

丽江玉龙旅游股份有限公司

企业文化管理制度

第一章 总则

第一条 为加强丽江玉龙旅游股份有限公司(以下简称“股份公司”或“公司”)企业文化建设,有效推进企业文化管理的各项工作,鼓舞和激励公司员工,根据《企业内部控制基本规范》及《企业内部控制应用指引第5号—企业文化》相关规定,特制定本制度。

第二条 公司企业文化建设工作的总体目标:本着把公司做大、做强、做优,打造成滇西北旅游行业最具产业链竞争优势的旗舰企业的发展目标,提倡“锐意进取,不断超越”的企业文化,把握机遇,迎接挑战,增强公司的竞争实力,不断把公司的发展推向新的阶段。

第三条 企业文化管理应关注的重大风险:

(一) 缺乏积极向上的企业文化,可能导致员工丧失对企业的信心和认同感,企业缺乏凝聚力和竞争力;

(二) 缺乏开拓创新、团队协作和风险意识,可能导致企业发展目标难以实现,影响可持续发展;

(三) 缺乏诚实守信的经营理念,企业外部对企业认同感可能减弱,企业内部可能导致舞弊事件的发生,造成企业损失,影响企业信誉;

(四) 忽视企业间的文化差异和理念冲突,可能导致并购重组失败。

第四条 本制度适用股份公司及下属公司。

第二章 企业文化管理组织体系

第五条 总经理办公会的职责：

- （一）在战略规划决策审议中注意关注对企业文化规划的审议，监督企业文化发展规划的实施；
- （二）审批公司各项企业文化管理制度；
- （三）审批公司企业文化发展规划；
- （四）审批公司企业文化年度工作计划；
- （五）对相关企业文化的各项重大事项进行决定。

第六条 行政管理部的职责：

- （一）拟订并组织实施公司各项企业文化管理制度；
- （二）拟订并组织实施公司企业文化发展规划；
- （三）拟订并组织实施公司企业文化年度工作计划；
- （四）拟订并组织实施公司涉及企业文化、企业形象的对内对外宣传工作规范及具体方案，并监督执行；
- （五）组织公司企业文化的实施、培训、推广、检查、考核、评估、改进和相关的企业文化活动等工作。

第七条 各下属公司行政管理部全面负责本单位企业文化建设工作。主要责任包括：

- （一）制定本公司企业文化建设工作计划并加以落实；
- （二）协助股份公司行政管理部进行企业文化建设工作，大力支持员工参加股份公司组织的各项企业文化相关活动；
- （三）结合公司实际开展企业文化建设工作，努力形成有特色，有深度的公司子文化。

第三章 企业文化内容与手册

第八条 企业文化手册的内容及拟订。公司企业文化手册由

公司行政管理部拟订。公司企业文化手册应包括但不限于企业文化目的、企业文化作用、企业文化特性、企业文化与员工关系、企业文化目标、企业文化内容（企业历史、荣誉、使命、感动事迹、企业宗旨、发展远景、经营方针、核心价值观、人本哲学、企业精神、企业作风、企业速度、企业宣言、经营理念、管理理念、职业理念、企业格言、创新观、效益观、警示事项、道德规范、行为准则、执行力、企业形象等）。

第九条 企业文化表现形式。

公司企业文化应当是由企业领导层倡导，全体员工共同遵守的文化传统和不断革新的一套行为方式。它体现为公司的价值观、经营理念和行为规范，渗透于公司的各个领域。

（一）物质层企业文化。公司企业文化的第一层，又称物质文化、企业文化器物，包括但不限于公司服务、旅游环境、建筑物、广告、演出舞台、产品包装与设计等。它是公司企业文化的外在表现形式，通过对相关器物的设计，可以直观、生动地表现公司企业的核心思想。物质层的构建由行政管理部牵头，各部门参与共同设计和贯彻。

1. 公司企业文化器物系统包括如下内容：企业名称（全称、简称）、企业标识、品牌标志图案、企业标志标准字体、标准色、组合规范、辅助图形、企业象征图案、企业宣传标语、企业容貌。

2. 公司企业文化器物系统应用范围包括：办公用品、事务用品、企业证照、文件类、交通运输工具类、指示、标识类、广告展示陈列类、商品及包装类、服饰类、公司出版物、公司礼品、公司网页、其他。

（二）行为层企业文化。公司企业文化的第二层，又称行为

文化，指员工在工作、生活、社会、家庭、学习等活动应遵循的各项规范与形象。具体涵盖企业集体行为，企业领导的行为，企业先进模范人物的行为，企业员工的行为等。行为层由行政管理部组织，由全体员工参与。

（三）制度层企业文化。公司企业文化的第三层，又称制度文化，是公司企业文化理念的表达和规范，主要包括企业领导体制、企业组织机构和企业管理制度、企业民主制度。

公司的制度文化应当涵盖下述三个领域：

1. 企业文化核心理念规范，对企业文化核心理念进行设计，是企业思想文化塑造的基础。

2. 企业员工行为规范。对公司员工行为规范进行设计，是企业行为文化塑造的基础。

3. 企业特殊风俗制度。对内工作上，要对公司教育培训、礼仪仪式、服饰、体态语言、工作场所相关规范做出规定；同时对纳西族、白族、彝族等当地少数民族员工，在工作中要尊重其宗教信仰，民族传统；在对外工作上，要对公司营销观念、服务规范、公共关系、银企关系、公益活动、文化传统做出规定，是企业风俗文化塑造的基础。

（四）精神层企业文化。公司企业文化的第四层，又称精神文化，是企业文化的核心层。指企业在生产经营过程中，受一定的社会文化背景、意识形态影响而长期形成的一种精神成果和文化观念。包括企业精神、企业经营哲学、企业道德、企业价值观、企业风貌等内容，是企业意识形态的总和。精神层面应由公司核心领导层倡导，并由公司管理层贯彻。

第四章 企业文化建设管理

第十条 企业文化总结与提炼。行政管理部是公司企业文化的归口管理部门，需充分调研国内外先进企业文化，总结公司的经验和特点，按惯常的企业文化内容及适用性、有用性逐项提炼、总结、升华公司的企业文化。

第十一条 企业文化建设的主要途径包括：领导垂范、宣贯培训、舆论导引、行为激励、利用事件、活动感染、形象塑造、建立示范、打造品牌。

（一）领导垂范：各级领导者应深刻理解公司文化，言谈举止对公司的企业文化建设起到重要的示范作用，通过说服、协商、参与、命令、榜样等方式有意识地将文化融入日常行为，以身作则，推广企业文化；

（二）宣贯培训：企业文化培训纳入全员必修课程，重点加强对新入企员工、年轻管理者的企业文化培训，不断创新企业文化培训激励机制；

（三）舆论导引：不断丰富企业文化的展示传播渠道，利用宣传栏、报刊、丛书、微博、微信、小红书等各种载体，对公司的价值理念和行为准则进行宣传 and 引导，形成企业文化宣传的良好氛围；

（四）行为激励：对于在公司活动中充分体现公司精神、作风的行为给予奖励和表彰。以强化员工对企业文化的理解和认同，将企业文化逐步内化为员工的理念；

（五）利用事件：重要事件是表明公司态度、宣传企业价值理念的良好机遇，明确体现了企业文化。各部门应密切配合公司的行为和表态，把握公司内外部的重大事件的发生时机，以具体

行动表明公司的理念；

（六）活动感染：开展各种企业文化主题活动，不断丰富活动的内涵、形式和载体，满足员工日益丰富的精神文化需求。开展贫困帮扶、奖优助学、志愿服务等文化公益行动，履行社会责任；

（七）形象塑造：形象与文化密切相关，树立和传播公司的形象可以引导和约束员工的行为。注重加强员工对公司形象认知，各项工作必须严格遵循公司形象的相关规定，自觉维护公司形象；

（八）建立示范：通过评选企业文化示范单位，为各级企业文化建设提供标杆，为公司企业文化对内交流和对外展示提供窗口；

（九）打造品牌。以文化品牌建设促进企业文化与重点工作的结合，逐步完善公司文化品牌，打造形成富有本单位特色的文化品牌。

第十二条 调研分析。行政管理部在开展企业文化工作中，需深入实际调研分析，了解员工的思想动态，分析公司所处行业的特点，广泛听取公司各个层面的意见和建议，提炼公司企业的核心思想，使公司的企业文化理念能够切合实际，对公司的发展起到重要的推动作用。

第十三条 打造核心品牌。公司需培育体现企业特色的发展愿景、积极向上的价值观、诚实守信的经营理念、履行社会责任和开拓创新的企业精神，以及团队协作和风险防范意识，打造以主业为核心的企业品牌，形成整体团队的向心力，促进企业长远发展。

第十四条 融入生产经营。企业文化建设要融入生产经营全

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发展中得到充分体现。

第十五条 各部门及下属公司支持配合。公司各部门及下属公司应对公司企业文化管理工作提供充分支持和密切配合，积极提供建议和意见。

第五章 企业文化遵从、推广与实施管理

第十六条 文化遵从。企业文化管理部门要促进文化建设在内部各层级的有效沟通，加强企业文化的宣传贯彻，确保全体员工共同遵守。

第十七条 公司企业文化管理应通过对文化理念及行为准则的培训、宣传和实践，统一员工的价值观，使广大员工认知和认同企业文化，并自觉渗透到日常经营的各项活动中去。

第十八条 企业文化管理部门应不断推进企业文化，让企业文化落地生根，员工不仅对企业文化理念能准确理解，还能付诸行动，通过增值服务来提升个人的价值，营造全员参与的创新文化氛围。

第十九条 企业文化活动。企业文化管理部门应通过各种企业文化活动推动企业文化的实施。公司企业文化管理部门应积极通过各种营业推广、内部刊物、公司网站、各项活动，结合和公司公开信息披露等相关渠道和措施加强企业文化宣传、推广工作。

第二十条 宣传过程中的监督指导。公司各部门在开展对内对外宣传工作时，必须充分考虑到公司企业文化的要求，不得违反公司企业文化相关规定，企业文化管理部门负责公司各部门宣传工作并进行监督和指导。

第二十一条 宣传审核。各下属公司在开展对外宣传时，必须将宣传内容上报公司企业文化管理部门审核，并会同公司其他相关部门开展工作。

第二十二条 推广检查。公司企业文化管理部门应做好企业形象推广工作和企业标志标识使用规范的工作。

第二十三条 推广注意事项：

（一）企业文化手册是公司企业文化传播最重要的载体之一。要求员工认真学习，理解到位，遵守到位，并实践这些文化理念；

（二）企业文化需要在日常工作中反复宣讲，反复强调。除了专家及公司领导进行定期讲解外，还要求部门负责人利用例会等时间进行专门讲解。宣讲一定要结合实际案例，不能空谈。同时要求将企业文化精神落实在工作中去。以企业文化理念标准来规范工作，衡量工作；

（三）公司企业文化管理部门应通过报刊、杂志等多种形式来诠释公司企业文化理念。不断培养关注公司的潜在客户群体，最终达到宣传公司产品、公司产品的目的；

（四）企业文化的传播、企业文化氛围的营造是企业文化推广、遵从最重要的工作，公司企业文化管理部门应做好企业文化传播、企业文化氛围营造等工作。

第六章 企业文化与人力资源

第二十四条 员工企业文化培训。公司文化理念明确之后，必须要内化于心、外化于行。为达到这个目的，公司企业文化管理部门应定期对员工进行企业文化培训，并通过考试、抽检等形式检查培训结果。

第二十五条 管理层主导和带动。公司董事、监事、经理和其

他管理人员要在企业文化建设中发挥主导和模范作用，以自身的优秀品格和脚踏实地的工作作风，带动影响整个团队，共同营造积极向上的企业文化环境。

第七章 企业文化的评估

第二十六条 构建企业文化评估制度。公司企业文化管理部门要着力构建企业文化评估体系，建立企业文化评估制度，明确评估的内容、程序和方法，定期（1-3 年为一个评估周期，也可和企业的战略规划周期相一致）对企业文化建设工作以及取得的进展和实际效果进行检查和评估，避免企业文化建设流于形式。

第二十七条 评估关注内容：

（一）董事、监事、总经理和其他管理人员在企业文化建设中的责任履行情况；

（二）全体员工对企业核心价值观的认同感；

（三）企业经营管理行为与企业文化的一致性；

（四）企业品牌的社会影响力；

（五）员工对企业未来发展的信心等。

第二十八条 企业文化评估原则：

（一）全面评估与重点评估相结合，注重评估指标的导向性。要突出关键指标，确保评估指标的可操作性；

（二）定性与定量相结合，注重评估方法的科学性。要根据评估内容和指标功能，量身定制不同的评估标准；

（三）内部评价与外部评价相结合，注重评估结果的有效性。

第二十九条 企业文化评估结果：

（一）公司管理层、董事会要重视企业文化的评估结果，巩固和发扬文化建设成果，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；

（二）要结合公司发展战略调整以及公司内外部环境因素的变化，着力在价值观、经营理念、管理制度、品牌建设、企业形象等方面持续推动企业文化创新。

第八章 企业文化创新和融合

第三十条 公司根据企业文化诊断的结果，筛查企业文化建设的缺陷、以及与公司、社会环境发展已不能相适应的部分，适时发展和创新企业文化。

（一）行政管理部分析和诊断企业文化评估结果，发现企业文化存在问题的，应根据社会环境变革及企业自身发展的要求，重新定位企业文化，进行创新实践，各下属公司、部门积极参与，形成各方共识的企业文化；

（二）新的企业文化形成后，行政管理部要推广新的企业文化，通过树立典型事件和典型人物，进而建立企业文化创新体系，企业各部门要积极配合和践行新的企业文化，以适应企业发展的需求，促进企业发展。

第三十一条 企业在兼并收购新机构、新企业的过程中，应注意诊断和评估它们与公司已有企业文化的差异，并考虑企业文化与新机构、新企业的适应性，通过宣传、培训、引导、感化等途径，推进新兼并重组企业文化与公司企业文化的融合。

第九章 企业文化与考核

第三十二条 公司从经营业绩、客户满意度、员工忠诚度三个维度来考核，考核的目标也就是企业经营业绩、客户满意度和员工忠诚度的不断提高。

第三十三条 公司企业文化管理部门应针对企业文化管理职责的履行、员工对企业文化制度的遵从建立考核标准、考核办法和考核措施。

第三十四条 公司企业文化管理部门未能充分履行企业文化管理职责的，应按公司管理制度规定进行处罚。

第三十五条 公司员工严重违反企业文化相关管理制度的，应按公司管理制度规定进行处罚。

第三十六条 对公司员工重大过失或有意伤害公司形象的，公司应追究其责任，涉及违法的，应按法律程序进行责任追究。

第十章 附则

第三十七条 遗漏与冲突处理。本制度未尽事宜或与法律、法规、规章、公司章程、政府规范性文件指引有冲突的，以法律、法规、规章、公司章程、政府规范性文件指引的规定为准。

第三十八条 本制度由公司行政管理部解释、修订，报董事会批准后生效。

第三十九条 本制度董事会审议通过之日起生效施行。

丽江玉龙旅游股份有限公司

2024年1月18日