

■ 独家 Exclusive

P28

幸福来敲门

尼采说过：“一切幸福感都有两个共同之处：充沛的情感和高涨的精神。”对企业员工来讲，很多企业在具体的管理过程中，恰恰剥夺了这“两个共同之处”。

- 30 酷6裁员，“包袱”越减越重
- 33 “仁慈”天生与管理无缘？
- 35 搭建员工心灵工程
- 36 “幸福感”应划入员工福利
- 38 快乐员工造就幸福企业
- 40 员工幸福感的四个关键点



■ 封面人物 Cover Star

P16

涂进军：
团队是“夫妻”
资本是“情人”

特福莱的企业文化，就是让每个合作伙伴都成为赢家。



■ 资讯 Information

■ 评论 Comment

- 14 何时显现中国公司治理真功夫
- 15 企业家是开放社会的产物

■ 专栏 Column

- 20 培养员工的使命感
- 22 尧帝的禅让效应
- 24 中小企业走在阳光大道上
- 26 重塑工艺品企业市场竞争力

■ 特色实践 Characteristic practice



72 孙俊鹏的“爆破人生”

走近孙俊鹏，你会发现这位新时期劳动模范与他的前辈们有着很多共同点，同时，又会发现一些不同之处。

74 胜利文化：从油田走入心田

胜利油田目前已经初步搭建了一个企业文化的立体构架，真正把理念变成实际的东西，变成职工的一种素养、一种追求、一种自觉，植入人心，融化到血液里。

78 带着责任去“飞翔”

■ 工会组织 Trade unions

82 创新创效激发职工创造

84 精确创新 持续进步

■ 企业文化学院 Enterprise culture institute

「智库」

43 公司增长的创新战略

46 严防文化、制度两张皮

辨析先有文化还是先有制度毫无意义可言，无论是先有制度，还是先有文化，在企业之后的发展中一定是企业文化和制度并存，两者相伴相生，协同发展。

「名家讲堂」

48 品牌要素与企业文化需一致

50 企业发展应取自然之道

51 扛起社会责任

「管理大师解读」

52 查尔斯·汉迪的“S型曲线”

很多企业既不明白他们的核心业务，也不了解他们的核心客户，而往往在高速增长中发展了许多不相关的业务，这也经常成为企业衰败的开始。

「海外观察」

54 创建世界级企业文化

「营销文化」

56 “回忆营销”的市场应用

58 “守正出奇”营销杀手锏

孙子兵法云：凡战者，以正合，以奇胜。在营销当中为顾客创造价值是正，以小博大的传播是奇，守正出奇才能无往不胜。

「用人之道」

60 找准人才岗位胜任力

62 头脑清楚可成为伟大的领导者

「案例经典」

64 低碳时代，乐利玩出新花样

「企业史记」

66 LISCA的知女情怀

Lisca正是凭借独特的知性定位，在没有进入中国前就赢得了大量的“粉丝”。在一派以浪漫、奢华、性感为基调的内衣界，独守一脉清流，这是与其文化和历史分不开的。

「企业文化教练」

70 开启企业文化管理和幸福企业新十年

■ 观察思考 Viewpoint

86 成本软实力：从利润“独秀”到价值“三足鼎立”

88 国有建筑企业领导应具备八种能力

■ 漫话管理 Comic management

90 取消“通工区”

虽然心存疑惑，但是企业家还是照着克劳士比先生的建议进行了改进。

91 管理的另一半

■ 鉴赏 Appreciate

■ 悦读 Read

94 有梦就能实现

95 第一次把事情做对