

构建特色文化品牌 追求行业卓越标杆

浦银安盛基金管理有限公司企业文化建设方案

企业文化是企业发展历史的积淀，更是经营发展精神的传承。建设良好的企业文化对于传承和发展企业精神，积淀和凝聚公司价值观，指导和引领公司实现高质量发展具有重要意义。良好健康的企业文化是长期稳健经营发展的底气所在、力量之源，将为员工、企业提供价值引领和精神支撑。而企业文化建设作为实现力量凝聚、战略导向、精神激励、风险约束的重要抓手，是企业核心竞争能力的体现和外化，将护航公司规范化经营，引领公司实现可持续发展。

结合公募基金行业经过二十年的发展，通过夯实行业发展基础和行业文化基因，已初步形成自身的特色行业文化，但同时也出现了对企业文化建设认识重视不够，缺乏内在主动性，行业文化软实力与基金行业管理规模等硬实力指标矛盾突出问题。在党中央的决策部署下，结合公募基金行业发展的最新形势，作为基金公司，应该统一思想，凝聚共识，在深刻总结行业发展规律和特征基础上，从战略高度充分认识文化建设的必要性，重塑行业文化环境和时代内涵，为加快建设“合规、诚信、专业、稳健”的行业文化主动承担起企业文化建设责任，为中国资产管理行业的长期可持续发展提供价值引领和精神支撑。

浦银安盛基金经过十多年的稳健发展，以领先资产管理机构、多元化财富管理平台、专家型学习组织为战略发展愿景，坚持持续锻造核心竞争力发展经营理念，在市场地位、管理规模、业务布局、客户结构方面都有显著提升。在企业文化建设方面，构建了完善的公司使命、愿景和价值观体系，并落实坚守发展底线的合规文化，保障公司长期可持续发展。在深入学习党中央国务院决策部署、国务院领导同志重要批示精神及易会满主席讲话精神的基础上，积极响应建设健康行业文化生态的指导要求，根据公司的发展实际，进一步全面深化落实建设方案和实施路线，健全文化建设配套制度和改进计划，积极推动自身文化建设品牌创建。现将新时期下公司企业文化建设方案汇报如下。

一、 企业文化建设指导思想

合规稳健为先，专业诚信为本，聚焦长期可持续。结合证券基金行业文化建

设工作最新指导要求，以贯彻企业文化建设方案为统领，统筹规划、整体联动、多策并举，持续推进包括文化理念、配套制度文化等内容文化建设，努力形成员工高度认同、自觉遵循的，具有浦银安盛基金特色和行业影响力的企业文化，推动文化建设和企业管理运营深度融合，为公司长期稳健经营奠定坚实基础，真正实现企业文化的自觉与自信。

突出公司特色、追求行业卓越。在企业文化建设中突出企业鲜明个性，重点挖掘、提炼、升华公司特色化、具备长期生命力的文化内涵，同时体现出时代的先进水平和行业的价值诉求，让员工对能够对公司差异化特色、同时具备行业卓越性的企业文化产生共鸣，实现价值融合，推动企业文化的不断健康发展。

二、 企业文化建设基本原则

突出合规经营底线原则。合规经营始终是基金公司生存发展不可逾越的底线，更是长期稳健发展的基石，在企业文化建设中，严格落实合规风控要求，搭建内生性合规风控体系，提升合规经营发展水平，奠定稳健发展的良好基础。逐步建立了“部门自控、部门互控、专业监控、高层管控”四道风险防线体系，并不断优化内控环境和制度保障，以员工合规绩效考核为重点抓手，贯彻落实合规稳健成为企业文化的最重要核心内涵。

突出战略发展融合原则。企业文化作为行稳致远的立身之本，将与公司发展战略紧密相连，以战略性高度赋予企业长期发展内源动力。公司将始终致力于成为领先的现代资产管理机构、多元化的财富管理平台和专家型的学习组织为发展愿景，不断打造“多资产管理专家”的战略定位。围绕公司战略发展目标，及时完善文化建设工作思路和建设方案，最终以文化建设护航公司规范化经营，以文化积淀引领公司跨越式发展。

突出社会责任导向原则。服务实体经济，不忘行业初心。回归资本市场服务实体经济的本源，不断提升服务实体经济供给侧结构性改革的质效。紧扣供给侧改革主线，发挥专业机构投资者作用，研发设计不同风险等级和收益特征的特色化产品，为资本市场提供丰富的配置选择和投资工具，满足金融服务实体经济的要求。强化价值投资、长期投资的发展理念，充分关注环境、社会和公司治理责任。以企业文化建设引领投资者教育，逐步建立多层次、多元化投资者教育体系，

推进价值投资文化理念落地。

突出长期可持续原则。企业文化建设以“布局长远、持之以恒、循序渐进”为基本发展思路，作为公司的重要基础工程，持续性探索和加大资源投入力度，制度化、标准化落实文化建设方案，提炼和固化成为行业可复制、可推广的典型文化建设标杆。业务发展坚持持续为持有人创造回报为目标，贯彻落实长期投资回报作为投资文化理念。

三、 企业文化建设总体目标

根据行业文化建设的内涵指导要求，根据浦银安盛基金自身的差异化企业文化建设方案，拟定公司企业文化建设分为初期建设目标、中期建设目标、远景建设目标。

初期建设目标：通过启动企业文化建设方案，在一年内将达到以下目标。

- (一) 明确的公司企业文化核心理念与核心内涵；
- (二) 拥有良好的企业文化建设工作纲要和实施方案；
- (三) 全体员工对企业文化核心内涵拥有良好的认知度；
- (四) 合规稳健、专业诚信、长期导向等发展理念以对业务形成理念指导；
- (五) 完成企业文化建设组织管理、员工动员等工作部署。

中期建设目标：根据企业文化建设最新方案要求，未来 2-3 年实现重点举措全面落地。

- (一) 拥有明确的企业文化建设的路线图和重点举措；
- (二) 企业文化实施的的制度保障已全面落实；
- (三) 在考核管理、选人用人、职业操守等文化建设关键环节形成有效的推进机制；
- (四) 完成企业文化各类信息系统建设，同时形成内部文化践行先锋模范标杆；
- (五) 外部宣传有效推进，对投资教育、投资理念输出、行业文化内涵等形成有效支撑。

文化建设远景目标：具备行业差异化特色，同时是行业企业文化建设的卓越标杆。

基本建成与业务发展、行业发展相适应的企业文化制度机制和生态体系。形成浦银安盛基金自身企业文化建设品牌与行业差异化特色，企业文化建设成为全体员工的共同价值诉求，成为引领公司创新发展的精神力量，企业文化品牌的影响力成为公司发展的竞争优势。

四、 文化核心理念内涵

公司使命：创造可持续价值，为客户提升财富价值，为员工实现自我价值，为社会贡献金融价值；

愿景：领先的现代资产管理机构、多元化的财富管理平台、专家型的学习组织；

核心价值观：奋斗、自主、专业、协同；

组织氛围：高效、开放、合作、进取；

员工形象：正直、自信、专注、激情、创新；

品牌主张：多资产管理专家。

五、 企业文化建设落实的关键举措

（一）强化与党建工作领导结合，落实组织管理职责

1. 以党建为引领，实现与企业文化建设的有机结合

通过与党建工作融合，树立企业文化自信。企业文化是企业发展历史的积淀，更是经营发展精神的传承。以企业文化建设为载体开展党建工作，不仅能够增强党建工作的吸引力与感染力，成为党建工作创新的新渠道，同时党建工作也进一步保证了企业文化建设的正确方向，能更好地传承企业发展精神，让企业文化基因持续厚植，让企业文化迸发新活力。

党员发挥先锋表率作用，打造践行企业文化的排头兵。发挥党员在企业文化践行中的先锋模范作用，通过工作机制的完善、组织保障的强化和人文关怀的实施充分管理党员以发挥党员的先锋模范作用，充分发挥党员先锋模范的号召力、影响力。引导员工主动与先锋模范对标，党支部通过各类会议、网络媒介，将榜样的力量传递到每位员工心中，鼓励全体员工在自己的工作岗位上进行党员模范对标，不断激发员工践行企业文化和核心价值观的激情与热情。

2. 分别设立领导与工作小组，加强组织管理职责

为建立与企业文化落地要求相适应的组织架构和责任机制，将专设企业文化领导小组与企业文化工作小组，分别作为职能管理和统筹规划部门，相关部门成员负责推进落实具体工作计划，形成部门协作配合、分工明确的企业文化工作网络，保障企业文化建设顺畅运行。

公司成立企业文化领导小组与企业文化工作小组。企业文化领导小组由公司总经理担任组长，其余高管为副组长。领导小组职责方面，公司总经理为企业文化建设的**第一责任人**，承担企业文化建设的首要责任。公司其余高管负责各分管条线的企业文化建设的管理工作。

企业文化工作小组由督察长担任组长，工作小组副组长由战略创新部和市场部负责人担任，工作小组成员还包括法律合规部、人力资源部、综合行政部等各部门负责人及相关业务人员。工作小组职责方面，督察长负责对企业文化建设的合规有效性进行监督。根据公司的战略目标和计划，负责审定公司企业文化建设方案及其工作计划、运行保障机制。利用各种渠道，对公司进行企业文化的宣导推广。组织开展企业文化宣传教育活动，组织开展企业文化交流活动等。定期对企业文化建设工作进行效果分析。

企业文化建设工作职责落实方面：

战略创新部承担根据公司发展战略，负责制定企业文化建设的工作规划。协调各部门企业文化建设的资源配置工作；推动公司企业文化建设工作的落实执行。

市场部主要负责公司《企业文化手册》编写制定修改工作；负责公司企业文化宣传相关文字材料的编写工作；负责外部宣传渠道的联络和供稿工作，传播企业文化等。

法律合规部主要职责为合规文化与稳健经营理念融入公司企业文化建设内容；负责新员工入职的法律合规培训和考核；对公司各项企业文化建设、宣传、培训活动提供法律合规支持，确保各项活动合法合规、平稳开展。

人力资源部主要负责依据公司企业文化建设计划和预算，制定年度企业文化培训活动并组织实施；组织实施公司各项企业文化团建活动、专题宣传活动和赞助捐献活动等，利用活动宣传企业文化；负责公司企业文化建设方面的考核管理工作；负责员工的企业文化培训、考核档案管理等。

综合行政部主要职责为负责公司企业文化内部传播渠道的协调工作；负责公

司内部企业文化信息动态和公司的宣传栏、板报、标语的编写、制作张贴等工作等。

(二) 落实制度保障，实现企业文化建设基本制度化、规范化

强化制度承载，规范完善企业文化建设配套制度，以保证长期、深入、富有成效文化建设开展。首先要建立企业文化建设制度，加强规范企业文化建设中的组织管理、建设方案、建设途径、文化培训、建设奖惩等制度指引。进一步厘清和落实文化建设工作责任，切实将文化建设融入经营管理的各项工作、各个岗位、各个环节，并将其纳入党建工作、干部管理和各项活动之中。其次，持续推进制度动态调整和细则机制不断优化，逐步将文化建设内容嵌入固化到具体业务操作中，着力提升制度的约束力和执行力。

持续完善企业文化建设常态化机制流程。文化建设工作作为战略性工作任务之一，将嵌入到公司及部门的年度经营计划方案中，由各部门负责人进行内部文化推进和反馈交流，并提交当年该部门的文化建设规划和需求，内容包含建设目标、企业文化活动安排、培训计划、经费预算等，计划和预算经相关部门会审后提交分管高管审核并报请公司执委会审批。允许设立企业文化建设专项经费并纳入财务预算，为企业文化建设提供必要的资金支持和物质保障。

(三) 构建底线思维与合规文化内涵，确保公司各项业务合规稳健经营

全面提升内控合规管理水平，基本形成高效的内控合规文化。坚持加强风控文化宣贯，持续提升全员合规意识与防控能力。通过开展法律风险警示教育、完善考核管理办法、推行定期内控知识检测等，切实将合规防控宣传教育工作落地，实现责任与岗位职责一体化。配合频繁变更的业务环境和高速发展的公司氛围，加强对各类监管政策新规及其影响进行剖析，在公司内及时组织宣导培训开展对行业中发生的合规或风险重大事件进行跟踪剖析。同时把构建信息化平台作为合规系统运行的重要载体，通过标准化和流程化运作，开展风险识别、分析、测评等工作，实现业务有效衔接、信息实时传递，确保防控体系有效落地，以信息化手段推动合规管理长效机制的建立。

(四) 坚持问题导向，落实企业文化建设执行过程中的关键环节

构建激励与约束相容、长期与短期兼顾的绩效考核评价体系。以倡导中长

期投资管理、价值责任投资为目标，不断健全和改进完善业务考核评价体系和薪酬分配机制，充分发挥企业文化的正向激励作用。适当加大内控评价结果、风险控制效果在绩效考核中的比重，以利益分配机制引导主动符合员工职业操守和企业核心理念。同时，加大对业务部门拉长考核周期、薪酬递延发放、员工持股计划等新型管理办法。推进公司整体业务经营管理的战略与文化导向作用，企业文化领导小组定期不定期地深入各部门指导督促文化建设工作，加强过程控制、检查监督和考核评价，将文化建设措施与成效纳入内控评价及年度综合考评。

以人才管理为文化落脚点，构建差异化、针对性人才培养体系。首先应对公司业务发展所需人才形成前瞻性洞察，在公司人才盘点基础上建立分级人才库，并制定相应的培养、考核、激励机制进行差异化、针对性管理，进一步设计满足公司业务发展的需要、人力资源实际情况的分层次培训体系。积极倡导终身学习发展理念，积极致力于优秀人才的培养和队伍素质的提升，强化对员工思想道德、行为习惯等方面的培养。通过知识竞赛、座谈讨论、撰写心得等多种方式促进员工学习企业文化，并鼓励各部门创造性地采取灵活多样的形式组织本部门的企业文化学习。

恪守职业道德防线，建立职业操守准则规范。突出加大职业道德教育在员工培训和高管任职资格评定中的权重，把合规、诚信、专业、稳健的理念和要求融入到员工的全过程管理。依据公司企业文化培训要求，每年由人力资源部统一组织员工参加企业文化考试，考试成绩将与员工绩效直接挂钩。针对考试不合格者，当年绩效不能为 A；考试不合格者给予一次补考机会，补考仍不合格者当年绩效等级不能为 B 及以上。同时，进一步规范企业职业规范、行为指南、道德准则、形象风貌、行为高压线、企业文化案例集等行为指引，提升员工规范文件的完整性。

(五) 落实企业文化宣传推广，构建健康行业文化生态

统筹使用宣贯、培训、传播、激励、约束等手段，全方位宣传企业文化精神与理念。新设企业文化宣传专栏，通过办公室视觉元素的使用及微信平台进行文化渗透。建立和拓宽企业文化传播机制，依托公司线上和线下培训平台，分期分批对各部门和员工进行企业文化培训，把企业文化作为员工学习和岗前、岗位

培训的必修课程。同时，充分利用公司官网、微信公众号、微博号、APP 等新媒体平台等有效载体，持续做好品牌宣传工作，包括节气/节日品牌海报、H5 活动等。

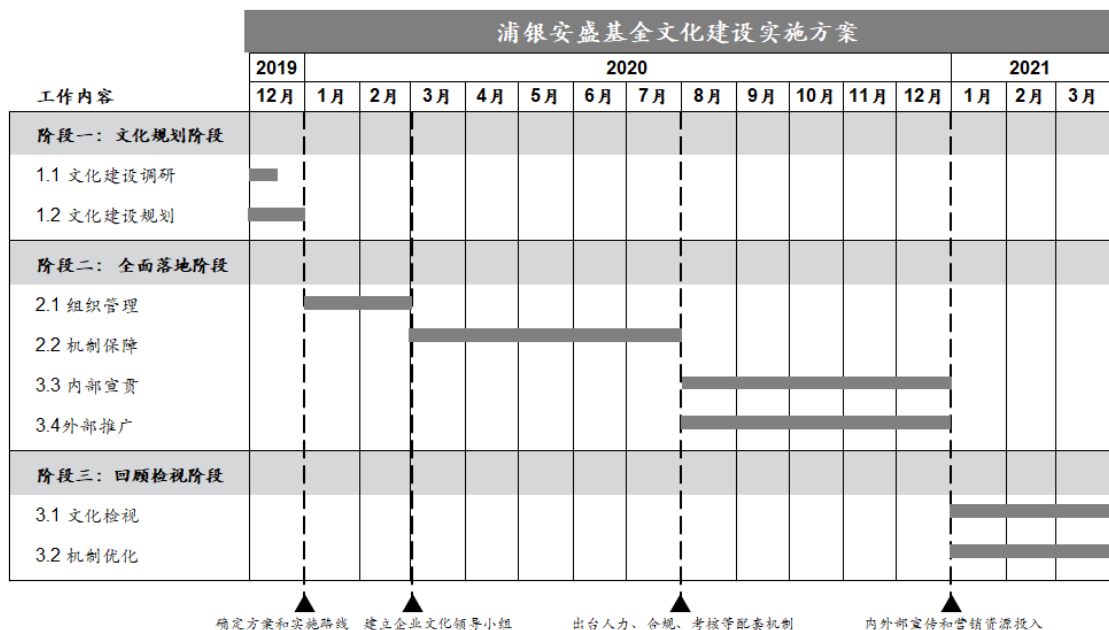
组织投资者教育等社会责任活动，丰富企业文化建设活动。对外宣传将遵循和倡导健康良好的基金行业文化，树立良好的企业责任形象。定期组织行业文化宣传、文化专题交流等外部论坛和会议，提升行业文化理念普及和宣传力度。同时，积极组织员工开展志愿与公益活动，身体力行履行社会责任。以固定化、标准化的文化宣导活动及形象对外渠道进行展示，确保文化传承的一致性及标杆示范作用。

六、 企业文化建设的实施步骤

根据证券基金行业文化建设工作纲要和内部文化建设路线图，建设方案将分为三阶段实施：

至 2019 年 12 月为企业文化建设规划阶段，这阶段主要通过内部文化调研和顶层规划，总结发展思路和建设目标，执委会通过确定企业文化建设统领方案；

自 2020 年 1 月至 2020 年 12 月为全面落地和实施阶段，重点工作为逐步完善企业文化配套保障机制和落实关键举措，主要工作模块涵盖组织管理、机制保障、内部宣贯和外部推广四项任务，包含提出文化建设工作纲要、发布企业文化宣传手册、专设企业文化领导与工作小组等举措；



2021 年为回顾检视阶段，这一阶段基本建成与公司业务发展相适应的企业文化机制和生态体系，自此不断强化、巩固文化建设成果，持续推进行业文化建设。

建立文化回顾机制，定期检视和优化以实现闭环管理。企业文化建设需在探索中、试错中逐步调整优化，基于外部环境、战略愿景及内部管理现状对价值观需求等因素，动态调整核心理念和价值观体系，对文化建设存在差距的地方进行及时改进。初期建立的配套机制需通过实际业务运行检验，在实践中不断探索和发展企业文化建设。

浦银安盛基金管理有限公司

二〇一九年十二月