# 2025年浅谈企业文化的重要性 浅谈企业文化论文(优秀18篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2025-07-11

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。浅谈企业文化的重要性篇...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**浅谈企业文化的重要性篇一**

摘要：企业文化的研究带动了企业文化的建设，在中国企业文化研究热潮中，国有企业作为国有资产的拥有者和经营者，走在建设企业文化的前沿，他们的优势和误区也非常明显，通过介绍国有企业建设企业文化的背景、优势、误区及所获得的启示，为国有企业乃至其他社会企业建设企业文化提供一些经验和教训。

企业文化是人类文化、民族文化发展的结果，是人类文化经过渔猎文化、农耕文化发展到商业文化的产物，是商业文化的一部分，是商品经济高度发展的工业社会特有的社会文化现象。1可以说企业文化在企业产生的同时就产生了，但人们有意识地去研究企业文化，还要从20世纪80年代说起。那时候，日本的经济飞速发展，大有取代美国经济龙头的势头，而日本经济的迅速崛起才经历了仅仅不到的时间。这引起了美国学者的注意，开始研究日本是怎么在这么短的时间内实现经济复苏乃至腾飞的。研究中发现，文化力是推动经济、推动企业发展的原动力。所以从某种意义上说，企业文化的研究可算是一个研究的意外，本来是从管理学角度对美日经济发展做出对比，但最终导致了企业文化研究的兴起。它的文化现象首先出现在日本，但是由美国学者最初提出企业文化的理论结果。所以，企业文化的研究注定带着有趣的意味。谈到企业文化，至今没有一个统一的定义。不同的学者从不同的角度提出了自己的观点。z理论创始人威廉大内认为，一个公司的文化由其传统和风气所构成，这种公司文化包括一整套象征、仪式和神话。它们把公司的价值观和信念传输给雇员们，这些仪式给那些原本就稀少而又抽象的概念添上血肉，赋予他们以生命力。著名学者泰伦斯狄尔认为，企业文化由价值观、神话、英雄和象征凝聚而成，这些价值观、神话、英雄和象征对公司的员工具有重大的意义。关于企业文化的表述目前共有200多种，一般我们认为，这样表述企业文化还是比较稳妥的：即企业文化是在一定的社会历史条件下，企业生产经营和管理活动中所创造的具有该企业特色的.精神财富和物质形态。它包括文化观念、价值观念、企业精神、道德规范、行为准则、历史传统、企业制度、文化环境、企业产品等。其中价值观是企业文化的核心。

企业文化引入中国，是在1985年以后，当然如同其他外来理论一样，是研究先行。最开始，对中国的企业来讲，企业文化是高高在上的，是高置于空中楼阁的舶来品。中小企业觉得我们规模太小，用不着企业文化。国有企业觉得党的思想就是我们的指引，也不用自己再去研究本企业的文化。虽然嘴上都说不用搞企业文化，但实际上，我们所熟悉的如“铁人精神”、“鞍钢宪法”等都是企业文化的表象，但是大家貌似都没有真正意识到这一点，只是这么讲，然后这么做，没有从思想上高度注意，这就是文化力。

进入21世纪，中国经济的市场化程度越来越高，国有企业作为资本结构的国有化这种特定的企业形态，担负着国有资产的增值保值的重任，但政治性上决定了他们在过去很长的时间里形成了比较雷同的企业文化氛围。但是随着中国入世、改革开放的深入，市场化程度不断增加，这也从内里产生了对企业文化的强烈需求，原来老旧的管理方式已经严重阻碍了企业的发展，成为前进道路上的绊脚石，好多国有企业慢慢意识到这一点，开始从文化上找原因，开启了企业文化建设的热潮。“企业文化是一种新的现代企业管理理论，企业要真正步入市场，走出一条发展较快、效益较好、整体素质不断提高、经济协调发展的路子，就必须普及和深化企业文化建设。”2成为大家的共识。

（一）组织架构健全。

一般来说，企业中建设企业文化的部门主要是人力资源部、宣传部、政工部、工会等组织，对于社会企业来说，追求利益最大化的过程中，往往不能做到企业文化建设兼顾，因此他们的组织架构或简化，或缺失，只保留最基本的职能部门，所以建设企业文化的组织架构是不完善的。但作为国企来说，不管是多小的国有企业，该有的职能部门是必不可缺的，因为要对应着处理政府交办的事宜，也正因此，国有企业建设企业文化所需要的职能部门是健全的，这也就省去了专门设立或调整组织架构所花费的时间，这是国企建设企业文化的优势之一。

（二）理论成果优享。

国有企业作为国有资产的拥有者和运营者，比其他企业多担当了一份社会责任，同时在资源拥有方面，也比一般的社会企业有更大的优势。受党的领导和指引，在企业文化建设方面比其他社会企业更重视，也更容易享受到中国企业文化建设的最新理论研究成果，对企业文化的建设提供智力支持。所以国有企业在真正认识到企业文化的力量以后，如果决心进行企业文化建设，优势是非常突出的。

（三）人、财、物充足。

与其他社会企业相比，国有企业虽然步入市场化，有的市场化程度已经非常高，但相对来说，国有企业的市场风险还是远远小于其他社会企业，而且它的稳定性也是其特质之一，这就决定了国有企业建设企业文化的人、财、物是非常充足的。人员流动性小，对企业的感情、忠诚度、认同感强；财务方面因市场风险相对小，所以在一定期限内比较充裕，对企业文化的财务支持不成问题；物方面，更无须多言，企业文化建设所需要的一切物化方面的东西，在国企中更容易获得使用，并推行顺利。

国有企业建设企业文化虽然有很多优势，但同时也不可忽视存在这很多误区，给了我们很大的时代启示。只有不断从经验中吸取教训，国企的企业文化建设才能从重重困难中脱颖而出，真正形成有力的文化软实力，为中国经济的发展做出文化的贡献。

国有企业的文化建设，往往受到企业“一把手”的影响巨大。当然，单就这一点来说，不是坏事。因为本来企业文化就有“企业家文化”的因子。如果“一把手”深谙企业经营之道，了解市场、了解企业，对自身所处的环境有正确的认识，他是可以把他的思想观念作为企业文化的核心进行推广的。但是就怕这种形式过于强调“一把手”的思想，而他的思想并不符合企业发展的规律，就会形成企业文化的个人化，其实也可以说是企业文化的极度个人化。要解决这个问题，还需要在企业文化的建设初期，就确定建设方向，强调必须得到全体员工的认同，因为它是涉及到企业方方面面的“宪法”，所以还要尽可能调动全企业的可用力量一起来做企业文化建设，集思广益，避免出现企业文化的片面化。

企业文化建设的口号化，其实有两种表现形式，一种是把口号标语贴一墙就说实行了企业文化；另一种则是比较隐晦的口号化，也可以称作文体化，搞几个活动、做几次操，就说实行了企业文化。这两种表现都是口号化的标志，不是在做企业文化，而是以企业文化之名行娱乐化之实。

企业文化的最高境界是内化于心，在此之前一定有一个表象化的时期，但如果一直停留在表象化阶段而不进步，则说明企业文化建设没有真正成功。视觉识别系统已经在应用，企业文化基本理念也已经成型，宣传教育进入常态化阶段。但是员工普遍对企业文化还是缺乏信心、缺乏意识、缺乏行动，则表明企业文化建设是表象化的，如果企业文化本身的提料没有问题，那就是没有用对落地方式。企业文化要获得真正的效益，必须要与企业管理相融合，两者相辅相成，才能共同提升企业的凝聚力和协调性，增强企业竞争力。企业文化建设做到一定程度，大家会看到它确实会带动员工往后看、往前走，甘之如饴去克服困难。

企业文化在国企中的建设，还往往会进入这样一条死胡同。建设起来，停止更新，长期使用，以至于达到制约发展的时候才想起来再次修改、更正。企业文化建设是一个动态的过程，如果任务建设完成，宣贯完成后，就可以一身轻松，不用过问，那就错了。它是与时俱进的，也是不断修改调整的。所以，企业文化必须长期建设，实事求是，从实际出发挖掘企业文化的核心内容，不能凭空想象，也不能光靠借鉴，而丧失寻找企业自身特色的机会；同时，企业文化还必须不断创新，它不是一成不变的，而是在实践中不断调整的，要保证企业文化的时新性，不能用僵化的企业文化引导永远在变化的企业发展。

参考文献。

[1]张仁德、霍洪喜主编：《企业文化概论》，南开大学出版社，版.

[2]陈洪涌主编：《企业文化说道》：ceo企业文化建设通识，复旦大学出版社，版.

**浅谈企业文化的重要性篇二**

企业文化是指企业在长期发展中形成的、独具特色的精神氛围、员工行为准则和价值观念。作为一个在职场打拼多年的人，我深刻认识到企业文化的重要性。以下是我对企业文化的一些心得体会。

首先，企业文化是企业的灵魂。企业文化是一个企业的核心竞争力，它代表了企业的核心价值观和目标导向。一个拥有强烈企业文化的企业，能够塑造出积极向上的团队精神，提高员工的凝聚力和向心力。正是企业文化的力量，让员工感到自己是一个团队的一部分，让他们认同企业的价值观念，努力为企业的发展贡献自己的力量。

其次，企业文化是员工成长的动力。良好的企业文化不仅能够激发员工的工作热情，还能够提供各种培训和成长机会。一个关注员工发展的企业，会设置各种培训课程，帮助员工提升专业技能和职业素养。同时，企业文化也倡导员工间的互助和学习交流，使员工之间形成良好的学习氛围。我在过去的工作中，深刻体会到企业文化对于员工成长的重要性，它激发了我不断进取的动力，让我能够不断学习、不断进步。

再次，企业文化是企业与外界沟通的桥梁。企业的口碑和声誉是企业发展的重要基石，而一个优秀的企业文化可以成为塑造企业形象的核心力量。一个拥有优秀企业文化的企业，能够树立起良好的企业形象，树立起消费者的信任感和忠诚度。同时，企业文化还能够为企业吸引人才提供有力的支持，吸引那些具有共同价值观念的人才加入。因此，企业在制定企业文化时，要考虑到这一点，努力打造出让内外部人士都认同的企业形象。

最后，企业文化是企业可持续发展的基础。一个企业要想长久地发展，不能只看眼前的利益，而是要着眼于长远的目标。良好的企业文化可以帮助企业形成正确的发展理念和经营方式，让企业始终保持稳定的发展态势。它鼓励员工发挥自己的创造力和想象力，推动企业不断创新。同时，一个注重企业文化的企业，会注重员工的生活质量和幸福感，形成良好的工作氛围。这样的企业可以吸引更多的优秀人才，为企业的长期发展奠定坚实的基础。

综上所述，企业文化对于一个企业的重要性无法低估。它是企业的灵魂，是员工成长的动力，是企业与外界沟通的桥梁，也是企业可持续发展的基础。在今后的工作中，我将继续努力适应并融入企业文化，发挥自己的优势，为企业的发展贡献自己的力量。希望能够通过自己的努力，为企业的成功做出更大的贡献。

**浅谈企业文化的重要性篇三**

什么是企业文化？企业文化是以人本思想为宗旨，以企业价值观为核心，以企业精神为支柱，确立企业行为、员工行为以及员工和企业、企业和社会相互协调的关系准则，形成一致的大众意识和利益共同体的企业生存和发展的新的管理理论。我国虽然有五千年的灿烂文化，但封建文化都对工业与商业采取压制与贬抑状态，使得我国的企业管理理论与思想几乎是空白。而历史上工业革命兴起并发展于西方资本主义国家，企业文化理论首先是由一个美国管理学家戴明提出的，而最早开始将企业文化运用到企业管理中进行实践的是日本人，从那时起经过几个阶段的衍生和发展才有了今天的企业文化。

企业文化是一个企业的“软实力”也是一个企业在现在竞争如此激烈的市场经济下形成核心竞争力的关键因素。企业文化建设首要任务是在运用科学发展观的基础上，围绕建设和谐社会这个当下的社会目标，在继承优良传统基础上进行创新，大胆尝试新思路、新方法，为企业的健康稳步长远发展创造良好的文化氛围，如新时期油田企业文化精神：从创业走向创新，从胜利走向胜利。因此，企业文化在企业管理中的所起作用是极其重要的。首先，企业文化对企业整体和企业每一个员工具有引导作用。主要表现在引导企业员工的思想行为和企业整体的价值取向、规范标准两个方面。如果企业的价值取向不能更好的为和谐社会服务，如果企业员工的思想行为与企业的价值取向不一致或违背企业的规范标准，企业文化就会将其纠正，并且将其引导到正确的价值取向和规范标准上来。这是因为一个企业的企业文化一旦形成，他就有了自身的价值取向和规范标准。其次，企业文化对企业员工思想心理、行为准则具有一定的规范和约束作用。企业文化的约束功能不仅仅是传统的通过完善的管理制度来约束，更重要的是来自企业的企业文化氛围、大众行为准则和道德规范来约束。道德规范是从伦理角度、群体意识、社会舆论和共同的习俗、风尚等精神文化内容来约束企业的领导者和员工的行为。如果企业的领导者和员工违背了道德规范的标准，就会受到众人和社会舆论的谴责，并且自己的内心也会感到内疚和不安。在胜利油田的“三老四严”道德规范，即要当老实人，说老实话，办老实事；对待工作，要有严格的要求，严密的组织，严肃的态度，严明的纪律一直约束着广大大庆石油人必须严格工艺规程操作、严格质量标准管理、严格公司的规章制度，打造油田企业文化品牌，实现持续发展。再有，企业文化建设有助于提升企业的市场竞争力。企业的市场竞争力不仅仅表现在拥有什么关键技术、关键设备、运行机制和人才的竞争上，要更好的建设企业必须还要通过企业文化来塑造公司员工的团队意识，如调动起公司员工积极性，让公司员工为公司的建设、发展献言献策，提合理化的、有益公司的建议，尊重员工的劳动成果，使得公司员工觉得自己就是企业建设的一份子，在认识上与领导者保持一致，从而在行动上与企业的步调协调、一致。还有就是企业文化建设要以人为本，要关心员工、激励员工。在我国油田企业文化的核心内涵：创业、创新、竞争、发展。而经营理念则是以人为本，科技领先，效益至上，竞争发展。那么这些油田企业是如何做到的呢？那就是鼓励员工发挥内在动力，深入挖掘并发挥他们的最大的潜力以达到员工心理需求的更深层次，比如在企业内部举行各种竞赛活动、演讲比赛活动、技术大比拼、评比先进和技术职称的晋升等等来激励员工，最大限度的调动员工的积极性和创造力。这样企业才有可能在现代市场经济中提升自己企业的市场竞争力。最后，企业文化提升整个企业在广大公众心目中的精神面貌和品牌形象。一个企业的品牌价值是靠时间的积累，当然也是这个企业文化的积累。优秀的企业文化，对于提升企业的品牌形象将发挥巨大的作用而独具特色的，个性鲜明的有正确价值观的优秀企业文化将能够产生巨大的品牌效应。胜利油田的文化理念和经营，它是用各种鲜活生动的方式进入到每一个油田员工心中的，这样胜利油田才能够实现经济效益最大化，社会效益最优化这个经营宗旨。再比如大庆油田开发建设已经有50年了,为什么大庆油田能够在这么长的时间经久不衰，还保持着强有力的竞争力？那是因为它培育和形成了以大庆精神、铁人精神为核心的大庆油田企业文化理念体系,并且仍然在不断地创新和发展。可见，树立企业信誉，打造品牌形象，进而扩大企业影响，是一个企业巨大的无形资产。

由于我国对企业文化的理论研究起步比较迟，企业文化在我国引起关注开始于八十年代中期，虽然近年来我国的企业文化建设研究取得了长足的进步，但还是存在这样那样的问题和误解。这些误解和问题有可能成为发展健康、高效的企业文化的阻碍，从而减慢我国企业发展的脚步。比如片面的认为企业文化主要是丰富员工的文化生活的;企业文化没有属于自己的鲜明个性，抄袭模仿或照搬其他企业的，创新能力差；企业文化缺乏群众基础，认为企业文化建设与普通员工无关；企业领导者想要在短期内形成属于自己的企业文化，对企业文化建设采用“拔苗助长”的方式等等。

随着世界知识经济和全球化经济进程的不断加快,我国市场经济建设的发展速度也越来越快，企业之间的竞争也一天比一天激烈，各企业的领导者逐渐认识到现代化的企业管理中企业文化管理的重要性，都在建设自己的企业文化。那么企业文化如何适应现代化市场经济？（1）不断提高管理者和普通员工的素质，让所有人都参与进来，培养团队精神，增强凝聚力。（2）要正确理解和认识企业文化，勇于创新，建设有个性化、与众不同的企业文化，如大庆油田近期实施\"原油持续稳产,整体协调发展,构建和谐矿区,创建百年油田\"战略,这必然对油田企业文化理念体系建设提出新的要求。（3）要有耐心，要不断传播企业文化，扩大其影响力毕竟企业文化建设不是一朝一夕的事。

既然企业文化与社会、企业、领导、员工等之间的关系密不可分，且与企业的生存、发展紧密相连，那么构建个性化的、优秀的企业文化，也成为建立现代企业管理体制必不可少的关键因素，也是企业成败的关键因素。

**浅谈企业文化的重要性篇四**

企业文化是指一个企业内部的价值观、行为规范和工作方式等方面的共同认知和共同遵循。在现代企业管理中，企业文化被认为是推动企业发展的重要因素之一。在工作中，我参与了多个企业，深入体验了不同企业文化带来的差异和影响。以下是我对企业文化的一些心得体会。

首先，企业文化对员工的激励和凝聚力有着重要作用。一个良好的企业文化能够激励员工的积极性和创造力，使其为企业的发展贡献力量。在我所在的一家企业，企业文化强调团队合作和共同目标，通过每个月的团建活动和荣誉表彰，激励员工发挥出更好的能力。这种企业文化凝聚了员工，形成了一个和谐有序、充满活力的工作环境。

其次，企业文化对企业形象的塑造和外部声誉的形成起着重要作用。在市场经济高度竞争的环境下，企业面临着不同竞争对手的挤压。一个良好的企业文化可以帮助企业树立出与众不同的形象，树立出良好的企业声誉。在我之前工作的一家公司，企业文化注重诚信和质量，公司员工都精益求精，非常重视与客户的信任关系，这样塑造出来的企业形象和声誉可以说是无价的。

再次，企业文化对企业的战略和决策具有重要指导作用。一个明确的企业文化可以为企业的发展提供明确的方向和目标。在我参与的其中一家公司，企业文化强调持续创新和开放性，公司致力于为客户提供最前沿的产品和服务，并不断投资于研发。这种企业文化对公司的战略决策和资源配置产生了深远影响，帮助公司保持了市场的竞争力和领先地位。

另外，企业文化在员工招聘和培养中也扮演着重要角色。一个强大的企业文化可以吸引和留住优秀的人才，并在他们入职后提供有效的培训和成长机会。我曾参与的另一家公司，企业文化注重员工关怀和个人发展，公司定期组织培训和技能提升课程，同时注重员工的工作与生活平衡。这种文化吸引了许多优秀人才的加入，并为他们提供了良好的职业发展平台。

最后，企业文化的建立和传承是一项长期而艰巨的任务。企业文化不是一蹴而就的，它需要企业领导者的关注和引导，需要员工的共同参与和传承。我曾在一家公司目睹了一次管理层换代所带来的文化变革，新的领导者致力于强调企业价值观和团队合作，注重员工的工作环境和福利，经过一段时间的努力，他们成功地让新的企业文化深深植根于公司中。

总之，企业文化在企业中发挥着至关重要的作用。一个积极向上、和谐稳定的企业文化能够提升员工的工作效率和工作满意度，树立良好的企业形象和声誉，并为企业的战略和决策提供指导。同时，企业文化的建立和传承是一项长期而持续的工作，需要领导者的关注和员工的共同努力。只有创建出良好的企业文化，企业才能持久稳健地发展。

**浅谈企业文化的重要性篇五**

摘要：

在酒店管理中，最大的目标就是争取回头客，因为争取回头客的成本要比争取一些新客人的低，而能够让顾客再次光顾酒店的重要因素就是酒店的服务质量。这在一定程度上取决于员工的意愿，而酒店的企业文化能够对员工的意愿形成影响。因此，酒店的企业文化是非常重要的。首先概述什么是酒店企业文化，其次对其内涵、建设原则等进行分析，最后提出一些建设酒店企业文化的措施，以期促进酒店的持续发展。

关键词：

引言。

一个酒店的名字就是其招牌，它在一定程度上能够对酒店的企业文化映射，在当今全球化的发展趋势中，酒店管理者越来越重视对酒店企业文化的建设，这对于酒店的生存和发展有着重要的意义。

所谓酒店企业文化，其实就是酒店的经营理念、历史传统、酒店的作风以及其价值体系等，是员工整体精神的一种体现。从广义的方面来看，酒店企业文化是酒店在经营管理的过程中根据酒店自身打造的特色的物质财富和精神财富的总称，而从狭义上来讲则是酒店在经营发展的过程中形成的价值观念、行为习惯和思想意识。酒店企业文化属于一种无形的管理方式，在酒店内对员工的行为进行约束，能够产生巨大的凝聚力和竞争力。

经过对酒店长期的经营和管理，逐渐的让全体员工形成了一种共同的价值观以及企业精神，这些精神在一定程度上决定了酒店企业的物质文化、制度文化和行为文化，属于酒店的上层建筑。酒店的文化能够体现酒店企业无形的价值文化，在实践中，将这些无形的资产转化为企业的有形资产，让酒店企业的凝聚力更强，逐渐地成为酒店企业价值观的核心内容。酒店文化存在的根本目的是通过对资源的合理配置，不断地提高员工的综合素质，致力于为酒店企业打造一批高素质员工，在经营风格上更具有个性化。酒店文化的形成需要从基础做起，需要从基层员工和管理人员做起，在酒店的环境中、企业文化中得以体现，尤其是在日常管理员工的行为中更加能够体现。酒店企业文化的实现是需要载体的，而酒店日常行为的持续创新就是最为有效的载体。酒店还应该从一些细微的地方来体现酒店的文化，对不同层次、不同工作岗位的员工的行为进行规范，让其在一些社交场合与公共场所中能够对自己的行为进行约束。酒店文化的建设就是为了给员工灌输正能量，起到激励的作用，让酒店员工在工作的过程中能有责任感、能力感、意义感和进步感。一个酒店想要逐渐地建立自己企业的文化，应该从善待员工开始，只有企业管理人员善待员工了，员工在为顾客服务的过程中才能善待顾客，让员工快乐起来才能让其在服务中让顾客快乐。这样的酒店文化才能让员工在为顾客服务的过程中竭尽所能，为顾客带去惊喜。

优秀的酒店企业文化是需要有一定的建设原则的，在同一的原则之下进行建设。首先，鲜明的个性原则，这主要是体现在酒店企业的建筑风格、装修技巧、服务方式等方面，通过这些个性化的原则来让企业更具特色，在竞争中更加具有竞争力。其次，酒店文化在建设的过程中应该有着标准的层次原则，国外酒店都是按照星级来划分的，同样的对于企业文化也是可以进行分层次划分，主要可以将这些酒店文化分为五个层次，分别是经营文化、管理文化、社会服务文化、职工素质文化和决策意识。酒店文化的建设应该是根据酒店的级别来配套的，四星级以上的酒店属于高档酒店，在酒店文化上也应该是非常高的，而三星级酒店则是属于高级酒店，具有较高的享受价值，而三星级以下的酒店则是属于大众文化范畴，满足人的基本需求。不同的酒店，是需要根据不同的酒店文化原则去建设的。现在人们已经不再需要为温饱问题而发愁了，在物质上和精神上都得到了解放，因此更加地注重文化娱乐，从其中寻找休息、娱乐的项目，让自己的情绪得到陶冶，释放来自于工作的压力。

1、打造优雅的酒店环境。酒店的环境对于顾客的影响是最为直接的，从酒店的环境氛围中顾客能够感受到其企业文化。因此，想要建设酒店的企业文化，首先应该从打造优雅环境开始做起，根据酒店自身的经营特色，选择合适的装修材料，在图案的设计方面也是应该重点考虑的，通过这些来创造一个优雅的酒店环境。这样顾客在进餐的同时心情愉悦，有利于酒店回头客的培养。

2、坚持“以人为本”的经营理念。以人为本的说法，一方面是指酒店的客人，另一方面是指酒店的员工，以人为本的理念是尊重人、发展人，现在经济如此发达，因此在酒店的装修上并不是什么问题，风格上也是大同小异，因此以人为本的经营理念就非常的重要。酒店在建设和管理上都应该以人为本，为顾客提供一个舒适的地方，让员工发挥自己的能力，善待酒店的客人，提高顾客的满意度。

3、确立“以客为本”的经营理念。顾客是酒店服务的主要对象，以此在酒店企业文化的建设中，确立以客为本的经营理念是非常重要的。首先，应该尊重客人。让客人感觉到宾至如归，得到应有的礼遇，让顾客在消费的同时能够得到舒适的服务。其次，应该关注顾客。在人性中都有着虚荣的一面，都希望得到关注和重视，因此酒店企业文化的建设中应该让员工对顾客关注，将每一个顾客都当作vip。最后，保证安全性。安全对于我们来说是非常重要的，我们都不希望在消费的时候遇到危险，酒店通过对员工严格的安全训练，让酒店形成一种安全的氛围，让员工在工作的.时候能够安心，让顾客在消费的时候感觉到安全。

4、树立积极向上的价值观。积极向上的企业价值观能够带动酒店员工积极地工作，价值观对于我们每一个人来说都是非常重要的，也是我们生活态度、价值取向的一种体现。而酒店企业文化中的价值观则代表的是企业的价值取向，顾客在消费的时候会感受到企业的价值取向。只有树立积极向上的价值取向，才能让酒店员工在为顾客服务的时候更加的贴心，让顾客感觉更加的舒适。

5、形成良好的企业精神。酒店的企业精神是整个酒店精神的体现，良好的精神面貌能够让顾客在消费的时候感受到正能量，在消费的时候也能够更加的舒心。良好企业精神的形成需要酒店企业所有员工的共同努力，企业的精神会具体体现在员工的精神面貌中，首先，员工应该衣着整洁，给人一种良好的精神感受；其次，员工在工作和服务中，应该体现企业良好的精神，通过这样的方式来建设企业的精神文化。

6、员工的管理和薪资待遇。建立良好的酒店企业文化，就需要对酒店进行科学、合理的管理，酒店的高级管理人员应该汲取国内外酒店管理中先进的管理理念，对员工做出严格要求，让其在工作中对自己的行为进行规范。其次，在薪资待遇方面，应该根据员工付出的多少来给予应有的报酬，奖惩机制必须完善，表现优秀的员工应该得到奖励，提高薪资待遇，这样员工在工作中才会有紧迫性，严格约束自己的行为，为酒店企业文化的建设贡献自己的力量。

结语。

酒店企业文化是酒店的无形价值，只有将这种无形的价值不断地建设完善，才能让其在实践中转化为实际价值，酒店管理人员应该从各个方面来提高酒店的企业文化，促进酒店的发展。

参考文献：

[1]王朝晖，刘岚岚.论酒店企业文化的构建[j].民营科技，20xx，(5).

[2]张卉，朱金英，宋蓓.酒店企业文化研究综述[j].东方企业文化，20xx，(12).

**浅谈企业文化的重要性篇六**

中国加入wto，可以说是机遇与挑战并存。企业面对激烈的市场竞争，必须瞄准世界上先进科学技术和管理经验，采取引进、吸收、借鉴、自主创新等一切必要手段，迅速发展本企业，同时必须在内涵发展上狠下工夫。这种内涵发展的核心就是：重视企业家精神与创新企业文化，使企业文化、产品文化与企业家精神形成一个有机的统一体。

何谓企业？尽管从不同的角度有着不同的解释，但詹森和麦克林（jensenandmeekling，1976）对企业的定义更为贴切。他们把企业定义为一种组织，这种组织如同大多数其他组织一样，是一种法律虚构，其职能是为个人之间的一组契约关系充当连接点；就企业而言，这“一组契约关系”就是劳动所有者、物质投入和资本投入的提供者、产出品的消费者之间的契约关系。由此可见“企业既是个人之间一组契约关系的连接点，又是一个层次组织”，也证明了企业不仅是一个经济单位，而且是一个联系个人、组织和社会的纽带。

因而，企业除了它经济功能外，它还有十分重要的社会功能。这种社会功能的一种重要表现形式就是企业文化。企业文化，指在一定的社会经济条件下通过社会实践所形成的并为全体成员遵循的共同意识、价值观念、职业道德、行为规范和准则的总和，是一个企业或一个组织在自身发展过程中形成的以价值为核心的独特的文化管理模式，是社会文化与组织管理实践相融合的产物，是企业在经营管理过程中创造的具有本企业特色的精神财富的总和，对企业成员有感召力和凝聚力，能把众多人的兴趣、目的、需要以及由此产生的行为统一起来，是企业长期文化建设的反映。可以说企业文化所反映的是一个具体企业的精神、风格和价值标准。

一个优秀的“企业文化”的理念的提出、建设与最终形成，是靠人来实现的，应当说是企业全体员工的努力的结果，但是在其中企业家的作用是不容忽视的。企业家就是那些“能抓住机会引进新产品和新的生产方式，改进企业的组织机构，勇于承担风险的企业所有者或企业经营者”。在信息不对称的市场竞争环境下，企业家所具有的特殊的管理、组织和协调生产活动的能力，被称为企业家才能或企业家精神。可以认为在企业的经营管理与企业文化建设中，企业家精神始终是起主导作用的。

企业作为一个微观经济活动的基本单位，又有其宏观的社会经济背景。理论和实证都表明，企业文化是企业在为社会提供各种产品或服务及其过程中所表现出的物质形态和精神形态的统一体，是从微观到宏观、从个体到整体、从组织到社会的一个有机联系的统一体。正确处理好企业文化、产品文化和企业家精神是企业文化建设的关键所在。

首先，企业的发展是核心竞争力，核心竞争力来自于技术，技术来自于管理，而管理靠的是企业文化。企业文化对于一个企业的成长来说，可能不是最直接的表现因素，但却是最持久的决定因素。企业文化对企业发展有导向、规范、约束、凝聚、融合等作用，已逐渐成为人们的共识。换句话说，企业是通过企业文化建设来促进员工的全面发展，通过一个文化的引导、规范、约束来激励员工，近而增强企业的凝聚力，提高企业的效率。

企业文化对企业生存与发展的重要作用一是凝聚作用。企业文化像一根纽带，把职工和企业的追求紧紧联系在一起，使每个职工产生归属感和荣誉感。企业文化的这种凝聚作用，尤其在企业危难之际和创业开拓之时更显示出巨大的力量；二是激励作用。企业文化注重的是人的因素，强调尊重每一个人，相信每一个人，凡事都以职工的共同价值观念为尺度，能最大限度地激发职工的积极性和创造性；三是协调作用。企业文化的形成使企业职工有了共同的价值观念，对很多问题的认识趋于一致，增强了他们相互之间的信任、相互交流和沟通，使企业的各项活动更加协调；四是约束作用。企业文化对职工行为具有无形的约束力，经过潜移默化形成一种群体道德规范和行为准则，实现外部约束和自我约束的统一。五是塑造形象作用。优秀的企业文化向社会大众展示着企业成功的管理风格、良好的经营状况和高尚的精神风貌，从而为企业塑造良好的整体形象，树立信誉，扩大影响，是企业巨大的无形资产。

其次，企业文化与产品文化是紧密联系的。产品或服务是企业生产的成果，任何一种产品和服务都是在企业中生产和形成，既受到一定的企业文化的制约，又凝聚了生产它的企业文化因素。因此，产品文化是企业文化的重要组成部分，也是企业文化的一种体现。

换句话说，企业的精神、风格和价值标准将在企业所提供的具体的产品和服务之中得以体现。这正是我们在强调企业文化建设时，同时强调产品文化的原因之所在。

最后，企业文化建设是靠人实现的，其中企业家精神有着十分重要的作用。历史是人民创造的，企业的发展是其全体员工努力的结果，这是马克思主义的历史唯物主义的基点。在正确看待人民在历史发展中的地位和作用的同时，我们也不能否认个人在特定的历史条件与环境下的作用。列宁曾经指出，在路线确定后，干部是起决定作用的因素。企业的成败与发展，与企业家的作用既企业家精神的实现密切关联的。而企业文化以及体现在企业产品中的文化，往往表现出企业家对其所处的客观社会经济环境的一种理念。

在企业理论有关企业家的论著中，强调企业家的职能主要在于实施管理与决策的同时，文化价值标准一直受到强烈的关注。在信息不对称的客观经济环境中，“决策所需的很多信息不仅获得的成本昂贵，而且靠直接观察是得不到的。换言之，决策不仅受到客观信息的支配，而且受主观信仰的支配。一个人的信仰来源于他的文化、宗教以及直接生活经历。”可见，企业家及其个人的文化价值标准，在企业的经营管理、资源配置决策和企业文化建设中，有作十分重要的作用。从某种意义上讲，企业文化是企业家个人价值标准在企业中的体现与实现。

综上所述，企业文化、产品文化与企业家精神三者是相互联系、相互影响、相互依存的。一个优秀的企业必然有一种优秀的企业文化、产品文化和企业家精神，它是企业可持续发展的必要条件。同时，企业文化是具体的，即不同的企业有不同的企业文化，有不同的企业精神、企业风格、企业价值标准。企业的产品文化更是具体的，不同的企业所提供的产品与服务反映的是不同企业的精神、风格、价值标准。因此，企业文化建设不能“千篇一律”，应该根据自己企业的特点、自己企业的经营环境，进行具体的设计定位。

**浅谈企业文化的重要性篇七**

经过二十多年的发展，民营经济在我国各种经济占三分之一强，民营经济为国民经济的健康快速发展做出了重大贡献。但是伴随着经济全球化步伐的加快，民营经济如何在全球经济中拥有自己的一席之地，做大、做强、做久就必须注重企业文化的建设。

企业文化是企业经营的灵魂和法宝，企业文化内聚人心、外树形象。如果说我国民营企业早期的创业靠的是勤劳和机遇，那么后期的发展和壮大则必须依靠企业的群体斗志和凝聚力，而企业群体的斗志与凝聚力要依靠企业文化的建设，企业软环境的建设。

目前，民营企业文化建设走进了误区，在一定程度上影响了企业文化在企业发展中的推动作用。有关学者通过对我国几家代表性的民营企业调查发现，我国民营企业在企业文化建设中主要存在以下问题：

（一）重形式、轻内涵。

企业文化是将企业在创业和发展过程中的基本价值观灌输给全体员工，通过教育、整合而形成的一套独特的价值体系，是影响企业适应市场的策略和处理企业内部矛盾的一系列准则和行为方式，其中渗透着创业者个人在社会化过程中的对人性的基本假设、价值观和世界观，也凝结了在创业过程中创业者集体形成的经营理念。但是通过对年产值几百万到近两亿的多家民营企业文化调查中发现，许多民营企业在文化建设中往往注重于做表面的文章，而忽略企业文化内涵。很多企业认为企业文化就是表面和虚无的东西，他们的主要目标是希望员工听话，让外部人看到企业在感觉上更具正规感。显然，在这种精神指导下的企业文化建设必然是重口号、标志等看得见的有形的东西，而未能从深层次上，从理念上建立企业特有的企业文化。如果企业只有这些表层的形式而缺乏内在的价值和理念，这样的企业文化是没有意义的、难以持续的，并且也不能形成文化的推动力和凝聚力，对企业的发展也不会产生深远的影响。

目前，民营企业经营管理模式上看，有相当一部分的企业，仍处在一种“家族式”的管理模式中，小富即安、急功近利的经营思想在相当一部分企业管理者中占据着主导地位，相当一部分企业尚未形成尊重知识、尊重人才的氛围，管理观念陈旧。这种状态下的企业职工队伍很难维持稳定，责任意识不强，服务意识淡漠，工作、学习动力不足显而易见。

由于民营企业的家族管理性，导致民营企业管理中具有强烈的排外倾向，限制了企业对优秀人才的吸纳。曾有过民营企业尝试过聘请企业经理人对企业进行管理，力图营造全新的企业文化，但是由于民营企业家族势力的影响，使得这些优秀人才未能施展才华，最终离开企业。同时，民营企业仅仅注重对人才的聘用，缺乏对人才的培养，未能给这些优秀人才提供良好的发展空间和必要的学习机会。

（三）企业家和员工素质低下。

企业文化作为一种亚文化，不仅取决于社会既有的文化现状和发达程度，而且取决于该企业所有的职工的教育程度和文化水平。国家统计局企业调查总队曾就中国31个地区200多家民营企业进行专项调查，结果显示：民营企业员工中，大专以下文化的员工人数占八成以上，大专以上的仅有不到18%。我国民营企业员工总体素质较低制约了民营企业文化建设。此外我国民营企业家很多从简单的作坊做起，处于产业链的中下游，企业家文化程度普遍偏低，个人素质和管理水平也亟待提高。

由于企业家和员工素质低下已经成为制约民营企业文化建设，甚至是企业长远发展的重要因素。

当前民营企业文化建设中一个普遍的问题就是缺乏创新，很多民企以为企业文化建设可以一劳永逸，忽视了根据企业所处的宏观、微观环境变化，不能及时就变化的形式做出相应的反应，未能对企业文化进行持续创新，甚至出现原本对于企业发展起积极作用的文化反而成为企业未来发展的绊脚石。当一种企业文化由于被惰性对待而变成一个封闭的系统时，它很可能会扼杀企业的创造精神。民营企业文化应该是一个开放的、创新的体统，民营企业要重视对自身的文化系统不断进行调整和完善，与企业加强衔接，提高整体企业文化素质，促进企业持续健康成长。

针对民营企业文化建设中存在的问题，提出对民营企业文化建设采取确实有效的措施、策略，使民营企业文化建设走上健康的轨道。具体分析，民营企业可以在以下方面加强建设：

（一）提升民营企业家的综合素质。

也是企业形象的重要组成部分。企业文化是旗手文化，企业家的素质和自觉程度对于企业文化建设的成败起着关键作用。在企业文化建设中，企业家要缔造出优秀的、高品质的文化，要发挥好示范表率作用，企业家就要求具备优秀的品质，这包括正确的价值观、世界观、高尚的道德品质、优秀的管理才能、决策技能和首创精神，同时在一定条件下要求具有相应的业务技能。在这些能力中，特别强调要有良好的道德品质和深厚的文化底蕴。

因此，在构建企业文化、实施文化战略过程中，民营企业首先要树立正确的核心价值观，自觉开展理念革命，从思想层面上确立“企业文化”；其次，努力学习企业管理相关知识，提高自身综合素质，把自己塑造成为具有渊博知识、才思敏捷、较强洞察力的企业家。

（二）加强企业培训，提高员工素质。

尽管企业家的素质对于民营企业文化建设起着决定性的作用，但是民营企业文化的建设更离不开全体员工的积极参与、共同努力。员工的素质决定着企业文化的成败，员工素质的提高又有赖于企业培训。企业培训是建设企业文化的重要手段。

从目前来看，我国民营企业的培训主要是从提高水平、普及科学技术、加强职业道德教育三个方面着手，以提高民营企业员工的基本素质，这是我国民营企业文化建设的前提和基础。我国民营企业员工总体文化水平偏低，急需提高企业员工的文化水平。我国民营企业可以采取诸如与晋级、评优挂钩等激励方法，鼓励文化水平低的员工循序渐进、努力学习文化知识，学习的好和坏与绩效考核紧密地结合在一起。在此基础上，还要加强对企业员工的.培训，向全体员工普及现代科学技术。在向员工普及教育的同时还要加强对员工的职业道德教育，逐步改变员工中存在的平均主义、安于现状等陈旧观念，树立争创一流、优质高效、对用户高度负责的现代生产管理理念。

企业文化一旦形成就具有相对的稳定性，对企业发展产生持久的影响，但是又具有动态变化性。企业在发展、壮大各不同发展阶段，由于所处的环境发生变化，相应地企业文化也应进行变革，以适应企业发展的需要，否则就会成为企业发展的阻力。知识经济时代就是创新经济的时代，文化创新是企业可持续发展的不竭动力。企业参与市场角逐就必须不断地实现创新工程，建设企业创新文化。企业要紧紧把握时代脉搏，了解自身所处环境的变化并把握其本质，必须具有创新的思维，环境变则企业文化进行相应的创新和调整。企业在文化建设中，切忌沉迷于原有的成功和喜悦中。具体而言，培育民营企业的创新文化，应从观念创新、技术创新、管理创新、制度创新四个方面进行。

民企和国企相比，普遍存在数量多而规模小、发展快而后劲不足、平均寿命短的现象。导致这一现象的因素很多，但究其内在原因，主要在于企业经营者缺乏企业管理意识，没有树立起“以人为本”的管理理念，不重视思想政治工作，尤其是忽视企业价值观的培育和塑造。这就在一定程度上造成民营企业人心涣散、劳资关系紧张、工作质量下降、劳动消耗上升、劳动效益低下等不良现象。因此及时转变观念，从实际出发，重视民营企业文化塑造，整合和提升民营企业价值观，以成为民营企业实现企业管理良性循环的必然选择。民营企业价值观的培育和提升，就是在对民营企业的过去和现在全面调研的基础上，对当前的企业精神价值观作出优劣评估，在有关专家的帮助和指导下，发动企业全体员工共同参与，对企业的精神价值观的基本要素进行一系列发掘和筛选，并进行提炼和加工，使之得到提升。

民营企业作为中国经济舞台上一支中坚力量，越来越显示其强大的生命力，但是面对经济全球化也遇到了前所未有的困难，特别是由于民营企业文化建设中存在的一系列问题严重阻碍了民营企业的发展。因此，作为中国民营企业要结合自身的实际情况对现有企业文化进行改造，建设适应性强、具有自身特色和持续生命力，能够为企业发展提供不竭动力的新型民企文化，最终推动我国民营企业的快速发展。

[1]贾强.如何建设企业文化[m].沈阳：沈阳出版社，20xx.

[2]车娇.浅谈民营企业文化创新[j].湖南广播电视大学学报，20xx.

[3]崔会保.论民营企业文化建设[j].山东理工大学学报（社会科学版），20xx，(4).

**浅谈企业文化的重要性篇八**

现代经济时代，企业竞争异常激烈，文化作为企业的软实力，在公司管理和发展中起着越来越重要的作用。本文主要论述了目前我国企业文化建设的热点问题，并针对如何进行企业文化建设提出了对策。

[关键词]。

一、问题的提出。

关于企业生命力的研究，可追溯到20世纪70年代。大多数学者从生命周期的角度，表达了企业具有生命周期的现实。

在美国，有62％的企业平均生命周期不到5年，存活能超过20年的企业只占企业总数的10％，只有2％的企业能活50年以上，即使能活到50年以上的大企业，在商业环境的巨变中，也可能轰然倒下。

我国企业似乎与生俱来就带有长不大的基因，大集团公司平均寿命7—8年，一般中小企业寿命在3～4年间。一篇关于中国中小企业发展状况的文章指出，96％的企业成长指数介于0.3～0.6之间，69％的企业在5年内倒闭，寿命超过10年的不到1／10。

企业的发展是否一定要沿着“出生－死亡”这种固定的轨迹?是什么东西制约了企业的发展?国内外关于企业生命力的研究结果表明，生命周期如同一双无形的巨手，始终左右着企业发展的轨迹。那么，企业生命力的基因体系是由哪些基因构成的昵?1、政策基因。要符合政策导向，保持政策的稳定性；2、环境基因。选择“先活着”远离竞争旋涡，做到顺势而为；3、使命基因。不要只为自己而要为别人而活着，以其不自生故能长生；4、成长基因。增强循环造血能力，实现永续经营；5、文化基因。恒久而耕心，经营好人心；6、管理基因。强化信息及系统支持，实行绩效管理。

香港中文大学郎咸平教授，在他的一篇著作中指出：依附在中国人身上的文化魔咒，对我国经济的发展产生很大影响。这种“一体两面”的文化魔咒，一方面表现为“心怀大爱”，但我们的“大爱”文化具有潜藏性，不善表达，只有在中华民族遇到了像四川汶川大地震、青海玉树大地震这种大灾大难时，才会淋漓尽致地进发出来，让世人感到无比的震撼；另一方面是企业界少数经营管理者浮躁及投机取巧的心态，以及僵化的思维模式和就知道赚钱、不了解世界、不了解别人为什么那么看你、不了解自己的缺点等“四个茫然”，这是我们文化固有的劣根性。

从上可见，我国企业的健康成长，更要重视生命基因体系的建设。企业文化作为企业的健康长寿之道，要对企业生命力基因进行哲学思考，转变思维观念，作出哪些可为、哪些不可为的判断和选择，使企业文化建设不是一般号召而是极具针对性，真正成为企业发展的软实力。

通观目前我国的企业文化建设，大致涌现出了以下热点：

（一）人本文化。企业文化的本质特征体现在五个方面：第一是以人为本；第二是以文化人；第三是群体和谐；第四是文化自觉；第五是文化主导。如果我们把国家和民族比喻成一个人，那么硬实力就是骨骼和肌肉，软实力就是文化、精神和思想。只有两个方面完美结合，才能有旺盛的生命力。深圳华侨城集团是一个文化自觉的优势群体，是我国第一家提出要搞企业文化建设的企业。八十年代中期，该集团属下康佳公司的企业文化是：“你为我，我为他，大家为康佳，康佳为国家”。时至今日，华侨城集团的企业文化则是：“人本、创造、坚定、卓越”和“优质生活的创想家”。20多年来，由于华侨城集团在全面提高企业核心竞争力的同时，坚持把企业文化当作市场经济条件下企业经营管理文化的大事来抓，以文化人，使企业有了健康、全面、持续的发展。

（二）和谐文化。世界是多样的，各个国家有各个国家的文化，而各个国家的文化都是历史的积淀，体现着各个国家的风格和特色。英国是绅士文化，法国是浪漫文化，美国是自由文化，德国是严谨文化，中国是和谐文化。构建和谐社会是我们这个时代的主旋律，建设和谐企业、培植和谐文化是我国企业界的一项重要责任。天津港在贯彻落实科学发展观和重新梳理文化体系时，提出“发展港口，成就个人”的核心价值观，并以“建世界一流大港，筑员工快乐之家”作为愿景孜孜以求。五年来，天津港吞吐量不断跨越式增长，成为北方第一大港。与此同时，他们在思考如何“培育共享价值观，共建和谐企业”的同时，在个体和群体之间建立了“四个共同体”：即利益共同。体、责任共同体、情感共同体、价值共同体。他们认为，利益和谐是和谐社会的核心，企业坚持与利益相关者建立“四个共同体”，可以实现这样一个过程：员工在自修、自省、自律中形成自觉，之后觉他，从而完成对和谐文化的认知、认同、共享、创造的全过程。这种在“共建中共享，在共享中共建”的和谐文化，必将引领中国企业文化建设的新潮流。

1.5亿元，充分体现了“一方有难，八方支援”的抗震救灾精神。

100多万元、只有100多名员工的小厂。张瑞敏调任该集团任最高行政执行官之后，坚持中国先进文化并吸收齐鲁文化的精华，坚持“内圣外王”创名牌，狠抓企业文化建设，集全球智慧谋海尔发展。海尔集团经过20多年的艰苦奋斗和自主创新，现已发展成在全球拥有240多家下属单位、5万余名员工、3600多项自主创新专利的全球第四大白色家电制造商，是中国最著名的品牌(品牌价值达803亿元)和特大型企业。2025年，海尔集团全球营业额达到1220亿元，利润同比增长20.6%。海尔集团之所以能取得如此辉煌的成就，与他们一贯重视企业文化建设关系极大。海尔集团现在的企业精神是“创造资源，美誉全球”，新的工作作风是“人单合一，速决速胜”。

（五）狼性文化。狼的本性和特征有四：第一是嗅觉敏锐，第二是不屈不挠，第三是群体奋斗，第四是挑战极限。所谓狼性文化，就是以人为本，以知为先，有着一种强烈的扩张欲望和积极进取的心态。深圳华为公司任正非是“中国最具狼性的总裁”，他根据狼性的特征和企业面临的危机，一直倡导狼性文化、狼性管理、狼性营销、狼性团队，以文化力提升企业的竞争力。经过20多年的奋战，狼性血脉已渗透到华为身体的每一个细胞，流入华为管理的各个环节，华为成为创造神奇的企业——从1985年2万元创业，到现在已发展成拥有35000名员工、具有2025件自主核心技术体系、为全球100多个国家的10亿用户提供产品和服务的中国it界的标杆企业。2025年华为的营业额达690多亿。2025年1—4月，广东外贸出口有较大幅度的回落，但具有自主知识产权的华为公司的出口，却仍保持62.4%的高速增长，真正做到了“中华有为”。

（六）品牌文化。品牌的至高境界是文化，文化的至高境界是品牌。资本主义以前输出战争、输出资本，现在是输出文化、输出品牌。所以，品牌就是国家的话语权。美国在世界上搞单边主义，就是因它的cdp占世界的34%，通过美元结算的外汇在全球占62%。全球每年评选出的50个驰名商标中，美国占据30个以上，占60%。这就是品牌的力量。今天的竞争，不单是军事的竞争，而是科技的竞争、经济的竞争、品牌的竞争。因而，我们一定要重视品牌战略，增加品牌的文化含量。什么是品牌的文化含量？有四个要素：一是使用功能多样化；二是款式造型具有高审美附加值；三是色彩是民族化与现代化的相结合；四是人性化水平体现的高低程度。

张家港红豆集团，20年前还是一个卖地瓜的小厂，但他们的董事长周耀庭懂得“经济是大树，文化是土壤”的真谛，对品牌文化建设极为重视。该公司旁边有一棵传奇的红豆树。他想起王维那首相思诗：“红豆生南国，春来发几枝，愿君多采撷，此物最相思”，把公司制作的服装冠名为“红豆牌”。经过近20年的经营，至今红豆牌服装年出口达2亿多美元，红豆集团也成为中国民营经济之最。

25年深圳形象的深圳保险名片”的企业，打造诚信稳促、多元融合、服务创新的企业文化，已成为该公司兴旺的关健之举。该公司提出“外要和，内要顺，业要精，行要进”，已为该公司提供了和谐顺畅发展的平台和空间，取得了傲人的成绩。何谓公司的核心竞争力？它是保持竞争优势的一个能力体系，包括四个要素：一是技术力；二是管理力；三是营销力；四是文化力。只有四个要素结合起来，才能提高企业的核心竞争力。

（八）石油文化。中国石油天然气集团，是1988年在原中国天然气总公司的基础上，重新组建的特大型石油化工集团，现有总资产8083亿元，在中东等33个国家和地区投资经营。该公司在原大庆“三老、四严、四个一样”精神的基础上，强调“文化强企，志在世界”，确立了“诚信、创新、业绩、和谐、安全”的跨国经营管理理念，坚持“同化于优”、“融化于情”、“内化于心”、“外化于形”、“物化于利”的创新文化。有力地推动了中国石油行业深化改革和现代化企业制度的建立，在大庆的周边、渤海湾等地发现了新的大油田。近年来，中石油在世界500强中的排名稳步提升，为中国的改革开放做出了巨大的贡献。

（九）安全文化。安全发展是实践科学发展观的必然要求。安全生产，民生大事；人命关天，责任重大。民航、铁路、公路、航运、矿山等各行各业都极为关注安全文化。上海制定了以理(理论)、法(法律)、德(道德)、制(制度)、情(情感)、技(技术)为基本要素的安全文化，取得明显的效果。长江航运集团也在这方面作出了有益的探索。他们认为，安全文化是以自主安全、自治安全、自律安全为主的人本文化。唯其如此，企业才可能实现本质安全。具体做法是：“以理念自治，构筑安全文化之魂；以管理自治，夯实安全文化之基；以行为自治，让安全文化落地生根”。从而使安全生产体现了“预防为主，标本兼治，落实制度，综合治理”的工作思路，做到安全压倒一切，宁听“骂声”不听“哭声”，切实保障人民生命和国家财产的安全。

1、企业家重视是搞好企业文化建设的关键。党的十七大明确提出要提高文化软实力，这在我们党的历史上还是第一次，体现了我们党对文化力量和文化建设的新认识。在信息化、全球化深入发展，文化越来越成为综合国力竞争因素的今天，能否拥有强大的文化软实力，关系到中华民族能否自立于世界民族之林，也关系到一个企业的持续发展和健康长寿。人类因梦想而伟大，企业因文化而繁荣。从一定意义上说，企业文化就是企业家文化，这是因为：企业家的文化主张、文化含量、文化思想、文化素养是企业文化的重要元素；企业家在企业文化建议中肩负着四个角色责任，即倡导责任、整合责任、示范责任、变革责任；企业家既是企业文化的设计者、组织者，也是企业文化的实施者、示范者。没有张瑞敏，就没有海尔文化；没有任正非，就没有华为文化；没有任克雷，也就没有华侨城文化。企业文化是企业家份内的职责，别人是无法替代的，必须坚持以文化为主导。20年的经验已经证明，要搞好企业文化建设，企业家必须高度重视，否则，这个企业的企业文化建设就举步维艰。

2、要充分认识企业文化的功能和作用。企业文化在中国先进文化体系中，虽然位处亚文化地位，却十分重要，具有跨越时空的力量。在企业经营管理的实践中，企业文化有六大功能，也就是六种力量：一是导向功能、导向力；二是塑造功能、塑造力；三是约束功能、约束力；四是凝聚功能、凝聚力；五是激励功能、激励力；六是幅射功能、幅射力。祖国南海之滨的三亚，是我国唯一的热带滨海城市，拥有独特的旅游资源、一流的生态环境和丰富的人文遗产。自1987年9月升格为地级市以来，三亚依托自身区位和资源优势，选择以城市品牌发展作为突破口，通过城市品牌发展来激活和提升城市的软实力，取得了初步成效：依靠文化铺垫，塑造鲜明的城市形象；依靠活力支撑，积极实践注意力经济；依靠品牌牵引，提升城市核心竞争力；依靠媒体放大，提升知名度和美誉度；依靠项目推进，推动地方经济发展。

3、企业文化要有鲜明的个性印记。企业文化有共性、个性之分，两者要紧密结合。共性显示文化的原则，但不能显示文化的特征；个性才能说明事物的本质，企业文化的生命力或灵魂在于个性。所以，在企业文化建设中，共性要体现，个性要突出。现在，纵观企业文化理念的概括、提炼、冠名，有一个通病，就是雷同化，放到全省、全国各个地方都可通用。这种现象，叫做“既无错处，也无用处”。如何做好这项工作呢?一是语言要简洁，不要唆；二是要体现本质核心，同企业的战略目标和经营管理结合起来，做到兼容并蓄；三是要注意个性、原始性、独特性，要有鲜明的个性印记；四是要好识、好记、好用、好传播；五是不能繁琐化、不能雷同化、不能模式化、不能故弄玄虚、不能“双脚离地，”而要“落地生根。”

**浅谈企业文化的重要性篇九**

企业就像人一样，有躯干和灵魂，没有灵魂的躯干就是行尸走兽，同样企业没有灵魂也只是机器的堆垒，制造物品的工具。而企业的灵魂就是企业文化，它看不见摸不到，却实实在在的存在于企业中，是企业多数员工所共同遵循的最高目标、基本信念、价值标准和行为规范。

通过本次企业文化第二期的培训我学习到，企业文化的建设与发展，并不是领导者个人的“独角戏”，员工只做为台下“观众”。它需要全体员工积极主动参与企业文化建设中来，为文化建设添砖加瓦，只有这样才能更好地保持企业文化的新鲜活力，所以企业文化就和员工的文化素质息息相关，提高员工素质和加强队伍文化建设成为企业文化建设的第一要务。我想这也是20xx年公司领导重视企业文化培训的目的所在。

缘酒集团在创立之初就确定“以文化酿造美酒”的经营理念，树立“创一流企业，酿百年缘酒”的宏伟目标。当然这不光是一句口号，它需要更多缘酒人的凝心聚力，共同拼搏完成的`伟大事业，我想这就是缘酒的理念形态文化。

大家一直高喊“全员营销”，而这里所说的全员营销，并不是所谓的大家都去推销酒、卖酒，后台保障也是一种营销方式，例如保证物料的及时供应，生产出质量合格的产品，调配出高品质的，消费者信赖的酒质等等都是一种营销。作为行政部门在客户来访接待中诸如安徽缘酒文化博物馆的接待解说是营销，每一次的工业旅游和文化旅游中穿插缘牌原浆酒酿造工艺和酒质特点的介绍，以及现场互动形成会销也是营销，同时在接待中展示出来的缘酒精神面貌和一套制度化的接待细节流程，又很好地诠释出缘酒的制度形态文化。再有，每一次接待中桌面上少不了我们摆放的缘酒企业文化报、黄晔董事长的最新诗集、董事长书法“缘”字作品等缘酒资料，充分用“缘”符号说明缘酒的物质形态文化。

一个企业如何建立自己的企业文化，我认为没有固定的模式，我们要通过工作的实践来不断的学习，积极地思考并结合公司的实际与员工一起共同建立的一种缘酒文化。公司的企业文化是开放的、包容的和不断发展的，因而我们要继续传承这种文化，做好缘文化，缘酒文化的传播者、传承者，将其发扬光大，大家团结一致为缘酒的美好明天共同奋斗！

**浅谈企业文化的重要性篇十**

新赛棉业有限公司任小芳。

电话\*\*\*邮编83001。

5企业文化是在一定的社会历史条件下，企业在物质生产过程中形成的具有本企业特色的文化观念，文化形式和行为模式以及与之相应的制度和组织结构，体现了企业及其成员的价值准则、经营哲学、行为规范、共同信念和凝聚力。因此，一个企业只要存在一天，企业文化就同时存在。新疆新赛棉业公司的企业愿景是：成为最受人尊重和信赖的公司之一；文化核心是：诚信、敬业、合作、创新；企业使命是：“强棉兴农”，为市场提供优质绿色的皮棉，为客户创造价值、为员工搭建实现人生价值的平台，提高员工幸福指数。

会认为，难道要方方面面、每个细节都很循规守矩，时时刻刻都毫无隐讳，才是诚信吗？其实我们没要求那么高那么纯粹，但我们没说清楚，人们就会对这个词有一种距离感甚至排斥感，就自然没有那么认真去贯彻。再比如“服务”，是不是有愿意服务的心，就有优质服务的效果呢？也不是，因此我们应该多培训我们的员工，到底怎么做到优质服务，而不是空谈“服务”二字，大家不知从何入手，自然渐渐少了积极性。第二个问题，企业精神真的只是没有意义的精神胜利法吗？显然也不是。从长远和全局的角度说，企业精神必然会给企业带来巨大利益。而从当前和局部的角度说，我们在建设企业文化时，应该做好相应的激励机制建设，给践行企业精神的员工实实在在的物质奖励和精神褒奖，而且不能过低，只有这样，才能引导和不断感染每个员工去认同和实践企业的精神文化。很多人就是因为第一个问题没解决好，就看不到企业精神的巨大力量，也就没能很好的解决第二个问题，不愿意花足够的投入去鼓励企业精神的贯彻实施，结果他们更看不到企业精神的好处了，如此恶性循环而已。一言以蔽之，就是执行不当又不力。

要求高岗位，我们制定了岗位细则，加强岗位责任意识。常言道“千里之堤，溃于蚁穴”，试想，员工责任心这道防火墙出了漏洞，病毒怎能有孔不入？反之，如果员工都有高度责任感，以企业兴衰为己任，无形中就为企业铸起了一道坚固的屏障，病毒就难以入侵，换言之，事故发生的机率就会降低。另一方面制定了《新赛棉业公司干部职工绩效考核制度》，形成了以制度管人、奖罚分明的公正、公平的氛围，构建公司和员工之间诚信的桥梁；其次，我们开展了机关干部下基层活动。一方面通过谈心谈话、民勤日记等形式了解职工的困难和思想动态，把解决职工最关心的问题放在首位，不断提高干部为职工服务的意识。另一方面因为棉业公司下属8个扎花厂，分布在北疆沿线，很多家都不在本地，一到轧花季节，公司领导和他们吃住在一起，关心他们的生活和工作，营造家的氛围。特别是对老职工贫困职工不定期的进行慰问。一年来共计解决职工难题35起，慰问贫困职工10人。再次，通过开展形式活泼的各类活动，凝聚人心。这两年，公司注重结合节假日及创先争优、基层组织建设年、建党周年庆祝等时机，开展形式活规模小的活动，比如篮球赛、乒乓球、参观陈列馆、诗歌朗诵等，营造积极向上、团结协作的氛围，逐步完善自己的企业文化建设。

总之，企业的建设，最终经营的是人的思想，最终的落脚点是武装人，塑造人，鼓舞人，通过公司的企业核心来体现企业的价值，实现企业和谐，促进企业发展。除了制度的约束之外，文化的力量十分重要。它可以凝聚人心，激发员工积极性和自我驱动力，明确自己的发展目标，增强自我管理意识和责任意识。只有员工走得远，企业才能走得更远。

优秀的企业精神文化对我们有百利而无一弊，影响深远。虚实之间，重在执行。而企业文化只是我们当前所有要务中的一个。新赛棉业公司正处于改革发展的关键阶段，我们经历了市场的挑战，背负过巨大的包袱，好不容易有了一定的成绩和基础，只有在这关键的时候强有力地实行更深刻更科学的改革，我们棉业才能实现更好更快的发展，我们的成绩才能变为成就，我们每一个棉业人才将会享受到自己创造的成果。

新的一年又开始了，我们新赛棉业公司要以深入人心的企业精神、统一的价值观、先进的企业文化来引领员工，凝聚员工，激励员工，形成团队精神，形成员工与企业荣辱与共、共同前进的和谐氛围，用自己的方式为新赛股份实现跨越式发展锦上添花！

**浅谈企业文化的重要性篇十一**

一个有文化的人，让人感受到体现表里如一的素质，不但外表象有文化的样子，而且肚子里的确有货;同样，在谈到某个企业有文化时，说明这家企业不但会经营，而且还是个有文化的企业。今天小编为大家带来一些相关的资料来帮助大家，希望对您有帮助!

国内并非所有的企业都有文化，也并非有文化的企业没有高低之分。没有文化的企业许多，甚至连基本的劳动合同都不肯与职工签;而有些自诩有文化的企业，其品味低的也数不胜数，如哪些劳动密集型的、流水线型的、贴牌出口企业里，完全都是没有独立灵魂的机器工厂，它们所谓的企业文化就是挣血汗钱这种价值观，这等企业要说一点没文化还不准确，要说有，只能是比黑砖窑多穿了件漂亮衣服而已。

须知，不是什么企业都有资格 谈企业文化的，企业文化不但仅是悬挂在车间、办公场所内的标语口号，其养成也决不是一朝一夕的事情，它是需要若干年苦修而成的;企业文化是一个企业达到成熟之后自然散发出来的魅力，绝不是靠涂脂抹粉能实现的。

虽然时下许多人都在谈论企业文化，但鲜见有人能把企业文化说透。其实相比企业战略、管理、绩效考核而言，谈企业文化是最难的，企业文化是混沌的，甚至可以说企业文化是不可轻言的。

肺在中医里的描述是“肺者，五脏六腑之盖也”(《灵枢》)，意思是指肺是覆盖保护诸脏的华盖，肺是一个对人体各种生理功能具有调节代偿作用的.重要器官，主要生理功能为肺主气，主宣发、肃降，司呼吸，通调水道，朝百脉，主治节。肺在志为忧，在液为涕;在体合皮，其华在毛，在窍为鼻。如果我们的企业有了企业文化这个“肺”，就能有呼有吸，有升有降，有进有出，能够把矛盾运化为无形，达到组织上内外畅泰，员工面貌神精气足的健康状态。我们许多企业家都在不断的说，企业发展势头这么好，就是员工精神面貌跟不上趟，问题出在哪里?只能说我们的企业只有野心，而缺失了绿肺或者肺功能不佳，最后必然导致胸闷气短，焦躁不安，没有核心凝聚力，发生一点内部纠纷就极易演化成大的公司问题。

谈企业文化难免挂一漏万，当说某个企业文化好的时候，是指制度好、理念好、还是工资高福利好?似乎都有一点但又不全是。企业文化更像是《老子》所言的道，“道可道，十分道。”有点只可意会不可言说的味道，一说，就走偏;企业文化，还像参禅，一说破即着相，具体物化了，一旦物化，你越说就越说不清。

企业文化虽然说清不易，但还可以强自名之，时下关于企业文化比较典型的说法有三种：一种企业文化就是老板文化，这个论断在企业创建早期是成立的，但如果企业进入发展期或者老板不在了，这个文化还能持续吗?《易经》乾卦之卦辞曰，“见群龙无首，吉。”可见，“老板文化”距离自发的、循环无端的自我生息境界还有一定距离，理想的企业文化应该是不受某个核心人物影响的，它能够自我不断调整、运化内部矛盾，达到生生不息的效果----比如国企。而那个最始创建企业的核心人物只不过是给企业撒下了一粒“道”的种子而已。

第二种说法是企业文化是一种“家教”。这个说法比“老板文化”要进了一步，达到了消除个人影响的要素，上升到一种祖传的、数辈先贤创制的集体精神层面，符合了儒家的礼制序。仔细推究，仍是尚嫌被动一点。

上述几种关于企业文化的观点，虽然一步步逼近了企业文化的真谛，但只因为这些观点都试图直接点破企业文化，只能说是一个遗憾。比如华为的“狼文化”，一旦被定格，反而是很悲哀的一件事，因为除了狼性光芒外，人们反而看不到它其它东西了，并且狼文化还让人们始终替他们捏着一把汗，担心突然有一天华为会支撑不住了。荣获2025年全国企业文化示范基地的山东默锐化学是全国唯一一家入选的民营企业，其文化核心“黙于道，锐以新”凭借厚重的文化积淀和十六人默默创业成功的经历彻底征服了在场的文化专家。还有青州云门酒业的“醇厚文化”，意为做人做事要纯正敦实，“想得远一点，做的实一点”则让公司整体焕发出一种大境界。

默锐化学和云门酒业的企业文化妙在都没有直接点破，含蓄内敛，极具张力。

当我们用肺比喻企业文化的时候，还是有点点破的意思，说到底，企业文化只能是一种参悟，只能够用取象比类的方式，把企业文化说的更接近我们心灵里的那种直觉。

在一个月朗星稀的老院子里，当我一抬头看到一轮皎月悬于碧空之中，静静的，圆圆的，我突然似有所悟：企业文化就如这明月一般，它是圆融含蓄、毫无残缺的;是散发着清辉的，毫不灼热刺目的;是静的，不是激烈狂热的。

从精神层面上讲，企业文化就是月。生在脚下这方厚土，沐浴着淡淡的月辉，令人心旷神怡，如是太阳则有过之嫌，如是星辰则有暗淡之憾。不知不觉，不可轻言的企业文化还是被“说”出了一点。

那企业文化到底怎样才能实现从无到有呢。认真地讲，流行的企业文化建设这个说法除含有速成的意思外，还有拼凑的感觉。理想的企业文化应该象老熟的酒一样醇厚，也和练书法差不多，是在不知不知觉的“心追手摹”过程中养成的一种气质。

考虑到多数民营企业建厂时间短而又有迫切建立起自己企业文化的客观现实需求，笔者结合自己从事企业文化建设的经验，在这里不妨给出一个参考建议：首先把自己的企业坚持做到十年，再做到保留一部分伴随企业成长起来的老员工;做到十年就有了沉淀，有老员工在，就保留了种子，他们就会用口耳相传的方式，把企业的故事一代代讲述下去。

这样企业有了心也有了肺，企业文化自然就萌生起来，并慢慢汇聚为一种意象，如一轮明月般始终洒照在每个员工的心田，然后再慢慢发酵。

企业文化发酵成熟后就是一坛好酒，下一个阶段就是贴牌，把这种还属于意象阶段的文化加以具体文字化，形成自己的文化品牌，也就是我们常说的企业文化建设工程。

**浅谈企业文化的重要性篇十二**

企业文化是当今世界企业管理的新思想、新理论。企业文化的核心是以人为中心的管理思想，目的是倡导和培育企业精神，调动企业员工的工作积极性，增强企业的向心力、凝聚力，提高企业的综合素质。

在当前，由于理论研究及宣传的不足，在电力企业员工队伍里，人们对企业文化认识不一致，在我们电力企业中有相当部分人把企业文化混同于思想政治工作，事实上，企业文化与思想政治工作，分属于两个不同的范畴，企业文化属于管理科学范畴，思想政治工作属于政治工作范畴。一个企业要使企业文化，在建设中发挥主导作用，就需要认真研究企业文化的内涵，抓住其精神实质领会其精髓和精华，使其在发展过程中培养企业良好的传统和作风，成为企业的无形财富，对此，笔者就企业文化在电力企业的作用与实践，浅谈一下个人的看法。

一、营造企业文化，确立准确可行的指导原则。

1/21。

要广大员工的积极参与，因此，广大员工是企业文化建设的主力军，它要求员工在思想文化、技术、技能、素质以及积极性、创造性的发挥和参与热情，决定了企业文化的水平和发展速度。

电力企业文化建设的基本任务是通过文化的力量和精神的作用，为企业的改革和发展提供精神动力、智力支持和思想保证，以充分调动员工的积极性、创造性、促进企业深化改革，强化企业经营管理，推进企业技术进步培育“四有”员工队伍，提高企业总体素质，增强企业活力，不断提高电力企业的经济效益和社会效益。所以电力企业要坚持文化营造与经营管理相结合的原则。企业文化是一种新的管理理念，它是为提高企业管理水平，实现企业的战略目标，促进企业持续、稳步、健康发展服务的。企业文化建设只有紧密结合企业经营管理，才能产生强大的生命力。

电力企业文化应坚持领导倡导与群众参与相结合的原则。从某种意义上说，企业文化是一种经营管理者文化。企业领导班子就是企业文化建设的组织者，倡导者，但企业文化的另一个重要方面就是强调群众性，员工群众是企业文化设的最基础，最根本的力量，需要广大员工群众的广泛参与和生动实践。只有抓住这些原则，才能抓住企业文化建设的重点和本质，才能建设好独具特色的企业文化。

2/21。

3/21。

个人谈心等形式来开展进行，而企业文化建设是以企业领导人为核心的企业管理人员通过培训学习、研讨会，座谈会等方式来进行，所以，企业思想政治工作可以借助于企业文化的各种载体，使思想工作寓教于文、寓教于乐，不断满足员工对于提高政治理论、思想道德、科学技术水平和参与文体活动的多方面需要。

三、按照“三个代表”的要求，建设电力企业有特色的企业文化由于认识上的偏差等原因，不少企业在实践企业文化建设中仍然存在着“一手硬、一手软”的现象，仍然存在经营管理与企业文化建设脱节的现象，这些现象的存在，严重阻碍着企业文化建设和企业的健康发展，因此我们要全面理解落实党中央“三个代表”的思想理论和有关社会主义文化的论述。在积极学习和借鉴国外企业文化建设新成果的同时，努力创新，坚持以先进文化精神为指导，突破思维定势，联系电力企业的实际，创造出反映历史潮流的在本质上区别于国外企业文化，具有中国特色的电力企业文化。

4/21。

营和营销过程中。与此同时，企业文化建设同企业价值观，企业精神的境界、职业道德行为规范的教育，以及员工的培训切实结合起来，通过思想教育和文化活动的薰陶感染，取得潜移默化的效果，推动了电力企业文化的不断创新发展，也是电力企业开展有中国特色企业文化的具体体现。

企业文化的重要性在于能够充分发挥员工的智力资源，发挥员工的主观能动性，它的建设是人力资源管理工作中非常重要的一个环节，倡导的是以人为中心的人本管理哲学。企业文化作为一种无形资源，越来越受到企业界管理层的重视，企业文化的建立是在人力资源管理工作中经过长期的潜移默化培养起来的，企业管理者把自己的经营理念、价值指向、行为方式等整合到员工中去。这不仅适用于私营企业，同时也适用于大型国有企业。

众所周知，从2025年1月到6月初，富士康公司发生员工“连跳事件”引起全社会的广泛关注。人们在痛惜之余，纷纷指责富士康公司是“血汗公司”，没有具备亲和力的企业文化。

6/21。

人力资源开发是企业文化的重要组成部分，而企业文化又为人力资源创造了良好的开发环境。人是管理的资源，这种资源是通过文化的积淀、显现、发挥、开发的，因此，在突出企业文化背景下谈人力资源，更具有人文资源的特征，它更加突显人的资源的文化意义与文化价值，因而往往体现为人的潜能，具有很强的再生性，是最丰富、最重要的资源。目前，我国的企业文化和人力资源管理有了一定的发展，但往往忽略了它们之间的关系。我们知道企业提拔管理者的原则是那些有能力的人被提拔到管理岗位上，是为了在工作中更好地发挥模范带头作用、更好地辐射企业文化精神、更好地发挥他们的智力资源和主观能动性。

7/21。

力？还有一个比较严重的问题，人力资源管理中有一个“木桶定律”——木桶的容量多少，不是取决于高的木片，而是取决于最短的木片，解决的办法是努力弥补影响了木桶容量的短木片，但是现在的部分管理者却相反地运用了这一理论，并且扩大了它的应用范围，为了在上层管理者面前表现出其管理能力，采用了“一抹平”的方法，简单地把高的木片削平，以此来达到欺瞒上层管理者的目的，但对上层管理者来说，却很难察觉其真相。

三、人力资源管理中的企业文化建设（一）企业文化融入企业教育培训之中。

企业的教育培训既要重视职业教育培训、职业技能培训，也要重视非职业教育培训。一个企业要不断发展，就必须注重和加强员工教育培训，提高企业科技创新水平和综合竞争力。有的企业虽重视职业教育培训，职业教育培训体系也比较健全，但往往只是注重主业和技能的教育培训，而忽视非职业教育培训。

争当“创效标兵”、“节油标兵”；并且收集员工的合理化建议、创立以员工命名的“先进操作法”等，积极地调动了员工干劲，使员工有荣誉感。将企业价值观念在这些活动中不经意地传达给员工，从而能潜移默化地影响员工的工作行为和生活方式。

（二）企业文化引导员工正确对待绩效管理。

人力资源管理与企业文化有机结合，把企业文化的核心内容——价值观灌输到员工的思想中，体现在员工的行为上。

绩效管理是一项需要企业全体员工共同参与的管理活动，它与员工的切身利益息息相关。绩效考核指标的设置必须科学，例如，河南省安阳钢铁集团汽车运输有限责任公司修理厂是一个汽车修理企业，对于思想活跃的青工采取工作年限与技术水平相结合的办法，对每一种工作内容都进行具体工时数的量化。

制定“经济责任制”遵循smart原则：明确具体，不能模棱两可；指标应该可以测量，同时尽可能量化；设置的指标员工应该可以达到，指标的设置应该与职责的变化不断进行调整。

9/21。

经制订，其基本框架一年之内不再有变化，以保证考核标准的权威性。

基本工资根据工时数分为五档，每月完成的工时数达到哪一档，拿哪一档的工资。对于高出下一档但不够上一档的，多余出的工时按每个工时1元给予效益奖励。同时，工作年限每多一年就多一年的补贴等等；充分满足员工特别是青年员工的合理愿望，让青年员工感到在企业里发展，无论是收入还是提升“都大有奔头儿”，要“招得来、留得住、用得好”。沟通是有效的绩效管理中必不可少的环节。绩效管理的各个环节，从绩效指标和标准的制定，考核结果的反馈到绩效改进，都需要通过良好的沟通来实现。如果不给员工反映自己想法或意见的机会，很可能导致员工在考核结果不理想时产生不满，所以必须建立双向的沟通机制。这样，富士康公司的悲剧才可以避免再次上演。

（三）选择与本单位和员工现状相适应的激励方法。

如果单位是扁平的组织结构，晋升的激励方法就不再适合；强调以团队为主要作业形式的单位，单独使用个人激励的方法也不会有很好的效果。

10/21。

励时，管理者既要有战略眼光，又要从小处着手，即管理者既要考虑激励方法对社会的影响，又要考虑它是否适应了员工的发展需要；其次，设置激励措施要有柔性，要充分考虑到各个岗位，各个层次员工的不同需要，从而制定出详细的激励计划和方法，并顾及到应付各种不确定情况，使单位可以根据出现的临时情况灵活机动地设置激励措施；再次，建立与激励相应的约束机制，不仅给予奖赏是一种激励，约束及惩罚也是一种激励，只有建立激励与约束的机制，才能从规章制度上保证二者的统一；最后，注重激励的投资回报分析，激励方法有多种，不同的方法所对应的成本也不相同，管理者应该选择经济有效的激励手段，把握好成本与收益的关系，在考虑人员激励时，要分析好成本和收益的关系，争取用最小的成本取得最大的收益。

总之，人力资源开发只有与企业的文化建设相结合才能在员工心目中真正形成认同感，使企业的人力资源开发工作更富有生命力，这就要求人力资源管理不但要处理技术性工作，也不仅是人力资源管理部门独有的工作，而是要求所有的管理人员参与其中，如此才能形成企业人力资源管理的整体能力，从而形成企业核心能力，建立起在市场竞争中特有的竞争优势。

参考文献：

1、武欣.绩效管理实务手册[m].机械工业出版社,2025.2、林筠,胡利利,王锐.绩效管理[m].西安交通大学出版社,2025.

11/21。

强文化助管理。

以企业文化建设推动公司发展随着时代的发展，企业文化竞争成了企业最高层次的竞争。因此，企业经营者越来越注重企业文化的建设和价值观的塑造，企业文化正成为企业核心竞争力的重要组成部分。然而，企业文化看不见、摸不着，企业文化建设从哪入手、重点在哪，这是个仁者见仁、智者见智的问题。个人认为，企业文化建设关键是要得到企业员工的理解和认同，并转化为日常的工作行为。否则，再好的企业文化也只是一种强迫的制度。

要有效地推进企业文化建设，首先就要认清企业文化建设的主体。作为我们电镀热处理分公司的文化就是由140多名有思想、有意识的员工构成的，他们才是公司的主体。其次，要明确企业文化建设的方向。企业文化建设的重点不是编写了多少宣传口号、制定了多少制度规范，员工的思想意识、行为方式、工作态度才是公司当前企业文化建设的主导方向。因此我们可以认为企业文化是企业的灵魂，是员工思想、行为的依据，是企业实现持续发展和员工个人成长进步的精神纽带。没有员工精神和文化上的和谐，企业的和谐发展就没有思想根基，建设和谐企业也就无从谈起。就企业文化与和谐企业的关系来讲，企业文化首先是被广泛认同的和谐文化；企业文化必须始终坚持以人为本，尊重员工的文化主体地位；企业文化是构建和谐企业的重要内容和必要条件。

12/21。

造企业和谐发展氛围的基础。

企业文化的本质特征在于倡导以文化人和以人为本的新型管理理念，注意挖掘人的潜在创造性，激发人的主动性，将人置于管理要素的核心地位，通过文化环境和文化体系的内化功能，充分发挥人的主体作用，从而实现企业和谐发展的目标。“和谐企业”的“和谐”，简单地说就是指构成企业系统中的各部分和要素处于一种相互协调的平衡发展状态，全体员工各尽所能、各尽其责、各得其所而又和谐相处，具有“依法治企、科学发展，公平协调、团结有序，诚信合作、安全高效，美化环境、服务社会”的基本特征。

二、企业文化坚持以人为本，为构建和谐企业奠定良好的群众基础。

13/21。

企业文化建设的目的是促进人的全面发展，和谐文化将人置于管理的中心，不但将人看作生产力，更要看作企业发展的目的，只有重视加强员工的理想信念教育、思想道德教育，关心员工生活，密切干群关系，在管理上将逻辑与直觉并重，将推理与热情相协调，才能在企业内部努力营造有利于员工得以创造和协调发展的文化环境。

如果员工在企业得不到良好的发展，就意味着发展的权利没有受到足够的尊重，职业道路受阻，就不会有良好的心理沟通基础。如果只考虑企业的利益，对员工个人进步、成长漠不关心，与员工的关系只建立在有形的经济和制度关系之上，员工个人以体力和技术在有限范围内向企业换取物质利益，而对心理沟通上却没有用心来做，员工也就只满足于完成与自己利益相关的那部分工作。因此，健康的心理沟通，会使企业与员工保持良好的协调关系，员工的潜在积极性得以充分释放，积极为企业发展贡献力量，实现人力资源的自主能动开发，降低管理成本，提高管理效率。

三、企业文化是构建和谐企业的重要内容和必要条件。

14/21。

着时代的进步，先进的企业管理模式提高了人们的思维水平，丰富了人们的思维方式，知识经济条件下的企业员工只有协调工作，才能整合各类知识资源，形成整体合力。

其次，和谐文化拓展文化的包容性，引导人们树立和谐的思想观念和思维方式，对构建和谐企业具有基础性、先导性的意义。个人主义价值观，忽视集体责任的文化，在新形势下不利于和谐与发展，只有团队精神价值观是养成合作能力的文化基础。现代新经济竞争既是团队游戏，也是个人运动。没有团队精神的支持，个人会失败；没有个人首创精神，团队就会失去活力。在这种形势下，“个人英雄”只会得到有限的机会，团队协作成为完成工作最有效的形式。

再次，和谐文化尊重人的文化存在，有助于树立企业核心价值观，为和谐企业建设提供人力资源保证。人的文化存在决定人的文化价值意识和人性本质。员工大都希望经常有提出自己意见和看法的机会，这是保证生产率水平和生产质量不断提高的深层有效的方式，优秀的现代企业领导者，应该与下属建立一个高度群体意识的工作环境，支持下属、待人友好、通情达理，关心下属成长，公正对待并信任下属，这种引入创造性的管理方式，将极大地鼓励全体员工的成长和进步，使员工人尽其才。

15/21。

价值的实现与员工个人价值的实现有机结合起来。也更加有利于为员工提供一个更为融洽的企业环境，激发员工的积极性和创造性，带来高昂情绪和奋进精神，使员工对企业产生强烈的荣誉感和使命感。而一种与市场相适应的企业精神和经营理念一旦形成，就成为企业品牌，这是企业文化积累的结果，也是企业长期经营与管理的价值所在。

改革开放以来，我国企业文化建设理论上与实践上取得了很大成绩，对建设我国特色社会主义建设和促进国民经济发展都起到了积极作用。在知识经济到来的今天，企业要想发展并在竞争中立于不败之地，必须高度重视企业文化建设，充分发挥企业文化在市场竞争中的作用。

一、企业文化是企业的灵魂。

从文化的角度看，随着社会主义市场经济的深入发展，文化在保持其意识形态属性的同时，其产业属性也越加明显。一方面，在文化产品生产和服务的过程中，价值规律、市场机制等经济因素的作用越来越大，文化产业和社会化大生产已成为现实，文化产业已普遍具有生产、流通、交换、消费等市场条件下经济运行的基本特点；另一方面，随着高新技术尤其是数字技术、网络技术的广泛运用，文化产品的生产效率将越来越高，文化传播的力度将越来越大，文化的覆盖面将越来越广，文化的表现力和感召力将会得到空前的发挥。

最后，文化作为一种精神力量，也越来越成为经济社会发展的重要动力。随着社会的规范化发展，人类文化素养的进一步提高，文化在综合国力竞争中的作用确实越来越突出，甚至会具有全局性的决定意义。因此，面对文化与经济相互交融的发展趋势，我们应当切实把握好企业文化与企业经济的辩证关系，更好地发挥文化在经济发展中的支撑作用。

二、企业文化对企业竞争力会产生重大影响。

17/21。

神，是否能够承受创业活动的辛劳，这和文化有着十分密切的关系。衡量一种文化能否对创业有积极的促进作用，核心的标志在于这种文化能否培育大批具有创新精神和创业能力的企业家。

其次，企业文化影响企业经济活动的软环境。从具体内容来看，企业文化表现为与民众参与经济活动过程中有关的思想理念、价值标准和精神状态，即民众个体的价值观和意识形态，这是企业文化的微观内容；企业文化也包括鼓励并支持民众参与经济活动的环境和制度，这是它的宏观内容。在硬件条件一定的前提下，企业经济发展的主要决定因素就是一个企业的软环境。软环境本质上是人的素质问题，软环境的好坏影响到市场秩序、投资水平和经济发展的可持续性。

再次，企业文化影响企业经济的产业结构。具体来说又表现在两个方面，第一，特定的文化类型决定了特定的企业组织形态。第二，文化的类型决定了产品的品质。劳动者的文化水平、道德水平、个人爱好以及鉴赏能力，都有可能摧毁或者挽救一个产业。第三，消费者的水平将是产品竞争力的主要因素。消费者已经不再是被动的产品的接受者和使用者，消费意识和消费品味对企业的产品开发和技术改造产生强大的影响。好的消费者是一种竞争力的源泉，是一种重要的资源。

三、企业文化能够提升企业战略管理能力。

18/21。

首先，企业文化有助于明确企业总体战略、经营战略和职能战略，根据国内外市场环境、国家政策、国际规则等外部因素的变化，结合本企业实际，明确企业发展目标，提出实现目标的重大方针与计划，确定企业经营业务类型，确定产业发展方向以及它的竞争地位，避免盲目跟随别人，造成决策失误。

其次，企业文化有助于提高企业学习与创新能力，建设创新型企业，全面提升企业的技术创新、制度创新、管理创新和文化创新能力，为实现企业的持续健康发展创造条件。学习能力是企业生命力之根、竞争力之本、创造力之源。要建设学习型企业，树立忧患意识，着力增强获取知识、传递知识和发明、反思、推广、执行的能力。要拓展企业获取外部知识的渠道，探索企业内部知识分享的办法。要在重视经营者个人学习能力的同时，提升经营团队的学习能力，并转化成企业组织学习能力。创新能力是企业生存与发展的必然保证。企业可在全球范围内同行业中寻找战略伙伴，通过持有外国公司股权，跨越式提升研发水平。加强与科研院所、大专院校的合作，推动产学研结合，实现双赢。积极参与国际国内专业标准制定工作。可以大力推进企业制度创新，使具备实力和条件的企业，积极争取上市。企业上市不仅仅是解决一个企业融资的问题，更重要的是为企业引进一套外部规范机制，提升企业整体管理水平，改善企业形象。

19/21。

带来的市场风险。大量中小企业要抓住机遇，增强承接国际产业转移的能力，积极引进与消化吸收国际先进管理与技术，善于利用国际资本、人才等资源和市场，采取合作、合资等方式，提高国际化水平和国际竞争能力。但在合作、合资过程中，要谨防“国际化陷阱”，注意规避风险。

20/21。

和希望。因此，在企业文化的建设中，要精心分析，全面归纳，反复推敲，从企业的宗旨、目标方向等方面进行概括提炼出来。

其次，企业要以企业精神具体化为企业的管理和服务风格。包括管理观念、管理手段、管理技术等。如依法治企、从严治企、规范化管理、微机管理、服务承诺制等。企业管理风格不是一天两天，一月半月就能形成的，而是要经过长期的时间培养。因此，在企业文化建设中，要发动职工充分讨论定出基本内容，然后通过广泛宣传，并由领导示范影响职工，一步一步地树立起来。

总之，企业要生存发展就必须寻求更科学、更系统、更完整的管理体系。企业文化提供了必要的企业组织结构和管理机制，当代企业要保持平稳和持续发展，必须开发具有自己特色的企业文化。

21/21。

**浅谈企业文化的重要性篇十三**

“大众认同”是指通过创造社会效益、促进社会进步获得社会大众的认可赞同。大众认同前提和目的是了解大众、研究大众、引导大众、满足大众需求，围绕大众关心的现实问题展开，大众才能从共鸣走向共识，才能从认知走向认同，成为真正的“大众认同”。

我们公司的员工有数万之众，来自五湖四海，集中了各方的文化思想，真可谓是百花齐放百家争鸣。但是我们公司需要发展壮大，就必须将员工融合在一起，做到众志成城、万众一心，同时融入社会大众，被社会大众所认同、接受，只有这样我们才能屹立在世界之上，完成我们成为世界级品牌和世界级企业的目标！

在我们公司中，公司的文化需要员工的认同。员工的认同是对公司文化的接受、认可、赞同，员工的认同是将自己个人融进公司里，与公司共进退、同荣辱。当数万员工将自己都融进公司里，团结一心，这又是何其强大的一股力量！

社会大众的认同的力量更加强大，我们公司立足于社会，在社会中求生存、发展。我们服务于社会大众，要想得到社会大众的认同，就必须从社会大众为中心，要知道社会大众想什么、忧什么、盼什么，用社会大众熟悉的语言，谈论社会大众关心的问题，令社会大众对我们有亲切感、认同感，并内化为自觉行为。只有这样，才能令社会大众接受、认可、赞同我们公司的文化。当社会大众认同了我们，我们才如鱼得水，我们海航的未来才会海阔天空！

要想做到大众认同，我们还须努力，以海纳百川有容乃大的胸怀去接纳大众，一取其精华去其糟粕的要求去完善自我，我相信不久的将来我们海航必定会得到大众认同！

**浅谈企业文化的重要性篇十四**

文化环境不仅包括对于工作环境和培训环境中宣传标语张贴、文化事物摆放、文化口号的鼓吹等硬件条件，更加注重的是人文环境的建设、理念思路的沟通等软件条件。

(1)硬件环境。培训中心拥有专门的培训教室和实操场地，较之生产环境有更多的地方用来摆设企业文化宣传标语和物件。也可以为开展专门的企业文化宣传活动提供场地和硬件支持。

(2)软件环境。大型企业的培训中心中一般都有专业的企业文化培训师资，中小企业也可以聘请到优秀的培训师。相对于生产车间人员，这一部分人的整体素质较高，能够产生更大效应的同伴影响。通过开发一些企业文化培训课件和直接的授课造就良好的软件环境。

2.时间安排充裕。

培训和生产相比较时间安排相对宽松，任务量较小，在培训期间安排企业文化的宣贯是可行的。

(1)课程。

计划。

安排。培训项目实施之前都要进行课程的设置，利用好课程计划的安排，在其中插入企业文化的课程内容，形成课堂上的文化宣贯。

(2)学员时间充裕。企业将生产人员送入到培训中心培训期间，员工放下了生产车间的忙碌和加班加点，将有更多的时间用来学习提高自我，利用好这些时间做实企业文化传播是十分有效的。

在认识和分析优培训中心企业文化传播优势的基础上，通过调研和实际的应用，提出如下可行性实施方法。

1.课程内容设置。

通过调整单一的技术技能类和管理类课程设置，在每一次培训中按照培训总时间设置10～20%时间量的企业文化课程。

2.文化环境布置。

(1)遵循常规宣传方法将企业文化相关内容制作成标识牌和宣传栏，放置在显眼位置。

(2)开展企业文化的宣贯的大型活动，按照宣贯主题对于整个培训中心进行布置。

3.对于授课讲义和实训室的宣传全部按照企业要求作统一部署，提高品牌意识和统一理念。

企业文化的传播和落地是提高公司效率的有效途径，做好这项工作对于企业经济效益的增长和提高员工的认同度都有积极的意义。本文从培训中心的角度探讨和研究这一问题，提出了培训中心在这方面的优势和有效传播途径。

**浅谈企业文化的重要性篇十五**

企业文化建设在现代企业中的作用越来越受到大家的关注和重视，成为推动企业发展的巨大力量。要想形成积极、健康、向上的企业文化，离不开思想政治工作的指导，思想政治工作与企业文化建设不能分离，相得益彰。

企业文化的涵义有广义和狭义之分：广义的企业文化是指企业所创造的具有自身特点的物质文化和精神文化的总和，其中物质文化反映了企业的生产设备、技术、服务、文化设施及其相应的科学，技术管理规范所达到的文明程度；狭义的企业文化，则是企业所形成的具有自身特色的精神文化，它是企业在社会经济环境中，为谋求生存和发展，在长期的生产经营活动中逐步形成的并为全体员工认同信守的经营宗旨和价值观念、道德行为准则的综合反映，其中价值观念是企业全体员工在共同目标的共同活动基础上形成的共同信仰，它是企业文化的基础和核心。思想政治工作是党的工作重要组成部分，是宣传、教育、组织群众为实现党的纲领和任务的手段。从本质上讲，它主要是研究人的思想活动规律，提高人们认识世界和改造世界能力的一项工作，它以马克思主义为指导，具有鲜明的党性、实践性和群众性的特点。企业文化与思想政治工作作为两种文化，有及其丰富而深刻的内容，我们只有首先把握住两概念的内涵和外延，才能为我们进一步研究其相互关系及相互作用打下基础。

企业政治思想工作和企业文化是一个相辅相成的系统，政治思想工作的主要作用是帮助员工和企事业领导树立正确的经营观念和工作态度，贯彻实施党和国家的政策、方针和各项部署，良好的政治思想工作可以保证企业朝着正确的方向发展，完成上级确定的各项工作任务；而企业文化是一个企业在长期的经营发展过程中形成的共同价值观念和风度习惯，文化理念等。政治思想工作是从企事业的外部对企事业的发展方向、发展速度等因素进行指导，一般是国家或者地方政府从制定经济战略的角度对企事业发展进行指导和任务的部署。一般带有政治强制性，同时也主要针对的是宏观层面，一般是公司的经营战略、经营模式和战略定位等方面。企业文化则是从企事业内部对员工的工作积极性、领导的经营风格、企事业发展的具体道路选择，是微观层面的具体经营操作，一般是企事业自行选择的。政治思想工作要想收到好的效果，需要企事业的认真落实和贯彻，而这主要有企事业领导的战略理解和员工的积极参与和执行，所以企事业政治思想工作的发挥实施力度和效果取决于企业文化水平的高低。而内部发展形成的企业文化又需要外部的政治思想工作的指导和规范．企业文化是伴随企事业成长和发展壮大逐渐形成的，受到很多因素的影响，随着企事业经营外部环境和内部经济发展面临的具体情况的变化，原来的企业文化需要做些改变，有的甚至需要重新塑造，而这就必须依赖于政治思想工作的指导和规划。

（一）应做到以人为本。思想政治工作的对象是职工，是人，所以我们工作的展开首先应做到，以人为本，才是展开工作的可行之道。我们只有做到满足职工的基本要求，为职工提供广阔的发展空间，才能充分调动职工思想政治学习的热情与积极性。工作的内容要贴合职工实际，以职工的实际水平出发，将思想政治工作内容与职工的生产生活实际相结合。

（二）不能以企业文化替代思想政治教育。企业文化在一定程度上可以促进思想政治教育工作的展开，但是绝不能替代思想政治教育工作，二者又具有差异性，企业文化不能从思想政治的高度上对职工进行社会主义教育，企业文化不具备思想政治的完善性。

（三）加强物质文化建设。经济基础决定上层建筑，再好的企业文化、再好的思想政治教育也需要物质条件的支撑。马斯洛需求层次理论说明，只有在满足职工的基本要求下，才有可能进行其他万面的需求。企业的物质文化包含很多方面，企事业环境是物质文化的影响因素之一，加强企事业环境的建设，使职工能够直观地感受到企业文化。企事业为职工提供一个良好的工作生活环境，职工才可能做到爱单位爱家庭，才能真正主动、深入地去了解企业文化，无论是企业外部环境还是企业内部环境，都可以作为思想政治工作良好的工作途径。

（四）完善企业制度文化建设。没有制度，就没有规矩，自然也就无规律可寻，医院企业的文化建设就容易单一、片面地进行。只有完善医院制度文化建设，给职工一个稳定、有序的工作生活环境，做到物尽其用，人尽其才，才能最大限度地发挥思想政治教育的功效。所以说，加强制度建设是思想政治教育工作展开的有效途径。

**浅谈企业文化的重要性篇十六**

花开百色，叶有千形。同为树木，红杉高入云霄，冬青矮不及膝。二者差别在于种子。如果把企业看作一棵树，企业文化可以是树种。生物学上最简单的道理告诉我们：基因控制生长，而优秀的企业文化终将使企业长成参天巨木。

一句“科技以人为本”，成就了一个全球知名的诺基亚。时至今日，“人本文化”为众企业所推崇。“以人为本”，落到实处就是一个“仁”字。企业以“仁爱”来管理员工，员工以“仁爱”来回报企业，上下同心，协作高效，从而士气高昂，富有战斗力。

“橘生淮南则为橘，生淮北则为枳”告诫我们真正成熟的企业文化必然来自于因地制宜，长期栽培。任何企业都有自己的企业文化，只是强弱优劣有别。生搬硬套别人的经验则有水土不服的危险。冰冻三尺，非一日之寒，没有朝夕之间就养成的文化。企业文化须在经营活动中着力培育而成。这文化须深种员工心中，如根须入地，如游鱼在水。这种文化的果实将是企业与员工在管理上心有灵犀，工作中得心应手。

文化建设就是让弱势文化变强大，让零散的文化变系统，让病态文化变健康，让优秀的文化变卓越。企业文化的作用就是告诉员工怎么样做才能和企业共同成功，怎么样做才最有价值。无规矩不成方圆，企业文化的形成是一个科学严谨的过程，是一个梳理、锁定、提炼和提升的过程。企业文化建设的核心是认同，认同的关键在于参与，实效在于执行。

这就是企业文化：它影响着幼苗成为拔地而起的大树还是匍匐地面的灌木。同样，它也影响着员工爱企如家还是冷漠隔阂；并且作为一种潜在的传统，企业文化营造着无法触摸却又无处不在的环境与氛围，环绕于你我周围。

我们必须让正确的处事态度渗透到公司每一个员工的头脑里。我们要创建一种环境，允许人们--事实上，应该是鼓励人们--按照事情的本来面目看待事情，要按照事情自身的方式，而不是自己的主观愿望的方式，来处理事情。企业文化建设正当如此。

**浅谈企业文化的重要性篇十七**

摘要：

随着市场经济的飞速发展，企业文化作为企业的核心竞争力，对企业的成败起着至关重要的作用。中小企业是市场经济建设非常重要的组成部分，同时也面临着激烈的竞争。任何一个企业无论规模大小，为了企业的长久发展，都应当构建适合企业自身特点的独具特色的企业文化。

关键词：

企业文化；中小企业；文化建设

中小企业在改革开放后逐渐发展起来，尤其是最近几年中小企业以惊人的速度蓬勃发展，引起了社会各界甚至全世界对它的关注，它的作用不仅仅是为我国提供了大量的就业机会、吸引了社会闲置劳动力，还对我国整体经济的发展做出了巨大贡献。随着中小企业的不断发展壮大，其发展中的问题也日益突出。

1.对企业文化认识不足

我国大部分中小企业没能从根本上真正认识到企业文化的强大作用力，甚至对企业文化的内涵还是模糊的概念。因此，大多企业经营者没有把企业文化纳入企业的核心战略地位，在制定企业发展战略措施时也没有考虑企业文化在其中的重要作用和影响，只是注重外在形式主义，这就导致相关中小企业在构建企业文化的过程中更加重视员工行为举止和服饰等外显的东西而对真正的内涵却知之甚少，这也是企业文化在中小企业中并没有起到其应有作用的重要原因。

2.企业文化建设投入不足

很多企业在建设企业文化问题上，只是为了“讨好”顾客和员工，这种“讨好”是一种交换行为，企业用自己的文化建设投入来换取顾客的满意和员工的忠诚。而我国多数中小企业由于成立时间不长、规模也不大，在资金运转方面存在困难，因此往往在建立初期和中期过于追求短期利益，从而对企业文化建设投入不足。然而正是在这个关键时期，企业更应该重视企业文化问题，因为对企业所有成员来说一个良好的企业环境十分的重要，而企业文化恰恰可以从方方面面来营造一个融洽的工作环境，激发企业成员在企业工作的动力和热情，企业成员在良好的工作环境中还可以让自己的文化素养得到熏陶和提升，在企业内部还可以构成极大的向心力，将企业全体成员凝聚在一起，这样才能发挥出企业文化的积极作用，从而彰显企业的核心竞争优势，直面解决所面临的种种困难，使企业从众多中小企业中脱颖而出。

3.企业文化缺乏独创性

很多人认为我国现阶段在对中小企业的文化建设过程中应该全力引进国外先进的企业文化。因此，部分企业只是简单复制国外成功企业的企业文化，并将其称作是先进的、创新的企业文化。实际上，企业文化应该把本民族的东西与自身企业的现实情况相结合，无论什么样的先进企业文化都有其适应性，一旦强加结合，它就会引起不良反应。所以，不能学习“洋学中用”、“中西合璧”的准则。因此，要想建立一个能发挥巨大作用的企业文化必须从我国的传统文化着手，仔细钻研其中的奥妙，然后提出一些创造性的建设意见，从而建立贴合企业发展的企业文化。

1.提高对企业文化重要性的认识

大多数中小企业家都是从一无所有逐步发展，根据其长期以来积累的工作经验或主观意愿来管理企业，企业管理者的管理经验缺乏科学性，而企业的经营者又是企业文化的规划者、建造者和监督者，因此，企业文化在某些方面体现出企业领导者的一些价值观念和经营理念。为了企业文化更好更有效的构建，企业管理者应当从自身做起、必须努力加强自身能力素质、提高科学管理企业的能力，同时要重新审视企业文化的真正内涵，理清企业文化各个部分之间的内容与企业人力资源管理之间的关系，为企业文化的良性发展打下坚实的基础。

2.加大对企业文化建设的投入力度

由于企业文化在现代经济社会中的重要作用和对人力资源管理的影响力度，中小企业必须做好自身企业文化的建设、加大对企业文化建设的投入力度，从而为企业构建出一个和谐的内部环境。做好企业文化构建的第一任务就是注重企业文化建设的规范化、主体化。例如通过座谈、问卷等形式开展文化价值观的征集活动，在反复研究所搜集信息的基础上确立企业的文化价值观。然后将这些价值理念装订成册，由企业专门的宣传人员将企业文化理念通过各种文体活动传递到企业的每一位成员。最后通过开展有奖竞猜和知识竞赛来考核企业成员对企业文化价值理念的把握程度，在此考查基础上进行相关调整和改革，使得企业文化更加制度化。

3.建立独具特色的企业文化

企业构建企业文化的最根本的目的是为了企业能更上一层楼，提高企业的市场竞争力，而不是为了简单的摆设和装饰门槛，企业的发展也就是企业的生产经营活动得以顺利有效的开展。因此，在这个构建准备或进行过程中不仅要注重企业文化的独创性，更要将企业文化与生产相结合，为中小型企业的生产经营提供服务，为长久发展提供保证。企业的经营者还必须深刻明白，众多企业之间的不同之处不仅取决于企业生产的产品和企业外在形象上，更多的是企业文化内涵的独特性，企业文化可以从根本上反射出一个企业的特质。因此，在构建企业的文化时，不仅仅要结合企业固有的特点，还要找准企业文化定位，同时还要根据企业文化发展过程中存在的各种问题来进行调整，为企业文化注入新鲜的元素，增强企业文化的生命力，推动企业文化不断向前迈进。

如今市场竞争形式已经越发严峻，中小企业要想在此竞争潮流中占据一席之地，必须大力提高企业的管理水平，而企业文化作为影响企业管理的重要因素之一，它是一个企业发展壮大的重点竞争力。中小企业文化建设关乎着企业的生存发展，是中小企业发展的永恒话题，因此，中小企业必须积极加大自身企业文化的建设力度，要在与企业发展相适应的前提下构建特色企业文化，重视把企业文化建设与企业实践发展相结合，通过企业文化的绝对魅力来提高企业管理质量，进而实现企业的战略目标。

参考文献

[1]袁帅.企业人力资源管理绩效中企业文化的作用分析[j].中国商界，2025，（2）：307.

[2]申望.企业文化实务与成功案例[m].北京：民主与建设出版社，2025.

[3]金伯杨，杨震澎.文化胜经——低成本塑造中小企业文化[m].北京：北京大学出版社，2025.

[4]杨毅宏，赵新刚.人力资源管理实务[m].北京：中国电力出版社，2025.

**浅谈企业文化的重要性篇十八**

企业文化是企业的灵魂，具有强大的导向功能、凝聚功能、激励功能和教育功能。企业文化离不开班组文化建设。企业文化是指企业在长期的生产经营活动中逐步形成的，被企业全体员工普遍认同、遵循的经营理念、价值观念和行为规范。班组的文化说的通俗点就是每个班组员工在日常的工作中形成一种怎样的思维方式和办事风格。因此，我们说，当班组形成了一种与企业精神、企业价值观紧密结合的优秀的班组文化，那么形成的合力会大大促进企业的文化建设，使文化建设真正发挥实效。反之，则会使得企业文化建设仅仅只是空洞的口号，大家都做表面文章。如何做好班组企业文化建设呢，我认为可以从以下几点着手。

1、提升班组长素质。

作为班组核心的班组长，既是生产者又是管理者。一个班组的好与差，能否充分发挥班组在企业生产经营活动中的作用，班组长是关键人物。那么怎样才是一个高素质的班组长呢？首先，班组长要敬业爱岗、有责任心；其次，要有过硬的本领。如果技术水平不高，不但无法胜任工作，而且难以服众；再次，要懂管理，善于做员工的思想工作；最后，要有文化素养，善于学习，懂得如何开展班组文化建设。

2、营造氛围。

好局面。当然，良好氛围的形成首先要让每个员工都有着自己的职业规划。有的员工已经有了明确的规划，有着自己的职业目标，单位要创造条件让其在更大的舞台上施展自己的才华；有的员工目标不明确，学习动力不足，单位要帮助其树立人生规划、职业目标，使其产生不断学习和全身心投入工作的动力。

3、联系实际。

班组文化建设要联系班组成员的文化、技术水平、安全意识的实际情况，反映出班组的工作性质、个性特征。由于每个班组的工作性质不同，人员素质参差不齐，这决定了每个班组的文化建设都是独一无二的，不能照搬其它班组的文化模式。例如我们业务部门，是与一线生产部门是有区别的，每一个班组的工作内容也是不经相同的。为了推动工作的顺利开展，这时就需要我们的决策者们联系每个人的实际来分配班组和各项技术工作，做到有的放矢。这样分配出来班组和人员才能做到高效管理，才有利于各班组的建设，从而建设出有各自特色的班组文化。

4、建立班组思想文化，发扬民主管理。

理，而不是实事求是、公平公正的处理，将会导致班组成员之间产生分歧，甚至对班组长产生强烈不满，员工的工作情绪就会低落，思想上有波动，影响班组的正常工作。

5、建立班组技术交流文化，共同提高专业技能。

班组成员技术水平的高低直接反映出班组的竞争力和对外形象，一个班组中仅有一两个“高手”是远远不够的，我们要追求的是团队整体“作战”实力，目标是每个人都是骨干、都能做到独挡一面，这就需要我们建立起班组的技术交流文化。要建立起班组的技术交流文化，努力搭建知识、技能分享平台，各班员之间通过互相学习、交流、讨论，形成技术上的比学赶超交流文化，达到班组技术水平整体提高。

6、建立班组安全文化，营造和谐安全的工作环境。

班组安全文化是企业安全文化的重要组成部分，企业安全文化是班组安全文化的集中体现。建立优良的班组安全文化能够在班组内营造一种互相尊重、互相关心、共同进步的良好氛围，让所有人都团结在班组安全生产目标的旗臶下，增强班组的凝聚力。

班组文化是企业文化建设的基础，班组建设是企业文化的重要载体，也是企业文化形成的必经之路。一个不抓班组建设，职工纪律涣散，不讲文明礼貌，到处脏、乱、差的企业，企业文化根本无从谈起。所以说，一个企业要想长盛不衰，有强的竞争力，必须打造优秀的企业文化。而做好企业文化建设，就必须对班组文化建设常抓不懈。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找