

## 二〇一三年公司发展大事记

- 1、公司获批“农业产业化市级重点龙头企业”
- 2、新增四个标准化养殖场
- 3、股权激励方案落地实施
- 4、绿州药业中药提取车间建成
- 5、董事长苗德山当选沂水县畜牧协会会长
- 6、绿州药业三个中药项目通过省级科技成果鉴定
- 7、《生物环保养鸡技术研究及产业化》入选科技部星火计划项目库
- 8、公司与中商所合作成立现代农业科研中心
- 9、二场、三场获农业部无公害农产品认证
- 10、公司成为山东省国家农村农业信息化示范专业信息服务站点

## 如何成为职场“正能量”

人的内心就是一座“能量场”，既隐藏着自信、豁达、愉悦、进取等正能量，又暗含着自私、猜疑、沮丧、消沉等负性能量。这两种能量，可以说是此消彼长的关系。因此，当正能量不断被激发时，负面情绪会逐渐被取代，人的幸福感也会慢慢增加。所以身在职场，要重视用积极的心态调整自己，引导自己远离消极。

正能量好比一座“磁场”，可以向外辐射积极和乐观。拥有正能量的人是自信、值得信赖的。它还能帮助建立良好的人际关系，这无疑是一笔巨大的财富。玫瑰鲜艳芬芳、激情奔放，如果将上班族、打工仔比作玫瑰，那么，怎样才能常开不败呢？

### ◆成为不可缺少的人

通常在公司里，老板宠爱的都是些立即可用、能带来附加价值的员工。管理专家指出，老板在加薪或提拔时，往往不看你本职工作是否做好，也不是因你过去的成就，而是觉得你对他的未来有所帮助。身为员工，应常扪心自问：如果公司解雇你有没有损失？你的价值、潜力是否大到老板舍不得放弃的程度？一句话，要靠自己的打拼和紧跟时代节拍的专精特长，成为公司不可缺少的人，这至关重要。

### ◆建立关系网络

在社会上，为什么一些专业能力等硬

件未必很好的人却能出人头地？其实，他们中不少人是得益于人际交往能力。建立关系网络，就是创造有利于自我发展的空间，努力得到别人的认可、支持和合作。组织中不乏以兴趣、爱好、同学、老乡等关系结成的“小团体”，你要争取成为其中一员，热情帮助别人，广结善缘。而诚实、信用、正直则是赢得信赖和敬佩的基础。

### ◆不要将矛盾上交

一位资深前辈曾告诫我，向领导汇报时要切记四个字：“不讲困难”。后来我逐渐悟出个中道理。老板每天都面对复杂多变的内外部环境，要比员工遭遇更多的难题，承受更大的压力。将矛盾上交或报告坏消息，会使老板的情绪变得更糟，还很有可能给他留下“添乱、出难题、工作能力差”的负面印象。

### ◆忌发牢骚

《组织行为学》的理论说：人在遭受挫折与不当待遇时，往往会采取消极对抗的态度。牢骚通常由不满引起，希望得到别人的注意与同情。这虽是一种正常的心理“自卫”行为，但却是老板心中的最痛。大多数老板认为，“牢骚族”与“抱怨族”不仅惹是生非，而且造成组织内彼



此猜疑，打击团队工作士气。为此，当你牢骚满腹时，不妨看一看老板定律：一、老板永远是对的；二、当老板不对时，请参照第一条执行。

### ◆善于表现、适时邀功

不要害怕别人说你喜欢邀功请赏，而应该担心自己的努力没被人看到、才华被埋没了。想办法做个“有声音的人”，向老板汇报，要先说结论，如时间允许，再作细谈；若是书面报告，不忘签上自己的名字。除老板以外，还要将成绩设法告诉你的同事、部属，他们的宣传比起你来效果更佳。会议发言是展现才华的大好时机，千万不可错过哦！选自《根源》

## 你是一片湖水

文/梁海霞

数，无法理智思考，站在原地一味徘徊。这样的人或将很快在第一轮竞争中被淘汰掉，丧失竞争的基本资格。那些曾经意气风发、不可一世，脚踏实地、谦卑谨慎，勤奋刻苦、志存高远的小伙伴们，这一时却险些将淡忘初心，沦陷于负能量里。

有一则小故事是这样的——

从前，有位禅师有一个爱抱怨的弟子。

一天，禅师将一把盐放入一杯水中让弟子喝，弟子说：咸得发苦。禅师又把更多的盐撒进湖里，让弟子再尝湖水。弟子喝后说：纯净甜美。禅师说：生命中的痛苦是盐，它的咸淡取决于盛它的容器。你愿做一杯水，还是一片湖水？

这则小故事告诉我们：人生是咸涩发

苦还是纯净甜美，其实最终都是掌握在我们自己手中，关键是你做出怎样的选择，你内心愿意做一个怎样的“容器”，是一杯水，还是一片湖？那么，你面对种种困难时是否已默默做出最明智的选择？

《卓越领导者的智慧》书中认为：“所有成功的伟人，都以非凡的”逆商“面对逆境。几乎所有伟大的人和伟大的事业都是从同逆境的角斗中产生出来的。因为在那崎岖山路的攀登中，只有不畏劳苦和艰险的人才有希望到达光辉的顶点。否则，即使你的智商和情商再高，就是不愿同艰难挫折拼搏，还想成就伟大的事业，那只能是天方夜谭。”所以，当我们面临各种意想不到的考验，无论是困难、环境、条件、规则存在着怎样的不足，我

们都不应只顾抱怨，把开启快乐心灵的钥匙交给别人掌管，犹如鸵鸟，在语言的快感中逃避现实。与其重复描述外在的种种缺憾与不足，不如先从自身开始，首先反思下自己身上的种种不足，修缮自我，努力学习，用积极的态度去欣赏周围事物的美好一面，善于发挥现实中最有利的一面，直面困境，迎难而上。

无论何时，我们每个人身上都始终蕴藏着巨大的潜能。我们相信：真正阻挡我们前进的永远只有自己。涉世尚浅，我们更要把每一次的经历都当作宝贵的学习机会：在艰苦的环境中，增长自己的见识，磨砺自己的意志，提高自己的本领，争取成长的机会，积累成功的资源。我相信：美好的人生总在那里，它正向我们招手。我们唯有张开双臂拥抱它、迎接它，怀着一种更加积极而美好的心态，利用好最珍贵的青春时光，勇往直前、奋力拼搏，谱写出最华彩的激情乐章！

我始终相信：亲爱的你，正是那一片湖水。

## 绿洲企业文化

### 7、团队理念：

◆分工协作，专长发挥，优势互补。

释义：

○分工是为了更好的合作，公司所有的岗位都有明确的职责，各负其责，各司其职。同时，强调团队合作，要沟通、授权、平等、信任、合作、共赢，和谐建设团队，达到长项发挥、优势互补和团队共进的目的。

○公司为员工搭建才华展示的舞台，为个人能力的提升和才华施展提供全力支持，同时要求员工以职业化素养、心态和能力积极地与他人协作共进、融入团队。

○团队是由员工和管理层组成的一个共同体。团队优势互补主要体现在年龄优势、个性优势、能力优势等方面。一个优势互补团队所掌握的可控社会资源以及潜在可用资源会更有利于一个企业的发展，一个充满活力的企业，要有精明的决策者，全面的组织者，踏实的执行力者，机敏的反馈者，冷静的咨询者，廉明的监督者，做到“八仙过海，各显其能”。合理的人才组合可以使人才个体在团队的引导和激励中释放出最大的能量，从而产生良好的组织效应。

◆学习力就是竞争力；终生学习，持续提高。

释义：

○学习力是一个人、一个企业或一个组织学习的动力、毅力和能力的综合体现，是获得成功的最主要条件，是企业、组织和个人最核心的竞争力。现代企业的竞争是学习力的竞争，学习力就是竞争力、战斗力、执行力。

○终生学习是21世纪的生存概念，是各行各业自身发展和适应职业的必由之路，任何人都不可能一劳永逸地拥有足够的知识，而需要终生学习；要使学习成为一种习惯，成为一种爱好，需要团队、个人观念的转变和境界的提升，要有参与竞争的危机感和忧患意识，进一步转变思维模式、通过持续不断地学习提升自己的能力和本领。

### ◆简单做人 专业做事

○以一颗平常心对待人生的荣辱得失，超脱物外，用一种出世的心情积极地去做人世的事情，时刻保持着十足的自信心，用积极乐观的心态善待身边的每一个人、事、物。

○做事和做人是密不可分的，简单做人，才能用心做事，专业做事。“专业”体现的是一种负责、敬业的精神，一种服从、诚实的态度，一种少说多做的完美执行能力。

○专业可以加强企业的差异化，创造更多的竞争优势；专业可以增强企业的快速反应，迅速把握市场脉搏；专业可以提

高企业的运营效率，为企业创造更多的财富。我们要专业做事，不断实现自我突破，追求精益求精、好要更好、臻于至善。

### ◆同心同德 共创共享

释义：

○思想和行动完全一致，为同一目标而共同努力。人人要把心思凝聚到公司大局上来，在全公司上下形成共同的发展目标，强大的团结之力，统一思想，统一目标，统一行动。决策层有使命感，做正确的事；管理层有责任感，正确的做事；基层有事业心，把事情做好。

○以高度的事业心和责任感，共同担当公司发展的使命，共同创造公司发展的伟业，在推进公司发展的同时，共享物质的丰收，共享精神的快乐。

○把员工的个人发展与企业的发展紧密结合，使广大员工树立“企业是我家，厂兴我荣，厂衰我耻”的主人翁意识，提高员工的薪酬待遇，与员工共享企业发展的成果；本着平等互利的协作精神，紧密合作，充分发挥集体的智慧与力量，促进企业与合作伙伴共同发展，共享成果；三是要把就业、慈善等事业与企业的发展紧密结合，以实际行动关注并帮扶社会弱势群体，切实履行企业的社会责任，促进社会的和谐发展。

### 8、服务理念：

换位思考，感悟客户需求；主动服务，超越客户期待。

释义：

○换位思考是人对人的一种心理体验过程，将心比心，设身处地，是达成理解不可缺少的心理机制，它客观上要求我们将自己的内心世界，如情感体验，思维方式等与客户联系起来，站在客户的立场上体验和思考问题，从而与客户在情感上得到沟通，为增进理解奠定基础。

○感悟客户需求是在听取、了解客户需求诉说的基础上，站在客户的角度，结合自己的岗位职能、专业优势、服务经验和客户的实际情况帮助客户明确需求的过程。

○服务无止境。客户永远是正确的，企业所有的生产经营活动都服从服务于客户的需求，积极主动的为客户提供服务和帮助。由“客户找上门”求服务，向“主动找客户”协助解决问题转变。

○客户满意是客户对服务的需求、期望与实际体验之间达成了某种程度的一致。在此基础上，客户还会有一些具体的期待。我们不能单从内部树立的指标和流程上去找解决方案，而要看客户需要什么，从产品质量、服务态度、服务效率等多方面着手，让客户真正体会到“超值”服务。