# 企业文化创建目标(7篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-07-08

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。企业文化创建目标篇一远景目标：根据企业的整体发展战略，遵循有计划、有步骤、由浅入深、由...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**企业文化创建目标篇一**

远景目标：根据企业的整体发展战略，遵循有计划、有步骤、由浅入深、由表及里的程序，建立起一整套科学、完整的企业文化建设系统。从精神、行为、制度、物质四个方面着手，全面推进、系统运作，构建出切合实际、便于操作的企业文化建设体系，并纳入企业整体发展战略目标当中，成为企业整体规划的重要组成部分。 中期目标：两年计划纲要

（1）具有本企业特色的企业理念（企业宗旨、企业愿景、经营理念、企业战略等）深入人心，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自觉实践。

（2）形成企业核心理念体系，坚持以理念作为一切行动的出发点、着眼点和落脚点。

（3）构建学习体系，形成规范的学习制度并自觉实践，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行业操作技术，提高全体员工尤其是管理层面的整体素质。

（4）企业的知名度、信誉度和美誉度进一步提升，企业标识和企业品牌形象在企业内部和同行业内部的认知程度要达到100%，企业客户的认知度要达到95%以上。

（5）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，遵守行为规范程度达到99%以上。 （6）企业的视觉识别系统、理念识别系统和行为识别系统达到规范化、程序化和个性化。

（7）在一定地域范围内达到企业文化建设示范基地的标准。 两年工作重点

2024年：形成完整的《员工手册》，逐步推行制度规范建设，归纳并提炼企业精神文化内涵。完成企业视觉识别系统规范工作，员工的行为规范初见成效。企业核心理念在企业内部认知认同程度达到90%以上，学习体系构建完善并熟练操作。

2024年：整合并完善企业文化体系，形成成熟的企业文化管理体系。进一步提升企业知名度和美誉度，塑造良好企业形象，达到地区性企业文化建设示范标准。 近期目标：一年行动计划

突出企业核心价值观的塑造，统一三个系统——以企业精神为核心的企业理念识别系统、以企业标识为核心的视觉识别系统及以员工形象为核心的行为识别系统，导入cis概念并组织实施和逐步规范。重点在制度文化、物质文化和精神文化上做文章，建立富有德高特色的、符合时代发展需求的、适应现代企业制度要求的文化体系，塑造良好企业形象，促进企业健康持续发展。从感性文化向梨形文化延伸、从无形文化向有形资源延伸、从管理文化向文化管理延伸，全面优化企业形象、产品形象和员工队伍形象，做大做强企业，全力打造企业竞争新优势，实现企业管理效能的不断增强和经济效益的不断提高。

**企业文化创建目标篇二**

积极倡导和培育后勤队伍的核心价值观，深入贯彻“安全、诚信、人本、创新”的核心价值理念，认真落实“忠诚守信、敬业负责、团结协作、勤于沟通、积极主动、精于专业、终生学习、发展自我”的基本行为规范，严格遵守“举止得体、言辞有度、亲和友善、细致热情”的服务人员行为规范，不断内化为理念，外化为实践，逐步形成独具小浪底特色的后勤文化，促使后勤服务文化与后勤改革发展战略、后勤管理制度的有机统一，发挥后勤文化的导向、凝聚、规范、激励、美化等文化管理功能，不断提高后勤队伍全员素质，培养卓越团队，全面增强文化软实力，为深化后勤改革和和谐发展营造良好的氛围和提供强大的精神支撑。

通过调研、访谈、座谈、咨询等形式，整理、归纳后勤工作各种思想动态和理念价值观，精心提炼出后勤工作的基本信念、共同愿景、工作作风、管理理念等精神文化，整合为后勤服务文化的价值理念系统。明确后勤服务工作的使命和价值观，回答“主张什么和提倡什么”的导向。这是后勤服务文化的“大脑”。

通过强化后勤星级化服务、建立后勤培训体系和引入奖励激励机制等举措，着力构建后勤服务保障体系、后勤服务评价体系和后勤服务文化体系，编制后勤工作人员手册，主要包括各项规章制度、职业道德规范、工作行为准则、质量及绩效考核办法等。明确后勤服务工作质量目标，规范“怎么做和怎么做好”的行为。这是后勤服务文化的“躯干”。

通过加大宣传工作力度、促进精神文明建设、熔炼执行力团队和丰富业余文化生活等方式，开展“内强素质、外塑形象、美化环境、提升品味、完善设施”的形象工程，明确后勤服务工作的形象和信誉，引导“树什么形象和树什么品牌的”服务评价，营造内外和谐环境。这是后勤服务文化的“脸面”。

认真深入贯彻推行局企业文化，不断整合、创新和丰富后勤服务文化。

认真完成局交办的各项工作任务，切实履行年度工作目标，深化后勤改革，推进管理型后勤、保障型后勤、节约型后勤建设。

以星级化服务、精细化管理、节约型后勤和四个文明建设等为契机，不断强化管理、服务、保障职能，培育后勤服务文化。

从精神、行为和形象三个层面把握后勤服务文化建设，营造后勤服务文化的精神氛围、环境氛围和制度氛围，规范后勤服务文化。

制度是企业文化建设的重要组成部分，是一个单位是否成熟的重要标志。要全面加强制度建设，在规章制度中体现企业文化理念，达到“制度”和“文化”的一致，推动后勤服务的科学化、规范化管理，不断完善后勤工作制度保障体系。

发挥党员干部模范带头作用以及广大职工的主人翁精神，增强党员干部廉洁自律意识和拒腐防变能力，为全面落实各方面的工作任务提供政治保证。

制定综合服务中心宣传工作计划。有效利用局及综合服务中心报、网等媒介，深入宣传报道综合服务中心企业文化建设进展新情况、新成果，对企业文化所倡导的各种理念与综合服务中心具体工作相结合的典型事例、先进人物、关心话题等进行及时的宣传、报道、引导，使其成为一个全面系统地宣传后勤文化的窗口，展示后勤服务人员精神风貌。

以积极响应局文明办公号召为契机，培养良好的职业道德、社会公德、家庭美德，培养全国文明单位的自豪感和荣誉感，认真

总结

四个文明建设成果和经验。

重点进行团队执行力拓展训练和引导职工成为团队建设的参与者和推动者，加强团队自我管理和有效沟通，着力培养“三种态度”和“七项意识”，增强职工队伍向心力、凝聚力和战斗力，提高职工队伍整体素质。

开展“读活书、活读书、读书活”倡议，拓宽职工学习阅读视野。按照综合服务中心培训计划开展读书活动的安排，认真组织职工《落实才是硬道理》、《工作就意味着责任》两本书，潜移默化中提高文化修养和知识底蕴，增强工作能力和水平。

制定后勤服务文化实施意见，系统整合后勤服务工作理念，初步建立后勤价值理念系统、行为规范系统和形象识别系统， 搭建后勤服务文化框架，编制后勤工作人员手册。

制订出法律制度学习年实施保障意见，以科室、党小组为单位采取多种形式，组织本部门职工、党员按照局规定学习内容和要求，结合后勤工作实际来扎实推进法律制度学习和普及，并定期督促检查。

后勤服务文化纲要

核心价值理念：安全、诚信、人本、创新

工作使命：以提供高品质的服务为宗旨 以提供高质量的保障为己任

后勤精神：团结奉献 自信自强 勤勉敬业 追求完美 管理方针：管理精细化、服务星级化、工作标准化、责任全员化（人人抓管理、事事讲规范、件件重精细）。

价 值 观：以人为本、以局为重、以质取信 以新图强 （爱小浪底、爱后勤、爱事业、爱生活）

组织作风：快捷高效、团结奋进、求真务实、追求卓越 基本行为规范：忠诚守信、敬业负责、团结协作、勤于沟通、积极主动、精于专业、终生学习、发展自我。

服务人员行为规范：举止得体、言辞有度、亲和友善、细致热情。 工作理念：

人人头上有指标

工作一分钟 用心六十秒。

团队建设的理念：培养“三种态度”和“七项意识”。

学习态度……终身学习，自主学习，不断提高个人素质； 工作态度……爱岗敬业，无私奉献，较好完成本职工作； 生活态度……乐观向上，助人为乐，与同事关系和睦。

大局意识……立足岗位，胸怀全局，以大局为主，正确处理各种矛盾；

安全意识……安全第一，确保人身安全、枢纽安全、设备安全；

危机意识……目光长远，居安思危，了解市场，知难而进； 团队意识……主动沟通，增进了解，分工协作，团结互助； 责任意识……求真务实，忠于职守，尽职尽责，敢于承担； 创新意识……积极进取，开拓创新，敢于创新，善于创新； 诚信意识……尊重事实，诚恳老实，遵守承诺，严守信用。 后勤工作人员誓词：

身为后勤工作人员，必须立足本职，勤于职守，为小浪底争光添彩；必须遵章守纪，听从指挥，协调一致，尽心尽力地完成各项工作任务；必须积极进取，提高自身，更新知识，开拓未来，不断提高自身综合素质；必须摒弃私利，放眼全局，胸怀小浪底，为小浪底后勤事业发展献策献力！

我，今天将通过自己的职务和岗位以愉快的心情献出爱心； 我，将以旺盛的精力和无限的激情，怀着感谢的心情开始工作；

我，对待任何事情都会真心相待，热情从事，高效率地主动完成工作任务；

我，始终相信自己是这个集体的重要成员，并将为此而努力； 我，任何时候都要发现对方的优点，要以和颜悦色来表示尊重；

我，要以和善的笑容和爽朗的语言待人接物，在服务中展现价值。

**企业文化创建目标篇三**

人力资源部\_ hr\_z\_b0

3企业文化目标建设方案

目录 ....................................

1文档概要 .......................................

2目标范围 .....................................2

范围 ......................................2

企业文化的核心 ..................................2

企业文化建设分为四个阶段 ...................................2

第一阶段：企业文化体系的理解与构建 ...........................2

..........................2

..........................3

第二阶段：企业文化体系的管理与落实 ...........................3

.........................3

.........................3

.........................3

第三阶段：企业文化体系的诊断与突破 ...........................

4(六) 企业文化诊断—追本溯源，拾遗补缺 .........................4

.........................4

第四阶段：高层年度企业文化突破研讨会 ..............................4

文档概要

目标范围



范围



企业文化核心重点

企业文化建设分为四个阶段

企业文化建设分为四个阶段：

第一阶段、为企业文化的提炼与构建阶段，

第二阶段、为企业文化的管理、传播与落实阶段， 第三阶段、为企业文化的诊断与突破阶段， 第四阶段、为企业文化的持续突破升华阶段。

第一阶段：企业文化体系的理解与构建

——企业文化主要依赖于企业自身的积累与沉淀，全体成员实际共享的文化才能称之为企业文化，中高层管理人员对企业文化的认识与共识决定了企业文化的整体水平。(一) 企业文化提炼—企业文化清晰化

企业文化决定着企业的跑道与方向，企业文化的清晰度是其能否发挥效用的关键！

   

确定企业文化核心要素企业核心价值观的提炼与优化企业使命的提炼与优化企业愿景的提炼与优化



企业文化核心要素整体分析与优化

系统的力量是巨大的，系统之间相互印证，相互依存，相互促进，体系化的程度决定企业文化力量的强弱！

    

第二阶段：企业文化体系的管理与落实

企业理念体系的归纳与阐述企业行为体系的规划与设计企业形象体系的规划与梳理企业文化体系要素整体分析与优化企业文化手册的设计与编制

——无论多好的文化理念都是‘虚’的，必须通过一个专业的、人性的‘管道’，让这些理念自然的融进员工的一言一行，只有这样，企业文化才能真正落实并产生价值。 (三) 企业文化管理—诚意正心，循序渐进

企业文化需要持续不断的建设和维护，只有理性有效的运作和管理，才能让企业文化工作畅通无阻！

    

纲举目张—企业文化措施化方案各尽本分—企业文化职责化方案正己化人—企业文化培训化方案快马加鞭—企业文化激励化方案求仁得仁—企业文化考核化方案

企业文化主要就是企业人员的共同意识，传播是建立共同意识最有效的途径！

    

口诵心惟—企业文化口号化方案温故知新—企业文化故事化方案推心置腹—企业文化沟通化方案名正言顺—企业文化广告化方案水滴石穿—企业文化重复化方案

文化在哪里？文化就在你（员工）心中，企业文化落实不仅需要企业的‘心’，更需要员工的‘心’！

    

顺水行舟—企业文化氛围化方案百炼成钢—企业文化活动化方案怡情养性—企业文化文艺化方案心安理得—企业文化感觉化方案心甘情愿—企业文化感情化方案

第三阶段：企业文化体系的诊断与突破

----企业文化的生命在于创新，失去生命的企业文化必然枯萎，建立一个企业文化自我突破的机制与流程，就相当于给企业文化赋予了生命。

3岁看80，言行定成败，你目前的一言一行中体现着你的未来，对现状的了解和改善能够重塑你的未来。

    

企业文化系统性诊断方案企业文化真实性诊断方案企业文化一致性诊断方案企业文化适应性诊断方案企业文化平衡性诊断方案

企业能否不断的创造新的价值决定着企业能否持续，企业文化需要的是不断突破，不能固步自封。

    

第四阶段：可持续稳定发展

大浪淘沙—企业文化简单化方案相反相成—企业文化反面化方案旗帜鲜明—企业文化主题化方案寓兵于民—企业文化个体化方案无为而治—企业文化生活化方案

----由企业中高层及 hr人员参与研讨，分享企业文化建设经验，澄清企业文化问题与挑战，明确企业文化突破思路与方案，建议每年度一次。

       

海纳百川—各部门企业文化总结和最新行业企业文化动向 脚踏实地--企业文化诊断成果汇报传承智慧--企业文化理念提炼研讨继往开来--企业文化理念突破研讨开花结果--企业文化体系方案研讨精益求精--企业文化手册内容完善研讨立足行动--企业文化年度行动方案研讨凝聚共识--管理层企业文化理解与操作研讨

**企业文化创建目标篇四**

企业文化建设的总体要求

根据本单位的实际及今后的发展方向，提出了企业文化建设的总体要求，总的来说，它应当在场党委的正确领导下，集中反映党的意志、实现党的要求，充分体现新时期党的先进性，及科学发展观的要求。

企业文化作为企业管理的重要组成部分，必须在先进的生产力中发挥作用，一要发扬集体主义，要求全体职工具有最团结的特点，尤其在全体出去防检疫的时候，一定要密切配合，互相帮助，虽然分工细密、环环相扣，但任何一个环节出现差错，必将影响整个团队的荣誉。二要反映纪律性特点，全体职工必须要具备高度的组织纪律性，在工作中要令行禁止、统一号令、服从大局、密切协作。三要反映时代性特点。现代企业的管理和现代化的作业程序要求职工认真遵守规范、严格执行标准，反映在企业文化上就是要有精益求精的工作精神和严谨求实的工作作风。在今年进行的奶牛结核病和布氏杆菌病的检疫中，对血液的抽取量及皮厚卡尺的测量和以往一样一定要按照规范的要求去做，不允许出现任何的差错。违规操作、出现差错的一经查处，必会受到处罚。四要反映目的性特点。各部门有各部门的特点、各单位有各单位要求，兽医站在规划企业文化建设方案、制定建设目标的时候，要充分考虑这些特点，以最优质的服务态度服务质量完成部门、岗位的中心工作为方向，提高针对性、增强效果性。确保我场畜牧业稳步发展。

企业不仅是社会生产力和生产关系的载体，也是各种社会关

系尤其是社会文化观念的载体，在企业文化建设中，要把企业的中心工作作为企业文化的重要内容和服务对象。把好方向，找准定位，企业文化必须仅仅围绕“科学发展”这个主题，以贯彻落实科学发展观为主要内容紧贴工作主题，努力打造和谐企业，集合全体员工的优势，用统一的意志、先进的理念、良好的习惯把大家的思想统一起来，团结起来，激励员工为实现企业各阶段奋斗目标齐心协力、共同奋斗。

全心全意为人民服务是党的宗旨，“以人为本”是企业文化建设的宗旨。企业员工不仅是企业文化的创造者，同时也是文化的承载者和实践者，离开了企业的职工，企业文化就成了无源之水、无本之木，也就没有任何意义了，兽医站全体职工要充分发挥各自的聪明才智，应用到工作中，干好每一项工作。

兽医站企业文化建设领导小组

二0一0年四月一日

**企业文化创建目标篇五**

为明确企业文化建设的总体设想、方针目标与推进路径，进一步实施文化兴企战略，营建以“和谐”为灵魂的兴泰文化，促进“企业又好又快发展和员工快乐工作幸福生活”目标的实现，根据公司整体发展战略规划和实际情况，制定本规划。

2024年下半年，我公司开始启动文化兴企战略。成立了由党委书记、总经理为组长的企业文化建设领导小组，确立了“尊重历史、基于现实、在传承融合中创新未来”的总思路、“自主开发、贵在适用”的总方针、“打造优秀团队、构建和谐兴泰”的总目标和“高层带动、中层推动、全员发动”的总策略，企业文化建设各项工作扎实推进。

2024年11月12日，发布《企业文化手册》；2024年4月19日，发布《视觉识别系统管理手册》；2024年9月，印发《企业文化宣贯手册》；2024年10月31日，发布《员工行为规范手册》；2024—2024年，全面梳理原有的370项制度、整合发布了66项《管理标准》；2024年7月至2024年底，公司完成1800多项综合治理项目。至此，具有标志性意义的理念、制度、行为和物质四层文化体系基本形成。

企业文化宣贯采取“主题推动、多点联动，试点带动、全面推进”的传播模式，辅之以媒体阵地宣传、主题活动教育、座谈竞赛征文、群众文体活动多种形式，不断增强员工的认同度和归属感。2024年是文化理念内化年，宣贯主题为“打造优秀团队、构建和谐兴泰”；2024年是员工行为规范年，宣贯主题为“快乐工作，幸福生活”；2024年是诚信文化建设年，宣贯主题为“和谐家园，共享共建”；2024年是安全文化建设年，宣贯主题为“和谐共进、共建共享”。通过扎实有效的宣贯活动，提高了员工对理念认同度和践行率，为下一步工作奠定了良好基础。

公司开展企业文化建设4年多来，内部党政团结、风正心齐，外部口碑良好、公认度较高，历获全国企业文化建设优秀单位、全国电力行业企业文化优秀成果、全国精神文明建设先进单位等多项荣誉称号。

随着建投的发展和公司的多元扩张，“大兴泰”这一文化概念和情感纽带应运而生。无论是国泰、沙河这些隶属建投又委托兴泰经营管理的国有企业，还是翔泰、天唯、天怡、隆尧热电这些人力资源关系隶属兴泰但由兴泰管理的民营企业，抑或定电项目部、沧电项目部、上安项目部这些代表兴泰与甲方履行检修合同的兴泰“外部军团”，它们皆深深植根于兴泰文化，同时又为兴泰文化注入着新鲜血液，因此也必将为企业文化发展提供巨大的想象和发展空间。

作为老国有企业，一些在计划经济时代形成的陈旧观念根深蒂固，其消极影响在未来相当长的时期内还将继续存在。这可能在某个特定的情境节点上与企业文化的要求背离，成为企业文化建设的阻力之一。

公司注重先进人物的评选与宣传，树立了一定数量的劳动模范、先进党员典型。但在发掘、培养、宣传基层员工企业文化楷模方面，特别是在积累和传播具有传奇色彩的人物和小故事方面做得不够，使得企业文化楷模亲切感不够，影响性不深，带动性不强。

我公司企业文化建设、宣贯队伍均为兼职人员，因为没有专业背景，所以缺乏专注的、系统的、理性的思考。另外，由于宣贯人手过少，一旦岗位变动，就出现企业文化建设断线的现象，直接影响企业文化建设的效果和进程。培训方面，一方面是对企业文化建设骨干力量的专业培训不够；另一方面是对员工的企业文化知识培训不到位，造成企业文化建设的速度和效果达不到预期目标。

一是体现在还不是所有的理念系统都有制度支撑；二是体现在还不是所有制度都渗透彰显了理念文化；三是体现在理念对管理行为的指导作用、制度对个人行为的调控作用还不是十分到位。

严峻的电价瓶颈压力、市场竞争压力、经营成本压力和人员分流压力，大大压缩了企业的利润空间，进而会影响对企业文化建设特别是视觉识别系统的充足投入，影响企业文化特别是视觉识别系统的传播效果。

总体方略：以科学发展观为指导，以“以人为本、和谐导航，统一规划、整体推进，与时俱进、持续完善”为基本方针，以“自主创新与合理继承相结合、群众基础与时代要求相结合”为基本原则，紧密结合企业日常管理执行系统，构建充满活力、彰显个性的企业文化，促进企业和谐发展。

总体目标：以和谐文化为灵魂，以促进企业科学发展、服务发展战略为宗旨，着力培育高忠诚度、高凝聚力、高创新力的“三高”员工队伍；以优化四层文化，改善员工心智模式、推进人本文治，优化工作环境、激发内在活力为基本思路，充分发挥文化生产力特有的培育忠诚、凝聚人心、鼓舞士气、推动创新的作用。经过五年的持续努力，有效提升企业发展的“软实力”，促进企业又好又快发展和员工快乐工作、幸福生活奋斗目标的实现。

五项任务：

理念体系建设：通过积极、系统的审视，进一步完善理念体系框架，明确内部架构的层次与逻辑关系。

心智模式塑造：通过积极、有效的宣贯，形成主流意识与个性思维的有机统一，使员工自觉把个人幸福、个人价值的实现融入到企业发展、企业愿景的实现中来，实现“和谐共进、共建共享”。

建立价值观管理机制：通过对核心价值观不断的培育、宣贯、内化、丰富，进一步发挥、巩固并优化精神文化的根基作用。

制度体系建设：根据上级有关法规，结合公司实际，以精神文化为指导，建立并不断完善“浸润承载理念、体现公平正义、保障管理执行、运行协调高效”制度体系。

制度运行管理：立足于操作和执行，明确制度的研讨制定、宣贯解读、落实执行和修订完善各个流程，增强制度的适宜性、科学性和有效性。

培育长效机制：将企业文化理念熔铸于制度体系中，促进文化“柔”性与制度“刚”性的相互融合与和谐统一，提升文治水平。

行为体系建设：以文化理念为指导，建立企业经营管理行为和管理人员、运行人员、检修人员和服务人员行为准则。

行为规范督查：根据不同时期的宣贯重点，有针对性地开展员工行为规范督查活动，并及时发布通报，促进行为规范。

行为自觉培育：通过企业文化理念宣贯，企业文化楷模的表率作用及多种文化载体的潜移默化的影响，增强员工的自我管理与自我觉醒能力，形成文化自觉。

全公司视觉识别系统建设基本到位，形成特色鲜明、整体和谐的外在形象，使大兴泰成为规划科学、布局合理、美观自然、文明和谐、特色鲜明的绿色生态家园。

企业效益稳中有进，经济实力明显提升，发展后劲不断增强，社会美誉度日趋良好。

企业哲学：义利并重，和谐共赢

企业价值观：以人为本，效益至上

企业愿景：做电力精良头雁，创行业知名品牌

企业使命：提供优质电能，开创光明前景

发展战略：以电为主，热电联产，多元扩张，持续发展

企业精神：忠诚敬业激情超越

企业作风：严谨务实快捷创新

企业道德：诚信为本，操守为重

企业形象：绿色家园，科学规范，勤俭诚信，自强伟岸

企业承诺：

对员工：关心爱护，实现价值。

对股东：资产增值，持续回报

对顾客：优良产品，优质服务

对合作伙伴：合作共赢，协同发展

对社会：不辱使命，真诚奉献。

企业风气：

工作风气：把工作当作事业来做，把企业当作家来经营。

管理风气：把员工当作主人来尊重，把同事当作朋友来对待。

安全观：安全为天，幸福相伴

创新观：创新为魂，点石成金

发展观：发展就是希望，发展就在今天

质量观：质量是企业的形象，质量是企业的信誉

人才观：人人是人才，人人可成才

市场观：变化中抢机遇，竞争中求发展

行为观：行为无小节，自律顾大体

传播语：厚德载物，兴盛和泰

企业箴言：（略）

采用公司宏观指导与部门负责相结合，整体推进与项目突破相结合，企业文化建设办公室总体协调与责任部门自主实施相结合的方式，总体以企业文化理念为核心，横向以安全文化、诚信文化、廉政文化和礼仪文化为主题，纵向以机关文化、部门文化和班组文化为重点，以提高理念认知率、文化认同率、行为规范率、制度完善率、标识规范率为标志，全面推进企业文化建设纵深发展。

以和谐文化为灵魂，重新审视、梳理原有文化理念体系，在补充、完善部分内容的基础上，明确整体框架结构及其间的逻辑关系，建立体现时代精神、彰显企业特色、符合公司发展需要和员工心理需求的精神文化体系。同时，增强文化理念宣贯的力度、广度和深度，使之深入人心进而指导行动，并通过有序渗入组织传播体系、制度文化体系、行为文化体系和物质文化体系，实现理念文化的落地扎根。

在集思广益的基础上形成便于推广传播的宣贯解读脚本，通过层层宣贯讲解、各种座谈讨论和媒体宣传，使理念体系及其含义全体员工人人皆知、管理人员人人皆懂。（2024年完成）

以和谐、感恩、创新、奉献为红线，收集企业精神的代表——传奇人物、文化楷模和小故事并形成宣传手册，丰富企业文化载体。同时，建立并完善发现、培养、锻炼、宣传文化楷模的日常机制，促使精神文化影响直接化。（2024年完成）

（2024年完成）

经常性地征求来自各个层面的意见和建议，积累日常的经验得失，促进理念体系的科学性和适宜性。（每年组织调研，2024年全面回顾审视、修订完善

以“承载并浸润精神文化理念、人文精神与重视执行相结合”为总原则，以“统筹兼顾、整体协调，简明实用、运行高效”为总要求，建立“责、权、利”相统

管理人员人人皆知相关标准，中层管理人员人人皆懂相关标准。（2024年完成）

制定并完善鼓励管理创新和技术创新的制度体系。（2024年完成）

深化管理督查，促进管理自觉，增强管理诚信。（2024-2024年）

（2024年）

按照代表企业的经营管理行为、代表岗位的工作行为两个层次形成行为文化体系，以明确准则、积极宣贯、促进自觉执行为主线，通过入厂教育、岗位培训、日常管理、绩效考评、评先选优与聘任合同的全流程管理，促使企业文化理念进入日常管理执行系统，促进员工文化素质适应企业发展的需求。（2024-2024年）

企业行事准则：全局思维、整体设计，超前策划、择机实施

高层决策准则：民主集中，科学有效

中层管理准则：诚信履职，执行有力

问题与缺陷管理准则：

第一时间报告----所有的问题和缺陷都是能被发现的，发现不了的问题和缺陷是由于人的责任心或能力不够影响的；

第一时间分析----所有的问题和缺陷都是有原因的，没有原因的问题和缺陷是不存在的；

第一时间消除----所有的问题和缺陷都是可以消除的，无法消除的问题和缺陷是几乎没有的；

第一时间改进----所有的问题和缺陷都是能够预防和改进的，无法预防和改进的问题和缺陷是不会有的。

所有员工行为准则：遵章守纪，文明自律。

机关人员行为准则：借口到此为止，执行从此开始。

运行人员行为准则：监控精心，操作认真。

检修人员行为准则：检修优质文明，维护及时到位。（精心维护设备、安全优质检修）

服务人员行为准则：视顾客为亲人，视满意为收益。

员工自律承诺书；员工行为规范手册。

完成企业道路名称、主要景观和建筑的命名发布与标识制作。（2024年完成，政治工作部与基建部负责）

完成车体系统规范工作。（2024年完成，车队负责）

规范企业办公用品系统。（2024年完成，总经理工作部负责）

完成宣传系统有关传播媒介的规范工作。主要包括宣传册、报纸刊头设计、电视片头设计、局域网宣传图站设计、建立图片音像资料信息库等相关工作。（2024年4月完成，政治工作部负责）

据企业实际情况实施《视觉识别系统管理手册》（2024年基本到位，企业文化建设办公室负责）；

**企业文化创建目标篇六**

企业文化建设的主要目标

（1）确定全体职工的价值观。企业价值观是企业文化的核心，决定企业的命脉，关系企业的兴衰。现代企业不仅要实现物质价值，还要是文化价值，要充分认识企业竞争不仅是经济竞争，更是人的竞争、文化的竞争、伦理智慧的竞争。企业的最终目标是服务社会，实现社会价值最大化。xx空调的核心价值观：诚信做人，规范做事，商业人格，结果导向，客户价值，开放分享。

（2）确立企业精神和理念。培育有个性的企业精神和理念是加强企业文化建设的核心，培育具有鲜明个性和丰富内涵的企业精神和理念，最大限度地激发职工内在潜力，是企业文化的首要任务和主要内容。企业精神和理念是指：企业广大职工在长期的生产经营活动中逐步形成的，由企业的传统、经历、文化和企业领导人的管理哲学共同孕育的，并经过有意识的概括、总结、提炼而得到确立的思想成果和精神力量，必须是集中体现一个企业独特的、具有鲜明的经营思想和个性风格，反映企业的信念和追求，并由企业倡导的一种精神。培养企业精神和理念，要遵循时代性、先进性、激励性、效益性等原则，不仅要反映企业本质特征，而且要反映出行业的特点和本单位特色，体现出企业的经营理念。xx空调的企业精神：激情创新，协作共赢。企业理念：始终以客户和员工为关注焦点。

（3）确立符合公司实际的企业愿景和使命是企业生存发展的主要目的和根本追求，它是以企业发展的目标、目的和发展方向来反映企业价值观。xx空调的愿景：成为车用空调事业的发展，创造舒适的车内环境。使命：致力于车用空调事业的发展，创造舒适的车内环境。

统一标识、服装、产品品牌、包装等，实施配套管理。在企业发展中还要以务实的态

度不断完善企业视觉识别各要素，做到改进—否定—再改进—再确定。包含企业标识、旗帜、广告语、服装、信笺、工号牌、印刷品统一模式等等。以此规范员工行为礼仪和精神风貌，在社会上建立起企业的高度信任感和良好信誉。

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。

企业文化实质是“人的文化”，人是生产力中最活跃的因素，人是企业的立足之本，企业员工是企业的主体，建设企业文化就必须以提高人的素质为根本，把着眼点放在人上，分别达到凝聚人心，树立共同理想，规范行动形成良好行为习惯，塑造形象扩大社会知名度的目的。为此要做好建立学习型组织；抓好科学文化知识和专业技能培训；培育卓越的经营管理者，带动企业文化建设。

企业文化建设应与塑造企业形象相统一，实现技术创新，做到群众性合理化建议活动持之以恒，使之具备独特的技术特色和产品特色。创品牌，教育员工要像爱护自己的眼睛一样爱护企业的品牌声誉，使企业的产品、质量在社会上叫得响、打得硬、占先机，展企业精华。要做到在经营过程中的经营理念和经营战略的统一；做到在实际经营过程中所有员工行为及企业活动的规范化、协调化；做到视觉信息传递的各种形式相统一，为促进企业可持续发展奠定坚实基础。

企业管理和文化之间的联系是企业发展的生命线，战略、结构、制度是硬性管理；技

能、人员、作风、目标是软性管理。强化管理，要坚持把人放在企业中心地位，在管理中尊重人、理解人、关心人、爱护人，确立员工主人翁地位，使之积极参与企业管理，尽其责任和义务。强化管理要搞好与现代企业制度、管理创新、市场开拓、实现优质服务等的有机结合。还要修订并完善职业道德准则，强化纪律约束机制，使企业各项规章制度成为员工的自觉行为。提倡团队精神，成员之间保持良好的人际关系，增强团队凝聚力，有效发挥团队作用。

人改造环境，环境也改造人，因此，要认真分析企业文化发育的环境因素，使有形的和无形的各种有利因素成为企业文化建设的动力源泉。采取强化措施，做到绿化、净化、美化并举，划分区域，责任明确，做到治理整顿并长期保持卫生环境。要开展各种游艺文体活动，做到大型活动制度化，即：体育活动（趣味运动）会等；小型活动经常化，即：利用司庆、文体活动等形式丰富员工文化生活，赋予各种活动以生命力，强化视觉效应。

**企业文化创建目标篇七**

关于汇东股份公司

企业文化建设的总体构想

罗蜀远

企业文化建设是一项系统工程，是现代企业发展必不可少的竞争法宝。 企业文化建设有利于促进公司iso9000质量认证体系导入的顺利推进。

就我们汇东股份公司的企业文化建设来看，得到了主要领导及其领导团队的高度重视，已经进行过初步的cis基础性导入，全员上下拥有相当的价值认同，员工精神面貌健康向上，整体意识明显高于许多大型公司，因此有了一个企业文化建设的良好基础，为今后企业文化建设深化工作做了很好的铺垫。

因此，介于公司已有的基础，我想在新的一年里应着重做好以下几个方面的工作：

认识有多深，动力有多强。

一个没有企业文化的企业是没有前途的企业，一个没有信念的企业是没有希望的企业。从这个意义上说，企业文化建设既是企业在市场经济条件下生存发展的内在需要，又是建立现代企业制度的重要手段。

企业文化的建设不是一蹴而就的，它将伴随和贯穿于企业整个生产经营活动全过程。也就是说，企业的生存周期有多长，企业文化建设的历程就有多远。 因此，企业文化建设不能作为一种阶段性的突击性任务来对待，它需要长期坚持不懈的扎实积累方能对企业生产经营和企业发展产生巨大推动作用，否则，将会是图一时闹热、做点表面文章给别人看看而已，那反倒是一种浪费，不如不做。

当然，企业文化建设的方法应该是具体的、可操作的；

企业文化建设的效果应该是可以衡量的；

企业文化建设的参加者应该是全员的；

企业文化建设是有不同阶段侧重点的。

由于企业文化建设是一项长期的任务，同时又具备一定的专业性。要做好企业文化建设工作，应该有一个强有力的工作班子和团队，因此应建立相应的组织机构来领导此项工作，推进此项工作顺利展开。

企业文化、企业理念需要有目的的设计和引导，更需要有目的的宣传和

1培训。通过人为的主动提炼、设计和引导，能够使自然形成的文化理念明晰化，使员工对企业文化、理念的理解深刻化，认同彻底化。因此，正确处理文化、理念的自然沉淀和人为设计的关系，是企业文化建设方法中的关键问题。

企业文化的核心是企业精神文化，优秀的企业精神文化具有强大的激励作用。

诊断企业文化是否被员工接受和认同，企业文化是否在对员工发挥作用，这是一个重要的基础工作。

诊断的方法和原理是：把企业中层以上干部集中起来，把集团的理念，逐句念出来，请大家把听到理念后，所想到的能代表这种理念的人物、事件说出来或写出来。如果大部分人都能联想到代表人物或事件，且事件相对集中，就说明企业的文化得到了大家的认同；但是，如果大部分人不能说出或写出代表性的人物或事件，就说明企业文化和企业理念没有得到员工的认同，就更谈不上对员工行为的指导作用。

这个工作需要外聘专家或专业公司来协助完成。

通过优化企业文化的提炼与设计，进一步规范企业理念识别系统、视觉识别系统、行为识别系统，保持公司企业文化建设的统一性，实现“三统一”：一是企业核心理念系统的统一；二是企业形象标识系统的统一；三是基本管理制度以及员工基本行为规范的统一。

1) 再次从公司发展历史中提炼企业文化。

在企业十几年的发展中，一定会沉淀一些支撑员工思想的理念和精神。这些理念和精神，包含在企业创业和发展的过程之中，隐藏在一些关键事件之中。把隐藏在这些事件中的精神和理念提炼出来，并进行加工整理，就会发现真正支撑企业发展的深层次精神和理念，使得精神理念系统更加优化、科学。

2) 着眼于企业未来需要进行企业文化设计。

对行业进行分析，对竞争对手进行分析，对自己的发展战略进行定位，找到现状与目标的差距。进一步回答：要想实现目标，企业必须具备什么精神，应该用什么理念指导自己？按照这种要求，设计出面向未来的文化理念。

把从历史中提炼的文化理念和从未来出发设计的理念结合，进行加工整理，就形成企业的核心理念及其理念体系。

核心理念在各系统领域内的具体表现是不同的。

以核心理念为指导，设计出各系统的理念，为每一个系统的理念确定相应的典型案例、典型故事、典型人物，形成由核心理念、与核心理念相应的典型人物与事件、各系统的理念和相应的典型人物与事件构成

的文化理念体系。

这样，企业文化建设就与生产经营活动密切联系起来了，避免了一般企业文化建设的单纯形式化倾向。

1) 导入“五个一工程”（另附）

2) 对全体员工进行企业文化培训。

培训的方式首先是培训讲故事者。可以是企业领导、故事的当事人，也可以是宣传者或者专家，不管是谁，必须按照事先的策划讲，要把故事中想表达的理念讲深刻、讲生动，使每一个员工，都记住、理解、并主动向新员工讲解这些理念和故事。这样，故事流传起来了，企业文化、理念、精神就活了。

3) 树立和培养典型人物。

在提炼和设计出企业文化并进行宣传培训之后，有一部分人能够直接认同并接受下来，并用理念做指导，做出具体的行动。这就是企业的骨干。这时，企业把这部分骨干树立为典型，充分利用其示范效应，使理念形象化，从而使更多的人理解并认同理念。

具体方式是，每个月，要求每个部门都要在本部门本月发生的案例中，寻找一个最符合企业核心精神或本系统理念的案例，写成书面材料上报；由企业文化主管部门在所有部门上报的案例中，选出一个最符合企业核心精神的案例，作为企业的典型案例；年底，在12个典型案例中，再选择一至两个最能代表企业核心理念的案例，作为全年的典型。这样，随着生产经营活动的进行，企业积累的文化典型逐渐增多，员工对理念的理解也逐渐加深；更重要的是，各部门为了寻找出更加合适的案例，会主动按照理念的要求处理遇到的具体事件，用企业的核心理念指导自己的各项工作，从而使企业文化理念对行为的影响作用真正发挥出来。把企业文化建设与生产经营活动结合为一体。

4) 以企业文化理念与价值观为导向，完善管理制度。

通过制度的强制，使员工发生符合企业理念与价值观的行为，在执行制度的过程中，企业理念与价值观不断得到内化。最终变成员工自己的理念与价值观。

通过“文化建设三步曲”的实施，企业就形成了“管理制度与企业文化紧密结合”的管理环境。这种管理环境有两大作用：对个人价值观与企业价值观相同的员工，有巨大的激励作用；对个人价值观与企业价值观不相同的员工，有巨大的同化作用。正是这两种作用，使得“文化建设三步曲”成为一种非常有效的企业文化建设模式。

通过以上几种措施，企业将会逐步形成“管理制度与企业文化紧密结合”

的管理环境。

这种管理环境有两大作用：

对个人价值观与企业价值观相同的员工，有巨大的激励作用； 对个人价值观与企业价值观不相同的员工，有巨大的同化作用。

企业文化建设要“看得见、摸得着、听得到——实实在在”

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找