

# T/HEBQIA

团 体 标 准

T/HEBQIA XXXX—XXXX

## 河北省企业文化建设规范

Specification for enterprise culture construction in Hebei

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

河北省质量信息协会 发布

## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 建设原则 .....	1
5 内容体系 .....	2
6 实施路径 .....	2
7 绩效评价与改进 .....	3
8 认定推广 .....	5

内部讨论资料 严禁非授权使用

## 前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由河北省企业家协会提出。

本文件由河北省质量信息协会归口。

本文件起草单位：河北省企业家协会、X X X X X X。

本文件主要起草人：X X X、X X X。

内部讨论资料 严禁非授权使用

# 河北省企业文化建设规范

## 1 范围

本文件规定了河北省企业文化的建设原则、内容体系、实施路径、绩效评价与改进、认定推广。

本文件适用于在河北省行政区域内依法登记注册的各类企业（含企业集团下属子公司）的企业文化建设、实施、评价改进和认定推广。其他组织可参照执行。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语

GB/T 19580 卓越绩效评价准则

## 3 术语和定义

GB/T 19000和GB/T 19580界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**企业文化** enterprise culture

在一定的社会经济条件下，经过企业高层管理者的倡导和全体员工的长期实践所形成的，企业遵循的价值观念、信仰追求、道德规范、行为准则等的总和。

注：企业文化包含精神层文化、制度层文化、行为层文化和物质层文化。

## 4 建设原则

### 4.1 领导重视

企业最高管理者应是企业文化建设的倡导者、培育者、推动者和践行者。最高管理者应将企业文化建设纳入企业改革发展总体安排，做好顶层设计，率先垂范，推动文化建设责任层层落实落地。

### 4.2 全员参与

企业全体人员的文化意识和素养对企业文化建设产生直接或间接的影响，只有全员参与企业文化建设活动，才能实现企业文化的不断发展和优化。企业文化建设要突出以人为本，尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造，为员工发展搭建平台，妥善处理各方面的利益关系，增强员工的主人翁意识和社会责任感，激发员工的积极性、创造性和团队精神。

### 4.3 系统推进

企业文化建设是一项系统工程，要以系统化的视野进行文化建设和培育，做到全方位、全过程、全员推进。企业文化建设要与质量管理方法应用相融合，还要与企业的其他管理活动相融合，让文化渗透到企业各项管理活动中，提高各项管理的工作质量。

#### 4.4 体现特色

受内外部环境等诸多因素的影响，不同企业的文化具有各自的个性化特征。企业依据自身实际情况，着力塑造具有竞争力的、具有自身特色的企业文化。结合河北省作为制造业大省、京津冀协同发展核心区域的地域特点，以及企业自身行业特征和发展阶段，提炼具有辨识度的文化理念，并在传承中不断创新。

#### 4.5 关注成效

关注企业文化建设的成效，并对其过程和工作结果进行科学测评，及时获知预期目标的实现程度，确保文化建设的目的性和工作的有效性。企业既要关注短期的工作成效，更要重视那些关系到企业长期发展的工作成效。建立“策划-实施-检查-处置（PDCA）”循环机制，推动企业文化建设持续优化提升。

### 5 内容体系

#### 5.1 精神层文化

5.1.1 精神文化是企业文化的核心与灵魂，体现企业如何开展经营管理活动及实现战略目标。

5.1.2 精神文化包括使命、愿景、核心价值观、企业精神、经营理念和行为准则等。

#### 5.2 制度层文化

5.2.1 制度文化体现精神文化在企业组织结构、经营制度、管理制度方面的要求。

5.2.2 制度文化包括企业组织结构和经营制度、管理制度等。

#### 5.3 行为层文化

5.3.1 行为文化是制度文化所规定的内容在管理者和员工行为上的外在表现，通过日常生产经营、承担社会责任、员工人际互动、学习和文体活动等各种行为或活动贯彻、执行、实施企业精神文化。

5.3.2 行为文化包括企业经营行为、管理者和员工行为、企业公益行为等。

#### 5.4 物质层文化

5.4.1 物质文化是指企业创造的生产经营成果和各种物质设施构成的文化，是企业精神文化的载体。

5.4.2 物质文化包括企业生产的产品和提供的服务，企业厂房、设备等工作环境和生活环境，以及企业的名称、标识、品牌等。

### 6 建设路径

#### 6.1 现状调研与诊断

##### 6.1.1 组建诊断团队

由企业高层牵头，党群部主导，工会、人力资源部等各部门负责人及员工代表共同参与，明确分工与职责。

### 6.1.2 设计调研方案

调研对象应覆盖高层、中层、基层员工、关键岗位代表，保证样本多样性。采用问卷调研、深度访谈、座谈会等多种方式，挖掘深层需求。诊断内容应围绕精神文化（价值观认同度）、制度文化（制度执行情况）、行为文化（员工行为表现）、物质文化（视觉识别与环境）四个维度展开。

### 6.1.3 输出诊断报告

汇总调研数据，形成企业文化现状诊断报告，包含现有文化优势、核心问题、员工期望等结论。

## 6.2 理念体系提炼与确认

### 6.2.1 提炼核心理念

提炼核心理念。组织高管研讨会、员工代表座谈会等，确定文化理念体系核心要素，包括使命、愿景、核心价值观及辅助理念。提炼过程中，应结合河北省作为制造业大省、京津冀协同发展核心区域的地域特点，同时体现企业自身行业特征与发展阶段。

### 6.2.2 设计文化行为准则

将价值观转化为具体行为标准。

## 6.3 行为规范与制度体系构建

### 6.3.1 制定行为规范

分类编写员工行为总则、岗位行为细则等，选取试点部门收集反馈后修订。

### 6.3.2 完善制度匹配

梳理现有制度，增补文化相关条款，将企业文化理念深度融入各项管理制度中。过程中，应充分考虑企业已应用的质量管理标准。

## 7 绩效评价与改进

### 7.1 评价指标体系

企业应结合自身战略目标、行业特点及文化建设阶段，自主建立企业文化建设的评价指标体系。评价指标宜覆盖企业文化建设管理、实施、保障、改进和效果五个维度，具体指标及评价内容可参照表1，企业可根据实际情况进行调整和细化。

表 1 评价指标体系

一级指标	二级指标	评价内容
企业文化建设管理	企业文化组织管理	高层领导履行职责情况； 领导机构设置与运行情况； 专门机构设置及职责清晰度
	企业文化体系管理	精神、制度、行为、物质层面文化体系建设； 企业文化工作体系完善程度
	企业文化制度管理	企业文化建设相关制度建立情况； 企业文化融入各项经营管理制度的程度
企业文化建设实施	企业文化目标规划	企业文化建设中长期规划（或纲要）制定； 年度工作计划编制； 计划任务分解落实情况
	企业文化培训	培训课程体系开发； 内部培训师建设； 培训软硬件设施保障； 培训流程及制度规范
	企业文化传播	内部传播渠道（媒体、活动、制度、人际、环境等）开展情况； 外部传播（公众媒体、自有媒体、产品服务）开展情况
	企业文化考核	考核制度建立与完善； 考核组织实施过程； 考核结果在激励与改进中的应用
企业文化建设保障	组织保障	组织架构健全性及职责清晰度
	物质保障	经费等保障机制建立及运行情况； 企业文化软硬件设施投入情况
	人员保障	企业文化建设专职队伍配备与建设情况
企业文化建设改进	企业文化建设评估	评估制度建立情况； 评估指标与方法设计情况； 评估组织与实施情况
	企业文化建设成果总结	存在问题的识别与原因分析； 经验与体会总结； 成果提炼与固化
	企业文化建设持续改进	改进措施的制定； 改进措施的实施过程； 改进效果的跟踪与评估
企业文化建设效果	企业凝聚力	员工满意度； 团队协作与工作氛围状况
	经济效益	经营业绩相关指标
	社会效益	社会影响力及获得表彰奖励情况

## 7.2 评价实施

企业应根据已建立的评价指标体系，定期组织开展企业文化建设自评工作。自评流程宜包括以下步骤：

- a) 制定自评计划：明确自评目标、范围、时间安排、责任分工及所需资源；
- b) 收集评价数据：采用问卷调查、深度访谈、座谈会、文件查阅、现场观察等多种方式，全面收集企业文化建设的相关数据和信息；
- c) 开展综合评价：依据评价指标，对收集到的数据进行汇总和分析，逐项评分并形成自评结论。评价过程中注意识别文化建设中的亮点与不足，分析问题产生的根源；
- d) 形成自评报告：内容包括评价过程说明、各项指标得分、主要优势与不足、原因分析以及改进建议。

## 7.3 评价结果的应用与改进

企业应将自评结果作为推动文化持续改进的重要依据，宜按照以下步骤实施改进：

- a) 识别改进机会：根据自评结果和内外环境变化，系统识别文化建设中存在的问题和改进空间。对于得分较低的指标，深入分析原因，明确改进方向；
- b) 确定改进优先序：结合企业战略目标和资源条件，对改进事项进行优先级排序；
- c) 制定改进措施：针对识别出的问题，制定具体、可操作的改进措施，明确责任部门、完成时限和预期成果；
- d) 实施改进并跟踪验证：推动改进措施落地执行，定期跟踪改进进展情况，评估改进效果。对于效果不明显的措施，及时调整策略；
- e) 建立长效机制：将企业文化建设情况及成效纳入绩效考核体系，建立标准化、透明化的评价制度，实现评价与改进的常态化、制度化。同时，将评价结果与员工激励、干部选拔等挂钩，增强全员参与文化建设的积极性；
- f) 引入外部诊断（可选）：必要时，企业可邀请专业机构对文化建设运行情况进行独立诊断，获取第三方视角的改进建议，进一步提升文化建设的科学性和专业性。

## 8 认定推广

### 8.1 总则

企业宜引入专业机构开展企业文化建设成果的认定、应用和推广工作。

### 8.2 成果认定

#### 8.2.1 认定原则

开展企业文化建设成果认定，宜遵从以下原则：

- a) 公开、公平、公正；
- b) 自愿申报；
- c) 审定机构自主评审。

#### 8.2.2 认定程序

审定程序宜包括：

- a) 资格审查：组织专家对成果材料进行审查，主要包括申报对象资格审查、否决项审核等；

- b) 材料评审：组织专家对成果材料按照绩效评价指标进行逐项打分，形成材料评审意见；
- c) 实地考察评议：组织专家到企业现场考察企业文化成果情况，专家现场审议；
- d) 专家委员会审议：召开专家委员会会议，根据成果评审和现场审核情况，确定成果等级；
- e) 审定结果公示和发布：企业文化建设成果终审结果在媒体公示。组织专门会议或论坛对企业文化建设成果进行发布，并通过媒体公开。

### 8.3 成果应用

企业开展企业文化建设成果内部转化应用推广时，宜学习借鉴企业文化建设成果经验，变革、完善企业文化建设机制；推动企业文化建设体系运行；评估企业文化建设运行效果；改进完善企业文化建设体系。

### 8.4 成果推广

8.4.1 企业或审定机构开展企业文化建设成果推广时，宜通过表彰会、现场会、研讨会等形式交流分享企业文化建设成果；通过多种媒体渠道宣传推广企业文化建设成果；开展企业文化建设成果合作交流。

8.4.2 成果宣传推广的方法包括但不限于：编印企业文化建设成果资料，供企业学习借鉴参考；召开企业文化现场会，择优选择企业文化建设成果，开展企业文化最佳实践经验交流；通过有关媒体刊发成果，宣传、推广企业文化建设先进经验。