

中共金川集团股份有限公司委员会文件

金集党发〔2022〕26号



金川集团股份有限公司 企业文化建设“十四五”规划

“十四五”时期是我国在实现第一个百年奋斗目标基础上，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年。“十四五”时期是金川集团股份有限公司转型升级，高质量发展的关键期和窗口期，是公司推出新举措、融入新格局、谱写新篇章的重要五年。为大力推进金川集团股份有限公司企业文化建设，进一步发挥企业文化在集团公司实现“十四五”发展规划中的引领和推动作用，依据《中国企业文化发展“十四五”规划纲要》，特制定《金川集团股份有限公司企业文化建设“十四五”规划》。

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，做到“两个维护”，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，“讲”出新动能，“习”出新作为。以集团公司企业文化体系为引领，形成强大的凝聚力和向心力，促进全体员工在思想上精神上更加紧密地团结在一起，以不懈奋斗实现人生价值，为公司迈向新发展阶段提供强大文化支撑。

二、遵循原则

1. 坚持以人为本，提升管理效能。员工是企业发展的主体，是金川生存、发展的根本要素和动力源泉。金川发展依靠员工，发展成果惠及员工。公司致力于为员工搭建人生平台，让每一位员工参与经营、参与管理、参与创新、参与变革、成为企业价值增长点。

2. 坚持价值引领，赋能改革发展。企业的价值理念是企业文化的核心和精髓。塑造“人企合一”的价值理念，并将其转化为企业与员工的实际行动，是企业文化建设的根本任务。通过强化治理结构、制度机制的“硬约束”和思想道德教育、典型示范引领的“软约束”双管齐下，广大员工形成价值认同和思想认同，确保企业改革发展实现预期目标。同时，企业文化要与时俱进，不断探索将企业文化融入员工日常工作规范和生产生活环境中，转化到为企业改革发展、转型升级、提质增效的实践中。

3. 坚持领导主导，全员认同实践。企业领导人是企业的灵魂和核心，是企业文化推动的动力之源，要始终如一地承担践行和传播企业文化的责任，对内感召团队，对外传播企业形象。员工是企业文化建设的主体，是企业文化的实践者、创造者和传播者，要通过宣传培训促进广大员工认知认同，引导员工自觉参与到企业文化建设当中，将企业文化先进理念有效转化为执行力、竞争力和价值创造力。

4. 坚持党建引领，强化全面覆盖。企业文化和党建同是思想引领工作。坚持和加强党对国有企业的领导是重大政治原则和独特优势，也是金川作为国有企业的本质特征。新时代企业文化建设必须坚持党建引领，用党建引领企业文化建设是现代企业制度下，党建工作与企业文化建设同向融合发展的创新。

5. 坚持继承创新，务实适用管用。根植历史积累，继承优秀传统，传承企业文脉。在金川高质量发展新的征程中，必须持续坚持管理创新、技术创新、机制创新，通过培育创新文化、完善创新机制、激发创新活力持续提升创新能力，建设符合先进文化和时代发展方向的优秀企业文化。

三、发展目标

持续提升金川集团股份有限公司企业文化管理水平，塑造适合公司经营和发展需要的组织氛围，形成一整套共享的观念、信念、价值和行为规范，促成一种共同的行为模式，逐步形成富有集团公司特色的企业文化建设模式，使企业文化成为核心竞争力，以企业文化助推公司高质量发展。

四、实施阶段及重点任务

（一）进一步构建适应新时代要求的的企业文化理念体系，以企业文化助推公司高质量发展。

实施阶段（2021年4月——2022年6月）

提炼发布新版企业文化大纲。系统梳理集团公司企业文化理念，提炼塑造适应新时期的价值理念体系，达到全员共识的目标，使文化力有效转化为行动力和生产力。

（二）扎实开展企业文化理念宣贯活动，组织企业文化培训，强化员工对企业文化的认知认同。

实施阶段（2022年4月——2025年12月）

1. 撰写企业文化宣讲稿，运用口语化、故事化的形式解读核心价值观，易于员工理解和传播，为企业文化落地奠定基础。

2. 采写和征集企业文化故事，通过内外媒体做好企业文化的宣传和推广。

3. 制定培训工作计划，打造企业文化教育培训内容体系，丰富企业文化培训课程，采用多样化的培训形式，强化员工对企业文化的认知认同。

（三）策划举办企业文化主题活动，通过企业文化活动内聚人心外塑形象。

实施阶段（2022年4月——2025年10月）

企业文化活动的企业文化的重要组成部分，是塑造企业文化的有力手段，是引导、促进、激励企业文化不断发展和完善的重要工具。

积极发挥工会、群团等组织在企业文化中的作用，组织开展丰富多彩、员工喜闻乐见、健康向上的文化活动，突出活动特色及效果，利用各种活动如新员工入职仪式、文艺晚会等增强员工对企业文化的认同度，提升其归属感。

（四）加强视觉识别系统的优化推广，利用视觉形象塑造企业形象。

实施阶段（2022 年 10 月——2023 年 10 月）

1. 视觉形象是企业的名片，是一种看不到的企业文化呈现形式。通过更新视觉识别系统，将企业文化搭载到视觉形象中，使环境与企业文化相融相生，为打造公司一流视觉文化环境，提高集团公司在社会大众和国内外的认知度和影响力。

2. 规范产品包装手册。按照公司产品分类对产品包装重新设计规范，做好集团品牌标识、产业品牌、产品品牌的规范使用工作，为品牌价值奠定基础。

（五）开发建设国际对外传播平台，积极创新优化展会形式及内容，做好企业文化和品牌推广，提升金川品牌效应。

实施阶段（2022 年 6 月——2025 年 12 月）

1. 建设运营包括官方英文网站和英文脸谱、推特账号在内的金川集团对外传播平台，助力集团在决战决胜高质量发展和世界一流企业建设的征途上行稳致远，续写辉煌篇章。

2. 落实品牌推广方案，通过拍摄品牌宣传片、采写品牌故事、拍摄制作品牌故事短视频等，借助内外部媒体扩大集团公司的声

誉和品牌影响力。围绕不同品牌设计品牌主画面、广告语、开机屏、海报,定期通过自有媒体进行发布,通过视觉强化品牌价值、增强营销效果。

3. 完善展会活动管理,通过优化展会活动的组织流程、物料管理,注重参展过程对客户服务案例的展示,提升展会活动的品牌宣传成效。通过发挥金川科技馆讲解员文化传播者的作用,充分利用金川科技馆各类数字化演示设备,做好企业文化及宣传。

(六) 促进制度与文化融合,依托管理制度承载文化落地。

实施阶段(2022年8月——2024年8月)

制度标准是企业文化理念的转化载体,是文化落地的有效保障。要以企业文化理念为指导,着力完善各项经营管理制度,实现企业文化“软实力”与制度标准“硬约束”的深度融合,进而提高企业管理水平。

(七) 加强行为文化建设,营造良好氛围,将价值观转化为员工行为准则。

实施阶段(2022年2月——2024年8月)

制定员工行为准则,把企业文化融入到员工行为之中,实现企业文化从“理念认同”到“行为自觉”,将价值观转化为员工行为规范。

(八) 积极履行社会责任,培育和提升有担当、有情怀的企业社会责任。

实施阶段(2021年1月——2025年12月)

坚持把社会责任融入到公司治理、改革创新和经营管理全过程，在追求经济效益的同时，统筹兼顾政府、投资者、员工、客户、合作伙伴、社区和环境等利益相关方，持续推动合规诚信经营、绿色发展、关爱员工、奉献社会、价值创造等社会责任工作。

坚持依法合规经营，恪守诚信公平竞争，积极建设和维护良好的社会信用及市场生态环境。在安全生产、环境保护、促进节能减排减排与清洁生产、实现“双碳”目标等方面积极探索实践。在关爱员工、志愿行动、精准扶贫、支持社会公益事业等方面负起应有的责任，认真履行社会职责使命担当，实现经济效益与社会效益的协调统一，促进人与社会、人与自然全面协调可持续发展。

五、保障措施

1. 加强企业企业文化建设组织领导。企业领导班子是企业文化建设的引领者、组织者和推动者，党委书记、董事长要认真履行企业企业文化建设“第一责任人”的职责，把加强企业企业文化建设作为提高企业管理水平和市场竞争力的战略任务来抓，率先垂范、亲自倡导、部署推动，自觉践行企业价值理念，为广大员工作出表率。领导班子成员都要自觉担当企业企业文化建设责任，各司其职，各尽其能，主动协助“一把手”做好分管部门企业企业文化建设工作。各部门、各单位要把企业企业文化建设作为一项重要指标，纳入对部门、单位及其主要负责人的考核评价体系，做到责、权、利有机统一。

2. 加强企业文化信息化数字化建设。积极推进企业文化数字化应用，不断加快发展企业数字创意、数字传播、数字教育、数

字演播等工具平台，促进企业价值理念的宣贯落地。积极拓展企业对外文化交流，展示企业形象。

3. 保障企业文化建设所需资源投入。要不断加大企业文化软硬件建设，为企业文化建设提供必要的资金支持和物质保障，包括创建信息网络传播平台、文化展示阵地、文化管理创新实验基地，配备专（兼）职人员，确保企业文化各项工作正常展开，保障企业文化各项活动有效实施。

中共金川集团股份有限公司委员会

2022 年 3 月 3 日