

太平基金管理有限公司 文化建设管理规定

第一章 总 则

第一条 为规范太平基金管理有限公司（以下简称“太平基金”或“公司”）企业文化建设管理工作，促进太平基金文化建设工作健康有序推进，增强全体员工对公司企业文化的认同感，提升公司社会形象和品牌影响力。根据证监会、基金业协会和集团等相关文件精神，结合公司实际，特制定本规定。

第二条 本规定对公司企业文化发展的内容与实施做出规定，是公司及部门开展企业文化建设工作的依据。

第二章 总体目标和思路

第三条 公司文化建设的总体目标是，树立正确的公司文化导向、形成有效的文化机制、实现重问题突破，推动形成体现基金行业文化内涵并具有太平基金特色的企业文化，用文化的力量引领方向、促进发展、塑造形象，为建设规范、透明、开发、有活力、有韧劲的资本市场贡献力量。

第四条 公司文化建设的总体思路是，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实党中央、国务院、证监会及基金业协会关于加强文化建设的决策部

署，以弘扬和培育“合规、诚信、专业、稳健”的基金行业文化为核心，以保护投资者合法权益为出发点，凝聚共识，统筹安排，分布实施，法治和德治相结合，奖优与惩劣相结合，近期和长远相结合，采取有效措施，切实优化软环境，提升软实力，推动公司做大做强。

第三章 基本原则

第五条 公司企业文化建设应遵循的基本原则是“合规是底线、诚信是义务、专业是特色、稳健是保证”。

（一）坚持合规是底线。公司坚持一切经营活动以符合法律法规、监管规定为第一准绳。始终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。

（二）坚持诚信是义务。公司坚持以客户为中心，遵守契约精神，履行信义义务，珍惜声誉，诚信经营，从日常经营管理的小事做起，努力打造成为让投资人放心和值得信赖的基金公司。

（三）坚持专业是特色。面对基金行业全方位对外开放的背景下，公司要强化“本领恐慌”的危机感，树立追求“高精尖”的志向，磨练“跟高手过招”的锐气，苦练内功，加强学习，不断提升专业水平和核心竞争力。

（四）坚持稳健是保证。面对全球经济金融形势日趋

严峻复杂的形势，公司要坚持稳中求进，把稳健作为公司可持续发展的底色和鲜明特质，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。

第四章 企业文化体系

第六条 公司企业文化体系主要包含公司的企业愿景、企业使命、核心价值观、企业精神等要素：

（一）公司的企业愿景是值得客户托付、能为客户持续创造价值的公募基金管理公司；

（二）公司的企业使命是为客户创造价值，为员工创造幸福，为股东创造利润，为行业争光添彩；

（三）公司的企业价值观是诚信、专业、稳健、共享；

（四）公司的企业精神是担当、务实、协同、奉献。

第五章 组织领导

第七条 企业文化建设是关系公司健康发展和核心竞争力提升的基础工程。需要统筹公司各个方面、各个层次，要坚持公司党委统一领导、经营管理层大力支持、专门机构协调指导、业务条线具体实施的企业文化建设工作机制。

第八条 为加强公司文化建设的领导，成立太平基金文化建设领导小组，组长由公司党委书记担任，副组长由公司经营班子其他成员担任。文化建设领导小组的职责是充分发

挥牵头抓总、综合协调作用，全面加强对公司文化建设的领导，及时研究解决公司文化建设中的重大事项。

第九条 太平基金文化建设领导小组下设工作小组，工作小组组长由综合管理部（党委办公室）负责人担任，组员由公司其他各部门负责人组成。工作小组贯彻落实领导小组工作部署，统筹推进公司文化建设具体工作开展。

第六章 企业文化建设管理

第十条 公司的企业文化建设管理主要涵盖三个领域，企业文化制度管理、企业文化器物管理和企业文化实施管理。

第十一条 公司各种规章制度是企业文化执行的基础，是企业文化得以贯彻实施的基本保障，加强文化建设管理必须制度先行。要将公司文化建设的基本要求制度化、规范化，嵌入到公司的业务流程、内部控制、合规管理之中，以制度承载道德理念、固化良好品行、强化文化认同：

（一）抓好考核激励。构建市场化激励约束机制和薪酬调整机制，实施与市场接轨的绩效薪酬和考核奖惩机制，进一步完善公司薪酬、职级与绩效考核体系，更鲜明传导公司文化和价值追求，避免激励扭曲、行为失范；

（二）抓好选人用人。树立科学的选人用人标准，坚持德才兼备、以德为先，坚持党管干部原则和发挥市场机制作用相结合，突出“政治过硬、人岗适配、素质达标、适当交

流”的选配原则，优化完善公司的选人用人制度和流程，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）抓好职业操守。注重培养合规管理文化，加强对员工职业道德教育方面的培训，把合规、诚信、专业、稳健的理念和要求融入到公司员工管理的全过程、贯穿到各业务环节，筑牢珍惜职业声誉、恪守职业道德的思想防线。

第十二条 公司企业文化器物是公司企业文化的外在表现形式。通过对相关器物的设计，可以直观、生动地表现公司企业文化的核心思想。公司企业文化器物包括但不限于以下内容：

（一）企业名称（全称、简称）、企业标识、品牌标志图案、企业标志标准字体、标准色、组合规范、辅助图形、企业象征图案、企业宣传标语；

（二）办公用品、公司礼品、公司办公区域标牌、商品及包装；

（三）企业对外发布的文件类（如企业年报等）、公司出版物、公司内部使用的电子模板（如PPT、EXCEL等办公模板、官网格式、微信发布模板等）、公司网页。

第十三条 公司企业文化的实施，要贯彻到公司各业务环节中，深入融合到公司运营及员工行为规范等各个方面，切实做到全面落地：

（一）公司品宣主管部门应充分利用自媒体平台（微信、微博）及公司网站等，负责公司对内对外的企业文化宣传工

作；

（二） 公司各部门在开展对内对外宣传工作时，必须充分考虑到公司企业文化的要求，要将宣传内容报公司品宣部门及风控部门审核；

（三） 为更好的培育、塑造公司企业文化，公司工会和组织人事部门应组织开展丰富多彩的企业文化活动；

（四） 公司各部门可以提议开展部门的文化活动，应事先提交活动方案并经公司授权审批后进行开展。

（五） 公司每年设立文化建设专项经费，结合公司企业文化建设计划，通过预算的分解、执行、考核和调整，用足用好资金，保障公司企业文化建设活动顺利开展。

第七章 企业文化建设评估考核

第十四条 公司企业文化建设是公司及各部门的共同责任，公司领导及各部门负责人要切实肩负起文化建设的相应责任，发挥合力、久久为功。

第十五条 抓典型、树标杆。公司将对各部门的企业文化建设活动的开展情况和落实效果进行定期评估考核。加大对先进部门及先进个人的评选、宣传，发挥榜样的力量，让获得荣誉称号的部门和人员在物质上有奖励、精神上受尊重，形成人人争当先进、荣誉创造价值的氛围。

第十六条 抓后进、严惩戒。公司对企业文化建设活动开展不积极、落实效果差的部门和人员，视情况采取谈话、

通报批评等措施，促进形成“后进赶先进、中间争先进、先进更前进”的良好文化生态。

第八章 附 则

第十七条 本规定依据现行的法律法规的有关规定而制定，公司将适时根据有关法规的要求和公司业务的发展做进一步的调整和完善；如遇有关法律、法规做出调整，出现与本规定不一致的规定时，公司依据新的法律、法规的规定执行。

第十八条 本规定由综合管理部（党委办公室）负责解释和修订。

第十九条 本规定或其修订版自本公司发布之日起执行。