

公司开展卫生大扫除活动

为提高广大干部职工的环境卫生意识，营造一个清洁、卫生、文明的氛围，共建共享干净、舒适的工作环境。总公司办公室主任孙建军召集综合办人员召开后勤工作会议，把每月1、2、3日确定为“大扫除日”，并按所在区域划分了卫生区域，办公室的清扫区域为：领导办、综合办、会议室、司机室、值班室、厨房、库房、宿舍等。

通过孙建军的动员，参与人员的积极性都很高涨，纷纷到办公室领取了卫生用具，迅速行动起来，分工协作，清洗沙发、擦洗玻璃、清扫死角等。经过集中清扫，各区域的环境卫生得到了明显的改善，坐在干净明亮整洁的空间里工作，心情也好像愉悦了许多。

通过此次劳动，所有干部职工纷纷表示，整洁美好的环境要靠大家共同创造和维护，今后将继续以最饱满的热情展现华源公司良好的社会形象，用实际行动共同创造洁净、优美、舒适的工作环境。



(总公司办公室 任天楠)

时光飞逝，转眼间新的一年已经开始，2021年是物业改革与发展的一年，是进步的一年，是丰收的一年，我们始终贯彻业主至上的精神，服务好每位业主，在总公司领导的正确指引下，物业公司更加规范化，服务更加优质化，争取早日做到行业标杆。我们要在以下几方面做到更加精细化：1、公共设施，设备管理，为保证小区广大住户的正常生活。我们制定了设备的维护，保养计划和应急方案，做到日常检查有登记，小型维护有记录，公布了维修热线电话，达到了维修及时。2、绿化管理，为了给业主创造一个优美的生活环境，我们及时制作简易的警示牌、围栏，加强绿化防护管理工作，使绿化无损坏践踏现象。3、环境卫生方面，制定了严格的保洁管理和考核制度，小区路面有问题及时维修好，随时清理垃圾，坚决不影响业主行程。认真听取业主的意见，及时为住户排忧解难，业主良好的建议是对我们工作的支持。因此我们要对住户反映问题认真记录，及时处理，增强与业主间的沟通，耐心为业主做工作解释，要以业主为中心，才能得到他们的肯定。4、小区安全防范方面，也是物业管理中的重中之重，为给业主提供一个安全舒适的居住环境，我们要齐心协力做好治安消防工作，认真巡查，文明值班，礼貌劝导，遇到坏人坏事及时制止，不能让住户的财产受到损坏。虽然，我们在去年工作中取得了一定成绩，但也要吸取经验和教训，不断完善自己，人人争取做合格的物业员工，听取领导指示，积极配合同事把每一项工作做到极致，保证小区的卫生清洁美观。服务好更多业主，我们有信心，相信我们都能做到，一起加油！

(物业公司 贾建明)

住宅工程质量通病 —— 墙体抹灰为什么会空鼓甚至脱落？

墙面抹灰层空鼓表现为面层与基层，或基层与底层间不同程度的空鼓甚至脱离。

原因分析

- 1、基层未清理或清理不干净，如：基体表面尘埃及疏松物、脱模剂和油渍等影响抹灰粘结牢固的物质未彻底清除干净。
- 2、基底平面凹凸不平整，墙面空洞的未填实修补。
- 3、基体表面光滑，抹灰前未作毛化处理。
- 4、抹灰而未洒水，洒水量不足、不均匀。抹灰前基体表面洒水不透，抹灰后砂浆中的水分很快被基体吸收，使砂浆中的水泥未充分水化生成水泥石影响砂浆粘结力。
- 5、抹灰层之间的材料强度或配比相差太大。
- 6、一次抹灰过厚导致砂浆一是干缩率较大，二是砂浆较重易产生侧倾力，与基层粘结不牢固剥离基层。
- 7、分层抹灰时，后层抹灰时间没有掌握好。
- 8、墙内暗装的配电箱等箱体材料与砂浆不相容，抹灰后砂浆无法粘附在箱体上导致空鼓甚至脱落。

防治措施

- 1、抹灰前所有砌体、砼表面的残浆、尘土等杂物必须清除干净。
- 2、抹灰前必须将脚手眼、支模孔洞堵填密实，对混凝土表面凸出

(山阴项目部 金磊·摘自网络)



小故事大智慧

空篮打水

有一对爷孙，每日清晨，都早起念书。

一天，孙子问：“爷爷，我每天像您一样读书，可是我并不懂，而且合上书就全忘光了。这样读书有用吗？”爷爷没说话，转身拿了一个平日盛煤炭的竹篮递给孙子：“你去给我提一篮水回来。”

男孩试了好多次，可每次在他飞跑回家之前，水都会漏空了。看着孙儿筋疲力尽的样子，爷爷笑着指了指竹篮，孙子这才发现竹篮跟之前不一样了，从里到外都变得干干净净。

启示：多读书，哪怕不理解、记不住，也会潜移默化的改变你，不管是外表还是内心。正所谓，世上没有无用功，竹篮打水也不空！



用互联网思维去经营你的实体店

互联网时代，不少实体店经营者将销售业绩增长不佳归咎于网络冲击，却对自身存在的各种问题视而不见，也缺乏深刻检讨。其实，互联网时代，我们更应该运用互联网思维重塑竞争力。下面从6个方面展开分享：

1、门店定位：实体店的“三大要素”

跟电商相比，实体店最大的优势在于“体验”和“服务”，因此，在“卖好货”的商品基础上，主要做到和坚守三大要素：一是专业，二是体验，三是服务！服装终端零售专家章义伟认为，现在实体店在体验和服务方面还有很大的提升空间，这些本来是实体店的优势，但反观有些实体店，做得还没有电商到位，才让实体店陷入尴尬的境地。在未来，实体店要生存，就要用互联网思维优化我们自身，以“专业、体验、服务”作为核心基因，并以此提高实体店跟电商分流顾客、共享市场的能力！

2、调整品类：体现专业和时尚

现在85后跟90后已经成为消费的主要群体，实体店可以在中岛区、门店门口通道、收银台对面和附近多一些能体现时尚、潮流的品类，这些时尚品类的适当导入和陈列，不仅能吸引一些年轻人进店，还能体现门店跟其他渠道的本质不同：更时尚、更专业！

3、智能改造：数字店铺是未来趋势

互联网改变时代，也同样将改变我们的商业店铺和运营模式。移动互联网的快速普及和智能手机的大

量应用，为移动互联网的用户与我们线下实体店的整合带来了巨大的产业机会，甚至可以说，实体店对移动互联网顾客的成功整合将对PC互联网的电商造成很大冲击。

未来，店的终极模式，就是要借助移动互联网的东风，将实体店逐渐优化成“实体+智能”于一体的“数字店铺”，最终实现以移动互联网为主的线上线下的全渠道O2O商业模式。

我们过去教大家装修的商业模式规划布局，都是实体店版本，现在则必须要优化实体店的一些店内装修道具，使其成为“数字化店铺”。

比如，在门店合适位置，加上跟互联网无缝链接的数字货架、智能电视、数字橱窗，用于点击即可播放的产品使用示范和品牌宣传，并借助免费WiFi和会员接入等，通过移动手机客户端APP、网店、微店、小程序，以及微信、抖音、快手等社交媒体平台，实现线上线下对顾客24小时“随时、随地、随心”的无缝链接。

4、顾客传播：建立互联网自媒体平台

门店要成功实现“数字店铺”的营销推广，就要重视建立自己的自媒体平台，将上面提到的各种社交媒体，组合成一个自身的互联网自媒体推广、宣传平台，实现对商圈和顾客的低成本精准营销、大范围拓客和集客及互动式会员管理。

5、员工管理：让员工参与进来

俗话说：后台你怎么对待员工，前台员工就会怎么对待顾客！现在零售店的用工对象，基本都是90后为主的新生代群体，这一代人讨厌“说教式”的家长化管理，不喜欢死板和单一的工作，缺乏60后、70后的吃苦耐劳精神，即使采用工资激励方式，效果也不如上一代员工。

但90后的员工有自己独立的审美，喜欢以自我为中心，对潮和时尚的感知能力更敏锐，表现力更有个性，对于营造门店的时尚和个性化，其实比60后、70后员工更具有优势，也更善于用互联网新工具与别人沟通，与顾客互动。

所以，我们在管理方面，要善于整合这一代人的优势，让他们参与进来，采用“互动式”目标和绩效管理，构筑一个执行力强、同时也是快乐工作的年轻团队！

6、数据管理：关注客流统计

客流就好比门店的血脉，没有客流管理，任何的营销都会显得苍白无力，因为巧妇也难为无米之炊。所以在这个备受电商冲击的时代，门店每天进多少人，什么时段进人多，这些人是什么类型，什么时段成交率高等精细数据，显得尤为重要！

总之：现在时代最缺的不是资源，而是思维，思维决定出路，不管你是做什么行业，只要从客户的需求和痛点出发，学会从卖产品到卖解决方案的转变，才能在红海竞争中打开新局面，并形成自己独特的商业模式。

(物业公司 梁斌·摘自网络)

朋友，没事多读读书

朋友，你喜欢读书吗？书，拉近了时间的距离，缩短了地域的间隔；书，使您畅游千山万水，鸟瞰古今中华；书，伴您踏上理想的征途，人生从此充满阳光，充满希望。

是的，“书籍是人类进步的阶梯”，生活里没有书籍，就好像大地没有太阳；智慧里没有书籍，就好像鸟儿没有翅膀。

读《钢铁是怎样炼成的》，结识了一位百折不挠的英雄——保尔·柯察金。我仿佛看到了那激动人心的场面。无数苏联青年，怀揣这本书，高呼“为了祖国，前进！”勇敢地冲向疯狂的法西斯侵略者，鲜血染红了莽莽雪原。我终于明白了：生命属于每个人，虽然只有一次，但只有把它献给人类最壮丽的事业——共产主义事业，那样的人生才有意义。

在泰戈尔园丁和飞鸟的温情对白中，我感受到了生命的芳醇；在灯下秦淮河的桨声中，我隐隐辨出父亲那苍老的背影；在寒夜的小橘灯下，我看到了童真与母爱的无私；在那浊浪排空的海域中，我理解了老人对海不屈的斗争！

青春入画，看人生的风景翩然而至。灯下，聆听成功的绝响，共享人生的快乐，体察失败的辛酸，领悟生命的真谛。书，给予我们的不止是一次品读精美文章的机会，还给了我们读书的乐趣、做人的真知。

孤独时，书是益友；忧闷时，书是敞开的窗户；郁闷时，书是灿烂的阳光；意冷时，书是熊熊的火焰……我们与书中的人物进行心灵的交流，受到了真善美的熏陶。

有书的生活，真好！好书，我永远的朋友！

(财务部 薛云生)



3.15 消费者权益日 从心开始

一年一度的“3.15”国际消费者权益日，让“打假”与“维权”再次成为舆论焦点。在财经频道播放的“3.15晚会”上，以聚焦“提振消费，从心开始”为主题，希望通过诚信的力量让每个人把平凡的日子过得更加幸福美满，而在晚会上曝光的内容：

商家店铺安装人脸识别功能摄像头（在不告知的情况下，精准抓取消费者人脸信息，对来访顾客进行分析）、瘦肉精流向多地（河北青县的养殖户在饲养的过程中添加了瘦肉精）、名表维修内幕（手表小病大修，手表原封不动，几千元维修费到手）、手机清理软件诈骗陷阱（用某些APP清理手机，越用越卡，实际上这些APP在收集手机信息并诱导用户下载其他软件，恶性循环，窃取数据、推送广告）、搜索之病（医疗广告关乎人命，专家子虚乌有、疗效神乎其神、点赞好评无数，360搜索、UC浏览器存在的违规虚假医疗广告问题，再次敲响了规范互联网信息搜索服务的警钟）、个人简历泄露（售卖企业招聘账号、伪造资质申请企业账号到批量下载应聘者信息）、废旧钢筋黑色产业链（废旧钢筋重新加工以新品钢筋贩售，并使用伪造质保证书，严重威胁建筑安全）、福特汽车变速箱生锈（设计存在缺陷，车辆存在安全隐患）、英菲尼迪变速箱故障频发（车主承担高昂维修费，签订不平等协议），这被一一曝光，不免让人感触万千。

纵览涉事事件，有的关乎饮食安全，有的关乎个人隐私，有的关乎消费信誉，面对假冒伪劣、虚假宣传、信息泄露等损害消费者权益的行为，人们无不愤慨。一经曝光，一些相关企业纷纷道歉并开始整改，相关部门也展开治理行动。曝光是打假的起点，也是维护消费者权益，唯有安全不失守，信息时代的信息流才不会不迷途、发展流才不会失信。

我们没有力量改变大环境，那么就改变自己做起，从自身提高意识、注意风险，提高我们作为消费者的维权意识及素质，在使用、存储、分享个人信息时，及时鉴别和防范各种可能的危险源，防止个人信息被窃取。在生活中，我们会对赖以生存的环境产生质疑，其实活着，尤其是健康的活着，是一件多么不容易的事情，所以我们要珍惜生命。

(财务部 班靖)



努力向前

勇攀高峰