# 最新企业文化建设计划及预算(十四篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-07-08

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。企业文化建设计划及预算篇一以先进的企业文化建设理论为基础，以培育员工社会公德...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**企业文化建设计划及预算篇一**

以先进的企业文化建设理论为基础，以培育员工社会公德、职业道德、家庭美德，提高企业知名度、礼貌度、美誉度，增强企业凝聚力、竞争力、生产力为目的，坚持以人为本、全力实施有我公司特色的企业文化建设，弘扬企业精神、实践企业价值观，实现企业发展战略与员工愿景有机统一，经营者理念与员工观念和谐，员工内心世界与外部环境同步改善，建设和谐企业，推动我公司“三个礼貌”建设协调发展。

二、年度工作目标

进一步挖掘和弘扬企业精神内涵，树立起公司正面形象，增强员工的归属感，推动公司企业文化建设持续健康发展。

三、

企业文化建设应遵循和坚持的原则

1、系统性原则。2、实效性原则。3、以人为本原则。4、坚持与时俱进原则。

四、具体实施办法

(一)、员工思想导向宣传工作方面：

1、成立公司企业文化建设小组，负责公司企业文化的推广。

2、创立公司内部刊物，具体方案如下：

(1)、创刊理念：进一步弘扬公司的企业文化，树立起公司正面形象，增强员工的归属感，推动公司企业文化建设持续健康发展;

(2)、刊物形式：杂志;

(3)、刊物规格：用a4纸进行双面彩色印刷;

(4)、刊物的名字：在全公司内以有奖征集的形式进行征集，经过筛选，最终报总经理审批实行;

(5)、出版周期：每一个季度出版一期;

(6)关于稿件：稿件以公司内部员工供给为主，稿件必须坚持“以科学的理论武装人、以正确的舆论引导人、以高尚的精神塑造人、以优秀的作品鼓舞人”的思想;稿件资料必须拥护共产党的领导，维护公司的根本利益。建立宣传工作考核制度，对被刊登的稿件进行奖励，提高员工参与的进取性，构成一种进取向上的氛围;

(7)、出版时间：计划4-5月份出版第一期;

3、在厂区内树立公司企业文化标识牌。

在公司门口两边的草地上和办公楼楼梯与楼梯间平台正面墙壁上树立如“公司经营理念”、“质量方针”、“环境方针”、“公司的价值观”等企业文化宣传牌，此项工作计划4月份前完成。

4、加强车间内部的宣传导向，在车间内张贴一些安全宣传挂图和5s管理方面的宣传挂图。

进一步提高广大员工的安全意识和质量管理意识。到外面定购一些精美的安全宣传挂图和5s管理宣传挂图挂到车间内部的墙壁上(或者黑板上)。此项工作计划6月份前完成。

5、提炼公司员工行为规范，挂在公司大门口中间的柱子上。

为了提炼公司员工行为规范、强化员工行为意识、规范各级管理人员的管理行为、树立公司内外良好的公众形象、促使大家有一个共同的行为准则，同时推动公司企业文化宣传工作的开展，计划提炼员工行为准则挂在公司大门口中间的柱子上。此项工作已经进行，3月份前完成，具体方案另稿。

6、制作机动部岗位服务区域关系图挂在一车间、二车间和机动部的机修房。

为了使机动部机修、电工区域负责的管理模式更加公开、管理更加顺畅，提高设备的维修效率，加强现场5s管理，计划制作机动部岗位服务关系图分别挂在冲压一车间、冲压二车间和机动部的工作现场。此项工作已在进行中，3月份前完成，具体方案见另稿。

7、对焊接车间、喷图车间内的标识牌进行整理，统一规划。

焊接车间、喷涂车间内悬挂在空中的标识牌都不够清晰、不够明显，不够整洁，需要进行统一整理、规划、设计，计划5月份前完成。

8、在厂房中间通道的墙壁上建立一块“连续安全无事故累计××天”的宣传牌。[网友投稿]

每一天车间都在厂房之间的通道上开早会，在通道的墙壁上建立一块“连续安全无事故××天”的宣传牌，每一天都提醒广大员工“生产再忙、安全不忘”，提高安全意识，起到一个提醒、激励的作用。到时我们记下每次的记录，激励车间不断的去刷新新的记录。六月份前完成。

9、定时搞好车间的宣传栏。

厂门口按一个季度出版一次的频率或根据实际情景出版，结合公司的实际情景宣传公司的精神、近期的重点工作、好人好事等。

(二)、开展活动方面

1、一如继往的搞好公司运动会，在原有项目基础上增加新的项目，尽量让更多的员工参与到运动会的项目上来。

2、开展“五四”征文比赛、司庆征文、书画比赛等。

3、开展员工技能知识竞赛，计划5、6月份进行。

4、在全公司范围内开展安全知识竞赛，计划6、7月份进行。

5、在全公司范围内开展一次员工指南知识竞赛，8、9月份进行。

6、组织一次年度优秀员工评比。

(三)、员工沟通

定期建立员工与管理人员应对面的对话，建立新型员工关系。

1、开展新员工座谈会、老员工座谈会、管理人员座谈会，了解不一样层次人员的需求，对员工提出的问题给予解答，建立公司管理人员和一线员工沟通的桥梁纽带。

2、人事行政部经常到车间和广大员工沟通交流，及时的把握广大员工的思想动态，需求，及时的进行思想引导。

3、大力推进员工合理化提议活动，充分发挥广大员工的进取性和创造性，群策群力，不断改善公司的管理。

4、加强意见箱的管理，及时发现、处理员工的意见和矛盾。

**企业文化建设计划及预算篇二**

一、企业文化建设计划实施的目的

企业文化是企业的灵魂，是一个企业精神和价值观的体现，是推动企业发展的动力。做公司的目的是企业基业长青，追求可持续增长；不断创造客户价值的，构成一个强组织、强执行力、法治管理，效益第一的团队。地产作为北京地产行业新秀，正处于初期发展阶段。目前公司所有员工对待工作较为进取主动，但依然面临着很多问题。制定本企业文化建设计划，有利于公司有组织、有系统地建设公司文化，落实公司文化理念并进行持续提升。实施本企业文化建设计划是建设北京新秀地产，使之成为北京受尊重地产开发商的保证之一。

在文化建设计划实施的具体实践过程中行政计划中心对各活动方案进行

总结

整理，构成完善的实施细则，作为公司长足发展重要依据。

二、企业文化建设实施的原则

一）持续性原则

企业文化实施是一项长期任务，是一个不断强化、反复灌输、考核评估与动态完善的过程。所以，文化建设是一个不断改善、螺旋式上升的动态过程。

二）一致性原则

文化是企业的灵魂，文化建设实施的主题是保证企业发展战略、管理制度、组织行为与文化理念的一致性，从而确保文化理念在公司中生根。

三）系统性原则

文化建设实施是一个系统工程，是一个传播、评估、持续改善的系统，同时在建设手段上也是一个包含如培训、典型示范、文化活动、网站、月刊及外部媒体渠道的相互协调的多样化系统。

三、文化建设中不一样员工的主角定位

一）高层领导

高层领导是文化理念的倡导者，文化实施的发起者、推动者和第一执行者。高层领导班子对价值理念的高度认同、强力推动和身体力行是文化充分发挥作用的根本动力。

二）中层管理

中层管理是文化的主要推动者，是本部门文化管理的第一职责人，在以身作则的基础上承担起文化的日常宣贯、培训、监督和管理的职责。

三）基层员工

基层员工是文化的具体实践者，应主动学习和领会文化的内涵，认同文化，融入文化，经过自我的行为体现文化。

四、文化建设实施的阶段性目标

一）第一阶段（20xx年3月至4月）：

（一）行动计划

1、针对新进员工及现有员工，进行公司文化理念的宣贯，强调商业人格、结果交换、职业心态等工作价值观。完成文化理念的学习与培训，使全体员工熟知的文化理念。

2、建立地产网站，使之贴合文化理念。

3、4月底前由营销策划中心策划，行政计划中心牵头组织公司全员进行“之星”评比活动（详见活动细则）。

（二）行动计划注意事项：

经过地产文化理念的宣讲，全员做学习心得，使地产的文化理念深入人心，以到达统一员工理念为目标。

（三）职责人：

第一职责人：行政计划中心经理；协同职责人：人力资源主管。

二）第二阶段（2024年5月至8月）：

（一）行动计划：

1、建立健全公司各种文化管理制度及流程。

2、积累文化管理的培训、传播、考核、评估、提升系统和人才队伍。

3、结合公司实际运作需要，进一步梳理文化体系，进行适当调整和完善。

4、各项文化理念和行为规范为广大员工所认可，成为自觉的行为准则。

5、每月集中进行一次中、高层文化讨论分享会，分享会主要讨论公司内外部文化落地实际情景和解决办法。再由中层管理分别对基层员工进行宣贯。

（二）职责人：

第一职责人：行政计划中心经理；协同职责人：人力资源主管。

三）第三阶段（20xx年9月至20xx年12月）：

（一）行动计划

1、行政计划中心必须具备规范、有效的文化管理的组织和本事。

2、经过对公司企业文化宣贯，使企业文化成为中高层管理者最主要的管理语言和管理手段。

3、各部门培养一名企业文化培训讲师，使新员工能够很快被优秀的文化所同化，并成为文化坚定的信仰者和传播者。

（二）职责人

第一职责人：行政计划中心经理；协同职责人：人力资源主管。

五、文化传播

一）文化培训和交流

（一）新员工的文化培训

主要对象：新员工

主要资料：《公司员工手册》、《文化故事集萃》

主要方式：

讲授（《公司员工手册》）

自学（《文化故事集萃》）

主要讲授人：文化培训讲师

组织者：行政计划中心

（二）主题交流活动

交流活动的主题，分为问题性和经验性两大类。

1、活动主题的确定

1）问题性活动：对公司反映较为集中的经营管理问题，要分析问题来龙去脉和性质，提出解决问题的目标和原则，根据问题的典型性和重要性筛选出研讨主题。

2）经验性活动：对公司表现出的优秀经验，能够提炼为公司内部学习标杆，根据经验典型性和类别，以及公司管理活动的主题和热点，确定活动主题。

2、主题活动资料

1）问题性活动：汇总对问题现象的描述、交流不一样部门对问题背景和原因的分析观点、研讨问题解决思路，逐步构成标准化地处理类似问题的解决方法。

2）经验性活动：介绍标杆行为的内涵、成功经验，交流对其它部门或业务的借鉴意义，研讨推广经验的举措。

3、主要方式：讲授、研讨、现场会

主要讲授人：问题性活动：相关部门的负责人

经验性活动：标杆行为的优秀员工代表

4、参加活动人员

相关部门负责人、主管及核心员工

5、关键点

1、主题活动前要征集提议，必要时候组织调研，以确定对公司管理有典型意义的主题，并安排有关部门和人员做好交流准备；

2、主题交流由行政计划中心专人进行后续工作跟踪与反馈，注重对研讨成果的落实。

（三）成果固化

由行政计划中心将培训和交流资料整理成规范、简明的书面材料，交公司资料室统一管理存档。

（四）实施时间

1、新员工入职当天，由文化培训讲师进行公司文化理念的培训，新员工写学习心得。

2、主题交流，每季度进行一次。

二）典型示范

（一）典型塑造的原则

典型体现公司精神和核心价值观

典型在特定方面具有突出性

典型的行为必须具有真实性

典型的行为必须具有感人性

典型的行为必须具有可模仿性

（二）典型的类型

个人典型

团队典型

（三）典型的主题

根据公司管理需要，选择若干主题树立典型，例如：“之星”全员参与，业绩评比“服不服冠军榜”“明星员工”等。

（四）典型的推广

经过网站、月刊、会议、文化墙公示等宣传典型个人和典型团队的事迹。对典型个人的宣传要深入挖掘成功内因，应经过事迹和绩效，重在对精神和品德的宣传。对典型团队的宣传要淡化团队领导的影响，应经过对事迹过程的分析，重在对团队合作方法的推广。

（五）典型的奖励

“之星”每两月获得明星榜荣誉的两名明星员工，将得到总经理奖励价值200—300元的明星礼品一份和之星奖状一张；“服不服冠军榜”每月月销售冠军将获得价值200—300元奖品一份+销冠奖状一张，并给予月刊、网站介绍成绩和培训机会。

三）典礼仪式

（一）典礼和仪式的作用

营造喜庆气氛

增强员工的归属感

增强员工自豪感

向社会展示公司形象

（二）典礼和仪式的主要形式

1、新员工欢迎仪式——体现公司的以人为本和用人理念，使新员工在进入公司时就感受到公司文化的魅力。

2、年会——突出喜庆气氛，组织周密，运作高效，使大家体会到大家庭的欢乐，人际关系的协调。

3、开工、开盘仪式——使员工看到公司的不断发展，树立员工对公司未来前景的信心。

四）文化故事修改

（一）故事更新的周期：每年一次。

（二）故事修改：行政计划中心。

（三）故事修改的主要工作：设计故事撰写规范及事例，下发文化故事征集通知，收集故事并整理。

（四）选择若干故事在月刊发表，更新公司《文化故事集萃》。

五）文体活动

（一）文体活动的原则

1、针对公司员工的特长和爱好

2、严密组织，不要影响正常工作

3、做到广泛参与、尽可能照顾到每一位员工

4、给予物质奖励激励和荣誉

（二）文体活动的类型

1、健身娱乐活动：爬山、郊游

2、大型团体活动：年终晚会、团体旅游、拓展训练等

（三）活动时间

以不影响业务工作为原则，每年四月中下旬和九月中下旬展开。

六）员工沟通

（一）总经理信箱

1、对象

总经理信箱面向公司的任何一位员工。

2、意义

鼓励大家勇于反映重大问题、进取提出重要提议，也便于总经理掌握员工最真切的工作体会与文化感受。

3、信箱管理

信箱由行政计划中心指定专人管理。

4、信箱管理员的职责

1）每一天收取信件。

2）信件分类整理。将信件按轻重缓急分类，建立目录，篇幅大的信件要做出摘要。

3）信件转发：每周转交一次

4）信件的反馈：信件必须在一周内给予反馈，由总经理直接反馈，或由行政中心经理反馈。反馈的方式以电子邮件为主，也能够面谈或电话。

5）负责监督信件处理意见的执行。

七）中层管理分享会

（一）由人力资源部组织，以交流经验，互通信息，构成公司内部学习分享成功经验的机制为目的，每季度一次。

（二）活动流程

确定主题——会前准备——与会代表典型发言——分组讨论——小组代表总结发言——构成纪要——推广经验

六、保证措施

一）认识到位

二十一世纪最显著的特征就是文化对公司经营起着巨大的促进作用。创立企业文化构成的文化力如凝聚力、创造力等，是公司宝贵的无形资产。在新的世纪，拥有这种文化优势，也就拥有竞争优势。

二）制度到位

任何工作仅靠自觉是不够的。创立企业文化必须狠抓各种制度的建立和完善。

考核制度。加强考核是企业文化建设由虚变实、由软变硬的重要手段。结合企业实际，制订实施细则，实行量化考核，周周有检查、月月有考核、年终有验收，考核结果纳入部门薪资体系，构成机构健全、职责明确、目标具体、层次清楚的格局。

三）教育到位

企业文化的核心是培育先进的企业精神，并在员工的工作中得到体现，培育的途径则是培训。经过长期积累和不断总结提炼，构成的企业精神是企业文化的灵魂。员工日常行为是企业文化的具体体现。应注重引导和规范。首先，要求各级管理人员准确把握公司总体情景和员工具体情景。其次，以典型标杆引导群体行为。经过营销评比、全员评比、文化活动、文化培训等形式将企业文化引向深入。

七、总结

文化管理是管理发展的新趋势，其强大力量为越来越多的企业所认可，国内企业也逐渐认识到企业文化的作用，经过深入地进行企业现状分析，仅有使企业文化方案紧紧围绕企业文化理念层、制度层、器物层三个层次，由内及外、由内涵到表现，分层次、有步骤进行企业文化以及亚文化的宣贯，从而才能较为全面地构成企业文化系统。使企业文化能够渗透到企业各个层面，被更多的企业员工认可，成为指导成员行动的软规则，才能切实增强凝聚力和竞争力，发挥巨大的作用。

**企业文化建设计划及预算篇三**

后面还有多篇企业文化建设计划！

企业文化是企业的灵魂。为适应新形势发展的要求，根据单位的工作部署，从今年开始，启动本单位实施企业文化建设战略举措。特提出本方案。

一、建设企业文化的意义和必要性

1、提升管理水平的需要。企业文化是企业在长期经营中倡导、积累，经过筛选提炼构成的，是以企业管理哲学和企业精神为核心，以企业最高目标、共同价值观、优良作风、行为规范、标识等为主要资料的，它能够激发和凝聚员工归属感、进取性和创造性的人本管理理论，是企业的灵魂。加强企业文化建设，就是要用先进的管理思想和经营理念武装全体员工的头脑，统一员工思想、规范员工行为，塑造企业形象。所以，经过构建贴合本单位实际、具有本单位特色的文化体系，以提升本单位的管理水平，不断增强本单位的综合竞争本事。

2、加快本单位发展的内在要求。近年来，本单位各项事业取得了长足发展，综合实力逐步增强，并进一步树立了良好的社会形象。在新的发展时期，应对文化单位深化体制改革、市场竞争日益激烈、内部管理需上新台阶等新课题，迫切需要建设贴合本单位实际的、个性鲜明的文化管理模式，为报业经济的健康、稳定发展供给良好环境。

3、加强企业文化建设是一项长期而紧迫的任务。切实推进本单位企业文化建设，着力构建与和谐社会、和谐办报相适应、与本单位改革和发展相适应的文化体系，正确引导广大员工的思想和行为，是深化改革、推动发展的重要保证和迫切需要。企业文化建设是一项意义深远、长期艰苦的战略任务，不可能靠短期行为一蹴而就，而要循序渐进，着眼于本单位发展的战略目标，立足于系统建设、配套建设和长期营造，立足于领导和管理层的大力倡导和进取实践，立足于全体员工持之以恒的学习、培养和参与。

二、建设本单位企业文化的思路和基本原则

1、思路

全面贯彻科学发展观和以人为本的管理思想，以提升本单位管理水平和员工队伍素质为出发点，树立与本单位发展相适应的核心价值观；着力打造创新力强、凝聚力强、竞争力强、事业心强的团队。构建具有本单位特色的企业文化体系。努力建设具有科学发展理念、优秀企业文化、强烈社会职责感的员工队伍，使企业文化成为本单位持续健康发展的重要精神支柱和动力。

2、基本原则

第一、坚持服从和服务于本单位的发展战略的原则。企业文化建设必须紧紧围绕本单位的战略部署和工作实践来进行，从战略目标、发展方针、管理模式、队伍状况等实际情景出发，为促进本单位持续、协调、快速发展服务。

第二、坚持以人为本的原则。坚持企业文化建设的正确方向，把建设高素质的员工队伍、激活员工潜能、激励和凝聚员工为共同目标奋斗作为中心任务。

第三，重在领导的原则。要树立“领导者首位”思想，领导干部要率先垂范。领导干部是企业文化的倡导者和推行者，不仅仅个人的梦想要领先于他人，更重要的是要把领先的理念转化为企业的理念。各级干部在企业文化建设中要带头思考、带头实践，为员工作出表率。

第四、坚持循序渐进、创新发展的原则。从本单位长远发展的高度统筹规划企业文化建设，按步骤、有重点地不断推进；坚持创新发展、与时俱进，在发展实践中不断赋予企业文化新的内涵。

第五、坚持尊重群众、全员参与的原则。

本单位员工是企业文化建设的主体，是企业文化建设的重要参与者和实践者。要进取挖掘全体员工的聪明才智，在企业精神、企业愿景和管理理念体系的构建上，要充分听取他们的意见和提议，充分发挥全体员工的进取性和创造力，使企业的目标、信念等深深扎根于员工的心中，构成共识。

三、建设本单位企业文化目标和重点工作

1、目标

紧紧围绕本单位的发展战略，全面推进物质文化和精神文化的健康发展，深化员工对以“和谐办报”为主要特征的理念体系的认同、信奉和实践；全方位塑造本报形象，进一步提升《某某某报》品牌效应，为实现战略目标供给精神动力。

2、重点工作

第一、注重实践，构建有“某某报”特色的企业文化。在建设本单位企业文化实践中，经过灵活多样的方式方法，灌输某某报的文化理念，提高干部员工对本单位文化的认知和认同；同时还要紧密结合实际，总结提炼具有报业行业性质和本单位特点的企业文化理念。

第二、规范管理，加强制度行为文化建设。企业文化要内外兼修，以理念为核心指南，以制度为外部规范，把优秀的理念转换为企业的制度和职工的具体行为。要深入贯彻落实《公民道德建设实施纲要》，把道德建设纳入目标管理，培育员工良好的职业道德。要建立完善管理制度体系，经过长期的制度约束和习惯养成，把价值观内化在头脑里，外化在行动中，努力提升员工的礼貌素质。

第三，文化育人，培育高素质的员工队伍。企业文化建设的落脚点是要建立一支高素质的员工队伍，不断提升企业的核心竞争力。人才是企业兴盛之基，发展之本。坚持用先进文化凝聚人、培育人、激励人。要全面贯彻以人为本，进取营造自我激励、自我约束、自我发展和促进优秀人才脱颖而出的环境和氛围，培养高素质、高境界和高度团结的员工队伍。建立一种团结和凝聚员工的文化力量，培育与现代企业制度相适应的思想观念，增强员工的自立意识、竞争意识、效率意识、民主法制意识、开拓创新意识。

四、实施

企业文化建设是一项浩大的系统工程，涉及方方面面。本单位企业文化建设拟采用先易后难，先简单化后系统化的做法，并在实践中不断完善。

**企业文化建设计划及预算篇四**

一、活动目的

企业文化在企业竞争中的软实力作用和地位越来越显重要。开展企业文化建设年活动是xx深入贯彻党的十八大精神，应对危机、科学发展、实现“一大目标、三个转变、五项理念”的迫切需要，是落实《关于加强xx企业文化建设的实施意见》（以下简称《实施意见》），健全企业文化建设保障机制的迫切需要，是提升xx文化认知认同，实现企业文化落地生根的迫切需要。

二、主要目标

开展企业文化建设年活动，要针对目前企业文化建设中存在的突出问题，采取多种方式推动《实施意见》认真落实，加强和创新企业文化建设，要在以下方面实现突破：

1、在提升xx文化认知认同上实现突破。提升xx文化的认知认同关键要在三大识别体系下功夫。核心价值理念是xx文化的灵魂，视觉识别系统是xx文化的外在形象，行为识别系统是xx文化的人格化体现。要采取多种方式加大和创新xx核心价值理念宣贯力度，加强员工行为养成教育，强化xx标识系统规范管理，促进xx企业文化入脑入耳入心。

2、在建立企业文化建设协同机制上实现突破。企业文化建设是一项系统工程，需要各职能部门通力协作，齐抓共管。要充分发挥企业文化建设推进委员会的作用，着力构建协同机制，协调推进子文化建设，协商解决相关事宜，部署企业文化建设工作，促进企业文化建设落地生根。

3、在规范总文化和亚文化管理上实现突破。要进一步明确总文化与亚文化关系。集团公司文化是总文化、核心文化，集团下属各企业（部门）文化是亚文化，是集团公司文化的承载体和支撑。xx企业文化建设要突出集团总文化，下属单位要在核心价值理念、企业标识及名称上必须与集团坚持高度一致，把核心价值理念元素贯穿于亚文化之中。

4、在健全企业文化保障机制上实现突破。要以《实施意见》贯彻落实为切入点，切实解决企业文化建设过程中存在的体制、机制、人财物等方面的突出问题，把各级党政主要领导加强企业文化建设的重大职责落到实处，把培养造就使用企业文化人才的目标和机制落到实处，把企业文化建设专项经费落到实处，把企业文化建设的评比表彰机制落到实处，从根本上推动企业文化建设与企业发展和经营管理一同研究部署、一同组织实施、一同督促检查。

三、工作安排

企业文化建设年重点要推进以下工作：

1、着力构建企业文化建设协同机制

工作要求：每季组织召开子文化建设协调会，督促各职能部门加强子文化建设，报告子文化推进情景，落实《实施意见》，协调处置相关问题，构建起有力的齐抓共管的协同机制，切实推进工作。

职责单位：党委工作部

完成时间：2024年1—12月

2、健全企业文化保障机制

工作要求：督办各职能部门落实《实施意见》，健全企业文化保障机制。把企业文化资料纳入领导干部、班子考评，负责“510”工程细化推进实施；修订完善《公司专业管理考核办法》，把企业文化资料充实其中，同时负责协调会纪要资料的督办考核；把企业文化建设纳入“三个礼貌”建设评比表彰；把0、5%的企业文化专项费用纳入预算管理，明确会计科目设置及使用规定。

职责单位：人力资源部运营改善部工会经营财务部党委工作部

完成时间：2024年6月

3、推出企业文化先进典型引导

工作要求：在报纸电视网站开设专栏，解剖式报道企业文化建设先进单位典型做法，建立企业文化示范基地。拟选取炼钢总厂（“双追”文化）、质检中心（“一是一、二是二”文化）、国贸总公司（“家”文化）、矿业公司（“双创双实”文化）、炼铁厂（“金牌”文化）、硅钢事业部（求真、求实、求超越文化）等典型，引导其他单位学习、借鉴企业文化建设的做法和经验，推动公司层面的企业文化建设。

职责单位：xx工人报xx电视台

完成时间：2024年2—12月

4、起草制定《公司企业文化建设评价制度》

工作要求：构成具有可操作性、职责明确的，既能促进各二级单位加强文化建设，也能发挥各职能部门合力推进文化建设进取性的评价制度，定期对各单位、各部门企业文化建设作评价，切实推进工作。

职责单位：党委工作部

完成时间：2024年6月

5、征集提炼子文化理念表述语

工作要求：在公司内征集朴实、简洁、通俗的子文化理念表述语，为核心价值理念细化供给支撑，然后利用媒体强力宣传，让职工认知认同并践行，促进文化落地生根。

职责单位：党委工作部及各单位

完成时间：2024年5月

6、选树文化形象代言人

工作要求：以践行“质量效益诚信共赢创新超越”的核心价值理念为主题，大力选树管理、操作、技术、营销、后勤、跨国经营等各类别的xx文化形象代言人，采取多种方式宣传其事迹，引导职工向先进看齐。同时针对与核心价值和行为规范相悖的行为曝光，鞭挞落后，全面提升企业的整体形象。

职责单位：党委工作部及各单位

完成时间：2024年10月

7、推进文化理念“五进”

工作要求：各单位、部门要进一步强化企业文化的宣贯力度，采取多种形式切实推进文化理念进报告、进现场、进班组、进岗位、进社区，让企业文化理念在员工中入脑入耳入心；要将文化理念“五进”纳入企业文化建设评价制度，定期组织检查通报。

职责单位：党委工作部及各单位

完成时间：2024年1—12月

8、加大xx品牌宣传力度

工作要求：有选择、有重点的组团参加苏州、重庆、上海、美国等国内外大型钢铁冶金展览；继续在北京、上海、武汉机场做xx品牌宣传，适时参与国内外重要展示；加大主流媒体宣传力度，扩大xx对外知名度和美誉度。

职责单位：党委工作部

完成时间：2024年3—11月

9、加大力度推进重组文化融合

工作要求：加强与重组企业文化沟通，健全完善重组企业新闻传媒互通机制，适时成立xx防城港记者站；协调相关职能部门加强与重组企业开展文化交流，扩大xx文化的影响力。

职责单位：党委工作部各职能部门

完成时间：2024年1—12月

10、深化企业文化交流和专题培训

工作要求：采取“走出去、请进来”等方式组织宣传干部到公司内外企业文化建设先进单位学习和考察，搭建文化交流平台；组织相关单位以文化产业为主题的党委中心组联组学习，为发展文化产业解放思想、转机建制、创新发展搭建平台；联合相关部门，开展相关层次的企业文化专题培训工作。

职责单位：党委工作部

完成时间：2024年1-11月

11、加强企业文化研究

工作要求：开展关于xx企业文化如何落地生根的课题研究，探索提炼“落地生根”的新思路、新举措、新载体，为深入推进企业文化建设供给理论支持。

职责单位：党委工作部

完成时间：2024年12月

12、组织企业文化建设年总结表彰

工作要求：组织召开公司企业文化建设年暨四钢文化建设经验交流会，总结企业文化建设活动成果，交流企业文化经验，表彰企业文化建设年先进团体及个人，推进重组企业文化融合，明确下阶段公司文化建设重点。

职责单位：党委工作部

完成时间：2024年12月

四、相关要求

1、加强组织领导，提高活动认识。公司把2024年确定为企业文化建设年，充分证明公司高层对企业文化建设的高度重视。各单位、部门要切实加强组织领导，要把企业文化建设年工作纳入重要议事日程，按公司统一部署及早做好工作安排，便于整体推进。

2、加大宣传力度，营造浓厚氛围。xx工人报、xx电视台、xx网站等媒体要以开设专栏、深度报道等多种形式，及时报道公司企业文化年活动动态及各单位典型做法。各单位、部门要主动供给相关信息，党委工作部要发现总结典型，做好推介工作。

3、明确相关职责，强化目标落实。各单位、部门要对照活动安排，结合自身职责做好相关工作的细化承接。党委工作部要发挥企业文化主管部门优势，做好企业文化建设年活动总体策划，指导协调各项重点工作的落实。

4、加强检查督办，确保活动实效。党委工作部要定期组织检查，及时通报企业文化建设年活动情景。要强化重点工作督办机制，切实推进各项工作的落实。

20xx年xx月xx日

**企业文化建设计划及预算篇五**

一，工作思路

服务一个中心：坚持服务企业中心任务；

强化两个文化：强化“团队文化”和服务文化”，同时深化“关爱文化”；

提升三个满意：着力提升“客户满意”、“员工满意”和“部门协作满意”；

完善四项机制：经过加强“管理监督”、“传播培训”、“通报沟通”和“效果评估”四项机制建设，完善企业文化管理体系；

二、建设主题：(协作·分享·精细·理解)

按照企业文化建设“六维模型”(团队文化、服务文化、关爱文化、学习文化、创新文化、和谐文化)，以“协作·分享·精细·理解”为主题，以建立高效能的团队和有效提升客户感知为目的，着力强化“团队文化”和“服务文化”、继续深入开展“关爱文化”，推动企业软实力的提升。

在团队文化建设方面，围绕欢乐的团队、创新的团队和协作的团队这个主题开展一系列活动，以“创学习型组织，作知识型员工为”主题，鼓励员工时时创新、处处创新、人人创新。

在服务文化建设方面，以丰富服务内涵、提高服务技能、培养服务理念为核心构建客户满意的优质服务体系。

在关爱文化建设方面，围绕思想、情感、安全、生活、身心“五关爱”，进取构建员工关爱的长效机制。

1、加强“团队文化”建设

加强分公司各班组间、班组与分公司之间横向和纵向的沟通与协调工作显得尤为重要。一方面以提升“班组间、班组与分公司之间、班组内部、后台与班组之间的协作满意度”为目标，经过增进相互间的沟通和理解，强化团队协作意识，促进各班组间的合作和相互服务意识，努力打造高效运营新团队；另一方面要经过倡导团队内的分享精神，营造进取向上的组织氛围，今年主要着手打造班组文化建设，经过班组文化建设不断增强班组内各成员的学习本事、创新本事和服务本事，以不断增强团队协作意识，优化组织工作氛围。

2、加强“服务文化”建设

以“便捷服务、满意100”活动为主线，深入理解客户需求，提升精细化服务水平，以塑造优秀服务文化，推动卓越运营体系建设的进程，有效提升客户感知。

3、深化“关爱文化”建设

逐步建立员工关爱的长效机制。树立“健康、幸福、高效的员工是企业最大的财富”的理念，坚持“以人为本”的管理思路，从帮忙员工成长、关注员工心理、关爱员工生活、关心员工健康四个角度，经过制度完善、流程理顺、团队建设等措施，全方位深化“员工关爱工程”“eap”工程，引导员工健康成长、欢乐生活、活力工作。

三、工作举措

(一)、建立常态化的企业文化传播培训体系

员工是企业的基本队伍，也是企业文化最大的传播主体和承载主体，仅有广大员工理解、认同了企业价值观、理念和精神，才能使优秀企业文化成为企业真正的文化。所以我们应首先结合实际，经过各种途径向员工传播企业文化。为此，我们应做到：

一是建立企业文化培训师队伍。分公司培养各班组长可在本班组内进行文化传播的培训师，培训师要结合不一样群体的特点及时更新、开发企业文化培训课件，确保企业文化能够传播到每位员工。分公司将根据时间安排组织企业文化大讨论、企业文化演讲、企业文化知识竞赛、优秀案例征集和巡讲等活动。持续开展企业文化宣贯培训，并将员工企业文化培训作为长期工作来抓。要将企业文化培训资料纳入到员工岗位培训计划，尤其是对新进员工及派遣制员工的企业文化理念培训。

二是建立内部企业文化宣传阵地。分公司利用宣传栏、移动周刊、信息、彩信、书籍等形式，进行常态化的企业文化宣传。用以传播企业文化理念、公司战略方针、企业文化建设信息、优秀事迹案例、经营工作亮点等资料，增强员工对企业文化建设的知晓度和参与度。

三是强化企业文化外部传播。要以做优秀企业公民为己任，进取承担社会职责，充分发挥企业优势，服务农村信息化的发展；突出教育和环保主题，广泛开展公益慈善活动，推动企业与社会和环境的和谐发展。办公室联合市场部要有计划地在主流媒体，宣传企业文化理念内涵、员工奋斗精神以及企业承担职责的企业公民行为等资料，向社会传播中国移动的企业文化，增强企业的社会影响力和感召力。市场部要经过对外营销活动、典礼仪式等进行文化渗透，促进与外部利益相关者的文化交流，拓展与高等院校的联系机制，联合开展文化研究，推动中国移动企业文化案例的对外传播，实现文化营销。

(二)、继续深入开展企业文化建设，使企业文化在分公司有效落地。

企业文化落地，就是要让企业文化真正转化为全体员工的行为和意识，使企业文化转化为员工的日常工作行为，并且转化为全体员工的“无意识”习惯。这不仅仅要求我们做好培训工作和对内对外的传播工作，并且要做好班组间、班组与分公司之间横向和纵向的沟通与协调工作，异常是领导示范作用。20xx年我们将强化团队文化和服务文化，主要做好以下工作：

一是团队文化建设(全体员工用正确的心态对待这一工作)。分公司机关职能各部门，要进取参与“示范点”的创立活动，以身作则推进部门间的沟通协作，推动企业文化理念在企业生产经营管理各个环节中的渗透，在制定安排各项制度工作时，要体现企业文化理念，贴合企业文化的要求，构成企业文化建设齐推共进的格局。

二是服务文化。服务文化要经过开展主题服务活动，提升企业整体服务水平，以塑造优秀服务文化，推动卓越运营体系建设的进程。

1、广泛开展各类“服务文化”推广传播活动，提升全员服务意识。认真开展“便捷服务、满意100”活动，增强各级管理者对一线服务情景的感知，推动其进取发现并解决服务关键问题；结合实际情景，组织“服务文化大讨论”、“前台后台交流互动”等活动，增进前后台的沟通理解，提升前台员工的服务意识和后台员工的支撑意识，推进一体化的服务流程和体系；对外开展“走进中国移动”、“客户接待日”、“行风评议在移动、“服务评选和意见征集”等客户体验和互动活动，增进与客户的沟通交流，深入理解客户的需求，为客户供给贴心的服务。

2、推动服务制度流程与服务文化的匹配和融合，以优秀的服务理念引导各项制度的完善，以追求卓越的精神，加强服务的精细化管理。贯彻落实“以客户为导向”的服务理念，以其为依据梳理和完善各项服务制度，细化每一个服务流程，并经过制定有效监督检查办法，确保其执行效果。倡导服务创新意识，鼓励员工在本职岗位上的创新热情，对于员工的创新成果要给予有效地激励，并及时总结提炼。

三是关爱文化建设——继承07、11年员工关爱成果，根据不一样群体员工的具体需求，有针对性地实施员工关爱。要从员工工作、生活各个细节入手，要帮忙不一样群体员工掌握缓解压力的有效方式方法，改善员工工作压力的主观感受，要给予他们更多的关爱，更多的激励；要注意加强对一线班组长的管理、沟通和技能培训，帮忙他们尽快成长，为带好班组小团队打下扎实基矗。

**企业文化建设计划及预算篇六**

企业文化，是企业综合实力的体现，是一个企业礼貌程度的反映，也是知识形态的生产力转化为物质形态生产力的源泉。面临新的形势、新的任务、新的机遇、新的挑战，要想在激烈的市场竞争中取胜，把企业做大做强，实现企业的跨越式发展，就必须树立“用文化管企业”、“以文化兴企业”的理念，进取推进文化强企战略，努力用先进的企业文化推动企业的改革发展，提高企业的创新力、形象力和核心竞争力，营造“企业有生气、产品有名气、领导有正气、员工有士气”的发展环境，为企业实现跨越式发展战略目标供给不竭动力，特制定本实施方案。

一、总体思路

为提升企业管理水平和员工队伍素质，完成企业的战略发展规划目标，探索出一条贴合本企业实际情景的企业文化建设思路，同时贴合现代企业制度的建设要求和进程，主要体现为四大板块的建设：精神文化、制度文化、行为文化和物质文化。所谓精神文化，就是塑造企业“灵魂”，挖掘和弘扬企业精神内涵，构成一整套能让全体员工共同遵守的价值观和理念；制度文化，就是建立规范完善的制度体系和科学有效的考核体制，加强制度化建设水平，将企业发展导入科学的管理轨道，从而提高企业管理的规范化和科学化；行为文化，就是大力推进行为管理标准，使员工的行为养成规范，编制并完善《员工手册》，并抓好推进落实，提倡具有特色的“德高作风”；物质文化，推行cis（企业识别系统）战略，运用物质形象建设的手段，来营造企业整体文化氛围，提升企业整体形象。力求一年构成氛围、两年见到成效、三年见到实效。

二、指导思想

坚持“以人为本”的管理思想，进取探索当前形势下企业文化建设的新规律，构建贴合时代需要、贴合现代企业制度需要的文化体系，为增强公司核心竞争力、提高企业经济和社会效益，创造良好的文化氛围和强大的力量源泉。

三、建设原则

1、“以人为本”的原则

把员工视为管理的主要对象和企业的最重要资源，企业文化模式始终做到以人为中心，充分反映员工的思想文化意识，经过企业全体人员的进取参与，发挥创造精神，企业才能有生命力，企业的企业文化才能健康发展。一方面强调对人的管理，并把强调“人”的重要性有机地融合到追求企业的目标中去；另一方面，强调员工不仅仅是企业的主体，更是企业的主人，企业要经过尊重和理解员工来凝聚人心，激发热情，开发潜能，极大地调动全体员工的进取性和创造性，使企业的管理更加科学，更有凝聚力。正确处理企业领导倡导与员工进取参与的关系，做到每一个环节都有员工参与，每一项政策出台都得到广大员工认可，自始至终构成一个全员参与、相互交融的局面，最终实现员工自身价值的升华和企业蓬勃发展的有机统一，实现企业资产保值增值和员工全面发展的有机统一。

2、讲求实效的原则

切合企业当前实际情景，贴合企业定位，一切从实际出发，不搞形式主义，制订切实可行的方案，借助必要的载体，建立并逐步完善规范的内部管控体系和有效的激励约束机制。以科学的态度，实事求是地进行文化塑造，重点突出、稳步推进。

3、系统运作、重在领导的原则

企业文化建设是一项战略性、长期性的工作，是一项庞大而复杂的工程，是不可能一蹴而就的，要坚持“打持久战”的理念。在企业文化建设的过程中，要运用系统论的方法，作出整体设计，分步推进，按层次落实。明确总体目标和阶段性目标，根据目标来进行具体操作和建设。领导干部率先，不仅仅在理念上要领先，更重要的是能将领先的理念转化为公司的理念、机制、规则。管理层在企业文化建设的过程中，要先进、深入、带头，有创新、有建树。明确自身主角定位，承担起应负的职责，集中每一位员工的智慧，调动员工的进取性和创造性，全员投身企业文化建设。

4、突出特色、追求卓越的原则

进行企业文化建设的关键在于突出企业的鲜明个性，追求与众不一样的特色、优势和差异性。在建设过程中，要根据企业的实际情景，重视挖掘和提炼，整理出具有本企业鲜明特色的文化内涵，走有“德高”特色的企业文化建设道路。同时要体现出先进的时代水平，要让全体员工都能欣赏我们的企业文化模式，从而在这种先进卓越的企业文化中与企业产生共鸣。人人都追求卓越，人人都创造出卓越的绩效。可是，绝不能满足现状，止步不前，要始终坚持追求卓越，激动人心的目标一个接一个出现，从不满足，不断追求完美和第一，从而推动企业文化的不断健康发展。这也体现了牢固树立科学发展观，与时俱进的思想。

四、实施目标

1、规划目标

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）构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，构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到达100%，企业客户的认知度要到达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，遵守行为规范程度到达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到达规范化、程序化和个性化。

（7）在必须地域范围内到达企业文化建设示范基地的标准。

两年工作重点

20xx年：构成完整的《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到达90%以上，学习体系构建完善并熟练操作。

20xx年：整合并完善企业文化体系，构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，到达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、贴合时代发展需求的、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。

五、具体措施

（1）贯彻宣传企业理念，使企业的宗旨、愿景、战略、人才观、经营理念、行为准则和行动口号深入人心并为广大员工所理解、认同，树立企业精神为核心的理念，提高员工的向心力、凝聚力。

（2）制订并完善《员工手册》，下发并组织全体员工深入学习并贯彻，使得各项工作有章可循，实施职责追究和分责管理，严肃制度，加大考核，提升管理水平，让制度成为文化的载体，使员工在思想上逐渐完成从“要我遵守”到“我要遵守”的升华，在行动上实现从“要我做”到“我要做”的跨越。为取得真正良好的效果，能够在学习培训后组织《员工手册》知识竞赛、有奖问答等。

（3）整体推进vi识别系统，在办公区、宿舍区悬挂企业理念宣传标牌；在办公区设立带企业名称的铭牌；办公用品、形象宣传品、会议及接待用品、印发的文件材料、电子杂志、信封、会议桌牌、标语、视板、工装、太阳帽、包括平时喝水的一次性纸杯等均要带有企业标志，并严格监督。

（4）抓好企业宣传栏、员工活动中心、企业报栏、阅览室等文化载体和阵地的建设，构成浓厚的企业文化建设氛围。

（5）创办企业内部刊物，进一步弘扬企业文化，树立企业的正面形象，增强员工的归属感，推动企业文化建设持续健康发展。对所有部门的优秀员工进行奖励，提高员工的参与进取性，构成一种进取向上的氛围。

（6）组织管理层人员开展大讨论活动，探讨问题为：企业凭什么凝聚人心？借此机会征求各方面的意见，避免企业仅仅依靠职位和金钱作为奖励员工的单一方式。

（7）倡导没有任何借口的执行文化，实现工作目标的刚性到位，树立“必须执行、立即执行、深入执行”的理念，做到忠诚企业、雷厉风行、重视过程、服从全局。

（8）倡导亲情文化，实现企业的人性化管理，想方设法为员工排忧解难，调整夫妻员工的工作时间，建立员工生日档案，制订并完善《员工慰问暂行规定》，对员工家有红白喜事、生病住院、子女升学等方面的情景，认真落实规定，使员工感受到企业大家庭的温暖。

（9）规范员工日常行为，讲究礼仪，提高员工品位，提倡语言礼貌、礼貌待人，能够请一些这方面的专业人士主讲“现代礼仪常识讲座”，促进全体员工做到“懂礼、知礼、用礼、善礼”。

（10）发挥党组织在企业文化建设过程中的作用，正确处理企业文化建设与员工思想政治工作、精神礼貌建设及企业日常管理工作的关系。经过企业党支部并尽快开展思想政治工作与精神礼貌建设工作。利用自身企业舆论优势树立正确的舆论导向，从根源上改变员工思想。

（11）组织开展贴合本企业工作需要的各类技能比赛、文化娱乐活动，如营销策略比赛、员工拔河比赛、员工联谊晚会等，元旦暨优秀员工颁奖晚会等，并在活动之后加以跟进，使活动能取得促进员工关系、提升员工工作进取性等方面的实在效果。

（12）组建企业文化建设领导小组以加强领导，企业各部门领导担任主要负责人，增强号召力，同时也有助于根据企业的整体战略对企业文化的建设把好舵，起到导向作用。

企业文化建设是一项重要的、长期的战略任务，我们要坚持不懈、持之以恒的切实抓出成效来，在制订各项具体实施计划的过程中要切实可行，既不能好高骛远，也不能敷衍了事。领导小组对于每一项计划均要严格落实，及时监督检查，对于开展的各项活动要及时进行评估和指导，按阶段做好各项工作流程。与此同时，企业文化的实施方案是开放性的，其具体资料需要随着外部环境和实施过程中的变化及时做出必要的调整，不断发展完善，真正做到与时俱进、开拓创新、牢固树立科学发展观的思想，构成具有德高特色的企业文化。

态度决定一切，细节决定成败。

没有完美的个人，仅有完美的团队。

**企业文化建设计划及预算篇七**

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资料

（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构成的环境文化。

（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、员工的职业梦想目标、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，构成统一的整体，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）工作资料与分工

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，工作资料如下：

（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；

（5）建立企业文化建设档案室，保存企业文化建设工作档案资料。

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构成科学、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，营造公司进取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景，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，逐步构成良好的行为文化，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）员工办各自公环境评比；

（7）工作经验交流、专业技能研讨会；

（8）突出贡献表彰；

（9）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，经过对企业文化建设的理念和资料的介绍，经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，潜移默化构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、员工的职业梦想目标、员工的价值观念。

**企业文化建设计划及预算篇八**

为贯彻落实总厂企业文化建设现场会精神，按照总厂领导提出的企业文化建设要“力求一年构成氛围、两年见到成效、三年见到实效”的要求，进取推进企业文化建设，特制订此方案。

一、认真学习，提高干部对企业文化建设重要意义的认识

2024年6月21日至7月30日期间，利用周三学习日、党支部书记例会，调度会前10分钟讲课等时间，采取集中学习与自学相结合的方法，组织副科级以上干部，认真学习总厂厂长、党委书记郑怀义同志在总厂企业文化建设现场会上的讲话、《企业文化手册》第一、第二部分和企业文化建设基本知识，使干部进一步了解企业文化基本知识，明确企业文化的重要作用，从而增强培育和实践企业文化的自觉性。

二、进取宣贯，引导职工理解和认同总厂企业文化

力求到10月1日，干部100%能熟记《企业文化手册》中价值理念、管理思想和行为规范，工人要有90%的同志熟记价值理念、管理思想和职工行为规范，全体职工人人会唱总厂厂歌。为此目标，采取如下措施：

1、采取班组（科室）集中学与自学相结合的方法，组织和引导职工学习《企业文化手册》。

2、利用板报分期宣传《企业文化手册》中的重点资料（已经开始）。在检修生产活动中渗透企业文化，如标语、口号等。

3、统一制作宣传板，登录价值理念、行为规范等重要资料，悬挂在会议室或其他醒目的地方，这项工作计划在7月15日前完成。

4、以车间（厂）为单位，7月底之前，由单位领导向职工作一次《企业文化手册》宣讲。

5、8月末，组织全公司干部职工进行企业文化知识考试。副科以上干部考试公司组织，一般干部和工人由所在单位组织。

6、复制厂歌光碟发至基层，组织职工开展学唱厂歌活动，9月中旬考核厂歌学唱熟练程度。

7、搞好企业文化小故事的撰写、推荐工作。

8、会议室座席牌、基层单位门牌上印上总厂标识，这项工作计划在7月15日前完成。

三、规范行为，树立良好的企业形象和职工形象

1、加强考核，落实企业服务规范。监督、保障质量保证体系的运转和工作程序的施行。每月发一期考核公报，奖惩兑现。此项工作由企管办负责。

2、注重养成，规范干部职工行为。坚持教育引导与规章制度相结合，规范职工行为，教育和引导职工自觉坚持“八个做到”的要求。按照“八要”的要求，教育和考核干部。此项工作由人力资源部（组织部）负责。

3、讲究礼仪，提高职工品位。修订并严格执行公司内各项会议纪律，力争杜绝会议迟到早退，接打手机等不良行为。提倡语言礼貌、礼貌待人。

四、加强领导，进取推进企业文化建设

公司成立企业文化建设领导小组

组长：xxx

成员：xx

**企业文化建设计划及预算篇九**

为贯彻落实总厂企业文化建设现场会精神，按照总厂领导提出的企业文化建设要“力求一年构成氛围、两年见到成效、三年见到实效”的要求，进取推进企业文化建设，特制订此方案。

一、认真学习，提高干部对企业文化建设重要意义的认识

20xx年6月21日至7月30日期间，利用周三学习日、党支部书记例会，调度会前10分钟讲课等时间，采取集中学习与自学相结合的方法，组织副科级以上干部，认真学习总厂厂长、党委书记郑怀义同志在总厂企业文化建设现场会上的讲话、《企业文化手册》第一、第二部分和企业文化建设基本知识，使干部进一步了解企业文化基本知识，明确企业文化的重要作用，从而增强培育和实践企业文化的自觉性。

二、进取宣贯，引导职工理解和认同总厂企业文化

力求到10月1日，干部100％能熟记《企业文化手册》中价值理念、管理思想和行为规范，工人要有90％的同志熟记价值理念、管理思想和职工行为规范，全体职工人人会唱总厂厂歌。为此目标，采取如下措施：

1、采取班组（科室）集中学与自学相结合的方法，组织和引导职工学习《企业文化手册》。

2、利用板报分期宣传《企业文化手册》中的重点资料（已经开始）。在检修生产活动中渗透企业文化，如标语、口号等。

3、统一制作宣传板，登录价值理念、行为规范等重要资料，悬挂在会议室或其他醒目的地方，这项工作计划在7月15日前完成。

4、以车间（厂）为单位，7月底之前，由单位领导向职工作一次《企业文化手册》宣讲。

5、8月末，组织全公司干部职工进行企业文化知识考试。副科以上干部考试公司组织，一般干部和工人由所在单位组织。

6、复制厂歌光碟发至基层，组织职工开展学唱厂歌活动，9月中旬考核厂歌学唱熟练程度。

7、搞好企业文化小故事的撰写、推荐工作。

8、会议室座席牌、基层单位门牌上印上总厂标识，这项工作计划在7月15日前完成。

三、规范行为，树立良好的企业形象和职工形象

1、加强考核，落实企业服务规范。监督、保障质量保证体系的运转和工作程序的施行。每月发一期考核公报，奖惩兑现。此项工作由企管办负责。

2、注重养成，规范干部职工行为。坚持教育引导与规章制度相结合，规范职工行为，教育和引导职工自觉坚持“八个做到”的要求。按照“八要”的要求，教育和考核干部。此项工作由人力资源部（组织部）负责。

3、讲究礼仪，提高职工品位。修订并严格执行公司内各项会议纪律，力争杜绝会议迟到早退，接打手机等不良行为。提倡语言礼貌、礼貌待人。

四、加强领导，进取推进企业文化建设

公司成立企业文化建设领导小组

组长：

成员：

日常工作由经理（党委）办负责。

**企业文化建设计划及预算篇十**

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构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，是企业发展到必须阶段后，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，构成了许多独特的、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此刻的发展趋势不适应，有些已经严重阻碍了企业的创新提升式发展。所以，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，显得十分重要和迫切。

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，经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，为公司长远发展供给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，以促使员工和公司坚持高度一致，并自觉遵守企业的各项制度，从而到达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：经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。

2、行为文化目标：经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，中层管理者的职责心和自律性，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：经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资料和要求

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、完善的且贴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，公司所有员工应当熟悉、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、构成、推广阶段

1、时间：20xx年4月-12月

2、工作资料：

1)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;经过“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资料和要求。

2)职能部门分工及任务

各职能部门提炼、构成的企业文化，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、礼貌生产、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、工作资料：

1)企业文化需要企业高层领导支持的同时必须以身作则，进取经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的职责，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，并经过报纸、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，在全公司构成浓厚的文化氛围，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：进取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，做为企业精神礼貌建设的一部分，要将企业文化建设情景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景做为一项评价指标。

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

**企业文化建设计划及预算篇十一**

一、指导思想

坚持以“三个代表”重要思想和党的十七大精神为指导，以培育国电集团公司企业理念为核心；以构建和谐企业，提升企业管理水平，增强核心竞争力为目标；以创立学习型企业，提高员工队伍整体素质为重点；建设具有吉热特色的企业文化，为推进企业科学、持续、和谐发展供给强有力的文化支撑。

二、基本思路

围绕“一个目标”，抓住“两个重点”，推进“三个规范”，实现“四个提升”。

一个目标：就是以提高企业经济效益为中心，营造人本和谐的企业发展环境，推进企业科学、持续、和谐发展；

两个重点：就是坚持与企业的管理机制相结合，与企业安全生产相结合，突出管理文化和安全文化；

三个规范：就是要进一步规范企业vi视觉识别系统、理念识别系统、行为识别系统，树立企业良好形象；

四个提升：就是要经过企业文化建设工作，不断提升企业的学习本事、凝聚本事、创新本事和创效本事。

三、工作目标

（一）加快“三统一”步伐，塑造企业良好形象。坚持集团公司企业文化建设的统一性，实现“三统一”：一是企业核心理念统一，即“工作方针”、“企业精神”、“职业道德观”统一；二是企业形象标识统一；三是基本管理制度以及员工基本行为规范统一。

（二）创立学习型企业，提高文化管理品质。扎实深入开展“创立学习型企业”活动，终身学习理念深入人心，“创立学习型企业，争做知识型职工”活动扎实有效推进，全员学习本事普遍提升，“学习型企业”创立活动取得成效。

（三）加快文化整合，促进企业创新。紧密围绕企业“强化管理，提高效益”、“星级企业”创立活动等中心工作，将企业文化有机融入企业中心工作中，促进企业创新发展，为企业改革发展和稳定供给精神动力和智力支持。

四、重点工作

（一）健全机制，夯实企业文化建设管理基础。

健全完善企业文化建设管理机制，将企业文化建设办公室设在党委工作部，具体负责企业文化建设的组织和协调工作。各党支部要重视企业文化建设工作，加强指导，打牢基础，教育和引导职工认识到企业文化建设工作的重要意义。

各支部要加强对企业文化建设工作的宣传，利用现代媒体及时传递信息，对企业文化建设工作情景进行广泛宣传，进一步加强企业文化建设的宣传基础。

（二）贯彻实施集团公司vi系统，树立企业形象。

按照国电集团公司vi视觉识别系统的标准，厂党委将在今年重点推广应用集团公司《vi手册》，在厂区、生产现场悬挂企业理念宣传标牌；更新办公场所带有企业名称的铭牌；办公用品、形象宣传品和会议接待用品上以及在印发的文件材料、电子杂志、信封、会议桌牌、标语、视板等严格执行集团公司《vi手册》要求。厂党委将把国电集团公司《vi手册》上传到党委工作部网站上，各单位能够到党委工作部网站上进行查询，并在本单位范围内的各项工作和活动中严格执行国电集团公司《vi手册》标准。

（三）贯彻宣传集团公司企业理念，增强职工凝聚力。

按照国电集团公司《关于规范使用国电集团公司企业理念的通知》要求，大力倡导国电集团公司企业理念。各支部要利用班前班后会时间，经过广播宣传和组织学习的方式，加强对集团公司修改出版的《企业文化建设手册之文化强企》一书的宣传和学习。《文化手册》资料包括企业文化知识、集团公司企业文化、礼仪常识三部分资料。厂党委将制作“企业文化知识百题答题卡”，经过组织全厂干部职工进行企业文化知识考试，组织开展“企业文化知识大赛”等载体活动，提高员工参与企业文化建设的进取性、认同企业文化的自觉性。让集团公司企业理念为全厂干部职工所认同，企业向心力、凝聚力进一步增强，为企业发展注入文化动力。

**企业文化建设计划及预算篇十二**

建立供电所安全文化，这是一种全新的企业文化理论和企业文化理念。如果能推进这种管理理论和管理理念，应当说是供电所安全管理的创新和发展。供电所作为县级供电企业而对农村供电的直接窗口部门，担负着各自区域内的安全生产经营活动，其安全生产状况如何，直接影响县级供电企业以及上级的安全生产目标。所以，认真探析供电所安全文化建设对强化供电所安全生产管理具有重要意义。

一、对开展供电所安全文化建设必要性的认识

安全文化建设用通俗话讲就是从实际出发，用优化的安全理念去整合既有的安全管理资源。安全说到底是人与物相互作用的状态，解决物的不安全状态需要科技提高，解决人的不安全行为一般用管理手段。在必须科技水平基础上，由于管理手段很大程度上依靠于对被管理者的监督和反馈，若使每一个人，每一个生产环节的时时、事事、处处都在监督之下，是一件很难的事情，甚至不可能做到。由于安全文化注重人的观念、道德、伦理、态度、情感等深层次人的因素，所以它弥补了管理手段的不是。所以，开展安全文化建设能提高安全生产管理水平。

二、要营造安全文化建设的氛围

安全文化建设对于供电所或县级供电企业来讲是一个新的课题，有许多东西需要去探析思考。比如：我们的安全管理制度、工作环境、行为规范等如何与安全工作理念对接，我们的安全行为规范具体有哪些资料，在行为养成上抓哪些工作等等。解决这些问题只靠少数人去研究思考是不够的，必须依靠广大干部职工。所以，首先要县局（公司）努力营造一种安全文化建设的氛围，安全管理的研究氛围，集广大干部职工的聪明才智，促进县局（公司）的安全文化建设，仅有这样，供电所安全文化建设才有一个导向，参与度才会加强。

三、构建供电所的安全文化理论体系

常规上讲，供电所安全文化的结构为一个中心三个层次。一个中心见供电所的安全生产经营活动。供电所安全文化是从供电所安全生产经营过程中产生和发展的，反过来它又促进供电所的安全生产经营，使供电所获得较好的经济效益和社会效益，所以，供电所的安全文化必须紧紧围绕供电所的安全生产经营这个中心来运转。三个层次即观念层、制度层、物质层，其中观念层是核心。

观念层文化是指供电所在安全生产经营过程中逐步构成的反映供电所安全方面的共同价值观念。它包括供电所的经营理念、安全生产方针、优质服务精神及良好的工作作风。

制度层文化是指供电所在安全生产经营过程中逐步构成的反映供电所安全方面的规章制度、行为规范和组织规范（体系）。供电所安全方面的组织体系包括组织保证体系（安全职责制、安全监督制、三级安全网工作制等）；教育保证系统（人员安全教育技能培训、安全素质考核、安全活动管理等）；管理保护系统（安全检查制度、信息反馈及管理制度等）；激励系统（安全目标管理、安全竞赛、安全奖惩、违章违规管理等）。

物质层文化是指供电所在安全生产过程中逐步构成的作为观念载体的那部分物质。比如供电所的安全标志、安全标准色、安全工器具及良好的安全设施。另外，供电所的安全形象也很大程度取绝于保障安全的物质层文化。所以，搞好供电所安全文化的物质层文化建设对确保安全生产，树立供电所的安全形象十分重要。

四、供电所安全文化建设应正确应对和正确处理的几个问题

一）、提高员工素质问题

供电所的安全生产水平，在很大程度上决定于员工的文化和技术水平。一般来说，文化、技术水平高的人，认识和掌握生产客观规律的本事比较强，因而较容易增强其自觉地按安全生产规律办事的意识；相反，如果文化、技术水平低，势必影响其掌握必须的安全生产知识和技能，因而，也会影响供电所安全文化的意识。员工良好的政治、文化、技术素质是建设供电所安全文化最重要、最持久的决定因素。所以，供电所安全文化建设必须在提高员工素质上下功夫，加强各种培训、考试考核，使员工逐步树立起正确的人生观和价值观，增强主人翁职责感，提高安全生产和优质服务的技能。

二）、安全思想工作的问题

供电所安全文化与供电所安全思想工作两者都属于软管理的领域，其软管理的对象都是员工及其思想，根本目的都在于经过解决员工的思想、认识问题，进行思想教育和文化熏陶来排除心理障碍，调动员工的进取性，保证安全生产。

三）、加强安全管理的问题

供电所安全管理包括对人、设备、生产流程在内的广泛的系统管理。而供电所安全文化，则是一种供电所在安全方面的文化管理，它是一种软管理；这种文化管理强调感情投资、民主管理、重视人才培养和人力资源开发。它经过供电所安全文化培育、管理文化模式的推进，员工构成共同的价值观念和共同的行为规范。实践证明，任何一种管理的强制力都难以导致人的亲和力与创造力的生成，仅有文化管理的提升的文化力才会导致环境和谐与人的最高境界的生成，并具有永远的生命力。所以，将供电所安全文化与安全管理有机结合起来，在传统的供电所安全管理基础上，加入管理模式和内涵，使硬件管理与软管理相配合，互为补充，就能更好地调动职工的安全生产进取性，提高供电所的安全生产。

四）、供电所人文环境问题

良好的供电所人文环境，不仅仅能促进安全生产，同时，也代表了供电所的环境形象和文化品位。供电所的人文环境不仅仅在于供电所的硬环境，包括清洁工整的车间、工器具室、规范漂亮的办公楼，还在于供电所的软环境，包括供电所的文化氛围，员工的精神风貌。供电所的安全礼貌化寓意在人文环境中，良好的供电所人文环境熏陶出具有安全文化的员工。目前省公司在开展供电所规范化管理，很多供电所都十分注意人文环境的改善，将企业环境和企业安全生产对员工的向心力联系起来，同创立学习型企业的各项活动结合起来，以优美的工作环境，良好的文化氛围凝聚职工。由于电力企业安全生产的特殊重要性，所以必须对供电所的人文环境进行整洁和建设，开展生产现场安全设施标准化，供电所规范化管理、礼貌单位建设、服务示范窗口等一系列活动，从而使供电所的面貌焕然一新，安全生产水平不断提高。

总之，安全文化建设是一个渐进的过程，只要我们认识其在安全生产管理中的重要性和心要性，认真对待和正确处理各种问题，供电所员工会在安全文化建设中将安全文化理念潜移默化度为自觉的安全理念，我想供电所的安全生产管理会上新的台阶。

**企业文化建设计划及预算篇十三**

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构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，是企业发展到必须阶段后，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，构成了许多独特的、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此刻的发展趋势不适应，有些已经严重阻碍了企业的创新提升式发展。所以，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，显得十分重要和迫切。

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，经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，为公司长远发展供给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，以促使员工和公司坚持高度一致，并自觉遵守企业的各项制度，从而到达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：经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。

2、行为文化目标：经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，中层管理者的职责心和自律性，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：经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资料和要求

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、完善的且贴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，公司所有员工应当熟悉、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、构成、推广阶段

2、工作资料：

2）职能部门分工及任务

各职能部门提炼、构成的企业文化，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、礼貌生产、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

2、工作资料：

1）企业文化需要企业高层领导支持的同时必须以身作则，进取经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的职责，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，并经过报纸、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，在全公司构成浓厚的文化氛围，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：进取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，做为企业精神礼貌建设的一部分，要将企业文化建设情景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景做为一项评价指标。

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：

**企业文化建设计划及预算篇十四**

为了更好的建设公司的企业文化，增强企业的凝聚力，提高员工的整体素质和知识结构，进一步体现“以人为本”的管理理念，建设“学习型企业”，经研究决定，20xx年将在全公司范围内开展“企业文化建设年”专题活动，具体实施方案如下：

一、指导思想与目的

经过进一步建立和完善与公司发展相适应的企业文化体系，实现企业发展与员工发展相和谐，用文化促进规范，用文化提高效率，用文化提升活力，推进企业持续平稳健康发展，为公司发展供给强有力的文化支撑和精神动力。

经过专题活动的开展与学习使我们从公司领导到部门主管、从一般干部到普通员工真正懂得什么是企业文化、企业文化的概念、企业文化建设的资料、企业文化建设四的种模型、企业文化结构的四大结构，以及企业文化建设在我们各项管理工作中所发挥的作用和地位。

二、组织领导

为加强活动的组织领导，公司成立活动领导小组，对活动开展情景进行检查和督促。

组长：

副组长：

组员：各部门经理（负责人）

以各部门为单位开展本活动。具体由办公室负责此项活动的促进，并对活动的开展情景进行阶段性的检查和监督。

三、活动对象

公司（建设公司、物业公司）全体各部门员工。

四、活动时间

活动时间为：20xx年1月1日至12月31日。

五、活动安排

企业文化建设是一项长期、渐进的系统工程，具有实践性和渐进性，在建设中要按照全面规划、分步实施的原则分阶段进行，同时突出重点，分步实施，逐渐提高。

本活动在“企业文化建设年”中共分为四个阶段：第一阶段为讨论动员阶段，时间从1月1日至3月31日；第二阶段为建立与确定初步企业文化建设模式的实践阶段，时间从4月1日至6月30日；第三阶段为建企业文化建设与实施阶段，时间从7月1日至9月30日；第四阶段为企业文化建设总结与完善、巩固与提高阶段，时间从10月1日至12月31日。

第一阶段：推进企业文化建设的讨论和动员阶段（20xx年1月1日至3月31日）

全面动员，广泛发动，全员参与。建立全员对企业文化的认知，营造企业文化建设氛围。进一步提高全体员工的思想道德素质、科学文化素质、专业技术素质、岗位职业技能和工作创新本事。

此阶段在公司层面将组织三次不一样层面的人员参加方圆建设公司与方圆物业公司企业文化建设的讨论。（今年2月份春节前各部门要召开“新春座谈会”，其中讨论的资料要涵盖如何谋划好“企业文化年建设”）。各部门在各阶段每个月至少要组织两次以上的企业文化建设方面的讨论，在讨论中要求每位职工都要进取发言，并结合工作谈自我对企业文化建设的认识，公司将做为一季度考核的资料之一进行检查。

主要将从以下几个方面进行讨论：

一、什么是“企业文化”？

二、“企业文化”是如何构成的？

三、“企业文化”的要素有那些？

四、为什么说“企业文化”是企业在解决生存和发展的问题过程中构成基本规则。

五、为什么说“企业文化”是企业的灵魂，是推动企业发展的不竭动力

六、为什么说“企业文化”是在工作团队中逐步构成的规范？我在这个团队中规范自我的行为做得如何？

七、部门及员工在开展“企业文化建设年”中如何充分发挥自我的作用与潜能，从中有何收益？

第二阶段：建立初步企业文化模式的实践阶段（20xx年4月1日至6月30日）

1、建立方圆大厦内部刊物

公司决定自20xx年第二季度起，每季出版一次公司内部刊物。公司刊物是企业文化传播中适应性最强、最有活力的媒介，对公司的企业文化和方圆大厦企业文化建设能够进行阶段性的评估和总结，并全方位地涉及文化各个层面，使员工对自我的工作和公司的发展更加了解。

此项工作的具体实施方案将于第二季度下发到公司各部门及驻厦有关单位，具体按其实施意见办理。同时要求每位职工都要进取参与到此项活动中来。

2、开展培训讲座活动

公司将于20xx年度每月末的周四或周五在方圆国际会议中心为驻厦单位围绕着企业文化、企业制度与管理，以及金融与保险、经济法规、现代服务业等方面举办讲座，讲座的课题和资料将随着国际和国内经济形势的变化而调整，把学习与工作有机融合起来，让员工在掌握运用新知识、新技能中实现自我价值，提升员工的整体素质。

有关具体讲座的时间和资料另行通知，但要求每位职工必须进取参与并写出培训的

心得体会

。

3、开展员工读书计划

经过此次活动，在公司范围内逐步构成良好的学习氛围，并把读书活动深入、持久地开展下去。具体流程如下：

（1）读书学习阶段：由公司推荐若干本有针对性的书籍，供员工阅读，做到推荐书目与实际工作相结合，有效指导工作，进一步提高我们工作的管理本事与服务意识。同时不定期的推荐一些其他书目让各部门员工选读，以利于扩展员工的学习面，将兴趣和专业相结合。

具体要求在每周内，一般员工至少要读书2个小时；职员级及领班以上员工至少要读书5个小时；主管至部长级至少要读书8个小时；总经理助理以上级别至少要读书10个小时，具体事宜由图书室做好具体的工作安排。

（2）自我学习及读书感悟阶段：针对所推荐的书目，要求公司全体员工在工作时间以外，自行安排时间入馆读书和学习，并自本阶段起每月撰写读书感悟（要求手写稿），同时要结合实际工作，使理论与本职工作相结合，并由各部门统一汇总后报公司办公室。办公室将根据员工读书感悟的书写情景，作为员工及各部门综合考评的依据。对于优秀的作品，提议推荐到公司的内部刊物上发表。

4、建立岗位问责制，丰富企业文化内涵

公司将进一步完善绩效考评体系，加强综合检查及日常考核力度；严格执行公司考勤制度管理规定，并与绩效工资上涨挂钩；在新修订的岗位职责制基础上，对事件的直接职责人及第一职责人做出相应处罚，实行问责制，对不能适合岗位的员工将进行调整、劝退、直至解聘。

在本阶段，公司将在5月份以各班组为单位，举办一个摄影比赛，所摄影像必须是反映公司或部门班组平时工作、学习生活，以及职工文化活动、困难职工走访等各项活动资料的人文照片。具体由办公室负责此项活动的开展和督办工作。

第三阶段：企业文化建设与实施阶段（20xx年7月1日至9月30日）

1、根据第一阶段的讨论与第二阶段模式的实践活动，召开企业文化建设实践的专题讨论会，查找、解决问题。

结合上阶段的读书学习和感悟情景，以各部门为单位，每月召开两专题讨论会，同时做好详细的书面讨论记录，从工作实践上进行总结和理论提升。分别全面总结在服务水平、管理水平、工作职责心、岗位职责制、遵章守纪等方面的情景。

深入查找工作中所存在的薄弱环节和漏洞，并制定切实可行的整改措施和方案，明确整改的目标和重点，确定整改的时限和职责人。构成在工作中学习、在学习中工作，进一步提升公司员工的整体素质。有关本阶段各部门开会的讨论情景，公司考核组将不定期以班组为单位进行抽检。

2、做好企业文化建设，进一步加强员工职责心的教育工作。

在此阶段，各部门每月在召开两次专题讨论会深入研究企业文化的同时要进一步探讨如何加强员工职责心的教育工作，增强员工的事业心和职责心。

企业文化建设与企业员工职责心教育相结合，职责心的讨论具体体此刻三个阶段：一是在做工作之前，即在进行工作之前要做好工作计划，预想后果；二是在进行工作的过程中，即在工作进行过程中要尽量控制事情向即定目标发展，防止不良结果出现；三是在工作完成后，即对所出现的问题或不良结果要敢于承担职责。

3、开展主题活动，进一步推动企业文化建设。

结合上阶段的读书学习情景及方圆刊物的创刊、图书馆的建立，公司将在7月份下旬举办“分享知识、共同成长，争做卓越员工”的征文和演讲比赛，进一步提高员工的综合素质，增强员工的凝聚力和认同感，实现企业与员工共同发展，并以此进一步推进公司企的业文化建设工作。具体由办公室负责此项活动的开展和促进工作。

第四阶段：企业文化建设总结与完善、巩固与提高阶段（20xx年10月1日至12月31日）

对公司企业文化建设体系的整体实施状况做出阶段性的总结和评价。调整目标偏差，使企业文化建设工作向健康、稳定、正确的方向发展并构成长效机制。

1、根据上阶段的工作安排情景，各部门要对存在的问题逐项进行解决和落实，稳定和固化已取得的文化建设成绩。各部门及全体员工要按照企业文化建设年的总体要求，结合部门及个人岗位职责制找出的个人存在工作中在的不足与问题认真进行批评与自我批评，并将资料做为部门及员工的年终工作总结的一部分。

2、提出合理化提议

针对前三个阶段的工作完成情景，每位员工都要结合日常工作情景提出一条促进公司发展建设的合理化提议，重点围绕我们在服务和管理、工作职责心、内部沟通、团队精神、规章制度制定、企业文化建设、学习和发展等方面提出合理化提议，由各部门汇总后报公司办公室。

3、在企业文化理念的引导下，各部门要结合前三个阶段的工作审视公司及部门的各项管理制度，确保文化理念植入管理体系。分析工作中存在的差距和不足，研究如何进一步完善企业文化建设工作机制，修订、完善与现代企业制度和公司发展理念相配套的各种制度。

4、为进一步调动公司员工的进取性，丰富员工业余文化生活，公司将在10月份上旬举办“乒乓球、体育类比赛”活动。

5、对企业文化建设成果进行全面总结和提升，经过创立“学习型企业”的系列学习，充分发挥企业文化的凝聚功能，增强员工职责心和事业心，到达固化企业文化建设成果、创新企业文化理念的目的。

各部门总结一年以来关于企业文化建设工作的开展和完成情景，总结经验，找出差距，不断完善企业文化体系，逐步构成与公司发展战略相适应的具有自身特色的企业文化。在“企业文化建设年”的最终阶段，各部门、各班组及个人的总结要结合全年的各项工作于12月25日前报公司办公室。

六、相关要求

1、提高认识，强化职责落实。各部门要高度重视企业文化的建设工作，注重实际效果。依据方案注意结合本部门员工岗位特点自发进行学习讨论，着重强调全员互动参与，确保抓出成效。

2、加强督导，严格考评。将企业文化建设活动的开展情景作为各部门考核的一项重点资料，公司领导小组及办公室将分期、分阶段地做好活动的监督和检查工作。确保此项工作取得实效，保证公司企业文化建设工作扎实推进。

3、“企业文化建设年”的实施方案，要求各部门领导、各级主管、职员级及领班以上人员要认真阅读、深刻领会、严格贯彻、全面落实，为全面完成20xx年公司的各项主要经济指标而努力奋斗！

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