

关注人与组织的协同发展

Human
RESOURCES

人力资源

邮发代号:8-214

国内统一连续出版物号:CN21-1485/C

国际标准连续出版物号:ISSN1672-1632

<http://www.chinahrm.com>

2013.10 总第360期



■ 杨永信: 家国岂可失“孝”

■ “六步量化法”搞定KPI

■ “大数据时代”的管理创新

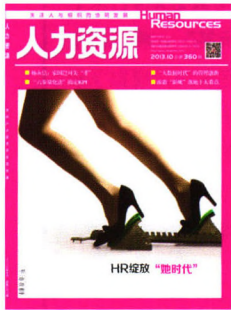
■ 派遣“新规”落地十大看点



HR绽放 “她时代”



万方数据



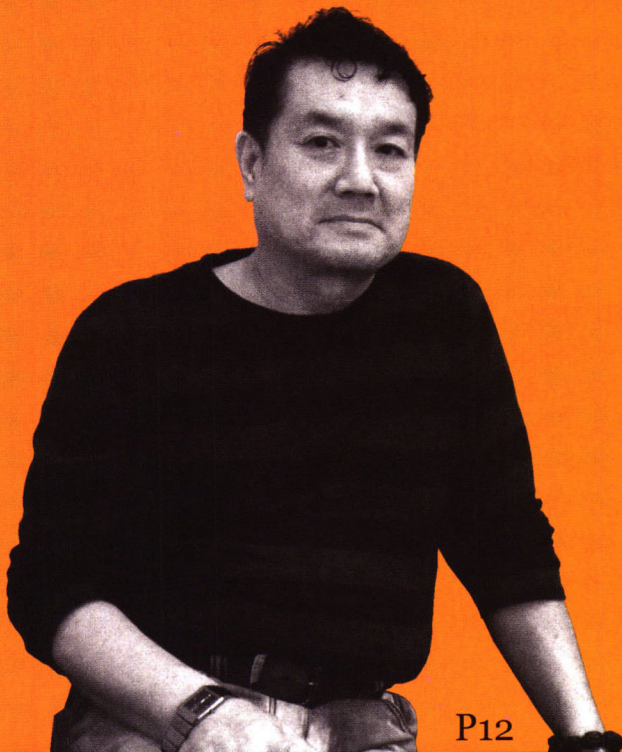
Contents 目录

2013年10月 总第360期

关注人与组织的协同发展

人力之所以成为资源或资本，一定是基于价值的问题；孝道这个古老话题之所以再受关注，一定是基于问题的价值。当“常回家看看”从一首歌变成一条法律条文，不禁从隐晦苦涩中想到，人类在结草衔环时便晓得把责任担当成感恩。有一种牵念叫赡养，有一种孝道叫家国。

——杨永信



P12

总编随笔

P03 拖延有术 曹敬莉

看法

对话

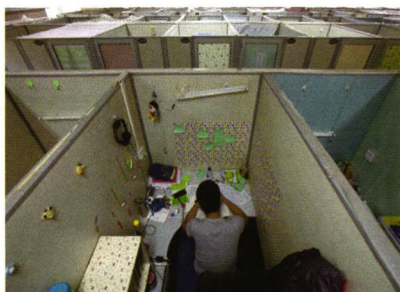
P12 家国岂可失“孝”
——对话民俗学家杨永信 齐向宇

思想汇

P18 派遣“新规”落地十大看点 洪桂彬
P22 科学管理有动因 张华强
P24 “变味”的职称评定当叫停 郝伦

专题聚焦

P28 HR绽放“她时代” 本刊编辑部
P29 致她们最柔的坚守 梅丁
P32 我的选择与性别无关 王奇
P35 职场玫瑰自铿锵 齐向宇



吉林农业大学图书馆二楼开设的独立“学习包厢”，为学生提供完全属于自己的学习位置。

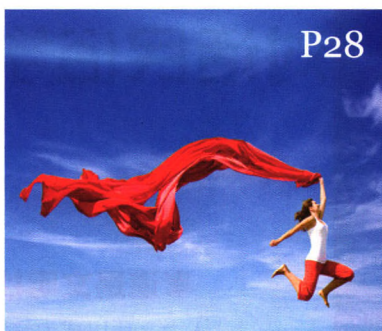
P26



P18

劳务派遣“新规”旨在全面细化对劳务派遣的规划措施，必将极大地影响企业的劳资关系。如何准确把握“新规”走向，及时调整用工结构，成为当前众多企业普遍关注的问题。

“她时代”，女性HR应该成为谁？是成为在家相夫教子在外平平淡淡的妻子，还是成为秀外慧中干练豁达的女强人？这或许并不是一道单选题，作为职场中为数不多的“职场玫瑰”，她们自会在两者之间做出取舍和平衡，HR的“她时代”更需要HR女性的自由绽放。



P28

对于90后这些新新人类来说，传统的招聘方式已经很难吸引他们的眼球，企业在开展招聘工作时，也必须制定一套独一无二的吸“心”留人之法。



P68

干法

新干线

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| P38 | 弹性福利：看准员工下“菜碟” | 师军锋 |
| P42 | 基层员工更替之“疾” | 陈自然 |
| P45 | 未雨绸缪做规划 | 姚志勇 |
| P48 | 拨开管理咨询的迷雾 | 曾双喜 |
| P51 | “六步量化法”搞定KPI | 李轶 |

甲方乙方

- | | | |
|-----|--------------|-----|
| P54 | 工伤理赔困境多 | 陈敦赫 |
| P56 | 试用期员工工伤怎么办 等 | 沈海燕 |
| P58 | “加班费之争”背后的思考 | |

HR圆桌

- | | | |
|-----|---------------|---------|
| P62 | “大数据时代”的管理创新 | 何莹 |
| P64 | 职场丽人的成功秘诀 | 路易斯·苏珊拉 |
| P66 | “玩转”校园招聘宣讲会 | 赵艳丰 |
| P68 | 招聘90后，攻心为上 | 吉雷 |
| P70 | 击碎人力资源管理的“冰点” | 董美玲 |
| P74 | 启动培训的“微模式” | 井杰 |

活法

心理视窗

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| P76 | 为什么会不喜欢自己的工作 | 白静恩 |
| P78 | 心理预案：像HR一样经营婚姻 | 麻红卫 |

启智职场

- | | | |
|-----|----------------|------|
| P80 | 巧唱办公室里的“二人转” | 夕阳断桥 |
| P84 | 新人遭遇“关系户”（外一篇） | 张玥玲 |

国学新知

- | | | |
|-----|------------|-----|
| P86 | 学而时习之，何乐之有 | 王春雷 |
|-----|------------|-----|

汉字道场

- | | | |
|-----|---------------------|------|
| P90 | 戒：不是所有的狼都会披着羊皮（外二篇） | 老范行军 |
|-----|---------------------|------|

暮鼓晨钟

- | | |
|-----|---------|
| P94 | 故事六则 |
| P96 | 品牌价值观箴言 |