
华富基金管理有限公司 文化建设方案

一、公司文化建设的内涵与意义

（一）公司文化建设的内涵

1. 公司文化建设的目的

为响应证监会关于加强行业文化建设的号召，也为系统性地开展华富基金管理有限公司（以下简称“公司”）文化建设工作，有效凝聚公司精神，保障公司良性运作、健康发展、永续经营，特成立华富基金文化建设委员会，全面组织和领导公司今后的文化建设工作。

2. 公司文化建设的内容

（1）制度文化建设

文化建设要制度先行。制度文化是公司的各项规章制度的总和。制度文化包括公司文化建设的管理体制、组织机构、建设方案、行为规范、规章制度等。

（2）环境文化建设

环境文化是公司文化建设的物质载体和外标志。环境文化包括企业文化建设的规划布局、办公、经营、活动场所的景观、宣传展示、期刊书籍资料、影音制品、网站传媒设施等方面形成的环境文化。

（3）行为文化建设

行为文化是在全体员工身上的集中体现，它是公司文化精神和价值观的折射。行为文化包括全体员工在办公、管理、经营活动、交流、宣传、文娱活动以及生活中的行为习惯、生活模式所表现出来的公司文化氛围与风格。

（4）精神文化建设

精神文化是公司文化建设的核心和灵魂，是公司环境文化、制度文化、行为文化建设过程中沉淀、整合、提炼出来的，它反映公司企业文化建设成果的总和，是公司企业文化建设的整体面貌、水平、特色及凝聚力、感召力、生命力的体现。

精神文化包括公司的愿景、使命、精神、核心价值、经营理念、发展战略、员工的职业理想目标、员工的价值观念、员工的职业态度等。

（二）公司开展文化建设的意义

1. 文化建设是提高公司市场竞争力的核心基础元素；
2. 文化建设是公司实现发展目标和员工实施职业生涯规划的重要载体和途径；
3. 文化建设是提高投资者对公司满意度和认同感的有力保障。

二、公司文化建设的工作思路

（一）文化建设工作指导思想

1. 公司的文化理念——“用心为民，不负信任”

我们专注客户体验，立志发扬“诚信待人、勤勉兴业、慎始敬终”

的徽商传统经营文化，以基金持有人利益为先，以专业投资为本，以合规风控为重，努力为投资者创造价值。

2. 公司的文化内涵——内外兼修，全面谋求发展

对内，奉行“以事实为依据，以数据为准绳”的管理方针，为员工提供相对公平的工作环境和相对透明的职业路径，秉承“对事严格，对人宽容”的管理文化，关注员工的长期成长和能力发展；对外，以“客户体验”为展业核心，树立“华富品牌”，输出“华富价值”，传播“华富能量”。

3. 公司的文化愿景——致力于成为一家受人尊敬的资管公司

打造核心投研能力，构建专业业务体系，创造良好投资体验，从而赢得客户尊敬；稳步增加管理规模，持续扩大市场份额，努力提升行业地位，从而赢得同行尊敬；客户获取投资回报，员工实现职业价值，公司优化经营质地，三位一体共同发展，从而赢得社会尊重。

（二）成立组织机构

1. 成立公司文化建设委员会领导小组

领导小组负责领导、组织公司企业文化建设工作的开展，领导小组主任委员由公司董事长担任，副组长由公司总经理担任，领导小组其他委员由公司督察长、高管及总经理助理担任。

2. 成立公司文化建设委员会工作小组

工作小组负责完成领导小组交办的具体工作，工作小组组长由综合管理部总监担任，其他成员包括人力资源岗、合规岗、整合营销岗、投研人员代表、销售人员代表。

（三）文化建设工作要求

文化建设是一个系统工程，公司各部门要根据各自的工作性质，结合实际，将制度、环境、行为、精神四个部分充分协调起来，形成统一的整体，才能沉淀出和谐健康的公司文化。公司文化建设工作的具体要求：

1. 要坚持党的领导。

实践证明，加强党的领导与完善公司治理在目标上是一致的，在功能上是互补的。必须充分发挥党的领导和公司治理双重优势，党委、董事会、监事会、管理层要各尽其责，归位尽责，形成党委全面领导、董事会战略决策、监事会独立监督、管理层负责经营的治理格局。

2. 要把握“八字”要求。

“合规”是底线，要把合规经营摆在更加突出的位置，坚持合规创造价值、合规人人有责，带头做法律规则的坚定信仰者和践行者，让合规意识融入血液，装入心头，深入骨髓；“诚信”是义务，坚持以客户为中心，遵守契约精神、履行信义义务，是发展之基；“专业”是特色，要有“本领恐慌”的危机感，树立志向，磨练锐气，苦练内功，加强学习，不断提升专业水平和核心竞争力，加快建设具有全球竞争力的国际一流现代财富管理机构；“稳健”是保障，要始终保持资本稳健，流动性充足，业务发展与管理能力相匹配。

3. 要抓好三个环节。

一要抓考核激励，要建立长周期的考核评价体系和收入分配机制，更鲜明传导行业文化和价值追求，避免激励扭曲、行为失范。二要抓

选人用人，要树立科学的选人用人标准，真正培养和锻炼一批道德操守过硬、作风优良、业务精通的高素质金融人才。三要抓职业操守，注重精神引领和文化引导，把合规、诚信、专业、稳健的理念和要求融入到员工管理的全过程，筑牢珍惜职业声誉、恪守职业道德的思想防线。

4. 要打造五个文化条线。

即“投研建设条线”“销售建设条线”“合规建设条线”“营销建设条线”“人力建设条线”。

（1）投资研究文化建设条线

健全内部业绩考核机制，通过建立合理的激励与约束机制，提倡竞争上岗，建立能进能出、能上能下的投研人事管理制度，形成职业竞争压力，促进投研人才的有序流动，做到人尽其才，才尽其用。营造良好的投研联系氛围。通过每日晨会、月度总结会议、定期及不定期深度研讨会等多种方式，加强投研团队的沟通。塑造高效率的投研无缝对接体系，使之更加易于形成共振与合力，提高团队战斗力。努力提升投研团队专业水平，相关投资人员巩固并完善自身投资体系和投资框架，相关研究人员不断提升研究水平，苦练内功，投研合力共同努力提升基金业绩，为持有人创造价值。

（2）销售文化建设条线

销售团队应以客户体验为导向，以持有人利益为先，提供专业的销售服务。以合规风险为重，通过精细化的风险控制流程，规避可能会影响、损害持有人利益的热点。以诚信为本，信任为基，坚持客户

为中心，致力于在长期的专业化投资领域为持有人创造价值。

机构销售方面，机构客户特点是在投资方面有自己的理念，专业能力强，人员素质高，针对机构客户我们要建立科学体系在合规前提下为客户提供专业，稳健，可持续发展的资产管理服务。一切以客户为中心满足客户需求，加强自身品牌建设，开发创新类特色产品，为客户创造核心价值。

渠道销售方面，围绕易主席八字方针“合规，诚信，专业，稳健”不断提高渠道销售业务水平。合规：了解和把握客户的风险偏好，注重产品与投资者的适当性相匹配；积极做好投资者教育，分析客户的资金限制及目标，严格地进行投资者适当性管理。诚信：销售中做到恪守诚信义务，坚持以客户为中心，捍卫客户的利益，遵守契约精神、履行信义义务，珍惜公司与个人的声誉；明确告知产品真实的风险状况，将合适的产品卖给合适的投资者。专业：加强学习，不断提升专业水平和核心竞争力。

（3）合规文化建设条线

合规风控方面，合规风控团队要扎实推进合规风控环境建设，加强监督检查，强化风险识别与应对，不断反思、总结经验和教训，保证公司诚信、合规经营。通过树立全员合规风控理念，细化具体岗位风险管理责任；开展风险点识别、评估和防控；全面梳理、修订公司各项制度与流程；切实落实督察长、部门总监合规谈话制度；加强合规培训，增强全员合规意识。完善项目可行性研究和风险评估机制，加强风控要素环节的审核，有效防范各类经营风险的发生。认真做好

信息披露、风险提示和投资者教育工作，确保旗下基金平稳运行。

（4）营销文化建设条线

营销团队主要从团队专业性成长、合规诚信宣传、全面投教服务等方面展开工作。

以专业为基石，打造学习型团队。对内加强与公司投研团队的沟通交流，对外多角度观察行业动态，领悟新技能，了解新变化，不断加深对专业知识的掌握与对自身产品的理解，进而推进公司与产品的宣传推介工作。

以诚信为基础，严守宣传中的合规底线。保持与公司合规部门的沟通交流，学习行业新规，在提升团队专业能力的同时，保证团队的合规意识时刻在线。认真学习监管机构对合规宣传的法规要求，以保护投资人利益为最高准则，不误导、不欺瞒，真实宣传、合理宣传。不倡导短期业绩，不开展不正当竞争，充分揭示产品风险，让投资者真实了解产品，为合适的投资者推荐合适的产品。

专注客户体验，全面开展投资者教育与服务工作。将投资者教育的职能贯穿营销宣传业务始终。通过多平台、多形式开展投资理念普及、投资方法指导、产品知识解读、定投教育等投资者教育相关活动，提升投资者对基金产品的认知能力和挑选适合自己基金产品的能力。通过客户服务体系，对持有人提供多方位服务，保证服务的及时性与有效性，解决客户问题。

（5）人力文化建设条线

人力资源条线的企业文化建设重点将以公司企业文化为核心，聚

焦于人员配置、绩效考核以及培训拓展等方面。

选人用人方面，建立科学的选人用人标准，坚持德才兼备、以德为先，在选人环节注重企业文化的输出，以寻觅到认同企业文化价值观的高素质金融人才。在管理人员甄选环节，培养和锻炼一批道德操守过硬、作风优良、业务精通的优秀员工。坚持配置对资本市场拥有丰富经验和深刻理解，认同长期价值投资的投资人员；重视培养研究团队求索精神和独立性，加强行业研究、信用评级等基础研究力量，不仅致力于投资支持服务，更关注投资逻辑体系建设、研究发展经验传承和投资风险防控；配备注重专业服务、传播专业理念的“正能量”销售人员，以客户合理预期为工作指针、以销售适当性为工作纲领，通过投资者教育、品牌文化宣传、市场研判与产品策略阐述，实现从产品销售向理财服务输出的转型。

投资管理绩效考核方面，聚焦长期稳健投资业绩，通过增设夏普比率、信息比率等专业指标回溯投资组合的收益来源，切实评估“收益与风险”匹配性；通过投资合规指标设置和投资风控跟踪，实时保障投资管理行为的健康性和规范性；通过长周期的业绩考核评价体系和正向激励，鲜明树立投资文化导向和价值追求。

销售管理绩效考核方面，从客户需求和产品特征出发，根据销售业务特征制定差异化考核体系，针对渠道团队加强网点拜访、客户培训、客户收益率等销售过程管理考核；针对机构销售团队侧重销售费效匹配度、客户留存情况归因和廉洁从业考核引导；针对中台营销人员，关注品牌建设、文化宣传、线上线下投资者教育、大数据管理支

持考核，全方位贯彻“‘产品收益曲线’与‘客户收益曲线’重合”的销售团队迭代升级导向。

员工培训拓展方面，注重精神引领和文化引导，突出加大职业道德教育在各类员工培训中的比重。建立健全并落实公司多层次、分类别的培训体系，包括但不限于涵盖新员工培训、员工素质拓展培训在内的制度文化类培训，月度前沿热点专题讲座，实时结合监管精神传达、市场趋势变化的合规类培训，半年度管理团队领导力培训拓展、不定期的专业理论培训研讨等，将“合规、诚信、专业、稳健”的理念进行不断强化与宣贯，筑牢“珍惜职业声誉、恪守职业道德、捍卫职业形象”的思想防线。

5. 文化建设六十四字方针。

统一组织，全员参与；领导带头，全体配合。

分段推进，逐一落实；分步建设，不断完善。

加强宣导，深入人心；潜移默化，理解认同。

结合实际，主题突出；总结提炼，沉淀升华。

三、公司文化建设工作的进度安排

第一阶段：公司文化建设工作的启动。主要任务是明确公司文化建设工作的目的意义和工作思路，加强宣传发动，全员参与，统一认识。

第二阶段：公司文化建设各部分工作方案的制定。主要任务是围绕公司的发展战略，结合公司实际的管理工作和经营理念，按公司文

化建设的工作内容与分工要求，制定文化建设各条线具体的工作方案。

第三阶段：公司文化建设工作的实施和总结。主要任务是按公司文化建设的工作要求，完成公司各条线文化局建设工作方案的实施，并在实施过程中不断总结，真正做到用文化的力量引领方向、促进发展、塑造形象。