

## 搞定人，搞定事；搞定事，培养人



5月4日，集团营销副总裁陈淳雄从广交会上回来，满脸喜悦。这一期广交会与往届不同的是，中国文具商品交易中心首次独立亮相，与供应商联合参展，真正

体现了中国文具供应链服务平台的价值所在。虽然本届广交会客源没有历届客流量大，但本次集团所采取的参展策略吸引了大量的客商，展位设计新颖，产品品类齐

全，系列新产品纷纷亮相，9大供应商同步参展，营销人员兢兢业业，商务部外贸司江副司长给予高度评价，这一切，都是陈副总满脸喜悦的来源点，但真正发自内心的，还是基于集团内部的转变。

邱董事长说：“搞定事，培养人。”

曾有那么一段时间，产能不足，交期不及时，产品质量不稳定，订单不敢接，员工满腹抱怨，导致在那一段时间内，管理变得混乱，人心变得不稳，利润开始下滑……

这一切原因，基于人，基于文化。邱董事长说：“搞定人，才能搞定事”。

于是，一场变革从上向下开始全面爆发，梳理管理职责，梳理关键岗位，把重要的人放在重要的位置上，把一切负能量从集体中剥离，员工成长计划全面铺开实施，集团上下以“人”为本的火花瞬间蔓延，当所有的正能量全面传递，当人心感受到温暖，当一切基于员工利益为出发点，变化一点点呈现；管理慢慢理顺，产能开始恢复，出货开始准期，人心开始喜悦，红火火的场面遍布每个角落，员工们不辞辛苦，加班加点，有些人甚至把家属带到了现场一起努力，领导们亲力亲为，与大家一起来到凌晨，整车整车的货物不

断的运向港口，订单一个个在实现，人心定了，事情就都搞定了。

“崇尚以人为本，塑造活力团队”，从中国制笔城建成的那一刻，这一核心理念就牢牢的刻在了墙上，刻在了贝发集团的整个文化体系中。

加速人的培养是邱董事长给所有领导者下的死命令，2014年，《员工成长计划》实施是每个中心、每个部门核心指标，以人力行政中心牵头，全面加速人的培养是贝发集团最重要的目标之一，让每个人都在贝发搭建的平台找到自己的目标，让每个有目标的人都有实现的机会，让每个人的理想在贝发照进现实。“只有孩子成长了，家族才能强大”，企业也一样，只有员工成长了，企业才能更辉煌，事情理顺了，人才成长了，才是贝发集团发展的最大期望。

也许，过程会繁琐艰辛，但结果一定会出人意料。

全体贝发人，一起努力吧，向前一步，让理想照进现实！

### 中国工程院院士王一德 莅临集团调研

5月9日，中国工程院院士、太钢董事会规划委副主任王一德莅临集团调研指导。王一德院士在深入考察完贝发集团研发技术后，对贝发集团近年来对文具行业付出的努力与做出的突出贡献表示赞赏。特别对贝发牵头的国家科技支撑计划项目“笔头材料及其制备技术研发与产业化”做了详细的指导交流。表示，贝发在面对国家科技支撑计划项目时，一定要高度重视、积极调研、加速研发，要做好产学研的协调，要让科研工作与市场化接轨，这样才能加快与保证项目的圆满完成。

王一德是1938年出生于浙江省杭州，1968年毕业于北京钢铁学院研究生毕业，曾任太原钢铁（集团）有限公司总工程师，现太原钢铁（集团）有限公司董事会规划委员会副主任，2005年当选为中国工程院院士。王一德长期工作在工程技术第一线，为中国不锈钢、电工钢事业和轧钢技术的发展做出了重大贡献，是该领域的优秀工程技术专家。

### 第十届深圳文博会 盛大开幕

第十届深圳文博会于今日盛大开幕，贝发集团展馆人气爆棚，受到安徽省宣传部曹征海部长重视，14日曹部长巡展到中国文具产业园区展位，对示范区建设及发展情况进行了询问，并表示下次将再次亲临示范区现场。

文博会是由国家文化部、商务部、国家新闻出版广电总局、中国国际贸易促进委员会、广东省人民政府和深圳市人民政府联合主办的中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）作为中国唯一一个国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会，以博览和交易为核心，全力打造中国文化产品和项目交易平台，促进和拉动中国文化产业发展，积极推动中国文化产品走向世界。

### 图片新闻

### 商务部外贸司副司长江伟 考察集团广交会展位

2014年5月3日，商务部外贸司副司长江伟莅临贝发集团广交会展位考察指导工作。江司长详细询问了展位的情况，面对贝发琳琅满目的新品时，他赞不绝口，特别是陪同人员在使用过贝发三角笔以后，对贝发笔书写的流畅性能爱不释手，江司长表示：“贝发的创新能力、研发能力和制造能力令人称赞。”

江司长还重点了解了贝发近年来转型升级的主要应对措施，以及自主品牌培育方面的想法和举措。对贝发集团积极打造中国文具供应链，实行行业抱团合作、上下游分工协作，共同做大做强“行业蛋糕”的创举表示赞赏。

江司长表示：文具供应链平台是文具产业发展的创新模式，对推动民族文具产业的持续稳定发展具有重要借鉴意义。



中国轻工工艺品进出口商会副会长张杰陪同参观指导！

### 深入一线体验员工生活

### 全心全意构建和谐企业



陈总对在高温天气依然坚守岗位的职工给予肯定，并表示当前外贸大环境并不景气，对面临的困难要有充分的思想准备，要树立发展信心，坚定发展信念，加强开源节流措施，提高企业利润；要持续提高产品研发力度，不断提升产品的性能和质量，提高产品的市场竞争力。

陈总还特别针对员工生活问题展开研讨，推出了系列提高员工福利待遇的举措。从五月开始集团增加了全体员工餐补，让员工真切地感受到贝发大家庭的温暖。他要求各管理部门要努力为员工办实事、做好事、解难事，服务工作要贴近基层、贴近实际、贴近职工，真正让员工与企业同命运、共呼吸，希望贝发人能凝心聚力，共促企业大发展！

5月21日，贝发集团总裁陈正德深入贝发中国制笔城各大车间慰问生产一线的员工，视察各产品线，体验一线劳动环境。



## 加强自主创新 促进成果转化

# 知识产权成贝发重要竞争力

目前的传统加工企业分为两类，一类是 OEM 制造为主的贴牌生产基地，被动接受技术和遵循技术标准；另一类是以原始自主创新和遵循技术标准，主动输出创新技术和引领技术规范，贝发集团显然是后者。多年来，贝发集团正是遵循不断创新的理念，在知识产权发展的浪潮中扬帆起航。

2012年7月20日贝发集团顺利下了中共十八大独家供货协议，这标志着贝发文具正式成为十八大独家制笔供应商，也标志着这款完全拥有自主知识产权的贝发产品获得了国家领导人的肯定！

2014年4月17号，全国人大常委会副委员长、民建中央主席陈昌智一行来到贝发集团中国文具商品交易中心参观指导，陈昌智副委员长充分肯定了贝发集团知识产权的建树成绩，表示：“产权专利已成贝发的重要竞争力。”

这种肯定与褒奖的背后，是贝发集团一直以来对知识产权工作的努力与重视的结果。

作为国内文具龙头企业，贝发集团是目前国内最大的集文具研发、生产、销售和商贸服务于一体的企业。产规模连续十年居全国同行第一、全球行业第三。贝发致力于推动科技进步，实施品牌创新战略，近年来，为保持企业可持续发展，实施“三轮驱动”发展战略模式：一轮主营业务，以一个中国文具供应链运营服务平台，四个中心为重点，经营三文产业，继续做大做强文具供应链综合运营服务平台。二轮商业模式创新，通过E商务+体验店+贴身服务+供应链物流+微公司业务模式进军中国高端礼品市场；三轮是国际原创技术，以PAC生命科技为核心，努力

开启未知领域的密码。

### 立足战略高度，强化产权体系

为贯彻党中央、国务院关于实施国家知识产权战略、建设创新型国家的重大战略部署，按照国务院国资委对中央企业自主创新和知识产权工作的要求，在国家、省、市知识产权局的指导和大力支持下，贝发集团以“激励创新、引领未来、有效运用、和谐发展”的产权方针，通过持续的知识产权建设和摸索，在企业内设立专门的知识产权管理部门，聘请知识产权律师事务机构作企业顾问，为企业发展壮大保驾护航。

从1996年开始，贝发积极成立知识产权领导小组，设立知识产权科，制定《专利工作管理制度》、《知识产权管理规定》、《商标管理制度》等各类涉及知识产权工作制度二十余条，在ERP系统中设立知识产权管理平台，形成知识产权管理网络体系，同时积极探索知识产权保护机制和方法，建立知识产权预警应急机制，完善知识产权保护体系。不断加强职工知识产权的教育和培训，强化知识产权意识，在集团制定了实施宣传普及及知识产权法规的规划，并将知识产权培训纳入集团的培训计划。这些行之有效的系统性的知识产权管理制度体系建立，夯实了知识产权管理工作基础，为贝发实现产权创造、保护和管理提供了基本保证。

### 承担行业责任打破技术垄断

集团现承担国家火炬计划项目3项，国家重点新产品2项，获得省、部级、科技进步奖7项。2011年，为解决国内制笔行业核心技术国产化问题，贝发集团积

极响应党和国家号召，主动承担中油墨水的研发与产业化、笔头材料及其制备的研发与产业化两个项目，为打破笔类产品重点技术海外垄断、实现关键技术国产化，促进行业核心技术根本性转变不遗余力。

目前贝发平均每三天开发一款新产品、每三天申报一项新专利，每年有100余款新产品问世，专利产品销售占总收入的65%以上，专利申请量年增长近35%。贝发集团已在欧盟、北美、南非等全球73个国家注册了商标，并屡获美国 Staples 和 OfficeDepot 公司颁发的“全球产品创新奖”。贝发自主研发的多项产品荣誉中国设计领域“奥斯卡”之称的红星奖，研发的产品作为北京2008年奥运会国礼赠送各国元首，还在国际国内获得了大小奖项数百项。贝发在自主知识产权的创新、研发和保护运用中取得了显著成效。

2010年，贝发集团被评定为“全国企业知识产权示范创建单位”；2013年评为“第一批国家级知识产权示范企业”，集团目前共申请专利2252件！

### 率先海外维权赢得国际尊重

贝发集团还率先带领中国文具企业取得海外维权的首起胜诉。2004年，贝发在内的12家制笔企业在美国遭遇了首起“337”知识产权案，贝发集团充分利用法律手段，巧妙运用国际贸易争端机制，组织力量积极应对，率领行业主动维权，经过半年多的努力，美国世平公司撤回对贝发的指控；2010年，历时四年的“HY1014 荧光笔”外观设计侵权案告结，裁定欧盟知识产权内部市场协调局和德国 Stabilo 公司败诉，向贝发集团进行相应赔

偿。据统计，自2009年起海关知识产权保护备案案，海关查处的贝发被侵权案件达到20多起，查扣的侵权产品数量累计达到700万支以上。其中，2013年年查获5起，涉案数量达到150多万支。

贝发集团积极维权，不仅为贝发集团国际营销战略奠定坚实基础，更维护了我国文具出口在国际市场的贸易利益，提升了行业应对国际贸易摩擦的能力，增强了我国文具行业的知识产权意识，赢得了国际尊重。

### 推进产学研合作注重成果转化

作为“第二批国家创新型试点企业”，如何能够利用贝发已有的产权专利、研发技术与市场资源，在提升贝发品牌价值同时，实现各项专利成果的转化，真正让产权专利与市场接轨，开出效益之花，使其不仅为贝发创造效益，而且可以为整个行业的进步服务，是贝发如今在不断思考、实践和升级的新战略篇章。

目前，贝发正长期大力推进产学研合作，联合外力“华东师范大学设计学院”成立了“外形结构设计中心”，在美国芝加哥大学设立了“文具创意中心”创新产出成果显著。并与瑞典皇家设计学院、芬兰赫尔辛基设计学院、宁波大学、浙商联合会建立了全面产学研合作关系，通过创新产学研合作机制和模式，实现了企业、学校和协会的资源优势组合，取得了一批批创新成果，为地方经济发展注入了活力。

通过持续努力，贝发集团的知识产权成果转化率达70%。未来，贝发将继续加大知识产权转化力度，充分利用知识产权成果为企业的可持续发展提供助力！

## 工会新闻

### “争当好员工、奉献中国梦”演讲比赛



2014年4月24日下午，小港街道总工会在高塘社区举办“争当好员工、奉献中国梦”为主题的演讲比赛。小港街道党工委李国东、街道总工会主席方杏仁等6位领导出席了本次比赛并担任评委。公司员工武思浓参加了此次比赛，并获得优胜奖。

### 集团工会积极参加街道运动会并取得优异成绩



为活跃职工业余文化生活，提高职工身体素质，培养职工团队精神，5月18日，小港街道总工会在江南中学举办了首届企业职工趣味运动会，共有25个单位400余名职工参加了本次运动会。

贝发集团工会率领20余名运动员参加了欢乐蹦蹦跳、同舟共济、心心相印、摸石头过河等四项接力赛；同时还参加了跳大绳、拔河两项团体赛；在比赛中贝发员工齐心协力、团结协作，夺得了团体总分第一名的好成绩。

## 行业新闻

### 文具消费趋向简约化

每到学期开学时，市场上总会冒出不少“萌”而花哨，且功能强大的文具，来抓住学生们的眼球。

不过，记者近期走访市场发现，文具市场这类“萌”系特色的文具上柜率下降，而清新文艺又简约实用的办公用品开始占据市场。

#### 萌系文具渐失市场

“你平时买的笔都这么贵啊？”汉口育才路一家文具店内，一位家长对自己孩子选择的文具感到意外；这位高中生模样的学生，挑了一支15元的水性笔。

记者凑近看了看，这支水性笔样式精炼，并不像一般学生喜欢的动漫萌系文具。家长张女士说，没想到现在高中生喜欢这种办公风格的文具。

店内营业员也告诉记者，以卡通动漫、明媚花哨为主体的文具，在店里所占的份额正在慢慢减少，货架上七成左右的文具都是简约清

新的办公风，“既有年轻人喜欢的时尚文艺元素，又有办公用品的简约实用风格。”

专营文具批发八年的丁老板告诉记者：“主要是高中生大学生开始喜欢这类风格的文具，加上公司企业的消费需求，也越来越年轻时尚，这类简约化文具的市场才慢慢变大了。”

#### 双栖文具占据主流

在汉口崇仁路轻轨站，临街一排门面全是文具店，几乎每家经营的文具品牌都有数百种。开店七年多的祝阿姨说，过去盯着学生卖文具，什么可爱就卖什么，现在不行了，用起来舒服，简单又有质感的“双栖”文具更受欢迎。

祝阿姨说，“现在大学生和高中生才是消费主力，都是有个性、有品位，加上公司白领要求更高。”祝阿姨说，比较起来，纯萌系花哨文具的消费者越来越小，市场消费的主力人群明显更偏爱这类“双栖”文具。

在下一个小时的采访时间里，祝阿姨做成了五笔生意，其中只有一单可爱风的本子，另外四单都是简单时尚的签字笔、资料夹、笔记本、书报夹等“双栖”文具。

#### 市场分工更细更专

文具市场的这种消费变化，在丁老板看来并不突然：“消费需求在变，市场越分越精细，也越来越专业。”她告诉记者，过去文具品牌千余种，但质量参差不齐。近几年淘汰之后还剩下百余种，这些都是根据消费需求变化来调整风格的。

市场占有率最大的文具品牌得力文具，近日就从单纯的文具供应转向办公用品的整体解决，“所有办公用品一起上，上下左右全吃，这也是市场分工越来越专业的体现。”丁老板补充道。

不过，业内人士提醒，无论如何转变，文具外观靓丽与品质健康仍是其畅销市场最基本的保证。

## 115届广交会后话：绿色、创意文具将成文具展“常青树”

文具行业可以说是中国轻工业产业发展中发展最迅速、最完善的一个行业。近年来，文具行业正在掀起一股崇尚健康环保的绿色风尚，时尚多功能文具已经成为礼品展上的“常青树”，越来越受买家的追捧。从近期的115广交会上也可以可见一斑。

#### 创意文具层出不穷

广交会作为中国对外开放的窗口，是外贸企业获得海外订单的重

要平台，在当前外贸“寒潮”未退的背景下，企业将更加精力聚焦于自救，其参展意愿颇为强烈。在展会上我们不难看到有很多文具厂家纷纷展示独具特色的文具产品，作为新品的展示，创意文具已经不是第一次被关注，近年来，拥有时尚造型、产品多功能的文化用品被诸多商家所关注。随着消费者对文具产品要求提高，创意文具、特色文具的应运而生就足以说明。

#### 绿色产品大受关注

据有关数据统计，77%的美国人表示，企业的“绿色”形象会刺激他们的购买欲；94%的意大利人表示，在选购商品时会考虑“绿色”因素。而国内一项调查则显示：53%的受访者认为环保产品在中国市场的价格偏高，但仍有71%的受访者表示愿意多花10%的经费购买环保产品。在诸多环保产品中，绿色、环保文具颇受市场欢迎。绿色环保文具的备受关注也让不少参展商纷纷打出绿色品牌，以“招揽”观众。





## 贝发以创新型逆势中获得新机遇

中国第115届广交会落幕。作为国内十大外贸城市，宁波有1350家企业参展。当前外贸增速下降，影响因素复杂而且不断变化，作为宁波乃至中国三大经济增长动力之一的外贸走势如何颇受关注。有着中国外贸“风向标”和“晴雨表”之称的广交会又传递出了什么样的外贸新动向？日记者对参展企业和相关人士进行了采访。

业内专家指出，当前外需并不稳定，复苏缓慢，宁波外贸仍需在供应链、产品结构和成本压缩等多个环节培育新的竞争优势，才能找出一条可持续的发展之路。

### 企业创新收获满满

尽管大会总体成交呈现疲态，但部分企业在外贸领域注重创新发展，以创意设计、商业模式创新等推出新的外贸服务和产品，抓住了买家的核心需求，也收获了订单和信心。

在本届展会上，不少外贸企业想方设法增强对当前贸易逆势的产业能力。贝发集团股份有限公司展位外墙上，展示着该公司遍布全球100多个国家和地区的销售网络，向客商展示其独家搭建的中国文具商品交易平台，可以为买家提供全品类一站式的采购服务。这也赢得了买家的

“芳心”。贝发集团营销副总裁陈淳淳告诉记者，贝发在这届展会上共与12个大型买家达成了合作意向，这些买家已经将其采购商品种类、价格、现有中国供应商的情况等资料传给了贝发，接下来将按照买家的需求进行产品打样、报价和接洽。“这些大买家每年的采购额都至少在200万美元以上，有些甚至达到上千万美元。如果能长期合作，贝发的出口额将出现爆发式增长。”陈淳淳对未来前景充满乐观。

用工成本增加和招工难，导致报价提高和竞争力下降也是众多出口企业的难题。但宁波好特

富工具制造有限公司却信心满满。该公司总经理徐勇向记者介绍，早在3年前，好特富便基本实现了产品全自动化，既大幅降低了人工成本，也提高了工作效率，确保了操作的精确性。“这几款拳头产品一经推出，就为我们带来了100万美元的大单。”据了解，国内目前通过日本工业规格适合认证(JIS)的企业仅有两家，好特富就是其中之一。

受供求关系和宏观经济形势的影响，目前铜价发生窄幅波动，宁波金田铜管有限公司受到的影响却微乎其微。据该公司外销部经理陈通哲介绍，金田与很

多客户合作多年，早已建立起牢固的商业关系，即使铜价发生变化，公司利润也不会受其影响。反而铜价下降了，客户的成本也降低了，购买欲望增强。考虑到市场竞争日益激烈，国家提倡环保绿色产品，金田铜管在市场上推出小口径、瘦高齿内螺纹铜管，换热能效比普通产品提高30%。

广交会展委会发布的信息显示，在本届展会上，品牌展区成交占总成交额的33.98%，拥有自主品牌、设计领先、技术不断创新的高附加值产品成交较好。加快转型升级、培育外贸竞争新优势是今后企业生存发展的必然选择。

——摘自《东南商报》

## 春季广交会喜获大丰收



2014年5月1日到5日，2014年春季广交会第三期在广州举行，贝发作为行业知名企业依旧占据了最为重要的2.2号展馆中20个展位。

此次展出除了贝发原有的办公、学生、促销、环保和QSP品牌外，中国文具供应链平台产品也与贝发产品携手亮相。各供应链的不同文具品类（如胶袋、

书包、剪刀、订书机等）产品，都以中国文具商品交易中心的统一身份联合展出，让客户真正体会到中国文具供应链平台的优势及一站式采购的便捷。

贝发的另一亮点是整体展架方案的推出。新型桌面展架，不同主题系列的落地展架，让零售渠道客户对贝发创新整体展架方案与品牌整体方案有了新的认识。特别是贝发与土耳其客户共同合作开发的两用铅芯产品和全套展示方案，市场反响良好。这些成果都初步验证了贝发品牌在全球市场的影响力逐步加强。

贝发展位里，新老客户络绎不绝，意向品牌代理客户不断增加，贝发同事表示：此次参展不但感受到美国和非中东地区经济复苏势头，更感受到了贝发产品进军全球步伐越发紧密。展会期间，商务部外贸司副司长江伟也亲临贝发集团广交会展位考察指导工作，并对贝发与日俱增的行业推动力与影响力表示称赞。此次广交会，贝发集团圆满完成预期目标！

年年花城相聚，贝发和中国文具商品交易中心，都在努力用新的面貌和成绩表达对这个大型



国际展会和新老客户的诚意。



## 紧锣密鼓促生产

## 未雨绸缪迎旺季 身先士卒保生产



近日，集团未雨绸缪，按预期进入了新一轮的生产旺季，生产压力不断加大。生产工作一直牵挂在大伙心里，上到集团领导，下到普通员工，各单位部门人员都卯足了劲搞生产。



特别是集团领导人身先士卒，带头下车间支援生产，更是振奋人心、鼓舞士气。党委会、营销、财务、总裁办等总经理团队领导亲自动员、深入一线，亲自搬运、打包、组装，做起了生产表率，为贝发全体员工树立了良好榜样。许许多多的贝发人在领导的带动下在车间加班加点，切实提高了工作效率，有效缓解着一线的生产压力。

俗话说火车跑的快，全靠车头带，集团干部的身先士卒、一马当先，充分体现了的集团总经理团队具有不怕吃苦和勇于拼搏的卓越精神。



## 员工带家属进车间保生产

为了不丢失一份订单，确保生产任务的全面完成。近日，各职能管理部门发出了“全身心投入大生产、创造产量新奇迹”的倡议。贝发的大生产场面一派热火朝天，一轮轮生产竞赛高潮在加班车间扬起。不少员工还带着家属下车间，保生产！筑起了保证贝发产能的二道防线。

员工带家属进车间保生产。一方面，让员工家属了解和掌握贝发职工的工作状态，取得家人的理解和支持，解决了员工大后方的后顾之忧；另一方面，家属进车间，与员工同甘共苦，鼓

舞了广大员工的干劲，切实提高了公司生产力。再次，通过员工家属对贝发的认同，让企业文化理念、人文文化进一步得到宣贯与升华，扩大了企业精神和同心文化的传播，真正让员工与企业同甘苦，共命运！

我们由衷地为这些爱岗敬业、勇于奉献的员工们感到骄傲！在这火红的五月，贝发必将用自己的汗水与智慧坚决完成广大客户交给我们的光荣使命！

在此，集团向广大坚守在一线加班加点的员工们表以慰问，您们辛苦了！



# 做新北仑人，筑中国梦

国内业务部 武思浓

“小桥，流水，人家”，提起梦里水乡，最先想到的就是我第二个家乡——北仑。随着城市工业化的进程，在发展经济的同时，给我们赖以生存的环境带来了致命的破坏，成为了笑柄。

十八大以后，省委、省政府作出治污水、防洪水、排涝水、保供水、抓节水“五水共治”的战略决策，发出治水总动员令，要求以壮士断腕的决心限时整治臭河、黑河、垃圾河，保护好老祖宗留给我

们的绿水青山，做新北仑人倡议大家做“五水共治”的倡导者，积极响应政府号召，自觉宣传治水工作；鼓励教职工做践行者，积极为“治水”献计献策、出资出力，贡献自己的一份力量；倡导大家争做引领者和捍卫者，共同推进家乡水环境的保护和整治。

珍惜每一滴水，水是文明之母、文化之源，是民风的真实写照。北仑因水而兴，因水而美。自古以来，水是滋养浙江

文化的源泉。水之美，乃德之美。水脏了臭了，其实是肌体病了，是发展理念和道德文化出现了偏颇；为了发展，以邻为壑，成全小家园，不顾大家园；为了发展，只看经济指标，不看社会人文环境指标；为了发展，不讲科学，以蝇头小利，玷污锦绣环境，对环境的糟蹋，也成为社会的一大公害。凡此种种，皆是在追逐发展之利时道德文化发生了扭曲。

自“五水共治”的号角吹响以来，职工

应开展“小发明、小创造、小革新、小设计、小建议”活动。从车间、班组、后勤开始，我们拿着“放大镜”查找生产过程中的跑、冒、滴、漏等问题，通过工艺改进、技术创新、设备改造等，推动绿色制造、清洁生产。

作为“建设美丽北仑”的监督者，从自身做起，从身边的点滴做起，例如，随手关闭水龙头，废水我们可以用来浇花，……珍惜身边的一滴水，时刻为建设美丽的北仑做贡献。



## 父母之恩，回馈真情

包装公司 陈震

时间总是匆匆，不知从哪一天开始，忽然意识到父母已经年迈，白发阻止不了岁月的脚步，皱纹掩盖不去时间的前行。当我们都已到了不惑之年，孩子渐渐长大的时候，父亲和母亲，这两个世界上至亲至爱的人，却逃不过自然规律的洗礼，缓缓走向了暮年。

该给父母些什么呢？钱？好像他们都不需要，再苦再难的时候，他们也没有向自己的子女诉过苦怨过穷。金钱在他们眼中永远都是够用就行了。有些东西不是可以用钱买到的，比如亲情。礼物？如今的生活越来越好，日子过得越来越惬意，衣食住行的一切用度，好像都不缺少。富贵荣华？这些东西都只是虚幻，生不带来死不去。父母都是实在人，面对生活的不易，早已懂得了珍惜与满足。

对了，该给父母最好的就是孝道！孝道是中华民族的传统美德。孝顺自己的父母，懂得感恩与回馈，是身为子女必须做到的第一位。

对自己的父母嘘寒问暖、关怀备至，将他们对自己的爱转化成更多的亲情，让他们在有生之年，感到更加幸福与快乐。也让这一传统美德在岁月的河流中慢慢流淌，融于血液、融于亲情。

如果父母喜欢游玩玩水，就趁着有时间，带他们多出去走走，趁他们还没有真正老去，趁他们还有体验大自然的心情，带上他们去旅游。不一定要走很远，哪怕只是陪着他们爬一座山、走一座城，对父母而言都是最快乐最欣慰的事，因为有子女陪着，这就足够了。

如果父母喜欢看书记报，也陪着他们一块儿看，聊聊感受与体会，瞬间的亲情交流会是一份难能可贵的记忆。如果父母喜欢劳作，也可以在田间地头，陪着他们一起流汗，感受那么艰辛，更懂得珍惜生活。

点滴的付出，总会在某天变成永恒的记忆。回馈父母，感恩亲情！

滴水 藏海  
dishui

## 人生一张纸

出生一张纸—开始一辈子  
毕业一张纸—奋斗一辈子  
婚姻一张纸—折磨一辈子  
做官一张纸—斗争一辈子  
金钱一张纸—辛苦一辈子  
荣誉一张纸—虚名一辈子  
看病一张纸—痛苦一辈子  
悼词一张纸—了结一辈子  
淡化一张纸—明白一辈子  
忘了这张纸—快乐一辈子  
转发会顺当—幸福一辈子

### 法务专栏

## 用人单位在劳务派遣中的风险防范

当被派遣劳动者的权益受侵害时，由此产生的法律责任如何由用人单位和劳务派遣单位来承担，是许多用人单位颇为关心的问题。业已实施的《〈劳动合同法〉修正案》和2014年3月1日起实施的《劳务派遣暂行规定》对用人单位和劳务派遣单位的责任承担有较详细的规定，但对用人单位的保护稍显欠缺，因此，本文尝试探讨用人单位在劳务派遣用工过程中的风险防范。

### 一、完善劳务派遣合同

《劳务派遣暂行规定》第一款规定，劳务派遣单位派遣劳动者应当与用人单位订立劳务派遣协议，此协议性质上应当属于民事合同。在该劳务派遣协议中，应当明确派遣岗位和人员数量、派遣期限、劳动报酬和社会保险费的数额与支付方式以及违反协议的责任等内容。尤其是在劳务派遣协议中明确劳动报酬和社会保险费的数额与支付方式以及违反协议的责任等内容，将有利于明确劳务派遣单位与接受以劳务派遣形式用工的用人单位的权利义务，从而避免发生争议时劳务派遣单位与用人单位互相推诿现象的出现，从而保护用人单位的合法权益，也有利于维护劳务派遣员工的利益。

### 二、用工单位规范运作

《〈劳动合同法〉修正案》和《劳务派遣暂行规定》都对用人单位合法合规使用劳务派遣员工提出了具体的要求，如需满足“三性”的要求、“同工同酬”的原则、劳务派遣用工比例的要求等。同时，对于用人单位可以将劳务派遣员工退回劳务派遣单位的条件也作了明确而细致的规定，用人单位需要根据相关规定规范的运作以避免出现不必要的法律风险。

### 三、正确选择劳务派遣单位

曾经有用人单位遇到劳务派遣单位错误约定试用期、未与劳务派遣员工签订劳动合同、延迟支付劳务派遣员工工资和社保、违法解除与劳务派遣员工的劳动关系等情形，从而导致用人单位承担相应的法律责任。因此，正确选择劳务派遣单位非常关键，需要综合评估劳务派遣单位的资质、品牌实力、专业能力、管理水平和服务意识。

## 成事之经，贵在活用

难在看懂，停在情绪，慢在依赖，快在承担，赢在跟对，乱在不定，苦在单干，巧在借力，亏在自私，散在随意，错在指责，胜在反省，累在盲目，贵在付出，输在放弃，成在坚持，进在弯曲。

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