

中国工人出版社社长、总编辑李庆堂到稻花香集团考察

日前,中华全国总工会中国工人出版社社长、总编辑李庆堂一行到稻花香集团参观考察。

在稻花香集团党委副书记、工会主席方丽华等的陪同下,李庆堂一行先后参观了稻花香商学院、大礼堂和党员活动中心。方丽华向李庆堂一行介绍了稻花香集团的发展历程、“十二五”规划及企业文化建设等情况。考察过程中,李庆堂非常关注稻花香集团职工的文化生活,在集团职工书屋,他详细询问了书屋的藏书、运转等情况,并查看了党员学习笔记和书籍借阅记录。李庆堂说,稻花香集团高度重视职工的文化需求,职工书屋藏书丰富、富有特色,职工文化建设更有声有色,这是非常难能可贵的。李庆堂表示,中国工人出版社将加强与稻花香集团的交流合作,支持集团文化建设。

湖北省总工会宣教文体部副部长李学初,宜昌市总工会党组成员、副主席、宣教调研室主任江浩,夷陵区总工会党组成员、常务副主席陈国凤,夷陵区总工会党组成员、纪检组长丁红章,稻花香集团党群办主任、工会副主席黄炎朋陪同考察。(徐明明)

中国著名作家看茅台为茅台走向世界鼓与呼

日前,由著名作家王干、陈宝红、华静、马力等组成的“中国著名作家看茅台”采风团一行到茅台酒厂(集团)采风,将身心完全浸润在茅台酒的芬芳里,进一步激发创作灵感,深度挖掘茅台文化。

在座谈会上,茅台集团公司董事长、党委副书记、股份公司董事长袁仁国向采风团一行详细介绍了茅台酒独特的酿造工艺及公司近年来的生产经营情况。袁仁国说,茅台实现了连续14年的跨越式发展,这与茅台深厚的文化底蕴是分不开的。茅台在发展的同时始终热心公益事业,不忘回报社会,彰显了茅台人强烈的社会责任感。希望作家们能够加大对茅台这个优秀民族品牌的鼓与呼,为茅台走向世界营造良好的文化氛围。

陈敏在讲话中说,茅台作为民族品牌的精品,作为国家的名片,想要取得长远发展离不开文化的支撑。希望作家们通过实地考察、查阅相关资料和亲身体验,实事求是地走进茅台、提炼茅台、宣传茅台,写出大众喜爱的作品,做茅台文化的传承者、传播者和归纳者。

作家们纷纷表示,此次茅台之行,对茅台产生了新的认识,茅台不只是在做产品,更是在酿造一种文化,向社会提供财富的同时也在创造着一种民族精神。作为民族优秀品牌的代表,茅台悠久的历史、独特的酿造工艺等,共同构筑了中国酒文化一道独特的景观,品味茅台,是一种文化,更是一种时尚。作为百年品牌,茅台更是一片旗帜,是一种文化符号,是一种强大的生命体,这些都与其深厚的文化相关。

据悉,作家们将通过采风,认真学习和挖掘茅台文化,用饱满的激情书写茅台,进一步传承好茅台精神,写出与茅台相匹配的作品。

(本报记者 张建忠)

华英公司举办第六届青年卡拉OK大赛

5月6日,为了活跃员工业余文化生活,为员工搭建展示才艺的平台,河南华英农业发展股份有限公司团委举办了“唱响华英”第六届青年卡拉OK大赛,让员工秀出自己的风采,唱出华英的美好明天,唱出生活的激情澎湃。

决赛现场掌声雷动、欢呼声此起彼伏。参赛选手个个充满自信和青春活力,举手投足间透出十足的明星范。食品公司郭勃松的一曲《知足》拉开了决赛演唱的序幕,歌声唱出了对生活的知足,对幸福的守望;上届冠军张闯唱的一首《你的承诺》,道出了对信守承诺的告白;总经办付文翠甜甜的笑容、忘情的演唱,将一首《我不想说》唱的如痴如醉;另一位总经办的美女董娟带来了一首《约定》,将一段爱情故事向我们娓娓道来,道出了青年男女的情感心声,相互约定白头偕老、不离不弃;种禽事业部的李辉将张学友的一首《心碎了无痕》模仿的惟妙惟肖,小伙子舞台形象好,功底扎实,歌曲演绎到位,他的演唱赢得了现场观众长时间的喝彩和掌声,立刻将比赛推向了高潮。

最终,李辉以全场最高分9.5分荣获第一名,宣传部的王海静、饲料事业部的席翔获得第二名,总经办的付文翠、养殖事业部的张闯、销售运营部的钟士恒获得第三名。

(本报记者 李代广)

强化交流合作 助推文化产业发展

中国文化创意产业合作交流研讨会在洛阳隆重举行

■ 本报记者 罗红耀

5月19日,由第八届中国中部投资贸易博览会组委会主办、中国机电产品进出口商会、洛阳市人民政府、河南省文化厅、商务厅、文产办承办的中国文化创意产业合作交流研讨会在“千年帝都、牡丹花城”的河南省洛阳市东山宾馆隆重举行。省市领导和中国机电产品进出口商会、山西省文化厅、湖南省娄底市万宝新区管委会、河南斯文化厅有关领导以及法国罗纳—阿尔卑斯大区企业国际发展协会、中国法国商会、中国台湾动漫创作协会、台湾文创产业联盟、香港高等科技教育学院、中国书画艺术研究会、中国文化创意产业联盟的领导专家及洛阳市知名文化企业、媒体记者等230余人参加研讨会。

本次研讨会以科学发展观为指导,通过中博会文化创意展示平台的优势,宣传中部

地区文化创意产业,着力促进中部六省经济贸易、文化产业发展,增强六省与国外文化创意产业的交流合作,为中外客商搭建交流合作平台,促使中部六省地区企业走出去,更多的国外企业到中部六省地区投资兴业,实现互利共赢,促进中部六省经济崛起。

省市领导介绍了河南省情和文化产业发展及洛阳文化特色和文化产业发展亮点,真挚欢迎领导嘉宾多关注河南、关注洛阳,推动文化产业实现更好更快发展。

研讨会以嘉宾演讲形式,集中阐述中部六省与欧美、我国港澳台地区等地有关文化创意产业发展、前景和市场整合,特别关注中部六省文创行业发展现状和前景趋势,探讨如何拓展中部地区与欧美文化贸易的合作空间,现场搭建与海内外相关机构沟通对话的交流平台,助力中国文化创意企业开拓海外市场。来自法国罗纳——阿尔卑斯大区企业国际发展协会副会长李富朗先生,中国

襄阳工厂荣获第六届“海洋王”杯全国QC小组成果发表二等奖

近日,由中国质量协会《中国质量》杂志社主办的第六届“海洋王”杯全国QC小组成果发表赛在海口市开幕,东风德纳车桥襄阳工厂由王东权和左玲发表的课题《降低前桥ABS信号不良台次》,荣获本次杯赛二等奖。

此次“海洋王”杯赛于4月9日至4月13日在海南海口召开,来自全国各行各业

的201个QC成果参加发表,经过东风有限择优推荐并经过前期“中质协”初审后,广州风神汽车有限公司、东风汽车泵业有限公司、东风德纳车桥有限公司襄阳工厂参加了此次杯赛。

参赛前,襄阳工厂综合管理科组织工厂QCD改善团队多次讨论,针对团队提出意见建议进行修改。包括课题思路、排版布

一场专题培训 启幕文化建设

郑莱毅:建设特色优秀文化,服务企业做长做久

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 王滨

“企业的核心命题是什么?企业持续活下去靠的是什么?”5月8日,一场别开生面的企业文化培训课在康奈集团多功能厅举行。康奈集团董事长郑秀康、郑莱莉副董事长等公司高层,各部门负责人及相关人员共70余人参加了此次培训。培训专家从基本概念、案例分享、建设思路等三方面对企业文化进行了详细讲解。此次培训,标志着康奈集团公司的2013年企业文化建设正式启动。

继往开来,更上层楼

——记新疆第一窖古城酒业有限公司党委换届选举大会顺利召开

5月12日下午,新疆第一窖古城酒业有限公司(以下简称“古城酒业”)在三楼会议室召开了党员大会,进行第一次党委委员选举工作,受党总支书记周文贵委托,党总支副书记李斌主持了本次会议。

为保证本次换届选举工作顺利、圆满召开,公司党总支严格按照各项选举程序,周密计划,精心组织,加强对换届选举工作的组织领导,根据《党章》、《中国共产党基层组织选举工作暂行条例》的规定以及奇台县非公经济党工委关于做好企业党组织换届选举工作有关文件的精神,并结合该

公司实际情况召开此次全体党员大会。会议伊始,副书记李斌致开场词,宣读奇台县非公经济组织工作委员会《关于新疆第一窖古城酒业有限公司成立党委的批复》文件,通过大会选举办法(草案)、通报会议参加人数及会议各项选举规则,通过监票,介绍党委委员候选人情况,党委筹备组采取了差额选举方式,从上层委员会根据多数党员的意见确定的9名候选人中选出6名委员,经过有序的投票最终选举产生(按姓氏笔画为序)王桃花、许秀莲、李斌、周文贵、郭刚、富宏为古城酒业第一届党委委



法国商会副会长兼秘书长格雷戈里·莫罗先生,台湾动漫创作协会荣誉理事长、中华五千年历史故事动画系列总策划、总导演邓有立先生,世界银行顾问、太平绅士、香港高等科技教育学院副校长潘秉匡先生,中国书画

艺术研究会副主席、中国甲骨文书法艺术研究会理事、河南省书画艺术研究会主席魏世涛先生、河南省洛阳市知名文化企业代表进行了精彩演讲,并与会代表进行了热烈交流。

福建首次举办时尚婚礼趋势发布汇

“时尚婚礼趋势发布汇”于近日在福州隆重举行,这是福建首次举办这样一场盛会。作为新人与婚礼人近距离交流的盛会,本届发布汇由美合网、福州中庚喜来登酒店、江滨壹号餐饮·会所联合主办,由《企业家日报》等媒体联合协办。

“时尚婚礼趋势发布汇”媒体发布会当晚,举行了一场轻松、自由的鸡尾酒晚宴,为在福建的主流媒体与国内婚礼行业翘楚提供了一个畅享婚礼的互动平台。晚宴上,10多家主流媒体与ABC国际婚礼统筹协会国际认可专业婚礼顾问李欣芸、汤池印象文化创意发展(上海)有限公司副总下铮、上海易衡司仪工作室王瑱、北京点将台司仪团队创始人王洋等活动特邀嘉宾面对面交流,大家就婚礼的本真、品质的婚礼服务以及未来时尚婚礼趋势等内容进行了深入地分享与探讨。

婚礼不是只有奢华才堪称完美,有情感、有细节的婚礼才能触动心弦,成为专属记忆。在“时尚婚礼趋势发布汇”期间举行的“喜宴”婚礼秀,是一场以亲情为主线的婚礼真人秀,真实的新人、真实的父母,真实的情感让这场婚礼秀更加深刻。

在美合网创始人高健民看来,婚礼行业本质就是服务行业,它的核心竞争力就是“服务”。每场婚礼的精彩呈现,是所有婚礼相关服务团队的精诚合作的结果。新颖的创意、先进的灯光、道具尚且只能算是一个要成为五星级酒店的硬件,唯有融入品质的“服务”,它才能堪称是顶级的星级酒店,好婚礼的本质应该这样体现。

时下,传统的祠堂婚礼、酒店婚礼已经无法满足追求个性与创新的新一代年轻人的需求。他们希望抛开钢筋水泥构筑的束缚,披上嫁衣,牵着生命中的另一半,在蓝天、白云、青山、绿水的见证下,轻松、自由地与亲朋好友分享婚礼的幸福。

“时尚婚礼趋势发布汇”期间,在福州江滨壹号餐饮·会所举办的“2013江滨壹号户外婚礼秀”,就带着一对甜蜜恋人的婚礼梦想,在美丽的闽江畔上演一场“会呼吸”的DIY户外婚礼真人秀。178婚礼主义携手北京点将台司仪团队创始人王洋全力打造的这场“城市后花园”的户外浪漫,让不少热爱大自然,向往自由的准新人一同见证了这场浓重的哥特风与淡雅小清新的完美结合。

此次“时尚婚礼趋势发布汇”除了两场主题婚礼秀、顶级原创婚纱作品秀、纪实婚礼摄影展外,更有来自京、港、沪、闽的婚礼行业精英代表带来的精彩分享。

著名婚礼策划师,ABC国际婚礼统筹协会国际认可专业婚礼顾问李欣芸以《为什么要婚礼》为题,向大家传递了博大的婚礼影像文化——中国最具影响力的婚纱摄影品牌——汤池印象副总监铮用婚礼影像人的视觉,和大家做了《The Memory Of Your Big Day》的主题分享,阐述了“如何让婚礼影像更加历久弥坚?”等内容;知名婚礼婚礼影像团队——道生影相的创始人及摄影师 HassZhang 带来了《婚礼摄影对你一生的影响》精彩主题分享。

(胡光华 肖清)



张秀玉

(4) 营销文化
经营是企业的龙头,经营决策、经营手段、经营效果直接关系企业的经济效益。在近四十年与市场的搏击中,双星形成了自己独特的营销文化。双星营销文化的核心是市场,随着市场的发育,随着消费特点的变化,调整营销策略,想市场所愿,做市场所喜,投消费者所好,成为驾驭市场的弄潮儿。

从上海进市场时一张嘴两条腿的“上门推销”,到设立自己的经营分公司进行

“阵地战”,再到大建连锁店,形成遍地开花的“地雷战”,双星逐渐构建起点、线、面结合的营销网络。

网络的形成若只是具备硬件,没有软件相匹配,市场也只会成为一潭死水。双星的软件就是其独特的200%服务。可以说,服务是营销文化极其重要的部分,也是双星文化独具特色的部分,在商战中发挥了其他策略不可比拟的作用。

进入新世纪,面临国内众牌群起、国外名牌更多涌入,竞争日趋激烈的市场,如何锁定顾客,扩大我们的顾客群,汪海总裁又提出了“心理营销、情感营销、个性营销”和“双鞋联动营销”的办法,不断增加服务的灵活性和多样性,不断增加服务的内涵,做到令消费者满意,利润自然会跟着来,这就是双星200%服务的理论基础。

(5) 产品质量

产品是指任何能满足用户和消费者需求的物品。产品文化包括技术、质量、价格、包装等各个方面。产品文化是企业文化重要的组成部分,是体现一个企业整体形象的最重要的要素。

在阐述名牌高级阶段理论时,汪海总裁曾说:高级阶段的代表是产品。任何时候,消费者都是从产品认识、熟悉一个企业

的,只有不断推出适合消费者需求的产品,企业才可能长久生存发展下去。

双星在这个普遍的市场之所以一直走在了前列,在于他们从淘汰解放鞋开始就确立了正确的产品开发方针:生产一代、储备一代、开发一代、研制一代,做到“人无我有、人有我新、人新我优、人优我特”,永远领导消费潮流。

双星产品得到消费者青睐的另一关键因素在于过硬的质量。“干好产品质量是最大的行善积德”,用这一朴素的理念教育员工,使员工的心愿与企业的目标统一起来,达到了良性互动,双星产品质量合格率一直都保持在99.99%以上。“产量是钱,质量是命,双星人要钱更要命”这一通俗的理念又使员工深刻理解了产量和质量的辩证关系,质量永远是第一位的。双星通过第一个打出质量“反广告”,到公开焚烧不合格鞋,形象地教育员工认识质量对于企业生存的意义,使质量观念深入到每个员工心中。持久的质量第一意识,使双星在行业中第一个通过了ISO 9001国际质量体系认证,成为唯一——一个国家级产品出口免检企业,成为世界最大的鞋类经销商PSS公司认定的唯一——一个国有企业“核心工厂”。

“品种繁多、款式新颖、品质超群、高中低档兼备”是双星产品给消费者留下的美好印象,也是双星产品文化在市场上的综合反映。