# 关于企业文化的总结十篇

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-10-22

*关于企业文化的总结最新十篇当我们对人生或者事物有了新的思考时,通常就可以写一篇总结将其记下来,这样有利于我们不断提升自我。下面是小编为大家分享的关于企业文化的总结，希望能帮助到大家!关于企业文化的总结1企业文化顾名思义，是指企业所创造的具有...*

关于企业文化的总结最新十篇

当我们对人生或者事物有了新的思考时,通常就可以写一篇总结将其记下来,这样有利于我们不断提升自我。下面是小编为大家分享的关于企业文化的总结，希望能帮助到大家!

**关于企业文化的总结1**

企业文化顾名思义，是指企业所创造的具有自身特点的物质文化和精神文化;也是企业所形成的具有自身个性的企业使命、企业精神、经营宗旨和价值观的综合。

20\_\_年到20\_\_年间，公司通过近一年的全体动员组织，在董事长亲自带领下的企业高层领导团队，对企业经营十四年来，积淀下来的优良品质和传统进行梳理，形成了一套具有万果园特色的文化体系。

我们以“员工幸福，顾客满意”为使命，坦诚而真挚的表达了企业对于自身经营的目的定位。并由此延伸出了让“员工实现梦想，企业健康长寿”的企业愿景。企业给广大员工提供稳定的工作、满意的收入、发展的空间、开心的生活，使其具有成就感，成为家庭的支柱和骄傲;而员工回报给企业的是通过各自在岗位上的不断努力，为企业持续稳健的发展提供不断的动力，促进企业和谐向上的文化建设，打造高效廉洁的团队，使企业最终成为倍受行业推崇和社会尊重的企业。这种企业与员工之间形成的“家与家人”的亲密关系，让每位员工都是家庭中的一员，都充满爱心，相互信任，相互理解和支持，彼此宽容，共同承担起家的责任，共享和谐幸福，让每一位家人都能感受到大家庭的温暖，形成了特有的“家文化”。

企业当中有部分员工对工作充满了热忱，但是工作方法不得要领，造成了工作中的迷茫与被动，更有甚者，还引起了其他员工的不满。少数管理层有时做了一些不出成绩的工作，有苦劳而没有功劳。企业基于这种现状，在对企业文化梳理的同时，结合现状，对企业的应用理念进行了规范，从人力资源的用人理念，确定了企业所需的人员标准，到人才理念，明确了员工成为企业人才的方向，出国留学再到团队理念，提出了一个优秀的团队，尊重是前提，信任是基础，协作是高效完成任务的保障等优秀理念。加强团队凝聚力，通过团队协作可以集中力量在短时间内完成个人难以完成的任务。我们将管理宗旨定义为：一切为了员工的幸福。我们管理的宗旨是成就员工而不是利用员工，我们的管理是建立在有爱心的基础上，我们通过以人为本的管理策略，用爱心为员工创造温馨、宽松、积极上进的环境，不断培训业务技能，为员工做科学清晰的职业规划，最终的目标是要帮助员工实现梦想。

企业文化的推广，不只是让她成为具有感召力的口号，更重视的是企业文化在实际工作中的落地实施，通过企业文化视觉形象系统的实施，使企业形象在极短的时间内发生巨大的变化，会在社会中、行业中、该企业员工心理产生很大反响，员工对新的形象、新的理念、新的战略目标产生兴趣，由然而生自豪感，会使企业在贯彻企业精神，企业理念、企业规章制度就会事半功倍。加上长期不懈的培训、文化活动，表彰优秀代表人物，倡导英雄事迹，企业风气、企业环境气氛焕然一新。员工个人目标必然会与企业战略目标走向一致。企业文化也逐步走向强势文化，使企业文化在企业战略执行、核心能力营造中始终发挥积极的作用。

**关于企业文化的总结2**

7月11至12日，公司为管理人员进行了一次管理知识的培训，有幸请来了中国科学院资深教授——卢存岳教授进行了为期两天的培训。培训课题包括了薪酬激励机制、员工职责、企业文化及客户投诉处理四部分。卢教授理论联系实际，将课讲得生动形象、通俗易懂。经过两天的培训交流，本人受益匪浅，并得到很大的启发;下面我就从建设企业文化方面谈谈个人的体会。

开展企业文化工作要解决这么几个问题。首先，要说明我们期望的员工精神状态是怎么样的。说清楚这一点，我们才知道企业文化工作要做到什么程度，员工才会较好地自觉配合和调整。第二，要解决做企业文化工作的手段问题。企业文化工作的手段肯定和其它工作不同，有它的特殊性，要好好研究。第三，弄清楚企业文化工作的评价标准问题。怎样评估我们的企业文化工作是否做到位了，效果到底怎么样，要有个说法。

第一个问题，我们期望的企业文化是怎么样。

说明这一点，先要弄清楚两方面的需要，就是企业的需要和员工的需要。企业需要员工忠诚、主动，能共富贵也能共患难，总能保持高昂的士气，那企业就好做了房地产，员工除功利要求之外，需要更多愉快、尊重、自豪和温暖的感受，那日子就好过了。

这样一看就明白了，这是一个互相的概念。互相忠诚、互相尊重、互相帮助、互相理解，企业与员工之间，员工与员工之间，都是这样，由此达到积极健康、活泼和谐。这就是我们企业文化所期待的状态，能做到这样，企业的发展就有了可靠的保证。

第二个问题，做好企业文化工作的手段和方法。

我认为，最主要的手段就是沟通方式。多层次、多角度、多方面的良好沟通，是我们做好企业文化工作的方法。没有沟通就谈不上我们前面所说的\"互相\"的概念了。

企业文化的工作，是要在经营性、制度性和管理性渠道之外，建立更多各种各样有效的企业内部沟通的渠道和载体，使企业员工达成精神层面的充分交流，能把心里话和内心情感尽量多地表达出来。大家相互了解多了，自然就能调整好自己的位置，行为的位置和心态的位置，员工与员工、员工与企业之间也自然会产生感情。

这里的关键是两个，一是渠道和载体要丰富、要有效，一是传达各方信息要准确，尽量少偏差。

渠道方面，可以是刊物、电视、网络、座谈、论坛、比赛、游戏、文艺、展示会等等，每个人都可以想出更好的办法来丰富这些沟通渠道和载体，这些事情能把人们从固有工作的轨道中解脱出来，\"消除常规工作的紧张与拘束，使人在工作之余，能将精神重新振奋起来，有调节和充电的功用，而且还含有一种建设性的或创造性的元素\"。

信息传达方面，责任很重大，从上往下传信息，根据企业情况，正确倡导什么、传播什么;从下往上传信息，员工的信息到底是什么意思，别搞错了，以偏概全、以点概面都要不得。企业方面可以提出企业理想、企业观念、企业道德等等并有效地得到理解和贯彻，员工方面可以有效地表达自己的意愿，并能得到合理的解答和较为满意的回应。

企业文化产生作用的主要特点是陶冶和薰染，这也区别于物质性工作和制度性工作强制性和约束性的特点。

第三个问题，企业文化工作怎样评价。

这是说企业文化工作的效果问题。做了半天，企业文化是否起作用了，对企业的经营发展是否产生好处了，企业家和员工们的日子是否减少了很多郁闷、增加了很多快乐，工作效率是否提高了。这可以对企业文化进行评估。

我想可以从三个方面作衡量。

一是对待企业内部非原则性不愉快事情的态度。是一点小事就弄得满城风雨，还是能开诚布公，良好解决。

二是对待本职工作之外事情的态度。是事不关已、高高挂起，还是主动协助，积极帮忙。这是制度管不到的，很说明问题。

三是看对企业未来的发展是否关心。是现实得很、做一天和尚撞一天钟，还是事事能从长远考虑，与企业同舟共济，关心企业未来的发展。

看一个企业员工的这三点，就知道这个企业的文化行不行。

**关于企业文化的总结3**

20\_\_年是我们发展有限责任公司的“企业文化建设年”，锐意创新的时代要求鞭策着我们努力培植先进的企业文化。我们对企业文化塑造应该报一种什么样的期望，企业文化究竟能够给企业带来什么成果?我认为：企业文化建设的目的在于保证企业在不断变化的环境中持续发展。

首先，企业文化塑造是为了使企业适应不断变化的环境。 在企业文化塑造中，主要通过共同价值观及理念的贯彻落实来增强对内部的凝聚力。在出国留学，你总觉得自己是受尊重的，你不用担心自己学不到东西，得不到重用。做大做强做优企业的追求不断地昭示着我们进取不息、追求卓越。追求卓越的核心思想就是创新。追求卓越表现了出国留学人永不自满、永远进取、永远创新的生生不息的精神境界。 作为出国留学的一员，企业的利益高于一切。

其次，企业文化是为了企业经营绩效的提高。企业文化要能够“看得见”，我们要让出国留学企业文化出现在全公司的各个角落。不但要有能够体现公司文化的办公环境、建筑和设施，在办公区、会议室、板报、内刊等传播媒介和公众场合，更要注意时时宣传和阐释我们公司的文化，尤其是企业文化理念;企业文化还要让员工“感受到”，员工的感受来自于切身的工作，与其相关的因素有领导风格、绩效考核、激励机制、团队关系、培训体系、制度和规范等。对企业管理者来说，培养学习的文化，形成学习的氛围，提倡团队合作，经常与下属沟通和交流，定期进行反思和感悟，这样才能真正领会到文化的真谛;企业文化更要让员工“自己做”，必须让员工行动起来，即使是带一定强制性的，但必须按照要求做，也就是进行“文化体验”。在体验时，是否考虑能够给员工一些利益，如轻松的沟通环境、更加灵活的激励机制。这些细节可以让员工在实际工作中感受到文化的力量，好比我们在促销中的“尝一尝”。

第三，企业文化是为了将企业的生命周期延长。我们要在狠抓公司各项管理的进程中，始终将企业文化建设贯穿其中，开展职工演唱会、诗歌朗诵、体育比赛等系列活动，帮助职工陶冶情操、娱乐身心。商战无情，随着外来超市的不断进入，零售业竞争硝烟弥漫。我们出国留学连锁要在挑战面前审时度势，要迎难而上、稳扎稳打、步步推进，力求从商品、企业，服务三个方面做大自己的品牌。以“高品质，多品种、低价位”为经营宗旨，以“创石家庄人自己的连锁品牌，做石家庄人自己的低价卖场”为己任，打造连锁超市的核心竞争优势，行业创优、区域创优。同时构建科学管理机制，成功的把打造学习型团队、培育现代的企业文化、提升员工素质作为企业创新发展的不竭之源。这样既增强了企业的团队精神和文化品位，形成了出国留学特有的向心力，凝聚力，又激发了员工以企业为荣的学习力，创造力 。

在新的一年中，我们应该更加关注员工在企业中的成长，经常举办业务培训，将经营中总结的经验和学习心得与他们分享，并采用外出参观、跟班学习、组织文化活动等多种形式，提高员工的综合素质，为他们发展提供平台。同时通过培训和企业文化的熏陶，使他们严格自律、刻苦学习、踏实苦干，在平凡的岗位上实现自身价值。因为只有具备智慧和激情才能让我们的员工魅力持久。没有文化支持的企业干不成大事，不去创建学习型组织的企业很可能被时代所淘汰。因此，把创建学习型组织与企业文化建设很好结合起来有着十分重要的意义。 将培育进步的企业文化和发挥人的主体作用作为企业管理的主导环节，在这样一种企业文化的氛围中，我们出国留学人相互学习、相互信任、相互支持， 努力“学习新知识、创造新业绩、倡扬新风尚、建设新生活”，使大家充分发挥个人的潜力，心情舒畅地得到发展、得以创新，提升自己生命的价值， 将企业规模做大、实力做强、形象做优。

**关于企业文化的总结4**

企业文化是一个企业的经营管理风格、员工行为习惯和对事情的自然反应。在苏宁，其文化体系从理念、精神再到它的经营文化、管理文化和服务文化，牵扯的面非常广。

“以市场为导向，持续增强企业赢利能力，多元化、连锁化、信息化，追求更高的企业价值;以顾客为导向，持续增强企业控制能力，重目标、重执行、重结果，追求更高的顾客满意。矢志不移，持之以恒，打造中国最优秀的连锁网络服务品牌。” 围绕市场需求，按照专业化、标准化的原则，苏宁电器将电器连锁店面划分为旗舰店、社区店、专业店、专门店4大类、18种形态，旗舰店已发展到第七代。苏宁电器采取“租、建、购、并”四位一体、同步开发的模式，保持稳健、快速的发展态势，每年新开200家连锁店，同时不断加大自建旗舰店的开发，以店面标准化为基础，通过自建开发、订单委托开发等方式，在全国数十个一、二级市场推进自建旗舰店开发。预计到20\_\_年，网络规模将突破3000家，销售规模突破3500亿元。 整合社会资源、合作共赢。满足顾客需要、至真至诚。苏宁电器坚持市场导向、顾客核心，与全球近10000家知名家电供应商建立了紧密的合作关系，通过高层互访、B2B、联合促销、双向人才培训等形式，打造价值共创、利益共享的高效供应链。 服务是苏宁的唯一产品，顾客满意是苏宁服务的终极目标。苏宁电器立志服务品牌定位，连锁店、物流、售后、客服四大终端为顾客提供涵盖售前、售中、售后一体化的阳光服务。

连锁店服务方面，苏宁电器以客户体验为导向，不断创新店面环境与布局，制定了系列店面服务原则，率先推出5S服务模式，会员专区、VIP导购实现一站式购物。根据顾客多样化需求，提供产品推荐、上门设计、延保承诺、家电顾问等服务。 物流是苏宁电器的核心竞争力之一。苏宁电器建立了区域配送中心、城市配送中心、转配点三级物流网络，依托WMS、TMS等先进信息系统，实现了长途配送、短途调拨与零售配送到户一体化运作，平均配送半径80—300公里日最大配送能力17万台套，实现24小时送货到户。

苏宁电器相继在杭州、北京、南京等地开发建设了现代化物流基地，上海、天津、沈阳、成都、长春、无锡、合肥、徐州等地物流基地建设也全面铺开。预计到20\_\_年，完成全国60个物流基地的布局。通过专业化、机械化、信息化的运作，苏宁电器物流基地可支持50—200亿元的年商品销售规模，零售配送半径最大可达150公里，同时还承担、地区售后服务中心、地区呼叫中心、地区培训中心等功能。

“专业自营”是苏宁电器售后服务的特点，目前，苏宁电器全国拥有1800多个售后网点、30家高端技术服务中心，15000名服务人员、500名高技能电器技师，提供安装、维修、保养等各项服务，服务品类涉及彩电、冰洗、小家电、通讯、IT五大品类、上百个品牌，拥有多项作业技术与国家发明专利，成为业内首个国家职业技能鉴定资质单位。

客户服务方面，苏宁电器建立了业内首个以呼叫中心为平台、以CRM为管理目标的客户服务体系。20\_\_年，苏宁电器率先建立了业内最大的南京呼叫中心——坐席数约1000人，拥有1000多条电话线路，全国日最大信息量10万条，实现了全国统一受理与回访，全国统一服务热线4008—365—365全天24小时真诚守候。

信息化是零售业的核心竞争力。苏宁电器视信息化为企业神经系统，建立了集数据、语音、视频、监控于一体的信息网络系统，有效支撑了全国300多个城市、数千个店面、物流、售后、客服终端运作和十多万人的一体化管理，信息化建设先后入选中国商业科技100强、中国企业信息化500强(第44位)。依托苏宁SAP/ERP系统，B2B、B2C、OA、SOA、HR、BI、WMS、TMS、CRM、Call Center等信息应用系统，实现了“供应商、内部员工、消费者”三位一体“的全流程信息集中管理。此外，苏宁电器先后携手与IBM、微软、SAP、思科等国际知名IT企业开展信息系统建设战略合作，打造国际化智慧型企业。

百年苏宁，人才为本。人力资源是苏宁电器的核心竞争力，苏宁电器将人力资源视为企业长久发展的战略资本，建立了系统化的招聘选拔、培训培养、考核激励与发展规划体系。秉承人品优先、能力适度、敬业为本、团队第一的用人理念，坚持自主培养，内部提拔的人才培养方针，苏宁电器先后实施了1200工程、总经理梯

队、采购经理梯队、店长梯队、督导梯队、销售突击队、蓝领工程等10多项人才梯队计划，倡导员工与企业共同成长、长远发展。

苏宁电器树立了“做百年苏宁，国家、企业、员工，利益共享;树家庭氛围，沟通、指导、协助，责任共当”的价值观，倡导员工与企业共创价值，共享成长，坚持激励为先，大胆提拔，建立了涵盖员工福利、各类奖励、晋升和发展等全方位的激励体系;同时，通过制度化的各类员工活动，倡导家庭式的氛围，提升团队凝聚力。

企业文化是苏宁电器管理和发展的灵魂。20年来，苏宁电器在企业内部塑造了执著拼搏、踏实严谨的工作氛围，采取多种方式，不断加强员工思想教育，企业立志打造百年品牌，全力打造事业经理人团队，倡导员工与企业共同成长，长远发展，展望未来，苏宁电器将立足国内与国际两个市场同步开发，以经营创新和管理提升为基础，保持稳健快速的发展步伐。到20\_\_年底，电器连锁店总数突破1200家，销售规模突破1500亿，实网络规模、品牌效益、管理与服务等全方位的行业领先，进入世界500强;到20\_\_年，电器连锁店总数将达3000家，销售规模达3500亿，同时完成300个电器旗舰店、60个物流基地的建设，进入世界一流企业的行列，成为“中国的沃尔玛”。

服务是苏宁的唯一产品，苏宁电器将矢志不移，持之以恒，为打造中国最优秀的连锁服务品牌不懈努力!

**关于企业文化的总结5**

通过对网新企业文化的学习，我深受感动。企业文化是企业在发展过程中形成的具有特色的文化观念，文化形式和行为模式以及与之相应的制度和组织结构。企业文化可以体现企业及其员工的价值准则、经营理念、行为规范、共同信念和凝聚力。

安徽网新科技有限公司的使命是：为安徽企业提供专业、高效、可信赖的互联网服务，树立先进的现代科技经营意识，打造新时代的一流徽商品牌。这个使命体现了网新的社会责任感，为安徽企业提供更专业、更高效的互联网服务。在自身不断发展的同时影响着安徽的其他企业，从而达到共同进步。“打造新时代的一流徽商品牌”更体现网新的目标，力争成为让安徽人自豪的徽商品牌。优秀的企业文化可以使员工的心往一处想，劲往一处使，能够让每位员工认同企业目标并且为之奋斗!

企业文化的树立，不仅仅是一种宣传，更重要的是如何将其落实下去，让每位员工深刻的体会到企业文化对公司发展的重要性。企业文化可以为企业打造高素质的员工团队。

网新文化之一：梦想—持之以恒、真正为实现互联网事业的梦想而奋斗，不为私心所困。培育员工的奉献精神，为员工树立一个为互联网事业奋斗的信念。“学习始终保持学习心态，不断完善提升自我”，鼓舞员工不断努力学习，成就知识型员工。“团队—思想统一，形成合力，量才而用，追求团队成功”，强调团队凝聚力，战斗力。只有不断增强企业文化的吸引力和感召力才能给予员工精神动力和智力支持!平时在分公司工作中Winston不断的强调这点，强调团队的重要性。有时候在自己无法解决问题的时候，Winston和Lydia以及其他员工都会给予我帮助，共同解决问题。和就网新的文化为企业制定了目标以及为这一目标奋斗和努力所必须具备的条件。从管理、执行、计划等方面规范员工的行为。首选是外在约束，通过企业制度、企业精神以及行为规范来规范员工行为。其次是内在约束，通过企业文化来实现员工自我约束。原则、品质与道德不仅仅针对于企业，更倾向于对员工自身素质的要求。

网新的核心价值观“专业、高效、可信赖”，对于成长中的网新的发展起到重要的推动作用。价值观是企业的灵魂，是企业文化的核心，是提供衡量内聚力的尺度，没有核心价值观的企业无异于一盘散沙。企业的核心价值观为企业在树立品牌、创建商誉、建立声望中起着主导作用。网新要做大做强，必须要有自己特色的核心价值观，用不变的企业价值观来迎接瞬息万变的市场。我们的价值观“专业、高效、可信赖”，是一种精神，一种动力，一种工作伦理。是我们企业发展的轴心!在马鞍山我们很多的客户都是因为网新的专业和高效才选择我们。无论何时，无论市场如何变化，我们都要以专业、高效的精神来迎接挑战!

以上是我对于网新企业文化的一点心得感受，在今后的工作中，我会用网新的核心价值观不断提醒和激励自己。结合网新文化的具体细节不断提高自身的技能和素质，使自己成为一名正在的知识型员工!

**关于企业文化的总结6**

7月19日，作为实习生我正式走入海航，公司的人力资源部门安排了新员工培训，作为新人第一门功课就是学习海航企业文化《同仁共勉守则》，进入公司后三天我们就见到了集团总裁陈峰先生，他为新员工讲授的第一课也是海航的文化，足见海航对于新员工培训的重视以及对海航文化的重视。经过学习和培训我对海航的文化有了必须认识，在此分享。

做企业应当和做人一样，在研究企业的经营效益的同时，更应当注重自身形象以及管理制度。而企业的形象又是经过企业内部的制度来体现出的，仅有一套合理的，系统的，规范的，贴合企业自身发展的制度才能使一个企业腾飞。而作为企业的制度直接体现的就是企业文化。企业文化是是一个企业的灵魂，一个优秀的企业文化能够提高企业的核心竞争力，同时还能提高企业的影响力。在经济飞速发展的今日，许多企业都在谋求更大的发展空间，更为可观的利润，更先进的技术，可是对于企业文化这种软实力却重视不够，殊不知这才是企业长期发展的不竭动力。海航作为目前国内第4大航空集团，建立将近二十年来，海航集团事业越做越大，越来越壮大，为我们书写了一个又一个神话!海航集团之所以不断前进，事业蒸蒸日上，是与他自我独特的文化分不开的。

海航的企业文化具有鲜明的特点，“内修传统文化精粹，外兼西方先进科学文化技术”。“积厚德，存正心;乐敬业，诚为本。入主角，融团队;坚誓愿，志高远。赢道义，勿自矜;吃些亏，忌怨恨。讲学习，敬师长;不夸能，勤精进。除懒惰，止奢欲;培定力，绝私弊。离恶友，甘淡泊;忍人辱，达道理”。海航文化博大精深。

海航文化强调“为社会做点事，为他人做点事，为自我做点事，回首往事，不留遗憾。”。仅有将团体中每位职员贡献最大化，才有团体的整体效益。海航就是个拥有强大生命力的团队，每个海航员工的未来都与他紧紧相连，想要成就自我，必先成就这个团队。所以作为一个团队就是将团队团结起来，心系一念，共同进退，应对任何挑战与困难都会团结一致、众志成城，精诚所至、金石为开，企业将无往而不胜。一个企业能够让人有一种归属感，这比任何物质上的激励更能留住人才、用好人才。如果所有的员工都对企业有归属感，在企业中有一种主人公精神，那么企业的未来将一路坦途，前景不可限量!在全球金融危机下，每一个海航人都能做到舍弃个人利益，把公司的发展放在第一位，企业正是因为有这批负有职责感的员工，才能愈挫愈勇;而国家正是因为有海航这样优秀的企业，才能基石永固。

海航“至诚，至善，至精，至美”的宗旨，争取“大众认同，大众参与”，得以“大众成就，大众分享”。把海航的产品、海航的服务、海航的文化推及世界。机遇与挑战并存，风险与利益同在，海航集团把握住了每一个能够让自我发展的机遇，勇敢的承担一切为了企业发展所必须承担的风险，最终他获得了巨大的成功。

我想海航的精神和文化都入到同仁共勉十条：“团体以和睦为兴盛;精进以持恒为准则;健康以慎食为良药;诤议以宽恕为旨要;长幼以慈爱为进德;学问以勤习为入门;待人以至诚为基石;处众以谦恭为有理;凡事以预立而不劳;接物以谨慎为根本”。“同仁共勉”充当着海航文化企业文化的“主角”，浅显的字眼中蕴涵着深邃的道理，值得我们细细品味仔细学习。

经过海航企业文化的学习，我感受到公司的勃勃生气，我为身在这样一家优秀的企业实习而感到自豪和骄傲。这是个人才辈出的时代，有海航集团做坚实的后盾，有这些热爱公司的优秀员工共同努力，海航必须会从一更胜利走向另一个更大的胜利!我深信海航的明天会更好，每个员工将个人的命运与海航的未来联系起来，必会在成就海航的同时成就自我，终将建立一番功业，成就一番事业。

**关于企业文化的总结7**

文化看似玄奥其实简单：几个好朋友下班后去喝一杯再回家，这是生活文化;德国的火车车厢里很安静，讲手机电话的人要到车厢外面去，这是社会文化;与西方的刀叉、手抓的吃fan方式相比，中国人使用竹筷吃遍美食，从古流传至今，这是民族文化;客户至上，企业开会时允许随时接听客户来电，大家对此都表示理解，这是企业文化。

人们常说，观念是最难改变的，企业文化就是属于观念范畴的东西。上个世纪80年代初，我国商界就流行一个口号：客户是上帝。这意味着一个很大的观念转变。十几年前我们一进商场就看到大标语客户是上帝，但售货员常常背对着顾客，你不叫他，他不理你。这种口号式管理与行动脱节，但有口号总比没有好，多少是个依据，是个开始，接下来才会把口号变成实际的行动。实际情况正是如此，我国企业真正做到客户是上帝，不过是近几年的事情，也就是说，这个观念的转变用了近20年的时间。

可见，企业的文化真正发生效用，首先必须为其成员所接受，必须得到信仰，否则形同虚设。

企业文化不是通过宣传和弘扬就会被员工所接受的，它需要机制的培育和牵引。在200多年前，美国的建国先贤们讨论的不是谁当总统，他们思考的是：我们能够创建什么样的程序，使国家在我们死后仍然能拥有很多优秀的总统?我们希望建立哪一种长治久安的国家?要靠什么原则建国?国家应该如何运作?我们应该制定什么指导方针和机制，以便创造我们梦想的国家?可见，国之如此，企业更是。

企业制度是对规则的设计，制定什么样的规则，从本质上讲，取决于企业文化。企业文化是比制度更长期的信念和文化，而一旦文化形成，这个企业持续发展的基础才会像磐石一般不可动摇。

企业文化是包括文化、管理在内的企业精神力量，它是企业最核心的竞争力，这种精神力量可以让企业的员工凝聚在一起、一起学习、一起发展、一起创造。一个这种基于人而不是物的竞争核心，就不会害怕强大的对手，就会有跌倒了再站起来的能力，就有能力在竞争中学会竞争的规则，在竞争中学会如何赢得竞争。

管理需要技巧、营销需要技巧、占领竞争优势地位更需要技巧，但有一样没有技巧，那就是百折不挠，勇于奋进、勇于挑战的精神，这是一种为了企业共同的信念，不畏艰难的精神力量。在今天这样竞争多变的商业环境中，缺少这种力量，所有的辉煌都只能是刹那芳华。

**关于企业文化的总结8**

根据集团公司党委的统一安排，和集团公司其他兄弟单位的有关领导一行十一人在陈春生部长的带领下，于8月2-3日参观考察了胜利油田及所属的胜利采油厂22队，黄河钻井五公司及胜利发电厂等单位的企业文化建设工作，参观学习时间虽短，但受益匪浅，催人奋进。

胜利油田自1961年4月16日首次见到油流，\_\_\_\_年\_月\_\_日中共中央正式批准组织石油会战，经过40多年的艰苦奋斗为我国石油石化工业的发展和国民经济建设做出了重要贡献，不仅积累了雄厚的物质技术基础，而且创造了宝贵的精神财富，形成了具有时代特色和独特企业个性的“胜利文化”，构筑了比较完整的科学体系，提升了企业的核心竞争力。

通过考察、学习与思考，感觉有以下几个方面的体会：

一、胜利油田的企业文化建设真正体现了领导的主导作用及全体员工的主体作用，上下贯通，融为一体。

以前多次听到“企业文化是老板文化”，“企业文化是领导的文化”，感觉有一定的道理，而胜利油田的企业文化真正地把领导的意图变为全体员工的实际行动，发挥了领导的主导作用和员工的主体作用，上下贯通，融为一体。

胜利油田在\_\_多年的发展过程中积累了丰富的文化底蕴，在自力更生，艰苦奋斗的过程中培育形成了具有鲜明时代特色的企业精神，胜利文化正是在这种基础上，从企业发展战略的高度，在继承过去优良传统的基础上，结合生产建设的实践和各项经营管理工作由领导集体大力倡导，全体员工广泛认同普遍接受并经长期实践所形成的价值理念、行为规范和形象识别等要素的综合，是企业核心竞争力的重要体现。胜利油田的胜利文化分为观念形态文化，制度行为文化和物质形态文化三个层次，更主要的是对各行业系统的子系统文化和各二级单位的子文化进行更进一步的创新、细化，从而构筑起比较完整的胜利文化体系。

在整个参观、考察的过程中，我们深切地感受到胜利油田广大干部员工对胜利文化的认同，并以这样优良的企业文化而感到自豪。在“从创业走向创新，从胜利走向胜利”这一新时期胜利精神的指引下，大胆探索，勇于创新，总结提炼出了一系列适应本行业的实际情况各具特色的子文化。比如胜利采油厂22队逐步形成了“熔炼团队，超越自我，精细管理，营建安康，创造和谐”的“超越文化”，走出了一条创新发展之路。比如黄河钻井五公司把“选准目标，遵从规矩，攻坚啃硬，科学进取，不达目的不罢休”的“钻头精神”作为自己的企业精神，并融入到企业的生产经营实践中，形成了相对完整成熟的钻头文化体系，促进了钻井五公司的事业蒸蒸日上，生生不息。再如胜利发电厂通过系统建设，持续创新，努力地培育具有胜电特色的“全胜文化”，这种“胜”的观念集中体现在“忠诚敬业，卓越创新”的核心价值观中，其内在的意志就是“激情燃烧，铸就胜利”的企业精神，而“利”的实现是通过一系列的管理理念，渗透到企业经营的方方面面。

由于胜利油田通过企业文化建设真正把领导的意图变为全体员工的实际行动，上下贯通，融为一体，为油田的改革发展稳定提供了强大的精神动力，从根本上保证了油田生产经营和各项工作的顺利进行，有力地推进了油田精神文明、政治文明和物质文明的协调发展。

二、胜利油田的企业文化建设展现的是企业管理的升华，而不片面地追求时尚。

在以往的学习中，了解到好的企业文化是企业管理的不断进步，是从经验管理到制度管理再到文化管理的结晶。通过学习，了解了一些好的经验典型，也看到过一些片面追求时尚，华而不实的有些做法。但是这次到胜利油田参观以后在我的思想上产生了很大的震撼，深深感受到胜利油田的企业文化注重把文化理念融入到具体的规章制度中，以理念创新推动制度创新，使文化通过制度发挥作用，在油田的生产经营改革发展过程中形成了具有独创性，切实有效并发挥重要作用的特色文化，展现了企业管理的升华。

胜利油田注重把观念形态文化渗透和融入到企业的制度层面上，以先进的企业价值理念为引导，健全完善了以岗位责任制为中心的各项管理制度，做到事事有标准，岗岗有规范，人人有专责，分别印发了《职工道德规范》、《职工岗位职责》、《职工文明公约》，分层次规定了党员干部、职工群众、社区居民的行为规范。

由于注重了以上层面的工作，展现在我们面前的是：

不是军营胜似军营的职工宿舍。干干净净，整整齐齐，清清楚楚，规规矩矩的定置管理。

以人为本抓好“四头”的良好氛围。(“四头”即人头——人为素质，钻头——经济效益，床头——思想工作，灶头——生活服务)

井然有序的规章制度，行为规范，蓬勃向上的工作热情。

全过程，全方位，流畅、有序、务实、高效的科学管理。

胜利油田年均新增探明石油地质储量已连续23年保持在1亿吨以上，资源接替连续9年实现储采平衡，生产经营呈现出蓬勃发展的良好态势。

三、胜利油田的企业文化建设坚持了把传统的政治优势与现代管理和谐地统一在一起。

任何有生命力的优秀文化都是在继承的基础上不断创新发展的结果，只有在员工内心产生共鸣的企业文化才是真正的企业文化。胜利油田的企业文化就是在继承中华民族和中国共产党优良传统的基础上，学习借鉴一些知名企业的成功经验，适应时代的要求和自身发展的需要而创新发展起来的。

胜利油田在企业文化建设过程中坚持注重发挥党组织的政治核心作用，充分发挥思想政治工作在统一思想、激励斗志方面的积极作用，同时把军营文化和石油文化相嫁接融合，坚持“支部建在连上”，许多基层单位实行半军事化管理，锤炼职工队伍的过硬素质和作风，坚持把思想政治工作和精神文明建设的根本要求，特别是以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，体现到“创业、创新、竞争、发展”的胜利文化核心内涵上，同时胜利油田的各级领导干部始终以奋发有为，勤政廉洁的人格力量诠释胜利文化的价值理念，感召和凝聚职工队伍，使胜利文化真正“内化于心”，保证了思想政治工作与油田改革同进步，和企业管理相融合的胜利文化建设的正确方向。

总之，在胜利油田不到两天的考察学习，时间是短暂的，但感受是非常深刻的。在胜利油田广大干部职工的共同努力下，“胜利文化”已“内化”于心，成为广大职工共同追求的价值取向，“固化”于制，成为广大职工共同信守的管理规范，“外化”于行，成为激励广大干部职工积极向上，共同塑造企业良好形象的强大精神动力。

当今世界，我国整体经济形势发展迅猛，文化和经济、政治相互交融，综合实力的竞争日趋激烈，我们必须要审时度势，在瞬息万变的客观形势面前始终保持清醒的头脑，坚持进一步解放思想，进一步解放生产力，学习好胜利油田企业文化建设的先进经验，真正把加强企业文化建设作为建设高素质员工队伍，提高企业核心竞争力的重要途径，把股份公司的各项工作搞得更好，促进集团公司又好又快的发展。

**关于企业文化的总结9**

通过对企业文化的学习，我深受感动，倍受鼓舞。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。\_\_\_\_公司的企业文化核心是“同心文化”，“心气足、人气旺、风气正”是同心文化的基本特征。建设优秀的企业文化就是要用先进的观念管理企业，使员工的心往一处想，劲儿往一处使。再先进的技术，如果没有掌握再训练有素而对工作充满热情的员工手上，也难以发挥作用。真正先进科学的企业文化，使能高让每一位员工认同企业目标并为之奋斗的文化。

企业文化的树立，不仅仅是一种公司的宣传手段，最重要的是如何将其落实下去，让公司里面的每一名员工都能深刻的体会到企业文化对公司发展的重要性。只有当员工深刻的意识到自己的行为是符合企业文化要求的，处处以企业文化来严格要求自己，那么企业文化才能真正的发挥其最终的效果。

企业形成了优秀的企业文化，也就为企业打造了高素质的员工队伍，而这支优秀企业文化武装起来的员工才是企业真正的核心竞争力。企业文化的功能是鼓舞士气，陶冶情操，塑造知识型职工，培育奉献精神，为提高基层的凝聚力，战斗力提供强大的精神动力和智力支持。而要实现这一功能，就必须不断增强企业文化的吸引力和感召力。这是因为，文化的功能是能否发挥的程序最好，最终取决于文化是否能够吸引人和感召人，能否为广大职工所接受并转化为强大的精神动力。增强企业文化的吸引力和感召力，必须解决好文化建设以人为本、为职工服务的问题。我们发展企业文化的目的，就是要为广大职工提供丰富多彩的精神文化产品，不断满足干部职工日益增长的精神文化生活需求。企业文化建设，只有紧紧围绕广大职工的精神文化生活需要，才能真正把他们凝聚到先进文化建设上来。

\_\_\_\_公司的“以人为本、追求卓越、和谐发展、同心跨越”充分体现了\_\_文化的人文和谐可持续发展。而其中的核心价值观“人为本、和为贵、效为先”更是对成长中\_\_\_\_公司的发展起到了重要推动作用。通过学习《企业核心价值观》，使我清楚了什么是价值观?企业价值观的内涵是什么?对企业核心价值观也有了进一步的认识。价值观是企业文化的核心，现代的企业价值观是一个企业的灵魂，是提供了衡量内聚力的尺度，没有核心价值观的企业无异于一盘散沙，没有正确价值观的企业就像大海中失去了航向的船只。它为企业在树立品牌、创建商誉、建立声望中起着主导作用。我们要做大与做强\_\_\_\_企业，就应该确定有自己特色的企业价值观，用不变的企业价值观来迎接瞬息万变的市场挑战。面对广大市场，我们要树立能够指导企业集体行为的独特的价值观。核心价值观作用的最集中的体现便是当企业或者企业个人在企业运营过程中面临矛盾，处于两难选择时应当如何做的时候，这样做可以，那样做也可以，但必须有个决定，支持这个决定的便是核心价值观。我们的价值观“人为本、

和为贵、效为先”，并非是指成就，而是一种精神，一种动力，一种工作伦理。它掌握着一个人或一家企业的生命和灵魂，使之走向成功，使企业的一切工作都以卓越的成效完成，真正做到“更上一层楼”。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。

以上是我一些个人的心得，在今后的工作中，我会用\_\_\_\_公司的企业价值观来提醒自己、激励自己，把企业价值观溶入到工作中，使自己真正成为一名企业文化的饯行者。

**关于企业文化的总结10**

一、核心价值观：忠诚信仰、传承创新、崇尚荣誉、卓越使命

只有忠诚于一个企业，对企业信仰，才能以主人翁的意识发挥自己的潜能，积极地为企业创造价值;

创新是企业活力的表现，在继承企业传统的同时，需要不断地创新，保证企业的活力，让企业能够更健康、稳健地发展下去;

员工要以企业的荣誉为自身的荣誉，以企业获得的各项荣誉骄傲，并在日常工作中为企业的各项荣誉获得进行努力;

只有带着企业主人翁的精神，有着卓越的使命感，在各自的工作岗位上，才能尽着自己最大的努力;

二、企业精神：尊重、诚信、创新、卓越

企业员工带着自身岗位的工作使命，以诚信的态度对待工作、对待同事，人无贵贱之分，职位有高低之分，大家互相尊重，互相配合，营造融洽的工作氛围;

三、品牌理念及主张：明一，一切为了孩子!健康聪明、一路领先!

公司的企业愿景是做全球母婴营养健康事业的领跑者，在企业愿景的引导下，企业的品牌理念“明一，一切为了孩子!”及品牌主张“健康聪明、一路领先”很贴切地表达了这一诉求，也倡导各位员工积极地朝着公司发展方向前进;

四、职业理念和团队精神

企业是一艘大船，船上每个人的位置都很重要，船长把控着船的方向，如果各位船员不能统一听从船长调派，各自为政，大船永远只能在原地打转。只有良好的团队协作精神，才能保证公司各项事务的顺畅进行，以应对市场的大风大浪。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！