



中国建材

中国建材集团有限公司

企业文化手册

让员工与企业共同成长 快乐工作 幸福生活

高端化 智能化 绿色化

改革 创新 国际化

善用资源 服务建设

心怀国之大者 打造国之大材

世界一流材料产业投资集团

材料创造美好世界

集团4335指导原则 国际化管理

创新 绩效 和谐 责任 材料强管

敬畏 感恩 谦恭 得体 材料三精

中国建材集团有限公司

企业文化手册

序言

CNBM

党的二十大报告提出，“以社会主义核心价值观为引领，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化，满足人民日益增长的精神文化需求，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力。”文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信，是一个国家、一个民族发展中最基本、最深沉、最持久的力量。随着中华民族伟大复兴进程的推进，中国要增强文化自信，国有企业也要把企业文化建设作为创建世界一流企业的重要内容和重要支撑，牢牢把握社会主义先进文化建设正确方向，繁荣职工文艺创作，丰富职工精神世界，不断满足职工多样化、多层次、多方面的精神文化需求，增强企业文化感染力凝聚力向心力，为新时代建设世界一流材料产业投资集团提供强大精神力量。

文以载道，中国建材集团走过的历程，传达出文化自信的深层意义。一路走来，创造了一部不忘初心、艰苦创业、拼搏奋斗的辉煌历史。深厚的文化底蕴以及高度的国企责任，铸就了独具特色的文化体系，铺就了一条充满力量的文化强企之路。中国建材

集团深入贯彻党的二十大精神，心怀“国之大者”，勇担“材料创造美好世界”使命，践行“善用资源，服务建设”理念，积极打造以“善用”文化为载体的企业文化建设体系，从工作点滴中传承企业文化精彩，发掘工业文化唯美，展现“材料”美妙魅力，全力实现打造“国之大材”、建设材料强国的宏伟梦想。

本次我们对2020年版《企业文化手册》进行再梳理、再完善，主要有三点考虑：一是基于中央精神，丰富文化内涵。二是基于中国建材集团深入开展党史学习教育成果，延伸文化脉络。三是基于中国建材集团改革发展实际和“十四五”发展规划，补充高质量发展思路和成果。《企业文化手册》的印发，希望从价值层面、理论层面以及实践层面激励全体职工提升思想境界，向着“材料创造美好世界”的企业使命坚实前行，助力推动企业高质量发展。希望各级企业认真学习宣贯，牢记使命责任，不断开拓创新，让企业文化内化于心、固化于制、外化于行，让企业使命、愿景、价值观深入人心，让文化建设成果转化为企业改革创新发展的竞争优势，弘扬主旋律，传播正能量，为鼓舞全体职工团结奋进、全面建设社会主义现代化强国贡献应尽力量。

中国建材集团党委书记、董事长



2023年1月

第一部分
文化溯源

壹

集团特征
Group Profile

8-13

贰

历史脉络
Historical context

14-23

叁

工业精神
Industrial Spirit

24-27

第二部分
文化内涵

肆

价值理念
Value Concept

30-41

伍

发展战略
Development Strategy

42-47

陆

管理原则
Management Principles

48-51

第三部分
文化落地

柒

履责行动
Act on Duty

54-57

捌

文化建设
Cultural Construction

58-65

玖

企业标识
Interpretation Signs

66-67

1922 1950 1951 1952 1953 1954 1955 1956 1957 1958 1959 1960 1961 1962 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022.....

文化 溯源

壹

集团特征
Group Profile

贰

历史脉络
Historical context

叁

工业精神
Industrial Spirit





集团特征

Group Profile

中国建材集团是我国建材行业的唯一央企，历经从新型建材到综合建材、从基础建材“一业为主”到“三足鼎立”、从产业集团向产业投资集团的三次历史性跨越，成为全球最大的综合性建材产业集团、世界领先的新材料开发商和综合服务商，连续12年荣登《财富》世界500强企业榜单，2022年排名196位，连续5年入围全球品牌价值500强榜单，2023年排名233位。资产总额6900多亿元，年营业收入3800多亿元，员工总数20万人。拥有14家上市公司，其中境外上市公司2家。



一家具有三大特殊性的综合性材料公司

所处行业特殊：基础建材、新材料、工程技术服务三大主业，均处于全面充分竞争的市场领域，基本没有垄断地位或特殊资源配置；发展壮大历程特殊：所属企业在不断深化改革中整合重组，通过混合所有制改革不断做强做优做大；作用和贡献特殊：在非金属材料领域，特别是科研技术、重大装备等方面发挥支撑作用，科技创新成果显著。



一家具有改革精神的市场化公司

始终坚定“央企市营”，获批国有资本投资公司、发展混合所有制经济、落实董事会职权、中央企业兼并重组、员工持股、双百行动、科改示范行动等10项改革试点，混合所有制企业占比超过80%，改革三年行动全面完成主体任务，深化改革的红利不断显现，发展活力不断迸发。

2022年6月，因功能定位准确，资本运作能力突出，布局结构调整成效显著，正式转为国有资本投资公司。

改革成就了 7 项业务规模世界第一



一家具有创新精神的科技型公司

持续推进科技创新、机制创新、管理创新、商业模式创新，设立新材料产业基金，加快推进产业数字化和数字产业化进程，以创新驱动高质量发展。

在我国建筑材料与无机非金属新材料领域拥有最雄厚的科研实力：3.8万名科技研发和工程技术人员，26家国家级科研设计院所，有效专利2.1万项，18个国家企业技术中心，11个国家重点实验室和工程（技术）研究中心，19个国家标委会，7项国家科技进步一等奖，4项中国工业大奖。



一家具有全球视野的国际化公司

坚持“走出去”，积极参与“一带一路”建设，推动市场国际化、资本国际化、人才国际化，以自主新建和投资并购两条腿走路。在全球76个国家和地区设立了196家境外机构，在27个国家投资45个项目，水泥玻璃工程国际市场占有率达65%，大步迈进世界建材舞台的中央，助力构建新发展格局。





历史脉络

Historical context

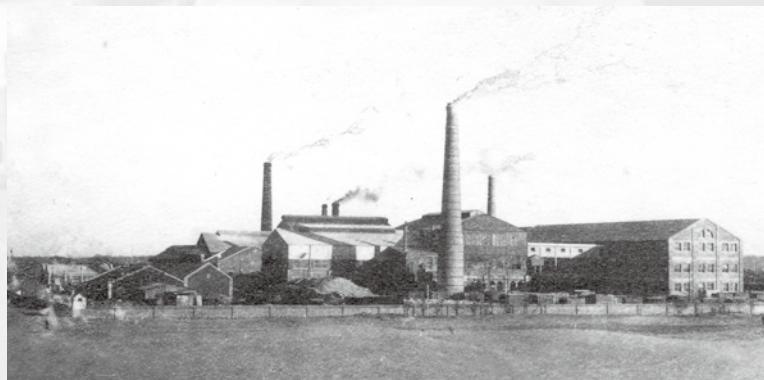
中国建材集团历经了新中国的诞生、改革浪潮的荡涤和新时代的蓬勃发展，是全体建材人艰苦卓绝的奋斗史，是党和国家深化改革、优化国有资本的有力证明，更是中国当代经济建设步伐的缩影。



新中国成立前: 1922-1949

民族工业 摸索前进

中国建材集团有着实业报国的悠久历史, 1922年创立的耀华玻璃成为集团最早的“百年老店”, 1939年创建的嘉华水泥是中国特种水泥的耀眼明珠。百年来, 中国建材人前赴后继, 奋斗不息, 形成深厚红色根基, 为强企报国提供文化支撑和内生动力。



1924年, 耀华玻璃外景



1939年, 嘉华水泥厂门

1954年, 嘉华水泥厂貌

新中国成立后: 1950-1979

百废待兴 自力更生

老一辈建材人服从国家号召、怀揣理想信念, 筚路蓝缕、艰苦创业, 建立了华北窑业研究所、天津水泥院、合肥水泥院、南京水泥院、成都建材院、蚌埠玻璃院、地质勘查中心、北玻院、哈玻院、非金属矿研究所、南玻院、咸阳陶瓷院和山东工陶院等一批专业院所, 洛阳玻璃厂、永登水泥厂、江山水泥厂、汉中水泥厂等一批重点工业项目建成投产, 为奠定我国建材工业基础作出不可磨灭的贡献。



1954年4月21日, 毛泽东同志关心视察建材工业发展情况



1954年, 永登水泥厂建设场景

1956年, 洛阳玻璃厂建设场景

1958年10月, 朱德同志听取我国第一个玻璃钢研究小组工作汇报

改革开放时期: 1979-2016

激流勇进 茁壮成长

建材人勇当改革先锋, 牢记邓小平同志“发展新型建材”的嘱托, 主动适应市场经济运营规律, 组建成立了中国非金属矿工业公司、中国新型建筑材料公司, 走出了一条联合重组、资本运营、管理整合、集成创新的特色发展道路, 为国民经济和基础建材事业发展建立新功。



1979年8月, 邓小平同志视察新型建材试验房屋, 指示要尽快把新型建筑材料工厂建起来



2005年9月, 在河北涿州建成当时最大规模石膏板生产线
2007年11月, 在枣庄集中爆破7条机立窑水泥生产线
2012年7月, 中材科技建成阜宁风电叶片生产基地

迈向新时代: 2016-至今

创新开拓 世界一流

2016年8月26日“两材重组”以来, 中国建材集团锚定无机非金属材料领域国家队站位, 深入整合优化, 强化改革创新, 推动新材料业务蓬勃发展, 高水平参与“一带一路”建设, 打造了基础建材、新材料、工程技术服务“三足鼎立”的业务格局, 成功转为国有资本投资公司, 迈入高质量发展新时代。

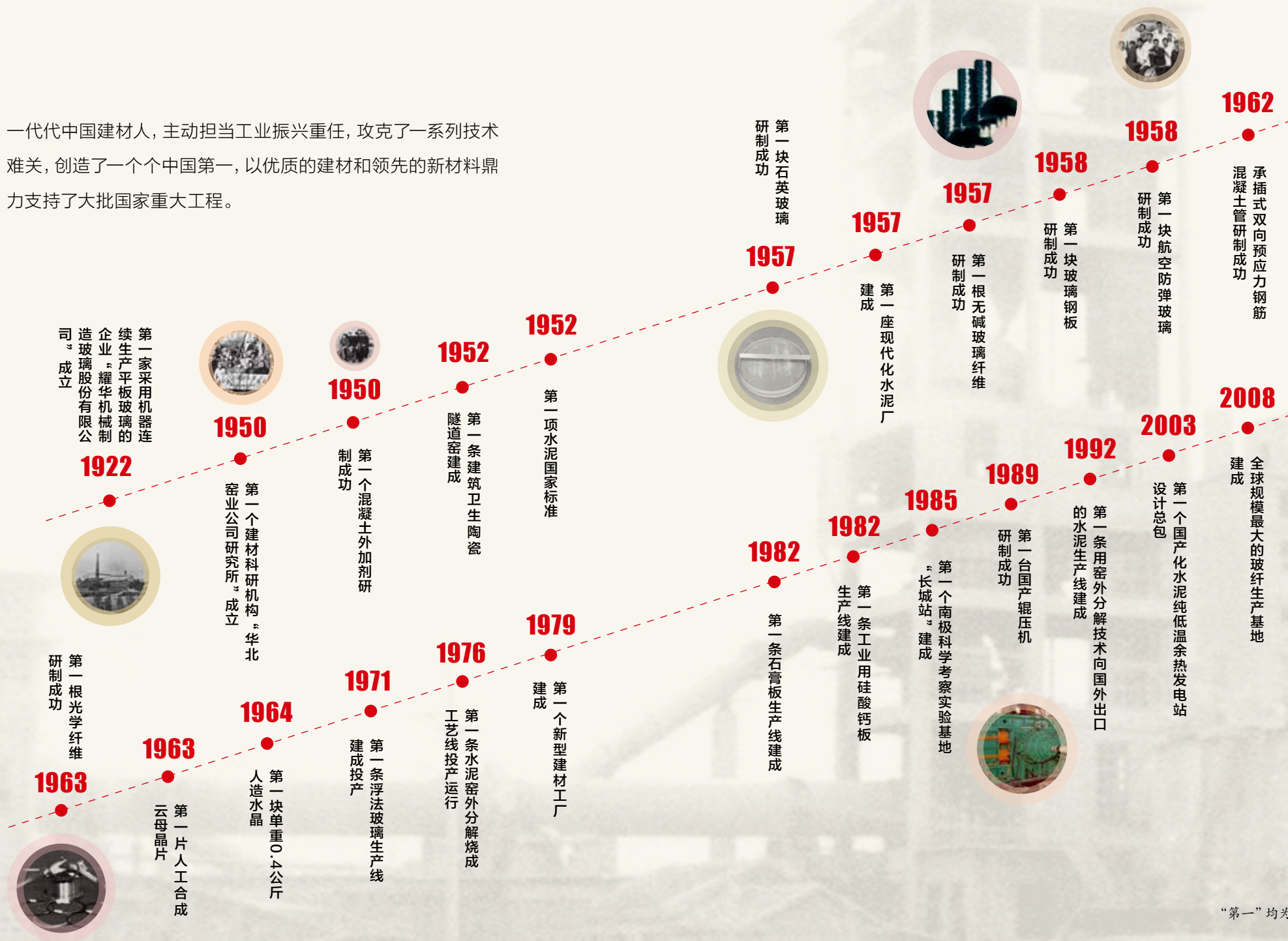


2021年2月, 习近平同志视察集团参与探月工程成果, 鼓励发展新材料产业
2022年6月, 《求是》刊登“坚持创新驱动 建设材料强国”文章



2018年5月, 埃及GOE6条水泥生产线项目
2021年9月, 中复神鹰西宁万吨碳纤维生产基地
2022年11月, 中国巨石建成玻纤行业世界第一智能制造基地

一代代中国建材人，主动担当工业振兴重任，攻克了一系列技术难关，创造了一个个中国第一，以优质的建材和领先的新材料鼎力支持了大批国家重大工程。



“第一”均为我国第一

2011 首条全氧燃烧浮法玻璃生产线投入运行

2015 首条世界级低能耗新型干法水泥全智能生产线建成投产

2016 第一次实现T800碳纤维千吨级产业化

2017 我国首条SiO₂中性硼硅药用玻璃生产线建成投产

2017 第一条具有自主知识产权的年产100吨高性能氮化硅陶瓷生产线开工

2017 第一片铜铟镓硒薄膜太阳能高效模组成功下线

2018 全球最薄的0.12mm超薄触控电子玻璃成功下线

2018 第一条完全具有自主知识产权的高端盖板玻璃生产线建成投产

2018 第一条碲化镉发电玻璃生产线建成投产

2018 世界第一条轻薄高透光光伏玻璃智能生产线建成

2018 第一条自主研发的锂电池隔膜生产线建成投产

2018 总承包全球水泥行业同一地点、同一时间、同步建设的最大规模的水泥生产线项目埃及OHS6条日产5000吨水泥项目建成



2019 首条8.5代FT-LCD玻璃基板生产线建成

2019 第一条图像光导识别材料生产线建成

2020 全球最薄0.08微米柔性可折叠玻璃实现工业化生产

2021 全国首个万吨碳纤维生产基地投产

2021 建设欧洲装机容量最大光伏电站



2022 全球最长120米级风电叶片下线

2022 玻纤行业世界第一智能制造基地全面建成

2022 世界首套玻璃熔窑碳捕集与提纯示范项目投产



工业精神

Industrial Spirit

中国建材集团大力弘扬工匠精神、创新精神、企业家精神、诚信精神等中国工业精神，形成了鲜明的建材工业精神和优秀的工业文化。



弘扬工匠精神

数十载坚守实业，长期专注于材料工业的发展和产品质量的提升，将工匠精神融入现代工业生产与管理实践。

培育了一批尊崇工匠精神的高素质产业工人，发挥模范引领作用，使工匠精神成为生产者的行为准则。

选树了一批全国劳模，激励带动广大干部员工，推动各项事业再上新台阶。

践行创新精神

以创新驱动打造“国之材”，把创新的理念融入企业的核心价值观，坚持战略理性与经济理性的平衡统一，把创新作为第一动力，积极培育创新生态，强化创新链和产业链融合，为我国新材料产业实现跨越式发展提供引领支撑作用。

加快打造原创技术策源地、创新实施揭榜挂帅、下拨“种子”资金、创新人才引进，激发创新激情和活力。

培育企业家精神

作为一家战略清晰的企业，怀着排除万难，一定要“做到行业前列”“创建世界一流”的雄心，依靠联合重组迅速扩张做大，依靠改革创新做强新材料业务，成长为世界五百强企业。

建立了一整套适应市场规律和新材料产业发展逻辑的体制机制，培育了一批敢担当、善创新、懂市场、精业务、会管理、有国际视野的企业家队伍。

倡导诚信精神

传承“言必信、行必果”的诚信精神，推进工业诚信体系建设，营造诚信光荣、失信可耻的文化氛围，让诚信担当成为自觉行动。

文化 内涵

肆

价值理念
Value Concept

伍

发展战略
Development Strategy

陆

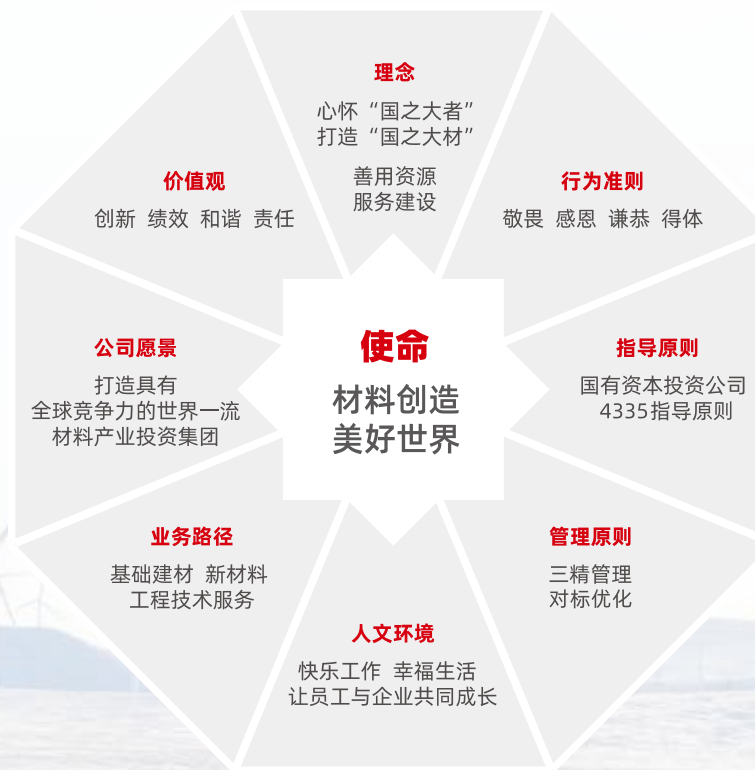
管理原则
Management Principles



价值理念

Value Concept

秉承“材料创造美好世界”的企业使命，铸就“心怀‘国之大者’、打造‘国之大材’”“善用资源、服务建设”理念，一路走来，凝练形成了“4335”指导原则和“创新、绩效、和谐、责任”核心价值观、“敬畏、感恩、谦恭、得体”行为准则等独具建材特色的价值理念体系。



企业使命

材料创造美好世界

作为材料研发者、制造商和服务商，
致力于高端、智能、环保、安全，
提供高质量产品和高品质服务，
推动经济社会更好发展，
丰富人民美好生活需要。

“4335” 指导原则

4

树立“四个理念”

- 管好股权的理念
- 通过公司治理结构实施股权管理的理念
- 通过派出董监事实现股权管理的理念
- 资本流动和收益收缴的理念

3

建立“三个闭环体系”

- 以薪酬为核心的激励约束机制闭环体系
- 投前投中投后的投资管理闭环体系
- 事前事中事后的综合监督管理闭环体系

3

实现“三大转变”

- 管企业向管资本转变
- 建筑材料向综合材料转变
- 本土市场向全球布局转变

5

战略管控型总部“五大功能定位”

- 战略引领 / 资源配置 / 资本运作 / 风险防控 / 党的建设

打造“五力企业”

- 竞争力 / 创新力 / 控制力 / 影响力 / 抗风险能力

坚持清晰的战略、创造性的执行力和市场化的机制。明晰了集团“4335”指导原则，强化总部战略引领、战略落地和主业管理职能，围绕“融投管退”四个环节，从股权结构、资本总量、资本结构、资本效益效率、风险防范五个维度，优化配置资本资源。对集团所属二级企业实施存量资本优化和专业化整合，以主业梳理带动战略梳理，形成了一批边界清晰、主业精锐、具有产业链控制力的主产业平台。

2018年7月

国务院发布了《关于推进国有资本投资、运营公司改革试点的实施意见》。

2018年12月

中国建材集团被确定为国有资本投资公司试点单位。

2019年9月

中国建材集团国有资本投资公司改革试点方案获批。

2022年6月

中国建材集团正式转为国有资本投资公司。

理念

心怀“国之大者” 打造“国之大材”

心怀“国之大者”

充分发挥无机非金属材料领域国家队、主力军作用，始终站在道德高地经营企业，坚持战略理性和经济理性相统一，时刻准备着为党分忧、为国解难、为民尽责，时刻努力着为服务国家富强、民族复兴、人民幸福贡献力量。

打造“国之大材”

按照“四个面向”要求，瞄准国家重大战略需求，立足国民经济主战场，创新攻坚更多“卡脖子”技术，推动创新链与产业链融合发展，实现更多新材料工业化量产，助推我国新材料产业自立自强、弯道超车，让更多新材料惠及百姓、造福人类。

善用资源 服务建设

善用资源

坚持可持续发展理念，与自然和谐相处，推进绿色技术创新，推广绿色清洁生产，提高资源能源综合利用率，努力实现碳达峰、碳中和。

服务建设

服务科技强国建设，攻破“卡脖子”技术。
服务国家工程建设，支持经济社会发展。
服务建材工业建设，推动行业转型升级。
服务美丽中国建设，强化生态环境保护。
服务一带一路建设，共建和谐绿色家园。

核心价值观

创新 绩效 和谐 责任

创新

我们尊重创新规律，创造创新环境，坚持战略理性和经济理性的平衡统一，推动科技、机制、管理、商业模式同步创新。

绩效

我们以优异业绩回报股东和投资者，以高质量产品服务客户、回馈社会。

和谐

我们追求在社会大系统中的充分和谐。与自然和谐，力求善用资源；与社会和谐，尽己所能回报社会；与竞争者和谐，追求多赢共赢；与员工和谐，让员工快乐工作，幸福生活。

责任

我们带头执行党和国家的路线方针政策，积极承担央企的经济责任、政治责任、社会责任和国家责任。

行为准则

敬畏 感恩 谦恭 得体

敬畏

做事：守规矩，遵法纪，有底线。

做人：君子怀刑，如履薄冰，在一定的原则下讲话，在一定的规则内行事。

对人：感谢他人、社会给予的关心、爱护和信任，并以感恩之心予以回报。

感恩

对工作：不畏艰险、扎扎实实、勤勉尽责，以出色业绩回报企业。

对社会：积极履行社会责任，做合格的世界公民。

谦恭

对人：虚心学习他人长处，不骄傲，不自满，不张扬，不说过头话，不做过头事。

对企业：自制自律、平等互爱、诚实守信，将共赢的文化、谦恭的境界真正引入市场竞争。

得体

举手投足要代表央企，说话办事三思而后行，不得体的话不说，不得体的事不做。



发展战略

Development Strategy

中国建材集团坚持以创新驱动高质量发展、以改革赋能高质量发展、以国际化促进高质量发展、以党建引领高质量发展，致力于打造具有全球竞争力的世界一流材料产业投资集团。



战略愿景

打造具有 全球竞争力的世界一流 材料产业投资集团

全球竞争力

提升创新能力、优化产业结构、扩大国际影响力、增强国际话语权。

世界一流

到2025年,实现营业收入5000亿元、净利润320亿元。

到2035年,实现营业收入6000亿元、净利润500亿元,产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代,全面建成具有全球竞争力的世界一流企业。

到2050年,实现营业收入超万亿、净利润过千亿,成为超世界一流、受世界尊敬的伟大企业。

材料产业

拥有全球建材和材料领域最齐全的产业组合,在建筑材料与无机非金属新材料领域处于世界领先水平。

投资集团

作为国有资本投资公司,以母子公司架构为载体、以集团战略管控为手段,实现对所属企业治理结构、发展战略、投资方向、经营预算、企业文化等方面的有效管控。

业务路径



基础建材巩固优化升级

向“高端化、智能化、绿色化”发展，继续引领行业供给侧结构性改革，加快“三大翘尾因素”落实落地，完善“水泥+”布局，稳步提升运营质量，全力超越平台期，实现更高质量发展。



新材料做优做强做大

向“高端化、量产化、全球化”发展，聚焦创新链、加大关键技术攻关力度，聚焦产业链、加快产品技术推广应用，聚焦结构优化、阶梯式布局有广泛应用前景和巨大成长空间的业务。



工程技术服务升级迭代扩容

培育“新模式、新业态、新动能”，加大力度服务绿色生产、节能降耗、数字化智能化、检验检测等，为集团及行业转型升级、绿色低碳发展提供保障，扩大中国制造全球影响力。



管理原则

Management Principles

管理原则是实现高质量发展、世界一流目标的坚强保障，集团通过总结一系列行之有效的管理经验，形成了“三精管理”“对标优化”等一套外抓市场、内强管理的组合拳，切实提升了企业经营管理水平。

三精管理

1
经营
精益化

聚焦价本利、零库存、集采集销。
业务归核化、创新有效化、市场细分化、定价合理化，打造隐形冠军。

2
管理
精细化

聚焦降成本、提质量、增品种。
管理合规化、运营对标化、质量贯标化、两金最少化，向管理要效益。

3
组织
精健化

聚焦减机构、减层级、减冗员。
治理规范化、职能层级化、平台专业化、机构精干化，确保行权不乱。



对标优化

全面加强对标管理，着力固强补弱，推动集团向质量型、效益效率型转变。

① 全面对标

外部与世界一流企业对标、与优秀同行企业对标，内部与优秀成员企业对标、同类业务在不同区域间对标。

② 全面优化

学习推广先进企业的管理经验与方法，建立对标数据库和梯度评价体系，全面锻长板、补短板，优化运营指标，提升发展质量。

方法举例

KPI管理：以KPI为核心，紧盯经营数据，对关键指标进行数字化管理。

辅导员制：选拔一批优秀员工作为辅导员派驻到目标企业，将先进企业的工艺、管理、标准和文化直接输出到目标企业，找出症结、补齐短板、迎头赶上，形成先进带后进、比学赶帮超的良性机制。

文化一体化：强化宣贯集团文化，保持上下一致的文化和统一的价值观，摒弃落后文化和另起炉灶的文化。

具体案例

- 中国巨石：“增节降”项目制管理法
- 北新建材：“一毛钱”成本节约计划
- 江西水泥：“一体化”管理工法
- 华东材料：生产营销“双十字”方针



文化落地

染

履责行动
Act on Duty

捌

文化建设
Cultural Construction

玖

企业标识
Interpretation Signs



履责行动

Act on Duty

国之央企，责之央企。作为建材央企，积极承担经济责任、政治责任、社会责任、国家责任，全力保障社会各方利益，始终追求绿色可持续发展，积极为建设人类美丽家园作贡献。

站在道德高地做企业



绿水青山就是金山银山

绿色发展 低碳转型

积极践行绿水青山就是金山银山理念，强化绿色制造、绿色生产、绿色服务，推动全周期绿色管理，做好源头减碳、过程降碳、末端固碳、全流程管碳，建设材料领域双碳创新联合体，打造国家原材料行业双碳公共服务平台，为全球碳治理贡献中国智慧、中国方案、中国标准。

世界公民 造福人类

坚持“为当地发展作贡献、与当地企业合作、为当地居民服务”的合作共赢三原则，不仅在全球建设了496条大型水泥玻璃生产线，投资了45个海外项目，打造了享誉全球的SINOMA品牌，更以优质建材、先进技术、成熟经验打造全球采购、全球销售、全球服务、全球利用资源新模式，助力“一带一路”国家建设，造福人类。

乡村振兴 善建公益

围绕“五大振兴”目标任务，在安徽石台县、宁夏泾源县、云南省昭通市昭阳区、永善县和绥江县等5个区县持续开展定点帮扶，实施600多个帮扶项目，先后派出94名帮扶干部，将脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。广泛开展救灾救急、志愿服务、职工帮扶、支教助学、海外援建等社会公益活动，成立“善建”公益基金，整合善心投入，优化公益资源，汇聚善行善举，助力中国公益事业发展。

以人为本 快乐工作

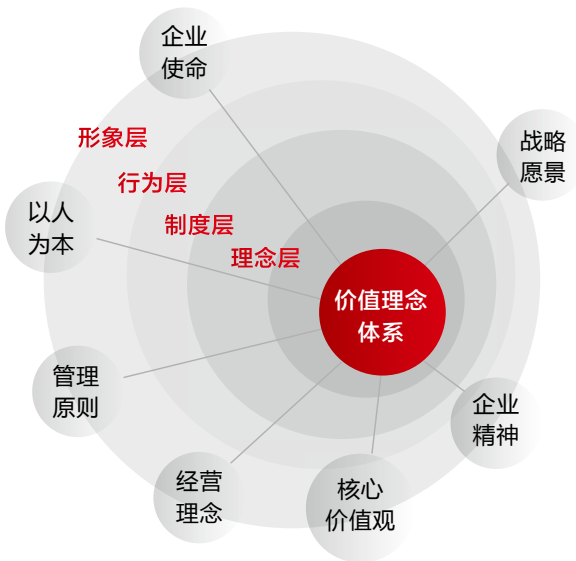
员工是企业最宝贵的财富。始终坚持以人为本，注重员工德、智、体全面发展，加强学习培训，丰富文化生活，关心身心健康，注重权益保护，为员工搭建实现人生价值的平台，让员工与企业共同成长，让员工有尊严、快乐地工作，幸福地生活。



文化建设

Cultural Construction

贯彻“五项服务”“四化融合”，做实企业文化理念层、制度层、行为层、形象层，做到内化于心、外化于行，创新文化传播方式，打造建材企业独特的文化品牌，持续提升企业软实力和影响力。



五项服务

- 服务集团执行国家战略及对外交流
- 服务集团发展战略
- 服务集团履行责任及创建世界一流企业的目标
- 服务集团改革创新
- 服务集团宣传和品牌建设

四化融合

将企业文化、党建文化、安全环保文化、廉洁文化融合在一起

五种传播方式

- 视觉传播：视觉识别体系、影视等
- 听觉传播：宣传片、企业歌曲等
- 纸媒传播：文化手册、内刊、图书等
- 网络传播：网站、微信、微博、短视频平台等
- 创新传播：文化活动、工业博物馆、文创等

“善用资源日”开放活动

时间: 每年8月26日

目标: 让公众走进中国建材, 更深入更全面更真实地了解建材历史、领略建材文化、认识建材理念, 增进公众对建材企业的认知认同, 树立良好的社会形象。按照活动品牌化、概念体系化、受众扩大化、标准统一化、行程差异化、传播多样化的原则, 打造聚合式文化传播势能。



善用文化中心

2020年8月26日集团总部首个文化中心揭牌, 至2022年底已建67个文化中心或长廊。

目标: 倡导“知材”善用、变“废”为“宝”、至“善”至“用”, 通过篆刻、书法、绘画、摄影等形式记录企业发展成就, 营造追求真善美的浓厚氛围。



善用文化之旅

2021年6月推出集团“善用文化之旅”手册。

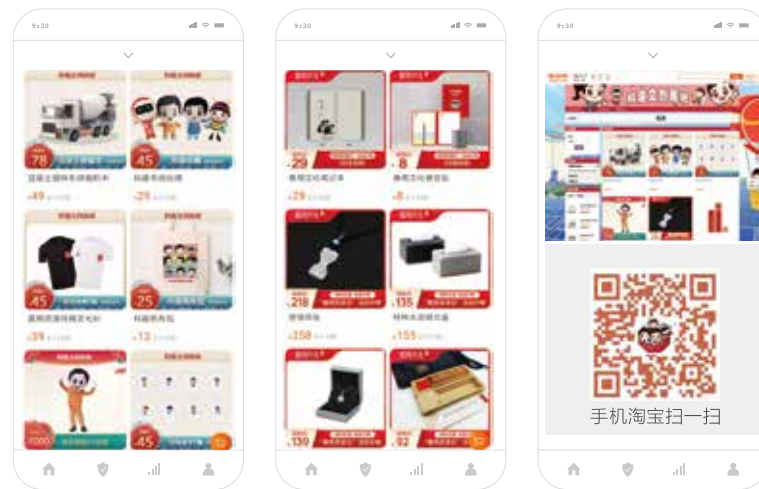
目标: 指导集团海外项目借助“8个一”外宣工具箱,开展“善用文化之旅”活动,以建材的工业材料作为载体传承中华优秀传统文化,用集团海外文创产品作为载体带动中华文化走出去,不断丰富并传播“善用”理念。



“料趣文创”商城

2021年8月在淘宝开设“料趣文创”商城,目前已上线三大类30种文创产品。

目标: 通过培育创意文化平台,充分发挥材料优势,尝试全新传播载体,丰富集团文化载体,提高企业知名度,服务集团发展战略。



工业博物馆

通过搭载制造企业或区域建立工业博物馆，营造科研创新文化氛围，聚合文化和经济双重力量，打通科技创新、企业文化与社会公众的区隔，以期弘扬工业精神，促进产业转型升级。



依托耀华玻璃厂原址（1922年建设的厂房、水塔和泵房）建成我国第一家国有玻璃专题博物馆——秦皇岛市玻璃博物馆。



建于20世纪50年代的永登祁连山工人俱乐部，2021年成功申报中央企业首批爱国主义教育基地。



西安墙体材料研究设计院作为国家唯一一所从事墙体屋面材料领域的专业科研院所，2020年5月建成了中国砖瓦墙材博物馆。



企业标识

Interpretation Signs



标识由两个正方形叠合而成的内八角与外部的八角边构成一个整体，暗示着“四方四维”的“八方”概念，是资源整合、结构调整的意象。

中国建材集团是通过重组成长起来的国家级建材企业，虚实相生、八方汇聚的标识象征了集团的企业从四面八方聚合，同心围绕，诠释了集团“中建材一家”的文化氛围。

中国建材集团卡通代言形象



更多标志使用规范请参考《中国建材集团视觉识别手册》
可在集团官网企业文化栏目下载使用 <http://www.cnbm.com.cn/CNBM/000000060001/>

 心得体会

 心得体会

 心得体会

 心得体会



心得体会

www.cnbm.com.cn



扫描关注官微
查看更多信息