

2023年企业核心理念 企业核心价值观演讲稿(大全10篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

企业核心理念篇一

英语演讲比赛活动总结

为了激发广大同学学习英语的热情，提高同学对英语口语的兴趣，营造一个良好的英语学习氛围，为更多的同学提供一个尽情挥洒创意，展现英语风采的舞台，我部在得到老师和同学的支持下，于本月举行了英语演讲比赛，此次比赛主要针对大二的学生。大二学生参加的积极性很高，报名人数多，在我系大二学生新生中有一定的影响力，比赛设有初赛，复赛，和决赛，给选手们提供了更多的表现机会，体现“公平，公正，公开”的比赛原则。

决赛荣幸地邀请了外籍老师richard和bob[]外语系英语老师（）老师，（）老师。作为本次演讲比赛的评委，并且邀请0903班宾东和0901班杨逸作为本次比赛的主持人。09级多语系刘佳敏同学也为本次比赛带来了最为精彩的演讲。学生会主席和书记均列席观看。

对此次决赛之前，我部各班干事到各班进行宣传组织各班学生到赛场进行观看，以扩大演讲比赛的影响力。在正式比赛之前为体现“公平”原则，组织各参赛选手进行抽签，已决定各选手上场顺序，比赛过程中，每两名选手进行一次统分及报分，以体现比赛的“公开”性。决赛结束后，各评委对

选手的表现进行了点评，只出了个选手在比赛过程中的不足和缺点，提出对同学们的期望，以及对同学们的鼓励，经过评委的评比打分，最终角逐出：一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，人气奖1名，才艺奖1名，以及优胜奖若干名。

他们分别是

一等奖:黄##

二等奖: 刘##, 章##

三等奖: 熊##, 胡##, 杨##

人气奖: 聂##

才艺奖: 许##

此次演讲比赛旨在提高规范同学们的口语，与此同时，也锻炼了同学们的英语表述能力，使同学们积累了演讲比赛的经验，为此以后的大型演讲比赛提供了可能，通过这次比赛，不仅仅让同学们发挥了自己的潜能，向所有人展示了自己，而且为今后的专业性比赛奠定了基础。

同时此次演讲比赛的成功举行，使我部全体干事对自己的工作进一步了认识和了解，对今后的工作充满了自信和动力，最后真诚地感谢系领导系学生会领导及所有同学对本次活动的支持，是你们的支持才有了此次活动的成功举办。

第二届英语演讲比赛于5月19日进行了决赛。决出一等奖一名，二等奖二名，三等奖三名，优胜奖八名。通过这次比赛，激发了同学们学习英语的兴趣，锻炼了同学英语的演讲能力。为了更好地打造学习英语的氛围，鼓励更多的同学参加类似的活动，我们选登了部分获奖选手的体会文章与大家交流。

尊敬的各位领导，给位同事：

大家下午好！

我所总结的企业核心价值观是“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。下面我就“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”，来展开说明一下我做出这个总结的原因。

在《周礼·典瑞》，对“瑞”字有这样的注释：“符信也，人执以见曰瑞”；东汉的许慎在其所著的《说文解字》一书中，对“瑞”字是这么解释的：“瑞，以玉为信也”，可见，在中国传统文化中，对“瑞”是这样认识的：瑞，是一种用玉石做成的信符、信物，而且是级别的信物，因为在汉代以前，对玉石的使用是有着严格的限制与规定的，非统治者以及王室近亲、诸侯国君，别的人包括统治阶级中的其他阶层，是不能随便使用玉器的，更不用说玉制的信符与信物了。所以说，“瑞”字最初的意思是“凭信、凭证、信物”，后来随着时代的发展，对“瑞”字逐渐加入了“吉祥、祥瑞”的意思，也就是今天人们一般意义认为的“瑞”字的含义。

在宋朝人编著的《广韵》一书中，对“景”的解释是“景，玉出彩也”，翻译成现代汉语就是“美玉所散发出的灿烂绚丽的色彩”后来呢，景字的含义逐渐繁衍，就有了景色、景以及远景、前途的意思。

从上面可以看出，我们公司名称当中的“瑞景”两个字，本身就有着深刻的寓意，也是我们公司企业核心价值观的的诠释：因为有诚信能够和别人和谐相处，因为能够给人带来吉祥如意，所以才能够获得辉煌灿烂的前景。也正因为如此，我把我们企业的核心价值观表述为“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。

企业核心理念篇二

战略管理经过几十年的发展，形成了各种流派，各种理论从不同的角度、方向展开了研究，取得了丰富的成果。其中最重要的问题就是战略管理的核心是什么？当然这个问题是随着企业环境和时代的变化而不断的调整和发展中的，这就使得以前的许多理论已经无法真正地指导企业的实践工作。理论的意义就在于它的指导性、方向性，因此从事企业战略管理的理论工作者都在努力对战略管理理论进行修正和创新，但至今可以说仍然不是很成功，很难有一个令人满意的理论能全面成为领导性的理论，由此出现了为了更好的说明战略管理的适用性，对过去的理论进行综合包容的办法来加以解决。至今在企业实践界也对用什么理论为依据来开展战略管理工作，如何确立战略管理的核心存在不同的看法，甚至是混乱、迷茫。本文就是试图从如何确立战略管理的核心的模式和方法上做出一些探讨。

当然我们首先要明确战略管理的核心是什么，环境学派认为是组织和环境的协调性，资源和能力学派认为是企业所特有的资源和由此所形成的独有的竞争能力，过程学派认为是战略管理的路径，其中有人认为战略选择重要，有的认为战略实施更重要，出现了类似鸡与蛋的争论，我认为如何建立战略优势是战略管理的核心。这种认识不光是从理论研究的角度也是根据实践的需要，企业经营行为是在发展和调整中的，以前的理论随着企业内部条件和外部环境的变化，已经不能文秘站—您的专属秘书！适应现实的要求。

为了更好地指导企业战略管理工作，国内外的很多学者和企业家都在努力进行探讨，也提出了一些不错的观点。比如姜汝祥博士就提出了4c战略规划操作框架□c1是目标、远景□c2是整合业务链□c3是核心业务□c4是核心竞争力，并说明了各阶段的主要活动和工作，也列举了一些针对性的工具和方法，他们也在为万科□tcl□中化等企业提供战略咨询与培训实践中

进行了应用。另外项保华教授也提出了战略的三维构架：1是持续竞争优势，包括接着竞争优势来源、竞争优势构建、竞争优势持续、竞争优势创新；2是业务演化发展，包括业务展开途径、纵向整合拓展、横向多元经营、业务组合重构；3是市场竞合互动，包括竞合进化原理、现实合作对策、博弈理论启示、动态价值定位。从竞争优势和业务发展、组织创新等方面来说明了如何开展企业战略管理。还有胡建绩教授在其所著《企业经营战略管理》一书中也提出了战略优势的三维系统：战略优势是一个系统，不是单独的某项竞争因素的构成，它包括资源优势、竞争优势、位置优势。并指出这三个因素之间存在着逐从推进的关系。其中资源是使企业具备创造价值能力，位置优势是确定企业创造价值的对象和空间，竞争优势的着眼点是采用比竞争对手更有效的创造并实现价值的博弈方式。

这些提法和观点虽然有很多可取之处，但也存在以下不足：一是要么仍然把战略管理停留在市场和业务层次要么把战略管理空泛化；二是在战略运行中几乎涉及企业经营的所有方面，使大家感到难以入手，操纵起来有很大的难度；三是没有明确战略优势的内涵。

我认为提出战略优势是战略管理的核心是正确的，只是应该既有理论的指导性又使其具有可操作性。对此我建立了战略优势的1-4-2模型，如图所示：

确立战略优势是所有工作的重心。战略优势在一定程度上说是比较于竞争对手而言，但又不能只停留在此，很重要的一方面又是针对企业发展的趋势和环境的要求。因此，我们认为战略优势是指企业所具有的能取得竞争优势的核心能力和环境适应能力的集合，它除了具有核心竞争力的特性，还具有前瞻性和应变性。战略优势既考虑到了企业在一定行业环境中的竞争优势，包括市场份额、位置、先发优势、顾客忠诚度、品牌知名度等等，也强调企业拥有的内部资源优势，包括资金优势、企业文化、高效的内部沟通、优秀的人力资

源、核心技术、研发能力，还包括市场网络、渠道资源、公共关系，环境应变能力等内外结合的综合优势。可见战略优势兼顾了短期利益与长期利益、发展速度与企业规模、自身能力与市场机会、市场地位与产业先见，将长期以来一直分离的企业外部因素与内部因素进行了综合，特别考虑了企业对激烈变化的市场环境的适应，对现代企业建立企业战略。

战略优势的建立是一个系统工作，而不是单独的某项竞争因素的确立。首先就需要战略规划者明确战略优势的内涵，掌握战略优势的特点，并做好以下工作：

1. 根据企业的宗旨，谋划发展远景，建立中长期目标。
2. 根据企业的资源条件和外部环境，确立企业所应进入的经营领域。
3. 明确自己的目标市场，并确定自己在市场中的地位。

当然这对企业而言只是战略管理的第一步，也是粗线条的，在此基础上要求进一步从技术优势、产品优势、竞争优势、创新优势等四个方面加以完善。技术优势是指企业在软性技术和硬性技术上所确立的市场和行业中的领先水平。软性技术主要是指企业在组织、经营、管理上的各项技术，包括管理能力、协调能力、企业文化的适应力等，硬性技术主要是指生产和研究开发上的各项技术，包括专利技术、技术诀窍、工艺及工艺水平、设备水平等。建立技术优势是企业确立有利的市场地位、建立竞争优势的关键，有了技术优势，企业在竞争中就能根据情况适宜地采用各种竞争策略，是建立差异化优势还是成本领先优势。在这个要素上企业应做好以下工作：

1. 明确企业合适的技术，建立恰当的生产经营组织体系。
2. 建立自己的研究开发体系，从人才、资金、设备上加以完

善。

3. 关注行业技术发展的趋势，结合市场变化，积极开发新技术。

产品优势是指企业市场竞争中所表现出来的优势，包括市场份额、品牌效应、市场地位、递有效应，顾客忠诚度等。技术是基础，但没有良好的市场表现，企业的经营活动仍然不能完成，这就需要企业有产品优势，只有这样，企业才能获得生存和发展的机会。在这个要素上需要企业做好以下工作：

1. 了解市场需求，细分市场，明确自己的目标市场。
2. 使自己的产品能为顾客提供最大的价值满足。
3. 完善产品体系，尽可能的扩大自己的市场份额。
4. 不断地创立产品品牌，保持顾客忠诚度，提高自己的经营效益。

竞争优势主要包括成本优势和差异化优势。竞争优势在企业战略优势建立中有着极为重要的地位，有时甚至处于支配全局的地位，因此做好竞争优势的确立工作就非常重要：

1. 分析行业特点，找到影响行业发展变化的关键因素；
2. 分析竞争对手，找出对手的优势和劣势，以及对手可能采取的竞争策略；
3. 评估自己的资源、能力的优势和劣势，采取恰当的竞争策略，抓住市场机会；

如何建立竞争优势，采用什么样的竞争手段和方法，不光在战略管理的竞争战略中进行了大量的研究，同时也是市场营销工作的重点，在这我就不再赘述了。

进入21世纪后，随着全球经济一体化趋势的加强，企业获得了很大的发展空间和机会，但同时我们也看到企业面临更大的竞争威胁。现代信息技术、新材料技术、生物技术、空间航天技术等新技术的快速发展和应用，特别是产业边界的模糊、能源结构的变化，市场需求的多样化，都使得企业一方面要从战略的高度来规划企业的经营活动，另一方面又要求企业能够适应快速的变化，不断做出调整和创新。因此建立创新优势对现代企业就非常重要和迫切。企业要建立创新优势不光需要在产品上创新，在手段和方法上创新，更需要在管理和组织上创新。

参考文献：

[1]胡建绩陆雄文：《企业经营战略管理》.复旦大学出版社，

[2]汤姆森斯迪克兰德：《战略管理—概念与案例》.北京大学出版社，

[3]刘翼生：《企业战略管理》，清华大学出版社，论文出处(作者):刘江林

企业核心理念篇三

尊敬的各位领导，各位同事：

大家下午好！

我所总结的企业核心价值观是“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。下面我就“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”，来展开说明一下我做出这个总结的原因。

在《周礼·典瑞》，对“瑞”字有这样的注释：“符信也，人执以见曰瑞”；东汉的许慎在其所著的《说文解字》一书中，对“瑞”字是这么解释的：“瑞，以玉为信也”，可见，在

中国传统文化中，对“瑞”是这样认识的：瑞，是一种用玉石做成的信符、信物，而且是最高级别的信物，因为在汉代以前，对玉石的使用是有着严格的限制与规定的，非最高统治者以及王室近亲、诸侯国君，别的人包括统治阶级中的其他阶层，是不能随便使用玉器的，更不用说玉制的信符与信物了。所以说，“瑞”字最初的意思是“凭信、凭证、信物”，后来随着时代的发展，对“瑞”字逐渐加入了“吉祥、祥瑞”的意思，也就是今天人们一般意义认为的“瑞”字的含义。

在宋朝人编著的《广韵》一书中，对“景”的解释是“景，玉出彩也”，翻译成现代汉语就是“美玉所散发出的灿烂绚丽的色彩”后来呢，景字的含义逐渐繁衍，就有了景色、景以及远景、前途的意思。

从上面可以看出，我们公司名称当中的“瑞景”两个字，本身就有着深刻的寓意，也是我们公司企业核心价值观的最好的诠释：因为有诚信能够和别人和谐相处，因为能够给人带来吉祥如意，所以才能够获得辉煌灿烂的前景。也正因为如此，我把我们企业的核心价值观表述为“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。

但是为什么说诚信能促进发展、和谐能铸就辉煌呢？

我们的时代是一个信息传播渠道广、传播速度快的时代，也可以说这是一个越来越开放、越来越透明的时代，很多的事情可以通过网路等媒体得到迅速、广泛的传播，从而形成巨大的社会影响。在这样的一个时代里，要求我们必须对诚信问题予以前所未有的重视。我们可以假设一下，如果我们的销售人员为了业绩对客户随意作出承诺，如果我们的工程技术人员不遵守工作职责与程序的要求，放松了对工程质量、建筑材料的监督，如果我们公司和相关合作单位进行业务交往和接洽时经常有违背规章制度和合同契约的行为出现，很难想象我们公司会在房地产开发领域走多远。那时，“红旗

能打多久”就将不再是一个疑问，而是一个很快就能看到结果的问题。

那么，诚信是否就是一个飘渺的名词、虚无的概念呢？不是的，从实践的角度来讲，诚信有两种含义：

从公司的角度讲，“诚信”是一种承诺：对社会的，对客户的，对合作单位的，对公司员工的。要做到言出必行，有诺必践，遵守契约精神，遵守合同约定，对社会负责，对客户负责，对员工负责。

从员工角度讲，“诚信”是对自己职责的履行，是能够出色的完成自己的工作，不违背职业道德与操守，尤其是在对外交往时，要时刻注意自己是公司的一员，代表了公司的形象，不做损害公司利益的事情，不违反公司的各项管理规定。2009年是公司的管理年。公司下大力气进行了“部门职责与岗位说明书”撰写与汇编工作，就是要求公司员工切实清楚“自己在做什么”以及“自己该怎么去做”。可以说，“做什么”、“怎么做”是作为考量一个人职业生涯中“诚信”与否的最好的标准。

因此在我们的房地产开发工作中，在我们的日常经营管理工作中，不论是对待购房的消费者、施工建设单位、其他相关合作单位，还是公司内部人员，我们首要坚持的原则就是诚信。“人无信不立”，只有以诚待人，才能获得他人的信任，才能使双方具有合作的基础和可能，进而才能促进双方关系和合作事宜的发展。也正是出于对业主朋友、对合作单位的信任，我们才在小区二期的开发工作中采用了“电梯招标会，业主做评委”的材料采购方式，才敢于面向全莱阳市招聘“工程质量社会监督员”，这正是对我公司坚持“诚信”经营的最好的证明。诚信是双方合作的基础，以诚待人，相互信任，也就意味着双方能够真诚的合作，能够为了实现双方共有的目标而携手共进，实现合作双方的共赢。而合作，信任，共赢，所体现的就是一种和谐的状态。

和谐是当今的一个主题，是我们社会发展所追求的一个目标，和谐的状态就是能够以最小的成本实现各方面价值和利益的最大化。

当公司和外部处于和谐状态时，公司就会具有一个良好的社会形象和社会美誉度，就会形成良性的口碑效应，从而为公司获得优秀的销售业绩打下基础，也就能够使公司集中精力于开发更好的产品来满足社会的需求。这样就会形成一个良性的循环互动效应，加快推动公司的发展。

当公司内部处于和谐状态时，公司每个部门、每个员工就会步调一致，劲往一处使，心往一处用，团结协作，共同朝着公司既定的目标前进。

我们公司每年都要举行的小区运动会，公司的“慈善饮水工程”，公司与《今日莱阳》携手举办的“千份报纸送业主”活动，公司每年组织的员工外出旅游，以及包括本次“企业核心价值观”演讲会，都是为了营造一个“内部团结，外部和谐”的环境，从而使公司获得更快更好的发展。

由上面可以看出，“和谐”是实现公司快速发展、创造辉煌灿烂的明天的根本保证，也应该成为我们公司核心价值观的一个主题。

在诚信经营的基础上获得良好的发展，在和谐的状态下实现公司与客户、公司与合作单位、公司与员工之间的价值最大化，实现公司的卓越与辉煌，这是公司的根本目标与使命。也是对我们公司名称“瑞”“景”两字最好的诠释。

因此，我心中企业核心价值观就是“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。

企业核心理念篇四

尊敬的各位领导，给位同事：

大家下午好！

我所总结的企业核心价值观是“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。下面我就“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”，来展开说明一下我做出这个总结的原因。

在《周礼·典瑞》，对“瑞”字有这样的注释：“符信也，人执以见曰瑞”；东汉的许慎在其所著的《说文解字》一书中，对“瑞”字是这么解释的：“瑞，以玉为信也”，可见，在中国传统文化中，对“瑞”是这样认识的：瑞，是一种用玉石做成的信符、信物，而且是最高级别的信物，因为在汉代以前，对玉石的使用是有着严格的限制与规定的，非最高统治者以及王室近亲、诸侯国君，别的人包括统治阶级中的其他阶层，是不能随便使用玉器的，更不用说玉制的信符与信物了。所以说，“瑞”字最初的意思是“凭信、凭证、信物”，后来随着时代的发展，对“瑞”字逐渐加入了“吉祥、祥瑞”的意思，也就是今天人们一般意义认为的“瑞”字的含义。

在宋朝人编著的《广韵》一书中，对“景”的解释是“景，玉出彩也”，翻译成现代汉语就是“美玉所散发出的灿烂绚丽的色彩”后来呢，景字的含义逐渐繁衍，就有了景色、景以及远景、前途的意思。

从上面可以看出，我们公司名称当中的“瑞景”两个字，本身就有着深刻的寓意，也是我们公司企业核心价值观的最好的诠释：因为有诚信能够和别人和谐相处，因为能够给人带来吉祥如意，所以才能够获得辉煌灿烂的前景。也正因为如此，我把我们企业的核心价值观表述为“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。

但是为什么说诚信能促进发展、和谐能铸就辉煌呢？

我们的时代是一个信息传播渠道广、传播速度快的时代，也可以说这是一个越来越开放、越来越透明的时代，很多的事情可以通过网路等媒体得到迅速、广泛的传播，从而形成巨大的社会影响。在这样的一个时代里，要求我们必须对诚信问题予以前所未有的重视。我们可以假设一下，如果我们的销售人员为了业绩对客户随意作出承诺，如果我们的工程技术人员不遵守工作职责与程序的要求，放松了对工程质量、建筑材料的监督，如果我们公司和相关合作单位进行业务交往和接洽时经常有违背规章制度和合同契约的行为出现，很难想象我们公司会在房地产开发领域走多远。那时，“红旗能打多久”就将不再是一个疑问，而是一个很快就能看到结果的问题。

那么，诚信是否就是一个飘渺的名词、虚无的概念呢？不是的，从实践的角度来讲，诚信有两种含义：

从公司的角度讲，“诚信”是一种承诺：对社会的，对客户的，对合作单位的，对公司员工的。要做到言出必行，有诺必践，遵守契约精神，遵守合同约定，对社会负责，对客户负责，对员工负责。

从员工角度讲，“诚信”是对自己职责的履行，是能够出色的完成自己的'工作，不违背职业道德与操守，尤其是在对外交往时，要时刻注意自己是公司的一员，代表了公司的形象，不做损害公司利益的事情，不违反公司的各项管理规定□20xx年是公司的管理年。公司下大力气进行了“部门职责与岗位说明书”撰写与汇编工作，就是要求公司员工切实清楚“自己在做什么”以及“自己该怎么去做”。可以说，“做什么”、“怎么做”是作为考量一个人职业生涯中“诚信”与否的最好的标准。

因此在我们的房地产开发工作中，在我们的日常经营管理工

作中，不论是对待购房的消费者、施工建设单位、其他相关合作单位，还是公司内部人员，我们首要坚持的原则就是诚信。“人无信不立”，只有以诚待人，才能获得他人的信任，才能使双方具有合作的基础和可能，进而才能促进双方关系和合作事宜的发展。也正是出于对业主朋友、对合作单位的信任，我们才在小区二期的开发工作中采用了“电梯招标会，业主做评委”的材料采购方式，才敢于面向全莱阳市招聘“工程质量社会监督员”，这正是对我公司坚持“诚信”经营的最好的证明。诚信是双方合作的基础，以诚待人，相互信任，也就意味着双方能够真诚的合作，能够为了实现双方共有的目标而携手共进，实现合作双方的共赢。而合作，信任，共赢，所体现的就是一种和谐的状态。

和谐是当今的一个主题，是我们社会发展所追求的一个目标，和谐的状态就是能够以最小的成本实现各方面价值和利益的最大化。

当公司和外部处于和谐状态时，公司就会具有一个良好的社会形象和社会美誉度，就会形成良性的口碑效应，从而为公司获得优秀的销售业绩打下基础，也就能够使公司集中精力于开发更好的产品来满足社会的需求。这样就会形成一个良性的循环互动效应，加快推动公司的发展。

当公司内部处于和谐状态时，公司每个部门、每个员工就会步调一致，劲往一处使，心往一处用，团结协作，共同朝着公司既定的目标前进。

我们公司每年都要举行的小区运动会，公司的“慈善饮水工程”，公司与《今日莱阳》携手举办的“千份报纸送业主”活动，公司每年组织的员工外出旅游，以及包括本次“企业核心价值观”演讲会，都是为了营造一个“内部团结，外部和谐”的环境，从而使公司获得更快更好的发展。

由上面可以看出，“和谐”是实现公司快速发展、创造辉煌

灿烂的明天的根本保证，也应该成为我们公司核心价值观的一个主题。

在诚信经营的基础上获得良好的发展，在和谐的状态下实现公司与客户、公司与合作单位、公司与员工之间的价值最大化，实现公司的卓越与辉煌，这是公司的根本目标与使命。也是对我们公司名称“瑞”“景”两字最好的诠释。

因此，我心中企业核心价值观就是“以诚信促发展，以和谐铸辉煌”。

演讲完毕，谢谢大家！

企业核心理念篇五

为了激发广大同学学习英语的热情，提高同学对英语口语的兴趣，营造一个良好的英语学习氛围，为更多的同学提供一个尽情挥洒创意，展现英语风采的舞台，我部在得到老师和同学的支持下，于本月举行了英语演讲比赛，此次比赛主要针对大二的学生。大二学生参加的积极性很高，报名人数多，在我系大二学生新生中有一定的影响力，比赛设有初赛，复赛，和决赛，给选手们提供了更多的表现机会，体现“公平，公正，公开”的比赛原则。

决赛荣幸地邀请了外籍老师richard和bob[]外语系英语老师()老师，()老师。作为本次演讲比赛的评委，并且邀请0903班宾东和0901班杨逸作为本次比赛的主持人。09级多语系刘佳敏同学也为本次比赛带来了最为精彩的演讲。学生会主席和书记均列席观看。

对此次决赛之前，我部各班干事到各班进行宣传组织各班学生到赛场进行观看，以扩大演讲比赛的影响力。在正式比赛之前为体现“公平”原则，组织各参赛选手进行抽签，已决定各选手上场顺序，比赛过程中，每两名选手进行一次统分

及报分，以体现比赛的“公开”性。决赛结束后，各评委对选手的表现进行了点评，只出了个选手在比赛过程中的不足和缺点，提出对同学们的期望，以及对同学们的鼓励，经过评委的评比打分，最终角逐出：一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，最佳人气奖1名，最佳才艺奖1名，以及优胜奖若干名。

他们分别是

一等奖：黄xx

二等奖：刘xx□章xx

三等奖：熊xx□xx□杨xx

最佳人气奖：聂xx

最佳才艺奖：许xx

此次演讲比赛旨在提高规范同学们的口语，与此同时，也锻炼了同学们的英语表述能力，使同学们积累了演讲比赛的经验，为此以后的大型演讲比赛提供了可能，通过这次比赛，不仅仅让同学们发挥了自己的潜能，向所有人展示了自己，而且为今后的'专业性比赛奠定了基础。

同时此次演讲比赛的成功举行，使我部全体干事对自己的工作进一步了认识和了解，对今后的工作充满了自信和动力，最后真诚地感谢系领导系学生会领导及所有同学对本次活动的支持，是你们的支持才有了此次活动的成功举办。

第二届英语演讲比赛于5月19日进行了决赛。决出一等奖一名，二等奖二名，三等奖三名，优胜奖八名。通过这次比赛，激发了同学们学习英语的兴趣，锻炼了同学英语的演讲能力。为了更好地打造学习英语的氛围，鼓励更多的同学参加类似

的活动，我们选登了部分获奖选手的体会文章与大家交流。

企业核心理念篇六

简历的核心标准，不管是大学生写的实习求职简历还是有工作经历的全职求职个人简历，每一份求职简历都应该有它的核心标准，这个标准所指的是你的个人能力以及你的个人特长，简历最为重要的还是你的专业水平与个人特长技能。

对于简历来说时效性标准又是什么样的？对大学毕业生来说这个时效性标准就是大学之前的经历都是过时的，比如高中、初中等经历都是没有作用的，除非你在过期经历当中取得了巨大的成绩，如你在高二参加世界某某比赛荣膺桂冠那可以做个说明。（本文由大学生个人简历网提供）而至于过期经历获得的一般奖项都是无用的，在高中再优异而大学又是另一种情况。对于社会求职者又该怎么对时间进行划分？超过五年以上的业务经历用处不大，超过八年以上的技术经历作用也不大，所以核对个人的`经历时间同时对其做个定性，对于符合标准的经历则可留在简历里。

从现实角度看又有哪个人不看重当下的你？同理企业也看重当下的你究竟有着什么样的实力，因为企业使用的是现在的你而不是过去的你，你在简历里也该着重现在而不是过去，说明你现在具有什么东西远远胜过过于遥远的成就，如你现在可以做核算工作那比你八年前获得过某奖项有用地多，是否可以在现在为企业带来好处乃是企业挑选简历的核心标准。

网友推荐：在校大学生怎样写实习简历，求职中都很重视个人简历的作用

企业核心理念篇七

美国著名管理学家普拉哈拉德与哈默尔提出了核心竞争力的

概念，他们提出也描述了核心竞争力的定义和特点。“真正能够创造(竞争)优势的源泉是公司管理上的一种能力，是一种能够协调、集中和整合公司内的所有知识、技能和技术等资源形成优势从而使各项经营能快速适应变化的环境和机遇的管理能力”自此以后，不同研究者从知识观、文化观、整合观、竞争观等不同角度进行研究，形成了不同的流派。

1. 基于整合观的核心竞争力

以普拉哈拉德和哈默尔为代表的整合观认为，核心竞争力是协调不同生产技能和整合多种技术流的共有性学识。它需要各业务单位之间充分沟通、参与投入，特别是使不同生产技能部门之间合作无间或将各种不同领域的技术加以整合的能力，并且提供顾客特定的效用与价值。他们提出核心竞争力是组织中的集体知识，尤其是如何协调多种多样的生产技术以及把众多的技术流进行整合。基于整合观，麦肯锡咨询公司几位专家给出的核心竞争力定义是：“核心竞争力是群体或团队中根深蒂固的、互相弥补的一系列技能和知识的组合，借助该能力，能够按世界一流水平实施一到多项核心流程”。

2. 基于知识观的企业核心竞争力

巴顿是从知识的角度分析核心竞争力的代表人物，他根据知识能否为外部获得或模仿的角度来定义企业的核心竞争力。巴顿认为，企业核心竞争力是指具有企业特性的，不易交易的并为企业带来竞争优势的企业专有知识和信息，是企业所拥有的提供竞争优势的知识体系。这里的知识是个十分宽泛的概念，既包含狭义上企业的专有知识，又包括企业员工所掌握的技能、技术以及企业内部的价值观和规章制度。

3. 基于技术与技能的企业核心竞争力

马丁(martin)从技术角度论述了企业核心竞争力，他指出一种能用于许多产品的、具有关键性的技术或技能的能力，一旦

一个企业掌握了一系列的核心能力，它就能使企业比其它竞争对手做得更好，它能被应用于多种产品而竞争对手却不能很快地模仿它。同时coyne&hall&clifford从知识与技能角度认识企业核心竞争力，核心竞争力是群体或团队中根深蒂固的、互相弥补的一系列技能和知识的组合，借助该能力，能够按世界一流水平实施一到多项核心流程。

吴敬琏(1999)从技能、资产、机制论述了企业核心竞争力，他指出企业获得长期稳定的竞争优势的基础，是将技能、资产和运作机制有机融合的企业自组织能力，是企业推行内部管理性战略和外部交易性战略的结果。芮明杰(2000)教授提出核心能力是企业独具的，使企业能以一系列产品和服务取得领先地位所必须依赖的关键性能力，这种能力是一组技术和技能的综合体，而并非是拥有的一项技术或技能。

陈清泰(1999)将产品、管理、创新结合起来，认为企业核心竞争力一个企业不断创造新产品、提供新服务以适应市场的能力，不断创新管理的能力，不断创新营销手段的能力。

战略学家管益忻(2000)从顾客价值角度出发，提出企业核心价值是以企业核心价值观为主导的，旨在为顾客提供更大(更多、更好)的消费者剩余的企业核心能力的体系。核心竞争力的本质内涵是消费者剩余。

1. 核心竞争力的识别不明确

核心竞争力的研究对象是什么，虽然学者们对知识、顾客价值、技术管理等不同方面进行了研究，但并未对他们进行明确区分，这就使得这些理论在应用时可能导致混乱，甚至会而误导。如某企业拥有的山里特产，不能被认为是有核心竞争力而仅能认为是特殊资源。因此，在国际最新研究的基础上，发展以能力为基础的战略管理理论是目前需要解决的问题之一。

2. 核心竞争力的管理问题不易测量

竞争力不容易度量，也不可预测，一旦形成核心竞争力以后，如何进行管理是又一个难题。如果企业的竞争力不够稳固就很容易淡化，如果竞争力不是集中在某一反面就很容易失去占有份额，如果核心竞争力比较固定就很难进行改善，管理太紧的竞争力容易产生刚性，面对环境变化很难做出较快的反应。因此，如何适度管理核心竞争力成为需要解决的问题。

3. 将理论研究应用于我国企业之中面临局限

西方学者首先提出核心竞争力的理论，这些理论对于我国正处于社会主义初级阶段市场经济并不完全适合。首先，我国中小企业较多，即便是大企业生产能力也与国外大型企业有一定差距，因此适用于西方大企业的一套理论并不能只计入应用于我国。其次，我国处于社会主义初级阶段，市场经济体制不完善，国有企业市场机制并不能完全放开，而中小企业难以在市场中占有较大份额，如何应用国际化的理论指导这两类企业成为一大难题。

综合国内外学者的研究，企业的核心竞争力是企业独特拥有的能够提高企业竞争优势的资源或能力。但具体是那种资源或能力学术界并没有达成一致意见，并且核心竞争力测量问题并没有解决，并且很多理论成果并不适合我国国情，这成为理论界另一难题。

企业核心理念篇八

企业文化是企业在生产经营实践中逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、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体现的总和，可以说企业文化是企业的灵魂，因为从战略高度来看，企业文化

可以明显地将该企业与其他企业区分开来，可以提高企业员工对企业的认同感和企业士气；从经济的角度来看，企业生产出的产品中的精神文化含量愈高，其经济附加值也就愈高；从文化的角度来看，随着社会主义市场经济的深入发展，文化在保持其意识形态属性的同时，其产业属性也越加明显。

一、建设优秀企业文化之前，先对企业现有文化进行诊断，然后提炼和设计。目前每个企业基本上都有企业自身的文化，但在建设优秀企业文化之前，通过对现有文化进行诊断，然后提炼出必要的甚至是精髓，把负面的不积极的去除掉，再进行科学的和贴近企业特色进行设计，这是非常有必要的。

二、明确和充分认识企业环境，包括企业性质、经营方向、外部环境、企业社会形象、与外界联系等方面，确保制定和建设的优秀企业文化符合实际情况，并具有很强的可操作性和真实发挥企业文化的积极作用。

三、确立正确的经营哲学。经营哲学是一个企业特有的从事生产经营和管理活动的方法论原则，它是企业科学的方法论和逻辑思维程序，是一切行为的逻辑起点。之所以要重视，是因为它是指导企业行为的基础，往往决定企业的行为。

企业价值观念的培育是通过教育、倡导和宣传模范人物的进行感召等方式，使企业员工摒弃传统落后的价值观念，树立正确的、有利于企业生存发展的价值观念，并形成共识，成为全体员工思想和行为的准则。

五、构塑良好企业精神。它是在企业领导者的倡导下，根据企业的特点、任务和发展走向，使建立在企业价值观念基础上的内在信念和追求，通过企业群体行为和外部表象而外化，形成企业精神状态。企业精神的形成具有人为性，这就需要企业的领导者根据企业的情况、任务、发展走向有意识地倡导，亲手培育而成。

六、设计企业积极形象。这个过程一般经过形象调查、形象定位和形象传播三个阶段。形象调查是了解公众对本企业的认识、态度与印象等方面的情况，为企业形象设计提供信息；形象定位是在形象调查的基础上，根据企业的实际状况，用知名度和美誉度的高低程度对企业形象进行定位；形象传播是以广告或公关方式，将企业形象的有关信息向社会传播，让更多顾客认识和接受，从而提高企业形象。

七、建立良好企业道德，特别是以诚信为代表的企业道德。常说企业小胜靠智大胜靠德；如果企业缺乏道德，从长期来看，这将对企业来讲是致命的。

八、培养团队意识，提升团队的学习力、思考力和执行力，发挥管理团队文化的辐射力。

九、不断改进企业管理制度，将企业文化的具体落脚点融入企业管理制度中，特别是形成新的激励机制，让员工真实感受到企业文化无处不在。

十、形成责任文化，使员工养成相对合理的行为习惯。

十一、强化宣传与培训企业文化。通过以宣传、教育、培训、文化娱乐、交心联谊、学习先进代表等方式，以网络和会议等为载体进行强化宣传，使得企业文化让员工铭记在心，并在工作方方面面得以展现。

十二、根据社会的进步和企业人知识结构的改变，不断改进企业文化的具体细节，从而确保企业文化的长远发展和发挥其重要的积极作用。

在建设优秀企业文化时，需要注意的是：必须坚持社会主义方向、强化以人为中心、表里一致、注重个异性、不能忽视经济性、继承传统文化的精华、持续改进。

希望企业能够建设优秀的企业文化，为企业构建核心竞争力、实现可持续发展做出积极的和重要的贡献。

企业核心理念篇九

企业核心竞争力对企业绩效具有决定性的影响，而企业核心竞争力的强弱和企业战略定位密切相关，在wto的大背景下，国内外市场竞争尤其是跨国公司对中国市场的争夺将更加激烈和残酷。我国企业要在新的竞争态势下获得无限的发展机会，构建和提升自己的核心竞争力，就必须确定好自己的位置，以从容地迎接挑战。

核心竞争力是企业创造竞争优势的源泉。世界著名企业几乎无一不在产品开发、技术创新、管理方式、市场营销、品牌形象、顾客服务其中的若干方面具有独特专长，从而形成了核心竞争力，取得了竞争的绝对优势。而那些在市场竞争中败北的企业，大多是因为漠视了核心竞争力的培育。对家电企业的实证分析表明，在既定的股权结构下，市场竞争程度是影响企业绩效的关键因素。而要在竞争激烈的市场上取得竞争优势，构建核心竞争力具有决定性的作用。

实践证明，企业核心竞争力的强弱和企业战略定位密切相关。在wto的大背景下，在经济全球化使国际竞争延伸到国内市场这一新的竞争态势下，市场竞争尤其是跨国公司对中国市场的争夺将更加激烈和残酷。企业只有确定好自己的位置，才能从容地迎接挑战，获得无限的发展机会，提升自己的核心竞争力。如果企业没有自己的战略定位或者定位不正确，不仅原有的核心竞争力难以保持，还会导致核心竞争力的衰退以至丧失。企业战略定位包括产业战略定位、市场战略定位、经营战略定位、联盟战略定位、规模战略定位等。

企业核心理念篇十

一个企业不能缺少员工，更需要有足够能力可以独当一面的核心员工。而由于高级人才的缺少，稳定性也就相对不高，怎样对于这些核心员工进行管理，在实现其价值的同时留住他就成为企业管理者不得不去重视的问题，毕竟普通员工通过企业培训提升能力是一个长期的过程。

不要为了留住某些人而轻易做出很难实现的承诺，如果有承诺一定要兑现，如果无法兑现一定要给他们正面的说法。千万不要在员工面前扮演一个言而无信的领导者角色，那样只会为将来的动荡埋下隐患。

及时发现员工特别是那些核心骨干产生情绪波动的原因，一定要将安抚民心、鼓舞士气的工作做在前头。事先耐心倾听、适时沟通、充分交流、思想动员等情感资本投入是不是可以避免一些不必要的人力资本损失呢？特别要把握对核心人才管理的“度”，不要让某些核心人才的跳槽变成有针对性、有目的性的挑衅，以免造成组织内员工的大面积情绪波动和跳槽。

随时检讨组织的晋升、薪酬、绩效考核等人力资源管理制度是否合理，避免因组织制度性的原因造成员工非正常流动。

核心人才大都“才高八斗”。作为领导者，你可以不懂专业技术，但你必须要有容人的肚量。如果一看到比自己强的、甚至有各种“马蝇”的部属就恨得咬牙切齿，甚至不惜利用手中的权力对他进行打击和压制，那么你所压制和失去的不仅仅是一个人才，而是一个组织。对人的管理是最难做的事情。

一个成功的领导者最大的成就就在于构建并统帅一支具有强大战斗力与高度协作精神的团队。因此，你需要像林肯一样，运用自己的智慧，善用“马蝇”效应，将一些如蔡斯那样很难管理而又十分关键的部属团结在一起，不仅能有效地减少组织内部的冲突，而且可以充分发挥其核心作用，不断为组织创造更高的管理绩效。

核心员工是指与创造绩效及对公司发展最有影响作用，并在某方面“不可代替”的员工。它包含两个层次：第一层次是“与创造绩效及对公司发展最有影响作用”，这是“核心员工”的内容。但从广义的角度上讲，一个组织系统的成员都是对绩效有贡献的，而对公司发展“最有贡献”会因判断标准和时间的不同而不同，那么，甄别“核心员工”的关键就是第2个层次：不可代替性。

因此，核心员工是：他们的工作岗位要求经过较长时间的教育和培训，必须有较高的专业技术和技能，一旦核心员工离职，将会对企业的正常生产经营产生不利影响，而且空缺的工作岗位难以找到合适的人来替代，就算是找到了，其招聘成本和培训费用也会很高。核心员工是企业的稀缺资源，是企业核心能力的根本来源。