YOLOR

企业文化手册

CORPORATE CULTURE MANUAL

用文化托举愿景　用信仰塑造未来　用行动兑现承诺

河南省邦诚旅游产业发展有限公司


初心立命
守正创新
文心立心
携手共进

董事长致辞

各位YOLOR家人：

当你翻开这本《文化手册》，不仅是翻开一个册子，更是翻开公司发展的新起点。在行业变革与竞争加剧的当下，我们比任何时候都更需要一种力量——文化的力量！

一、为何重塑文化？

过去，我们凭借拼搏与创新走到今天；未来，仅凭“速度”已无法持续领先。市场在变，用户在变，但不变的是我们对“品质”与“责任”的坚守。当规模扩大、部门增多，我们亟需一种精神纽带，让每个岗位、每位员工都能与公司同频共振，让战略落地时既有温度、又有力度。

二、文化能带来什么？

凝聚力：文化是我们的共同基因，它让设计的创意、科技的支撑、服务的温度，最终汇聚成“YOLOR”品牌的独特魅力和强大竞争力。

战斗力：守正向善、协同创新、开拓引领、价值共赢，我们面对挑战时将更有方向感；践行文化者会被重用，违背文化者将被淘汰。

传承力：今天我们写下的不仅是文字，更是写给未来的承诺——让每一代YOLOR人都能基于此守护初心、厉行使命、践行核心价值观。

三、我们的决心：温柔与强硬并存

温柔是根基：我们鼓励创新试错，尊重每一位员工的每一份努力，公司文化不仅不是束缚，更是为公司、为团队指引方向的灯塔。

强硬是底线：公司文化必须讲成为指导公司经营管理、指导员工行为准则的纲领。从今天起，文化融入决策、考核与奖惩，对违背价值观的行为零容忍。

四、此刻，全员行动！

学透文化：决策层、管理层、执行层高频分层研讨、学习，确保理解并高度共识；

践行文化：用文化指导决策、用文化规范行为、用文化审视我们每一项行动；

捍卫文化：每个人都是文化的践行者、监督者和捍卫者，对偏差行为应及时纠偏。

伙伴们，文化不是选择的路，而是我们必须走的路。这条路或许有荆棘，但只要我们手握初心、眼中有光，必将走出YOLOR的“星辰大海”。

向前走，不回头！

目录
CATALOGUE

董事长寄语

第一章 品牌释义 01/04
品牌释义　文字释义
图形释义　颜色释义

第二章 公司介绍 05/06
邦诚文旅集团简介

第三章 公司定位 07/08
何为定位　定位释义

第四章 公司文化 09/14
公司愿景　公司使命
公司价值观

第五章 公司理念 15/30
发展理念　经营理念
合作理念　创新理念
客户理念　产品理念
安全理念　人才理念

文化宣言

BRAND INTERPRETATION
品牌释义



YOL + OR = YOLOR

自由之路
象征着自由探索的征程
永不止步，体现品牌的坚守与践行

无限可能
寓意品牌在设计与创新上
不断挑战极限，探索着无限的可能性

自由之道 无限可能
谐音“游乐” 围绕“游乐”
展开的旅游产业化投资及产业化经营

文字释义

河南省邦诚旅游产业发展有限公司定位于景区游乐设备解决方案提供商；在产业维度具有无限延伸、整合、渗透的布局规划。邦诚的英文品牌命名取用YOLOR，谐音“游乐”，意指游乐事业，即：围绕“游乐”展开的旅游产业化运营及投资事业。

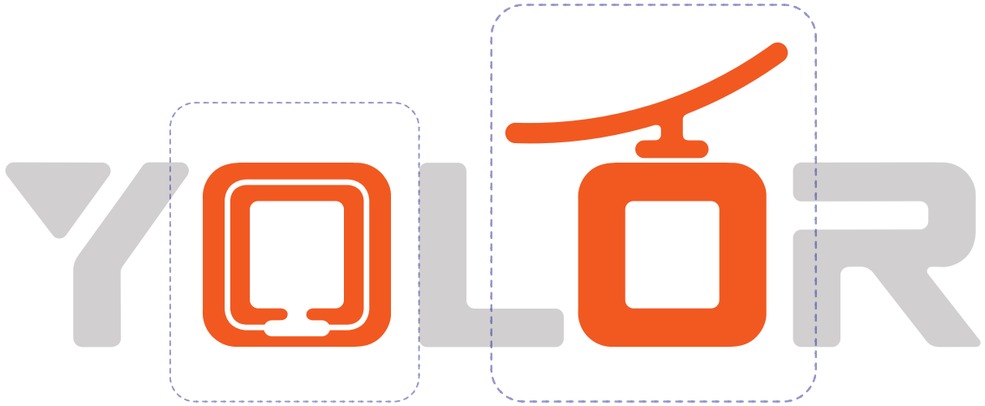
就英文翻译而言，“YOL+OR”的组合，喻指“自由之道 · 无限可能”，契合邦诚文旅集团的公司愿景、创新理念及其品牌定位 。

YOL + OR

图形释义

双“O”造型的核心寓意

LOGO中两个“O”的巧妙设计，是品牌图形语言的核心，直接呼应了公司“轨道类与索类设备”的两大产品定位，两个“O”以互补形态彼此呼应，形成一个完整闭环，象征轨道与索道两大产品线的协同发展，共同构建完整的景区游乐解决方案，形成清晰的视觉符号：



第一个“O”——列车头造型

象征轨道类产品：以简洁的几何线条勾勒出列车车头的流线型轮廓，象征公司专注于轨道类游乐设备（如管轨式滑道、原子飞车、上山轨道车、空中列车等）；

动态与速度：锐利的车头造型传递出轨道设备的科技感、速度感与激情体验，体现品牌在轨道游乐领域的创新与突破；

稳重与可靠：车头的稳固结构暗含品牌对设备安全性和品质的承诺。

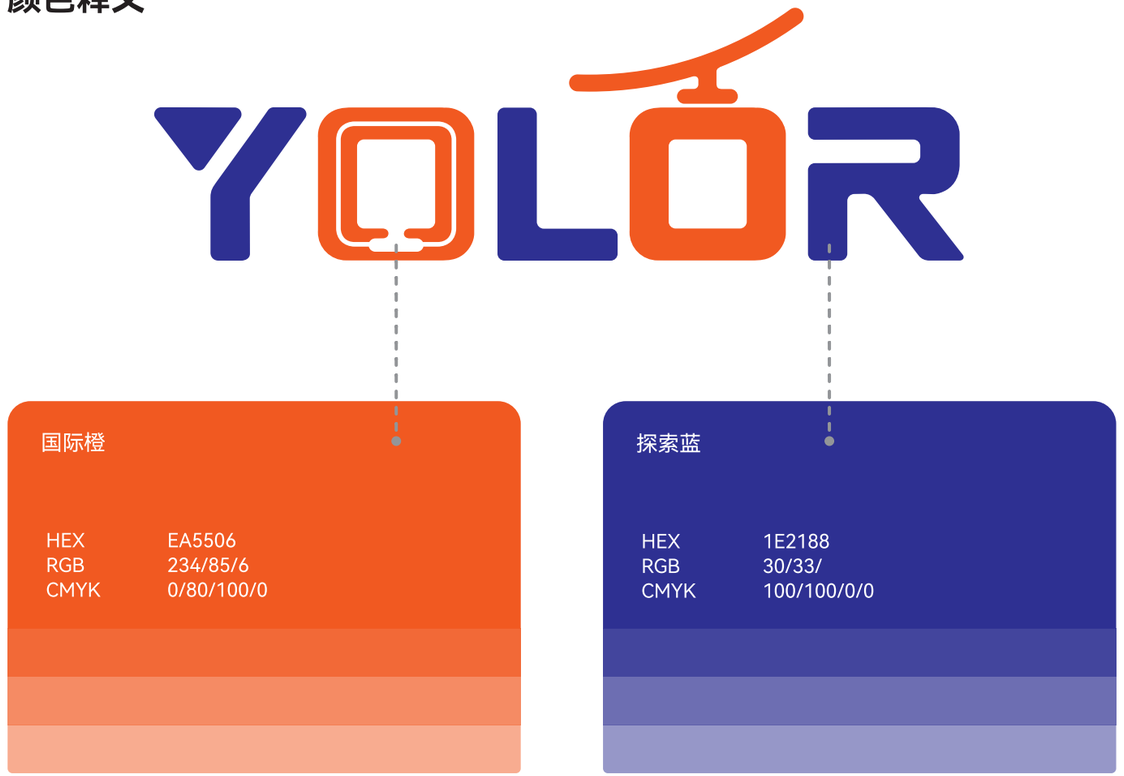
第二个“O”——索道轿厢造型

象征索类产品：以方圆形设计模拟索道缆车的轿厢轮廓，直观展现公司对索类游乐设备（如缆车、高空滑索、空中飞艇等）的专精。

轻盈与互联：轿厢造型通过轻量化线条与留白设计，体现索道设备在高空中的轻盈感与自然融合性，同时隐喻品牌与客户、与景区的紧密连接。

探索与自由：索道作为景区探索的重要载体，暗含品牌助力游客开启“云端之旅”与自由探索的品牌价值。

颜色释义



橙色（国际橙：R234 G85 B6）

活力与快乐：橙色通常象征着活力、热情和快乐，这与游乐设备带来的欢乐体验非常契合。

吸引注意力：橙色是一种非常显眼的颜色，能够吸引人们的注意力，突出品牌的视觉冲击力。

蓝色（探索蓝：R30 G33 B136）

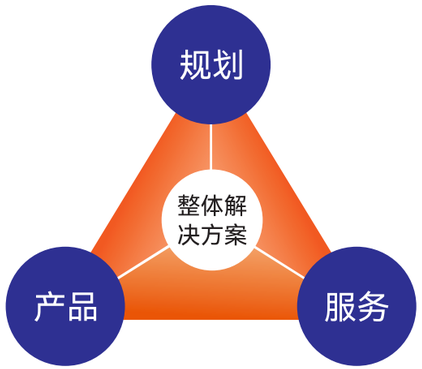
信任与专业：蓝色给人一种稳定、可靠和专业的印象，寓意创意、智慧，暗示YOLOR品牌在游乐设备制造方面的专业性、安全性和无限创新性。

冷静与清晰：蓝色还能传达一种冷静和清晰的感觉，使品牌形象显得更加现代和科技感。

COMPANY INTRODUCTION
公司介绍

河南省邦诚旅游产业发展有限公司（下称“公司”或“邦诚文旅集团”）定位于景区游乐设备解决方案提供商，以成为全球景区游乐设备行业卓越品牌为公司愿景，致力于“为游客制造欢乐 · 为客户创造价值”。

鉴于主创团队的从业经历、公司近20年的发展沉淀及行业发展趋势，结合公司定位、愿景和使命，2025年开始，公司将主营产品聚焦为中高端索类、轨道类游乐设备，面向中高端景区客户提供市调、规划、设计、工艺创新、生产、安装、验收、风控、售后及运营增值服务等涵盖全流程、全场景的整体解决方案，构建“规划+产品+服务”的三角赋能体系。





为践行公司使命，更好的为游客制造欢乐 ，为客户创造价值，公司先后完成20000m²现代化源头工厂、游乐规划设计院、研发中心，确保研发、规划、设计、生产、质检、安装及验收环节的高质量实施。同时，公司用近10年时间，组建起6支专业的工程安装团队，10个涵盖技术/商务/运营的解决方案铁三角服务团队，30+高级工程师团队，100+成熟专业的生产团队，确保为客户提供专业的解决方案和品质服务。

研发 > 规划 > 设计 > 生产 > 质检 > 安装

2012年至今，公司及旗下子公司先后通过ISO质量管理体系认证、获取中国特种设备生产许可A类资质、玻璃水滑道资质；荣获“中国滑索行业十大品牌”等多项国家认证、参与起草滑索、水滑道、秋千、玻璃与景观设施等4项国家标准。截至2024年底，公司获得全国标准委员会委员、中国机械协会游乐分会会员、中国游艺机协会会员、河南省特种设备副会长单位、河南省游乐设备协会副会长单位、获嘉县游乐设备协会副会长单位等多项荣誉称号。同时，经过多年沉淀和持续创新，公司获得200+行业专利，完成200+海外项目交付、700+国内项目交付。

2	4	6	30+
2个行业A类资质	参与4个行业标准制定	6支专业工程队	30+高级工程师
100+	200+	900+	20000+
100+专业生产人员	200+行业专利	900+交付项目	20000m²+现代化工厂

过去的十年是深耕沉淀、砥砺前行的十年，未来的十年是创新驱动、深耕发展、服务赋能的十年。在互联网和新媒体高度发展的今天，公司将以更开放的姿态，以市场为导向，以创新为驱动，以品质为根本，借力公司10年发展成果，协同公司200+职业化团队，为景区游乐设备行业提供高效、务实的一站式解决方案，成为中高端景区青睐的卓越品牌。

COMPANY POSITIONING
公司定位

何谓定位

公司定位指的是：

公司如何在目标客户心智中确立独特的认知和价值印象。这不仅决定客户怎么看你、能否记住你、是否选择你，还直接影响公司的战略规划、产品开发、营销传播乃至整个品牌的发展路径。

公司定位

景区游乐设备解决方案提供商。



定位释义

我们不是设备制造商，而是专注景区游乐体验的系统解决者，用“设备+策划+设计+服务”的组合，帮助景区打造可玩、可传播、可持续运营的沉浸式体验项目。

景区

公司以景区为唯一服务对象，包括但不限于自然风景区、旅游度假区、文旅小镇、主题公园、山地景区等拥有游客流量与体验需求的场所。

游乐设备

公司面向景区提供无动力游乐设备（滑索、滑道、丛林穿越、高空项目等）及部分特色设备（如原子飞车、空中飞艇、轨道项目等），强调体验性、安全性、观赏性和互动性。

解决方案

不仅仅是卖设备，而是提供一整套从策划设计、设备定制、工程施工、安装调试、售后服务、运营指导等一站式系统化服务。

提供商

作为专业品牌商或制造服务方，具备全流程交付能力和深度配套的技术团队，是甲方的项目顾问与落地伙伴。

定位小故事

在企业创立初期，我们就在思考两个根本问题：“我们要做什么？又该怎么做？”

这不仅关乎产品，更关乎方向与格局，是关于企业命运的开篇抉择。

经过对行业的深入观察与对未来趋势的持续研判，我们发现：传统游乐设备市场已形成成熟格局，进入门槛低、竞争激烈。而在广袤的景区场景中，却缺乏真正聚焦“景区场景+游乐体验”的专业化力量。

于是我们意识到：如果要实现突破，就必须换一条路径，走一条围绕“景区”场景、聚焦“游乐”价值的差异化之路。

正是在这样的战略判断下，我们确立了自己的发展方向——为景区提供专业的游乐设备解决方案。

我们不仅要提供设备，更要基于景区的地形、人流、文化与运营诉求，提供一体化的产品设计、场景策划、工程实施与服务交付能力，成为景区值得信赖的合作伙伴。

基于这一定位，我们在公司名称中，清晰地加入了“景区”二字，确立了“景区游乐设备解决方案服务商”的身份，也确立了公司发展的战略锚点。

从滑索、滑道，到轨道类、亲子类、互动类设备，每一款产品、每一次交付，我们都围绕景区场景去定义功能、提升体验、优化运营。

我们始终相信：只有真正理解景区，才能做好景区游乐；只有做深场景解决方案，才能走远、走稳。

这不是回避主流，而是一次主动的战略选择；

不是产品导向，而是以场景为中心、以价值为导向的清晰定位。

COMPANY VISION
公司愿景

何谓愿景

我们要成为什么？

愿景是公司对未来的想象和追求，是公司希望实现的理想状态，是公司奋斗的终极目标。

公司愿景

成为全球景区游乐设备行业卓越品牌



愿景释义

“成为全球景区游乐设备行业卓越品牌”是一个充满雄心的目标，更是一份沉甸甸的承诺。我们深知，“卓越”从不是靠喊口号实现的，而是在一次次创新突破中，在一件件产品打磨中，在一个个项目落地中，被时间验证、被客户认可、被行业尊重的沉淀结果。

从决定聚焦“景区游乐设备”的那一天起，我们就不再是一个简单的设备制造者，而是景区娱乐体验的策划者、设计者、赋能者和景区解决方案的提供者。

“走向全球”不只是市场版图的扩展，更是能力边界、品牌高度与文化影响力的全面跃升。我们要让世界看到——景区游乐设备的中国制造，不仅安全可靠、精致美观，更富有理念前瞻性、结构创意性和文化融合性。

“卓越”代表行业引领，“品牌”代表可持续影响力。我们不满足于眼前的领先，更在意长期的积累、全球的尊重、代际的传承。愿景，是我们的方向；“全球卓越品牌”，是我们必须抵达的目的地。

愿景小故事

2012年，我们以"景区无动力游乐设备"为定位开启创业。

初期团队仅有两位创始人，在九州宾馆的小办公室里艰难求生，首年销售近乎"颗粒无收"。为掌握生产主动权，我们尝试代工模式却遭遇品控危机——漆面三次返工、项目屡屡延期，甚至在烈日下手工打磨产品。最艰难时，创始人带着最后一千元孤注一掷，历时三天三夜争取到七万元订单，公司才得以生存。从废弃农村民宅起步，团队白天是焊工喷漆工，夜晚化身设计师与客服，用3.5米高的简陋厂房，将滑索、丛林穿越等产品打磨出口碑。

2017年，我们成立行业首个"游乐设计院"，转型为游乐解决方案策划者，并相继获得特种设备制造A级资质、河南省游乐协会副会长单位等荣誉。发展过程中，我们曾涉足跨界项目但及时止损，始终锚定"景区游乐设备"主航道。在50℃高温厂房里用风扇坚持生产，在泥泞工地挥汗赶工，团队始终坚信"自然场景+体验"的核心理念。

十二年间，我们从漏雨的民宅走向标准化厂区，从濒临倒闭到行业标杆，始终坚守创业初心——以景区为根、游乐为魂，将每个项目都当作品牌基石。

如今的"全球卓越品牌"愿景，不仅是方向，更是刻在基因里的坚持。我们始终记得，正是当年焊枪与喷枪的温度，铸就了今日在山水间传递欢乐的承诺。

COMPANY MISSION
公司使命

何谓使命

我们为什么存在？

使命是公司存在的意义，是“为谁服务、解决什么问题、创造什么价值”的明确表达。

公司使命

为游客制造欢乐 · 为景区创造价值

使命释义

我们要做的，不仅是把设备安好，更是让景区从“有人看”到“有人玩”，再到“有人念”，最终成为游客愿意重复打卡、主动分享的沉浸式场景。

“使命”是公司的灵魂，是每一位员工在岗位上的意义所在。



为游客制造欢乐

“游客满意，才是一切努力的意义。”我们坚信，游乐设备的终极意义，不是器械的高度或复杂程度，而是人真正站上去、玩进去、笑出来的那一刻。那一刻，是我们存在的全部价值。我们要制造的不是“设备”，而是“欢乐”本身。让孩子们尖叫着穿越丛林、让青年人挑战空中飞人、让家庭共同体验山谷滑索的幸福感——这才是我们真正想做的“产品”。

我们主张游乐设备不止安全，更有欢乐；而我们，愿做那群用专业守护笑容的人！

为景区创造价值

“设备可以复制，价值不能；项目可以建很多，但能留下口碑的，才叫真正的产品。”

我们从来不做“卖设备”的公司，而是做“为景区解决问题”的合伙人。

我们理解景区的痛点——淡旺季不均、项目吸引力不足、游客停留时间短、营收结构单一。所以，我们从项目策划、方案设计、文化植入、游乐系统到运营思维，始终从“景区能不能增值”出发来思考。

使命小故事

我们曾以为客户是景区，专注于设备交付与验收。

但一次次深入现场让我们看清：真正的客户是游客。他们的笑容和安全，才是我们价值的最终评判者。

行业里那些刺痛神经的事故——福建龙岩、重庆奥陶纪、山西的滑索问题——不断敲打我们：设备的责任远不止“完工交付”，核心必须是 “用了不能出事”。华山栈道的事件更是一个警钟：安全设计，是守护生命的最后一道防线。

这促使我们彻底转变：

我们不再被动等待，而是主动出击。深刻反思“为什么允许误操作存在？”，专项研发推出了游客无法自行打开的束缚装置（一款获国家专利，一款广泛应用），从源头堵住风险。

我们的关注点变了：从“设备结构合理吗？”、“能按时交付吗？”、“景区满意吗？”，转向追问“游客会出意外吗？”、“他们玩得尽兴吗？”、“还想再来一次吗？”。

我们重新定义价值：真正优秀的设备，是把人安全地送回来；有价值的产品，是让人愿意再玩一次；企业的尊严，在于安全做得有多扎实。

我们意识到，我们制造的，其实是一个装载快乐的容器。它承载着尖叫中的兴奋、孩子“我还要玩！”的雀跃、长者挑战成功的自豪、恋人间携手飞跃的浪漫。

这就是我们追求的：安全的挑战、值得珍藏的回忆、可以重复的欢乐体验。

COMPANY VALUES
公司价值观

何谓价值观

我们依据什么立心行事？

价值观是公司判断对错、规范员工行为的内在标准，决定了公司文化的风格和团队氛围。

公司价值观

守正向善 · 协同创新 · 开拓引领 · 价值共赢

价值观释义

守正向善：

“守正向善”是一种初心不改、坚守底线的定力，是以正道行事、以善意对待客户、员工与社会的态度；“守正”意味着坚守正道、坚守制度、坚守标准。公司在追求利益和发展的过程中，不能偏离法律法规、不能脱离道德底线、不能背弃初心；“向善”则是秉持利他之心，在对客户、员工、社会的每一次交往中都讲究善意、讲究温度、讲究责任感。



守正向善 —— 协同创新 —— 开拓引领 —— 价值共赢

协同创新：

“协同创新”是一种突破边界、跨界融合的思维，是打破部门墙、激活组织力、打造创造力的方式；“协同”不是形式上的配合，而是目标一致、信息互通、资源共享；“创新”不仅仅是技术上的突破，更是思维模式、组织方式、服务流程的全面进化。

开拓引领：

“开拓引领”是一种面对市场变化积极进取、勇担责任的担当，是不断打破旧格局、勇做行业先锋的魄力；“开拓”意味着不断发现新的可能，敢于走前人没有走过的路；“引领”意味着我们不满足于跟随，而要成为行业的标杆，成为被模仿的对象。

价值共赢：

“价值共赢”是一种以客户为中心、合作伙伴为桥、员工为本的理念，是实现共同成长、共创辉煌的目标。“价值共赢”不是一个口号，而是我们始终坚持的客户关系观、合作生态观和员工发展观。公司要有赢利，但不是靠牺牲他人而得利；客户要有收益，但不是靠压榨供应商而低价；员工要有成长，但不是靠过度消耗而获取结果。共赢，是我们与客户一起进步，与员工一起成长，与合作伙伴一起壮大的根基。

价值观小故事

滑索，是我们深耕二十年的核心产品，也是企业价值观沉淀最深的阵地。

起初的我们，只靠经验设计滑索。没有数据、没有模型，全靠“感觉”与“试错”控制高差。滑得快就换粗钢丝，滑不动就重建站台。我们的工人肩扛几十斤钢索上山，靠汗水和死磕把滑索做稳、把游客滑顺。

这，就是“守正向善”。即便条件艰苦、行业混乱，我们从不偷工减料，坚持对安全的敬畏，对工艺的敬重。

但我们不止于熟练，我们想得更多：滑索速度控制，是否只能依赖落差和牵引索？有没有更本质的方式？一个偶然的机会，我们接触到“磁涡流”技术，提出大胆设想：为何不在滑车上集成磁涡流减速？三个月连续失败后，第一代磁涡流滑车问世，成功降低冲击力，显著提升安全性。

这就是“开拓引领”。在别人默认的地方，我们敢于质疑；在没人走的路上，我们愿意第一个跳进去。

然而新问题也随之而来。磁涡流对重游客减速有效，但轻游客易“滑不到站”。电驱动不现实、加电池太重。灵感来自一个国外视频：若能通过离心机构动态调节磁阻接触面积，就能实现自动调速。我们迅速研制出“无源自动调速滑车”，兼顾不同体重、风阻，真正实现滑索“智能减速”。整个过程汇聚了设计、材料、安全、装配等多方力量。

这，就是“协同创新”。从单点突破到系统协作，我们用跨专业共创实现产品飞跃。

技术落地后，我们主动为多个老项目免费升级，并开放核心原理给合作方使用。因为我们始终相信：真正的价值，不止属于我们，而应惠及行业——这就是“价值共赢”。

从一根钢索出发，我们不仅守住了底线，更开拓了边界；不仅解决了难题，更带动了行业。

DEVELOPMENT CONCEPT
发展理念

何谓发展理念

明确公司发展策略，聚焦成长。

发展理念是指公司在长期发展过程中所坚持的核心方向与价值主张，是指导战略制定、资源配置与行动路径的根本原则。

公司发展理念

聚焦、变革、深耕、引领



聚焦 — 变革 — 深耕 — 引领

发展理念释义

公司的发展，不在于追求短期的爆发，而在于清晰地知道我们在哪个领域深耕、在哪些方向变革、在什么层面引领。聚焦是走准方向，变革是与时俱进，深耕是不断夯实根基，引领是成就行业标杆。

【聚焦】

专注战略方向，拒绝盲目扩张。我们不做“什么都做”的公司，而要做“把一件事做到极致”的公司。聚焦是我们对主航道、核心产品、核心市场的战略自觉，是资源配置的第一原则。

【变革】

敢于打破惯性，主动迎接变化。我们尊重历史，但不固守历史；我们不等待变化，而是主动创造变化。变革是公司保持生命力的源泉，是持续优化机制、流程和组织的动力。

【深耕】

在专业领域不断精进。我们不浮于表面、不追求表演式创新，而是不断深入用户需求、产品技术、服务体系，打磨出真正有价值、有护城河的产品与能力。

【引领】

不跟随别人，而是成为被跟随者。我们不以“做到平均”为目标，而是立志成为标准制定者和行业趋势的引导者。引领不是自夸，而是通过不断创造“别人没做到、客户真需要”的价值，赢得尊敬。

COMPANY VALUES
经营理念

何谓经营理念

解决了公司如何高效、持续的做正确的事。

经营理念，是公司持续发展的“底层逻辑”和“价值抓手”。它不是一句口号，而是指导公司资源如何配置、决策如何制定、团队如何协同的核心准则。一个好的经营理念，能够让公司在面对市场变化时不盲从，在遇到内部挑战时有章可循。

公司的经营理念

关注人才 以人才为经营核心

关注市场 以市场为经营导向

关注服务 以服务为经营抓手

关注体系 以体系为经营支撑



人才 —— 市场 —— 服务 —— 体系

经营理念释义

经营理念明确了公司在复杂环境中，如何通过“人才、市场、服务、体系”的协同，确保决策有方向、执行有抓手、成长有保障。

人才不仅仅是资源，是经营的起点。真正驱动公司增长的，不是制度、流程或口号，而是那些能独立思考、主动解决问题、有协同精神的人。我们始终把“选人、育人、用人、留人”作为经营最重要的一环，因为只有把人放对了，事才做得成。

关注人才 以人才为经营核心

我们坚持从市场出发，不闭门造车、不自嗨创新。市场的反馈决定产品的方向，客户的需求决定我们的投入优先级。经营要有视野，更要有敏锐。真正的市场导向，不是盯着竞争对手走，而是盯着客户未来想要什么走。

关注市场 以市场为经营导向

经营理念

关注服务 以服务为经营抓手

服务不只是售后，而是影响客户复购、口碑传播、长期合作的经营关键点。我们把每一次服务当作一次“第二销售”，让服务成为客户感知我们的温度与专业的第一触点。好产品是敲门砖，好服务是关系长久的纽带。

关注体系，以体系为经营支撑

有体系的公司才能走得远。经营的稳定性不是靠人力意志维持的，而是靠制度、流程、工具与标准化的组合拳。我们推崇“体系化思维”，让每个环节都可以复制、升级、优化，让公司从“人管人”转向“机制驱动”。

COOPERATION CONCEPT
合作理念

何谓合作理念

解决内外部合作中“互信不足·短期思维·协同低效”的问题。

合作理念是指公司在对外协作与对内协同过程中所秉持的核心思想与价值导向。它体现了公司如何看待合作关系的本质，如何处理利益共享、资源互补与长期共赢的问题。

良好的合作理念，能够统一协作目标、增强合作黏性、提升协同效率，使公司在与客户、供应商、员工及行业伙伴的互动中，建立基于信任、规则与共识的高质量合作关系。

公司合作理念

探索强互利的机制 构建可持续的合作

互信 —— 互利 —— 共赢

合作理念释义

我们倡导的合作理念，不是短期交换，而是长期共赢；不是利益博弈，而是价值共创。通过构建强互利机制，打破“甲乙方”思维，真正让合作成为彼此成长的加速器。

我们要以战略眼光筛选合作伙伴，以信任和规则推动共赢，以共同目标拉齐行动节奏，实现从“一次项目”走向“长期联盟”。

探索强互利的机制

我们不仅关注公司自身的收益，更致力于构建一种“你赢我更赢”的合作模型。在合作中，找到资源互补、价值联动的真实结合点，提升整体效率与成果。

构建可持续的合作

合作不止一次交易，更是一次信任的累积。我们坚持透明、守信、公平原则，力求合作可复制、可延续、可成长。

合作不是交易的过程，而是共同成长的旅程。

YOLOR始终相信，真正有价值的合作，源于互信，立于互利，成于共赢。我们愿与客户并肩作战，与伙伴协同共创，与团队携手前行，在一次次合作中积累信任，在一次次协同中创造价值。



INNOVATIVE CONCEPT
创新理念

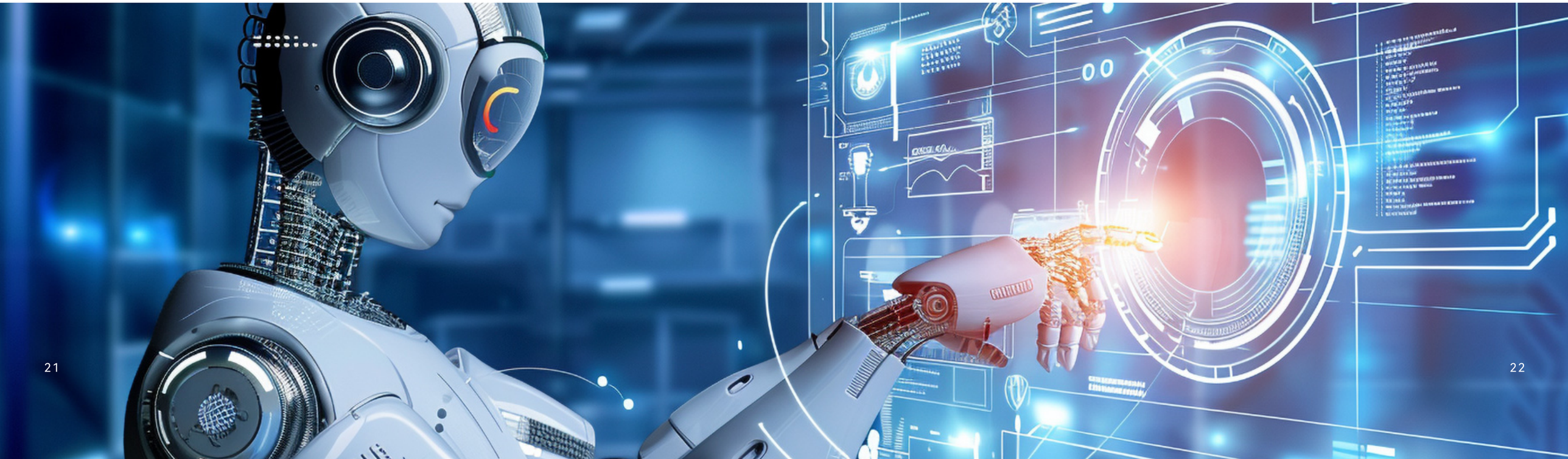
何谓创新理念

解决“方向失焦、背离趋势、闭门造车、被动滞后”的问题。

创新理念指公司在产品、服务、技术、管理等领域进行创造性变革时所坚持的战略方向与思想原则。它体现了公司面对变化如何响应趋势、如何判断机会、如何选择路径的基本认知。

公司创新理念

以政策导向做创新　以国际视野做创新
以行业趋势做创新　以引领需求做创新



创新理念释义

YOLOR倡导的创新，不是封闭自研，不是重复造轮子，更不是随波逐流的表面升级。我们坚持从政策导向中找机遇、从全球视野中拓思路、从行业趋势中寻赛道、从用户需求中挖价值。我们坚信：创新不是“想到什么做什么”，而是“看准什么改什么”。唯有把握趋势主线，创新才不会偏航；唯有直击用户本质，创新才有生命力。

以政策导向做创新：

政策是时代的方向标。我们坚持紧跟国家产业政策、区域发展规划、监管标准变化，主动识别政策红利窗口，把创新融入政策鼓励的方向上，规避风险、抢占先机。

以国际视野做创新：

创新不能局限于本地经验。我们坚持站在全球角度审视市场趋势、技术潮流与用户体验，通过引入先进理念与方法，加速本地落地与二次优化。

以行业趋势做创新：

行业是最直接的风向标。我们注重从产业动态中挖掘需求空白与演化趋势，聚焦细分赛道进行持续布局，确保创新不脱节、不盲动。

以引领需求做创新：

真正有力的创新，不是跟着需求走，而是激发用户未被满足的潜在期待。我们通过深入洞察用户行为，反向定义产品逻辑，用创新激发市场，用创造引导认知。

创新不是灵感的闪现，而是认知的升级，是系统的战略能力。

YOLOR始终以创新为驱动引擎，坚持从国家方向中找准落点、从世界高度中寻找答案、从行业节奏中谋划突围、从用户心智中定义价值。

未来，我们不追随、不模仿、不停留，而要站在趋势前、市场前、用户前，用真正有前瞻力、引领性的创新，去打开一个又一个发展的新通道。

CUSTOMER PHILOSOPHY

客户理念

何谓客户理念

解决“客户脱节、服务割裂、价值单一、粘性不足”的问题。

指公司在理解、服务、维护客户过程中所遵循的核心思维方式与服务逻辑。它体现了公司如何洞察客户需求、如何整合服务资源、如何打造深度连接以及如何从客户成功中获得公司成长。

科学的客户理念，能够帮助公司提升客户体验，增强客户黏性，构建长期信任，从“产品导向”迈向“客户价值导向”，实现从服务者到赋能者的角色跃迁。

公司客户理念

关注客户诉求 · 整合服务　　强化客户联动 · 多维赋能



客户理念释义

在YOLOR，我们认为客户不是需求的提出者，而是价值的共创者。

我们不仅关注客户“要什么”，更要挖掘他们“为什么要”，从本质诉求出发，为客户提供整合、协同、前瞻的解决方案。同时，通过更紧密的联动机制与多维度赋能形式，让客户在合作中不断获得新的能力与成长机会。

我们服务的终点，不是完成项目交付，而是实现客户“持续成功”的闭环。

关注客户诉求

理解客户的“显性需求”只是起点，挖掘“隐性动因”才是关键。我们强调多听、多问、多洞察，从使用场景、痛点难点中找准问题实质，真正做到“懂客户比客户更早一步”。

整合服务

客户不需要一堆零碎的功能，而需要一个系统的解决方案。我们通过整合设计、制造、安装、培训、售后等多环节能力，为客户提供全生命周期的一站式闭环服务，解决其“多点对接、多头负责”的痛点。

客户理念

强化客户联动

不是做完才沟通，而是一起做、一起调、一起进化。我们倡导项目全过程中与客户高频互动，及时反馈、共同决策，建立真正的协同关系。

多维赋能

客户要的不是一次性服务，而是持续成长的能力。我们通过提供行业趋势信息、运营培训工具包、产品升级方案等方式，为客户注入“可持续竞争力”，让他们越合作越专业、越独立。

客户不是项目的开始或结束，而是我们始终围绕的中心。

YOLOR始终秉持“关注客户诉求，整合服务；强化客户联动，多维赋能”的理念，深入倾听、主动协同、持续支持，不断在理解中创造价值，在连接中赢得信任。客户不是项目的开始或结束，而是我们始终围绕的中心。

YOLOR始终秉持“关注客户诉求，整合服务；强化客户联动，多维赋能”的理念，深入倾听、主动协同、持续支持，不断在理解中创造价值，在连接中赢得信任。

PRODUCT CONCEPT

产品理念

何谓产品理念

解决“同质化严重·缺乏核心价值·产品无感知力”的问题。

产品理念是指公司在设计、开发、制造与交付产品全过程中所秉持的核心价值观与标准逻辑。它决定了公司如何看待用户需求、如何看待品质与责任、如何以产品承载品牌使命、塑造行业影响力。优秀的产品理念，能够帮助公司构建差异化竞争优势，打造真正“有温度、有态度、有高度”的产品，赢得市场的尊重与用户的信赖。

公司产品理念

环保 品质 创新 引领



产品理念释义

YOLOR坚信：真正有竞争力的产品，不仅要好用，更要有价值、有思想、有远见。

我们坚持以环保为底线、以品质为根本、以创新为驱动、以引领为使命。产品不只是实物，更是文化的表达、品牌的延伸、责任的体现。我们要做的不只是“能卖出去”的产品，更是“能留下来、被记住、值得推荐”的产品。

【环保】

环保不是趋势，而是责任。我们坚持在原材料选择、制造工艺、能耗控制等环节全面贯彻环保理念，打造对人更安全、对环境更友好的产品体系。

【品质】

品质是产品的生命线。我们以高标准定义每一件产品，从结构强度、工艺细节到出厂检验，确保产品在各类极端环境中都能稳定运行、零故障交付。

【创新】

每一款产品的迭代，都是一次用户价值的升级。我们坚持在造型、结构、功能上持续创新，让产品更有趣、更智慧、更高效，提升体验感与使用价值。

【引领】

产品不仅服务当前，更要引领未来。我们关注行业发展方向、用户习惯变化和新材料、新工艺的融合，推动产品从“满足需求”向“塑造趋势”进化。

产品，是公司价值最直观的表达。

YOLOR始终坚守“环保、品质、创新、引领”的产品理念，用材料讲责任，用结构讲逻辑，用功能讲体验，用设计讲未来。未来，我们不仅要造出好的产品，更要造出有格局、有温度、有远见的产品，成为客户信赖的创造者、行业尊重的引领者、时代需要的推动者。

SAFETY CONCEPT
安全理念

何谓安全理念

解决“安全意识薄弱·管理失效·事故隐患频发”的问题。

安全理念是公司在生产管理、员工保障、产品交付等全过程中所坚守的根本原则和文化共识。它体现了公司如何看待人的生命价值、如何平衡效率与风险、如何构建责任闭环。

优秀的安全理念，不仅保障工作现场“无事故”，更塑造组织“有安全感”；它不是制度的冷冰冰执行，而是文化中人人自觉的行为方式。

公司安全理念

以人为本 · 质量至上 · 生产零事故 · 员工零风险



安全理念释义

YOLOR坚信：安全不是成本，而是最大的效益；安全不是约束，而是最强的保障。

我们始终坚持“以人为本”，将员工生命健康放在首位；坚持“质量至上”，将产品安全设计前置；坚持“生产零事故”，通过制度闭环与流程优化杜绝失控风险；坚持“员工零风险”，通过培训、预警、防护实现安全环境全覆盖。

以人为本

人的安全高于一切，是我们所有管理、设计、施工的出发点。我们强调“先保护，再生产”，让每一位员工、客户、游客都能带着信任而来，平安无事而归。

质量至上

我们认为：安全的本质，来自产品与工艺的质量保障。从选材到结构，从装配到检测，我们都坚持用最严标准、最实措施、最真态度，避免“设计错一点、事故大一片”。



生产零事故

安全不是“没有出事”，而是“提前预防”。我们通过标准化作业流程、风险评估机制、现场监管体系，做到“事前防范、事中控制、事后复盘”，让事故率趋近于零。

员工零风险

公司不能容忍任何一位员工带伤作业或冒险操作。我们为一线员工配备最高等级的防护装备，并通过技能培训、激励考核、健康监测等手段，真正将“保护每一位奋斗者”落到实处。

安全，不是写在标语上的红字，而是刻在每一位YOLOR人的行动中。我们坚信：只有“以人为本”，公司才有根基；只有“质量至上”，安全才有支撑；只有“生产零事故”，才不会为效率埋单；只有“员工零风险”，才谈得上可持续发展。

TALENT CONCEPT
人才理念

何谓人才理念

解决“用人无序·评价模糊·干好干坏一个样”的问题。

人才理念是公司在选人、用人、育人、留人过程中所秉持的根本价值判断与机制导向。它体现了公司如何看待员工成长、能力分工与价值贡献，如何构建公平透明、能上能下的人才生态系统。科学的人才理念是一把尺子，让成长有标准；它是一面镜子，让管理有方向；它是一股力量，让团队始终处于进化之中。

公司人才理念

以成长质量定去留 · 庸者出局

以工作能力定位置 · 平者跟随

以价值贡献定未来 · 能者上位



人才理念释义

在YOLOR，我们相信真正健康的人才环境，不靠人情、不靠资历，只靠成长表现、能力兑现与价值贡献。我们不惧有人“能上”，更不怕有人“该下”。我们不相信“平均主义”，只相信“真实表现”；我们不制造“铁饭碗”，而是塑造“价值梯”。唯有如此，才能激活个体潜能，保持组织战斗力，让人才成为公司真正的引擎。



以成长质量定去留，庸者出局

在YOLOR，成长不是年限叠加，而是能力进化与格局拓展。我们以每个人在岗位的学习速度、适应能力、责任承担、结果呈现为评价依据，动态观察其成长质量，留其可进者，淘汰不动者。



以工作能力定位置，平者跟随

岗位匹配的不是学历，不是资历，而是实战能力。我们坚持“谁能干、谁上位”，让能者在合适的平台尽情释放效能；而能力尚不具备者，则在团队中辅助跟随、边做边学。



以价值贡献定未来，能者上位

我们始终坚持“价值第一位”的导向。谁为公司创造更多客户价值、流程优化、利润增长、品牌提升，谁就有资格站上更高舞台，获得更多资源、平台与话语权。

人不动，事不成；人不变，业不进。YOLOR始终坚持“以成长质量定去留，庸者出局；以工作能力定位置，平者跟随；以价值贡献定未来，能者上位”的用人理念，既给机会，也设门槛；既重发展，也重兑现。

未来，我们将持续构建一个公平、透明、竞争有序、升降有据的人才生态，让更多有潜力、有能力、有担当的人脱颖而出，撑起公司的现在，走向组织的远方。

文化宣言

公司文化不是抽象口号，而是公司灵魂的具象表达；不是装点形象的标识，而是引领公司走向卓越的精神力量。在邦诚，我们始终坚信，真正强大的公司，不仅靠制度在运转，更靠文化在生长。文化决定方向，方向决定命运。

我们以全新视角重构公司文化，既是面向未来的再出发，也是对初心使命的再确认。

我们确立了清晰的公司定位：景区游乐设备解决方案提供商

我们坚定了共同的公司使命：为游客制造欢乐，为景区创造价值

我们描绘了远大的公司愿景：成为全球景区游乐设备行业卓越品牌

我们承诺了坚定的价值观念：守正向善、协同创新、开拓引领、价值共赢

我们始终践行“聚焦、变革、深耕、引领”的发展理念，让发展有方向。

我们始终践行“关注人才 · 以人才为核心 关注市场 · 以市场为导向 关注服务 · 以服务为抓手 关注体系 · 以体系为支撑”的经营理念，让经营有力量。

我们始终践行“环保 · 品质 · 创新 · 引领”的产品理念，让产品有生命。

我们始终践行“关注客户诉求 · 整合服务 | 强化客户联动 · 多维赋能”的客户理念，让客户被关注。

我们始终践行“探索强互利的机制，构建可持续的合作”的合作理念，让合作更健康。

我们始终践行“以政策导向做创新 · 以国际视野做创新 · 以行业趋势做创新 · 以引领需求做创新”的创新理念，让创新有依据。

我们始终践行“以人为本 · 质量至上 · 生产零事故 · 员工零风险”的安全理念，让安全有红线。

我们始终践行“以成长质量定去留 · 庸者出局 以工作能力定位置 · 平者跟随 以价值贡献定未来 · 能者上位”的人才理念，让人才有希望。

这一切，构成了YOLOR的文化根基，也构成了我们面向未来的集体信仰。我们将以此为纲，引导思维，统一语言；以此为旗，凝聚共识，协同奋斗；以此为尺，衡量结果，激励成长；以此为魂，贯穿始终，驱动变革。

文化不是终点，而是起点；文化不是一成不变的规范，而是不断进化的力量。

我们将用文化托举愿景，用信仰塑造未来，用行动兑现承诺，走出一条属于YOLOR的、可持续、可成长、可引领的品牌之路。

YOLOR

河南省邦诚旅游产业发展有限公司
HENAN YOLOR TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT CO., LTD

地址：河南省新乡市获嘉县顺宁路与梧桐路交叉口东南角2号
邮箱：myyl88888@163.com　网址：www.yolor.com