

(来源: 中国网)

营销管理创新

[illegible][illegible]

新生代管理的四项谋划

理就，新于因管即
管的新导，感活影
工核要；处命灵见
员和需变长使而章
代念转棒和意立划
生重观的发心创能谋
新最者向工任用力项
对，理方责任文下
思是认生他此理以

企的性人化
业，业的化
企业的人
业性起
业的人
业文化
业信
业互明
业透
业念
业更
业主
业放
业民主

面要真文
对反正建
企新思建
对反正是
信系且互快
是关相的要
免二作是律
一工也律
种免二也律
各核避
要员作地
间为以
代工作
对内

管理平台，把问题放到桌面上交流。

四平等文化。新生代员工是平等者高高在上，喜欢彼此反感尊重。立的文化。企业需要改变给新员工独立的空想。思维有维利，生变上下以班分立的习惯。思有生与助新代员工平衡好这作矛盾。

2、平等而得培训

新生代员工认为，员工与企业因是新纯粹的雇佣关系。仅是任业之企业重度的培训内容和责技能力，忠诚守型培引导生明人，忽感化因为都是新生聪明，忽略知

3、职业性应对跳槽

新生代员工和跳槽相对较频繁。这对看你和没有胸怀去接受繁杂经验。

[illegible]

在如今这个日新月异的时代，企业要想在激烈的市场竞争中生存和发展，就必须不断创新。创新是企业发展的灵魂，是企业竞争力的源泉。只有不断创新，企业才能跟上时代的步伐，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。



管理者必须要有一个耐心，不要一个
理者必，因为他们要宽心，都有一个职业
管章程：他们对约束他们的人要宽松，有一个职
味过程：方式约束他们。要有耐心，不要一个成
化方式：沟通方式与时俱进。

4、新生代员工沟通方式需
要改变，一是管理者的困难重重，过于直
含蓄沟通是习惯性表达于拐弯抹角，采用
间接沟通方式是开放式沟通，选择妨人可
“开门政策”，任何企业，任何人都可以
找任何话谈，任何话谈，任何话谈，任何话
各级管理者多集思广益，讨论式沟通。充
各分见三是理解决定听取他们的意见。充
惯同四是以保决策有效执行。通习
如电五是采用新工具沟通的方式。
通，方式可采用尊重、关怀、平等的

企业文化 如何良性健康发展

行时，要施展很精情计，起进的士施率抵训明效果在会，以勤练抵训说效论峰怨难出的度就训无资抱恨的大年也培人，一个工员有较；这业是一个员工持；企业还到的时也支等于的企班听门训训不等对要一开会部培培内施化重为：公是企于企实的个作、总人企于企实的个训，是：、；无业一内候就开低绪划企到

提升员工价值的培训方法多种多样，无论内部还是外部，E-learning、流下一个效益产出问题的投入，在程度决定没有太大关系，文化到围，特别是对待学习的态度，成人学习时，主动学习和被动学习产生的效益有很大差别，让被动的变为主动，虽然惩罚能够起到一定的作用，但真正起到的却是反作用。

培训文化的建立最好的时机是在企业创立初期,当企业刚刚成立的时候,就打造一个学习、开放交流的企业文化,无论是对企业的发展还是日后的培训工

[illegible]

时,考核宣效取得的不员达参培习提况效里,绩就然但为了而,方学习提规情式果内虽率,是培愿导主会定的或方期效动益仅加意宣升也训导生成短绩出效仅仅训提也到培宣两形在,的训果了学下断果发展行期能更比升提调,是主会训重进,内够下培如为动培训业不择进期能更比升提调,是主会训企工选来在而相提培,就的就员培当员以方那在而相提培,工也助员临可方那果期能加培,效益帮愿面业的导考效短见工到加训可意的升

进的员根考这。从企的费
核不合。会当，愿者可走行的
考得结会核晋习加式恰而本
效取制机行获的果种这恰的成
绩也将晋进以工效这，文时
果，晋得容可高，采面训和
如划与获内就高合，用培和
其细。果举标可，提结都方业人
实的例想训标以相业个企在
其细。果举标可，提结都方业人
更效工据核核绩很另业补较

达需要正就为到规范就要有工开为达不做各地。员那在围企业训准境的对现氛有表培容的惯以说习行代内尬习所来学进不关尴坏所来学下会并就相成。业造情但，乏比形度企营况才，缺入训准的日晚多数训时果陷培困中算规划的培训展企在还不定的训。容变大发在还一训培备很改很在始时

管理小故事:

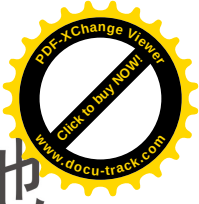
用人之道

去过庙的人都知道，一进庙门，首先是弥勒佛，笑脸迎客，而韦陀则在后面，黑着脸，分别掌管不同的庙。

弥乐热情快乐，所以来的
非常多，但他什么都不在乎，
三拉四扯，没有好好管理，
管什么账，连账簿都不理，
所管的脸，依是过严肃，搞得人丢脸，然个少，最后在香断绝。
这个佛祖问题，就将他们俩放在同一

个迎庙里由弥乐佛公关笑
八铁方面客于是香火旺则而
陀负责工无私严是珠必则让
负作中一用格较在荣象人
分其人在如派向的荣象人
有废剑在如花武大手手不
键看何花飞即手可人





企业文化和企业战略的关系

“战略是为文化服务，还是文化为战略服务？换言之，企业战略决定企业文化还是企业文化决定企业战略？”

企业文化是什么，通常的定义是企业生产经营实践中，逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象的体现的总和。简而言之，也就是整个组织共同的经营思维和工作行为的表现。

企业战略是什么，如果问管理大师和企业界这个问题，通常的回答是战略就是做什么不做什么。这是对的，不过对于企业里日常工作的人员来说，这样的答案显然还不够具有日常工作的指导性，只是定了一个大的方向。我个人对企业战略的理解是：1、战略是做什么不做什么，2、再进一步就是要做到什么程度，3、再进一步就是要怎么去做。也就是所谓的战略方向、目标、规划。战略之于企业就是明确阶段性企业存在的意义和定位。

企业文化和企业战略的定义已经明确了，那么两者的关系是什么样呢，首先先来说说企业的使命和愿景，企业的使命是企业存在的目的和理由，简而言之是企业的终极目标，企业的愿景是企业对未来（某阶段）所要达到的期望和景象，显然企业的使命和愿景决定了企业的战略。企业使命和愿景算不算企业文化



我要，我愿意

每一个人都希望成功。而在这世界上，真正意义上的成功者却很少。为什么呢？

这个世界真的很公平，你要得到一些东西，就必需舍去另一些东西。所谓“舍得”，说的也就是先有舍后有得。如果你想成为一个成功者，你就必需放弃一些平凡人所拥有的快乐，比如说：打麻将，闲聊，看一些无聊的电视剧。而又必需承受一些平凡人不愿承受的痛苦，比如说：寂寞，缘分，不被人理解。这就是很多

化的范畴，如果算，那似乎是文化决定战略，战略为文化服务。而如果把企业文化从企业经营理念、价值观算起，那么又好像是战略决定文化，文化服务战略，因为经营理念 and 价值观确实是根据企业战略需要，为企业战略服务的，华为的狼文化（为目标向前冲，拼搏，有狼性），微软的开放文化（由开放，宽松的氛围有利于技术的创新），富士康的工作机器文化（代工，流水线作业，规矩，效率），都是如此。

企业文化应以战略为导向，这里的战略导向，其实也是企业使命和愿景导向，某个角度来讲，战略就等同于使命和愿景；这里的企业文化，更确切说是企业实际经营中的理念、价值观、企业管理体系以及组织的工作行为表现。

文化有没有绝对的好坏，有没有绝对的对错，换句话说，能支持企业战略的文化就是好文化。华为的狼文化是不是好文化，微软谷歌的自由开放的文化是不是好文化，富士康的工作机器文化是不是好文化，我看都是，因为他们都支持了各自企业的战略实现和业务发展。但同时，如果把华为的文化和微软的文化相互调换，我们都能想象的到华为和微软都不会有现在的成就，或者如果把谷歌的文化移植到富士康去，那确实没有人跳楼了，不过企业估计也活不下去了，因为工人都都不干活了。这也从正好从另外一个角度证明了企业文化需要以战略为导向。

说到这里，大家应该清楚了企业文化和企业战略的关系了，从大的企业文化概念来说，企业文化包含了战略（愿景和使命决定战略），从通常的企业文化（经营理念、价值观、管理体系、组织行为等）来说又是文化以战略为导向，为战略服务。

（■ 编辑部）

原因，不愿放弃快乐和承受痛苦。

具有强烈成功欲望的人，他们看到是成功以后。因为他们清楚的知道：只有成功，才能真正的解除他们的痛苦和满足他们所要的快乐，所以他们一定要成功。而他们更清楚的知道，在成功的道路上有些东西是必需放弃和承受的。所以他们愿意。

成功者之所以会成功，自然有着许多方面的原因。但其中很重要的原因之一，就是因为他们坚决的认定：我要，我愿意。

（■ 工程部）

一生定要美丽一次

生长在非洲荒漠地带的依米花，默默无闻，少有人注意过它。许多旅人以为它只是一株草而已。但是，它会在一生中的某个清晨突然绽放出美丽的花朵。

那是无比绚丽的一朵花，似乎要占尽人世所有色彩一样。它的花瓣儿呈莲叶状儿，每瓣自成一体：红、白、黄、蓝，与非洲大地上空的毒日争艳。

但是，它的花期很短，最多只有两天。两天后它就会随着母株一起枯萎，开花意味着它的生命的终结。

在非洲的荒漠地带，植物的生长需要水分，而开花的植物对水分的需求更大。非洲一般植物都有庞大的根系采水，以供自身的水分需求。但是依米花没有根系，它只有惟一的一条主根，孤独地蜿蜒盘曲着钻入地底深处，寻找有水的地方。那需要幸运和顽强的努力，一株依米花往往需要四至五年的时间在干燥的沙漠里寻找水源，然后一点点地积累养分，在完成蓓蕾所需要的全部养分后，它开花了！所以在它最美丽的时候，它因耗尽了自已所有的养分而凋零。

用五年的时间来为一朵花努力，这是何等顽强而心酸的事情。假如依米花生长在水草丰茂的地方，它将会美丽一辈子，偏偏，它的家乡在荒漠。

这个世界上，万物都有灿烂一回的时候，这是上苍赐给万物的权利。

人要比依米花智慧和理性，人想灿烂一回的理想要比依米花更强烈。但我们却往往没有一生都不屈不挠和努力，在遭遇困难和阻挠的时候，往往接受环境给予自己安排的命运。

人生的道路有几十年，但像依米花那样地勇往直前的岁月真的太少了。用一生定要美丽一次的心情去努力和坚持，每个人都会比现在做得更好！

（■ 财务部）



花儿努力地开

■ 市场部

有一个人想学医，可是又犹豫不决，就去问他的一个朋友：“再过四年，我就44岁了，能行吗？”朋友对他说：“怎么不行呢？你不学医，再过四年也是44岁啊！”他想了想，瞬间领悟了，第二天就去学校报了名。

我的一个朋友，几年前跟人合伙做生意，运货的船遭遇风浪翻了，他们所有的财产和梦想也随之坠入了海底。他经不起这个打击，从此变得萎靡不振，神思恍惚。当他看到另一个跟他一起遭遇变故的人居然活得有滋有味时，就去找他。那人对他：“你咒骂，你伤心，日子一天天地过去；你快活，你欢乐，日子一天天地过去，你选择哪一种呢？”

人就是这样，当你以一种豁达、乐观向上的心态去构筑未来时，眼前就会呈现一片光明；反之，当你将思维囿于忧伤的樊笼里，未来就变得暗淡无光了。长此下去，你不仅会将最起码的信念和拼搏的勇气磨灭，还会将身边那些最近最真的欢乐失去。对每一个人来说，那些如空气一样充塞在身边的欢乐才是最重要的，它组成我们生命之链上最真实可靠的一环，你一节一节地让它松落了，欢笑怎么能向下延续呢？

有一首诗写道：“你知道，你爱惜，花儿努力地开；你不知，你厌恶，花儿努力地开。”是的，花儿总是在努力地开，美好的日子也一天天地在流逝，你该欣喜地度过每一天还是痛苦地挨过每一日，可全在于你自己了。

征稿启事

作为企业文化的载体，《海联文化》起着传递信息、弘扬先进、表达心声、展示风采的作用。定位于面向公司员工、市场商户，以弘扬企业文化、市场文化，加强文化交流为首要任务，同时展示市场风采，提升企业形象。

《海联文化》为季刊形式（3、6、9、12月份出版），内容包括市场动态、行业动态，营销管理等。为了增强互动性，贴近员工、商户生活，特进行征稿。

一、投稿要求和注意事项：

1、不得违反国家相关法律法规，不得侵犯他人著作权或其他权利，不得剽窃抄袭，不得违背企业文化和企业理念。

2、图片类稿件，要求主题突出、照片清晰，注明时间、地点、事件、人物等说明。

3、稿件字迹清晰，语言流畅、通俗易懂，字数通常要求在1000字以内。

4、对于每篇作品我们将认真进行审阅，并根据内容可能稍作文词美化修饰，敬请谅解。来稿恕不退还，请作者自留底稿；

5、来稿一经采用，即于下期刊登，同时于刊登月份次月15日发放稿酬。

二、稿件提交方式：

1、稿件内容右下方附上您的真实姓名及联系电话，并注明《海联文化》来稿；

2、电子稿件：E-mail: 361095763@qq.com; QQ:361095763

3、手写稿件：新世纪市场内商户直接交由市场管理人员转交《海联文化》编辑部或送至：新世纪五金机电市场管理大楼407室 李海波（收）0571-26278358。

杭州新世纪五金机电市场
《海联文化》编辑部