# 管理理念和体系的创新

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-06-19

*第一篇：管理理念和体系的创新管理理念和体系的创新创新的内容至少要包括六个方面：管理理念的创新；管理体制的创新；管理机制的创新；管理制度的创新；管理组织的创新；管理技术的创新。而首要问题为理念的创新。创新，是未来管理的主旋律，是推动经济和社...*

**第一篇：管理理念和体系的创新**

管理理念和体系的创新

创新的内容至少要包括六个方面：管理理念的创新；管理体制的创新；管理机制的创新；管理制度的创新；管理组织的创新；管理技术的创新。而首要问题为理念的创新。创新，是未来管理的主旋律，是推动经济和社会发展的原动力。人类的发展依赖于创新，科技的进步依赖于创新，开创人力资源管理工作新局面同样还是要依赖于创新。在新的世纪里，管理创新水平和人才创新能力将成为一切组织制胜的关键。新形势新任务对人力资源工作提出了新挑战新要求。鉴于世界范围内人力资源管理的发展趋势，结合中国人力资源开发与管理工作的现实状况，笔者认为，现代人力资源工作者要想做到与时俱进、从容地应对环境变化带来的挑战，必须始终坚持全方位地改革创新，不断探索新形势下人力资源开发与管理的新途径新方法。理念问题任何时候都起先导作用，多一分理论就多一分清醒。没有理论指导的人力资源管理工作，是盲目的、不自觉的、不清醒的，也是上不了台阶上不了层次的，只能是低水平的循环往复。理念一词现在十分时尚，各行各业各个领域都在讲自己的新理念。什么叫理念？仁者见仁，智者见智。依笔者之见，理念，就是在理性思考的基础上，得出的结论，形成的观念。反思以往，面对现实，放眼未来，人力资源工作者必须牢牢确立以下重要理念：

确立“从管理人到服务人”的理念

我国传统的人事管理是一种全方位的垄断性管理。重管理，轻服务是它的重要特征之一。现如今，人力资源管理已经由过去单一的管理转化为多元化、多层次、全方位的服务。“管理就是服务”已经成为共识。这些年来，人力资源管理工作的服务功能在日益拓展，各地的人才市场、人事代理、人才租赁等服务业务日趋成熟。满足人才需求、保障人才权益、促进人才发展等提上了重要日程。

确立“从管理人到影响人”的理念

教育者应该首先受教育，开发者必须首先被开发。打铁先要自身硬。从某种意义上讲，一个地区、一个单位，人力资源开发的水平取决于开发者自身的开发水平。人力资源管理工作者要率先成为复合型人才。什么样的人可称之为复合型人才呢？即知识复合、能力复合、智商与情商的复合。知识复合又必须符合三条要求，一是知识面宽，二是在一二个领域有深度，三是能把大量零散的知识整合起来，做到融会贯通、应用自如。能力复合就是要做到一专多能、身兼数职，一个人会做几种工作。智商与情商的复合，则是指既会做事、更会做人。智商讲得是如何做事，情商讲得是怎样做人。智商开发要解决知识武装问题，情商开发要解决心理调整问题。“靠智商得到录用，靠情商得到提升”的观点正在得到国际社会的广泛认同。确立“从行为管理到心理管理”的理念

刚性管理的时代即将结束，柔性管理的时代已经来临。未来的管理是：刚柔相济、以柔为主、柔中带刚、以柔克刚。现代管理者必须懂得：人事两柄，一奖一惩，以奖为主，以惩为辅。多一点激励，多一点沟通，多一点理解，多一点关爱。要善于运用心理学和行为科学的方法，研究员工的心理现象，了解员工的心理需求，把握员工的心理规律。

确立“从传统管理到现代管理”的理念

管理理论发展大致经历了六个阶段：泰勒的经济人阶段；梅奥的社会人阶段；马斯洛的自我人阶段；戴维斯的组织人阶段；公司文化兴起时期的文化人阶段；彼得？圣吉的学习人阶段。现代管理理论是1911年泰勒先生提出来的，这一理论提出使企业管理从无序管理转入有序管理，从而使企业的管理效益倍增。泰勒主张把人看成是“经济人”，这是现代管理理论的第一阶段；第二阶段代表人物是梅奥，他主张把人看成是“社会人”，认为人不仅能具有经济属性，同时还具有社会属性，比泰勒进了一步；第三阶段的代表人物是马斯洛，他主张把人的需求由低到高分为五个不同层次，其中得到社会认可、实现自身价值是人的最高需求；第四阶段的代表人物是戴维斯，他通过对组织文化的研究，提出要把人看成是“组织中的人”，任何人都应该在一定的组织里生活；第五阶段是20世纪80年代公司文化兴起后把企业人看成是“文化人”；

第六阶段即20世纪90年代彼德？圣吉提出的学习型组织理论，提倡系统思考、自我超越、努力改善心智模式、积极参与组织的学习，主张把人看成是“学习人”。在共同愿景下努力发展自己，不仅把学习看作人的天性，而且把学习看作生命的源泉。彼得？圣吉先生的学习型组织理论有三个核心内容：第一，它强调的是团体的学习而不是个人的学习；第二，它强调的是持续的学习而不是一时的学习；第三，它强调的是改变人们心智模式的学习而不是一般知识和技能的学习。

确立“从行政管理到盟约管理”的理念

人力资源管理大致要经历过三个不同的发展阶段，即从行政管理阶段到契约管理阶段，再发展到盟约管理阶段。传统的人事管理叫人事行政管理，管理的两大主体权力地位是不平等的，个人从来都是依附于组织的。叫你往东别往西，叫你打狗千万不要去追鸡。我是革命的一块砖，东西南北任你搬。如今，中国的人力资源管理正在进行根本性的变革，其趋势之一就是废除终身雇佣制度推行聘用合同制度。按需设岗，按岗聘用，以岗定酬，合同管理。管理的两大主体权力地位逐渐趋向平等。当然，目前还没有实现完全意义上的平等，组织依旧是强者，个人仍然是弱者。人力资源管理进一步发展，将要过渡到盟约管理阶段，到那个时候，加盟的各方权力地位才能实现完全平等，我打你通的时代将宣告结束。

确立“从事本管理到人本管理”的理念

传统的人事管理以事为中心，重物轻人，见物不见人，把人只是当作劳动的工具。现代人力资源开发则是强调以人为中心，要促进两个发展相统一，即既要促进经济社会的健康持续发展，又要促进人自身的全面发展。马克思主义的最高命题是什么？中央党校的一位教授讲的很精辟，“为了一切人自由而全面的发展”。这既是马克思主义的最高命题，也是现代人力资源管理工作者的最高命题。以人为本、人本管理、最大限度地满足人的发展需求，应该作为现代人力资源工作者的重要理念。

确立“从传统人才观到科学人才观”的理念

2024年，党中央国务院召开了全国首次人才工作会议，第一次提出了科学人才观的论断。如何理解、怎样确立科学的人才观呢？我认为，首先必须了解新中国人才观的阶段划分，第二必须把握科学人才观的三项核心内容，第三必须深刻理解科学人才观的全面内涵。

笔者主张，把新中国的人才观分成三个不同的阶段，第一阶段从建国后至文革时期。第二阶段从文革以后至中央人才工作会议召开之前。第三阶段即中央人才工作会议召开之后。第一阶段的人才观政策导向是“出身+门第”。当时的人才标准是“根红苗正老茧多”。这在当时是符合中国实际的，因为在那个时期我们国家的知识分子为数甚少，大学生简直是凤毛麟角、寥若晨星，一个高小毕业的人在当时就能堪称为小知识分子。1957年，毛泽东在《关于正确处理人民内部矛盾》一文中讲到，我们国家有500万知识分子。经查证，当时界定范围是初中毕业以上的人。所以，在当时特定的历史背景下，人才观的内涵更多强调的是家庭出身和门第。从一切权力归农会过渡到工人阶级领导一切。只要出身好，苦大仇深，就能得到重用。一时间，“老子英雄儿好汉，老子反动儿混蛋”、“越穷越革命，越穷越光荣”、“宁要社会主义的草，也不要资本主义的苗”等口号在社会上十分盛行。第二阶段的人才观政策导向是“文凭+职称”，具体标准是“中专以上学历、初级以上职称”。1982年，国务院149号文件规定：中专以上学历或技术员以上职称的，即可统计在人才之列。当时的本意是特指专门人才而言的，后来人们渐渐地把它演绎成全社会的人才标准，直至人才工作会议召开。把学历和职称作为全社会各类人才的统一标准，显然不合适。按照这个标准，孔明诸葛不算人才，因为他是三无人物，无学历、无职称、无城镇户口。西北歌王王洛宾也不算人才，因为他没有职称。用他自己的话讲，我的职称就是“在那遥远的地方”。北京的公交售票员李素丽、上海的管道修理工徐虎、武汉的汽车修理工王涛、青岛港的集装箱桥吊工许振超等都不算人才，因为他们都没有获得中专以上学历。第三阶段即中央人才工作会议召开之后。现时的人才观政策导向是“能力+业绩”。科学人才观淡化出身门第，弱化文凭职称，强化能力业绩。

笔者认为，要贯彻落实好科学人才观，必须把握它的三项核心内容，即三条标准、四个要素、四个不惟。三条标准是：具有一定的知识和技能；能够从事创造性工作；能为三个文明建设作出积极贡献。都是需要的人才。四个要素是：品德；知识；能力；业绩。这是衡量人才的主要标准。四个不惟是：不惟学历；不惟职称；不惟资历；不惟身份。曾庆红同志曾发表文章辩证阐述四个不惟。曾庆红同志说，中央提出四个不惟，不是四个不讲，更不是四个不要。如果什么都不讲了，什么都不要了，岂不又回到“读书无用论”和“知识无用论”的老路上了吗？我们既强调大量培养有丰富实践经验和有一技之长的高技能人才、实用型人才，同时也强调要高度重视培养造就和引进高层次人才，并以此带动整个人才队伍建设。过分强调事物的一个方面，而忽视另一个方面，事物就容易走向反面。既要注意那些有学历、有能力的人，又要注意那些学历不高、能力很大、先天聪颖、后天勤奋、才能杰出、贡献非凡的人。如，中国科学院1-6届学部委员中有36人没有大学文凭，包括华罗庚（初中）、李强等。又如，政治伟人毛泽东、邓小平也没有正规的本科学历。再如，著名作家浩然先生只有小学文化。

确立“从一元目标到两元目标”的理念

现代人力资源开发必须坚持两元目标。第一个目标是提高人的智力，让我们的员工一个比一个聪明，个个都聪明绝顶；第二个目标是激发人的活力，让我们的员工一个比一个积极，人人都是拼命三郎，没白

没黑、废寝忘食。什么叫激发员工的活力呢？我认为，具体应包括六个要素，即调整人的心态，变革人的思维，转化人的观念，激发人的热情，提高人的情绪商，开发人的创造力。

确立“从管理人到开发人”的理念

近20年来，世界范围内的人事管理正在进行一场根本性的变革，变革的基本趋势是：告别传统的人事管理，取而代之的是现代人力资源开发。中国的情况也是如此，我们正在顺应这种趋势，推动这场变革。在这样的国际国内背景下，人力资源管理工作者需要确立的第一个理念就是自觉实现“从管理人到开发人”的转变，必须从思想上搞清楚什么是传统人事管理？什么又是现代人力资源开发？两者之间有哪些区别？根据笔者的研究发现，传统人事管理与现代人力资源开发两者之间存在着九大区别：

一是类型不同。传统的人事管理属于被动反应型，人事部门整日忙于具体事务，对许多事情通常都是被动地作出反应，工作自主性很小；而现代人力资源开发属于主动开发型，人力资源部门可以根据组织发展战略的要求自主实施对人的开发，诸如制定人才规划、实施人才培训、引导人才流动等事项，人力资源部门都可以自主进行，工作的自主性较大。

二是层次不同。传统的人事管理始终处于执行层，一切按领导的意图行事，很少参与决策；而现代人力资源开发则逐步进入了决策层，人力资源部门的地位显著提升。当然，人力资源工作进入组织决策层需要有个过程。我们曾经考察过欧洲的一些大型企业，发现这些企业的人力资源部门已经普遍进入了决策层。例如，德国西门子公司的各级人事主管都已成为本级董事会的成员。就总体而言，这一变革大致经历了四个阶段：第一个阶段是1945-1955年的十年间，由于战争的原因，造成产品极度匮乏，在此期间普遍注意在生产和设计人员中选拔企业高层主管；第二个阶段是1955－1965年的十年间，由于生产过剩，产品积压，在此期间企业选拔高层主管的注意力开始转向营销人员；第三个阶段是1965-1975年的十年间，由于跨国经营的出现，跨国公司里的内外财政问题日益突出起来，在此期间选拔企业高层主管的注意力又开始转向财务人员；第四个阶段是1975年以来，由于经济全球化导致竞争加剧，对人的素质要求越来越高，人力资源开发问题被提上了重要议事日程，此时此刻选拔企业高层主管的注意力才开始转向人力资源管理者，于是人力资源管理便逐步进入了决策过程。中国目前企业人力资源部门的地位不尽一致，处在哪个阶段的都有，但其总的发展趋势是或早或晚都要进入决策层，这是历史的必然。

三是视角不同。传统的人事管理视人力为成本，只看到我国人口众多、社会成本过大等负面影响的一面，看不到人的资源性一面；而现代人力资源开发则视人力为资源，认为人力资源是第一资源，是世界上一切资源中最宝贵的资源，经过开发了的人力资源可以升值增值，能够给人类带来巨大的利润。前者视角有误、态度消极；后者视角正确、态度积极。不同的视角差异，将会带来两种截然不同的结果。

四是深度不同。传统的人事管理只关注人的显能开发，强调用好员工的已有知识，做到学用一致即可；而现代人力资源开发则关注人的潜能开发，强调要把开发员工的创造潜能作为现代人力资源开发的重点，使每一个人潜在的巨大能量都能得到充分地释放，使每一个人的创造才能得到尽情的施展。有研究成果表明，迄今为止，人类的潜能至少还有80%处在沉睡状态，有待于我们去开发利用。

五是广度不同。传统的人事管理强调管好用好自有人员，眼睛只向内不向外，工作领域相对很狭小；而现代人力资源开发则不仅关注内部管理，更重要的是积极倡导面向国内外的人才市场引才借智。“引才借智”已成为当今社会的一种时尚，正在受到全社会的普遍推崇。传统的梦长君“用才必养”的人才观正在被逐步打破，“非我养之才也能为我所用”、“不求所有，不求所在，但求所用”等新的人才观正在逐步形成和确立之中。

六是焦点不同。传统的人事管理以事为中心，通常是因事择人，重管理轻开发、重物轻人、见物不见人，是传统人事管理的突出特征；而现代人力资源开发则是以人为中心，强调的是以人为本、因人择事，始终坚持把对人的开发放在第一位，努力促进人与社会的协调发展。如今，人力资源开发的一个新的理念――“员工与企业同步成长”，正在西方企业界得到了广泛认同，这就是现代人力资源开发的突出特征。七是部门性质不同。传统的人事管理部门包括企业的人事部门在内全都属于非生产和非效益部门，不讲投入产出，成本意识淡薄，资源浪费严重；而现代人力资源开发部门则应逐渐转变为生产部门和效益部门，必须讲求投入和产出。生产的产品就是合格人才，追求的效益包括人才效益、经济效益和社会效益的统一，还包括近期效益和远期效益的统一。

八是方法不同。传统的人事管理方法机械单一，更多使用的是行政调遣的方法，而且对各类人才的管理方法雷同，模式单一，千篇一律，效果极差；而现代人力资源开发则迫切需要理念创新、方式创新和方法创新。所谓理念创新，就是要在全社会逐渐确立起人是资源、人才资源是第一资源、人力资本投入优先、人与社会协调发展、引才借智、人才智慧社会拥有、人才配置市场化、人才管理法制化、人才评价社会化等新的人才理念。所谓方式创新是指要继续推进人事工作的“两个调整”，尽快实现由传统的人事管理向整体性人才资源开发的战略性转移。所谓方法创新，是指要勇于探索，大胆尝试，在实践中不断创新人力资源管理和人才开发的新方法。

九是形态不同。传统的人事管理表现为个体的和静态的管理，喜欢在一种常态情况下思考问题、进行工作，其工作状态呈个别的、零散的、不系统的和非连续性的；而现代人力资源管理开发则强调实施整体的和动态的管理，要求各级人事部门和广大人力资源管理工作者要学会在大局下行动，对整个人力资源管理工作的近期打算和远期设想都要通盘考虑、整体谋划、全面安排，而且要充分考虑到各种不确定的动态因素。

在以上分析的基础上，我们还可以做出两种概括。第一种概括为40个字，即把传统人事管理概括为“抄抄写写，调调配配，进进出出，上上下下”16个字，把现代人力资源开发概括为“坚持以人为本，注重潜能开发，讲求投入产出，进入决策过程”24个字。第二种概括为6个字，即把传统的人事管理概括为“管理人”3个字，把现代人力资源开发概括为“开发人”3个字。中国的人力资源问题，第一是开发，第二才是管理。笔者还认为，要贯彻落实好科学人才观，必须全面把握科学人才观的深刻内涵。科学人才观博大精深，内涵丰富，至少蕴含着12个重要观点，具体是：人才存在的广泛性；人才类型的多样性；人才本质的创造

性；人才标准的时代性；人才资源的稀缺性；人才本体的相对性；人才发现的潜显观；人才鉴别的实践观；人才使用的时空观；人才培训的投资观；人才评价的分类观；人才开发的多维观。

**第二篇：理念体系**

导言

莆田自古以来就是闽中的政治、经济文化中心，整个地势背山面海，西北部山峦叠嶂，南部则大海浩瀚。一方水土自然养育一方文化。我们用山海承载我们的企业文化，让山海文化相互交辉带给我们企业更多前行的助力„„

山海，尽责奉献。山海默默地存在于天地之间，为生灵提供丰富的养份和博大的生长空间。我们将承担更多的社会责任，创造更多的社会价值，并为工业企业、零售户等提供一个充满生机、健康有序的市场。

山海，聚微小而成其大。聚土成山，聚水为海。山海皆以“聚”而博大。我们尊重信任，为员工提供成长的平台、发展的空间，以此凝聚人心，加强团队协作，使整个组织焕发出巨大的合力。

山海，诚挚坦荡。山拔地而起，横亘时空，磊落坦荡；海透明清澈，唯其透明，才能光明磊落，堂堂正正。我们着力打造诚信为本的企业精神，成为诚实守信、值得信赖的企业。

山海，胸怀宽广。山不择土壤，方能成其大；海不拒细流，方能成其深。我们塑造包容、融洽、和谐的企业整体氛围，并希望无论是组织还是个人永远都拥有山海般的胸怀。

山海，低调朴实。山是朴拙而睿智的，立于苍天之下，不求闻达，沉稳踏实；海是宁静而达观的，愈深邃愈安静。我们的事业正是靠广大员工脚踏实地、精益求精、不断进取缔造而成的。„„

海纳百川是一种追求，有容乃大是一种胸怀，壁立千仞是一种精神，无欲则刚是一种境界。我们感受并实践着山之品格，海之神韵，共同缔造我们的山海文化！

核心文化

共同价值观：国家利益至上，消费者利益至上

坚持国家利益至上、消费者利益至上是我们的共同价值追求和行为准则，是我们的神圣职责和使命，是我们持续稳定健康发展的根本保证，是我们安身立命的生存基础。

使命：为国家积累财富，为社会创造价值，为消费者满足需求，为员工搭建平台。

山海养育着万物生灵；我们怀着如山海般的奉献精神，为国家社会积累财富、创造财富价值。

我们担负起为国家创造财税收入和保证所经营的国有资产保值增值的重要职能；支持国家建设、繁荣当地经济；我们支持社会公益事业，参与社会活动，承担社会责任；

我们满足消费需求、关注健康；我们为员工提供更大的职业发展空间、帮助员工实现个人价值。

愿景：做强做精，做实做细，打造一流企业

高山因根基深厚而成其高远，大海因汇聚细流而彰其声势；我们要把公司打造成声势高远的一流企业。

强在于我们的品牌强势且有激动人心的影响力；精在于我们的队伍精干且有说到做到的执行力；实在于我们的市场基础扎实，且具备把握市场需求的掌控能力；

细在于我们的管理高标准严要求，且具备细节决定成败的意志力；通过把品牌做强、把队伍做精、把市场做实、把管理做细，降低营运成本，提升经营质量，使我们的企业成为一流企业。

企业精神：诚信和谐、创新奉献

山拔地而起，朴实稳重，值得信赖；唯有诚信，我们的企业才得以存在发展。

诚信是守承诺、讲信用。就个人而言，诚信是高尚的人格力量；就企业而言，诚信是宝贵的无形资产；就社会而言，诚信是正常的生产生活秩序。我们要把诚信作为基本道德规范落到实处，形成认认真真办事、老老实实做人，对社会负责、为客户着想的良好道德风尚，为我们的企业发展奠定基础。

和谐是协调一致、和睦相处、团结有序。企业各种资源合理配置、高效产出；我们企业与员工互相依存利益共享；员工之间宽以待人、和睦相处、同舟共济；只有在企业与员工之间、部门之间、上下级之间、员工之间形成互相尊重、相互理解与相互支持的氛围，我们的企业才能凝聚人力，稳步发展。

创新是每天思考一点点，每天尝试一点点，每天进步一点点。存在的未必是最优的，我们支持业务创新和管理创新，只有在营销服务、专卖执法、物流配送等业务领域不断探索，只有在组织的决策、学习、业绩管理等管理能力方面不断前行，我们的企业才能持续发展。

奉献是不斤斤计较个人得失，吃苦在前，享受在后，克己奉公，真情付出。我们全体员工不仅要做到爱岗敬业、尽职尽责，更要站在我们伙伴、企业和客户的立场，着眼工作大局，真正把奉献精神融入到各项工作中去。我们每个员工只有在工作中发挥最大能量，我们的企业才能更好地迎接未来。

做事理念：做正确的事，正确地做事

任风吹雨打，高山依旧耸立；我们的员工也应这般坚毅执着于我们的目标，做正确的事。

我们需要始终关注两件事：做正确的事，正确地做事，即关注目标与关注方法。谨慎决策，高效执行。我们不仅要勤奋工作，更要聪明工作。

做正确的事，要求我们认真、谨慎、准确地做出决策，意味着我们必须持续关注目标与结果。在我们迈开脚步之前，必须看清方向，明确我们要做的“正确的事”究竟有哪些？我们的目标是什么？我们期望达到的具体结果是怎样的？我们如何分配我们的时间精力来达成我们的目标？只有一切与结果为导向，确立正确的、清晰的、不可更改的目标，我们的企业才能在正确的轨道上全速前进。

正确地做事，强调的是效率，要求的是在目标明确之后的高效执行，其结果会让我们更快、更稳地实现目标。即使是最为健康、目标最为正确的企业，也会因为效率低下而衰败。因此，正确地做事，努力寻找提升企业效率的方式方法，重视并积累做好一件工作的最好方法，会让我们的工作迅速见效，事半功倍。

经营文化

网建管理理念：提升素质、强化服务、有效调控、高效运作

提升素质即提升员工队伍整体素质特别是三线人员素质。在网建工作全面提升的过程中，我们对外通过招聘符合建设现代流通企业所需要的专业型人才；对内则通过专业知识学习、业务技能培训、工作经验交流与传授等方式，使企业员工的整体素质得到提升。

强化服务即我们要坚持以市场为导向，增强服务意识、提高服务质量、丰富服务内容，紧紧围绕服务客户建好网络，使卷烟工业企业、商业企业、零售户、消费者通过服务价值链衔接在一起，实现四方利益的有机结合，让卷烟工业企业、零售户和消费者满意。

有效调控即我们通过：公正严明的专卖管理；制订符合市场需求的品牌管理计划；根据公司经营计划，科学合理地设置定量标准；优化物流流程，提升供货速度等手段来实现对市场的控制和管理能力。

高效运作即我们通过业务流程优化，引入现代化的流通技术、设备，实现“商流、物流、资金流、信息流”四流的高效、畅通，使工业企业能够及时根据消费需求提供产品或服务，满足消费者的需求；让零售户能够及时获取充分的经营信息，便利地收到产品；也能够让消费者按其所需方便地买到产品、享受服务。

营销管理理念：整合资源、把握需求、诚信服务

大海不拒细流，方能成其深；高山不择土壤，方能成其大。我们通过资源整合，为我们共同的目标而努力。

整合资源，我们应该立足于“大市场、大企业、大品牌”的烟草行业趋势，着眼于公司打造一流商业流通企业的发展目标，将营销队伍、销售网络、物流配送、与工业公司和零售户的供应链等资源有效整合在一起，提高营销网络运行效率和资源的利用效率。

把握需求，我们的营销要应市场而变，应客户而动，准确把握客户的真实需求，通过合理供货进行货源分配调控，并加强品牌管理能力，规划培育重点品牌，从而满足市场需求。

诚信服务，我们要树立诚信服务的观念，对工业企业、对零售户、对消费者都应该做到诚实守信。强化服务至上的观念，开展亲情服务，培养零售户归属感，建立良好的客户关系；加强市场营销、服务营销等相关知识的学习，掌握卷烟销售政策等业务知识，提高营销技能，为客户提供所需要的专业而优质的销售服务。

专卖管理理念：刚柔并重、德法相济、规范市场

我们专卖管理不仅要执法如山，还要让客户感受到我们用心的管理服务。

刚柔并重，坚持文明、严明、公开、公正执法，坚持教育与处罚相结合、教育为主的原则，引导客户诚信经营，维护市场秩序。

德法相济，德、法相互渗透，相互促进。坚持依法管理、做到以德服人。通过宣传引导与文明执法，使市场受到社会公德的评价，同时也受到法律规范的制约。

规范市场，我们执法的目的是为了更好地净化市场、规范市场秩序，建立公平竞争的烟草市场环境，维护国家利益、维护经营者合法利益，维护消费者利益。

物流管理理念：安全高效、及时准确、便捷周到 大海潮汐永远准确，我们的物流也追求如此。

安全高效，我们的物流以人财物的安全为首要目标。在保证安全的前提下，我们才能更好地追求更低成本的物流系统的高效运作。

及时准确，我们追求在客户期望的时间送达货品；确保不错单、不返工，将客户所需要的货品按时、按质、按量的送到。

便捷服务，我们以客户方便为原则送好每一条香烟。充分地为客户考虑其接收、搬运、储存的便捷性，并提供细致周到的服务。

服务理念：至诚至信，全心全意－客户满意是我们永恒的追求

客户是我们生存发展的根源，客户满意就是我们实现愿景的基础。

至诚至信、全心全意，我们莆田烟草以诚信对待客户，用我们全部热情和精力投入到为客户服务的工作中。同时我们也对客户进行诚信经营的管理，奖励诚信经营的行为，整顿扰乱市场秩序的行为，共同营造诚信经营的烟草市场环境；通过我们的努力为客户营造一个满意的市场。

价值链理念

对工业企业：共树品牌，共育市场

山海养育着生活其中的一片生灵，生灵的生长为山海带来生意盎然的景象，同时反哺着山海。

共树品牌，培育名优品牌，不仅是营销网络的需要，也是应对入世、壮大行业实力的根本要求。我们要通过工商联手培育一批市场竞争力强、规模数量大、深受消费者欢迎的名优卷烟品牌。

共育市场，市场是我们的根本，“大市场”是未来发展的趋势和要求，我们要与工业企业建立信息交流机制，充分分享市场销售状况、共同分析销售变化情况；为双方的战略制定和执行提供信息支持；工商联手，优势互补，合力培育市场。

对零售户：精诚合作、聚能共赢

河流成就了大海的波澜壮阔；而大海则是河流不涸的源泉。零售户以销售支持莆田烟草的壮大，而我们以服务支持零售户的发展。

精诚合作，零售户作为我们的终端销售，为我们销售产品、提供市场信息；我们以诚信为服务宗旨，为零售户提供有序的市场、适销的货源和有效的销售指导；引导他们进行营销活动，共同发展。

聚能共赢，我们和零售户以市场为导向，以共同发展为目标，共同聚集能量，合力面对激烈的市场竞争；分享市场壮大后为双方带来的共同收益，实现双赢。

对消费者：关注健康、引导消费

没有消费者就没有莆田烟草，关注消费者的健康与满足消费者需求是我们肩负的责任。我们将引导消费者健康消费，更长的顾客生命周期将为我们提供更高的价值回报。

管理文化

组织管理理念：制度是根本，团队是灵魂，执行是保证，高效是目标

海因其规则而潮起潮落，汹涌彭湃；我们以制度规范组织。一滴水只有在大海里才不会干涸，一粒沙只有嵌入山峰才得以显现，我们只有融入团队，才能发挥我们的能力。

组织管理的根本在制度，我们的制度是基于企业战略目标来制订的，能够为员工行为提供明确的指引，为企业构建一个科学、有序的运营管理机制。

组织管理的核心是团队建设。我们团队建设目标是：团队成员都清楚所要达成的共同目标，掌握业务知识与专业技能，团队成员之间沟通顺畅、互相信任、互相支持。组织管理的保障是执行，只有切实落实计划，及时纠正我们行动中的偏差，才能保证组织管理的效果。

组织管理的目标是高效。我们以企业发展战略来设计我们的组织结构与业务流程，促进组织内部协调运作，并根据外界环境变化适时调整，以建立一个反应快、成本低、效益高的现代流通型企业。

沟通管理理念：平等坦诚

山海胸怀博大，我们的沟通需要像山海般敞开心扉。

平等坦诚是我们进行沟通的基础。我们在沟通时人人平等的，没有职级高低、部门不同的差别；我们在沟通时坦诚相见，彼此信任，时刻都敞开心扉，毫无保留地说出自己的想法，同时，也乐于倾听他人的意见。

员工管理理念：尊重、信任、引导

尊重员工就是注重与员工的沟通，充分了解员工，及时肯定员工所做出的贡献；搭建平台，制订科学的激励机制，提供多种发展通道帮助不同的员工实现个人价值，激发员工的主人翁意识。

信任员工就是相信人人是人才，根据员工的性格特点、知识技能结构、个人发展目标及企业需要合理地将员工分配到适合其发展的岗位上，让员工在适合自己的环境里发挥自己的聪明才智，让员工在工作中获得成就感。

引导员工是根据企业的发展方向，结合员工的个性、需求来引导它们，做到耐心倾听、循循善诱。引导员工以发展眼光，客观地看待付出与收获、个人发展与和企业发展等关系并做出正确处理；引导员工从公司利益的角度来考虑问题，一心为公，并在工作中充分发挥个人主观能动性，实现自我激励及自我管理。

企业形象

企业公众形象：情系大众、尽责有为

山海为生活其中的生灵奉献着丰富的养份和博大的空间。我们也要尽责回报大众。

我们以服务为纽带，向工业企业、零售户、消费者传递我们的理念，建立真诚的情感交流，获得认同；我们要成为具有强烈社会责任感的企业。我们重视对社会公众、工业企业、零售户、消费者的责任，我们参与社会活动、公益事业以回报社会，我们以优质、贴心的服务为社会创造更大的价值。

服务品牌形象：山海-诚信如山，热情如海

山，历经岁月磨砺，依然不改坚实、可靠的特性。

我们的诚信体现于我们慎重地履行服务承诺；体现于服务中我们坚实的物力人力支持；我们体现于我们可靠的服务品质。

海，日日夜夜都在涌动，生生不息。

我们的对客户的服务热情就如同大海这般生生不息，永不停止，它体现在我们服务客户的每个细节上。

诚信与热情，伴随着三线人员，经由我们的服务，遍布我们的服务区域，被传递给我们关注的每个人。

我们通过向工业企业提供销售渠道支持、市场信息支持、分销服务网络支持、市场培育环境支持等服务，帮助工业企业实现做大做强的目标；我们通过按需求向零售户提供产品、市场净化、经营指导等服务扶持零售户成长，帮助零售户实现持续发展的愿望；我们通过提高需求预测能力来不断满足消费者日益增长的、多样化的需求，带给他们平凡生活中的缤纷体验。

企业员工形象：感恩、宽容、乐观、进取

我们的员工形象如海一般豁达宽容，似山一样挺拔向上。

我们每个人在成长的路上，都曾接受过来自于社会、企业、亲人或者朋友的帮助。我们心存感激并珍惜他们为我们所做的这一切。正因我们存有感恩之心，今天的我们才不断努力创造更大价值来回报他们。

我们欣赏豁达、包容的处世方式，并乐于将心比心、互相理解与互相体谅。

我们倡导以积极、正面的心态来面对遇到的每个人、每件事，并选择客观、成熟的方式来处理问题。

我们崇尚以主动、向上的心态来对待我们的生活与工作，每天都向昨天的自我挑战，并愿意与大家分享超越自我的喜悦与经验。

“三情”服务品牌

“三情”服务品牌：温情营销 热情送货 真情专卖

**第三篇：企业文化理念体系**

企业文化理念体系

核心理念结构

企业文化战略——愿景引航

愿景是长期的、它不是具体的战略目标。愿景就是告诉人们“企业是什么”，告诉人们企业将做成什么样子，是对企业未来发展的一种期望和描述。只有清晰地描述企业的愿景，员工、社会、投资者和合作伙伴才能对企业有更为清晰的认识。一个美好的愿景能够激发人们发自内心的感召力量，激发人们强大的凝聚力和向心力。

愿景举例：我们渴望成为什么样的企业？

使命

使命是指企业存在的价值、存在的理由。使命的体现方式一般分为两种：主动式表述、被动式表述。主动式表述通常体现为一句高度概括式的语言；被动式表述一般可以分为五个维度：股东、顾客、员工、合作伙伴、社会。

主动性使命表述示例：

被动式使命表述示例：

联想的使命可以概括为“四为”：为客户、为股东、为社会、为员工。

为客户——提供信息技术、工具和服务，使人们的生活和工作更加简便、高效、丰富多彩。概括来说就是，让科技走近大众，走近我们每一个人的生活和工作；

为社会——服务社会文明进步。联想将一如既往地严格遵守中国的和其它已开展业务的国家和地区的法律，做当地的好公民，为社会贡献越来越多的税收，积极参与科技、教育、环保、赈灾、体育等各种公益事业，提供先进科技产品，为社会的进步做出自己的贡献；

为股东——回报股东长远利益。联想将要成为百年老店，为股东创造长远的价值，不为一时短期利益而损害长期发展；

为员工——创造发展空间，提升员工价值，提供员工工作生活质量。联想的未来就是大家共同的未来，联想的宗旨是与员工共同发展。

核心价值观

核心价值观就是企业共同做事的原则，是企业提倡什么、反对什么、赞赏什么、批判什么的精神标准。

核心价值观应该是最“关键的、重要的”，而且经得起时间考验的为数不多的价值取向。

核心价值观也不是以人们是否喜欢为标准，它应该是企业核心团队发自内心的价值取向。

价值观的提炼必须有跨越时空的想象力，并且还要有化复杂为简单的思维能力。要有一个100年的假设，我们在这里是为了什么？如果你已经拥有你所希望的一切，那还有什么样的理由让你还愿意留在这家公司工作？

**第四篇：企业文化理念体系**

开滦集团企业文化理念系统 企业宗旨：为文明聚能 让才智闪光

共同愿景：基业长青 员工幸福

企业精神：特别能战斗

核心价值观：举力尽责 强企富民

战略方针：开放融入 调整转型 科学发展 做大做强 战略目标：产量一亿吨，收入两千亿，世界五百强，和谐同发展

产业定位：构建“一基”、“七业”、“一区”产业发展新格局

企业形象： 整洁 有序 诚信 奋进

管理理念：沟通 精细 透明

安全理念：生命只有一次 遵章守规是保护神 质量理念：产品源于人品用户满意是标准 执行理念：说了算、定了干，落实责任抓兑现 人才理念：胜任本职是人才 超越自我是优秀人才 创新理念：挑战自我 求新达变

服务理念：用户满意是我们永远的追求

开滦集团安全理念系统

安全目标：平安、健康、零伤亡

安全价值观：安全第一，生产第二；生命只有一次，遵章守规是保护神

安全防范理念：纠正每一个细小差错

安全协作理念：确保他人安全是我的责任 安全操作理念：先确认，后操作

安全誓词：在工作中我坚决做到：安全第一，生产第二，对自己安全负责，对工友安全负责，对我的家庭负责，规范操作，决不违章。

开滦集团廉洁理念体系

核心理念：廉则荣 贪则耻 以廉强企

用权理念：重责淡利公正

自律理念：常想贪欲之害常怀律己之心 监督理念：监督就是责任 监督就是爱护 道德理念：修德 思害 律己

教育理念：育人为本 防范为先

生活理念：以俭朴为师弃奢侈之风

履职理念：想干事能干事干成事

从业理念：热爱企业 珍惜岗位 追求优秀 交友理念：以德识友近贤德之人

吕矿公司企业文化理念系统

企业精神：顾全大局勇挑重担顽强进取创新务实

企业作风：规范化上岗标准化操作

企业口号：打造一流队伍建设标志型矿井

核心理念：内育忠诚外创美誉面向市场奉献社会

发 展 观：创业敬业创新超越

人 才 观：开拓创新是人才千百次干好本职工作也是人才

考绩理念：业绩是干出来的，不是考核出来的，排在末尾不是因为你没干，而是你干的不如别人好

管理理念：人人都管事事事有人管

质量理念：用户满意就是我们的质量标准

安全理念：事故出自瞬间的麻痹安全来自始终的警

惕

员工六爱观：爱矿爱区爱岗位爱家爱友爱自己

吕矿公司安全理念系统

安全道德观：“三不四爱五一样”

“三不”：不伤害自己，不伤害他人，不被他人伤害 “四爱”: 爱矿山，爱家庭，爱工友，爱自己 “五一样”：管理人员在与不在，规范操作一样；作业环境好与不好，隐患排查一样；上级部门查与不查，质量标准一样；生产任务紧与不紧，规程落实一样；工作岗位同与不同，遵章守纪一样。事故预防观：安全来自始终的警惕，事故出自瞬间的麻痹

隐患排查观：严细深实恒，隐患无遁形

自主保安观：自己安全自己管，依靠他人不保险 工程质量观：质量高标准，严把“毫米关”

安全执行观：做事要到位，做一件成一件，件件落实

吕矿公司责任理念系统

核心责任理念：责为本，德为先。

责任认知理念：

担当责任是优秀的传统美德，是高尚的思想境界,是良好的职业操守。

成功的人找方法，失败的人找借口。人人尽责，基业长青。

对工作负责就是对自己负责。

企业因责任而发展，员工因责任而进步。责任执行理念：无条件地接受，出色地完成。

不找借口把关口，不讲理由查缘由。尽心尽力，尽职尽责，超越自我。

责权理念：

把工作视为责任的人，在尽责中收获成功；把岗位看成权力的人，在谋权时丧失机遇。

问责理念：问人先问己，责人先责己。标语:我们崇尚：责为本，德为先；

我们追求：把目标变成结果的行动。

**第五篇：企业文化理念体系**

【企业文化理念体系】 扉页需涵盖内容：

团队精神：公正廉洁、尽责担当、团结奉献、高效创新 企业愿景：立足清洁能源，实现统合发展，构建和谐家园 企业使命：善能筑业，共生共赢 核心价值观：进取、包容、共赢、诚信

安全理念：安心本岗，用心投入，专心管理，尽心履职。

扉页之后页面需涵盖内容：

经营理念：以人为本求稳健，尽责担当谋发展，高效创新可持续

投资理念：严谨决策筹稳健，统合资源谋收益

人才理念：以综合的眼光发展人才，以合理的标准评价绩效，以价值的准绳赋予公平，以精益的态度传承专业

工作方式态度：尽心、协作、规范 生活方式态度：乐观、极简、和谐

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