

皖江读后感(汇总5篇)

在观看完一部作品以后，一定对生活有了新的感悟和看法吧，为此需要好好认真地写读后感。什么样的读后感才能对得起这个作品所表达的含义呢？下面是小编带来的优秀读后感范文，希望大家能够喜欢！

皖江读后感篇一

全新的企业文化公布了，作为一名网新人，我更加清晰地了解了公司定位、目标、方向和进展思路。一个人创造不了文化，一件事不能形成文化，网新文化关切每一个人，每一件事。学习企业文化的同时，我对当中的管理和团队有所感受。

但是在实际工作中也有一些不符合企业文化精神的做法，在此想谈谈我的看法。

关于部门间协调工作的问题。

我们客服部经常接触运管、财务、资质组，我发觉在部门协调性的工作中经常会遇到经办人看法不好、速度慢、流程冗杂多变、各自为政等等状况，导致不同的部门之间有一堵无形的墙。例如又一次在客户临时要办理续费，我去财务开发票，但是开票的前提是订单已审，客户总公司的财务一个月来报一次推广费用，错过了就要到下个月。在hi上沟通无效的状况下我就去运管部说明状况，但是他们讲我每次都上去催订单，很不理解。

建议建立一套应急机制，将此类状况列入应急流程，保障客户利益。跨部门工作是正常的事情，假如不打破沟通障碍会影响整个公司工作效率和运营速度。

关于岗位职责范围界定的问题。

上次公司客户答谢会，我有客户同意会场续费领礼品，当时签了续费合同。我把合同拿给财务，申请拿礼品，但是财务坚持认为我的合同金额是自己临时写上去的，不像真的。拒绝给我礼品，导致我的工作很被动，后来花了一番周折才解决了。我认为财务的工作职责是看到合同当即确认，假如合同是假，导致的后果应当是我来担当。假如我交了合同他不给确认，那是他没有搞清自己的工作职责。

建议公司明确各个岗位的职责范围，在岗人员应当格外清晰自己该做什么，不能以自己的主观推断影响各个部门的正常工作。

关于公司政策的连续性和稳定性问题。

公司续费的礼品政策经常无故中断，或者变更礼品档次。礼品作为我们客服做好客户关系的有效方法，有的客户很看重。经常我们与客户是在续费前就与客户确认好礼品事宜，但是客户打完款后政策又变了，我们不好跟客户交代。一方面影响客服在客户心中的形象，另外也阻碍我们的工作进度。

建议增加公司政策的稳定性和连续性，充分论证。朝令夕改，使一线人员无法正确理解贯彻。既不能到达既定目标，还会影响公司对外形象。

全新的企业文化已经出炉，需要公司全体员工深入学习、深刻理解，在日常工作中践行企业文化的各项要求。蓝图已经绘就，号角已经吹响，我将在公司新的进展大潮中提升奉献更多的力气！

皖江读后感篇二

自古云：“居安思危”。意思是在自己已经过得安逸舒适的时候，不要忘记其中潜在的危险。这在那个战乱纷纭的时候很实用，但在我看来，对于现在的大学生们也同样适用，只

不过这里的“危”解释不同了。

在当今社会，天才不常有，蠢材也同样不多见。现在许多被称为“天才”的人也可能是比别人多花一点时间罢了。因此，在这里我想说，如果你是天才，倘若你不努力，只是在自己的安乐窝里待着，只会重蹈覆辙“伤仲永”的故事，最后变得泯然众人矣，然后获得别人短暂的同情与惋惜，但是自己的人生从来都是自己掌握的，你如果失去了自己的优势，你的人生也同样会难以改变。如果你是蠢材，倘若你失去了奋斗的信念，选择在别人的同情下生活，到最后你的人生将会失去自由。如果你只是芸芸众生的一员，倘若你不努力，像一颗在土壤表面的种子，不愿埋藏在黑漆漆的土里，只想享受温暖的阳光和新鲜的空气，那么你永远都不会生根发芽茁壮成长。所以，无论是天才，蠢材还是大众，要想取得成功，他们同样都需要勤奋努力。没有不劳而获的成功，只有咬紧牙关的拼命奋斗。舒适安逸与享乐都是滋生懦弱的温床，除了让你享受一时的快乐，成为你前进的绊脚石之外，别无其他的好处。

对于当代大学生也是这样，随着时代和科技的发展与进步，出现了许多高科技，使人们的生活和学习也越来越便捷，与此同时，带来的也有许许多多的诱惑。因为经历过高压下的学习，刚自由的大学生们有了更多自由支配的时间，在他们还没有认识到自己真正想要什么之前，他们也会有一段颓废的日子，会选择在周末或者假期的时候，看小说，玩游戏等，以此来打发自己的时间，在这个过程中享受安逸，殊不知这样带来的后果也是很严重的。在任何一个不坚定的人来说，都可能被这些诱惑所影响。比如说，游戏，网络小说，电视剧等，本来是大家放松心情，缓解压力的一种工具，到头来，其中的负面作用也带来了许多社会问题。譬如，网瘾少年。因为网瘾而被退学的大学生也不在少数。我们要清楚地认识到，在你还没有成立一番事业前，所有的舒适，都是要付出代价的。别在最好的年纪，只会吃饭睡觉玩手机。

我们要明白，你想要什么，就得拿出与之等价的东西去交换，想赚钱就得劳心劳力，想成长就得风雨兼程。真正让你变好的选择，过程都不会太舒服，但是只要熬过了这个阶段，你会看到更美好的自己。居安思危，思则有备，有备无患，是我们大学生应该执行的一个准则。

皖江读后感篇三

这本书的架构很奇特，分成了四个部分：

首先是“学理的回答”，余先生收集了一些自己多年来在世界各地学术报告上的讲座，汇编成一个部分，系统的整理了中华文化的优点，弊病，和近三十年的进步。其中对现实文化的担忧很引人注意，比如复古文化正在冲击着创新文化，使得创新和突破反倒失去了合理性；民粹很像民主，但绝不是民主；文化的耗损机制，使得大部分资源集中在各种官方机构中，而大部分创造力都散落在非官方；文人很难得到尊严等等。在《身上的文化》一文中，四个概念使我一下子就感同身受，“不再扮演”“不再黏着”“必要贮存”“必要风范”，不仅是在文化方面，各行各业的泰斗都应该体现这四个特质。《向市长建言》一文，十分尖锐地指出了现在各种城市奇葩建设的弊病：不恰当的“发掘本地古人”、“重建文化遗迹”、“大话地方特色”，并提出了自己建议市长注意的两个环节“公共审美”和“集体礼仪”。

第二部分是“生命的回答”，余先生回忆了与巴金、谢晋、黄佐临、白先勇、余光中、林怀民等文化巨匠的交往，用十分动情的文笔描述了这些或多或少陷入过“非文化”困境的，或是与常人的活法背道而驰的大家们是如何践行着文化人的责任感，如何承载着文化的重量，如何开辟着生命的疆域，如何追寻着文化的执着。读到这一部分的时候我常常忍不住停一下，哭一会，然后再停一下，再哭一会。也许前些年我读到这样的东西，只会把它当成传记，现在随着年龄增长，阅历丰富了一点，又见证了社会的一些大事件，而我又成长

到足以感知这些大事件体现的变化，对比之下，这些大师所阐释的东西，实在是太稀缺了，我的哭，不是因为感动，而是被这些伟大的人格所击到，就像是很多人去了青藏高原见到真正的美景会哭一样，就像那英说的“你的声音打到我了”然后梨花带雨一样（怎么用那英打比方，好俗气，噗）。当然，余先生在这部分也顺带讽刺了一下那些造谣的小人，没有任何人能把造谣和小人阐释的比余先生更深刻，更立体，更有文学色彩了。

第三部分是“大地的回答”，摘录了一些多年来余先生为各地名胜题写的碑文，体现了余先生对古典句韵高超的驾驭能力，同时又不难读懂。书中还印了一些余先生的书法作品，包括那副著名的“拜水都江堰，问道青城山”。

第四部分是对一些经典的白话文翻译，包括《心经》、《离骚》、《逍遥游》、《赤壁赋》。用序言里的话说，“在把握原文奥义的学术前提下，挖掘出古今文思之通，古今诗情之通，古今哲理之通，然后用尽可能优美的白话散文予以表述。因此，这种翻译，不是拉线搭桥，而是凿通隧道，其难无比”。经典经过余先生的散文化笔法，足以成为当世经典翻译的范例。这里摘取《逍遥游》中的一段，使大家略窥一二：“大鹏从上往下看，只见野马般的雾气和尘埃相互吹息，天色如此青苍，不知是天的本色，还是因为深远至极而显现这种颜色？”再如《赤壁赋》的一段：“不一会，月亮从东山升起，徘徊于东南星辰之间。白雾横罩江面，水光连接苍穹，我们的船恰如一片芦叶，浮越于万顷空间。”《离骚》的翻译更是功力深厚，可是段落太长，就不了，大家有兴趣可以自己去看。

跨时空与地域的双重视角，使本书既有理论上的厚度深度，又不乏感人的故事与动情的文笔。堪称20多年来余秋雨先生关于文化思索的最诚恳、最隆重、最重要的著述。

皖江读后感篇四

公司通过近一年的全体动员组织，在董事长亲自带领下的企业高层领导团队，对企业经营十四年来，积淀下来的优良品质和传统进行梳理，形成了一套具有万果园特色的文化体系。

我们以“员工幸福，顾客满意”为使命，坦诚而真挚的表达了企业对于自身经营的目的定位。并由此延伸出了让“员工实现梦想，企业健康长寿”的企业愿景。企业给广大员工提供稳定的工作、满意的收入、发展的空间、开心的生活，使其具有成就感，成为家庭的支柱和骄傲；而员工回报给企业的是通过各自在岗位上的不断努力，为企业持续稳健的发展提供不断的动力，促进企业和谐向上的文化建设，打造高效廉洁的团队，使企业最终成为倍受行业推崇和社会尊重的企业。这种企业与员工之间形成的“家与家人”的亲密关系，让每位员工都是家庭中的一员，都充满爱心，相互信任，相互理解和支持，彼此宽容，共同承担起家的责任，共享和谐幸福，让每一位家人都能感受到大家庭的温暖，形成了特有的“家文化”。

企业当中有部分员工对工作充满了热忱，但是工作方法不得要领，造成了工作中的迷茫与被动，更有甚者，还引起了其他员工的不满。少数管理层有时做了一些不出成绩的工作，有苦劳而没有功劳。企业基于这种现状，在对企业文化梳理的同时，结合现状，对企业的应用理念进行了规范，从人力资源的用人理念，确定了企业所需的人员标准，到人才理念，明确了员工成为企业人才的方向，再到团队理念，提出了一个优秀的团队，尊重是前提，信任是基础，协作是高效完成任务的保障等优秀理念。加强团队凝聚力，通过团队协作可以集中力量在短时间内完成个人难以完成的任务。我们将管理宗旨定义为：一切为了员工的幸福。我们管理的宗旨是成就员工而不是利用员工，我们的管理是建立在有爱心的基础上，我们通过以人为本的管理策略，用爱心为员工创造温馨、宽松、积极上进的环境，不断培训业务技能，为员工做科学

清晰的职业规划，最终的目标是要帮助员工实现梦想。

企业文化的推广，不只是让她成为具有感召力的口号，更重视的是企业文化在实际工作中的落地实施，通过企业文化视觉形象系统的实施，使企业形象在极短的时间内发生巨大的变化，会在社会中、行业中、该企业员工心理产生很大反响，员工对新的形象、新的理念、新的战略目标产生兴趣，由然而生自豪感，会使企业在贯彻企业精神，企业理念、企业规章制度就会事半功倍。加上长期不懈的培训、文化活动，表彰优秀代表人物，倡导英雄事迹，企业风气、企业环境气氛焕然一新。员工个人目标必然会与企业战略目标走向一致。企业文化也逐步走向强势文化，使企业文化在企业战略执行、核心能力营造中始终发挥积极的作用。

皖江读后感篇五

在这次短暂的节假日里，我读完了《文化苦旅》这本书，阅读时间虽短，但它却给我留下了很深的印象。

在这本书中，绝大部分的文字都贯彻了这样一个主题：对中国文化的追溯、思索和反问。余秋雨凭着他那独特的思维方式和写作手法，在《文化苦旅》中对许多城市、小镇和它的人文景观所蕴含着的文化底蕴乃至整个中国文化精神进行追溯、反问和思索。凭借山水风物寻求文化灵魂和人生真谛，探索中国文化的历史命运和中国文人的性格构成，是这本书的主调。在书中，作者对具体的山水名胜的风貌几乎不置一词，他的过人之处就是在点明某地之后，就以类似电影中镜头切换的形式凝造出浓郁而深沉的人文图景。紧跟着进入直抒式的咏叹，这种咏叹以炽烈的情感和夸张的言词力求先声夺人。继而以纵横四海的气势挥洒着对中古文化历史的种种遐想和议论，使读者为文章的情绪所感染，不知不觉中接受余秋雨的文化底蕴、人文精神、心路历程等的'影响。这种创作意念，始终贯穿于整部《文化苦旅》之中。

走进书中的情境与思考，我们不禁严肃起来。像一群被流放的孩子，流放到一块不甚熟悉的土地，逼使我们不得不因那历史和文化的推引，走向前去，终于我们眼前出现了莫高窟的石洞，石洞依旧壮观，实像、壁画依然不言，我们静静看着光影投射在石壁上的变化，如同它们静静地看着敦煌千年的变迁。千年前的第一刀划下，开启了千年后莫高窟的壮丽。它曾遭遇浩劫，王道士手中一串钥匙让守了千年的敦煌，任其流落在外人手里，而中华子孙却也将之弃而不顾，将那一马车文物输往外国。多年后的今天，那神秘又充满意义的洞窟，为何能引起大家的注目它并非外表炫丽，而是它只是一种仪式，以及它深层的蕴藏。我们在这儿看到的，有美，也有宗教的天地，并且它是中国千年的标本，一种美的标本，纵使它曾经残缺，被人无情的，任意的转换。

合上书卷，我们不由自主地走向窗前，流动的车潮及人潮正自我宣示另一种文化，也许咱们应该背起满满对中国文化的疑虑，亲自去辽阔的土地，让我们读过书后，沉重而苦苦的步伐，也走在上面。