# 企业文化建设实施流程(六篇)

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-09-29

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。企业文...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**企业文化建设实施流程篇一**

十年的企业靠经营，百年的企业靠文化。很多成长型企业往往过于重视业务发展，注重流程和标准建设，企业管理者看重的是有形东西太多，而无形东西太少，一般总是问产量多少、销售额多少、利润多少，没有看到文化观念、氛围更重要。毕竟管理人、带团队一定要统一思想、上下一心才最具有战斗力，尤其是在公司/组织面临困难需要改变的时候，企业文化更是关键。但是很多成长型企业，疏忽了企业文化建设的重要性，特别是疏忽了员工的激情和士气，这是非常危险的。思想的混乱是企业发展中瓶颈的瓶颈。无形的东西往往比有形的东西更重要。企业文化就像空气一样，看似是虚的，却又实实在在的存在，如果一个企业的文化没有很好的系统管理，就会被污染，造成企业生态危机，所以加强企业文化管理就像净化空气氛围一样，不是务虚而是务实的紧迫工作。

笔者根据十多年的人力资源工作经验

总结

了企业文化建设需要奏好五部曲： 第一步：塑造精神领袖

任何强有生命力的一种宗教、一种信仰、一种文化、一个组织都必须要有对精神领袖的个人崇拜，这是人性法则之一。企业做大了必须要有精神领袖。精神领袖即给予我们精神鼓舞的人，领导我们精神向某个方向发展的人。精神领袖古今中外有之，尤其是新的组织建设、新的思想传播，像毛泽东、邓小平是建国后半个世纪国人的精神领袖，列宁、斯大林是前苏联的精神领袖。改革开放后，也产生了优秀的企业精神领袖，如联想的柳传志，海尔的张瑞敏，华为的任正非，格力的董明珠，阿里巴巴的马云、苹果电脑的乔布斯、微软公司的比尔盖茨等等

史玉柱之于巨人、柳传志之于联想、马云之于阿里巴巴、牛根生之于蒙牛……这些精神领袖已经不是简单的投资者、决策者、管理者，而是企业的风向标和掌舵手，员工和客户信心的来源。他们对企业的作用是显而易见的。对内，精神领袖起到统一企业价值观、引领企业战略发展走向、推动企业创新等巨大作用；对外，精神领袖以个人品牌强化和巩固着企业品牌。特别是在企业需要巨大变革的关键时期，精神领袖更是起着决定性的作用。没有郭士纳的强力推行，ibm向服务型企业的转变会异常艰难，也许会就此走向衰败；没有韦尔奇的大刀阔斧，甚至独断专行，ge如大象般臃肿的机构难以变得如此轻灵；没有张瑞敏当年砸冰箱，也难以成就今天海尔的家电王国。

一个优秀的企业创始人和领导者，具有优秀的人格魅力、素质修养和道德涵养以及博大宽广的胸怀、格局和视野，具有很多优秀的经营思想和管理理念，往往容易说服和打动别人接纳其观点，让员工心存敬仰，甚至会使人包容他的一些失误甚至过错。企业要打造优秀的企业文化就必须首先塑造企业的精神领袖形象。虽然很多企业领导者对外宣传可以低调谦虚一些，但是对内一定要高度获得全员的了解认同甚至崇拜才行，企业文化管理部门必须将精神领袖的思想和理念进行整理、总结、提炼、分析，并强有力的贯彻下去，沁入每名员工心骨。

第二步：树立文化图腾

图腾是群体的标志，旨在区分群体。运用图腾解释神话、古典记载及民俗民风，往往可获得举一反三之功。图腾是群体的标志，旨在区分群体。运用图腾解释神话、古典记载及民俗民风，往往可获得举一反三之功。任何一种图腾崇拜都必然有一种核心精神，中华民族用龙象征皇权、尊贵，所以中国人喜欢龙；日本人的樱花、富士山代表了日本文化，既有阴柔的一面，又有刚强的一面；白沙集团用和、白鹤代表企业的信仰，追求中庸和谐的企业境界；七匹狼用狼的形象塑造了自己野性与执着的休闲品牌形象。不管是国家的、民族的还是企业的图腾形象，必然要有一种核心的精神。

麦当劳大叔、肯德基上校、迪斯尼米老鼠，这些经典的形象已经上升为一种企业图腾，他们代表了企业的一种精神与追求，并且深入人心。从这个角度来说，企业都需要根据自己所要表达的企业精神，寻找适合自己的图腾代表。企业图腾有时并不是一种图形，也可能是一种精神或者管理模式，这在西方的企业里面很常见。比如著名的惠普之道，已经上升为一种企业图腾的概念，其核心就是以人为本、创造价值.杰克。韦尔奇把数一数二、无边界管理这些思想上升到企业信仰的高度，成为公司做人做事的基本准则。

第三步：将文化融入制度

很多企业做文化建设工作将重点放在理念文化和形象文化上，甚至认为企业文化是无形的，致使文化没法落地扎根，甚至让员工感觉虚无飘渺，觉得企业文化很务虚，而笔者根据多年来的观察总结，认为企业文化是否做得好，关键重点应该放在制度建设与员工行为规范上来。华为总裁任正非先生对此有一段精辟的论述：企业文化表现为企业一系列的基本价值判断或价值主张，即反对什么，提倡什么？企业文化不只是宣传口号，它必须根植于企业的组织、流程、制度、政策、员工的思维模式和行为模式之中。企业文化的实质就是员工的行为文化，而员工的行为文化是通过制度来约束和实现的。华为把朦胧的文化，变成制度性的文化，通过制度性建设，实行法制化管理。任正非提出将文化融入制度的口号。联想企集团创始人柳传志先生也认为：西方管理强调规范化，东方管理讲人情、亲情，或者说艺术化的管理比较多。联想企业文化要以规范化、科学化的管理为基础，而用人情、亲情来进行调整。主原料还是要规范。

远大集团ceo张跃先生对企业进行制度化文化建设更是高度重视，远大的制度几乎覆盖了每一个员工的每一项活动，大到工作规则，小到衣食住行，应有尽有，这缘于张跃对制度本身的热爱，他认为是拿破仑法典而不是任何的艺术或哲学作品更能代表西方19世纪的文明精髓，他觉得繁琐的《拿破仑法典》给人规定责任和约束的同时，也赋予了法国人最大的自由。他的一段经典论述更是应该让国内广大成长型企业家有所感悟：我一直觉得一个企业最强的不是它的技术，制度才是决定所有活动的基础。有没有完善的制度，对一个企业来说，不是好和坏之分，而是成和败之别。要么成要么败，没有制度是一定要败的！所以领导者一定要非常投入地去建立制度体系，非常忘我地去维护这种体系。这种维护是需要决心的，因为任何一件事情都会有负面的东西，但是我抱着这样一个顽固的信念，如果没有制度的话，我的错误犯得还会多一些。确实经常有人说，这个制度是不是太苛刻了，有些事情是因为制度的限制而办错了，但是我坚决认为这不是制度的错，如果是它的错的话，那也是由于制度不够完善、不够细致造成的。

第四步：建立企业文化管理体系

战争是人类智慧的最高较量，军队一些组织架构的运行效率也是最高的。阿里巴巴借鉴了这些组织架构。现在，阿里巴巴人力资源管理运行着政委体系.政委体系的创意来自马云，他一直在想如何保证在企业层级增多、跨区域发展成为趋势的情况下，在一线员工中保证价值观的传承，同时在业务和人力资源培养方面提供更快捷的支持。2024年的两部军事题材连续剧《历史的天空》和《亮剑》，引起了马云的极大兴趣。两部热播电视剧脉络类似，都讲到了人民军队从小到大的快速发展过程中，能打枪、懂政策的政委张京普、赵刚，如何把有匪气的姜大牙、李云龙雕琢成将军的故事。这两部电视剧给马云很大启发。马云专门买了几十张dvd发给总监一级的管理层，要求仔细学习。

事实上，2024年年底，阿里巴巴的人力资源部门正在做一件类似的事情，他们打算在b2b部门的一线销售团队中，派出既懂业务，又代表公司政策和担负价值观宣导的人力资源专员。邓康明感觉这套做法实际上就是电视剧里政委的作用，所以干脆就把这套人力资源管理系统改名为政委体系.司令和政委的职责略有侧重，司令负责决策什么时间、用什么方式采取什么策略，政委是要理解这些策略，然后在人力资源组织方面怎么去匹配这个策略，以及团队的士气是不是足够支撑我们攻占这个高地。政委没有太多的权力去干涉司令的业务决定，但政委要在这个决策下帮助司令，说我们的组织能力行不行，整个队伍是不是充满了高昂的士气，是不是有心态上的不足。

很多企业企业文化管理的职能弱化、甚至缺失是导致企业文化管理工作无法有效开展的主要原因，即便有些企业部门名义上挂着企业文化中心的名义实际上只是写写稿件、编个内刊做一些形象宣传工作，还是缺乏系统化的企业文化建设宣贯体系。一个高效的企业文化管理职能部门应该肩负跟中共宣传部体系、军队总政治部体系一样强大的责任权利，成为公司领导者的喉舌和公司的传教士。

第五步：开展整顿和文化建设工作

企业文化的建设的目的是向员工传递公司价值观：倡导什么、反对什么。企业在不同的时期经营主导思想是不一样的，企业不同时期出现的问题也是不同的；公司企业文化建设活动一定要围绕主题开展工作，做到与时俱进，方能起到统一思想、凝聚员工精神的作用。笔者了解到很多企业的企业文化建设活动缺乏主题和重点，内容广泛、形式单一。笔者认为开展主题文化月建设活动可以以月度、季度或者年度为单位确定主题，围绕主题每月开展培训、征文、案例讨论、广宣、员工活动、树立典型等。

对于企业特定的时期、特定的问题甚至要召开整风运动和大辩论活动，通过整风和辩论活动，达到了思想上的高度统一。1942年，党中央感觉党内历次左、右倾错误思想，特别是以王明为代表的左倾机会主义、教条主义尚未肃清，党内仍然存在着党风不正、学风不正和文风不正的问题。而且，抗日战争以来，共产党吸收了一大批农民和小资产阶级分子入党，许多非无产阶级思想被带进了党内，为党内错误思想的滋长提供了新的土壤。正是在这种情况下，党中央为了统一全党思想，争取抗日战争的胜利，领导全党进行了整风运动。1978年5月11日，《光明日报》以特约评论员的名义发表了题为《实践是检验真理的唯一标准》的文章，这篇文章被视为当时中国一个重要的政治宣言，在全党引起了强烈反响，从而引发了一场关于真理标准问题的全国性大讨论，继而拉开了中国改革开放的序幕。延安整风运动和大辩论活动在我党历史上具有深远的历史意义，使干部在思想上大大地提高一步，使党达到了空前的团结，并进一步成熟起来。tcl集团、巨人集团在经历发展中的危机后都先后学习中共做法召开了企业整风运动，使企业获得了新生。

**企业文化建设实施流程篇二**

企业文化建设实施步骤

为深入、持续地推进企业文化建设的实施落实，确保企业文化建设在企业发展中起到的重要支撑和核心竞争作用，我司制定了层层推进、持续深入的企业文化建设实施步骤。

1、第一阶段——发挥领导带头学习标兵作用（时间：2024年11月27日至12月10日）

领导对企业文化建设的重视和实施落实是此次企业文化建设能否取得实效的重要保证。为此，我司领导高度重视，成立了企业文化领导小组，明确小组成员的领导、组织、宣贯职责和作用。在总公司组织的企业文化专家培训会上，我司从文化建设小组和办公室分别派出学习骨干参加培训、学习，并第一时间召开我司企业文化座谈会向公司文化建设小组和办公室成员进行了学习传授，让文化建设小组的广大成员及时、深刻地认识到开展此次企业文化建设的核心、内涵、原则、目标及重要意义。我司企业文化领导小组的高度重视和积极学习营造了一个良好的企业文化学习氛围，为下一阶段的深入开展学习起了重要的动员和推动作用。

2、第二阶段­——公司员工齐学习共奋进（时间：2024年12月11日至12月31日）

此阶段是我司宣传、学习企业文化的重要时期，通过第一阶段文化建设小组成员的学习和宣传，现开始向公司广大员工逐渐推进和扩大学习、宣传面。为此，我司将及时向广大员工发放《企业文化手册》、《员工职业规范》及《企业文化实施纲要》等书籍，让员工系统了解并理解企业文化的核心、内涵、原则、目标以及当前总公司实施企业文化建设战略的重要意义。充分发挥我司企业文化建设小组的领导和组织作用，实施以公司企业文化建设小组为横向——扩大员工学习面;以公司企业文化建设办公室成员为纵向——推进员工学习深度，有层次、分步骤地达到企业文化全面、深入和系统的学习。通过橱窗宣传、核心标语张贴及办公用品印制等多种形式来宣传好企业文化建设。

3、第三阶段——深入持久开展企业文化学习活动（时间:2024年1月至3月）

为进一步巩固并推进第一、二阶段企业文化学习的成效，实现企业文化学习的更深入，我司在立足现有的《企业文化手册》等书籍资料基础上通过开展企业文化谈话会、座谈会、征文征稿、竞赛等形式深化公司员工对企业文化建设的理解、体会和感悟。我司将对在企业文化学习中表现突出的个人予以表扬，对优秀的征文作品予以奖励并推荐《客运人报》所属企业文化专栏中发表。

4、第四阶段——企业文化学习成效验收（2024年4月）

为有效检验我司企业文化学习活动开展的成效情况，我司企业文化建设小组将深入部门、科室及广大经营生产一线员工中，同员工交谈对企业文化的了解、理解、体会和感悟。通过员工谈话、学习笔记、征文征稿等学习形式和内容来全面了解员工对企业文化学习的深入情况。将学习深入、理解透彻和体会深刻的员工树立为企业文化学习的先进典型，作为此次学习的榜样和标杆来带动全体员工更好地学习。公司也将对这样的先进典型给予表扬和奖励，并作为公司年度先进员工和职务提升的主要考核、提拔对象。

5、第五阶段——积极开展对外文化宣传（2024年5月）

为进一步扩大企业文化建设的成效和对外影响，我司将在立足文化建设的基础之上，适时适度地开展好企业文化的对外宣传工作。届时，我司将在经营一线设立企业文化宣传点，配发相关企业文化书籍和标志，让更多的旅客更好、更深入地了解合肥汽车客运有限公司的历史文化，让合肥汽车客运有限公司为更多的人所熟知并为更多的人提供更好的服务。

“文化是企业竞争最基础、最核心，也是最长效的竞争力”，正如黄惠民总经理所言，将公司的企业文化建设好关乎合客公司未来的发展大计，那就让我们共同携起手来，积极奋进，共同努力建设好合肥客运的企业文化，让合肥客运的明天更美好。

**企业文化建设实施流程篇三**

企业培训，上企大!

http:// 企业文化建设的步骤

既然企业文化是伴随企业一起丰富和发展的，那么，我们遵循企业发展的阶段来建设企业文化就能相得益彰。

在创业初期，鲜明地提出企业的价值主张就是企业文化建设。企业倡导什么、反对什么，鼓励什么行为、讨厌什么举动，言简意赅地归纳几条即可，即规定自己企业的“三大纪律八项注意”。

在成长早期阶段，企业可以围绕核心价值主张，组织全体员工分别提出具体主张。如 企业人才观、顾客观、合作观、安全观、环境观、时间观、学习观等等，可以号召员工自己撰写，也可以让员工搜集提交。企业汇总之后，分门别类，再组织全员评 选。凡被全员一致认可的主张，即可纳入企业价值观念体系。再组织员工就自己感兴趣或有见解的观点写文章，或提供标杆人物事迹，在企业内部掀起一场学习宣讲 企业价值主张活动，最好每一条价值主张都能找到代表人物。

在发展壮大阶段，一是丰富企业价值观念体系，二是丰富标杆人物事迹或典型案例，让企业文化建设有血有肉。最好每一条主张都有自己企业的故事。让企业内外都能感受到本企业文化的魅力和影响力，我们所宣传的，就是我们所做的；我们所做 的，就是我们所主张的。积极健康的文化氛围、团结奋进的向上精神能够感染企业的每个人，企业文化成了企业发展不可或缺的力量。这个阶段的企业文化就是成熟 的企业文化。

很显然，小企业一开始就搞企业文化手册是不合时宜的。只有当企业文化内涵相当丰富，标杆众多、榜样无数，这才可以考虑汇编成册。

建设企业文化可以按照以下步骤循序渐进。

1、确定企业使命和愿景；

2、确立企业核心价值观；

3、建立企业价值观念体系；

4、梳理完善企业规章制度；

5、调整优化企业做事方式；

6、清理企业内部风俗习惯；

7、建立企业健康伦理道德；

8、规范企业内外形象；

9、统一企业宣传用语；

10、编写企业文化手册。

前面五个步骤本书其他章节已经作了介绍，此处只介绍后五个步骤的建设方法。

清理企业内部风俗习惯

组织员工一起讨论企业应该坚守或摒弃的习惯。

应该摒弃的习惯：

1、苦不堪言的请客送礼之风；

2、作弄人的酒文化；

3、低级趣味的消遣娱乐活动，如赌博等；

4、传播或听信小道消息；

5、挑拨离间、搬弄是非；

6、其它大众厌恶的习惯„„

企业培训，上企大!

http://

倡导阳光健康的风俗习惯：

1、学会欣赏和称道他人；

2、以开放的心态与人交往；

3、构筑简单的人际关系；

4、同事间互相帮助、互相关心；

5、关注个人发展与企业发展；

6、有学习之风；

7、多数人认可的其它健康习惯„„

建立企业健康伦理道德

伦理是关于人伦关系的基本原则。道德是调节人与人、人与自然之间关系的行为规范的总和。企业伦理就是企业处理上下级关系、长幼关系、师徒关系、主客关系、同事关系的基本原则。企业道德必须与时代合拍，遵循时代、社会的基本道德规范，并继承本民族的传统美德。

正确处理情、理、法。违背伦常的管理一定行不通。合法是准绳。法既包括国家的法律法规，也包括企业的规章制度。合情合理是底线。动之以情、晓之以理，目的都是为了遵纪守法、保证企业规章制度的贯彻执行。讲情讲理不能违背讲法。

规范企业内外形象

1、规范企业标识；

2、规范企业环境整治；

3、规范办公室布置；

4、规范张贴图片和口号；

5、规范生产现场；

6、规范产品包装；

7、规范员工言谈举止；

8、规范宣传形式与各种广告的表达方式。

统一企业宣传用语

一个企业只有一种企业文化，各部门不能“各自为政”；企业使命和愿景必须统一； 企业质量承诺、服务承诺必须统一；企业宣传必须实事求是、言出必行；慎用他人的口号，体现个性特色。说到就要做到；说得好，不如做得好；做得好，还要传得 好。好做法要提炼、推广；好理念要传承和传播。

编写企业文化手册

企业文化手册的基本内容：

1、企业使命和愿景；

2、企业核心价值观；

3、企业基 本概况；

4、企业发展历程；

5、企业产品和服务简介；

6、企业价值观念体系提纲；

7、企业典型人物介绍；

8、企业服务规范；

9、企业安全规则；

10、员工行为规范；

11、员工入职、履职与离职准则；

12、企业奖惩条例；

13、企业考勤制度；

14、企业福利政策；

15、企业文化手册订立、修改与废 止规定。

其中11-14项为可选项，本企业不具备的其它内容也不必列入。企业文化手册是企业文化建设积累到一定程度的产物，也有一个不断丰富完善的过程。

企业文化手册在结集时可以考虑图文并茂，当然以简洁美观为原则。

**企业文化建设实施流程篇四**

企业培训，上企大!

http:// 企业文化建设的步骤

既然企业文化是伴随企业一起丰富和发展的，那么，我们遵循企业发展的阶段来建设企业文化就能相得益彰。

在创业初期，鲜明地提出企业的价值主张就是企业文化建设。企业倡导什么、反对什么，鼓励什么行为、讨厌什么举动，言简意赅地归纳几条即可，即规定自己企业的“三大纪律八项注意”。

在成长早期阶段，企业可以围绕核心价值主张，组织全体员工分别提出具体主张。如 企业人才观、顾客观、合作观、安全观、环境观、时间观、学习观等等，可以号召员工自己撰写，也可以让员工搜集提交。企业汇总之后，分门别类，再组织全员评 选。凡被全员一致认可的主张，即可纳入企业价值观念体系。再组织员工就自己感兴趣或有见解的观点写文章，或提供标杆人物事迹，在企业内部掀起一场学习宣讲 企业价值主张活动，最好每一条价值主张都能找到代表人物。

在发展壮大阶段，一是丰富企业价值观念体系，二是丰富标杆人物事迹或典型案例，让企业文化建设有血有肉。最好每一条主张都有自己企业的故事。让企业内外都能感受到本企业文化的魅力和影响力，我们所宣传的，就是我们所做的；我们所做 的，就是我们所主张的。积极健康的文化氛围、团结奋进的向上精神能够感染企业的每个人，企业文化成了企业发展不可或缺的力量。这个阶段的企业文化就是成熟 的企业文化。

很显然，小企业一开始就搞企业文化手册是不合时宜的。只有当企业文化内涵相当丰富，标杆众多、榜样无数，这才可以考虑汇编成册。

建设企业文化可以按照以下步骤循序渐进。1、确定企业使命和愿景；2、确立企业核心价值观；3、建立企业价值观念体系；4、梳理完善企业规章制度；5、调整优化企业做事方式；6、清理企业内部风俗习惯；7、建立企业健康伦理道德；8、规范企业内外形象；9、统一企业宣传用语；10、编写企业文化手册。

前面五个步骤本书其他章节已经作了介绍，此处只介绍后五个步骤的建设方法。

清理企业内部风俗习惯

组织员工一起讨论企业应该坚守或摒弃的习惯。

应该摒弃的习惯：1、苦不堪言的请客送礼之风；2、作弄人的酒文化；3、低级趣味的消遣娱乐活动，如赌博等；4、传播或听信小道消息；5、挑拨离间、搬弄是非；6、其它大众厌恶的习惯„„

企业培训，上企大!

http://

倡导阳光健康的风俗习惯：1、学会欣赏和称道他人；2、以开放的心态与人交往；3、构筑简单的人际关系；4、同事间互相帮助、互相关心；5、关注个人发展与企业发展；6、有学习之风；7、多数人认可的其它健康习惯„„

建立企业健康伦理道德

伦理是关于人伦关系的基本原则。道德是调节人与人、人与自然之间关系的行为规范的总和。企业伦理就是企业处理上下级关系、长幼关系、师徒关系、主客关系、同事关系的基本原则。企业道德必须与时代合拍，遵循时代、社会的基本道德规范，并继承本民族的传统美德。

正确处理情、理、法。违背伦常的管理一定行不通。合法是准绳。法既包括国家的法律法规，也包括企业的规章制度。合情合理是底线。动之以情、晓之以理，目的都是为了遵纪守法、保证企业规章制度的贯彻执行。讲情讲理不能违背讲法。

规范企业内外形象

1、规范企业标识；2、规范企业环境整治；3、规范办公室布置；4、规范张贴图片和口号；5、规范生产现场；6、规范产品包装；7、规范员工言谈举止；8、规范宣传形式与各种广告的表达方式。

统一企业宣传用语

一个企业只有一种企业文化，各部门不能“各自为政”；企业使命和愿景必须统一； 企业质量承诺、服务承诺必须统一；企业宣传必须实事求是、言出必行；慎用他人的口号，体现个性特色。说到就要做到；说得好，不如做得好；做得好，还要传得 好。好做法要提炼、推广；好理念要传承和传播。

编写企业文化手册

企业文化手册的基本内容：1、企业使命和愿景；2、企业核心价值观；3、企业基 本概况；4、企业发展历程；5、企业产品和服务简介；6、企业价值观念体系提纲；7、企业典型人物介绍； 8、企业服务规范；9、企业安全规则； 10、员工行为规范；11、员工入职、履职与离职准则；12、企业奖惩条例；13、企业考勤制度；14、企业福利政策；15、企业文化手册订立、修改与废 止规定。

其中11-14项为可选项，本企业不具备的其它内容也不必列入。企业文化手册是企业文化建设积累到一定程度的产物，也有一个不断丰富完善的过程。

企业文化手册在结集时可以考虑图文并茂，当然以简洁美观为原则。

**企业文化建设实施流程篇五**

随着我国的经济市场化和世界经济一体化，各类企业面临着日益激烈的竞争。企业应该认识到：先进的企业之所以能够战胜落后的企业，就是因为先进企业的文化比落后企业的文化更能适应竞争的要求、更具有生命力的缘故。

企业存在，就有文化存在，但“企业的文化”并不代表就是“企业文化”，企业文化是指：所有团队成员共享并传承给新成员的一套价值观、共同愿景、使命及思维方式。它代表了组织中被广泛接受的思维方式、道德观念和行为准则。如果“企业的文化”不能承担企业战略、经营目标的要求，那就有必要建设强势的、可持续发展的“企业文化”。企业文化是唯一不能够被竞争对手复制的。

要建设企业文化，首先要明确企业靠什么在社会中生存和发展，怎样吸引员工为企业服务，整个企业靠什么形成一个整体并高效的做事情。然后回答几个核心问题：第一，如何看待顾客；第二，如何看待员工；第三，如何思考和定义竞争；第四，如何考虑对社会和环境的责任；第五，如何考虑合作与竞争；第六，如何认识成本和利润等。

那么，企业怎么样去建设企业文化呢？我们从实际操作层面一一探讨：

第一、企业文化的设计：

企业文化的核心——企业理念

要想切实建立企业价值观体系，从企业所处的地位，环境，行业发展前景以及其经营状况着手；通过大量的调研，分析；结合高级管理层本身对企业发展的考量；从企业发展众多的可能性中，确认企业的愿景；依据企业发展必须遵循的价值观，确立企业普遍认同体现企业自身个性特征的，可以促进并保持企业正常运做以及长足发展的价值体系。特别是企业战略目标和经营理念，必须是无论社会环境和时间怎么样变化，都可以成立的。

比如，ut斯达康是一家成立于美国，成长于中国，正在走向世界的国际化高科技通信公司。独特的创业背景，多元的文化交融使ut斯达康形成了自己独特的企业理念：客户成功，我们成功；以人为本，共同成长；东方智慧，西方创新；追求创新，勇挣第一；高效运转，注重结果的企业理念。

佳能的企业理念是“共生”，她是指为了共同的利益而工作和生活在一起，消除由于文化、风俗、语言和种族的不同而造成的隔阂，建立一个全人类共享幸福美满生活的社会。佳能把消除不均衡现象作为自己义不容辞的使命，不遗余力地把“共生”理念付诸于实践。作为一个真正的全球公司，不仅需要同客户及其所在的社区建立良好关系，而且还要与各国及地区、地球与大自然和平共处，同时承担相应的社会职责。因此，佳能把“促进世界的繁荣和人类的幸福”作为自己的目标，沿着持续增产和进一步实现共生理念的道路大步前进。

企业文化的血肉——行为文化

制定了新的企业理念，我们并不是把它形式化，停留在口号、标语层次。我们需要贯彻它，需要它对员工的理想追求进行引导。怎么样引导，规范企业员工的思想、行为？这就需要我们着力从几个方面落实下来：

（1）、规章制度：企业理念能够落实，最重要的应该体现在企业的规章制度中，使员工的行为能够体现出企业理念的要求。如员工行为规范、公共关系规范、服务行为规范、危机管理规范、人际关系规范等。

（2）、工作与决策：企业理念必须反映到企业的日常工作和决策中，企业领导应该以身作则，做员工效仿的榜样。

（3）、典礼、仪式：必不可少的各类典礼和仪式可以有效推广企业理念，丰富生动地贯彻到各个方面。如企业各类会议、展览、庆典以及企业内部外部节日等。

（4）、典范、英雄：为了实施和贯彻企业理念，需要有各个部门及员工学习的榜样，树立典范或优秀人物可以让所有的员工感受到切实的影响。

（5）、传播途径、教育培训：要有效的传播企业理念，共享价值体系，也为了让员工切实参与到企业文化中，就需要建立畅通而多样化的途径。如内部网络、报刊、论坛、宣传阵地。并利用这些途径经常性地对员工进行教育和培训。

行为的规划应依附于总体目标之上，综合运用相关的知识与技巧，给予整体策划。着眼于与长期性、可操作性强，细致规范甚至教条的企业行为规范，才可以有效的落实下去，久而久之，才能真正规范，鲜明的体现企业理念。

例如，迪斯尼公司就是运用灌输信仰、严密契合和精英主义等手段，作为保存核心理念的方法。

迪斯尼的员工，不管是什么职位和阶层，公司要求每个人都必须参加迪斯尼大学的新人训练。目的是要向“迪斯尼团队的新人介绍公司的传统、哲学、组织和做生意的方式”。这些规定，培养出了“有一种相当标准化仪容的员工。

迪斯尼乐园所有人员都要学习一种角色定位：

员工——演员表上的演员；顾客——贵宾；群众——观众；值班——表演；

职务——角色；制服——戏装；当班——在舞台上；下班——在后台；

人事部门——分派角色部门；等等，把生活和事业看作是一场永不谢幕的舞台剧。

这种特殊角色定位不断强化员工的心态，由训练有素的“导演”不断在新员工心里灌输和加强公司的理念“迪斯尼就是让大家快乐”。

迪斯尼内部的运做和培训以及管理方式大部分都秘而不宣，更增添了神秘感和精英意识，迪斯尼严格的员工筛选和教育培训程序，对秘密运做和控制的沉迷以及精心创造神话，培养公司对全世界儿童生活极为特别和重要的形象，全都有助于创造一种类似教派一样的信仰。创造了魔术神话般的迪斯尼。

企业文化的仪容——视觉形象

进入21世纪，世界范围内，启用新的视觉形象系统的公司越来越多，在中国，更换形象识别系统的企业也层出不穷。究其原因，有的是由于企业拆分如中国网通、中国电信；有的则是由于企业战略或经营方向发生变化，为适应新的企业战略而以精妙的视觉语言来诠释新的企业经营理念，以求产生最大的视觉冲击。如联想、福田等。当前的中国企业，很多品牌有着较高的品质和服务，但企业形象，特别是标志，却与自身的地位，企业战略风格不匹配，没有视觉冲击。所以，建立一套科学的国际化企业形象系统已经是当前中国企业的当务之急。

心理学研究表明，一个人在接受外界信息时，视觉接受的信息占全部信息量的83%，11%的信息来自听觉，所以我们认为在企业文化的建设和传播过程中，视觉形象是依附与企业理念的，但却是依靠它广泛传播，它是企业文化、理念的重要载体。所以企业一定要清晰认识视觉形象的重要性，以艺术化、国际化、简洁易懂的设计，来给予社会强有力的视觉冲击，来树立企业的形象。

在企业形象设计中，最为重要的是企业标志、标准字、标准色、和吉祥物。只要确定了这四种元素，其他的应用设计就会水到渠成。

基本元素设计应遵循以下几个原则：

1、要能担当公司理念，精神的象征；

2、可以长久使用，与公司远景相适应；

3、是否易于识别，具有艺术的美感；

4、是否与其他行业具有良好差别性，有无类似；

5、放大、缩小、黑白阴阳变化时是否会改变感觉；

设计时首先要考虑行业属性，融入经营特性和目标，体现企业精神。其次要参考大量国内外设计行业设计趋势，作为设计参考。再次，要进行视觉喜好度调查，以客观数据为依据。综合多种信息后，先要从广度的水平做出大量草图，从中筛选出至少五种方向性草图进行二次深度发展，然后再从扩展方案中筛选出3-4种进行喜好测试，最后确定具有艺术美感的企业形象基本元素。

基本元素确定后，就可以依据企业需求，进行应用系统的规划与设计。应用系统一般包括以下部分：

1、导视系统（户外、户内）；

包括：欢迎牌、企业标牌、导视牌、企业整体平面图、建筑指示牌、道路行车指示、门牌等。

2、户外展示、广告、宣传系统；

包括：霓虹灯、灯箱、灯杆、阅读栏、车体展示、大型广告牌、旗帜、海报、报刊等。

3、办公用品系统；

包括：信封、信纸、传真纸、便签、格式文件、文件袋、文件夹、笔记本、工作证等。

4、服装、识别系统；

包括：门店统一形象识别、产品包装、员工制服、工作服、胸牌等。

5、礼品系统；

包括：企业形象礼品、赠品、手提袋、文化衫、台历、挂历等。

拥有世界十大名牌之称的可口可乐、索尼、奔驰、柯达、雀巢、丰田、麦当劳等公司都十分注重自己的品牌视觉形象传播，都具有其个性化的视觉识别特征。它是企业自身理念、行为和内在个性、文化、定位、价值观、追求的外在表现，是企业塑造形象、风格、品位的重要手段和方法，是企业走向成功的关键所在二、企业文化具体实施

许多人都认为企业文化建设是一个很庞大的工程，在实施过程中，感觉无从下手。其实，根据笔者的实践经验，企业文化的全面建设并不那么困难。我认为，企业文化建设应该由内而外，由上而下进行。企业文化主要依靠高层管理者来推动。

第一步：企业内部要组建企业文化战略委员会等相关部门，由专人负责（最好是企业最高领导），并组建企业文化执行小组；最重要的是全员参与。

第二步：调查分析企业现状、行业态势、竞争状况、企业最终目标等，得出企业存在的必要性、企业发展要求、员工和管理层的实际需求，企业文化才能够真正被认同被全体执行和传递。

第三步：科学性、艺术性归纳总结企业远景、企业使命、企业精神、企业理念、企业战略、企业口号等；

第四步；依据已提炼出的理念层和企业实际需求，设计企业行为规范，包括员工行为规范、服务规范、生产规范、危机处理规范、典礼、仪式等；

第五步：进行企业形象系统规划，一般要请专业设计机构进行。以确保设计符合艺术性、国际化、高识别性、行业要求等；

企业文化的建立和重塑，是目前企业各阶管理层最重要的事，是人力资源管理的核心任务，它关系到整个组织系统的运行和发展系统工程。要建立和谐的社会，必须有一个和谐的劳资关系，和谐的劳资关系，必须有一个和谐的企业文化，管理者，特别是高层管理者的观念和行为起着至关重要的作用。在企业文化中，管理者是企业利益的代表者，是群体最终的责任者，是下属发展的培养者，是新观念的开拓者，是规则执行的督导者。总之，在企业文化建设中，每一位管理者能否把握好自身的管理角色，实现自我定位、自我约束、自我实现、乃至自我超越，关系到一个优秀的企业文化建设的成败。

欲想建立一个适合本企业的企业文化，应该同时将执行力结合起来，共同推动企业文化的建设。公司不同自然企业文化建设的力度和效果也不同，只有真的想，并去切实执行才可以将企业文化建设的有实效。

一个完善的企业文化将会给企业的发展和竞争带来无比的动力。（完）

**企业文化建设实施流程篇六**

一、结绳

1、绳拉直，左右手各持一个绳头，2、右手绳放在左手绳上面交叉换手，3、右手新绳头从后绕左手绳一圈打个结。

4、拉住两个绳头，很牢固。

5、拉左手绳头，握住绳结，抽右手绳头，抽出。

二、洗手

1、双手浸湿水，打上沐浴液；

2、双手手心对搓，3、双手手指交叉搓洗，4、右手手心放左手手背，手指交叉搓洗，左手手心放右手手背，手指交叉搓洗。

5、右手抓住左手大拇指搓洗，同样动作洗右手大拇指

6、双手手指胡搓洗另一方的手掌心

7、双手手指尖胡搓，清理指尖与指甲

8、搓洗双手手腕

9、用清水冲洗完毕。

三、

三角巾用法 用法一：止血

1、三角巾两个小角对折

2、小角朝下，左手拿对折点，右手拿大角，朝怀里对折。

3、右手塞进去大角的缝隙网上一弹

4、再对折再往上弹，止血带就做成了 用法二：骨折吊前臂

1、展开三角巾，大角在手肘上，手指在中心线并露出指尖以便观察。

2、靠近怀里的往受伤的对面肩部绕脖，手臂外面的从本肩部绕脖，结绳 用法三：头部包扎

1、止血面放在伤口

2、三角巾大角在脑后，中心点在前额。两个小角从脑后互绕，（绕时把患者头发放在耳后）在额头打绳结。

3、后面的大角一拉，拉紧，想脑后交叉处上卷上去，掖在里面

四、坐起：

1、老年人不易坐起，要借用力学

2、臀部往椅子前部移动，双脚朝后移动。

3、前身先向前倾，在借力站起。

五、叠床单 双人：

1、两人各持距离最短的两角

2、正面朝上，反面朝下，向上对折，使得正面在里面

3、折好后再次对折，要确保床的中心点朝下

4、平放在床上，两人各从两端对折到中心线，完后再对折，在对折。

5、记得中心点的位置 单人：

1、双手持举止最短的两角，正面在外，对折对面两脚。

2、双手挪至中心线两端，朝怀里对折

3、左手拿好对折的两个角，右手从最外面的缝隙伸进去，到最里面，拇指与食指拿住一小撮，拽出来，4、再想怀里对折，再右手拽出来；

5、平放在床上，中心点朝下，两端对折到中心线，对折再对折。

六、换床单 单人换无人床单

1、床单中心点与床的中心点对齐后展开；

2、先把最上面的一层床单轻轻拉下来，剩余的卷成扇子形状扔向对面。

3、叠三角，从床头开始，把床单多余部分压在床垫下，对齐床边多出的部份，两点相交点互拉成三角，下面的和地面平行后手背朝上塞进床垫下，然后用手摁住塞进去的部门，把上面的床单也塞进床垫下

4、之后重复，从床头到床尾然后床中，另一面也是这样的顺序，最后一个床位角做三角时拉紧，使得床单无褶皱，以免导致长期卧床的病人产生褥疮。

七、用户侧卧

1、问候用户，沟通换床单事宜。

2、让用户头转向介护人员一侧

3、靠近介护人员的手拉在床边，另一手放在腹部，偏瘫病人，一手把另一手拉起放在腹部。

4、双腿蜷起。偏瘫病人，健侧脚把患侧角勾起蜷起。

5、告诉用户一起用力，往侧转时，手拉床边用力

6、数到三时先一手扶住膝盖往怀里下压，一手扶住肩膀后用小劲往怀里拉。

7、完成并问候客户。

八、换有人床单

1、帮助用户侧卧，偏瘫者侧卧健侧

2、找准中心点，换一侧床单；注意把剩余的床单叠成扇形塞在旧床单下面以防灰尘落在新床单上

3、帮助用户侧卧到换好的一侧，然后换另外一侧，4、过程中要注意与患者交流，换好后要与客户交流。

九、扶用户坐起

1、问候用户帮助客户侧卧，偏瘫时往健侧侧卧

2、把客户的脚往床边移动以便下一步好往下拿

3、一手从客户颈部伸进去扶住肩部，并靠近客户，一手抱著客户的大腿靠近膝盖弯的部分；双腿分开站立使得支撑面变大；靠近客户肩部的腿弓起。

4、告诉客户一会儿一起用力，先用手肘撑住床面，后用手掌撑住床面；

5、数到三一起用力，一手先用劲抱住客户的腿下床，一手紧跟着扶起客户的上半身，注意用大腿使劲，把中心从一条腿转到另一条腿。

6、走到偏瘫一侧，扶住用户以防倾倒，并问候用户。

7、其他：如果是全瘫的用户，一手扶肩，一手扶腰，先平移抬起，再往上推起，如同画了一个弧线。

十、移动用户

（一）平移用户： 方法一：

1、让客户平躺，双手放在腹部，先移上半身。介护人员站在床前，手背朝下一手从颈背部塞进去服务用户的肩膀并反转为手心朝上，一手从客户的腰部塞进去，并反转，双腿往下蹲，屁股往下坐，平移客户的上半身；（或一手扶住用户肩部，一手拄在床上，平移出来）

2、移下半身，一手伸进去客户腰部，一手伸进去客户的膝盖下面，双腿下蹲，屁股下坐，移出来。

（二）上移用户：

1、让客户平躺，双手放在腹部，双腿屈起；枕头立放在床头

2、一手从颈部伸进去扶住肩部，一手放在臀部，双腿分开站立，中心在靠近用户腿的这条腿

3、告诉用户一起用力，用脚后跟蹬床，身子向上移动，一起用力时，介护人员中心转换，移动用户向上（注意不要抬起来）。

4、帮助客户放好枕头，并问候。 方法二：

1、帮助客户侧卧，身下放塑料袋（塑料袋剪去底部）；

2、帮助客户平躺，双手放胸前，双腿蜷起，一手按住客户的一只脚或健侧脚的脚踝，让客户向上用力，即可上移。 方法三：

1、帮助客户侧卧，身下放毛巾被包住客户的肩部和臀部，2、帮助客户平躺，双手放胸前，双腿蜷起，两人拿起肩部和臀部的两头，重心移动，向上平移。

十一、穿脱衣服

（一）原则

1、解释说明护理目的，经用户同意后进行介护护理；

2、从卧位、坐位、立位开始，穿衣服的自理度是慢慢提高的，越高，发生危险的几率越大，3、偏瘫患者，护理人员站在用户患侧，防止他跌倒

4、让用户自己选择着装，可以尊重用户的自我决定和选择

5、调节室温

6、使用浴巾，减少用户皮肤的暴露面积

7、保护用户隐私

8、脱健穿患，脱从健侧起，穿从患侧起

9、灵活运用用户的健侧

10、介护的同时观察用户的皮肤等状况

11、确认老年人的身体状况。 方法：

脱衣（前襟）：

1、用健侧把扣子解开，2、把衣服脱至肩部靠下部位

3、自理度高的用健侧手出来后把患侧的衣服来出来，自理度较低的由介护人员先脱健侧。 穿脱衣（套头）

1、帮助用户或让用户的健侧把衣服上拉到胸部位置

2、低头帮助用户或用户自己拉住衣服颈后领把头从领口缩出来

3、先脱健侧，再脱患侧。

4、穿时把衣服到袖口缩成很小的一块，手伸进去，握住客户的手，把手上蜷起来的衣服转移到用户的患侧手臂。让后传好健侧的手臂，伸头穿进去。

穿脱裤子

1、站在用户患侧，给用户健侧放置一个较为牢靠的支撑体

2、让用户扶好站起，脱下裤子时，注意保护客户的隐私。

3、脱时从健侧开始，鼓励客户自己把脚拔出来，最后脱患侧。

4、穿时把裤筒像扇子一样缩起，用手抓住用户的脚后跟，先穿患侧的裤腿。

十二、仪容整理

1、跟客户打招呼，询问是否需要。

2、把护理床摇起使用户做成90度的角度，如果不舒服，膝盖下垫个毛毯。

3、把水温调到40度左右，适合客户洗脸

4、调好床边桌高度和水平，移动到用户跟前。

5、把脸盆房子桌上，先让客户自己洗脸。观察并提醒没有洗到之处，必要时帮她清洗并擦干。根据其需要擦抹相应的护肤品。

6、给客户提供刷牙的器具刷牙

7、给客户梳子梳头，并帮她拿镜子照着梳理。结束后及时清理掉落的头发。

8、男性客户剃须时为确保安全，最好用电动的剃须刀。

十三、移动移坐 轮椅使用步骤：

1、准备让客户乘坐时，拉下刹车，收起脚踏板，在地面平稳处移坐；

2、坐好后确认坐姿的舒适度，把脚放在脚踏板上；

3、跟客户打招呼，告知要启动，放下刹车，缓缓推动；

4、尽量缓慢，并提前发现路况的不同，5、转弯时跟客户打招呼告诉用户。

6、上台阶时，在轮椅距离台阶10厘米的距离时，双手下压，脚踩倾斜杆，使得脚轮抬起轮椅倾斜，用腿顶住用户后背向前，先让脚轮上台阶，往前推让驱动轮压到台阶上，腿向前向上使劲儿，手抓紧手把往前往上推上去。

7、下台阶时，介护人员先下，然后改推为拉，先下驱动轮，介护人员前弓后蹬用大腿顶住车背后缓缓下驱动轮，下来后往后拉，脚踩住倾斜杆让脚轮也着地；

8、过水沟时，为防止脚轮卡住，要到跟前时，脚踩倾斜杆往前把脚轮推过去，在把驱动轮直接推过去。

9、结束下车时，注意先把刹车刹住，然后把脚踏板收起，再下车。

床到轮椅的移坐（右偏瘫为例）

1、跟客户打招呼，询问是否要做轮椅。征得同意后，把客户扶起坐到床边；把轮椅推至客户的健侧一边的床，离床的角度为15-30度左右即可。

2、让客户左脚着地，稍往后撤，踩实；左手扶住离床较远的扶手，告知客户低头弯腰，向前向上坐起。介护人员要站在客户的患侧，用手扶住客户的患侧膝盖和腰部帮助客户站起。【如果客户健侧无力站起，则介护人员与客户面对面，双腿分开下蹲，左腿站在客户的右腿外侧，护住其患侧，双手从背后抱住客户的背部；低头和客户类似拥抱，客户一手扶住扶手，一手搭在在介护人员的肩上，向前向上站起】

3、站起后，扶住客户的腰背，帮助其转身。

4、确认能做到轮椅后，下蹲双腿，让客户低头弯腰，帮助客户轻轻的做到轮椅上，并调正坐姿；

5、按照轮椅使用步骤正确使用。

6、从轮椅上床时，确定轮椅刹车刹住，收起脚踏板，把客户的脚放下来。让客户调整坐姿，臀部向前移动，以便坐起。

7、让客户低头弯腰，左手臂伸直扶着床边。介护人员扶住起右腿膝盖和腰帮助其站起。【如果客户健侧无力，则同样面对客户半蹲，左腿护住客户右腿，拥抱，先往前，再往上，帮助客户站起】

8、站起后扶住客户腰背部帮助客户转身到床边，客户坐下，介护人员半蹲坐下。让健侧的脚把患侧的脚勾起。

9、介护人员在客户身侧（靠近床头一侧）双腿分开半蹲，一手扶住客户肩部，一手扶住客户腿部，以客户的臀部为支点，先扶住客户向后向下，在向床头移动旋转，另一手扶住客户双腿，向上向床位部位抬起。使得客户缓慢而舒适的躺下。

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