

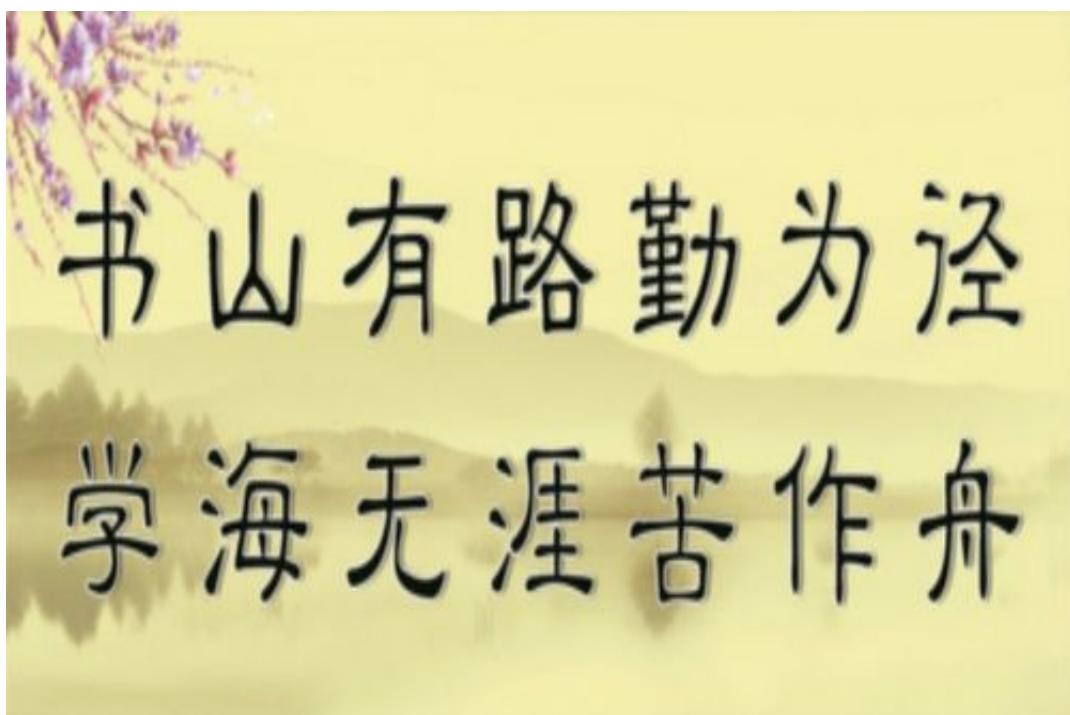
华为企业文化手册华为企业文化读后感

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/169841937625081.html>

范文网，为你加油喝彩！

迪荡湖公园-社区财务管理制度



2023年10月27日发(作者：4466小游戏)

华为企业文化手册华为企业文化读后感

《华为的企业文化》无论是从理论阐述还是实例说明上,都为读者总结出了华为狼性文化的精华。下面WTT给大家分享华为企业文化读后感，谢谢阅览。

华为企业文化读后感一

华为企业文化可以用“高工资、高压力、高效率”这九个字作为概括，这个文化特征是和华为的行业特点及它企业自身的资源劣势所决定的。

IT行业绝对是适者生存的写照，特别是华为所处的细分行业更加是一个高利润的行业，因此它一开始进入市场，就已经和国际顶尖的跨国公司同台竞争，而华为创业时又恰恰是最没有背景和实力的一家民营企业，这就决定了他们要生存下来的基础最是狼性的文化，也就是为达目的，不择手段，听起来好像是贬义，但其实是褒义。一家没有任何背景的企业，能够在国际一流企业必争之地生存并形成对它们的威胁，这难道还不足以让人骄傲吗？

其实华为一直在寻求方法解决这个问题，我们有理由相信华为存在着许多困难与危机，但没有理由相信任正非完全没有看到这架高速飞行的火箭存在的问题。无论是员工持股制度还是内部和荣誉感，甚至更多地说是老板肩上的责任感，而这些仅仅通过股权或其它类似的方式是无法解决的。

从华为出来的许多中高层，他们离开华为的理由并不是因为华为不好，而是想尝试一下创业滋味。其实这是中国人的通病，每个人都想当老板，不管自己有没有能力去享受那种做老板的艰辛，但似乎华为人员的流动不仅仅是这样的原因，可能更多的是在功利性企业文化的导向下，当人们已经获取了足够的生活资本后，(据说一个普通员工在华为做两三年后，他们已经可以抵上

其他公司员工十年的工资了。)他们就厌倦了这种为了工作而工作的生活要，他们其中部分人从华为出来后才知道华为外面的世界其实很精彩，因此有些人愿意为了真正地活一下而放弃了高工资高福利的华为。我们设想一下，如果华为将员工工资全部减薪一半，那么愿意留下来与华为共度难关的华为人又有多少?

一个企业的文化，在企业高速前进时所表现出来的只是其中一部分，而企业文化更为关键的是在企业遇到危机时，有多少人愿意与企业共存亡，那才是企业文化真正精髓的体现。华为尽管在发展过程中经历的大风大浪不计其数，但员工工资基本没有怎同甘不共苦，不是人都可以做到。不同甘却共苦，相信除了上帝之外没有人这么伟大。因此，同甘共苦是所有企业对员工的共同期望，这也是最基本的要求。

华为企业文化读后感二

看了华为公司企业文化资料后，我有很多感促，总体归纳有以下几方面：

一、以人为本----从不同角度看待“狼文化”

前几年冯小刚电影《天下无贼》中有句经典台词：“二十世纪什么最贵?-----人才”。

其实仔细分析我们的现实生活，我们也会发现，现代企业里，尤其是在知识密集型企业里，人才的作用越来越重要，人的主观能动性可以发挥的作用也越来越大。一个公司只有照顾好自己的员工，员工才能照顾好公司的客户，也才能给公司创造更多的利润。

一个家庭要和和睦睦，作为家长的一定要关心所有家庭成员，所有的家庭成员也要团结互助。不管是婆婆、媳妇还是孩子。同样的企业要长远的发展，要做百年老店，也一定要尊重员工，相信员工真正的关心员工，以人为本，而不是处处设防，处处怀疑。华为公司的“狼文化”是可以用这样的几个词语来概括：学习、创新、获益、团结。狼性文化可以使企业充满活力，永远不会过时。

二、生存的理由----以客户为中心

第3页 共7页

为客户服务是我们存在的唯一理由;客户需求是我们发展的原动力。企业要为客户服务，以客户为中心，大家都会讲。但是我们要反思一下，我们是把以客户为中心挂在嘴边，还是真正放在心上。我认为以客户为中心，就是要坚持以客户利益最大化出发，同时要平衡客户需求和我们真正创新之间的关系。有句话说的很好“比技能更重要的是毅力，比毅力更重要的是品德，比品德更重要的是胸怀，我们的真诚服务就是要让客户找到感觉。”

三、企业前进的法宝----传递危机意识

不冒风险才是企业最大的风险。只有不断地创新，才能持续提高企业的核心竞争力，只有提高核心竞争力，才能在技术日新月异、竞争日趋激烈的社会中生存下去。危机是悬在每个企业头上的一把利剑，企业在生产经营中面临着多种危机。企业通过危机管理对策将会把一些潜在的危机消灭在萌芽状态，把必然发生的危机损失减少到最小的程度。然而这种危机意识一定要逐步传

递到每位员工身上，让我们的员工在危机意识的影响下，逐渐形成了艰苦卓绝、不懈奋斗的前进动力。

华为企业文化读后感三

从华为的每个发展历程来看，学习、借鉴、消化、吸收到最后转化与提升，最终形成自己与众不同的且极具生命力与指导意。我对任正非先生的这套管理改革理论产生了极为浓厚的兴趣，通过反复研究，从中受益颇多。如同宝胜(山东)分公司目前的发展状态来看，就尚处于所谓的“僵化阶段”。破茧重生，化蛹为蝶？带领企业挣脱束缚乘势而上？我觉得除了要学习任正非面对危机时的未雨绸缪与果敢坚毅之外；更为重要的是学习华为一路发展的演变其惊人的吸收消化和自我提升与创新的能力。

“先僵化、后优化、再固化”这九个字将华为发展过程的华丽蜕变阐释的淋漓尽致。如在华为创业初期，为了解决企业生存暨市场开拓问题，华为提出了“狼文化”，虽然最终“狼文化”没有被写进《华为基本法》，但不可否认的是华为今天的如日方中，创业初期提出的“狼文化”的确功不可没；如1996年1月，华为发生了一被内部人称为“惊天地、泣鬼神”的大事：市场部集体辞职

。任正非导演此次事其意义极为深远，为今后企业顺利转型奠定坚实的基础；如1997年后，华为公司内部思想混乱，主义林立，各路诸侯(应指各部门及各区域负责人)都显示出他们的实力，公司往何处去，不得要领。于是震惊中国企业家界、甚至全世界企业界的《华为基本法》诞生了，此举再一次体现出华为强大

的融合能力及创新能力，也有效地将全部华为人的思想统一起来，为今后迅猛的发展提供了可靠的保障;如1998年，拥有敏锐洞察力的任正非就过早地感觉到了“增产不增收”的效益递减现象。为此华为引进和实施IBM的IPD(Integrated

第5页 共7页

Product

Development),即集成产品开发系统。但到了2000年左右，华为的流程变革受到前所未有的阻力，其中华为创业初期提出的“狼文化”就成为此次管理变革中的重要阻力，于是华为重新审视、定义了自身的企业文化;如在2000-2003年世界IT泡沫破灭的艰难时期，任正非先生的一文《华为的冬天》在业界引起轩然大波，也正是伴随着这篇《华为的冬天》与业界的纷纷议论，使得华为公司在逆势中飞扬，并一步步走向今日的辉煌。

才能赋予自身的发展思路生命力与持久力，让已有或潜在的客户产生认同感或追随意愿?华为的观点：客户的需求是华为发展的原动力。在产品技术创新上，华为要保持技术领先，但只能领先对手“半步”，领先三步就会成为“先烈”。明确将技术导向战略转为客户需求导向战略。我发觉，宝胜的发展与华为的发展具有惊人的相似之处。面对科技创新的日新月异与市场竞争的愈演愈烈，我们似乎已经看到传统的以产品创新为导向的市场竞争方式已经不能满足越来越挑剔的“市场或客户”，我们应该紧紧将目光放在不久未来的“市场或客户”的需求上来，提前调整我们的战略发展方向，及时把创新战略调整为以客户需求为导向的

发展战略上来。

其核心就是紧紧围绕宝胜愿景卓越的电能与信息工程解决方案提供商制定相应的产品创新机制(根据市场或客户需求确定创新方向以及未来可能适应环保等具有多功能的产品研发来引领市

第6页 共7页

场)、营销创新机制(根据市场或客户的需求灵活调整营销方式)，最重要的就是“市场或客户”服务创新机制，我们应打破以往的各种服务机制，紧紧盯住“市场或客户”的需求方向，取其精华，力争在服务上创新，颠覆传统的以市场为导向的需求服务方式，同时建立并积极引导“市场或客户”对新产品的需求欲望，旨在引领“市场或客户”的需求或消费潮流。最后是加快建立以客户需求为导向的企业发展文化价值观的凝练与推树工作，总结一句话，就围绕“产品创新、营销创新、服务创新以及文化创新”，建立引导主流“市场或客户”主，挖掘潜在客户为辅的企业发展战略规划。

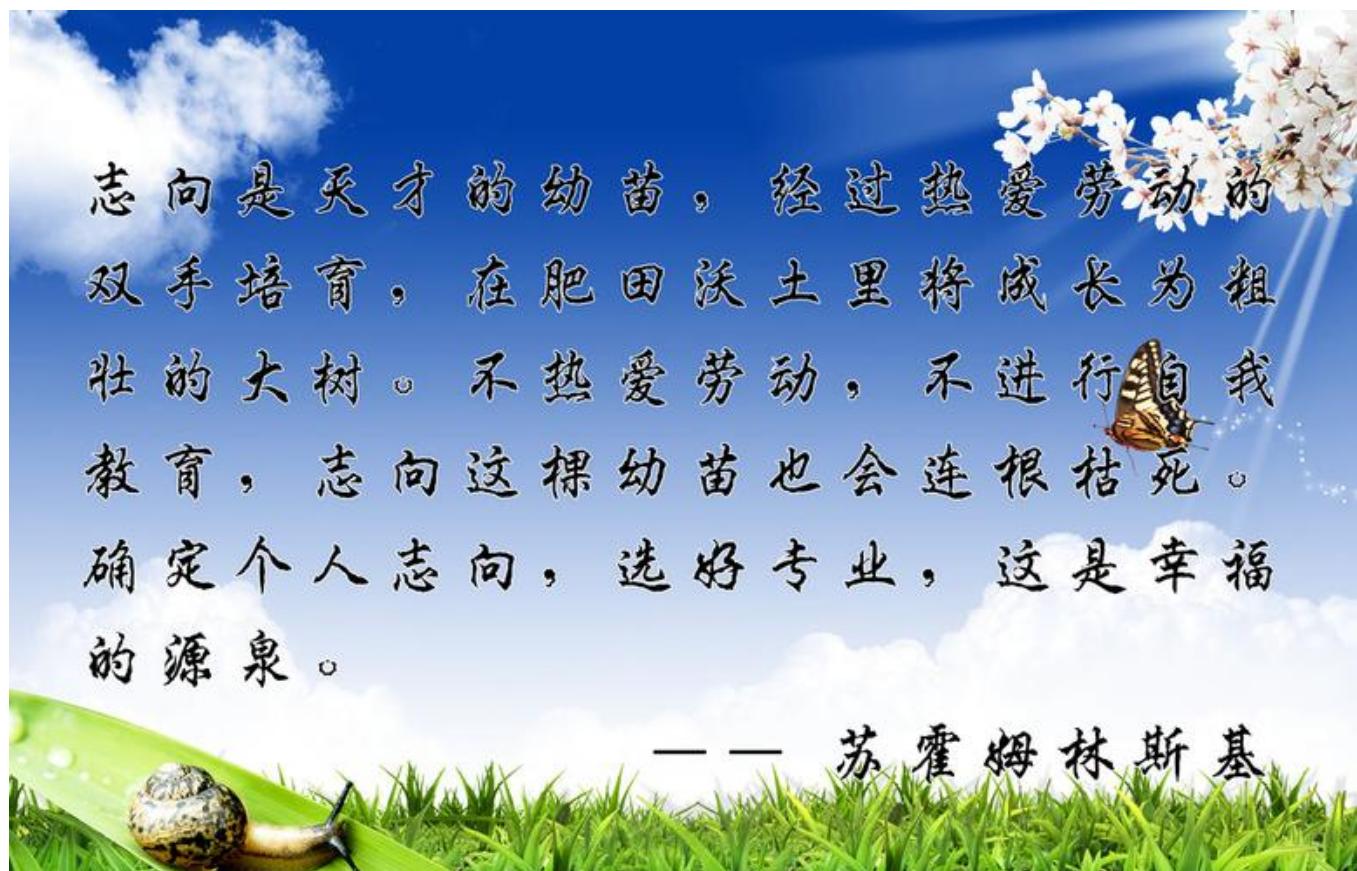
路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。或许，电缆市场的客户需求不像家电制造业或者日化用品那样，更加容易引领市场或客户的需求，更加容易新观念的植入，但社会或经济的发展终究是在“变”中前进的，那么一切就皆有可能，那么未来“市场或客户”对于电缆的需求或新观念的植入也有可能是可以引领的。

这是我总结提炼的中层或高管在实际工作中应掌握的工作要素，看看是否可行?如可行，我将每个部分进行细化，在公司内部推广。

工作“八要法”或“八步法”目标要准、计划要强、指导要精，实施要快，执行要狠，总结要全，反省要深，整改要实。

第7页 共7页

公司年会互动小游戏-万物生长的秘密



更多在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发