



长 大

没有同学之间 60 分和 99 分的苦恼，也不用为了寒暑假作业没完成着急上火。

于是，长大后的憧憬都有了：可以随意买自己喜欢的衣服，可以找三五朋友逛街小聚，可以伤春悲秋孱弱黛玉，可以五湖四海纵横天地。

原来，我们都长大了啊。

这是今年过年回娘家碰到同桌时我们俩的感慨，真的长大了啊。

靠在街心花园唯一一个石磨旁，笑的前仰后合，眼泪直流。

之后，静静的，淡淡的，沉默着。

长大好吗？

沉默过后，我俩开始忆往昔，聊现在，畅未来，像是儿时，没心没肺，无忧无虑。

却都在回避一个问题：老家。

我俩有个共同点——三城生活：娘家、婆家、小家，

都不在一地。年前，我特地打电话让未婚的老姐回家时给我拍家里供养的照片，从有记忆到出嫁，那是属于我姑娘时期的年味儿。供养，是我们那个区域多少岁辈儿传承下来的一个风俗，大年三十下午贴对联，上供桌，摆供品，打黄纸，挂祖训，将族谱折子恭恭敬敬的请到供桌上。少不了老爸老妈一顿唠叨，因为俩整个下午都要围绕这张桌子转，这些女孩儿不能搭手，弟弟又不稀罕整个仪式。我们姐弟三个只负责眼巴巴看着鸡鸭鱼肉水果点心一样样上桌，剩下的一星半点考量的是眼力和脚力，谁快谁吃的上。大年三十供桌是请祖宗，从摆桌那一刻开始全家人毕恭毕敬的上香，点茶，换饭食，这样的崇敬和尽心，似乎都能传递到天国或天堂或不可说区域的各位祖宗。弄完供桌，再来点炸货，老爸老妈

忙着活活总到凌晨时分才能睡去。而我们姐弟三个的年才刚刚开始，熬五更，放鞭炮，翘首盼着天亮。现在想来，那时候一夜不睡都不觉得劳累呢？

大年初一来了，村里怎么有那么多人呢？三五成群，结伴同行。各叔家的婶子、各哥家的嫂子一般七点来钟来我家汇合，叫着她们的大嫂，穿着漂亮新衣，一起串门去。自从爷爷去世，家里供桌就由老爹守着，弟弟就代表老爸跟着叔叔大爷们去给老人磕头。我们那里习俗是认识不认识，只要路遇家里供养的，都要进去磕个头，表敬意，积福气。而我和姐姐就跟着同龄的姐姐妹妹满村里转悠，跑到姥姥家磕个头，压岁钱有了，跑到好多奶奶家磕个头，瓜子糖果压岁钱有了，总之，一上午下来大丰收！看，长不大的孩子快乐就那么简单，五元的压岁钱，一块黏住牙的糖块，

就能开心一整天。

大年初二下午送家堂，如果大年三十是请祖宗，初二下午便是送祖宗。姑姑叔叔们都聚到我家，一家人包饺子，做饭菜，放鞭炮，撤供桌，恭恭敬敬的将族谱收好放到袋子里，老爸常年念叨一句话：“老祖宗们，吃好喝好，保佑你

的子孙孙平安健康啊！”

从爷爷到爸爸，一句话，一辈子，从未改变。天擦黑，摆开桌子，男人一大桌，女人一大桌，孩子们一大桌，热热闹闹，高高兴兴的，在祖宗的庇佑下和和美美的开始新的一年。

如今，嫁到婆家，大年三十到初三都在那边过，按照老家习俗，出嫁的闺女大年三十到正月初二送完家堂前都不能进家门。习俗在，老爸却不管，许多次许多次打电话说，想回来就回来吧，祖宗们也盼着子孙孙聚在一起。说完，轻轻叹口气，还要叮嘱一句：“长大了，别任性，要

(客服部 翟元慧)

在诗意里追寻“文化原乡”

咱爸咱妈——
回家拍爸妈有奖摄影活动

我爸爸妈妈一生孕育了三个男孩，三个女孩。我们那边过年的风俗就是要蒸很多发糕，寓意过年发发。结婚的闺女回娘家，从娘家回来必须给闺女一个发糕，寓意让闺女也发家。

我妈一生很勤劳，虽然不识字，但是明事理，性格开朗，特别勤劳，所以我们六个都吃得白白胖胖的。

我妈妈年轻的时候多病，不过年龄大了身体好起来了，用她的话说，她做好事多，老天爷开恩，让她身体好。我爸爸身体不是很好，爸爸脾气急躁，得了脑血栓，已经得病 10 年了，一直是妈妈细心照顾，我觉得我妈妈非常伟大！街坊邻居都说我妈好人好事，儿孙满堂，我妈妈有时候自己也乐着说“修来的福气，三个儿子四个孙子子哈。”

(客服部 杨香红)



(质管部 魏纯明)



在懵懂学语、尚未识得几个汉字的童年，父母就已经教我们背诵了许多的诗词，“床前明月光，疑是地上霜”几乎成为所有小孩的本能记忆，更不用说从接受正规的教育开始，诗词曲赋一直是必不可少的内容。

很少有几个民族，能像我们这样，拥有灿若星汉的经典诗篇；也很少有什么国度，能像我们这样，无论童叟都能念诵几句古典诗词。从“关关雎鸠，在河之洲”的诗歌缘起，到“黄河之水天上来”的盛唐气象，再到“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”的革命情怀，《中国诗词大会》以其纵横捭阖的集纳，让观众不禁发出对传统文化的由衷钦佩。

“诗词是小众的，但在某些家庭、某个人的心灵岛屿里，诗词却是千山万水，是他们的‘主旋律’。”一位观众的感触，引来许多人同声感慨。农民大姐白茹云曾患淋巴癌，诗词给了她用朴实乐观直面清贫家境和病痛煎熬的力量，也让人看到文化滋养如何对抗心灵受到的触动，激发的思考和从中汲取的精神力量。

“今人不见古时月，今月曾经照古人。古人今人若流水，共看明月皆如此。”文化是流动的历史，让古代的精粹流入今天的生活，让古人的哲思照耀今人的征程，我们才能怀着自信从容前行。

(质管部 魏纯明)



微信扫一扫，敬请关注
志鸿教育公众号

■ 2017 年 3 月 1 日 ■ 第 5 期 ■ 本期八版 ■ 准印证号：鲁连内资第 C0008 号（内部资料，免费交流）

浙江科技出版社吴明华社长一行莅临世纪天鸿考察调研

▶ 一版

“不忘初心 逐梦前行”志鸿教育集团 2017 年会·对话 2017

▶ 二版

产品质量是企业的生命线

▶ 三版

聚势共赢·世纪天鸿山东省全渠道合作发展峰会纪实

▶ 四版

20 年始终如——《高考总复习优化设计》续写备考传奇

芳地绿洲
八版

聚势共赢·世纪天鸿召开
山东省全渠道合作发展峰会

2017 年 2 月 23 日—24 日，“聚势共赢”世纪天鸿山东省全渠道合作发展峰会隆重举行，来自山东各地客户齐聚世纪天鸿参加此次峰会。本次峰会由世纪天鸿直营事业部副总经理张军主持，集团任志鸿董事长作主题发言。任总介绍了企业发展的情况，并重点向客户介绍了世纪天鸿渠道建设发展计划，强调世纪天鸿将坚定不移地为广

大合作伙伴提供更多的图书精品与更好的市场服务。

“给予意想不到的政策，提供出类拔萃的产品。”会上，世纪天鸿于宝增副总经理以动情的渠道营销宣讲动员让在场客户感受到了世纪天鸿对与客户聚势共赢所倾注的诚意与心力。翟维全副主编就“新高考”进行了重点阐述介绍，就“新高考”需求所作的丰富

(集团企业文化室 蒲庚)

产品研发创新亮

点赢得了满堂喝彩。在产品介绍环节，直营事业部总经理助理赵金喆通过形式独特、角度多样地讲解“志鸿优化”新版《高考总复习优化设计》、2017 新品《高考对对练》等精品图书的特点与优势，现场气氛达到高潮，世纪天鸿杰出的营销力与产品力极大增加了山东市场渠道客户的销售信心。峰会期间，客户参观了中国课本博物馆，使山东各地客户更加深刻地感受到了世纪天鸿深厚的文化积淀与对教育事业的执着坚守，增强了与世纪天鸿未来共赢发展的信念。

到高潮，世纪天鸿杰出的

营

销

力

增

加

了

山

东

市

渠

道

客

户

的

售

信

心

。

本

报

讯

2017

年

2

月

25

日

，浙

江

科

技

出

版

社

吴

明

华

社

长

一

行

莅

临

世

纪

天

鸿

考

察

调

研

世纪天鸿系统、直营事业部
召开 2017 年春节营销会议中国课本博物馆
随淄博旅游推介会亮相山东

本报讯 2017 年 2 月 6 日，由淄博市旅游局举办的淄博旅游推介会在北京召开。中国课本博物馆作为 2017 年旅游界的新增景点在此推介会上盛装亮相。

课本博物馆的此次展示，不仅在现场博得了旅游大咖们的眼球，更让来淄博旅游的游客多了选择的空间。

参加此淄博旅游推介会，对于加大中国课本博物馆旅游宣传促销推广力度，加强区域合作交流奠定了深厚的基础。

(集团企业文化室 蒲庚)



栏

主

持

人

:吴敏

本报讯 2017 年 2 月 10 日，世纪天鸿总经理于宝增主持召开了系统直营事业部 2017 年春节营销会议。事业部总经理、事业部副总经理、各省区域中心总经理和系统经理参加了会议。

会议期间，为落实

公司对《2017 年经营计

划及部门预算编制计

划》的要求，结合组织架

构的调整，2017 年区域

中心作为利润中心，由

各省区域中心单独编

制预算计划，并做出 2017

年的市场销售规划，事

业部与各区域中心就

2017 年年度计划、预

算、措施等进行了充分

的沟通探讨。

2017 年 2 月 6 日，

集团任志鸿董事长组织

召开各省区域中心总经

理座谈会，从每个区域中心作为利润核算中心的科学性，到公司对每一个板块都要有经营意识方面，再到各省区域中心总经理和系统经理参加到会议，确保效果的要求上，任总详细讲解了公司今年的运作思路。会上，任总根据现在公司经营现状进行了营销工作部署，要求各区域中心借一轮上市的契机，扩大客户群规模，增加市场营销份额，扩大市场份额占有率，将市场营销做大做强。座谈会后，于宝增副总经理又组织各省区域

“不忘初心 逐梦前行”志鸿教育集团 2017 年会 · 对话 2017



【主持人】:各位同事，大家好！岁末年首，相信每一个人都会对自己过去的一年有一个总结，那么，今天我们也非常想听一下任总以及各位高管成员的总结，那么有请大家用一到两个关键词总结一下自己的工作和生活。首先，我们有请任总。

【任志鸿】:我用三个词总结 2016 年，第一是“回归”，主要指在产品研发层面，我们的研发水准在重新回到行业一流水准，在很多新品得以充分体现。第二，“创新”，通过认真调研和研究，我们在渠道建设和市场推广上找到了一个创新模式。第三，“清晰”，对我们公司的发展现状进行了总结、分析，对问题的认识非常清晰，对未来中长期的规划非常清晰。

【张立杰】:2016 年的工作我感觉可以用两个词来形容一下。第一个是“延续”，2016 年我们在公司资本运作方面延续了近几年稳步推进的势头：2016 年 6 月份我们又把世纪天鸿申请在创业板上市的材料提交到了证监会，目前正在等待审核。这就是我们资本运作工作稳步推进的一种延续。第二个词就是“突破”：世纪天鸿包括志鸿教育集团在发展历史过程中进行业务转型与升级时一般以自我经营为主，公司以资本运作的方式参与到非教辅业务等其他业务领域方面，也在 2016 年进行了一个小

小的尝试，比如以股权投资方式把业务扩展到国际游学方面，这也是业务拓展方式的一种突破。目前还有一些投资并购项目正在洽谈中，2017 年肯定也会有更多的业务。展望 2017 年，我希望能够延续传统优势的基础上，在资本运作和投融资方面取得更大的突破。

【安静】:我觉得 2016 年比较值得记忆的，应该是三个重大节点：“开馆”、“开盘”、“开园”。所以我想用“三开”来对印象齐都这个项目做一个总结：“开馆”是博物馆的正式开放；“开盘”是大家境界艺术坊正式面世；“开园”是印象齐都经过几年的积累，一座文化地标正式崛起，同时我们揭开了面纱，面向社会正式开放。

【主持人】:2016 年，我想有一件事情让我们在座的爸爸妈妈们都非常兴奋，那就是我们要办自己的幼儿园了，这也被列入了 2017 年的战略发展目标，并且还提及了职业教育、在线教育等方面，那么，有请任总、汪总为我们介绍一下公司上市的情况。

【于宝增】:2016 年营销板块的关键词，用两个词来代表和表达就是“坚守”和“建设”。2016 年我们全面开启了民营渠道、直营渠道、新华渠道三个销售渠道的全面建设工作；在市场部全体同仁的大力支持下，我们渠道建设工作的开局做的是非常好的。如果说 2017 年的关键词，那就是“开拓”，我们将继续前行。

【任志鸿】:公司上市这个事不光我们自己的同事重视，同时也非常受业内领导的关注。可以说公司上市工作的安排，是我们过去几年公司的战略安排上最重要的一个。

(下转第 7 版)

为了孩子离职了，做幼儿园也是对员工的一个福利。

【汪季贤】:2016 年在“美国工业互联网”“德国工业 4.0”“中国制造 2025”等全球化工业强国战略背景下，国内外均高度重视职业教育及其延伸领域。以美、德为代表的西方工业强国在原有“学徒制”“双元制”等职教体系基础上注重向复合创新型、低龄化拓进。在我国，职业教育近几年来备受党和国家领导人重视，已被提升至国家战略层面。

值得关注的是，新出台的各项政策制度均对企业跻身职业教育释放利好，比如在企业参与办学方面，《决定》《规划》提出“鼓励企业举办或参与举办职业院校”，首次明确提出要在职教领域“探索发展股份制、混合所有制职业院校，允许以资本、知识、技术、管理等要素参与办学，并享有相应权利”。

(魏纯明)

韩光军(3月 11 日)

(李滨)

(孙小咏)

(王美玲)

(于宝增)

(张立杰)

(安静)

(汪季贤)

(任志鸿)

(于宝增)

(张立杰)

20年始终如一——《高考总复习优化设计》续写备考传奇



从书特点

全新精准值 学、练、测、答——四位一体，功能完备，打造“备考一遍清”。
新考点、新题型、新要求、新趋势，在这里——呈现。
精研考纲、精心设计、精密筹划、精准命题，只为呈现精品。
核准五年考情，瞄准考点考向，把准复习脉络，精准备考提分。
多媒体课件、可编辑图书内容、免费网络资源——备课方便；
教师用书同页码呈现——上课方便；训练联排设计——做题方便；
导学号，24h 在线名师——自修方便；6 套仿真免费送——自测方便。

关注学科核心素养提升，做有特点的备考图书——各学科图书特点集萃

●语文：

1. 紧扣 2017 年 2 月最新《考试说明》要求，有序规划，精准备考。

2. 写作指导单独成册，以学生案形式呈现，方便老师作文课使用。

3. 对点练+综合练——打造层次化“练案”，对点突破，综合提升。

4. 学案中穿插【审答规范】【重难特训】【误区规避】，有效增分。

●数学：

1.“高考必考大题”专项指

导——将解答题备考做到极致。
2. 目录编排重实效，如基础工具性内容“简单不等式的解法”，前置放在第一章。

●物理：

1.《考试说明》最新要求完全呈现，“动量”整合在力学中，备考更高效。

2.《考点规范练》按序号奇数、偶数分 A、B 两册装订，收发便捷。

3.《多维课堂》以不同课堂模式差异化复习不同考点。

4.《考点规范练》按序号奇数、偶数分 A、B 两册装订，收发便捷。

●英语：

1. 好词、魔句、读写——三位一体，辑录八个锦囊，点靓高考作文。

2. 训练装订人性化，不需翻

●化学：

1. 实验探源，教材实验专项总结突破，升华核心素养。

●生物：

1.《考试说明》最新要求完全呈现，“动量”整合在力学中，备考更高效。

2.《考点规范练》按序号奇数、偶数分 A、B 两册装订，收发便捷。

3.《多维课堂》以不同课堂模式差异化复习不同考点。

4.《考点规范练》按序号奇数、偶数分 A、B 两册装订，收发便捷。

●精准·新颖·高效

——语文学科策划实录

经过全新策划设计的《高考总复习优化设计·语文》在 2016 年度发行过程中，以其科学独到的编排设计、精准实用的内容组织，得到众多老师的认可，销售火爆，增长率达到近 100%。2017 高考《考试大纲》及其说明对高考命题诸多要求进行了大幅度调整，本书编者在深入研究分析最新高考要求基础上，对图书内容进行了有效升级，期望从以下两方面更好的满足广大老师的备考使用需求。

信息准确 题型权威 选材新颖

信息最准确 严格遵循 2016 年 10 月《考试大纲》精神，精准呈现 2017 年 2 月最新《考试说明》要求，权威策划编写。

题型最权威 高度契合最新《考试说明》题型要求。实用类文本、文学类文本、古代诗歌鉴赏等新题型的调整都在本书中得到了准确的体现，对发生变化的考点或题型设置单独的学案突破，具有极强的针对性。

选材最新颖 书稿编写注重选用最新文本、题目等各种素材，还增加了大量的原创性新题。真正做到了人无我有、人有我优！

物理特色脱口秀

- 特色一：一遍过，一本全，确保复习无盲点；
- 特色二：自悟透，师生研，复习形式分类全；
- 特色三：题例精，方法全，举一反三典为范；
- 特色四：练代讲，讲中练，题型萃取析经典；
- 特色五：教师书，“大”不同，方便教学一本清。

英
语
一
轮
备
考
SHOW

产品质量是企业的生命线

——世纪天鸿“月度质量之星”评选活动纪实

质量是什么？质量是一种习惯。质量工作要做好，要把这种理念融入到每个人的工作、学习和日常生活中去，让每个人都有一种强烈的把质量管理工作做好的愿望。2017 年开局之际，世纪天鸿“月度质量之星”评选活动的开展，正是在诠释如何去保证产品的质量，更是通过榜样的示范对质量工作提出明确的要求。

“严格保证图书产品质量是对莘莘学子的责任。”这个观点与世纪天鸿的理念“关心每个角落每个人的教育”是一致的，这一企业理念衍生而来的质量文化体现为对产品质量的敬畏，对教育理想的虔诚。

质量文化建设工作必须全员参与，才能真正有效果。世纪天鸿“月度质量之星”评选活动开展范围涵盖编辑研发系统各个业务部门，包括产品部、编辑部、排校部、设计部、质管部。编辑制作中心对于整体质量优秀的书稿进行各工序的奖励，从而在部门员工中激发全流程协同配合，使共同关注质量的导向更加落地。而通过质量文化建设及管理工作的互动，使员工更深入理解质量文化的内涵。在“月度质量之星”评选活动中，明确的素质技能标准导向给予了编辑制作中心员工清晰的工作思路。通过突出各相关部门负责人作为活动组织的第一责任人，在部门内部进行了充分的宣贯与动员、部署，对部门管理要求及员工质量意识进行了一次全面升级。

产品质量是企业的生命线。近年来，公司通过创新产品研发机制，加强团队建设，使产品内容质量有了明显的提升。2017 年，公司将通过精细化的要求与执行，继续提升产品质量。希望广大员工进一步加强精细化工作意识，积极学习，开拓进取，在各自的工作岗位上为产品质量的提升做出积极努力。

(集团企业文化室 蒲 庚)

2015 年，世纪天鸿全面升级信息化平台。在编务系统 ERP、物流仓储软件、财务管理软件全新升级的基础上，2017 年，将全面升级办公自动化系统。随着世纪天鸿 OA 系统即将上线，各职能部门员工对 OA 系统的理解认知学习也需要进一步跟进。——编者按

OA 的核心价值在于工
作流的使用，工作流程让实
际工作节奏稳健、规范、高
效、精确。OA 的价值体现在
具体人身上首先是实现了员
工的工作自助。OA 系统的应
用，归根结底要落实到每位
员工身上，员工是 OA 价
值最有力的发声人。那么，OA
是如何让员工体会到便利、
实现自助的呢？

二、员工的跑腿工

流程自动代替人工签发，表单填结之后便是等待领导的批阅，作为基层员工，等待的时间是漫长的，往往需经多层领导之手。于是，敲这道门，等那个人，反反复复地奔忙。如今，跑路工作完全由 OA 包揽，员工只需启动动手指，将填写的表单发送出去，便可放心其他工作，OA 会按照既定的路线将表单一层层传递下去。OA 流程管理中的每个节点均有督办弹窗提醒，让领导不再有所忽视。更方便的是，员工还可以在办结查阅里了解需求的处理情况。

工作业务以及个人业务的顺心会让员工保持良好的

管理平台

2017 年 3 月 1 日 zhihongjiaoyubao@163.com

月度质量之星事迹——



编辑部学科编辑赵凤玲、梁忠良、吴翠平，在 1 月份的书稿编辑工作中，既注意处理书稿的问题，也注意对书稿的润饰提升，根据工作精细化的要求，从书稿的内容质量、版面质量、编校质量等方面精细化加工书稿。他们提供的一个个鲜活的案例体现了他们对工作的精益求精，体现了他们良好的质量意识与工匠精神。

排校部绘图员吴晓燕，在 1 月份工作中，面对《高优设计》《高考对对练》《系统版优化设计》书稿的大量地图绘制、图片整理任务，积极与产品经理、责任编辑沟通，精细化地处理工作中各项事务，工作细致认真、一丝不苟，很好地完成了任务。

排校部校对员周带丽、排版员荣静静，在 1 月份的排版、校对工作中，认真对待工作的每一个环节、每一个细节，在细致处理编校质量差错问题的同时，积极关注书

稿的版面质量、对表格宽度及高度是否匀称、答题线长短是否合适、页面是否饱满、图片位置及大小是否协调、版面布局是否美观等细节问题都积极予以处理，经她们排校的书稿质量得到很好保证。

设计部美术编辑王从丛，在 1 月份的封面设计工作中，能够站在市场角度、设计工作的整体角度理解策划理念，更新设计思维，突破仅仅关注图案设计的局限，积极提供策划建议，大胆采用设计元素，在《小学同步作文》、新版《教材快线》封面的阶段性设计工作中，达成了很好的设计效果。

管理名词：全面预算

全面预算反映的是企业未来某一特定期间（一般不超过一年或一个经营周期）的全部生产、经营活动不可或缺的重要管理模式。可以说企业的每一位员工都应该懂得全面控制思想，作为管理者和财务人员更应该掌握这一多功能的管理控制工具，为企业的发展提供高效科学化的方法。常言道，凡事预则立，不预则废。它通过业务、资金、信息、人才的整合，明确适度的分权授权，战略驱动的业绩评价等，来实现企业的资源合理配置并真实的反映出企业的实际需要，进而对作业协同、战略贯彻、经营现状与价值增长等方面的最终决策提供支持。就像美国著名管理学家戴维·奥利所指出的那样：全面预算管理是为数不多的几个能把组织的所有关键问题融合于一个体系之中的管理控制方法之一。

员工是企业的中流砥柱，员工的工作心情与效率影响到企业的未来发展。OA 为企业员工提供的自助大餐，使得每位员工在自由、透明、清晰的环境中快乐工作，为企业发展壮大夯实基础。

董事长推荐

案例一：谁去给猫挂铃铛



有一群老鼠开会，研究怎样应对猫的袭击。一只被认为聪明的老鼠提出，给猫的脖子上挂一个铃铛。这样，猫行走的时候，铃铛就会响，听到铃声的老鼠不就可以及时跑掉了吗？可是，由谁去给猫挂铃铛呢？怎样才能挂得上呢？

点评：科学合理的战略部署是执行的前提！战略如果脱离实际，就根本谈不上执行。

案例二：忙碌的农夫

一位农夫一早起来，告诉妻子说要去耕田，当他走到40号田地时，却发现耕耘机没有油了；原本打算立刻要去加油的，突然想到家里的三四只猪还没有喂，于是转回家去；经过仓库时，望见旁边有几条马铃薯，他想起马铃薯可能正在发芽，于是又走到马铃薯田去；路途中经过木材堆，又记起家中需要一些柴火；正当要去取柴的时候，看见了一只生病的鸡躺在地上……这样来来回回跑了几趟，这个农夫从早上一直到了太阳落山，油也没加，猪也没喂，田也没耕……很显然，最后他什么事也没有做好。

点评：做好目标设定、计划和预算才是执行的基础。做好时间管理是提升执行效率的保障。

案例三：买复印纸的困惑

老板叫一员工去买复印纸。员工就去了，买了三张复印纸回来。老板大叫，三张复印纸，怎么够，我至少要三摞。员工第二天就去买了三摞复印纸回来。老板一看，又叫，你怎么买了B5的，我要的是A4的。老板说话了，“您去集市一趟，看看今天早上有什么卖的东西。”布鲁诺说道：怎么买了一个星期才买到？员工回：你又没有说什么时候要。一个买复印纸的小事，员工跑了三趟，老板气了三次。老板会摇头叹道，员工执行力太差了！员工心里会说，老板能力欠缺，连个任务都交待不清楚，只会支使下属忙活！

点评：执行事前一定要讲清结果，讲清后果，沟通到位。

案例四：阿诺德和布鲁诺的差距

阿诺德和布鲁诺同时受雇于一家店铺，拿着同样的薪水。可是一段时间以后，阿诺德青云直上，而布鲁诺却仍在原地踏步。布鲁诺到老板那儿发牢骚。老板一边耐心地听着他的抱怨，一边在心里盘算着怎样向他解释清楚他和阿诺德之间差别。“布鲁诺，”老板说话了，“您去集市一趟，看看今天早上有什么卖的东西。”布鲁诺说道：怎么买了一个星期才买到？员工回：你又没有说什么时候要。一个买复印纸的小事，员工跑了三趟，老板气了三次。老板会摇头叹道，员工执行力太差了！员工心里会说，老板能力欠缺，连个任务都交待不清楚，只会支使下属忙活！

此时，老板转向布鲁诺说：“现在你知道为什么阿诺德的薪水比你高了吧？”

点评：员工执行开始时都想把工作做好，也不是不聪明，但往往因为缺少结果思维，导致有苦劳无功劳，而执行要的是功劳！

案例五：猴子取食

加利福尼亚大学的学者曾做过这样一个实验：把6只猴子分别关在3间空房子里，每间两只，房子里分别放置一定数量的食物，但放的位置高度不一样。第一间房子的食物放在地上，第二间房子的食物分别多次从易到难悬挂的不同高度上，第三间房子的食物悬挂在屋顶。数日后，他们发现第一间房子的猴子一死一生，第三间房子的猴子一死一生，只有第二间房子的猴子死不了。只有第二间房子的猴子，才能真正提升。

原来，第一间房子里

的猴子一进房子就看到了地上的食物，为了争夺唾手可得的食物大动干戈，结果一死一伤。第三间房子的猴子虽做了努力，但因食物太高，够不着，活活饿死了。只有第二间房子的两只猴子先按各自的本事取食，最后随着悬挂食物高度的增加，一只猴子托起另一只猴子跳起取食。这样，每天依旧取得足够的食物。

点评：用人机制保障执行，用好人才能做好事。如果岗位难度过低，体现不出人的能力，资源配置不合理，就会导致内耗甚至残杀，如同第一间房子里的两只猴子；而岗位的难度过大，画饼太虚，虽努力却不能及，最后人才也被埋没抹杀，就像第三间房子里的两只猴子。只有岗位难易适当，并设立岗位考核机制，犹如第二间房子里的食物，才能真正提升。

这种人，可以培养成管理者！

1. 不忘初心而虚心好学的人

所谓初衷，即创造出优质的产品以满足社会，造福于社会。大多数管理者都非常强调这种初心，不忘初心，又能够向别人学习的人，才是企业所需要的第一要素。

2. 不墨守成规经常出新的人

允许每一个人在坚持基本方针的基础上，充分发挥自己的聪明才智，使每一个人



都能够展现其自身特有的才华。同时，也要求上司能够给予部下一定的自由，使每一个人都能发挥到极致。

3. 爱护公司，和公司成为一体的人

问及一个初入职场的人，他所从事的工作时，他的回答总是先说职业，后说公司；而高管则相反，总是先说公司，后说职业。他们会要求自己的

员工保持这种观念，要有公司意识，与公司同甘共苦。

4. 不自私能为团体着想的人

不仅培养个人的实力，而且要求把这种实力充分应用到团队上，形成合力。这样才能给公司带来朝气蓬勃的景象。

5. 作出正确价值判断的人

价值判断是包括多方面的，大而言之，有对人类的看法，小而言之，有对日常工作的看法。

不能作出判断的人，实际上是一群乌合之众。这样的人，永远不会有大的成就和作为。

6. 有自主经营能力的人

一个员工只是照着上面交代的去做事，以换取一月的薪水，是不行的。

10. 有气概担当公司经营重任的人

有能力、有气概担当公司重任的人，不仅需要有足够的经营常识，而且需要具备管理和经营一个公司的品质。

这种品质则是以上各种能力的有机结合，不仅需要勇气、自信，而且还需要具备一种仁爱和献身的精神。

7. 随时随地是一个热忱的人

热忱是一切的前提，事情的成功与否，往往是由做事情的决心和热忱的强弱决定的。

1. 勤奋的员工

如果你天赋稍浅，请你勤奋一些，因为勤能补拙；如果你很聪明，请你勤奋一些，因为这样能插上了腾飞的翅膀。

而我不想要的员工是，明明自己很笨，却总是比别人更懒。

2. 有正能量的员工

如果你认为你遇到了好事，请你传递正能量，因为它会让你变得更好；如果你认为你遇到了坏事，请你保持正能量，因为负能量只会让事情变得更糟。

而我不想让的员工是，狗嘴里总吐不出象牙来。

3. 愿意付出的员工

如果你能看见你的未来，请你多付出，因为这样会让你的未来快点到来；如果你看不到你的未来，请你多付出，因为只有这样才能让你看到未来。

而我不想让的员工是，总觉得自已付出太多就是吃了大亏。

4. 有目标的员工

如果你给自己定的目标可以轻松完成，请你给自己制定一个挑战性目标，因为你完全可以做到；如果你后期的目标有压力，请你不要放弃，这才是对你真正的考验。

而我不想让的员工是，永远只会说目标“太高了，我做不到！”

5. 有担当的员工

如果这件事是你的错，请你担当，这样你才会成长；如果这件事不是你的错，也请你担当起来，这样你就有了更大的担当。

而我不想让的员工是，“都是

别人造成的，关我毛事？”。

6. 懂得服从的员工

如果你觉得你的上级无能，请服从，因为他是你的上级；如果你觉得你的上级很有能力，请服从，因为他值得你服从。

而我不想让的员工是，觉得这个世界上最厉害。

7. 忠诚的员工

如果你认为你的单位不好，请忠诚，因为这样才能提升你的适应能力；如果你认为你的单位很好，请忠诚，因为这样你才能拥有一个好的平台。

而我不想让的员工是，不但频繁跳槽，而且永远说上一家的不好。

对比以上标准，你给自己打几分？



高管选人才，就看这七点！

活着本来很简单

1. 面对困难无非三点：度过了这个困难，你有度过困难的智慧；面对困难，你有了面对困难的勇气；度过困难，你有了绕过困难的智慧。

2. 最俗和最深的区别的就是有毒的蘑菇和没毒的蘑菇的区别，表面上看都可能使人发笑，但是有毒的蘑菇吃了以后，让人恶心；没毒的蘑菇吃了以后让人觉得舒心，一个是没有回味，另一个是经得起回味。

3. 把东西做熟，把脏东西洗干净，把一个陌生的女人变成一个太太差不多，这么多菜，偏偏我们在菜市场就选择了这一棵，缘分，这就叫做从众心理，你把你带回来，去除脏的部分或者用刀去改一改它，其实这是修正一些毛病；当你把它放到锅里翻炒的时候，你会发现这是情调的升华，然后你加入盐，加入糖，这是生活各种情绪的调剂剂；最后菜肴，摆在大家面前，这是幸福的呈现。

4. 我们去菜市场挑挑选食材其实都是挑偶遇与重逢，炒饭就是情感的升温，然后你加入盐，加入糖，这是生活各种情绪的调剂剂；最后菜肴，摆在大家面前，这是幸福的呈现。

5. 生病和不生病都源于一个字：浓。浓于情就会生病，浓于名就会生出嗔，浓于名就会生出嗔，不开心的东西留在内心就会生病，生气，气恼不化就会生病，痛则不通，不通不痛。对于这个“浓”字最好的办法就是淡。

6. 天送给你的东西，用双手去接，捧在手心，也没有必要高举过头，因为每个人都有可能接到这样的馈赠；天不会给你的东西，用双肩去承担，不管抛多少，先扛着，目的是使你身心更加坚毅，双臂更加有力，以便他给你更大的馈赠时，你能接得住。

7. 想不后悔，唯一能做到的就是珍惜，一个人时，珍惜自己，两个人时，珍惜对方。

8. 每个人都是一株特别健康的植物，惟有植物才不会自卑，你从来没有看见一棵小草，在一棵大树旁边那么的自卑，低下头颅不敢往上生长。

9. 填补内心寂寞，是因为他们不懂得享受孤独，寂寞是心灵的空虚到一片落叶的肩膀上，你都会无病呻吟，寂寞是内心空虚到一只小鸟的你眨着眼睛，你都会觉得好感动啊！孤独是内心强大到不需要任何你来打扰，你可以跟天地精粹往复往来，孤独是内心已经光盈了幸福，他不需要别人来扶他一把。

10. 气泡像啤酒，有一天某人，爱情应该像咖啡一样，一个人在角落安静地品尝。

11. 世间有很多东西令我觉得光艳，我并不会在意它们的发生和发展，我懂得人总要有所为有所不为。

12. 世间有很多东西令我觉得光艳，我并不会在意它们的发生和发展，我懂得人总要有所为有所不为。

营销在线

2017年3月1日 zhihongjiaoyubao@163.com

聚势共赢·世纪天鸿山东省全渠道合作发展峰会纪实



资源整合能力在市场营销工作中的重要性

市场营销是一个非常复杂的概念，好多公司都有市场部门，但是市场部门最核心和最重要的能力是什么？好多市场部的主管和领导都不是非常的清楚。有的不自信的企业，他们的市场部经常搞一些很炫酷时髦的社会热点，当作市场部门紧跟市场的关键能力，而大部分的主流公司则比较相信通过市场营销的基础的搭建，品牌的持续系统传播，市场执行力的提升，资源整合能力的强化来建立完整的市场体系和品牌体系，从而从根本上提升品牌价值，促进渠道销售，从空中和地面全方位的帮助到销售体系达成业绩，在公司中发挥更重要的作用。总而言之，市场部需要紧紧围绕社会热点，关注潮流变化，但是不应该过度追踪社会热点，把一些虚无缥缈的概念和想法凌驾市场部的基础工作之上，导致市场部的营销工作同实际脱节，不利于整个市场体系的建立和完善发展。

2004年的时候，青岛百事市场部只有3个正式员工，那时百事可乐在青岛的市场份额被可口可乐压得死死的，公司在渠道建设和品牌运作上也做了几年的铺垫，急需一场大型的市场活动拉动整个青岛乃至半岛地区的百事可乐的品牌和销售。当时香港百事给山东开了一个见面会的一个资源（周杰伦是当时百事的代言人，也是当时最红的明星），我们也咨询了一些广告策划公司对见

面会的一些意见，他们普遍建议在剧院或者室内进行一个小型见面会，但是当时我们认为这是一个拉动整个区域销售的市场活动，整体设计元素统一，达到了传播的整体视觉效果，也让我们的目标消费者对诚信通的了解更进一步。同时通过诚信通年度经销商千人大会，自己研究活动策划方案和落地执行的工作。最后确定了见面会的几个方向：

1. 见面会在户外做万人见面会，会场品牌元素的全方位显现。

2. 会场内部的门票要通过销售促销抽奖或者买赠来获得，拉动销售。

3. 全省媒体资源的盘点和有效利用，围绕着周杰伦来青热点事件进行媒体传播。

4. 利用百事和周杰伦的品牌优势，谈免费酒店赞助，其他公司的跨行业合作。

5. 所有客户和销售渠道客情关系的维护。

整体营销方案确定之后是非常复杂的方案分解及细化，如何能最大限度的发挥这次会议的资源，拉动品牌和销售？如何将一些非常完善的方法在落地执行的方案更有成效？如何管理几百人的

联性，将马云和阿里巴巴还有诚信通产品进行打包整合传播，在进行线上线下媒体传播和大型专业市场活动的时候，整体设计元素统一，达到了传播的整体视觉效果，也让我们的目标消费者对诚信通的了解更进一步。同时通过诚信通年度经销商千人大会，把销售人员、经销商和终端消费者请到杭州做整体品牌和产品的宣传，让区域的渠道经理同代理商和终端消费者通过会议的平台进一步交流沟通。打造b2b行业的一场盛会，将各种资源进行整合，对品牌传播达到了空前的效果。

这只是以往工作中的几个案例，却充分说明资源整合能力在市场部工作中的重要性。相关的市场人员要充分发挥自己的想象力和执行力，将活动内容和质量，是我们的会议行销形成了一个品牌，对推动销售诚信通产品起到了非常大的作用，同时在费效比层面也做到极致。

我们没有别的选择，发挥各自的优势，将既定好的方案通过各自的努力完美执行，将活动方案进行细化并化将活动做到极致。同时通过诚信通年度经销商千人大会，把销售人员、经销商和终端消费者请到杭州做整体品牌和产品的宣传，让区域的渠道经理同代理商和终端消费者通过会议的平台进一步交流沟通。打造b2b行业的一场盛会，将各种资源进行整合，对品牌传播达到了空前的效果。

当时阿里巴巴渠道销售主要通过以商友会的会议营销为主，大型会议和小型会议在全国每年有几十上百场。会议现场邀请到的中小企业老板也有几万人，这对一些以中小企业老板作为核心客户的公司来说是一个非常好的宣讲产品和品牌显微的资源。我们市场部充分利用阿里巴巴，知道马云，但是不知道诚信通这个产品。为此我们跟区域市场部在进行招商的过程中，将三者进行整合传播，提升关

键客户资源大家共享，会议的成本也要大家来进行分摊，

（市场部 焦昆仑）