和价值观的折射。行为文化包括全体员工在办公、管理、经营活动、交流、宣传、文娱活动以及生活中的行为习惯、生活模式所表现出来的企业文化氛围与风格。

(4)企业文化的精神文化建设

精神文化是公司企业文化建设的核心和灵魂，是公司环境文化、制度文化、行为文化建设过程中沉淀、整合、提炼出来的，它反映公司企业文化建设成果的总和，是公司企业文化建设的整体面貌、水平、特色及凝聚力、感召力、生命力的体现。精神文化包括企业的愿景、企业的使命、企业的精神、企业的经营理念、企业的发展战略、员工的职业理想目标、员工的价值观念、员工的职业态度等。

(二)公司开展企业文化建设工作的意义

1、企业文化建设是提高公司市场竞争力的核心基础元素；

2、企业文化建设是公司实现发展目标和员工实施职业生涯规划的重要载体和途径；

3、企业文化建设是提高社会对公司满意度和认同感的有力保障。

(三)构建四位一体的企业文化建设模式

在企业文化建设中，环境、制度、行为、精神四个企业文化建设部分各有其特点：环境文化是实现企业文化建设目的的途径；制度文化是作为一种内在的企业文化建设运行机制，是公司企业文化建设的保障系统；行为文化是推进公司企业文化建设的良好载体和外在特征；精神文化作为一种理性文化，是公司企业文化建设的核心，也是公司企业文化建设最高目标。

企业文化建设是一个系统工程，公司各部门、经营单位要根据各自的工作职责，结合实际工作和经营活动，将四种文化建设充分协调起来，形成统一的整体，才能沉淀出和谐健康的公司企业文化。

二、公司企业文化建设的工作思路

(一) 工作指导思想

围绕公司的发展战略和中心工作，结合公司日常的管理工作和经营活动中开展公司的企业文化建设工作，让企业文化促进公司管理水平和经营业绩的提高，在管理水平和经营业绩的提高过程中提炼出公司的企业文化，最终完成公司的经营指标和实现公司发展目标。

(二) 成立组织机构

1、成立公司企业文化建设领导小组

领导小组负责领导、组织公司企业文化建设工作的开展，领导小组组长由陈总，副组长由孙总担任，领导小组成员由公司班子成员组成。

2、成立公司企业文化建设工作小组

工作小组负责完成领导小组交办的具体工作，工作小组组长由人力资源总监靳佳星同志担任，工作小组成员由各部门、各经营单位负责人组成。

(三) 工作内容与分工

1、优化公司企业文化环境建设，拓展公司企业文化建设的环境文化空间

此项工作由公司办公室牵头，做出具体方案并实施，各部门、经营单位协助完成，工作内容如下：

(1)搞好企业文化的场地建设，包括公司办公场地、会场场地、活动场地、资料室等；

(2)搞好企业文化建设活动资料的制作；

(3)添置企业文化建设有关的培训资料、书籍等图书音像资料；

(4)建立企业文化建设宣传栏、网页等；

建立企业文化建设档案室，保存企业建设工作档案资料。

2、建立和完善企业的规章制度，创新公司企业文化的制度建设

企业与市场紧密联系，要在激烈的市场竞争中形成科学、系统、完善、实用的企业制度文化，要建立和完善企业的经营管理、员工激励、财务核算、流程控制、绩效考核等规章制度，促进公司企业文化制度建设在完整性、公正性、科学性和可操作性等方面有较好的创新。

此项工作由人力资源部牵头，做出具体方案并实施，各部门、经营单位协助完成。

3、加强公司企业文化主题活动的建设，营造公司积极活跃的行为文化建设氛围 此项工作由各部门、各经营单位结合本部门、本单位的实际工作和经营活动情况，制定出部门、经营单位的企业文化主题活动的具体方案，经公司企业文化建设领导小组统筹审批后组织实施。活动方案的要求：第一，每月一主题，结合实际工作逐一解决管理和经营活动中存在的问题；第二，每主题一小结，在活动过程中不断总结，逐步形成良好的行为文化，从而促进公司经营指标的完成和公司发展目标的实现。

企业文化建设活动范围相当广泛，它包括：

- (1)企业文化建设宣导、培训；
- (2)员工职业素质和业务的培训、拓展、训练；
- (3)经营业绩竞赛；
- (4)员工绩效考核评比；
- (5)员工专业技能大赛；
- (6)员工办公环境评比；
- (7)工作经验交流、专业技能研讨会；
- (8)突出贡献表彰；

安全防范演练，安全检查评比；

(10)合作单位联谊活动；

(11)困难职工帮扶活动；

(12)定期编制、发行企业内刊；

(13)形式多样的文体活动等等。

4、整合公司媒体资源，推进公司企业文化精神建设

充分发挥公司报刊、QQ群、公司网络、公司和经营单位宣传橱窗等公司媒体的宣传教育作用，通过对企业文化建设的理念和内容的介绍，通过对公司企业文化建设活动和动态的报道，使公司企业文化得以深入人心，潜移默化形成公司企业文化氛围，促进企业文化建设的精神文化沉淀、升华和发扬。

此项工作由公司办公室牵头，做出具体方案并实施，信息部等各部门、经营单位协助完成。

5、集思广益，在企业文化建设过程中提炼出公司的企业文化精粹，使公司企业文化建设的精神文化得到沉淀、升华和发扬

此项工作由公司企业文化建设工作小组负责，在企业文化建设的具体工作、活动过程中收集、整理包括：企业的愿景、企业的使命、企业的精神、企业的经营理念、企业的发展战略、人才观念、员工的职业理想目标、员工的价值观念、

活动口号等精神文化的基础性资料，然后总结提炼出能表达我公司企业文化的简明文字短句，在公司全体干部员工中进行讨论修改，经公司企业文化建设领导小组审定，形成公司的企业文化精粹，使公司企业文化建设的精神文化得到沉淀、升华和发扬。

三、工作要求

企业文化建设是一个系统工程，公司各部门、经营单位要根据各自的工作任务和经营目标，结合实际工作和经营活动，将环境、制度、行为、精神四个企业文化建设部分充分协调起来，形成统一的整体，才能沉淀出和谐健康的公司企业文化。公司企业文化建设工作的具体要求是：

- 1、统一组织，全员参与；领导带头，全体配合。
- 2、分段推进，逐一落实；分步建设，不断完善。
- 3、加强宣导，深入人心；潜移默化，理解认同。
- 4、结合实际，主题突出；总结提炼，沉淀升华。

四、具体工作安排的进度

1、第一阶段：公司企业文化建设工作的启动

第一阶段工作的主要任务是明确公司企业文化建设工作的目的意义和工作思路，加强宣传发动，统一认识，全员参与。

2、第二阶段：公司企业文化建设各部分工作方案的制定

第二阶段工作的主要任务是围绕公司的发展战略和中心工作，结合公司实际的管理工作和经营活动，按公司企业文化建设的工作内容与分工要求，制定企业

文化建设各部分的工作方案。

3、第三阶段：公司企业文化建设工作的实施和总结

第三阶段工作的主要任务是按公司企业文化建设的工作要求，完成企业文化建设各部分工作方案的实施，并在实施过程中不断总结，提炼出公司企业文化的精粹。

一、企业文化建设的意义

企业文化建设是对企业发展过程中自然形成的各种价值观念及其物化形态进行系统整理、提炼、升华，使之由自然状态逐步向自觉状态转变的过程，是企业发展到一定阶段后，对自身理念、行为、制度和形象等自觉调整的过程。我公司在长久的历史发展中，形成了许多独特的、鲜明的文化传统，但这些文化基本是处于自然、自发状态，并未得到系统、科学的整理、提炼和升华，随着公司生存环境、追求目标的变化，这些传统文化有的需要改造，有的需要抛弃，有的需要弘扬。同时，由于公司近几年来发展迅速、市场竞争日趋激烈，企业正向创新提升式发展转变，出现了前所未有的良好发展愿景，与这种形势相比较，企业和员工的内心理念、外在形象和言行举止与现在的发展趋势不适应，有些已经严重阻碍了企业的创新提升式发展。因此，加强企业文化建设，整理、提炼传统文化，继承升华、创新再造新的企业文化，显得非常重要和迫切。

二、企业文化建设的指导思想

根据公司战略发展规划的要求，通过加强企业文化建设，把公司建设成为美誉度高、市场影响力强，具有独特视觉形象、独特企业精神和独特经营管理理念，让员工充满自豪感和创造力的现代化企业。

三、企业文化建设的总体目标

紧紧围绕公司生产经营实际，逐步建立起适应市场经济发展要求，为公司长远发展提供精神动力和智力支持的先进企业文化 增加员工对企业的忠诚度和对企业的认同感，以促使员工和公司保持高度一致，并自觉遵守企业的各项制度，从而达到提高企业核心竞争力，实现企业、员工双赢的最终目的。

1、理念文化目标：通过建设全新的企业文化，促进人才理念、客户服务意识、价值取向、经营理念、安全理念、产品质量理念等员工价值观、企业财富观的更新和提升。

、行为文化目标：通过建设全新的企业文化，全面提高员工的职业道德素养，着力塑造基层员工的上进心、主动性，中层管理者的责任心和自律性，决策管理者的事业心和使命感，据此倡导一种全新的企业行为规范和员工行为规范，不断完善管理制度、提高管理水平，最终实现企业创新提升式发展的目标。

3、视觉文化目标：通过建设全新的企业文化，打造出企业鲜明、独特的品牌形象。

四、企业文化建设的基本内容和要求

企业文化分为三个层面来建设，即表层的物质文化(视觉文化)、中层的制度文化(行为文化)和核心层的精神文化(理念文化)：

1、理念文化：企业文化核心层，是企业文化的精髓部分，包括企业精神、核心价值观、企业愿景、经营理念、管理方针等；

2、行为文化：系统、完善的且符合企业需要的管理制度、行为规范及各类政策(激励、销售等)，这是保证企业规范化、程序化管理的基本规则，公司所有员工应该熟悉、理解并严格执行。包括企业行为规范、组织制度、管理制度、员工培训、人力资源开发、薪酬福利制度、员工手册、产品研发、市场营销、公共关系、文化活动等；

3、视觉文化：将理念文化等抽象概念转换为具体符号，塑造出独特的企业形象，包括企业名称、企业标志、企业环境、办公用品、服装服饰、广告媒体、公务礼品、产品包装、设备布置等。

五、企业文化建设的实施

企业文化建设是一个长期且螺旋式上升的过程，由企业主要领导倡导的全员参与的价值理念工程，其实施分二个阶段进行：

第一阶段：企业文化的提炼、形成、推广阶段

1、时间：20xx年4月-12月

2、工作内容：

人员培训：培训企业文化建设干部，做为企业文化建设的骨干;通过“走出去、请进来”的方式，在 20xx 年 6 月底前完成对领导小组成员的培训，使全体领导小组成员充分认识到企业文化建设的重要性、企业文化建设的工作内容和要求。

2)职能部门分工及任务

各职能部门提炼、形成的企业文化，经领导小组批准后，负责企业文化的推广、考核，具体安排如下：

管理信息部：负责基本理念(企业精神、核心价值观、经营理念、管理理念等)、合作理念的提炼，管理制度、质量体系、工作流程等制度的制定；

人力资源部：负责人才理念、用人理念的提炼;员工手册、行为规范、

工作纪律、薪酬福利、培训开发、绩效考核等制度的制定；

制造部：安全理念的提炼;安全生产、文明生产、现场管理、设备管理等制度的制定;生产、安全标识、生产管理标识、设备布置、车间布置等视觉文化的建立。

技术中心：负责、研发理念、产品质量理念的提炼;产品标准化、工艺流程、产品质量等行为文化和视觉文化的建立。

市场部、销售部：负责营销理念、服务理念的提炼;产品说明书、投标书、产品包装等视觉文化的建立。

办公室：企业标志、办公用品、企业环境、服装服饰、公务礼品、广告媒体等视觉文化的建立和推广。

第二阶段：企业文化的巩固和发展阶段

1、时间：20xx 年 1 月-12 月

2、工作内容：

1)企业文化需要企业高层领导支持的同时必须以身作则，积极通过言行举止传达新的文化，高层要成为企业文化建设的倡导者传播者、感召者、激励者;企业文化建设的第二个主要实施和推动者是企业的核心人才和中坚人才，也就是除了高层以外的各层管理者也要承担文化建设责任，真正接触员工的是中基层管理者，所以企业文化的真正推动者是中基层。

2)加强企业文化理念的传播和灌输：人力资源部要对企业文化理念进行详细的诠释，并通过报纸、网络、会议、报栏、现场标语等手段，以会议报告、新闻报道、撰写学习体会、开展辩论会、演讲会、文体活动、组织评比等各种形式广泛宣传企业文化理念的内在含义，在全公司形成浓厚的文化氛围，使全体员工了解、理解企业文化、实践企业文化、完善企业文化;以《员工手册》为蓝本，对新员工和在职员工进行培训，使员工的思维习惯和职业行为在最短的时间内融入新的公司文化中，成为企业文化的实践者、体现者和倡导者。

3)建立不断巩固和发展新的企业文化的机制：积极创造适应新的企业文化发展的条件，在企业日常生产、经营中，在企业工作创新中，在用人、选人和业绩评价中，在业务培训、教育中都能有意识地贯彻实践、宣传倡导企业文化理念，以求建立牢固的企业精神共同体;利用制度、行为准则、规范等进行强化，将企业文化寓无形于有形之中，将之渗透到企业的每一项规章制度、政策以及工作规范、标准和行为准则当中，使员工从事的每一项工作、参与的每一项活动都能感受到企业文化在其中的引导和控制作用。

4)建立考核评价机制和激励机制，做为企业精神文明建设的一部分，要将企业文化建设情况纳入考核评价体系中，在年底兑现、绩效工资发放、两优评比等各类评比、评选、考核中都要将企业文化执行和建设情况做为一项评价指标。

六、企业文化建设领导机构

1、领导小组：组织制定和发布企业理念文化、行为文化、视觉文化等规范;监督检查工作进程。

组长：

副组长：

组员：

2、工作小组：办公室设在人力资源部，负责部门之间的协调、沟通，编制和组织实施规划方案、推广方案和工作计划，总体协调日常工作。组长：

副组长：

组员：各部门主管、支部书记、分会主席

公司企业文化建设方案 篇 4

以组织建设推进企业文化，以制度建设深化文化，以组织形象统一文化，不断修订完善文化，考核监督执行文化，培训体系固化文化。

企业文化作为一种当代企业管理理论，在于把企业价值观渗透到企业经营的各个方面、各个层次和全过程，用文化的手段、文化的功能、文化的力量，去促进企业整体素质、管理水平和经济效益的提高。在企业文化管理上，一要处理好借鉴与创新的关系，把握企业文化的个性化、特色化；二要处理好用文化手段管理文化，坚持以文化引导人、培育人；三要处理好虚与实、无形与有形的关系，坚持内外双修、软硬管理相结合。

(一) 企业文化建设实施的组织与推动：

总裁的定位：文化第一推动者

公司成立企业文化建设实施委员会，公司董事长任主任，公司总经理委副主任，各部门长为委员，各部门另推选一名人员作为公司和部门的企业文化建设实施的文化联络推广员，协助公司和部门负责人建设实施公司企业文化。人力资源部是企业文化建设实施的第一管理推行部门，牵头建设实施公司的企业文化工作。

公司企业文化组织与推动的要求：1、确立载体，把企业文化建设与生产、经营、管理、项目相结合，与企业经济发展相结合，与企业人才建设相结合。2、选树典型。发现典型，培养典型，宣传典型，对行之有效的经验要形成制度化进行推广，经过系统整理的经验要提炼成理念化，使企业文化建设走上发展平台。3、公司应适时组织各部门汇报，研讨交流活动情况，力争今年内使文化建设实施突显出效果。

(二) 企业文化建设实施的载体与形式：

(三) 企业文化建设实施落地的三步曲：

(四) 企业文化建设实施要点：

1、全员参与，高层推动：

2、各部门协调配合：企业文化建设是一个系统工程，它要求各部门的互相配合、共同参与，要有机地将企业文化与经营生产活动紧密结合起来。

企业文化建设要求公司内各部门协助共同参与，人力资源部应完善公司的人力资源培训、考核、评估、选拔与激励机制，并检查制度的执行情况，考察制度的有效性，提高员工的竞争意识和进取心；营销部门和生产部门要在具体的经营活动中按某某文化大纲提出的理念行事，正确地对待客户、合作伙伴和员工。

3、领导带头，正人先正己：领导者是企业文化的推动者、倡导者，在企业文化建设实施过程中居于核心地位。

q 与企业文化相悖的思想和行为，领导者应当首先坚决带头反对，否则文化虚脱，难以树立文化变革的真正权威。

q 领导要带头执行企业的规章制度，维护制度的严肃性。

q 领导要尝试“走动”管理，办公地点不仅仅局限在宽敞、舒适的办公室里，要深入基层、接触员工，实行面对面领导。

q 用人选材“任人唯贤”，跳出“圈子”现象。

q 对待下属杜绝双重标准，“一碗水端平”。

q 领导要学会激励下属、培养下属。

4、言而有信，奖惩兑现：企业对员工的承诺是给予员工的激励，如果只有承诺，没有兑现，即承诺成为“空头支票”，员工对企业则失去信任。

q 优秀员工：立一服百；树立模范人物，加以宣传、示范推广。

q 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：

q 由上向下：关心帮助、培养激励、充分授权、带动提高

q 自下向上：尊重服从、合理建议、坦率沟通、积极配合

q 平行式：沟通信任、和谐共处、团结协作、齐心奋进

6、多种方法有机结合：病毒查杀法、社会标准法、数据事实法、细节制胜法、企业顾问法、轮岗体验法、品牌积分法、即使广播法等。

(五) 企业文化建设实施中需要注意的问题：

1、领导重视是关键：如果各级领导没有根据新的理念作出相应的调整，新的文化推广就会毫无起色。

2、不换思想就换人：有时改变文化的有效方式就是撤换关键人物。

3、需要大量的宣传推广：如果没有大量的宣传和培训，人们常常不愿意承认新的理念是切实可行的。

4、文化的形成需要时间：行为规范和共同价值观的转变过程，大多很漫长。

(六) 借助 PDCA 循环，动态改进文化工作：文化观念及行为习惯的转变和形成都是渐进的，都需要有一个过程，因此企业文化建设也是一个循序渐进、不断提升的过程。

公司企业文化建设方案 篇 5

一、指导思想

为激发公司创新力，提高员工凝聚力，完成企业的创新发展规划目标，探索出一条符合公司实际情况的企业文化建设思路，经公司研究确定，以“创新、服务、活力”为公司企业文化的指导思想，通过挖掘员工创新思维、弘扬公司服务意识和调动员工热情与活力，来营造企业整体文化氛围，提升企业整体形象。

二、建设原则

1、以人为本的原则

把员工视为文化建设的主要对象和企业的最重要资源，始终做到以人为中心，充分了解员工的思想意识状态，通过公司全体员工的积极参与，发挥创造精神，企业文化才能健康发展。员工不仅是企业的主体，更是企业的主人，通过调动员工的积极性和创造性，实现员工自身价值的升华和企业蓬勃发展的有机统一。

2、讲求实效的原则

契合企业当前实际情况，符合企业定位，一切从实际出发，制订切实可行的方案，借助必要的载体，实事求是地进行文化塑造。

三、规划目标

1、企业理念

建立具有公司特色的企业理念(如企业宗旨、企业愿景、企业战略等)，全体员工对于企业理念做到熟知熟记，并且能在具体行动中进行实践。

2、学习体系

构建学习体系，学习借鉴并应用先进的管理模式和理论，学习和吸收先进的科学技术及操作技术，提高全体员工的整体素质。

3、形象标准

全体员工对于企业形象标准、管理者形象标准、员工形象标准能做到熟知并自觉践行。

4、行为识别

主要体现在两个方面，一方面是企业内部对职工的宣传、教育、培训；另一方面是对外经营、社会责任等内容。要通过组织开展一系列活动，将企业确立的精神、理念融入到企业的实践中，指导企业和员工行为。

四、具体措施

1、创建良好的企业文化环境

企业文化环境建设是企业文化落地的重要形式，为使企业文化成为“看得见”的文化，更好地传播公司的核心价值观，引导员工自觉规范言行，采用文化展板、电子显示屏等形式，创建公司员工照片墙，展现员工风采，凸显优秀员工事迹等。

2、将各项活动作为搭建企业文化的形式载体，全年围绕“服务 创新 活力”的指导思想开展分月活动。

3—5月份定位“创新月”，主要开展专业技能类、学习类、知识类活动，促进员工学习进取，扎实技术基本功，激发员工开拓创新，为生产营造良好的上进协作氛围。包括“技能知识竞赛”、“辩论比赛”、“安全生产竞赛”等活动。

6—9月份定位“活力月”，主要开展体育竞技类活动，激发员工活力，增强员工的凝聚力与企业向心力。包括“健康食堂厨艺大赛”、“趣味解压运动会”、“羽毛球比赛”、“篮球比赛”等活动。

10—12月份定位“服务月”，主要开展评比类和培训类活动，增强员工服务意识，凸显员工优秀品质，树立服务榜样标杆。包括“最美工作照”评选、员工拓展培训等活动。

3、福利不是简单发放，争取给人以触动。

根据工会慰问制度，公司慰问主要包括生育慰问、喜事慰问、丧事慰问、住院慰问、生日慰问、子女慰问、困难慰问。搭建员工“暖心工程”，丰富慰问金、节日礼品的发放形式，给员工送去真正的关怀与温暖。结合节日组织符合节日特点的活动，例如三八妇女节开展关爱女性知识讲座、六一儿童节组织亲子观影活动、重阳节踏青登高等节日活动。

将文化外化于形的方式，让每位员工都能耳濡目染、潜移默化地接受公司良好企业文化的熏陶，将价值理念内化于心，达成思想共识，使看似无形的企业文化固化为“看得见、摸得着、可操作、可衡量”的视觉文化，在潜移默化中提升了企业品牌形象，进一步增强了企业文化的穿透力和影响力。

五、实施要点

1、全员参与、高层推动

企业文化建设是一个系统工程，它要求各部门的互相配合、共同参与，要有机地将企业文化与经营生产活动紧密结合起来。

2、各部门协调配合

企业文化建设要求公司内各部门协助共同参与，其中需要人力资源部、综合部、工会的共同推进，以及所有部门的积极配合。

3、领导带头，正人先正己

领导者是企业文化的推动者、倡导者，在企业文化建设实施过程中居于核心地位。

4、言而有信，奖惩兑现

企业对员工的承诺是给予员工的激励，如果只有承诺，没有兑现，即承诺成为“空头支票”，员工对企业则失去信任。

5、提供沟通的平台

创建由上向下的关心帮助、培养激励、充分授权、带动提高，养成自下向上的尊重服从、合理建议、坦率沟通、积极配合，构建平行式的沟通信任、和谐共处、团结协作、齐心奋进。

企业文化建设想要发挥持续的效应，需要公司上下的参与和支持，并且在建设过程中达到心与心之间的沟通与共识，希望在我们的共同努力下，形成具有公司特色的企业文化。

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/985142233222011332>