

# 公司企业文化工作计划 (通用5篇)

## 篇1：公司企业文化工作计划

### 一、指导思想：

牢固树立以人为本和全面、协调、可持续发展的科学发展观，紧紧围绕建成海上散货物流企业的目标，努力培育具有创新精神、实干精神、超越精神、奉献精神的员工队伍，形成统一的经营理念、更加和谐的人际关系，增加公司的分散力和向心力，提升公司的核心竞争力，为公司的进展供应强大的精神保障。

### 二、主要目标：

#### 1、确定、提炼公司的核心价值观、企业精神，加强精神文化建设。

通过企业文化建设，形成和弘扬符合公司特点、促进公司和员工共同进展的价值观。提炼、宣扬公司的企业精神，使之根植于员工思想中，成为公司实现进展战略的精神支柱。

#### 2、建立健全科学的管理制度，加强制度文化建设。

通过各项制度的制定和落实，不断激发人的乐观性和制造性，促进制度文化建设和管理文化的提升。

#### 3、树立行为规范，加强行为文化建设。

通过建立公司内部的行为规范，告示员工公司提倡什么，反对什么，规范员工的行为，构建良好的行为文化。

#### 4、塑造公司形象，加强物质文化建设。

通过物质文化的建设，优化企业环境，打造企业全新形象，不断提高企业的知名度、信誉度、美誉度。

### 三、主要内容

#### (一)加强精神文化建设方面

精神文化是蕴涵心灵深处的意识形态，也称之为企业之魂，它是企业文化建设的核心内容。加强公司精神文化建设，对于统一员工思想，引领员工为公司目标而奋斗，将起到极大的作用

#### 1、明确企业愿景

企业愿景是企业为之奋斗的将来蓝图，是企业较为长期的目标，公司的愿景应已经取得共识，就是“建成海上散货物流企业。”

## 2、确立公司的核心价值观。

企业的核心价值观是企业长期进程中形成和遵循的基本信念和行为准则，是企业对企业目的、对企业员工和客户的态度等问题的基本观点，是企业对生产经营和目标的追求以及自身行为的评价。因此，提炼和归纳出公司的核心价值观，对公司建设企业文化是至关重要的。

## 3、提炼提倡企业精神。

企业精神是指熔铸企业价值观，企业目标和经营作风精华的观念形态，是企业文化总和在企业风貌上的高度概括和集中反映，它的文字表达特殊洗练，词简而意明，感情颜色浓烈，具有鼓动性，企业精神是企业中最珍贵的精神财宝。

4、制作唱响一首企业歌《浦远之歌》。用音乐的形式，比较简单让人接受，在哼唱的过程中无形中受到了企业价值观，企业精神的熏陶。

5、广泛开展企业价值观、企业精神的主题宣扬活动，使之深化到每个员工的心中。

公司价值观，企业精神企业歌确立后，应当开展深化广泛的宣扬导入活动，使之深化人心。通过宣扬，让全体员工都知道企业价值观、企业精神是怎样产生的，公司提倡什么反对什么；什么该做，什么不该做；明确公司为什么要树立这样的价值观、企业精神，然后思索自己应如何转变观念，使自己的工作体现价值观，体现企业精神。

## 6、多种形式，人人参加，开展公司价值观和企业精神的大争论。

企业的价值观和企业精神的提炼，归纳，是关系到企业和企业每个人的大事，应当发动全部员工都来集思广益，对企业价值观和企业精神做出定义。员工争论的越充分，参加的程度越深，共享的价值观和企业精神一旦建立，其被员工接受和认同就会变得简单而且顺畅。因此公司提炼，归纳价值观和企业精神，可采纳下列多种形式，开展争论活动。

(1)开展以班组为单位的全员大争论。

(2)召开员工座谈会，专题争论会。

(3)征文。《浦远简讯》开拓“企业价值观，企业精神之我见”专栏。

(4)开展有奖征询，征询公司的价值观和企业精神，一经采纳，赐予稿酬。

(5)问卷调查。

主题宣扬时，可利用多种形式，如，制作声像宣扬资料，制作展板展现，先进人员的自身说法，典型人员的典型事迹介绍等。

## (二)加强制度文化建设方面。

企业管理制度是实现企业目标的有力措施和手段，它作为员工行为规范的模式，能使员工个人的活动得以合理进行，同时又成为维护员工共同利益的一种强制手段，是企业进行正常的生产经营管理所必需的，优秀企业文化的管理制度必需是科学，完善，有用的管理方式的体现。

加强制度文化建设，必需对公司现有的制度进行梳理，坚持三个原则：

- 1、坚持长期来经过实践的确有用的制度。
- 2、清理不符合合资企业特点的制度。
- 3、建立健全完善有关制度。

通过梳理、制度建设、形成导向鲜亮、体现企业价值观的制度文化，促进企业文化的建设。

(1)建立制订指导业务操作的流程、生产经营方式的有关制度，使客户能享受到标准化的服务。

(2)建立员工绩效考核制度，并相应建立导向性的奖惩机制。

(3)建立员工培训制度。制定员工职业进展方向，使员工不断有补充新学问的机会，鼓舞员工提高技能素养。

## 篇2：公司企业文化工作计划

XX公司企业文化工作在集团新闻办和公司管理层指导下，在各部门员工的大力支持与积极参与下，紧紧围绕公司创新、发展的实际，切实发挥企业文化工作的自身优势，坚持以加强贯彻指导为基础，以推进工作创新为目标，以文化活动为载体，以服务生产和服务基层为推广手段，积极探索企业文化建设的新思路、新途径和新方法，使公司企业文化建设得到了长足发展。

一、坚持正确的舆论导向，办一份务实的反映企业特色的刊，以集团导向指引为宣传核心，导入化集团文化，贴近管理层、员工工作和生活开展各种宣传工作。

一份企业刊是连接公司管理层和员工的纽带，是沟通公司各层级的桥梁。企业刊自创办以来一直是企业文化展示核心平台，是企业与员工沟通的渠道。公司员工可以从中得到知识的学习和企业文化的渗透。《XX报》目标值全年不少于10期，计划每月一期，按计划进行

出版，截止11月共出版9期。公司刊服务对象是全体员工，刊现为四版，每月出版一期。版面囊括公司新闻、企业专题、企业管理、生活频道；容一直围绕着员工所密切关心的话题和问题。通过专版、专题策划加强宣传造势，如：今年我们针对节约成本、每个寓教于乐的培训效果巩固课题等素材专门精心策划了专题进行报道。加强对公司现阶段的重要工作、重要活动前期策划，把专题做大、做深、做活，使得刊有生命力，有特色。

企业刊是我们企业文化工作的传播工具之一，通过这个媒介，为企业的战略实施和经营管理服务。从员工的角度来讲，他们通过这个媒介最希望了解到的也恰恰是企业的发展与相关的工作。除此之外，我们重点把握以下两个方面的工作：

1、栏目建设根据调查，读者关注一份报纸往往只关心某几个甚至某一个栏目，可见栏目建设的重要。我们在刊栏目建设方面一直都在不断探索和加强。“总经理信箱”、“员工来信”、“班组风采”都是广大工人喜闻乐见的栏目；“高层访谈”、“管理时评”更是广大干部员工了解公司战略部署以及相关工作部署的重要窗口。

我们除了继续办好这些栏目外，在接下来的工作中，我们计划开设“啄木鸟”栏目，对日常工作中出现的问题不良现象进行曝光，旨在提醒大家警醒；开设“健康快线”，以医务室日常诊断病例为基础介绍健康知识、预防工伤的知识等；开设“好书推荐”栏目，营造爱读书重学习的氛围……

2、通讯员队伍的建设和培养。我们的通讯员队伍来自生产一线工人和管理文干。这些同事不但怀着对文学的热爱喜欢写文章，更是关心企业发展，对管理有见解有领悟的一群人。在宣传工作，我们紧紧抓住这些人，发挥他们的长处，为公司企业文化宣传工作贡献力量。

一年来，我们以集团导向指引为宣传核心，导入化集团文化，贴近管理层、员工工作和生活开展各种宣传工作。今年八月份，我们根据集团广泛开展“XX需要务实的干部”宣传通知要求，组织广大干部学习“讲话精神”，开展务实作风研讨活动，组织全体办公室人员轮流下车间一天体验工人工作。八月、九月份，根据集团“故事征集”、“摄影比赛”、“案例征集”活动要求，在全公司开展各类文化活动和征文比赛，其中有一篇文章“携手开创美好未来”，被集团采用，并荣获特等奖。

二、广泛深入地开展各个层面的各种文体活动，拓宽企业文化活动思路，运用“短、平、快”的方式，让活动走进“一线班组会”；充分发挥企业文化活动的价值，让活动产生的影响力打通当地政府与企业的公共关系，提升美誉度和品牌效应。

今年我们把公司企业文化活动当作“重头戏”来抓，拓宽企业文化思路，满足各个层面的文化活动需求。二月份我们举办了开工大会；五月份与XX大学、经开区共同举办了庆五一劳动节“劳动者之歌”文艺晚会；六月份举办了庆六一儿童节宝宝亲子活动；七月份组织全体文干轮流下车间活动；九月份举办了第六届中秋彩灯文化节；十一月举办了“拿来VS自立”管理沙龙活动；十二月我们计划开展工人技能比武和岗位练兵活动。

在开展企业文化活动中，我们考虑到员工层面，突破各种“瓶颈”，采用“短、平、快”的方式，让活动走进“一线班组会”。“短”即是活动要小，因为在每天一线班组会中展开，时间不能太长；“平”即是喜闻乐见、耳熟能详的平常性活动；“快”即是立竿见影能产生效果，对参与小活动表现抢眼的员工奖励一份小礼品，达到鼓舞人心和激励士气的作用。今年以来，我们在每天班前会中开展如：瞎子摸象、丢水汽球、抢夺红娘等小活动共100多次，深受一线班组员工喜爱，极激励了员工工作热情和士气。

在公司层面的活动中，我们本着花小钱、办大事、多办事、办好事的原则，充分发挥企业文化活动的价值，让活动产生的影响力打通当地政府与企业的公共关系，提升美誉度和品牌效应，真正按照公司领导要求做到举办一个成功一个，达到双赢和多赢的目的。如：今年五月份在举办“盛世菁英”晚会中，为了拓宽本次晚会的多重意义，提高晚会的品味和涵。我们主动邀请了经开区政府和XX大学加入，虽然实至活动是我们公司办，但在主题口号上我们提出的是“经开区政府和XX大学”主办，我们是协办，提高了外部两个单位参与活动的积极性和影响力；甚至，我们还邀请了其它的一些名企参与活动，活动成功举办后，在当地产生了轰动效果。

三、与高校XX大学建立共建对子，加强互利合作，全方位探索培训形式，在培训与研讨活动中“渗进娱乐元素”寓教于乐，达到巩固培训效果最优化。

怎样做培训？怎样抓好企业培训？怎样让培训达到预期效果、让员工乐意参与培训？这个课题一直以来是困扰我们多年的一个“老大难”。在这方面我们今年十足的下了一番功夫，公司许总亲自抓，给我们找点子、想办法，取得了一定成效。首先，我们充分利用经开区附近高校优势，主动走出去，与XX大学结成共建对子。我们利用XX大学师资力量搞培训，XX大学利用公司作为大学生的实习基地，双方协签协议，加强互利合作，在经开区开创企业与高校合作先河。

其次，在探索培训方式方面，我们始终坚持以培训与效果巩固活动创新实践的导向，加深广大员工对理论教育培训的印象。注意挖掘培训课题有益的管理理念和先进的管理思路，在培训与研讨的同时采用“渗进娱乐元素”方式，寓教于乐。大力提高文干的理论素养和思维管理能力，充分发挥培训课题管理思路导向性，巩固干部的培训效果。今年，我们重点围绕管理概念导入培训，从市场上购买培训光碟，以余世维老师系列课程作为项目对文干进行持续教育培训。自3月份共开展了《执行力》、《企业文化与变革》、《有效沟通》、《管理者情商》、《突破人才瓶颈》、《领导商数》等六个课题的系列培训。累计培训X期，公司总参加培训XX人次。

光碟课程培训完后，随之而来的是培训效果巩固的问题。在这方面，我们的思路是要保证培训效果巩固，单纯靠理论性教育和研讨已经不能满足效果的达成。为此，我们尝试策划以培训与研讨“渗入娱乐元素”的方法来进行，寓教于乐，使大家在轻松、愉快的环境中，加深对培训容的理解和认识。今年开展的，如：“财富大比拼”——折军舰与宝塔培训效果巩固活动、“赢在执行”——户外研讨培训效果巩固活动、“评汉武建元革新论当今企业变革”——影片与企业文化变革培训效果巩固活动等共四次，通过寓教于乐的活动形式促进培训效果达成

### 篇3：公司企业文化工作计划

各部室、各分子公司：

2017年是集团公司“二五”规划收官之年，更是承上启下迎接“三五”规划、努力构建集团公司将来可持续竞争力的关键一年，集团公司顺应经济形势新常态的改变，不断调整转型，企业文化作为凝聚人心，凝聚团队，推动企业发展的基础，由企业文化建设向企业文化管理转型已成趋势，由表及里，让XX文化真正渗透进各个层面，发挥应有的作用，特拟定2017年企业文化工作支配。

#### 一、工作主题：构建·传承·弘扬

以人为本，构建具有XX特色的文化氛围，传承XX人艰苦奋斗的品质精神，弘扬缘于XX的生活正能量，激励全体员工同心协力为实现集团公司其次个五年战略发展目标不懈努力。

#### 二、2017年企业文化工作重点：

##### 1、全方位多维度宣扬集团公司工作精神。

2017年集团公司经营工作以“适应新常态、共谋新思路、再创新业绩”为主题，各单位应通过多种形式自上而下，贯穿全年的向员工宣扬集团工作思想，全面解读2017年集团工作目标。刚好传达集团战略发展理念、经营方针、发展支配、最新动态及重要会议、决策的精神意图。

##### 2、适应新常态，打造学习型团队。

近年来，集团公司不断尝试多业态发展，百货业态转型已成为2017年的主要工作内容，各单位应加大宣扬力度，营造学习氛围，打造学习型团队。培育员工多读书，读好书的习惯，主动为员工供应或举荐为集团发展助力的学习书目，形成集团内部相互学，团队之间切磋学，员工之间主动学的局面，让每一位员工都成为集团发展的主力军。

##### 3、强化员工关怀，凝聚人心，凝聚团队。

主动了解员工所思所想，关切员工文化生活，美化工作环境，用丰富的文化活动陶冶员工的心灵。通过开展各类活动、实施暖心举措，让员工切实感受到企业关怀，增加员工归属感。如搭建文化角，设置图书墙、便民盒、医药箱等。各单位只有重视了员工的主动性和创建性，团结一样，克服困难，努力创新，才会有强大的生命力。

##### 4、选树服务明星，凝练优秀团队。

选树服务明星，深挖优秀柜组，宣扬典型事迹，推广胜利的服务案例，充分发挥榜样力气，不断提升服务水平，凝炼优秀团队。在精益管理中导入文化，在潜移默化中将企业文化理念根植于心。

5、深化开展精神文明建设、民族团结教化等工作。

加强精神文明创建各项工作的持续关注和实行。着重开展好“社会主义核心价值观”、“自治区公民道德建设月”“民族团结教化月”等系列活动，以道德讲堂为载体，选树道德典型，加强文明礼仪学问培训，巩固创建成果。

三、全面实施企业文化工作网上管理：

充分借助集团现有网络资源，办公允台、官方网站、微信平台等实施企业文化网络化管理，提高工作效率，最大限度降低工作成本。

1、官网信息发布及管理员管理网络化。官网信息发布、审核流程由官网后台CMS系统全程网络进行，同时信息管理员每日登陆时间、维护频次、信息发布状况等也可全程监控。

2、《公司》报投稿网络化。新闻稿件由集团报编辑通过官网及新闻中心选取；非新闻类稿件、照片等由各单位通讯员整理筛选后经OA办公允台协同工作上报；员工个人还可以通过邮箱投稿。

3、舆情处置网络化。为仔细接受社会舆论监督,进一步做好对网络舆情的回复、受理、整改落实，切实维护公司良好形象，今年将实现《媒体舆情处置报告卡》网络化，通过办公允台协同审批流程，提升舆情处置效率。

4、各项工作传递网络化。自2017年起，企业文化各项日常工作及活动开展资料以电子版形式存档、传递，除上级单位明确要求纸质版材料外，其他均不用打印。

四、充分利用企业文化自有平台开展宣扬：

宣扬平台

形式

公司官方网站

九大版块对集团公司企业文化、发展动态进行全方位宣扬。

《公司》报

强化通讯员专业素养，不断提升稿件质量及图片品质，创新排版形式，充分

体现人文XX。

#### 宣扬栏

依据集团公司全年工作支配及各类节庆须要，刚好更新宣扬栏内容，全年制作12期宣扬栏。

#### 企业文化室

每年一季度对文化室内容进行更新，每季度维护一次企业文化室。

#### OA新闻中心

审核、发布集团重大新闻、专题新闻、党建快讯，确保新闻稿件的规范性和精确性。

#### 《社会责任报告》

整合集团公司年度各项数据，形成社会责任报告，印制成册并制作电子书投放集团官网。

#### 企业文化系列丛书

汇合各单位最新服务案例，编辑制作《服务案例集》（第四辑），促进各单位间服务文化的流通学习。

#### 五、工作要求：

1、各管理团队应高度重视，将企业文化工作列入议事日程，确定年度工作支配及重点内容。运用文化内核凝合团队，为企业发展助力。

2、各管理团队应以集团公司企业文化为引领，营造具有自身特色的文化氛围，提炼符合自身发展的精神理念，与员工找寻共同愿景，在打造最具职业素养员工队伍的同时，真正感悟XX文化。

3、各单位在组织开展各类活动时，应充分融合集团企业文化理念，确保每一个活动都有意义、有内涵。

4、今年是全面实施企业文化工作网上管理的第一年，为培育良好的工作习惯，请各单位刚好关注OA通知公告，按时间节点完成各项工作。办公电话作为信息传递的主要途径，用于各项工作的刚好沟通和解析，为节约办公成本，今后不再对OA发布的通知重复进行电话通知。

2017年是集团公司实现二五规划战略目标的关键一年，企业文化作为企业发

展的基石，肩负着为集团公司发展供应不竭动力的使命。让XX文化渗透到企业的各个领域，深化进每个员工的心中，用文化的手段、文化的功能、文化的力气，凝合人心、凝合力气，为集团整体素养、管理水平和经济效益的提升做出贡献。

## 篇4：公司企业文化工作计划

根据“公司企业文化建设项目策划书”要求，公司企业文化建设工作组已完成前一阶段项目启动、总论培训、现场答疑会、诊断培训、问卷模板形成、企业文化调查问卷的发放、收集和整理工作。为了实施下一阶段工作，企业文化建设工作组正副组长及部分成员经与咨询公司多次沟通与讨论，在咨询公司建议计划的基础上编制了2013年企业文化建设实施计划，经公司企业文化建设领导小组批准予以实施，请工作组成员按照计划要求认真做好下一阶段工作。

### 一、公司企业文化建设四个阶段性工作

第一阶段：企业文化综合调研

第二阶段：企业文化调查评估分析与报告

第三阶段：企业文化理念体系方案形成

第四阶段：企业文化手册设计制作

### 二、工作组成员责任

负责企业文化建设所需资料数据的调研、收集、整理和分析，以及形成企业文化体系文件的编制工作。

### 三、工作任务分解

1、企业文化综合调研：（3月24日—6月10日）

（1）访谈提纲发放和抽样人员的统计（3月24日—25日）

（2）公司领导访谈（多对1访谈，约1-2小时）（3月26日—4月16日）

（3）公司中层干部访谈（3对1访谈，约1小时）（4月8日—28日）

（4）公司基层员工访谈（2对1访谈，约25-40分钟）（4月29日—5月7日）

（5）控参股、全资公司调研（个别访谈与座谈会结合）（5月10日—26日）

（6）外部利益相关者调研（问卷调查、面访和电话采访）（5月26日—6月10日）

## 2、企业文化调查评估分析与报告（4月1日—8月24日）

（1）问卷数据录入（4月1日—12日）

（2）问卷数据分析（4月13日—23日）

（3）访谈分析（6月11日—23日）

（4）企业文化调查评估报告形成（6月24日—7月30日）

（5）企业文化调查评估报告研讨（8月2日—10日）

（6）公司企业文化建设领导小组对仁达方略出具的企业文化调查评估报告研讨（8月11日—24日）

## 3、企业文化理念体系（8月25日—11月12日）

（1）企业文化理念体系建设培训（8月26日培训0.5天）

（2）企业文化理念体系研讨（8月30—9月2日）

（3）企业文化理念体系改进方案（8月27日—10月29日）

（4）企业文化建设领导小组对工作组出具的理念体系改进方案进行审议（10月19日—26日）

（5）企业文化理念体系方案进行多次沟通（9月15日、9月28日、10月26日）

（6）企业文化理念体系方案修改（9月28日—11月10日）

（7）企业文化建设领导小组对企业文化理念体系方案进行审议并提出修改意见（11月4日—11月10日）

（8）企业文化理念体系方案确定（11月11日—12日）

## 4、企业文化手册设计制作（11月13日—12月15日）

（以上是2013年3月—12月内计划完成的工作）

## 篇5：公司企业文化工作计划

### 一、背景

公司的和文化自去年底推出以来，将和文化概念逐步作了诠释，广大员工已对企业文化以及和文化有了初步的认识，同时开展了员工运动会、爱心扶贫等活动，但企业文化

要深入推行，还需要实际的措施来支撑，要让员工处处感受到企业文化，经长期熏陶而能自觉遵守、维护企业文化。

## 二、目的

实施企业文化战略，树立企业品牌形象，实现差异化竞争

## 三、目标

从制度（被动的感应）过渡到环境（被动的心理）和激励（主动的意识）。  
从实际着手，内、外部同时推行，并侧重于内部，使员工能从工作、生活中理解和文化与自身的关系，并自觉维护文化秩序。

## 四、计划

思路：从推广渠道和推广人员两方面着手，使行为推广从推广人员中诞生、从推广渠道中宣传、再通过人员去推广执行。

措施：

### 1、建立“文化园地”企业板报（推广渠道）

目的：为了开辟一块宣传企业文化、发布文化建设最新消息、弘扬员工先进事迹、表现员工才艺的园地，建立企业上下层间、员工之间沟通互动的桥梁。

形式：在公司建立企业文化板报，每月一期，每期一个“和”的专题，刊登文化建设相关内容及员工原创作品，包括文章、书法、绘画等。

先期工作：选择板报地点、组建工作组、制作物料

工作组：

xx组（3人左右）：市场部、行政部

负责主题确定、稿件选择、板报设计和制作

稿件组（5-10人）：部门文员、公司文学爱好者或积极参与者

负责发动员工创作，向部门征集、收集稿件

财务组（2人）：市场部

负责申请、领取、发放稿酬，以及板报设计制作费用

## 2、组建企业文化战略委员会（推广人员）

目的：为了商讨文化建设方案、跟踪总结各部门文化建设现状、领会文化建设精神并传达至所在部门，将文化建设的具体措施和任务带到部门中执行、监督和反馈。

形式：由行政部下达通知召集各成员参加例会（每月1-2次）或临时性会议，平时保持委员会内部的密切联系。

成员：总经理、市场部、行政部经理/主管、文员、5S推进员、各部门经理及文员。

总经理担任会长，市场部文化专员、行政部主管担任会长助理，各部门经理担任委员，各文员为推进人。

章程：

1、各成员必须按时参加会议，不得无故缺席；

2、各成员必须学会角色转换，明确自己在委员会中的职责，主动为推动企业文化建设献策献力，明确认识“企业文化建设始于每一个人都息息相关的事业”，决不是某个部门或某个人的职责；

职责：

会长：委员会的核心和组织者。决策文化推广方案。

会长助理：文化推广的策划者。共同负责策划文化推广涉及的相关事项。

委员：文化推广的中坚力量。关心身边、部门中与文化有关的事宜，提出文化建设建议；主动发现部门中与文化和谐或不和谐的因素，交由委员会进行讨论，和谐因素加以宣传和奖励，不和谐因素寻求解决或改善方法；组织、监督部门学习文化精神、推广文化建设。

推进人：文化推广的具体推进人。协助委员在部门中推广文化建设，收集反馈推广信息。

### 3、行为推广

企业文化建设主要从理念、行为、视觉几个方面着手，而从行为来看，包含了制度、活动、典范、传播四个方面

#### (1)

制度：员工守则、员工行为规范、服务行为规范、人际关系规范、公共关系规范等。

女员工：每月增加2-4天假期，让员工的身心 and 体力得到有效舒缓，以更饱满的热情投入工作，提高工作效率；设立部门活动基金，每人每月30元活动经费，用于部门聚餐、

旅游等活动支出，不可取现分发；公共场合必须讲普通话，严禁讲家乡话等。

(2) 活动：培训、会议、比赛、庆典、联欢、旅游、节日、生日、客户联谊活动、员工业余活动、友心俱乐部客户活动等。

女员工：运动会、生日会、辩论赛、征文比赛、演讲比赛、书法比赛、拓展训练、节日联欢会、卡拉OK大赛、自驾游等。

(3) 典范：在核心价值观指导下建立保证人物与事件不断涌现的制度与机制激励机制，挖掘、树立典型人物与事件。

女员工：设置最具和精神员工奖、在企业中最“和衷”奖、与同事相处最“和睦”奖、与客户相处最“和合”奖等；挖掘员工中的典型人物与事例，放大宣传，教育全员；建立保证人物与事件不断涌现的制度与激励机制。

(4) 传播：内部传播、对外传播

女员工：企业板报、新力达人报、公司网站、集团网站、汽车网站、区/市报刊、区/市电视台等。