



微信扫一扫，敬请关注 志鸿教育公众号

志鸿教育

总第 504 期



www.kingandkey.com

2020年5月15日 ■第10期 ■本期八版 ■准印证号：(鲁)0300007 (内部资料, 免费交流)

管理升级促发展 人才赋能创未来 ◆一版	志鸿动态 ◆二版	管理平台 ◆三版	志鸿讲堂 ◆四版	坚定信念, 同心同德 做好 2020 秋季征订的准备工作 ◆五版	《道德与法治学习 实践手册》(初中) ◆六版	前沿 ◆七版	芳地绿洲 ◆八版
---------------------------	-------------	-------------	-------------	--	------------------------------	-----------	-------------

管理升级促发展 人才赋能创未来

——世纪天鸿召开 2020 年度管理团队会议

5月4日,世纪天鸿召开了2020年度管理团队会议,任志鸿董事长及公司中高层管理人员参加了本次会议。会议由常务副总经理张学军主持。会上,任志鸿董事长就公司的人力资源战略规划、人才队伍建设及管理理念等内容进行了重要讲话,同时对2020年世纪天鸿的组织架构、管理层分工调整以及人事任命进行了介绍。

在人才队伍建设方面,任志鸿董事长指出,近年来公司在管理人员选拔和任用方面进行了审慎的思考和安排,并逐年选拔年轻人充实到公司管理团队中。随着公司20多年的发展历程,以及当前数字化转型和长远发展,公司将加强管理团队建设,主要从以下几个方面考虑,第一,优化管理团队的年龄结构,形成以中青年管理人员为主体的梯形成年龄结构,大力选拔认同企业文化和价值观,年富力强、精力旺盛,视野开阔,富有务实、创新和开拓精神,能够独当一面的年轻人,始终保持管理人员队伍的战斗力 and 生命力。第二,建立并推动管理人员轮岗机制,通过多岗位锻炼进一步激发潜能,从而提高管理团队的整

体素质。第三,重申亲属回避和廉洁自律,建立健康、和谐、简单的文化氛围。任志鸿董事长强调,各级管理人员要加强自身建设、自我管理和自我提高,要以身作则,做好员工的表率。我们要重申公司的执行文化,坚决贯彻和执行公司做出的各项决策和安排,进一步提高管理团队的执行力;我们要重视员工的成长与发展,给予更多学习和进步的机会,激发部门员工的活力,为公司发展培养出更多合格、优秀的人才;我们要持续学习,主动学习,保持浓厚的学习氛围,要有创新性、开拓性和创造性,带领世纪天鸿不断走向辉煌。

围绕2020年经营目标和公司战略规划,任志鸿董事长就2020年世纪天鸿组织架构、管理层分工和中高层管理人员人事任命的背景进行了介绍,对组织架构调整进行了说明。公司层面成立数字资源部,加强数字内容资源建设,推动公司数字化转型升级;成立志鸿商学院,负责制定公司人才培养的整体解决方案,重点加强培训工作、战略型人才以及管培生招

聘与培养工作;创业孵化平台通过两年的孵化、运营,平台企业进入加速发展阶段,将与系统事业部、大客户事业部、电商事业部和智能教育事业部,共同成为支撑公司经营、业绩提升的利润增长点;新业务的发展部从智能教育事业部剥离,承担现有业务之外的新业务拓展工作,如教辅之外的图书业务、数字化业务、培训业务等等;同时,公司将进一步加强审计职能,规范诚信体系建设,为企业持续、健康发展奠定基础。任志鸿董事长希望新的管理团队到任之后,紧紧围绕公司既定的目标、安排,立足本职工作,务实敬业、勇于创新、敢于挑战、全力以赴,带领公司焕发新的动能,全面实现公司2020年的业绩目标。

公司轮值总经理于宝增也代表新一届管理团队发言:“我们要始终铭记初心,牢记不断保持业绩增长,不断超额完成董事会下达的经济指标



的责任,保持强烈的使命感,敏锐捕捉市场需求,推出高质量的产品和服务,打造企业的核心竞争力。我们要有强烈的创业心,持续不断地提升公司经营管理工作。我们要学会突破自我,时刻保持进取之心,保持开放、学习的心态,相信自己和团队的能力,相互支持、彼此鼓励,坚定地向着目标前进。”(世纪天鸿 于琨)

鸿翼创谷·世纪天鸿创业孵化平台 2020年第二次路演圆满结束

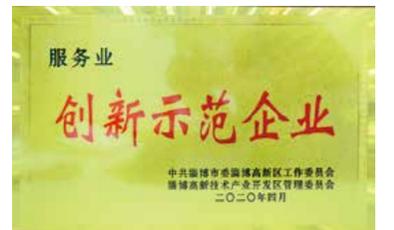


5月11日下午,鸿翼创谷·世纪天鸿创业孵化平台2020年第二次线下路演活动顺利举行。世纪天鸿教育科技有限公司董事长任志鸿,公司投委会、评委委员会以及创业孵化平台总经理共40余人参加了此次路演活动。公司副总经理兼董事会秘书张立杰主持此次路演活动。

经过前期项目筛选,本期共四个项目参加路演。项目涵盖了字帖、XR技术教育内容、绘本阅读等多个教育行业创业项目。路演采用“25分钟路演,5分钟答辩”的规则。通过项目路演和现场答辩的互动方式,到场的创业者和投资人创造了零距离接触的交流平台。

(鸿翼创谷 赵曦)

世纪天鸿荣获淄博高新区“服务业创新示范企业”



为鼓励服务业企业创新发展,引导创新要素向企业聚集,提升企业自主创新能力,增强核心竞争力,着力提升服务业对创新驱动的贡献度,中共淄博市委淄博高新区工作委员会、淄博高新技术产业开发区管理委员会开展了“2019年度三大主导产业强企业、服务业创新示范企业及新旧动能转换”项目申报工作。近日,2019年度三大主导产业强企业、服务业创新示范企业及新旧动能转换部分政策扶持企业名单公示,世纪天鸿在内的23家企业荣获“服务业创新示范企业”。

(世纪天鸿 于琨)

你有光明,中国便不再黑暗

时间之河川流不息,每一代青年人身上都有着属于自己的时代印记。

百年前,长安街上脚步匆匆,中国青年发出了“誓死力争,还我青岛”的呐喊,自此,革命、建设、改革……历史长河历经了一代人的浩浩汤汤,几代人的殚精竭虑,向着中华民族伟大复兴滚滚而来。

百年后,神州大地已发生了翻天覆地的变化,我们昂首挺胸,以傲人的成绩,屹立于世界的中央,而一代代先驱者们所追求的强国梦、复兴梦,从未像今天一样距离我们如此之近。

曾经刷到这样一条微博,让我感动得流泪,“开国大典的时候飞机不够,您说飞两遍,现在再也不需要再飞两遍了,要多少有多少。这盛世如您所愿,山河犹在,国泰民安,当年送你的十里长安街,如今已是十里繁华。”

我常常在想,如果真的能穿越时空的隧道就好了。百年前的青年们,用一往无前的执着,问天要路,才换来了我们的太平日子;以永不懈怠的精神,搏击风浪,

才换来了我们的衣食富足。可是,汽车、高楼、顿顿有肉的安稳日子,我们所有所有这些习以为常、甚至不被珍惜的一切,却是他们梦中想都不敢想的景象。他们为此奋斗终生,甚至牺牲了生命,却无缘得见。

我想告诉他们,肩挑背扛修铁路的时代过去了,修路都用上高科技了;世界上最雄伟的桥梁,在中国人手中建成了;中华万里河山身上那些伤痕累累、满目疮痍的景象,都随着岁月被风吹散了。他们曾经流过血、牺牲过的地方,正放射着璀璨的光芒;如今的北京城,繁华盛景,物阜民丰;横跨两岸的港珠澳大桥,气贯长虹,巍峨壮观;山川荒原,成了一座座灯火通明的矿藏;南海可燃冰开采成功,中国再创世界纪录……

我想告诉他们,当代中国,仍不乏勇扛国家大任的青年。“蛟龙号”总设计师、潜航员叶聪,百倍付出,让大国重器落地;嫦娥团队中那些90后的年轻人,同先辈合作,将中国的兔子送上月球表面;哈工大的几位学生,

拍下了迄今为止最棒的“地月合影”……这是当代青年的爱国答卷,我们也终将向历史证明:新时代的中国青年是好样的,是堪当大任的。“往事越千年,魏武挥鞭,东临碣石有遗篇,萧瑟秋风今又是,换了人间。”百年前的悲惨画面不会再现,那些记载着国家光荣与梦想、渗透着民族血泪与辛酸的岁月也已成了珍贵的国家记忆。下一个百年、下下个百年,更多精彩的故事,将由这片土地上生长的千千万万名中国青年一起书写。

鲁迅先生曾说:“愿中国青年都摆脱冷气,只是向上走,不必听自暴自弃者流的话。能做事的做事,能发声的发声。有一分热,发一分光。就令萤火一般,也可以在黑暗里发一点光,不必等候炬火。”

青年人与国家命运血脉相连,而我们当代青年,也会勇于承担起自己的责任,不惧风雨、不畏挑战,敢于在汶汶世俗中喊出:“要做那始燃终燃的,萤火的光。”(世纪天鸿 于琨)

我们90后



觉得这是带有很多争议的一代人,更有甚者说这一代是垮掉的一代。今天的各大网站还能看到许多和90后有关的各类报告、文章。奇怪的是,近两年对90后不再是消极贬低的评价,反而出现了很多正能量的评价。90后从扶不起的一代人,到成为社会主要群体,我们似乎要为自己正名了。

是,我们要为自己正名。今年在严峻的疫情形势下,我们90后足足地展现了我们正能量的一面,曾经的小小少年如今也开始挑起责任的大梁。在社会需要的地方,都会看到90后的身影,90后退却了稚气,只留下坚毅的目光。让人印象最深刻的就是抗疫情期间一位90后医生的话:“那年非典我还小,那时候全世界保护90后,这

次换我们90后保护全世界”。90后不再是垮掉的一代,而是崛起的一代。作为90后的一员,我也不能拖后腿。我虽然不能像白衣天使那样在国家需要的时候冲到第一线,但我也可以通过努力做好自己的本职工作,努力通过自己的行动为社会做出贡献。生活很苦又很甜,很多人都在追逐自己的梦想,包括我自己。有时候会感觉梦想遥不可及,但好像努力一下又唾手可得,与其在焦虑和迷茫中徘徊,真不如勇敢去拼一把。因为我们有的是年轻的资本,因为我们90后。

在该奋斗的年龄不蹉跎,在该绽放的时光不吝啬!这句话送给所有人,同时送给我自己,90后加油!(世纪天鸿 赵夏雨)

青春

应该是什么样子

突然的安静、意外的困境,生活停摆、世界停顿,我们只有忍耐,我们必须面对。青春,应该是什么样的?是被艰难打磨后的成长,是被现实压不垮的肩膀,是用真诚温暖希望;是用简单成就梦想,是用坚韧治愈伤痕,是让自己超越自己。奋斗是青春的底色,行动是最好的传承。追梦需要激情和理想,圆梦需要奋斗和奉献。这是我们的青春,逆流而上;这是我们的未来,不甘平凡。每一个在青春里拼尽全力的瞬间,都值得被珍藏。

坐在中年的槛儿上

上周末去宠物市场看鸟。在我看着几只玄凤正入神的时候,一声脆生生的“叔叔”惊得我猛抬头。原来是两位十一二岁的小姑娘。“你知道哪里有卖仓鼠吗?”我知道在这个宠物市场,天上飞的有鸟雀,地上跑的有猫狗,水里游的有鱼龟,就是没有仓鼠。

等一下。是叫我叔叔吗?我快速地进行了心算:我比小姑娘大十几岁,如果十几岁的年龄差要叫叔叔,那么小姑娘的爸爸比我大十几岁,我也该叫他叔叔。所以孩子,你应该管你的爸爸叫爸爸。开个玩笑。“这个宠物市场没有卖仓鼠的。”我据实回答。“我爸爸给我的钱不太够买别的。我们再转转吧。”小姑娘向同伴建议再到处转转,就转身走了。

其实,大多数人应该都有过自我感觉还是小哥哥小姐姐,但却被叫成了叔叔阿姨的经历。两三年前,在一所高中实习的时候,我第一次感受到了被叔叔的暴击。那天下午,极灿烂的阳光,清凌凌的下课铃声,油着白漆的两扇木头门,一队六十七岁

的高中生从阴影里蹦出来,其中一个男孩儿笑的时候脸上直放光,对我说:“叔叔好!”我枉当没看见也没听见。毕业,工作,快要一年了。和同事相处得还算不错,每天中午听他们谈的是柴米油盐老人孩子。转过身解锁手机,和朋友聊的是游戏和新番。打开朋友圈,看到学弟学妹发的是网课、论文。于是乎豪气顿生,感觉到了自己的厉害:这些方面我都可以指点江山嘛!但是,我却不太懂哪一种算是我现在的日子。

尴尬吗?高不高低不低地卡在这个年纪,叔叔阿姨不成,哥哥姐姐不就。从走出校园变成一个社会人——不是小猪佩奇的那种——开始,这种尴尬将尾随着我很长一段时间。

未来的某一天,当我开始关心菜价胜过新番,当我告诉朋友听说哪个幼儿园比较好,当我的朋友圈里再也没有一个精力旺盛的大学生的时,我就会知道,我已经完全迈进这扇大门,成为一个彻彻底底的中年人了。

而现在,我正坐在这门槛上靠着门框,朝外看看朝里望望,不知道什么时候进去。(世纪天鸿 车子阳)

● 绘事与馆事

薰风带暑来，始裁合欢扇——中国课本博物馆推出团扇绘画体验活动

立夏，炎暑的开始。

在曾经没有空调的日子里，一柄扇子带来的清凉与惬意，至今仍是很人难忘的记忆。

“银烛秋光冷画屏，轻罗小扇扑流萤。”这里的轻罗小扇指的就是“团扇”，古人的一把团扇除了消解闷热，更是扇来了无限情调，让手柄划出的弧度都成了一种美的享受。

团扇，又称合欢扇。出自汉成帝妃子班婕妤的《团扇歌》，“新制齐纨素，皎洁如霜雪。裁为合欢扇，团团如明月。”借用扇子隐喻自身，言语清丽，感人至深。

《杖扇新录》中记载：

近世通用素绸，两面绷之，或泥金、瓷青、湖色，有月圆、腰圆、六角诸式皆倩名人书画，柄用梅烙、湘妃、棕竹，亦有洋漆、象牙之类。

团扇是小众雅玩，也透着大千世界。唐寅在《秋风纨扇图》上曾作诗“秋来纨扇合收藏，何事佳人重感伤；请把世情详细看，大都谁不逐炎凉。”

在扇子上题诗作画，第一次出现于三国。据唐代张彦远的《历代名画记》记载，小名杨修，为曹操画扇，不小心掉了一个墨点，就顺势画成一只苍蝇，可见，至少

在魏晋就流行扇上作画了。

宋元时期的团扇，多用罗或绢制作扇面，且仅用一面或作画或书法。直至明清时期，方兴两面绸绢、纱、罗、綾等，同时增加了瓷青、泥金、湖色等彩色面品，并以绘画、缂丝、刺绣、贴花、抽纱等艺术形式进行加工，吸引了无数能工巧匠、文人墨客，其中也不乏有名人高手为之精心设计，苦心制作，使团扇书画艺术登峰造极。

一枚小小的团扇，凝结了古代艺术的精髓，小巧玲珑，饱含诗情画意。为弘扬传统，传达文化精髓。中国课本博物馆推出精美团扇绘画体验活



动。手握天然の木柄轻摇，花开花谢暗香浮动的空蒙，随着一抹流苏的飘动，使人顿生“团扇不摇风自举”的遐思。

这个夏天，到中国课本博物馆看看，制作一把专属属于你的团扇吧！（齐都文化 李菲菲）

相约中国课本博物馆，共筑禁毒思想防线



禁毒预防教育基地是禁毒战线的第一道防线，为加强毒品预防宣传教育，增强大家的识毒、防毒、拒毒意识，在淄博高新区工委、管委的关心支持下，中国课本博物馆禁毒预防教育基地建成。该基地总面积200平方米，分为6个展厅，通过运用多媒体、互动体验等多种形式，向广大群众宣传禁毒法律法规，普及毒品预防知识，号召和动员全社会共同参与禁毒战争。

中国禁毒史展厅

中国是世界上禁毒最早的国家。1729年，随着清政府颁布的中国历史上第一个禁烟诏令发出，掀开了我国禁毒的历史大幕。

1839年，林则徐虎门销烟，在世界禁毒史上写下壮烈的一笔。

1909年，在上海汇中饭店召开的万国禁烟会，是人类历史上第一次多边性的国际反毒禁毒会议，第一次确认鸦片等毒品必须在世界范围内禁止。

1909年，孙中山就任中华民国临时大总统，严禁鸦片的通令面向全国发出。

1949年，新中国成立后，在党中央的领导下，我国坚决开展禁毒运动，短短三年基本禁绝了鸦片毒害，赢得了“无毒国”美誉。

1990年，全国人大颁布《关于禁毒的决定》，我国禁毒工作开始有法可依。

1998年，公安部成立禁毒局；

1999年，组建了新一届禁毒委，我国禁毒工作进入新阶段。

2007年，全国人大常委会通过了《中华人民共和国禁毒法》，我国禁毒工作进入到依法全面推进新的历史阶段。

2014年，习近平总书记、李克强总

理等中央领导同志相继对禁毒工作做出重要批示指示，把禁毒工作纳入国家安全战略和平安中国、法治中国建设中来。

2019年，国家三部委联合发布中柬、整类列管芬太尼类物质，彰显了中国政府在毒品问题全球共治上的责任担当，是中国禁毒法制建设历程中的重大创新举措。

中国禁毒史展厅，通过事件的脉络，将我国两百多年的禁毒史呈现在我们眼前，让我们感受到了国家禁毒的决心与必胜的信心。

毒品知识展厅

毒品是指鸦片、海洛因、冰毒、吗啡、大麻、可卡因，以及国家规定管制的其他能够使人形成瘾癖的麻醉药品和精神药品。按毒品的制作方法和流行时间顺序，我们把它分为传统毒品、合成毒品。传统毒品，主要是从原植物中提炼而成的，主要有罂粟壳、鸦片、海洛因、大麻、可卡因等流行较早的毒品。

合成毒品是相对于传统毒品而言的，多数是由多种物质化学合成，主要包括冰毒、摇头丸、麻古、K粉、神仙水等。以冰毒为代表的合成毒品，因成本低廉、简单易制，已经取代传统毒品，成为二十一世纪全球范围流行最广、危害最大的毒品种类。

毒品知识展厅，通过对毒品类型、毒源分布、毒品制作方法、传统毒品及新型毒品的介绍与展示，让大家了解到毒品的形态、特性的情况与特点，对提高大家的防毒意识、提高戒备之心具有重要意义。

毒品危害展厅

吸毒如同撕开潘多拉的盒子，从伤害肌体到伤害家庭，再到祸延社会，已经成为全人类的公敌。中国课本博物馆的毒品危害展厅，通过图文展板和短片等，从个人、家庭、社会、国家等多个维度为大家呈现吸毒的危害。

吸毒毁灭自己。吸食毒品导致生

理功能紊乱，侵害人的大脑、心脏、肝脏、肾脏等器官，毒瘾发作时痛苦不堪，往往导致自伤、自残、自杀等行为。目前，吸毒致死已经成为仅次于心脑血管疾病和恶性肿瘤的第三大病源性死因。

吸毒危害社会。吸毒和犯罪就像一对孪生兄弟，吸毒者在耗尽家财后就会铤而走险，进行贪污、诈骗、盗窃、抢劫、凶杀等犯罪活动，给社会安定带来巨大威胁，我国每年因吸毒造成的直接损失达5000亿元，相当于一个中等省份一年的GDP总量。

拒毒防毒展厅

吸毒者会有什么特征呢？中国课本博物馆禁毒预防教育基地通过电子模拟自拍器设置了互动体验，让大家可以感



受到吸毒后的脸部变化。这种容貌变化，触目惊心，也更能让大家深刻感受到毒品对身体和心理摧残，珍爱生命、远离毒品。

在拒毒、防毒展厅中的毒驾模拟体验区，通过体验，参观者们可以体验到吸食毒品后开车的场景，对毒驾带来的现实危害也会有更加清晰的认知。

拒毒、防毒展厅中还为大家展示了吸毒者的心路历程。其中，参观者们可以与吸毒者“面对面”，倾听戒毒者的心声，这使得大家更加明白，戒毒难，幸福与悲痛仅一念之差，要谨慎地做好人生选择。

（世纪天鸿 于琨）

心灵小语

花开时节恰逢君

—— 不知不觉，春天迈着轻盈的步伐，迈着轻快的脚步，悄无声息地款款而来，推开了窗，带来一派明媚的春光，尽管还没有那明媚的春风，但春的气息已经沁入心底，那春风你已不再的踪影，也露出了隐隐的绿意，小鸟在枝头上有声地追逐着，声声清脆的鸣叫，似乎在啾啾着那红柳绿杨快快地到来。和煦的春风吹醒了大地，也温暖了人间，唤起了心中的美好与期盼。

春暖花开，总想采撷一簇明媚鲜艳的色彩，植一枚粉红色的心事入怀，让桃红柳绿的芬芳，弥漫了一季的春光。尘埃了冬的忧伤，终于迎来了这一季柳絮翩跹，温暖而轻盈地在春的枝头绽放。

昨夜的风还依然清幽，心随梦动，梦随春动，那是心底里的一首歌，听，那是春的歌，流年里点点滴滴的欢喜，在内心随着这音符流淌，婉转；和着柔柔的月光，些许甜蜜，些许惆怅，清婉的小溪，静静地流淌。

一阵春寒，一笔笔香，穿越悠悠的岁月，在时光的长河里沉淀，在文字的王国里翩跹。总有一种感动，是穿越灵魂而来的，此岸彼岸，红尘探探，只为遇到你今生要等的那个人。千帆过尽，总有人在为你守候，总有人在为你寻觅，两颗心的交集，是生命的美丽，是灵魂的皈依，是流年里生生不息的羁绊。

始终相信，生命中总会有那么一个人，一见倾心，再见依然，不是很难就是很晚，总会在某处红尘里相见。人生的路上，风景无限，总会有那么一处，是你心中无可替代的美景。在这个奇斗妍、蛇蝎蝎红开遍的春天，邂逅你美丽如锦的情缘，心中注满了明媚，眼眸里流淌着温暖。

最美的遇见，不是在路上，而是在心上，最美的邂逅，没有早晚，是心灵的隔世重逢。那一刻，动那永恒，是“金风玉露一相逢，便胜却人间无数”，更是“蓦然回首，那人正在灯火阑珊处”。

陌上花开，绿草红花，你是否踏着春的歌，翩翩而舞？花开时节恰逢君，蝴蝶来时的你，恰好不来，恰好我在，不早不晚，一挑眉眉的惊喜，原来你在这里。

春天是冲凉，羞涩的，乍暖还寒，我抱琵琶半遮面，不能解风的娇羞。那一纸笺的温柔啊，四眸惊艳，萦绕着思念的晶莹，是命运的眷顾，是我心中亘古不变的人间四月天。拾一枚落花寄月，将你的故事，在心底安放，赢取了殷殷的期盼，激起了如水的时光。就这一颗心念，绽放成一树花影，开满心房。那花，是心的渴望，尽管，是沾了露滴的忧伤。

暖一场相逢，你是我今生最美的邂逅。捻一指花香，半一笺明媚，为你醉舞天涯，红尘相念，只因一份懂得，时光静好，流年的光阴如飘零的花瓣雨，带着幽暗香在指尖流淌。喜欢在这样明媚的春光里，画一幅你来时，红笺小字，为你谱写醉眼心语，任那漫流的思想，掠过你的眼，润了我的眸，掌心的记忆中，溢满了初遇的芬芳。

携一份美好，书一笔红尘恋，前世注定的缘，一见倾心，再见倾城，回眸嫣然，但惜相见已很难。

责任编辑：吴 敏

2020年5月15日 http://www.kingandkey.com

企业开始关注轻资产战略是因为轻资产战略能够以最小的成本带来最大的回报。轻资产的核心内涵是充分利用外部资源，集中有限的自有资金，投入到最为擅长、产生最高收益的行业分工中。但纯轻资产模式是行不通的，纯轻资产输出的模式指的是充当二房东，轻资产输出要想盈利就需要立足园区，必须将项目运营好，也就是说园区的产业板块必然是优秀的，才能够带来更丰厚的利益。

模式一：运营品牌输出

售卖乃至分拆“运营能力”，成为不少产业地产商轻资产路径的共同选择。这一模式有诸多优点，可以较小资金和较低风险实现园区规模化布局；快速新增可协同园区，实现外溢资源的变现；为重资产项目进入新的城市探路；培育新的营收增长点，甚至分拆成为富有故事性的独立业务。

通过前期轻资产项目的运营，可以用较小的成本培养一支业务能力强劲的团队为后期重资产项目的拓展奠定人才的基础；通过产业链的打造和集聚，完备的产业服务，可以形成庞大的客户资源数据库；同时在整个运营项目的过程中，对当地的市场有了充分的了解。

模式二：资产证券化

将项目形成资产包，当项目达到良性状态，形成Reits快速变现，这种运作以普洛斯为典型代表，也是外资产地产业的成熟做法，可以有效支撑轻资产模式。

国内的产业地产在几年也取得了一些突破。

从资本运作来看，分为增加资产、增强资产和剥离资产3个阶段。增加资产阶段，开发新产品或收购有价值资产；资产增强阶段，招商运营获取稳定租金和增值服务费，培育为成熟的项目；剥离资产阶段，通过REITs的形式打包出售资产以回笼资金，并支持下一项目的开发或收购，从而实现滚动式开发。

不过这种做法也有一定的特殊性，无论是中国式Reits，还是搭建境外架构，产业地产Reits还面临着自身的行业难题，比如销售为主、收益稳定可靠的优质资产稀少；工业用地年限较短并有进一步缩短的可能等都限制了产业地产借用Reits推行轻资产的可能性。

模式三：搭建产业服务平台

以产业服务平台赚取管理与服务收益的模式将成为产业地产发展的主流方向。即从产业的角度出发，以产业为核心，聚焦产业黏性的价值，为产业提供相应的配套和服务，增加服务端的比重，以增值服务为核心盈利点。

以富春硅谷为例：富春硅谷打造的“轻资产”，即两大体系产业生态平台和创业生态圈，这些和公司的人才、服务、资源及品牌等打包起来即形成软性资产。“轻资产”的核心是“服务”，“卖服务”是“轻资产”产业地产商的新活法之一。在运营环节上讲，“卖服务”的基础依托前期的夯实招商。只有足够的人入驻率，才得以形成“卖服务”

前沿

的用户基础。之后，才需要思考卖什么服务、怎么卖以及如何增强用户黏性之类的问题。除此之外，产业地产商要靠“轻资产”活下去，而非靠“轻资产”讲故事，光凭借“卖服务”这单一来源显然在当今这个阶段难以活得滋润。

模式四：投资孵化模式

如果说，运营输出是园区价值的延伸，产业投资则是对园区价值的纵向深挖，产业孵化与投资，将园区和园区企业进行利益捆绑，与园区企业共同成长，通过股权分红等获得收益，但是产业投资与孵化投资回报周期长，对产业园区企业的专业性、对政府资源、金融资源的整合能力要求很高，实际难以复制。

以张江高科为例：2014年，张江高科提出“科技投行”战略，并向着产业地产运营商、高科技产业整合商和科技金融服务商的“新三商”调整转型；2015年，张江高科围绕创新创业企业成长发展的全生命周期，推出了新型科技投行的抓手“895营”；2016年，张江高科把“产业投资”作为年度三大业务板块之一，明确提出要“着力加大产业投资布局”。

很多人将张江高科之一轻资产转变描述为“房东”向“股东”的转变。从最初的“空间提供商”向创新创业企业的“时间合伙人”转变，从单纯的开发地产项目到双创服务平台转变。张江高科做创新创业企业的“时间合伙人”的路径：利用产业地产，为科技投行建立项目池。按照“基金操

盘，加快收购，投资相伴，资源回注，模式复制”的思路，加快对区外资产的收购，加大科技投资的运用力度，将优质资产回注张江高科，并通过不断地复制该路径，形成循环可持续发展的“张江高科模式”。

张江高科目前产业地产、产业投资业务在公司利润结构贡献中已经并驾齐驱、平分秋色。截至2017年上半年，张江高科已累计投资40亿元，投资项目100个，已上市27家，预披露2家，拟上市13家。投资标的广泛，包括蚂蚁金服、七牛信息、天天果园、喜马拉雅等独角兽企业。

有庞大的企业资源池，与企业有较高黏度，产业地产取道产业投资似乎是顺理成章的事情，但这一轻资产路径却一定程度只能供“头部”专用。

好的潜力企业往往有众多投资机构的追求，园区资本的优势在哪？另外主营业务为地产的企业能否组建一支高效的产业投资团队？在资金、创新资源上，放长线钓大鱼，产业投资之轻看似诱人，但成功不易。

模式五：合作开发

产业地产从早期的厂房、仓储，逐渐向复合化形态进化，出现一些以产业为中心，并提供生产、研发、办公、商业乃至居住功能的产业综合体，“产业园区”“产业新区”对开发运营者提出了更高的资金要求，然而，在金融工具不足、资金需求量巨大的情况下，合作开发成为一些产业地产开发运营商的现实选择。（来源 | 新地产案例）

中国教科院：

200万份样本，揭开大规模在线教育6点启示

世界范围内很少有国家能够在短时间内，以教育和科技的大规模结合来实现全体学生居家学习。

教育创新与科技创新也在助力形成新的经济社会增长点，线上力量正在兑换为线下力量，为构建基于信息技术的新型教育教学模式和教师服务供给方式，提供深度变革的内生力量。

优质在线教育资源，显现集约化发展态势

根据调研数据分析，由优质师资集中打造和承载的“视频录播”资源和形式，为教育端和受教育端所共同偏好。中肯来看，在线教育对于软硬件等方面的高位要求，相对难以形成学校和教师各自为战的个体化成功实践。同时，最好的课程却能以最低成本、最大规模、最高效率进行扩散和传播，这意味着优质在线教育资源的开发和开放，有着从上到下一以贯之的集约化趋势。

技术发展给教育领域引发

的集约化、中心化、统一化趋势，将给不同地区间教育公平与均衡的推进以及跨区域（如长三角、珠三角、粤港澳大湾区甚至内地-港澳/大陆-台湾等）的教育融合发展，带来非同一般的时代契机。但这种集约化的线上趋势如何与“线下教学”所承载的多样化、个性化、情境化取得平衡——线上集约、两线分化、各取所长，均有待关注和探索。

在线教育“特殊学习节奏”有待深度探索与把握

根据调研数据分析，在线教育中互动的维系、注意力的维系至关重要。提炼兴趣、内化感官体验，将知识传授轻量化、热点化、娱乐化以有效吸引并保持学生的注意力，是在线教育有效开展的关键。此次疫情期间在线教育的对象群体，基本上属于“互联网原住民”——生来就置身于互联网时代的学生群体。信息传播媒介的改变、知识承载平台的改变，本身就在形塑和制约着在线教育的特殊节奏。从宏观上看，互联网经济本身是一个“注意力引夺经济”，也启示我们在在线教育有着自身的、独特的存在逻辑与发展规律，有待深度探索与把握。

东、中、西不同地域间，在线教育指标差异不可回避

根据调研数据分析，此次西部地区在线教育在几乎所有数据指标上都落在后面。西部

教师本身的在线教育技能掌握程度较差，而其感到的最大挑战是“学生家庭环境和条件带来的干扰与障碍”，最希望获得的支持也是“学生家庭在线学习条件的支持与保障”，西部学生每天在线学习的时间也显著短于中、东部地区的学生。经由在线教育而凸显出的“数字鸿沟”不可回避，加强对弱势群体、弱势群体的政策倾斜与集中保障势在必行。

全民共识，是迅速深度贯彻在线教育的核心关键

中国此次疫情期间在线教育有着成功的动员和舆论铺垫，并一度成为全民的舆论热点。据课题组另外收集的教育舆情数据显示，疫情期间全网资讯中有关“在线教育”信息的情感属性中，正面和中性表述共计占比为96.61%。教育战线“用屏幕照亮前程，用技术跨越障碍”的适时行动与有效部署，为教育战线从“战时向平时”的过渡积累了卓越经验，打下了坚实基础。

（作者 | 中国教育科学研究院课题组。来源 | 《光明日报》）

目前产业园区已经进入存量运营时代，园区企业必须在现有存量的基础上进行盈利深挖，越来越多的园区运营商纷纷从重资产向轻资产转移。

产业园区存量时代

五大轻资产模式的国际经验



素养也是在中国互联网的普及性和先进性大背景下所形塑的。

进一步，教育创新与科技创新也在助力形成新的经济社会增长点，线上力量正在兑换为线下力量，为构建基于信息技术的新型教育教学模式和教师服务供给方式，推动教育治理体系和治理能力的现代化，以及驱动教育-科技双向赋能、智造未来的大趋势，提供深度变革的内生力量。

全民共识，是迅速深度贯彻在线教育的核心关键

中国此次疫情期间在线教育有着成功的动员和舆论铺垫，并一度成为全民的舆论热点。据课题组另外收集的教育舆情数据显示，疫情期间全网资讯中有关“在线教育”信息的情感属性中，正面和中性表述共计占比为96.61%。教育战线“用屏幕照亮前程，用技术跨越障碍”的适时行动与有效部署，为教育战线从“战时向平时”的过渡积累了卓越经验，打下了坚实基础。

（作者 | 中国教育科学研究院课题组。来源 | 《光明日报》）

《道德与法治学习实践手册》(初中)

紧跟课改, 导向教学, 构建以培养核心素养为主导的活动型课程

一、研发背景

2017年秋季, 统编初中《道德与法治》教材开始使用, 新一轮课程教材改革强调培养学生的学科核心素养, 其中, 构建活动型学科课程对于培养学生的学科核心素养至关重要。为了更好地帮助广大师生有效地开展道德与法治的教与学, 特邀请人民教育出版社道德与法治教材专家领衔指导, 并聘请教研专家、一线名师编写了这套丛书。

丛书与统编初中《道德与法治》教材配套, 贴近学情实际, 服务一线教学

四、体例展示

以课为编写单位, 每课下设走进生活、学习引领、深度思考、实践活动、评价反思五个栏目。单元前后分别设置目标导航、单元主题探究栏目。

1. 走进生活
导入本课的学习与探究, 选取学生身边的或熟悉的生活现象或社会现实问题, 引导学生进行思维探究。

2. 学习引领

核心观点简明扼要、重点突出, 并突出显示关键词。拓展解读帮助学生加深对核心内容的理解, 包括对习近平新时代中国特色社会主义思想的解读、对鲜活社会生活实例的分析、对传统文化的传承等。

3. 深度思考

培养学生的思辨能力、科学精神, 以问题情境创设的形式, 引入学生关注的国内外时事热点、科技前沿及学生生活中遇到的真实问题等议题, 让学生在合作和探究中学习、思考。展现形式多样, 有观点剖析、自身感受、模拟辩论、提出建议等形式。穿插【学习金句】, 帮助学生更好的学习和领会习近平新时代中国特色社会主义思想。



4. 实践活动

通过让学生参与各种学校和社会实践活动, 培养学生的政治认同、公共参与意识, 加深学生对社会主义核心价值观的理解, 弘扬中华优秀传统文化。活动形式有材料搜集、调查访谈、报告撰写、续写故事、推介人物、活动设计等。



五、丛书特色

1. 专业顶尖的编写团队
为编写好这套新时代背景下能贯彻落实课改精神的辅导用书, 我们组织了“丛书编写委员会”, 邀请国内知名专家、教研名师等参与编写, 由人民教育出版社思想政治室主任张天宝老师担任本丛

书的编委会主任, 保证丛书的政治性、科学性、专业性和实践性。
2. 独具创新的编写设计
学习与实践的定位贯穿丛书, 采用主题式的思维活动及实践活动设计, 同时又突出工具性, 是一套具有创新意义和导向作用的教辅材料。

5. 单元主题探究

围绕单元主题, 开展学生方便实行的社会实践活动。注重学生社会实践活动的行为表现, 采用多种实践活动形式, 综合评价学生的理论思维能力、政治认同度、价值判断力、法治素养和社会参与能力。



3. 独具一格的法律专册

为了贯彻落实对宪法和法律的学习, 八年级下册在【深度思考】【实践活动】栏目中创新性的设置了解宪法、学习宪法、感悟宪法、宪法故事、宪法诵读、宪法学堂、宪法演讲、宪法宣传、宪法宣誓等活动。
4. 接地气的编写内容
充分贴近学习及生活实际, 材料鲜活新颖, 活动形式丰富多样, 源于生活, 用于生活, 有效增强亲切感、融入感。
5. 教育信息化线上资源
提供在线增值服务, 通过扫描二维码, 为师生提供免费的线上教学资源, 如同步教材的优秀教案、教学课件等。

教育贴士

最好的家庭教育: 父亲是榜样, 母亲有温度

经常有人说, 孩子怎么样, 父母就是什么样。其实反过来也很成立, 父母是孩子的镜子, 而孩子则是父母的影子。一个人品德、修养、习惯、素质、原则、三观等的形成离不开父母的教育, 而最好的家庭教育, 莫过于: 父亲是榜样, 母亲有温度。

相比母亲似水般的温柔, 父亲如山般的威严更容易让孩子模仿和跟随。

金涛大律师曾写过一本书, 名《父亲的含义是榜样》, 书中提到了他父亲对他的教育方式以及他自己作为父亲对孩子的教育方式。

一个“好父亲”胜过一百个好老师。在郑洪升的影响下, 郑洪浩对自己儿子郑奕的教育, 也活成了“身教法”。

“我以为, 父亲的身教, 比要求孩子考一百分管用。”

为人父这么多年, 最深刻的体会就是: 闭上你的嘴, 抬起你的腿, 是你的人生路, 演给孩子看。”有父亲以身作则, 带头领路, 家庭的未来才有方向。

前不久读到一句关于母亲的句子: 母亲是温暖的人, 像个大太阳, 她走到哪里, 哪里就是亮堂堂的, 暖和和的, 空气里的温度都随着她上升几度。

母亲, 是一个家的温度调节器, 母亲微笑的时候, 大家都是暖洋洋的, 母亲暴躁的时候, 所有人都会小心翼翼。

但是, 总有母亲习惯性把自己的孩子当作私有物品, 一旦遇到什么不开心的事, 负面情绪涌上心头, 就会把孩子当作出气筒。

直气壮说: “都是孩子不懂事。”然而她们却从未想过, 母亲的焦虑、暴躁、不耐烦、冷淡、敷衍、鄙视等等负面情绪, 都会对孩子的心理造成无形的伤害, 等到发现问题, 悔改, 已为时晚矣。

孩子天性就对母亲有说不出的依恋, 谁都希望宝贝有个慈母: 她原谅小错误, 能宽容不完; 她俯身会抱, 有时带一个人心疼; 她特别爱唠叨, 但很少发脾气。

她普通却不普通, 她伟大却不伟大。有这样的妈, 家才不会散。

著名相师安曾说过一句经典的话: “最好的家庭教育, 就是父母要爱最好的自己。”

父亲是父亲, 不过夸夸自己的优点, 也不敢隐藏自己的缺点, 而是坦然地用行动给孩子做最好的榜样。我们可以有不足, 但绝对不能不进步。

母亲是母亲, 不会因为一点小事就影响自己的情绪, 也不会随意把自己余生的期望全部寄托在孩子身上。无论遇到什么事, 尽量心平气和说话, 而不是声嘶力竭地爆发。

● 迎接新挑战



电商事业部 产品部经理 韩迎迎

2012年9月-2016年6月 就读于山东师范大学, 历史与社会发展学院。

2016年7月18日 加入公司, 成为第一批骨干。

2016年7月-2017年1月 接受公司轮岗锻炼, 先后在编辑、排校、客服、营销、物流、产品等部门轮岗学习。

2017年1月-2017年12月 任世纪天鸿产品部产品经理助理。

2018年1月-2019年3月 就职于世纪天鸿大客户事业部, 任产品经理兼产品部经理助理、编辑部经理助理。

2019年3月-2020.4 任电商事业部产品部副经理。

2020年5月 转正成为电商事业部产品部经理。

■ 聚焦新高考

2020年河北省“高考评价体系”解读暨高考命题趋向云上专家报告会成功举行

2020年4月13日-23日, 由世纪天鸿教育科技股份有限公司系统事业部发起, 山东尚鸿升学帮教育咨询有限公司承办, 面向河北省的“2020年高考评价体系解读暨高考命题趋向云上专家报告会”成功举行。

本次报告会以回馈客户, 为客户提供高端教育培训增值服务为宗旨, 获得了河北省新华书店有限责任公司的肯定和赞赏, 为后续的进一步合作打下了坚实的基础。

截至4月23日, 本次系列直播活动的参与老师已经超过了8万余人次, 专家们的报告因其专业、及时并接地气的内容, 得到了广大河北省老师们的热烈好评。

针对本次系列直播活动, 尚鸿教育公司团队精心筹划组织, 中国高考报告学术委员会与北京志鸿教育考试研究院共十一位专家走进直播间, 围绕《中国高考评价体系》发布后对2020年高考命题趋势的影响

与高三备考策略方面进行了专业讲解。为了保证讲课的质量, 专家们精心准备, 反复打磨, 不断修改完善PPT的内容, 并通过录音/录屏等试听方式, 确保讲座的内容准确、语言精练。

本次直播将教育教学实践与理论相结合, 为每位老师在今后的复习指明了方向, 在具体操作上也给予了指导, 有效弥补了教学资源地域差异信息的不足, 也赢得了老师们的

一致好评。在本次系列直播活动中, 讲课的十一位专家将自己所积累的专业知识和经验毫不吝啬的倾囊相授, 他们表示在全国受到疫情影响的这一非常时期, 举办此次直播活动非常的有意义, 这也是尽自己的绵薄之力、为中国的基础教育做贡献。同时, 也期盼主办方今后能组织、策划更多类似有意义的活动, 引领基础教育、教学朝更科学、健康的方向发展。

本次线上报告会的成功举行, 标志着系统事业部在线下营销的同时, 更加关注学校一线师生及客户的实际需求, 启动实施“产品+教育服务”战略。尚鸿教育咨询公司则立足于打造专业化教育培训服务, 协同配合系统事业部回馈教研一线, 在国家新的教改改革形势下, 以服务为营销助力, 创新变革, 协同发展。

(尚鸿公司 高增彬)

世纪天鸿大客户事业部市场人员双选会成功召开

5月8日, 世纪天鸿大客户事业部市场人员双选会成功召开。双选会通过网络会议的形式举办, 公司大客户事业部执行副总赵金喆、副总经理张军、各区域中心总经理及新入职的推广经理参加了本次会议。

会议分两部分进行, 首先各区域中心总经理根据抽签顺序, 依次以PPT的形式对各区域中心的市场概况、市场容量、新教材等情况进行了介绍。随后, 新入职的推广经理们也就自身从业经历、岗位经验、产品认识、个人优势、工作思路等方面进行了介绍。会议结束后, 大客户事业部将根据双方上报的意向新员工或意向区域名单, 综合多方面因素, 确定最终的人员安排。

本次双选会的成功召开, 为公司大客户事业部各区域中心增添了新鲜的血液, 使得各区域人员年龄结构更加合理。同时, 双选会也增加了彼此间的了解与认识, 为各区域中心经理与新员工之间搭建了良好的双向选择与沟通、交流的平台, 为此后更好的工作配



合奠定了基础, 更加体现公正、公平、公开, 也为大客户事业部此后的人才招聘、培养、管理等探索了有效途径, 积累了宝贵经验。

今后, 大客户事业部将不定期开展系列双选活动, 建立内部人才市场, 实现部门内人才的最佳配置, 为公司人才梯队建设、团队素质强化增添新的活力。

(世纪天鸿 于珉)

企业管理之道:

中层管理者,到底该管理什么?

作为企业管理的中间人,中层管理人员既要组织、协调所属部门人员的日常工作,又要对上级领导负责。可以说,中层管理人才是提高企业竞争力的关键人物。俗话说,干部强则企业强。其重要性自是不言而喻,民营企业中的中层管理者普遍存在以下四方面问题。

角色转换速度慢,管理能力差

中层管理人员从基层员工走向管理岗位,不但管理经验欠缺,管理技能更是一知半解,从被管理者到管理者,自身对于岗位角色需要一定时间来转换。如何能尽快进入角色,与时俱进呢?首先要使他们从潜意识中做出改变,从“我”自己做到“我们”一起做。其次,一定要多向其他管理者请教,观察他们的管理方式,再根据自己本身的特点出发,最终形成自己的特色和管理风格。其中,心理上岗位角色的转变在先,管理技能的提升在后。管理能力提升并非一朝一夕之功,需要管理者不断地学习、总结、积累、提炼、改进,方能练就。

危机意识淡薄,学习力不够

中层管理岗位是一个人走向管理层的第一步,是自己职业生涯的第一步。走得越好,能牢牢地树立自身的自信心,后期通过自身不断的努力和学习,走向更高的管理岗位。因此企业领导人对中层管理者们的关注和鼓励必不可少,要给他们试错的机会,通过关注、鼓励和帮扶,让他们的脚步越来越踏实。同时要时刻加强他们的危机意识,让他们意识到中层管理岗位如逆水行舟,不进则退。只有加强学习力,持续不断地学习才能更进一步。

业务能力强,交际能力差

企业中层是由基层员工提拔起来的,他们大多因为业绩过人而脱颖而出。因此,他们业务能力都很强。提升到中层岗位之后,工作的主要方向发生了变化,由原先基层岗位的亲力亲为,变成了带领基层团队作战及与上级与平行部门沟通。这样岗位对能力的需求发生了变化,这就要求中层管理人员能够清醒地认识到这一点,尽快地调整,把自己的业务能力转变为指导和管理能力,同时加强沟通交流能力。

缺少主人翁意识

中层管理者与企业最高领导有一定的距离,平时工作中接触沟通的机会不多,所以总会产生一些失落感。觉得自己不过是企业中管理一些小角色,所以缺少主人翁意识。在国外,很多雇主都很重视对中层管理人才的培养,美国企业界每年的培训费用约有四分之一用于培训中层管理人员。

公司如何培养中层管理者?

在国外,很多雇主都很重视对中层管理人才的培养,美国企业界每年的培训费用约有四分之一用于培训中层管理人员。

而国内,很多企业的中层管理人员都是从对公司的贡献比较大,在公司的工作年限长发展起来的,没有经过专业的训练,在管理能力上难免会有不尽人意的地方。虽然也意识到中层管理人员的重要性,但总是找不到方法去提高他们的能力,对此,企业如何培养中层管理人才呢?

建立导师机制

由经验比较丰富的企业管理者担任新晋升的中层管理人员的导师,负责辅导、帮助和指引他们,给他们放权,并提供相应的学习管理机会。

进行工作轮换

企业要培养中层管理复合型人才,可以定期让他们去不同的部门体验不同的工作岗位,以扩大他们对企业各个工作流程环节的了解,增进对不同部门及岗位的认识,提高部门之间的协作能力,减少部门摩擦。

让中层管理人员参与决策

在培养中层管理人才时,还可以让中层管理者参与到高层决策会议,让他们就企业管理问题,如组



织结构、薪酬机制等方面提出自己的建议。一来可以为中层管理人员提供分析和处理整个企业范围内的高层决策问题的机会和经验,促进了管理者的成长。二来可以挖掘中层管理者的创造力,同时能给管理层带来新的思路。

总之,关于企业如何培养中层管理人才是一项任重道远的任务,必须予以重视。

中层管理者到底该管理什么?

从大的方面,管理的内容分为人和事。中层管理者,对上级是执行角色;对下属是领导角色,带领团队、需要管理,实施目标。要做好管理,需要把握两个方面要素:第一、管理自己 中层管理,先管理自己,再管理下属。管理自己,我认为有几个方面需要着重注意。

1、自我岗位职责的分析

首先应该分析自己的岗位职责、公司对自己的职位期望和定位、职位的发展空间及享有资源,理清清楚了才能有的放矢。比如营销总监职位,要明白公司对品牌发展(内营销、VI 标准化建设、行业会议、媒体拓展、广告宣传、公司信息系统

建设等)、销售管理(市场分析、销售计划及产品组合计划、价格策略及推广计划、代理渠道建设管理、销售总结分析等)、客服管理(客户回访机制、客户联谊活动、客户圆桌会议)等方面的要求、现状和资源配置。

梳理清楚每一项具体任务目标和资源,才能切实地将任务分解、细化,制定出具备可实施操作的工作计划,否则方向性思路不清楚,顾此失彼,遗漏重点。

2、自我能力优劣势分析

认清自己,是为了更好的管理自己。经常性分析总结自己的优势、擅长领域,才能摸索总结出适合自己的管理方式和行为方式。

每个人性格和喜好不同,管理方式也不尽相同,应根据自身情况,选择适合自己的管理方式。发现自己的长处,加以利用和发挥,总结自己的劣势,及时改善和提升。弥补短板,发挥长板,人尽其才,物尽其用。

3、自我时间管理分析

对于每个管理者而言,除了例行工作之外,每天临时性的工作也会接踵而来。建议你的方法是用工作计划表和工作分类法相结合,有了新的临时工作内容,添加到自己的工作计划表中,按照工作分类法的不同等级,去优化处理。

第二、管理下属

下属支撑自己业绩的关键因素,管理上需要多费心,多重视,否则部门业绩不好自己会连带受损。管理下属,我认为有几个关键环节需要把握。

1、职位职责管理

做好职位职责书,让每个人清楚知道自己工作职责。同时,下属清楚地了解自己工作范围后,受益于其他同事帮助,容易有感恩之心,利于内部团结。

清晰的职位职责,不但可以指导下属日常工作,也是管理者考核下属的重要依据。让每个下属据此制定出自己的工作计划书,你做适当微调 and 修正,让下属按照计划书去执行并考核。

首先,清楚了解员工手头上有哪些事情在做,哪些事情可以缓冲地做,才便于管理。其次,对每个员工的工作能力做到了如指掌。再次,考核以职位职责书为主导,临时安排的事情,不能作为日常考核的内容,而是作为另外加分的内容,也就是作为奖励的依据,奖励员工不是奖励工作职责范围内的事情,而是奖励完成工作职责之外的事情。

最后,职位职责一定要分核心职责和一般职责。对于每一个岗位核心职责不宜超过三个,且每个核心职责一定可以量化。核心职责是考核的主要依据,出现任何一项没有完成任务,就判定其工作不合格。一般职责是辅助性工作,是在做好核心工作的前提下,才有可能实现是否成为优秀员工的条件。(行政人资 CLUB)



企业家需要“堂吉珂德精神”

企业高层所到之处都是赞声,员工都毕恭毕敬。同时,现在企业高层在有限的任期内,有经营指标压力,要想完成上级布置的高增长经营指标,必须有“强大”的领导力。

而讲真话属于长远工程,是企业软实力,见效很慢。在这种情况下,培养讲真话的企业文化,对企业来说无疑是一种精神重塑。一个优秀的企业家必须有“堂吉珂德精神”,敢于和“风车”斗法、敢于向“狮子”挑战——自己给自己做手术,既需要勇气,又需要魄力,还需要“自讨苦吃”。

创造说真话的氛围,改变员工“应声虫”意识

企业家不要打造“个人王国”,否则,公司很容易陷入一种“应声虫式”的企业文化。为了形成开放沟通的氛围,管理者要有意识培养和重用善于发现企业不足,敢于谏言的“敢直言型领导干部”。不要在企业内部形成“一致通过”的局面,要鼓励员工提出异议,甚至当所有人都太过顺从的时候,要对员工提出质疑。“完全同意,没有不同意见”只说明大家要么是盲目崇拜,要么是“完全顺从”。一个企业一旦形成顺从文化,缺乏开放与包容,就会妄自尊大,形成路径依赖,难以适应时代的变化。

明确“不说假话”刚性条款

企业也是个小社会,让员工不分青红皂白、不讲场合、不考虑员工自身利益,倡导员工“无条件讲真话”并不现实,但至少可以要求员工无论何时都不能说假话。你可以保持沉默,但你不能说假话。

假如把“在企业内不说假话”作为纲领性文件,是任何人都不可触碰的高压线,并且规定相应的惩罚措施,员工有意说假话的现象会得到抑制。

真话不要有“套路”,让职工喜闻乐见

一些单位经常会搞一些走形式的活动,譬如“我给领导提建议”征文或者类似的座谈会,而单位门口的意见箱已经锈迹斑斑,沦为摆设。要想听到真话,就要用喜闻乐见的方式让大家“喜欢说”。如果职工对交流方式很反感,那就更不用提说真话了。

现在有许多员工习惯将心里话通过网络来表达。但是很多企业都关闭了内部论坛,怕大家说“出格”的话。此种担心大可不必,所谓是非自有公道,那些不和谐言论时间久了也就没有了市场。企业不能因噎废食,把职工说真话的平台废掉。

聪明的企业不会让员工在是否说真话之间自我博弈,而是主动创造良好的文化环境,让员工觉得说真话是一种职业操守、个人修养和工作习惯。如果企业内部大家都能平心静气地“说”,直击问题,就事论事,管理就会更加简洁高效。



运动指南

坚持跳绳,好处胜过跑步 跳绳10分钟等于跑步半小时,而且是建立有氧强度运动的基础上,运动强度和速度还有消耗的热量是直接相关的,低消耗消耗的热量多,所以,选择跳绳运动减肥要注意跳绳的速度要达到,否则会出现跳绳瘦不了或者瘦的很少的状况。

跳绳30-40分钟消耗的热量可以达到350大卡,而跑步的热量是,大约是250大卡,每减轻一公斤脂肪,大约需要燃烧7700大卡热量。

但是,跳绳运动前20分钟属于体内糖类的消耗阶段,在20分钟之后才会消耗脂肪,因此,跳绳减肥不可操之过急,也不在于跳绳次数,而在于跳绳时间,每周跳绳的次数不应少于4次,但也不要多于6次,一般要留给身体一天的休息缓冲的时间,也给自己一个思考的时间,这样可以提高得更快。

每次跳绳的时间控制在半小时到两个小时之间,时间太短起不到健身的效果,超过两个小时过度训练也会使身体过度疲劳。

此外,人体活动状态最好的时候是下午3点到晚上8点,因此跳绳可以选择这个时间内去跳。跳绳之前要有一个热身活动,充分活动关节部位,防止扭伤,跳绳后要记得做一些拉伸活动,拉伸可以缓解高速度运动后身体的疲劳,也可以缓解肌肉紧张。

跳绳的长度不宜设置过短,长度应为双手握绳体伸肩膀部偏下一点即可。绳子选择软硬、粗细适中,初学者建议选择绳绳,熟练后可改为软绳。

很多人会担心跳绳对膝盖的损伤很大,但其实正确的跳绳姿势与跑步相比,对膝盖的冲击力更小,正确跳绳时膝盖高度不及膝盖,而且跳绳时身体的重量是由膝盖脚腕均匀分担的,跳绳时应使用前脚掌起跳和落地,这样可以缓解冲击力,减少对膝盖的损伤以及对腿骨的震动与伤害。但切记落地时不要用全脚掌着地,这会便膝盖受到震荡。

跳绳后一定要记得拉伸,特别是女孩子,总是怀疑跳绳会让腿变粗,出现萝卜腿的情况。跳绳结束后,要记得做一些拉伸动作,不仅可以使肌肉分布均匀,也可以让腿部线条更加流畅。

刚开始跳的女生会觉得很难,所以建议不要一开始就给自己定很高的目标。刚开始可以跳100个,然后自己加20个;第二天给自己加30个,休息1-2分钟,以此类推。除了个数以外,还有强度,只有强度达到了,才能有好的瘦身效果,如果跳绳的频率很低,半个小时的运动时间,减掉的脂肪其实是很少甚至没有的。

同时,只看跳绳是达不到明显的减肥效果的,还是那句话“七分吃,三分练”,饮食与运动合理搭配才能够达到理想的瘦身效果。

跳绳30-40分钟消耗的热量可以达到350大卡,而跑步的热量是,大约是250大卡,每减轻一公斤脂肪,大约需要燃烧7700大卡热量。

但是,跳绳运动前20分钟属于体内糖类的消耗阶段,在20分钟之后才会消耗脂肪,因此,跳绳减肥不可操之过急,也不在于跳绳次数,而在于跳绳时间,每周跳绳的次数不应少于4次,但也不要多于6次,一般要留给身体一天的休息缓冲的时间,也给自己一个思考的时间,这样可以提高得更快。

每次跳绳的时间控制在半小时到两个小时之间,时间太短起不到健身的效果,超过两个小时过度训练也会使身体过度疲劳。



随着2020年秋季征订业务关键期的到来以及1-4月份销售工作的结束,5月6-7日,系统事业部召开2020年度第一次市场销售会议,会议分为行销例会、销售培训,2020年全体干部会议贯宣、业绩表彰、营销人员入职周年庆。

行销例会



5月6日,系统事业部总经理杨凯,执行副总经理示嘉国,系统事业部副总经理辛波参加了述职会议。在随后的一天半时间里,各个省区负责人都针对各自省份1-4月份的业务开展情况做了总结,并针对5-6月份工作计划做了详尽地汇报。领导们也针对各自省份接下来的重点工作分别做了指导和点评。

销售培训

5月7日下午,系统事业部

全体营销人员参加了《曾国藩式逆袭——百万年薪的七大秘诀》的销售培训。通过培训,销售人员将知道如何做出超预期的成果,如何保持稳定的工作状态并保持稳定的结果输出,如何在工作中用心做好小事。这也为系统事业部销售及客服人员提供了一次充电机会。课程充满了趣味性、实用性、实效性,为员工在业务



中践行课程内容提供了良好的基础。

会议贯宣

5月7日下午,世纪天鸿轮值总经理于宝增围绕世纪天鸿2020年度管理团队会议,传达了会议的主题思想与核心精神,宣贯了组织架构、管理层分工和中高层管理人员人事任命,并就公司现状、系统业务板块以及个人业绩发表重要讲话。

于总强调5、6月份是秋季征订的重要时间节点,系统事业部业绩必须稳步提升。这要求大家坚定信心,抓住机会,在保持原有销售渠道产品的基础上,寻找新的销售点;摒弃所有不利的想法,全力以赴地增加销售利润,增加销售收入。

业绩表彰

针对营销人员1-4月份的客户拜访、业绩完成情况、销售演练表现,系统事业部对表现优异者进行了表彰。新项目组负责人杨圣焱4月份积极拜访客户,荣获最佳个人;青海区域中心总经理杜



轲、蒙古区域中心总经理麻健全、津冀黑区域中心总经理任凤柳、闽赣区域中心总经理宋立平1-4月份销售完成较上年同期增长率超过10%,夺得优秀奖励;为提升新人入职系统经理业务技能,系



统事业部组织7名系统经理在例会期间进行业务演练,经过评比,王学明、王焱、黄国林表现出色,获得了优秀奖励。

营销人员入职周年庆

为加强团队建设,事业部给入职十年以上的陕甘区域中心总经理张帅师、鲁苏区域中心总经理王开运、浙皖区域中心总经理刘庆堂、入职十周年的云南区域中心总经理王嵩以及入职一周年的新疆区域副总经理王洪师组织周年庆典活动,并特别制作小视频。同事们暖暖温馨的祝福让他们感慨万分,在激情感言环节中他们纷纷表达了对公司及同事的深情谢意及对公司的良好祝愿,并表示在接下来的几个月,坚决按照公司领导的安排和要求,做好2020年秋的销售报订工作,与公司同舟共济、荣辱与共,开启下一个十年。(世纪天鸿 宋立平)

坚定信念,同心同德 做好2020年秋季征订的准备 工作

创新立业 双赢发展

——大客户事业部召开全体员工会议



2020年5月5日,大客户事业部在2号楼多功能厅组织召开了2020年第一次全体员工大会。会议由大客户事业部执行副总经理赵金焜主持。会上,世纪天鸿常务副总经理张学军重申公司务实敬业、创新立业、全力以赴、双赢发展的企业管理理念,传达公司组织架构及人事任命,并重点贯宣大客户事业部内部架构的调整与人事任命。随着外部新项目的引进合作,内部新项目的孵化和培养,大客户事业部相关业务不断发展扩大,世纪天鸿对大客户事业部原有的组织架构和工作分工进行了调整,大客户事业部调整为产品部、新项目部、编辑部、排校部和客服部,同时相应的人事任命也进行了调整。

此外,张总对事业部的公益直播课活动表示肯定,他表示,“突如其来的疫情给正常的业务带来了非常大的影响,但大客户事业部通过线上直播课实现了一次重大的自我突破,期待新的财年大客户全体员工不断实现更多突破,在实现个人价值的同时,共同完成公司战略发展意图”。

2020年开局艰难,但对世纪天鸿和大客户事业部都是一个新契机,“变革:蓝色WE来”直播课的开播是大客户事业部蜕变的第一步,随着大客户事业部更为合理的组织架构出现,以及新生力量加入干部队伍,大客户将焕发新的生机,积极探索、寻求更进一步的创新和改变。大客户事业部全体员工将立足本职工作,务实敬业、勇于创新、敢于挑战、全力以赴,为企业创造更多的价值,为全面实现公司2020年的业绩目标而奋斗。(世纪天鸿 王雪男)



李存江 2019年6月3日入职大客户事业部 京津区域中心推广经理

新人,因内心选择决定

李存江于2019年6月3日入职大客户事业部,他虽曾在社会上打拼多年,有着丰富的销售经验,但在教辅图书销售方面却是一位初出茅庐的新人。对于新人,公司自有一套完善的培训机制,帮助新人快速进入工作状态。新人入职培训帮助他快速了解公司的基本信息、组织架构、

产品种类;大客户事业部的博山训练帮助他快速融入团队,真正成为团队的一分子;行销例会让他通过真实的销售案例学到实用的销售技巧;部门实习让他迅速了解大客户的产品知识以及客户群体,送样书活动更是让他直观地感受到了教辅图书市场竞争的激烈。

新市场,因高考政策变化

实习期结束后,李存江被分到了北京和天津,负责二地市场的图书推广业务。大客户教辅图书的销售渠道主要是征订,通过教育系统或学校校长、老师来统一订购。而零售经验丰富的李存江需要学习新的销售方式。

另外,恰逢天津市与北京市同为新高考新教材改革省份,原有的教辅图书市场被迫重新洗牌,这意味着本次走在改革前沿的产品更能在新一轮洗牌中取得先机。作为新人的李存江可以在这个市场上施展拳脚,提高公司的新教材产品在京津市场的占比。

新困难,由开发客户引起

作为教辅图书的销售新人,通过近几个月的工作经验,李存江发现京津地区对《优化设计》的品牌认可度很高,存在大量潜在客户,业绩的提升不仅仅只依靠现有客户的固定订单,更需要开发新客户,增加业务量,将当

地的业务能量激发出来,这也是目前最核心的困难。为此,李存江主要通过老客户介绍新客户、通过校边书店寻找优质的合作资源的方式开拓市场,并不断努力探索新的业务推广模式。

新机遇,由线上模式触发

在疫情期间,大客户事业部尝试线上产品推广模式,该模式也给李存江带来新的机遇,用他自己的话说就是“线上推广的模式对于市场销售不单只针对新项目的开发,后期还会带来更多的资源。”线上推广模式辐射面积广,让李存江与一线老师建立了有效的联系,更有利于业务的开展,既巩固了与客户的合作关系,增强了双方的信任,同时又吸引了大量有合作意向的潜在客户主动联系,洽谈合作事宜。李存江紧紧把握时机,以蓝皮书形成的强大客户资源为突破口,进行整合、分类,持续在线下发力,有针对性地、高效地对订单进行线下跟踪,并带动京津市场同步类及其他小增量产品的销售量上升。

目前京津仍有大量空白市场需要开发,李存江将会把新市场看作新战场,把新困难视为新挑战,积极把握新机遇、主动学习新知识,相信凭着他身上敢拼、敢做、永不服输的劲头,一定会在京津地区创造新的销售奇迹。(世纪天鸿 胡瑞晶)