# 2024年企业文化年度计划 公司企业文化计划(7篇)

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-10-06

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。企业文化年度计划 公司企业文化计划篇一1、创元集团的企业文化建设工作计划...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇一**

1、创元集团的企业文化建设工作计划，创元集团的文化理念；

2、苏州旅游业及宾馆、饭店业现状和发展方向；

3、胥城大厦的发展战略规划和基本思路；

4、胥城大厦的主业及延伸产业、多元化产业发展现状；

5、苏州地域传统文化。

实施文化营销、文化服务、文化管理等战略，打造胥城文化核心竞争力。

1、适应性：适应创元集团的企业文化建设规划、适应苏州旅游业发展趋势，适应胥城大厦发展规划；

2、可操作性：本规划是胥城大厦的中长期发展规划的组成部分或分解，能指导胥城大厦创新建设企业文化的实施；

3、创新性：体现胥城大厦的发展、优良传统、地域文化、行业特性、专业化服务等特点，形成胥城的个性；

4、导向性：能结合实际，指导和引导胥城大厦的经营、管理、服务等工作有效的开展；

5、先进性：能最大限度的引导、激励员工自觉和积极参与企业文化建设活动，促进企业文化建设和员工的发展实现双赢的格局。

1、20xx年：

（1）系统性地挖掘、总结、提炼形成胥城大厦的文化理念；基本做到管理制度与文化理念相适应；胥城文化理念和创元集团的文化理念相适应，把创元集团的管理理念输入到胥城大厦，实施胥城文化的整合，同时向社会各界利益相关者展示胥城先进的管理理念，创建文化的强势品牌。

（2）实施文化营销战略，策划“情满胥城迎世遗”等主题活动，在全国相关媒体、苏州报纸或网络媒体进行展示、宣传，形成社会传播效应，提升胥城的良性知名度和社会影响力，对胥城大厦营业收入的提升形成贡献。

（3）逐步赋予员工办公、生活等环境以胥城文化内涵。

（4）编发《胥城文化手册》；内容主要包括：发展历史、文化理念、胥城之歌、员工职业行为规范、员工社会行为规范、徽标及其解释、英雄生平介绍、优秀员工名录、服务案例、优秀员工典型事迹、社会知名人事下榻胥城的场景、获得的主要荣誉、大事记等。

（5）成为创元集团的企业文化建设先进单位。

（6）在评比最佳员工（范围扩大到包括临时工等）的基础上，开展最佳师傅的评比、进步最快新员工的评比。

2、20xx年：

（1）文化理念的培训和文化理念的故事化相结合，使广大员工能主动接受胥城文化理念并按文化理念的要求去工作，员工精神面貌有明显提升。

（2）策划一项具有文化内涵、促进品牌推广和营业收入提升的主题活动。

（3）实施“社会性员工职业生涯发展规划”。

（4）规范、渐进式的实施vis的应用部分；改善员工生活环境。

（5）成为苏州区域内企业文化建设有影响力或“排头兵式”先进单位。

（6）开展最佳员工、最佳师傅、进步最快新员工等的评比。

3、20xx年：

（1）继续开展理念故事化的培训工作。

（2）将文化理念指导企业管理制度的规范性和创新性的完善工作中去，行为文化和制度文化得到提升和展现。

（3）策划一项具有文化内涵、促进品牌推广和营业收入提升的主题活动。

（4）在全国饭店业范围里，胥城企业文化建设的成效要形成影响力。

（5）在苏州建设健康城市的活动中，健康宾馆达标；员工宿舍实行宾馆化管理、舒适、温馨。

（6）开展最佳员工、最佳师傅、进步最快新员工等的评比。

1、建立健全企业文化建设的领导机构和管理职能部门：

（1）成立企业文化建设指导委员会，成员包括高层领导、部门经理等。

（2）设立企业文化建设工作小组。

2、制定分年度的实施计划，循序渐进，不断创新和提升。

3、开展培训工作，不断提高全员对企业文化的认识：

（1）对高层领导、各部门、机构的负责人，主要开展领导在企业文化建设中的领导、示范作用、如何把企业文化建设同企业的经营服务管理活动相结合的观念和技能的培训。

（2）对全体员工的企业文化培训主要是胥城历史和传统文化、企业文化的基本知识，加深对胥城文化理念的理解和自觉接受、履行。

（3）对企业文化中心和分之机构具体企业文化职能部门的人员的培训，主要创新建设企业文化的技术和技能等方面的培训。

（4）有选择地组织或参加有关企业文化建设经验交流活动，互动交流和学习。

4、发掘和培植先进典型，树立样板：

（1）三年内有一人评为“苏州市十佳蓝领”。

（2）三年内有三个班组评为市一级的优秀班组。

（3）三年内有三人被评为创元集团先进员工。

（4）内部先进人物的评比和表彰活动：每年产生两名胥城大厦“形象大使”、每年产生一名“金钥匙员工”、每年评选出“十佳员工”、最佳师傅、进步最快新员工等。

5、文化理念在适当时候进行梳理和补充、丰富：

现行提倡的文化理念是公司的一笔宝贵财富，具有相当时期的指导意义，但不排除在适当时候进行与时俱进性的补充、延伸、丰富。

6、体现企业文化的环境建设：

改造我们自己的办公环境，办公室、休息室、更衣间、洗澡间等，员工通道、并赋予环境以文化内涵，要像为客人创造好的环境一样考虑完善我们员工的环境，文化氛围。

（1）把员工通道装饰成为具有文化内涵的通道和文化阵地。

（2）改善员工宿舍条件，规范员工宿舍的管理，定期组织评比。

（3）赋予办公、工作环境以文化品位。

（4）赋予食堂(增加电视机)、澡堂、更衣间、休息室等文化内涵。

7、利用好媒体，加强品牌推广建设：

（1）广告阵地：优选高速公路等车流量大的广告阵地、发布广告；硬广告和软广告相结合，优选媒体和时机发布硬广告。

（2）平面纸媒体：借助和利用与胥城发展有直接和间接关系的行业报刊，如《中国旅游报》、《饭店管理》、《苏州日报》、《城市商报》、《姑苏晚报》、《江南时报》、《创元职工》等，策划、策划、编撰和发表有助于胥城大厦品牌推广等价值的文章或论文20篇。

（3）网络媒体：在携程网、中国苏州、名城苏州、苏州热线、苏州旅游、管理类、饭店经理人等网络发布有关胥城大厦等消息30条。

（4）网站：20xx年7月前改版设计新颖，内容不断更新和丰富，形式活泼，20xx年实现《胥城大厦》报（电子版）上传，链接关联单位、网站，增加留言板等功能。

（5）企业宣传画册：由于胥城最近几年的发展将是快速的，可在适当时候补充和完善胥城画册。

（6）电视媒体：主动联系和接触电视媒体，正面宣传的电视报道胥城成就和动态。

（7）编制《群英谱》：

每年编写反映胥城文化先进人物、先进集体的《群英谱》，作为《企业文化手册》的延伸和企业历史记录。

（8）继续办好企业内部报纸，并每年编写《大事记》。

（9）员工通道的宣传栏的管理。

（10）利用有潜在价值的展会及其展台、机会，宣传和推广胥城大厦。

8、制度、行为规范建设：

20xx年梳理现有制度，规范性修编和完善，制定和完善员工职业行为规范、员工社会行为规范。

9、策划和实施富有胥城大厦特色的主题、传统活动：

（1）迎新年活动；

（2）每年的三八节举办主题活动；

（3）清明节祭奠英雄、新员工座谈、厂史教育；

（4）4月14日金钥匙联盟庆典时开展主题文化论坛或演讲活动；

（5）每年创新和策划不同的主题，开展“百日优质服务”活动，百日优质服务活动和形象大使评比；

（6）红十字会募捐箱的开启活动；

（7）7月1日企业发展历史纪念和庆祝党的生日活动；

（8）年终优秀员工的旅游、社会交流活动：（优秀员工）；

（9）策划和参与、赞助公益活动；

（10）每周晨会，员工轮换流讲解胥城大厦文化理念和对应故事、案例；

（11）员工生日纪念和赠礼品；

（12）联谊活动：与客户联合举办体育比赛等活动；

（13）书画、摄影、采风、歌咏等文艺活动；

（14）开展体育、健身活动，并把内部的体育活动和接待对应国家体育项目队的下榻结合起来，与客户单位、友好单位等进行文体交流、联谊活动；

（15）组建三个员工共同爱好的兴趣小组，为员工提供活动、沟通机会。

10、vi的渐进式实施：

在规范性的vis的基础上，循序渐进地实施其中的设计项目。

11、设计、赠送特色型具有文化品位的礼品：

（1）月饼为载体：

（2）宾馆纪念品；

（3）客人可购买的胥城大厦特色文化礼品。

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇二**

20xx年8月18日我加入到某公司，至今已经有四个月的时间。在这四个月的时间里，根据公司的战略发展需要，主要对企业文化载体进行了初步搭建及完善，美化了企业文化环境，挖掘了部分领导及老员工的成长故事，初步进行了两次文化宣导，小规模组织了一次蛋糕试吃活动，初步建立了某公司的企业文化资料库，启动了新员工入职培训，并每天为过生日的员工发送短信祝福。具体内容如下：

(一)、企业文化载体搭建与运营维护

1、《某公司》内刊的策划与创建工作。

2、某公司官方微信、微博前期运营策划及日常运营维护

3、8层、18层宣传栏的更新、管理与维护

(二)、员工活动

(三)、企业文化氛围营造

(四)企业文化墙美化

(五)、员工生日祝福

(六)、建立某公司企业文化资料库

(七)、新员工入职培训的组织实施

20xx年是公司企业文化建设工作实施的第一年(四个月)，企业文化工作还不成体系，20xx年企业文化工作的思路是做好现有工作的基础上，逐步完善企业文化体系，促进企业文化工作健康运行，促进企业文化理念“内化于心、外化于形”，以企业文化软实力促进企业健康、持续的发展。

(一)、建立、健全公司信息来源及对外发布流程和制度

目前公司内部的信息沟通较为闭塞，虽然已经组建了通讯员队伍，但是由于现在的通讯员队伍不是各部门的核心员工，无法获知各部门的最新动态，所以无法成为公司内部信息来源的主力。

20xx年通过明确的流程、制度，逐步建立、健全公司信息对外发布流程，搭建一个较为畅通的信息沟通平台，同时，通过对外宣传，逐步树立起较为专业的品牌形象。

(二)企业文化传播载体运营常规化

企业文化载体是上传下达的载体，是企业与员工沟通的平台，截至目前，公司已经启动的有公司官方微信、公司官方微博、两个宣传栏，《某公司》内刊正在组建中。20xx年，在逐步搭建公司内部信息来源渠道后，保证微信、微博、宣传栏的常规运营，并出版《某公司》内刊，同时将内刊的出版保持常规化，形成长(内刊)短(oa、邮箱、微信、微博)结合的传播方式。

(三)塑造标杆文化，汇编《某公司故事集》

树立优秀员工的标杆作用。通过采访、收集优秀员工的成长故事，在内部广泛宣传，塑造标杆文化，起到树立典型的作用。挖掘符合企业文化价值观的故事，进行内部传播。

(四)、提炼、完善企业文化理念，逐步编制《某公司企业文化手册》。

企业文化理念是企业文化建设的灵魂，目前公司现有理念较为完善，建议在完善现有企业文化理念的基础上，把各个理念细化并进行广泛宣贯，同时，结合公司优秀员工的励志故事，逐步编制《某公司企业文化手册》，用于传播公司文化，塑造品牌形象。

(五)企业文化活动丰富化

公司目前内部活动基本为零，20xx年建议逐步增加员工活动，通过组织不同类型的活动，活跃内部氛围，促进员工之间的沟通，增加员工对公司的归属感和认同感。具体思路如下：

1、 两个维度：企业文化活动建议分“公司组织”和“员工自行组织的活动”两个维度。

2、 大型活动：建议全年由公司组织的大型活动1-2次，如全体出游或户外拓展。

3、 运动会或其他文体活动：可组织全员的运动会或摄影比赛、征文比赛等其他文体活动。

4、 为每位员工设立活动经费：充分考虑到公司的性质，建议为每位员工设立活动经费，建议200元-500元/人/年，员工可自行组织出游，人数必须在6人以上，活动后要求提交照片和感想，人力资源部负责管理审核。

(六)、企业文化环境建设

参与办公环境的设计，维护和更新8层、18层宣传栏，同时对8层、18层空白墙面进行策划和设计，并进行不定期更新，达到展示公司典型项目和内部文化的目的。

(七)、企业文化制度建设

制度和流程是保障企业文化建设贯彻实施的重要措施，根据公司实际情况，修改并完善《某公司内刊管理制度》、《某公司通讯员管理制度》等，完善并明确各项制度，促进企业文化建设的规范性。

(八)、企业文化调研与规划

20xx年底开展企业文化调研与规划，对本年度开展的工作进行广泛调研，通过调研发现年度工作的问题，及时修改及调整方向，同时作为次年度工作开展的依据。

(九)、建立、建设企业文化素材库

完善公司大事记，记录重要事件和重要的时间，收集、整理公司重要活动、会议的影像资料。

(十)、完善培训体系，丰富培训课程

随着公司的持续发展，公司对专业人才的需求日渐提高。目前，公司现有培训模式为：新员工入职培训、工程质量标准部组织的培训、审计质量标准部组织的培训。公司的培训现状是：针对分公司组织的专业培训较多，且各分公司分别组织开展，没有交集，公司整个培训工作没有成为一个体系;除此之外，管理培训、通用培训、企业文化培训基本没有。现有培训也没有与员工的个人成长、职位晋升相关联。

在20xx年已经开展了部分培训工作的基础上，20xx年度培训工作的重点是丰富培训课程体系，开展针对不同层级、不同对象的培训，且与业务培训有机结合。具体内容如下：

1、管理培训

管理者培训是为各分公司、部门管理人员提升管理技能而设的培训课程。课程围绕中层管理者必备的三大核心能力展开：目标管理、团队管理和领导魅力。课程内容包括管理能力提升、团队建设、执行力、沟通力、领导力、个人修养等。

2、专业技能培训

由工程部、审计部、资产评估部自行组织开展各项业务类培训。

3、通用能力培训

通用能力培训是针对公司全体员工围绕与工作相关的知识、技能和心态等方面内容开展的非专业培训，旨在提升全员的职业化素质与水平。包括提高员工工作效率、激发团队凝聚力、企业归属感、工作责任心等内容，如团队建设、职业化素质、时间与目标管理、服务礼仪、工作心态等培训。

4、企业文化培训

主要指企业文化宣讲培训，课程内容主要是公司的企业文化理念、公司发展故事、职业道德承诺等内容。

5、新员工入职培训

主要是针对公司新进员工进行的培训，让新员工了解公司历史、制度、企业文化，促进新员工进入融入公司。

除此之外，建议：

1、 加强企业文化培训，要求全员必须分批次参与企业文化培训，熟知公司企业文化理念。

2、建议逐步完善培训体系，将培训积分化，将参与培训与员工个人晋升、薪酬调整、年底评优挂钩。

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇三**

一、指导思想

按照市局(公司)关于加强企业文化建设的部署要求，紧密联系我县烟草实际，深入开展企业文化活动，进一步提升企业文化建设水平，为推动“卷烟上水平”，促进全县烟草又好又快平稳发展提供强大的精神动力和坚实的文化支撑。

全县烟草20\_\_年度企业文化建设的主要任务是：积极推进以“四进”为重点的“两个至上”长效机制建设，以规范行业行为为重点，以服务品牌建设为抓手，加强企业文化宣贯，全面应用行业文化评价体系，努力推动企业文化建设上水平。重点做好以下工作：

(一)深入开展以“讲感恩、讲诚信、讲规范、讲效率”为主要内容的“以德为先”主题教育。注重抓好经常性学习教育，注重强化思想引领，注重提高执行力和执行能力，把教育活动与深入开展创先争优活动紧密结合，与企业文化和服务品牌建设紧密结合，与“践行‘两个至上’、做到‘三个始终’、树立‘五种意识’”教育实践活动相结合，着力提高全系统干部职工思想政治素质和履行职责能力，着力增强感恩意识、诚信意识、规范意识和效率意识，促进思想道德进一步纯洁，理想信念进一步坚定，精神境界进一步提升，工作作风进一步改进，圆满完成各项工作任务，以优异成绩迎接党的胜利召开。

(二)充分开展“践行‘两个至上’、做到‘三个始终’、树立‘五种意识’”教育实践活动。搭建“三个载体”，开展“七项活动”。广泛开展各类教育实践活动，促进“两个至上”行业共同价值观深入人心，促进“三个始终”、“五种意识”入脑入行，促进思想观念、发展理念明显提升，促进工作能力、工作作风显著改进，进一步增强企业凝聚力、激发员工创造力，提升发展的后劲与活力，为推动持续协调共同发展奠定更加坚实的思想基础和组织基础。

(三)建立企业文化宣贯实施标准，加强企业文化宣贯培训。要紧密结合企业文化理念的落实情况，通过网站、讲座、座谈、展板、板报、手册、宣传片等形式，把企业文化理念转化为干部职工的自觉行为。要在推进企业文化理念宣贯的基础上，走出去，吸收先进经验，深入开展精神、物质和制度三个层面的建设，把企业精神、价值观、经营理念等融入到规章制度中，以科学的制度体系规范员工行为，以制度创新推动企业文化“落地”，促进全员对“朝阳文化”的认同。

(四)深入推进行业行为规范。认真学习借鉴全行业行为规范试点单位的先进做法，切实加强行业行为规范在全系统的推广、应用、评估和传播。广泛开展行为规范培训，从业务、服务的角度，按照“高标准、全覆盖、严要求”的方针，对照行为规范体系进行充实、扩展、完善，把行为规范落实到各个岗位，贯穿于企业各项规章制度和工作职责、工作流程、工作标准中，确保行业行为规范在全系统得到应用和落实。

(五)做好20\_\_年绩效考核。建立有效激励的考核评价机制，客观评价县局(分公司)各部门的工作业绩，充分调动工作积极性和主动性，着力推进“卷烟上水平”各项工作的落实，全面提升全县烟草经济运行质量和整体竞争实力。本着“导向性、激励性和公平性”的原则，设计考核方法和考核指标，加强分类指导、有机结合和针对性考核。

(六)开展丰富多彩的文体活动，活跃员工文化生活。“五一”、“五四”、“十一”、元旦等节日期间，结合工作实际，开展文体活动;积极参加全省烟草成立三十年庆祝活动和第\_\_届老年文化节，深入推进“文化养老”工作;积极组织参加全市烟草第\_\_届文艺汇演;切实加强党的建设，弘扬红色文化，组织党员进行红色教育，开展党员民主测评，评选表彰优秀共产党员;加强廉政文化建设，开展廉政教育。

(一)加强对企业文化建设工作的领导。建立各单位、部门主要领导是第一责任人，企业文化建设办公室负责全面推进，各相关部门按分工全面落实的“三位一体”企业文化领导体制。要紧密结合工作实际，逐项梳理年度企业文化建设重点，找准推进企业文化建设的工作抓手。要认真分析研究企业文化建设现状，真正使筹划工作的过程成为进一步深化认识的过程，成为研究新情况、解决新问题的过程，成为推动企业文化建设向纵深发展的过程。

(二)切实抓好各项任务落实。抓好企业文化建设，事关“两个至上”共同价值观的巩固升华，事关行业改革发展的文化基础。各单位、部门要高度重视，牢固树立紧抓不放的思想，进一步强化责任，精心组织实施。企业文化职能部门要充分发挥牵头抓总作用，科学计划、周密组织，做到全程抓、尽好责、干到位，推动企业文化建设深入开展。

(三)全面加强企业文化管理。各单位、部门要围绕年度工作任务，严格按照各项工作的时间节点，优质高效地做好各项工作，充分发挥企业文化的导向、激励和凝聚作用。要积极构建企业文化建设长效机制，认真研究深化转化的具体措施，要把企业文化建设的各项任务自觉融于生产经营活动中，确保企业文化建设我手里好几个文件先处理下各项任务落到实处。

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇四**

20xx年公司宣传部工作计划及思路目的：提高员工素质，突出企业精神的培育增强凝聚力，塑造公司良好形象，更好地做好新形势下的企业宣传工作，为公司的发展与鼓舞作为工作的出发点和落脚点，发挥好舆论阵地的作用，促进推动企业文化建设。

具体措施

初步计划

1、网络。

充分利用公司现有网站(并及时将网站改版不是一般的更换网站内图片而是根据需要从新设计网站)手机3g网站，借助现有的网络平台如谷歌、百度等设置关键词链接让客户更方便的从网络了解青辰。

2、多媒体

专门设计录制公司企业形象光盘(包括技术资料及各区域销售负责人等)刻录光盘并上传网络。

3、文件资料

制作专门的投标书文件包装、择机更换样本、设计可以体现我公司形象的记事本、(视情况允许的情况下设计我公司统一投标文件格式)、制作新的手提袋、文件袋等。赠品

4、设计公交卡，u盘贴，鼠标垫，台挂历。以及其他办公用品有关的礼品。

1、宣传栏

自1月份开始正式运用公司宣传栏。公司宣传报道员每月至少一篇，期间根据需要增发稿件形式不限，宣传内容以当月公司重大决策，员工当月工作情况，和最新动态，让客户及公司更直接熟知公司近况。

2、标语

增添标语牌。要统一字体，统一着色，使之体现公司文化特色。(淡定：道路上悬挂标牌)3励志宣传开展评优树先工作，体现人本精神。开展评选质量标兵、技术能手、劳动竞赛等活动，并适当以现金形式奖励优秀员工，以激发员工的劳动热情，增强员工的团队精神。宣传建议：

建议公司高层能同意我部门为公司专门设计制作属于我公司的吉祥物，更进一步提高公司的形象宣传力度。

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇五**

深入学习实践科学发展观，坚持以人为本方针，采取积极有效措施，积极吸收借鉴国内外现代企业管理的优秀成果，全力调动干部职工参与企业文化建设的热情，使企业文化深入人心，鼓舞人心，激励人心，努力建设积极向上、具有鲜明时代特征潮安烟草企业文化，以企业文化促进企业经济发展，全面提高企业的竞争实力。

以完善企业文化建设，让企业文化更富有特色，与行业文化相融共进;以企业文化贯彻实施，让广大的员工内化于心，外化于行;以企业文化“软实力”增长促进专卖专营“硬实力”发展，推动企业持续健康发展。

在工作方式上，要按照精心组织、分步实施、逐步推进的原则，扎实推动企业文化建设。具体要做好“四个一”：

1、继续办好一张报纸：要继续办好每月一期《简报》，充分发挥企业报刊的宣传、传达作用，使全体员工明确上级的工作部署以及局(分公司)工作重点，了解企业的工作动态。同时，为全体员工营造一个展示个人智慧、风采以及为企业的发展建言献策的平台。

2、出版好一个学习专栏：要把局(分公司)的学习栏作为文化建设的重要场地，结合不同时期的工作重点，出版好各个学习专栏，为干部员工营造一个学习和参与企业管理的平台。

3、提供一个交流空间。要结合不同时期的学习和工作重点，利用例会时间或业余时间，围绕潮安实际，在局(分公司)中开展大讨论活动，为干部员工营造一个交流空间，让干部员工在畅所欲言的交流中为企业和自身的发展各抒己见。另外，计划举办一次“企业文化小故事”征集活动，充分激发全体员工发掘企业的亮点。

4、搭建一个实践舞台。企业文化建设和精神文明建设过程中，要立足于建设一种参与性的企业文化，通过开展多种多样的文化创建活动，利用“五一”、“国庆”等节日大力开展职工文体活动，广泛吸引职工参与，并鼓励职工参加上级和局(分公司)举办的各项活动和比赛，以此来培育干部职工的集体光荣感和拼搏精神，使企业文化建设始终保持生机与活力。

(一)加强学习，提高认识。企业文化对企业的发展有着无形的巨大推动作用。因此，全体干部职工要进一步加强学习提高思想认识，按照文化强企、服务社会、报效国家的思路，自觉参与到企业文化建设中来，主动学习先进文化，主动参与企业的各项活动，形成积极求进的文化氛围，努力提升自身素质，推动企业不断向前发展努力建设文化型企业。

(二)加强组织领导，落实工作责任。为推动企业文化建设，局(分公司)成立企业文化建设的领导小组，负责落实和推动企业文化建设。

(三)各方密切配合，形成共建合力。各部门要按照领导小组要求，提高对抓好企业文化建设重要性的认识，增强建设企业文化的自觉性，切实做到认识到位、职责到位、措施到位、工作到位，保证企业文化建设工作顺利推进。各部门要进一步明确企业文化建设的内涵、功能、意义与运作方式，切实加强沟通、密切配合，切实抓好各项任务的具体落实，形成共建合力，努力推动企业文化建设。

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇六**

作为一种极其有效的经营管理策略和方法，企业文化工作本身就被很多管理者所忽视。企业文化的本质是为经营服务的，只要加以充分运用，便能切实促进企业发展战略的实施、品牌建设和经营业绩的提升，其现实价值和战略意义远远没有得到应有的重视和发挥。

企业文化年度计划是企业文化落地工作的重要载体，也是所有企业文化工作者每年都要做的功课。几乎所有的企业家或企业的管理者们，都有类似的经历。每年从第三季度开始，我们已经不仅仅关注今年的业绩完成情况了，而是开始规划未来一年的经营蓝图，并且思考着一系列并不轻松甚至比较痛苦的话题：

在新的一年里，如何使各项管理工作，与企业的经营目标、与品牌建设和市场拓展计划相匹配?如何让员工认同企业理念，用一种声音和语言统领全局，有效地增强企业的凝聚力、激发全体员工的创造活力，使大家以最好的状态与最高的效率，实现理念落地、计划落地，共同实现全年的经营目标?如何通过一系列最具创意的活动，集中优势兵力、整合有限资源，发挥杠杆作用，以最低的成本创造最大的效益，从而推动管理进步、改善企业形象、推广企业品牌、提升经营业绩，使公司脚踏实地、有计划有步骤地向既定的目标迈进?其实，这正是我们每时每刻都必须面对的课题。

本人始终很欣赏王石和他所带领的团队!不是因为万科骄人的业绩，而是因为他们总能有很好的创意，比如，我以前谈到的尊重员工个人的理念的倡导与实践，选择规范化道路，不同定位、不同风格的房地产项目品牌的策划与推广;事实上，这些创意并非一定是万科首创、甚至别人早已用过，但万科与其他企业最大的区别在于，能够将这些创意长期坚持下去，并且力求做到极致、做出自己的个性与特色，最终成为不断创造经营奇迹、保持行业领跑者地位的竞争优势。

万科开始于1995年、坚持了13年的“主题年”传统就是一个典型案例。我可以十分负责任地评价，万科的成功，在很大程度上得益于企业上下对“企业主题年”的高度重视和深入贯彻。在这一点上，万科又一次走在了很多企业的前面，为我们创造了榜样。结合本人在管理咨询机构的长期实践，本文将对“如何制定企业文化年度工作计划”的操作思路与方法进行一次全盘解析，期望在推动企业内部的系统创新与变革、提高整体经营业绩等方面，对国内的众多成长型企业有所启发，并引发实际行动。

企业的成长与进步需要的是脚踏实地、一步一个脚印的努力。人们担心：企业文化会不会只是喊喊形式主义的口号、虚张声势地举办几次活动，在热热闹闹地折腾一阵子后，一切复归平静?会不会在原已比较繁忙的日常工作之外，徒增额外的工作量，甚至打破原有的秩序、制造不必要的混乱?

企业文化年度工作，顾名思义，就是企业将经营管理中的某个局部环节或企业文化中的某项理念，确定为整个企业在某个年度阶段内的工作重心，并充分激发全体员工的参与热情，发挥团队的智慧力量，予以重点解决，从而带动企业内部各个系统及全局化的创新和突破，促进企业年度经营目标实现和整体发展战略的稳步实施。

比如：1995年是万科的第一个企业文化主题年，其年号为“资金年”，就是以改善资金运用状况为目标，并由此建立了资金结算中心模式;1997年的万科“客户年”，则提出了“如何对待客户”这一重大命题，倡导“善待客户，善待职员”，促使客户服务体系初具雏形;而1998-20xx年连续三年的“职业经理年”、“团队精神年”、“职业精神年”，通过倡导成熟的团队管理理念，打造了一支成熟的职业经理队伍，为职业经理的专业素质转化为生产力提供了广阔的空间。

“企业主题年”的价值在于：它是渐进式宣导企业理念、完善管理机制、实现理念落地的企业文化创造策略;它是阶段性地解决企业现实问题、提升企业经营管理水平的有效方法;它是以企业整体发展战略为导向，与企业品牌建设和市场拓展计划相匹配，切实推动企业年度经营目标如期实现的管理举措;它是通过凝炼生动的理念和一系列富有创意、全员互动的活动样式，增强企业的凝聚力，调动和激发企业内部各个系统员工的创造活力的有效手段。

企业主题年有哪些构成要素呢?企业主题年一般包含如下内容：

1、主题年的年号：即主题年主题的最凝炼、最准确、最传神的表达; 2、主题年口号：即对主题最贴切、最具感召力的诠释性标语; 3、主题年视觉形象：即专门为主题年设计制作的图文标识以及海报、电视宣传片等;

4、经营管理机制：即与主题年的主题密切相关的、确保主题目标实现的一系列人才激励、营销创新机制和政策的完善和出台

5、内部造势活动：即围绕主题年的主题策划、开展的一系列企业内部的宣传造势活动，例如主题年启动仪式、培训、研讨会、比赛、团队训练、企业周年庆典、年会等; 6、外部推广活动：即围绕主题年的主题策划、开展的一系列企业形象与品牌宣传、产品营销推广活动，例如主题年新闻发布会、经销商/供应商会议、终端主题促销活动、媒体广告和软性宣传文章等。

用一支旋律领舞全员，用一种声音唱响全年;每年解决一个实际问题，每年完成一次系统突破——这就是企业主题年的本质!正是通过主题年的方式，万科连续不断地对企业内部的“短板”进行内省和浇铸，使公司员工的职业素质、客户理念、品牌意识和整体经营管理水平逐年跃升一个新的台阶，向更规范、更专业化的方向坚实迈进。见附表《万科企业主题年年历表》。

万科企业主题年年历表

而制定企业文化年度工作计划有一下几个要点：1.分析企业经营管理和企业文化工作现状2.确立年度企业文化年度工作目标

3.确立年度企业文化工作内容，如主题，为全年定调

企业主题年有两个关键词，即“年”和“主题”，其中“主题”是为“年”服务的。因而，主题的契合性就变得十分关键。主题年的年号要求简单、明确，但主题的确定决非一件容易的事。主题年的主题需要从现实与未来两个方面去思考和把握。一是思考在即将过去的这一年里，我们的各级员工缺少了什么样的精神、忽略了什么样的理念，我们的经营管理过程中出现了什么样的问题，有哪些薄弱环节;二是思考在未来这一年里，为了配合年度经营目标和中长期发展规划的实现，我们应该在哪些方面有所改善和突破。

4.实施步骤，可按阶段划分。

5.实施保障

**企业文化年度计划 公司企业文化计划篇七**

企业文化工作计划,企业文化年度工作计

划

企业文化工作计划（一）怎么制定企业文化年度工作计划

作为一种极其有效的经营管理策略和方法，企业文化工作本身就被很多管理者所忽视。企业文化的本质是为经营服务的，只要加以充分运用，便能切实促进企业发展战略的实施、品牌建设和经营业绩的提升，其现实价值和战略意义远远没有得到应有的重视和发挥。

企业文化年度计划是企业文化落地工作的重要载体，也是所有企业文化工作者每年都要做的功课。几乎所有的企业家或企业的管理者们，都有类似的经历。每年从第三季度开始，我们已经不仅仅关注今年的业绩完成情况了，而是开始规划未来一年的经营蓝图，并且思考着一系列并不轻松甚至比较痛苦的话题：

在新的一年里，如何使各项管理工作，与企业的经营目标、与品牌建设和市场拓展计划相匹配?如何让员工认同企业理念，用一种声音和语言统领全局，有效地增强企业的凝聚力、激发全体员工的创造活力，使大家以最好的状态与最高的效率，实现理念落地、计划落地，共同实现全年的经营目标?如何通过一系列最具创意的活动，集中优势兵力、整合有限资源，发挥杠杆作用，以最低的成本创造最大的效益，从而推动管理进步、改善企业形象、推广企业品牌、提升经营业绩，使公司脚踏实地、有计划有步骤地向既定的目标迈进? 其实，这正是我们每时每刻都必须面对的课题。

本人始终很欣赏王石和他所带领的团队!不是因为万科骄人的业绩，而是因为他们总能有很好的创意，比如，我以前谈到的尊重员工个人的理念的倡导与实践，选择规范化道路，不同定位、不同风格的房地产项目品牌的策划与推广;事实上，这些创意并非一定是万科首创、甚至别人早已用过，但万科与其他企业最大的区别在于，能够将这些创意长期坚持下去，并且力求做到极致、做出自己的个性与特色，最终成为不断创造经营奇迹、保持行业领跑者地位的竞争优势。

万科开始于1995年、坚持了xx的“主题年”传统就是一个典型案例。我可以十分负责任地评价，万科的成功，在很大程度上得益于企业上下对“企业主题年”的高度重视和深入贯彻。在这一点上，万科又一次走在了很多企业的前面，为我们创造了榜样。结合本人在管理咨询机构的长期实践，本文将对“如何制定企业文化年度工作计划”的操作思路与方法进行一次全盘解析，期望在推动企业内部的系统创新与变革、提高整体经营业绩等方面，对国内的众多成长型企业有所启发，并引发实际行动。

企业的成长与进步需要的是脚踏实地、一步一个脚印的努力。人们担心：企业文化会不会只是喊喊形式主义的口号、虚张声势地举办几次活动，在热热闹闹地折腾一阵子后，一切复归平静?会不会在原已比较繁忙的日常工作之外，徒增额外的工作量，甚至打破原有的秩序、制造不必要的混乱?

企业文化年度工作，顾名思义，就是企业将经营管理中的某个局部环节或企业文化中的某项理念，确定为整个企业在某个年度阶段内的工作重心，并充分激发全体员工的参与热情，发挥团队的智慧力量，予以重点解决，从而带动企业内部各个系统及全局化的创新和突破，促进企业年度经营目标实现和整体发展战略的稳步实施。

比如：1995年是万科的第一个企业文化主题年，其年号为“资金年”，就是以改善资金运用状况为目标，并由此建立了资金结算中心模式;1997年的万科“客户年”，则提出了“如何对待客户”这一重大命题，倡导“善待客户，善待职员”，促使客户服务体系初具雏形;而1998-2024年连续三年的“职业经理年”、“团队精神年”、“职业精神年”，通过倡导成熟的团队管理理念，打造了一支成熟的职业经理队伍，为职业经理的专业素质转化为生产力提供了广阔的空间。

“企业主题年”的价值在于：它是渐进式宣导企业理念、完善管理机制、实现理念落地的企业文化创造策略;它是阶段性地解决企业现实问题、提升企业经营管理水平的有效方法;它是以企业整体发展战略为导向，与企业品牌建设和市场拓展计划相匹配，切实推动企业年度经营目标如期实现的管理举措;它是通过凝炼生动的理念和一系列富有创意、全员互动的活动样式，增强企业的凝聚力，调动和激发企业内部各个系统员工的创造活力的有效手段。

企业主题年有哪些构成要素呢? 企业主题年一般包含如下内容：

1、主题年的年号：即主题年主题的最凝炼、最准确、最传神的表达; 2、主题年口号：即对主题最贴切、最具感召力的诠释性标语;3、主题年视觉形象：即专门为主题年设计制作的图文标识以及海报、电视宣传片等;

4、经营管理机制：即与主题年的主题密切相关的、确保主题目标实现的一系列人才激励、营销创新机制和政策的完善和出台

5、内部造势活动：即围绕主题年的主题策划、开展的一系列企业内部的宣传造势活动，例如主题年启动仪式、培训、研讨会、比赛、团队训练、企业周年庆典、年会等; 6、外部推广活动：即围绕主题年的主题策划、开展的一系列企业形象与品牌宣传、产品营销推广活动，例如主题年新闻发布会、经销商/供应商会议、终端主题促销活动、媒体广告和软性宣传文章等。

用一支旋律领舞全员，用一种声音唱响全年;每年解决一个实际问题，每年完成一次系统突破——这就是企业主题年的本质!正是通过主题年的方式，万科连续不断地对企业内部的“短板”进行内省和浇铸，使公司员工的职业素质、客户理念、品牌意识和整体经营管理水平逐年跃升一个新的台阶，向更规范、更专业化的方向坚实迈进。见附表《万科企业主题年年历表》。

万科企业主题年年历表

年份 主题年年号

xx年 大道当然精细致远 xx年 变革先锋企业公民 xx年 颠覆\"引领\"\"共生 xx年 成就生活梦想 xx年 生活无限 xx年 客户微笑年 xx年 网络联盟年 2024年 职业精神年 1999年 团队精神年 1998年 职业经理年 1997年 客户年 1996年 质量管理年 1995年 资金年

而制定企业文化年度工作计划有一下几个要点： 1.分析企业经营管理和企业文化工作现状 2.确立年度企业文化年度工作目标

3.确立年度企业文化工作内容，如主题，为全年定调

企业主题年有两个关键词，即“年”和“主题”，其中“主题”是为“年”服务的。因而，主题的契合性就变得十分关键。

主题年的年号要求简单、明确，但主题的确定决非一件容易的事。

主题年的主题需要从现实与未来两个方面去思考和把握。一是思考在即将过去的这一年里，我们的各级员工缺少了什么样的精神、忽略了什么样的理念，我们的经营管理过程中出现了什么样的问题，有哪些薄弱环节;二是思考在未来这一年里，为了配合年度经营目标和中长期发展规划的实现，我们应该在哪些方面有所改善和突破。

4.实施步骤，可按阶段划分。 5.实施保障

6.年度工作评价及优化建议 企业文化工作计划（二）

各个企业都有着不同的经营理念和文化氛围，这是企业文化的差异性表现;企业文化的建设也没有统一或固定的操作模式，它需要企业根据自身情况不断探索和总结。桑芭丝的企业文化建设也需要长期的，根据企业不同发展时期的需要而有针对性的开展工作。近期工作目标及计划如下：

1、广播系统的技术改进，改用电脑设备进行数字录音、音乐下载、播音合成等，以节约成本、提高效率、提升广播水平。

2、制定和启动日常广播计划，规范广播组稿、编辑、播音等作业流程。以提升广播的认知度和互动性。3、重新规划橱窗栏目设置，分配给各部门使用，由公宣统一管理，以加强各部门对企业文化工作的参与和投入。

1、进行企业文化普查，以问卷调查形式，收集、汇总、分析企业文化现状，为制定目标和纲要提供相关依据。 2、组织全体管理人员开会讨论企业文化建设工作，收集意见、建议，并要求各部门主管提案。3、确立企业文化建设体系，科学规划和制定企业文化建设纲要和具体要求。

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