

金川集团股份有限公司企业文化部文件

金集企发〔2022〕1号

关于印发《金川集团公司企业文化建设工作 2021 年度总结暨 2022 年度计划》的通知

公司各单位、总部各部室：

现将《金川集团公司企业文化建设工作 2021 年度总结暨 2022 年度计划》印发你们，请结合实际认真抓好落实。

附件：《金川集团公司企业文化建设工作 2021 年度总结暨 2022 年度计划》

金川集团公司企业文化部企业文化室

2022 年 1 月 18 日



附件

金川集团公司企业文化建设工作 2021年度总结暨2022年度计划

2021 年度工作总结

一、重点工作任务完成情况

（一）新版官方网站全面改版上线。按照世界一流企业的标准，完成了公司官网设计、改版、核查备案信息上报等工作，新版官方网站于9月8日正式上线。全新升级后的官网从整体风格、应用功能、视觉领域等方面进行了优化升级，整合“金川采购”“金川集团有色金属新材料及化工循环经济产业园”及“人才招聘”等多个集团应用网站，使网站更加便捷化、综合化和人性化，更加凸显企业国际化、品牌化的发展理念，是集团打造世界级一流企业的响亮名片。持续完善集团产品种类和产品信息，及时完成集团公司网站新闻上传和信息维护工作。

（二）强化制度保障。制定下发《金川集团股份有限公司企业文化管理制度》《金川集团股份有限公司网站管理办法》，为高效落实企业文化建设工作提供制度保障。

（三）多渠道宣传推广企业文化。

1. **对内传播。**在公司党建网、金川集团客户端开辟专栏持续开展“讲好金川故事”宣传活动。在公司《镍都报》、电视台、党建网、微信公众号和金川集团客户端等媒体平台的显著位置刊

发企业文化内容。在公司办公楼、金川科技馆党建厅安装人民日报电子阅报栏两台，定期上传公司宣传海报七期。完成原创歌曲《大道金川》MV 拍摄及发布工作，展示金川精神风采，凝聚企业向心力，进一步激发全体员工光荣感、自豪感。

2.对外传播。在央视、甘肃卫视和中国新闻社、新甘肃、学习强国、凤凰网甘肃频道等媒体对公司进行全方位报道，积极提升公司知名度。向中国文化管理协会征集、上报公司原创作品并在光明网进行展示。完成《中国有色金属工业年鉴》《甘肃年鉴》《金昌年鉴（2021）》公司内容的撰写工作。编辑完成公司 2021 年册。

（四）规范使用视觉标识。按照公司企业文化大纲和视觉识别系统（VI）基本要素，规范并更新了企业标识及 LOGO、大门、厂房、道路标识和指示牌。先后对公司二级单位的宣传栏展板、网站、《智能中国》纪录片中公司素材等视频资料及标识牌进行审核检查。

（五）组织新员工开展企业文化培训。与职工培训中心共同对公司 2021 年新入职员工开展企业文化培训。

（六）配合策划设计各类展会。全力配合做好第二十七届“兰洽会”线上线下展馆、2021 年中国品牌日活动云上甘肃展馆和“全国人力资源大会”设计工作。完成公司第 24 次科技攻关大会邀请函设计制作及印刷工作。

（七）发挥平台作用展示公司企业形象。发挥金川科技馆作

为企业文化和企业形象展示平台作用，更新完善科技馆党建厅展板和情怀金川区展示文字内容，积极宣传公司品牌，进一步对外展示公司良好形象。加强交流学习，先后与中石油兰州石化公司、酒钢集团公司交流了企业文化和展厅设计。

（八）开展品牌培育工作。完成 2 项品牌培育课题，制定 2022 年度品牌建设工作计划，向各单位、各部室征集品牌故事、优秀案例。

二、存在的问题

一是是党群工作与企业文化建设工作兼容性不足，各单位对企业文化建设工作重视不够，开展工作形式、内容较为单一。

二是企业文化宣贯没有形成长效机制，全员没有形成统一的文化认同感。

三是负责企业文化工作的干部职工往往一人身兼多职，投入精力不足导致企业文化建设工作停滞不前。

四是未构建企业文化建设评估机制，对企业文化建设工作成果没有形成持续改进的良性闭环管理。

2022 年度工作计划

一、工作思路

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，以加强企业文化标准化、规范化建设为目标，促使企业文化建设

工作健康发展、持续发展、有效发展，推动文化落地更加扎实、品牌形象更加彰显，舆论引导更加有力，为集团公司实现战略转型提供强大文化支撑。

二、重点工作任务

（一）持续开展企业文化建设工作

1. 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，广泛深入教育宣导，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。

2. 更新发布视觉识别系统。通过视觉识别系统的更新和发布，为打造公司一流视觉文化环境，助力集团公司品牌建设，发挥集团公司企业文化引导力，提高集团公司在社会大众和国内外市场上的认知度与品牌价值奠定基础。

3. 策划举办企业文化主题活动。注重发挥工会、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，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。

4. 组织企业文化培训。建立并培训企业文化讲师队伍，开发编制企业文化培训课件，丰富企业文化培训课程，形成多层次的企业文化课程体系，有效促进企业文化宣贯与落地。

5. 开展企业文化建设考评工作。落实企业文化建设考核办法，做好企业文化建设年度考评工作。

（二）讲好金川故事、传播金川声音、展示金川形象

6. 围绕践行企业文化、履行社会责任、先进人物事迹等内容，充分发挥融媒体平台优势，做好宣传推广工作。加大对品牌故事的采写、宣传力度，侧重产品生产过程、聚焦品牌战略的目标客户体验、挖掘与合作伙伴（校企、院企合作）的优秀案例、传播金川海外的成功案例和故事，以提高金川品牌的影响力。

（三）开发建设国际对外传播平台

7. 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。

（四）开展品牌建设工作

8. 品牌宣传片的拍摄及推广。整合内部力量，通过和专业的媒体机构合作拍摄制作集团公司品牌宣传片。拍摄制作完成后将通过自有媒体（《镍都报》、金川频道、客户端、集团公司官网）、第三方平台（微博、微信公众号、抖音、视频号、学习强国）、第三方入驻号（央视视频、新甘肃号、今日头条号、凤凰入驻号）等多渠道进行发布，扩大集团公司的声誉和品牌影响力。对故事进行分类，根据分类在不同的媒体和平台做好故事宣传。遴选优秀的故事组织拍摄品牌故事短视频，通过自有媒体、第三方平台、入驻号做好金川故事的传播。

9. 加大产品宣传力度。利用拍摄产品宣传片、短视频、制作产品手册等方式进行产品宣传。聚焦主产品、新产品、高技术含量、高品质、高附加值、高市场前景的新材料产品，拍摄产品宣

传片，并通过集团公司官网、客户端和第三方平台及入驻号做好产品宣传片的推广。与涉及到产品品牌的单位合作拍摄短视频，做好产品的传播，寻找潜在的客户。

10. 品牌传播及推广。内部品牌传播及推广。组织宣讲团对品牌战略核心理念进行宣讲，使各个层级对于集团公司实施品牌战略的意义达成共识，体现品牌是企业生存发展的重要资产。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。征集优秀的品牌软文，通过品牌宣传周、品牌节等形式做好品牌软文的宣传和推广。

外部品牌传播。通过与媒体合作，借助外部媒体的影响力扩大品牌影响力。通过第三方入驻号做好品牌核心理念、品牌广告语的传播，提高用户黏度和品牌影响力。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，做好品牌宣传。

11. 品牌保护。针对传播、服务、对外合作、分销渠道及销售力量等方面，系统梳理可能发生失信行为的风险点，优化预防措施，防止失信行为损害品牌声誉。对公司舆情信息进行监控，构建负面信息的处理机制。持续优化危机公关流程，组织和协调危机处置。建立危机公关发言人制度，主动与新闻界进行沟通，

妥善进行谣言处理。

12. 制作 2022 年公司画册。画册是企业对外宣传的重要形式之一，主要呈现公司一年来在党建引领下各项工作取得的成果，彰显公司在发展过程中形成的文化底蕴，对展示企业形象具有重要意义。画册的制作由各单位、各部室根据内容规划提供基础资料、素材图片，企业文化室统一整合资料、图片，最终完成画册的设计制作。

13. 社会责任实践。做好社会责任体系建设；采写和收集公司社会责任的案例与报道，做好宣传推广。

14. 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。

15. 商标注册、保护及管理。对集团公司已注册的 132 件商标按照品牌类别进行系统梳理，做好商标的管理和续展；根据需要注册新的商标，并做好管理工作。