# 企业文化简短总结

来源：网友投稿 作者：静默星光 更新时间：2024-07-20

*企业文化简短总结汇总5篇不知不觉中一个快乐有趣的活动又告一段落了，这次活动让你有什么启发呢？感觉我们很有必要对活动情况做一下总结。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简短总结，欢迎大家借鉴与参考!企业文化简短总...*

企业文化简短总结汇总5篇

不知不觉中一个快乐有趣的活动又告一段落了，这次活动让你有什么启发呢？感觉我们很有必要对活动情况做一下总结。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简短总结，欢迎大家借鉴与参考!

**企业文化简短总结精选篇1**

企业文化是单位的灵魂。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”，结合本队实际，做好企业文化建设工作。具体来说，应该做好以下几个方面。

一、成立专项组织机构

领导参加的企业文化建设工作领导小组，并在企业文化工作中心设立常设机构，负责企业文化建设有关协调和落实等具体日常工作。

二、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，先考核单位机关各部门，后考核项目部，在考核各部门时，要先考核各部门的领导班子成员，特在考核方法上，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。

三、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。

**企业文化简短总结精选篇2**

前不久，我在某报上读到这样一则消息：“海尔”人在接待参观者的整个过程中，主人总是坚持面朝着参观者边倒行边介绍情况，许多参观者对这种“倒行工作法”费解，时常有人问：“你们这样做是不是有点难受?”但听到的回答却总是一样的,“面对你们是一种尊重”。大家知道，海尔集团是在海内外享有盛誉的大型国际化企业,“海尔”之所以能快速成长为企业巨人，关键因素就是因为它锤炼形成了富有自身特色的企业文化，并且使之在职工心中深深地扎了根，不断开出芬芳的花朵，结出丰硕的果实，焕发出源源不断的生机和活力。“海尔”现象及其培育的企业文化已成为许多专家、企业关注和研究的焦点，成为人们前进的路标和旗帜。

说到这里也许就会有人问：企业文化真的有那么神奇吗?到底什么是企业文化呢?专家已经给出了定义：企业文化是企业在长期的生产经营活动中创造的具有企业特色的物质财富和精神财富的总和，它对外是一面旗帜，对内是一种向心力，是企业的灵魂和持久动力。企业文化包括精神文化、制度文化和物质文化。其中，精神文化又称企业理念，是企业文化的精髓，处于核心地位。

那么，企业文化有多神奇呢?海尔集团首席执行官张瑞敏指出，你可以毁掉海尔，但你毁不掉海尔文化。正象一位会再哲人所言，今天你听到可口可乐被火烧尽的消息，明天就造一个新的可口可乐，因为有可口可乐的文化在。可见，企业文化对企业以及企业员工的影响是深远的，它的魅力是无穷的。

我们信用社是经营货币的特殊企业，同样需要有自己特色的企业文化，如果站在金融业风险和竞争的角度，我们信用社不仅需要企业文化，而且迫切需要。如果缺乏了企业文化，我们信用社的经营管理就失去了灵魂，失去了发自内心的动力和追求，就仅仅是只具备外表，而缺乏内涵和活力，如果要说有活力，也难以持久保持。可令人遗憾的是，我们信用社的企业文化建设基本上还停留在表层和初始阶段，还停留在感性和模糊的认识上。那什么是信用社的企业文化?我们应该怎样建设?这一问题我思索了很长时间，而且我相信，它同样也困扰着我们每位信合员工，更需要我们每位信合员工用自己的智慧和心血来浇铸。那么，如何塑造我们信用社的企业文化呢?

我认为，首先要坚持“以人为本”，塑造学习型的企业文化。一是要优化用人机制。21世纪的竞争归根到底是人才的竞争，谁善于经营人才，谁就是最后的胜利者。因此我们信用社必须改革用人机制，真正做到“能者上，平者让，庸者下”，建立“任人唯贤”的用人文化;二是要建立科学合理的激励机制。只有建立一套科学合理的激励机制，客观公正地评价员工的价值创造力，才能充分调动全员参与企业活动的积极性和创造性;三是要创建明确、具体、富有强大凝聚力的目标价值导向机制，把信合员工的意志和行为引向同一个方向和目标，使大家心往一处想，劲往一处使，力往一处用，使员工之间产生共同的语言，共同的荣辱感，共同的责任心，从而增强信用社的凝聚力和向心力，增强员工的使命感和归属感，从而不断提升信用社的经营管理水平和经济效益，打造全新的农信品牌。

其次要围绕服务和创新，强化具有自身特色的经营理念。一是优秀的企业文化必须具有鲜明的个性，如：海尔集团的服务理念是“顾客永远是对的”。也就是说，顾客的需求是没有错的，那么，企业永远都要为满足顾客的需求而不断的创新，这样才能使企业保持旺盛的生命力。作为服务“三农”的信用社就要围绕“农”字做文章，切实要把农户利益放在首位，不断创新服务手段，继续引深“小额信用贷款”和“农户联保贷款”这些新的金融产品，来满足农户对金融服务的需求，从而培育自身的客户市场和黄金客户群;二是规范服务行为和服务质量。我们要树立“以质量求生存，以服务求发展”的意识，对客户实行“一条龙”服务、“承诺限时”服务和“一站式”服务，不断加固和延伸服务文化半径，用微笑服务，文明服务撒播大街小巷，温暖千家万户，让农民得到实实在在的方便和实惠;三是以创建“信用户、信用村、信用乡(镇)”为载体，营造一种“讲信用光荣，不讲信用可耻”的社会氛围，进一步加深信用社与农民之间的感情，从而实现社农双赢。

最后，我们还要着眼大局，小处入手，稳健和谐地推进企业文化建设。我们加强企业文化建设的目的就是要在信用社形成以精英团队塑造企业文化，以企业文化培养优秀员工，以优秀员工创造管理品牌，以管理品牌推进规模发展，以规模发展追求企业效益，以企业效益凝聚优秀人才的良好企业文化。但是我们信用社的企业文化建设是一个循序渐进、逐步升级的过程，只有基础做好了，才能一步步地向前推进，不能操之过急，更不能有“米不够水来凑”的想法，而应该从点滴做起，从一个亮点、一个窗口、一声问候中来致力于信用社的服务宗旨、价值观念和文化道德的弘扬，一旦孕育出真正的信合文化，我们的信合事业将乘千里风破万里浪，成为一艘能够抵抗风浪勇往直前的航船。

**企业文化简短总结精选篇3**

通过对奥凯航空公司企业文化理念体系学习，收获是颇多的。我的体会是要始终坚持奥凯航空公司 “以人为本”的管理核心。以人为本的奥凯，新奥凯的成功由员工创造，新奥凯的成果与员工分享;奥凯的文化要求员工能够和谐工作，快乐工作;新奥凯正在打造一个企业与客户、员工、公众和股东五者之间的“命运共同体、利益共同体和事业共同体 ”。

有人这样说，一个企业应是一所学校、一支军队和一个家庭，这种比喻确实有其道理，他告诉我们一个企业要拥有一个能使自己的员工能通过学习，不断提高自身素质的环境，这也许是企业人才来源的最好的途径。首先我们应该认识到，什么样的人才是企业优秀的人才?一个企业的优秀人才，应该是深知企业的文化，在思想上能有机地溶入企业的文化中成为一个整体，同时具备能创造性地、出色地完成本职工作的能力，特别是前者尤为重要。

来到奥凯航空公司就职，我们每个人都有一种期待：希望通过自身的奋斗来实现自我价值，同时获得合理公平的回报。这种回报不仅仅是物质上的，而且也包括精神上的。

以人为本，企业与员工共成长，才能让团队拧成一股绳，发挥出最大最好的效应。一是营造互尊互爱、坦诚包容、诚信和谐的组织氛围，不因国籍、种族、地域、性别、婚姻等而歧视员工。二是提供健康、卫生的工作环境，预防和减少职业病和其他疾病对员工的危害，通过各种方式各种途径提高员工生活水平。三是完善全员、全方位、多层次的员工培训体系，搞好各种类型的专业培训、管理培训、技能培训和资格培训，提高员工业务技能和素质能力，促进员工职业生涯发展。四是建立健全激励机制，完善人才发展通道，为人才提供各种成长的机会和发挥价值的平台，使人尽其才，使员工在为企业创造价值的同时，成就个人事业。五是完善利润分配机制，让员工持续分享企业经营成果。

我们在工作的过程中应该贯彻“以人为本，与员工共成长”的原则，而不是把它当成一种口号，而是把它切切实实地融入到具体的工作和公司的经营活动中。“以市场为导向、以客户为中心、以服务创品牌”这是奥凯公司的企业文化的一种体现，以服从组织、团队合作、责任敬业、诚实守信和自我批判等的企业价值观和文化为依据，这种文化与管理，是公司发展过程中多年经验的积累与沉淀，是公司人集体智慧的结晶。

一个拥有优秀文化的企业，在今后的市场竞争中，才可能得以生存和发展，其资本才可能不断增加，而且成为真正有价值的资本，否则，再多的资本也不过是一堆废纸，因为它会在今后的市场竞争中逐渐丧失。公司的企业的文化是开放的、包容和不断发展的，所以只要我们继承这种文化，并将其发扬光大，集体团结一致共同奋斗，我们有理由相信奥凯的明天会更好!

**企业文化简短总结精选篇4**

近年来，企业文化对企业发展的促进作用愈加明显，我企从开始注重企业文化建设，不断加强企业文化理论研究和实践研究，特别是加强对企业文化模式的认识和研究，把企业文化建设提到一个新高度。着力塑造出差异化的企业文化壁垒，顺应时代的潮流，迎接挑战。

一、企刊的创办标志我企文化建设良好开端

《企业文化建设新天地》是我企内部员工策划、组稿、进行版面设计等完成，而这不光是给内部的同事欣赏，更重要的，也是对外的很好的宣传窗口。首先其以企业报纸为载体，大力我企的新闻及发展的动向，使企业工作有目标，努力有方向。另外，它是我企的一张“金名片”，对外是企业形象的重要宣传资料，有利于扩大企业对外宣传，树立公司良好形象，正确地弘扬了企业文化建设。通过对好人好事的宣传报道，鼓励先进，鞭策后进，弘扬正气、打击歪风邪气，使企业员工心往一处想，劲往一处使，凝聚人心，有力地推进企业各项事业的发展，《企业文化建设新天地》不仅标志着我企文化建设事业的良好开端，同时也奠定了我企文化建设的美好明天。一方面做到了上情下达，迅速准确地传达集团公司党组领导、企业领导的战略思想和意图，起到“喉舌”的作用，把方针政策交给职工，同时又要下情上达，反映基层的进展情况，为领导工作提供参考。使之成为与客户沟通的平台、当好沟通领导与职工关系的桥梁和纽带、发掘不同企业文化中的先进内核，促进企业文化融合与发展。

二、新的领导为企业文化建设注入了特色活力

时下，领导的到来，为我企文化建设注入了亮丽的色彩和新鲜的血液。一些创新性的观念的引入使我们企业拥有了发展的不竭动力，使我企如虎添翼。坚持在继续中创新，在创新中发展是我企前进的动力和原则。领导的理念企业的体制创新、组织创新、技术创新、治理创新迈上了新的台阶，从而塑造出了具有浓郁时代特色和鲜明个性的企业文化。

三、企业报为我企文化营造出了冲击力和影响力

以前我们没有宣传企业形象的专业报纸，现在我们有了企业报，企业形象是企业的形象、品牌、社会信誉等因素成为一个企业赢得顾客、增强竞争力的法宝。成功的医药企业无不重视企业形象塑造和推广，无不具有良好的企业品牌形象。现代我们企业已经意识到，良好的企业形象设计、优质的产品、优良的服务体系等方面在企业发展中所起到重要作用。在注重视觉识别系统的设计和推广方面，我们开始设计商品风格等；我们的企业报纸不断把企业的外层文化传播到广大消费者和社会公众中去，开始全方位塑造企业形象，提高企业品牌的知名度，形成具有鲜明特色的文化内涵、拥有相当市场影响力的企业信誉、形象和品牌。

四、企业文化建设使企业管理提高

企业文化使得我们的管理更加的趋于人性化，作为以人为中心的管理，我们制定科学规划，把员工职业生涯规划与企业规划有机结合起来。尤以员工积极性的激发为重点。关注员工成长一直我们企业建设确确实实贯彻着的一项工作，而其中最明显的一条是把员工的个人职业生涯的规划同企业的发展相结合，充分挖掘了员工个体的主动性，使员工潜能得到有效地开发。

五、企业文化建设过程中的思考及建议

我们要重视职工道德教育。以企业职业道德规范，营造以德服人、量才录用的文化氛围，扮演文化关怀大使的角色，使职工接受、认同和内化企业的职业道德规范，适应竞争，适应与时俱进的社会，调整自身定位，投入企业新的发展进程，增强企业的亲和力和感召力，推动企业发展。

当然，目前在企业文化建设中也存在一些不容忽视的问题，如思路较窄，缺乏个性、内涵浅薄、新意创意较少，影响了企业文化功能的发挥。因此，今后我们企业文化建设应多些理性，避免盲目性；多些全局性，避免局限性；多些规范性，避免臆想性；多些创造性，避免模式化，从而使企业文化建设向着规律性、目的性、时代性的理性化方向发展，但愿我们企业的文化更加灿烂，更加美好！最后，祝愿我们的企业文化建设朝着更加美好的方向发展，发挥企业文化宣传的特殊作用，建立与客户、员工的良好互动关系。

**企业文化简短总结精选篇5**

企业文化的作用在哪儿说到底，恐怕在于提高企业的品位、提升员工的素养。这就要求企业文化要重“三品”，即品质、品格与品行。

企业文化的品质，主要体此刻企业的价值理念。价值理念即价值观。价值观是个“总开关”。它不仅仅反映一个企业立身处事的信念、倾向、主张与态度，而且对企业起着行为取向、评价标准、评价原则和尺度的作用。企业的这种价值理念，用通俗的话讲，就是企业要奔向哪儿、目标是什么员工要成为一支什么样的队伍、愿景是什么这是一个企业发展的“纲”。只有纲举，才能目张;只有企业品质好，才能经得起风吹浪打，耐得住时光磨砺。

企业文化的品格，主要反映在企业的精神支撑。精神支撑即企业的精神。精神是一种意识。意识不仅仅能反映客观世界，而且能反作用于客观世界。所以，精神具有能动性，其表此刻于有活力，即“龙马精神海鹤姿”;其本质在于能超越，即“今胜于古，后胜于今”;其最高境界在于“与天地合一”，即人与自然和谐共处，企业发展与“绿色”共行。企业的这种精神，源于企业走过的路，发展于企业正在走着的路，同时，又激励着企业将要走的路。这种精神，是一个企业的品性风格，体现着一个企业的精气神，预示着一个企业的明日兴衰。

企业文化的品行，主要彰显在企业的行为规范。行为规范即企业员工行为的准则或原则。无疑，作为企业的一名员工，既有其传统的行为或遗传的行为，又有其情感的行为或即时的行为，更应有其目标的理性行为或价值的理性行为。要保证企业既定目标的实现，就就应制定并遵循目标的理性行为规范;要保证企业价值理念的实现，就就应规定并执行价值的理性行为规范。这种目标与价值的理性行为规范，既表此刻立身处事上，又表此刻行动举止上，还表此刻姿态风度上。这种行为规范，是企业价值的心灵取向，是企业心灵的外在表现，是企业要达目标的理性选取。

要使企业文化的品质、品格、品行得以实现，仅仅靠知晓并提出企业的价值理念、精神支撑、行为规范还不够，务必要有相应的方式方法。这个方式方法，不是靠让广大员工死记硬背某些提炼出来的概念、条文，而是要让广大员工理解并能自觉执行这些理念、精神与行为要求。要做到这一点，员工最喜闻乐见的是靠大家“化”大家，即从员工中挖掘出典型案例、提炼出典型格言，从而用讲故事的方法、用员工格言的方式使价值理念形象化、精神支撑口语化、行为规范具体化，以到达用身边的事教育身边的人、用身边的人提升身边的事的效果。

这种方法，就如伟大领袖毛泽东同志讲的《为人民服务》、《纪念白求恩》、《愚公移山》三个故事，靠张思德、白求恩、愚公三个典型，宣传并普及了中国共产党人全心全意为人民服务的价值理念，对工作极端负责、对人民极端热情的青于竹、翠于松的品格和“下定决心，不怕牺牲，排除万难，去争取胜利”的行为准则;这种方式，还似上世纪六十年代大庆油田的铁人王进喜喊出的格言“石油工人一声吼，地球也要抖三抖”那样，短短一句话，浓缩万千情，展现出的是中国石油工人不畏困难、敢于胜利的大无畏气概。这种“故事+格言”的方式方法，是普及企业价值理念、张扬企业精神支撑、深化企业行为规范的一个行之有效的好方法。

企业文化的品质、品格、品行，一言以蔽之，是企业的品位。企业是一个经济组织，同时，作为社会上的一个单位，又能够说是一个社会组织。是经济组织，就要赚钱。赚钱要有道。黑心钱、昧心钱不仅仅不能赚，还要与之作斗争。是社会组织，就要负责。不仅仅对企业内的员工负责，还要对与之关联的供货商、分销商、社区负责，更要对养育自己的消费者和使自己安身立命的国家负责，做到既要承担好公认的职责，又要勇挑各方期盼的职责，从而使企业“不摇香已乱，无风花自飞”。也就是说，透过重企业文化的“三品”，不仅仅使企业强，更使企业“香”，且香“飞”千里，行得远、走得久。

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