

贝发荣获 office Depot 全球供应商最佳服务奖

2014年2月7日, Office Depot 全球供应商峰会在其位于美国佛罗里达州的集团总部召开, 邀请合作的全球优秀供应商参会。在会上, 贝发集团以其打造的国内首家文具供应链运营平台式服务, 从众多供应商中脱颖而出, 收获本次大会唯一的最佳服务奖, 成为中国唯一获奖企业, 也是亚洲1000多家供应商中除三星外唯一获奖企业。

据介绍, 贝发集团曾于2004年获得过 Office Depot 全球产品创新奖, 但此次奖杯的含金量更高, 由 Office Depot 集团总部颁发, 并与三星、DELL、3M 等全球500强企业共同获奖, 彰显贝发国际地位上升了一个新的层次。

转型升级, 从制造到服务

2008年以前, 贝发集团主要聚焦于制造, 一直以先进的制造技术引领中国文具产业的发展, 以订单式业务来发展企业。2008年金融危机中, 以出口加工业为主的沿海制造业受到冲击。面对金融危机带来的需求萎缩、工厂倒闭、就业困难、经济萧条等,



贝发集团开始进行全面的战略分析和定位, 加速了企业的转型升级步伐。

2009年, 贝发集团成功实现战略转型, 从“制造商”转型成“服务商”, 提出打造中国文具供应链运营服务平台, 获得了中国文教体育用品协会、中国制笔协会及安徽、宁波当地政府的大力支持。目前, 已成功吸纳近两百

家供应商以及近千家企业, 并在全球建立几十家分销中心, 为全球客户提供一站式、全品类、系列化、多品牌、现货模式的真正个性、快速、安全代理采购及采购执行业务。

建立战略贸易关系, 共谋发展

贝发集团与全球500强的 Office Depot 一直保持着战略贸

易关系, 转型前的贝发只是 Office Depot 的自我品牌供应商, 转型之后贝发与 Office Depot 开展多方面的战略合作。

Office Depot, Inc. (欧迪办公用品公司) 是世界上最大的办公用品销售商之一, 它在零售、合约销售、目录销售及电子商务等多种营销渠道中均处于领先地位。2013年与 Office Max 合并, 当年

公司年销售额达到178亿美元。近年来, Office Depot 先后进入日本、韩国市场, 加快其在亚洲市场的发展步伐, 而崛起速度日趋加快的中国电子商务市场更是吸引 Office Depot 的视线, Office Depot 已确立将在中国建立采购中心, 而贝发集团作为中国文具制造龙头企业, 无疑是 Office Depot 在中国最好的合作伙伴, 这也将是贝发集团文具供应链运营服务平台未来发展的机会。

服务创造价值

中国文具供应链平台的服务理念是: 为客户排忧解难是为自己清除障碍; 为客户着想就是为自己开路。从平台建立到现在建立完善的机制, 贝发集团始终站在客户的角度来做服务, 本次在 Office Depot 全球供应商峰会上获得最佳服务奖, 是对贝发集团服务获得国际客户认可的最好体现, 是对中国文具供应链平台受到认可的展现, 更是贝发集团转型升级成功的又一标志。坚定的信念使贝发一路前行, 持续创新服务使贝发永葆青春, “2020年成为中国文具供应链运营商第一品牌”是贝发集团努力的目标。

未来3年, 把贝发发展为核心供应商

近日, 从远在西半球的美国佛罗里达传来消息, 由贝发集团打造的文具供应链运营平台获得了全球500强企业欧迪办公用品 (Office Depot, Inc.) 颁发的最佳服务奖。据介绍, 贝发是唯一获奖的中国企业, 也是欧迪办公用品的1000多家亚洲供应商中, 除三星之外唯一的获奖企业。其他获奖企业包括戴尔 (DELL)、3M 等全球500强企业。这也意味着在宁波这个“中国文具之都”产业基础上运营的文具供应链平台已经得到了采购巨头的认可和青睐。据了解, 贝发集团打造的国内唯一的文具供应链平台已集聚中国供货商1000多家, 去年的出口额突破20亿元。

作为国内文具行业尤其是制笔业的龙头企业, 贝发集团从2009年开始探索战略转型之路, 他们投入上亿元资金整合各类供货商资源, 构建中国文具业的供

货航路, 打造中国文具产品采购中心, 创建文具供应链服务平台, 转型成为文具产业的运营商。同时, 贝发还联合国内外设计机构建设文具设计中心, 为各类中小文具企业提供文具产品的创意设计服务。两大中心的运营, 迅速吸引了一批中小文具制造企业作为供应商加盟。

对于中国文具供应链平台的发展和成熟, 市外经贸局局长俞丹桦认为, 文具产品是宁波的优势出口商品, 文具产业是宁波的优势产业集群, 贝发探索的文具供应链平台为全市外贸出口的转型升级提供了一条可供借鉴的道路。“在竞争日渐激烈的时代, 实行上下游分工、抱团合作, 是产业发展必然的方向; 我们也在倡导其他外贸龙头企业发挥带动作用, 发展业务合作平台, 共同做大做强, 从而推动宁波外贸的持续稳定发展。”

(摘自《东南商报》)

图片新闻

市外经贸局副局长徐建华莅临贝发集团考察调研



2014年2月25日, 宁波市外经贸局副局长徐建华等一行领导来到贝发集团进行实地考察调研, 贝发集团董事长邱智铭

陪同并进行汇报。宁波市外经贸局副局长徐建华一行主要针对境外投资等方面进行调研, 邱智铭董事长对贝发集团发展状况的介绍。邱董事长在介绍中说到, 贝发集团目前实施“三轮驱动”发展战略, 在兼顾主营业务发展的同时, 进行模式创新和国际原技术引进, 其中重点介绍了集团投资2500万美金收购瑞士一家生物科技研究中心, 将领先于国际的高科技技术——PAC项目正式引入中国, 这是贝发集团未来发展的重点之一。

在听了邱总的介绍后, 徐副局长对贝发目前的发展战略给予了肯定, 他说: 贝发的PAC项目是一项利民、利民的项目, 给民企进行境外投资树立了标杆, 希望贝发集团能够进一步加快项目在市场的推广, 让民众和企业能更多地获得收益。

针管墨水笔被认定为2013年宁波名牌

根据《宁波名牌产品认定和管理办法》规定, 在企业自愿申请的基础上, 经各地和各行业主管部门推荐, 宁波名牌产品认定委员会办公室组织相关部门审核

和综合评价, 宁波名牌产品认定委员会全体会议审议通过, 并限期征求社会意见, 贝发集团股份有限公司针管墨水笔经过评选, 被认定为2013年宁波名牌, 有效期3年。

“笔 (KA962600)” 获第十五届中国外观专利优秀奖项目

近日, 国家知识产权局网上公布“第十五届中国专利奖授奖的决定”, 贝发集团股份有限公司申报专利名称“笔 (KA962600)” 获得中国外观专利优秀奖项目, 这也是贝发集团第三次获得该奖项。

本届中国专利奖评选凝聚

力量, 汇聚创新, 共推荐了近800个优秀项目, 参评数量再创历史新高。经过国家知识产权局和世界知识产权组织的评审, 第15届共评出中国专利金奖项目20项, 中国外观设计金奖项目5项, 中国外观设计优秀奖项目53项。



打开中国企业转型新窗口

“当今企业之间竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。”，对于一个企业来讲，企业基业常青的唯一选择，就是商业模式的创新。良好的商业模式，是企业实现利润最大化的有效工具。”第21期《贝发讲堂》中林伟贤老师思维缜密、字字珠玑的模式演讲吸引了来自宁波各行精英500余人，讲堂现场一片轰动，掌声连绵、经久不息，本期“新商业模式创新”为主题的演讲受到了现场人员的一片好评！

2014年3月1日，由贝发集团主办的

第21期贝发讲堂在宁波文化广场朗豪大酒店盛大开讲，贝发集团非常荣幸聘请到亚太地区商业模式第一人、实践家教育集团董事长、顶尖培训大师——林伟贤老师为我们解密商业模式创新。作为转型中的宁波来说，林伟贤老师的独到见解无疑为广大的宁波企业家们拓宽了视野，打开了一扇商业模式创新窗口。

作为纯公益性的大讲堂，贝发集团不断以身体力行，实实在在的为宁波这片热土传递着创新、公益、环保、人文的正能量！



销售管理部被授予 2013年度宁波市“巾帼文明岗”荣誉称号

近日，贝发集团销售管理部被宁波市巾帼建功活动协调小组授予2013年度宁波市“巾帼文明岗”荣誉称号，表扬贝发集团销售管理部在推动“巾帼文明岗”活动中的优异表现，为激励集团内部广大妇女爱岗敬业、成才奉献做了努力，也为推动宁波文明城市建设做了贡献。

贝发集团销售管理部创建“巾帼文明岗”是为促进妇女岗位建功，充分发挥妇女同志的创造性和主动性，展示巾帼风采，以创建“巾帼文明岗”为活动载体，相互协助、协调与相

关部门的关系，优化服务水平，提高工作效率，树立良好的部门形象以优质服务为目标，爱岗敬业、团结协作，通过创新活动做好售后服务保障，为业务、为客户、为公司和社会创造更多价值。

此活动开展以来涌现出一大批妇女先进集体，提升了妇女地位，取得了良好的经济效益和社会效应。希望公司广大妇女同志能以公司为荣，在本职岗位上不断进取，创新，作出自己应有的贡献。

孵化器作为制造中心产能的外协者，既符合国家关于支持小微企业发展的政策，也符合贝发集团职业转专业的一贯精神，更有利于贝发集团在安徽来安和宁波周边地区发展供应链平台合作伙伴的长期战略目标。所以贝发集团乃至合作公司都要不遗余力地大力推广、宣传孵化器政策。在实施过程遇到的问题，通过不断的改进和总结来完善政策和机制，让孵化器真正成为贝发集团服务社会、服务于企业、有利于各方的和谐事业，在取得社会效益的同时也取得丰硕的经济效益。

北仑茂源塑料制品有限公司自2012年3月成为我公司的孵化项目企业，其现有作业面积有600平米，其中400平米从事注塑业务，200平米从事预装装配业务。目前茂源参与合作的事业部主要是金属笔事业部和特种笔事业部，该公司参与此业务的员工有12名，其注塑产值15万元/月，生产量能达到40万支/月，目前合作产品只满足60%的产能，并且在未来的8月份预计启动合作装配包装计划，发展成成品包装的业务。

在2012年3月—2013年6月期间，北仑茂源塑料制品有限公司，作为我公司的孵化项目企业，为我公司节约了大约20万元制造成本。在此期间为茂源公司带来245万元的总产值，扣除该公司材料费110.6万元，工资65万元，费用38万元，税费10.6万元后，其利润仍达20.4万元。我司与该公司相同产品成本相比，茂源以含税价提供给我公司的产品价格等于我公司自制产品的非含税价格，该公司能为我司节约10%的成本。

北仑茂源塑料制品有限公司作为我公司孵化企业，其生产能力及生产质量俱佳，该公司仍有800平米的闲置发展场地。从扩大原有生产规模而言，只要我公司继续在其设备方面给予更多支持，能让其迅速扩大生产能力，为我公司分担更多的业务。从开发新业务而言，以该公司的现有管理能力和生产能力来预估，若是该公司利用闲置场地发展成成品包装的新业务，更能为我司减轻劳动力资源压力，为我司节约更多的成本支出，也能为其扩大公司产业规模打下坚实的基础。

北仑茂源塑料制品有限公司的孵化作用



行业新闻

文具礼品成行业拓展新方向

近年来，随着人们生活水平的提高，消费者对文具产品的需求越来越大。这也促使了文具供应商加快了文具用品的更新换代周期，造成市场需求持续旺盛。文具行业的激烈竞争让诸多文具厂家不得不寻找新的突破点，新的经济源。有消息指出，文具礼品销售额已占据礼品公司销售额的20%—25%，入军礼品行业顿时成了文具行业拓展新方向，如此巨大的市场，让越来越多文具厂家趋之若鹜。

近年来的大大小小的礼品展中也不难发现，文具企业也突破了传统的文具展会思维，已经和礼品展会建立了密切的合作模式。礼品市场更多的是寻求新奇特，而近年来的文具设计造型真好迎合了这一特点。流行元素总是来得突然又走的快速，在如此趋势下，文具行业要如何凸显优势、规避劣势，就显得尤为重要。

文具产品若想在礼品行业“生根发芽”，提高产品的质量和产品的设计感十分重要。把握流行趋势，结合行业特色，才能给文具行业带来新经济。受绿色环保理念的影响，继是环保文具横空出世后，环保理念也逐渐走入礼品行业，越来越多的礼品公司打出了“绿色文具礼品”的口号，强调产品的健康概念。健康文具礼品，无疑是礼品市场上的赢家。礼品需求的大趋势一旦形成，选择健康文具礼品、享受健康生活新境界，将深深影响着后续市场主流。此外，越来越多的超市、连锁商店的积分排名榜上出现了文具产品。与动漫、卡通等行业的有机结合，也必将为文具礼品市场进行一次更大维度的拓展。

开拓新渠道销售和开拓新品一样，都是文具厂商选择行业突破的一个途径。相信在未来文具发展中也能与越来越多的行业共创新高机。

消费者愈加注重产品设计

不可否认，中国现在是一个消费升级的时代，过去消费者可能停留在对产品质量、服务上的重度需求，对产品设计的重视还不是特别明显。但最近五年来，消费者对产品的外观设计和理念上的设计都是越发的重视。

文具产品设计可以有三个元素变化吸引买家，外观设计、功能特点、科技含量。大多数的文具制造商只在产品外观上设计较多的功夫，一方面是成本节约，在节省成本的条件下实现产品创新升级。另一方面，这能结合当下流行元素，满足消费者对时尚前卫的视觉文化需求。乐普升文具认为好的文具设计是拿掉Logo后，仍然具有品牌的独特

性，辨识度。好的产品要体现在技术和工艺等实用性元素上面，而不仅仅是外观，因此满足文具的基本功能是多文具生产商的基本。尤其是当前，环保元素越来越受消费者欢迎，采用环保材料的文具产品生产，不仅能满足消费者对文具产品的需求，更能进一步满足消费者对环保消费的追求。

同质化的办公文具在市场竞争中获取的利益不大，低价格的竞争也让无法让厂家获利，文具厂家想要突破瓶颈，就要想方设法提高产品价值。在文具生产上，我们不光要能做低价生意，也要能通过设计和品质做昂贵的买卖。

打造中华民族的“酵素工厂”

贝发集团引进国际原创技术生产 PAC 酵素桶对抗亚健康



X-SUNTM

開啟未知領域的密碼TM

PAC (Product of Aminocarbonyl reaction of Component Plants)

定义：抗氧化植物提取物。PAC 生命科技研究中心成立于 1989 年 3 月，中心落户于瑞士首都苏黎世，由瑞士生物技术专家 Daniel Piaget 博士创立。目前拥有一个来自全球 5 个国家与地区组成的大家庭，研究方向包括系统生物学、应用医学、病原基因组学等。已申请了 7 项专利，中心科研人员共发表论文 6 篇，论文分别发表在 Nature、Science、Nature Genetics、Nature Biotechnology、Molecular Systems Biology 等国际重要学术刊物上。

PAC 健康因子（包括抗氧化因子、抗酸因子、生分因子、平衡因子、还原因子及活性因子）具有以下功能：
水质改善：通过分解水中的有机物与矿物质达到平衡酸碱性，增加矿物质颗粒，分解水分子团的效果。从而将普通水变成弱碱性、抗酸化、小分子矿物质水。

改善土壤，通过分解土壤中的大分子有机物，从而增强植物的新陈代谢，促进光合作用，产生抗菌物质，抑制有害微生物繁殖，产生有益物质防治农作物的各类病害。

改善空气，通过分解空气中大分子有机物，从而起到净化空气的作用，使甲醛等有害物质得到有效的分解。

提高免疫，通过分解原理去除或抑制病原微生物和有害物质，增强人体吸收功能和抗病逆功能。

媒体广泛关注
民族酵素

为什么酵素被形象的称为“生命要素”？因生物体是由细胞构成的，每个细胞由于酶的存在才能表现出种种生命活动，体内的新陈代谢才能进行，而酶是人体内新陈代谢的催化剂，只有酶存在人体内，才能进行各项生化反应。当今科学界对酵素与健康的关系，已形成统一的认识——身体酵素越多，越健康，越年轻，酵素就是生命。

——中国新闻网

据资料显示，全民对健康的关注度已经达到了一种前所未有的高度，这即得益于生活水平的逐渐提高，也与当前不断恶化的生活环境和与健康不规律的饮食相关。为了提高人体健康生活指数，推动我国健康事业的发展，国内涌现出了一些高品质具有健康元素的产品，譬如，在国际先进技术条件下产生的 PAC 酵素桶。

——搜狐网

专家介绍，PAC 酵素桶采用瑞士 PAC 生命科技研究中心研发的健康还原因子技术研制而成。该技术能够从多种植物细胞中提炼出 PAC 健康因子，包括抗氧化因子、抗酸因子、生分因子、平衡因子、还原因子及活性因子等。这些因子不仅有益于人体健康，还能够改善人类生存的环境质量，为人们营造一个绿色、健康的生活乐园。

——新华网

所谓 PAC 酵素桶，就是一种由 PAC 健康还原因子技术制作而成的桶。这一技术是由瑞士 PAC 生命科技研究中心研发，经过德国、日本等国家实践应用的检验而被推广开来的。如今，PAC 健康还原因子技术已经引进中国，打造出了像“神域日光”这样的知名品牌。经过实践测试，“神域日光”酵素桶具有对身体各器官的健康起到保护作用、抵御病毒入侵，有效改善亚健康状态和肠胃等功能。

——网易新闻

近日一个“日本神桶”被传媒网络炒作的沸沸扬扬，其中有几个问题值得大家深思，首先这号称“包治百病”的“神桶”为何被传得神乎其技？其次这些“三无神桶”为何卖到脱销？第三，酵素究竟对人体又有哪些益处呢？

酵素工艺历史悠久

酵素是指具有生物催化功能的高分子物质，也就是我们说的酶。我国传统酵素食品历史悠久，我们的祖先为了生存和发展，很早就发现了利用微生物的发酵作用可以提高食物的味道、储存时间等，创造了一系列的发酵工艺和发酵食品，曾影响着日本、朝鲜等国家。我们现在的食品大约有三分之一是发酵食品，从酱油到醋，从馒头到面包，从酸奶到茅台，不论家庭、食堂和餐馆，也不论是主食、副食、饮料，几乎都离不开酵素。在公元前三世纪，古代中国人便开始食用混合蔬菜发酵食品即酸菜。中国传统酵素食品有着非常丰富的内涵，其种类之多，方法之妙在其他国家都是罕见的。

酵素养生风靡于世

现代酵素养生是 1985 年爱德华贺威尔博士首先提出。他发现酵素与人类寿命及健康有着深度的联系，各国才开始重视酵素食品的摄取，并热衷酵素食品的养生。生化博士林明照先生以酵素为题登载于报，主题为《酵素不足保养治病大折扣》。他说体内酵素媒介不够时，营养、药品、运动效果无法发挥。美国自然疗法博士亨伯特圣提诺说：人体像灯泡，酵素像电流，唯有通电后的灯泡才会亮，没有了电，我们有的只是一个不会亮的灯泡而已。他甚至认为，没有酵素，就没有生命！

随着人类对酵素的发现与重视，酵素相关的产业得到迅速的发展，近年来，酵素食品风靡于日本、韩国、台湾以及欧美发达国家。酵素食品在日本、台湾已经发展成相当成熟的产业。形态丰富、多样的酵素类产品让食用酵素成为了日本、台湾等国家、地区公认的健康习惯。在日本，每天有超过 2000 万人在服用酵素产品，这或许也是日本人体质不断增强的一个重要因素。特别是近期诸多媒体报道《中国男性身高矮于日韩，体质连续 25 年下降》，值得国人深思！酵素在欧美也开始盛行，如率先成为酵素产品的受益者——前美国总统布什、西德总统魏斯拉克夫妇及影星史泰龙都是酵素的忠实信徒。这些发达国家与地区盛行食用酵素的养生之道，认为可以增进美容、减缓衰老、活力常生。

酵素——还原身体年轻态

那么酵素究竟有哪些功能呢？由于酵素在中国市场的发展目前存在两个障碍或误区。首先，人们对酵素食品的认识与酵素养生概念还非常陌生，仍然处于初始认识阶段；其次，一些酵素经营者为促进销售，对酵素的功效夸大宣传，甚至包装成能治百病的灵丹妙药，这无疑给潜在消费者带来诸多疑虑，进而对酵素行业产生信任危机。其实酵素不是药，它没有副作用。酵素是先天就有的东西，在人体的唾液、眼泪、血液中都含有，权威部门确认：酵素完全体现了“应用平安、效果确切、质量稳定、运用便捷”四大特点。酵素到底对人体有什么作用呢？

分解作用——把摄入的食物分解、消化，成为容易被吸收的物质，促进体力迅速复原；整理体内环境，净化血液，改善体质——分解、排除废弃物，使血液变成弱碱性；抗炎、抗菌作用——输送白细胞，促进白细胞的功能，提升本身的自愈能力；抗肿瘤作用——与药物、营养剂并用，增强药效，相辅相成，并减低副作用；预防严重落发、白发、头皮屑；人体的卵子与精子内就有酵素，由这些酵素促进精卵结合受精，促进生殖机能；生成解酒酶，防宿醉；还是不喜欢吃青菜水果的儿童最好的营养、能量来源。

有中国特色的酵素桶

网络流传的“日本神桶”经过检测证实是通过走私等非法渠道的“三无产品”，应当引起广大消费者的警惕。但所谓的“日本神桶”能卖到脱销，却从另一个侧面反映了消费者已经认识到了酵素对人体的益处，只是不辨真伪。其实，我们身边就有一款本土民族名牌——中国保健协会副理事长单位贝发集团采用国际原创技术生产的 PAC 酵素桶。

它沉淀了中国传统酵素工艺，并引进瑞士还原抗氧化技术，其发酵工艺技术引领潮流，与普通产品及进口酵素桶有着本质区别。它如同一个强大的酵素工厂，可以源源不断地制作各种营养酵素，安全可靠。

PAC 酵素桶能加速形成水果酵素。普通方法做水果酵素需要 200 天，PAC 酵素桶只需 4——6 天即可完成，它能有效降低食品腐烂速度，促发水果酵素生成。同时也能降低腌菜、泡菜、酱菜的制作时间，保持腌菜的新鲜颜色，有着神奇的营养保鲜功能。

其次，它能比普通纯净水制作成活性还原水，使水变醇和，此水泡茶、泡咖啡更加美味，此水插花可延长花草鲜度！

再次，它能长期储藏干货、水果、茶叶、谷物，使其不易变质，防止酸化！

PAC 酵素桶能轻松补充人体每天所需的酵素，目前已在江浙沪地区掀起了一轮酵素食品热潮，作为本土民族名牌值得广大消费者信赖。

（摘自：中国保健网）



留个缺口给别人，留出空白给自己

资金管理部 闫晶

贝发的企业文化理念短小精悍，富有哲理，读起来朗朗上口，而文化理念的作用在哪儿呢？说到底，恐怕在于提高企业的品位、提升员工的素养。其中人生价值理念中的最后一句：成全别人就是成全自己，让我更深刻地领悟到做人的意义。

人和外境是不可分的。没有人可以孤立存在，个人再强大，能力也有限，没有人能做完所有的工作，只有分工明确，形成体系，把自己融入到团队里面来，力量才是无穷的。要形成优秀的团队，必须团结，因为大家是“一家人”，最让人感动的总是那些工作中平凡的一天，知识需要积累，经验一样需要积累，平凡的每一天让我们积累起来就是伟大的成就；其次人要学会谦卑，给自己的心空出一片天地，与人相处要学会学习，学会包容、谅解。那是因为每个人的进步，都需要别人的关心和帮助，团队成员间要多为对方改变，不能包容，就兼容，不能理解就谅解，这样你会发现每个人原来可以做得更好。事实上，每个人一点点的进步带来的都是整个团队的飞跃，反之，一个人总是在骄傲自满中，又如何会进步，生命中的每一天，除了羡慕、嫉妒、恨……给自己还能留下些什么？给团队带来的除了负面影响还能带来些什么？如果大家都不经心，换来的则可能是整个团队的消亡。

有一次，一位著名企业家在作报告，一位听众问：“你在事业上取得了巨大的成功，请问，对你来说，最重要的是什么？”企业家没有直接回答，他拿起粉笔在黑板上画了一个圈，只是并没有画圆满，留下一个缺口。他反问道：“这是什么？”“零”。“圈”/“未完成的事业”/“成功”，台下的听众七嘴八舌地答道。他对这些回答未置可否：“其实，这只是一个未画完整的句号。你们问我为什么会取得辉煌的业绩，道理很简单：我不会把事情做得很圆满，就像画个句号，一定要留个缺口，让我的下属去填满它。”

留个缺口给别人，并不说明自己的能力不强。实际上，这是一种管理的智慧，是一种更高层次上带有全局性的圆满。没有人的能力能强大到完美，任何阻碍在强大的团队中，你最终会越过，或者把它们转化成另外一种培育你的力量。

让我们学会把心来，不去为一个小小的职位、一份微薄的报酬，甚至是他人一些闲言碎语、一个不屑的眼神而怒发冲冠，要以平静淡泊的心态去面对种种荣辱得失和情仇恩怨。让我们学会珍惜剩下的日子，珍惜现在和未来，珍惜身边的人和事，当你真心付出、传递爱的时候，你会发现自己是那样的快乐。要学会感恩，感恩身边所有的人，感恩企业、社会。感恩我的父母给了我生命，感恩我的老师给了我知识，感恩我的朋友给了我成长经历，感恩我的领导给了我工作的支持与信任，感恩我的同事给了我帮助，感恩我的竞争对手让我认识了自我，也让我知道了如何去面对人生的坎坷，感恩企业给了我工作的机会与展示平台，感恩那些陌生的行人和所有与我擦肩而过的人，是他们让我觉得我不孤单，让我必须走得更快……

世界是自己的。一个人经过不同程度的锻炼，就获得不同程度的修养、不同程度的效益。好比香料，捣得愈碎，磨得愈细，香得愈浓烈。我们曾如此渴望命运的波澜，到最后才发现：人生最曼妙的风景，竟是内心的淡定与从容……孟子说：“爱人者，人恒爱之；敬人者，人恒敬之。”生命就像是空谷回音，你送出什么，它就送回什么；你播种什么，就收割什么。你给予什么，就得到什么。只要你付出了，就必定会有收获，只不过是时间早晚而已。



幸福感

包装公司 陈霞

我们总是在感叹，生活给了我们太多的压力和无奈，我们过得不幸福，我们总是在感怀，如果我有那么一点就一定能怎样怎样，我们过得不幸福。其实，我们应该想着：我已经拥有了什么，拥有的便是幸福。

和同事们相聚，吃着热腾腾的食物，虽然不是珍饻海味，但气氛融洽，感情真挚，这就是幸福感；看着手机里传来孩子“妈妈、妈妈”的稚嫩呼唤，这就是幸福感；回到家，见老公正在卫生间通马桶，他说，你回来得真及时，马桶修好了，这就是幸福感；同事将捡拾的金手链物归原主，在正能量氛围中工作，这就是幸福感；忙碌工作的间隙，为自己泡上一杯充满糯香的茶叶，这就是幸福感；一句玩笑话，一首好听的歌，一声生日的祝福，这就是幸福感。

幸福感，其实来得很容易，就看你如何体会。将心放大放宽，幸福就会来敲你的门。



滴水 dīshuǐ 藏海

禅中悟道受启发

- 1、不懂装懂是聪明，懂装不懂是智慧。
- 2、示弱而不逞强，示拙而不逞能。
- 3、忍人之所不能忍，方能为人之所不能为。
- 4、身做好事，言说好话，心存好念。
- 5、大悲无泪，大悟无言，大喜无声，大爱无言。
- 6、君子相交，随方就圆，无处不自在。
- 7、智者不锐，慧者不傲，谋者不露，强者不暴。

读懂自己

能读懂寂寞的人最不寂寞，
能读懂孤独的人最不孤独，
能读懂忧郁的人最不忧郁，
能读懂痛苦的人最不痛苦；

能读懂爱的人最会爱，
能读懂快乐的人最快乐，

能读懂幸福的人最幸福。

读的最高境界是读出灵魂，把被读的生命与自己的生命读在一起。

读懂自己，读出灵魂。

法务专栏

电子商务法立法启动

根据十二届全国人大常委会立法规划，电子商务法被列入第二类立法项目，即需要抓紧工作，条件成熟时提请常委会审议的法律草案。

近年来，我国电子商务蓬勃发展，市场规模迅速扩大。据统计，2012年，我国电子商务交易额达7.85万亿元，同比增长30.8%；网络零售额超过1.3万亿元，占社会消费品零售总额的6.3%；电子商务服务企业直接从业人员超过200万人，间接带动就业人数超过1500万人。根据有关部门和专家分析预测，到“十二五”末，我国网民总数将达7亿人，电子商务交易额、网络零售交易额将分别增长至18万亿和3万亿元以上，我国将成为全球规模最大的电子商务市场，电子商务产业将成为最具发展潜力、最有国际竞争力的产业。

近年来国家有关部门出台了一系列政策法规，如全国人大常委会先后审议通过了电子商务法、关于加强网络信息保护的决定。国务院办公厅出台了关于加快电子商务发展

的若干意见。国家发改委、国务院信息办发布了电子商务发展“十一五”规划。工信部发布了电子商务“十二五”发展规划。商务部先后发布了关于网上交易的指导意见、关于“十二五”电子商务发展指导意见等。国家工商总局发布了《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》。同时，电子商务市场主体制订的“网规”，也为立法提供了丰厚的实践标本。

联合国国际贸易法委员会先后通过电子商务示范法、电子签名示范法、电子合同公约。目前已有30多个国家和地区制定了综合性的电子商务法。目前我国电子商务领域仅有的法律是电子签名法，这部法律解决了电子签名的合法有效问题，但该技术未能与全流程电子商务有效衔接，并未解决电子商务交易环节的重大问题。近年来，在电子商务特别是在C2C领域，交易主体真实性、假冒伪劣商品、消费者权益保护、知识产权保护、个人信息安全等问题比较突出，规范市场、加强监管也迫切需要制定电子商务的基本法律。

(来源：中国人大网 2013-12-30)

官方微博：贝发集团微博

官方微信：beifa group

官方微博二维码

官方微信二维码