

穿出女性的健康和美丽

红豆居家召开 2016 春夏红豆杉文胸发布会

2015 年 12 月 9 日晚,“红豆居家 2016 春夏红豆杉文胸发布会”在红豆杉培育基地召开。居家公司总经理周文江、新浪无锡总经理路若愚及红豆居家红粉、优秀店长等 200 多人出席此次发布会,无锡新闻综合频道《第一看点》栏目对此活动也进行了报道。

发布会以“红豆杉,穿出来的健康”为主题,对红豆杉抑菌文胸的制作原理及抑菌功效进行了阐述。除了新品介绍,现场还设置了有奖问答互动环节,观众踊跃参与,热情高涨,增加了大家对新品的了解。

据央视权威数据报道:全球每年新增乳腺病患者高达 120 万,全球每一分钟,就有 1 名女性死于乳腺癌;每 26 秒,就有 1 名女性被诊断为乳腺癌,人们对乳房健康越来越关注。而内衣一天不换洗,就会产生大量大肠杆菌和沙门氏菌,还有生活中各种汗渍和污渍,洗涤剂中的化学残留物荧光增白剂等,这些都会引起皮肤瘙痒,甚至导致真菌性皮肤病、乳腺疾病等。

所以,如今越来越追求品质生活的现代女性,对亲密贴身内衣的选择也是慎之又慎,环保健康和安全性是他们的首要考虑因素。红豆杉抑菌文胸,是红豆集团下属红豆居家公司通过大量市场调研及科学研究,研发出

的一款健康文胸。去年 12 月 9 日,红豆居家在绿色、健康、环保的无锡红豆杉基地——红豆杉大棚召开了红豆杉抑菌文胸的新品发布会。

众所周知,红豆杉的提取物——紫杉醇,具有独特的抗癌作用,是世界公认的抗癌药物。而红豆杉抑菌文胸中的面料也与紫杉醇一样,是从红豆杉树木中提取。经过备料、蒸煮、浆粕、纺丝、烘干,制成红豆杉纤维,并与精选优质长绒棉,天丝混纺而成的功能型面料。手感顺滑、柔软、弹性佳、光泽好,并因优质的抑菌性能而得名。

独创的植物纤维提取技术,使面料饱含红豆杉植物活性物质,能抑制文胸罩杯内顽固深藏不断滋生的细菌,使细菌无法继续扩散,如金黄色葡萄球菌、大肠杆菌、白色念珠菌,抑菌率皆高于国家标准要求。实验证明,50 次洗涤后抑菌率仍然达 80%以上。还能有效促进乳房的血液循环,帮助胸部肌肤细胞自我修复,唤醒女性肌肤。

注重美丽与健康的女性在挑选内衣的时候,对文胸的款式也非常重视。红豆居家对 100 万女性身体数据进行分析,结合人体工学,经过近 10 次的试身修改与验证,产品具有聚拢、调整、舒适的特性。

文胸,女性的“私密朋友”。呵护乳房健



康,不再让文胸变成“乳房杀手”,不仅是女性的期盼,也是我们的责任。选择红豆杉文胸,穿出健康和美丽!红豆居家用关爱传递温暖,

用健康诠释内衣经典。红豆杉抑菌文胸在高品质内衣消费市场的崛起,也将引领中国女性的健康生活方式。

(小可)

平煤疗养院成为赤峰市总工会劳模疗休养基地

为更好地开展劳模疗休养工作,弘扬劳模精神,落实劳模待遇,经赤峰市总工会实地考察,特命名平煤疗养院为赤峰市总工会劳动模范疗休养基地。2015 年 12 月 16 日,赤峰市总工会劳模疗休养基地揭牌仪式在平煤疗养院成功举行。

赤峰市总工会副主席刘宏、经济部部长张晓芳,平投公司党委副书记、工会主席李连平,工会副主席李桂华,平煤疗养院院长洪伟等人出席了揭牌仪式。在刘宏主席和李连平书记的见证下,洪伟院长和张晓芳部长共同签署了《劳模疗休养基地责任书》。随后,刘宏部长和李连平书记为劳模疗休养基地揭牌,并视察了正在修建的平煤疗养院冲浪温泉游泳馆。

在这片古风扑面的汤泉热土上,翻新重建的平煤疗养院,接待了工作在一线的矿山工人、离退休干部、企业职工、各种培训会议、



各级劳动模范和来自祖国各地的游客和观光团队近万人。在一次次接待中,疗养院的优质服务工作和一流的环境设施逐步得到广泛认可,慕名而来的宾客越来越多。此前,自治区总工会和市总工会,分别对平煤疗养院进行了实地考察,市总工会、市委组织部在疗养院举办的工会培训班,更取得了良好的效果。该院精益求精的工作态度和不断进取的开拓精神给各级领导留下了深刻的印象,并得到高度赞扬。

此番将平煤疗养院定为市总工会劳动模范疗休养基地,体现各级领导对平煤疗养院的信任与支持。平煤疗养院深感责任与使命之重大,决心在服务社会的同时,充分利用与各级劳模、优秀人物近距离接触的机会,虚心学习,弘扬劳模精神,站好服务岗,当好后勤兵!

(张宝方)

腾讯人才管理真经:人选对了 其他就几乎都对了

■ 李全伟

自 2004 年上市以来,腾讯总收入、毛利和年度盈利这三项主要经营指标每年都保持两位数增加。

在全球上市公司里,腾讯的长期财务表现仅次于亚马逊。优异的业绩揭示了腾讯在人才管理上的成功。腾讯集团人力资源副总经理兼企业发展事业群人力资源总监陈菲女士说,公司 HR(人力资源)管理最大的特色是始终把人放在第一位,重资产(员工)、小团队(扁平化、行动敏捷、调配灵活、经营意识和闭环管理)、大文化(开放、平等和尊重)。

与传统企业相比,腾讯的 HR 管理借鉴产品管理模式,把 HR 本身当成一款产品来运作——产品策划(充分做用户需求调研)、产品设计(满足用户需求)、产品试用(HR 政策先在自己部门试用)、产品优化(通过试用不断改进)、产品评审及发布(HR 政策发布)、快速迭代(继续改善)、总之一要适应公司业务不同阶段的发展变化。

员工最宝贵

腾讯是一家成立 17 年的互联网企业,伴随着业务的蓬勃发展,员工人数也快速增长。目前,腾讯拥有超过 2.4 万名员工,其中 30% 以上拥有硕士及以上学历,60% 是技术人员,平均年龄约 29 岁,男女比例大约 3:1。

腾讯 HR 核心政策是以人为本。这是人力资源所有工作的基础。马化腾说过,对于腾讯而言,业务和资金都不是最重要的,业务可以拓展和更换,资金可以吸引和调配,惟有人才是不可轻易替代的,人才是企业最宝贵的财富。“具体而言,普通员工是 HR 的大客户,HR 既是员工的服务者又是专业支持者,帮助他们不断成长进步。”陈菲说,“干部和老板也是 HR 的客户,HR 的作用是帮助各级领导打造优秀文化、建立高效组织和形成顺畅流程,同时 HR 充分理解业务,根据业务发展情况提供针对性的人力资源综合解决方案。”

与传统企业相比,腾讯的业务特点有所不同。传统企业的产出比较有形,更容易衡量结果,对应的 HR 管理,采取的是科层式模式。而腾讯的产出相对无形,产品需要在使用过程中不断去体验,衡量的是有效性,体现的是一种用户体验。在这一过程中,人的作用最

重要,这也是许多互联网公司的特点。因此,腾讯的 HR 政策与公司业务紧密结合,去中心化、扁平化管理、层层迭代,保证每位员工都得到充分尊重和授权,保障信息流通透明和畅通。在此基础上,腾讯无论是选拔人、培养人还是使用人、激励人等方面都有独特的做法。

人才招聘时,腾讯面试流程非常严谨和专业。腾讯与谷歌、亚马逊等公司的招聘有异曲同工之处,员工入职时,不仅直接领导、工作伙伴甚至跨事业群合作的人员都参与到面试过程中,大家相互推介,双向选择,目的是全面了解应聘者的知识结构、工作背景、思考能力、综合素质、文化适应度和潜力,找到最合适的人选。

直到现在,公司所有中级干部及以上员工的面试,集团总裁刘炽平和高级人力资源副总裁奚丹都要亲自面试,这体现一种对人才的尊重。腾讯的面试不是为了面试而面试,而是相互学习的过程,腾讯也从业界优秀人才身上听取对腾讯有启发的洞见。

在毕业生招聘方面,腾讯的做法与众不同,目的是找到有思想、爱学习的实力派。2014 年公司推出招聘产品培训生项目。陈菲说,“腾讯是以产品为主的公司,特别看重员工的产品思维能力、创新能力、策划能力、运营能力和客户意识等,所以我们在毕业生招聘这个阶段就注意选出一些有潜力做产品经理的人才,加以双导师计划和轮岗培训,让这些人尽快成长。”选聘技术大咖也是腾讯在毕业生招聘的一个特色。在全球范围内,腾讯针对硕士、博士、博士后,选拔具有技术特长的人才。

在培养员工方面,腾讯会根据不同阶段进行相应的重点培养。公司发现,有一个时期,新员工特别多,管理岗位大量空缺,于是在这个年度提出辅导年计划。这个计划倡导每位管理者对下属承担“知人善用、发展他人”的责任。公司会开发一些简易教材,从马化腾、刘炽平开始,每位管理者都要身体力行,培养新人。HR 部门还会在半年考核时做员工满意度调查,以便检验计划的有效性。

对基层、中层和高层干部的后备培养,腾讯也有各自的计划。中层干部后备计划叫“飞龙计划”——从视野开拓(组织他们走出去,跟行业最优秀企业交流)到岗位实践(将公司在战略、产品和管理方面最需要解决的课题

交给他们),并为这些人配备优秀导师,每个项目完成情况会定期汇报,总裁参与听取。基层干部后备计划叫“潜龙计划”,高层后备干部也有专门的培养计划。每到年度年底,公司会做全体干部的盘点,根据情况制定改进计划。另外,两年前,腾讯推出“新攀登计划”,是针对专业技术人员晋升专家的后备培养计划,与管理人才培养形成双通道。

腾讯还有产品领军人物培养计划。腾讯人才管理的实践发现,人选对了,其他就几乎都对了。如果产品项目一把手不行,怎么用劲都不对。这个计划从公司现有的中级干部中产生。挑选标准包括过去的成功经历、经营意识、管理能力、创业激情等。

善于调动员工激情

一方面,腾讯已经创办 17 年,另一方面,整个互联网行业竞争异常精彩,新锐公司不断涌现。此时,如何让公司所有员工尤其是老员工保有工作激情?这不仅是腾讯 HR 考虑的问题,也是公司核心管理层考虑的重点。腾讯做法是通过机制保证,具体有两点。

第一,组织架构的创新,保证员工的战斗力。从游戏事业群(互动娱乐事业群)开始,公司采取游戏工作室这种模式,事实证明对激发员工的创业热情行之有效。此种管理模式最大的特点是三个主要角色就能形成一个闭环,闭环保证了敏捷,能够被授权、被激发。同时公司营造一个创业环境,员工与其到外面创业,不如在工作室里创业。

无论哪个工作室出成果,公司都会不断加力扶持,也允许试错。陈菲说,如果产品属于前沿,大家都在探索阶段,公司可以安排试错,也可安排两个团队一同试错。不是任何产品都需要试错,要看产品性质。对于一些市场竞争特别激烈,不赢就会出现严重后果的产品,腾讯不会安排试错。其他一些产品比如安全和金融产品,也不会安排试错,因为关系重大。

“工作室创业模式”一开始还只是在小范围里尝试,后来在公司广泛逐步推广。每个工作室都有用人权、考核权、财务权、激励权以及是否追求资源权,权限跟工作室成果和盈利状态正相关。工作室就像一个一个小公司,这种模式令员工每天都处于一种创业激情的状态,有效解决了员工工作热情不足的问题。



这种模式更大的作用是激发了公司创新的内在活力。目前,在全球行业排名中,腾讯游戏已经从第 8 位一跃到第 1 位。工作室这种成功模式,厥功至伟。后来这一模式被推广到无线事业群和社交网络事业群,效果也很明显。现在腾讯一些安全产品、浏览器产品都跃升到行业榜首位置。

第二,人才活水。这是腾讯两年前推出的 HR 政策。当时公司发现,一些工作时间比较长的员工产生了职业倦怠,需要在公司内部创造一个优良的生态系统,因此就提出了“人才活水”概念。只要员工本人发起,又有单位接收,其所在单位必须在 3 个月之内无条件放人。在微信事业群中,大约 60% 的员工通过内部人才市场获得,极大地支撑了这个事业群的快速发展。“人才活水”政策最大的特点是:在整个公司内盘活人才,人尽其才。

彰显文化的力量

在 HR 管理上,最佳做法不是靠人治,也不是靠政策而是靠文化。文化是公司里经过长时间形成的一种共识和规范,它引导大家的一致行动。

在腾讯,年轻员工比较多,特别是 80 后、90 后员工。管理这些员工,靠领导自上而下的命令,鲜有人买账;靠冷冰冰的条文,也不大见效。另外,腾讯每年空降的人才非常多,

创新超越 引领未来

中国重汽轻卡部 2015 超额完成全年目标

■ 张晓燕

2015 年全国轻卡行业呈现前高后低的态势,受宏观经济下行压力加大、国四法规切换等因素影响,轻卡行业同级别销量同比 2014 年下降 23.6%。在严峻的市场形势下,中国重汽 HOWO 轻卡积极布局中高端产品市场,2015 年中国重汽 HOWO 轻卡逆势上扬,异军突起,较 2014 年销量同比增长 38%,提前超额完成全年任务指标,销量排名进入同级别轻卡前十位,成为轻卡行业最大的一匹黑马。

在日前召开的中国重汽集团轻卡部商务大会中共展出展车 12 辆,除载货车外,今年的专用车也是其亮点之一,这也彰显出中国重汽轻卡部专用车市场开发的战略部署。2015 年,HOWO 轻卡继续深耕专用车市场,现有专用车产品种类全,覆盖范围广,尤其冷藏车、搅拌车、洒水车等车型已经取得了一定的销量和市场认可。

会上,中国重汽济南轻卡销售部总经理王德春以“知己知彼、精准营销、赢领 2016”为题对影响轻卡市场需求的有利因素和不利因素进行了系统分析,同时立足 2016 年轻卡市场特点,从经营目标、经营策略等方面,进行了工作部署。

针对 2016 年的销量目标、储备节奏、存销比控制以及重点营销工作,轻卡部做了详细规划,并对不同载重细分市场、各专用车细分市场、出口业务市场、国五排放标准细分市场的竞争策略等工作进行了有针对性的部署。

服务提升工作是轻卡部 2016 年重点工作,轻卡销售部副总经理马优勋表示,“中国重汽轻卡销售部将充分利用信息化平台,通过提升配件保障能力和‘亲人’服务标准,进一步提高客户满意度。”

会上对 2015 年表现优秀的经销合作单位进行了表彰,中国重汽(香港)有限公司执行总监、轻卡部总经理徐向阳和轻卡部相关领导为获奖单位颁奖,获奖单位代表发表了获奖感言。

展望 2016 年,在“互联网+”的时代,HOWO 轻卡能否凭借产品提升、细分市场开发、营销推广以及品牌美誉度,继续维持不断攀升的良好势头,实现销量的飞跃,让我们拭目以待。