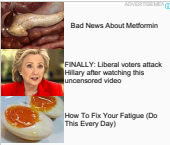
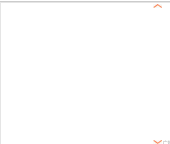


- 企业宣传手册
- 企业宣传手册内容
- 企业宣传手册文案
- 企业宣传手册怎么做
- 企业宣传稿
- 企业宣传语
- 企业宣传事例
- 企业宣传标语
- 企业宣传部岗位
- 企业宣传部职责
- 企业宣传部内容
- 企业宣传部文案
- 企业宣传策划
- 企业宣传策略
- 企业宣传的方式
- 企业宣传的意义
- 企业宣传的作用
- 企业宣传范文
- 企业宣传方案
- 企业宣传方式



- 企业宣传手册
- 企业宣传手册内容
- 企业宣传手册文案
- 企业宣传手册怎么做
- 企业宣传稿
- 企业宣传语
- 企业宣传事例
- 企业宣传标语
- 企业宣传部岗位
- 企业宣传部职责
- 企业宣传部内容
- 企业宣传部文案
- 企业宣传策划
- 企业宣传策略
- 企业宣传的方式

企业宣传手册1208

企
业
宣
传
手
册

新版《企业宣传手册》文案策划说明

一、总体思想

随着公司向更高、更深层次发展，公司企业文化不断丰富，新版《企业宣传手册》的设计，应突出体现绿谷的“企业文化精髓、科研生产实力、绿色环保品牌”，以彰显绿谷集团的实力和品牌。

二、结构和内容

新版《企业宣传手册》除更新公司介绍（简介、组织架构等）外，其文案的策划，是以绿谷企业文化精髓（“源于心灵的生命产业”）为主线，通过对“源于心灵”和“生命产业”的诠释，使人们了解绿谷的企业文化——绿色环保、生命健康、自然和谐，进而理解绿谷的核心理念。

“绿谷现代科技”和“经典产品”，是对“源于心灵”的呼应。绿谷不仅有着卓越的理念、美好的愿望，更以独具魅力和强大的科研——“无限（边）无限”科研机构、饱受赞誉的高科技绿色产品，成功地发起并将继续推进着这场绿色生命运动，感召着热爱自然、关心健康的人，共同演绎绿谷的理想。

“绿色接力、健康传递”，是对公司营销的深度诠释。“绿色接力”——与绿谷发起的“绿色生命运动”呼应；“健康传递”——表明绿谷带给人们的真正产品是“新的健康理念”（健康其实很简单！——绿谷带给人们的就是最简单的健康方案），这种新健康理念，通过运动式的接力和传递，必将被广为传播。

“绿谷年华”，是对公司成长历程的回顾，通过对历程的回顾，可以看见绿谷美好的未来！因为，绿谷的每一个脚印都是坚实有力的。

“产品手册”，作为新的《宣传手册》的插件副本，是公司现有产品的全面介绍，不同于原《宣传手册》的“单个产品说明书”，鉴于绿谷的迅猛发展，产品手册能充分体现这种发展的成果，体现出绿谷集团化经营的趋势，单个产品说明书的文案策划，因产品的特性不同，营销方式不同，文案也随之有差异。因此拟以“产品手册”代替原来的“产品说明书”为插件副本。但可以在单个产品的专项促销活动中，将该产品的说明书作为绿谷集团《宣传手册》的增加插件，附册赠送。

- 目 录
- P1：董事长致辞
- P2：公司简介
- P3：公司组织架构
- P4：源于心灵的生命产业
- P5：绿谷现代科技
- P6：绿谷新经典荟萃
- P7：绿色接力、健康传递
- P8：绿谷年华
- P9：插件副本：产品目录
- P1：董事长致辞

绿谷集团，致力于人类健康事业和生命科技产业，是集开发、生产、销售中药和天然药物于一体的现代大型专业医药集团。

中国中医药文化，是世界医药文化的瑰宝，蕴藏着巨大的发展机遇。抓住这难得的历史机遇，牢牢掌握并加快中国中医药发展的主动权，实现绿谷集团新的腾飞，这是绿谷集团顺应医药经济发展规律作出的重要决策。

源于心灵的呼唤和对生命的珍爱，绿谷追求建立人类理想的健康世界：蓝天绿地，健康生命，天人合一。绿谷的理想正激励着无数的绿谷人，推动着这场绿色生命运动，以绿色产品回馈社会，共创生命绿谷！

与时俱进，开拓创新。绿谷人经过几年的奋力拼搏，已取得辉煌成就，绿谷希望更多英才加盟，共同为人类的健康事业做出新的贡献！

上海绿谷（集团）有限公司董事长

吕松涛

2003年12月8日

P2：公司简介

上海绿谷（集团）有限公司（以下简称“公司”）成立于1997年1月，注册资金1.18亿元人民币，是上海市高新技术企业，属上海市民营科技百强企业、上海市工业集团五十强企业之一。公司致力于人类健康事业和生命科技产业，是开发、生产、销售现代中药和天然药物的专业医药企业集团。

公司目前已拥有三大系列四十余种产品，2003年营业收入超过10亿元人民币，率先投入市场的抗癌药品和保健品在国内外具有很高的美誉度。

公司斥资数十亿元建造的上海绿谷制药有限公司、西安绿谷制药有限公司和宁夏绿谷制药有限公司，拥有国际一流的生产设备，其生产规模和能力在国内首屈一指。在青浦工业园区占地400余亩的工业园区基地已经动工。

公司已建成本方位的国内营销体系，国外营销体系正在建设中。公司现有员工3000多人，其中博士、硕士百余名，遍布于公司总部和全国百余个分公司、分支机构中。

公司与北京大学医学部、中国科学院上海药物研究所、军事医学科学院毒物药物研究所等国内外著名医药科研机构相提携建立了“无限（边）实验室”数座。

公司以弘扬中医药文化和天然医药文化为己任，以天然药品、保健品开发为主体，运用现代科研与生产手段，积极倡导天然药物研究、生产和使用新理念。力争在不久的将来成为具有国际竞争力的、以中医药文化和天然医药文化为特色的跨国医学产业集团。

P3：公司组织架构

P4：源于心灵的生命产业

绿谷核心理念——“倡导健康新理念，创建生命绿谷”。我们倡导的健康

新理念——健康其实很简单！

我们创建生命的绿谷——

绿色产品链 绿色产业链绿色生态链的健康循环。促进人与环境的协调，构筑人类新坐标。

绿谷——源于心灵的生命产业

道法自然，天地人合一——绿谷人用心灵，呼唤着人与自然的和谐。珍爱生命，保护自然——源于心灵，绿谷的生命产业呵护着人类的健康，演绎着人与自然的和谐。

P5：绿谷现代科技

科技，进化着世界，解放着人类；经典，精髓了真理，超越了时空。我们致力于人类健康事业，从事中医药产业，打造新中药，就是发起推动“现代科技演绎现代经典”。

——吕松涛

绿谷“无边（边）无际”实验室

◎ 绿谷旗下中医药资源研究与开发的专业机构——上海绿谷生物医药研究所。

◎ 绿谷与北京大学医学部建立的“灵芝”联合实验室。 ◎ 绿谷与中国科学院上海药物研究所建立的“天然药物”联合实验室。

◎ 绿谷与中国军事医学科学院毒物研究所建立的“复方中药现代化”联合实验室。

◎ 绿谷与中国中医研究院建立的“中医基础理论现代化”联合研究室。

◎ 绿谷与中国科学院上海生命科学院筹建中的“保健食品创新”联合实验室。

绿谷现代生产

◎ 西安绿谷制药有限公司

座落于西安高新技术园区，通过国家药品GMP认证，绿谷旗下专业制药公司。

◎ 上海绿谷制药有限公司

座落于上海张江高科技园区，正在申请国家药品GMP认证，绿谷旗下专业制药公司。

◎ 上海绿谷生命园制药有限公司

座落于上海青浦工业园区，绿谷旗下中药提取、制剂中心和中试基地，占地400亩，正在建设中。

◎ 上海绿谷（集团）有限公司营养保健品厂

座落于上海张江高科技园区，通过ISO9002质量体系认证，绿谷旗下保健食品专业生产厂。

绿谷生态基地

绿谷在福建武夷山建立了国内最大的灵芝培植基地，正在进行GAP改造。

P6：绿谷新经典荟萃

“国家一类抗肿瘤新药”——沙尔威辛

绿谷集团和中科院上海药物所合作开发，上海市科委、科技部《1035》以及中科院“九五”重大新药研究项目，该药具有显著的体内外抗肿瘤活性、独特的抗多药耐药作用、较好的安全性，有望成为具有我国自主知识产权的一类抗肿瘤新药。

“降血糖药”——盐酸二甲双胍胶囊

用于单纯饮食控制不满意的非胰岛素依赖型糖尿病患者，尤其是肥胖者。该药还有减轻体重的作用。

“广谱抗病毒药”——利巴韦林胶囊

适用于病毒性上呼吸道感染、呼吸合胞病毒引起的病毒性肺炎与支气管炎、皮肤疱疹病毒感染。

“抗感冒药”——复方锌布颗粒剂

用于治疗非细菌感染引起的普通感冒及流行性感冒，具有良好的解热、镇痛、消炎、抗过敏、抗病毒作用。

“治胃良药”——枸橼酸铋钾胶囊

用于胃溃疡、十二指肠溃疡、慢性胃炎、功能性消化不良及胃酸分泌损伤，能清除幽门螺旋杆菌。

“整合医学（治疗）的首选药物”——双灵固本散（中华灵芝宝）

绿谷集团和北京大学医学部合作开发，中国目前唯一的国际准字灵芝抗肿瘤药品，目前唯一获得专利保护的灵芝药品。无任何毒副作用的广谱抗癌药物。

“活血神药”——丹参多酚酸盐粉针注射剂

绿谷集团和中科院上海药物所合作开发，从传统中药丹参中提取有效成份丹参多酚酸盐，可治疗多种心血管疾病。该药为中药国家二类新药（新七类），拥有自主知识产权，已申请国际和国内专利。。

“中药复方现代化第一经典”——新六味地黄丸

绿谷集团和军事医学科学研究所合作，以传统六味地黄丸为基础，开发研制的复方中药国家二类新药(新五类)，用于肾阳亏损、头晕耳鸣、腰膝酸软、骨蒸潮热、盗汗遗精、消渴。该项目被列为国家“973”重点项目。

“乙肝治疗新药”——东方肝康复方灵芝冲剂

该产品在基因水平上阻断乙肝病毒的复制，降低病毒活跃度，有效控制乙肝病情，同时促进人体自身稳态调节，吞噬和清除体内的病毒，改变了过去的药物免疫治疗乙肝的单一性。

“人体自主稳态健康调节的唯一载体”——绿谷灵芝胶囊

汲取了五千年中医药文化中养生理论的精华，吸收了现代医学和分子生物学的最新科研成果，全面调节人体神经、免疫、内分泌三大系统，从根本上激发人体自我康复能力和抗病能力。

“补肾之王”——绿谷枸杞胶囊

采用中国“王”级宁夏中宁枸杞作原料，运用国际顶尖“透析+分子筛”技术，超浓缩比例提取枸杞多糖LBP，可全面调理人体脏腑功能，是新生肾补肾极品，可长期服用。

“儿童清火强体天然新药”——泡泡康（金银花泡腾片）

运用国际泡腾技术研制的泡泡康，更容易和高效地被儿童安全吸收。该产品可防治儿童感冒、清除儿童内火、增强儿童体质。

P7：绿色接力，健康传递

（此图在设计时可缩小、占半个版面）
（可再增加一幅世界地图，由北京向国外的接力和传递）
P8：绿谷年华
——绿谷大事记
1997.1
1997.4
1997.6
1997.8
1998.2
1998.2
1998.6
1998.8
1998.9
1998.10
1998.10
1999.1
1999.6
1999.10
1999.12
2000.5
2000.6
2000.8
2000.11
2001.5
2001.9 上海绿谷（集团）有限公司（以下简称“公司”）成立。公司在福建省武夷山建立灵芝原料种植及加工基地。公司副董事长陈金生教授代表绿谷集团应邀参加“97香港国际中医药学术交流与未来合作研讨会”。获国际名证证书，被聘为国际中医药研究会名誉会长。公司“中华灵芝宝”获首届中美中草药科技成就奖，公司被评为中国食用菌行业先进企业。“上海市药学会灵芝研究专业委员会”在绿谷生物研究所挂牌成立。公司与中国科学院上海药物研究所合作成立“联合实验室”。公司在上海浦东新区张江高科技园区购地25,000平方米，建立药业基地。宁夏绿谷制药有限公司成立。上海绿谷制药有限公司成立。“上海慢性肝炎防治研究中心”在绿谷生物研究所挂牌成立。公司营养保健品厂在上海浦东张江高科技园区建成并验收。西安绿谷制药有限公司成立。上海霍允上（北区）绿谷药业有限公司成立。公司被上海市工商局评为1998年度上海市百强私营企业第3名。公司通过中国方圆标志认证委员会质量认证中心ISO9002质量体系认证。宁夏绿谷医药有限公司成立。公司被评为1999年度上海市民营高科技百强企业。公司被上海市工商局评为1999年度上海市百强私营企业第3名。“绿谷灵芝胶囊”被评为“2000年度上海市级新产品”。公司被上海市科委授予“2000年度上海市科技型企业100强”称号。公司与中国科学院上海药物研究所合资兴办的上海绿谷天然药物有限公司奠基
典礼在上海张江举行，上海市副市长陶禹麟、严隽琪，中国科学院副院长陈竺，原国家科技部副部长惠永正等领导出席。
公司与军事医学科学院毒物药物研究所在北京签约，合作开发中药新药。2001.10
2002.1
2002.9 公司与中国中医研究院关于共同研究中医基础理论的合作项目在北京签约。公司投资10亿元在上海青浦工业园区购置400亩工业用地，建设现代化中药提
取中心、综合制剂厂、中试生产研究基地、培训中心和职工大学。它将
成为国家重点支持的10个中药产业基地之一。
2003.11 公司总部正式搬入张江高科技园区牛轭路421号新址。
P9：插件副本：产品目录
1、制作规格：采用三十二开装订本式。封面封底采用进口（德国产）157克铜版纸四色彩印，内页采用87克印刷纸黑白印刷。
（注：单个产品的说明书，可结合市场营销的特性另行设计制作）。
2、主要内容：公司已成功开发的各产品简要介绍、全国各分支机构销售热线等。（详细产品内容需协助收集整理）

企业宣传手册
— 目录 —
一、公司简介.....第3页 二、公司各类证明.....第4页 三、公司组织架构.....第8页 四、企业文化.....第9页 （一）企业使命.....第9页 （二）经营理念.....第9页 （三）企业精神.....第9页 （四）服务理念.....第9页 （五）核心价值观.....第10页 五、团队建设.....第10页 （一）行政人事部.....第10页 （二）财务部.....第10页 （三）营销体系（营销部、市场部、商务部、零售部、移动事业部、“索爱”事业部、国联事业部）.....第11页 1、营销部.....第11页 2、市场部.....第11页 3、商务部.....第12页 4、零售部.....第12页 5、移动事业部.....第12页 6、“索爱”事业部.....第12页 7、国联事业部.....第12页 （四）售后服务部.....第13页 六、公司发展战略的落实总结.....第13页 （一）战略选择.....第13页 （二）长期目标.....第13页 （三）短期目标.....第14页 七、公司近三年经营整体概况.....第14页
一、公司简介
重庆国正科技有限公司成立于二00二年，座落于重庆市IT企业聚集区——高新区。公司是集移动通信设备批发、零售、售后服务为一体的专业化销售服务公司。拥有核心员工200余人，其中员工队伍85%以上均为大专以上学历；公司下设行政人事部、财务部、商务部、市场部、营销部、零售部、“索爱”事业部、移动事业部、国联事业部、售后服务部十大部门。
公司自成立以来，一直秉承“诚信做人，认真做事”的服务理念，多年来不懈的努力，在行业中树立了良好的口碑，赢得了同行的高度信任，已形成一定的规模 and 影响力。公司是中国移动公司的核心代理商，是“天诺”、“联创”和“蓝品”等品牌手机的重庆总代理，同时代理了国内、国外几十余种品牌
的手机及配件。

公司建立了渠道、零售兼顧的销售模式，销售网络覆盖重庆主城区九区及万州、涪陵、黔江、合川、大足、铜梁、潼南、璧山、永川、江津、奉节、巫溪等30余个县市市场，占据了通信行业一定的市场份额。现目前合作的商家有：迪信通、莱斯丽、易天、渝北发源、秀山金鹏、永川与时、奉节顺达、开县宏宇、涪陵贝尔、云阳宇光、万州瑞福、大足捷达、沙坪坝新世界、江北渝航等100余实力商家，及自行开发的零售卖场万余平方米。年销售额近亿元。多个自有零售卖场被评为三星、四星级卖场，受到了用户的一致好评。

把握机遇，致力发展，这是国正公司遵循的目标轨迹；拓展业务范围，深挖细分市场，这是国正人的工作轨迹，凭着国正人的团队精神和拼搏，凭借国正合作伙伴的支持，国正公司迎来具有里程碑的飞跃发展。

二、公司各类证照

三、公司组织架构

重庆国正科技有限公司

行政人事部 财务部 市场部 商务部 营销部 索爱事业部 移动事业部 国联事业部 零售部 售后服务部

四、企业文化

（一）企业使命：立百年基业惟开拓，树服务品牌而兴邦。

作为一家销售服务企业，追求基业长青的服务品牌是我们美好的愿景，同时，我们将历史赋予的责任化为无尽的动力，锐意进取，奋勇开拓，坚决实现创造著名服务品牌的伟大目标，为社会服务和回馈社会而贡献自己的力量。

（二）经营理念：以诚信经营获得肯定，用销售实力赢得尊重。

我们秉持诚信合作的态度，以客户、供应商、企业员工以及相关对象为伙伴，共同致力于销售服务品质的提升，全力创造新价值；我们认为，所有的价值创造者都应成为分享者，我们坚持要求成为其中一员，更乐于主动与人分享。互惠互利，共同发展，正是我们经营的原则。

（三）企业精神：“家”的精神。

知己知彼，尊重每一个对手，在每次攻击前都会去了解对手，而不会轻视它，所以被一生的攻击很少有失误。

勇于挑战，勇于探索的创新精神；刻苦钻研，自强不息的进取精神；恪尽职守，忘我无私的敬业精神；甘当人梯，共同进步团队精神。

（四）服务理念：优质服务，让您省心。

每一位国正人都是服务者，所有人都是我们的客户，提供优质的服务是我们的职责，让客户省心是我们的目标与承诺。优质服务，不但要求我们出色完成客户的需求，更要求我们想客户所想，我们不断提升服务的技能，保持“火”一般的热情与“闪电”般的行动，从而与客户高度契合，达到融为一体境界，真正让客户省心。

（五）核心价值观：接受最新的，创造更新的

我们自知所处的社会时代，革新与进步时刻都在发生，墨守成规、安于现状，必将被无情淘汰；创新，是国正生存之基，发展之道。我们不断更新观念，博采众长，接受最新的，与新理念接轨；我们始终充满激情，推陈出新，创造更新的，让环境因我而变。

五、公司团队建设

结合公司经营和发展的需要，公司设立了行政人事部、财务部、市场部、市场部、营销部、零售部、“索爱”事业部、移动事业部、国联事业部、售后服务部十大部门。各部门在公司的发展和运营中各司其职，形成有效、高效的运行模式。（一）行政人事部

行政人事部担负着公司行政总务、人力资源管理的职责，负责建立及完善公司的管理体系、目标考核体系、督察、考核公司内外各项工作的管理及建立健全公司的信息系统。对公司各部门的后勤保障等方面的工作。配置了专业的行政、人力资源管理人才5人。

在部门工作的日常开展过程中，高度重视基础管理，营造良好工作环境；加强“服务”部门工作理念，主动工作、有计划、敢于创新；认真履行监督的职责，狠抓员工日常工作、办公秩序管理，常态化、多形式的各类培训。在公司的人力资源管理工作方面，制定了符合公司发展战略的人力资源管理战略方针，在确保标准人员编制的同时，多渠道获取人才来满足公司发展对人才的需求。充分建立各部门之间的沟通机制，以达到各部门间的良好沟通。（二）财务部

财务部担负着公司财务管理的职责，负责公司的财务预决算、财

务核算及日常帐务处理、会计核算、融资及资金管理、内控制度的制定及完善、成本控制、成品的价格管理等方面的工作。配置了财务管理、资金管理、财务审计、物流管理等专业人才10余人。

财务部建立了财务管理、会计核算等基本制度，并按制度的规定办理会计业务，组织会计核算，提供会计信息，实施会计管理，提供财务报告与财务分析。保持与工商、税务、银行、会计师事务所等管理、监督部门的交流与沟通，接受国家法律赋予企业的责任，提供企业的经营信息。

（三）营销体系（营销部、市场部、商务部、零售部、移动事业部、“索爱”事业部、国联事业部）

营销系统担负着公司经营实施的职责，负责根据公司整体营销发展战略、参与制订并分解落实产品销售计划，保证销售任务的完成、销售统计、各营销网点销售调度及产品运输及产品的售后服务等方面的工作。建立了涉及营销管理、市场营销、市场企划、培训、服务管理等方面的专业队伍，团队拥有核心员工80余人。

1、营销部

营销部负责根据公司整体营销发展战略、参与制订并分解落实产品渠道、直销销售计划，保证销售任务的完成、销售统计、各营销网点销售调度及产品运输及产品的售后服务等方面的工作。

部门开展市场开发、品牌宣传、维护客户等工作，达到年销售15万余台的销售量。

2、市场部

市场部担负着根据公司整体营销发展战略，制订公司各项培训计划和活动策划的职责，组织并实施各项培训和活动，对市场终端进行梳理，执行公司促销政策及方案；在公司业务空白区域进行业务拓展。

3、商务部

商务部负责在总经理的直接领导下，全面负责公司营销商务工作，完成公司各类培训和活动策划、组织实施、协助任务，公司品牌的树立及宣传等工作。

4、零售部

作为公司经营的一种模式，在多年的发展中，零售体系已经发展成为具有十个卖场的移动特许经营大中型卖场，经营各种品牌的手机终端零售业务和手机各种配件业务的综合经营体系，达到年销售6万余台手机的销售量。

为客户服务——是零售体系永远的第一宗旨。

5、移动事业部
移动事业部负责移动心机、TD座机的销售和话费的充值、移动电话卡的销售等移动业务工作。达到年销售手机卡号万余张、销售充值卡位列前列的销售量。
6、“索爱”事业部
“索爱”事业部负责根据公司整体营销发展战略，参与制订并分解落实“索爱”品牌手机的销售计划，保证销售任务的完成，负责销售统计、各营销网点销售调度及产品运输、售后服务工作等方面的工作。
7、国联事业部
国联事业部负责根据公司整体营销发展战略，参与移动TD平台开发与零售业务。制订并分解落实产品渠道、直销销售计划，保证销售任务的完成、销售统计、各营销网点销售调度及产品运输、售后服务等方面的工作。
（四）售后服务部
售后服务部负责组织公司产品售前、售中、售后服务活动的实施。组织产品服务资源，建立售后服务队伍，及时为顾客提供满意的产品维修、咨询、技术服务等方面的工作。配置了售后管理、维修工程师、服务工程师、客户服务等方面的专业人才20余人。
部门秉承“客户永远第一”的宗旨，在公司的方针和政策的下，以热情、全方位的服务为客户提供售前、售中、售后服务。
六、公司的发展战略
（一）战略选择：
——进军本地市场和国内通信市场，拓展企业产品链条，丰富企业产品线，启动新的利润增长点。拥有本地市场较大的份额，对于公司的发展来说是远远不够的，我们需要多方位发展我们的销售渠道，开拓更多的市场，同时开发西南片区市场，是我们面临的下一个战略目标。
——进行企业信息化建设、管理团队建设和渠道团队建设，全方位提升企业的综合管理和营运水平，加强与客户、厂家的沟通和服务；——全力打造、建设，完善覆盖重庆、辐射西南的高密度销售网络，赢得细分市场，开拓全国市场，争取更多的客户，改善企业的经营状况。
（二）长期目标：
公司长期的目标是为客户提供的高品质的产品和服务，取得广大客户的认可，在3年内稳步发展，成为本地及国内市场有力的通信产品销售竞争者。
（三）短期目标：
公司计划大力与中国移动加强合作，争取在多个业务领域成为中国移动相关业务的市级代理商，高品质的渠道合作伙伴扩展到150家，完成渠道销售26万台，零售8万余台的销量。
七、公司近三年经营整体概况
（一）完善企业的管理模式，不断提升企业的核心竞争力。
公司进一步更新思想文化观念，培育形成符合时代发展要求、具有鲜明公司特色的价值理念和公司精神，用先进的科学思想和价值理念，促进公司经营方式和管理模式的变革和创新，提升员工的综合素质，从而增强企业的凝聚力，提升企业核心竞争力，为企业改革发展提供强大的支撑。公司坚持正确的指导思想，充分发挥企业的整体功能和作用，紧密结合公司经营实际，不断创新管理的形式和内容并牢牢把提员工队伍建设根本，切实提高员工队伍素质，以此不断提升企业的核心竞争力。
（二）增强经营管理意识，降低了运营成本。
公司对经营所涉及的各项管理做了大幅度的改进和完善，以达到降低经营成本的目的；扩展了业务队伍，提升了团队服务意识，留置了合理的成本空间，迅速的提高了市场分额。
（三）进一步完善了服务体系，提高了客户满意度。
秉承“诚信做人，认真做事”的服务理念，保证客户对产品质量的满意，增加老客户对售后服务的满意度，同时开拓新客户，赢得新客户对公司的认同感。诸如飞联通讯、迅捷通讯、莱斯丽通讯等之类的大客户均与公司建立了长期合作关系，保持着良好的客户往来，相处融洽，每年的客户满意度均为98%左右。
（四）市场环境分析。
经济体制社会的竞争机制，同样在移动通信设备销售领域毫无保留的体现，市场的竞争并趋于白热化程度，公司管理层已深刻的认识到这一点。我们将在生产厂家的支持和运营商的支持下，以获取较高市场排名的方式在短时间内寻找客户拓展市场，进一步提高市场份额，使企业在激烈的行业竞争中始终立于不败之地。

企业宣传手册
企业宣传手册
美丽说
公司简介
中文名称：美丽说 总部地点：北京
成立时间：2009年11月 经营范围：网络信息服务 公司口号：美丽说，发现最美的自己！
广告代言：EXO-M 员工数：140
外文名称：Meilishuo 创始人：徐易容 员工人数：140 公司性质：互联网技术型公司 市场份额：行业第一
2009年11月由徐易容创立于北京中关村，致力于为用户解决穿衣打扮、美容护肤等问题。美并说已有超过3500万注册用户、超过340万每日活跃用户；超过1800万手机用户、超过115万每日活跃手机用户；超过十款女性时尚相关手机应用、覆盖iOS及Android两大移动平台，是中国发展最快的互联网公司之一。美并说的主要板块为：说逛街、说购物、分享潮流新品、搭配心得。通过关注更多的时尚密友、搭配高人，发现美并，搜索流行。这个网站提供、应季最IN的单品，各种风格的衣服饰品如何搭配等信息，同时提供时尚、美容问答服务。
美并说是国内最大的女性时尚社区，致力于为用户女性用户提供最美丽的时尚购物体验，用最最好的互联网技术为她们解决“怎么穿、怎样搭、哪里买”的。说搭配问题。自2009年11月创立于北京中关村，美并说已有超过3500万注册用户、超过340万每日活跃用户；超过1800万手机用户、超过115万每日活跃手机用户；超过十款女性时尚相关手机应用、覆盖iOS及Android两大移动平台，是中国发展最快的互联网公司之一。
创立至今，美并说已获得三轮风险投资，分别来自纪源资本、红杉资本、蓝驰创投、清科创投，投资总额达3000万美元。
创始人

<p>徐易容，美并说创始人和CEO，1997年毕业于北京大学计算机系，2000年获得美国斯坦福大学计算机硕士学位，同年加入世界著名的IBM阿莫顿研究中心，在硅谷从事数据挖掘研究，2003年回国加入IBM中国软件开发中心（CDL）。徐易容在互联网、数据挖掘、数据管理领域创造了多项新技术，共同发明了5项专利。徐易容于2009年11月创立美并说，是目前国内最大的女性</p> <p>快时尚电子商务平台，致力于中国女性长期高速增长的美并需求。在此之前，徐易容曾创立RSS在线阅读站点抓虾网，是业界最著名的web2.0网站之一。</p> <p>投资者关系</p> <p>纪源资本（Granite Global Ventures，简称 GGV）</p> <p>2011年10月，美并说完成第三轮2000万美元融资，纪源资本副总裁胡磊将进入美并说董事会。</p> <p>赛慧资本，创建于2000年，由Scott Bonham, Joel Kellman, Hany Nada及Thomas Ng共同创立。到目前为止，旗下管理10亿美元扩展阶段风险资金，成功退出的市场价值达330亿美元。2008年3月成功合并惠格资本（SIG）及其旗下人民币基金科量（Venture Star），更名纪源资本（GGV Capital）。</p> <p>清科创投（Zero2IPO Venture）</p> <p>2011年10月，美并说获清科创投联合投资。</p> <p>清科创投由清科集团募集成立于2006年，专注于投资具有高增长潜力中国企业的创业投资基金。借助清科集团在国内强大的网络资源，清科创投主要采取联合投资的方式和国内外著名创投机构投资于中后期企业。同时，以领投或联合领投的方式投资于早期的创业企业。</p> <p>红杉资本（Sequoia Capital）</p> <p>2011年5月，美并说获红杉资本第二轮800万美元融资。</p> <p>红杉资本创始于1972年，创始人唐·瓦伦丁（DonValentine）共有18支基金，超过40亿美元总资产，总共投资超过500家公司，200多家成功上市，100多个通过兼并收购成功退出的案例。</p> <p>蓝驰创投（BlueRun Ventures）</p> <p>2010年12月，美并说获得蓝驰创投第一轮200万美元融资。蓝驰创投成立于1998年，是一家专注早期阶段企业的环球风险投资公司。蓝驰创投现管理超过10亿美元总资产，重点关注互联网服务</p> <p>IT、移动通讯、半导体、节能与环保领域。作为一个环球基金，蓝驰在北京、上海、美国硅谷、首尔、孟买和赫尔辛基都设有分支机构。基金成立10多年来，和创业者紧密合作，通过丰富的市场经验和全球资源帮助他们尽快实现创业梦想。</p> <p>公司模式</p> <p>所谓的美丽说模式，是指社会化电子商务分享的模式。在一个垂直的领域内，有相同兴趣爱好的人聚集在一个社区，相互之间可以推荐、分享、评论商品，而商品的链接来自外部的电商网站，社区自身通过展示广告、点击购买分成取得收入。</p> <p>该模式始于美丽说，美丽说创立</p> <p>于2009年11月，是一家以女性时尚分享为主的社交媒体。在这个垂直的时尚领域中，爱好时尚的人可以聚在一起分享包括服饰、美容等时尚话题的内容，并评论相关商品。截止21世纪，以电子商务网站为主要外部网点来源。</p> <p>这种模式把相同兴趣爱好的人聚集在一起，在这个垂直领域中，这些人相互之间可以分享经验、推荐商品。在为用户提供讨论场所的同时，也为商家找到了精准用户。从商业模式的角度来说，这是一种链条非常短，非常高效的商业模式。</p> <p>由于具备了商业链条短、用户匹配度高等优点，自美丽说诞生后，美丽说模式开始逐渐蔓延开。阿里巴巴参谋长曾鸣曾对美丽说开创始人徐易容说：淘宝等‘美丽说模式’整整等了两年。</p> <p>在美丽说之后，在母婴、零食等各个范畴均涌现不同的效仿者。阿里巴巴集团旗下C2C网站淘宝网曾仿照该模式推出了众多相似产品。之后，人人网推出实名制购物分享平台人人逛街，益君网推出了针对小白银社交导购社区博图汇，麦田推荐亲子购物分享社区宝宝淘；此外，蘑菇街、就爱说都是典型的模仿者。截止21世界，美丽说模式已经获得了资本行业的高度认可。有业内评论称，美丽说的社会化模式涌现激活了购物分享该领域市场红海，未来会快速涌入各种社会化购物分享社区模仿者，必然会和团购一样形成购物分享商业红海。</p> <p>产品功能 逛宝贝</p> <p>这里有24小时最热的社区单品推荐，超赞的宝贝分享，丰富的时尚资讯。快来逛宝贝，与600百万爱美丽们一起创造时尚，分享时尚，寻找时尚。追赶潮流：分享购物乐趣，记录你的时尚日记，修炼时尚美丽心灵，做最美的自己！</p> <p>翻杂志</p> <p>翻杂志是爱美丽们的时尚聚集地，无论你是哪种类型的女孩儿，无论你有什么小癖好，在美丽说杂志社，你都能精确归队，和你的喜好尽情的拥抱吧，和姐妹们愉快的分享绚丽秘笈。爱的甜美MM在这里，这里搜集整理杂志：《彩公主的梦》、《</p> <p>嘟嘟姐姐儿联谊会》、</p> <p>《最爱蝴蝶结》、《学生妹集中营》等等。这些杂志以最新的版面，最新的形式，分不同的类别呈现在每位爱美者的面前。它从不同的角度，不同的侧面宣扬美丽，传播美丽。在这些风格的小世界里，志趣相投的MM在这里一起分享，属于你的美，等你来创造……搭配秀</p> <p>在这里，大家都在秀自己的美丽装扮和网购宝贝，记录爱美丽们漂亮的一天！美丽其实不只是一简单的狂购，想得到美丽，你就要知道如何才能美丽，而在这里就是你欣赏美。</p> <p>学习美的一个最好的去处，这儿可以教你怎样让你的服装搭配更合理，更时尚，更具魅力。达人</p> <p>在美丽说，已有一部分老成员，她们自有丰富的阅历，她们自有广博的知识，可以说是具有一定的代表性。她们是有名美容彩妆达人、服饰搭配达人、时尚博主、人气美女主播等等，她们是美丽的代言人。这里是各路扮美达人的聚集地，积极分享美丽心计、网购心得的女孩们。关注她们，与美丽零时差。</p> <p>福利社</p> <p>在这里，美丽说的注册用户可以享受免费试穿试用的机会。每周两期时尚潮品试用，包括衣服、配饰以及美容护肤产品等。用户提交试用申请概率获得试用机会，幸运获得试用机会的用户在试用后提交试用报告，可以给其他女孩们提供更多的参考和建议。</p> <p>团购</p>
--

免费试用的机会有限，美丽说团购为爱美丽们提供了更多时尚单品。商家可以来这里推荐商品。通过美丽说筛选的优质时尚商品将会在这里形成团购，给时尚MM更多优质的选择。价格sale时不打折。

好店

想作为时尚达人，会看会穿也要会买，美丽说精选时尚MM们的私房推荐，集成美丽店铺Top100，为爱美丽们提供逛街指引。美丽说还贴心的将店铺精选进行分类，方便精确推荐优秀店铺，想网购的MM们可以依据自己喜欢的风格和看点进行选择。

广告宣传

2014年3月，美丽说宣布签约天团EXO-M作为品牌代言人，这是美丽说的首个品牌代言人，也是EXO-M组合首次代言中国品牌。

2015年10月，独家冠名《奔跑吧，兄弟3》

EXO代言美丽说

美丽说CMO、《奔跑吧兄弟》主创人员与7名常驻嘉宾合影

美丽说规章

社区指导原则

美丽说是一个相互交流女性时尚，分享美丽事物，交流美丽心得的网站，在您分享美丽图片和内容的同时，请您务必遵守美丽说社区指导原则，请不要发布涉及他人隐私、

淫秽色情、

暴力、血腥等违反国家法律法规和地方政府规定的内容和图片，以及可能对美丽说网站正常营运带来潜在威胁的内容。

美丽说喜欢

1、分享美丽的事物和交流美丽心得；2、友好宽容地对待不同的看法和意见；3、尊重自己和他人的隐私及个人空间。

美丽说不喜欢：

1、违反中国法律及法规的行为内容以及相关的政策法规等；2、色情、暴力、反动、涉政等方面的话题；

3、针对国家、种族、宗教、性别、年龄、地域等有歧视和仇恨的语言；4、不雅言论、人身攻击、恶意捣乱和骚扰用户；5、发布大量广告信息内容；

6、内容与美丽说网站无关的信息，影响网站整体美观和统一性；7、以获利为主要目的分享行为；

8、对网站的正常运营有潜在安全威胁的内容。

本规则仅适用于美丽说网站，美丽说工作人员将有权处理、删除违反美丽说社区指导原则的内容及账号；发布信息若有违反相关法律法规或地方政策规定的内容，账号将会被删除

隐私保护原则

我们非常重视您的隐私。保护用户隐私是美丽说的重点原则，在您使用美丽说提供的服务前，请您仔细阅读以下隐私保护原则。

一、用户信息

美丽说将对您所提供的资料进行严格的管理及保护，美丽说通过技术手段、提供隐私保护服务功能、强化内部管理等方式充分保护用户的个人资料安全。美丽说为用户提供对个人注册信息的绝对的控制权。用户可以通过“修改个人信息”查看或修改个人信息。用户自愿注册个人信息，用户在注册时提供的所有信息，都是基于自愿，用户有权在任何时候拒绝提供这些信息。美丽说保证不对外公开或向第三方提供用户注册的个人资料，及用户在使用服务时存储的非公开内容，但下列情况除外：事先获得您的明确授权；

根据有关的法律法规要求；

根据相关司法机构或政府主管部门的要求；

只有透露您的个人资料，才能提供你所要求的产品和服务；因黑客行为或用户的保管疏忽导致帐号、密码遭他人非法使用；

由于您将用户密码告知他人或与他人共享注册帐户，由此导致的任何个人资料泄露。

二、Cookies和其他浏览器技术

当用户访问美丽说的时候，我们可能会保存会员的用户登录状态并且为用户分配一个或多个“Cookies”（一个很小的文本文件），例如当会员访问一个需要会员登录才可以提供的信息或服务，当会员登录时，我们会把该会员的登录名和密码加密存储在会员计算机的Cookie文件中，由于是不可逆转的加密存储，其他人即使可以使用该会员的计算机，也无法识别出会员的用户名和密码。会员并不需要额外做任何工作，所有的收集和保存都由系统自动完成。Cookie文件将永久的保存在您的计算机硬盘上，除非您使用浏览器或操作系统软件手工将其删除。您也可以选择“不使用Cookie”或“在使用Cookie时事先通知我”的选项禁止Cookie的产生，但是您将为此无法使用一些美丽说的查询和服务。

三、合作伙伴

我们选择有信誉的第三方公司或网站作为我们的合作伙伴为用户提供信息和服务。尽管我们只选择有信誉的公司或网站作为我们的合作伙伴，但是每个合作伙伴都会有与美丽说不同的隐私保护政策，一旦您通过点击进入了合作伙伴的网站，美丽说隐私保护原则将不再生效，我们建议您查看该合作伙伴网站的隐私条款，并了解该合作伙伴对于收集、使用、泄露您的个人信息的规定。

薪酬福利

为了吸引、激励、保留优秀的人才，保证员工和公司共同成长，公司兼顾市场发展趋势、行业动态以及内部公平性为每位员工提供全面的、富有竞争力的薪资福利待遇。基本工资

：

我们为员工提供业内极具竞争性和吸引力的薪酬，相关细节在Offer中

给予详细说明。此外，每年我们都会根据公司业务发展和员工的业绩表现进行绩效评估并调整薪酬。工作用餐 绩效工资

：

公司为每位员工提供餐费补贴。

按照员工绩效评估结果于年底计算发放年度绩效工资；不同部门有相应的

月度绩效工资。社会保险 保险。公积金 相关手续。带薪年假 带薪年假 俱乐部

：

正式员工从工作开始享受相应年假。正式员工可享受每年5天的带薪年假。

员工可在工作之余参加员工俱乐部活动，如羽毛球、篮球、桌上足球等。：
公司为每一位员工按照国家 and 地方政府的规定为员工办理住房公积金等：
公司为每一位员工购买养老保险、失业保险、工伤保险、医疗保险、生育保险
文化生活
公司注重企业文化建设，在忙碌的工作之余尽力为员工打造轻松的休闲活动，让大家能够劳逸结合。
公司年会
开启未来。
拓展训练：公司不定期组织拓展训练：每年年底，公司员工欢聚一堂，参加组织的“家庭盛会”，总结过去，
练，以激励员工发展，达到磨练意志、陶冶
情操、完善人格、熔炼团队等目的。
骑行社：公司成立了单车骑行社。
周末相约一起锻炼身体，发现生命的美好。
摄影部
羽毛球赛
篮 球 社
狼 人 社
亲 子 社
桌上足球
美丽电台
部门聚餐
其他：…………：公司成立了摄影俱乐部，大家一起发现身边的美，记录生活的点滴。每周四羽毛球赛，公司各部门间或其他公司相互切磋。每周二篮球赛之日，喜欢篮球的你怎能错过。每周五大家一起狼人杀，展开逻辑与口才的对抗。晒幸福，传授经验，交流心得。关注宝宝的健康成长。每两个月举办一次，武林高手一展身手争夺“大力神杯”。音乐发烧友的圣地。中午自由选听，下午电台点播，DJ等你来当。不定期进行，以犒劳大家的辛勤工作，增强团队凝聚力。足球赛，登山活动等等。
联系我们
公司全称：美丽说(北京)网络科技有限公司
联系客服
消费者热线：4000-800-577（周一至周五 08:00-24:00）
消费者服务邮箱：kf@meilishuo.com
商家热线：4000-800-588
商家服务邮箱：service@meilishuo.com
商家服务市场邮箱：xiaoluo@meilishuo.com
商家入驻
全国：4000800588
华东：0571-22952788
华南：4000800588
营销合作
联系电话：4000800588-8
企业：QQ800067444 仅供入驻好店商家联系
详情介绍：美丽说营销中心
郑重声明：美丽说没有任何所谓官方代理
媒体联系
Email：pr@meilishuo.com
附件：
大纲
一、公司简介和创始人
二、投资者关系
三、公司模式
四、产品功能
五、广告宣传
六、美丽说的规章制度
七、薪酬福利及文化活动
八、联系方式
对于选择美丽说这个品牌，我是这样想的。第一，美丽说是专门针对年轻女士的一个企业，我对他比较感兴趣。第二，美丽说发展于2009年，发展史比较短，资料比较好找。第三，美丽说发展于信息高速发展的时期，在各个网络平台的宣传都比较到位。在这个宣传手册中我重点介绍了投资者关系、产品功能和规章制度。投资者关系可以给顾客信心，让顾客放心购买。产品功能是大众最关注的，而规章制度则是降低加盟者的顾虑。
这次的宣传手册我选用了图文并茂的形式。在第一页我就以图片为主，是因为，这个宣传手册是针对女生制定的，以图片为主比较有吸引力。在字体方面，我选用了多种字体，不会让人觉得呆板。然后，字体颜色我还用了棕色，是因为棕色是美丽说的主色。

企业宣传手册	
心之力信息系统有限公司	
1、企业介绍	2
2、业务概览	2
3、服务流程	7
4、核心竞争力	8
5、成功案例	8
6、企业文化	10

一、企业介绍

心之力简介

心之力信息系统有限公司（以下简称“心之力”）是一家专注于互联网技术开发和运营的创新型企业。公司拥有实力强大的技术研发团队、锐意创新的设计专才和顶尖的运营团队，致力为客户提供最具前瞻性的技术产品和最优质的运营方案，同时为企业培养和输送互联网专业人才。

心之力主营四大业务板块：IT咨询服务、互联网运营服务、软件研发服务、IT培训服务。公司始终坚持“以增值服务为客户创造价值，以客户满意为公司创造价值”的经营理念，以“热情、专注、专业”为服务宗旨，加强与合作伙伴的紧密联系，注重自身的学习和创新，致力于成为互联网领域的引领者。企业使命

通过组织与过程的持续改进，领导力与员工竞争力的发展，联盟与开放式的创新，使心之力成为互联网领域领先的整体解决方案供应商和人才孵化基地。企业愿景

心之力致力于成为最受社会、客户、员工和股东尊敬的公司。

二、业务概述

（一）IT咨询

为客户提供信息技术、互联网服务领域的咨询与服务，从专业的企业管理模式设计、业务流程重组、信息化解决方案设计，到应用软件系统项目的实施管理等全过程的服务。

IT规划咨询服务：为企业、政府等行业性客户提供信息化规划设计服务，协助客户探索新的运营模式，将管理思想、商业模式与IT技术相结合，从企业发展战略的层面看信息化建设，将“技术服务与业务”落到实处，使信息化建设真正服务于企业发展战略，帮助客户实现信息化建设的全面统筹规划、设计、实施，减少项目实施风险，缩短建设周期，降低建设投资成本。

业务流程优化咨询：根据客户的企业战略，结合其管理流程及业务模式，帮助客户从信息化视角推动业务优化、流程重组、数据整合等工作。

IT项目管理服务：为客户提供系统评估、规划、设计、技术选型、项目实施管理、验收测试、运维管控、IT项目监控等方面的咨询服务，避免因管理失控所造成的项目延期、成本超支、需求跑偏、功能性需求未达预期等情况的发生。信息资源整合服务：协助客户梳理信息资源，建设企业数据架构、评估IT系统资产及业务处理流程，帮助客户实现应用系统、业务流程、核心数据三个层面的信息资源整合。

（二）互联网运营服务

心之力借助互联网的多种渠道和媒介，将客户的产品或服务推向最终用户，并通过系统的运营手段帮助客户获得最大价值。

APP运营：根据企业需求，运用多种运营手段提高APP用户使用量，并通过APP流量监控分析、目标用户行为研究、APP日常更新等手段，提高用户体验度、忠诚度和活跃度，为企业实现最大价值。

微信应用号运营：通过微信应用号运营，帮助企业打通用户、信息、商品服务之间的隔阂，在微信生态体系内实现商业模式的闭环，节省企业应用的运作成本，降低开发成本，满足企业在用户和流量方面的需求。

游戏运营：通过了解企业的产品和需求，制定运营规划的建设目标，进行版本发布和更新发布、线上线下活动、线上推广、竞品分析、地图推广、商务合作、市场调研、数据分析和用户引流等，扩大产品用户群，提升用户活跃度，最终实现企业营收，并使之最大化。

品牌营销：为企业提供品牌精神理念、品牌视觉形象体系、品牌空间形象体系、品牌服务理念、品牌行动纲领、品牌传播策略、的规划等，通过系列的品牌营销手段，提升企业品牌的知名度和美誉度。

网络营销：通过搜索引擎营销、搜索引擎优化、电子邮件营销、即时通讯营销、病毒式营销、博客营销、微博营销、微信营销、视频营销、软文营销等多种手段，增加用户黏性，提高用户转化率，增加企业的曝光率，提高企业的知名度。新媒体运营：运用现代化互联网手段，在微信、微博、贴吧等新兴媒体平台和各种大自媒体平台上进行产品宣传、推广，并通过策划具有高度传播性的内容和线上活动，提高企业的知名度和美誉度，达到传播效果的最大化。

大数据运营：通过对相关行业数据的分析挖掘，真实地反映企业产品或服务的运营状况，帮助企业进一步了解产品、了解用户、了解渠道，进而优化运营策略，提升企业满意度，通过数据分析的结果来驱动运营方式，凭借数据敏感性和逻辑分析能力，帮助企业指导业务实践。

产品运营：产品上线前明确产品的定位以及目标用户；产品测试期收集用户行为数据和相关的问题反馈；产品上线后，为用户提供优质的服务，解决用户问题，有效地提高用户的忠诚度和产品品牌形象，延长企业产品生命周期。用户运营：以用户为中心，遵循用户需求，设置运营活动与规则，制定运营目标与运营战略，严格控制实施过程，减少用户的流失，增加用户黏性，提高用户的转化率。内容运营：根据企业需求，在电商、门户、搜索引擎、贴吧、BBS社区，通过创造、编辑、组织、呈现相关内容，在为用户服务的同时，提高企业产品或服务的内容价值，提高用户黏性和活跃度，从内容的采集与创作、内容的管理与呈现、内容的传播与扩散、内容的定位评估等方面进行全面的互联网内容运营。

活动运营：针对企业不同主题、不同性质的活动进行运营，包含活动策划、活动实施以及嫁接相关产业，打造产业链。运用最具有爆发力、最有效的刺激用户活跃和新用户注册的运营手段，通过准备、策划、执行等一系列工作，达到吸引用户关注、强化用户认知的目的。电商运营：根据企业的需求，进行针对性的电子商务平台开发与运营，对其进行需求整理分析、效果数据分析、频道内容建设、网站策划、产品维护与改进等，改善用户体验，增加用户黏性，提高用户忠诚度，帮助企业找到最有效的电商运营道路，实现利润增收，提升品牌知名度。

●电商平台定位及品类规划：根据企业需求进行品牌对接、入驻管理、信息化管理、商品销售、商品上线、库存管理、订单管理等方面的工作，并进行市场竞争度分析、企业自我优势分析、用户购买习惯与需求分析、品类生命周期与相互关联分析、多渠道选择与实施分析等。

●电商全网运营：根据企业需求、产品定位、行业特性，围绕企业的官网商城、淘宝、京东、唯品会、阿里巴巴等电商平台，线下体验中心、分销渠道、移动商城、电商平台移动店铺等进行跨平台、多渠道的业务整合。

●电商营销与推广：多渠道的电子商务营销与推广服务，包括营销管理和推广管理。其中营销管理涵盖平台维护、商品更新、页面更新、订单处理、仓库/物流服务；推广管理涵盖市场推广实施，监督并制作流量和转化率报告、促销实施及评估报告、会员发展和分析报告、渠道建立和分析报告等。●电商运营管理及平台维护：根据企业需求，制定平台战略，对淘宝、天猫、京东、一号店、亚马逊、阿里巴巴、唯品会等电商平台店铺进行维护，提升企业的销售额和品牌形象。提供专业的代运营服务，规划及辅导流量运营，制定并执行全年营销计划，规划并执行全年活动，提供平台资源、类目资源、推广资源和活动资源等。

（三）软件研发

1. 信息系统设计与开发

企业信息化系统开发

通过对信息资源的深度开发和广泛利用，不断提高生产、经营、管理、决策的效率和水平，从而提高企业经济效益和竞争力，让企业做出有利于生产要素组合优化的决策，使企业资源合理配置。
政府信息化应用系统开发
利用信息技术、通讯技术、网络技术、办公自动化技术，对传统政府管理和公共服务进行改革，为政府搭建统一的网络平台、统一的数据环境，从而提高政府的工作效率、决策质量、调控能力、节约政府开支。
信息资源整合平台开发
企业在建立信息系统时，由于数据库类型和系统设计思想的不同、系统数据不共享等原因，出现数据孤岛现象。心之力帮助企业打破信息孤岛，整合企业数据资源，形成统一的数据结构，为企业建立信息资源整合平台，实现资源共享，提高工作效率。
大数据管理平台开发
为用户搭建高性能、自动化新一代大数据管理平台，让企业实现海量数据的发布运维功能，盘活企业的数据资产，开拓新的利益创收点。
工作流管理平台开发：
通过信息技术，为企业的经营过程提供完整框架，最大程度上集成企业的现有信息资源，实现资源的充分利用，提高企业管理的规范化程度。缩短业务过程的处理时间，降低管理成本，提高工作效率，更好地与上下游企业形成快速响应的供应链网络。
2 互联网产品开发
电商平台定制开发
利用先进的互联网技术，为大中型企业开发专业级电子商务系统，如B2B、B2C、C2C、O2O等，快速构建在线商城，提升企业电子商务能力。企业、商家可充分利用电子商务平台提供的网络基础设施、支付平台、安全平台、管理平台等共享资源，有效低成本地开展商业活动，从而为企业提供一个良好的商业运作空间。 微信平台定制开发
针对各行业深层次的需求进行基于微信平台的开发，满足用户个性化需求，提升用户体验，方便用户高效互动，节省宣传成本，通过在微信平台上发布产品和服务，让用户更加直观的了解企业，极大扩展潜在客户群。
APP定制开发
移动互联网行业的发展，APP对各行各业的影响越来越大。心之力为用户提供专业的手机应用软件的开发、软件迭代升级服务，包括生活服务类APP、社交类APP、电子商务类APP、企业管理类APP、游戏类APP、多媒体类APP等。
Web网站系统定制开发
提供门户网站、电子政务、电子商务、平台网站、大型应用网站等技术开发。深度挖掘用户需求，打造用户极致体验。帮助企业把握互联网发展核心，树立优秀形象，促进利益最大化。
分销系统
帮助企业打造属于自己的分销网络体系，使产品多渠道、更快速的传达给消费者，同时开展多项业务，共享资源，提高资源利用率。
物流系统
利用互联网技术，使得各系统能够高效协同运作，数据库、数据仓库等重要系统与物流子系统之间无缝共享，做到物流管理的全程透明化，降低物流信息成本。
提高物流管理效率。
(四) 人才培训
心之力通过互联网人才定制教育培训模式，根据企业业务发展需要采用校企合作、社会招生、企业定制培训等方式，为企业培养和输送“实用型、技能型”IT人才，助力企业的可持续发展，构建IT产业链和生态系统。
软件开发培训：在云计算、大数据、移动互联网等新技术的驱动下，软件产业进入新一轮创新活跃期，心之力致力于为企业培养和输送高质量的实用化专业人才，以满足企业不断增加的软件人才需求。
网络硬件培训：通过进行硬件的研发、装配、维护测试、安全等全方位的培训，实地操作，为企业培养能力过硬的工程师。
运营知识培训：根据企业用人需求，量身定制互联网运营培训课程，进行内容运营、用户运营、活动运营、产品运营等运营岗位的专业培训。
三、服务流程
IT咨询服务流程：IT方案咨询→业务流程分析→软件定制开发→软件项目实施→软件项目运维→IT业务优化及持续改进
运营服务流程：进行市场信息收集，分析行业本质→确定运营核心，构建传播体系→确定运营主题，规划传播方向→拟定传播内容，设计运营形式→确定运营计划，核算整体报价→执行运营计划，收集制定周报→总结运营效果，撰写执行报告
软件研发服务流程：需求分析→概要设计→详细设计→编码→测试→软件交付→验收→软件维护及升级
人才培训流程：培训需求分析→培训目标设置→培训内容选择→培训方案制定→培训方案执行→培训方案评估→培训人才输出
四、核心竞争力
开放式创新
开放式创新代表了心之力不断寻求业务创新，构造持续、快速发展的技术与商业模式。
我们通过系统化复用、知识分享与经验传承以及员工能力的提升，不断提高公司的综合竞争能力，高质量、高速度、高效率地创新与交付有竞争力的解决方案。卓越的运营管理
心之力通过多年的管理积淀，构建了以客户为中心的组织架构，以目标为导向的战略执行体系，追求卓越的商务流程，创造持续价值的客户管理体系，规模化、分布式开发与交付体系，复用导向的知识资产管理，以及共赢合作伙伴联盟等持续提升的运营管理体系与流程，以不断满足客户需求和优化服务流程，从而实现与客户共同成长和可持续发展。
人力资源发展
心之力实施高效实用的人力资源发展战略，加强高绩效组织和高绩效文化建设，持续加强人力资源发展的长线投入，优化人才结构，不断加强人力资源管理实践和制度建设，提升公司人才资源管理能力，为公司业务的稳健发展提供持续稳定的人才保证。通过各项人力资源策略的实施，使得我们拥有了一支充满激情、智慧、专业、高度关注客户并积极富有协作精神的员工队伍，以支撑客户与公司业务的高速发展。
另外，心之力设立了专业的人才实训中心，旨在高质量的培养充足的国际化、实用化的专业人才，与客户和合作伙伴以及整个产业的发展共享IT人力资源发展。

五、成功案例
中央政府门户网站建设项目
工商总局金信工程（一期）安全系统建设项目
质检总局“金质工程”（一期）软硬件平台项目
公安部金盾工程集成项目
民政部基础支撑环境建设项目（三期）系统集成服务项目合同书
中国地震局涉密网办公应用系统软件采购项目
国务院港澳事务办公室档案数字化及档案管理系统工程
河南省电子政务外网建设（一期）设备购置及安装集成
河南省政府综合门户网站建设设备及软件购置安装工程
中共河南省委办公厅河南省电子政务内网平台建设
广东省应急平台建设（一期工程）信息系统工程设计服务采购项目合同书
北京市公安局无线单兵定位系统政府采购项目
浙江公安情报信息综合应用平台(一期)项目
深圳海关缉私局缉私业务综合监控指挥系统项目
青岛市公安局崂山分局2009年度治安动态监控系统集成合同
北京市公安局国庆安保无线通信综合保障系统项目
山西网通朔州、临汾、运城、阳泉、晋城、晋中平安城市监控项目
钓鱼台国宾馆管网改造工程自控系统设备采购安装项目
武警北京总队机关简易会场、地下车库建设弱电系统工程
中国船舶重工集团公司第七一二研究所（电子档案） 目录管理系统
第十一届全国运动会场馆监控系统
海淀区环境保护局城市管理科技创安分中心建设项目
北京市广播电视台广播电视监测系统二期采购项目
朝阳区08年数字化校园建设项目合同
北京市数字民政一期建设工程应用开发项目
北京市东城区数字化社会救助信息系统开发
北京商务委员会综合业务数据整合与共享系统项目合同
贵阳市金阳新区市级行政中心（二期）智能化工程
北京市水务局网上审批服务系统续建项目
北京市旅游局综合信息服务系统门户网站建设、应用系统开发与系统集成项目 北京市旅游局办公自动化系统
中国网通河北OA系统扩容（第三期） 项目设备采购
中国铁道TBSS试点项目采购
天津港数字档案系统软件开发合同
株洲市数字城市平台软件开发
(附成功案例的图片展示)
六、企业文化
核心价值观
诚信、务实、用人格做服务
执着、进取，把困难当机会
专业、专注，不断追求卓越
善思、敬行，坚持快速响应
团结、敬业，共同铸就辉煌
管理理念
精益管理，持续改进
经营理念
以增值服务为客户创造价值
以客户满意为公司创造价值
员工行为准则
尽职尽责，精益求精
团队协作，勇于承担
学习创新，不断进取
自尊自爱，自律自强
特色文化
诚信文化：诚实守信，遵纪守法，纪律严明
人本文化：尊重人、培养人、造就人，实现员工价值与企业价值共同提升
责任文化：履行社会责任，追求与利益相关者及自然环境和谐相处，积极回馈社会
七、社会责任
在心之力、社会责任与良好的企业公民形象意味着：尊重、负责、诚信与法律遵从以及与社会、环境的和谐共生和可持续发展。
尊重
——尊重员工个性，为他们竞争能力的提升和快乐工作而投资，并为他们们的贡献给予合理回报。
负责
——关注客户的需求与投资，不断地为客户创造价值。
——不断追求公司经营结果的改进，为股东带来长期良好的回报。
诚信与法律遵从
——诚信是心之事业长期和可持续发展的基础，是公司价值的重要组成部分。——心之力要以高标准的道德规范和法律标准以及公司治理原则来要求公司的行为，回避发展中的风险，承担社会责任，并得到社会的尊重。
和谐共生与可持续发展
——关注社会弱势群体，履行企业的社会责任。

企业宣传手册	
图标 教育局直属单位 Logo 全国十佳培训学校	
金	
色	
未	
来	
教	
育	
谨诚 笃学	
中国·秦皇岛	
图片(logo) 谨诚·笃学 金色未来教育简介	
<p>金色未来培训学校创立于2002年，是由秦皇岛市教育局审批、民政备案的一所综合性培训学校【批准文号E03090002】。目前设有四个学院，三个校区，两个中心和一个公司：四个学院包括嘉本学院、会计学院、建筑工程学院和企业商学院。三个校区为石家庄校区、保定校区、秦皇岛校区，两个中心是公务员考培中心、职业资格培训中心，以及石家庄人力资源服务有限公司。</p> <p>十多年来金色未来为社会各界培训人才数万名，签约合作与培训企业数百家，形成了完善的培训管理体系、良好的学员口碑和普遍的社会认可。多次被评为省、市级先进教学单位，获得全国十佳教育培训学校荣誉，成为中国商业联合会指定培训中心、中国物流与采购联合会指定培训中心、省商务厅指定服务外包人才培训机构、河北省服务贸易协会理事单位、河北建材职教集团理事单位等。学校始终秉承“谨诚、笃学”的校训，坚持“以职业能力为核心，以市场为导向”的培训理念，以“对学员负责，让企业满意”为标准严格要求自己，不断提高培训质量和服务水平，为客户提供更高品质的培训课程，为企业事业单位源源不断的输送优秀人才与先进理念。立足河北，服务河北！为本省的经济建设和企业繁荣和发展贡献自己的力量。</p>	
<p>金色未来旗下——华仕人力资源简介 石家庄华仕人力资源服务有限公司（简称华仕人力，英文缩写HSHR），是人社部门审核批准的人力资源服务机构（人社证字：1301081000005），是商务厅认定的人力资源服务外包企业，是百度人才（百伯网）河北省客户服务中心，是工信部全国服务外包考试河北管理中心，中国国家专业人才库河北录入中心,金色未来教育人力资源培训合作机构。</p> <p>服务内容：人才中介服务；人才招聘服务，人力资源管理师培训，人力资源管理师实操培训；人才测评服务；百伯网河北客户服务；人力资源培训机构（含高校）的师资培训与输送服务；企业与高校合作关系的搭建、稳固、发展服务；其它人力资源专业管理相关外包服务等。</p> <p>华仕人力适应现代组织发展需要，适应中国服务产业结构的提升和新型经济增长方式的需求，在人力资源服务产业凝聚核心竞争力，专注于人力资源服务外包，在服务外包领域拥有人才、资源、网络、经验的巨大优势和影响力，成为具有高度竞争力和领先性优势的全新服务性公司。</p>	
<p>公司立足河北，服务全国，将成为更多组织的战略合作伙伴。</p> <p>华仕理念：员工永远的家、客户温暖的伴，创新、民主、和谐、发展。</p> <p>华仕愿景：中国服务有华仕，人力服务找华仕。</p>	
<p>华仕使命：促进中国人力资源管理专业化进程</p> <p>打造适应中国人力资源开发与管理的成功模式</p> <p>华仕名解：华仕，中华志士。华：中华，美好。仕：追求上进的人。</p>	
<p>金色未来荣誉展展及资质</p> <p>金色未来校长贾庆峰先生简介及个人荣誉</p>	
<p>贾庆峰，南开大学学士，中国管理科学研究院MBA秦皇岛市国学学会理事，高级职业生涯规划师，多年的办学管理经验。2011年被评为“全国民办学校优秀校长”</p> <p>2013年被评为“中国商业企业管理学会先进个人</p> <p>秦皇岛服务外包行业协会副会长</p> <p>华仕人力资源—企业培训篇</p>	
<p>服务优势</p> <p>我校以燕山大学MBA管理中心为依托，签订战略合作协议，全方位、多角度缜密的课程安排，让您学有所获、用有所成。同时，邀请国内多所知名院校著名师资，全程面授讲解，重点、难点、实用点立体网状结合——突破，实现生产、管理成效最大化。培训内容</p>	
<p>总裁必修类</p> <p>1、企业战略管理教程2、企业风险管理3、中小企业融资与投资4、企业核心文化如何积淀5、财务报表分析</p>	
<p>全员课程</p> <p>1.心态与情绪管理2、现代商务礼仪3、工作计划与时间管理4、现代商交流、团队执行力6、树立团队品牌意识7、员工创新思维训练8、解析服务外包行业与职业</p>	
<p>市场</p> <p>1、产品营销基础2、如何做一名优秀的销售人员3、产品品牌定位与管理4、经销商与渠道管理5、国际贸易实务6、市场企划与全案策划7、网络销售的技巧与应用8、电话营销实务 财务</p>	
<p>1.实务2、企业成本管理3、财务管理4、合理避税</p>	
<p>人事</p> <p>1、招聘与面试2、企业薪酬管理3、企业绩效管理4、企业内训师培训5、企业劳动关系管理6、员工的职业生涯规划</p>	
<p>行政</p> <p>1、会议管理实务2、公共关系处理的技术3、商务写作与应用4、商务助理、文秘实战训练 生产</p>	
<p>1.量管理与控制2、5S现场管理法</p>	
<p>采购</p> <p>1、采购实务2、商务谈判实务3、企业合同管理教程4、招投标管理实务</p>	
<p>图片(logo) 谨诚·笃学 华仕人力资源—人才派遣篇</p>	
<p>服务优势</p> <p>新型的用工方式</p>	

用人单位与华仕人力资源服务有限公司建立派遣契约关系。员工与华仕人力资源服务有限公司签订《劳动合同书》，即保护用人单位和劳动者双方的合法权益。又保证了劳资双方在遵守《劳动法》的前提下，实现了用工受法律保护，员工的权益也得到了保障。员工由于有劳动合同的保护和约束，必将努力为员工单位工作，而用人单位也因有人才派遣协议监督，承诺的福利待遇能认真贯彻执行。
享受社会保险待遇
华仕人力资源服务有限公司根据国家规定为员工缴纳各项社会保险，使员工的工龄得到了延续，养老、失业、医疗、工伤和生育等有了保障。
经济效益最大化
最大限度地净化了用工的管理职能，减轻了企事业单位的工作负担，减少了由于劳资问题、员工问题而引发了各类烦恼。减轻了管理成本，使企事业单位从繁琐的人事管理工作中解脱出来，集中精力开展业务工作。规范的用工体制理顺了劳动关系、规范了用工行为，使用用人单位和派遣人员建立起和谐稳定的合作关系，给用人单位创造了更大的经济效益。
服务内容
人才派遣又称人才租赁、劳动派遣、劳动力租赁，即根据用人单位的需要，派遣符合条件的员工到用人单位工作的全新的用工方式。主要特点是：聘、用分离，“用人不招人，招人不用人”。企事业单位与派遣公司建立契约关系，并向劳务派遣公司支付派遣费用，派遣公司根据协议派出各类符合条件的员工为员工单位服务，派遣公司与员工订立劳动合同，并支付工资，缴纳社会保险。
图片(logo) 谨诚·写学 华仕人力资源—代理招聘
服务优势
1. 省时、省事：客户方节省招聘时间、减少人员投入、回避招聘中简历、初试的海选过程专业招聘：由华仕人力资源服务有限公司委托招聘部专业素养高、招聘经验丰富的团队根据客户需求，专业的分析测评，定位人才业务素质、专业技能、工作经历、性格特征及形象气质等方面的要求，确认人才更加契合客户要求。
2 招聘零风险：招聘风险转移具有丰富招聘经验的第三方公司展开多渠道招聘，帮您转移招聘风险，快速、准确的提供合适的人才。
3 多渠道招聘渠道：丰富的网络资源、数百所大专院校、校企合作等保质保量的为您精准搜索所需人才，与所需岗位标准达到人位相符！
代理招聘内容及服务模式
委托招聘是人才服务机构利用人才资源，为企业提供筛选好所需的符合企业招聘需求的人才。相对与猎头招聘，委托招聘是普通人才的筛选招聘，或者俗称：小猎头。委托招聘可以减少招聘公司在招聘过程中所花费的时间、人力和财力，同时面试人员经过专业人才机构筛选后，就业成功率高。
客户方提出具体的招聘需求——华仕人力资源服务有限公司委托招聘部量身定做招聘方案，展开招聘（简历收集、简历筛选、初次面试）——客户方面试精选人才、录用合适人才——华仕人力资源服务有限公司委托招聘部后期跟踪服务
图片(logo) 谨诚·写学华仕人力资源—企业管理咨询篇
服务优势
我校此项目以燕山大学MBA管理中心为依托，且签订战略合作协议，同时邀请全国多所知名院校本行业最具权威名师亲临答疑解惑，让您在企业管、企业经营等方面高水平、独具管理特色，成为同行间的领跑者！
企业收获及成效1、规划方案价值。咨询顾问根据客户实际情况，运用知识和经验，为客户提供的咨询方案。这也是大多数咨询项目与客户约定的主要项目目标。
2、完善专业知识和丰富经验累积、传递。在咨询项目实施过程中，咨询顾问通过课程培训、访谈、会议、日常沟通中给客户传递的先进管理理念、管理方法、管理工具等；
3、增强人才基础培养管理水平。在咨询项目实施过程中，帮助客户管理团队接受管理理念、管理方法、管理方案等，从提升管理人员技能和素养的提升。
4、凸显咨询业绩效果。咨询项目实施后，因为管理咨询项目对客户管理水平的提升效果，直接或间接为客户创造的价值。
华仕人力资源—服务外包
服务优势
1. 行业专家全程授课。邀请全国行业资深专家深入企业内部，与企业零距离对接探索企业发展模式、发展前景及员工培训需求等。
2. 培训体系完善合理。依据企业实际情况所需和发展，合理设计年度培训计划、培训课程设计、培训时间安排、培训实施、培训考核并为企业搭建培训体系、建立培训管委会、企业内部学习型小组、定期举行研讨及交流等活动。
3. 高效率、低成本。采用全方位、多角度培训模式，立体式培训方案，比单一培训部门节约大量成本（约40%人力成本）；培训目标更具针对性（目标深入30%）；培训满意度（平均90%以上）；培训效果及考核（培训效果转化增加60%）、员工流失率降低（10%）并增加培训课程设置，其影响面更加 深远。丰富的培训形式，适宜的培训效果。企业可以不用再单独设立培训部和招募有关人员，只需要有人定期检查工作，大大节省培训管理成本，能够迅速实现企业 培训工作专业化。
服务内容
总裁必修类
1 企业战略管理教程2、企业风险管理3、中小企业融资与投资4、企业核心文化如何积淀5、财务报表分析
全员课程
1.心态与情绪管理2、现代商务礼仪3、工作计划与时间管理4、现代商交流、团队执行力6、树立团队品牌意识7、员工创新意识训练8、解析服务外包行业与职业
市场
1、产品营销基础2、如何做一名优秀的销售人员3、产品品牌定位与管理4、经销商与渠道管理5、国际贸易实务6、市场企划与文案策划7、网络销售的技巧与应用8、电话营销实务 财务
1.实务2、企业成本管理3、财务管理4、合理避税
人事
1、招聘与面试2、企业薪酬管理3、企业绩效管理4、企业内训师培训5、企业劳动关系管理6、员工的职业生涯规划
行政
1、会议管理实务2、公共关系处理的技术3、商务写作与应用4、商务助

理、文秘实战训练 生产
1.量管理与控制2、5S现场管理法
采购
1、采购实务2、商务谈判实务3、企业合同管理教程4、招投标管理实务
色未来教育各类项目展
公务员考试类：公务员、事业单位、军转干、招警考试、干部选拔、
选调生、村官
连续五年笔试成绩上线率达到90%以上 学员面试
100%满意
省内百家公务员培训中心、理论专家、实战讲师全
程陪伴
职业资格类：教师资格证（幼儿、小学、中学）
人力资源管理师二级（三级）
报关员、报检员、单证员、导游证等
会计学院：会计基础班、实务班名师全程面授，通过率90%以上 建筑
工程学院：造价员（预算员）、二级建造师、建筑八大员（百分
之百取证）
造价员名师普草90%以上通过率
二级建造师通过率80%以上是不参加辅导的数十倍 学历类：区域经济
开发与管理（43分轻松一年拿本科）单科通过率
90%以上
工商管理（211天津大学、小MBA）名校名师授课多次报
考机会快十月拿本科
研究生学院：MPA、MBA全程名师面授辅导
金色未来企业文化
企业导向：市场
业核心：职业能力
企业校训： 谨慎、笃学
企业宗旨：快乐、高效、求知、发展
我校始终秉承以市场为导向，以“谨慎、笃学”的校训，坚持“以职业能力
为核心、以快乐、高效、求知、发展为宗旨”的培训理念，以“对学员负责，
让企业满意”为标准严格要求自己，不断提高培训质量和服务水平，为客户
提供更高品质的培训课程，为企业事业单位源源不断的输送优秀人才与先进理
念，立足河北，服务河北！为本省的经济建设和企业繁荣和发展贡献自己的
力量。
图片(logo) 谨慎 笃学 金色未来前景
回望过去的几年，承蒙社会各界人士的支持、关注和厚爱，我们已小有
成绩。同时也度过临荆棘和坎坷，但是我们实施了积极有效的政策，适应文
化市场发展潮流，因势利导将自身实际情况与实时教育产业大潮前进方
向相吻合，成功克服发展中的瓶颈问题和瓶颈，紧紧走在教育行业的最前
端！
正视现在，恰是昨日的艰辛造就今日的辉煌，众多莘莘学子翘首向我们
走来，是对我们优秀成绩的肯定、先进理念的认可、优质服务的信赖！
展望未来，我们从不懈怠，定将以“谨慎、笃学”为校训一如既往以“市
场”为导向，以快乐、高效、求知、发展为宗旨，适应文化市场发展需求、
锐意革新、与时俱进、开拓进取，以先进的办学理念适应教育产业的日新
月异快速发展，使广大学员切实得到收获，增强自身专业技能和素质，力求
成为本专业领域精英，我们将不遗余力实际行动回报社会各界人士博爱，为
教育事业蓬勃发展而奋斗终生，共同开创教育事业新局面！
图片 迈入金色未来 Logo 雄鹰大师风采
选择金色未来。

企业宣传手册示例
企
业
宣
传
手
册
XX 有限公司
新版《企业宣传手册》文案策划说明
一、总体思想
随着公司向更高、更深层次发展，公司企业文化不断丰富，新版《企业
宣传手册》的设计，应突出体现绿谷的“企业文化精髓、科研生产实力、绿
色环保品牌”，以彰显绿谷集团的实力和品牌。
二、结构和内容
新版《企业宣传手册》除更新公司基本介绍（简介、组织架构等）外，
其文案的策划，是以绿谷企业文化精髓（“源于心灵的生命产业”）为主线，
通过对“源于心灵”和“生命产业”的诠释，使人们了解绿谷的企业文化——绿
色环保、生命健康、自然和谐，进而理解绿谷的核心理念。
“绿谷现代科技”和“经典产品”，是对“源于心灵”的呼应。绿谷不仅有卓
越的理念、美好的愿望，更以独具魅力和强大的科研——“无边（边）无
际”科研机构、饱受赞誉的高科技绿色产品，成功地发起并将继续推进着这
场绿色生命运动，感召着热爱自然、关心健康的人，共同演绎绿谷的理想。
“绿色接力、健康传递”，是对公司营销的深度诠释。“绿色接力”——与
绿谷发起的“绿色生命运动”呼应；“健康传递”——表明绿谷带给人们的真正
产品是“新的健康理念”（健康其实很简单！——绿谷带给人们的才是最简单
的健康方案），这种新健康理念，通过运动式的接力和传递，必将被广为传
播。
“绿谷年华”，是对公司成长历程的回顾，通过对历程的回顾，可以看见
绿谷美好的未来！因为，绿谷的每一个脚印都是坚实有力的。
“产品手册”，作为新的《宣传手册》的插件副本，是公司现有产品的全
面介绍，不同于原《宣传手册》的“单个产品说明书”。鉴于绿谷的迅猛发
展，产品手册能充分体现这种发展的成果，体现出绿谷集团化经营的趋势。
单个产品说明书的文案策划，因产品的特性不同，营销方式不同，文案也随
之有差异。因此拟以“产品手册”代替原来的“产品说明书”为插件副本，但可

以在单个产品的专项促销活动中，将该产品的说明书作为绿谷集团《宣传手册》的增加插件，附册赠送。

目 录

P1：董事长致辞

P2：公司简介

P3：公司组织架构

P4：源于心灵的生命产业

P5：绿谷现代科技

P6：绿谷新经典荟萃

P7：绿色接力，健康传递

P8：绿谷年华

P9：附件副本：产品目录

P1：董事长致辞

绿谷集团，致力于人类健康事业和生命科技产业，是集开发、生产、销售中药和天然药物于一体的现代大型专业医药集团。

中国中医药文化，是世界医药文化的瑰宝，蕴藏着巨大的发展机遇。抓住这难得的历史机遇，牢牢掌握并加快中国中医药发展的主动权，实现绿谷集团新的腾飞，这是绿谷集团顺应医药经济发展规律作出的重要决策。

源于心灵的呼唤和对生命的珍爱，绿谷追求建立人类理想的健康世界：蓝天绿地，健康生命，天地人合一，绿谷的理想正激励着无数的绿谷人，推动着这场绿色生命运动，以绿色产品回馈社会，共创生命绿谷！

与时俱进，开拓创新。绿谷人经过几年的奋力拼搏，已取得辉煌成就，绿谷希望更多英才加盟，共同为人类的健康事业做出新的贡献！

上海绿谷（集团）有限公司董事长

吕松涛

2003年12月8日

P2：公司简介

上海绿谷（集团）有限公司（以下简称“公司”）成立于1997年1月，注册资金1.18亿元人民币，是上海市高新技术企业，属上海市民营科技百强企业、上海市工业集团五十强企业之一。公司致力于人类健康事业和生产科技产业，是开发、生产、销售现代中药和天然药物的专业医药企业集团。

公司目前已拥有三大系列四十余种产品，2003年营业收入超过10亿元人民币，率先投入市场的抗癌药品和保健品在国内外具有很高的美誉度。

公司斥资数十亿元建造的上海绿谷制药有限公司、西安绿谷制药有限公司和宁夏绿谷制药有限公司，拥有国际一流的生产设备，其生产规模和能力在国内首屈一指。在青浦工业园区占地400余亩的工业园区基地已经动工。

公司已建成全方位的国内营销体系，国外营销体系正在建设中。公司现有员工3000多人，其中博士、硕士百余名，遍布于公司总部和全国百余个分公司、分支机构中。

公司与北京大学医学部、中国科学院上海药物研究所、军事医学科学院毒物药物研究所等国内外著名医药科研机构相提联合建立了“无边（边）实验室”数座。

公司以弘扬中医药文化和天然医药文化为己任，以天然药品、保健品开发为主体，运用现代科研与生产手段，积极倡导天然药物研究、生产和使用新理念，力争在不久的将来成为具有国际竞争力的、以中医药文化和天然医药文化为特色的跨国医学产业集团。

P3：公司组织架构

»»

P4：源于心灵的生命产业

绿谷核心理念——倡导健康新理念，创建生命的“绿谷”。我们倡导的健康新理念——健康其实很简单！

我们创建生命的绿谷——

绿色产业链 绿色产业链绿色生态链的健康循环，促进人与环境的协调，构筑人类新坐标。

绿谷——源于心灵的生命产业

道法自然，天地人合一——绿谷人用心灵，呼唤着人与自然的和谐，珍爱生命，保护自然——源于心灵，绿谷的生命产业呵护着人类的健康，演绎着人与自然的和谐。

P5：绿谷现代科技

科技，进化着世界，新故着人类；经典，精蕴了真理，超越了时空。我们致力于人类健康事业，从事中医药产业，打造新中药，就是发起推动“现代科技演绎现代经典”。

——吕松涛

绿谷“无边（边）无际”实验室

◎ 绿谷旗下中医药资源研究与开发的专业机构——上海绿谷生物医药研究所。

◎ 绿谷与北京大学医学部建立的“灵芝”联合实验室。 ◎ 绿谷与中国科学院上海药物研究所建立的“天然药物”联合实验室。

◎ 绿谷与中国军事医学科学院毒物药物研究所建立的“复方中药现代化”联合实验室。

◎ 绿谷与中国中医研究院建立的“中医基础理论现代化”联合研究室。

◎ 绿谷与中国科学院上海生命科学分院筹建中的“保健食品创新”联合实验室。

绿谷现代生产

◎ 西安绿谷制药有限公司

座落于西安高新技术园区，通过国家药品GMP认证，绿谷旗下专业制药公司。

◎ 上海绿谷制药有限公司

座落于上海张江高科技园区，正在申请国家药品GMP认证，绿谷旗下专业制药公司。

◎ 上海绿谷生命园制药有限公司

座落于上海青浦工业园区，绿谷旗下中药提取、制剂中心和中试基地，占地400亩，正在建设中。

◎ 上海绿谷（集团）有限公司营养保健品厂

座落于上海张江高科技园区，通过ISO9002质量体系认证，绿谷旗下保健食品专业生产厂。

绿谷生态基地
绿谷在福建武夷山建立了国内最大的灵芝种植基地。正在进行GAP改造。
P6：绿谷新经典苔草
“国家一类抗肿瘤新药”——沙尔威辛
绿谷集团和中科院上海药物所合作开发，上海市委、科技部《1035》以及中科院“九五”重大新药研究项目。该药具有显著的体内外抗肿瘤活性、独特的抗多药耐药作用、较好的安全性，有望成为具有我国自主知识产权的一类抗肿瘤新药。
“降血糖药”——盐酸二甲双胍胶囊
用于单纯饮食控制不满意的非胰岛素依赖型糖尿病患者。尤其是肥胖者。该药还有减轻体重的作用。
“广谱抗病毒药”——利巴韦林胶囊
适用于病毒性上呼吸道感染、呼吸道合胞病毒引起的病毒性肺炎与支气管炎、皮肤疱疹病毒感染。
“抗感冒药”——复方锌布颗粒剂
用于治疗非细菌感染引起的普通感冒及流行性感冒，具有良好的解热、镇痛、消炎、抗过敏、抗病毒作用。
“治胃良药”——枸橼酸铋钾胶囊
用于胃溃疡、十二指肠溃疡、慢性胃炎、功能性消化不良及胃粘膜损伤。能清除幽门螺旋杆菌。
“整合医学（治疗）的首选药物”——双灵固本散（中华灵芝宝）
绿谷集团和北京大学医学部合作开发，中国目前唯一的国药准字灵芝抗肿瘤药品，目前唯一获得专利保护的灵芝药品。无任何毒副作用的广谱抗癌药物。
“活血神药”——丹参多酚酸盐粉针注射剂
绿谷集团和中科院上海药物所合作开发，从传统中药丹参中提取有效成份丹参多酚酸盐，可治疗多种心血管疾病。该药为中药国家二类新药（新七类），拥有自主知识产权，已申请国际和国内专利。。
“中药复方现代化第一经典”——新六味地黄丸
绿谷集团和军事医学科学研究所合作，以传统六味地黄丸为基础，开发研制的复方中药国家二类新药(新五类)，用于肾阴亏损、头晕耳鸣、腰膝酸软、骨蒸潮热、盗汗遗精、消渴。该项目被列为国家“973”重点项目。
“乙肝治疗新药”——东方肝康复方灵芝冲剂
该产品在基因水平上阻断乙肝病毒的复制，降低病毒活跃度，有效控制乙肝病情。同时促进人体自身稳态调节，吞噬和清除体内的病毒，改变了过去的药物免疫治疗乙肝的单一性。
“人体自主稳态健康调节的唯一载体”——绿谷灵芝胶囊
汲取了五千年中医药文化中养生理论的精华，吸收了现代医学和分子生物学的最新科研成果，全面调节人体神经、免疫、内分泌三大系统，从根本上激发人体自我康复能力和抗病能力。
“补肾之王”——绿谷枸杞胶囊
采用中国“王”级宁夏中宁枸杞作原料，运用国际顶尖“透析+分子筛”技术，超浓缩比例提取枸杞多糖 LBP。可全面调理人体脏腑功能，是新养生补肾极品，可长期服用。
“儿童清火强体天然新药”——泡泡康（金银花泡腾片）
运用国际泡腾技术研制的泡泡康，更容易和高效地被儿童安全吸收。该产品可防治儿童感冒、清除儿童内火、增强儿童体质。
P7：绿色接力，健康传递
（此图在设计时可缩小、占半个版面）
（可再增加一幅世界地图，由北京向国外的接力 and 传递）
P8：绿谷年华
——绿谷大事记
1997.1
1997.4
1997.6
1997.8
1998.2
1998.2
1998.6
1998.8
1998.9
1998.10
1998.10
1999.1
1999.6
1999.10
1999.12
2000.5
2000.6
2000.8
2000.11
2001.5
2001.9 上海绿谷（集团）有限公司（以下简称“公司”）成立。公司在福建省武夷山建立灵芝原料种植及加工基地。公司副董事长陈金生教授代表绿谷集团应邀参加
典礼在上海张江举行，上海市副市长周慕鹏、严隽琪，中国科学院副院长陈兰，原国家科技部副部长惠永正等领导出席。
公司与军事医学科学院毒物药物研究所在北京签约，合作开发中药新药。2001.10
2002.1

<div>2002.9 公司与中国中医研究院关于共同研究中医学基础理论的合作项目在北京签字。 公司投资10亿元在上海青浦工业园区购置400亩工业用地。建设现代化中药提</div> <div>取中心、综合制剂厂、中试生产研究基地、培训中心和职工大学。它将成为国家重点支持的10个中药产业基地之一。</div> <div>2003.11 公司总部正式搬入张江高科技园区牛轭路421号新址。</div> <div>P9： 附件副本： 产品目录</div> <div>1、 制作规格：采用三十二开装订本式。封面封底采用进口（或国产）157克铜版纸四色彩印。内页采用87克印刷纸黑白印刷。</div> <div>（注：单个产品的说明书，可结合市场营销的特性另行设计制作）。</div> <div>2、 主要内容：公司已成功开发的各产品简要介绍、全国各分设机构销售热线等。（详细产品内容需协助收集整理）</div>

<div>CHANEL香奈儿企业宣传手册</div> <div><div>CHANEL品牌创立之初的设计风格 and 现代主义设计有着不解之缘 香奈尔的第一家商店于1910年</div><div>在巴黎康朋街（Cambon）21</div><div>号开张了。</div><div>接着于1913年在多维尔开了一</div><div>家流行女装商店。</div><div>于1915年开了一家女式时装屋。</div><div>接着，</div><div>她于1918年将康朋街的总店搬到31号。 创业经历</div><div>开设女帽店初露锋芒 香奈尔的事业是从"头"做起，开设女帽店开始她不平凡的一生。 香奈尔的女帽简洁、大方,尤其是硬草帽和圆顶铁边的钟形帽，受到她朋友和市场的欢迎，当时波烈式的羽毛头饰和大团帽正渐渐成为过去。打破传统的第一款"香奈尔"装 1913年,香奈尔到法国南部的滨海胜地杜维尔开设第一家时装店。 推出第一种女装款式：针织羊毛运动装。</div><div>作为妇女户外活动的休闲装。 香奈尔以这种源于板球运动装的简单补造型来献给时装界，却遭人非议。但她无视舆论。在杜维尔常常穿着这样的羊毛衫，配上简单的裙裾，骑马散步，招摇过市，表现了香奈尔的强烈个性，女人不再是男人的“花瓶”，同样是担负社会重任的公民。 她把水手装和水手裤替代女长裙；她用质地薄软的内衣面料，创作出诺曼地渔夫式的套装；她往往把男装稍加修改，饰以一个恰到好处饰针，便成为新颖的女时装。香奈尔的创造力是具有爆炸性的，她本人的衣着举止亦为世风之源。据说，有一次天气寒冷，香奈尔借了情人的马球套衫，束了腰，卷起袖，潇洒、迷人。这种偶尔的装束竟成为时髦一时的“香奈尔”装，被人竞相模仿。战争给杜维尔带来更多的困难，也使香奈尔的时装店扩展成大公司。香奈尔，终于闯入了法国时装界这个高傲无情的领地，她的时装和她本人一样销魂蚀骨地迷住了那个时代。 彻底改变时装概念 1919年，战争结束时她已是出名的时装师了。她主张造型线简洁、朴实、舒适自如、色彩单纯、素雅。她喜欢黑、白两色，她的两件套装，被视为经久不衰的时尚风格。 CHANEL经典在今天，如果说有哪个品牌能得到一家三代——祖母、母亲、女儿的同时钟爱，那首先应该是CHANEL。CHANEL对整个时装界来说是经典，是“永恒”的时尚和个性，更是一个“浪漫传奇”。 Chanel Chanel Chanel CoCo Chanel 生平 原名：Gabrielle Chanel 1883年8月5日出生于法国 1895，丧母，被送去一所孤儿院 1905，在咖啡馆中任歌手 1908，在巴黎开设第一家帽子店 1912，在Desauville开了</div><div>第一家分店 1916，已经是三家时装店的老板 1924，推出了著名的黑色小礼服 1936，进入战争期间停业 1953，71岁时奇迹般地复出 1971，逝世于丽池（Ritz）酒店 创始人“当你找不到合适的衣服时，就穿香奈尔。” 服装香水 某记者采访玛丽莲??梦露时间：请问 您晚上穿什么样的睡衣睡觉？ 玛丽莲??梦露说：我只穿 Chanel No.5。 1921年推出 是世界上第一款加入乙醚的香水，属于醛香型香水的代表品牌。 自20年代问世以来，一直声名卓著，历久不衰。 适合：各种年龄、各种场合。 香奈儿五号</div><div>CHANEL NO.5 by Chanel 1984年推出</div><div>其特点在于其香芬将果香、花香、草香、龙涎香有</div><div>机结合，使女性的优雅高贵与浪漫性感完美地</div><div>合为一体。</div><div>适合：成熟、优雅、性感的时髦女性。 各</div><div>种场合。 可可</div><div>COCO by Chanel 其最大的特点在于由茉莉、野百合</div><div>等香味形成的清新淡雅香调。</div><div>是恬静、内向之女性在炎炎夏日的</div><div>理想选择。</div><div>适合： 恬静、内向之女性。 水晶 Cristalle by Chanel 1996年推出</div><div>主要香调由天然花香如卡拉布尼亚、西西里柑橙、</div><div>茉莉、香子兰等组成。</div><div>其特点在于典型花香加类似女性肤色的包装，传递</div><div>一种不可抗拒的温柔浪漫的女性魅力。</div><div>适合：任何场合，尤其是浪漫时节。 魅力</div><div>ALLURE by Chanel *** CHANEL 创始人Gabrielle Chanel香奈儿于1913年在法国巴黎创立香奈儿，香奈儿的产品种类很多，有服装、珠宝首饰、配件、化妆品、香水，每一种产品都闻名遐迩，特别是她的香水与时装。 香奈儿(CHANEL)是一个有80多年经历的名品品牌，香奈儿时装永远有着高雅、简洁、精美的风格。她善于突破传统，早40年代就成功地将“五花大绑”的女装推向简单、舒适，这也许就是最早的现代休闲服。另有叫做香奈儿的美国童星和以《香奈儿》为名的电影作品。 兴起于20世纪20年代初二十世纪设计的主体 思想核心：“功能”、“理性”，努力创造一种普及的新设计。主导了西方各国的设计，并反映在服装设计领域中。对20世纪服装发展具有深刻的影响。 姓名：可可??香奈尔 国籍：法国 出生日期：1883年8月19日 出生地：法国索米尔 逝世日期：1971年1月10日 逝世地：法国巴黎 1912年，《时装杂志》以完整篇幅刊载香奈尔的帽子，并由年轻的明星示范，使这位年轻无名的小帽商，在巴黎初露锋芒。 1910年，诗人Hugo曾经这么形容巴黎：“在巴黎，可以感觉到欧洲的心脏。巴黎，是城中之城”。发迹于时尚之都的Chanel，正如独立而自信的巴黎女子，带着神秘又难以抗拒的魅力。 Coco Chanel在20年所倡导的假小子海军风</div><div>在90年代重新被热捧。海蓝条纹、水手服、船长套装，夏季的度假套装重新回到黑白蓝的世界。 1920年，一家的巴黎报纸撰文道：“这是位令人惊愕的天才，她的服装富有女性类的艺术，是匠心独运的充分展示”。香奈尔改变了时装的概念，使服装艺术真正迈入二十世纪。她自己说：“我使时装的观念前进了四分之一世纪。我凭什么？因为我懂得如何解释自己的时代。”除了时装，Chanel也在1921年推出Chanel No 5香水。女星妮姬洛曼(Nicole Kidman)作代言人的No 5香水瓶子是一个兼具装饰艺术(Art Deco)</div></div>
--

味道的玻璃瓶瓶。此乃史上第一瓶以设计师命名的香水。而“双C”标志也这瓶香水成为Chanel历史上最赚钱的产品，且在很远的时光长廊上历久不衰。至今在Chanel的官方网站依然是重点推介产品。 享誉全球 1920－1924年，香奈尔享誉全球，她的设计沙龙在巴黎坎朋街31号开业。这时的香奈尔已是二十年代时装界的‘女王’，其公司是巴黎最重要的公司。漂亮的香奈尔在创造性方面，同她的设计一样引人注目。据传，香奈尔在一次操作加热炉中，炉子突然爆炸而烧灼了她的头发，她机敏而毫不犹豫地用指甲剪，修剪了剩下的头发。成了一种可爱的新型短发。尽管当时贵妇仍不能容忍短发，但短发终究成为二十年代流行的帕卜短发型。长期以来，白皙肤色总被视为高贵象征。由于香奈尔经常在海面上游玩，她将晒黑的皮肤变成时髦肤色，从而一反过去崇尚白皙肤色的传统审美观。香奈尔的性情自由、开朗，年轻时就得到一个可爱的绰号“可可”（CoCo），可可已成法国家喻户晓的名字，

人们反而不记得她的名字盖柏丽尔。谁也无法预料，这位出身卑微的可可，竟成为二十年代时尚的领袖。三四十年代，第二次世界大战爆发，Coco Chanel把她的店子关掉，与相爱的军官避居瑞士。1954年，Coco重返法国，Chanel东山再起，以她一贯的简洁自然的女装风格，迅速再俘虏一众巴黎仕女。短厚呢大衣、喇叭裤等等都是Coco Chanel战后时期的作品。或者只需讲战后Chanel风格一直保持简洁而贵丽，多用Tartan格子或北欧式几何印花。而且经常用上花呢（tweed）造衣，舒适自然。品牌一度危机和经典延续 品牌二度危机和经典的延续与创新 20世纪60年代初‘动荡时代’开始，西方社会见步入后现代，主流文化受到年轻人反文化群体的剧烈冲击。作为服装购买主体的年轻人，反权威，反传统，经济独立，拥有丰富多样的物质和丰富的生活方式，现代主义时期的功能、理性、标准型的服装格局显得不合时宜；大众文化、街头文化和通俗文化走入时装，服装需要走向多样化。高品位的典雅服装已不再受推崇，年轻人追求的是标新立异、与众不同的新设计。20世纪70年代COCO.CHANEL去世。她的成熟、端庄、优雅的品牌风格形象已经显得保守。CHANEL的时装魅力在褪色。说起卡尔？拉格斐，脑海里的第一反映永远是Chanel的艺术总监拉腓式的表情，佩戴着墨镜，手拿抓扇、脑后拖着辫子，就是这永恒的墨镜白发长辩的人却占领时尚圈制高点。人们称他为“时装界的凯撒大帝”或是“老佛爷”。他永远拿“吃世人”一样精力旺盛，精通德、英、法、意文，妙造连珠，他情迷传统，又憧憬未来，被传媒封为“当代文艺复兴的代表”。香奈儿逝世后，1983

年起由设计天才卡尔·拉格菲尔（KARL LAGERFELD）接班。卡尔拉格菲尔有着自由、任意和轻松的设计心态。他总是不可思议地把两种对立的艺术品感觉统一在设计中，既奔放又端庄，既有法国人的浪漫、诙谐，又有德国式的严谨、精致。他没有不变的造型线和偏爱的色彩，但从他的设计中自始至终都能领会到“香奈尔”的纯正风范。卡尔拉格菲尔的设计，使经典的香奈儿风格免遭时代的淘汰而成为历史风格，继续回到时尚前沿。 2008 2009 2009 2009 2010 *

企业宣传手册示例

企 业 简 介
随着公司向更高、更深层次发展，公司企业文化不断丰富，善美云的汇聚资源 成就梦想 善美天下 幸福中国”为中心，以彰显善美云俱乐部的实力和品牌。
简介除了公司基本介绍外，其文案的策划，是以善美云企业文化精髓（“优秀的传统文化”）为主线，通过对“健康、美丽和“财富”的诠释，使人们了
解善美云的企业文化。
善美集团在湖南衡阳和南京江宁均有自己的生产基地并且有多家合作控股生产基地。多年的国内经营，拥有稳定的营销团队和地面实体店。善美的使命是通过优质的善美产品，让更多的中国人拥有健康美丽；通过先进的商业模式让更多的中国人拥有财富；通过优秀的传统文化及善美系列课程，让更多中国人拥有和谐幸福的人生。
善美俱乐部的优势：
1.经营模式的优势：通过各种模式保障了各个合作方的利益，市代理商有10%的分润，县级代理商有71%的分润。供应商有产品销售利润。配送站有配送服务中心的服务费。对于消费者来说，可以获得三级分润和全国分红。
2.渠道合作的优势：内外部，线上线下无缝整合，是本联盟多方合作最强有力的优势。
善美俱乐部整体规划：善美俱乐部有5大模块。
1.电商平台，包括线上商城和线下商家以及俱乐部团购，现阶段主要是以俱乐部团购独特魅力为促动点。
2.学习圈和生活圈，给顾客更多的收获，加强顾客群的粘度，形成企业独具的特色。
3.商业圈，通过大规模的学习圈的会议，凝聚一批有学习力的人，至少观念是先进的。
4.特产团购，政府支持，百姓和果农都欢迎并急需，利润巨大。
5.金融圈，购物送股权以及专业金融合作，开设金融机构，带领大家投资获利。
与时俱进，开拓创新。善美家人们经过几年的奋力拼搏，已取得辉煌成就，善美俱乐部希望更多英才加盟，共同为达到我们的共赢合作而努力！

企业宣传手册前言

前 言
大道宣之，源远流长。一时芳名，世人皆访。晋江，是中国传统的民盟企业之乡，拥有得天独厚的经济优势和深厚长远的历史背景。这里孕育了无数的百强企业，而晋江城投就是其中的一颗新星。
晋江市城市建设投资开发有限责任公司成立于2009年8月，是我市主要的城市建设主体和投融资载体。公司下辖全资子公司4家（市政公司、滨江公司、城北公司、公路公司），控股子公司2家（房建公司、国家体育公司），总资产共计211.92亿元。其主要职责在于承担晋江城市建设投资，从事城市基础设施建设、保障性住房建设和土地开发整理业务。
自成立以来，我们承建了世纪大道南拓、人工湖、八仙山公园、晋江人城雕生态公园、棚户区改造、沿海大通道及金融广场等晋江市重大工程，我们拥有着雄厚的资产和坚实的财政背景，在晋江市内乃至省内、国内都具有极高的企业商誉，涉及行业之广，业务范围之泛，人员素质之高，都使我司有着强有力的竞争能力和可挖掘的发展潜力。同时，我们希望通过推广自身企业文化，不仅仅让外来投资者感受我们企业鲜活有力的脉搏，更是想感染晋江市大小企业，乃至带动一股风潮，激发晋江市内企业的热情，让他们意识到企业内部文化塑造和传承的重要性，也是对我们自身精髓的企业文化的一种肯定。
此前我们正积极努力地将自身带出省外，逐鹿国内，并为将来面向国外做好前提和巩固基础，通过文化软实力来包装推销自己，可以让投资者更清

有很强的威慑力，一套完整的贸易壁垒调查制度必不可少。把握好机会，积极与世界各国进行探讨，定期组织一些有意义的。但是在制定相应的措施前，必须仔细考虑是否会受到相应的活动，使整个世界互通有无，促进了人类的进步和生产线的国家发起的贸易壁垒调查，这在某种程度上遏制了潜在贸易壁垒的更新换代。针对上述分析的国际贸易壁垒的现状，我国应该从

壁垒的产生。

实际出发，应该继续深入与各国交往，把贸易保护主义和经济

(二) 微观方面的措施。(1) 以科技为核心，实现贸易可持续发展。不断的增加在国际市场的话语权，一同参与环发展。把科技放到第一位，用科技力量武装产品线，提高产品法律法规定的制定，不能只处于被

动挨打的地步，树立良好的水含量，增加科技的附加值含量，面对新贸易壁垒措施，门楣起大国形象。尽早实现我国在世界大舞台上取得一席之地。

来越苛刻，我国企业要想在激烈的竞争者取胜，就要不断研发新产品，并适应新环境的变化。注重经济效益、生态效益和社会

参考文献：效益三位融合，树立更有意义的产品观念。(2) 改善进出口产品【1】张爱华. 积极应对国际贸易新壁垒——反规避措施II】. 黑龙江

结构，实现产业升级。为了将贸易摩擦降到最低，从新认识贸易江对外经贸. 2007(01)

壁垒，并采取有效措施进行规避，参与竞争的企业要敢于创新，

【2】赵爱玲. 防范国际贸易壁垒反规避调查口1. 中国对外贸易.

生产处适销对路的产品，无形中增加竞争优势。(3) 依托战略对2007(06) 新市场进行开拓。采用多元化战略，对生产线进行全方位的投【3】孙增艳. 国际贸易新壁垒——反规避调查的应对II】. 辽东学 入和改进，生产出来适销对路的产品。但是各国发展水平参差 院学报. 2006(01)

(上接第50页) 参考文献：【1】尹彤. 平面设计艺术【M1. 北京：中国人民大学出版社，2005

【2】【日】内田广由纪. 企业目录设计【M】. 北京：中国青年出版社，

2006

·

47·