团在内的所有石油企业的企业精神。在延长石油集团企业文化建设过程中，“埋头苦干”的精髓、内涵和外延，持续推广、扩大、发扬和创新。再比如，近代企业所倡导的“首席技师”“首席工人”等荣誉，一方面是对个人技术、管理能力的肯定，另一方面，更重要地是树立一种典型，从而起到引领作用。

（2）领导带头，身体力行。企业领导者是企业文化的龙头，企业领导者的模范行为是一种无声的号召，对员工起着重要的示范作用。特别是在国有企业，国企领导的示范作用更是显而易见。在企业文化建设的过程中，企业领导的价值观往往会外化为企业的普遍价值观或者叫共同价值观，这种同向性价值观往往是推动企业文化建设的核心引擎。因此，在企业文化建设过程中要深化三个意识。一是领导引领意识，要让企业领导带头树立企业文化的理念、价值和规范。在个别层面，企业领导还需要对企业文化进行亲自重塑和引导。二是领导实践意识，要在具体文化建设过程中，杜绝挂在墙上、写在纸上，而是要留在心上、化在行上。

（3）完善制度，体制保证。企业文化是软硬结合的管理技巧。在建设企业文化时应“软硬”兼施，相辅相成。不能因为企业文化特征上的“隐性”，而使企业文化在实践上“软性”。如何克服执行力不足的问题，必须依靠制度建设。企业文化建设的制度也是一个完整的、严密的体系，制度之间要相互衔接、互相保障，从而确保企业文化在操作、执行层面的科学性和规范性。

（4）树立榜样，典型引导。发挥榜样的作用是建设企业文化的一种重要而有效的方法。把那些最能体现价值观念的个人和集体树为典型，大张旗鼓地进行宣传、表彰，并根据客观形势的发展不断调整激励方法，有利于优秀企业文化的形成和发展。在企业文化建设过程中，树立典型的作用有以下两点，第一是示范性。典型是什么，具有什么特质，这是其他员工的标尺，在某一特定时期，达到“典型”的标准也就意味着达到一个层次的目标；第二是导向性。这主要针对于那些在企业文化建设过程中的消极旁观者和盲目被动者。公司树立一个典型，就是在告诉他们应该向哪个方向努力。

（5）加强培训，提高素质。一个企业若员工的基本素质不高或缺乏良好的职业道德，生产力的健康持续发展是不可能的，企业文化建设也只能是纸上谈兵。加强培训，不断提高企业员工基本素质，是建设企业文化的基础保证。在中国华为公司，每一个走上工作岗位的年轻人，都必须首先接受职业道德、行为规范、自我修养的集训，进行与人交际、待人接物的礼节教育，考试合格后才会被录用。文化培训是一种知行统一、潜移默化地渐进过程，不是一节课，一个口号就可以的，要达到“人人也深”的效果，在一定程度上，就必须放弃“化人也速”的过程。

3、积极强化，持之以恒

强化是一种通过持续发力达到不断提升的重要方式。在企业文化建设领域，强化就是要对企业的价值观、信条、口号、作风、习俗、礼仪等文化要素进行不断重复和提升。强化分为积极强化和消极强化两个概念，获得行为继续下去的结果的强化，叫做正强化或积极强化；使行为中断或中止的强化，叫做负强化或消极强化。从广义上讲，人类的正强化和负强化都是有规律的选择行为，趋乐避苦，趋利避害，是人类行为的基本法则，在建设企业文化时也应遵循这些法则，对员工行为给以积极强化。

企业文化建设是企业的长期行为和战略部署，不是一招一式、一朝一夕可以简单塑造和完成的，必须持续强化。在组织中，由少数人创造、倡导的某种文化特质，传播到组织的每个团体，再由一个个团体传播给每一个人，使之在企业的每个角落里生根、开花、结果，这是一个长期的、复杂的、渐进的过程。正如笔者所言，在文化中还存在异化文化，要创造一种新文化何其之难，要改变一种旧文化更是难于上青天。只有确立一个目标、落实一个方案、号召企业全员共同参与、积极实践，才能水滴石穿、才能长成“合抱之木”。因此，进行企业文化建设必须长期努力，持之以恒。

4、树立形象，提升美誉

在当今企业竞争过程中，美誉度是一个企业角力的重要维度。企业的知名度与美誉度有机结合即构成了企业在公众中的形象，企业形象直接与企业的兴衰、优劣相联系。良好的企业美誉度是一个企业通过日积月累、含辛茹苦积累下来的无形资产，也是一个企业也是每一位员工的巨大财富。21世纪，企业竞争除了人才与科技的竞争以外，企业形象将对企业的发展起到至关重要的作用。如陕西省每年会发布企业诚信调查报告、公众责任承担报告等，政府旨在激励企业参与社会公益，企业则更加注重以此带来的社会认可度和美誉度，从而提升企业市场竞争的优势。

5、凝心聚力，铸就精神

毛泽东同志多次讲过“人总是要有点精神的”。一个企业也一样，总需要有高度认同的企业精神。企业精神是企业文化建设中最核心、最关键的部分。企业精神必须要具备以下三点要素：第一，上下同欲。企业精神是一个组织的整体精神的高度凝练，不是企业领导的个人意志、也不是一部分员工的小集体意识，只有反映公司全员意志的