

# 美国表彰百岁劳模

## 101岁的萨莉已工作84年,如今仍在州议会上班

“尽量多学习新技术,善于倾听,友善对待工作伙伴,了解本职工作。”

——萨莉告诫刚刚步入职场的年轻人



101岁老奴萨莉·戈登当选2010年度“美国杰出最老工作者”,并于10日在位于林肯的内布拉斯加州议会大厦领奖。

萨莉工作时间长达84年,如今仍在内布拉斯加州议会担任助理警卫官,任职时间长达26年。每年州议会开会期间,她都要协助日常安检工作。

萨莉之前曾为3任内布拉斯加州州长担任秘书,在几个州政府机构任职,还干过法庭书记官、零售店店员、广告从业人员。

56岁时,戈登还当起了职业模特。

10日的颁奖仪式上,萨莉身穿胸口镶银色花边的黑色套装,头戴一顶内镶圆圈图案的黑色大礼帽,颈部围着一条银灰色薄丝巾,气质优雅。

萨莉是俄国移民后代,有4名子女,7个孙辈和6个重孙辈,丈夫罗伯特·戈登1969年去世。她把自己的长寿秘诀归功于饮食健康、坚持锻炼、保持幽默感。



“我希望自己到她这个年纪时,依然保持年轻和活力。我们还可以从萨莉那里得到些时尚方面的建议。”

——出席颁奖仪式的内布拉斯加州州长戴夫·海涅曼

### 美国很多百岁老人坚持发挥余热

“美国杰出最老工作者”由美国“经验至上”组织评选,每年一次,今年已是第12年。“经验至上”是美国最大的为老年求职者提供社区服务、培训和就业机会的非营利性机构。

今年和萨莉同时获奖的还有一名男性,104岁的波多黎各移民埃米利奥·纳瓦罗。纳瓦罗曾是一名职业棒球运动员,于1952年创办自己的公司。他至今仍担任公司审计员,每周工作30个小时。

先前的百岁以上获奖者包括律师、工程师、记者、企业家、建筑设计师、房地产开发商、教授等。

尽管已经是101岁老人,但萨莉依然不打算退休,“至少在明年1月议会复会时会去上班。我会干到干不动为止”。

综合新华社

### 英国“网晒”名人遗产 马克思仅留250英镑

据新华社电 据英国媒体11日报道,英国世系网首次公布了一批19世纪和20世纪在英国的一些历史名人死后的财产排行榜,其中作为无产阶级革命导师的卡尔·马克思在死后为小女儿留下了250英镑的遗产。这笔钱相当于今天的2.3万英镑,仅够买一辆中档汽车。

相比马克思,进化论的奠基人、英国著名生物学家达尔文要富有得多。按购买力计算,达尔文算得上是一位千万富翁,他1882年去世后留下了14.69万英镑的遗产,相当于现在的1300万英镑。

作家是遗嘱年鉴中的重要群体,英国著名小说家狄更斯写出了《雾都孤儿》,1870年去世时留下的遗产为8万英镑,相当于今天的710万英镑。而另一位作家、《福尔摩斯探案全集》的作者柯南·道尔在1898年去世时留下的遗产约为6.35万英镑。写下《快乐王子》的王尔德1900年去世时遗产也只有250英镑,放到现在这笔钱只值1.9万英镑。

英格兰和威尔士遗嘱年鉴中的历史名人还包括一些政治家,英国前首相张伯伦因二战前对希特勒持绥靖政策而颇受争议,他在1940年去世时留下的遗产约为8.4万英镑。

### “考拉观察员”、“鲨鱼看护员”、“啤酒品尝员”、“袋鼠粪收集员”、“企鹅巢穴规划员” 澳大利亚再推美好工作,只招英国人

澳大利亚推出的大堡礁守岛人工作至今仍为不少人津津乐道。如今,南澳州再推出多个有趣工作岗位,不过这次不是全球招聘,目标人群是英国年轻人。

南澳州这次推出的工作包括“考拉观察员”、“鲨鱼看护员”、“啤酒品尝员”、“袋鼠粪收集员”、“企鹅巢穴规划员”等。

其中,“考拉观察员”主要帮助控制阿德莱德附近考拉的数量;“企鹅巢穴规划员”负责保护袋鼠岛上的企鹅栖息地;“鲨鱼看护员”要在林肯港附近工作,统计鲨鱼数量。

这些工作都不需要相关工作经验。南澳州政府希望能吸引年龄在18岁至30岁的英国年轻人前来,边工作边旅行。

南澳州政府说,与英国冗长工作时间、高税收以及不断推迟的退休年龄相比,新推出的这些工作“截然不同”,能实现工作和生活的“终极平衡”。

综合新华社

### 上次推出的最好工作就给了英国人

英国义工本·索撒尔去年获得“全球最美好工作”,作为大堡礁守岛人工作6个月,薪水15万澳元。他的职责是每天在白沙碧海间巡视,并通过博客、图片和视频汇报自己的工作。



索撒尔上班还能带女友

## 金星啤酒:企业文化是软实力

以“责任、激情、创新、超越”为核心价值观的金星啤酒企业文化体系呼之欲出。

25年来,金星啤酒不但积累了丰富的企业管理和经营经验,更重要的是积淀了深厚的符合企业发展战略的企业文化。

金星正在努力实现“打造国内一流啤酒工厂,争创行业最具创新力领先企业”的企业愿景和“为社会承担责任和义务、为消费者提供优质产品和服务、为员工创造和谐发展环境”的企业使命。

审视金星的过往与现在,一条文化脉络愈发清晰:“创新文化”与“亮剑精神”成为金星企业文化的两大核心支撑。

### “不创新,就落后”、“不进步,就退步”

长期以来,金星依托品牌建设着力于塑造良好的企业文化形象。通过持续的努力,目前企业的文化建设取得了阶段性的突破。金星的目标就是通过打造文化让企业更进一步地与员工、客户和消费者融为一体,让他们真切感受到企业成长的喜悦。比如企业品牌宣传中的广告口号“金星新

一代 有你更精彩”,很好地反映了金星啤酒品牌与消费者的互动,增强了消费者对金星品牌的亲近感。

20多年来金星始终坚持引进、学习国外优秀企业的先进管理经验,从品牌管理、技术进步、人力资源、客户服务、质量控制等方面持续追求创新,提升标准。比如产品质量管理,金星认为,质量是品牌的基础,质量不过硬,品牌无从谈起。高质量的产品是塑造一个优秀品牌的基石,而接受我们产品的消费者才是我们品牌的创造者。20多年前金星就确立了“质量立企、质量兴企、质量强企”的经营思路,从5年前企业就提出“四个升级”(质量、管理、品牌、效益),其中,质量放在第一位。现在金星又提出“全员抓质量管理,全员抓品牌建设”,让全体员工都参与到企业的质量管理工作中来,从而转化成“人人都是品评员、人人都是质检员”的自觉行动。近年来,金星在努力打造“最受消费者喜爱的中国强势啤酒品牌”,着力借助高端媒体平台让全国的消费者对金星啤酒品牌形象

有全新的高度认识。

金星啤酒集团董事长张铁山认为,行业竞争多年前就进入大鱼吃小鱼、快鱼吃慢鱼的时代,优胜劣汰,不进则退。20多年过去了,很多当年和我们一起的企业在市场洗礼和磨砺中消亡了,这是商业竞争衍生的企业生存规律。金星一贯坚持“做中国最好啤酒”的目标和信念,20多年丝毫不曾动摇。企业是在竞争的炮火中发展壮大起来的,更善于在竞争中从优秀对手身上学习、积累经验,共同进步。

### “企业的活力来自敢于亮剑的优秀团队”

经过20余年的市场拼杀与洗礼,金星磨砺出一支“以乐观自信心态面对挑战,以主动进攻态势抢占市场,以亮剑精神所向披靡”的营销团队。征战南北、屡立战功、业绩显著的金星营销团队目标坚定、勇谋兼具、骁勇善战。截至目前,金星啤酒在全国形成了以河南、云南两大样板市场为核心的五大营销区域(以河南为中心的中部战略型市场、以云贵川为代表的西南优势市

场、以陕甘晋为核心的西北增长型市场、以山东为代表的胶东和以广东为代表的东部成长型市场)。

金星啤酒集团张铁山认为,一个优秀的营销团队面对困难,要敢于战斗;面对事业,要勇担责任,坚毅执著;面对企业,要满怀忠诚,令行禁止;面对团队,要精诚团结,同舟共济。

面对市场挑战与考验,营销人员必须要有战胜困难的勇气和必胜的信心,必须要大力弘扬“走遍千山万水,道尽千言万语,闯过千难万险,克服千辛万苦”的工作作风。要利用各种条件,充分调动各方面的积极性和创造性,发挥出更大更好的潜力。只有这样,团队在关键时候才能拉得出,打得响,攻得下,赢得了。

发挥“亮剑”精神,训练营销人员的战斗性格,是鼓励员工通过优质产品和服务,依靠团队执行力,提升市场竞争力,不断巩固和扩大金星啤酒在全国的市场份额,努力打造中国啤酒行业最具创新力领先企业。