

亚宝药业《办公软件实用技巧》培训受到员工喜爱

5月16日,是星期六,早上8点13分,参加培训的芮城员工早上一上班,顾不上吃早饭,就直接向亚宝集团大楼三楼会议室走去。一进会议室,发现培训老师和风陵渡的员工来得更早(培训安排时间是9点开始)……此次由亚宝集团公司人力资源部组织举办的芮城区域部分基层管理人员《办公软件实用技巧》培训得到了员工的赞赏和喜爱。

此次培训聘请了有“最具实战讲师”美誉的百朗培训师马成功老师,利用15日、16日两天时间,对大家进行了《Excel技能》与《PPT必备技能》培训,90余名基层管理人员参加了学习。

《职场白领必备 Excel 技能精讲》主要是讲授如何运用多种函数、公式解决工作中出现的复杂数据处理问题;如何制作令老板及客户满意的专业图表;如何充分利用 Excel 强有力的功能实现高效的数据管理与分析等内容。

《职场白领 PPT 必备技能精讲》主要是帮助学员掌握 PPT 报告的最佳展现方式;帮助大家掌握 PPT 制作的深度技巧,并获得大量 PPT 制作素材;帮助大家顺利掌握有关 PPT 中常用的必备技能,通过掌握这些必备技能,可以更快地解决平时工作中碰到的问题。

培训是一种福利。亚宝公司采取内部培训、外部培训和使用中培训的方式,提升大家的业务技能和职业素养。亚宝药业已形成了完善的培训体系和流程。此次培训,亚宝集团公司人力资源部通过前期的培训需求调研,聘请了外面的专业讲师,给大家传授办公软件使用方法和技巧。培训结束后,参训学员要对所学知识进行转化和再培训,并应用到实际工作中。亚宝集团公司人力资源部还将组织试题测试,对培训效果进行考核。

风陵渡工业园设备部经理任静芬说:“这次培训实用性强,解决了我们平时在工作中遇到的疑难和问题。大家的学习兴趣也很高涨,使培训老师都顾不上休息,给我们讲授了许多课件以外的知识,真是受益匪浅。”(张建忠 李海珍)

石横特钢 4 成果 获山东省冶金科技进步奖

近日,山东省冶金工业总公司公布了“2015年度山东省冶金科技进步奖”获奖名单,山东石横特钢集团有限公司4个项目获奖。这对石横特钢进一步彰显科技创新实力,提高科技知名度,实施名牌战略,提供了更加有力的支撑。

其中,“φ12mm~φ25mm 带肋钢筋切分线数最大化轧制工艺研究与应用”项目,整体技术达到国际先进水平,荣获山东省冶金科技进步一等奖。“转炉少渣冶炼技术研究与运用”、“载体桩技术在钢铁工业工程中的研究与应用”两个项目,应用技术达到国内领先水平,“制氧机运行节能降耗技术研究与运用”项目,应用技术达到国内先进水平,此三个项目荣获山东省冶金科技进步三等奖。(肖富君 李俊芳)

红星商业推资产管理服务 部分项目将采取轻资产管理

在越来越多的同行选择低调行事之际,红星商业也开始按照自己的节奏平稳发展了。记者从红星商业 2015 媒体见面会上了解到,2015 年,红星商业将把战略目光聚焦在“轻资产”业务上,探索除了自有项目开发运营以外的资产管理运营方式。

众所周知,红星美凯龙是以家居起家,但 2012 年后,红星提出要突破当下常规城市综合体单一购物中心模式,创造出双 MALL 模式:红星美凯龙家居 MALL+爱琴海购物公园商业 MALL,以家居 MALL 辐射全城,以商业 MALL 抢占城市商业制高点。

红星商业董事长张华容表示,红星商业从成立之初的运营模式就是一个商业资产管理公司,只不过之前管的以自家公司项目居多。引入“资产管理业务”后,就意味着商业地产的整个开发过程,以及商业综合体或者商业物业的运营过程,这其中涉及到的一些专业业务,包括前期地块的选址评估、前期挂牌条件的商谈,到项目的规划设计、建造,和项目开业的这个过程,红星商业都可以介入管理。

“未来红星商业不仅要完成自有项目的开发运营,更可以为商业物业合作伙伴量身打造不动产运营解决方案,从规划设计、商业建设、招商运营、资产管理等多方面提供商业管理服务”,张华容介绍,红星商业的“资产管理服务”,将聚焦在资产运营、资产盘活与资产增值三大方面,满足目前市场上开发商的需求。

其实早在 2014 年,红星商业就已经在唐山的项目中尝试用轻资产的管理运营方式去沟通和跟进,据了解,唐山项目到今年几乎就可以完成整个项目的前期筹建和招商工作,预备明年开业。同样于明年开业的重庆项目也属于轻资产管理业务。

尽管目前仅有两个入市项目,但红星商业总经理李嘉认为,无论合作的开发商是面临项目规划选址难还是招商难抑或后期的运营难,红星商业都可以提供贯穿商业运营全产业链的方案,这是红星商业管理业务上的优势所在。

据了解,目前红星商业已与多家开发商签订了合作协议,将在后续合作中采取轻资产的管理服务。(章子林)

小创新迸发大活力 ——兖矿集团南屯煤矿小改小革创新创效工作小记

针对生产过程中遇到的各种技术问题和实际困难,兖矿集团南屯煤矿大力推进大众创新、全员创效“双创”活动,大力开展小改小革、创新创效、难题攻关、工艺升级、器具改进等创新活动,并直接应用于生产实践,转化为现实生产力,推动矿井各项工作健康平稳发展。

优化系统 突破瓶颈

“我从操作层面上分析管理、效率、效益上存在的问题,优化掘进工作面供水系统,创新使用恒压供水系统,有效地避免了管路漏水的现象,减少工作人员 3 到 5 人,减轻了劳动强度,创造了较好的经济效益。”南屯煤矿通防科副科长张连峰向记者介绍说。

南屯煤矿生产主要集中在九采区,采区最深超过-670 米。由于开采深度较大,矿井供水带来困难,如果不进行局部减压,易造成深部采掘工作面供水管路接头漏水,影响矿井生产效率。他们围绕矿井减少井下电能和水资源的浪费,提高采掘速度和劳动生产

率进行深入研究,创新实施局部恒压控制,实现供水系统的远程在线及就地监控,提高矿井深度开采井下供水压力调控能力。

找准问题切入点并结合点,突破瓶颈问题,这个矿系统分析矿井生产系统存在问题和不足,在生产过程中做到优化设计、优化系统、优化工艺,根据矿井采场变化,经过科学分析,系统优化,停用九采三分区 1250 千伏安变压器 1 台,250 千瓦电动机 3 台,累计节约电量 150 万度,节约资金 105 万元,确保矿井各项工作安全高效发展。

自制设备 省时省力

“由于过老巷的时候弯度大,转载机不能满足安全生产需求,我们对转载机尾进行改造加工,加装了三个挡煤板,一个接煤板,减少安装转载机一部节省设备、材料、人工合计价值 10 多万元,而且节省了安装撤除时间一个月左右的时间。”在南屯煤矿生产准备工区车间,职工郭清浩指着正在安装挡煤板说。

一旁的班长宋太兴介绍,通过小改小革,将原来采煤工作面移动电站,改为固定电站,节省了人力物力,增加了效益。小发明、小创造、小设计等创新创效活动,在这个工区取得显著效益。今年以来,他们完成修旧利废产值达 70 多万元。

在材料选择上,这个矿坚持有旧不用新,能加工的不购买,确保低投入高收益。在采煤工作面推进过程中,扭曲变形的废旧锚杆由采煤队统一回收升井后进入生产服务中心进行修复再利用。对废旧锚杆进行挑拣,由液压锚杆调直机进行调直,长度 1.5 米以上锚杆切掉原来的锚杆帽后进行套丝,配上新的锚杆帽,制成一根成品修复锚杆。长度 1.5 米以下调直锚杆经深加工,制成风水管挂钩吊挂风水管使用。平均每根成品修复锚杆替代新的锚杆可节约新材料投入约 17 元。

思路一变 效果凸显

“我们矿与生产厂家签订了合同,由生产厂家提供 LED 照明灯,对全矿家属区和

工广区的照明灯进行更换,节约下来的电费用来支付厂家投资。”机电环保科节能班班长程振山向记者介绍说。

不花矿井一分钱,就能获得效益。这是南屯煤矿主动适应新常态,采取合同能源管理模式,实现的重大转变。通过招标竞标,山东克劳斯电器公司成功竞标,利用合同能源管理方式这个矿对工广场所、洗煤厂等地单盏 250W 以上、照明 10h 以上 496 盏高压钠灯更换为节能灯,节能公司在 6 年的合同期内按照南屯煤矿现有成本收取用电费用,运营费用由节能公司承担,合同期满后全套设备交付南屯煤矿。

合同能源管理模式,这是南屯煤矿首次引进节能环保项目。采用合同能源管理后,该矿将节能达 60%以上,节省电费 200 余万元,使用寿命 30000 小时以上。合同能源管理项目从 2014 年 10 月使用以来,运行平稳,效果较好。同时这个矿还将进一步利用合同能源管理方式,改造矿井余热利用,改善矿井供暖、制冷等系统,推动矿井经济效益稳步提升。(于瑞生)

年中采购大促 成都礼品展激发内销潜力

成都经济总量在西部各省会城市中排名第一,以其为中心的西部礼品市场前景巨大。6月12日-14日,“第七届中国(成都)礼品及家居用品展览会”将在成都世纪城新国际会展中心举办,吸引近 900 家企业参展,带来众多原厂爆款礼品,为西部企业市场营销加分。

企业如何有效地利用促销品去营造营销上的优势呢?成都礼品展主办方励展华博相关专业人士表示:“促销品开发选择的三大原则,价值性、相关性、创意性缺一不可。”

价值性是一个促销品的根本所在。成都礼品展上的小玩具、小工艺品、小金金、

厨房小家电、美容保健小产品等实用性促销品的出现,增加了消费者的实用满足感和价值感需求。

相关性体现在促销品的开发应与品类消费相一致,如白酒、剃须刀等偏于男性使用的产品,就适合打火机、烟灰缸等促销品。化妆品、女装则常以偏于女性的美甲套装、化妆镜、美容小工具等为促销品。酸奶机、煮蛋器、小煎锅、调味瓶、碗筷套装则适用于冰箱、烟灶机等大家电的促销。

据悉,创意性在于创意的震撼性,即促销品的新颖奇特性,这主要是为了吸引消费者的注意力。只有不断地创新,才能

不断地吸引消费者的兴趣,激发循环消费,避开同质化的乏味,以新颖性获得消费者的乐趣横生的氛围。

成都礼品展正是集结创意设计的平台,每届展会,让传统文化活起来的创意新作、炫酷的智能可穿戴高科技产品、可爱实用的家居物件、多功能的户外用品等等都让观众们流连忘返。

更有“成都礼物旅游商品创意设计大赛”这样的平台为设计机构和企业、民间工艺美术师、国内外高校设计专业教师和学生、发明家或专利技术持有人、自由设计师、设计爱好者开放,集思广益,创造“蜀风川韵”的特色产品。



综上所述,小小的促销品运用得当就能成为市场的尖兵、营销的利器。成都礼品展正是这些技能的不二平台。据悉,成都礼品展官网、微信等平台已开通预登记服务,现在注册即可获取免费入场资格,优先享受注册送礼、现场抽奖、免费班车接送等惊喜回馈。(李华)



“无偿献血 终身荣耀”。5月13日和14日,锡柴 381 名职工纷纷赶到厂餐饮中心二楼,参加一年一度的义务献血活动,送上锡柴人的片片爱心,唱响了一首《爱的奉献》。多年来,锡柴员工始终将无偿献血作为造福人类的一项公益事业,作为每一个健康锡柴人对社会应尽的责任,每年都有大批锡

锡柴组织开展红五月义务献血活动

柴员工积极参与无偿献血活动,锡柴连年被评为“无锡市无偿献血先进集体”。

早晨 7 点,江苏无锡市中心血站和锡柴医务人员已在采血点准备就绪。参加献血的锡柴员工,开始排起长队,领取、填写表格,并有秩序地接受验血。职工周国斌这次已是他第 12 次参与无偿献血。他说:“无偿献血是一种爱心和奉献的体现,是每个公民应该承担的责任义务和担当。”身体瘦弱、年届 50 岁的员工孙洪也已是多次献血,当问及他不再年轻,但为何要踊跃献血时,他深情地说,他妻子身体不好期间,受到了社会的帮助,他要积极献血,回馈社会。职工徐露

是去年刚进厂的大学生,她第一次参与无偿献血。她说:“一直以来,我都很想加入无偿献血队伍,今天能成功献血我非常高兴。希望能尽自己微薄的力量,点燃他人生命的希望。”

在采血现场,三百多名献血的锡柴人有着两种不同的表情:体检合格,准予献血的,人人兴高采烈;而因身体原因不能如愿献血的却个个心情沮丧,强烈要求医生重新测量一遍,以期待能献上一份爱心。重机部职工孙宗余由于紧张,在体检中,首次血压不稳,被要求延期献血,小伙子恳切地对医务人员说:“我休息一会再来测试可以吗?”在得到

医务人员同意后,小伙子调整好心态,重新测试,终于成功,如愿完成献血。

为了保障献血员工的身心健康,锡柴厂规定,献血人员一律放假两天。但笔者来到献血人员的办公场地,却发现不少献血人员坚守在工作岗位上。他们中有为拓展市场,奔赴外地的销售员,有为保证进度,坚持生产的一线职工,有为参加集团大赛,积极备战的技术员……

据悉,锡柴红五月义务献血活动共持续两天,累计献血量达到 79250 毫升,超额完成了无锡市血站的任务。(许武英)

十堰部件厂召开 2014 年宣传工作表彰暨 2015 年传播知识培训会

日前,东风德纳车桥十堰部件厂组织全厂各单位宣传骨干召开 2014 年宣传工作表彰暨 2015 年新闻传播知识培训会,总结 2014 年度工厂新闻传播工作得失,表彰宣传报道先进个人,并对 2015 年新闻传播工作进行全面部署。

会议由工厂团委书记汤涛主持。他从 2014 年宣传工作情况 and 2015 年宣传工作要求两个方面全面总结回顾了 2014 年新闻传播工作取得的成绩和存在的不足,并针对问题点提出了改进措施。回首 2014 年,工厂的宣传得到了各党支部广大基层通讯员的大力支持,新闻传播工作紧紧围绕工厂经营工作中心、党建工作、文化建设等核心工作,共投稿件 1438 篇,其中 DDAC 外部媒体用稿达 257 篇。同时,在工厂局域网《新闻直播》栏目还开设了“质量双争”走一线》、【转

作风促发展科长访谈】、【部件风采】、【书香东风满眼春】等专栏。紧贴企业生产实际,传播企业经营新动向,着力挖掘先进事迹,用身边的真人真事传递了振奋人心的部件正能量。

工厂党务室主任黄飞对 2014 年新闻传播工作取得的成绩给予肯定。针对如何进一步提升新闻传播工作质量,他从端正态度、突出重点、夯实基础三个方面寄语各单位宣传骨干再接再厉,多写稿、写好稿,充分发挥好新闻传播工作的舆论导向作用,进一步提升企业形象及美誉度。

会上,对工厂 2014 年度宣传报道先进个人进行了表彰。艾保国获得优秀通讯员一等奖,彭辉、顾卫获得优秀通讯员二等奖,杜苛菊、陈雄义、刘成平、余文兵、刘保霞并获优秀通讯员三等奖。



在随后举办的 2015 年传播知识培训中,工厂资深宣传工作者、DDAC 内训师李世平以《新闻信息写作技巧》为题,围绕新闻的有关概念、怎样写好稿件,采用理论

和范例相结合的方式,进行了深入浅出的讲解,让参训人员进一步掌握了新闻写作的要领和技巧。(计德锐)



因势利导的业务员们进行“忠義勇”系列新品铺市行动现场

仙桃市场:行管人员卖酒也“疯狂”

为响应公司春雷行动的号召,公司抽调人员与业务员一同,到湖北仙桃市场进行“忠義勇”系列产品铺市工作。铺市过程中,全体业务人员不辞辛苦,战高温、斗酷暑,认真贯彻公司活动方案,严格遵守市场营销纪

关公坊“忠義勇”系列新品再掀购酒热潮

跟客户整柜台、做陈列、贴价格标签等。我相信,洪湖市场在李总的带领下,关公坊酒在洪湖再次燃烧起来。

潜江市场:战高温 斗酷暑 全力进行铺市工作

为积极响应公司春雷行动的号召,全面进行“忠義勇”系列产品铺市行动,湖北潜江市场全体业务员在面对于经销商无人问津的艰苦情况下,发扬了关公坊人的“六千”精神,战高温、斗酷暑,走街穿巷进行新产品的铺市。铺市过程中,我们认真地执行公司“春雷”活动方案,不厌其烦地给每位客户讲解新酒的特点和卖点,力求每位客户能了解我

天门市场:将实惠送进千家万户

湖北天门市场的新产品铺市工作正如火如荼的进行着。火红的太阳给我们带来了无限的激情,天门市场全体业务人员挨家挨户地宣传新产品“忠義勇”系列,将活动政策、销售优势一一为客户讲解,现场与消费者互动,通过 100%的中奖率,将实惠真正送到消费者手中,让消费者感受到关公坊的诚意。这次春雷行动必将在天门市场刮起一阵抢购关公坊酒的旋风。

洪湖市场:经销商亲自挂帅下市场

湖北洪湖市场新品铺市在火热进行中,此次春雷行动,公司安排人员来市场协助铺市,这给了洪湖市场经销商和业务员莫大的鼓舞。洪湖市场经销商是 5 月份上任的新经销商李志平,俗话说新任的三把火,在春雷行动中,新经销商李志平亲自来队,对城区网络地毯式的走访和铺市,对客户耐心讲解我们产品的特色和优点,他亲自上柜台

们的新酒,相信在我们的努力下,关公坊在潜江一定会春意盎然。

天门市场:将实惠送进千家万户

湖北天门市场的新产品铺市工作正如火如荼的进行着。火红的太阳给我们带来了无限的激情,天门市场全体业务人员挨家挨户地宣传新产品“忠義勇”系列,将活动政策、销售优势一一为客户讲解,现场与消费者互动,通过 100%的中奖率,将实惠真正送到消费者手中,让消费者感受到关公坊的诚意。这次春雷行动必将在天门市场刮起一阵抢购关公坊酒的旋风。(通讯员 胡田 陈方军 虞崇毅 严卿)