

# 三胞集团企业形象宣传管理制度

三集行[2011] 第一版

## 第一条 目的

为规范集团宣传管理，充分发挥宣传的积极作用，统一塑造、提升企业品牌形象，保持宣传口径与集团发展战略相一致，坚持归口管理，统一发布的原则，结合集团实际，特制定本制度。

## 第二条 适用范围

本制度适用于三胞集团，各管理平台可参照执行或根据自身情况制定实施细则报集团董事长审定后执行。

## 第三条 定义

**形象宣传：**是指集团为扩大影响、提高自身的知名度和美誉度，通过报刊、杂志、电视台、网站、记者招待会、公共场所等载体，以文字、图片、音像、户外广告（如电视、平面广告大牌等）、社会活动等方式，向公众传达集团的企业文化、经营理念、精神形象等信息的一系列活动。

## 第四条 工作原则

### 一、归口管理

公共关系与行政管理中心是集团对外宣传的归口管理部门，全面负责集团的日常宣传工作。如遇重大事件需要召开新闻发布会的，须由集团董事长指定专人作为新闻发言人出席。

### 二、口径统一

集团就同一事件对外发布的信息，不论发布形式如何，应事先商定对策，统一口径。

### 三、协同把关

各平台总部对外发布的各种信息，由平台总裁审核，集团董事长审定；各平台下属公司（区域）对外发布的各种信息，由下属公司（区域）负责人审核，平台总裁审定。

## 第五条 工作分类

根据集团实际情况，对外宣传工作主要分为以下几类：

**一、新闻发布：**即利用媒介将集团整体发展或某些系列事件整理汇总，以消息或专题的形式推出，以体现集团的正面社会形象。

**二、组织活动：**利用重大事件、大型活动，以浩大的声势展示集团的实力，树立集团在公众面前的品牌与形象；或以支持社会公益事业的形式，展示集团关注社会、回报社会的高度责任感。

**三、品牌广告：**以树立企业品牌形象，提高品牌的市场占有率为直接目的，通过在报纸、杂志、网络发布的突出传播品牌在消费者心目中确定的位置广告。

**四、其他：**如三胞之家、公司官方网站等代表公司形象的载体。

## **第六条 工作规范**

### **一、新闻发布**

#### **（一）日常新闻发布**

集团日常新闻由各中心人员整理素材，由集团公共关系与行政管理中心拟文，各中心部门负责人审核后，报分管公共关系与行政管理中心的集总室领导审批，经集团董事长审定后，由媒介岗联系媒体，对外发布，档案室存档。

#### **（二）重大新闻发布**

集团重大新闻，指内容涉及集团机密，可能影响集团发展的新闻信息。由集团公共关系与行政管理中心拟文，报分管公共关系与行政管理中心的集总室领导审核（涉及集团数据方面应由财务管理中心或相关部门提供，并报其分管的集总室领导复核），集团董事长审定后，对外发布，档案室存档。

#### **（三）新闻发布会**

1、因工作需要，集团集总室领导可申请召开新闻发布会，并拟订计划、预算经费，董事长审定并指定新闻发言人后，确立临时小组组织实施。

2、临时小组应确定组长，实行组长负责制。小组组成后应商定对策，统一口径，并安排专人策划方案。

3、新闻发言人应全面掌握信息，根据临时小组商定的对策准备发言、应答材料。

#### **（四）官方网站新闻**

1、www.sanpowergroup.com 是代表集团的唯一官方网站，由公共关系与行政管理中心负责信息内容的更新工作，集团 IT&信息管理中心负责网络技术的维护工作。

2、集团及各平台官方网站主要承载着树立企业社会形象、发布企业信息，接受公众信息反馈的功能。

3、集团及各平台官方网站日常更新信息由行政或相关部门专人（岗）负责收集、拟文，部门负责人提报，各平台分管的副总裁审批、总裁、集团总裁室分管领导审核，董事长审定后，对外发布。

4、各平台官方网站管理部门的新闻接口人应在二个工作日内转载其它平台官方网站的新闻中心栏目中的内容，以保障官方网站的新闻统一性。

#### **二、组织活动**

（一）集团可根据工作需要，组织、参与社会活动，如环境保护，知识传播，社会援助，慈善，社团活动，专业服务，文化艺术活动，国际合作等等。

（二）集团公共关系与行政管理中心总监岗应定期进行市场调研，主动联系媒体部门，寻找契机，组织策划社会活动。

（三）各种社会活动（在省、市及以上具有影响的），应由集团及各平台相关部门负责人拟订初步方案及经费预算，经集团总裁室分管领导审核、董事长审定并确立活动主办人后，组织实施。

（四）各项大型社会活动结束后，活动组织负责人应收集各方面反馈信息、分析成本及社会效益，并于半个月內展开总结会，总结经验，为今后的工作提供依据，会议纪要需存档。

#### **三、三胞之家更新**

（一）“三胞之家”为集团形象展示场所，由集团公共关系与行政管理中心负责内容的更新工作。

（二）三胞之家日常信息更新周期为一个月，每月底，各管理平台分管行政的副总裁将需要更新的信息，报平台总裁审核后，汇总上报至集团公共关系与行

政管理中心（上报表详见附件一）。集团公共关系与行政管理中心收集整理设计后，由公共关系与行政管理中心总监报分管行政的集总室领导审批，集团董事长审定后，制作更新。

#### **第七条 工作中出现疏漏，造成不良影响的处罚**

一、新闻发言人在发布会中出现工作疏漏，给集团造成不良影响的，应根据影响程度，给予其 10-50 分的扣分处罚。

二、官方网站新闻接口人如未在规定的二个工作日内转载其它平台官方网站的新闻中心栏目中的内容，给予新闻接口人 5-20 分的扣分处罚，分管公共关系与行政管理中心的相关负责人 5-20 分的扣分处罚。

三、组织活动中如出现工作疏漏，给集团带来负面影响的，应将责任落实到具体个人，并根据影响程度，给予其 10-50 分的扣分处罚。

#### **第八条 获得荣誉及专业奖项的奖励措施**

一、集团获得市级（含）以上荣誉称号或奖励的，集团董事长可根据所获荣誉的影响力、知名度，给予相关人员及分管行政的集总室领导 20-300 分的加分奖励。

二、员工获得市级（含）以上专业奖项、称号，为集团带来荣誉的，经该员工所在部门负责人建议、集团公共关系与行政管理中心负责人审核、董事长审定后，可给予其 20-300 分的加分奖励。

#### **第九条 本制度的执行责任岗、培训责任岗及检查责任岗**

一、**执行责任岗**：在本制度中涉及执行人、审核人及审定人；

二、**培训责任岗**：各部门负责人；

三、**检查责任岗**：集团公共关系与行政管理中心。

#### **第十条 附则**

一、本制度解释权归集团公共关系与行政管理中心。

二、本制度自签发之日起执行，此前相关文件同时废止。

