

洛阳建龙微纳新材料股份有限公司

企业文化管理制度

第一章 总 则

第一条 为加强洛阳建龙微纳新材料股份有限公司（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 本制度适用于洛阳建龙微纳新材料股份有限公司及其控股子公司。

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:

1、企业精神文化层面,包括企业使命、企业愿景、经营理念、核心价值观等;

2、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,如质量方针、管理方针、客户观、产品观等;

3、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

1、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“建龙公司文化”,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。

2、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 公司总裁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

1、企管部：

负责公司企业文化的日常管理工作，公司文化建设应当融入生产经营全过程，切实做到文化建设与发展战略的有机结合，增强员工的责任感和使命感，规范员工行为方式，使员工自身价值在企业中得到充分体现。；

负责开展公司对内、对外的企业文化宣传工作；

负责配合其他部门组织开展公司内的企业文化活动；

负责组织年度企业文化评估，编制年度企业文化评估报告工作，评估报告中需明确评估的内容、程序和方法，严格落实评估责任制，避免企业文化建设流于形式，针对评估过程中发现的问题，研究影响企业文化建设的不利因素，分析深层次的原因，及时采取措施加以改进；

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。

2、信息化网络办公室：

负责公司网站内容的建设、维护与更新工作，促进公司文化建设在公司各层级的有效沟通，加强企业文化的宣传贯彻。

第三章 企业精神文化建设

第八条 公司企业文化：

公司以“打造分子筛国际一流品牌，实现建龙持续健康发展”为愿景，以“科技兴企、实业报国”为使命；秉持“科技创新、质量领先、顾客满意、持续改进”的质量方针、“团结、诚信、务实、创新”的企业精神，全方位提升企业良好品牌形象，树立建龙微纳标准，推动建龙微纳品牌成为具有全球影响力的分子筛品牌。公司关怀员工、重视员工权益，以关爱、培训、激励、发展等方式培养员工的归属感，为员工提供多种培训和管理与技术双通道的职业发展路径，激发工作热情，助力员工成长，并以此促进公司健康持续发展，逐渐形成了以“行稳致远、制胜未来”为核心的文化和价值观体系。

企业使命：科技兴企、实业报国；

企业愿景：打造分子筛国际一流品牌，实现建龙健康、持续发展；

经营理念：品质建龙、诚信永恒；

质量方针：科技创新，质量领先，顾客满意，持续改进；

管理方针：坚持追求卓越的人生价值，坚持精益求精的工作态度，坚持标准化、制度化建设，坚持科学化、人性化管理；

核心价值观：团结、诚信、务实、创新；

利益观：为客户创造利益，为员工创造价值，为社会创造财富；

客户观：提供优质产品，满足个性需求；

产品观：质量是生命，创新是灵魂；

人才观：厚道做人，专业做事，人尽其才，才尽其位；

团队观：和谐、合作、提升、共赢；

发展观：科技创新，与时俱进，引领行业发展。

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

1、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。

2、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。

1、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

业的品牌管理是重中之重。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，引领行业的发展方向，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。

2、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，是企业整体形象的具体体现。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。全体员工应牢固树立用户是上帝的观念，对产品质量严格把关，提高服务质量为企业的持续发展做出最积极的贡献。

3、销售管理：建立健全销售体系，主要包括：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。要利用客户信用管理机制减少呆帐、坏帐的形成；利用客户关系管理加强与客户之间的联系，在让老客户满意的同时开发新客户，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。要利用市场分析、竞争分析及产业研究信息等手段，抢占市场先机，提高市场份额。

第十二条 生产理念

1、在有效的成本控制下，要通过实施信息化、数字化、智能化等措施，提高工作效率、促进技术创新，实现生产系统的安全、稳定、长周期运行。

2、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。

3、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

1、网络宣传是公司对外形象宣传的重要方式。信息化网络办公室负责策划和具体实施。

2、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。工会与办公室每年应制定年度活动总计划并编制活动预算，经分管副总裁审核，总裁审批后组织实施。年度活动计划外的活动安排，企管部、办公室制定活动安排，经分管副总裁审核，总裁审批后组织实施。

第六章 企业文化评估

第十六条 企管部应当不定期对公司的企业文化进行评估，企业文化评估，应当重点关注公司董事、监事、经理和其他高级管理人员在企业文化建设中的责任履行情况、全体员工对企业核心价值观的认同感、企业经营管理行为与企业文化的一致性、企业品牌的社会影响力、参与企业并购重组各方文化的融合度（如有）、员工对企业未来发展的信心，以及对企业文化的改进建议等，并上报总裁，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 本制度由董事会制定并解释，经董事会批准之日起生效。

第十九条 本制度接受中国法律、法规、中国证券监督管理委员会或其授权机构公布的规范性文件、上海证券交易所的有关规则以及本公司章程的约束。本制度未尽事宜，依照有关法律、法规的有关规定执行。本制度与有关法律、法规和上海证券交易所的有关规定不一致的，以有关法律、法规和上海证券交易所的规定为准。

洛阳建龙微纳新材料股份有限公司

二〇二二年三月九日