

政府部门退居“幕台” 社会力量走上前台 四川兴文尝试文化活动“管办分离”新模式

张云杉

随着四川省兴文县不断加强文化基础设施建设,搭建文化活动平台,全力保障城乡居民文化需求,群众文化生活也越来越丰富多彩,对于公共文化服务的需求也日渐旺盛,如何进一步促进文体事业发展,提升文化服务惠民功能?

近日,记者获悉,于五一期间举办的2015中国·兴文苗族花山节活动,一改过去由文化主管部门主办的惯例,首次尝试由兴文县苗族文化促进会主办,此举也是兴文县在探索文体事业发展上的一次新的尝试。

从兴文县苗族文化促进会制作的《2015中国·兴文苗族花山节活动方案》上可以清楚地看到,花山节活动主题是弘扬民族传统文化,打造民族旅游品牌,主办单位是兴文县苗族文化促进会,而政府部门如宣传部门、教体文广局、旅游局、民宗局、公安局、水务局、以及各乡镇均为支持单位。

“以前文化部门不但要管,还要办,现在有了苗族文化促进会参与进来,我们更多的是要为文化活动出谋划策,希望能培育发展更多的社会组织、各类协会、团体与文化主管部门一起,共同来开展文体活动。”兴文县教育体育和文化广电局相关负责人罗晏锋说。

政府退居“后台”只是第一步,管办分离的尝试也就意味着未来将有更多的社会力量进入兴文县文化活动领域,参与到文化事业发展建设中来。

“苗族花山节是省级非物质文化遗产,为



●花山节上牛皮鼓芦笙演奏《苗家乐》金萍摄

更好地传承苗族花山节文化,丰富兴文旅游文化内涵,我们要负起责,高标准、高质量圆满完成花山节活动的各项工作任务,把苗族花山节办成苗乡的狂欢节,办成‘民族文化的盛会、旅游发展的盛会、民族团结的盛会’。”花山节主办方有关人员介绍。

以提升兴文形象、展示兴文魅力为宗旨,花山节围绕打造“民族地区特色文旅示范县”的目标,以节为媒,旨在实现旅游与文化的整合,增强凝聚力,同时提高影响力,增强吸引

力,推动县域经济社会又好又快发展。

不止如此,在此次花山节上,兴文石海旅游公司还引进了演艺团体前来表演,采用市场化运作,举办“魅力兴文·石海印象”大型苗族风情群星演唱会,届时,在石海景区天泉洞“穹庐广厦”大厅内,市民可凭票进场,观看表演。

除了花山节,兴文县第三期“石海文艺学堂”也尝试采取了“政府+协会(社团)”模式开展学习培训活动,书法、器乐、舞蹈、摄影等六

类培训班全部交由行业协会、社团、民办培训机构来牵头组织开展,开班时总报名人数达532名,相当火爆。

“下一步我们的图书馆、文化馆、体育馆等文化机构还将尝试采取理事会制度,理事会成员由协会、团体、群众代表等组成,这些机构怎么开放都将由理事会说了算,充分发动社会力量参与公益文体事业,让各类协会、社团、群众参与到兴文的文化活动中来,共同来推动兴文文化事业发展。”罗晏锋如是说。

中国民间教育 放眼全球 全球视野 助力国际化公司

近年来,随着中国文化“走出去”战略的稳步推进,中国文化输出正进一步扩大,国际“话语权”得到一定程度的提升。然而,相比单纯的文化推广和传播,教育产业国际化与教育交流所形成的文化传播推动力要更加有效。近日,完美世界教育投资公司与欧洲学院正式签署合作谅解备忘录,标志着民间力量正逐步参与到教育产业国际化进程中,这对推动中国文化“走出去”战略有着积极的影响。

众所周知,“中国制造”已逐步成为代表中国的“经济标签”,而代表中国的“文化标签”在过去一段时期内却相对稀少,文化“走出去”已经成为时代之需,大势所趋。如何实现文化“走出去”?除了政府推动之外,也需要更多的民间力量参与进来,政府搭台,民间唱戏,才是中国文化“走出去”的最佳模式。

完美世界从诞生之初就定位于国际化公司,完美世界的游戏产品也畅销至一百多个国家和地区,连续8年保持中国原创游戏出口第一名,是中国文化产品出口的一面旗帜。而完美世界教育投资公司也秉承了完美世界的国际化基因,这表明中国文化企业在世界市场亦有广阔空间,眼界决定未来,全球视野给完美世界教育投资公司带来了浓重的国际范。

一直以来,完美世界教育投资公司致力于教育、研究和文化交流领域的突破和创新,通过与哥伦比亚大学合作的临床复健数字化应用研究,与莫斯科大学、中国传媒大学等知名高校在教育和文化交流上的合作,为民间力量参与中外人文交流提供了全新的路径。

欧洲学院是全球最负盛名的专注欧洲事务研究的研究生教育学术机构之一,同时也是欧盟的重要智库和欧洲未来政治家的摇篮。它成立于1949年,由英国前首相邱吉尔等一批致力于欧洲一体化事业的政治家们共同创立。六十多年来,欧洲学院培养了数万名优秀人才,其中的许多人成为了各欧盟机构以及欧洲国家的领导者。如今,有上千位欧盟机构的公职人员都毕业于欧洲学院。在欧盟各成员国中,如现任丹麦首相施密特、英国副首相克莱格、芬兰欧洲事务部部长斯坦布等多名欧洲政要也都是欧洲学院的校友。

欧洲学院院长约尔格·莫纳尔(Joerg Monar)先生表示:“去年,中国领导人访问欧洲学院,这对于欧洲学院在中国的推广有着十分重要的推动作用。我们希望通过这次与完美世界教育投资的合作与交流,加深中国和欧洲之间的相互理解,为中欧经济文化交流做出贡献。”

此次完美世界教育投资公司与欧洲学院的合作涉及教育和文化的多个领域,例如合作开发互动教育软件系统,携手为中欧青年精英量身打造人文交流平台,为欧洲学院学生提供实践基地和工作平台等。

完美世界教育投资公司与欧洲学院的合作提升了完美世界教育体系在全球的影响力,同时也将欧洲学院纳入了完美世界教育投资公司未来建立国际教育联盟的构思蓝图。在民间力量的积极参与下,中国教育产业的国际化之路将越走越宽。(钟道平)

农大学子 体验哈雷和可口可乐公司文化

4月29日上午,由湖南农业大学招生就业处主办,湖南农业大学工学院承办的“模拟职场”之“高校名企行”——哈雷戴维森及湖南中粮可口可乐制造公司之行顺利举行,全校共计三十余人,在工学院学工组老师谭霞的带领下前往“哈雷戴维森”长沙基地及可口可乐制造公司参观学习。本次活动通过走进这两个企业,感受企业文化,帮助学生建立求职就业和企业人才需要的概念。

学工业部哈雷源自美国,是一个拥有上百年历史的摩托车品牌。4月29日,农大学子一行首先来到了“哈雷戴维森”产品展示厅,解说员依次向大家介绍了不同型号摩托车的历史、性能、制造成本、环保问题、相应的功能及价值等。“哈雷戴维森”长沙销售基地沈经理,向前来参观的农大学生表示欢迎;在会议厅里,同学们踊跃发言,就哈雷戴维森产品的售货情况以及哈雷的历史与就业等问题向沈经理提问:毕业生想要进入该企业工作需要什么条件,国企与外资企业在管理模式上的不同,毕业生该如何选择从事什么类型的工作等。沈经理针对同学们提出的问题从企业选拔人才标准到对员工的



●参观可口可乐公司

素质要求进行了全面解答,他建议大学生做好对未来的计划,并鼓励同学们认真学习、毕业后到“哈雷戴维森”长沙销售基地工作。

在与沈经理面对面交流完后,一行人又来到了湖南中粮可口可乐制造公司。参观了可口可乐公司的历史与荣誉陈列室和生产流水线。同哈雷戴维森4S店沈经理一样,公司负责人也在参观过程中对同学们就业方面的

问题做了详细地解答。一位学生表示:“到‘哈雷戴维森’及‘可口可乐’这样的企业参观学习,能使我们更加明确自己学习的目标,我会努力学习专业知识,争取毕业后进入哈雷制造总公司。”也有同学表示会将哈雷不朽的精神与可口可乐的团结一致精神融入今后的自主创业。此次活动的开展加强了学校与企业之间的交流,为将来农大学子们的就业架起沟通的桥梁。(魏小东)

恒信玺利企业文化中核心内容:感恩

感恩这个词是恒信玺利企业文化中很核心的内容,感恩家人、感恩企业与员工、感恩社会,一直是恒信的经营理念。

在恒信玺利内部,设有成长学院,常年针对员工需求培训,以线上和线下相结合的方式,不断提升员工的职业素养,工作技能,对行业人才的培养做出了一定贡献。

每一次消费者变化背后都是机会。恒信玺利抓住每一次的变化,以变应变,比如个性需求带来的私人定制潮,电子商务催生的

C2B新模式等。恒信玺利现在的团队,50%以上的员工,在行业里都有五年以上的从业经验,这是非常难得的。恒信玺利高层里面70%以上的员工,在珠宝行业领域打拼多年。今天恒信玺利李厚霖所表现出来的成绩,与这些高素质的专业人才是密不可分的。对品牌而言,抓住机会就起来了,没抓住就注定被淘汰。所以,对新品牌来说,永远都有起来的机会;对老品牌来说,永远都有倒下去的可能。恒信玺利在这十几年的发展过程中,积累了

非常优秀的团队,同时也缔造了用心做事的企业文化。

一方面,恒信玺利与Elva Attling、Ian Douglas等多位国际珠宝艺术大师有深入合作,保证设计水平与世界同步;另一方面,恒信玺利通过与中央美术学院设计学院、服装学院等高校合作,从源头整合培养院校高端设计资源和人才。在中国市场打拼十几年,恒信玺利积累了许多宝贵的经验。恒信钻石品牌负责人说,“我们越来越了解我们

的市场以及消费者的行为,我们懂得怎么跟他们沟通。这些都是恒信这么多年积累的优势所在。”恒信玺利董事长李厚霖说。在珠宝行业深耕细作了10多年,经历了这十多年的积累,对品牌经营,形成了自己独到的看法。李厚霖对奢侈品牌而言,既要满足消费者不断变化的心理和消费习惯,创造和引领时尚,更要保持品牌一贯的情感追求,价值追求。(刘丛青)

南京金箔集团:60年深耕企业文化终摘桂冠

颜云霞

南京金箔历史久远,传统工艺金箔在中国近2000年历史,2006年被列为中国首批非物质文化遗产。5月1日,中国企业联合会在南京召开2015年全国企业文化示范基地现场会,授予南京金箔集团“全国企业文化示范基地”称号。这是中企联自2005年开展全国企业文化示范基地创建活动以来的第41家基地。

成立于1955年5月1日的南京金箔集团,在当天迎来了建厂60周年。目前,金箔集团是国家工艺美术行业大型一档企业,国家科技部重点高新技术企业和中国服务业500强企业,上交利税连续20多年位居当地企业第一名。截至目前,金箔集团工业总产值已达10亿元,销售总额突破80亿元大关。



“金箔集团由小变大,由差变强,由单一到多元化,六十年的根基,三十年企业发展壮大成青树,原因多种多样。归根结底,是我们十分重视企业文化建设。”金箔集团董事长王宝全坦言。

秉承“一流企业做文化”的理念,金箔集团始终将文化建设摆在企业发展全局的核心位置,通过企业文化塑企、塑人,推动企业持续发展。在长期的经营实践中,金箔集团形成了以“十大土理论”为代表的特色文化理论,构建了以“产业报国,奉献社会”为使命的企业理念体系,搭建了“大江讲堂”、金箔学院、金箔艺术团、金箔报等文化载体。

新形势下,中国企业要特别注重通过加强文化建设来更新发展企业,在这方面,金箔集团提供了有力的借鉴和示范。”中国企业联合会驻会副会长尹援平说。



●束建群(右)获奖

束建群: 做学习型企业家 传播先进企业文化

4月23日,时值世界阅读日,由南方都市报主办,深圳市阅读联合会支持,南都读书俱乐部承办的2015深圳读者传媒大奖在深圳少儿图书馆举行,评选出本土最佳阅读推广企业、社区、组织和个人。君唯文化传播董事长束建群荣获“深圳读者传媒大奖”之“十大学习型企业家”称号。

深圳市委常委、宣传部长、国务院参事王京生在会上表示:“读书,是深圳这座城市高贵的坚持,也是深圳千万市民幸福的享受。”这句话令束建群先生印象深刻。他认为,认识世界从读书开始,也从阅人开始,希望广大的青年朋友在忙碌的工作中应该坚持阅读,同时不被书中的教条所束缚。一定要养成分享的好习惯,在分享的过程中与大家共同学习,共同进步。

束建群先生是危机管理和品牌传播领域内的专家,乐于分享是他的人生法则,束建群先生一直积极分享十余年学习和积累的危机管理和品牌传播方面的经验教训。2010年以来,他连续5年担任深圳市统战部每年组织的侨界班和新阶层班的主讲嘉宾,已为超过200家企业和行业组织分享了危机管理及品牌传播方面的经验,2014年3月26日和4月4日共享给97个企业和组织负责人。2014年12月11日,在深圳市外商协会组织的《企业危机管理和品牌传播》的培训中,分享其亲历的案例,受到沃尔玛、星巴克、家乐福、飞利浦等国际品牌企业公关负责人的一致好评。

同时,他也将“学习与分享”作为君唯文化传播有限公司企业文化建设的核心。他以身作则,鼓励员工不断学习、自我超越,为员工创造提供阅读学习的良好条件;提倡员工之间互相多学习,常分享;公司每周固定组织召开员工分享大会和员工培训会议,希望员工在工作中不断学习进步。此外,束建群先生还十分重视将深圳良好的企业文化进行有效传播,为深圳市良好形象的传播贡献自己的力量。(沈佳平)