

# 股份有限公司有哪些企业文化；企业文化包括哪些？-股识吧

## 一、企业文化包含哪些方面

企业文化包括哪些基本内容 企业文化通常是由企业的理念文化、企业的制度文化、企业的行为文化、企业的物质文化等四个层次构成的。

### 一、企业的理念文化

企业的理念文化是用以指导企业开展生产经营活动的群体意识和价值观念。

正确的经营理念，可以激发全体员工崇高的使命感和奋力工作的干劲。

因此无论从哪个方面来说，经营理念都非常重要。

对于企业来说，技术力量、销售力量、资金力量以及人才等等，虽然都是重要因素，但最根本的还是正确的经营理念。

只有在正确的经营理念的基础上，才能真正有效地使人员、技术和资金发挥作用。

二、企业制度文化 企业的制度文化是由企业的法律形态、组织形态和管理形态构成的外显文化，它是企业文化的中坚和桥梁，能够把企业文化中的物质文化和理念文化有机的结合成一个整体。

企业制度文化一般包括企业法规、企业的经营制度和企业的管理制度。

### 三、企业的行为文化

企业行为文化是指企业员工在生产经营、学习娱乐中产生的活动文化。

它包括企业生产经营、教育宣传、人际关系活动、文娱体育活动中产生的文化现象。

它是企业经营作风、精神面貌、人际关系的动态体现，也是企业价值观的折射。

四、企业的物质文化 企业文化作为社会文化的一个子系统，其显著特点就是以物质为载体，物质文化是它的外部表现形式。

优秀的企业文化是通过产品的开发、服务的质量、产品的信誉和企业的生产环境、生活环境、文化设施等物质现象来体现的。

## 二、中国高科集团股份有限公司的企业文化

企业文化是一个企业在长期的生产经营发展过程中逐步积淀形成的一种在企业内部为广大员工所普遍认知同并为之自觉实践的共同的价值观与行为规范；

它对企业的振兴与发达有巨大的影响力和推动作用。

诚信、团结、求实、创新，是中国高科集团股份有限公司的企业精神理念与文化核

道心。

要求全体员工以此为核心，共同充实与完善中国高科的企业文化。

诚信企业经营之本，员工为人之本。

对市场守信，对企业忠心，对同事真诚，是高科对每一位员工的基本要求。

团结是企业的凝聚力，是战胜一切艰难困苦的法宝。

企业的团队精神产生“1+1大于2”的管理效应。

求实是员工做好工作的基本原则。

企业和员工是利益与命运的共同体，只有实现企业的大我，才能实现个人的小我。

为此，每一个员工都必须脚踏实地敬业爱岗。

创新是企业发展壮大的无穷动力。

只有不断创新，才能充分体现每个员工的自身价值；

只有不断创新，中国高科才能在激烈的市场竞争中永远立于不败之地。

中国高科的每一个员工都会以自己的真诚、自己的智慧，共同来培育一个属于大家也属于自己的“精神家园”。

### 三、当前主流企业文化都有哪些？

文化具有延伸性，未来企业文化是今天企业文化的延续，但同时新环境也在不断地造就新的文化。

未来企业文化的内容将更加丰富多彩，以下主流文化将更加突出。

创新与变革。

经济市场化、信息化和全球化的加速对企业的创新提出挑战。

在创新与变革的导向下，企业至少表现出以下几个方面的文化风格：（1）敢于挑战自我，视今天为落后，志在追求更高的目标，善于打破今天的平衡，创造新的平衡，使企业永远处于动态的发展中。

（2）鼓励人们创新与变革，能够宽容在创新中出现的失误。

（3）善于和敢于行动，千方百计把好的想法变成现实。

人本与能本。

人本价值观仍然是未来企业文化的主旨和主旋律。

但在知识经济时代，人本价值观的内涵和侧重点会有一定变化，不光强调充分重视人、尊重人，吸收员工参与决策、管理，更重要的是关注“人的能力”，重视“人的能力”的培养、开发和利用，即由人本逐渐扩展为“人的能力本位”，简称“能本”。

学习与超越。

未来成功的企业将是“学习型组织”。

按照彼得·圣吉的观点，学习型组织具有五种技能：自我超越、改善心智模式、建

立共同愿景、团队学习和系统思考。

学习型组织在共同的愿景下，有着崇高的信念与使命，具有实现梦想的共同力量，并且人们勇于挑战过去的成功模式及力量极限，充分发挥生命潜能，创造超乎寻常的成果，每个人从学习中体验工作的意义，追求心灵的成长和自我价值的实现。

与这种学习型组织相适应是学习与超越文化。

在这种文化导向下，人们追求通过学习提高能力和创造能力，开发能力与智慧。

学习与超越作为未来企业最重要的价值观之一，对企业能否适应世界变局，跟上时代前进的步伐，创造竞争优势具有决定性意义。

协作与共享。

企业内部即是一个由众多人组成的协作体，企业对外开展经营活动也是在与他人协作之中进行的。

市场经济无疑要倡导竞争，但不能忽视协作。

竞争与协作本身就是一体两面，光有竞争会把企业引导到“你死我活”的黑暗中去。

因此，未来企业文化中协作是主旋律。

在企业内部，通过协作创造整合力量和放大效应，实现企业与社会价值共享。

## 四、浙江永强集团股份有限公司的企业文化

企业宗旨：永远追求完美 始终自强不息 企业精神：坚定 毅力 学习 努力 企业理念：

观念领先 半步就是财富 企业发展方向：以设计研发为核心、以制造为基础，涵盖全

球市场的户外休闲家具及用品综合供应商 企业管理目标：有序 高效 务实

创新 企业质量方针：永诚为本 优质求强 人力资源管理：以人为本

人才是第一生产力 我以成为永强员工而自豪，我以振兴永强为己任；

我保证以发自内心的真诚追求完美，创造卓越；

我要以感激的心情对待永强，永强是我施展才华的地方；

我的荣誉和尊严来自于永强，我要用勤奋和奉献回报公司；

我要用全部的激情和智慧投入工作，使永强充满生机和活力；

我们处这个时代充满了竞争挑战，我随时可能落伍和被淘汰，人生没有借口，失败没有借口。

我必须成为永强团队中的合格成员，学习、创新，一天也不间断！

## 五、企业文化包括哪些？

文化，即文明演化。

很显然，文化是个历史概念。

文明又是什么呢？文明是反映人类认知自然、解放自身、改良社会、和谐环境的尺度。

从这里看出，文明是与人类活动密不可分，伴随着又衡量着人类历史演进过程的。企业又是什么呢？是个体的人的企望组织，是基于明确的发展目标而将既有资源（包括人力）分布与整合的利益组织。

既然企业是人群组织，而文化又是因人而生发，因人而进步，因民族认识和习惯的不同而各异。

而文化更是从深层次，以精神和意识层面反映着人类（以民族而区分）乃至个体的人的差异性，从而表现出气质和风格。

企业又是以既定的发展目标将个体的人统一起来的组织。

自然而然地，企业这个人文群体理应具备一定的"气质"和"风格"。

这种气质和风格与个人相比，是经过碰撞、激荡、磨合，调谐和优化过的，是代表集体个性的，它并不是由个人意识来主导，却需要用个人言行和意识来传递和表达这种集体的、组织的个性和风格。

这便是企业文化。

企业文化不是"企业"+"文化"，更不是附庸风雅借以装饰企业的文化，而是企业的精神主宰。

这里，企业的内含是组织，因此也可以称作"组织文化"。

文化修养从深层影响着一个人的生活态度、价值取向以及个性特征。

文化对组织的意义和影响更是这样。

就象个人的能动和创造力不可求极一样，组织的潜力更是无穷无极的，而文化对组织成员的精神培养，对组织机体运行秩序的维系、对组织协作力的巩固和凝聚，对组织创新能力的提升都将是不可替代的。

其形式也好，内容也好也都是极其细致而实际的。

空洞的口号、铺排的文字、华丽的说辞不是企业文化，而是企业组织精神空乏时附庸风雅借以掩怯的幌子。

那样的文化不仅组织成员听了云里雾里不知所从，其实就连倡扬这种"文化"者本身也不知其所以然。

难怪"企业文化"如此乏弱，企业如此没有点精神和个性，也难怪我们的企业可以生死同路！企业文化是一种潜在的力量。

这种潜在力量的表现和开发是以组织成员为载体达成两种沟通。

其一是内沟通，也是企业文化产生价值的第一个层次，即企业组织内部成员间的沟通，包括上下级，平行级，点、线、面体全方位的沟通。

企业领导者可以提出沟通议题也可以不必提议而由成员们就最关心的问题发表见解，最后由企业代表（组织首脑）将这些见解集纳归整、加工处理。

内沟通的主题可以是这样的目标： 企业是干什么的；

员工是干什么的；

领导为什么要用我？我为什么要到这个组织？我在组织中是什么角色？作用是否不可取代？我发挥的作用是否为积极的并且为这个组织知晓等等。

其二是外沟通，这里先要明确一下，沟通的内涵并不仅限于面对面地用语言对话。

事实上，凡是达到信息传递目的，都可谓之沟通。

组织成员的外沟通就是代表了这种内涵，除了向外面的人解释和回答提问，成员的言行举止，仪容仪表，待人接物，品质修养，关注外界，要求自身等诸多方面，无一不在无声地告诉别人：自己是干什么工作的，干什么层次的工作，工作满意不满意。

这些信息传递使得外界不是从广告而是从更直接、真实、更可靠的方面解知了该企业组织的生存和发展状况。

而同样地，组织成员无从关心组织生存，建议和意见没有人理采，只能当机器人一样不假思索地完成任务而无需有什么想法，凡此种种，乃企业发展之败笔，企业文化建树之败笔。

## 六、中国人民财产保险股份有限公司的企业文化

人保财险使命：人民保险，造福于民。

人保财险目标：在2022年之前，把公司打造成战略领先、文化先进、机制科学、队伍一流的全球领先的财险公司

人保财险精神：求实、诚信、拼搏、创新

人保财险核心价值观：诚信立业，稳健经营，创造卓越，回报社会

人保财险经营理念：以人为本、诚信服务、价值至上、永续经营

人保财险行为规范：爱司奉献、积极进取、遵纪守法、锐意创新、善于竞争、加强沟通、良性互动、举止文雅

人保财险文化载体

：主要包括PICC品牌和标识、人保司旗、人保司歌、人保财险网站、95518服务专线、电子商务平台、人保财险职工之家、人保财险文化展室等人保财险共同愿景：

做人民满意的保险公司

## 参考文档

[下载：股份有限公司有哪些企业文化.pdf](#)

[《st股票摘帽最短多久》](#)

[《出财报后股票分红需要持股多久》](#)

[《股票要多久才能学会》](#)

[《股票卖出多久可以转账出来》](#)

[下载：股份有限公司有哪些企业文化.doc](#)

[更多关于《股份有限公司有哪些企业文化》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/59644509.html>