

深中電

2016年
第5期
总第175期

登记证编号：粤内登字B第00068号

CEIEC 深圳中电投资股份有限公司
CHINA ELECTRONICS SHENZHEN COMPANY



许勤：全力支持深圳中电发展新业务

市委副书记、市长许勤率队来公司调研并做重要指示

【本报讯】5月4日上午，深圳市委副书记、市长许勤率队来公司调研，了解公司发展经营情况，协调解决困难问题。市政府秘书长李廷忠、副秘书长高国辉、市经贸信息委、市国税局、深圳海关等相关部门领导陪同调研，公司董事长宋健、董事、总经理郭建等领导参加了调研会。

会上，郭建总经理着重汇报了公司发展近况及战略布局的“CES产业互联网”及“CES互联网+平行进口车”两项重点工程。

许勤市长听取汇报后，做出重要指示。他说，驻深央企深圳中电作为深圳进出口领域的骨干企业，为实现外贸增长贡献了力量。新阶段，要担负起更重要的角色、设定更高的目标。关于公司提出的两项重点工程，市里会全面支持，精准施策、优化服务，助力深圳中电新项目做强做优。重点在三个方面予以支持：一是全面支持深圳中电把“CES互联网+平行进口车”、“CES产业互联网”的模式发展好；二是全力支持深圳中电在“CES互联网+平行进口车”项目上尽早获取资质，通过平台化运作实现资源的全面整合；三是特别支持“CES产业互联网”的发展思路，这是深圳市委市政府致力主推的方向。



作为产业战略性转型的新领域，这一步迟早要走，早走比晚走好、早走比晚走更主动，才能形成新的竞争力。希望深圳中电充分发挥自身优势，深入挖掘深

圳产业生态资源，一定要将产业互联网做起来。为此，市政府会全力支持，与企业共同突破发展过程中遇到的一切困难，为成功打造“互联网+”的产业生态

体系齐努力。
(公司办公室 刘冰/文 表洁/图)

“CES深中电”荣获第十三届“深圳知名品牌”称号



【本报讯】公司服务品牌“CES深中电”经过专家现场评审、行业评价、公众投票等多个环节的角逐，以良好的口碑、强大的行业实力、超高的人气荣获第十三届“深圳知名品牌”称号。2016年5月7日，深圳知名品牌评价委员会在深圳市五洲宾馆隆重举行了第六届品牌建设

国际高端论坛暨第十三届深圳知名品牌成果发布会。公司总经理助理兼业务中心总经理温辉代表公司上台领奖。这是公司全体员工致力于品牌建设的卓越成果，也是公司为深圳市实施名牌战略、创造“深圳质量”做出的新贡献。

(公司办公室 方原元)

【本报讯】5月9日，公司党委印发《“学党章党规、学系列讲话，做合格党员”学习教育实施方案》，对学习教育主要内容、主要措施、组织领导等具体工作进行安排部署，全面启动“两学一做”学习教育。

党的十八大以来，公司党委认真贯彻落实全面从严治党方略，严格落实中央八项规定精神，深入开展群众路线教育实践活动和“三严三实”专题教育，有效提振了广大党员干部干事创业、开拓进取的精气神。这次“两学一做”学习教育把抓“关键少数”与抓全体党员结合起来，从集中性教育向经常性教育延伸，把全面从严治党要求落实到每个支部、每名党员身上，为进一步增强全体党员的政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，强化宗旨观念、发挥先锋模范作用，实现公司“十三五”良好开局提供坚强组织保证。

“两学一做”学习教育准备阶段，公司党委在全体党员中开展了“大家谈”活动，动员各基层党组织酝酿讨论“两学一做”学习教育的初步计划，查找学习教育中要重点解决的问题；在办公自动化系统开辟“两学一做”学习教育活动专栏，传达上级的部署精神，加强对学习教育活动的宣传报道，营造良好氛围。

实施方案出台后，各基层党组织积极响应，紧密结合实际，认真开展学习讨论，一些支部运用微

课堂、微视频等新媒体形式提高讨论的感染力，充分调动党员参与的积极性；广大党员在党组织的引导下强化自学，认真学习党章和《中国共产党廉洁自律准则》、《中国共产党纪律处分条例》等党规党纪，学习党的历史和优良传统，学习《习近平总书记系列重要讲话读本（2016年版）》，公司领导更深入学习《习近平谈治国理政》、重温毛泽东同志《党委的工作方法》著作，通过深入学习、以知促行达到推动工作、促进发展的目的。

开展“两学一做”学习教育是加强党的思想政治建设的重要部署，公司党委要求各基层党组织高度重视，真正把开展学习教育作为当前的重大政治任务来抓，突出正常教育、坚持问题导向，确保尽好责、抓到位、见实效。
(党委办公室 赵黎娜)

学党章党规
学系列讲话
做合格党员
公司「两学一做」学习教育全面启动

公司数字档案管理系统正式上线

2016年5月20日，公司数字档案管理系统正式上线。档案管理系统于4月内部试运行以来，经过一个多月的测试运行，期间对系统各模块功能与流程进行了全面的测试与优化，目前系统已经能够满足正式运行条件，并针对专职档案管理人员及中层领导干部完成了首轮培训。

档案管理系统具有收集、管理、存储、利用的功能，并与OA系统对接，有助于实现公司档案业务规范统一、数据格式统一、信息展示方式统一。档案管理系统上线，对公司基础管理及档案工作发展意义重大。首先，将档案人员日常的工作流程和业务数据科学、规范的固化到系统中，将极大地提升档案人员的工作规范化程度，降低档案人员工作岗位交接时，可能会产生的管理和数据风险，为企业知识资源的完整提供了强力保障。其次，将日常档案管理数据纳入系统进行管理，只要完成了基础数据录入，便可以最大程度地实现文档和档案信息的透明性和共享性，实现文档和档案数据统计分析的自动化。最后，将涉及到众多协作方的跨部门、跨流程档案管理任务依据科学管理体系进行归纳和重组，一改“人推事”为“事推人”的局面，大大降低跨部门之间文档交互和工作协调的时间成本，为企业生产和经营管理的整体协调提供了良好的管理手段。

档案管理系统为用户提供档案目录检索、全文检索、档案编研成果利用、查询、档案借阅等多项服务。档案利用人员可以如下操作：

1、登录数字档案管理系统

登录方式：打开公司OA界面，点击图1“登录”按钮，点击图2“数字档案管理系统”主界面。



图1



图2

2、系统主界面介绍

档案利用网站主要包括待办事宜、档案查阅、个人维护、信息资源四个模块，登陆系统以后主界面就是待办事宜界面。

所有和流程有关的都在待办事宜里面作后续处理。进入待办事宜页面，左边为申请事项、审批事项、任务列表；右边为快速操作提醒，分为三列，分别为类别、申请和审批。

3、档案利用——全文检索

档案工作的目的就是进行档案利用，经过整理归档后的档案目录和原文可以按照相应的权限对外利用。档案利用通过档案查阅来进行。系统提供的档案查阅包括档案库浏览和档案查询，档案查询又包括目录检索和全文检索。点击档案网站首页上的档案查阅，打开的对话框如图3所示。全文检索功能提供给



图3

用户更为深入的检索方式，可以从电子文件的内容中检索出用户想要查找的信息，反馈给用户更为详实的结果。

全文检索使用方式很简单，直接在全文检索关键字的文本框中输入要查找的内容，如上图，在文本框中输入“档案”，文本框内以下拉菜单方式列出查询的关键字历史记录，可以进行选择，然后点击全文检索按钮，系统会在后台进行检索，然后返回检索结果，列表显示符合检索条件的电子原文及内容里的关键字，如图4所示。全文检索功能具有自动对检索条件进行中文分词的功能，即输入一个词组，系统会自动把词组分成多个词语，然后进行组合检索，这样检索的结果更为全面，并且还按照了一定的顺序排列。为了更方便更详细的查询要查找的信息，全文检索还提供了多次检索的功能。



图4

4、档案利用——目录检索

在数据查询的过程中，查询者有时知道目标档案的某些条目信息，但是不知道是在哪个档案库中的，此种情况下，系统提供了目录检索的功能，针对所有档案库查找档案条目。如图3所示，在目录检索部分下面“关键字”右边的文本框中输入关键字，选择好需要检索的类型（不清楚档案类型可以不选择），然后点击检索按钮，查看相关信息资料。

5、档案利用——档案借阅

用户能不能直接查看检索到的原文是受到权限控制的，有直接查看权限的用户通过点击文件名称就能直接查看原文；用户没有直接查看文件内容的权限，要点击“电子借阅申请”，通过填写电子借阅申请单来查看原文。如果需要借阅实体档案，可以点击“实体档案借阅”。如图5所示。目前，借阅实体档案（包括档案室保管的文件、凭证、证照、资质等）可以通过档案系统发起申请，也可以通过OA“档案（证件）借阅申请流程”发起申请，两种借阅方式都通过OA审批流转。



图5

更为详细的操作说明及功能介绍可以通过网站“信息资源”中的“在线帮助”查询，使用中遇到问题欢迎随时致电流程与IT中心刘喜君（3751）、李袁博（3499），公司办公室左阳（3807）、王文卿（3292）。档案系统功能、内容将在上线后逐步完善，我们期待您给予我们好的建议或意见。

档案系统上线后，将立即开展OA系统电子文件归档整理工作，对电子档案实行规范化管理，建立健全电子档案安全保障、应急机制及备份策略，确保电子档案真实、完整、安全、有效。与此同时，也将开展档案数字化工作，保护传统档案，适应网络环境，便于高效利用，促进档案信息资源的建设和整合，完善公司发展所需档案信息资源的共建共享。

（公司办公室 左阳）

质量管理体系(ISO9001)升级改版项目启动

2015年9月23日，国际标准化组织发布了质量管理体系的最新版本标准ISO9001:2015，新版标准与旧版标准的融合期为三年，到2018年旧版标准证书将会被视为无效。为了持续满足国际标准化组织的要求，确保公司质量管理体系认证证书的有效性，经过近半年对新标的学习和前期一个月的升级方案准备，公司质量管理体系办公室于2016年5月正式启动了质量管理体系的升级改版项目，将公司的质量管理体系由原ISO9001:2007升级为ISO9001:2015，并计划通过此次改版，修订相关的体系文件，实现公司质量管理体系和流程管理体系的有效整合和合理补充。为顺利完成此次项目，公司选择了质量管理体系长期合作伙伴BSI咨询管理机构（英标认证技术培训（北京）有限公司）做相关换版指导，并邀请BSI公司战略产品总监乔锐老师为公司中高层领导们做宣导和培训。

2016年5月5日上午，质量管理体系升级改版首次会议召开，公司领导及各部门负责人参会。在会议中，郭建总经首先对质量管理体系的重要性做出肯定，并对此次升级改版的目的、效果等提出了要求。随后，乔锐老师针对新版标准价值最大化及实施路线图与会领导进行宣导，带领大家通过标准的变化去把握企业管理的未来趋势，促进质量管理与组织经营战略的充分融合。管理层宣导之后，质量管理体系办公室组织

公司中层领导干部和内审员进行了为期一天半的实战培训学习，由乔老师结合现有体系运行状况，对标新版本进行差距分析，详细介绍了管理体系标准的通用要求，对新标的价值定位和重点标准进行深度解析，并在最后一天的培训中带领全体内审员重温新版条款，结合与公司相近的案例进行课堂演练，启发大家的风险意识，绩效意识，过程方法思维等。

经过两天的高效培训，大家对新版质量管理体系有了全面的认识，了解到新版标准对实现预期结果的强调，对“变更、结果、风险、领导力”等方面提出的新要求，深入理解了新版标准提出的颠覆性的观点：质量管理体系的自定义，明确在新标准中需要我们结合公司实际，打造组织自身需要的运营敏捷力，自己定义ISO9001在组织内的特定价值。

为了更好的落实培训效果，加快升级改版项目的推进，培训过后，质量管理体系办公室分别与各部门进行质量管理体系升级改版工作讨论会，在会议中针对各部门不同的体系运作状况，讨论下一步工作安排，对可预见问题进行分析、提出解决方案。根据项目安排，各部门将在接下来一个月的时间中完成部门内部流程文件与质量体系文件的修订，对修订完成已成文的新版体系，质量管理体系办公室将于7月份进行统一上报评审，并邀请BSI老师在8月初进行文件的预审和内审

员新版质量管理体系的内审技巧培训，争取在9月进行新版质量管理体系的内审和外审，顺利完成公司质量管理体系旧版向新版的更换替代及体系融合。

（为让大家更深入地理解质量管理体系升级改版的情境及新版的重点，特整理以下科普文章以供学习，部分来自BSI标准·梦工厂）

“ISO9001+”

工业时代带给我们的管理理论在当今这个激荡的商业环境里，越来越无能为力。组织臃肿、层级复杂、条块分割、优秀人才的流失，此情此景比比皆是，随之而来的是，企业创造力日渐消失。曾经的时代巨人都显得力不从心，那些原来成功的管理实践，如今往往成为组织的障碍和瓶颈。管理回归到其最基本的常识，即效率和效果。实现组织预期收益成为评判管理价值与成效的唯一标准。作为全球应用范围最广的管理方法 - ISO9001国际标准同样面临如何动态平衡组织合规、合理与合情的敏捷运营要求这一课题。

2015年9月23日，伴随ISO9001:2015版标准的发布，即将迈入而立之年的ISO9001标准也顺势而变，自我颠覆式的提出：“实现标准预期结果而不仅仅满足标准要求”的核心价值主张，这意味着标准自定义时代的到来！“变更”、“结果”、“风险”、“领导

力”等词汇映入眼帘，人们心中都会暗念——“大事件”终于来了！

最新的统计数据表明，作为自愿性标准的ISO9001在全球范围内已拥有超过130万张认证证书。这次改版对于百万计的组织来说，更多的意味着挑战还是机遇？对于组织的管理，将会带来怎样全新的价值和启发？

对于业界正在热烈探讨的话题——新版ISO9001究竟会给组织带来什么价值？——我们所理解的答案是“ISO9001+”。

我们用“1个中心、3个关注、1种能力”描摹“ISO 9001+”：

“从以产品和服务为中心到以业务需求为中心”，如何体现这个中心？“关注预期结果和收益胜过关注符合标准要求”、“关注适应变化胜过关注实施管控”、“关注人员协同胜过关注流程效率”，如何平衡这些要求和期望？“ISO9001+”将打造组织运营敏捷力”。

来自标准使用者的大声疾呼告诉我们，新版ISO9001应该是因地制宜的，与业务紧密关联的，能够打造组织运营敏捷力的“ISO9001+”——适应变化、灵活有效和稳定一致。

（流程与IT中心 王静）

TAGOOD (铁武) 可穿戴系列产品首秀, 上演撩“俄”吸睛大法

2016年第28届莫斯科国际通讯展于当地时间5月13日正式落下帷幕, 视听事业部首次参加此展会, 在战斗民族的热情和积极参与中, 即使展会结束了, 耳畔仿佛还回响着各种询问的语言, 大脑还填充着各式问题的答案, 眼前似乎还浮现着一张张美丽的面孔, 犹如一曲完整的交响乐, 从平静到高潮再慢慢地婉转进入尾声。

序曲: 展会介绍和参展背景

第28届莫斯科国际通信展(SVIAZ)是俄罗斯和独联体地区最大的专业通讯与科技信息技术展览会, 是世界领先的通信和电脑网络制造以及服务商的展示平台。欧盟2015年6月19日开始对俄罗斯进行经济制裁, 制裁条款中包含通讯行业在俄的投资和贸易。随着通讯和高科行业的撤资和贸易减少, 使得俄国在通讯和高科行业存在大面积的空白, 而我方推出的“一带一路”加强与周边国家区域合作的政策也使得中俄双方的合作意愿不断加强。

俄罗斯没有轻工业, 全部的轻工业产品需要进口, 其中电子信息产品市场需求量为85亿美元, 而本土只能提供25亿美元左右, 其余部分均需进口解决。在欧盟的制裁下, 我国得天独厚的经济优势和地理优势可以在此空白期发挥光芒, 占据市场。

前奏: 展前准备

部门此次参展的准备是当前世界上炙手可热的智能可穿戴系列产品, 作为这两年科技界的弄潮儿, 如何体现高科、高端、商务、轻奢的产品特质, 就需要在宣传和产品设计及展会的布局上有自己独特的风格和品味, 给产品穿上盔甲展示我们的吸睛大法。首先, 我们确定了主旋律的基调: 灰黑色, 以展示产品的内在品质和高档品位, 宣传海报以灰黑色为背景呈现出高端大气之风; 其次, 我们的宣传品包括: 视频、宣传画册、宣传书刊。拍摄了TAGWOOD(铁武)品牌的专属视频大片以介绍产品的使用和功能, 更有24

开页制作精美的书籍杂志详细介绍我们的产品特性和使用效果, 为我们原有的高端展示锦上添花, 在此特别感谢谭敏琼为我们这次产品的宣传拍摄工作所给予的支持和付出。

重中之重是产品的准备, 智能穿戴高热点: VR(虚拟现实)。为了更好地展示产品, 我们携带了普通外观设计版和游戏&电影彩绘版的VR, 而合作工厂独家专利的智能WIFI发射眼镜和智能拍照摄像眼镜也是我们主打的对象, 同时还携带了兼具墨镜功能的蓝牙控制智能眼镜。此外, 智能产品当然少不了运动健身户外和医疗保健领域的运动手环, 这次我们有两款手环: 一款是计步测心率刷卡手环, 另一款是兼顾自拍神器、来电和消息展示的运动手环, 更加智能化和人性化。

主旋律: 展会布置和参展开始

我们的展位位于8.2号馆, 摊位的装修和所有的中国企业一样, 简单大气, 色彩清爽。作为对智能高科和流行时尚拥有高品位的我们视听事业部程文总, 在展品的展位布置上发挥自己的超高品位, 搬起凳子亲自上阵布置, 与其说布置精致完美, 倒不如说追求极致, 使得我们摊位在整个8.2号馆独树一帜, 引人注目, 低调奢华有深度。犹如程总对我们的产品高标准高品质的要求一样, 要以最精致的追求, 给客人以最完美的呈现。刚贴上第一张海报, 就有不少的俄罗斯客人驻足停留, 直到当天布展结束, 我们携带的宣传册已经被客人拿走了超过50本。这大大增加了我们对后面几天展会的效果和信心。

按照以往参加展会的基本规律, 第一天和最后一天客流量一般较少。展会第一天, 从8.2号馆的正门进入, 整个展馆的人数不多, 但却远远能看到有一个展位被围的水泄不通, 没错! 就是我们深圳中电TAGOOD(铁武)展位。客人有带着新奇而来, 有带着体验而来, 有带着订货的热情而来。开展时间是上午

10点到晚上6点, 我们的摊位一直都是人头攒动, 川流不息, 然而由于当地的客人说英文的很少, 程总和我是全程都是在做产品的展示和唧唧呀呀地用手来比划着产品的功能。此外, 再用视频和宣传画册让客户了解产品的性能和使用, 80%的情况是一个客人了解了就向其他客人推荐介绍产品, 第一天下来我们俩都疲惫不堪, 于是决定临时聘请一位俄罗斯翻译配合参展, 以使此次参展更加顺利高效。

高潮: 展会的第二天和第三天

这两天展会人数最多, 我们9:20分刚刚到达展会, 就接到了当地展会媒体和新闻媒体的采访预约通知, 所幸翻译也及时到达, 可是人员有限只能各自分工, 一边招待客人, 一边向翻译全面介绍产品以便翻译直接对客。因为我们是9平米的双开门展位, 一个人守住一个开门就已经是口干舌燥, 分身乏术了。媒体的采访只能交由程总处理, 媒体的大肆宣传和客户的频繁体验将整个展会推向高潮, 来往住住的体验者、感受者和参与者把我们的展位围得水泄不通。两天下来每个人都筋疲力尽, 带来的300本参展目录册也被客人全部拿走, 名片盒里也空空如也。

尾声: 展会的第四天

第四天是展会的结束日, 没有了展会宣传册和名片的我们只能将书刊文献

中我们的联系方式请客人拍照留取, 前几天的客人也带了新的朋友来到了展会现场, 对我们的产品直接介绍和反复把玩。

展望

展会客人的万般青睐和当地媒体的高度关注下终于结束了, 我们收获了不少的客户信息, 也有大量的散客频繁咨询我们在俄罗斯的铺面计划以及可否在电商平台实现购买。对于初次投身此行业的我们是积极的鼓舞, 给我们带来了莫大的信心。展会虽然结束了, 但是我们后期的工作丝毫不能松懈, 产品报价、客户整理, 对重点客户的分析、跟进等都是迫在眉睫。

TAGWOOD是否可以进军俄罗斯市场, 是否是高科技高品质的代名词, 是否是年轻轻奢者的时尚追求, 无一不是我们当下需要考虑的问题。希望我们能够趁着这股时代的浪潮, 将我部智能可穿戴系列产品推向海外市场, 开疆扩土, 铁武(TAGWOOD)威武, 中电铁武(TAGWOOD)! 也是世界的铁武(TAGWOOD)!

(视听事业部 豆孝杰)

充电宝安全小知识

5月18日12时15分, 电子科技大厦C座8A商铺(该物业已销售, 非公司物业), 因充电宝电池受到碰撞挤压发生短路起火。因处置得当, 消防车到达现场时, 明火已被扑灭, 未造成人员伤亡。

近年来, 充电宝起火、爆炸等事件频发, 究其原因主要是发生短路现象。一是充电宝与外部金属物件搭接, 造成正负极短路, 称作“外部短路”。二是充电宝受到撞击或挤压, 造成电池内部电极活性材料发生物理接触或化学反应, 称作“内部短路”。当电池发生短路情况时, 电池内部持续升温, 活化过程中产生的气体膨胀, 电池内压加大, 压力和温度达到一定程度, 就会引起起火, 甚至爆炸。

目前, 民航局已对充电宝有严格规定: 严禁携带额定能量超过160Wh的充电宝乘机, 额定能量超过100Wh但不超过160Wh, 需经航空公司批准后方可携带, 且不得携带超过两个充电宝, 且只能在手提行李中携带或随身携带, 严禁在托运行李中携带及在飞行过程中

使用。

手机已经成为了我们离不开的电子设备, 充电宝不开, 但确实又给我们带来极大的方便, 下面就认真的说说使用和购买充电宝的注意事项。

- 1、不要购买和使用假冒劣质、“三无”(无标识、无说明、无厂家)移动电源、电池等;
- 2、发现移动电源或电池有鼓包、异常发热等现象, 要立即停止使用;
- 3、控制充电量, 防止移动电源或电池过充, 以减少气体析出量;
- 4、不要把移动电源或电池放在靠近热源的地方;
- 5、应避免移动电源或电池的输入、输出端口与钥匙等金属物件接触, 以免发生外部短路自燃;
- 6、移动电源或电池使用过程中, 避免碰撞、挤压等物理损伤, 否则易发生内部短路自燃;
- 7、要做到人离断电, 避免将移动电源或电池放置在可燃易燃物品上, 如木质桌椅、床、沙发等处。

最后一句: 珍爱生命, 远离劣质充电宝。

(经营管理部 沈波)

2016年香港春季电子展浅思

浅思

2016年春季香港电子展已于上个月结束了, 我携消费类视听产品参加了今年的展览。从参展的总体情况来看, 今年展会的特点有:

外商数量比往年有所减少。受制于国际经济、政治形势等不利因素影响, 今年的参展商比以往有所减少, 而且展商质量也有所下降。虽然展会之前就有所预见, 而现实却是一个更加残酷的事实。

参展产品的品质不高。近几年数码产品快速发展, 传统消费类产品更新换代很快。数码产品以移动终端、穿戴设备、以及天上飞的地下行的运动类(不是体育运动)设备为主。数码产品因其特点的影响, 减少了大量传统产品硬件的需求, 于是乎过剩的产能便向着逐渐缩小的传统消费品市场挤压。而传统消费品由于产品缺乏创新且高度成熟, 价格的恶性竞争和产品的不断抄袭是最简单直接的出路, 于是便造就了垂死的企业拼命挣扎。

反思

外商。尤其是欧美等发达国家客商数量减少, 一方面说明政治、经济状况不佳; 另一方面由于生活必须的消费类电子产品供过于求; 三是互联网等一系列的现代信息手段的运用使得传统交易模式发生时间和空间的变化。

产品素质不高。一方面说明技术转型阶段的阵痛, 但是反过来看抓住新技术带来新的产品革命正是一个难得的商机; 另一方面, 相当一部分传统企业由于浸淫在传统行业时间过长, 整体的企业思维、硬件匹配、人员架构都处在船大、船破难调头的状态下。弯道超车正是有实力没负担的企业提速的时候。

代理贸易是点, 平台贸易是面, 自营贸易是体。如果说自营贸易已经举步维艰, 何来的“面”与“点”。现在说的自营远不是传统意义上的贸易, 而是以产品为核心的产业链【设计开发, 销售和资金(生产制造、出口结汇销售推广), 售后服务, 信息反馈】为基础的上下延伸而形成的业务形态。这是由于社会及科技信息的手段不断提高, 打破了传统上因信息不对称, 以及综合素质人才缺乏而产生的“原生态”贸易。

遐思

有人调侃中国经济, 曰: 三驾马车, 抄袭+低价+吹牛。核心技术的进步推动了终端产品的发展, 而伪技术产品的充斥, 导致了“中国制造”鱼龙混杂。例如: 将航模机说成无人机, 是用10%的价格买到了山寨无人机, 用加载了廉价蓝牙芯片的电子表冒充智能手表……凡此种种, 不胜枚举。

如果产品缺乏创新且高度成熟, 议价区间就有限。经过30多年的以中国制造为驱动力的电子产品快速、大规模的供应, 面对全球消费品市场这块无法再增大的“蛋糕”, 于是就剩下存量“动能”的竞争。丧失了低成本红利的中国制造, 如何转型升级? 于是最近一直在宣传、深化的结构性调整, 又称“供给侧”便与之“有谋而和”。深圳中电经过十数年代理及平台贸易的大数据积累, 对公司进行结构性调整提供丰富且详实的信息基础。

电子, 作为当今世界发展最迅速, 覆盖面最广, 应用前景及影响最深刻的行业, 我们占据了得天独厚的优势。在这具有广阔空间的领域, 我们有无限的机会。

(业务一部 陈戈)

品牌视角下VI系统价值分析与探讨(二)

(接上期)

2、推进VI工作的几个重要共识

许多企业已意识到品牌的价值和重视企业文化的建立,但又因企业的现状而使众多企业要么不愿意在VI上投入,要么设计出来也被束之高阁,所谓的标准字、标准色等都如同虚设。原因何在?我认为主要是三方面原因,一是管理层认为无形的投资不知何时能大量回收而不愿投入;二是企业本身品牌认识度不够,对品牌建立的长期性和持续性投入信心不足;三是企业文化的建立与定位过于平庸,市场化运作不足。

要改变这种状况,推进VI甚至整个CIS系统的建立,核心在于建立以下共识:

(1) 战略层面上要改变思维

倘若经营者真正理解到VI是长期开拓市场的利器,是创立品牌,提高市场竞争力的战略武器,那么他对VI的重视程度一定会加强。一定会将VI定位为企业生存与发展的全局性和战略性大事排上议事日程,不会将之搁置一旁,等到有“闲下来”的功夫才去问它。也不会将它看得只是标志、广告之类的事简单处理。缺少战略性观点,是我国企业经营者忽视VI的主要原因之一,也是VI提案、VI计划排不上议事日程的主要障碍。

(2) 用投资的眼光看待VI

企业经营者重视VI战略推行,主要表现在对VI系统建设经费的保障上。VI既然是企业形象建设的一项重要无形资产投资,必然会获取相应的回报。但绝大多数的企业在VI系统面前裹足不前的主要障碍,就是不舍得花这笔钱,脑海里缺少“VI投资”观念,始终将之看成是“吃掉利润”的开支。这样必然成为VI实施的绊脚石,最后还是停留在口头上对VI的认同,实际行动上迈不开步子。或者即便是请设计公司设计了一套VI,也没有每年的VI投资的预算,结果实施无力,只好“流产”作罢。

(3) 全员观

经营者重视VI的另一个重要方面,是表现在对企业从上到下的发动和号召上。必须意识到,个人观念的超前而缺少周围的支持是无法推行VI的。因此,管理者必须做好领导班子的思想统一工作,在自己接受VI意念的基础上去影响他们,说服他们,同他们做深层次的VI观念沟通与战略沟通。只有取得决策层的一

致性意见和统一行动,才有可能领导推动企业VI有效实施。在此基础上,经营者还须以“VI战略家”角色号召全体员工积极主动加入到形象塑造活动中来,才会建立起VI革新运动坚实的群众基础,带来企业与员工素质的整体提高。

(4) 示范性

作为经营者重视VI,首先表现在经营者“个人VI”、“带头VI”。这一点应该具有说服力,最有示范意义的。经营者的示范作用,又会给VI执行小组以信心和力量,将企业VI系统工程按照目标计划向前推进。

对原有品牌视觉符号进行分析诊断



识别性不强,记忆点不明显,应用的方式过于单调。

三

我司VI系统现状分析与改进方向

1、我司VI系统的现状分析

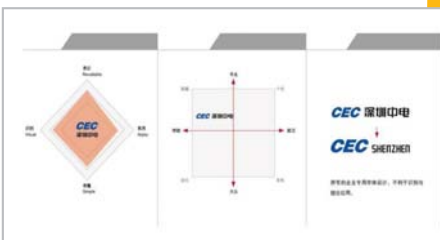
我们主要从三个方面分析我司现行VI系统的问题。首先,股权变更导致LOGO变更,VI调整势在必行。我司现用VI系统主要是依托进出口总公司VI系统基础上设计制作的,由于股权关系的变化,CEIEC已经无法继续使用,主LOGO的变化势在必行,这也是公司决定选择进行VI系统重塑的主要原因。第二,现行VI设计完成已有十多年之久,整个VI应用环境已发生巨大变化,近些年出现的多种公司形象载体如微信微博等新媒体,在原有VI中均无体现,亟待补充。第三,原有VI受时代及技术所限,在基础部分和应用部分均有部分缺失,随着新的LOGO组合的应用,英文、数字系统均需补充,辅助图形也需做出较大调整。

从上述三个方面看,我司VI系统的重新设计调整是一个系统工程,涉及方面多、内容广,应用难度也大,要顺利完成需要公司各方面资源的支持与协助。

2、改进方向与规划

篇幅所限,在这里就不一一阐述具体设计方案,仅对本次VI调整的原则进行整体阐述。

首先,满足文字的适合性为前提。文字设计重要的一点在于要服从表述主题的要求,要与其内容吻合一致,不能相互脱离,更不能相互冲突,破坏了文字的诉求效果。如何将字母LOGO与公司名称文字进行完



美组合正是本次VI系统调整的重要内容。

其次,视觉美感。人们对于作用其视觉感官的事物以美丑来衡量,已经成为有意识或无意识的标准。设计中,美不仅仅体现在局部,而是对笔形、结构以及整个设计的把握。作为传递公司形象的重要方式,VI系统的视觉美感重要性毋庸置疑,这也是为什么要选择经验丰富的设计公司而非路边小店的重要原因。

第三,设计的个性。根据行业属性,极力突出VI设计的个性色彩,创造与众不同的独具特色的视觉,给人以别开生面的视觉感受,将有利于企业和产品良好形象的建立。在设计时要避免与已有的一些设计作品相同或相似,更不能有意摹仿或抄袭。在设计特定字体时,一定要从字的形态特征与组合编排上进行探求,不断修改,反复琢磨,这样才能创造富有个性化的文字,使其外部形态和设计格调都能唤起人们的审美愉悦感受。(公司办公室 陈晨)

浅析

营改增

一

一、背景

近年来随着经济与社会环境不断变化,增值税和营业税二者分立并行所带来的重复征税、监管障碍等问题在一定程度上阻碍了当下促进经济结构优化升级、实现平稳可持续发展的进程。“营改增”有利于消除重复征税,完善增值税抵扣链条,从而减轻企业税负,推动经济

结构调整,促进第三产业特别是现代服务业的发展,建立货物和劳务领域的增值税出口退税制度,全面改善我国的出口收环境,是我国经济与社会发展的必然选择。

二、进程

2011年10月26日,国务院决定,从2012年1月1日起,在上海市交通运输业和部分现代服务业开展深化增值税制度改革试点,逐步将目前征收营业税的行业改为征收增值税。

2012年7月25日,国务院决定,将“营改增”试点范围由上海市分批扩大至北京市、天津市、江苏省、浙江省(含宁波市)、安徽省、福建省(含厦门市)、湖北省、广东省(含深圳市)等8个省(直辖市),于2012年8月1日起执行。

2013年4月10日,国务院决定,自2013年8月1日起,将交通运输业和部分现代服务业“营改增”试点在全国范围内推开。

2013年12月4日,国务院决定,从2014年1月1日起,将铁路运输和邮政服务业纳入营业税改征增值税试点。

2014年5月14日,经国务院批准,国家税务总局发布《关于电信企业增值税征收管理暂行办法》,明确将电信行业纳入“营改增”范围,自2014年6月1日起施

行。

2016年3月5日,国务院总理李克强在作政府工作报告中指出,自2016年5月1日起,全面实施“营改增”,将建筑业、房地产业、金融业、生活服务业纳入试点范围,并将所有企业新增不动产所含增值税纳入抵扣范围。至此,所有营业税纳入增值税征收范围。

三、政策要点

(一) 纳税人和扣缴义务人: 境内

销售服务、无形资产或者不动产(应税行为)的单位和个人为增值税纳税人。单位,是指企业、行政单位、事业单位、军事单位、社会团体及其他单位。个人,是指个体工商户和其他个人。纳税人分为一般纳税人和小规模纳税人。境外单位或个人在境内发生应税行为,在境内未设有经营机构的,以购买方为增值税扣缴义务人。

(未完待续)

(财务管理部 张德超 张维禹)

找茬游戏获奖名单

吴莉 杨诗云 刘冰 李昕洋 王蓉梅 邱安娜 左阳 郑文颖 王静
宋一凡 沈波 陈益芬 宋荣艳 王霞 黎维 王茹 徐远相 谢骏
李欣瑾 王春莲 张翠华 张振浩 樊光羽 苏晓慧 郑锡宏

找茬游戏答案公布

