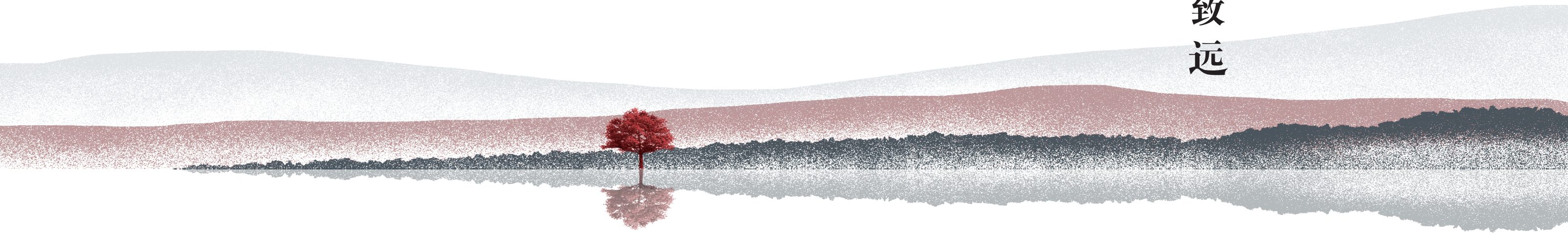




国之脉

CRHC

新致远



建成更加领先的运营公司

建成更具有分量的中央企业

建成更为专业的投资机构

Contents

目录



企业文化体系

核心价值理念	03
企业愿景	05
企业使命	07
“十四五”时期战略目标	09
运营模式	11
专业队伍建设	13
工作作风	15

品牌标识基础规范与应用

企业标识	19
标识组合规范	21
标识的应用——名片、桌签	23

企业文化的实施载体

司徽	27
司庆日	29
文化活动	31
荣誉体系	33
融合传播与品牌形象	35
吉祥物	37
宣传展厅	39

CORPORATE CULTURE SYSTEM

01 企业文化体系

核心价值理念 / 企业愿景 / 企业使命 / “十四五”时期战略目标 /
运营模式 / 专业队伍建设 / 工作作风

中国国新企业文化体系由企业核心价值理念、企业愿景、企业使命和工作作风等构成，自内而外阐释了中国国新及国新人坚守的信念、核心驱动力以及企业文化外显特征等。

核 心 价 值 理 念

OUR VALUES

国之脉 传承责任之脉
新致远 坚持创新发展

国之脉 传承责任之脉

实现中华民族伟大复兴的中国梦离不开一流企业的坚强支撑。中国国新进一步提高政治站位，增强政治素养，牢记“国之大家”，践行使命担当，坚决履行好经济责任、政治责任、社会责任，持续深化改革创新，深入推动高质量发展，更好服务国家战略、支持中央企业改革发展，努力建设与社会主义现代化相适应、与伟大梦想相匹配的世界一流企业。

新致远 坚持创新发展

创新是引领发展的第一动力，是建设现代化经济体系的战略支撑。中国国新作为国有资本运营公司，在自身不断深化市场化改革、加大体制机制创新力度的同时，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，助力构建新发展格局，加快推动高质量发展，聚焦进入实体产业的国有资本，大力支持科技创新，瞄准战略性新兴产业和关键核心技术“卡脖子”环节，积极培育新技术新产业新业态，努力为落实创新驱动发展战略、加快建设创新型国家贡献力量。

企业 愿景

OUR VISION

打造具有全球竞争力的
一流的综合性国有资本运营公司



“全球竞争力”

植根中国，面向全球，增强全球资源配置能力、全球管理能力，在全球价值链中占据优势地位。

“一流”

既要按世界一流企业的“国际标准”，不断提高竞争力、影响力和创新力，又要兼具“中国特色”，把党的领导这一国有企业的政治优势发挥好，并有效转化为企业改革发展的生产力、带动力和凝聚力。

“综合性”

是中国国新塑造差异化竞争优势的最大特点，主要体现在五大板块业务大协同、境内境外运营大布局、财务性投资为主和战略性项目培育孵化大统筹三方面。

企业

OUR MISSION

使命

推动国有资本
合理流动、优化布局、提高回报，
做强做优做大国有资本和国有企业

企业使命是企业文化的基石，为企业的经营管理和员工行为提供指引方向、明确事业目标，是企业与员工共同前行的核心动力。

“推动国有资本合理流动、优化布局、提高回报，做强做优做大国有资本和国有企业。”



『十四五』时期 战略目标

STRATEGIC
OBJECTIVES DURING THE
14TH FIVE-YEAR PLAN PERIOD

推动实现
“一个统领、三个跨越、四个提升、五个促进”

以党的全面领导为统领

坚持“一个统领”，全面提高党的建设质量

始终坚持党建引领，强“根”铸“魂”，全面提高党的建设质量，为实现公司高质量发展提供根本保证。

实现效益新跨越
实现规模新跨越
实现业务新跨越

实现“三个跨越”，加快推动高质量发展

坚持以推动高质量发展为主题，紧紧围绕建成具有全球竞争力的一流的综合性国有资本运营公司，努力实现“三个跨越”。

平台功能再提升
运营业务再提升
治理体系再提升
队伍建设再提升

推动“四个提升”，坚定不移深化改革创新

加快打造国有资本运营升级版，紧紧围绕运营公司自身建设，着力推动“四个提升。”

促进科技资源、产业资源加速融合
促进传统产业、新兴产业统筹发展
促进国内市场、国际市场更好对接
促进国有资本、社会资本共同发展
促进中央企业资源整合、协同合作

强化“五个促进”，助力构建新发展格局

紧紧围绕助力构建新发展格局，聚焦“五个促进”，充分发挥运营公司功能作用。



运营 模式

BUSINESS MODEL

“资本 + 人才 + 技术”
轻资产运营模式



立足增强国有资本流动性，结合运营公司以财务性持股为主、投资驱动属性强的特点，围绕“资本、人才、技术”三大要素的优化组合，构建完善轻资产运营模式。

突出资本运作的市场驱动

充分发挥市场在要素配置中的决定性作用，遵循市场规律，以市场化方式与央企开展合作，打破资金、资产在单一央企内部循环的惯性壁垒，加速国有资本跨企流动、形态转换。

突出人才作用的专业驱动

将“专业至上”作为运营公司立司之本、立业之基和核心竞争力，切实提升专业运营能力、强化专业岗位责任、加强专业决策判断。

突出技术投资的价值驱动

汇聚投入更多资本支持科技自立自强、深化国资国企改革、促进国内国际“双循环”、推动碳达峰碳中和，努力实现战略价值最大化。

专业队伍建设

PROFESSIONAL
TEAM BUILDING

打造国有资本运营“铁军”，培养造就一支具有铁一般信仰、铁一般信念、铁一般纪律、铁一般担当的干部队伍

强化政治站位

做到“两个维护”，当好我们党始终信赖的“红色管家”。

强化理论武装

心怀“国之大者”，以习近平新时代中国特色社会主义思想指导运营实践。

强化担当作为

切实增强干事创业的使命感、责任感，不断夯实组织保障和队伍保障，抢抓改革宝贵时间窗口，深化改革三年行动，立足自身优势更好地服务央企，推动公司高质量发展。

强化作风建设

守住廉洁底线，时刻保持足够的自制力，自觉接受群众监督和组织监督，做到心有戒尺、警钟长鸣。

工 作

WORKING STYLE

作 风

中国国新倡导
“大事作于细、用心才一流”的工作作风



01

按照一流的工作标准严格要求自己，用心思考、严格要求、争先创优，不断提升学识、见识、胆识，立足岗位，提升专业能力素质，立志成为专家型人才。

02

于细微处用心，脚踏实地、苦练内功增长才干，静下心来、稳住神、沉住气，从小处着手、从小事做起，在平凡的岗位上做出不平凡的成绩，培养精益求精的工匠精神。

03

善于总结提炼、举一反三，以结果为导向，推动工作做实做细，拓展人生格局视野，不断提高个人能力和部门工作水平。

04

时刻具备敢于担当、敢于亮剑、敢于负责、敢于迎难而上的勇气和魄力，坚持求真务实、真抓实干，不断提升敢担当、勇作为的思想境界，激发创业实干的精神状态，锤炼严实过硬的工作作风，以一流的作风确保公司改革发展党建各项工作落地见效。

BRAND VISUAL IDENTITY

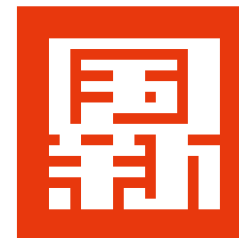
02 | 品牌标识 基础规范与应用

企业标识 / 标识组合规范 / 标识的应用

企业视觉识别系统的基础要素是由标识、中文标准字体、英文标准字体、标准色彩四者构成。在所有设计中，均有基础设计要素的整体运用，以建立明确统一的企业形象。在视觉形象设计中，必须遵守基础规范，保证基础设计要素的整体表现，建立完整统一的形象识别系统。

企业 标识

CORPORATE IDENTITY



企业标识释义

图形释义

标识基本形来自中国传统印章的形象。整体外框采用宽线正方形，象征企业稳健、厚重、规范，外框内是中国国新企业名称中的“国”字和“新”字，标识图案整体包含企业名称关键字“国新”。其中，“国”字又包涵国有资产、受国资委直接管理等含义；而“新”字是中国国新企业名称中的核心要素，“新”蕴含了新气象、新面貌、别出心裁、推陈出新、耳目一新、革旧从新、焕然一新、吐故纳新、日新月异、温故知新、万象更新、辞旧迎新等等诸多美好的涵义；以“国”字和“新”字组成的印章形象作为中国国新企业标识的构成要素，可以完整充分地体现中国国新的企业形象。同时，印章造型本身具有承诺、信誉、权威、确认、严肃、庄严等含义，也与中国国新的企业性质相适应。

颜色释义

标识主体采用朱红色（C0 M90 Y100 K0），既是中国传统印章的颜色，也体现中国国新控股有限责任公司的权威性、严肃性，同时寓意企业的发展红红火火。

标识组合规范

VISUAL IDENTITIES

标识与标准字体的组合，是企业视觉识别系统最基本元素的规范组合，为保证企业视觉识别系统对外的一致性，对企业标识与企业标准字体的各种组合均作了详细规定，以建立各种基础设计要素间的组合形式，并使其规范化。请严格遵守组合元素之间相互位置与比例关系，不得随意更改。



标识与中文全称组合规范 / 横式



标识与中英文全称组合规范 / 横式



标识与中英文简称组合规范 / 中置式



标识与英文缩写组合规范 / 横式

标识的应用

名片、桌签

APPLICATION
of VISUALS-BUSINESS CARD
and TABLE SIGN

中国国新员工名片，按照企业标识和视觉识别系统规范设计，典雅大气，用于公司员工对外身份说明、工作交往，强化公司与人、公司与公司、人与人之间的纽带联系。



材质：290g创意米色
尺寸：55*90mm
工艺：四色印刷
颜色：企业标准色

中国国新标准桌签，按照企业标识和视觉识别系统规范设计，严肃庄重，用于由公司主办的各类会议、活动等场合，摆放在与座位相对应的桌面上，写明就座人姓名或所在单位，起到标明身份、相互尊重、促进交流、增强互信的作用。



CARRIERS OF CULTURE

03 企业文化的实施载体

司徽 / 司庆日 / 文化活动 / 荣誉体系 / 融合传播与品牌形象 / 吉祥物 / 宣传展厅

企业文化关乎企业的信念与行为，决定一家企业的行事方式、管理思想以及经营风格。企业文化既内化于企业的日常行为与决策之中，也寓于各类有形的实施载体中。企业品牌标识，通过视觉元素聚焦企业文化的精髓并将其准确传达；企业仪式活动，让企业文化以特有的形式在内部流传并为之赋予寓意；企业楷模与荣誉，为企业文化提供一个有形的、人格化的外在呈现；企业媒介传播，借由不同介质对企业文化的内涵进行表达和传递。

司徽

COMPANY BADGE



司徽是员工佩戴的一种徽标产品，图案以中国国新红色印章标识为主，在日常工作中展现企业形象，体现员工身份认同。



司庆日

COMPANY DAY



2010年12月22日，中国国新控股有限责任公司正式成立。中国国新因改革而生、因改革而变，因改革而兴，走出了一条国有资本运营公司的“国新品牌”之路，写下了新时代深化国资国企改革的生动篇章。为纪念公司诞生，将每年的12月22日定为公司司庆日。



十年奋进勇担当 改革创新再起航——中国国新成立十周年活动

文化活动

CULTURAL ACTIVITIES

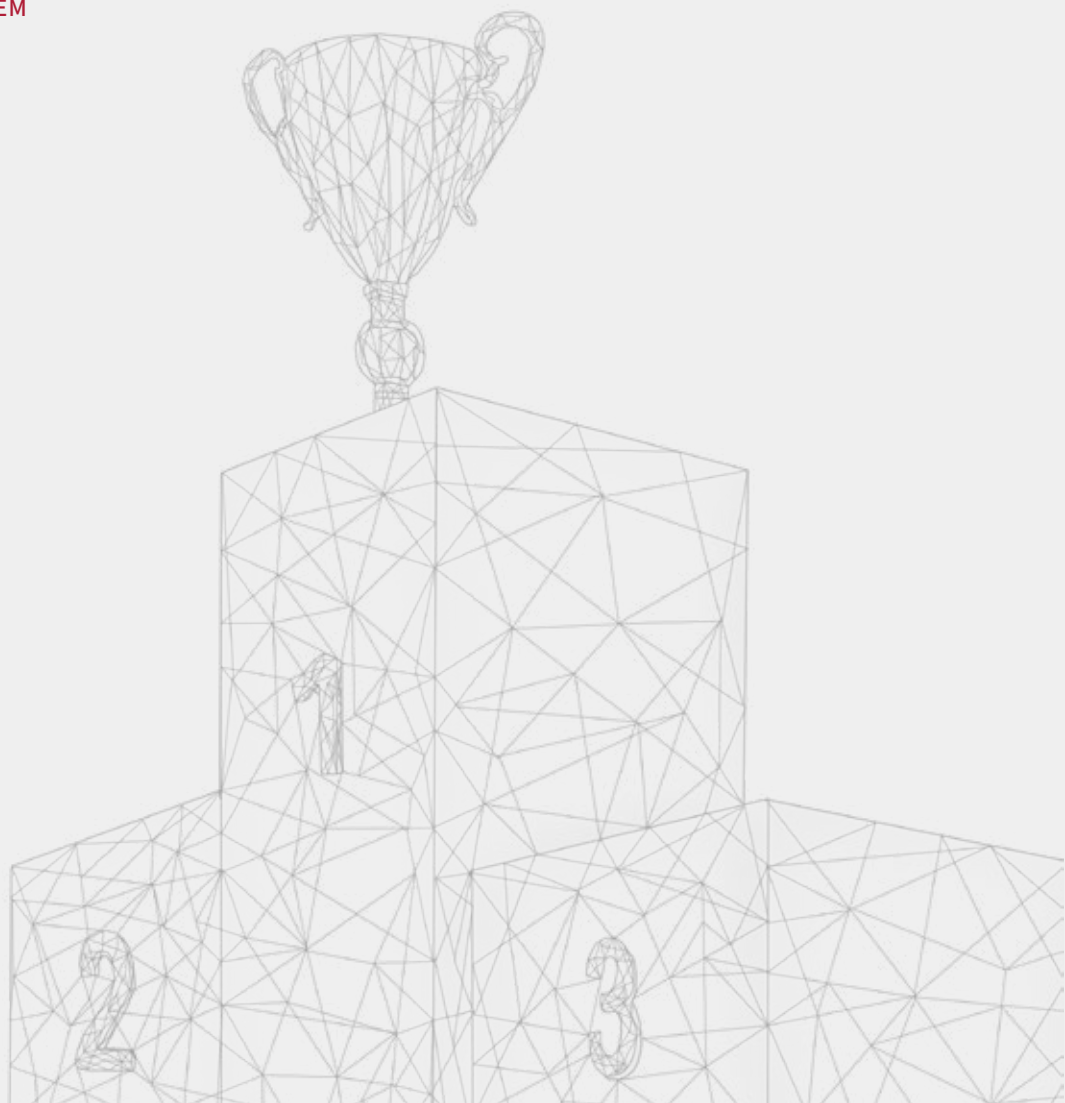


中国国新不断践行企业使命和企业精神，弘扬企业文化和思想价值，坚持“国新一家人、国新一家亲”融合理念，通过举办全系统文艺展演、新春团拜会、司庆周年汇演、文体团建等多种文化活动，进一步凝聚力、筑梦前行。

荣誉

HONOR SYSTEM

体系



价值观是文化的灵魂，选树先进集体或个人是企业价值观人格化的展现，体现了企业的价值取向和企业文化的精神内涵。中国国新不断建立完善荣誉体系，让一批又一批优秀组织和个人“熠熠闪光”，激励全体员工学习先进、奋勇争先、争创一流。



优秀党务工作者



优秀共产党员



先进基层党组织



共产党员先锋岗



优秀员工



优秀部门

融合传播 与品牌形象

VISUAL
COMMUNICATION

全媒体时代，中国国新正确把握媒体融合大格局中的企业定位，以讲好国新故事、传播好国新声音为旨归，积极推进图书、展板、官网等传统媒体与微信、电子屏等新媒体融合传播发展，创新探索政企联动、企媒合作，形成多声部大合唱，引导正向舆论共识。特别是通过编写出版《国有资本运营研究报告——中国国新的试点阶段性总结》等专著，围绕国企改革和国有资本运营推出专题报道，全面深入展示改革发展成果，进一步提升中国国新品牌形象，更好地传递中国国新在新时代展现新作为的品牌形象。



中国国新官方微信官方账号



中国国新官方网站网址：<https://www.crhc.cn/>



《国有资本运营研究报告》正式发布



吉祥物

MASCOT



近年来，在“国资小新”的倡导下，卡通形象已经成为中央企业沟通社会公众、传递品牌价值、展示企业文化的重要载体。2020年，中国国新在庆祝公司成立十周年之际，设计推出了官微吉祥物“石榴娃”。“石榴娃”取意于习近平总书记“像石榴籽那样紧紧抱在一起”的重要论述，寓意国新人坚持传承红色基因，担负社会责任，各板块业务大协同，为打造国有资本运营升级版团结一心、接续奋进。



表情——砥砺前行



石榴娃



文创产品示意

宣传 展厅

EXHIBITION HALL

空间是承载与表达文化的载体，中国国新企业文化宣传展厅作为公司品牌形象窗口，向各界领导、战略合作企业客户等集中展示公司发展概况、重要业务、党建工作以及未来目标等，有效发挥传播企业品牌形象的积极作用。



中国国新企业文化宣传展厅

中国国新控股有限责任公司

地址：北京市海淀区复兴路12号恩菲科技大厦B座

邮编：100038

电话：010-88656666

