

微刊

贰〇壹五
八月刊
总第84期



时代，不断更迭
感恩，丰功佳绩给予的力量
感谢，宏伟蓝图赋予的希望
未来征途是一片浩瀚海洋
印力，不惧时代提出的挑战
印力人，始终保持
“持续改进，不断跨越”之心

“争创
区长质量奖”
SCPG在行动

目录 Contents



推进卓越绩效管理模式，
创福田区区长质量奖



视野
Vision



分享
Knowledge

商务正装&
商务休闲装



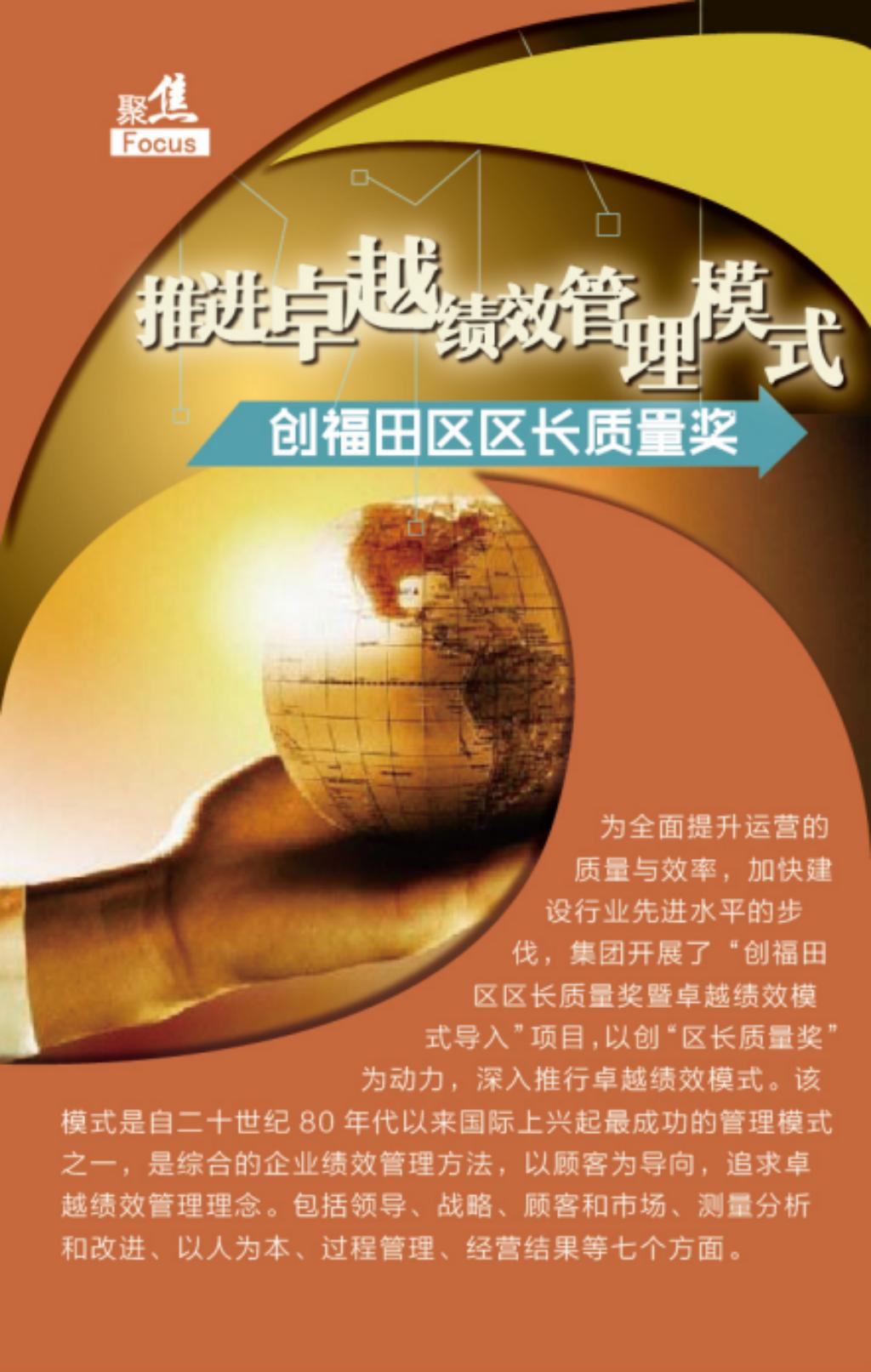
覓
READING



Line
Friends
Cafe &
Store



推进卓越绩效管理模式 创福田区区长质量奖



为全面提升运营的质量与效率，加快建设行业先进水平的步伐，集团开展了“创福田区区长质量奖暨卓越绩效模式导入”项目，以创“区长质量奖”为动力，深入推行卓越绩效模式。

该模式是自二十世纪 80 年代以来国际上兴起最成功的管理模式之一，是综合的企业绩效管理方法，以顾客为导向，追求卓越绩效管理理念。包括领导、战略、顾客和市场、测量分析和改进、以人为本、过程管理、经营结果等七个方面。

公司设立创奖机构小组，由集团高管组成领导组，丁总担任组长，各级、各部门负责人组成执行组。历时 4 个多月，通过制定卓越绩效推进方案，组织开展管理者及项目团队卓越绩效模式培训，开展系统诊断并确定短期和长期改进项目，逐步在公司经营的各业务链条导入卓越绩效管理模式。以标杆管理为核心，以文化、战略和市场为驱动，不断优化资源配置，提升过程运行效率，坚持以卓越的过程追求卓越的结果，并注重持续改进，追求经营业绩持续提升。



卓越绩效管理模式





公司着力推行卓越绩效模式，近期目标是争创“福田区区长质量奖”，把创“区长质量奖”作为走向卓越道路的第一步。高度重视过程价值，以适应环境变化、实现持续改进为目的；同时高度重视学习、改进、提升以及变革重塑的过程，进一步提高市场竞争力和提升员工素质能力，树立推行卓越绩效模式的信心，初步建立起追求卓越的机制，实现从优秀到卓越的持续改进和不断进步的跨越。



政府质量奖背景：

(国家、省长、市长、区长)

政府质量奖是激励企业导入卓越绩效管理模式。在过去的几十年中，世界各地有 79 个国家制订了卓越绩效评价准则，建立国家和地区级政府质量奖励制度，这已成为政府进行宏观质量管理的一项国际惯例。我国自 2001 年启动全国质量奖评审，2004 年正式发布卓越绩效标准准则，评定标准参照美国波多里奇国家质量奖。同年，深圳在全国率先启动，命名为“市长质量奖”，11 年来，先后腾讯、中兴、华为、迈瑞、中集、招商银行等 28 家企业获评，从区奖到市奖，走上了卓越型企业的世界舞台。

“福田区区长质量奖”自 2007 年设立，每两年评定一次，作为“市长质量奖”的后备军，是福田区人民政府设立的最高质量荣誉，该奖项主要授予在福田辖区内实施卓越绩效管理模式、有广泛的社会知名度与影响力、在行业内处于领先地位、取得显著经济效益和社会效益的企业，先后有中移动深圳公司、长城开发、中电投资、红岭中学等获评。

深国投广场
SCP PLAZA

乐活印
LICITY 印象城



浅谈超大型城市商业综合体 反恐怖防范管理

根据近年来我国反恐怖形势分析，特别是新疆、西藏等地区的恐怖势力日益加剧，纵火、爆炸、砍人等恐怖活动日益猖獗，外界影响极为恶劣，超大型城市商业综合体首当其冲。2016年G20峰会将至，就目前反恐大形势下如何有效地防范恐怖袭击，笔者结合日常商场安全管理实践提以下见解：



进一步明确岗位职责、 明确制定落实预案。

强调“谁主管谁负责”的原则逐级落实。联合公安、消防等联防部门，第一时间控制局面，加强正面报道力度。



一方面，划分三色预警制度，启动应急预案后，保障应急程序有效进行。另一方面，商场还要对预案实施中的防范、救护、避难、灾难恢复等措施，进行必要的宣传和演练，真正把预案落到实处。



进一步强化安全意识、 加大反恐建设投入。

恐怖袭击除了来自国际的恐怖组织影响如（基地组织、哈马斯组织、东突组织）以外，还有来自国内社会发展过程中产生的矛盾、商场内部产生的矛盾、与其他商场竞争产生的矛盾等，恐怖袭击不仅对商场的各级管理人员素质能力提出了考验，而且对商场的硬件设施也提出了要求。



只有加大对商场安全建设的投入，从经费、编制、装备各方面予以保障，才能建立起反恐怖防范的技术堤坝。





进一步改善物管方式、 充分发挥三防作用。

近几年商场物业管理方式变化较快，巡逻岗可采取S型8字形交叉巡逻，发现可疑情况及时上报协同处置。针对部分商户的防范需求，在出入口、收银台、监控死角加装移动摄像头等，最大限度的节省人

力，为打击恐怖袭击犯罪提供第一线有力证据。对于检查发现的隐患和问题，影像存档后以书面形式提出改进的措施和意见，及时通知整改单位相关负责人，双方相互协助抓好落实工作。充分发挥人防、物防、技防的作用，将损失降到最低。





进一步量化危机公关、 善于化解纠纷矛盾。

处理客诉纠纷，必须站在顾客的立场，换位思考来耐心处理，有效制定解决机制，从根本消除矛盾隐患。包括各商户内部的员工心态疏导问题，价值观的对齐很重要，其次是有共同的目标，还有各员工之间的配合，即个人优势与任务分配的对应等。

十二届全国人大常委会第十一次会议已经初审了《中华人民共和国反恐怖主义法（草案）》，对反恐的工作体制、责任和安全防范、情报信息、应对处置等措施作了明确规定。要从制度的层面上加强矛盾疏导、安全防范，时刻探索更为有效的管理、控制、防范措施，是一个超大型城市商业综合体必须要长期跟进的反恐怖防范任务！

★（感谢西溪印象城工程物业部供稿）★

分享

Knowledge

BUSINESS
CASUAL



商务正装
&
商务休闲装

对于正装这个词，想必每一个白领都是非常的熟悉。正装，是指适用于严肃的场合的正式服装。随着社会的快节奏的发展，正装已不再一尘不变了。在过去正装主要还是以庄重得体为主的，而今也逐渐得多出了一种以商务时尚风格为代表的风格。



商务正装

BUSINESS SUITS



所谓正装，是指正式场合的装束，如西服、中山装、民族服饰等。



COLOR

颜色以黑色、深蓝等暗色调为主。衬衫应遵循简洁的板式。领带与上衣色调相配，同样不可花哨。皮鞋必须为正装款式，黑色，系带，表面平整无另类感觉。腰带以黑色为主，环扣庄重大方，无突出图案。

服装的面料一般选用纯棉或以纯棉为基础的合成材料。



从色彩上讲，正装衬衫必须为单一色彩。在正规的商务应酬中，白色衬衫可谓商界男士的唯一选择。除此之外，蓝色、灰色、棕色、黑色，有时亦可加以考虑。从图案上讲，正装衬衫大体上以无任何图案为佳。从衣袖上讲，正装衬衫必须为长袖衬衫。



商务休闲装

BUSINESS CASUAL

设计和穿法中融入时尚的元素，以商务、时尚气息为主设计出来的服装，职业而又偏带休闲，塑造能够在工作和生活之间角色随意转换的自信着装搭配形象。衬衫的颜色可以有多种选择：紫色、粉色、黄色、蓝色和红色皆可。

COLOR



PANTS



裤子的款式面料应选择卡其布、西裤、长裤和灯芯绒裤。裤子的颜色坚持穿黑色、棕色、灰色、卡其色、深蓝色和深绿色的裤子准没错。



SHOES



鞋子的颜色方面选择黑色、棕色、或灰色。款式方面牛津鞋、系带鞋和无带便鞋皆可。鞋子要挑选款式简单雅致，和商务休闲装搭配的休闲皮鞋。



商务正装、商务休闲装，即有相同之处，也有不同之处。
以下从两方面深入探讨两者之间的区别：



颜色
color

从色彩的角度来讲，正装的基本特点是单色的、深色的。一般是蓝色和灰色居多，有时候也有咖啡色和黑色。而商务休闲装，色彩上就会异彩纷呈，可以是单色的，也可以是艳色的，还可以是多色，有的还有格或者条纹，比较随意。

正装一般都是纯毛面料，或是含毛比例较高的混纺面料。这种面料悬垂、透气，显得外观高档、典雅。而商务休闲装的面料就无奇不有了，有麻的，还有皮、棉及真丝。



面料
Fabric

汇品
Brand



覓

READING
MI

覓书店，是“友谊书城”旗下的新型文化概念体验书店品牌，它是集阅读文化、文创产品、主题咖啡、儿童成长与讲座交流的生活文化空间，总占地千余平米。



“友谊书城”是深圳规模最大、品种最全的民营连锁书城品牌，在当下移动互联时代，电商平台迅速抢占实体书店用户资源，传统书店品牌需要通过多元化的品牌机制为客户创造更好的生活体验。

2014年，靳刘高设计为其颠覆传统品牌命名，重组品牌定位，从核心形象设计到空间设计，全方位为“友谊书城”打造全新“覓”时代体验。



“覓”的字义为：探求、寻觅，古代通“觅”，表示以眼和手寻找智慧，契合当下书店行业文化气质。同时“不见”的字义拆分识别，更突出品牌独一无二的气质，表达当下消费人群独特的态度和自由精神。在深圳龙华九方完美绽放。



覓 不 形 知 不 见
Seeking To Know But
Not Invisible

汇品
Brand

Line Friends Cafe& Store

Line在国内已经不能使用，但是并不影响它的一系列卡通贴纸人物，如可妮兔、布朗熊、馒头人、詹姆士等在年轻用户中拥有的超高人气。线上行不通，这家公司在线下的扩张却从来没有停止。

最近，Line在中国的首家Line Friends Cafe&Store正式在上海开业，这是继韩国新沙洞之后，Line在全球开设的第二家主题咖啡馆。



位于上海新天地SOHO复兴广场的这家Line咖啡馆占地约400平米，店内被划分成了咖啡区和商品区，除了咖啡，Line特别为中国消费者推出了卡通形象纸杯蛋糕和蛋挞。店内还有700多种和卡通人物相关的周边产品售卖，如巨型布朗熊玩偶、文具、水杯、T恤等等。开业当天，据说店内被挤得水泄不通，凡是有玩偶的地方，都挤满了人在自拍。



如果说Line的粉丝是冲着自己喜爱的漫画形象去的，那么，另外一部分连Line是什么都没弄清楚的围观群众也愿意顶着酷暑在店外排几个小时的长队，大概只能解释为这款应用的卡通形象实在是太会“卖萌”了。