

新华基金管理股份有限公司

企业文化建设方案

企业文化是企业在发展中逐步形成的一种为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象体现的总和。企业文化建设是一个循序渐进的长期过程，在企业发展的不同阶段，制定适应于企业现状的文化形态，才能为企业提供不竭的动力。根据公司发展实际，结合企业文化建设的基本规律，特制定本方案。

一、指导思想

1. 树立“久久为功”的理念。

企业文化建设作为一项战略性、长期性的工作，是一项庞大的、复杂的系统工程，要树立“久久为功”的理念。

文化建设是一项不容易“出政绩”的基础工程，必须要真认同、下苦功，真抓实干、持续用力。当前在文化建设方面投点成本、花点心思，可能不会马上对公司业绩带来改观，甚至一定程度上还会加大支出，但这项花费是必要的，严格说是在补历史“欠账”。文化建设功在当下、利在长远，抓实了，就是生产力；抓细了，就是凝聚力；抓强了，就是战斗力。文化的反哺作用是“润物细无声”的，要持之以恒抓下去，必将给公司以持久丰厚的回报。

2. 树立“真抓实干”思想

文化建设不是一件“虚事”，要坚持虚功实做，在行动上见真章、求

实效,决不能简单地喊几句响亮的口号、出几本好看的杂志、搞几次热闹的活动。公司要在战略层面抓好协同,在业务层面抓好融合,在执行层面抓好落实,要结合公司实际,抓几件实实在在的事,抓出声势、抓出成效。文化建设的成效要体现在经受利益诱惑时仍然坚守职业道德底线,体现在身处浮躁的市场竞争中仍然坚持专业主义精神,体现在经历高速发展时仍然保持应有定力和清醒头脑。

3. 发展“特色鲜明”企业文化

企业文化建设要抓纲带目,以点带面,以品牌项目带动公司文化建设全局。公司的文化品牌的形成,要坚持遵循一般规律和体现企业特色相结合,要能够最大限度地体现全体员工的共同价值追求,要能够成为引领公司创新发展的精神力量,要真正把文化品牌的影响力转换为公司的竞争优势。这样的公司文化才是有生命力的,也才能真正形成理念认同、价值认同和文化认同。如果每家企业都能形成一个有特色、叫得响的文化品牌,行业文化建设就会呈现出百花齐放、生机勃勃的可喜局面。

4. 自上而下、多方合力

企业文化建设是有其自身规律的。建设都是自上而下的,在外部要充分发挥自治、自律、监管等三方合力,让外动力充分参与;在内部要树立“管理者首位”思想,管理人员要率先支持,尤其是要获得部门中层领导的支持。部门中层承继上级思想,带动基层践行,发挥着至关重要的承上启下的作用。最终达到内外有机结合、高层重视,中层组织,基层实践,尊重这样的规律,企业文化才建设能落实下去。

二、企业文化建设方向

1. 物质文化建设。物质文化建设可以简称为形象建设。

目前我公司办公场地设施基本完善，企业文化形象标语建设基本完成。下一步，我们可以继续完善企业视觉识别的各要素。员工统一着工装；各部门建制完善，在部门办公室悬挂适用于部门业务核心的职责、制度、行为规范，逐步细化形象识别要素，以此规范员工行为礼仪和精神风貌，在社会上建立起企业的信任感和良好形象。

2. 精神文化建设：精神层是企业文化的核心和主体，包括企业核心价值观、企业精神、企业道德等。

精神文化的落地首先应该从专题培训入手。开展基于全员的企业文化价值观导入培训。培训解决思想认同问题。通过培训让全员了解企业文化建设的目的、意义，以及对个人和企业长远发展带来的好处；培训作为沟通的桥梁，形式上可以体现企业文化建设的规范性，内容设置上贴近实际，以人文本，则可消除误解，凝聚人心。专题培训是企业文化建设必要实施的环节。

培训的另一个层面，是要向管理层特别是中层管理人员开展管理文化教育。

管理文化是以教育、教化为主的管理思想。强调领导对下属的管理以教育为主，在引导员工做事的方式、方法上下功夫，是一种对过程的管理。

领导对下属工作的安排和引导不是通过职位权力来命令，而更多的是适当的分权和建立团队协作，在工作中更多的是辅助员工、影响

员工，让员工主观能动的完成自己的工作任务和部门工作，通过领导育人和部门育人最终培育学习型的员工、学习型的部门和学习型的企业。因此，需要有针对性的对公司管理人员予以专门培训。

3. 行为文化建设。行为文化是推进公司企业文化建设的良好载体和外在特征。行为文化需要全员参与，是形象建设和精神文化建设的落地表现。行为文化的开展最好以公司原有的，形成一定规律的文化活动为载体，进行新的组织，让其焕发出崭新的活力。

三、企业文化建设形式

1. 员工关系建设

公司通过各种方式关怀员工，使其体验到公司的温暖，从而感动员工，进而再增强员工归属感，让员工在工作中真正实现愉快。主要方式有：

① 员工活动计划

- 员工兴趣小组：如足球、篮球、羽毛球、乒乓球等。
- 年节活动：元宵节、端午节、中秋节等传统佳节提供应节食品、聚餐。
- 旅游棋牌活动：定期举行户外活动、迎春踏青等活动。
- 管理层沟通活动：开展定期聚会、拓展等活动。
- 元旦晚会：为才艺员工提供展示自我的舞台。

② 员工关爱

- 员工庆生：如生日蛋糕、纪念品等。

➤ 生病探望：员工生病住院时，工会代表公司进行探望和慰问。

➤ 定期体检：每年均给员工提供定期的健康检查。

③ 员工沟通

➤ 伙食小组会议：伙食小组定期召开会议，对食堂伙食提出持续改善意见。

2. 企业文化标识

➤ 公司楼梯台阶间，楼道、过道、办公区、会议室、培训室等墙壁树立企业文化宣传标语和精美宣传挂图。

四、企业文化建设的实施步骤

企业文化建设是一个长期且螺旋式上升的过程，由企业主要领导倡导的全员参与的价值理念工程，其实施分二个阶段进行：

第一阶段：企业文化的推广阶段

1、时间：2020年1月—12月

2、工作内容：

1) 人员培训：培训公司企业文化建设干部，作为企业文化建设的骨干；完成对领导小组成员的培训，使全体领导小组成员充分认识到企业文化建设的重要性、企业文化建设的工作内容和要求。

2) 职能部门分工及任务

各职能部门提炼、形成的企业文化，经领导小组批准后，负责企业文化的推广、考核，具体安排如下：

总经理办公室：负责管理理念、企业精神、企业愿景、企业价值观、

和企业宣传口号的提炼，管理制度、质量体系、工作流程等制度的制定；企业标志、办公用品、企业环境、服装服饰、广告媒体等视觉文化的建立和推广。

人力资源部：负责人才理念、用人理念的提炼；员工手册、行为规范、工作纪律、薪酬福利、培训开发、绩效考核等制度的制定。

市场业务部：负责营销理念、服务理念的提炼。

监察稽核部：负责合规理念、风控理念的提炼。

第二阶段：企业文化的巩固和发展阶段

1、时间：2021年1月—12月

2、工作内容：

1)加强企业文化理念的传播和灌输：在全公司形成浓厚的文化氛围，使全体员工了解、理解企业文化、实践企业文化、完善企业文化；以《员工手册》为蓝本，对新员工和在职员工进行培训，使员工的思维习惯和职业行为在最短的时间内融入新的公司文化中，成为企业文化的实践者、体现者和倡导者。

3)建立不断巩固和发展新的企业文化的机制：积极创造适应新的企业文化发展的条件，在公司日常经营中有意识地贯彻实践、宣传倡导企业文化理念，以求建立牢固的企业精神共同体。

4)建立考核评价机制和激励机制：作为企业精神文明建设的一部分，要将企业文化建设情况纳入考核评价体系中，在各类评比、评选、考核中都要将企业文化执行和建设情况作为一项评价指标。

五、投入保障

虽然企业文化建设短期内难以产生明显的经济效益，但对企业文化建设的投入就是对企业发展的投入，是对企业未来成长的投入。在制度层面，将企业文化纳入绩效考核体系；在资金投入上，做好预算，统筹安排，为推动企业文化建设创造实施的空间和物质保障。相信公司企业文化的生存土壤会更加丰饶，文化管理会逐步落地生根，为经营发展提供养分，最终结下累累硕果。