

最新企业读后感集 企业文化读后感(精选9篇)

当看完一部影视作品后，相信大家的视野一定开拓了不少吧，是时候静下心来好好写写读后感了。那么该如何才能够写好一篇读后感呢？以下是小编为大家搜集的读后感范文，仅供参考，一起来看看吧

企业读后感集篇一

我认为，首先要坚持“以人为本”，塑造学习型的企业文化。

二是要建立科学合理的激励机制。只有建立一套科学合理的激励机制，客观公正地评价员工的价值创造力，才能充分调动全员参与企业活动的积极性和创造性；三是要创建明确、具体、富有强大凝聚力的目标价值导向机制，把信合员工的意志和行为引向同一个方向和目标，使大家心往一处想，劲往一处使，力往一处用，使员工之间产生共同的语言，共同的荣辱感，共同的责任心，从而增强信用社的凝聚力和向心力，增强员工的使命感和归属感，从而不断提升信用社的经营管理水

平和

经济效益，打造全新的农信品牌。

其次要围绕服务和创新，强化具有自身特色的经营理念。一是优秀的企业文化必须具有鲜明的个性，如：海尔集团的服务理念是“顾客永远是对的”。也就是说，顾客的需求是没有错的，那么，企业永远都要为满足顾客的需求而不断的创新，这样才能使企业保持旺盛的生命力。

作为服务“三农”的信用社就要围绕“农”字做文章，切实

要把农户利益放在首位，不断创新服务手段，继续引深“小额信用贷款”和“农户联保贷款”这些新的金融产品，来满足农户对金融服务的需求，从而培育自身的客户市场和黄金客户群；二是规范服务行为和服务质量。

我们要树立“以质量求生存，以服务求发展”的意识，对客户实行“一条龙”服务、“承诺限时”服务和“一站式”服务，不断加固和延伸服务文化半径，用微笑服务，文明服务撒播大街小巷，温暖千家万户，让农民得到实实在在的方便和实惠；三是以创建“信用户、信用村、信用乡(镇)”为载体，营造一种“讲信用光荣，不讲信用可耻”的社会氛围，进一步加深信用社与农民之间的感情，从而实现社农双赢。

最后，我们还要着眼大局，小处入手，稳健和谐地推进企业文化建设。我们加强企业文化建设的目的就是要在信用社形成以精英团队塑造企业文化，以企业文化培养优秀员工，以优秀员工创造管理品牌，以管理品牌推进规模发展，以规模发展追求企业效益，以企业效益凝聚优秀人才的良好企业文化。

乘千里风破万里浪，成为一艘能够抵抗风浪勇往直前的航船。

企业读后感集篇二

时间总是不经意的流逝，转眼之间就临近毕业，由于接到学校安排到华农恒青实训一个月，心里有点担心又有些不舍。担心的是自己一直以来学的是专业理论，没怎么接触过实践操作，不舍的是对大学时光的留恋，但这一切都在进入华农恒青的那一刻结束了。

初到南城华农恒青，刚下车的我们就看到了来接我们的哥哥—魏梓洋，“认真、负责、贴心”是给我的第一印象，一路上将我们的衣食住行安置的妥妥当当，由此可见华农恒青的企业文化是温暖的、负责任的。

开始学习的第二天，我们进行了一天的企业文化培训及安全管理培训。对于企业文化宣讲，我还是感触比较深的，首先一点就是人性化的管理，尤其是在接待的哥哥身上就可以看到这一点。华农恒青是一个大企业，是一个大学生成长、蜕变的好平台，因为它的企业文化是真正落到实处，体现于个人的。

在翻开的第一页就能看到企业的经营管理模式——“一、三、四、六”，给我的感觉理念很新颖、很务实，我的内心产生了一种很深刻的认同感。华农恒青坚持以“良心、真心、专心”做高稳定、高性价比猪饲料，这一点和其它的饲料企业就有明显的区别，孔子云：“闻道有先后，术业有专攻”，华农恒青更是以好的产品品质和口碑证实了这一点。

华农恒青核心价值观行为准则中提出的以“共创共享”为分享机制，这一点作为一个企业，还能将股份赠给员工，这样不仅给员工带来的是收入方面的增加，更多的是促使员工会把企业当成自己的小家，把工作当成自己的事业，企业才能真正做强、做大，以企业推动员工生产力的提升，这也许就是华农恒青能在饲料行业飞速发展的原因之一吧！

“终身学习”，俗语讲“活到老、学到老”，华农恒青是一个学习型的平台，做到坚持学习，我想这应该是在南城华农恒青一个月的实训生活当中始终坚持的行为准则之一。

不管是在投料、成品包装、中控这些岗位上的华农恒青人，他们都是认认真真、兢兢业业的工作者。在拉包上车时，身为新手的我们手脚灵活度明显低于师傅们，看似简单的上拉包也很需要技巧，而这都是师傅长期工作所总结出的经验，我认为作为实习大学生，要做的就是沉下心来学习，脚踏实地工作，边看、边学、边练，在实践中总结，在实践中成长。

通过今天的学习，我受益匪浅。希望在今后的实训生活中，能够学到更多的知识技能，通过实践将在学校中所学专业知

识融会贯通。相信自己，会从这次实训中将会变得更加充实。更好的自己，我来了！

企业读后感集篇三

马云仿佛已经成为了现在这个时代的代表，常常在一些电视节目上听到他或风趣或睿智或哲理的演讲，愈发对这样一个传奇人物充满兴趣。怀着这样一种心情，读了《阿里巴巴的企业文化》，感慨万千。

阿里巴巴旗下的淘宝平台被英国《经济学人》杂志称为世界上最伟大的集市，正在改变着亿万家庭的需求，这样的奇迹只能在这个时代，也只能在马云的身上。

马云的成功在于他始终如一的坚持，迎难而上的决心，顺应时代的智慧，博采众长的胸襟，清醒冷静的头脑，这些品质说出来容易，但任何一点都是难能可贵，何况集于他一身。

我们总是羡慕他人的成功，却不知道在这背后别人付出的巨大的努力和艰辛。在这本书中，我看到阿里巴巴在很多关键的时候，马云都作出了正确的选择，可见作为一个掌舵人，方向是至关重要的。

马云就像一块巨大的磁石，他说：“天下没有人能挖走我的团队”，如此的自信自负，就像一位侠士在笑傲江湖，无怪乎，他能在这个瞬息万变的时代却独领风骚。马云身上有太多值得学习和尊敬的地方，我要在仰望中不断靠近。

人说，创新是一个企业的灵魂，也有人说文化才是企业的灵魂。企业的发展不是单方面的，一定具备了很多的因素，一定有很多的优势。在我看来，文化是核心是根本是发展的不竭动力。

阿里巴巴从最开始的十八罗汉，发展到今天的数万人。最开

始每月仅仅只有500元的薪水却能让团队不散，这就是企业文化的吸引。在书中我看到很多细节让我动容，大家拿下了很艰难的一单，男同志们在办公室里兴奋得裸跑；对生活失去信心的人到了阿里巴巴却能脱胎换骨；无论多么艰难也少有人提出跳槽。这样优秀的企业文化在无形中团结了每一个人，也提升了每一个人。这种文化比任何真金白银都直抵人心，置身于这样的工作氛围中一定是酣畅淋漓的。

我们总是很轻易的有了自己的梦想，却又很轻易的放弃。在书中，看到马云的一句话：除了我们的梦想这外，唯一不变的是变化。梦想是用来坚持的，坚持后才能实现。

“我们今天面对将来的信心是来自于我们前5年的残酷经验，我们坚信明天更加残酷。”想到自己的梦想，总有无限激情，却又时时惴惴不安。对未来的无可预知性，和面临的种种困境，会让我时有喘不过气来的感觉。

现在，合上这本书，我默默的对自己说：不要怕，别慌张，生命很长，梦想很近。希望若干年后的今天，我能回过头来对每一天都不曾放弃的自己微笑示意：还好，你一直在坚持。

企业读后感集篇四

在我们芯瑞达的语录中有这样一句话，诚实做人，踏实做事，这句话给我很深的印象。孔子曰：“人无信不立”“人而不信，不知其可也。”

讲诚信的人，不管到哪里，都能受到人们的欢迎和尊敬；不讲诚信之人，人们会忽略他的存在。诚信之人能在社会上立足，不诚信之人将会被世人唾弃，脱离社会，成为一座孤岛，成不了大事。因此，诚信是为人之道，是立身处世之本。

人非草木，孰能无情？你待人以诚，人也会报你以实。诚信，从字面上来看，有诚实，信用之意。孟子曰：“诚者，天之

道也；思诚者，人之道也”。诚信是中华民族的传统美德，也是人的道德准则，理应是人人都应具备的优良品质。自小，我们就从书本上学过狼来了的故事，故事当中的那位孩子，就是因为他不知道诚信的重要性，导致了最后没有人帮他，最终害了他自己。这些种告诉我们在生活工作中都要做个诚实守信的人。

诚信做人，踏实做事。要求必须做诚实人，做老实人，说老实话，办老实事。讲诚信关键要求实效。诚信最基本的要求是言与行的统一，表与里的统一。看一个人不光他怎么说，更重要的是看他怎么做，是否讲究求真务实的工作作风，把精力用在办实事上。

就个人而言，诚信是一种高尚的人格力量，只有诚信人踏实做事，才会让我们的人生走得更踏实、更坦荡。就企业而言，诚信是一种宝贵的无形资产；只有诚实做人诚信做事，才会让我们的企业走得更远，变得更强。

企业读后感集篇五

通过对《绿城企业文化》的学习，我深受感动，倍受鼓舞，作为绿城的一名员工，我感到非常自豪身在绿城这个孜孜不倦的追求“精致、完美、真诚、善意”的公司，这是一个非常优越锻炼的平台。

但自豪的同时我也深切感受到压力的存在，“精致、完美、真诚、善意”，这不仅仅是公司致力追求的，同时也是我们每个绿城员工努力达到的做人的境界。事无巨细，皆认真对待之，与人为善，和谐共存；这也是我现阶段所追求的目标：不论事情大小、重要与否，皆要付出百分百的认真与努力去完成，养成做什么事情都全力以赴的习惯；与人相处的时候以和善为原则，努力提高自己的eq□

身处信息时代的我们也面临着很多的竞争对手，我们的事业

犹如逆水而行的舟船——不进则退。每当在我们原地踏步的时候，就会有很多人超越我们；每当我们思想惰性出现，拒绝学习进步的时候，就有很多学而不怠的人掌握了更多知识而领先于我们。在这个信息极度膨胀的时代，每个人都不再具有绝对的资源优势，唯有努力汲取有用的信息，方能使我们不在人后；唯有持之以恒、坚持不懈，方能战胜其他竞争对手——失败者不是输于别人，是输给了他们自己。只要坚持不懈，我们的工作能力就会得到提高提高，我们的能力素质就能得到进一步锻炼，我们没有理由不努力。

以人为本，是一句深入人心的口号，却难以落实到对人的尊重中，每位员工都渴望成为一名优秀的员工，渴望得到别人的支持和赞扬，我们把自己的智慧、组织能力、技巧及专业，贯穿、凝聚于我们的产品中。绿城做到了，它把每位员工当成了企业最宝贵的财产，它用严密的制度来实现这一切，它把利益与制度与人本结合，让三者相互发挥作用，即相互制约，又各自促进，从而达到理想化应该，以更快、更好、更优、以主动、责任、团队的工作作风为目标，绿城是秉持这个理念，将为员工创造平台，作为使命的一部分，将员工作为公司的第一产品，将培养优秀的员工作为企业运作的首要目标，更强高要将员工的利益放在首位，公司倡导“以人为本”，在生产和管理过程中以为人本出发和中心，致力于员工与企业的共同发展，“真诚、善意、精致、完美”，是绿城的核心价值观，它所提倡的是：“与人为善，仁爱求真、追求认真、追求精致、同道共识、方谓同仁：通过学习（绿城企业文化），使我清楚了什么是价值观？企业价值观的内涵是什么？对企业核心价值观也有了进一步的认识。

价值观是企业文化的核心，现代的企业价值观是一个企业的灵魂，正是绿城的种核心价值理念，公司推出了一个又一个深受消费都喜爱优秀精致的项目，培养出了一批又一批的工作认真优秀员工，精致的产品必是出自认真工作的优秀员工。绿城的产品与绿城服务所持有的鲜明特征，绿城人都是认真的工作着，对公司，对客户对社会我们都是以自己的一种真

诚，一种善意在努力回报着，市场经济发日益繁荣，社会需要更有创意更精致的产品，企业需要更认真工作的员工，于是我们每一个绿城人都在更努力的追求完美。

一个企业如何建立自己的文化，我认为没有固定的模式，企业文化是价值观的延伸，所以一家企业能不能做强做大，不但在有好的产品、好的人才，而且更要有好的企事业文化，没有文化的企业注定没有生命力、竞争力。

企业读后感集篇六

作为一名营业一线普通营业员，尽心尽力为客户服务，实现客户百分百满意是我努力工作的目标。在营业一线，每天可以和客户交流，为客户服务，看到客户高兴离去，我发自内心感到欣慰。

通过《企业文化手册》的学习，我更加热爱这份工作，因为在这里可以体现我的人生价值，同时，“晋善文化”为我树立了更高的努力的方向，那就是用十二字“善德、善信、善责、善仁、善智、善行”严格要求自己 and 提升自己。

“晋善文化”使我了解到“正德后生，臻于至善”是移动的核心价值理念，是前辈们艰苦创业、顽强拼搏、勇担责任、不断创新的提升，历经了十二年的风雨跋涉，铸就了一条不断成长、不断超越之路，()十二年的艰辛历程印证了以“文”化人，以“文”聚力的文化管理效力，也形成了特色的文化管理模式——“晋善文化”。

我作为移动的一名员工，一定要本着“做一行、爱一行、尽职尽责、任劳任怨、廉明律身、脚踏实地、认真实干、勇担责任”的原则，一定要以微笑服务于大众，以诚信对待身边所有人，时刻以“晋善文化”的精髓“善德、善信、善责、善仁、善智、善行”来要求自己，不断超越自己，提升自己的文化道德水平，在工作中做好“善行”，将移动“晋善文

化”传递给每一位客户，用实际行动使客户满意，使客户不仅感受到移动优良的产品、优质的服务，更感同于移动优秀的文化。为此，我将一直不懈努力。

企业读后感集篇七

企业文化包括精神文化、制度文化和物质文化。

前不久，我在某报上读到这样一则消息：“海尔”人在接待参观者的整个过程中，主人总是坚持面朝着参观者边倒行边介绍情况，许多参观者对这种“倒行工作法”费解，时常有人问：“你们这样做是不是有点难受”但听到的回答却总是一样的“面对你们是一种尊重”。

大家知道，海尔集团是在海内外享有盛誉的大型国际化企业“海尔”之所以能快速成长为企业巨人，关键因素就是因为它锤炼形成了富有自身特色的企业文化，并且使之在职工心中深深地扎了根，不断开出芬芳的花朵，结出丰硕的果实，焕发出源源不断的生机和活力。

“海尔”现象及其培育的企业文化已成为许多专家、企业关注和研究的焦点，成为人们前进的路标和旗帜。

说到这里也许就会有人问：企业文化真的有那么神奇吗到底什么是企业文化呢专家已经给出了定义：企业文化是企业长期的生产经营活动中创造的具有企业特色的物质财富和精神财富的总和，它对外是一面旗帜，对内是一种向心力，是企业的灵魂和持久动力。

企业文化包括精神文化、制度文化和物质文化。

其中，精神文化又称企业理念，是企业文化的精髓，处于核心地位。

那么，企业文化有多神奇呢？海尔集团首席执行官张瑞敏指出，你可以毁掉海尔，但你毁不掉海尔文化。

正象一位会再哲人所言，今天你听到可口可乐被火烧尽的消息，明天就造一个新的可口可乐，因为有可口可乐的文化在。

可见，企业文化对企业以及企业员工的影响是深远的，它的魅力是无穷的。

我们信用社是经营货币的特殊企业，同样需要有自己的特色的企业文化，如果站在金融业风险和竞争的角度，我们信用社不仅需要企业文化，而且迫切需要。

如果缺乏了企业文化，我们信用社的经营管理就失去了灵魂，失去了发自内心的动力和追求，就仅仅是只具备外表，而缺乏内涵和活力，如果说有活力，也难以持久保持。

可令人遗憾的是，我们信用社的企业文化建设基本上还停留在表层和初始阶段，还停留在感性和模糊的认识上。

那什么是信用社的企业文化？我们应该怎样建设这一问题我思索了很长时间，而且我相信，它同样也困扰着我们每位信合员工，更需要我们每位信合员工用自己的智慧和心血来浇铸。

那么，如何塑造我们信用社的企业文化呢？

我认为，首先要坚持“以人为本”，塑造学习型的企业文化。

一是要优化用人机制。

21世纪的竞争归根到底是人才的竞争，谁善于经营人才，谁就是最后的胜利者。

因此我们信用社必须改革用人机制，真正做到“能者上，平者让，庸者下”，建立“任人唯贤”的用人文化；二是要建立

科学合理的激励机制。

只有建立一套科学合理的激励机制，客观公正地评价员工的价值创造力，才能充分调动全员参与企业活动的积极性和创造性；三是要创建明确、具体、富有强大凝聚力的目标价值导向机制，把信合员工的意志和行为引向同一个方向和目标，使大家心往一处想，劲往一处使，力往一处用，使员工之间产生共同的语言，共同的荣辱感，共同的责任心，从而增强信用社的凝聚力和向心力，增强员工的使命感和归属感，从而不断提升信用社的经营管理水平和经济效益，打造全新的农信品牌。

其次要围绕服务和创新，强化具有自身特色的经营理念。

一是优秀的企业文化必须具有鲜明的个性，如：海尔集团的服务理念是“顾客永远是对的”。

也就是说，顾客的需求是没有错的，那么，企业永远都要为满足顾客的需求而不断的创新，这样才能使企业保持旺盛的生命力。

作为服务“三农”的信用社就要围绕“农”字做文章，切实要把农户利益放在首位，不断创新服务手段，继续引深“小额信用贷款”和“农户联保贷款”这些新的金融产品，来满足农户对金融服务的需求，从而培育自身的客户市场和黄金客户群；二是规范服务行为和服务质量。

我们要树立“以质量求生存，以服务求发展”的意识，对客户实行“一条龙”服务、“承诺限时”服务和“一站式”服务，不断加固和延伸服务文化半径，用微笑服务，文明服务撒播大街小巷，温暖千家万户，让农民得到实实在在的方便和实惠；三是以创建“信用户、信用村、信用乡(镇)”为载体，营造一种“讲信用光荣，不讲信用可耻”的社会氛围，进一步加深信用社与农民之间的感情，从而实现社农双赢。

最后，我们还要着眼大局，小处入手，稳健和谐地推进企业文化建设。

我们加强企业文化建设的目的就是要在信用社形成以精英团队塑造企业文化，以企业文化培养优秀员工，以优秀员工创造管理品牌，以管理品牌推进规模发展，以规模发展追求企业效益，以企业效益凝聚优秀人才的良好企业文化。

乘千里风破万里浪，成为一艘能够抵抗风浪勇往直前的航船。

全新的企业文化公布了，作为一名网新人，我更加清楚地了解了公司定位、目标、方向和发展思路。

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触。

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，我发现在部门协调性的工作中经常会遇到经办人态度不好、速度慢、流程复杂多变、各自为政等等情况，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上沟通无效的情况下我就去运管部说明情况，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，将此类情况列入应急流程，保障客户利益。

跨部门工作是正常的事情，如果不打破交流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，如果合同是假，导致的后果应该是我来承担。

如果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，在岗人员应当十分清楚自己该做什么，不能以自己的主观判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。

建议增强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。

既不能达到既定目标，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，我将在公司新的发展大潮中提升贡献更多的力量！

企业读后感集篇八

之前，我在某报上读到这样一则消息：“海尔”人在接待参观者的整个过程中，主人总是坚持面朝着参观者边倒行边介绍情况，许多参观者对这种“倒行工作法”费解，时常有人问：“你们这样做是不是有点难受”，但听到的回答却总是一样的“面对你们是一种尊重”。大家知道，海尔集团是在海内外享有盛誉的大型国际化企业。“海尔”之所以能快速成长为企业巨人，关键因素就是因为它锤炼形成了富有自身特色的企业文化，并且使之在职工心中深深地扎了根，不断开出芬芳的花朵，结出丰硕的果实，焕发出源源不断的生机和活力。“海尔”现象及其培育的企业文化已成为许多专家、企业关注和研究的焦点，成为人们前进的路标和旗帜。

说到这里也许就会有人问：企业文化真的有那么神奇吗？到底什么是企业文化呢？专家已经给出了定义：企业文化是企

业在长期的生产经营活动中创造的具有企业特色的物质财富和精神财富的总和，它对外是一面旗帜，对内是一种向心力，是企业的灵魂和持久动力。企业文化包括精神文化、制度文化和物质文化。

那么，企业文化到底有多么强大的力量呢？海尔集团首席执行官张瑞敏指出，你可以毁掉海尔，但你毁不掉海尔文化。企业文化对企业以及企业员工的影响是深远的，它的魅力是无穷的。如果缺乏了企业文化，我们的企业就失去了灵魂，失去了发自内心的动力和追求，就仅仅是只具备外表，而缺乏内涵和活力，如果要说有活力，也难以持久保持。

企业读后感集篇九

说实在的，企业能做大做强，首先是企业的凝聚力，其次是企业领导团队及员工锐意进取地精神。

在有幸学习了海航文化后，我感慨万端。我从中印证了企业文化在企业发展中的巨大的作用。它是企业发展中一只看不见的手，在推动企业的发展。

超越超市发展起步时间几乎与海航同步，超越超市在发展初期也建立了本企业的企业文化，它虽然简单，即：本着“实实在在的质量、实实在在的价格、实实在在的服务”为宗旨，以“我们一直在超越”的精神为鼓舞，向着地区龙头连锁超市为目标努力。

但是，事与愿围，在企业发展到稍有一定规模的情况下，企业文化未能继续保存并发扬光大，而是逐步丧失。它使企业失去了快速发展的动力，人员流失加巨，门店数止步不前，销售不进而退，员工抱怨不断。

究其原因，文化不能被传承和发扬，不能不断地去宣扬、教诲，相反还不断地被他人异化、歪解、曲解，嘲弄，最终趋

于消亡。

在海航收购本企业后，所进行地海航文化的学习中，我深深地被其博大精深的文化体系和运作方式所震撼，在探索着其文化脉络，逐步品味到其传承地中华文化里的一一大“家”文化之精髓。

海航正是因为有了这个“大”“家”，才有了一个大的发展，才有现在前程无限的巨型企业。

海航文化中把“爱党爱国、举业为民、感恩社会、和谐发展”做为根本宗旨，把做好、做大、做强自己的三大支柱产业，向着为中华民族的伟大复兴努力奋斗。这就是一种以国为家，以全民为家，以社会为家，以党为领导者的“大”“家”文化。

秉承了“大”“家”的文化，推动着“诚信、业绩、创新”的核心理念，倡导员工们做人“至诚、至善”，做事“至精、至美”，为社会做点事、为他人做点事，达到大众认同、大众参与、大众成就、大众分享的目的，并由此形成了海航特有的诚信文化、创新文化、奉献精神、执行文化、责任文化的文化体系。

文化体系的形成，除了文字方面，更重要的是教育，没有教育体系，所有的文化只是束缚在文件柜中。海航的企业文化教育方式着实令人耳目一新。

它设有专门的培训中心，有专门的部门做企业文化的策划和推广工作，采用多样化的企业文化学习方式，并实行全员化的企业文化培训。学习内容中，除了各类企业规章制度、员工守则外，中国传统思想文化也成为企业文化典籍中的一份。海航用这些实实在在的行动，向社会证明，企业不只是一个挣钱的机器，同样也是民族文化的受益者和传承者。一一也验证了他是中华大家中的一份子。

企业文化看不见，摸不着，但它的确是一只无形的力量，往往会不由自主地把它落实到员工的行为中，形成企业的价值取向，形成企业的内在推动力，并成为企业经久不衰的灵魂。