# 浅谈企业文化的重要性 浅谈企业文化心得体会(精选9篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-10-14

*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。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？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企业文化...*

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。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？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**

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二**

为了应对市场竞争，为了生存和发展，企业必须加快发展速度和逐步扩大规模，以增强抵抗风险的能力，并超越竞争对手。为此企业必须不断增强其核心竞争力，企业对管理规范化、精细化和高效化的要求越来越高，管理细化必然要求对管理流程细化和对过程加强控制；而这必然降低管理效率，增加管理环节和管理成本，与管理扁平化和降低成本的要求相违，削弱企业的竞争力，这就产生了一对矛盾。随着企业规模的扩大，越来越多的企业感到靠人和制度管不过来，不管多优秀的人都有能力缺陷，多完善的制度总有漏洞。如何发挥团队的力量，如何凝聚人心促使员工与企业同心同德，如何应对快速多变的市场竞争，就成为每一个企业必须面对的课题。通过对优秀和成功企业的案例分析，越来越多的企业认识到：企业文化是解决上述矛盾，促使企业适应市场变化和应对市场竞争的有力武器，企业文化也是竞争力，企业文化是培育企业竞争力的源泉。一个在市场上表现优秀的企业，必然拥有优秀的企业文化。

鉴于企业文化对企业生存和发展的重要作用，越来越多的企业对企业文化建设更加重视，投入大量精力和资源来进行企业文化建设，聘请咨询专家，层层动员，广泛宣传等不一而足。结果形成了一套朗朗上口的文件化企业文化体系，企业的标志、标识等焕然一新；但是，企业的管理效率没有提高，员工的精神面貌没有改善，企业的经济效益没有增长，企业文化建设成了企业领导人一厢情愿自吹自唱自我欣赏的“卡拉ok”，甚至由于个别企业强制灌输和宣传，反而引起员工的强烈反感和抵触；企业文化建设成了豪华的摆设，没有发挥其应有的导向、规范、凝聚和激励作用，企业文化建设进入了误区，甚至有些企业领导人说：企业文化建设就是玩虚的，给别人看的，没有什么实际作用。为此，要建设好企业文化，使企业文化真正发挥作用，就必须了解企业文化的定义及其结构层次关系。

企业文化是一种内部氛围。它是企业在长期的经营管理过程中逐步形成的共同的价值观，是由企业领导者倡导培育的、为员工所普遍认同的本企业的群体行为准则。

如企业目标（企业远景）、价值观、发展战略、经营理念、规章制度、英雄人物、典礼、仪式、服饰、专用标识等等。总之，它是企业员工共同认可的具有自身特色和个性的由表及里的企业价值观的综合反映。它是企业员工内化于心、固化于制、外化于行、实化于利的指南。它是理念形态文化、物质形态文化和制度形态文化的复合体。企业文化是一种客观存在，无论它属于优秀文化还是劣性文化。

精神层（核心层）是企业文化的核心和主体，是形成制度层和行为层的基础和原因。制度层是外加的行为规范，它约束企业成员的行为，维持企业活动的正常秩序。行为层是企业文化在企业成员行为上的体现。物质层是企业文化在物质层次上的体现，属于企业文化的表层部分，是企业文化的物质载体。

通过对企业文化定义及其结构层次关系的研究和分析可以看出，要使企业文化真正发挥作用，使全体员工同心同德共同为实现企业的愿景（目标）而努力工作，就必须认真研究企业文化建设的逻辑关系。

要使企业文化切实发挥作用，就要使企业员工认同企业文化，按照企业文化来约束和规范自己的言行，切实做到内化于心。处处表现出良好的精神风貌，使企业精神成为员工的精神支柱。要使企业员工真正将企业文化当作自己的行动指南，做到内化于心，就必须满足员工合理的利益需求。员工按照企业文化去作为，就会得到相应的利益保证，实现员工自己的利益。在员工实现自己利益的同时，由于员工自觉的按照企业文化行事，企业的愿景也在逐步实现，企业、员工等相关利益方的利益都得到了维护，所以，好的企业文化是促进企业发展和保护员工利益的利器，是多赢的好文化，这也就是我们常说的“实化于利”，企业文化建设在企业的经营实践中取得了实实在在的效果。在企业中，员工要实现自己的利益，必须要有相应的业绩；要达到一定的业绩，员工必须采取相应的符合企业文化要求的行为，也就是我们常说的“外化于行”；在一个企业中，员工有何种行为，常常取决于企业有何种考核制度，怎样考核，趋利避害是人的本性，要让企业文化长期的发挥作用，就必须建立与之相适应的企业管理制度和工作流程，也就是我们在企业文化建设中说的“固化于制”。

企业中各种各样的管理制度和工作流程是为了实现企业的生产经营目标和计划而制定的，是为了提高企业的管理效率和经营业绩，不断增强企业的竞争力而逐步建立和完善的。各种生产经营目标和计划，都是通过对企业发展战略目标的逐步分解和细化，具体落实到每一个部门和每一个员工的日常工作之中。企业的战略目标和发展战略又是实现企业愿景（企业的使命）的具体措施，有什么样的企业愿景，必然会产生与之相适应的企业价值观、战略目标、发展战略、经营理念、企业精神等。这样就形成了一个闭环，有一个什么样的企业愿景，就会有什么样的战略，随之产生相应的计划及考核，从而员工也会做出相应的行为和业绩，而企业的文化也通过员工的行为被表现了出来。

通过上述的分析和逻辑推理，在企业文化建设中，要使企业文化被广大员工真正认同，切实发挥作用，我们必须注重“四化”，即内化于心、固化于制、外化于形和实化于利。

企业文化建设必须要从企业愿景开始，企业愿景必须得到企业利益相关者的认同，否则，企业文化只与企业领导有关，与员工无关，与社会无关，企业领导者再怎么倡导，也不可能得到广大员工的认同，也不会获得社会方方面面的支持，内化于心就做不到。企业愿景、发展战略、经营理念、企业价值观、企业精神等企业文化的核心层组成部分，要有内在的、本质的、必然的联系，要符合企业实际，要互为支撑和补充，能够经得起推敲和实践检验；经营理念要为发展战略服务，发展战略要能实现企业愿景，价值观和企业精神应起到价值导向和激励士气的作用，使企业文化能够内化于心，切实为广大员工所认同，起到凝聚人心、鼓舞士气、价值导向和规范行为的作用。

企业愿景和发展战略都必须通过具体的经营计划来实现，各项管理制度和工作流程是实现企业经营计划的保证。为此，企业的各项管理制度和工作流程都必须服从和服务于企业文化。企业文化对企业制定的各项管理制度和工作流程都具有指导作用，在企业文化逐步建立的过程中，凡是与企业文化相违背的管理制度和工作流程都应进行相应的修正，使其符合企业文化的要求，企业文化必须通过完善的与企业实际相符合的各项管理制度和工作流程来保证。

企业文化必须通过相应的管理制度和工作流程来规范、约束员工的行为，同时还要通过一定的标识以及实物形态来不断增强员工的认同感和自豪感，为企业树立良好的外部形象。

企业文化建设必须促进企业发展，满足员工不断增长的利益需求，满足企业利益相关者的利益诉求，必须取得实实在在的效果。只有这样，企业文化建设才达到了创建的目的，才能产生优秀的企业文化，从而不断增强企业的核心竞争力，降低企业的管理成本，提高企业的管理效率和经济效益。优秀的企业文化必然孕育优秀的企业，使企业逐步走向成功，使企业愿景变为现实。

通过上述分析和论证，在企业文化建设中，要牢牢把握实际操作“四要点”：内化于心、固化于制、外化于行、实化于利。在每一步都求真务实，创建一个优秀的企业文化，从而使企业能够获得持续稳定健康快速的发展，实现企业的愿景，为企业的利益相关者做出更多的贡献。

**浅谈企业文化的重要性篇三**

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四**

在企业文化建设过程中，企业文化应符合具体实际情况，以科学发展观为指导、以推动自身发展为目的，开展企业文化建设工作，为企业发展提供源源不断的动力。企业文化能激发企业生产活力、增强员工凝聚力，推动企业发展。

企业文化的实质是一种根植于企业生产实践、跟随企业不断发展的思想表现形式。在现代管理中，人是企业管理的主体，只有丰富人的思想素质，才能保证人的自我控制，实现人的工作、管理与企业发展相融合的目的，在整个过程中，企业文化是联系两者关系的纽带。

企业制度、企业价值观和企业精神是企业文化的重要体现。企业制度能规范生产行为，通过规范生产行为和相关执行制度，加强对企业员工日常行为和生产工作的监管力度，推动规范生产。企业价值观是工作人员在生产、管理工作中所形成的对与错、美与丑等价值探寻行为的标准，通过价值观引导，能帮助工作人员建立正确思想体系、激励工作人员努力工作，推动员工实现自我发展，最终推动企业经济发展。企业精神是企业文化中的重要内容，是员工积极进取的重要推动力。企业精神跟随企业发展而发展，井在发展过程中不断完善，在现实生活中，劳动模范、先进工作者等都是企业精神的表现。

在企业发展过程中，文化建设是企业发展过程中的重要组成部分，企业文化能提高企业市场竞争能力，使企业在市场竞争中立于不败之地。

当前市场竞争的本质是科技的竞争和文化的竞争。企业科技能提高生产能力，提高企业自身对市场的适应能力，是企业发展的硬实力。相比较而言，企业文化根植于企业发展、建设之中，渗透于企业各个角落。管理理念是企业文化的重要表现形式，只有在正确的管理理念引导下，才能保证企业又好又快的发展，实现资金、工作人员等企业资源合理搭配，提高生产效率，提高市场竞争能力。

企业文化建设是每个企业所关注的问题。在企业文化建设过程中，所有企业都倾注了大量的心血，笔者结合部分企业开展企业文化建设的经验，为企业开展企业文化建设提供以下几点建议:

(一)立足企业有身

开展企业文化建设工作的本质，就是提高企业利益、增强企业在市场经济竞争能力，企业文化建设要牢牢立足自身实际情况，保证建设工作的科学性。

在市场经济的大背景下，有很多企业都在开展企业文化建设工作，井取得了十分显著的成绩。以海尔为例，海尔集团在改革开放初期亲自销毁了自己生产的不合格产品，为海尔集团赢得了极大的声誉，是海尔集团确立“不生产废品”生产精神的开始。在家电行业中，质量是企业发展的根本，海尔集团准确把握住企业自身发展位置，将严格生产、严格把关的检测思想贯彻下去，是海尔集团一跃成为世界五大家电企业之一的重要保证。从海尔集团的案例中可以看出，企业文化要以自身为核心，进行不断的拓展和融合，保证企业文化能符合自身发展。

在立足自身发展企业文化过程中，要结合员工的工作思想和企业未来发展规划员工是企业文化的主要继承载体，员工对企业文化态度决定了其文化传播能力，如果企业文化不符合员工工作思想，会引起员工抵制，产生负面影响。在建设企业文化过程中要与员工工作思想相结合，降低员工对企业文化的抵抗心理，在一定情况下，文化建设人员可以倾听员工对企业文化建设的建议，保证企业文化建设的准确阵。发展是每个企业面对未来的必然趋势，企业文化要充分考虑未来发展情况，保证企业文化能符合未来发展方向。管理思想是企业文化的重要组成部分，管理思想要统筹企业未来发展方向，保证管理工作的先进性和科学性，最终提高自身经济效益。

(二)深化企业文化建设意识

将企业文化与员工思想相结合是企业文化建设过程的首要工作企业要鼓励员工自主学习，将贯彻执行文化学习活动，提高员工思想与企业文化结合程度，提高员工对企业生存、发展的认识度，增强员工的认可感和归属感。

要保证企业文化建设与科学发展观相结合，严格管理文化建设方向，提高文化建设工作的科学性。在具体操作过程中，要保证文化教育与政治思想教育相融合，避免出现思想政治教育工作与文化教育相脱节现象。全面、协调、可持续是科学发展观的主要内容，科学发展观与文化建设工作相结合，能为企业文化建设工作提供积极有益的指导“全面”是表示文化建设工作要考虑各种影响企业发展因素，通过仔细分析各种因素，丰富企业文化内容，保证文化符合企业发展的大体趋势;“协调”是指文化要统筹各种企业发展过程中各个环节。在企业发展过程中，影响发展的因素有很多:管理方式、员工素质、工作思想、技术水平等，企业文化要综合各种因素，通过详细的分析和比对，完善文化建设工作“可持续”是指企业文化要符合企业未来发展方向，绘制未来发展的蓝图。

企业文化是提高企业竞争能力的重要方式。做好企业文化建设和教育工作，能提高员工凝聚力，方便企业管理，提高企业对市场的适应能力。在企业文化建设过程中，要立足企业自身情况和科学发展观指导思想，避免企业思想建设过程走向误区。企业文化是企业管理思想、企业经营原则、企业道德规范的企业精神素质的综合体现，要保证企业文化的先进性，保证企业能健康、有序的发展。

**浅谈企业文化的重要性篇五**

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六**

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。202\_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202\_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。202\_年华为的营业额达690多亿。202\_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七**

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八**

论文摘要：树木有根，群龙有首。企业家作为企业这个经济组织的带头人，既是企业文化的倡导者，又是最具权威的推广者和示范者。一个企业的文化形成，往往是企业经营者主导意识的升华。企业文化的塑造与建设，也必须靠企业领导的牵引和发动，建设先进的企业文化，必须培育和造就高素质的企业家队伍。

俗话讲，火车跑得快，全靠车头带，体现出企业家在一个企业中不可取代的作用。企业家是企业文化的缔造者，没有优秀的企业家就不可能创造出优秀的企业文化。企业家在企业家文化建设中的地位和作用主要体现在两个方面：一方面，企业家与企业文化呈现出内在结构的静态对应关系，企业家的品质、才华和胆识等要素成为企业文化生成的原声要素，决定着企业文化的性质和风格，制约和引导着企业文化的个性和发展；另一方面，在企业文化的塑造、发展、传承和变革的动态过程中，企业家又扮演了设计师、倡导者实践者、变革者等举足轻重的角色，成为企业文化动态模型中第一位的活动因素。

企业家对企业文化的形成和发展起着重要的推动作用。良好的企业文化，尤其是具有完整形态的企业文化，源于全体职工的创造，但不是自发产生，自然而然完成，他要靠领导者刻意规划，精心设计，言传身教，才能得以形成。在这里，企业家个人素质和个人文化起着举足轻重的作用。其个人行为就是一种无声的倡导，一种无形的推动，就能形成一种厂风，从而使员工自觉不自觉地受到侵润，进而仿效、接受，潜移默化地发生作用，在自己的行为中再进一步体现出来延继下去。没有企业家的.推动，深受企业家个人文化影响的企业文化的建立是不可思议的。

企业家的领导风格影响着企业文化。企业家是时代的产物，时代的特征、风格无不凝结在他们身上。生活在企业火热的氛围中，和员工息息相关的群体中的他们必然会感染和鼓舞这个群体。

企业家的政治立场影响着企业员工的价值取向。优秀的企业家政治立场坚定，能牢牢把握企业的发展目标和根本方向，不为突然和各种错误思潮所左右，努力创造企业自我发展的小气候。这种企业的员工必然思想高尚，为企业的发展和兴旺不计较个人得失，进而忘我工作，最大限度地贡献自己的聪明才智。反之，如果企业领导者目光短浅，看风使舵，甚至表现出唯利是图的单纯生产经营观点，就必然把员工引向一味追求物质利益的歧途。

企业家个人文化在企业文化转换过程中起关键作用。时代的发展对企业不断提出新的要求，企业不仅在生产经营行为方面处于变动之中，企业文化也必须适应时代的要求，与时俱进，不断发展，有所补充、修正，甚至发生根本性的转换，才能使企业在激烈竞争中充分发挥自己的个性特色，立于不败之地。企业文化是在一定的历史环境中形成的，一个在长期高度集中的计划经济体制下发展的企业，其企业文化和在市场经济体制下的企业文化必然有重大区别。前者可能会有更多的依赖思想，后者可能更富有独立、开拓、创新的特征。由前者转变为后者，不仅是体制的转换，而且是企业经营行为和风格的变更。在这个过程中企业家个人文化对企业文化的转换起着催生作用。

我国现代企业文化改革的目标是建立现代企业制度，转换企业经营机制，使企业适应市场经济的要求，成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场竞争主体，而现代企业文化的确立及其运营的有效性程度，取决于是否有一支高素质的现代企业家队伍。

现代企业制度优越性的重要表现是其在适应市场配置资源方面呈现出高效率。而这种高效率的优越性能否充分发挥，取决于企业家对市场调节信号和国家宏观调控的敏感程度和认识能力，并以此做出决策的能力。建立现代企业制度，转换企业经营机制就是使企业直接接受市场调节，自主决策。企业家作为企业最高决策者，需要其决策的问题很多，但最重要的是战略决策，即对企业的生产方向、产品开发、生产规模、发展速度、技术进步等有关企业全面的、长远的、根本性的问题做出抉择。经营战略已成为现代企业兴衰成败的关键，其正确与否取决于企业家的决策能力。企业家不能为市场短期波动和现代企业制度的效率能否发挥的一个重要条件，是能否在企业中形成积极进取的企业文化。企业文化是不断促进生产力发展的内在力量，是推动企业发展的精神动力。而企业家在企业文化建设中承担着创造者、培育者、倡导者、组织者、指导者、示范者、激励者的角色。企业家的文化素质类型，决定着企业文化的类型。特别是建立现代企业制度、转换企业经营机制的过程中，必然会遇到传统旧体制下形成的、与社会主义市场经济相抵触的旧的观念和价值取向。这些旧观念和价值取向如得不到修正，现代企业制度的建立和经营机制的转换就难以顺利进行。

企业家只有以彻底开放的胸怀，不断地经历一次次涅槃，痛苦地超越自我，才能对企业文化进行有效控制和调节，维持企业文化的动态平衡，永葆企业文化的生命力，推动企业健康、持续地发展。

[1]刘光明.企业文化[m].经济管理出版社,20xx.

[2]任志宏，张晓霞.企业文化[m].经济科学出版社,20xx.

[3]王成荣，周建波.企业文化学[m].经济管理出版社,20xx.

**浅谈企业文化的重要性篇九**

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202\_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。

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！