



中国组织（企业）文化 优秀成果案例集

中国文化管理学会 编著



國家圖書館出版社



中国组织（企业）文化 优秀成果案例集

中国文化管理学会 编著



國家圖書館出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国组织 (企业) 文化优秀成果案例集 / 中国文化管理学会
编著 .—北京: 国家图书馆出版社, 2011.5

ISBN 978-7-5013-4600-4

I . ①中… II . ①中… III . ①企业文化 — 案例 — 中国
IV . ① F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 063378 号

责任编辑 殷梦霞 邓咏秋

书 名 中国组织 (企业) 文化优秀成果案例集
著 者 中国文化管理学会 编著

出 版 国家图书馆出版社 (100034 北京市西城区文津街 7 号)
发 行 (010) 66139745, 66175620, 66126153
66174391 (传真), 66126156 (门市部)

E-mail btsfxb@nlc.gov.cn (邮购)

Website www.nlcpress.com (投稿)

经 销 新华书店

印 刷 北京华艺斋古籍印务有限责任公司

开 本 710×1000 毫米 1/16

字 数 220 千字

印 张 15.75

版 次 2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5013-4600-4

定 价 39.80 元

本书编辑委员会

(排名不分先后)

总 策 划：张鸿钧

主 任：郑启清 解云天

专家顾问：韩岫岚 邓荣霖 邹广文 吴少平 王学秀 李桂荣

特邀编委：丁圣荣 王社平 刘会亚 聂玉春 梁 云 华桂林

李献平 刘 潮 冯建平 李连平 谢贵谦 贺军生

田 云 张晓莉 武 丹 程 霞 范秀山 孙大鹏

黄崇邦 丁 平 权国俊 周 宁 徐浩然 冯 韬

委 员：杨敏英 张 敏 张智勇 梁 楠 朱小娜 张小丽

师李娜 张 聪 边京京 车忠勇 綦 媛 袁 雪

前 言

“十一五”以来，随着经济建设又好又快地发展，文化建设，包括组织企业文化建设也取得了不错的成效。进入新世纪、新阶段，全国各级组织、广大企业通过文化建设培训了骨干，锻炼了队伍，树立了先进，推广了经验；加强了研讨，扩大了影响；提升了组织（企业）形象，促进了组织（企业）发展，受到党政的重视和员工的好评。组织（企业）文化建设产生并呈现出由低到高、由小到大、由软到硬、由少到多、由点到面的变化和发展。

展望“十二五”，文化的地位和作用越来越突出，提交全民族文明素质，加快文化体制改革，提高文化创新，促进文化大发展、大繁荣的任务更加繁重。这些既给组织（企业）文化建设提出了挑战，又带来了机遇，组织（企业）文化建设迎来了迎头赶上、加快发展的重要机遇期。

中国化管理学会组织文化测评基地通过学习研讨，联系实践感受，清醒认识到：制定《2011—2015年中国组织（企业）文化建设指导意见》是当务之急，其主要背景有三：

第一，党和国家有要求。党的十七大不仅提出了“国家文化软实力”的新论断，而且发出了“更加自觉、更加主动地推动文化的大发展大繁荣”的新要求。温家宝总理在2010年《政府工作报告》中部署了八项任务，其中第六项任务强调国家发展民族振兴，不仅需要强大的经济力量，更需要强大的文化力量。文化是一个民族的“精神和灵魂，是一个民族真正有力量的决定性因素，可以影响一个国家发展的进程，改变一个民族的命运。”因此要高度重视“文化建设”。这一点为加强“十二五”组织（企业）文化建设指明了方向。

第二，组织（企业）有需求。当下组织（企业）文化建设存在和遇到的

主要问题有三：一是强不上去。一些企业尤其是一些企业的主要负责人对文化建设不同程度地存在忽视、低视和偏视问题，尚未把组织（企业）文化当作全面性战略性长期性的大事来抓，也没有提到重要位置、提上重要议事日程；二是深不进去。不少单位在组织（企业）文化建设中做了大量的工作，也取得了一点进展，但现在碰到的困难不少，而解决问题的办法不多，缺乏新思路、新途径以及新的举措和方法；三是走不出去。一些组织和企业在文化建设中偏重体内循环，既不走出去请进来，也不在行业内和国内进行学习研讨开展文化交流，有的组织和企业虽然在国外开拓了业务，但文化交流却没跟上去。以上三个问题，使许多有志于文化建设的企业、干部和职工感到困惑和迷茫，甚至产生了畏难情绪。大家既期待加强领导，组织起来，迎难而上，有新突破，又希望在理论与实践的结合中，提供标杆案例，可供参考、借鉴和仿效。

第三，我们有追求。中国管理学会组织文化测评基地成立以来，本着“做服务，做业绩，做诚信”的宗旨，在培训工作中遵循授课“有专长，有新意，能管用”的要求，在调研工作中遵循“帮根本，帮提升，帮发展”的原则，在进行文化测评中突出“做文化建设的助推器，做推广典型的新平台，做心想事成的贴心人”的目标，取得了积极进展，得到了新接触的广大组织、企业和干部以及员工的认可。为了感恩社会，为了回报广大组织和企业，为了促进组织企业文化建设，进而推动全国文化大发展、大繁荣，我们自觉地承担了制定《2011—2015年中国组织（企业）文化建设指导意见》的工作。

总之，党和国家的要求指明了方向，组织企业的需求给予了动力，我们的追求加重了责任，为党和国家分忧，为组织企业解难，为文化事业尽职尽责，是我们制定、推出《2011—2015年中国组织企业（文化）建设指导意见》的初衷和目的。

郑启清

2011年2月18日

目 录

前言.....	1
2011—2015 年中国组织企业文化建设指导意见	1
中国全聚德（集团）股份有限公司企业文化案例.....	17
餐饮老字号向现代品牌公司转型的文化管理 中国全聚德（集团）股份有限公司	
【专家点评】 文化建设要抓重点、特点和亮点	郑启清
大屯煤电集团有限责任公司企业文化案例.....	35
国有企业廉洁文化建设的根本任务和主要内容初探	梁 云
【专家点评】 廉洁文化建设必须增强自觉性、针对性、科学性	郑启清
中国电子信息产业集团有限公司企业文化案例.....	50
建设伟大的企业 需要一流的文化	聂玉春
【专家点评】 企业文化是企业的灵魂和精神支柱	解云天
南京市江宁区统战部组织文化案例.....	63
以“三位一体”工作法打造卓越江宁统战	丁圣荣
【专家点评】 统战文化建设的带头人——丁圣荣	韩岫岚
中国铝业股份有限公司广西分公司企业文化案例.....	69
一流文化锻造一流企业	中国铝业股份有限公司广西分公司
【专家点评】 多样性文化建设造就了中国铝业标杆	邓荣霖

包商银行企业文化案例	77
提升品牌公信力 在服务中做大做强	
——打造“包容乃大 商赢天下”的企业文化	李献平
【专家点评】建设开放创新文化 打造诚信服务银行	邹广文
中国石油长庆油田第一采油技术服务处企业文化案例	86
采油一处“做好每件事，成就每个人”的实践与思考	谢贵谦等
【专家点评】可贵的文化理念：做好每件事，成就每个人	吴少平
上海大屯能源股份有限公司发电厂企业文化案例	96
构建“六位一体”安全文化体系 努力打造本质安全型企业	刘 潮
【专家点评】企业安全文化建设的奇葩	解云天
冀中能源集团有限责任公司企业文化案例	111
企业文化是企业跨越发展的原动力	王社平
【专家点评】“不断创造历史”，冀中“敢为人先”	邹广文
陕西延长石油（集团）有限责任公司延安炼油厂企业文化案例	118
人本 创新 环保	
——延安炼油厂建设现代工业特色的企业文化之路	冯建平
【专家点评】文化：行动的逻辑	王学秀
广东省交通集团广佛高速公路有限公司企业文化案例	127
以人为本 内聚合力 外树形象	程 霞
【专家点评】以人为本 内聚合力 外树形象	李桂荣
中国三峡新能源公司企业文化案例	134
基于大文化理念的重组企业文化融合研究	范秀山 孙大鹏
【专家点评】要加强集团文化建设	郑启清
中船第九设计研究院工程有限公司企业文化案例	148
建设优秀企业文化 促进公司持续发展	黄崇邦

【专家点评】建设优秀企业文化 促进公司持续发展

李桂荣

大唐电信科技产业集团企业文化案例.....157

让企业“文化”起来

——建设大唐特色文化 打造科学发展软实力

刘会亚

【专家点评】创新诚信、与时俱进的大唐电信文化

解云天

南京市江宁区财政局组织文化案例.....164

持续创新，打造具有江宁财政特色的机关文化

南京市江宁区财政局

【专家点评】从财政文化到文化财政的先行者

邹广文

青海庆华矿冶煤化集团有限公司企业文化案例.....169

试论青海庆华集团企业文化建设进程中的若干重大问题

丁平等

【专家点评】文化是民营企业发展壮大的精神支柱和强大动力

邓荣霖

中国·春和集团企业文化案例.....176

以企业形象文化推动企业健康持续发展

中国·春和集团

【专家点评】积极建设“绿色企业文化”

韩岫岚

江苏大屯铝业有限公司企业文化案例.....182

打造强势企业文化 探索文化管理之路

——江苏大屯铝业有限公司企业文化建设综述

华桂林

【专家点评】创新激发创业 文化造就先进

邓荣霖

赤峰平煤投资有限责任公司企业文化案例.....189

为天地立心 为生民立命

李连平

【专家点评】以优秀的企业文化促进公司科学发展

解云天

东风悦达起亚汽车有限公司企业文化案例.....196

激情与梦想 和谐与创造

——探索东风悦达起亚企业文化建设之路

东风悦达起亚汽车有限公司

【专家点评】“宽视角与高起点”的实践与成效

吴少平

包头市九原电力有限责任公司企业文化案例.....205

用心照亮每一天

——九原电力公司特色营销文化建设之路 包头市九原电力有限责任公司

【专家点评】用心照亮每一天 李桂荣

苏州创元投资发展（集团）有限公司企业文化案例.....212

凝练精神 重塑文化 致力创元集团科学发展

苏州创元投资发展（集团）有限公司

【专家点评】创元文化：一元向心 + 多元呈现 王学秀

内蒙古大唐国际锡林浩特矿业有限公司企业文化案例.....219

蓄和谐发展之势 筑一流露天煤矿 内蒙古大唐国际锡林浩特矿业有限公司

【专家点评】“同心文化”促进了大唐煤业的和谐跨越发展 韩岫岚

远东控股集团有限公司企业文化案例.....225

远东的品牌文化之道

徐浩然

【专家点评】品牌文化建设的实践探索 吴少平

包头东华热电有限公司企业文化案例.....232

以东华“融”文化引领，共建和谐文明东华

冯 韬

【专家点评】科学与人性的融合 王学秀

2011—2015 年中国组织企业文化建设 指导意见

中国文化管理学会组织文化测评基地颁布
(2010 年 10 月 14 日于中央电视台·梅地亚中心)

“十二五”时期，是实现全面建设小康社会奋斗目标的关键时期，是我国文化体制改革和文化大发展大繁荣的关键时期，也是组织（企业）文化加快发展、迎头赶上的重要机遇期。为了深入贯彻党的十七大精神，适应国家“十二五”发展需要，促进社会主义文化大发展大繁荣，更好地为组织（企业）现代化建设提供强大精神动力和文化支撑，特对组织（企业）文化建设工作提出以下意见。

一、深化认识，增强推进组织（企业）文化建设的责任感、紧迫感

1. 组织（企业）文化是组织（企业）的精神和灵魂

组织，尤其是企业，既是制造产品与服务的机构，更是有理想、有信念、有追求的生命体，文化是生命体的精神和灵魂。它深刻影响组织（企业）发展的进程，能够改变组织（企业）的命运。

2. 组织（企业）文化是组织（企业）的无形力量

组织（企业）文化对内具有凝聚力，对外具有影响力，共同凝成组织（企业）的创造力、核心竞争力。文化是组织（企业）真正有力量的决定性因素，组织（企业）的发展与振兴，既需要强大的经济力量，更需要强大的文化力量。

3. 组织（企业）文化是组织（企业）特有的宝贵资源

组织（企业）的核心价值观、企业精神、企业理念、企业形象、企业品牌等，其价值是不可估量的，其中企业品牌是不断增值的。当今时代，文化的经济功能明显增强，经济的文化含量不断提高，文化在组织（企业）综合实力竞争中的地位 and 作用越来越突出。组织（企业）文化发挥着培育精神、鼓舞士气、引领行为、塑造形象的重要作用，使组织（企业）充满生机和活力。因此，全国各级组织、广大企业必须提高认识，认清形势，克服对文化建设忽视、低视、偏视的现象，排除迷茫、困惑和畏难情绪，采取积极举措，培育特色鲜明、内容丰富、与时俱进的组织（企业）文化，促进组织（企业）文化大发展大繁荣。

二、理顺思路，明确组织（企业）文化建设的指导思想、基本原则和总体要求

1. 指导思想

坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻科学发展观，全面落实党的十七大和十七届五中全会精神，按照中央提出的宣传思想文化战线要“高举旗帜，围绕大局，服务人民，改革创新”的总体要求，坚持“二为”方向和“双百”方针，坚持“三贴近”，唱响主旋律，以学习实践社会主义核心价值体系为主线，在巩固成果、提高水平、强化功能、增强实效上下功夫，进一步提高广大员工整体素质和行业文明程度，为组织（企业）现代化建设营造强大的文化力量和良好的文化环境。

2. 基本原则

坚持以人为本，尊重员工文化主体地位的原则；坚持科学发展，文化建设为经济建设服务的原则；坚持改革创新，始终把社会效益放在首位、社会效益与经济效益相统一的原则；坚持统筹协调，弘扬主旋律与提倡多样化、当前与长远、立足本土与面向世界、促进繁荣与加强管理相结合的原则。

3. 总体要求

在组织（企业）文化发展方向上，围绕建设社会主义核心价值体系，积

极发展具有先进性、科学性、广泛性，惠及广大员工和人民群众的组织（企业）文化；在文化发展目的上，坚持以人为本，努力提高人的精神境界和科学文化素质，满足广大员工和人民群众的精神文化需求；在文化发展战略上，提升组织（企业）文化软实力，提高员工思想道德素质与敬业精神，促进组织（企业）全面与可持续发展，更好地服务国民经济和社会发展；在文化发展路径上，立足组织（企业），面向社会，走向世界。

三、围绕主线，构建一主多优的组织（企业）文化

1. 建好文化体系

社会主义核心价值体系是社会主义意识形态的本质体现，是社会主义文化的核心部分，是全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础。它包括马克思主义指导思想、中国特色社会主义共同理想、以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新精神为核心的时代精神、社会主义荣辱观等基本内容。各级组织、广大企业要以社会主义核心价值体系作为组织（企业）文化建设的指针、灵魂和主线，千锤百炼地锻造本组织、本企业的核心价值观、企业精神、企业伦理道德、企业形象，并通过组织（企业）核心价值观、组织（企业）精神决定组织（企业）文化的方向、本质、层次，通过组织（企业）伦理道德引导制约成员的言行，通过组织（企业）形象体现组织（企业）的整体风格和品位。

2. 建好识别系统

要在建立组织（企业）文化体系的基础上，分别建立理念识别系统、视觉识别系统、制度识别系统、行为识别系统，并且通过理念识别系统帮助员工将组织（企业）文化内化于心，将视觉识别系统外化于形，将制度识别系统固化于制，将行为识别系统动化于行，进而靠文化的力量把员工的理念和行为潜移默化地引向一个共同的目标。

3. 建好一主多优的组织（企业）文化

各级组织、广大企业要大力建设体现时代特征、行业特色、企业特点的
主体文化、主导文化和主流文化，同时要根据组织（企业）发展的需要、员

工的需求，积极建设多样性文化。

第一，安全文化。安全是组织（企业）的永恒主题，确保安全的组织（企业）最重要最核心的工作。安全文化是组织（企业）安全管理状态、管理过程和管理结果的总和。通过安全文化建设，要把安全组织、安全方针、安全目标、安全理念、安全制度、安全操作规范变成干部员工的自觉意识和安全行为。

第二，诚信文化。诚信文化是组织（企业）文化建设的根基。诚信文化的根本价值在于能够凝聚利益相关者按照一定的道德和规范开展合作。市场经济是信用经济，社会主义市场经济是诚信经济。通过诚信文化建设，促使组织（企业）文化建设的根基更加牢固，信用、信誉更加真实、可靠。

第三，经营管理文化。经营管理文化是以企业经营发展为主要内容的管理理念和方式，体现在经营机制、组织结构、管理规章等制度文化上。通过经营管理文化建设，要树立以人为本的经营管理理念，不断增强员工的主人翁责任感，尽主人责，干主人活，让文化为经营管理注入灵魂，形成共同的意志和行为。

第四，质量文化。质量是组织（企业）赖以生存的基石。质量文化是组织（企业）的有机组成部分，是组织（企业）质量策划、质量方针、质量目标、质量理念和质量过程控制的总和。通过质量文化建设，要确保质量第一理念的确立，并自觉体现在质量方针、质量目标、质量策划的制度和落实上。

第五，服务文化。服务文化是以服务宗旨为核心内容的服务理念、服务方针、服务目标、服务组织、服务流程、服务准则等。通过服务文化建设，要以提高人民群众满意度、提升社会认同感为目标，更新服务理念，提升服务技能，规范服务行为，改善服务设施，打造服务品牌，体现服务特色，展示服务艺术，不断强化和扩大组织（企业）服务文化的感染力、影响力和辐射力。

第六，品牌文化。狭义的品牌是个技术层面的概念，广义的品牌已经成为一种新的营销模式。品牌管理是对组织（企业）内部与外部的一切利益关系、情感关系和社会关系的管理。品牌文化是组织（企业）最有价值的无形资产。通过品牌文化建设，要帮助组织（企业）的主要领导以及广大员工自觉地打造品牌，爱护品牌，推广品牌。

第七，和谐文化。和谐文化是指组织（企业）以和谐思想为核心的价值

标准、行为规范、道德观念的总和。通过和谐文化建设,要进一步建立健全和谐文化管理体系,促进人与人、人与企业、人与自然的和谐共存与和谐发展,为构建社会主义和谐社会作出积极贡献。

第八,廉洁文化。廉洁文化是廉洁的理论和行为方式及其相互关系的总和,是关于廉洁的知识、理念、制度及与之相对应的生活方式、行为规范的概括。廉洁文化具有丰富内涵,即公正不贪,清白无污。通过廉洁文化建设,要建立教育、制度、监督并重的惩治和预防腐败的体系,利用各种有效的形式和手段不断加强廉洁思想教育,形成思廉、保廉、促廉的文化氛围。

第九,执行文化。执行文化要求组织(企业)每个成员尤其是各级管理者围绕组织(企业)共同愿景、岗位职责,不折不扣、高效快捷地完成自己承担的工作任务。通过执行文化建设,切实促进组织(企业)执行力管理水平的提高,进而增强组织(企业)的执行能力。

第十,绿色文化。绿色文化是指人类与环境的和谐共进,使人类实现可持续发展的文化,它包括持续农业、林业和一切不以牺牲环境为代价的绿色产业、生态工程、绿色企业,也包括有绿色象征意义的生态意识、生态哲学、环境美学、生态艺术、生态旅游以及绿色运动等诸多方面。建设绿色文化既是组织(企业)的需要、社会的需要、国家的需要,又是民族的追求、人类的追求、世界的追求。通过绿色文化建设,要增强绿色意识,营造绿色文明,开拓绿色经营,实现绿色发展,为建设能源节约型和环境友好型社会作出积极贡献。

第十一,创新文化。创新文化是指尊重个性、张扬特长、激励探索、提倡冒尖、鼓励合作、宽容失败。自主创新是组织(企业)进步的灵魂和发展的不竭动力。只有创新才能取得突破,赢得领先,获得尊严。通过创新文化建设,要树立创新理念,激发创新精神,营造创新环境,推广创新先进,努力建设创新型企业,提升创新能力。

4. 建好特色行业文化

第一,加强集团文化建设。集团文化具有战略性、主导性、整合性和包容性,给各成员单位文化建设提供指导规范和发展空间。要着眼战略、把握本质、遵循规律、彰显个性,实现集团文化本质的统一和所属企业文化的个性发展。

第二,加强行业文化建设。行业文化是以本行业历史文化为基础,以未

来发展战略为依据，以解决行业最现实问题为导向的共性文化。要规范企业行为，加强行业自律，不断增强行业公信力、凝聚力、竞争力，更有力地参与国际竞争。

第三，加强中小企业文化建设。中小企业是促进经济社会又好又快发展的重要力量，是繁荣城乡经济、增加财政收入、扩大社会就业、优化经济结构不可替代的组成部分。通过中小企业文化建设，进一步提高自身素质、提高基础管理水平、提高创新发展能力，实现健康快速发展。

四、突出重点，坚持用组织（企业）文化服务员工、提高员工

1. 尊重员工的文化权利

文化权利是员工的基本权利之一。它的彰显与实现既是社会走向文明的必然过程，也是社会进步的基本动力。员工的文化权利和公民的文化权利一样，一般包括四个方面：一是享受文化成果的权利，二是参与文化活动的权利，三是开展文化创造的权利，四是文化成果受到保护的权利。尊重、保护和实现员工的文化权利既是社会文明与发展的标志，也是社会主义先进文化的题中之意，更是全面落实科学发展观的内在要求。在推进组织（企业）文化建设中要坚持以人为本，视员工为文化建设的主人、主体、主力军，把文化建设的出发点和落脚点始终放在尊重人、关心人、帮助人、培养人和提高人上。

2. 不断满足员工的精神文化需求

广大员工不断提高的文化生活、文化消费、文化需求，是社会经济发展的必然趋势，是人们物质文化生活不断改善的必然选择，只有把它作为组织（企业）文化建设的动力、潜力，构建组织（企业）文化才有新起点、新追求。各级组织、广大企业在推进组织（企业）文化建设中，要想员工之所想，急员工之所急，帮员工之所需，采取多种形式，运用多种途径，开辟多种项目，组织丰富多彩、喜闻乐见的文化教育和活动，让广大员工有学的看的做的，有说的听的唱的，有写的画的乐的，寓文于教化、感化和娱乐之中。要采取定期培训、现场观摩、案例分析等形式，帮助员工增加知识储备，提高对各

层次文化消费产品的鉴赏水平，提高分辨文化产品精华与糟粕的能力。要帮助员工正确认识和对待文化消费，引导并鼓励合理的文化消费。

3. 充分发挥员工文化建设的积极性、创造性

第一，人人热爱。通过宣传舆论，帮助广大员工认识到文化与组织（企业）紧密相连，文化与员工息息相关，引导员工对组织（企业）文化产生兴趣、情趣和乐趣。

第二，人人参与。通过各种形式和活动帮助员工对组织（企业）文化增添新鲜感、时代感和责任感，强化“企业兴衰，人人有责；企业文化，人人负责”的意识，从而自愿地投入到文化建设中来。

第三，人人作为。通过开展“我为组织（企业）文化建设献一计、进一言、做一事活动”，激励广大员工一言一行展示组织（企业）文化，一举一动有利组织（企业）进步，一点一滴为组织（企业）增砖添瓦，建功立业。

第四，人人讲评。通过研讨会、座谈会、表彰会，发动员工畅谈组织（企业）文化建设的心得体会、收获打算、合理化建议等，进一步增强文化建设的针对性、科学性和实践性。

第五，人人受益。通过多种形式和途径，让员工实现自身文化权益，共享组织（企业）文化建设成果。

4. 促进员工全面发展

坚持以人为本，促进人的全面发展，既是科学发展观的核心实质要求，也是构建社会主义和谐社会的内在要求和根本检验尺度。加强文化建设，既是促进人的全面发展的重要内容、重要途径，又是实现人的全面发展的重要支撑、重要保障。推进组织（企业）文化建设必须以实现员工全面发展为根本目的，一切为了员工，一切依靠员工，一切服务员工，千方百计帮助员工改变个人的生理与心理结构，提升主体能力，优化思维方式、行为方式和活动方式。要积极引导员工树立正确的世界观、人生观和价值观，不断提高思想道德素质、科学文化素质和心理素质。要主动帮助员工在文化建设中自我教育、自我养成、自我提升，争做有理想、有道德、有智能、有品位的好员工。要清醒地看到员工的全面发展与组织（企业）的全面进步是逐步提高、永无止境的过程。因此，既要促进员工的全面发展，又要通过促进员工的全面发