

154

OCT-NOV/2016

Content

1

我集团新标识  注解——
力嘉國際
LUKKA INTERNATIONAL

2010年11月3日，即力嘉（香港）40周年庆典之日，我集团正式启用新标识。

力嘉的英文名字为“LUK KA”，新标识取二字的英文首字母“L”与“K”组合而成，“L”设计成一个“别号”，代表力嘉永远是最佳的印刷伙伴，“K”组自中国文字“人”，喻意集团以人为本，重视人力资源、人才培养和员工的专业素质。色彩用上橙红、粉蓝和紫色，橙红色象征积极、年轻、活力，粉蓝色象征稳重、坚实、茁壮成长，紫色表现传承尊贵和荣誉。两个字母的厚重结构和叠印效果，呈现力嘉主要业务——纸品的保护机能和彩印成效；同时，“别号”横跨二字母，象征优质企业品牌和卓越品质的美誉跨代传承，赢得客户赞赏，成为业界翘楚。

新标识代表着我集团的经营理念、企业的文化特色、企业的规模、经营的内容和特点，因而是企业精神的具体象征。在此，将新标识介绍给大家，希望大家去理解并尊崇。

我们的愿景：

成为中国包装印刷界的领跑者，
让力嘉包装传遍全球

我们的使命：

坚持绿色经营，传承印刷文明，
持续为客户创造最大的价值

我们的价值观：

敬业忠诚 团结奉献
务实创新 互赢共进

“力嘉新天地”
微信公众号二维码






2

卷首语




 用好每张纸

集团要闻

-  畅谈园区发展，共创印刷未来
-  第五届力嘉创意节盛大开幕
-  力嘉 2016 年度职工定点投篮比赛圆满落幕




3

安全生产

-  本年度下半年消防疏散演习圆满完成
-  龙岗消防大比武 力嘉健儿传捷报
-  冬季防火安全知识






4

生产管理

-  如何激励你不喜欢的下属
-  印刷部新引进的电动叉车倍受员工青睐
-  印刷包装营销之我见

5

文苑漫步

-  爱的奉献，献血有感
-  关于苟且，关于远方
-  晚秋登山感怀
-  走近大自然，拥抱“慢生活”
-  故乡的河

6

力嘉百科

-  开心幽谷
-  2016 年度员工体检活动如期进行

www.lukka.com.hk



力嘉新天地

节约每一张纸



少用一张纸

多一片绿叶

用好每一张纸

收到外地文友寄来的新著。作者是用一个翻过来的旧信封邮寄的，从里面的字样可以看出，这是一家杂志社给他寄样刊时用的大信封。作者在一个副省级城市担任副局级领导，单位绝对少不了新信封。为什么偏偏对一只旧信封进行二次使用，让它千里迢迢发挥“余热”？也许，这是作者的习惯做法——这个年纪的人，平素节约惯了。

一个信封其实就是一张纸，寄一次，只用了其中一面，而另一面，绝大多数情况下就这样被忽略了。把信封翻过来再用一次，这种做法在以前并不少见（当然，现在是“言而无信”的电子时代，已经没多少人因私事使用信封了，许多信封连“一次使用”的机会也很难拥有了）。上世纪八九十年代，手机、网络还没兴起，不同地方的人们联络还是以书信为主，很多人会把旧信封翻过来再使用一次。那时，人们告别物质匮乏的年代还不久，一只信封也值得节省。我从中学时代开始向报刊投稿，为了降低成本，也没少干这种事。为此，每次拆阅信件都是小心翼翼，生怕把信封损坏了，影响它的二次使用。

因为这些经历，所以，这次看到远方文友对待旧信封的做法，很自然地激起了一些共鸣。是的，参加工作后，尽管使用单位的信封已经是很容易的事，可是因为那些往事，我总是不忍虐待信封。对于已经用过的旧信封，往往舍不得扔进垃圾篓，先放着，哪天要捎什么东西（比如送自己的小书给朋友），就让它派上用场，除非正规场合，否则不轻易浪费崭新的信封。

由于喜欢写点东西，除了信封，对其他纸张也特别珍惜，绝不随便浪费。早年在乡下投稿，信封固然来之不易，稿纸也是个问题。好不容易利用进城的机会买上一本稿纸，当然得精打细算。“爬格子”之前，先点好行数，以便尽量把格子写满。如果最后一页只有一两行，便想办法压缩到前页，能省一页算一页。同学当中，有人是干部家属，把父母、兄姐所在单位的稿纸拿来当草稿纸使用，每张纸只用其正面，而且一页一页地随意撕毁，让人看得心疼，总觉得这

红红绿绿的方格纸，不该是这个命运，这种下场。

现在，写稿、发稿早就用不上稿纸了，都在电脑上完成。稿纸，基本退出历史舞台了吧，估计没几个单位会专门印制这种朴素而美丽的方格纸了。我手上还有几本没使用完的稿纸，虽然写东西用不上了，但也不舍得随意抛弃，总得让它尽量派上用场吧，实在没机会使用的话，哪怕是留着做个纪念也好。

在办公室，打印纸取代了稿纸。工作性质的原因，我经常要打印文稿，有时用纸量还不小。不经意间，发现了一个好现象：机关单位不少文稿工作人员，对于非正式上报文稿（比如还在修改过程中的），往往使用那些已经打印过一面的纸。对于文稿人员来说，纸张费用和自己无关，你不节省，“后方”也会充足保障，此举完全靠自觉。别小看这个细节，我觉得，这是很值得赞赏的。一张纸有两面，用好每一张纸，让它的两面都发挥作用，这个意识，其价值肯定不仅仅体现在这些信封、稿纸、打印纸上面。

或许有人说，现在条件不同了，没必要这么抠门，节约几张纸成不了气候，也改变不了什么。是的，现在无论是单位还是个人，物质生活都比以前大有改观，似乎都不差钱了。可是，光有钱算什么？想起在某酒店偶尔听到一伙酒徒的豪言壮语：“酒嘛，水嘛；钱嘛，纸嘛！”还真有些道理，钞票只是纸一张，实物才是真正可贵的。当地球上的资源越来越少，这些实物被我们用得差不多了，钱还能解决什么问题？钞票可以属于你个人，资源却是大家的。所以，有钱也没资格浪费物质，这其实是很简单的道理。可惜，对那些有钱人挥金如土暴殄天物的行为，还有很多人竟然认为那是他们的自由，别人无权干涉。

从一点一滴做起，努力实现物尽其用，这是一个多好的习惯。集腋成裘，积小成大，如果一个人一辈子坚持这样做，可以少耗费多少资源，为后人做多少贡献？而如果这是一代人的做法，那就是为另一代人造福了，事情还会小吗？

让人欣慰的是，现在我们又大力提倡节约。“八项规定”、反“四风”，都有剑指铺张浪费的内容。节约不需要喊多少口号，节约应该成为每个人的自觉行动。节约其实很容易做到，比如，你完全可以从一张纸做起。你能做到用好每一张纸，你就有了节约习惯，就有了自觉意识，也就能做好别的事——只要你认真去做。

摘自《青年文摘》



畅谈园区发展，共创印刷未来

——香港瓦通纸业厂商会一行莅临力嘉（东莞）
环保包装印刷产业园参观考察



12月8日上午，艳阳高照，香港瓦通纸业厂商会一行约60人莅临力嘉（东莞）环保包装印刷产业园参观考察，受到了公司高层的热情接待，并在公司高层及招商部总经理张涛的陪同下，参观了整个园区，之后还听取了园区的建设规划、未来发展等方面的介绍。



首先，园区招商部总经理张涛面向园区模拟图，向厂商会一行简要地介绍了园区的规划建设及区域功能。随后，带领参观团先后参观了园区的商务办公大楼、展厅、瓦楞纸板生产线、锅炉房、印刷车间及生活区等区域。



在参观的过程中，考察团成员对园区创建的创新服务理念、独到的经营模式、科学的规划设计、先进的生产设备以及完善的配套服务，均给予了极高的评价。在瓦楞纸板生产线生产现场，生产人员当场演示了全自动智能瓦楞纸板生产线的生产过程，其先进性给考察团成员留下了深刻的印象，也赢得了大家的赞誉。





在随后的招商座谈会上，招商部总经理张涛表示，力嘉（东莞）环保包装印刷产业园的创建，既是我集团深化转型升级、服务行业的一大战略，也是配合东莞市政府实现印刷产业集聚的一大举措。现在这个想法正式落地了，我们园区的发展任重道远，但更充满期待！我们园区希望整合珠三角、全国甚至全球的行业优质资源，让不同工序、不同专长的企业，在我们园区能实现优势互补，强强联合，从微、小型企业发展成中型企业，从中型企业发展成大型企业甚至“航空母舰”。这是我们创建园区的初衷，亦是诸多现在已入驻和未入驻创业人士、企业主的梦想。



入驻企业青岛开拓数码科技有限公司全国营销总监安总在座谈会上分享时表示，力嘉（东莞）环保包装印刷产业园作为我们公司的华南销售驻点，是我们经过谨慎选择的，因为这里不仅有完善的硬件配套，受益于良好的扶持政策，还有诸多与我们产品相关的产业链入驻企业，这样能实现信息、商务互动，利于彼此发展。希望以后能有更多的入驻企业做邻居，将我们的企业和园区做大做强。



马伟武董事长在座谈会上强调，桥头镇是中国包装联合会授予的包装名镇，因为这里集聚了许多的印刷企业及相关产业链。我们园区从今年10月份开始招商，高堡等10多家企业已陆续入驻。入驻企业和有意向入驻的企业，可以看到我们园区一级的施工队伍、建筑质量（工程项目被评为东莞市市优品牌）、设计队伍和服务质量。欢迎创业者、商家和企业与我们洽谈，携手将我们的园区打造成创业的乐园，和印刷包装行业的聚集地，共促行业大发展。



最后，香港瓦通纸业厂商会邓国友会长在座谈会上说，多谢力嘉一直以来对香港瓦通纸业厂商会工作的支持，今天能提供这么好的学习交流机会，和共促行业发展的大平台，实在很欣慰。力嘉（东莞）环保包装印刷产业园既适合创业，也利于将公司做强做大，园区周边有很多的相关资源，而且配套设施也在不断地完善，希望今天前来参观考察的会员企业放心在这里投资创业。同时，邓国友会长代表香港瓦通纸业厂商会向我集团赠送了纪念牌。

座谈会结束后，大家在东莞桥头镇的嘉颐楼共进午餐，齐商企业、园区大发展，共谋行业发展新篇章。





第五届力嘉创意文化节盛大开幕

12月10日上午10时，第五届力嘉创意文化节开幕式暨纸上谈“缤”——力嘉创意人设计大赛颁奖典礼在力嘉创意文化产业园会议中心准时开启。龙岗区文化产业发展办公室主任闵玉辉、原深圳市委宣传部调研员何良、珠海非物质文化遗产保护协会永远名誉会长汪义亮、力嘉国际集团董事长马伟武、力嘉国际集团董事总经理马馥雄等领导以及嘉宾、媒体、市民朋友三百余人到场共同庆贺此次创意盛事的举办。

本次开幕式分三部分，即开幕仪式、设计大赛颁奖典礼、“创意之星”分享交流会。整体流程紧凑而充实。

开幕式暨颁奖典礼由力嘉国际集团董事长马伟武致开幕词。龙岗区文化产业发展办公室主任闵玉辉发表致辞，高度肯定了本次力嘉创意文化节工作，并祝本次活动圆满成功。

随之开幕式举办丝绸之路·金秋帕米尔摄影展入展证颁发仪式，以及多彩福字百图非遗展感谢函颁发仪式，祝贺中国摄影家协会函授学院深圳分院摄影家们的作品入选，并对珠海市非物质文化遗产保护协会在百福展中所提供的帮助致

以感谢。整个开幕式现场反响热烈，而后进行的剪彩仪式也将此次开幕式推向高潮。

在第二部分力嘉创意人设计大赛颁奖典礼上，领导嘉宾依次上台为各奖项的小朋友颁发荣誉证书及奖金。小朋友的灿烂笑脸亦成为本次开幕式活动一道亮丽的风景。

最后，现场举办“设计之星”分享交流会，三位设计界大咖与深圳职业技术学院包装设计专业学生进行专业学术交流，此次开幕式暨颁奖典礼就此圆满落幕。

此次力嘉创意文化节是力嘉响应深圳第十二届创意十二月所举办的系列活动。马董在致辞中指出，创意十二月旨在为深圳文创产业营造浓厚的创业氛围和提供创新环境，是一个企业自我展示与进步的大舞台。并表示，力嘉亦在历届的创意十二月活动中学习与成长，不断为创意赋予新内涵。

本次创意文化节，力嘉在创意的基础上融汇文化与艺术，为市民提供一个多元化的赏析平台。也希望力嘉能再从此次全市的文化盛事寻得突破契机，事业发展再上一层楼。





力嘉2016年度职工定点投篮比赛圆满落幕

经过两周业余时间的激烈角逐，2016年度职工定点投篮比赛活动于11月初圆满落下帷幕。

在这次比赛中，各部门都踊跃报名，大力支持公司企业文化工作的开展；参赛队员亦都表现积极，尽全力为团队争光，彰显了队员们胜不骄、败不馁的良好心态，体现了队员们携手奋战、团结拼搏的精神风貌。

让参赛队员感到振奋人心的是，马楚邦副总在百忙中抽出时间参加此次比赛，与员工们同娱同乐，体现了公司高层对员工业余文化生活的关心和对企业文化活动的高度重视。

公司已于11月18日晚举办的11月份员工生日晚会上，为获奖部门颁发了奖金和荣誉证书。

现将此次比赛的成绩公布如下：

男子队

第一名：人力资源部，总得分213分，奖金1000元；
第二名：力嘉创意文化产业园，总得分194分，奖金800元；

第三名：加工精品机械部，总得分171分，奖金600元；

女子队

第一名：精品B部，总得分99分，奖金1000元；
第二名：拓展部，总得分96分，奖金800元；
第三名：财务部，总得分93分，奖金600元。

最佳团队组织奖

香港职员队：总得分165分，奖金400元；
力嘉创意文化产业园女队：总得分67分，奖金400元。
其余的每个参赛团队各获组织奖奖金300元。





本年度下半年消防疏散演习圆满完成

为切实加强我司安全工作，增强全员消防安全意识，本着坚持“安全第一，预防为主”的方针和“以人为本”的思想，提高广大员工的自救与互救能力，10月26日下午，我司组织白班工作人员在5号停车场举办了2016年度下半年消防疏散演习。马家慧总经理亲临演练现场观看并指导，兆诚安全顾问公司胡工现场进行指挥和总结。

在消防疏散演习中，相关负责人讲解了消防疏散演习时的注意事项，现场示范了消防器材的使用方法，并从每个部门抽出数名员工、特别是新员工进行了初期火灾扑救处理的实操演练。整个演练过程中，人员疏散紧张有序，灭火动作快速有效，过程安排严密紧凑。

通过消防疏散演习，进一步增强了广大员工的消防安全意识和自救、互救能力，检验了消防队伍应对突发事件应急



处理能力，体现了团结协作的精神，为创建平安、和谐力嘉提供了有力保障。

龙岗消防大比武 力嘉健儿传捷报



11月9日上午，深圳市龙岗区政府、公安局、武警消防中队在龙城广场联合举行了“2016年龙岗区119消防安全宣

传月活动”启动仪式，并由龙岗区消防安全委员会对“龙岗区2016年度119实战化执勤岗位练兵大比武”各获奖单位及个人进行了颁奖。

我司本次代表横岗派出所管辖内的重点消防单位参赛，并获得了“微型消防站”比武项目的团体二等奖和“原地着装”集体科目二等奖。另外，在个人消防技能比赛中，我司参赛选手于湘华获得“假人搬运”项目二等奖，唐佳文获得“两盘水带连接操”三等奖，易德辉获“60m灭火器油灭操”三等奖，李明智被评为“横岗街道消防安全大使”。

我司代表队能取得如此佳绩，缘于队员们平时的刻苦训练。队员们过硬的消防技能，未雨绸缪的消防防范和责任意识，为公司的消防安全构筑了一道坚实的屏障。

(李金明)



冬季防火安全知识

时值秋冬季节,天气干燥,是火灾的多发季节,为避免火灾的发生,防患于未然,特向大家介绍一些冬季防火小知识。

乱扔烟头引起火灾

冬季风多雨少,天寒物燥,特别要警惕吸烟引起火灾,随手乱扔烟头是很多烟民的不良习惯。吸烟者要自觉、自爱、自防,在车间、办公、宿舍、公众场合要积极宣传禁烟。

电器故障引起火灾

要做到用前检查,用后保养,避免因线路老化、年久失修或经常搬运碰破电线而引发火灾事故,宿舍内部不要使用煤油炉,酒精灯易燃物品。

怎样打火警电话?

- (1) 火警电话110打通后,应讲清楚着火单位,所在区县、街道、门牌号码等详细地址;
- (2) 要讲清什么东西着火,火势情况;
- (3) 要讲清是平房还是楼房,最好能讲清起火部位,燃烧物质和燃烧情况;
- (4) 报警人要讲清自己姓名、所在单位和电话号码;
- (5) 报警后要派专人在路口等候消防车的到来,指引消防车去火场的道路,以便迅速、准确到达起火地点。发现火警应及时报警,这是每个公民的责任。

要力争把火灾消灭在初起阶段

火灾初起阶段火场面积小、温度低,是便于扑救的最有利时机。在此阶段发现火灾,只要不错过时机,可以用很少的人力和灭火器材,甚至一桶水、一只灭火器,就可以扑灭火灾,火灾损失小。因此要注意扑灭初起阶段的火灾。

怎样使用湿毛巾防烟

- (1) 折叠层数要依毛巾的质地而异,一般毛巾折叠8层为宜,这样烟雾浓度消除率可达60%。
- (2) 毛巾不必弄湿。

(3) 使用时要捂住口和鼻,虑烟的面积尽量增大。

发生火灾时人被困在室内怎样呼救?

发生火灾,情况复杂,人被围困在室内,有时不了解周围失火情况,一时不能撤离火场。由于火势凶猛,门窗被封住,烟熏火燎容易迷失方向。

人被大火围困在建筑物内向外呼救,外面的人很难听到。因为熊熊烈火形成一道火围墙,向外呼救实际上是很困难的。此时此刻被困的人应保持冷静,人应卧倒在地面上呼救。因火势顺着气流向上升,在低矮的地方,可燃物已经烧过或还有未燃烧之处,呼救的声波可透过这些空隙向外传出。这样外界容易听到呼救声,能够及时设法营救。

使用电源插座怎样注意防火?

电源插座中有一种一座多用的三联插座和四联插座,使用方便,颇受同学们青睐。但是使用这种多用插座应注意电源插座所能承受的能力,不能超负荷使用,以保安全。

在电源插座上均标明有额定电压与电流,这说明电源插座能够承受的最大电压与电流值。电压与电流的乘积为电功率,单位为瓦数。假若在使用多联电源插座时,插了好几种电器就应仔细计算一下所插电器的功率是否超过了多联插座允许的额定功率,假若比插座的额定功率低,使用就安全。相反所用电器的总功率大于多联插座的额定功率,这样就不安全。因为电流通过金属导体时,金属导体会升温,这叫做电流热效应,当电流通过导体愈大,热效应愈高,发热量也愈大。当多种电器的电流通过多联插座时,电流愈大其热效应愈高,超过额定值后就会烧毁电线和插座,严重时就会引起火灾。所以切记使用电源插座不要“小马拉大车”。



激励

创造高动力的工作团队

管理人手册 16

MOTIVATING PEOPLE

激励员工



激励·控制·团队建设·目标设定·奖励

如何激励你不喜欢的下属

手下的每个人都招你喜欢，这种可能性相当低。也许你会觉得讨厌一两个员工不足挂怀，毕竟做管理者的重点并不在于交朋友，但实际上，这种反感会妨碍你的管理工作。管理者体察入微，是鼓励员工认真工作的关键。你对某位员工心怀厌恶，可能会让这个人工作积极性下降，产生懈怠。一个人的懈怠会影响到整个团队，继而影响到生产或工作绩效。



你手下的每个人都招你喜欢，这种可能性相当低。也许你会觉得讨厌一两个员工不足挂怀，毕竟做管理者的重点并不在于交朋友，但实际上，这种反感会妨碍你的管理工作。管理者体察入微，是鼓励员工认真工作的关键。你对某位员工心怀厌恶，可能会让这个人工作积极性下降，产生懈怠。一个人的懈怠会影响到整个团队，继而影响到重要项目的成果——最终对你造成不利影响。

让管理者去激励自己不喜欢的人，几乎是不可能的(除非通过让下属畏惧的方式，但这种情况并不理想)。因此，为了让员工努力工作，也为了你自己的心理健康，你有必要投入部分精力，学着喜欢自己的直接下属，至少学会欣赏他们身上的部分闪光点。

(姜博士点评：作为领导者，学会欣赏下属，欣赏他们点滴的进步，欣赏下属的闪光点，感谢他们的努力、他们随时的支持。)

每个人都需要被欣赏、被感激，这是人性最基本的一种需求“。

控制自己的情绪

在你尝试激励自己不喜欢的人之前，先掌控你自己的情绪。如果“他总是惹我生气”和“她简直让我发疯”这样的语句在你头脑中萦绕不散，你需要先改变一下自己的想法。要知道，愤怒、沮丧或不信任统统都是你自己的情绪反应，他人无法将此种情绪强加于你。关注自己产生反感的原因，寻找问题的根源所在。要为你的负面情绪负责的是你自己，不是你的团队成员。

等你找出了引起自己情绪反应的是何种行为或特征，下面有几种相应的策略供你选用：

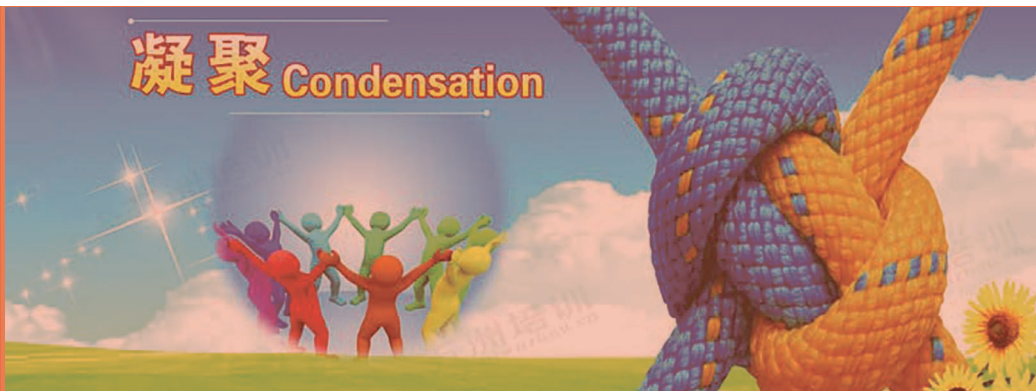
1. 如果你觉得与某位员工共处使你感到不舒服，那就增加你们相处的时间。这个建议听起来似乎不合常理，但如果你与一位员工共处时感到别扭、沮丧或愤怒，你就很可能会想要避开她，乃至在相处时避免与她视线相接。设身处地地想一想，作为员工，老板与你接触时不属于看你的眼睛，多让人丧气！

要改变这种情况，你需要创造更多的相处机会，了解这名员工。这样做有两个好处：第一，你会习惯她的怪癖和个性，跟她相处不再那么别扭；第二，你会了解到能够给她推动力的因素，找到激励这位员工的适当方法。试试这样的开场白：“我们两人一直没什么机会互相了解。你身上最需要别人了解的是什么呢？”

2. 如果你觉得某位员工的某些习惯惹人讨厌，那就多关注他的优点。始终盯着别人身上你不满意的特质，会让你们两个都心情不佳。把注意力转移到你喜欢的、值得你尊敬的



凝聚 Condensation



那些特点上去吧。想想他身上有没有能让你欣赏的闪光点，就算这个闪光点偶尔出现在错误的地方也无妨。此人是否努力制定规划？是不是很讨顾客喜欢？他是否提出了你的战略中存在的问题？关注他做出的积极贡献，予以鼓励。让他知道团队的成功有赖于他的能力，他就会得到激励。

假如有一位销售员对顾客死缠烂打，你可以把他的这种特质看作是坚持不懈，一方面鼓励他发挥优势，另一方面在适当的时候劝他收敛一些。你可以这样说：“今天我看见你在工作，你真是尽心尽力。你的坚持让我钦佩。不过，我发现你的推销风格好像并不是对每个人都奏效。你想想看，有时候是不是别再去打扰顾客比较好？”



（姜博士点评：做为企业领导人，应该找到自己的型号，知道自己的不足，只有了解自己了，才能完全接纳员工的不足，通过与员工相处，了解员工的不同个性类型，从而懂得如何与员工交往沟通及融洽相处，与员工建立更真挚、和谐的关系。）

找到问题根源

3. 如果你觉得员工行为不得体，发掘一下这种行为的根源吧。如果你反感某位员工是因为他品行不佳(如欺凌、傲慢、不尊重他人)，那你就无法激励这个人，除非你自己也有那些恶劣行径、有所共鸣。不得体的行为大部分并非出于恶意，而是由于自我保护。你要找出产生这种行为的根源。他是不是在维护自己脆弱的自尊？她是不是在担忧什么？深入挖掘一下。问一些开放式问题，比如“你最近怎么样？”或者“这场讨论效果怎么样？”，抑或“你在担心什么？”

等你找到了不当行为背后的原因，就会更清楚该如何激励员工向良性的方向发展。例如，你了解到自尊方面的问

题，可能就会知道某位员工需要更多的亮相机会，而另一位员工适合的激励方法则是派给可控的小型任务，留出一定的成长空间且不用承担过分的风险。

无论引起你反感的原因为何，要激励自己讨厌的员工总是很困难。要想降低难度，你需要增进那位员工与你之间的联系。如果想直击重点，你可以直接表达出改善关系的愿望：“我觉得我们的关系刚开始就有些僵，这样不好，我想改变这种状况。”如果想表达得委婉一些，你可以逐渐让那位员工参与各种活动，在对整个团队讲话时把那位员工作为正面范例，借此表示你有意改善关系，或者用目光接触和肢体语言来表达你的包容也可以。

身为管理者，你的职责并不是跟大家交朋友。但如果与员工关系冷淡影响了你激励员工的能力，那么他就有可能表现欠佳，反过来对你产生负面影响。你要把握好与直接下属之间的关系，做出一点小小的改变来转变你对他们的看法。就算最终无法成为朋友，你和员工之间的关系至少要足以让员工得到激励。

（姜博士点评：一个企业就像一部机器，领导者、管理者与员工关系处理好了，运转就正常了，员工的积极心提高了，有干劲了，企业自然就蒸蒸日上了。）

其实有时管理很简单，往往是我们自己想得太复杂了！一个核心管理者，如果真正做到了与员工关系的简单化，唯工作而断人，唯绩效而用人，那你自己就会变得很轻松，员工也会变得轻松，整个企业就会变得很轻松。）

来源：《突破管理》





印刷部新引进的电动叉车倍受员工青睐



随着经济的发展和环保、节能要求的提高，同时也为了减轻基层员工的货品转运辛苦和提高工作效率，公司最近给印刷部新引进了电动叉车。

电动叉车由于其操作控制简便，灵活外，其操作人员的

操作强度要相对内燃叉车而言轻很多，其电动转向系统，加速控制系统，液压控制系统以及刹车系统都由电信号来控制（中间有启动、停止、调速、升降、鸣笛喇叭等多种按钮），大大降低了操作人员的劳动强度，这样一来对于提高其工作效率以及工作的准确性有非常大的帮助。且相较于内燃叉车，电动叉车具有低噪音，无尾气排放等优点。

电动叉车下发到印刷部的那一天，印刷部副经理程之标亲自演练，对员工进行教学，使员工们了解这种设备的机器原理、保养维护和操作方法，让员工一遍遍的上机练习，使其熟练操作技巧。办公室也根据安全办的要求，向人事部申请给经培训合格的员工发放特种作业操作证，电动叉车由剪纸组设专人管理，并且做好日/夜班的叉车交接工作。

电动叉车投放使用后，倍受员工青睐，并成为印刷车间的一道流动的风景。它的使用，不仅使车间更卫生、环保，而且减轻了车间员工们的工作压力。站在电动叉车上运货，不但人很轻松，货品转运速度又很快，送货平稳，没有发生像手推车送货时，控制不好倒货的现象，或货品太重，需要人前拉后推的现象，每款产品生产出来晾干后立即送达相应工序，工作效率大大提高。

印刷部 杨海

赋予管理者使命感

1951年，加拿大乔克河附近一座核电站发生泄漏事故。相关负责人赶到现场时，核反应堆已经开始熔毁。如果不能立即拆除核反应堆，上万人的生命将受到威胁。当时机器人还无法完成这么复杂的任务，必须有人钻进核反应堆内部去拆除。

事情迫在眉睫，核电站负责人立刻向美国原子能委员会求助，他们马上派出一名受过专门训练的海军少尉前去支援。少尉火速赶到现场，投入“战斗”。他与专家们研究了核反应堆模型后，开始进行拆除演练。拆除分四个步骤，所

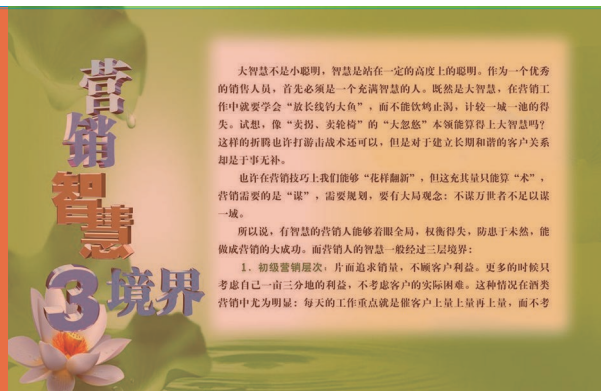
有步骤都必须准确无误。

演练结束后，少尉穿上防护衣，镇定地走进反应堆，开始工作。整个过程，他受到的辐射量是常人一年最大辐射准许量的总和。很多人都以为少尉难以生还，只能在心中祈祷他能坚持6分钟，完成拆除任务。

幸运的是，少尉不仅圆满地完成了任务，而且还活了下来。后来，他获得了诺贝尔和平奖，还成为了美国总统，他就是吉米·卡特。回忆往事，卡特自豪地说：“当你要完成的任务与上万人的性命相连时，你就没有失败的机会。而明确自己的责任，就会有勇气跨越困难。”

摘自《突破管理》





印刷包装营销之我见



自2001年初入社会即投身印刷行业，期间从事生产管理和客户服务类工作，直至2010年进入一家上市包装集团，始从销售之路至今，期间酸甜苦辣各种滋味，让我收益良多回味无穷。现如今有幸能来到力嘉与各位共事，实乃缘分，期许能与各位力嘉的同事一起，继往开来，共创辉煌。

曾记得在前公司2012年营业大会上，集团董事长给全体业务人员分享了“营销手段三板斧：价格，品质，服务”。就延伸出来的方方面面讲了一天，受益良多，更加坚定了我在销售道路上勇往直前的决心。通过这些年在销售工作中的实战体会，颇有感触。“三板斧理论”在任何时候都是经典，但就目前的行业趋势来讲，我有增加如下“三个化”之拙见，谬误之处，权当笑谈。

差异化：印刷包装产品的门槛很低，具备核心技术含量的产品少之又少，客户在任何一家都能采购到的产品，为什么要选择在我们公司采购呢？采购员每天在面临诸多推销时已经烦不胜烦，没有差异化的供应商已经很难引起他们的兴趣。就算销售人员和采购关系很好，也需要给人家一个合理的理由去引进。那么，怎样实现差异化呢？价格、品质、独特的核心技术与客户的互惠互利，乃至额外提供设计服务或者供应链管理等增值服务，都是差异化的体现。差异化能带给客户耳目一新的感觉，能成为销售人员最好的敲门砖。

一体化：十年前，大家在提到一体化包装时嗤之以鼻，觉得只要做好自己的本份就行了，把自己的产品做专做精，

在自己擅长的领域坚守阵地就能立足。却不知一些颇具眼光的竞争对手已经在悄悄地将触手伸入包装产品的各个领域，横向整合资源对客户进行全面包围。一来增加公司业绩，二来可以轻易让客户形成采购依赖，提高客户忠诚度。这种做法在互联网领域就叫做用户习惯养成，先以低利润或者亏本的做法诱导用户进行消费体验，等客户形成惯性消费模式之后再提高价格，或者将另外一些高利润的产品捆绑销售，最终让客户高高兴兴地将钱送给厂商。纵观行业内几家风头正劲的同行，无一不在走一体化包装的路线，这不是头脑发热的跟风之作，而是市场需求筛选出来的必然结果。同一个客户，假如仅仅只做纸箱，也需要耗费精力去服务，为何不想办法把他们的彩盒、标签、胶袋和缓冲材之类的包装材料全部做下来呢？客户的需求就是商机，我们自身的产能满足不了客户需求，我们就要积极开发优质的协力厂商资源（优质的协力厂商资源，要求供应商具备优秀的技术与价格竞争力，和良好的配合度，开发优质协力厂商是一个长期的、持续的过程），借助协力厂商的生产能力来满足客户需要，从而为公司创造更多的利润。客户关系转瞬即逝，今天的采购指不定明天就会离开他所在的岗位，销售人员需要抓紧关系客户在位时的大好时机，尽可能多地推销我们的产品。

市场化：所谓市场化，是指公司顺应市场变化做了相应的调整。21世纪初，国外经济一片繁荣，各种外销产品大行其道，拉动了珠三角印刷行业的强势发展。但08年金融危机之后，全球经济疲软，外需锐减，内需猛增。且传统的普通彩盒彩卡已经很难产生高额利润。消费者对包装的要求越来越高，创意化，个性化越来越明显，精品包装的趋势逐渐形成。墨守陈规已经很难适应市场竞争，推陈出新才能立于不败之地。机器设备的更新，人员技术的培养，营销观念的改变，才能让企业保持持续的竞争力。近几年，几大行业巨头都在自动化程度或者流程优化方面取得了不错的成绩，将生产成本大大削减，相比传统企业成本优势更加明显。假如我们还遵从古制，以老旧的成本构成去和竞争对手对抗，无疑是以卵击石。另外，国内市场也颇具“中国特色”，市场潜规则较多，国内做的好的同行个个都深谙其道，客户维护手段层出不穷，无所不用其极，想要从他们手上抢走优质订单，必须加倍投入人力物力财力。公司只有充分了解市场，适应市场，顺势而为，才能顺应潮流继续发展。

拓展部：何建君





爱的奉献

在某周六的一个晚上，吃过晚饭后，我来到横岗新世纪广场的流动献血车献血。此时已是华灯初上，行人川流不息。还没走到献血车前，远远的就看到一名工作人员正在向行人发资料，另外一名工作人员正在指导一位献血的女孩填写表格，还有一位工作人员正在向咨询的行人介绍献血的相关事宜。

当我来到服务台前与工作人员一一打过招呼后（我已献血多年，与工作人员已经很熟），拿出身份证填写表格，然后来到车上验血。验完血后工作人员告诉我检验合格，可以献血，我这才放心，因为上周六因休息时间不充分而未能献成。一位年长的工作人员亲切的指着摆放在旁边的八宝粥与纯净水说：“可以选着吃点啥？”我说：“谢谢，不用了。”当工作人员把针头扎进我手臂的时候，感觉还是有点紧张，为了缓解我的情绪，他还特意与我聊起天来。

工作人员：“我看你们力嘉厂的员工素质都挺高的，你们厂是不是很重视人文教育！”

我说：“是，你怎么知道呢？”

工作人员：“因为到这常年献血的有好几名都是你们力嘉厂的，有的献血证都换了几次，所以我们龙岗血站对你们力嘉厂的员工印象比较深。”

我说：“噢，不错。其实我们身边还有很多工友想献血，却担心流动献血车的合法性、安全性与影响到健康等，否则来献血的还更多！”

工作人员：“不错，这也是大家普遍担心的问题，首先我们是合法正规的，我们献血车是深圳龙岗区血站派出



献血有感

的，献血所用的采血耗材都是一次性的——非常安全可靠，献血不但无损健康，而且还可以增进新陈代谢，有益血液循环，同时，献血前的检查也是给身体做一次免费的‘体检’啊！”

工作人员对我说：“你口渴不？”

我左手正在抽血，右手正在为献血而抓着一个橡胶球不停的活动，便说：“有点，算了，不方便，不用啦。”

工作人员：“不用客气，我帮你。”说完拿起一个一次性杯子来到饮水机前装了一半开水一半冷水摇了摇，放到我嘴边小心的让我喝。

我受宠若惊地连说：“谢谢！太不好意思！你们血站每个星期六晚上都要来吗？”

工作人员说：“是的，我们每次来都安排在每周六的下午4点到9点，不过，这里的工作人员只有扎针与验血两位是龙岗血站的，我们几个都是义工。”没想到他们竟是义工，我对他们的敬佩之情油然而生。工作人员同时告诉我“可以啦！”200毫升的血很快献完，但丝毫没有察觉到疼痛。

“请用左手大拇指按压针眼十五分钟，右手四个小时内不要提抱重物，三天内不可进行剧烈运动，注意补充营养和充分休息。”工作人员细心叮嘱我献血后的注意事项。献完血后，工作人员把那献血证还给我，当我双手郑重地接过这个红色的无偿献血证时，感觉就好像在接受莫大的荣誉一样。

想想每当自己献出的热血将会会在那些需要帮助的人的身体里流淌，心里就特别有成就感。看着那些还在等待献血的队伍，心里有一种说不出的感动，他们是值得尊敬的一群人。我们之所以肯无偿献血出自己的生命之泉，归根结底是源自于内心的大爱，希望能以自己的微薄之力，帮助他人。今天一个小小的举动，或许就能挽救一个鲜活宝贵的生命。奉献爱心，热心公益这不是一句空话，每个人都有能力在公益事业上做点什么，做的多少不重要，重要的是你能做什么。同时作为一名热血青年，无偿献血是一项义务，也是奉献爱心的具体表现。希望我们力嘉厂有更多的工友能加入到献血这一行列中来，用我们的点滴爱心汇聚成爱的海洋！

精品B部：小溪



诗与远方

这个春天
 赶上春光正好
 我依旧会感到
 内心的柔软
 用我的诗
 守护

诗，于指尖滑动
 远方，则存放于
 内心深处
 我知道
 桃花会笑
 明天的太阳
 有着依旧鲜亮的模样

远方很远
 一信可及
 则触手可及

关于苟且
关于远方

生活不止眼前的苟且，还有诗和远方！

最近真是被这句话触动了，说真的，在大多数人眼中，眼前的生活都可以被苟且两个字简单而粗暴的概括。而远方，则永远被赋予传奇色彩。或许在别人的眼中，你的生活已经足够美好，但在自己的心中，其实生活还是可以再好一点，再美一些的，因为心，永远欲壑难填。我们任何时候想起远方都会满脸期待，任何时候说起现状都是满脸惆怅。那是因为远方永远未知，永远热血沸腾，而现状永远已知，永远复制粘贴。

上班族的生活，三点一线，无趣无味，但是生活要继续，没有工作就没有生活，更别提诗和远方。所以我们每天都生活在这种想摆脱而又不肯摆脱的现实中。每天晚上睡觉之前，都会在心里默念，希望明天的一切会有所变化，但是早晨起来，发现自己依然在这种环境中，于是早上做的第一件事就是告诉自己，放弃这一天！其实这种生活状态，不是因为生活苟且，而是因为态度苟且。其实生活在什么时候都是可以变得像远方一样的精彩的，只是我们一直在抱怨着那些可以忽略的不愉快，而让自己陷入一种难以自拔的抱怨之中。

最近，一个高中同学突然在QQ上联系了我，工作多年后都没有联系，我摸不着头脑，她为何联系我？借钱？结婚？孩子百日？我把一切我能想到的理由都想了一遍。看着她发的：“在吗？老同学？”，我小心翼翼的回了一个字：“在”。于是这段对话就这样开始了。

“老同学，这些年都不联系了，你在哪儿发展呢？”

“就在深圳，发展啥呀！就一打工的！”

“打工的？打工也比我强啊！”

说到这我就犯疑了，该不会是要开口借钱了吧？我继续回答。

“此话怎讲？”说这话的时候，我心里在祈祷，千万不要跟我借钱啊！

“不瞒你说，我现在已经无业了，在家伺候一家老小，生活过得特别累。”

“你都有孩子了啊？有家庭不是挺好的吗？累什么？”

“唉！一句两句话说不清，就感觉自己跟社会脱节了，已经成了一个免费保姆，老妈子了，现在若是能够选择，我宁愿在外面上班呢！起码我可以来一场说走就走的旅行，我过日子不用精打细算。现在，我连走出家门都难！”

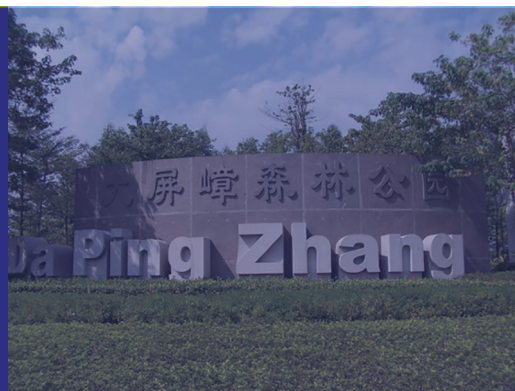
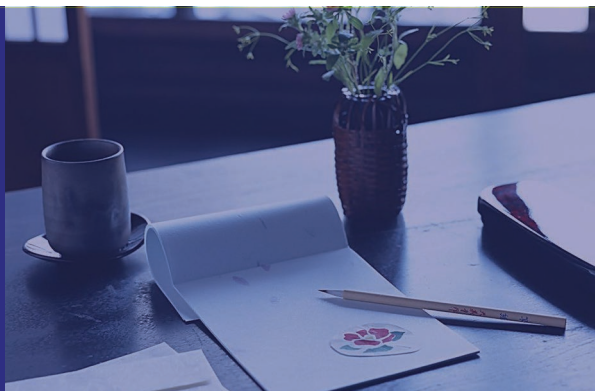
聊到这儿，我都没话可接了，因为她说的家庭生活，是多少人的奋斗目标啊！希望有一个温馨的小家庭，生一对可爱的宝宝，一家人在一块吃饭聊天，其乐融融。可是在她说来，怎么如此凄惨呢？

瞬间，我突然想到自己，其实我跟她一样，眼前的生活在她的眼中已经足够美好了，但是我却觉得枯燥乏味，而她的生活也已经够美满了，可她却羡慕我的自由自在。其实人总是这样，不懂得珍惜眼前的美好，把眼前的生活叫做苟且，羡慕着远方或者他人的生活，把远方当成梦想，把他人的生活当做奋斗目标。而当自己发现自己其实是别人羡慕的对象时，一切好像又重新定义了似的。

其实，不管是眼前，还是远方，心态摆正了，眼前也是远方，苟且也成诗歌。

拓展部：唐琳





晚秋登山感怀

时光荏苒，转眼已到了晚秋，有了秋高气爽的感觉。这正是爬山的好季节，于是周末约上三五好友一起去爬山，目的地是位于东莞塘厦的大屏嶂森林公园。

周末，我们早早出发来到大屏嶂森林公园，已有附近的居民在晨练，有孩童在追逐嬉戏，也有比我们早到的游客在游玩拍照，到处都是生机勃勃的景象。呼吸着大自然的新鲜空气，顿时让人觉得神清气爽。

大屏嶂森林公园主峰海拔约为348米，环山道路27.8公里和登山步行道40公里，平时缺乏户外运动的我们决定租自行车，骑行登山。办好租车手续后，一行人斗志昂扬的骑着自行车出发山顶，一路上山路蜿蜒，两边的树木高高低低，错落有致，偶尔还有一些不知名的鸟儿在叽叽喳喳的唱着歌儿。回归大自然，总让人倍感宁静。由于上山的路基本上都是上坡，所以骑车也显得有些吃力，没过多久就觉得累了，到了半山腰休息的时候甚至想过要放弃，想着直接下山算了，只是又不甘心的想着既然来了，不登顶难免会觉得遗憾，不能因为这小小挫折就放弃了。于是，伙伴们相互鼓

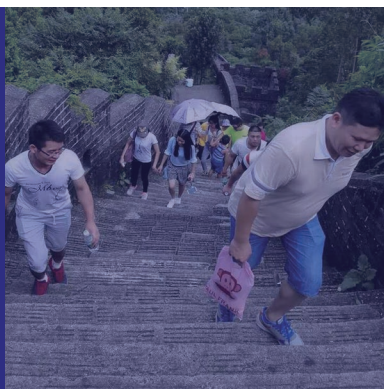
励，休息一番，恢复体力后，收拾好心情重新出发。

几经周折，一路走走停停，终于登上山顶，那一刻，成功的喜悦不言而喻；那一刻，你会觉得之前所有的辛苦都是值得的。到了山顶的那一刻真的能体会到“会当凌绝顶，一览纵山小”之感。放眼望去，四周的山层层叠叠，一座连一座，仿佛都在自己的脚下。风呼呼的从耳边吹过，感受着秋的丝丝凉意，心里有种说不出的轻松惬意。

在都市生活久了，偶尔也会想逃离城市的喧嚣与纷扰，回归到大自然的宁静怀抱，接受心灵的洗涤，接受大自然于我们的天然的疗愈作用，然后重新出发，以更加乐观、积极、向上的态度去面对工作，面对生活！每一次的登山都像是一种自我挑战，登上山顶，你就成功的赢了自己。路途上印下深深浅浅的足迹，行程虽然艰难，但只要我们一直坚持，总会走到终点。做任何事情也是一样，没有什么是不需要经过努力就能随随便便成功的，尽自己最大的努力去实现梦想，这就是最大的成功！

印前部：饶晓明





走近大自然 拥抱“慢生活”

近日，印刷部管理层、办公室文员等同事自发组织了求水山庄一日游活动。我们游览了山寨版“长城”，登上了求水山顶，组织了烧烤，游玩了海盗船、荡秋千等多种游乐项目，让工作的劳累在大自然和团队的沟通里得到了彻底释放，拥抱属于自己的“慢生活”。

印刷部的部分职工除了享受公司每年组织的各种外出旅游活动外，还经常在谢金涛经理等部门领导的倡导下，自发组织自己喜爱的观海、登山、聚会等形式多样的团体活动，以丰富大家的业余生活，加强同事间的沟通交流，营造温馨和谐的印刷团队，缓解平时紧张忙碌的工作压力。

印刷部：杨海



故乡的河

在我的家乡，有一条叫东江的支流，沿河而下岸边两旁，风景秀丽，景色宜人，而且至今还保留了原始的摆渡，家乡称之为“小漓江”。小河一年四季都不同，雨季到来时河面有几百米宽，岸边两旁的农田全靠小河的河水灌溉。

而我最是喜欢夏天的小河。每到夏天的傍晚，大人们在一天的辛苦劳作后，傍晚收工时总会在河里洗去一身的疲惫再回家。牧童们则是牵着耕牛在河里嬉玩，打水仗，欢笑声一片又一片。小河里特有的河蚬是我们家乡人的最爱，大人们总将河蚬做成美味的佳肴，滚汤的鲜甜，现炒的多汁，生腌的鲜美，总是令人回味无穷。

我们几个发小总喜欢在夏天的夜晚相约在河边聊天，徐徐的晚风轻轻吹来，比起空调还要令人心身舒服，总是聊到夜深而不自知，总在父母一遍又一遍的呼唤声中恋恋不舍的回家。

这就是我家乡的小河，带给我们无尽的欢乐与回忆。

PMC部：少侠





开心幽谷

说错话的恶果

刚才上楼在楼梯口、看见一个老爷爷提了很多东西。看着很重的样子，于是热心的迎上去准备帮他提。本来想说：老爷爷..，东西我来帮你提吧！结果嘴一哆嗦说成了：老东西，爷爷帮你提吧……他现在还提着菜刀在找我呢。都是天太冷惹的祸，冻的嘴巴都不好使了，提醒大家天寒地冻要谨言慎行。

猪一样的队友

到银行汇款，车临时停路边上。为了怕交警罚就把朋友留下看车，跟他说有查车的过来了告诉我一声，进去几分钟果然有交警来了，那个朋友风风火火地闯进银行大声吼到：大哥，警察来了，快走啊！尼玛，偌大的一个大厅几十号

人，顷刻间寂静无声，然后人潮像洪水一样涌出银行，接着我就被五六个保安按在了地上...真他妈冤！不怕神一样的对手，就怕猪一样的队友！

今天惹祸了

办公室的鱼缸里养了几只透明的小虾，领导带着眼镜看半天，问我养的什么。

我说：“虾啊！”

领导一愣，走了.....

我也楞了，赶紧大声地解释：“虾啊领导！领导虾啊！领导真是虾！！是真虾啊！！！”

如果笑了，给个大拇指吧。每天都给自己一个笑脸。

手机不带在身边的后果

昨天中午有个男同事外出，没把手机带走。他老婆不停地打电话来。午睡的女同事被吵烦了，拿过手机大吼：“我们在睡觉,你烦不烦！”结果，那位男同事今天到现在都没来上班！

2016年度员工体检活动如期进行



12月13日上午，公司一年一度的全体员工体检活动在多功能厅如期进行。

体检活动由横岗预防保健所于12月13、14、15日分批为员工做普通体格检查（检查项目包括X光透视、内科检查和肝功能化验）；职业病检查项目（即长期接触化学品的员工检查）已于11月21—24日完成，其检查项目在普通体格检查的基础上增加了一项血常规化验。

公司秉承人文关怀，坚持以人为本，关爱员工，组织每年一次的员工体检活动，是为了保证员工能够及时的掌握自身的健康状况，增强员工健康意识，提高工作效率，促进企业与员工的共同健康发展。



本刊稿费标准

新闻报道类：

500字以下，稿费为30元—50元；

500—1000字（或以上），稿费为50元—100元。

原创散文、小说类：

500字以下，稿费为30元—50元；

500—1000字（或以上），稿费为50元—100元。

诗词类：视文字行数或字数定，稿费30元—80元。

书画类：30元—50元/幅。

摄影图片类：15元/张。

注：新闻类与原创散文、小说及诗词类的稿费标准，除以字数为参照依据外，还将作品质量纳入综合评定之中。

报料相关事宜

为了拓宽本刊采稿素材的渠道，丰富和平衡本刊各版块内容，我编辑部希望大家积极及时报料（包括生产管理新举措、控制损耗新途径、技术改进新成果、提高质量新方法、服务客户新事迹、好学上进新典型以及爱岗敬业、团队精神、部门活动、好人好事等方面的素材），以持续提高本刊的办刊质量，希望大家踊跃报料（即报料者因写作水平有限而不擅写稿者，只要将上述有价值的新闻线索告知我编辑部即可，如果一经核实并采用报道，就可获得报料费）。如果发现新闻线索并亲自写稿者，则以付稿酬方式作为回报。

联系方式：663272（短号）；272（分机）

外部邮箱：luxuhui@szlukka.com

内部邮箱：xh.lv@lukka.com

报料规则：

- 1、报料须是新近发生的事件，且真实有效；
- 2、报料一经采用报道，将视报料价值付报料者20—50元的报料费（本刊每月发行后的一周内即付报料费）。
- 3、报料时需说明本人真实姓名、所属部门和联系方式。

力嘉新天地

www.lukka.com.cn



编委会主任 马伟武

顾问 马馥雄 马家慧 马楚邦 马楚力

编委 马泽勇 戴忠平 龙秀云 陈镇南
郭民乐 贝宇 吕旭辉

总编 马伟武

主编 吕旭辉

副主编 贝宇

封面设计 设计组

版面设计 吕旭辉

责任校对 马泽勇 戴忠平 龙秀云 贝宇

发行 李美花

主办 力嘉国际集团有限公司
(公司内部刊物)

地址 深圳市龙岗区横岗街道力嘉路98号

电话 0755—28868161

传真 0755—28863216

外部投稿邮箱：luxuhui@szlukka.com

内部投稿邮箱：xh.lv@lukka.com

本刊网址：http://www.lkccc.com

本刊QQ群：275930153（申请加入时请注明本人的真实姓名和所属部门）

本刊声明

1、凡向本刊编辑部投稿，请作者务必自留底稿。本刊收到的所有稿件不予退还。

2、稿件一经采用，本刊编辑部按稿件的内容、质量付相应稿酬。

3、作者文责自负，对于侵犯他人版权或其他权利的稿件（本刊反对抄袭），本刊不承担任何责任。

4、因本刊编辑部成员水平有限，错误之处难免，敬请公司领导、各位管理员及广大员工读者提出批评和意见。