# 新创企业文化建设的四大误区

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2024-08-26

*新创企业文化建设的四大误区 新创企业应该进行企业文化建设，也能够成功地进行企业文化建设，这应该是没有疑义的。但是，新创企业的企业文化建设也容易陷入一些误区，使这些企业不仅不能从企业文化建设中获益，还要受到损失。 误区之一∶企业目标非企业...*

新创企业文化建设的四大误区

新创企业应该进行企业文化建设，也能够成功地进行企业文化建设，这应该是没有疑义的。但是，新创企业的企业文化建设也容易陷入一些误区，使这些企业不仅不能从企业文化建设中获益，还要受到损失。

误区之一∶企业目标非企业化什么是企业目标或要办成一个什么样的企业，对创办企业的人来讲应该是一个最基本、最简单不过的问题了。然而，许许多多的企业之所以失败，就是因为没有把这个问题解决好。许多企业由于办企业的目标不明确或不正确，所培育的企业文化也就表现出种种问题。

企业文化的培育在很大程度上取决于企业主要领导者的价值观和职业素质，在社会价值取向日趋多元的今天，如果企业主要领导者没有承担风险，贡献才智，创办一流企业的强烈责任感，忽而想从政，忽而想经商，忽而想著书立说作名流，忽而想谋个高薪职位吃安稳饭，那么，企业就不会有长远的值得全体员工共同奋斗去实现的目标。因此，对于新创企业而言，尽管企业规模不同，行业各异，若想建设好自己的企业文化，领导者至少要在守法经营、产业报国等这些基本问题上“思无邪”，方能不陷入偏离企业目标的种种误区。

误区之二∶企业精神缺少个性化

企业精神是企业文化的精髓，能够根据本企业的特点，概括、提炼出本企业所特有的企业精神，不但能对内激励员工的工作热情，对外也能提升企业形象，有利于企业的长远发展。

现在，关于企业文化的理论不断推出，而我们却看到为数不少的企业提不出自已的企业精抻，或者勉强提出几条，也是套话、空话，诸如什么“团结”、“奋进”、“拼搏”、“进取”之类的豪言壮语，千厂一面，让人看不出企业的个性。像这样口号式的企业精抻，不仅对内起不到激励职工的作用，还暴露了管理层的肤浅、懒惰、不求甚解或附庸风雅的消极面。

什么样的企业精神具有个性化特点呢？同仁堂是驰名国内外的中药生产、开发、经销企业，是有数百年历史的中华老字号，该企业中有着悬挂数百年的警言∶“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢省物力”、“修合无人见，存心有天知”。这两蝠对联，不仅对仗工整，有神韵，有正气，具有传统文化色彩，而且极符合中药配制中的行业特点，几百年来，对同仁堂天下闻名的质量至上意识的形成起了重要作用。尽管当时还没有关于企业文化的理论，但谁能不认为这是提炼企业精神的成功案例呢。

对于一个企业来说，能不能及时形成自已积极向上的有特色的企业精神，取决于两方面的努力∶一是领导层能不能认真研究企业文化，及时总结出本企业的企业精神；二是员工能否认同这种企业精神，并体现在行动中。在这方面，新创企业容易陷入的误区就是自己提出的企业精神缺少特色，或是说非个性化。

误区之三∶形象设计形式化企业形象是企业文化的外在表现。

良好的企业形象可以使企业在社会上迅速获得声誉，对开拓市场、搞活经营大有裨益。国外专家还形成了进行企业形象系统设计的理论，即CIS系统设计理论。按照这个理论，企业形象可按理念识别、行为识别和视觉识别这三大系统去进行设计。麦当劳连锁经营店，以其独特的店面风格、员工服务内容和产品加工营销体系，从美国一家普通的快餐店发展成知名度极高的跨国公司，成为被人津津乐道的CIS系统设计的经典案例。

但是，是否每个企业特别是新创企业都应该像麦当劳这样从里到外地进行彻底包装呢？显然不是。进行企业形象设计，必须根据企业的行业要求、区域文化、企业实力、时代特点等决定设计的总体方案，在这里，切忌不顾企业自身情况，陷入形式化的误区。

现实生活中，企业想靠包装、炒作求发展而最终失败的例子很多，即便少数企业一时炒作成功，如秦池酒、爱多VCD等，但由于没有真正的有竞争力的产品作后盾，也会迅速陨落。一些企业以企业形象策划、设计为业，会有意无意夸大形象设计的作用，但企业自已一定要头脑清醒，特别是新创企业，一般承受不了太大的冲击，万不可在企业形象设计上陷入形式化的误区，以免求虚名而受实害。

误区之四∶文化建设清谈化20世纪八九十年代，出现了世界范围的文化热，企业文化也是在这个大背景下产生、发展的。我们引进了企业文化理论，不但对我们理解企业有益，从某种角度讲，对理解社会，理解文化，理解历史都有益。正因如此，我国对企业文化研究有兴趣的，除了研究企业管理的人，还有研究哲学、社会学、历史学、心理学等方方面面的人。这一方面使我国的企业文化研究内容比国外可能更丰富，但另一方面也容易使我国企业文化研究产生某种脱离企业实践的“清谈化”、“玄学化”偏向。

对于研究者来说，雅好清谈，崇尚玄学，或者问题不大，至多不过是个人研究方向是否符合社会需要的问题，而对企业领导者来说，如果以为搞企业文化建设就是花很多时间和精力去弄清楚这些问题，去记住这些名词，以便能在各种场合谈论企业文化，就大错而特错了。企业领导人重要的任务是要在自已的企业中缔造出一种能使企业健康发展的企业文化，而不是侈谈外国的企业文化，或国内某些知名企业的企业文化。企业文化理论就好比生活中的许多格言，成熟的人会按它办事，却不会以背诵、谈论为能事，否则，就是步入了误区。

上述企业文化建设中的误区，对企业特别是新创企业的危害极大，有必要在积极推进社会主义现代企业文化建设的同时，提醒企业领导者远离这些陷阱。

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