

[上接 P1]▶▶▶

“一带一路”的交流平台：“环珠峰”全球论坛

设立“环珠峰”全球论坛,将顺应经济全球化和世界多极化潮流,充分挖掘包括中国在内沿线各国的内生潜力,释放经济、社会、文化活力,促进“一带一路”战略与其他区域性合作机制或倡议和谐共生、与沿线国家开放合作的宏大愿景和行动规划和谐共融,为实现区域的合作安全与整体振兴创造良好的氛围。

“环珠峰”全球论坛是“一带一路”战略的延伸和深化,是立足亚欧非、面向全世界,建立平等、开放、兼容的国际合作对话新平台。具体做法是,坚持共商、共建、共享原则,一是由中国相关组织机构发出倡议,建议由中国、俄罗斯、印度三国轮流主办,每年一次,首届在中国举办可以由亚投行或社科院承办,邀请亚洲、欧洲、非洲和澳洲有关国家和联合国相关组织参加。二是论坛在中国的地址可以设在北京或成都,在印度可以设在新德里或加尔各答,在俄罗斯可以设在莫斯科或圣彼得堡,主题确定为合作与发展,分设经济、环境、文化、社会等分论坛,每次具体内容可以不同,每次形成共识、文集、倡议、项目书等成果。三是出版《环珠峰论坛会刊》,发表学术论文、研究报告、项目推介和重要活动消息等。

四是具体组织工作可以仿照博鳌论坛,复制、借鉴其相应的组织、运作和管理模式。可由亚投行或社科院领头筹建,逐步引入民间化运作机制,并制作论坛标志 log、创作会歌等,最终将其打造成一个非官方、非盈利、开放性的国际会议组织,形成自己的品牌 and 特色。

作为“一带一路”沿线国家的交流平台,“环珠峰”全球论坛将在推动沿线国家的战略和政策对接、项目和企业对接、组织与机制对接等方面发挥重要的助推器作用,主要凸显“五大效应”:

整合效应。“一带一路”是关于经济和人文合作的倡议,是中国与沿线国家的共同事业。通过“环珠峰”全球论坛把“一带一路”国家和亚投行成员集中联系起来,把精神与物质资源整合起来,有利于心灵沟通,及时化解在合作中出现的误解、分歧和矛盾,增强团结意识和“家”的概念,摒弃零和游戏、你输我赢的旧思维,树立双赢、共赢的新理念;有利于加强资源整合和产能合作,优化资金使用,推动成员国之间、成员国与世界其他地区之间实现互联互通、优势互补、合作共赢。

拓展效应。“一带一路”以亚欧非大陆及

其附近海洋为地理立足点,但是合作伙伴不限于古代丝绸之路和亚欧非大陆。“环珠峰”全球论坛将在此基础上,突破国内国际其他一些论坛的局限性,立足亚洲,用全球思维、发展眼光来思考、探讨“一带一路”合作与发展问题。并根据实际情况和需要,不断吸纳新成员、扩大新话题,延伸和丰富“一带一路”的内涵和外延,在广度、深度、高度上进行三维拓展。

深化效应。“一带一路”契合了中国和沿线国家的发展需要,符合有关各方共同利益,但存在道德风险、安全风险、法律风险等,特别是沿线国家法系不同,有大陆法系、英美法系和伊斯兰法系,需要深入研究和准确把握。“环珠峰”全球论坛将在“共商、共建、共享”原则的指导下开展对话交流,有助于打通制约“一带一路”沿线国家深化合作的瓶颈和壁垒,增进沿线国家的相互信任和友谊,特别是增进中国与俄罗斯、印度等大国的友谊,积极争取这些国家的信任、理解和支持,提升“一带一路”的影响力、凝聚力和向心力。

风标效应。“一带一路”是一个开放的概念,是一种新型的国际合作模式,强调所有参

与“一带一路”的沿线国家无论大小、强弱和贡献多少,政治和法律地位都是平等的,大家都是参与者、建设者和受益者。“环珠峰”全球论坛是智慧的盛宴,旨在继承和弘扬丝路精神,奉献国际公共产品,为“一带一路”架设国家间非正式磋商的桥梁,发挥文化的作用和文明的力量,研讨发展中面临的实际矛盾,议论热点、难点、盲点、亮点和敏感问题,纵观国际风云,预判未来走势,共商发展大计,发出预警信号,彰显风向标作用,有效回避外来风险、地缘风险,找到合作切入点、着力点和利益交汇点,变竞争对手为合作伙伴,实现携手发展。

储备效应。“一带一路”是国际金融危机后全球增长模式的实践探索 and 机制创新,挑战与机遇并存。“环珠峰”全球论坛将通过论坛年会,专题研讨会、座谈会、主题报告等方式,探讨“一带一路”建设在贸易、投资以及环境保护等领域的重大问题,寻找合作机遇,推进理念、理论、方式、路径创新,为下一步发展储备项目、思想、方法和智慧,形成同轴、同心、同环、同道、同调的合力发展格局,助力“一带一路”建设行稳致远、书写传奇。

苏宁开启娱乐营销新模式

在刚刚过去的 6 月中中庆,苏宁的娱乐营销触角延伸到了电影、综艺、演唱会等多个方面,涉及到邓超、周笔畅、谭维维、大鹏、柳岩、赵薇、佟大为、王铮亮、常石磊、孙红雷、周冬雨等数十位明星大咖,通过企业自身、明星、粉丝三者之间的有效互动,为年中中庆销售节点推波助澜。据了解,本轮的娱乐营销除了传统的品牌露出、电影植入等方式,苏宁还通过众筹、闪拍等手段“不走寻常路”,引领了一种娱乐营销的新模式。

苏宁众筹——定制粉丝专属活动现场

企业进行娱乐营销,如何将明星元素与自身业务结合并与粉丝进行深度互动,是首先要解决的问题。而苏宁就通过众筹的形式举办周笔畅粉丝庆功会,并取得良好效果。据了解,此前苏宁易购冠名北京场周笔畅 BOOM 演唱会,特别为本场歌迷打造了庆功见面会,见面会在演唱会结束后进行,周笔畅亲临现场与粉丝进行近距离互动,幸运粉丝还获得周笔畅亲笔签名及合影机会。见

面会通过粉丝众筹来实现,即苏宁上线相关众筹产品,粉丝进行认筹,此次周笔畅的见面会,产品开放认筹仅 21 秒,VIP 门票就被抢购一空,1 天时间就达到了众筹目标。

据苏宁负责此次众筹活动的刘经理介绍,与周笔畅演唱会的合作,除了传统的冠名露出,还通过众筹的模式打造庆功见面会,是全新的一种合作模式,通过这种深度的合作,也能给为歌迷粉丝带来更多有意思的活动和福利。

刘经理表示,周笔畅的庆功见面会,是苏宁娱乐众筹的初步尝试,其间广泛听取粉丝的建议,也得到了艺人工作室、粉丝群的很多支持与帮助,并总结了很多经验教训,接下来将进一步接洽类似工作内容,并进一步创新形式,打造成熟的娱乐众筹营销模式。

苏宁闪拍——粉丝福利“无所不能拍”

苏宁闪拍的规则是“0 元加价延时拍”,即参与闪拍消费者从 0 元开始出价,如果规定时间内无人加价,则以最低价成交,产品



会设置参考价,加价最高不能超过参考价。这种购买规则使得成交价具有不确定性,类似于邓超 2015 电影新作群演资格这种较难定价的粉丝福利就通过这种形式进行闪拍。

据了解,刚刚过去的 6 月中中庆,苏宁闪拍就推出了邓超 2015 电影新作群演资格、周笔畅 7 月 4 日演唱会门票、谭维维演唱会门票、电影《少年班》粉丝见面会资格、电影《煎饼侠》主创粉丝见面会资格、电影《横冲直撞好莱坞》粉丝见面会资格等,在粉丝群体中引起强烈反响。

据苏宁易购负责闪拍频道的曾经理介

绍,苏宁易购站在粉丝角度为其争取专属权益,如周笔畅作为偶像可以专门为粉丝送快递,邓超作为导演可以让粉丝参加到自己的电影拍摄当中来,通过这种别开生面的合作方式,让粉丝深度参与其中,将明星元素与自身业务结合并与粉丝进行深度互动。

资深营销人士指出,如今粉丝的眼光更加挑剔,对于传统的品牌露出与生硬的植入,粉丝并不买账,而通过类似于众筹或者闪拍这种创新的营销模式,能够让粉丝真正深度参与进来,使其产生情感共鸣,对于企业形象与品牌影响力提升产生良好作用。(中合)

如何构建职业经理人求职服务市场体系

■ 李书忠

职业经理人是尝试实现职业经理人这一重要生产要素的市场化配置的重要系统,是现在市场经济的重要组成部分。它担负着职业经理人这一生产要素的供求沟通、市场价值评价、市场激励和市场约束等重要功能,是职业经理人发挥作用的基础,我国经理人职业化必须建立和完善与之相适应的市场供求体系。

市场的有效运行取决于市场主体行为、市场结构以及市场运行的社会经济环境,如果市场主体不规范、市场机制不完善、政府对市场的干预不合理、法治制度不健全,那么这个市场就不可能正常发挥作用。职业经理人求职服务市场体系的功能,重在求职,而不在就业。作为职业经理人制度发展的动力机制,职业经理人求职服务的市场机制也是企业出资人及职业经理人获取利益的机制。这就使得建造职业经理人求职服务市场体系成为建立职业经理人制度、建设职业经理人队伍与整体上提高中国企业的经营管理水平和国际竞争能力的关键连接环节。

一、职业经理人求职服务的对象

职业经理人是一个新的社会职业的从业人群,职业经理人求职服务的对象主要包括两大类:一类是职业经理人群,既包括通过职业资质认证,担任经理职务、并把职业经理作为职业选择的群体,也包括担任企业经理职务又通过或即将通过职业资质认证的职业经理人;另一类是职业经理的求职人群,主要是通过职业经理人求职服务市场成为职业经理的人。虽然大多数来自企业经营管理人员,但并非所有的企业经营管理人员都能成为职业经理人,只有承诺把担任企业经理职务作为社会职业选择,自愿接受职业资质评价和持续管理,并通过职业经理认证的企业经营管理人员,才能成为职业经理的求职人员。

二、构建职业经理人求职市场信息体系

职业经理人市场的运作在初期可以是非营利性,市场中各环节所获得的信息由行业

协会统一管理,企业应以会员的形式加入体系,确保职业经理人个人信用信息的保密,并真实有效地提供本企业任职的职业经理人的经营信息。在信用信息采集过程中,行业协会要对信息进行跟踪记录,建立完整的职业经理信用档案和业绩跟踪记录,对职业经理有一个全面客观地评价,为企业用人和职业经理职业生涯发展提供有价值的服务。

一是构建职业经理人才数据库。职业经理人才数据库是指开展求职服务的基础,可以在市场服务平台,通过职业经理人和潜在职业经理人的登记服务,逐步建立人才库。该方面可以借鉴现有成熟网络市场的做法,能够快速且有效地丰富人才库,并获取职业经理人的详细信息和资料,既为按需要为企业提供人才供给提供了条件,从长远运营的角度来说,又可以为逐步实现网络信用评价体系建设打下了基础。同时,也可以考虑发挥社会高级人才寻访和中介机构的力量,充实职业经理人专业人才信息库。针对目前职业经理人市场来说,可以通过政府购买服务、行业协会成立潜在职业经理人才信息库等形式,使这些鲜活的人才库更加有效运行起来。

二是构建职业经理人征信系统。征信系统通过记录职业经理人的离职信息和工作能力信息,来反映职业经理人的信用情况。职业经理人的征信系统包括个人基本信息和职业信用信息两部分,职业信用应该包括离职记录、离职原因、在企业中的任职长短、工作中的不良记录、聘用选拔的方式、关键绩效完成情况、曾任职务、曾任职部门规模、薪资福利水平、董事会的评价、学历和知识结构、劳动纠纷。其中,劳动纠纷记录职业经理人与企业出资人在合作中因关系破裂所发生的所有劳动纠纷。工作中的不良记录包括职业经理人在工作中为了个人谋取私利,不遵守职业道德的不良记录。在企业中任职长短记录职业经理人在每一个企业中的任期时间多长,是否与合同期限不同,这是判断职业经理人是否被企业出资者所信任以及职业经理人是否守约的一个重要指标。中介机构应该建立并完善职业经理人和企业的信息系统,把以上的信息记录下来,并通过职业经理人专门网站发布信息,使供需双方信息对称,保障求职服务市场高效运行。

三是构建职业经理业绩系统。职业经

理人求职服务市场中,需求方是企业,供给方是职业经理人。企业想要了解职业经理人的经营履历和信用,这些信息有助于他们选择最理想的经营;职业经理人想要了解企业诚信度、企业的发展前景、企业出资人的经营能力,这些信息有助于职业经理人选择最适合自己的发展的平台。完善的职业经理人求职服务市场应该客观准确地提供以上信息,让供求双方在信息完全的市场中进行交易,做出正确的决策。

三、中介组织的桥梁作用

中介组织作为市场参与者改变了职业经理人市场中的信息结构,中介组织的作用在于通过他的介入记录市场参与主体的信息,并准确地反映到市场中来,对参与主体的行为形成约束作用。因此,中介组织的介入有效缓解了信息不对称,降低了道德风险和逆向选择行为发生的概率。在中介组织参与的市场交易中,一方面,如果某个参与主体有机会主义行为,其信息就会被中介组织获得,并迅速反映到职业经理人市场,其声誉将受到影响,市场参与主体为了获得好的声誉必然会更加努力,降低机会主义行为倾向;另一方面,如果某个中介组织不能及时、准确地反映市场参与主体的信息,或者说这个中介组织的工作缺乏效率,那么,它也会被职业经理人市场的参与主题所驱逐,这会促使中介组织不断提高经营效率。

四、企业通过信用记录瞄准声誉良好的职业经理人

企业招聘职业经理人时希望可以更全面地了解职业经理人,不但包括职业经理人的工作业绩,更关心职业经理人的职业信用情况,从而做出合理科学的选择。

在人才市场中,中介组织提供了职业经理人的数据库,相当于建立了一个良好的市场信息传输机制,降低了企业的信息搜集成本。企业以会员的形式,获取信用体系中职业经理人的相关信息,便于搜索到所需要的职业经理人,也便于对职业经理人进行日常的管理沟通以及培训。同时,企业也有相应的义

务,包括交纳一定比例的费用;如实、及时地将职业经理人的相关信息传递给征信人员,确保信用体系中的内容真实有效、动态更新。职业经理人在信用体系的约束下,也减少了掩盖自己的机会,从而使得职业经理人的招聘选拔趋向于最佳状态。

五、通过市场流动促进职业发展

大多数职业经理人经营企业并非仅仅为了得到更多的报酬,还期望得到高度评价和尊重,期望有所作为和成就,并通过企业的发展证实自己的才能和价值,最终达到自我价值的实现。当职业经理人完成一个企业的经营任务后,希望能到更有挑战的企业工作,接受更多的锻炼,在工作中不断地提升自己。同时,希望在职业经理人市场找到更多这样的企业,希望中介机构能提供这样企业的准确信息,并在企业和职业经理人之间进行有效沟通,让职业经理人和企业双方的需求快速匹配,顺利实现市场交易。

总之,构建职业经理人求职服务市场体系,是我国经济体制改革的当务之急。随着我国社会主义市场经济体制不断完善和我国企业已融入全球经济体系,职业经理资源的市场化配置趋势会越来越强,职业经理人市场建设会逐步完善。

国药准字H46020636
 快克®
 复方氨酚烷胺胶囊
 请在医生指导下购买和使用
 海南亚洲制药股份有限公司生产
 海南快克药业总经销

郑州温州商会乐清分会成立

■ 本报记者 李代广 通讯员 章显秀

6 月 22 日,郑州温州商会乐清分会在郑州举行成立大会,河南省、郑州市、乐清市及辖区相关部门的领导、河南省异地友好商会的会长、金融、新闻单位等各界来宾、商界朋友同郑州温州商会副会长以上的企业家及乐清分会全体会员 400 多人欢聚一堂,共同见证了这一对乐清企业家来说十分庄严肃穆庆贺时刻。

郑州温州商会设立分会,是按照国务院颁发的《社会团体登记管理条例》有关规定,经郑州温州商会研究,并报郑州市民政局备案,在 2015 年 1 月 23 日召开的郑州温州商会上会年会上正式通过的。乐清市经济发展,物产丰富,是中国市场经济发育最早、经济发展最具活力的地区之一,乐清分会的成立是进一步适应我国经济发展新常态的需要,也是完善商会服务体系的需要,是强化商会团结统一的需要,更是提高商会社会影响力的需要。

郑州温州商会常务副会长兼乐清分会会长卢庆中在致辞中表示,决不辜负郑州温州商会的信任和广大乐清商户的重托,按照商会“团结、共赢、创新、发展”的理念,在郑州温州商会会长蔡利荣的率领下,充分发挥分会在组织会员、服务企业、奉献社会等方面的优势,致力于构筑在郑乐清商户大平台;致力于服务会员企业;致力于商会全面建设、推动各项工作更加有序发展,在企业间相互支持、相互信任、合作共赢方面发挥积极作用,推动市、区经济发展,争创学习型、服务型、实干型分会,在“大众创业,万众创新”的大潮中成为中流砥柱,发挥出应有的作用。

桑海集团举办首期 SIYB 创业培训班

2015 年 6 月 16 日,桑海集团首期 SIYB 创业培训班在江西气门芯厂一楼电教室开班。来自集团所属各单位的 34 名学员参加了这次为期 10 天的培训。桑海集团分管领导吴勇出席开班仪式并讲话。吴勇在讲话中要求参加此次培训的学员要珍惜这次培训机会,认真学习,通过这次培训,提高自身综合素质,在今后的工作或创业中做到学以致用。

此次培训以“创办你的企业”主题,采用“十步”教学法,对企业构思、市场评估、法律环境的责任、预测启动资金需求等 10 个方面进行系统的培训。通过培训,能使学员们了解了企业经营管理的的全过程,掌握改善企业的基本内涵,增强发展企业的信心和勇气。

据了解,SIYB 创业培训涵盖创业意识培训等内容,是国际劳工组织专门针对有志创业小型企业的创业者,以及希望改善的中小型企业而开发的一个项目,它向参加培训的人员介绍开办企业的各种步骤,以及怎样完成自己开办企业的各种可行性调查研究。进一步提高创业者决策思维能力,帮助建立高效的管理体系、制定战略经营方案,确保企业长效发展。(熊绍勇 特约记者 袁毅)

东风裕隆人事调整 陈斌升任营销总部长

凭借旗下优 6 SUV 的持续热销,东风裕隆在今年 1-5 月累计销售新车 3.7 万辆,完成年底目标销量的 50%。虽然市场表现较为抢眼,但是其营销总部总部长单志东却选择了离开。时隔一个多月后,有关其接任者已经有了眉目。日前,从国内某媒体获悉,东风商用车市场部部长陈斌将出任东风裕隆营销总部总部长一职。随后我们也就此事向东风裕隆进行求证,并得到了肯定的答案。至此可以证明,单志东走后留下的职位空缺将得以解决。

究竟新上任的陈斌是何许人也?我们特别寻找了过去他在东风商用车公司的一些重要时刻。不过略显遗憾的是,陈斌出现在公众面前的机会并不多,他的影像资料也不完善。据了解,陈斌自 2000 年初期便在东风商用车担任市场部副部长的职务,应该说是亲眼见证了企业近年来的发展历程。

待陈斌正式掌管东风裕隆的营销大权之后,他将面临的挑战依然十分巨大,毕竟这家年轻的品牌仍有不少需要提升之处。知名度低、产品阵容单薄、销售网络没有覆盖完全都是在未来急需解决的问题。

纳智捷品牌在去年销量目标为 5 万辆,而最终的总体销量定格在 5.2 万辆,超额完成任务。2015 年纳智捷将这一数字提升至 7 万辆,上升幅度达 34%。在自主品牌销量整体下滑的大趋势下,众多车企下调销售目标,而纳智捷反其道行之,敢于提高销量预期,这与其敏锐的市场洞察力、新产品投放力度的加大有关。

在摸清国内市场脉搏后,纳智捷在经销商网络建设力度也是逐年递增趋势。纳智捷品牌的销售网点分为一级生活馆、二级生活馆、三级生活馆。东风裕隆市场部副部长吴柏青表示:“年内一、二、三级生活馆的数量将由现阶段的 400 家扩充至 450 家左右”,上升幅度达 12.5%。而在如今越来越火热的电商平台,该品牌目前还没有具体的大动作,这主要是因为纳智捷想要使消费者在实体店中体验到纳智捷的高品质服务以及品牌内涵,而这在电商平台却无法实打实的让消费者真正感受到。(网通社)