# 企业文化建设总结报告

来源：网友投稿 作者：逝水流年 更新时间：2024-06-26

*企业文化建设总结报告【集锦5篇】经历了有意义的活动后，相信全是满满的感恩与回忆，收获与经历，需要好好地写一份活动总结总结一下了。很多人都十分头疼怎么写一份精彩的活动总结，以下是小编整理的企业文化建设总结报告，欢迎大家借鉴与参考!企业文化建设...*

企业文化建设总结报告【集锦5篇】

经历了有意义的活动后，相信全是满满的感恩与回忆，收获与经历，需要好好地写一份活动总结总结一下了。很多人都十分头疼怎么写一份精彩的活动总结，以下是小编整理的企业文化建设总结报告，欢迎大家借鉴与参考!

**企业文化建设总结报告（精选篇1）**

每一次经济危机都会有一些企业倒下去，但也有一些企业反而获得了新生。经营管理学家们考证，原因在于管理水平不同。管理水平高的企业总是能及时规避市场风险、管理困境，走出危机阴霾。并进一步考证出提升经营管理水平所不可缺少的核心环节是建立了独特的企业文化，用企业文化的导向功能、凝聚功能、激励功能和社会功能把企业建设成一个具有战斗力的坚强堡垒，极大地增强了企业抗风险、抗打击的能力。随着我国逐步融入到世界经济的大环境中，企业的经营形势、竞争对手、投资策略等都在发生变化。如何借用企业文化开展管理升级成为了在市场经济条件下企业必须解决的课题。

一、建设企业文化推动经营管理

在西方经典企业管理理论看来，市场、设备、技术、资金、利润等直接资源要素才是企业管理的核心，并没有把文化列入企业管理的范畴。但事实上企业文化的特殊性使它具有了与设备、技术等直接资源要素所不能替代的作用。

1.企业文化有助于企业经营管理哲学思想的形成。

本质上讲，企业是通过生产与销售的经济活动贡献于社会，就如同人有价值观、人生观和世界观，企业也有经营观、市场观和销售观。虽然名称不同，但意义相同，都是围绕求生存、谋发展的基本思路对未来进行指导和帮助。日本企业就是采用了企业文化的特殊作用，形成了“最廉价的商品并不是最好的商品，消费者最喜欢的商品才是最好的商品”等独特的经营哲学，很快打开了世界市场，成为了企业文化促进经营管理的典范。建立了这种与市场经济相适应的经营哲学：一是有助于把握市场规律，做好经营决策；二是在尊重人才、使用人才、开发人才上更能显示出文化的优势，有助于人尽其才。

2.企业文化有助于经营目标的实现。

要实现经营目标，也就是说在把生产要素做成产品并转化为利润的过程中，不仅仅是生产技术和要素的简单投入，也离不开企业员工凝心聚力的努力奋斗。如果把企业当成一个集合来看，生产要素只是其中的一项，员工才是把资源要素组装成产品的关键环节。常言道，事都是人干出来的。这里面就涉及到文化的作用。通过企业文化的导向、凝聚等特殊作用，使企业员工在不同的岗位、不同的环境、不同的标准下形成合力，自觉地把企业的经营目标转化为员工的奋斗目标，员工们自然就会努力把企业的资源要素生产成一件件社会需求的产品，通过市场把经营目标由书面的预算变为现实的利润。

二、完善企业文化优化经营管理

20\_\_年全球金融危机表明，在市场经济的大潮下，一些百年大企一样难逃破产的命运。只有不断地优化企业经营管理，才是战胜危机的正确选择。

1.用企业文化弥补制度管理的不足。

泰罗的“科学管理”重心是一种硬性的制度管理。这种模式虽然有刚性，体现了“制度面前人人平等”的现代管理理念，但却没有弹性，缺乏柔性，有的时候还会产生劳资矛盾，引发员工与管理层的冲突，所谓过于刚性往往容易折断。这就需要文化的力量。借助企业文化，充分利用制度的理性与文化的非线性结合，实施“人性化”管理。在平等与尊重、感情与工作、贡献与奉献中，把“我被管理”变成“我要管理”，并通过身教重于言传，表扬重于批评，激励重于处罚等相关的文化理念，用真情、爱心、诚实等有血有肉的柔性管理，让员工在自由、愉快、和谐的氛围里把积极性、主动性和创造性激发出来，把压力变成动力，把紧张变成和谐，把个力化成合力，起到了解决制度缺损和优化管理的双重效果。

2.企业文化能够更好发挥团体的作用。

企业在社会是一个细胞，在内部却是一个团体。团体讲究的是集体、凝聚和整体的作用。自然法则中的狮群依靠团体的力量，把捕猎成功率由个体的20%提升到群体的70%，不仅规避了种群濒临灭绝的危险，而且还得到了较好的延续。与狮群同一级别的老虎们则依靠单打独斗，即使本领无敌，如今却与狮群的状况大相径庭。如果企业采用了老虎的生存方式，在市场竞争中的日子不会比自然法则中的老虎强到哪去。通过文化的力量，在不断地宣传、培养和引导中建立起员工认可的、接受的、愿意遵行的市场观、价值观，形成了一股劲，在困难面前，员工与企业同心协力渡难关；在危机来时，相互抱团谋进退，而不是树倒猢狲散，大难来时各自逃。同时，企业文化还能够调节内部人际关系，减少内耗，创造公平公正的和谐环境，起到深化企业经营管理的作用。

三、深化企业文化创新经营管理

企业的经营管理如同一个人的习惯一样，一旦形成固化的模式，就会满足于现伏，放慢了节奏，缺乏开拓进取精神。对于时刻处在动态市场竞争的企业来说，则是一件很危险的事。因为环境在变，市场在变，机会也在变。如果停滞，风险加大，困难加重，严重的还会导致突然破产。

1.企业文化能够带动经营理念的创新。

企业需要一个正确的理念，没有正确的理念就不可能有正确的思路和方法。而经营理念的形成和创新离不开文化的作用。更何况先进的企业文化本身就是时代的精华，是先进理念和生产力的代表。通过企业文化的潜默移化、启发向上的作用，把当前进步的、积极的、未来可能发生影响的企业经营理念植入到企业，以时间换空间，促进企业在发展中更新理念，在管理中创新理念，从而进一步促进和实现管理创新。

2.企业文化能够推动经营管理的内容和技术创新。

长期以来，企业经营管理的理论、方法、内容和技术主要是来自西方欧美国家，这不仅仅是因为他们是现代公司制度的发明者和建设者，更重要的原因在于他们注重的是对资产、技术等“物”的管理，甚至把人也当成了“会说话的工具”。日本企业则打破了西方欧美的思维观念，把正义、感恩、诚信、忠诚等人性的知识融入到企业经营管理中，用企业文化充实、发展、丰富了企业经营管理的内容、思路、方法和手段，形成了独特的企业经营管理理论和技术创新，在国际市场竞争中战胜了西方欧美企业，创造了日本经济奇迹。所以，企业文化不是虚的、假的，而是对企业经营管理创新有不可替代的作用。它能够抓住“人”才是最重要的资源和要素的特点，充分利用人的主观能性，研究新情况，解决新问题，不断地补充新知识，吸纳新技术，拓展新方法，使企业在管理中灵活地应对市场，在竞争中找寻获胜的时机，在决策中降低经营的风险，在创新中一步一步地把企业经营管理推到一个新水平，实现企业的管理升级。

**企业文化建设总结报告（精选篇2）**

我嫁给了海航，这是当时我一脚踏进公司大门时惟一最贴切形容当时心情的语句，尽管它稍显矫情。

一直以来，我敬重神秘的“海”字，又因为钟爱航空，所以不可否认，单单从公司名称这项简单而表面的因素来看，我曾经默默地做过海航的守望者。我信奉缘分，今朝与海航的不期而遇，我倍感珍惜。

当我和海航走得近一点、再近一点的时候，我发现对她的敬仰之情愈加凝重，怀拥一种近乎痴迷的情愫无可自拔，我俨然看到了上演在大地上之夸父追日和鲲鹏展翅的故事。海口是个美丽的城市，但非经济富足之地，以其自身城市的经济魅力，要创造一份事业，搭建一个舞台，尚且可以预见一股强大的阻力。1993年，海航泰斗陈峰董事长和王健副董事长怀揣仅有的1000万元人民币，手持“海南特区”这把惟一利剑，神话般地在南海大地上创造了一座崭新的城堡。我心潮澎湃，翻滚暗涌，久久无法平静，看着如今已拥有600亿身价的海航、在中国民航业拥有强大话语权的海航，我的脑海不时浮现当年如杯水车薪的1000万创业资金，我忽然无法高兴起来，试图不停的遐想，勤劳、善良、坚强的海航在崛起的过程中到底经受了多少无以言表的考验和艰辛。

经过第一天企业文化培训的我，没有自信汇报自己对海航文化的理解程度有多深刻，因为海航所推崇的企业文化就像人类文明摇篮之海般博大精深，需要我去慢慢学习、品位和体会。然而，爱上一种企业文化，就同时有一种无法抗拒的力量使我禁不住班门弄斧地表达一番。

**企业文化建设总结报告（精选篇3）**

天地间，浮云任去来，瞰时间写意生命，流转出纪年的成长;日月下，执志安如地，观纪年海涵地负，镌刻出青春的影像;影像中，主雅客勤来，看青春拥抱星云，闪耀出时间的价值。

海航时间的价值在哪里?

或许，从一架飞机到1250架飞机，从一条航线到国内外1100条航线，海航两翼齐飞，业务范围已覆盖亚洲、欧洲、非洲、美洲、大洋洲五大洲，激荡出“海航存知己，天涯若比邻”的乘客点赞，已见微知著。

海航纪年的成长怎体现?

或许，从创业之初的艰难起步，到年收入逾6000亿元、总资产逾万亿元;从最初的几十名员工，到全球41万人，境外员工30万人，已可见一斑。 海航青春的影响有多大? 或许，从地方性企业到“世界500强”排名353位的国际化集团，从海南航空到为全人类提供旅游与物流各环节优质服务的海航集团，已睹始知终。

海，甚深宽广;航，慈悲济世。“我们努力打造的海航，将从传统意义或世俗词汇中的企业脱颖而出;我们努力打造的海航，将是一种组织形态，一种信仰符号，一个精神家园，它努力让更多人分享海航发展的成果，让更多人因她而倍感温馨和荣耀。

一群有着共同理想、共同信仰、共同追求、共同理念的人——海航人，在它的感召下众志成城，通过集散财富的方式实现我们共同的梦想，为人类谋福祉，为世界修和平。”这是海航创业者的宣言，是每一位新入职海航员工的第一课，是激励全球海航人不懈努力的工作信念，更是推动海航挺进世界500强前列的动力之源。

《海航的神秘密码系列丛书》旨在从海航集团内部、外部两个视角，从战略转型、精神哲学、经营理念、海航人、管理密码、实践案例六个维度，全面解析海航成功的神秘密码，展现海航发展的商业奇迹，领悟海航建设命运共同体的精神追求，揭示海航以“无我”为本的“大众认同、大众参与、大众分享、大众成就”理念，探究海航人的职业成长路径，剖析海航独具创新的现代企业管理方法，体现海航在全球商业管理中的学术研究价值。

“大道无形，生育天地;大道无情，运行日月;大道无名，长养万物。”

其实，企业的成长，和人类的生命、自然的发展同题同构。海航集团绘就事业蓝图，让打造全球产业链的一股股“海航干劲”，凝聚成“海航号”的原动力，便是“积德累功，慈心于物”;以做强实业推动干大事、大发展的信誉积累，以优质服务树立国际水平的行业模板，凭一个个“海航动作”，铺就“海航梦”的飞天路，亦是“天人合一，利人利己”。

而这套丛书，所探寻的，正是海航集团和海航人梯山航海的“海航密码”。君子千里同风，希望这一串“密码”能让您了解海航，并与海航共成长、同飞翔。

**企业文化建设总结报告（精选篇4）**

企业文化是企业的灵魂。笔者认为，要打造特色的企业文化，既需要长期的历史积淀，同时，也需要有专门的企业文化工作者做好策划，即要做到“虚功实做”，即结合本企业实际，做好企业文化建设考核工作。具体来说，应该做好以下几个方面。

一、要成立专项考核组织机构

要成立以企业主要领导为组长，其他领导及相关部门领导参加的企业文化建设工作考核领导小组，并在企业文化工作中心设立常设机构，负责企业文化建设考核的有关协调和落实等具体日常工作。

二、要坚持企业文化考核的原则

企业文化考核的基础原则应该坚持两点。一是增强“文化绩效”观念和“文化管理”意识，坚持规定的各项考核标准，本着“沟通、指导、督促、服务、管理、提高”相结合的原则，严格实施专项考核;二是经坚持“民主、公开、公正、公平”的原则，在统一标准、统一时间、统一考核的基础上，要根据不同情况，具体问题具体对待，在遇到特殊情况时，单独沟通与指导。

要坚持企业文化考核以上两个原则，就要做到以下几个“明确考核的目的和意义，明确考核的范围和对象，明确考核内容和基本要求”，在此基础上，做好考核结果的等级划分。

三、明确规定考核的目的和意义

对于任何一家企业来说，企业文化都是企业在长期生产、经营、建设、发展过程中所形成的管理思想、管理方式、管理理论、群体意识以及与之相适应的思维方式和行业规范的总和。因此，企业文化是企业的生产力，是企业的软实力和竞争力，是企业管理最重要的内容之一，更是企业发展的最高境界。一个没有文化的企业是没有明确方向和发展前途的企业，一个没有信念的企业是没有希望和理想目标的企业。建设并实施有效的考评机制，是更好地建设和发展企业文化的有效手段。通过社施企业文化建设专项考评，统一思想、统一步调、表彰先进、树立典型、学习榜样、凝聚智慧、激发力量。与此同时，通过实施考评，全方位地引导和鼓励广大职工积极参与企业文化建设工作，促进企业上下全面增强“文化绩效”的意识，鼓励全体职工时刻牢记并通过言行努力践行企业文化理念，永远忠于企业、维护企业利益、树立整理体形象，人人立足岗位建功立业，进一步推动企业文化建设的工作的创新和发展，推进企业的科学发展、和谐发展、可持续发展。

四、明确规定考核的范围和对象

企业文化不是某个部门的事，而是每个单位、每个部门都有责任和义务。因此，在进行企业文化考核是，要明确规定，考核的范围和具体对象是单位和职工个人。单位是指企业所属的机关部门、生产车间、辅助车间、营销单位和租赁经营实体等独立单位。在具体实施过程中，考核非机关单位的职工要达到本单位职工总数的一半以上，考核机关部门职工要达到本部门职工总数的100%。

五、要明确规定考核的内容和基本要求

企业文化建设考核工作应该有软件考核和硬件考核两个大的部分，应该考核具体内容：

主要领导要负责抓管企业文化建设工作，要有分赴窒的企业文化建设组织机构，有完善健全的企业文化建设领导小组或企业文化建设指导小组，各班组要有企业文化学习小组，并且单位主要领导负责，坚持从实际出发开展工作;

要有计划性和组织性及目的性开展工作，要根据企业的形势和任务，结合本单位的实际情况，以搞好生产经营以及其他日常工作的同时，组织职工开展企业文化教育，并且要有明确的企业文化建设年度计划，实施效果和基本总结;

企业文化工作专项基础资料要做到规范和完善，要坚持重视和加强企业文化建设专英工作的基础软件建设与管理工作，有类别齐全和记载详实的企业文化建设工作以及相关活动的台帐，相关的基础资料要做到规范、整洁、齐全;

职工要掌握企业文化基本理念的基础内容，各单位的职工特别是各级管理人员、尤其是中层以上管理人员，要能够了解和掌握企业精神、企业核算心价值观和具体内容和基本含义;

要坚持以人为本并努力实施“人性化管理”，主要领导在具体工作中要坚持尊重人、理解人、关心人、帮助人、教育人、培养人的“人本理念”，及时妥善地解决或协调解决职工普遍关心的工作和生活上的热点问题和难点问题;

要加强和谐相处与团结互助的思想教育，要通过开展思想教育、主题---等多种形式，增长率和引导并鼓励职工之间和谐相处、团结互助、减少矛盾，避免冲突，为促进企业的和谐发展打好基础;

要坚持组织开展对于职工的教育，各单位的主要领导要根据企业实际情况并结合本单位工作的性质特点，教育和培养职工增强对企业的忠诚感、对本职工作的责任感、对企业的感恩思想和回报思想教育，坚持做到上情下达，及时、全面、准确、不折不扣地向全体职工传达上级领导要求、专项会议精神和企业领导的明确要求，做到传达会议精神不走调、落实领导要求不走样，要坚持做到参加各种会议时的记录工整、全面、准确;

要做好主要领导企业文化专项述职，企业文化建设工作是各单位主要领导应下功夫抓好的重点工作之一，也是一把手工程，要把自己抓管企业文化建设的工作情况和本单位开展企业文化建设工作收到的成效、职工思想动态等，纳入到本人年终的述职报告中;

要坚持用企业文化理念来强化基础管理，在工作管理中，经坚持企业文化文化理念来强化各项管理，执行规章制度、加大约束力度，落实文化理念，提高职工素质，在树立形象、规范管理中，坚持常用组织、常整顿、常用清洁、常规东、常自律的理念和标准要求，强化对本单位生产设备现尝职工在岗工作和生活的室内外环境的维护与管理，定期整改，促进本单位内的区域环境整洁、物品摆放规范，不断推进车间管理提档升级;

要坚持教育和引导鼓励团队建功立业，各单位管理人员特别是中层以管理人员，要严格要求自己，精心履行岗位职责，敢于承担工作责任，注重从细节入手，善于发现问题、及时分析问题、准确判断问题、快速解决问题，注重身体力行、言传身教、统一团队意志、凝聚团队智慧、发扬团队精神、集中团队力量，组织和带领本单位职工围绕安全稳定生产、提质降耗、拓展销售市尝技术创新和攻关改造、节能降耗、节本增效、保护环境、新产品开发等重点，创造性开展工作，激励团队建功立业，并取得显著成效;

要坚持树立先进典型并发挥典型作用，要加强学习型组织建设，努力构建学习型车间、学习型部门、学习型班组，在积极引导和鼓励职工学技术、练业务、全方位培训人才，进一步提高职工综合素质和实战技能的同时，要善于发展和培养并积极推荐“劳动模范”、“先进工生产工作者”、“岗位技术业务能手”等先进典型，树立先进典型，弘扬正气。在日常生产工作中，要实施典型引路，充分发挥各级和各类“先进集体”、“先进个人”等先进典型的示范带动作用，注重坚持用身边的人和身边的事教育职工、激励职工，让广职工向先进看齐，做到比有参照、学有榜样、赶有标准、帮助有对象、超有目标;

要全面搞好企业形象宣传和新闻报道工作，宣传报道工作是企业文化建设工作的重要内容之一，是树立企业形象、扩大企业知名度、营造发展环境的有效途径，各单位主要领导要重视宣传报道工作，全面搞好企业的形象宣传和新闻报道，做到确定稿件质量数量标准，调动职工的积极性，搞好对内和对外宣传报道工作，积极向《烟草在线》、《中国烟草报》《中国烟草》等媒体投稿，做到多发稿，发好稿;

要强化全体职工的公民意识和责任教育，要教育全体职工充分认识到，自己既是企业的一员，也是社会的一员，既是企业的职工，也是国家的公民，各单位、各部门的主要领导在加强企业规章制度教育，引导和要求职工必须严格遵守和毫夫念头的执行企业各项规章制度的同时，要运用多种方式，进一步强化对全体职工的公民意识和责任教育，让职工更多地了解掌握并严格遵守国家的法律和法规，时刻牢记公民在法律面前应有的权利，认真履行法律规定的责任和义务，通过有效的公民意识和责任教育，引导教育和鼓励职工做遵章守法、守纪的合格职工，督促职工不违法、不犯罪，以此促进家庭和谐、岗位和谐、企业和谐、社会和谐;

要积极参加企业组织开展的各项文体活动，要在不影响生产和其他工作的前提下，结合本单位实际情况，坚持组织职工开展主题鲜明、形式多样、内容健康、积极向上、寓教于乐的文体活动，并在活动中表现突出，取得良好成绩，受到嘉奖或表彰。

考核的目的是为了进一步促进企业文化工作。因此，要做好企业文化考核的等级划分与命名工作。一般来说，企业文化建设工作整体考核宜采用等级制。总体划分为三个等级，即初级、中级、高级，命名分为三个档次，即达标、创优、示范，可分别命名为“企业文化建设工作达标单位，企业文化建设工作创优单位和企业文化建设工作示范单位”。同时，被评为“企业文化建设工作示范单位”的主要领导可评为“企业文化建设工作示范单位”的主要领导可评为“企业文化建设先进工作者”。对于出现安全生产事故或者职工有违法犯罪的单位，实行“一票否决”制，单位不能被评为“企业文化建设工作示范单位“，单位的主要领导不能被评为“企业文化建设先进工作者”。

六、要明确考核的程序方式方法

在考核程序上，要按照考核范围的对象的相关规定，按照“机关先行一步、领导带头示范“的主要思想，在实施专项考核时，先考核企业机关各部门，后考核企业生产车间、生产辅助单位等非机关单位;在考核各部门、各单位时，要先考核各部门、各单位的领导班子成员，特别是单位主要领导，最后依次考核机关各部门的工作人员、非机关各单位的管理人员和各岗位的一般职工。

在考核方法上，负责考核的部门，每年在时间断限上采取半年和年终两个阶段实施“对标考核“，负责考核的部门在半年和年底前两个时间到各单位考核一次，年终为总体考核与评价，要协调召集并组织相关成员单位人员联合组成“年终考核小组”，在年底前全部完成，并及时向企业文化建设工作领导小组以及考核领导小组汇报年终考核与评定总体情况。主要采取“实地查看、没试考评、现场问答、思想调研、听取介绍”等方式方法，要做到专项考核有理有据，实实在在。同时，要做到及时采取书面形式，以书面形式及时准确统一通报各单位的考核结果。

七、要突出企业文化考核结果的作用

企业文化建设考核结果要发挥其作用，必须突出其地位。应该包括以下几方面：

应该作为企业绩效考核的依据。企业应对各单位的文化绩效考核与经济挂钩，纳入企业对各单位的绩效考核，由“企业文化建设工作考核领导小组”及时向企业管理部门报送各单位的考核结果，给予加减分。

应该作为各单位各部门参与评选“先进单位”、“先进集体”等“选优评先”的参考依据。对于企业文化建设工作达不到中级标准的，不得参与“选优评先”。

应该用于人事任免参考。应该把有关主要管理人员的“企业文化绩效”考核结果作为企业聘任或解聘各级管理人员的参考依据之一。

应该用于企业表彰奖励。

根据相关规定，在企业的“企业文化建设工作会议”上，对“企业文化建设工作示范单位”和“企业文化建设先进工作者”给予表彰奖励。

**企业文化建设总结报告（精选篇5）**

一、企业文化的概念

企业文化是企业员工在从事商品生产和经营中所共同持有的理想信念、价值观念和行为准则，是外显于厂风厂貌、内隐于人们心灵中的，以价值观为核心的一种意识形态。

对于企业文化的概念，还有多种不同的见解和表述：

1、美国学者约翰·科特和詹姆斯·赫斯克特认为，企业文化是指一个企业中各个部门，至少是企业高层管理者们所共同拥有的那些企业价值观念和经营实践。是指企业中一个分部的各个职能部门或地处不同地理环境的部门所拥有的那种共同的文化现象。

2、美国哈佛大学教授特伦斯·迪尔和管理顾问艾伦·肯尼迪认为，每一个企业——事实上是每个组织——都有一种文化。无论是软弱的文化还是强有力的文化，在整个公司内部都发挥巨大的影响。 企业文化包含五种因素：企业环境、价值观、企业英雄、风俗和礼仪、文化网络。

3、清华大学教授、著名经济学家魏杰先生在其所著《企业文化塑造》一书中，给企业文化的一个定义是：所谓企业文化，就是企业信奉并付诸于实践的价值理念。也就是说，企业信奉和倡导，并在实践中真正实行的价值理念，就是企业文化。

4、中国社会科学院工业经济研究所教授刘光明先生认为，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本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、文化环境、企业产品等。其中价值观是企业文化的核心。

5、企业文化是企业特有的，是企业在长期发展过程中逐步积累、提炼出来的，是任何其他企业无法模仿的，一种开放的、积极向上的企业文化是现代企业发展最需要的，它是企业核心竞争力的重要因素。

6、《辞海》（上海辞书出版社，1988年）对企业文化定义为：企业文化，是企业在生产经营实践中形成的一种基本精神和凝聚力，以及企业职工共同的价值观念和行为准则。

综合对于企业文化的一些著述，联系自己的工作实践，作者对企业文化概念的狭义理解是：企业文化是企业员工在当今激烈的市场竞争中，为求得企业和自身生存、发展，所共同持有的精神动力、价值理念和行为准则。企业文化属于社会意识范畴，是一种意识形态，价值观体系是企业文化的核心。企业文化不止于企业领导提倡、宣讲的价值理念，真正起作用的是得到员工理解、认同，从而心悦诚服地执行的价值理念。企业文化通过企业独有的形象体现于外。

二、企业文化在现代企业管理中的地位和作用

随着经济全球化、信息化的进程，人类已从传统的农业经济、工业经济过渡到知识经济时代。全球市场竞争日趋激烈。中国改革开放日益扩大、深化，取得了举世瞩目的巨大成就。中国将争取到20\_\_年建立起比较完善的社会主义市场经济体制。中国当前发展处于可以大有作为的重要战略机遇期。

在这样的时代背景下，全球经济竞争主要是科学技术的竞争，而科学技术来自于人才。国家提出以人为本、人才强国发展战略。按照现代“人本管理”的观点，人的主动性、积极性、创造性的发挥，不仅取决于物质激励，而且还取决于精神激励，而企业文化正是作用于人，给企业全体员工以精神动力。企业管理从传统的经验管理到20世纪初的科学管理是第一次飞跃；从科学管理到文化管理是企业管理顺应生产力发展的第二次必然飞跃，是现代企业管理的必然趋势。

实际上，跨国公司和各国企业都有自己的企业文化，并且杰出的企业有着强有力的企业文化。例如，国际企业IBM公司的最佳服务精神，三星公司的人才第一精神，松下公司的员工是企业的主人翁的公司文化，3M公司的开拓创新精神；中国华为司总裁任正非先生提出的“狼性”文化，蒙牛集团公司总裁牛根生先生的“做人要讲为人之道，做企业要讲经营之道”的文化理念，海尔公司真诚到永远的诚信文化，荣事达集团的和商理念。

2.1 企业文化在现代企业管理中的地位

企业文化在现代企业管理中处于战略地位。企业首要领导和高层管理、中层管理、基层管理，企业各管理部门经理、主管，企业一线员工，都应承担起企业文化建设的任务，实现企业文化建设的目标，以先进企业文化推进企业发展。

1、企业文化是企业生存、发展、走向强大的长远性、全局性、根本性的问题，是企业发展的内在驱动力。

2、第二次世界大战后，日本经济在战争的废墟上迅速崛起现象，经过美国学者对日、美两国经济、技术和管理的比较研究，发现日本企业成功的关键在于出色地将现代技术和管理方法与本国的文化传统结合起来，形成员工的价值观，激发了人员的积极性。

3、哈佛大学教授约翰·科特和詹姆斯·赫斯克特在《企业文化与经营业绩》一书中论述：企业文化对企业经营业绩有着重大的作用。具有重视所有关键管理要素（消费者要素、股东要素、企业员工要素）、重视各级管理人员的领导艺术的公司，其经营业绩远远胜于那些没有这些企业文化特征的公司。在11年的考察期中，前者总收入平均增长682%，后者则为166%；企业员工增长前者为282%，后者为36%；公司股票价格增长901%，而后者为74%；公司净收入增长为756%，而后者仅为1%。

4、现代世界各大公司重视建设自己的企业文化，形成核心竞争力。瑞士洛桑国际治理学院（IMD）对企业治理竞争力与其子要素（生产效率、劳动力成本、公司业绩、管理效率、公司文化）的相关系数研究显示，公司文化与企业治理竞争力的相关系数最高，为0.9191。文化管理是企业管理的新趋势，文化制胜是企业竞争战略的必然选择。

5、先进的企业文化是企业的强大凝聚力，推动企业走向兴旺发达。对于企业长期经营业绩具有负面作用的企业文化客观存在。不重视文化建设的企业，在发展过程中会遇到“瓶颈”阻力。

6、国际企业从事跨国经营、多国经营，要求具有跨文化意识，进行跨文化管理。

2.2 企业文化在现代企业管理中的作用

企业文化在企业中的作用是客观存在的，不管企业自觉不自觉，重视不重视。事物有其矛盾着的两个方面，企业文化可以对企业发展起到积极的促进作用，我们称之为优良的企业文化；企业文化还可以对企业生存、发展产生不利影响、负面作用，我们称之为劣性的企业文化。

企业的主流文化——优良的企业文化作用有：

1、导向作用。企业文化能够把员工个人目标引导到企业目标上来，使员工个人目标与企业目标尽可能一致，统一员工的思想和行动，形成合力。

2、约束作用。企业文化对企业员工的约束作用有两种，硬约束和软约束。硬约束是企业规章制度对员工的约束作用，是对员工的基本要求，它明确、刚性。软约束是企业价值理念对员工的约束作用，是更深层次的约束，是对员工的更高要求，它也应是明确具体的，具有柔性特点。

3、激励作用。深得人心的、有生命力的、先进的企业文化，能够激发员工强烈的使命感、责任心和高昂的工作热情。如果企业文化目标激励使员工目标明确，企业文化氛围使员工感到心情舒畅，那么员工会工作积极性高，员工实际能力能够得到充分发挥，为企业和自己创造出应有的工作绩效；并且员工会积极向上，自觉学习，开发自己的潜能，不断提升工作能力。

4、凝聚作用。企业是一个整体系统，必须协同作战。企业的每一位员工要有团队精神，上下左右和谐共处、精诚合作。企业文化的凝聚作用能够把来自不同地区、具有不同背景、动机和目标追求的人员团结在一起，大家相互依存，为共同目标——企业目标的实现团结协作、紧密配合、努力工作。

5、形象塑造作用。企业文化通过企业独有的形象体现于外，优秀的企业文化不只为社会带来经济成果，而且为社会创造精神财富，是对社会精神文明的贡献。优秀的企业文化塑造企业的优秀形象，赢得社会公众的赞誉和用户、消费者的忠诚，提升企业知名度，提高企业市场竞争力和企业产品的市场占有率，对于企业的品牌、声誉是至关重要的，而品牌、声誉是企业的宝贵无形资产。

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