



振东企业文化剖析



目 录

- 一、什么是企业文化
- 二、为什么要塑造企业文化
- 三、塑造企业文化的意义和目的
- 四、振东企业文化剖析
- 五、员工如何融入企业文化
- 六、企业文化如何感染客户
- 七、企业文化与市场的关系

一、什么是企业文化

一、什么是文化



文
culture
化

抗拒不了、改变不了的习惯

一、什么是企业文化



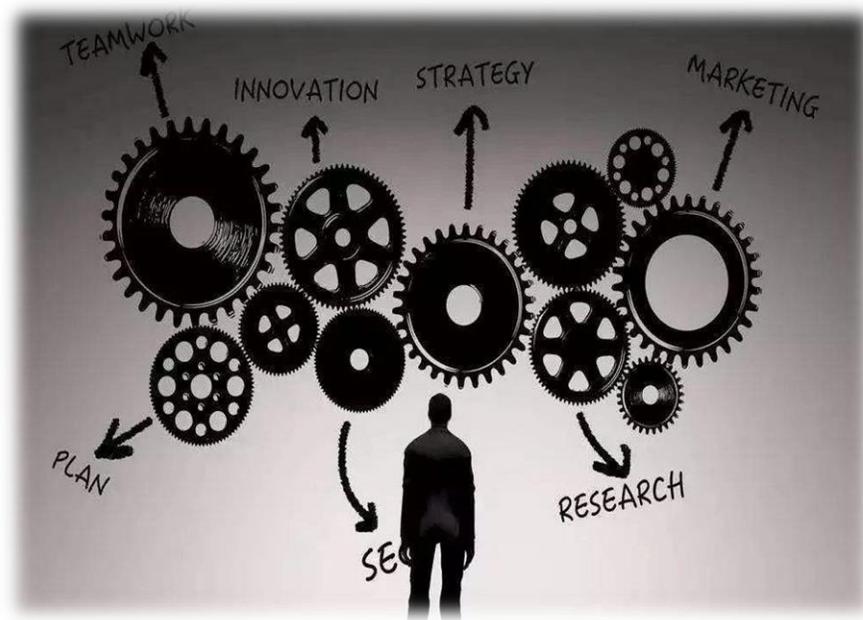
企业文化
culture

企业在一定的社会历史环境下，在长期生产经营和管理活动实践中所形成的**企业形象、企业制度、行为准则、道德规范、企业精神、价值观念、企业愿景**等。

二、为什么要塑造企业文化

1、社会因素

- A. 中华文化的多重性导致民众思维复杂
- B. 历史造就中华民族缺乏长期、坚定的信仰和追求
- C. 激烈的市场竞争



2、企业现象

- A. 机构逐渐庞大，导致效率低下，作风漂浮
- B. 员工对奉献与索取的态度变化越来越大
- C. 员工个人发展差异加大，素质不齐，
小有成就时，浮躁现象上升
- D. 程序不清，流程不明，导致漏洞多，成本高
- E. 员工的上进心和各种需求越来越强烈



3、员工表现

老员工

- 居功自傲, 固步自封
- 小富即安, 不思进取
- 因循守旧, 不谋创新
- 学习力降, 激情消失
- 迷失目标, 重点偏移
- 得过且过, 迷迷糊糊

新员工

- 畏首畏尾, 缩手缩脚
- 目标不清, 盲目执行
- 激情有余, 经验不足
- 眼高手低, 缺乏合作
- 融入缓慢, 工作被动
- 面对困难, 容易退缩

结 论

企业文化塑造不好会出现：

- 责任心差
- 效率低下
- 执行力弱
- 人才流失

最终导致：

效益不佳



三、塑造企业文化的意义和目的

三、塑造企业文化的意义和目的

- A. 使员工养成良好、统一、规范的行为习惯
- B. 使员工产生信仰和追求，体现自我价值
- C. 使企业在制度不完善或变革时期得到补充
- D. 使企业进行有效的生产和经营活动
- E. 使贯穿企业发展的无形之魂变成有形体现
- F. 可以使企业产生不断发展壮大的动力



四、振东企业文化剖析

1、振东文化产生的历史根源

A. 集团董事长一贯的
“细、快、实”作风

董事长



1、 振东文化产生的历史根源

B. 朴实的振东人所创建的
朴实的经营方式

朴实



1、振东文化产生的历史根源

C. 坚强的振东人所激发出的
奉献的振东精神

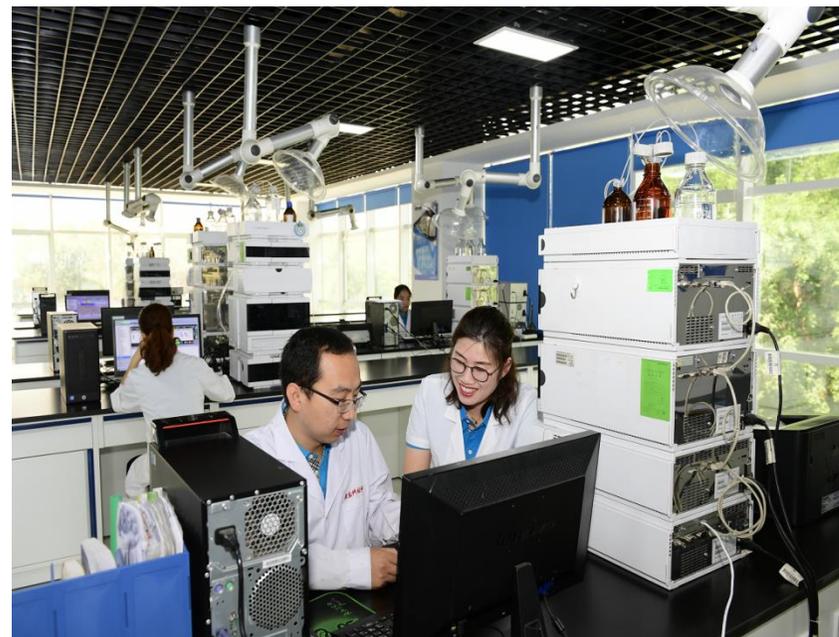
奉献



1、振东文化产生的历史根源

创新

D. 聪慧的振东人所表现出的
积极的创新意识



1、振东文化产生的历史根源

结合

E. 特色文化与直爽文化的
有机结合



1、振东文化产生的历史根源

F. 诚挚朴实与坚定不移和
创新日上的有效融汇

融汇



2、振东文化实践结果 — 走近成功

- A. 振东石油九十年代朴实奉献的创业精神
- B. 振东制药新世纪以快取胜的辉煌业绩
- C. 振东五和和谐社会坚持不懈的创新精神
- D. 振东人坚持学习不断开拓产生了振东文化



总结

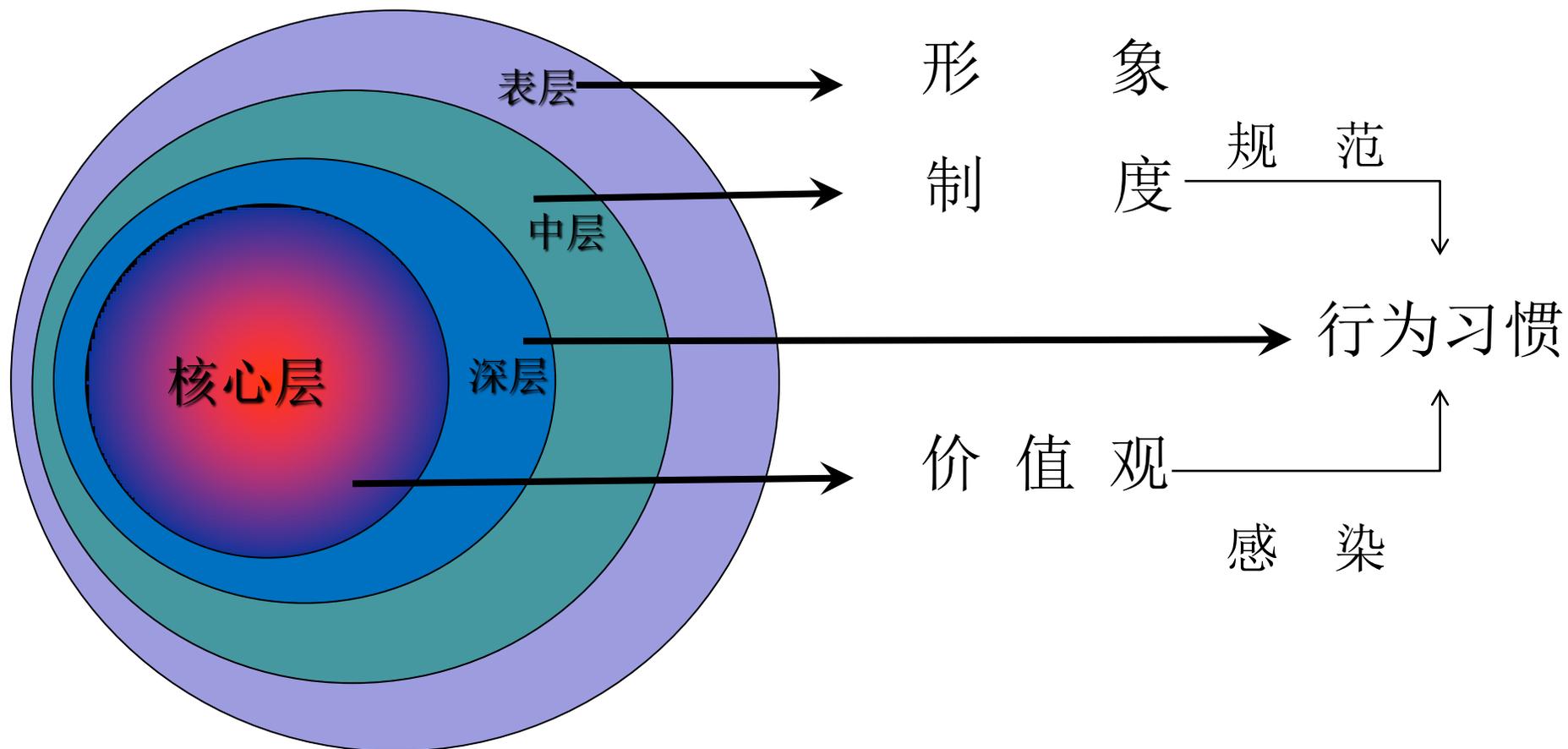
- A. 经过多年的发展，振东文化经过不断总结、提炼、优化已成长为参天大树，成为了助推集团发展的利器。
- B. 理念是文化的精髓，模式是文化的硕果。
- C. 文化产生于员工，文化就是习惯。



交流

谈谈你对振东文化的理解

3、企业文化的结构和内容



3、企业文化的结构和内容

是 企业文化的外显部分

表 层形象

Part one



企业标志、标准字、标准色



渐变红色：寓意初升朝阳

紫罗兰色：寓意太行山

整体寓意：太行山冉冉升起的太阳

振东名字：源自振兴家乡“东和村”理想

企业标志、标准字、标准色



振东五和
ZHENDONGWUHE

1. 灵感来自于五行——中国核心文化
五脏——五脏和气
五谷——平衡保健
五色——与养生匹配的颜色
2. 家乡寓名：东和、南和、西和、北和、中和村
3. 暗喻一种向心力、凝聚力。

企业标志、标准字、标准色



振东中药材

ZHENDONG CHINESE HERBAL MEDICINE

1. “道地”二字，寓意振东只做“道地药材”；
2. 下方蓝天、绿地，代表大健康产业；
3. 绿地上生机勃勃的叶子代表中药材；
4. 外圈棕色的几字文，代表扎根农村大地，振兴乡村。

企业标志、标准字、标准色



振东石油

振东石油标志由汉语拼音、汉字和图案三部分组成。象征企业似一艘航母在商海中乘风破浪，一帆风顺，勇往直前。

司容司貌



贵宾室规范

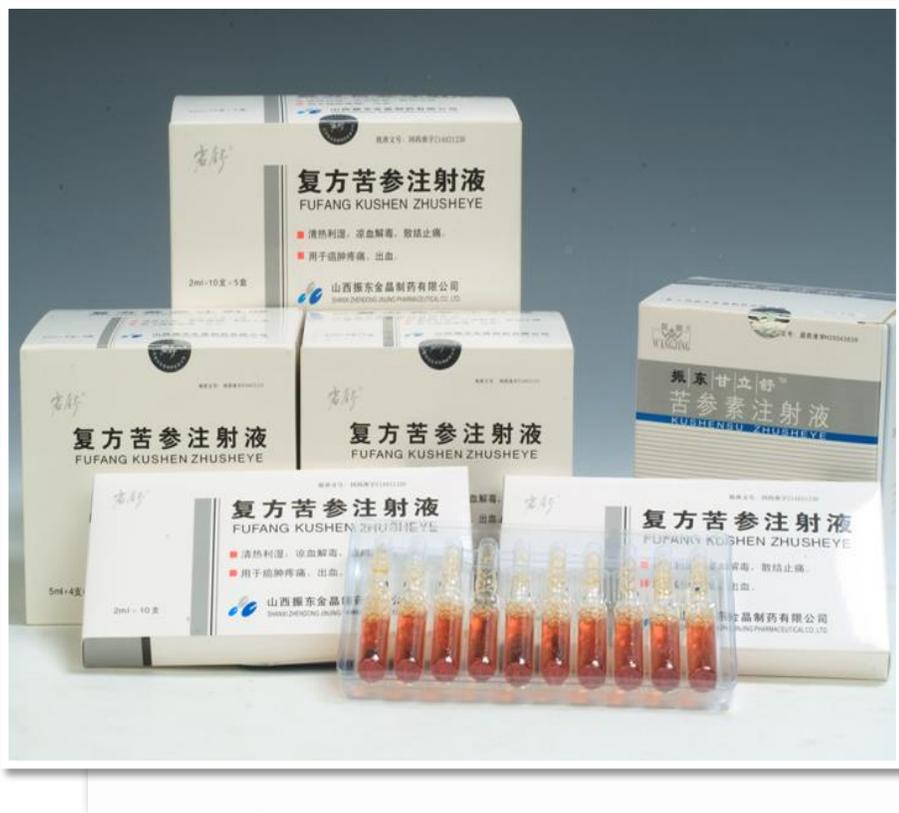


会议室规范

司服、司歌、司徽、司旗等



产品的造型、包装、品牌设计



振东制药系列产品包装
采用优质白卡纸，白底
黑字，寓意洁净健康。

“岩”是癌的另一写法，“岩舒”就寓意缓解癌症疼痛

各种形象广告、标语、彩页等宣传品



各种形象广告、标语、彩页等宣传品

振东石油广告主词：振东石油 真诚朋友



振东制药广告主词：真情振东 好药好人



振东五和广告主词：五和医养 治造健康



振东康护广告主词：振东康护 抗炎养肤



3、企业文化的结构和内容

是

企业的组织文化和制度文化

中层制度

Part two





经营模式（战略）



管理模式（战术）

经营模式



经营模式（战略）

A. 发展模式

顺其自然，进二停一

经营模式（战略）

B. 规划模式

规划五年——战略

细化三年——策略

部署一年——战术

经营模式（战略）

C. 立项模式

四慢一快

调研慢、论证慢、设计慢

拍板慢、上马快

经营模式（战略）

D. 理管模式

先理后管
理清思路
理顺环节
减少失误

经营模式（战略）

E. 定位模式



经营模式（战略）

碰——创立阶段

- 特 征：组织简单、规模小，不懂、错误多
- 时 限：1-3年
- 管理方式：人管人
- 经营重点：获得业绩突破
- 目 的：存活
- 层 次：事件主管
- 团队规模：<10人



yk91.com

经营模式（战略）

摸——扩张阶段

- 特 征：方向模糊，制度不完善，各环节矛盾多
- 时 限：2-3年
- 管理方式：分层次人管人
- 经营重点：保证业务盈亏平衡
- 目 的：争夺资源与机会
- 层 次：人事主管
- 团队规模：10-100人



经营模式（战略）

理——逐渐成熟阶段

- 特 征：校正、提炼，形成程序和流程
- 时 限：3-5年
- 管理方式：流程、制度管人
- 经营重点：业务进入正向飞轮，增长、利润正增长
- 目 的：规模化
- 层 次：团队管理者
- 团队人数：100-500人



经营模式（战略）

顺——巩固阶段

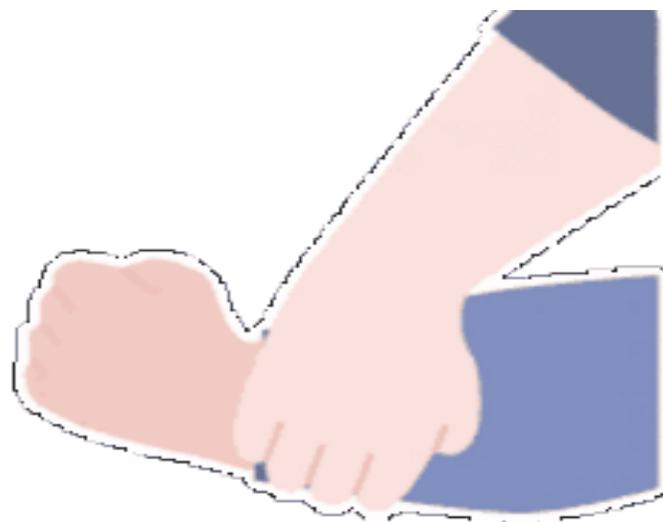
- 特 征：完善、顺利
- 时 限：3-5年
- 管理方式：组织管人
- 经营重点：有稳定业务、有新增长点
- 目 的：突破自我、不固守
- 层 次：团队领导者
- 团队规模：500-1000人



经营模式（战略）

放——大发展阶段

- 特 征：顺其自然、快速发展
- 时 限：3-5年
- 管理方式：文化管人
- 经营重点：创新与变革
- 目 的：开拓新的领域或事业
- 层 次：具有领导力
- 团队规模：>1000人



管理模式



PPT制作规范

首页：



尾页：



PPT制作规范

1. 正文标题：隶书44号；
2. 正文内容：宋体24号，总结性文字可用微软雅黑；
3. 分级标题：
 - A. 三级标题顺序：一、1、A
 - B. 四级标题顺序：一、1、A、特殊符号

文件起草规范

1. 文章标题：20号方正小标宋简体加粗；
2. 正文内容：三号仿宋_GB2312；
3. 分级标题：
 - A. 一级标题：3号黑体加粗，序号一、二、三……
 - B. 二级标题：3号楷体加粗，序号（一）、（二）、（三）……
 - C. 三级标题：仿宋_GB2312加粗，序号1、2、3……

制度表格化

01 单位LOGO
尺寸为0.81*3.49cm。

02 题目：宋体、加粗，字号18号。
不能有振东集团字样，以免重复。
内容：宋体，字号11号，项目栏文字加粗。

07 数字的字体、字号与文字保持一致，并用千位分隔符，根据情况保留两位小数或不保留，数字居中。

03 填表单位或
计量单位。

04 填表日期和时间段。

06 表格中的大项有明显分类，
用双竖线隔开。

表格里文字距离
单元格边距一般在
半个字到一个
字之间。

14 表号编制
跟管理流程相匹配。
文字为竖排。

05 项目栏边线加粗，
宽度为1磅。

08 单元格大小由标题
格子数和填写内容
的多少而定，尽量
节省，不要浪费。

09 外边框加粗，
宽度为1.5磅。

营销中心一部__月__月报表

单位：盒 年 月 日

序	区 域	4月		5月		6月		7月		同期比		完成率	8月	9月	10月	11月	12月	1月	备注
		排名	实销	增幅	排名	实销	增幅	排名	实销	增幅	实销								
(此处为表格主体，包含制表、审核、批准等区域)																			
小计																			

制表： _____ 审核： _____ 批准： _____

12 注意：
条与条之间没有标点，
最后用句号结束；
第二行跟①对齐。

11 注由五部分组成：①制表人、审核人、批准人②填表要求③
何时上报何部或何总④入数据库⑤违规责任。

10 从左到右为编审批顺序。
文字要尽量简约。

13 一个字符的间距。

个人工作程序化

文宣部编辑经理工作程序

每日必做

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1、早上10' 鼓舞自己，增强自信。 | 13、登录企业网站浏览一遍。 |
| 2、10' 做一次早操或户外活动。 | 14、熟记团队外一个员工姓名、特征。 |
| 3、细化一次当日工作。 | 15、编辑稿件审读处理。 |
| 4、参加一次鼓舞式班前会，接受工作。 | 16、纠正一个细节上的不正确做法。 |
| 5、转发当日微信报、微文。 | 17、上网查阅一次有关业务信息。 |
| 6、与编辑部人员沟通一次。 | 18、向团队分享一下新的知识。 |
| 7、与相关产业公司通讯员沟通一次。 | 19、计划一次明天的工作。 |
| 8、落实一次昨日未完善的工作。 | 20、写当天工作日志和工作记录。 |
| 9、与其他部门沟通一次。 | 21、参加一次差距式班后会。 |
| 10、修改一次材料素材。 | 22、向领导汇报一次当日工作。 |
| 11、找一个主管部门领导沟通问题。 | 23、给家人或朋友、同事通一次电话。 |
| 12、阅读人民日报、光明日报。 | 24、睡前20' 找当天工作的差距。 |

每周必做

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1、下基层了解一次子公司信息及动态。 | 12、研究一次杂志编辑改进办法。 |
| 2、帮助基层解决一个问题。 | 13、仔细修改一次员工来稿。 |
| 3、对自己的花草鱼养护一次。 | 14、参加一次每周部门例会。 |
| 4、与上级领导沟通一次工作。 | 15、查阅一次与会者工作日志并批阅。 |
| 5、征求一名员工的意见和建议。 | 16、检查一次上周纠正措施落实情况。 |
| 6、督促一次约稿情况。 | 17、检查一次工作差距定出纠正措施。 |
| 7、回复并编写一个案例。 | 18、对自身工作进行一次差距式总结。 |
| 8、找一个职能部门领导解决相关问题。 | 19、制定一次下周工作计划。 |
| 9、与一个非公司的朋友沟通一次。 | 20、看一本相关杂志。 |
| 10、参加一次专业知识培训。 | 21、向领导汇报一次工作。 |
| 11、落实邮寄地址变更情况。 | 22、学习一本管理学书籍。 |

每月必做

- | | |
|------------|-------------------|
| 1、印发一次内刊。 | 3、统计一次差距量化。 |
| 2、参加一次经管会。 | 4、参加一次全员业务文化观念培训。 |

日事日毕 日清日高

文宣部编辑经理工作程序

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 5、参加一次经营工作大会。 | 16、进行一次稿费发放。 |
| 6、到一个基层单位采集“员工日记”。 | 17、检查一次企业文化建设情况。 |
| 7、落实一次读者来信处理情况。 | 18、读一本经管方面的书刊。 |
| 8、全面进行一次稿费登记。 | 19、发表一篇经管方面的文章。 |
| 9、与一个或部分管理人员吃饭、娱乐。 | 20、评选一次优秀稿件并进行奖励。 |
| 10、认真分析一次各种文稿体裁。 | 21、对自身工作全面差距式总结一次。 |
| 11、研究一次版面更新工作。 | 22、与一个企业内刊编辑部沟通一次。 |
| 12、考察一次其它企业报刊。 | 23、制定安排一次下月工作计划。 |
| 13、拜访一次同行业朋友向其学习。 | 24、全身心放松，休息一天。 |
| 14、与各市场部经理沟通一次。 | 25、与印刷厂联系，监督印刷质量。 |
| 15、进行一次内刊质量分析。 | 26、修改、打印集团各部工作简报。 |

每季必做

- | | |
|------------------|----------------|
| 1、参加一次有奖技能比赛活动。 | 6、外出参观学习考察一次。 |
| 2、组织一次有奖征文比赛活动。 | 7、表扬一批投稿积极的员工。 |
| 3、核实一次印刷费用情况。 | 8、重点结交一两名社会人员。 |
| 4、有奖征求一次员工意见和建议。 | 9、差距式总结一次季度工作。 |
| 5、讨论一次人事工作。 | 10、计划一次下季度工作。 |

每半年必做

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1、参加一次岗位员工专业知识培训。 | 8、参加一次下级评议上级活动。 |
| 2、完成一门专业知识的学习。 | 9、参加一次部门人员综合素质测评。 |
| 3、进行一次杂志民主评议。 | 10、对总部制度、文化提一次建议。 |
| 4、对电脑维护一次。 | 11、对各种表格进行一次修改整理。 |
| 5、观摩一次其它行业，拓宽思维。 | 12、写一份述职报告。 |
| 6、出一次差，了解一下社会现象。 | 13、安排计划下半年工作计划。 |
| 7、参加一次批评与自我批评活动。 | 14、与家人朋友休闲放松一次。 |

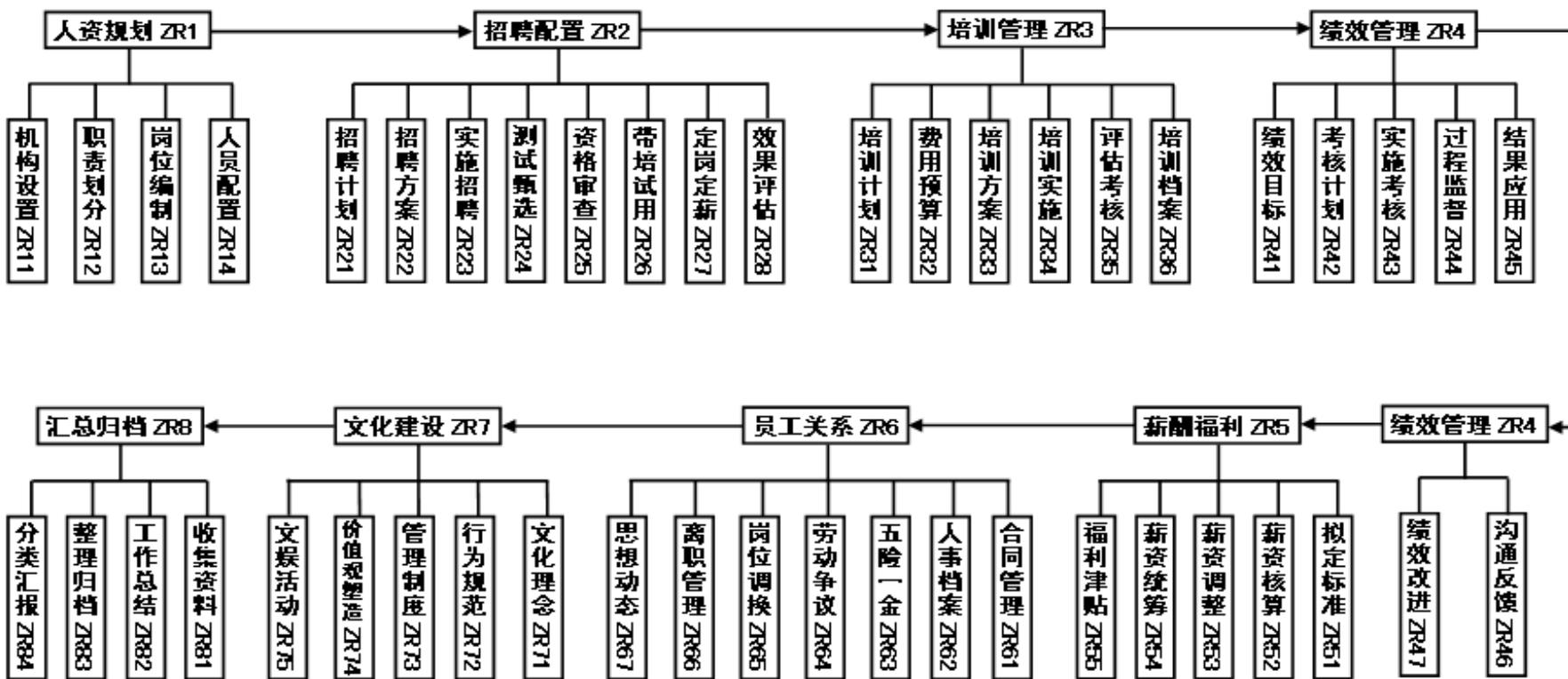
每年必做

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1、参加一个写作培训班。 | 6、完成一份年度工作述职报告。 |
| 2、参加一次旅游。 | 7、参加一次评比先进活动。 |
| 3、计划下年内刊的改版设置。 | 8、参加一次员工特困户、家属慰问。 |
| 4、与计财部制定一次下年费用计划。 | 9、参加一次相关单位联谊会。 |
| 5、做一份下年度工作计划。 | 10、参加一次年终总结会。 |

日事日毕 日清日高

岗位管理流程化

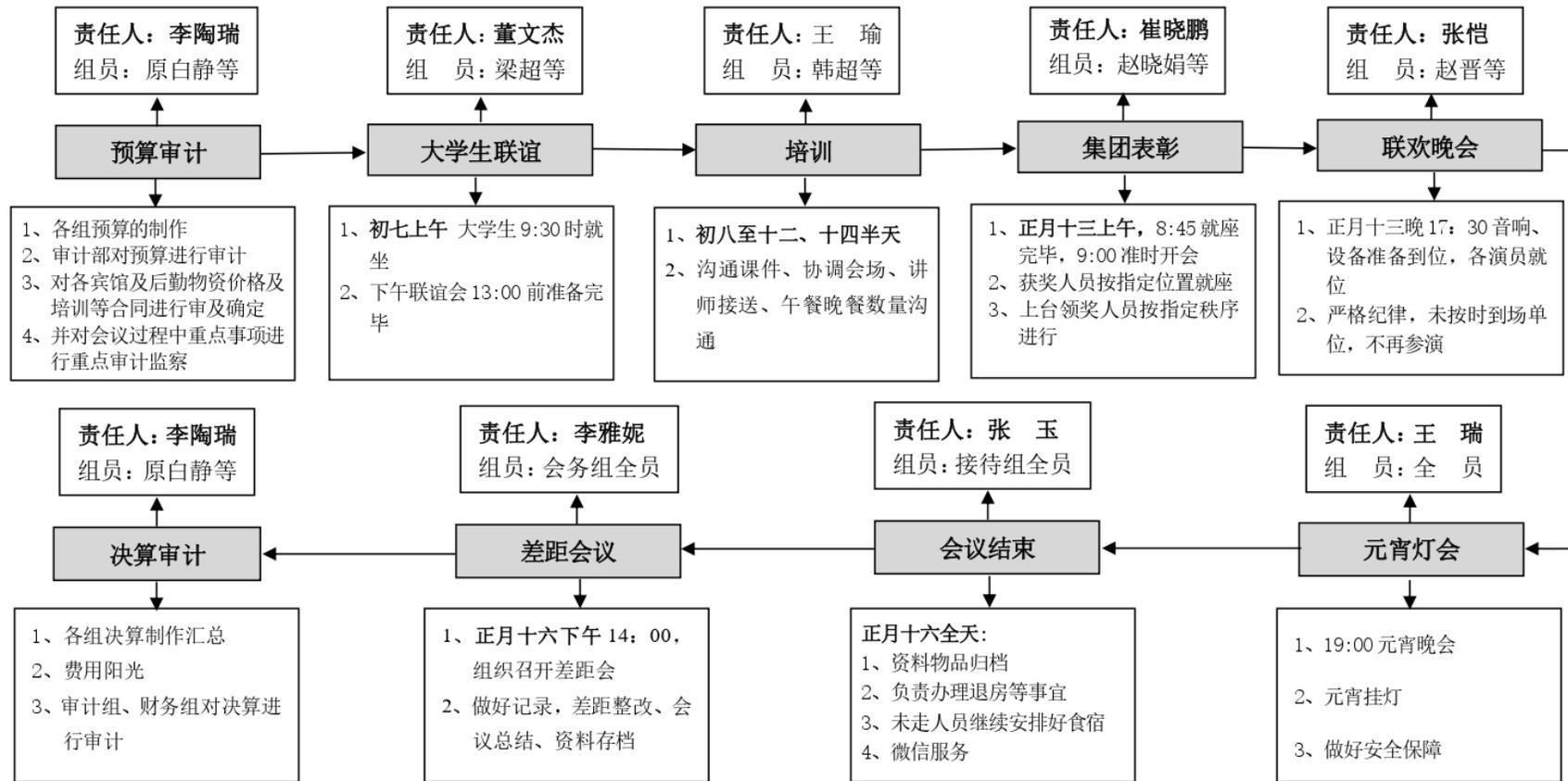
人力资源部管理流程 ZR



各种活动流程化

2024 年经营管理培训暨 2023 年总结表彰大会总流程

总指挥：李雅妮



商学院



机构设置

总部是商学院

子公司门类齐全的为分院

各院分专业设系



商学院



称谓

- 上级是院长、副院长
- 管理层或年纪长者称老师
- 员工是学生



工作方法

- 设系主任
- 教研室（课题、成果）
- 教师（内教、外教）

系别/学院	作者	课题成果	发表刊物
人资系	李志华	《中小企业培训体系建设要点探讨》	《经济师》
科研系	马慧雪	《山西省中药产业发展战略及思考》	《亚太传统医药》
	张敏	《论项目管理应用于中药新药临床前研究的可行性》	《价值工程》
	赵建斌	《银翘解毒胶囊中连翘苷和牛蒡苷含量的测定》	《山西中医》
财务系	赵燕红	《现代企业现金流管理初探》	《当代会计》
	王小宁	《对于制药业内部控制的几点意见》	《财会学习》
	徐根旺	《上市公司加强资金统一管理研究》	《中国乡镇企业会计》
生产学院	王旭文	《复方苦参注射液渗漉过程的近红外光谱在线检测方法》	《中国药学杂志》
	李涛	《浅析自动化系统在制药行业中的应用》	《科技创新与应用》
中药材学院	王玉龙	《专业合作社在中国中药材产业化发展中的运作模式及其作用》	《环球市场信息导报》
	魏红国	《苦参套种玉米模式研究》	《安徽农业科学》
	肖淑贤	《潞党特征特性及高产栽培技术》	《现代农业科技》
	张伟芬	《山西道地药材溯源建立的难点及系统建设》	《中国管理信息化》

导师制

学员制
为期两年

月评、期考
答辩、综评

一学期内
一门不及格
补考；
两门不及
格淘汰。

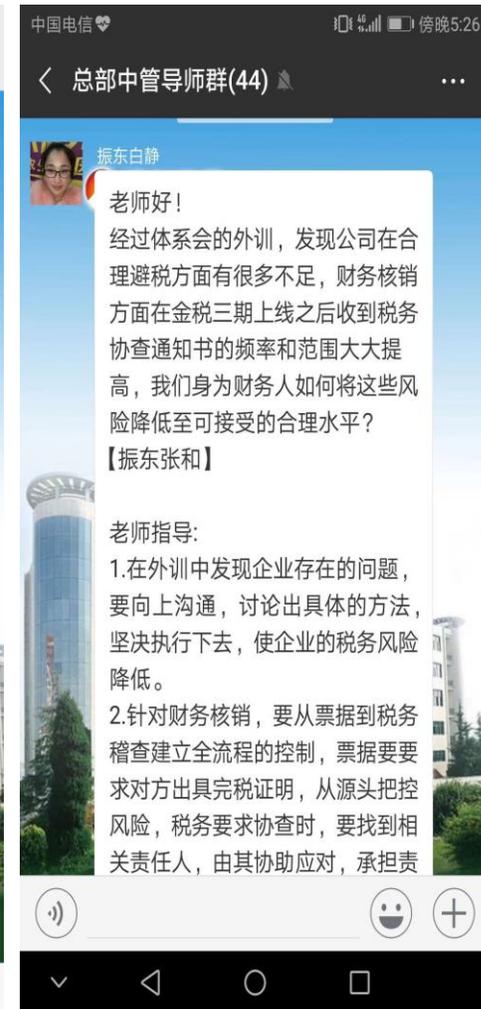
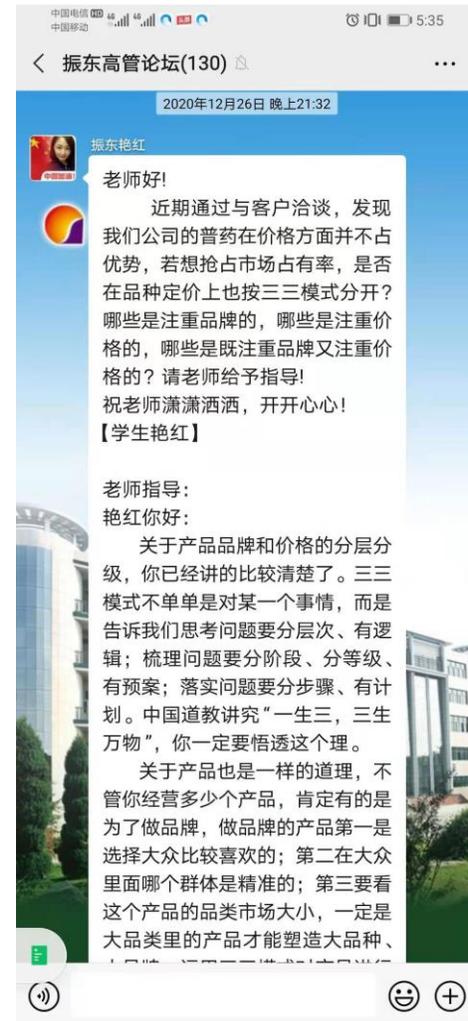


“一对一”

凡在岗员工必有老师
老总导总监 总监导经理
经理导员工 老员导新员
导师和学生都要考核

师生互促

- 学生提出问题，导师回答指导
- 师生以微信形式进行问答
- 发送所在微信群
- 群内其他师生展开探讨辩论



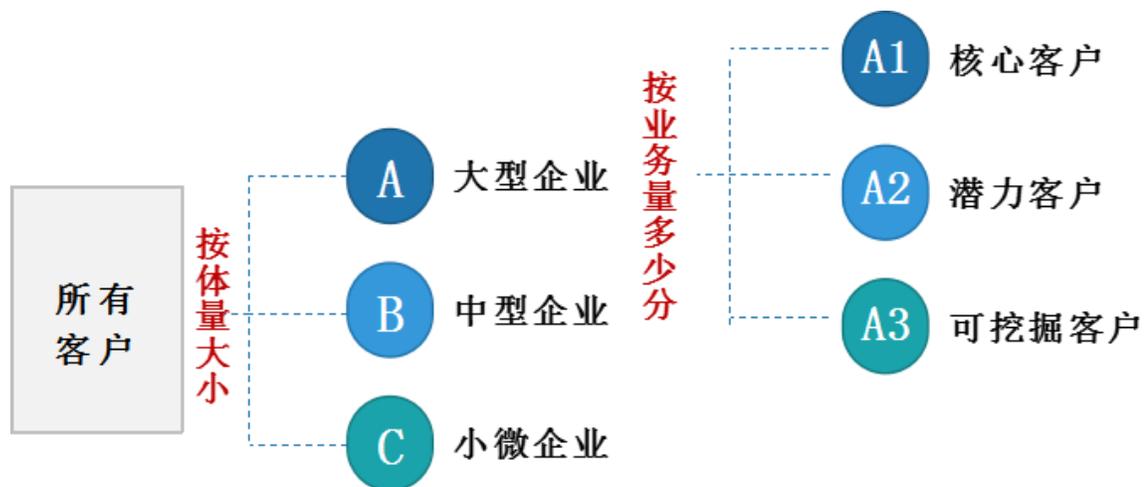
三三模式



分层分级

纵向分层、横向分类、逐层梳理
各项工作按一定标准分出三档九级

振东三档九级工资



【注】也可以按业务量分ABC，按体量分123，可灵活运用

三百考核



考察
基本工作能力

考察
工作中的
具体行为

考察
任务完成情况

差距量化

	工作方法
目的	<ul style="list-style-type: none">• 堵塞管理漏洞，交叉管理，人人都管事，事事有人管
要求	<ul style="list-style-type: none">• 根据个人性格特征设置找差距指标• 因事、因岗位、因性质制定奖罚指标• 凡找差距必有处罚



亲你真棒！



阳光费用

撕票率
3%



未经阳光费用审批的费用，不得核销

主题年管理

序	产生时间	主题年	模 式	序	产生时间	主题年	模 式
1	1996	凝聚年	老板模式	8	2003	细节年	梳理模式
2	1997	服务年	向下服务模式	9	2004	差距年	差距模式
3	1998	诚信年	情感模式	10	2005	执行年	专家模式
4	1999	发展年	波浪模式	11	2006	激情年	互动模式
5	2000	观念更新年	简单模式	12	2007	阳光年	阳光模式
6	2001	二次创业年	理管模式	13	2008	梳理年	递进模式
7	2002	学习年	教练模式	14	2009	成本年	控化模式

主题年管理

序	产生时间	主题年	模 式	序	产生时间	主题年	模 式
15	2010	提升年	跨越模式	23	2018	效益年	众塑模式
16	2011	标准年	规范管理模式	24	2019	节奏年	PK模式
17	2012	优化年	长效管理模式	25	2020	立新年	拓思模式
18	2013	绩效年	优创模式	26	2021	考核年	量化模式
19	2014	提质年	功力模式	27	2022	营销创新年	精销模式
20	2015	增效年	管研模式	28	2023	数据深化年	数据模式
21	2016	突破年	层级管理模式	29	2024	新品年	
22	2017	拓展年	点火启智模式				

法定日

周期	时间	内容	组织团队	责任人	参加人
周	周一	每周一理	各系	系主任	全员
	周三	每周一品	市场部	总监	全员
	周四	每周一案	各系	系主任	全员
	周五	轮讲轮训/工作周报	各团队	经理	全员
	周六	周例会	各团队	经理	全员
月	1-2日	工业经管会	生产系	系主任	系全员
	3日	集团经管会/高管论坛	经管委	总裁	集团各总、总监，子司一二把手、财务负责人
	4日	各项专题会	各相关系	总监	部成员
	10日	决算日	计财部	总监	部成员
	10、25日	品牌日	文宣系	系主任	全员

法定日

周期	时间	内容	组织团队	责任人	参加人
月	18日	工资发放日	财务部	总 监	部成员
		敬孝金日	工 会	主 席	会成员
	26日	安全质量日	生产系	各司总	系成员
	28日	民主评议日	人资部	总 监	全 员
		预算日	计财部	各司总	部成员
		生产成本分析日	生产系	各司总	系成员
		财务分析日	计财部	总 监	部成员
		差距日、问题反馈日	企管部 办公室	总 监	全 员
	第三周六、日	经理、研究生、员工论坛/两个月	人资部	坛 主	全 员
	最后一周	营销业务分析周	营销系	系主任	系全员
30日	研发会议	研发系	系主任	系成员	

法定日

周期	时间	内容	组织团队	责任人	参加人
季	季末第三周	人事薪酬梳理周	人资部	总 监	部成员
	季末第四周	体系会	各团队	系主任	系成员
年	元、七月第一周	年度、半年总结周	各团队	各司总	全 员
	正月初八	开年培训会	会务组	总指挥	各代表
	正月十三	总结表彰会/阳光春晚	会务组	总指挥	各代表
	正月十四	营销总结表彰会/营销春晚	会务组	总指挥	各代表
	正月十五	竞聘日	各团队	总指挥	全 员
	正月十五	激情联欢会	会务组	总指挥	全 员
	七月	民主生活会	党 委	书 记	全 员
	七月一日	党员论坛	党 委	书 记	党 员
	七月十八日	职代会	工 会	主 席	职代表

仁爱天使助学日



“仁爱天使助学日”



“身残志坚”——党路遇

将每年八月的第四个周日定为资助贫困大学生的
“仁爱天使助学日”，已举办26届

冬助日



冬助日



“振东女儿”——葛江燕

将每年农历冬至定为专门帮助企业驻地孤寡老人和孤儿的

“冬助日”，已举办24届

敬老日



将每年腊月二十三日定为 资助
驻地70岁以上老人“敬老日”



为资助身患重症的大病患者以及因医闹、灾
情、疫情受伤害的医护人员，在2006年1
月注册7000万成立了“中华仁爱天使基金”

双庆日



“十一双庆”



“十一” 红歌赛

阳光春晚



正月十三振东春晚



正月十五晚会

短信沟通

早计划
晚总结

早8:00前
晚17:00后

短信感悟

即时回复

节日祝福

当天发送

落款

团队名称+振东
+发送人名字



短信沟通

规范案例

早计划

【10计划】

1、上海药交会同行交流

目的：学习提升

2、上海客户拜访

目的：解决供货价格问题

3、电话会议

目的：跟进活动进度

激励语：所谓成功，就是简单事情坚持做、重复做、用心做。

【振东XX】

晚总结

【10总结】

1. 上海药交会同行交流

结果：时间安排紧凑，交流深入，效果好

2. 上海客户拜访

结果：未达成共识，效果一般，需继续跟进

3. 电话会议

结果：找差距、做指导，效果好

差距：工作力度还不够大

措施：跟进督促指导，快速推进

【振东XX】

短信沟通

【鹊桥仙·念情】

佳节七夕，

银河北斗，

牛郎织女相见。

今聚似梦圆夙

愿，情比金坚

动地天。家和

业兴，

体康意畅，

亲朋好友念恋。

岁月如歌心相

连振友，爱意深

情长，
远。
(七夕)



节日祝福



love

学习型处罚

初次违规

学习一个**理念或模式**，并写一篇一千字以上的**感悟**

小违规一次

学习一个与违规项目相匹配的**知识**，并写出一篇两千字以上的**心得**

中违规一次

学习一个与违规项目相匹配且**延伸周边的专业知识**，并写一篇三千字以上的检查性**论述**

大违规一次

看一本**专业书籍**，并写出一篇与违规项目相应的**论文**，最低要求在振东内刊上发表

工资民主评议

振东集团
ZHENDONG GROUP

制药股份20__年__月份总级民主评议审评表

填表时间: 20__年__月__日

部门	被评人	出勤	民主评议汇总			各级意见			终评	原因	连评结果			
			A	B	C	结果	分管领导	会议审评			原因	A	B	C
制药股份总部	李XX	30	11	7	3	A		B	C	不担责		1	1	
	董XX					A			C	任务重	1	2		
	李XX		11	7	3				B					
	赵XX	28	11	9					C	执行力强				
	申XX	30	11	9					A					
	宁XX	26	5	10					B					
	金XX	28	10	10					B					
	王XX	26	7	10	4				B					
	张XX	28	9	12	0	B	B	B	A	执行力强				
	李XX	26	9	11	1	B	B	B	B					
	董XX	27	3	11	6	B	C	B	B					
	张XX	23	4	12	5	B	B	C	C	出勤不够	工作推进慢		1	2

人事总监: _____ 评审组长: _____ 领导: _____

注: ①经理填写, 评审组审评②每月28日民主评议→部门经理审评→报人力资源部→30日评审组审评→领导终评→报计财部, 总监级以上由董事长审批终评结果, 经理层由总经理审批终评结果 ③人力资源部保存一年后归档 ④民主评议和部门审评A和C各占20%, 计算方法为四舍五入 ⑤违规罚经理200元⑥每月ABC增加到连评结果栏中, 测评连续得2A者给予表扬; 3A者晋档一级,

选择与被评议者工作相关的员工进行民主评议

20人左右

20%

A和C各占总数的百分之二十, 其余为B

下级评议上级



工作方法



1 组织专项会议，各人背对背客观评议



2 总裁派专人现场收集、密封或直寄总裁



3 评议汇总后直报上级领导（上挂两级）



内部职称制

教学职称

分为一、二、三级教授，
一、二、三级讲师和
助教七个级别

评级标准：

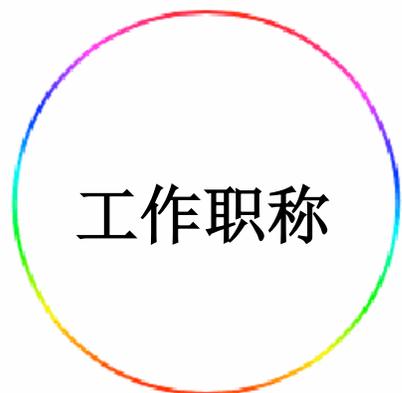
新增课件的数量和质量；

培训课时；

培训测评分数。



内部职称制



初、中、高级



评级标准：

任职年限；工作成果；技能测评；

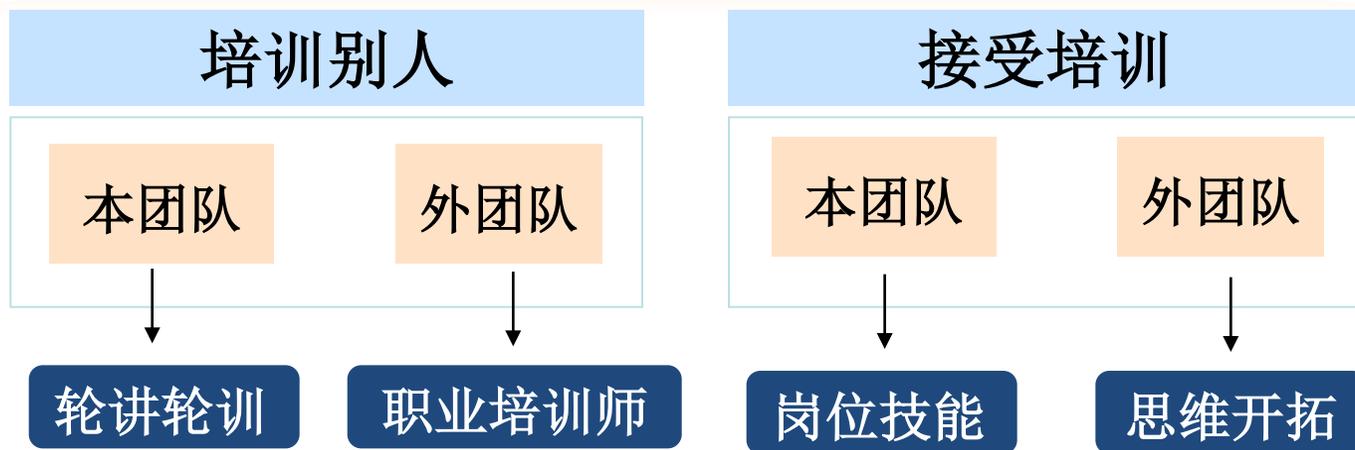
岗位创新；有无重大贡献

批评和自我批评

-  组织专项会议，各人背对背客观评议
-  董事长派专人现场收集、密封或直寄董事长
-  评议汇总后直报上级领导（上挂两级）

2+2互动培训

2+2互动培训



带培制度

- 领导、老员工带培新员工；
- 带培时间不超过2周；
- 使带培者与被带培者相互了解；
- 使被带培者：
 - 熟悉企业文化，熟知岗位职责，掌握岗位技能；
 - 明确职业规划、承担企业责任、实现自我价值。

案例：院长带培雷振宏



轮讲轮训



轮流当老师
轮流当学生

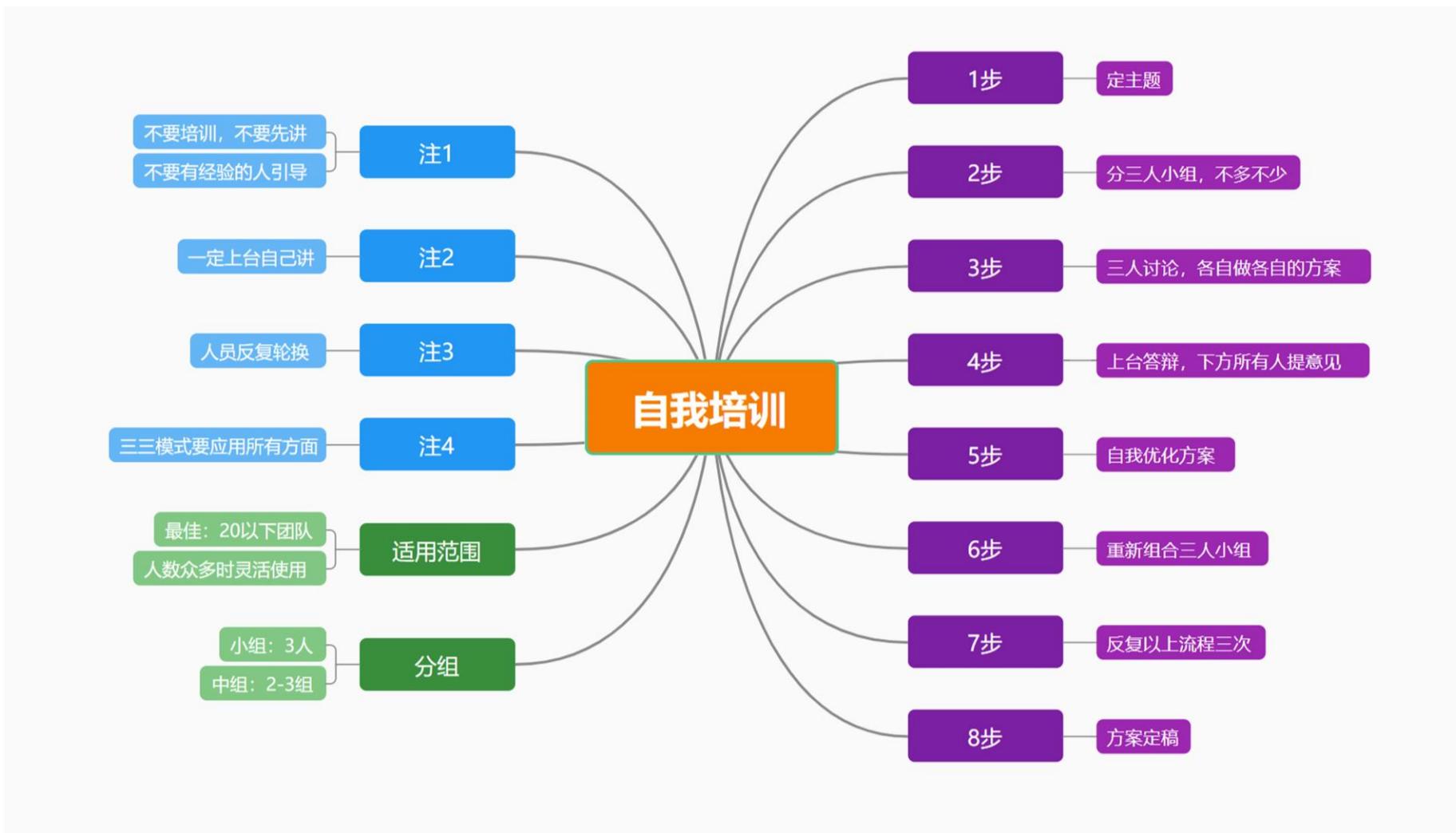
备课+授课
+评课+考试

听别人讲，能吸收20%

给别人讲，能学到100%



自我培训



每日一文

- 围绕自己工作相关主题，每天1篇
- 主题可以是文化、理念、产品、渠道、客户、算账、人事等；
- 每篇至少500字以上

每日一文内容排期

单位：

2024年11月1日

星期 \ 产品	营销人员	后台人员	生产人员	主管级以上人员	备注
星期一	销售渠道	产品原料	产品设备	1、针对自己的差距和弱点确定主题 2、针对团队近期重要事项或是差距，确定主题	合格标准： ①3个月为一周期； ②第一期500字以上； ③第二期800字以上； ④第三期1000字以上视为合格。
星期二	产品政策	产品功效	产品原料		
星期三	客户分析	品牌宣传	产品工艺		
星期四	促销活动	客户分析	产品成本		
星期五	产品话术	营销方法	费用把控		
星期六	营销技巧	创新手段	产品质量		

ZH5000-1

制表：

审核：

批准：

注：①行政制表，逐级审批②全员根据公司每周发布的产品主题，依岗位题目进行编辑③公司成立评选小组，每月评选优秀文章及不合格文章④奖励：前3名奖励1000、800、500；后3名处罚2000元、1500元、1000元⑤连续2个月被选为不合格人员，直接淘汰⑥入每日一文数据库。

数字化身份管理

振东电信号码：17799990000-17799999999

总号段规则

种植研发	1000-1999
生产	2000-3999
医 贸	4000-4999
五和医养堂	5000-5999
营 销	6000-9999

生产体系一把手规律

长治振东	2001
大同泰盛	2002
屯留五和堂	2003
太原安欣	2004

.....

四二四功法

管理 宣传

内 外

- | | |
|------|------|
| 文化传染 | 网络推介 |
| 仁爱互助 | 双微宣传 |
| 分层置换 | 共识征文 |
| 功能分级 | 学术杂志 |
| 客户分星 | 展台形象 |
| 监测反馈 | 热线咨询 |

战术 学术

招 法

- | | |
|------|------|
| 联谊促进 | 学术组织 |
| 节日传情 | 学术交流 |
| 异地互动 | 专家讲座 |
| 战役推动 | 课题研究 |
| 私人订制 | 知识竞赛 |
| 环境嫁接 | 继续教育 |

3、企业文化的结构和内容

深层行为

Part three

是

包括企业风格、理念体系、
工作方法、行为习惯等

五大文化

阳光为天

责任为站

诚信为地

简单为路

亲和为人



阳光文化

阳光普照万物生灵 健康 博大 包容
工作生活思维阳光 积极 向上 成功



阳光文化

名称		要求	
沟通	坦诚相待	阳光沟通无障碍	杜绝误解隔阂
致业	透明管理	企务公开无私欲	拒绝暗箱操作
合作	阳光合作	和谐共赢无阴影	禁绝欺凌欺诈

阳光文化体系理念

理念模式	主要内容
学习理念	时时用心 事事求知 天天总结
沟通理念	以诚表意 用心交流
企划理念	精策新略 巧构深景
审监理念	清审速纠 明察促修
宣传理念	博采精编兴文苑 育知交汇展形象

诚信文化

人以信立

企以信存

诚实守信乃取胜之道



诚信文化

名称	要求
待亲朋同事	将心比心 言行一致 共勉互进
待合作伙伴	利以义制 诚誉至上 互利共赢
待消费人群	换位思考 真诚服务 信赖恒久

诚信文化体系理念

理念模式	主要内容
诚信理念	一握振东手 永远是朋友
品牌理念	拓文化 展市场 精品质 诚通天
营销理念	勇拓诚交 常访勤兑 明察细理

亲和文化

无情制度
有情领导
无情市场
以情经营



亲和文化

名称	要求
与员工	亲和相处 师生相称 兄妹相待 情同手足
与伙伴	亲和相交 育情双赢 信任共存 成其久远
与客户	亲和服务 和气相待 情真相处 真诚相交
与社会	亲和融入 显示真情 扶贫济困 送福百姓

亲和文化体系理念

理念模式	主要内容
亲情理念	相识皆缘 相逢皆情 相处皆亲
和谐理念	相谐生情 互谅生谊 和气生财
融和理念	宽容关爱 沟通理解
服务理念	思您所想 圆您所愿

简单文化

刻意追求完美等于零

把复杂的事做简单最简单



简单文化



思考问题



思路清，观点明



专注本职成专家
办法总比困难多



简单文化



与人沟通



想法多，办法必然少



意见建议不绕圈
问题缺点不避讳



简单文化

简单工作五步曲

名称	要求
思考	立足本职 专注问题 寻求方法
沟通	思路清晰 观点明确 直接了当
安排	准确授意 讲清要求 时间节点
汇报	分清层次 抓住重点 简洁明了
完成	依照程序 强化执行 节奏高效

简单文化体系理念

理念模式	主要内容
发展理念	顺其自然 进二停一
行为理念	日事日毕 日清日高
信息理念	速采简编 勤检快传
管理理念	盯细节 找差距 依程序 强执行

责任文化

不敢承担责任就是没有尽职



责任文化

名称	要求	
员工责任	孝敬父母长辈	为家庭负责
	关爱同事亲朋	为企业尽责
	优化产品服务	为用户负责
领导责任	关心爱护同事	为员工负责
	教育培养下属	为企业尽责
	科学管理尽职	为发展负责
企业责任	提供发展平台	为员工负责
	优质诚信让利	为客户负责
	帮助弱势群体	为社会担责

责任文化体系理念

理念模式	主要内容
工作理念	干中错 错中学 学中干
人才理念	识德育知 用才聚贤
节约理念	约思束为 节点俭滴
质量理念	丝缕求细 点滴求精
财务理念	深析严控 细理速决
安全理念	强意识 重防范 找疏漏 勤完善
物供理念	细择优取 廉管勤理

交流

对振东五大文化的切身感受

3、企业文化的结构和内容

核 心 层 价 值

是

企业文化的**精神层**

Part four

“221” 价值观

A. 与民同富（员工、老百姓）



培养富翁：10个亿万，100个千万，
人人超百万



中药材产业扶贫：平顺脱贫

“221” 价值观

B. 与家同兴（员工、用户、客户）



员工论坛



晋医联谊会



经销商户外拓展

“221” 价值观

C. 与国同强



青岛CSCO年会 篝火晚会演变为爱国大巡游



员工自发组织 爱国保钓大行动

“221” 价值观

C. 与国同强

灾难面前 永不缺席



抗击非典



南方雪灾



汶川地震 汶川地震



玉树地震



雅安地震



山西水灾



河南水灾



新冠疫情

振东精神

团结凝聚力量 真诚赢得客户 朴实取得信赖
敬业获取成功 奉献得到收获 执着追求卓越
勤学得以提升 责任产生敬仰 坚强获得发展

振东目标

Zhendong Goal

长治名片已经实现
山西名片已经达到
未来呢？

果实是模式和方法

树叶是理念
理念是营养

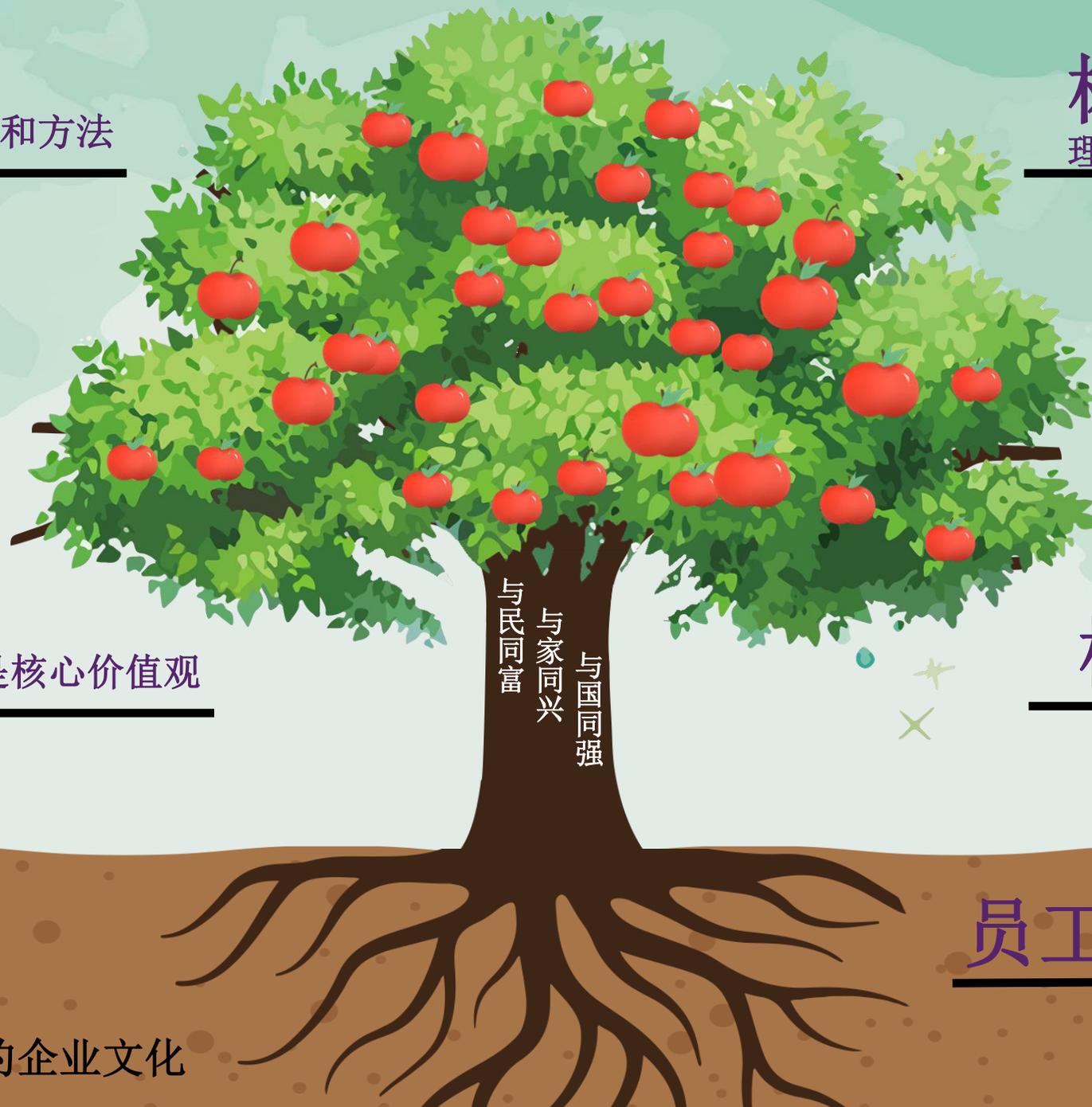
树干是核心价值观

树枝是文化体系

振东文化

是一棵大树，
是经过总结凝练而成的企业文化

员工是产生文化的土壤



与民同富
与家同兴
与国同强

五、员工如何融入企业文化

五、员工如何融入企业文化

A. 能够认同企业的
理念和价值观



各司办公楼都张贴国旗

五、员工如何融入企业文化

B. 主动学习并落实公司
文件精神和各种要求



五、员工如何融入企业文化

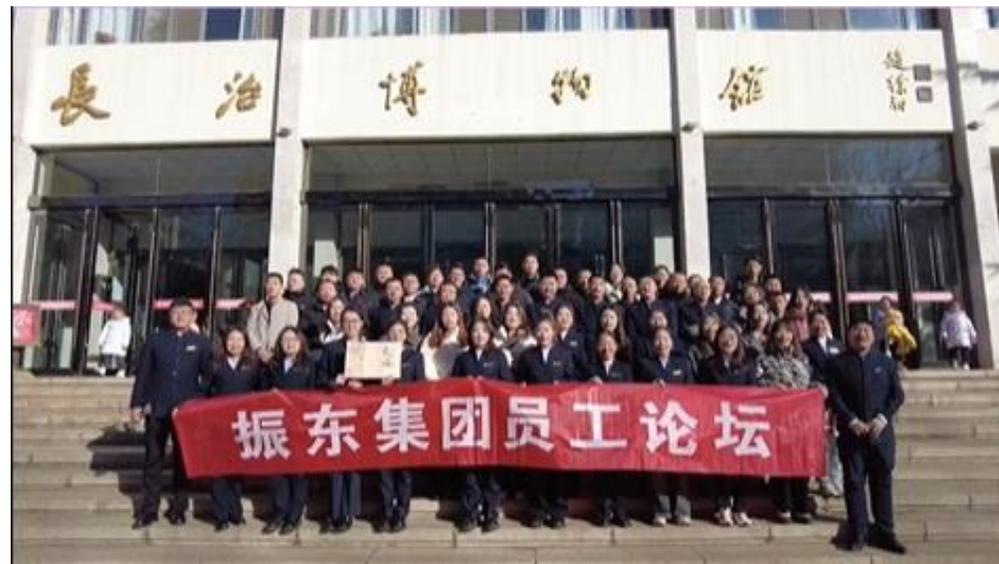
C. 带头遵守公司的
各项规章制度



每日早操

五、员工如何融入企业文化

D. 积极参与公司组织的
各项活动



五、员工如何融入企业文化

E. 能够给上级提出各种形式的
意见和建议

振东健康		11月提案收集							2024年11月18日	
序	分级	团队	姓名	上级	类型	问题内容	意见建议	评价	备注	
1	A	**	**	**	业务	商学院暖气不均，一楼二楼冷，四五楼太热	建议维修一下			
2	B	**	**	**	业务	商学院一楼有一家房间有蜘蛛网	建议固定时间及时清理			
3	B	**	**	**	业务	总部一楼产品摆放不一致	每周或客户参观以后及时处理			
4	B	**	**	**	产品	科技中心标本未及时补充标签	建议及时更新，防止遗忘			
5	B	**	**	**	业务	商学院男生洗澡间窗户关不上	立即维修			
6	B	**	**	**	管理	早上跑操队伍不整齐	建议军训			
7	B	**	**	**	管理	早上跑操喊口号声音太小	加强员工责任意识管理，人人有担当			
8	A	**	**	**	业务	员工食堂饭菜不热	打饭时餐盘需要水加热或者热水不能停			
9	B	**	**	**	业务	员工食堂面食花样少	可以引进安装几台自动削面机			
10	B	**	**	**	业务	体检项目	增加“幽门螺旋杆菌”的筛查			
11	B	**	**	**	业务	食堂高峰期打饭人数较多，晚上空置窗口未开	建议高峰期增加打饭窗口，提高打饭效率			
12	B	**	**	**	业务	宿舍门窗损坏	建议建立线上小程序，线上提报问题处理			
13	B	**	**	**	业务	办公楼未设置爱心雨伞等临时设施点	建议设置，扫码临时免费取用			

制表： 审核： 批准：

注：①依问题重要程度分A、B、C三级②类型为生产、业务、管理、人事、产品、客户等③问题与意见上提两级，分别给上级、上上级提出④上级评价优、良、差，提报人奖优罚劣⑤各级意见不低于5条/人/月⑥入数据库。

五、员工如何融入企业文化

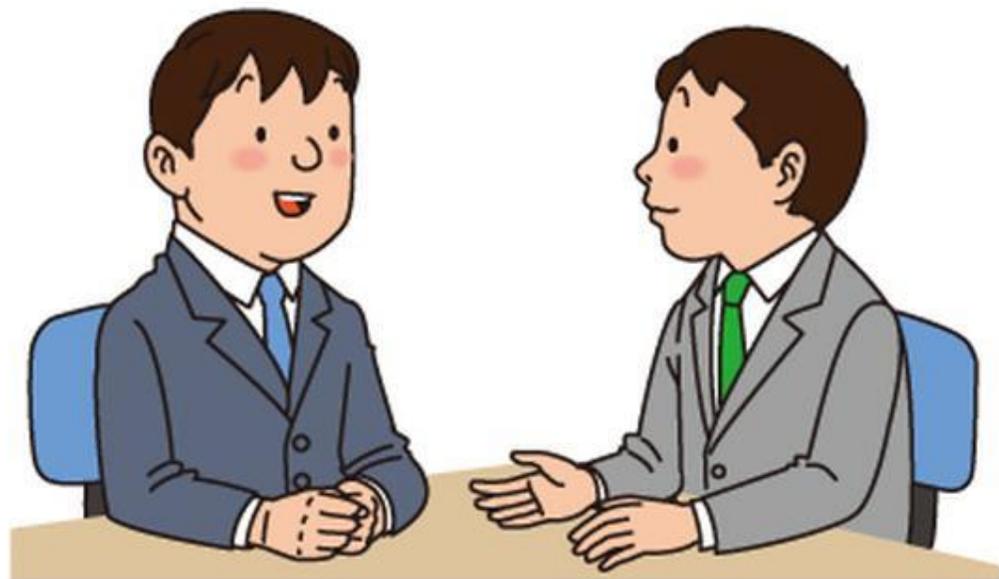
F. 主动研究和感受公司
各种理念的意义

振东**模式**是管理工具 (91个)

商学院制	导师制	带培模式	师生互促	轮讲轮训	轮讲轮评	2+2培训
自我培训	每日一文	每周一理	每周一案	每周一品	主题论坛	周周有活动
特色称谓	诗词祝福	三三模式	定时反馈	阳光费用	法定日	工作日志
制度表格化	工作程序化	管理流程化	活动流程化	早计划晚总结	管理三字经	活动炼才
管研小组 (三人小组)	闭关研讨	点火启智	PK模式	首问负责制	连带责任制	学习型处罚
差距量化	工资民主评议	三百考核	批评与自我批评	下级评议上级	月考测评	主题管理

五、员工如何融入企业文化

G. 主动与兄弟姐妹
(上级与同事) 沟通交流



五、员工如何融入企业文化

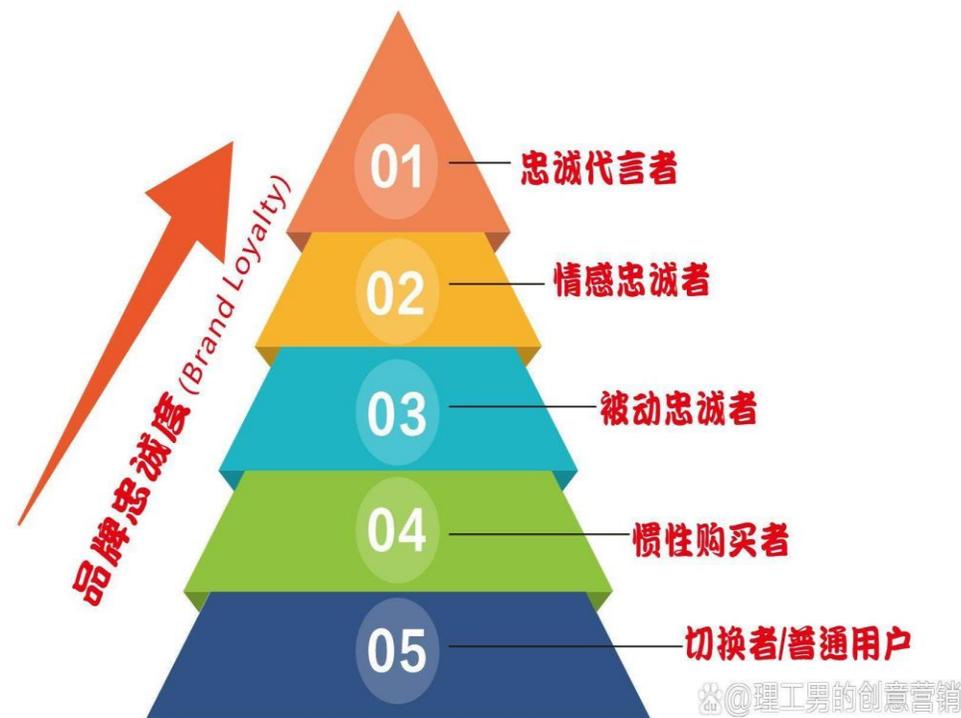
H. 自觉感悟细节和
提升执行力



关注细节，寻找差距，时时改进，不断提升

五、员工如何融入企业文化

I. 自觉体现对企业的忠诚度、情感度、荣誉度和亲和力



六、企业文化如何感染客户

六、企业文化如何感染客户

A. 认真学习参加
企业文化建设



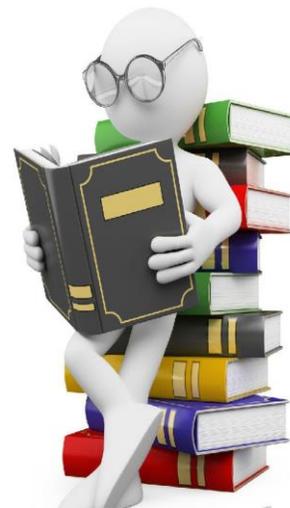
六、企业文化如何感染客户

B. 尽量展示自己的气质和
优良的行为习惯



六、企业文化如何感染客户

C. 介绍自己时回避问题，
夸大自己的文化知识



六、企业文化如何感染客户

D. 讲清我们是学习型企业



六、企业文化如何感染客户

E. 多讲企业发展史和
承担的社会责任



六、企业文化如何感染客户

F. 介绍我们文化理念的
形成及内容



六、企业文化如何感染客户

G. 充分利用各种机会
展示公司文化理念

(资料、媒体、包装、礼品、会议、娱乐等)



六、企业文化如何感染客户

H. 各种展示企业形象形式
必须完全统一

所有包装 统一标示“振东”



六、企业文化如何感染客户

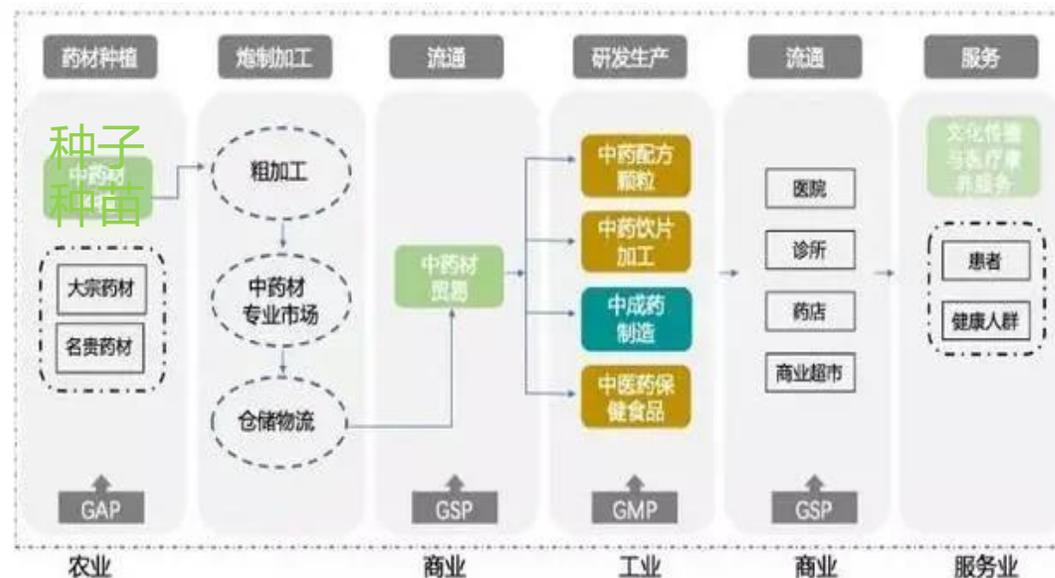
I. 多讲各商帮的传统文化



七、企业文化和市场的关系

七、企业文化和市场的关系

A. 使企业产品从生产到市场到
服务形成一个产业链



七、企业文化和市场的关系

振东：与民同富 与家同兴 与国同强

B. 使企业的各种理念能直接
贯穿在消费者心目中



七、企业文化和市场的关系

C. 使购买者、消费者迅速认可
企业和产品



七、企业文化和市场的关系

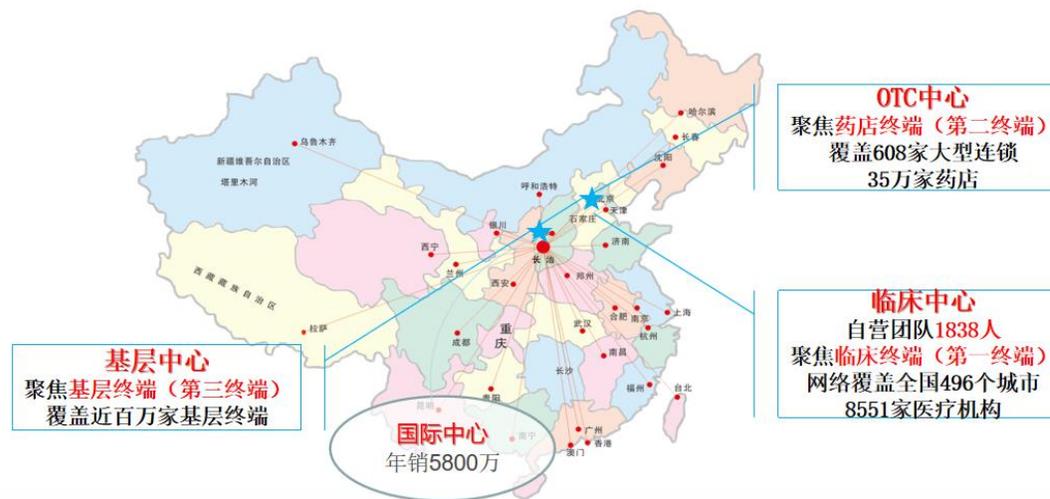
D. 能快速做大企业品牌，
树立企业良好形象



七、企业文化和市场的关系

E. 能成功构建庞大、
健康的市场网络

全渠道全模式创新型营销网络



七、企业文化和市场的关系

F. 能够主导市场，引导消费



使员工最终成为——

企业文化的宣传者！

企业文化的实践者！

企业文化的体现者！

企业文化的拓展者！

企业文化的收获者！

享受社会资源的优胜者！





企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康

我是这样想的 也是这样做的

