**中粮集团企业文化分析**

**【企业背景】**

中粮集团有限公司（简称“中粮集团”，英文简称“COFCO”），是中国最大的粮油食品进出口公司和实力雄厚的食品生产商，享誉国际粮油食品市场，在与大众生活息息相关的农产品贸易、生物质能源开发、食品生产加工、地产、物业、酒店经营以及金融服务等领域成绩卓著。1994年以来，中粮集团一直位列《财富》世界500强企业。

中粮集团成立于1949年，成立之初是内外贸兼营的贸易公司，后专营粮食进出口业务。从1992年到20XX年，中粮集团进入了全面改革、多样化发展阶段，由单一外贸公司向产业化转型，在管理上大力推进现代企业制度。1992年以来，中粮加快食用油、葡萄酒、麦芽、面粉、大米、饮料、巧克力、金属包装等生产加工业务以及地产开发、金融服务业务的发展，逐步由传统外贸代理公司向以实业为基础、综合化经营的跨国公司转型。1999年上半年开始，中粮对企业进行重组、改制并在香港整体上市，拓宽融资渠道，推进中粮的全球化经营。通过全面的产业整合、架构调整和价值重塑。20XX年以来，集团资产规模成倍增长，进入了高速发展的快速路。20XX年，面对国内外新的市场环境和经营形势，中粮集团秉承企业社会责任，开启打造“全产业链粮油食品企业”的新篇章。

**中粮历史沿革：**

1952年，中粮集团的前身——中国粮谷出口公司、中国油脂出口公司和中国食品出口公司组建。1953年，中国粮谷出口公司和中国油脂出口公司合并为中国粮谷油脂出口公司。 1961年，中国粮谷油脂出口公司和中国食品出口公司合并成立中国粮油食品进出口公司。

1965年，更名为中国粮油食品进出口总公司。

1998年，更名为中国粮油食品进出口（集团）有限公司。

2004年，更名为中国粮油食品（集团）有限公司。

2007年，更名为中粮集团有限公司。

**中粮集团董事长宁高宁**

1958年生于山东滨州，1983年毕业于山东大学经济系，1987年毕业于美国匹兹堡大学，获工商管理学硕士学位。1987年加入华润(集团)有限公司，曾任华润创业有限公司总经理、华润集团有限公司及中国华润总公司董事长兼总经理、华润北京置地有限公司主席；2004年12月起任中国粮油食品(集团)公司董事长。他是用金融资本整合产业资本的探索者。他不断引导公司中高层干部从“国有企业干部”向国际型“职业经理人”转变，认为只有保持优质、高效、稳定的职业化人才链，才有可能打造基业长青的企业。

**【中粮文化体系的特点】**

1、中粮集团的企业文化与时俱进，随着市场战略的转型与调整不断转换思维模式，塑造优秀的企业文化引导其健康发展；

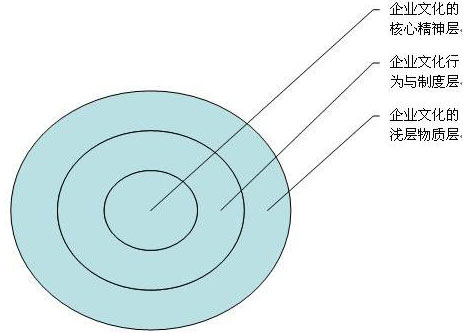
2、以“忠良文化”为核心的文化体系要求中粮的经理人和员工做到又“忠”又“良”，即“高境界做人，专业化做事”，既体现了市场导向的制度化需求，也凸显了鲜明的人性化特征；

3、身为国有企业，党组织的影响渗透到中粮的各个角落。中粮充分利用党建这一特有的宝贵资源，把企业文化建设和党建有机结合起来。党建借助企业文化的新理念，更贴近企业和员工，增强党建的活力和亲和力；企业文化依托党建成熟的工作体系和党工团丰富的组织资源，更快地落地生根。中粮集团党组把企业文化明确定位为不可或缺的管理手段，是中粮核心竞争力的重要组成部分；

4、运用“体验营销”的手段巩固和传播集团新文化。

**【中粮集团的品牌文化】**

中粮集团的品牌文化体系，包括精神、行为和物质三个层面的内容。



**一、精神层面**

主要体现为中粮的核心价值观体系，即集团统一的价值观，包括使命、愿景、战略、企业精神、品牌信仰等。

**集团使命**：我们奉献营养健康的食品、高品质的生活空间及生活服务，使客户、股东、员工价值最大化。 其中，“奉献”体现“先天下之忧而忧”的境界；“营养健康的食品、高品质的生活空间及生活服务”是中粮需要奉献的具体内容，是各方对中粮的要求，是中粮必须要实践的经营任务；“实现价值最大化”体现了中粮运作的效率、目的性，也是中国社会主义市场经济对国有企业的必然要求；“员工价值最大化”使员工与企业的命运紧紧相连，通过企业的发展，使员工过上“体面的生活”，包括收入增长、良好的工作环境、个人的发展与自我价值的实现。

**集团愿景**：建立主营行业领导地位。这意味着中粮要在所进入的主营行业具有竞争力、影响力、控制力和市场占有率。中粮的每一个业务单元、每一项业务，通过寻求有效的商业模式不断成长，达到行业领导地位。

**集团战略**：集团有限相关多元化，业务单元专业化。

**集团企业精神**：诚信，团队，专业，创新。

**集团品牌理念**--自然之源，重塑你我。自然是人类的源泉，自然资源是中粮生存和生长的根基。回归自然，回归到自然的环境、自然的成长、自然的能源、自然的再生之妙，中粮才会更具生命力和影响力。中粮尊重自然规律，善用自然的力量，致力于创造人与自然、人与人之间的和谐，以自然之源，重新塑造我们每一个人，塑造更美好的生活。

**集团文化**：诚信、业绩、专业、团队、学习、创新、公开、公正、透明、简单、处以公心、与人为善。

**二、行为层面**

行为层面的企业文化，是价值观在经理人和员工思维方式、行为模式上的表现，包括**“五步组合论”、“6S管理体系”、“企业管理逻辑系统”、“行动学习法”、“高境界”、“团队工作法”、“战略思维”、“职业经理人”、“大中粮，无边界”**等。

中粮集团在对经理人的管理上提出了“两高”的要求，“一高”即高境界，是宁高宁董事长给经理人提出的八点要求，给中粮经理人指明了方向和目标；“另一高”是对经理人的“高压线”，即经理人廉洁自律十四条，是对经理人的基本要求，是不可触碰的高压线。

中粮集团倡导“大中粮，无边界”，意指全体员工都是中粮人。过去由于计划经济体制，公司内部存在着两支队伍，一支是档案关系在公司的正式职工，另一支是市场化招聘的员工。2007年集团借《劳动合同法》出台之机，很好地推行了劳动合同改革，将两支队伍变成一支队伍，打破了原来国企按照档案而不按照劳动合同来管理员工的做法。无论档案在哪里，每名员工都与其所工作的独立法人实体签订劳动合同，劳动合同关系成为员工关系管理的根本依据。

中粮集团讲求 “感恩”、“欣赏”和“信仰”。

**三、物质层面**

物质层面的企业文化，即价值观外化为的各种具体形式，包括中粮视觉形象识别系统、办公环境与宣传物品、群体性活动、仪式和内部流行语等。

出色的内刊——《企业忠良》；

建立中粮集团企业大学---忠良书院，培养优秀人才，传播企业文化理念；

中粮司徽的设计，打上了时代的烙印，包含四种颜色，梦想蓝、喜悦橙、青春绿、承诺棕。橙色代表土地，蓝色代表天空和阳光，中间的绿色代表生命，也像一个”人”字，寓意着中粮能够成为人与自然和谐发展的纽带和桥梁，体现了”自然之源， 重塑你我”的理念；

新标识由扬特品牌识别咨询公司设计，为立体六角形，取自太阳耀光的形状。图标主体由天、地、生命三部分组成，充分表达了中粮“尊重自然规律，善用自然的力量，致力于创造人与自然、人与人之间的和谐，以自然之源，塑造自己，塑造生活，塑造人类社会”的品牌理念。



中粮司歌的名字叫《阳光》，由宁高宁董事长作词、高晓松作曲。这首歌是中粮集团正在积极建设和推广“阳光下的企业文化”一个方面的反映。

**【启示】**

1、企业文化需要与时俱进，以市场为导向，随着市场战略的转型与调整不断转换思维模式，塑造优秀的企业文化，保持企业持久的竞争力，引导自身健康可持续发展；

2、国有企业可以充分发挥党组织的优势，把党的先进文化融入到企业自身文化之中；

3、企业品牌文化的创造要从精神、制度、物质各个层面着手，精神是基础，制度是约束力，物质是保障；

4、优秀的企业文化应具有人性化特征，充分考量来自不同人群的需求和价值观，最大限度协调好顾客，员工，管理层的关系；

5、企业文化不仅是外在的规范和准则，而是发自经理人和员工内心的一种“态度”。新的企业文化从诞生到被广泛接受认可是一个长期的过程，需要采取适当手段，推行一系列相关的制度和活动，巩固和传播集团新文化，使其深入人心；

6、企业文化作为企业形象的标志之一，应充分体现企业的社会责任感，展现企业积极向上负责任的一面，对树立企业在社会中的良好形象有重要意义。

中粮集团的品牌家族图谱，来看看这家世界500强企业阵线是多么庞大！

