

马化腾称不必神化“互联网+”

记者5月18日获悉,《互联网+：国家战略行动路线图》一书将上市销售,腾讯董事会主席兼CEO马化腾在前言中写道:今天“互联网+”引发前所未有的热议,表明政府部门和各行各业对互联网的看法已有很大改变。但他同时指出,不必神化“互联网+”。

“互联网不是万能的”

据了解,《互联网+：国家战略行动路线图》被视为“互联网+”国家战略腾讯版官方解读,将于近期正式上市销售。作为“互联网+”最有力的建议者和实践者之一,马化腾为《互联网+：国家战略行动路线图》一书撰写前言。

马化腾表示,今天“互联网+”引发前所

未有的热议,表明政府部门和各行各业对互联网的看法已有很大改变。

2015年3月,“互联网+”首次出现在李克强总理的政府工作报告,成为一项新的国家战略。此后,“互联网+”成为社会和业界追捧的热词,甚至在局部出现了虚炒概念的情况。

对此,马化腾在前言中写道:“互联网不是万能的,但互联网将连接一切;不必神化互联网+,但互联网+会成长为未来的新生态。”

腾讯将以开放协作方式参与“互联网+”

过去两年,马化腾在各场合提到最多

的词可能就是“连接”。腾讯要做互联网的“连接器”,希望实现“连接一切”。

在前言当中,马化腾将“互联网+”比作电能,是“把一种新的能力或DNA注入到各行各业,使各行各业在新的环境中实现新生。”他表示,腾讯参与“互联网+”生态的方式,主要是开放协作,跨界融合。

据了解,腾讯开放平台推出4年,已经再造了一个腾讯,平台上企业市值达到2000亿美元,几乎相当于腾讯的市值。截至目前,腾讯开放平台上累计融资额超过1亿的创业公司超过100家,超20家创业公司已经或正在上市进程中。

腾讯刚在2015GMIC大会上宣布推出“众创空间”。今年计划在全国建立25个线下众创空间。在4月份2015“互联网+中国”峰会上,长沙、无锡、大连等16个地



区与腾讯签署战略框架协议,进行全面的“互联网+”合作。(兴京)



三位客商慕名前来品尝稻花香酒

5月16日,湖北省暨武汉市科技活动周在江岸区岱家山科技创业城启动,稻花香集团率旗下“稻花香”、“关公坊”、“三麦”、“有所思”、“特妙”等品牌参展,成为此次展

稻花香亮相省市科技活动周

会上的一道亮丽风景线。

“稻花香也来参加科技周活动啦!酿酒也是高科技呢!”“关公坊的这些酒我都喝过……哟!这个是姓氏定制酒?没喝过,我也来尝尝!”“有所思也是稻花香的吗?真的很好喝,多少钱一瓶?”作为全国农业产业化重点龙头企业、湖北省首家过百亿的农字号企业,稻花香集团在全省享有较高的知名度和美誉度,在此次展会上备受关注,吸引不少“粉丝”前来咨询、品尝。活动当天,稻花香集

团的美女们还在展会中央的舞台上秀了一下集团旗下产品,现场好评如潮。

一直以来,稻花香集团坚持走科技兴企之路,加强技术创新、品牌创新、产品创新,研发了白酒生产管理自动控制系统、浓香型稻花香白酒风味物质剖析技术等先进的技术,建立万吨机械化白酒酿造车间,有效促进白酒生产自动化和信息化的深度融合,提升了产品品质。多年来,集团打造了一系列在全省乃至全国叫得响的精品名

牌,培育了5枚中国驰名商标,集团综合实力显著增强,一举进入中国企业500强行列。

据悉,此次科技活动周由武汉市科技局、武汉市委宣传部、武汉市科协主办,江岸区科技局承办,活动以“科学生活,创新圆梦”为主题,旨在推动全社会普及科学知识,弘扬科学精神,提高全民科学素养,活动持续到5月24日。

(何莎)

时码办事处深入开展“三治三促”专项整治活动

今年以来,根据涟水县委县政府“三治三促”专项整治工作总体部署,时码办事处集中开展治理“不作为、乱作为、慢作为”行动,着力解决在工作能力、工作效率和工作风气等方面存在的问题,有效推动了各项工作的开展。

以治“不作为”提效率,促精神提振。一是注重发挥领导带头作用。提出了“三个看齐”,即一般人员向中层看齐,中层干部向班子成员看齐,班子成员向主要领导看齐,领导班子和中层干部以良好的工作作风和勤勉的工作态度,带动全体干部扎实开展工作。二是建立常态化管理机制,梳理健全了行政管理、队伍建设,并强化教育学习,确保工作行为依法合规。实行“结对子”,日常强化工作交流沟通,确保AB制度实施成效。对内、对外严格落实首问负责制,确保工作无死角、无遗漏。三是抓好重点工作项目化管理。将各项工作任务目标,按照工作职能范围分解到各科室,量化到岗位,落实到个人,逐级建立起目标管理责任制。四是强化岗位责任制考核。在考核方面实施“三定”、“三一”管理,即定考核内容、定实施办法、定奖惩标准,岗位目标一月一考核、一月一兑现、一年一评比,考核结果与评先评优相挂钩,重点解决了敷衍塞责、不敢担当、尸位素餐等作风漂浮问题。

以治“乱作为”提能力,促工作提标。一是建立常态化教育机制,以“转作风、抓落实、促发展”主题活动为契机,深入开展思想作风建设学习教育,干部走出机关深入企业、服务对象进行走访,开展“三述一评”活动,大力倡树勤学善思、规范效能、艰苦奋斗等十种良好风气,切实加强干部思想作风教育。二是完善激励机制。制定绩效考核管理办法,对科室在上级考核中取得较好名次,给予精神和物质奖励;对年度考核靠后的科室进行通报,并责令部门及负责人查摆原因、做出分析说明。三是完善层级管理制度。建立班子成员、一般干部工作记事制度,对工作实行月计划、周安排、日调度;实施干部管理积分制,将日常考勤、考试、考核、各类测评等情况量化计分。四是严格工作问责。对作违章决策、以权谋私、滥用职权以及经常出现差错的人员给予警告、诫勉谈话,受到警告工作仍未有起色的,责令其待岗。

以治“慢作为”提士气,促效能提升。一是做活思想工作。通过召开座谈会、开展谈心交流活动等形式,及时掌握干部职工思想动态,了解干部工作、生活需求,做到对症下药,及时疏导。二是严肃工作纪律。建立完善明察暗访相关制度,有效杜绝推诿扯皮、消极怠工、监管不力等不良现象。三是丰富文体活动。通过开展合唱、摄影、演讲和体育比赛,开展传统教育、重温入党誓词、举办心理讲座等活动,进一步凝聚了人心、鼓舞了士气,促进了干部队伍综合素质和作风建设的提升。

(黄明 嵇海英)



评委现场打分评选结果

5月15日,新疆生产建设兵团第四师伊力特股份有限公司酒一厂在包装车间举办了“巾帼建功”技能大比武,包装车间46名选手参加了比赛。

“巾帼建功”是1991年全国妇联在全国城镇发起“巾帼建功”,号召广大城镇妇

伊力特酒一厂举办“巾帼建功”技能大比武

女发扬自尊、自信、自立、自强的“四自”精神,在各自的岗位上建功立业的活动。伊力特股份酒一厂以“提升技能,严把质量,内强素质,外塑形象”为目标,围绕“争创巾帼文明示范岗”努力方向,开展“建功立业,岗位练兵”活动,组织女职工立足岗位,钻研技术,勤学苦练,互帮互助,不断提升伊力特酒一厂女职工队伍综合素质和技能。在比赛中,女职工各显神通,各出高招,手舞指挑,让人眼花缭乱,应接不暇,经过紧张激烈比赛,最后评选出单项奖4名,全

能奖4名,奖励金额1200元。

近年来,伊力特实业股份有限公司酒一厂通过开展“巾帼建功”活动,涌现出一批优秀技能选手:连续7年荣获公司包装技能大比武贴标冠军的孙秀萍;2013年公司包装技能大比武扣盒冠军龚静。包装一班荣获“四师巾帼文明示范岗”“四师工人先锋号”;包装二班荣获“四师三八红旗集体”称号;包装车间在公司包装技能大比武中连续5年获得集体第一名。

(李俊)

寄生的生意:如何用富豪的情报赚钱?

对我们大多数人而言,对超级富豪的关注只是一种闲时消遣罢了。而对游艇、豪宅、珠宝卖家,以及资金募集人和投资组合经理来说,寻找、追踪和招揽超级富豪则是一项严肃的工作。

致力于发现超级富豪的数字平台Wealth-X日前宣布,坐拥80亿美元的风投公司Insight Venture Partners为其提供了“数百万美元”的投资,这充分说明Wealth-X增长强劲。

迄今为止,Wealth-X的数据库包含全球各地超过10万名富豪的档案资料,根据可获得的公开信息,其中每个人的资产净值据信都在3000万美元以上。全球这类超级富豪中,有差不多半数被收录在这个数据库中,而这—数字还在持续增长。

Wealth-X是由麦克斯·兰巴斯和大卫·弗里德曼共同创立的,其竞争对手包括金融服务提供商Wealth Insight、另一家数码企业Wealth Engine、以及商业决策公司

Relationship Science。该公司的13个办事处雇有200多名员工,为超级富豪建立档案和资料。

这项服务的年订阅费为1.8万美元,Wealth-X还会为客户勾勒超级富豪与其所在公司和慈善机构董事会的其他成员之间的关系网。目前已有超过300人订购了这项服务。

这种所谓的“社交地图”可以让Wealth-X用户抓住机会,结识身处同一个交响乐团董事会的另一位超级富豪,比如说一位低调的石油大亨,将其发展成为自己的朋友、客户或是熟人。

在巴黎的一场财富会议上,兰巴斯表示:“我们的客户包括全球十大银行中的八家,还有大部分常春藤学校,所有的游艇制造商和几十家高端零售商。我们还发现,越来越多的赌场也对我们的服务很感兴趣。”

谈到Wealth-X自身的发展战略时,兰巴斯表示,公司战略的推动因素是“与Wealth-

X直接相关的全球财富五大趋势——华尔街的再平衡、非营利事业的紧迫性、奢侈品牌的细分、财富的大规模转移和全球财富的创造。”

兰巴斯是底特律人,毕业于麻省理工学院,获得管理学学位。五年前任职于福布斯杂志时,他试图说服《福布斯》扩充其全球400富豪榜,将其转型为数字化产品。

兰巴斯说:“我们多次开会,进行了大量讨论,但没有做出什么决定或执行计划。”

后来兰巴斯离开了《福布斯》,携手他在社交场合结识的弗里德曼一起推行自己的计划。

与此同时,《福布斯》在2014年建立了一份全球身价10亿美元以上的富豪榜单,上榜人数达到1645人,其中包含268名新入榜者。兰巴斯认为,在接下来的十年中,富豪榜人数将至少翻倍,这将为奢侈品公司、大学、基金会和其他机构提供巨大的机遇。

兰巴斯表示:“对致力于这个超级富豪

思维大逆转:一个杯子的八种卖法

屈卫东

这是一家红酒公司做产品策划做定价策略时的案例,负责人与企业主发生了激烈争论,原因是负责人的定价太高了,每款产品都比原来高了将近一倍,企业主感觉高得离谱,肯定没法卖了。这时负责人对企业主说:“如果你只想卖原来的价格,那就用不着请我们来策划,我们策划人最大的本事就是将好产品卖出好价钱”。最终负责人以“一个杯子到底能卖多少钱”的例子说服了企业主,充分证明了策划对产品价值创新的意义,同时对打破我们被禁锢的思维有很大的帮助!

顺便补充一句,以下思维创新方式适用于任何产品的营销!

第一种卖法:卖产品本身的使用价值,只能卖3元/个。

如果你将它仅仅当一只普通的杯子,放在普通的商店,用普通的销售方法,也许它最多只能卖3元钱,还可能遭遇邻家小店老板娘的降价招客暗招,这就是没有价值创新的悲惨结局。

第二种卖法:卖产品的文化价值,可以卖5元/个。

如果你将它设计成今年最流行款式的杯子,可以卖5元钱。隔壁小店老板娘降价招客的暗招估计也使不上了,因为你的杯子有文化,冲着这文化,消费者是愿意多掏钱的,这就是产品的文化价值创新。

第三种卖法:卖产品的品牌价值,就能卖7元/个。

如果你将它贴上著名品牌的标签,它就能卖6、7元钱。隔壁店3元/个叫得再响也没用,因为你的杯子是有品牌的东西,几乎所有人都愿意为品牌付钱,这就是产品的品牌价值创新。

第四种卖法:卖产品的组合价值,卖15元/个没问题。

如果你将三个杯子全部做成卡通造型,组合成一个套装杯用温馨、精美的家庭包装,起名叫“我爱我家”,一只叫父爱杯,一只叫母爱杯,一只叫童心杯,卖50元一组没问题。隔壁店老板娘就是3元/个喊破嗓子也没用,小孩子会拉着妈妈去买你的“我爱我家”全家福。这就是产品组合的价

值创新。

第五种卖法:卖产品的延伸功能价值,卖80元/个绝对可以。

如果你猛然发现这只杯子的材料竟然是磁性材料做的,那我帮你挖掘出它的磁疗、保健功能,卖80元/个绝对可以。这个时候隔壁老板娘估计都不好意思叫3元/个了,因为谁也不信3元/个的杯子会有磁疗和保健功能,这就是产品的延伸价值创新。

第六种卖法:卖产品的细分市场价值,卖188元/对也不是不可以。

如果你将你的那个具有磁疗保健功能的杯子印上十二生肖,并且准备好时尚的情侣套装礼盒,取名“成双成对”或“天长地久”,针对过生日的情侣,卖个188元/对,绝对会让给对方买何种生日礼物而伤透脑筋的小年轻们付完钱后还不忘回头说声“谢谢”,这就是产品的细分市场价值创新。

第七种卖法:卖产品的包装价值,卖288元/对卖得可能更火。

如果把具有保健功能的情侣生肖套装做成三种包装:一种是实惠装,188元/对;第二种是精美装,卖238元/对;第三种是豪

失职还是违纪 规章制度要说明

黄晶晶

对于“严重违纪”,在法律上并无明确的规定,必须收集员工严重违纪的证据,且必须以书面形式通知员工,否则败诉风险极大。增加企业的用工成本。为此,英才网联旗下建筑英才网特邀北京市亿嘉律师事务所律师主任袁泉律师,为HR主讲“特殊员工管理的法律风险防控”,帮助HR应对此类情况的发生。

袁律师介绍说,司法实践中由于解雇案件实行举证责任倒置,通俗地说就是企业要举证证明自己的解雇理由是充分的,是有确凿证据的,所以在解雇严重违纪员工之前必须收集充分的证据。如何收集员工违纪证据呢?因为现实生活中此类案件情况千差万别,因此违纪证据也各不相同,不可能公式般套用。

前不久的一个案例中,某公司销售人员赵某在报销的时候为自己多报了200元的打车费用,公司发现之后显示对其行为进行了阻止和改正。但是一个星期后,公司书面通知赵某,由于其弄虚作假行为属于严重违纪,符合公司规章制度中解除劳动合同的情形,因此公司决定与其解除劳动合同。赵某不服申请仲裁,要求公司支付违法解除劳动合同的经济补偿金,获得仲裁庭支持。

袁律师解释说,这个案件的关键就在于该公司是否对员工的岗位职责进行了具体、清晰的描述,对于“严重失职”、“重大损害”是否进行了准确的界定。如果公司具备上述条件而员工的行为又违反了岗位职责,那么依此解除是会获得仲裁委支持的。相反,则员工胜诉的几率就会很大。

本案的结果是员工胜诉。仲裁委认为,员工在本起事件中存在一定过错,但公司的规章制度也未对员工的行为做出明确要求,没有规定什么样的行为属于严重失职,所以公司很难证明员工的行为构成严重失职。

实践中,用人单位在解除劳动合同时经常用到“严重失职”、“严重违纪”,前者指因疏忽大意或者过于自信导致的,而后者更多的是强调主观故意。另外,以“严重违纪”辞退员工,不需要任何的损害存在,而以“严重失职”辞退员工,则需要同时存在“重大损害”,这就意味着用人单位要对这两者进行明确规定,否则很难被认定合法有效;同样,“严重违纪”也要通过规章制度进行具体规定。建议使用时将两者进行严格区分,避免因混淆概念而带来风险。



群体服务的机构来说,机遇是巨大的。我们仍然处于大规模财富创造浪潮的初期。更广泛的高净值群体也会持续扩张。”

毫无疑问,对律师和营销商能以这样前所未有的方式轻松地找到他们,某些喜欢隐藏在公众视线外的超级富豪并不乐意。而另一些已经联系Wealth-X,告诉他们数据库的内容无误——有几个超级富豪还提供了最新信息。

(兴闻)

华装,卖288元/对。可以肯定的是,最后卖得最火的肯定不是188元/对的实惠装,而是238元/对精美装,这就是产品的包装价值创新。

第八种卖法:卖产品的纪念价值,不卖2000元/个除非脑子进水。

如果这个杯子被奥巴马等名人喝过水,后来又被他杨利伟不小心带到了太空去刷牙,这样的杯子,不卖2000元/个除非脑子进水了,这就是产品的纪念价值创新。

八种卖法解密:

1. 消费者购买产品时,除了产品本身的使用价值外,往往更多地是购买一种感觉、文化、期望、面子、圈子、尊严、尊重、理解、地位等等象征性的意义。

2. 同样一个杯子,杯子里面的世界——它的功能、结构、作用等依然如故,但随着杯子外面的世界变化,它的价值却在不断地发生变化。

3. 同样的杯子,采用不同的价值创新策略,就会产生不同的营销结果,如果能够深悟策划的含义,你还会一头栽进“杯子里面的世界”而出不来吗?