



畅销近百万册《企业文化手册》的全新升级版

企业文化建设

从理念意识到行为习惯

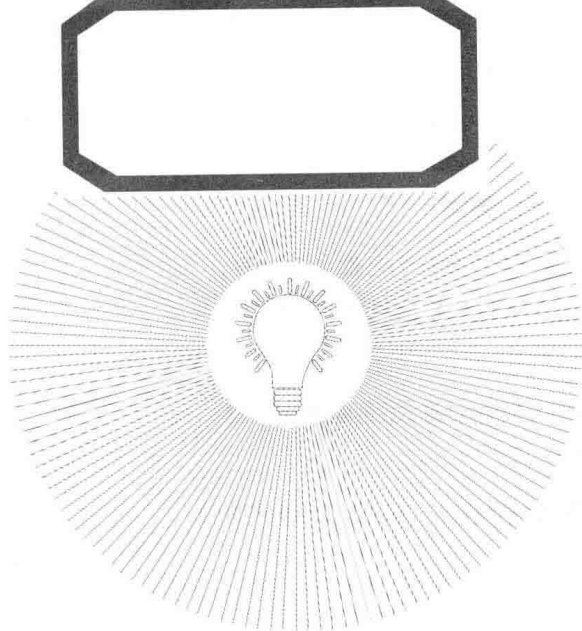
孙法平 贾文慧◎编著

系统解读如何提升企业文化竞争优势，让身在职场的每一个人都能从理念意识到行为习惯更加深刻地体悟、践行企业文化。

QIYE WENHUAJIANSHE

助力企业创造新颖、高效的文化氛围，以理念意识为导向，以行为习惯为途径，化“虚”为“实”，唤起员工心中潜藏的活力、热情、责任感和创造力。

人民日报出版社



畅销近百万册《企业文化手册》的全新升级版

企业文化建设

从理念意识到行为习惯

孙法平 贾文慧◎编著

QIYE WENHUAJIANSHE

助力企业创造新颖、高效的文化氛围，以理念意识为导向，以行为习惯为途径，
化“虚”为“实”，唤起员工心中潜藏的活力、热情、责任感和创造力。

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业文化建设：从理念意识到行为习惯 / 孙法平，
贾文慧编著. -- 北京：人民日报出版社，2018.2
ISBN 978-7-5115-5209-9

I. ①企… II. ①孙…②贾… III. ①企业文化 - 建
设 - 中国 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 000475 号

书 名：企业文化建设：从理念意识到行为习惯
作 者：孙法平 贾文慧

出 版 人：董 伟
责任编辑：刘天一
封面设计：陈国风

出版发行：人民日报出版社

地 址：北京金台西路 2 号

邮政编码：100733

发行热线：(010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线：(010) 65369530 65363527

编辑热线：(010) 65369844

网 址：www.peopledaily.press.com

经 销 新华书店

印 刷 北京德富泰印务有限公司

开 本：710mm × 1000mm 1/16

字 数：195 千字

印 张：14.75

印 次：2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5115-5209-9

定 价：45.80 元

孙法平

男，江苏淮安人，1970年生，工程管理本科毕业，工商管理硕士研究生在读，职业策划师、多家企业管理咨询兼职顾问、媒体特约撰稿人、职业学校特聘讲师。曾参与编著《客户至上：以客户为中心》《企业员工职业道德修养读本》等数十部畅销图书，数千家企业近百万名读者从中受益。

近二十年，奔波职场，忠于实践，勤于学习，不断锤炼，并感悟些许，颇有心得，今日斗胆参与编著。虽参阅大量书籍，深思慎取，倾尽所学，但因学疏才浅，书中谬误之处亦或俯拾即是，不过也乃我心血凝聚之真，也出于责任与感恩，倘若读者有所启迪，则甚为心安，我愿为此恳请大家：一起交流，共勉，探讨！

贾文慧

男，毕业于内蒙古工业大学，现就职于华能集团包头第一热电厂，担任运行班组长，对企业班组的文化建设颇有见解，先后参与了厂精益班组建设活动，企业7s管理活动计划的编审等工作，并荣获厂优秀宣传个人，生产先进工作者，十大安全卫士等荣誉称号。



中工网

WORKERCN.cn

亿万职工的网上家园

友情推荐

无“中工干教”压纹防伪标记的为盗版书
版权所有 侵权必究 举报有奖

延伸阅读



实用的企业文化：源于实践，指导工作

出版策划：中工时代
Chinese Workers' Era

特约编辑：孙法平

封面设计：国南设计

版式设计：北京中工干教文化交流中心

责任校对：左 宁

投稿邮箱：zhonggongbooks@163.com

前言 Preface



文化，是一个非常广泛和颇具人文意味的概念，它是区别于政治和经济的人类全部的精神活动和产品。要给文化下一个准确或精确的定义，是一件非常困难的事情。因为文化的内涵和外延都非常宽泛，包含人们的衣、食、住、行、往来沟通、言语交流、风俗习惯等诸多方面。如果非要给文化一个定义的话，那么文化就是用来熏陶和转化人们心灵的语言、文字、图画、艺术、制度、规范、道德、理念、信仰抑或生活习惯、风土人情、工作模式、交流方式等等。

正是因为文化的概念如此宏大和深刻，所以对于社会的作用广泛而深远。文化是一个民族的精神和灵魂，是社会发展的恒久动力，更是人类长盛不衰的不竭源泉。

企业也是一样，文化是企业的精神和灵魂，是企业生命力、竞争力和发展力的源泉。正因如此，现代企业都越来越重视文化的建设。自 20 世纪 80 年代，“企业文化”这一概念从日本、美国引入我国，经过 20 多年的消化、吸收和发展，更多的企业把企业文化建设作为企业发展战略的重要内容付诸实施，企业文化的建设和发展如火如荼，方兴未艾。

但是，相对于企业的生产、经营和管理的具体实质而言，企业文化其实是相对空泛和抽象的。它更多地表现在企业的精神层面，表现为企业的使命、愿景、精神、宗旨、价值观和经营理念等形而上的形式。要想将这

些形而上的理念转化为形而下的具体内容，并推广、落实、渗透到企业的方方面面，深植于员工的内心，并化作员工的日常行为模式并不容易。因此，企业在建设企业文化时就会有些力所不逮之感。如何将抽象的文化内容转化为具体的行为模式，正是当前众多着力于打造企业文化的企业亟须解决的难题。

本书通过对企业文化理念意识的深入分析和研究，提出了将企业文化的理念意识转化为行为习惯的方式和方法，探讨了企业在建设企业文化过程中如何让企业文化有效落地的问题，详细分析了企业文化各个组成部分的落地方法和途径，以期对企业的文化建设有所裨益。



第一章 树立企业文化理念：让文化意识深入企业核心

企业文化是企业在生产经营实践中形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有鲜明企业特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在生产经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象的总和，是全体员工共同认同的价值理念和行为准则。企业文化是企业最持久、最顽强、最具激励作用的核心竞争力，也是区分不同企业的最醒目标志，更是企业发展的灵魂和核心。

1. 企业文化：企业的灵魂和旗帜 / 2
2. 完善企业文化三大要素——愿景、使命、价值观 / 4
3. 塑造共同愿景，激发全员工作激情和奉献热情 / 8
4. 承担共同使命，营造认同感和归属感 / 12
5. 铸就共同价值观，凝聚全企业的力量 / 15
6. 打造企业良好形象，重视 VI、MI、BI 建设 / 19
7. 锻造企业精神，形成企业文化的坚固内核 / 26

第二章 弘扬企业家精神：管理者要做企业文化的倡导者

企业文化建设的核心是企业家，是企业管理者，只有他们率先垂范，弘扬企业家精神，把企业家精神贯注于企业文化之中，倡导优秀的企业文化，在企业中营造良好的文化氛围，才能使企业文化推广开去。

1. 企业家要有“企业家精神” / 36
2. 让企业家精神成为企业文化的“发动机” / 39
3. 全力倡导企业文化，模范践行企业文化 / 42
4. 以企业家精神激励自我，激励员工 / 45
5. 不断学习，做企业文化的领头人 / 48

第三章 营造文化氛围：把文化意识传递给每一个员工

一个优秀的企业内，一定有一个好的企业文化环境和氛围，每一个员工都对企业文化理念了如指掌。因为良好的文化氛围是锻造良好企业文化的土壤和温床，也是把企业文化的理念传递给所有员工的重要媒介。故而营造良好的企业文化氛围，是企业文化建设的重要内容之一。

1. 恪守企业道德，遵守法律法规 / 54
2. 弘扬诚信理念，成为企业诚信的“代言人” / 57
3. 担起企业使命，汇聚强大的凝聚力 / 61
4. 打造企业品牌，让员工引以为荣 / 66
5. 建设企业特色文化，提升企业辨识度 / 71
6. 铸就企业归属文化，增强员工主人翁意识 / 74

7. 锻造企业自律文化，自动自发践行企业文化 / 79

第四章 建立企业制度文化：文化行为的养成需要制度的约束

企业制度文化是企业为实现自身目标，对员工的行为给予一定限制的文化，它具有共性和强有力的行为规范性。这种规范性是一种来自员工自身以外的、带有强制性的约束，它规范着企业的每一个人。而正是这种规范，使企业文化的落实更为一致。

1. 习惯养成靠制度，以企业制度建设推动企业文化形成 / 84

2. 完善企业各项制度，有规矩才有方圆 / 86

3. 集思广益，让每个员工参与文化制度的制订 / 89

4. 严格执行制度，制度面前人人平等 / 91

5. 赏罚分明，树立制度权威 / 96

6. 自觉维护制度文化，培养遵章守纪好习惯 / 100

第五章 建设企业行为文化，培养良好的日常行为习惯

企业行为文化即企业在经营管理、日常工作及人际关系等活动中表现出来的特色和风采。企业行为文化能清晰地反映出企业的经营作风、价值观念、员工素质和工作习惯等文化特征。有着优秀行为文化的企业，日常工作中就会自然而然地表现出代表着企业文化内涵的行为，并以此展示和提升企业的形象。

1. 制订礼仪规范，日常行为礼貌第一 / 106

2. 统一形象规范，员工形象是企业文化的信使 / 109

3. 强化工作规范，倡导标准化作业 / 115

4. 重视会议规范，提高会议效率 / 119
5. 公共场合行为规范，时刻维护企业形象 / 122

第六章 打造企业责任文化：高度的责任心是企业兴盛的前提

企业责任文化，是指员工在生产经营实践中形成的，为企业高度负责的理念、精神和行为准则，是以社会责任理念为导向的企业文化。企业把责任理念植入到企业文化当中，并以此规范员工行为，提升员工责任意识，以此来引导和规范企业及员工的责任行为，打造高效负责的企业形象。

1. 把责任作为企业至高无上的行为准则 / 126
2. 构筑责任体系，全面提升员工责任意识 / 129
3. 把责任落实到每一个工作细节中去 / 134
4. 重罚不负责任的行为 / 137
5. 消除任何借口，倡导人人负责 / 140
6. 履行社会责任，树立企业形象 / 145

第七章 弘扬企业合作文化：团结一心构建一流团队

合作文化，是指企业内员工之间相互协作、互帮互助、分享共赢的文化现象。优秀的合作文化不仅能很好地促进员工间的团结协作，和谐共进，分担风雨，共享成功，而且能把每一个员工都连在一起，使企业凝成一个整体。大家心往一处想，劲往一处使，形成强大的合力，让企业无往而不胜。

1. 团队协作是企业文化建设的重要内容 / 150

2. 倡导团队精神，以团队利益为重 / 152
3. 弘扬奉献精神，树立“人人为我、我为人人”的理念 / 155
4. 和睦相处，形成良好的人际关系 / 158
5. 合作共赢，形成“命运共同体” / 161
6. 加强自我和谐，以自我和谐带动企业和谐 / 165

第八章 推行企业创新文化：让每一个员工都成为企业创意先锋

如果说创新是企业发展和强盛最强大的动力的话，那么创新文化则是企业持久兴旺的灵魂。创新文化是企业创新的原动力，是员工创新的热土地。创新文化所营造出来的浓厚的创新氛围和良好的创新风气，会极大地激活企业创新细胞，释放员工智慧潜能，让企业呈现出人人创新的勃勃生机。

1. 激活企业创新细胞，人人都是创意先锋 / 172
2. 鼓励岗位创新，创新文化是岗位创新的土壤 / 176
3. 制订创新文化机制，保障创新推进 / 178
4. 引进创新方法和技巧，提高员工创新素质 / 182
5. 大力开展“五小”活动，鼓励人人创新 / 191
6. 创建企业“创新工作室”，引领创新潮流 / 194
7. 弘扬“创客文化”，鼓励微创新 / 197

第九章 贯彻企业管理文化：让企业文化有效落地

企业文化建设的最终落脚点是企业管理。如何通过企业文化建设促进企业管理，扩大企业影响，提升企业效益，增加企业竞争力，是企业文化建设的终极目的。如何在企业管理中渗入文化理念，让企业文化有效落地，是管理文化的要义。

1. 以企业核心价值观管理企业 / 202
2. 让企业文化理念贯穿管理的始终 / 204
3. 强化民主管理，尊重每一个人 / 207
4. 善用激励管理，充分激发员工的潜能 / 209
5. 加强育人管理，大力提供培训学习的机会 / 214
6. 革新企业文化，建设互联网时代的特色文化 / 217
7. 开展企业文化测评，促进企业文化不断完善 / 220

第一章 树立企业文化理念·让文化意识深入企业核心

企业文化是企业在生产经营实践中形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有鲜明企业特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在生产经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象的总和，是全体员工共同认同的价值理念和行为准则。企业文化是企业最持久、最顽强、最具激励作用的核心竞争力，也是区分不同企业的最醒目标志，更是企业发展的灵魂和核心。



① 企业文化：企业的灵魂和旗帜

企业文化，也称作组织文化，是一个企业在生产经营活动中形成的、带有鲜明企业特征的价值观、信念、仪式、符号、使命、宗旨、原则、信仰、理念以及由这些衍生出来的管理制度、经营理念、行为模式及企业对外形象的总和。它是一种具有企业个性的信念和行为方式。

对于企业来说，企业文化是最持久、最顽强、最具激励作用的灵魂和核心，是企业发展的不竭动力和永恒源泉，同时也是企业特征的最醒目标志。企业文化对于企业的作用巨大而深远。中外知名企业，无一不是文化建设成就卓著的企业，无一不是企业文化与经营管理完美融合的企业。这些成功企业的鲜明文化特质，如同企业的名片、企业的性格、企业的灵魂，展示着企业的行为准则、经营信仰和精神追求，代表着企业独特的形象，也激励着企业不断向前。

优秀的企业文化是企业发展不可或缺的精神力量和道德规范，对企业发展具有强大的导向、规范、凝聚和激励作用。企业文化对企业的最终意义，是把企业的价值观念和经营理念化为全体员工的行为模式和日常习惯，促进企业的长久发展。企业文化绝不是几句口号或是几章条文，它是一个企业真正有价值、有魅力的内核，能够真正流传下来，成为一个企业永久核心的灵魂。企业文化就像一面旗帜，对外树立的是企业的形象和信誉；对内是企业凝聚力和向心力的根本源头。具体说来，企业文化对于企业发展的作用和功能体现在五个方面。



（1）凝聚功能

企业文化可以把员工紧密地联系在一起，形成强大的向心力，使员工万众一心、步调一致，为实现目标而努力奋斗。事实上，企业员工凝聚力的基础是企业的明确目标。企业文化的凝聚力来自于企业根本目标的正确选择。如果企业的目标既符合企业的利益，又符合绝大多数员工个人的利益，即是一个集体与个人双赢的目标，那么这个企业凝聚力产生的利益基础就具备了。否则，无论采取哪种策略，企业凝聚力的形成都只能是一种幻想。

（2）引力作用

优秀的企业文化，不仅仅对员工具有很强大的引力，对于合作伙伴如客户、供应商、消费者以及社会大众都有很大的引力；优秀的企业文化在稳定人才和吸引人才方面起着很大的作用。在同样的条件下，没有人不愿意去一个更好的企业工作，也没有哪一个客户不愿意和更好的企业合作。企业文化的引力作用使企业具有无限的魅力。

（3）导向功能

企业文化就像一个无形的指挥棒，让员工自觉地按照企业要求去做事。企业核心价值观与企业精神，发挥着无形的导向功能，能够为企业和员工提供方向和方法，让员工自发地去遵从，从而把企业的发展与个人的意愿和远景统一起来，促使企业发展壮大。

（4）激励功能

优秀的企业文化无形中对员工起着激励和鼓舞的作用，良好的工作氛围自然会让员工享受工作的愉悦。如果在一个相互扯皮、钩心斗角的企业里工作，员工自然就享受不到和谐和快乐，反而会产生消极的心理。企业文化所形成的文化氛围和价值导向是一种精神激励，能够调动与激发职工的积极性、主动性和创造性，把人们的潜在智慧诱发出来，使员工的能力得到全面发展，增强企业的整体执行力。

（5）约束功能

企业文化本身就具有规范作用，其包括道德规范、行为规范和仪式规范。当企业文化上升到一定高度的时候，这种规范就形成无形的约束力，它让员工明白自己行为中哪些不该做、不能做，提高员工的自觉性、积极性、主动性和自我约束，使员工明确工作意义和工作方法，从而提高员工的责任感。

企业文化建设是企业生存和发展的重要战略资源和宝贵的物质及精神财富，是提高企业整体素质和核心竞争力的重要内容，是构建和谐企业的关键因素。谁掌握了先进的企业文化，谁就能掌握企业建设的主动权。因为优秀的企业文化对企业发挥着重要作用。优秀的企业文化是一种“黏合剂”，可以把广大员工紧紧地黏合、团结在一起，使员工明确目的、步调一致，为了企业的共同愿景而不懈努力。因而企业文化既成为企业发展的核心和灵魂，又成为企业前进的方向和旗帜。

② 完善企业文化三大要素——愿景、使命、价值观

企业文化有广义和狭义两种理解。广义的企业文化是指企业所创造的具有自身特点的物质文化和精神文化；狭义的企业文化是企业所形成的具有自身个性的经营宗旨、价值观念和道德行为准则。愿景、使命和核心价值观，这三个企业文化的核心要素犹如企业航行中的灯塔和航标，引领着企业乘风破浪，一直向前。因而要建设企业文化，首先要理解和完善这三个要素。