

这是獐子岛渔业获得全球“可持续发展的新领军者”典范企业后,首次在国际舞台上亮相,受到众多的国内外客户关注。

獐子岛渔业亮相亚洲最大渔博会

□ 张四清 贾铁生

亚洲最大渔业博览会——第 16 届中国国际渔业博览会于 11 月 1 日在青岛市国际会展中心开幕,来自全球 39 个国家和地区近 800 家参展商参会,规模创历届之最。大连海参商会会长、大连獐子岛渔业集团董事长吴厚刚亲自率团参加了本次渔业盛会,这也是獐子岛渔业获得全球“可持续发展的新领军者”典范企业后,首次在国际舞台上亮相,受到众多的国内外客户关注。

据悉,中国国际渔业博览会是与欧洲布鲁塞尔渔业展览和美国波士顿渔业展览齐名的世界三大渔业展览之一,也是全球渔业人士每年一次的重要商事交流盛会,已经成为中国渔业企业走向世界的一扇窗口,也是世界渔业企业贸易交流的重要平台。本届展会展出面积超过 4 万平方米,



展场内分设国际、国内和设备三大展区,展出内容包括海水产品、养殖技术与品种、水产加工及养殖设备等。獐子岛渔业在展区入口位置占有 9 个标准展位,参展面积达到 150 平方米,是国内展出面积较大的参展商之一。

獐子岛渔业展区设计以中国红

色彩为基调,配置了獐子岛海洋牧场的沙盘模型、LED 影像宣传壁、灯箱形象广告,分设了产品展示区、现场珍品制作区、业务洽谈交流区。本次,獐子岛渔业共拿出鲜活品、冻品、即食产品、调理食品、海参等 5 个系列的上百个品种海珍品参展。

展会期间,国家农业部渔业局、

山东省及青岛市的领导莅临獐子岛渔业展区参观。来自挪威、日本、我国台湾以及内地众多参展商和渔工商企业亲赴獐子岛渔业展区洽谈合作业务。特别是獐子岛渔业荣获全球“可持续发展的新领军者”典范企业,更是抢夺了众多国内外参展商和参观者的“眼球”。在本届展会的唯一

处沙盘前,鲜活的海参、鲍鱼、虾夷扇贝、海胆、海螺、真海鞘等与山水交相辉映,引得客商驻足观看、拍照留念。而展出的虾夷扇贝、海参、鲟鱼、金枪鱼等系列产品都成为客商咨询和洽谈的“焦点”。一位前来参展的挪威客商称:“獐子岛渔业展出的产品,无论从产品的包装还是产品的品质都代表着一种形象,无愧是国际渔业产业唯一的‘可持续发展的新领军者’典范企业。并直言要在中国寻找三文鱼的贸易合作伙伴就要寻像獐子岛渔业这样的品牌企业。”

据统计,展会第一天有来自 80 多个国家和地区近 2 万名采购商、贸易商及专业人士参会,有上万人次客商亲临獐子岛渔业展区,并有 20 多家国内外商团和企业与獐子岛渔业相关业务负责人进行了洽谈,并就一些产品的合作进行了深层次交流。

此次欧洲超级音响乐器采购团的宁波之旅,得益于音王每年斥巨资参加国际各种专业音响灯光展会,国际知名度和影响力与日俱增。

“音王” 逆势出击淘金

近日,借 2011 上海国际专业灯光音响展览会参展之际,由来自英国、土耳其、俄罗斯、匈牙利、芬兰、挪威等 13 个国家的 36 名客人组成的超级音响乐器采购团来到宁波音王集团,展开其宁波“淘金”之旅。

此次欧洲超级音响乐器采购团的宁波之旅,得益于音王每年斥巨资参加国际各种专业音响灯光展会,国际知名度和影响力与日俱增。

今年 9 月 11 日——14 日,音王携旗下新开发的数字调音台 Cadac Eight 隆重亮相 2011 英国国际专业灯光及音响技术展览会。音王的 CDC Eight 数字调音台一经亮相就吸引了客人和媒体的眼球,MI Pro Magazine 对此进行了报道,该杂志说,CDC Eight 的发布是 2011 英国国际专业灯光及音响技术展览会最引人注目的事情。CDC Eight 数字调音台的问世无论是技术上还是功能上,都是调音台行业的深刻变革,引起了巨大轰动和反响。这也是音王收购 Cadac 品牌以来最有影响力的展示,成为数字调音台的领跑者。此次欧洲超级音响乐器采购团的大部分成员就是通过 MI Pro Magazine 杂志的宣传报道以及从英国展会上见证了音王的实力,之后组团前往宁波实地考察。

挪威 Studiomaster(录音大师)品牌代理商费恩·尼尔森告诉记者,受欧美债务危机等因素的影响,世界经济复苏的不稳定性不确定性因素增加,欧美日等发达国家更是呈现经济复苏曲折多变的状态。在如此背景下,对于零售商来说,组团集体采购有利于降低采购成本,并通过实地考察,更好地了解产品和市场行情。他透露,此行的目标是敲定从明年开始每年采购 12 个集装箱,总金额预计将达 100 万美金的音响制品的订单。

(据宁波市工商联网)

如果把企业比作大树,那企业文化就是树的根,根深才能叶茂。

企业文化 莱克成长的不竭动力

全球最大吸尘器研发制造商——莱克股份有限公司 17 年的成长,从一家名不见经传的小企业,如今已经成为世界的行业领先者,企业文化是莱克发展的不竭动力。

全力打造特色文化

莱克在 2000 年,经过初创时期,为了使企业更好地发展,公司董事长倪祖根通过全面地学习“第五项修炼”,创建了具有莱克特色的企业文化,确立了“跻身行业前列,争做世界第一;客户、员工、股东满意度最大化;产品质量零缺陷、沟通服务零距离”的企业愿景和“诚实守信、热情敬业、客户至上、快速行动、团队合作、创新无限”的企业价值观,全体员工在价值观所倡导的企业精神的引领下,共同为实现愿景而努力工作。

为了更好地推进企业文化,莱克确立了以董事长为首席文化官,企业各部门一把手领导为企业文化组长的组织架构,由人力资源部的企业文化推进委员会,建立体系进行运作。通过文化管理手册的推进,各部门的文化工作在公司的统一规划下,以“星星之火,可以燎原”之势,在莱克如火如荼地开展。以企业报“莱克之窗”、广播站“莱克之声”、画廊“企业文化园地”为三大宣传平台,积极弘扬莱克精神,使全体员工知道企业提倡什么,反对什么,使莱克价值观成为员工的行为准则。每个月 2 次的文化例会,及时传达公司企业文化工作的最新要求和任务,为企业的发展保驾护航。

深入人心 根深叶茂

公司在各个发展时期始终以文化为先导,以理念促管理,提高企业凝聚力和员工的向心力。企业文化推进委员会大力弘扬企业精神,开展“价值观人人讲、天天讲活动”;成



◎莱克企业文化的灵魂人物倪祖根。

立“莱克价值观宣讲团”;开展“价值观在我心中”、“愿景在我心中”和“我和我的团队”的演讲比赛,为更加形象、生动地诠释价值观并使员工喜闻乐见,融入公司文化。企业化巨资拍摄视频作品,公司内外经典

案例为蓝本的“莱克价值观人人讲”的教育片,使莱克文化落地生根,每年以企业精神为主题的团队建设活动丰富多彩、层出不穷,深入人心。

随着企业向着更高的目标进军,今年又确立了企业新的愿景:将莱克打造成为一个技术领先型的中高端小家电品牌,并成为现代家居清洁市场的领先者。并由此诞生了由倪董事长亲自执笔写词和著名音乐人吕远谱曲的《莱克之歌》,使莱克人又有了坚定信念、鼓舞士气的强大精神武器……所有这一切,形成了莱克文化完备的内核,是莱克人的 DNA。

在这种文化的引领下,7000 名员工拧成一股绳,不断创造莱克的传奇——全球最大的吸尘器研发、制造企业,吸尘器行业的领导者,连续 16 年吸尘器全国销量第一,连续 7 年吸尘器全球销量第一。

与时俱进 不断发展

莱克文化一路走来,并不是团

门造车、与世隔绝,而是融入当今时代的发展并与时俱进,同时汲取人类和时代优秀的文化作为养料,丰富与发展自己。在迎接百年奥运在北京召开,伟大的奥运精神同样激励莱克人向着更高、更远、更强的方向努力,公司举行各种活动,奥运的火炬到处传递,光荣与梦想使莱克充满激情。在今年庆祝建党 90 年的时候,他们开展和苏州市革命博物馆馆企共建活动,让企业员工传承红色的革命精神,使员工确立正确的人生观,和伟大的祖国共同前进在复兴的道路上。

倪董事长作为莱克文化的创始人,他精心培育和辛勤耕耘,莱克文化经过十余年的风雨和锤炼,如今已长成大树,倪董事长身体力行,用实际行动带领全体莱克人践行企业价值观。2008 年倪董事长被评为“苏州市慈善之星”和“江苏省十大风云苏商”的荣誉称号,莱克坚持用文化塑造人、塑造企业,为打造百年老店而努力奋斗!

(据苏州市总商会网)



法律维权 | Falu Weiquan

□ 四川省社会科学院 李君临

案情简介

2001 年 4 月 1 日,原告与被告签署《土地、厂房租赁合同》,约定原告将 A 工业园内土地 20 亩及该土地上的厂房租赁给被告。自 2005 年后,被告未向原告支付租金。2010 年 3 月 11 日、2010 年 7 月 10 日原告分两次向法院起诉,主张 2005 年度至 2010 年度的租金,并向法院提交了催收通知单、证人证言、EMS 详情单、公告催收租金的报纸等证据证明原告向被告主张权利的事实。被告辩称原告公告催收方式违反法律相关规定,EMS 特快专递未送达

索要租金的诉讼时效

证人与原告具有利害关系,故上述证据均不能产生诉讼时效中断的效力,原告的起诉已超过诉讼时效。

2011 年 1 月 25 日,原告向法院申请撤诉。2011 年 2 月 21 日,原告再次向法院提起诉讼,主张 2005 年至 2011 年度租金,向法院提交的证据中增加了 2009 年 7 月 13 日的催交通知书回执、《B 村村委会事件经过说明》、《某辖区社会治安综合治理委员会办公室情况说明》等证据。被告答辩称原告补充提交的证据,同样不能中断诉讼时效,本案诉讼时效已过。

律师解答

本案的争议焦点在于原告主张租金的诉请是否已过诉讼时效。第一种

意见认为未过诉讼时效,一种认为诉讼时效已过。笔者认为,根据本案事实,本案诉讼时效已过。具体理由如下:

一、根据《中华人民共和国民事诉讼法通则》第一百三十六条“下列的诉讼时效期间为一年:……延付或拒付租金的……”之规定,本案的诉讼时效期间为一年。

二、原告提交的证据中,证人和出具证明的机构均与原告具有利害关系,且上述相关人员未出庭作证接受质询,故上述证据均不能作为本案定案依据。

三、原告提交的 2009 年 10 月 23 日的 EMS 快递,并未送达

到被告,故同样不能产生诉讼时效中断的效力。

根据《最高人民法院关于审理民事案件适用诉讼时效制度若干问题的规定》第十条规定:“当事人一方以发送信件或者数据电文方式主张权利,信件或者数据电文到达或者应当到达对方当事人的,可以产生诉讼时效中断的效力”,该组证据同样不能产生中断本案诉讼时效的效力。

四、原告于 2009 年 11 月 4 日在某都市报上刊登向被告主张债权的公告的行为严重违法法律规定,当然不能中断诉讼时效。

根据有关规定,其他债权人公告催收要产生法律效力,必须满足两个

特定的限制条件:即一是必须债务人下落不明;二是必须限于在国家级或下落不明的债务人住所地的省级媒体进行公告。故公告催收债权的方式仅适用于特殊主体(现仅指四家金融资产管理公司)和满足上述特定条件的一般主体,否则,不能起到中断诉讼时效的法律效果。而本案中,答辩人住所、营业地址一直都在高新区桂溪工业园,根本不存在无法联系、无法查找、下落不明的情况,原告完全可以找到答辩人。故原告刊登公告的行为不符合上述法律规定,不能引起诉讼时效中断。

对于原告所提交的《2008.1.16 街办致被告律师函》,被告曾收到过该《律师函》,但对其主张的金额和事实均表示不认可。

综上,即使法院认定原告提交的

证据 5、证据 8《2007.12.11 被告律师函》及证据 9《2008.1.16 街办致被告律师函》可以产生诉讼时效中断的效力,基于上述理由,原告的诉讼时效于 2008 年 1 月 21 日最后一次中断,故原告要求支付 2007 年度及之前租金的起诉应迟至于 2009 年 1 月 21 日之前提起。2008 年度的租金至迟应在 2009 年 4 月 5 日前主张,2009 年度的租金至迟应在 2010 年 4 月 5 日前主张,2010 年度的租金至迟应在 2011 年 4 月 5 日前主张。

而原告在 2010 年 3 月 11 日才向法院起诉主张 2004-2007 年度的租金,于 2010 年 7 月 10 日才向法院起诉主张 2008 年度至 2010 年 6 月的租金。故原告除 2010 年度的租金外,其余的诉讼请求均已过诉讼时效,依法予以驳回。