

最新企业价值观创新 企业创新演讲稿(模板5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

企业价值观创新篇一

大家好！

今天，我很荣幸能参加公司组织的关于企业创新发展演讲活动，我衷心的希望通过这次活动，能帮助大家更进一步的了解我们公司的企业文化内涵。

众所周知，第二次世界大战后，日本本土是满目疮痍，在遭受了美国两个原子弹袭击后，整个国家在经济、军事、生产这些方面已经处于一种瘫痪状态了，但就是在这样的背景下，二战后的日本经济奇迹般的增长并超过了美国，美国的经济学家发现推动日本经济快速崛起的关键因素是日本良好的企业文化。美国在学习了日本的成功经验后，动员多方面力量进行企业文化研究，并将企业文化理论用于企业经营管理的实践之中。短短几年时间，美国企业又重新造就了其竞争优势。现在越来越多的有识之士已经认识到市场经济的竞争实质上就是企业文化的竞争。没有文化底蕴支撑的经济，就像是驶进沙漠中的跑车。中外大量成功企业的发展雄辩证明：优秀的企业文化一旦与企业生产经营活动结合起来，就必将成为推动企业发展的强大动力。因而不断创新企业文化，实现向贯穿于全部创新过程的新型经营管理方式转变，意义非凡。

企业发展客观要求企业文化富有创新力和激情力，这样的企业文化才能成为企业发展的动力。企业文化创新由一种全新

的文化理念，转变为对提高企业竞争力有决定作用的新型经营管理模式，是企业核心竞争力中各种要素有机、合理组合在一起的黏合剂，是企业资源整合的无形保障。优秀的、有创新力的企业文化是企业生存和发展的“元气”，是形成企业核心竞争力的不竭动力。它作用于全员的头脑、意识之中，渗透在企业运作的各方面，体现在企业一切管理活动、经营行为和全员工作中。优秀的、有创新力的企业文化以其特有的内在导向作用、规范作用、激励作用、辅射作用和凝聚作用，以共同的价值观、共同的愿景激励、驱使全员积极主动充满热情地贡献自己的智力资本；促使知识员工在良好的工作氛围中自由广泛地交流信息，知识共享，以形成和不断提升结构资本；以人为本，进行文化管理，关心、爱抚、成就、升华员工，使员工忠诚于企业，忠诚的员工自觉以创造性的服务获得顾客的满意与忠诚。一个好的企业文化氛围背后，它所带来的是群体的智慧、协作的精神、新鲜的活力，这就相当于在企业核心上装上了一台大功率的发动机。可为企业的创新和发展提供源源不断的精神动力。

企业的发展是靠核心竞争力，核心竞争力来源于企业文化的创新与激情。企业文化的创新，可以改善企业内部氛围，也改善企业外部形象，可以增强企业凝聚力，为实现企业目标奠定坚实的基础。

创新企业文化，让它富有激情。

第一，联系企业实际，明确企业经营理念。现代企业文化建设及创新就是要针对本企业的实际，明确企业的经营理念、市场定位，通过总结提炼企业成长历程的文化积淀，从而形成独具特色的经营哲学，使其在企业发展中有效发挥作用。确立核心价值观，在总结和提炼企业文化积累的基础上把握特点，突出重点，形成具有个性特色的企业文化。形成特色，关键在于创新。好的企业文化，都是在不断地总结和创新中形成的。

第二，建立学习型组织，形成全员共建机制。企业文化建设是一项系统工程，不仅需要企业领导发挥示范、表率作用，更要依靠全体员工的积极参与。企业文化作为一种新型的企业管理模式，它以全新的角度重视了人的因素，尊重人、关心人、理解人、爱护人、重视人的价值实现，发挥人的积极性是创立企业的核心。因此，加强宣传培训，建立学习型组织，建立员工互相学习、互相促进、共同发展的机制，普及企业文化理念，取得全体员工的理解、认同，既是企业文化的要求，又是建设、创新企业文化的保障。学习是创新的动力和源泉。只有通过学习，才能更好地提高员工的素质，不断满足市场发展对企业文化建设的新要求。

我们有着悠久文化传统，要把企业文化作为企业的理念融入到了企业经营发展当中，内化为企业员工的思想行为，并且在企业的发展道路上一直坚持不懈。然而企业文化是不能照抄照搬的，它是建立在传统文化基础之上的。因此，我们既要保留传统文化中优秀、有益的部分，又要结合现实的经济政治形势，不断开拓创新，抢占文化制高点，通过企业文化的不断创新，增强企业的核心竞争力，实现可持续发展，打造出一支具有“创新发展，激情责任”的队伍，勇往直前。

谢谢大家！

企业价值观创新篇二

创新是人类发展永恒的主题，创新是国家进步的动力，创新是企业发展的源泉，发展的希望在创新。而理念创新则是开展客运企业创新的重要前提，客运企业理念创新主要体现在企业目标、企业哲学、企业精神、企业道德、企业作风、企业宗旨等六个方面。本文就客运企业精神的设计作一些探讨。

人活着，就要有一点精神。企业存在和发展，企业员工群体也应该有一种精神——企业精神。企业精神是企业理念的浓缩，是企业灵魂的集中体现，是企业生产经营活动中，为谋求

自身的生存发展而长期形成并为员工所认同的一种健康向上的先进群体意识，集中体现了企业利益观念、竞争观念、道德观念，代表着企业共同的信念、员工一致的价值观，是企业文化发展到一定阶段的必然产物。因此，设计企业精神，首先要尊重广大员工在实践中迸发出来的积极精神状态，要恪守企业共同价值观和最高目标、不背离企业哲学的主要原则，要体现时代精神、体现构建和谐社会、体现现代化大生产对员工精神风貌的总体要求。以此为指导思想设计出来的企业精神，方能既“来源于生活又高于生活”，成为鼓舞全体员工为实现企业最高目标而奋斗的强大精神动力。

企业精神的设计应是有效性、合理性、操作性的完善结合，使企业价值导向与目标导向融为一体。企业精神的设计方法有以下几种。

1、员工调查法。把可以作为企业精神的若干候选要素罗列出来，在管理人员和普通员工中进行广泛的调查，再根据员工群体的意见决定取舍而定。这种方法一般在更新企业文化时采用，缺点是需要花费较长的时间和较多的人力，观点可能比较分散，但由于来自员工，有很好的群众基础而容易被大家接受，很快深入人心。

2、典型分析法。每一个企业都有自己的企业英雄，这些先进人物的身上往往能够凝聚和体现了企业最需要的精神因素，因此，对这些英雄人物的思想和行为进行全面深入的研究，确定企业精神。这种办法工作量较小，也容易被员工接受，但在企业英雄不是非常突出时，选取对象比较困难，不易把握。

3、领导决定法。企业领导者由于站在企业发展全局的高度思考问题，加之他们对企业历史、现状的了解比较深入，因此由企业领导者来决定企业精神也不失为一种办法。此法最为高效快捷，但却受领导者个人素质的影响较大，在推行的时候宣传工作量较大。

4、专家咨询法。将企业的历史现状、存在的问题及经营战略等资料提供给对企业文化有深入研究的管理学家或管理顾问公司，由他们根据所掌握的规律原则和建设企业文化的经验，设计出符合企业发展需要的企业精神。这种方法确定的企业精神站得高、看得远，有时不一定能够很快被员工接受，因而宣讲落实的过程稍长。

我们xx汽运集团的企业精神为“敬业、奉献、争先、创优”。

“敬业”是员工不可缺少的意志品质，南通汽运集团将“敬业”作为企业精神，则具有深刻的内涵。要求全体干部职工忠于事业、忠于职守。“奉献”是员工独具的精神境界，弘扬奉献精神就是要做到立足本职岗位奉献。奉献，就是要有无私的精神、忘我的境界，要有“宁可自己千般苦，不让旅客一时难”的高尚的社会公德。真正做到一切替旅客着想，一切对旅客负责，一切让旅客满意。“争先”是员工必须具备的实践品德，“争先”一词有两层含义：一是争先进、争一流、争锦夺标，这是一种鼓足干劲、力争上游、斗志昂扬、意气风发的精神风貌；其二是积极探索、勇于创新、敢为人先。“创优”是员工必须具备的行为准则，创优是创造优美的环境，提供优质的服务，树立优良的形象，永远处于优胜者的行列。对客运企业而言，创优，既是构建和谐社会的需要，又是当前乐于竞争增加企业效益的需要。客运企业要不断把握旅客的服务需求，提出新的理念、新的举措。做到人无我有、人有我优、人学我新、突出个性、超前赶先。“敬业、奉献、争先、创优”八个字组成的四组词相互关联，关系层层递进，集中反映了xx公司汽运人扎实工作，奉献社会、勇于争先、不断进取、争创一流的雄心和精神风貌。

企业价值观创新篇三

你们好，很高兴能获得这样一个机会在那里进行一次以“创新与发展”为主题的演讲。我演讲的题目是《企业的创新和可持续发展》。

创新和可持续发展是近几年咱们国家提的频率最高的词汇之一，由于我的人生规划是在商业领域有所发展，并且我期望有一天自己能够成为伍妹电子书店的首席执行官。所以这天我就浅谈一下关于企业创新和可持续发展的我个人的一点看法。

亡”成了很多产业部门的格言，尽管世界对创新的兴趣如此的高涨，尽管这几年新的产品新的服务层出不穷的在市场涌现，但人们是否真的理解创新呢？很多人对创新的认识存在着一个缺失，他们很可能在潜意识里把创新与发明混为一谈。著名创业家迪恩·卡曼说：真正的创新是让人们做他们从来没有想过的事情。进一步说人们买的不是发明和技术，而是能够解决问题的创新和办法。因此即使你的产品再好你的服务策划方案再多么完美，如果顾客认为那不是解决他们问题的好方法，那么这个创新就失去了存在的好处。

的畅销书《基业长青》里两位作者对世界上以创新著称，长盛不衰的企业像3m公司惠普公司强生公司作了详细调查，发现这些企业“并不是透过详尽的战略计划，而是透过尝试、错误和机会，准确地说就是意外来作出最佳方案。”创新很多时候需要资金，创新也意味着冒风险，而企业家要抓住的是风险中透漏出的成功机会。创新与供应无关，而是与需求有关。明白了这一点我们创新就不再那么盲目，成功的概率也就增大了。

可持续发展也就成了一纸空话。只有创新才能跟上顾客不断翻新的需求，只有满足了顾客需求的企业才能更好的可持续发展。

新，譬如ipod播放器的热销，譬如模板技术的开发成功。

如果我们想使一个企业成功，获得可观的利润，那么我们就务必在创新上不仅仅关注其播种、成长，更要重视收获结果。只有搞出来的创新能够解决顾客的问题，真正与市场需求相结合，实现商业化运作，才能更好的实现企业可持续发展。

由于准备匆忙，有些地方可能还存在的失误，敬请各位老师批评、指正。我的演讲完毕，谢谢！

企业价值观创新篇四

创新是人类发展永恒的主题，创新是国家进步的动力，创新是企业发展的源泉，发展的希望在创新。而理念创新则是开展客运企业创新的重要前提，客运企业理念创新主要体现在企业目标、企业哲学、企业精神、企业道德、企业作风、企业宗旨等六个方面。本文就客运企业精神的设计作一些探讨。

人活着，就要有一点精神。企业存在和发展，企业员工群体也应该有一种精神——企业精神。企业精神是企业理念的浓缩，是企业灵魂的集中体现，是企业生产经营活动中，为谋求自身的生存发展而长期形成并为员工所认同的一种健康向上的先进群体意识，集中体现了企业利益观念、竞争观念、道德观念，代表着企业共同的信念、员工一致的价值观，是企业文化发展到一定阶段的必然产物。因此，设计企业精神，首先要尊重广大员工在实践中迸发出来的积极精神状态，要恪守企业共同价值观和最高目标、不背离企业哲学的主要原则，要体现时代精神、体现构建和谐社会的体现现代化大生产对员工精神风貌的总体要求。以此为指导思想设计出来的企业精神，方能既“来源于生活又高于生活”，成为鼓舞全体员工为实现企业最高目标而奋斗的强大精神动力。

企业精神的设计应是有效性、合理性、操作性的完善结合，使企业价值导向与目标导向融为一体。企业精神的设计方法有以下几种。

- 1、员工调查法。把可以作为企业精神的若干候选要素罗列出来，在管理人员和普通员工中进行广泛的调查，再根据员工群体的意见决定取舍而定。这种方法一般在更新企业文化时采用，缺点是需要花费较长的时间和较多的人力，观点可能比较分散，但由于来自员工，有很好的群众基础而容易被大

家接受，很快深入人心。

2、典型分析法。每一个企业都有自己的企业英雄，这些先进人物的身上往往能够凝聚和体现了企业最需要的精神因素，因此，对这些英雄人物的思想和行为进行全面深入的研究，确定企业精神。这种办法工作量较小，也容易被员工接受，但在企业英雄不是非常突出时，选取对象比较困难，不易把握。

3、领导决定法。企业领导者由于站在企业发展全局的高度思考问题，加之他们对企业历史、现状的了解比较深入，因此由企业领导者来决定企业精神也不失为一种办法。此法最为高效快捷，但却受领导者个人素质的影响较大，在推行的时候宣传工作量较大。

4、专家咨询法。将企业的历史现状、存在的问题及经营战略等资料提供给对企业文化有深入研究的管理学家或管理顾问公司，由他们根据所掌握的规律原则和建设企业文化的经验，设计出符合企业发展需要的企业精神。这种方法确定的企业精神站得高、看得远，有时不一定能够很快被员工接受，因而宣讲落实的过程稍长。

我们xx汽运集团的企业精神为“敬业、奉献、争先、创优”。

“敬业”是员工不可缺少的意志品质，南通汽运集团将“敬业”作为企业精神，则具有深刻的内涵。要求全体干部职工忠于事业、忠于职守。“奉献”是员工独具的精神境界，弘扬奉献精神就是要做到立足本职岗位奉献。奉献，就是要有无私的精神、忘我的境界，要有“宁可自己千般苦，不让旅客一时难”的高尚的社会公德。真正做到一切替旅客着想，一切对旅客负责，一切让旅客满意。“争先”是员工必须具备的实践品德，“争先”一词有两层含义：一是争先进、争一流、争锦夺标，这是一种鼓足干劲、力争上游、斗志昂扬、意气风发的精神风貌；其二是积极探索、勇于创新、敢为人先。“创优”是员工必须具备的行为准则，创优是创造优美

的环境，提供优质的服务，树立优良的形象，永远处于优胜者的行列。对客运企业而言，创优，既是构建和谐社会的需要，又是当前乐于竞争增加企业效益的需要。客运企业要不断把握旅客的服务需求，提出新的理念、新的举措。做到人无我有、人有我优、人学我新、突出个性、超前赶先。“敬业、奉献、争先、创优”八个字组成的四组词相互关联，关系层层递进，集中反映了xx公司汽运人扎实工作，奉献社会、勇于争先、不断进取、争创一流的雄心和精神风貌。

企业价值观创新篇五

在我国社会主义市场经济环境下，企业之间的竞争愈发激烈，当前，市场越成熟，则愈趋于复杂和多变，竞争也愈显白热化。企业在市场竞争中求生存已非易事，谋发展则更见功夫。企业必须不断地提升竞争力。为此，企业提出了许多战略战术，有低成本战略、差异化战略、品牌战略，还有“以人为本”、技术领先等等。

这些对于提升企业的竞争力都具有重要的意义，但都还不足以构成企业的核心竞争力。什么是核心竞争力？是人才？是技术？是资源？还是资本？都不是，全部加起来也还不是。我认为，企业的技术创新能力，简称创新力，才是企业的核心竞争力。xx指出“创新是一个民族进步的灵魂”，同样，创新也是企业的灵魂。人才、技术、资源和资本等都不是企业的灵魂，人才是可流动的，技术迟早要被突破，资源是可分享的，资金是有限的。唯有企业的灵魂是别人学不去拿不走的，唯有创新力形成的竞争力是独有且长久的，因此说，创新力才是企业的核心竞争力。

什么是技术创新？技术创新指的是用新知识、新工艺、新技术，采用新的生产方式和经营模式、通过提高质量、创新产品、创新服务，占据市场并实现市场价值的经济技术活动。技术创新是贯穿企业活动的全过程，以获得企业经济利益为目标的一系列活动。有人说，企业经营是龙头、管理是基础、

技术是工具，把企业分成了若干个子系统。技术创新不是企业的了系统，而是把企业的各个子系统进行有机连结并高效运转，从而实现企业利益。必须强调，技术创新是经济概念，技术创新以技术进步为工具，而不等同于技术进步。但是有些人却没有搞清楚，错误地把技术创新与技术进步、发明新技术等混为一谈，其实这是两码事。技术进步是技术概念，是以技术为导向，追求高技术含量，高技术水平；技术创新是以市场为导向，追求经济利益，追求长久的核心竞争力。再好的技术如果没有切中市场，就不能转化为现实生产力，哪怕获得了诺贝尔奖项也不能算技术创新。

观念决定行动，思路决定出路。观念创新是基础的、能动的创造性思维活动，观念存在于人脑之中，是无形的，但时刻影响着人的言行。什么人的观念要创新？怎么创新？企业领导者实践技术创新后再来回答这两个问题。

首先要正确理解技术创新的本质意义，企业技术创新是企业的一系列经济活动，是企业领导者的事。其次，实施技术创新要求企业领导者要切合实际地分配适宜的人、财、物资源，需要领导者进行组织和推进。因为，技术创新是贯穿企业全过程的经济活动，必须领导者才能推动；技术创新追求经济利益、解决核心竞争力，这等大事应该由领导者亲自抓。但现实中并非如此，往往在谈到技术创新时，任务就交给了技术部门，其结果自然是流于形式和浪费人力物力。可以这样回答上述两个问题：谁的观念要创新？——企业领导者；怎么创新？——身体力行去实践技术创新。

传统企业的经营要领是供销做买卖，根据生产需要去采购物资——即供应，工厂生产什么就卖什么——即销售。这种供销式的经营模式在新中国的企业盛行几十年，目前仍然存在。这是计划经济时代的产物，这种模式在人们的观念中打下了深深的烙印。

经营创新要求我们先研究市场，以市场为导向，市场今天要

什么现在就做什么，市场明天要什么现在就储备什么。欧美国家企业的策划部门和商业工程师负责提出“做什么”，管理部门和工业工程师负责提出“怎么做”，企业领导者将二者融合起来进行决策，屡屡成功。巴西铌公司的商业部最初进入中国大陆的时候，先不谈商业问题，而是与钢厂进行铌铁合金化应用技术的交流，教会了许多钢厂使用铌铁合金，获得了可观的铌铁市场份额，这就是能动地影响了市场需求。可见，经营创新不仅仅是经营模式的转变，还要将先进的技术与先进的经营模式结合起来。

1、技术创新的投入机制。一方面，没有投入就不可能有创新，或者创新只是一种新的思想、新的概念，而不能转化为生产力；另一方面，没有产出的投入则是浪费。技术创新的投入机制就是要辩证地解决好一个问题的两个方面。

2、技术创新约束机制。逆水行舟，不进则退。不创新则落后，没有创新的企业终将被淘汰。技术创新活动及其成果应纳入考核范围，影响到每一个人的切身利益，形成约束力。

3、技术创新的人才机制。一是用好现有的人才，使之充分发挥作用；二是加强自身人才培养，造就人才成长的良好环境；三是积极引进有用之才；四是制定激励政策，奖励有功之臣。

总之，技术创新是提高竞争力的有效手段，是形成企业核心竞争力的必经之路。正确理解企业技术创新的意义，是企业领导者推动技术创新活动，扎扎实实做好观念创新，经营创新和管理创新，才能实现企业技术创新境界的提高，企业的发展也才获得永恒的动力，在激烈的市场竞争中立于不败之地。