

浙江朗迪集团股份有限公司

企业文化管理制度

第一章 总则

第一条 为加强浙江朗迪集团股份有限公司（以下简称公司）企业文化建设，发挥企业文化在企业发展中的重要作用，增加员工对公司企业文化的认知程度，把企业文化推上公司战略管理日程，特制定本制度。

第二条 本制度适用于公司、全资子公司、控股子公司及具有重大影响的参股公司。

第三条 本制度所称企业文化，是指企业在生产经营实践中逐步形成的，为整体团队所认同并遵守的价值观、经营理念和企业精神，以及在此基础上形成的行为规范的总称。

本制度所指的企业文化主要涵盖以下 3 个层面：

（一）企业精神文化层面，包括愿景、企业核心价值观、企业精神、安全理念等；

（二）企业制度文化层面，包括企业的各种规章制度以及这些规章制度所遵循的理念，如人力资源理念、营销理念、生产理念等；

（三）企业物质文化层面，包括企业标识、刊物、文化传播网络等。

第四条 文化建设指导思想和发展目标

（一）指导思想

以服务企业发展战略为宗旨，植根公司企业文化，全面贯彻以人为本的管理思想，积极吸收借鉴现代企业的优秀管理成果，建设具有文化底蕴和时代精神的“朗迪文化”，为建设成为具有较强竞争力的现代化企业提供有力的文化支撑。

（二）发展目标

紧紧围绕公司发展战略，创造性地继承发展公司的企业精神和文化传统，将公司的理念文化、行为文化全面融入生产经营管理，形成文化与管理良性互动，促进企业核心竞争力不断提升；全方位塑造公司形象，进一步提升品牌效应，为促进员工全面发展，企业战略目标全面实现提供精神动力。

第二章 管理职责

第五条 集团办负责企业文化管理的领导工作。

第六条 企业文化建设是全方位、全员性的工作。公司所属各部门、子公司和员工负责公司企业文化的维护和本制度的贯彻执行。

第七条 部门职责

(一) 管理部门

1. 负责公司企业文化的日常管理工作。
2. 负责开展公司对内、对外的企业文化宣传工作。
3. 负责配合其他部门组织开展公司内的企业文化活动。
4. 负责公司网站内容的建设、维护与更新工作。
5. 负责组织年度企业文化评估。

(二) 人力资源管理部门：负责协助推进企业文化建设，通过企业文化培训等活动加强职工对公司企业文化的认同感，提升职工服务质量和忠诚度。

第三章 企业精神文化建设

第八条 公司企业文化

战略定位：专心、专业、专致于空调风机、风叶发展，成为国际专业制造商；

企业愿景：全面实施精品战略，成为国际知名品牌的名配角；

经营理念：以诚执业，以德治企；

企业精神：敬业创新、持续发展；

工作作风：快速反应、一齐行动；

质量宗旨：做好产品质量是最大的积德行善，把产品精良作为朗迪的代名词。

第四章 企业制度文化建设

第九条 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。公司员工应该严格遵照执行，若有违反，按相关规定予以处罚。

第十条 人力资源理念

（一）人力资源管理准则：人力资源管理的基本准则是公平、公正和公开。人力资源是公司成长的最基本要素，人力资源管理的首要目标就是提高员工素质、开拓员工职业发展空间、提高员工工作积极性；

（二）提高员工素质要从员工的招聘管理开始，加强员工工作积极性要从员工激励及员工的自我职业生涯发展做起，让员工充分发挥其价值，同时也得到合理评价并获得科学回报。具体操作参照公司《人力资源管理制度》相关规定执行。

第十一条 销售理念

企业产品占有一定的市场地位，是企业发展的核心目标。而品牌、质量、销售渠道、服务和市场份额是企业市场竞争中的关键要素。加强相关要素的管理是企业发展的重中之重。

（一）品牌管理：品牌就是价值。公司目前已具有一定的品牌知名度，加强企业的品牌管理是当务之急。通过每一位员工孜孜不倦的努力、持续不懈的创新，为品牌注入新的活力和价值，提升企业整体形象，充分发挥品牌的市场影响力和号召力，以无形资产驱动有形资产，从而增加企业的经济效益和社会效益；

（二）质量、服务管理：质量就是信誉。质量是产品得以在市场占一席之地的最基本保证，是产品的最好代言人，也是企业一直努力追求的目标。服务是企业的对外窗口，是企业整体形象的体现。产品质量与服务质量是保障企业长期发展和创立名牌的前提条件。可靠稳定的质量和优越的服务是市场竞争力的关键，也是企业持续发展的动力。全体员工应对产品质量检测严格把关，提高服务质量要求，使公司的产品质量、服务质量持续保持在一定高度，为企业的持续发展做出最基本的贡献；

（三）销售管理：建立全面的销售系统，包括：客户信用管理、客户关系管理、市场分析、竞争分析、产业研究信息等。客户信用管理机制可以减少呆帐、坏帐的形成；客户关系管理可以加强与客户之间的联系，在留住老客户的同时开发新客户，不断拓展销售市场，增强营销渠道管理，强化与客户群体的关系。市场分析、竞争分析及产业研究信息是抢占市场份额、把握有利竞争机会所必备的手段。

第十二条 生产理念

（一）在有效的成本控制下，在提高员工工作效率、加强生产技术和生产效

率的同时，实施对生产过程中安全的全面监控和安全关键设施的建设和维护，是生产控制的基本步骤；

（二）在保障员工合理待遇的基础上，有效降低管理成本和生产成本是管理部门的首要职责；

（三）加强岗位技能培训是加强生产技术和生产效率的有效办法，同时也是控制生产成本的可行方法。

第五章 企业物质文化建设

第十三条 公司是员工工作生活的家园，各位员工应该注重维持和营造干净、舒适的工作环境。

第十四条 员工作为公司整体形象的一部分，都应极力维护公司荣誉与利益，“从我做起，从小事做起”，保持公司的整体形象不受损害。

第十五条 公司企业文化宣传

（一）网络宣传是公司对外形象宣传的重要方式。集团办负责策划和具体实施；

（二）丰富多彩的企业文化娱乐活动是发展员工业余生活，提高员工积极性，加强员工生活质量，促进公司与员工之间的沟通的最好途径。集团办每年应制定年度活动总计划并编制活动预算，经营运副总审核，总经理审批后组织实施。年度活动计划外的活动安排，集团办制定活动安排，经营运副总审核，总经理审批后组织实施。

第六章 企业文化评估

第十六条 集团办应当不定期对公司的企业文化进行评估，评估的主要内容
包括：企业理念与价值观的认同情况、对领导决策和管理方式的认同情况、企业文化建设情况、员工忠诚度和员工满意度、顾客满意度、企业品牌建设情况和品牌认知度、对企业文化的改进建议等，并上报总经理，作为公司企业文化建设改进的重要依据。

第十七条 公司设有总经理意见信箱，方便企业员工与公司管理层的沟通，提出意见和建议，完善企业文化的建设。

第七章 附则

第十八条 本制度自公司董事会审议通过之日起正式生效并执行。

第十九条 本制度未尽事宜，遵照国家有关法律、法规、规章、规范性文件及《公司章程》执行；如与国家日后颁布的法律、法规或经合法程序修改后的《公司章程》相抵触时，按国家有关法律、法规和《公司章程》的规定执行，并及时修订本制度。

第二十条 本制度解释权归公司董事会。

浙江朗迪集团股份有限公司董事会

2017 年 10 月 24 日