



京能集团企业文化建设工作 半月谈

第十期

京能集团企业文化建设领导小组办公室

2022年5月

【集团企业文化动态】

录制线上视频推进企业文化建设工作。集团党委宣传部组织专人针对各单位企业文化建设过程中出现的难点问题，制定了答疑方案，结合疫情防控形势要求，录制讲解视频，从 LOGO 使用、标识换新和理念落地三个层面进行线上答疑，服务指导各单位推进企业文化建设工作。

<p>企业文化建设云上答疑方案</p> <p>1. 集团 Logo 的颜色和形状是否可以修改？</p> <p>这个问题相信一些小伙伴们已经有了答案，是的，咱们集团 Logo 的颜色和形状是固定的，不能修改。</p> <p>集团标识的形式很简洁，无论是颜色还是形状，只要稍作变动就会和标准设计有很大的不同，造成视觉困扰，更不利于在社会公众的传播和重复记忆。</p> <p>咱们集团的 Logo 图标可以说是一场视觉盛宴，橙色象征阳光温暖，是能量的象征，是乐观、积极、热情、友好的颜色，蓝色象征海的百川，是环保节能的象征，是睿智沉稳、负责信赖的颜色。六边形的设计具有稳定性，如同蜂巢形状，展现着凝聚力、中间的星光，代表希望，象征着京能集团必将成为全球能源服务的新星。</p> <p>这些颜色、形状和元素都是极其意义、有代表性的。规范标识的使用，就是通过简单有效的重复，不刻意、不突兀，不自作主张的调整，来确保整体 Logo 理念能够给人留下深刻的印象和记忆，代表了咱们京能人的一致和共进，更是企业形象的一种映射。</p>	<p>2. 如果重新设计标识+京能集团字样一同使用吗？可否只换图案？</p> <p>图案多少伙伴可能会觉得，图标就代表了京能集团吧，有必要将图标和文字一块使用吗？</p> <p>在标准设计理念中，图标+文字才构成了我们整体的 Logo 标识。所以说，原图上图标和文字是一起使用的，这样才能体现出它所代表的是京能集团，要不然一般人是不知不觉单独一个图标所代表意义的，尤其是在品牌标识的初期推广阶段，必须通过大量的重复出现，让观众将图标与京能集团的品牌形象紧密联系起来，你看国家电网的 Logo 标识，就是文字+绿色球体，单独拿出来不成体系，也没有辨识度。</p> <p>我们所属各单位应用集团的 Logo 标识，不仅是体现着我们集团的协同理念，更有利于以集团整体实力为坚实背书，便于我们开展业务、展示形象。比如说，咱们某某二级或三级企业运用集团标识，带有京能集团的背书，这就能够让合作方、客户和受众对你的整体实力和信誉更加信任，而各企业所提供的优质服务和高品质产品也能够为集团带来更好的社会口碑和公众形象，这是一个相互促进、互为支撑的良性循环。</p> <p>所以说，只有图标和文字同时出现才是集团 LOGO 的整体，那么它们相对的位置与比例，小伙伴们可以</p>	<p>3. 如何得集团理念体系内化为各企业的特定风格。</p> <p>这是一个相对比较系统一点的问题，首先来说，企业文化是企业在不断探索前进的过程中逐渐形成的，是企业良好精神风貌的重要体现，集团的思想、使命、价值观等文化理念，是指导集团的长期生产实践，是对我们企业发展有促进作用先进文化代表。</p> <p>要把这些先进的文化代表内化为各单位的特定风格，我们就是要按照《京能集团企业文化建设规划》的相关要求，循序渐进做好企业文化建设工作。我们各单位要将企业文化建设融入中心工作，把文化建设和生产经营放在同等位置。具体做法上，我们可以通过各种活动、培训、典型引领、媒体上墙等方式开展强势的宣传教育，比如领导带头讲文化，开展文化答题活动，制作文化宣传短视频等方式都可以让广大干部职工了解、熟悉、掌握企业文化内涵和精髓，将企业文化转化为干部职工的共同认知和思想意识；要以企业文化引领企业制度建设，形成规范化、人性化的体制机制，比如我们的人力资源管理制度就要将集团人才理念的内涵的入其中，我们的日常管理制度就要吸收集团管理理念的精髓，这样才能为企业文化理念体系内化为各单位的特定风格奠定坚实基础。</p> <p>另外，就是子文化的建设，我们的子文化不是随</p>
--	--	--

【所属单位企业文化动态】

北京热力开展企业文化宣讲员线上培训拉练。北京热力组织所属单位 38 名企业文化宣讲员，在熟练学习掌握集团《企业文化建设规划》《企业文化手册》《企业文化管理办法》等材料的基础上，顺应居家办公要求，通过录制宣讲视频的方式，开展线上拉练，要求宣讲员们苦练内功，结合工作实际加深对企业的理解，助力企业文化在各单位落实落地。



清洁能源指导所属各单位开展富有特色的企业文化宣贯活动。京桥热电举办 2022 年“五精”管理文化大讲堂系列活动，活动每月一主题，分别由 10 名业务骨干，围绕部门关键业务流程，向全体职工宣贯管理标准，活动以“五精”管理理念为引领，进一步夯实管理基础，推进管理创新，切实提升了企业管理水平。未来热电围绕“文化引领企业绿色创新发展”组织学习研讨活动，广大党员群众充分利用自身专业所长建言献策，活动共征集支部行动事项 41 条，个人承诺事项 119 项，展现了广大党员群众坚持绿色创新发展的干劲儿和决心。



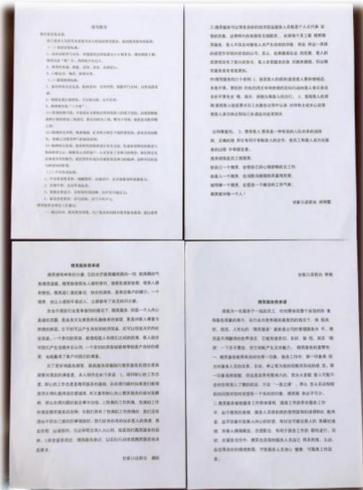
序号	日期	讲课题目	主讲人	部门
1.	2022.05.20.	业精于勤、事做于细-以五精管理为抓手的精细化薪酬管理	徐广霞	人力资源部
2.	2022.06.24.	学习《清洁能源党委关于开展党支部星级评定的工作方案（试行）》。	王昕博	党群工作部
3.	2022.07.22.	运用“五精”管理理念，助推档案工作管理。	刘彦云	公司办公室
4.	2022.08.19.	财务报销、资金计划提报注意事项。	丁虹	计划财务部
5.	2022.09.23.	合同付款流程详解。	张实	物资部
6.	2022.10.21.	以降低安全风险为目的特殊时期后勤管理。	张鉴	后勤管理部
7.	2022.11.18.	如何更好的落实目标责任状保障措施。	谭建文	法律合规部
8.	2022.12.23.	一体化平台应用和网络安全管理。	邓楠	设备管理部
9.	2023.01.20.	“两票三制”全过程检查管理规定。	杨耀辉	发电部
10.	2023.02.17.	推进安全文化建设“六安工程”精准化实施。	王慧丰	安监部



京能电力持续推进企业文化宣贯工作。京能电力掀起企业文化宣讲活动热潮，10 余名所属企业党组织书记带头开展企业文化宣讲，各企业宣讲员按照“四进”原则，在不同范围内开展宣讲 27 场，为集团企业文化进一步深入人心起到了积极推动作用。在开展宣讲、演讲的同时，各企业标识更新持续推进，潜移默化地将企业文化融入员工日常生产生活。



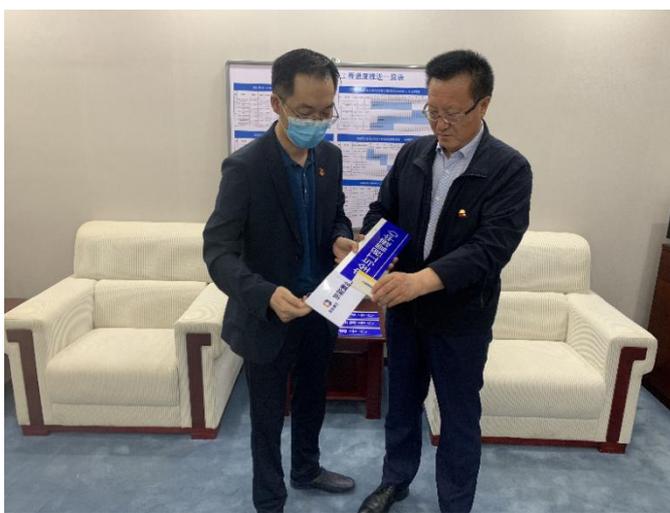
京煤集团指导所属企业持续推动企业文化落实落地。京煤集团旅游公司组织开展“践行五精管理 开展微笑服务”系列活动，持续将“五精”管理理念在客户服务中压实压细，先后成立了微笑服务工作室和客户体验工作室，组建了“微笑志愿服务队”，通过礼貌用语、规范动作、服务品质、应急处理等方面的专业化培训，提升了团队整体服务质量，赢得了宾客的普遍认可和赞誉。



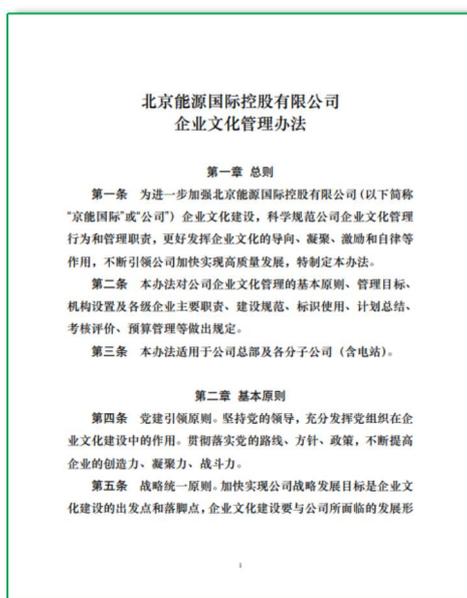
昊华能源推进企业文化宣贯在基层党支部走深走实。昊华能源组织基层党支部开展了企业文化专题培训、书法展示、知识竞赛、会议宣讲等不同类型的宣贯活动，让广大党员群众能够真切感知企业文化内涵、领悟企业文化精髓，推动全体员工自觉把企业文化理念、规范融入工作职责和日常行为，营造出浓厚的企业文化学习宣贯氛围。



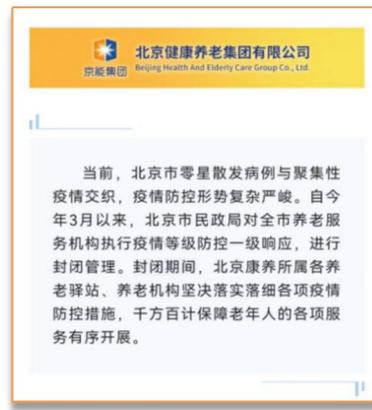
京能置业以绿色生态发展理念引领标识换新工作。京能置业结合“双碳”行动与企业文化宣贯相关工作，组织干部员工围绕绿色生态发展理念开展讨论活动，公司主要领导带头参加。讨论过程中，大家就采用环保防水贴纸代替定制亚克力塑料板，进一步推进标识换新工作达成共识。讨论结束后，干部员工迅速行动，将门牌、吊牌、楼层索引等旧标识用贴纸覆盖，从点滴做起，从细节做起，积极践行集团绿色发展理念。



京能国际扎实开展企业文化系列宣贯活动。京能国际通过组织线上考试、建立长效工作机制和推动所属企业标识换新等工作，促进广大员工对集团企业文化核心理念、应用理念和行为规范的学习、理解、认同和践行。



北京康养线上线下一同步推进企业文化建设工作。北京康养把品牌标识推广使用纳入规范化、常态化管理轨道，理清思路、明确目标，迅速完成所属各项目原有标识使用情况梳理统计，分类别推进标识换新。在企业微信公众号等宣传平台，深入挖掘报道优秀企业文化践行者的鲜活生动故事，发挥企业文化凝心聚力的作用，助力企业高质量发展。



京能科技组织开展企业文化征文活动。京能科技组织全体员工围绕集团企业文化相关内容，开展征文活动，加深员工对企业文化内涵的理解。



京能财务持续开展企业文化宣贯工作。京能财务克服疫情影响，通过主要领导带头开展视频宣讲、发放企业文化宣贯材料等，全面形成学文化、促认同、强担当的浓厚氛围。



京能党校深入推进企业文化落地生根。京能党校通过党委中心组、部门会议等多种形式，组织干部员工深入学习集团企业文化内容，进一步凝聚全员共识，形成推动学校高质量发展的强大合力。



拟稿：魏汝晖 核稿：李东霞 审签：刘瑞红

主送：集团领导班子成员、党委常委、工会副主席、安全总监、总法律顾问、董事会秘书、纪委副书记、各部室负责人、团委书记。

抄送：集团二级企业。

集团党委宣传部

2022年5月印发