

年终奖到手，立刻就走？

作者 / 王星

越是临近年底，职场中的各种吐槽也是像雪球越滚越大。

抱怨领导太严厉、取消年终奖、加班太多，“大不了就不干了，过完年回来再找新的！”“还等过年？发完年终奖我马上离职！”“我还是再忍忍，毕竟新工作不好找。”……相似的抱怨，每个人都听过很多遍了。

既然眼前的工作再干下去也是“痛苦”，还不如离职，说不定跳槽还能涨点薪水。相信很大一部分人都有过这种想法。

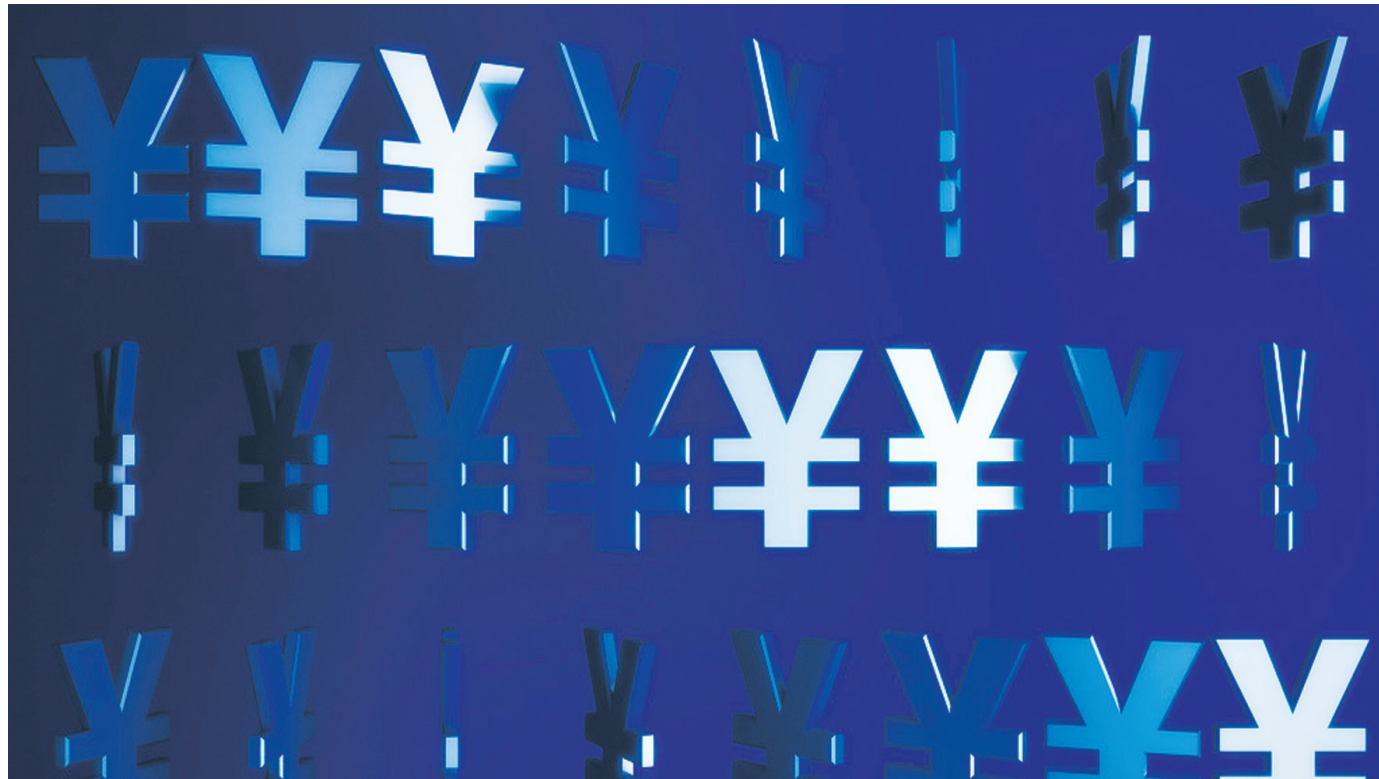
无论是一时冲动的离职还是并非心甘情愿地“被”离职，在各行各业都面临“寒冬”的当下，重新找一份称心的工作并非想象中的那么容易。

绕了一圈，好像又回到了原点

34岁的莫馨目前就职于一家中型企业。此前，她曾经有一份无论是薪资、职位、环境都和现在差不多的工作。

“当时觉得那份工作做得太烦了，并且没有什么上升空间，就想着换个地方。”而后，经过了3轮艰难的面试，她终于进入了一家实力颇为雄厚的大型企业，薪金也比之前有所增加。“能进入那家公司不容易，我想着一定要打起十二分的精神去好好工作。”

谁知，仅仅过了一年，莫馨就放弃了曾让自己心仪不已的那份工作，进入了现在的这家公司。“大企业里的勾心斗角太厉害，整天要拿出不少的精力去处理人际关系，一不小心就会成为‘炮灰’！”



绕了一圈，又做回了“老本行”。“还不如待在之前的公司呢。听说和我同级别的同事去年晋升了。”莫馨追悔不已。浪费了一年多的时间，不仅没有在工作履历上添上精彩的一笔，还需要重新来过。莫馨这样的例子在职场中比比皆是。

如果跳槽仅仅是为了解决眼前短暂的焦虑，还不如努力提升自我价值，才能在新机会到来时紧紧把握住。

勇气与核心竞争力，缺一不可

近两年的调研数据显示，求职竞争

激烈，在频繁流动的人才中，逾七成的求职者并未成功找到工作。

对于应届毕业生而言，缺少工作经验，找工作更是难上加难。

云兴今年大学毕业后，应聘成功进入了一家处于热门领域的公司，而和他一起被录取的都是有着丰富工作经验的人。

云兴表示，他正是看中了云兴的“多才多艺”。正所谓“技多不压身”。原来，云兴尽管工作经验不多，却在计算机领域造诣颇深，并利用空余时间学习了多项专业技能，且熟练掌握日语、法语两种语言。

对于刚刚步入社会的年轻人来说，很容易眼高于顶，没有什么拿得出手的本领，又不愿意脚踏实地去努力。甚至在工作中受到一点批评就要“愤然”离职。

“裸辞”不能光靠勇气，也需要考虑自己的能力。与其抱怨连天，不如像云兴一样，多掌握一些技能，这才是属于自己真正的核心竞争力。

企业管理方式决定了员工的离职与被离职

很多员工离职，并非对企业或领

导不满，而是有别的原因。甚至一些中高层离职者，都很感激原公司对他们的栽培。

一般情况下，领导对于离职的员工不会过于苛责。但在有些企业中，对于一些能力不足或者工作中出现错误的员工，公司却采用了简单粗暴的方式进行处理，导致了员工的“被离职”。

最常见的就是调岗、降薪，迫使员工自己提出离职。

还有年龄歧视，例如互联网行业的“程序猿”，刚工作是阳光健康的“小鲜肉”，而到了30多岁时，秃头发福不说，996导致的猝死在新闻中已经见惯不怪了。大龄程序员一旦离职，找工作就会变得艰难。

有时候，越“大”的企业对待离职者越不友好，离开了还是朋友；越“小”的企业对待离职者越不友好，反目成仇、对簿公堂的也不在少数。

苹果公司有项制度——“离岗留职”：员工在辞职后的两年时间内，公司仍为其保留职位，可以随时返回苹果公司工作，且职位不会受任何影响。

对于正常的离职，企业应该表现出理解与宽容。

善待离职员工，有利于企业文化的建设，对在职员工而言，工作会更积极、更有动力；

对于离职员工，多数会感恩铭记于心，在日后或许会对原企业的宽容大度加以宣扬，有利于企业的品牌建设；

最后，通过与离职员工沟通、交流，可以了解企业管理中存在的问题，并加以改善，促进企业的发展。■

“怡口莲”状告“怡口莲”真的赢了吗

本报记者 / 张郁

“怡口莲”不是“怡口莲”的简体版？它们竟然不是一回事儿？

近日，“怡口莲”被法院认定为“李鬼”。

此前有媒体报道称，北京海淀区法院日前审结了吉百利英国有限公司（简称“吉百利”）起诉怡口莲（厦门）食品有限责任公司（简称“厦门怡口莲”）侵害商标权及不正当竞争纠纷一案。

法院一审认定厦门怡口莲公司的行为构成侵害商标权及不正当竞争，判决厦门怡口莲停止侵害吉百利公司“怡口莲”系列商标专用权的行为、变更企业名称、刊登声明、消除影响，并赔偿吉百利公司经济损失及合理开支243万余元。

要知道，虽然“怡口莲”(clairis)是1996年才进入中国市场的，但是它是始于1824年吉百利旗下的品牌，比成立于2014年的厦门怡口莲年长了整整190岁。

公开资料显示，吉百利公司是全球第一大糖果公司、第二大口香糖公司，第三大软饮料公司，也是唯一一家同时拥有巧克力、糖果及口香糖产品的公司。

而厦门怡口莲主要经营范围包括米、面制品，食品油类，糕点及糖果等散装食品的批发与零售。

怡口莲：没有侵权，我卖米果不卖糖果

原告吉百利公司诉称，被告怡口莲公司生产、销售和宣传标有

“怡口莲”商标的巧滋脆夹心米果与吉百利公司的“怡口莲”商标高度近似，容易造成相关公众的混淆误认。目前“怡口莲”商标已被宣告无效。

被告怡口莲公司辩称，不同意吉百利公司的全部诉讼请求。

怡口莲公司的“怡口莲”商标使用的“米果”与吉百利公司商标使用的“糖果”不属于类似商品，怡口莲公司未与吉百利公司商标进行傍靠使用，未损害吉百利公司的合法权益。怡口莲公司在主营相关类别拥有已经核准注册的“怡口莲”商标，企业的商号主要识别部分与商标一致符合商业惯例，企业的设立登记合法合规。

怡口莲公司的“怡口莲”商标虽然于2019年9月20日被宣告无效，但有效期间的使用行为具有合法基础，不具有可归责性。

法院：构成侵权，“怡口莲”是李鬼

法院判决认为，依照商标法的规定，在相同或者类似商品上使用近似商标，容易导致混淆的，是商标侵权行为。“怡口莲”与“怡口莲”在文字构成、读音、呼叫以及含义上完全相同，“怡口莲”核定使用商品与“怡口莲”核定使用的商品均为日常生活食品，关联性较强。怡口莲公司对“怡口莲”标识的使用行为侵害了吉百利公司的注册商标专用权。

法官释法解释，怡口莲公司在选择和注册企业名称时，应当对在先较为知名的品牌进行避让，但其

仍然选择“怡口莲”作为其企业名称中的显著部分进行了注册，难谓善意。

专家：“怡口莲”只赢了名分

对于这场官司，新闻评论员马进彪在其博客中称，怡口莲赢了官司，却输了利益。

马进彪认为，虽然“怡口莲”商标被依法宣告无效，但并未对其做出丝毫的利益退还的要求。从2014年开始，“怡口莲”就把自己打扮成了怡口莲，而这5年的时间，就是它非法赚取丰厚利益的5年。但对于怡口莲来说，却是被侵权的5年，怡口莲本应享有自己商标带来的市场份额，但却变成了为他人做嫁衣的角色。而“怡口莲”商标被宣告无效这一纸判决，也就等于将侵权者的前账一笔勾销，从这个角度来说，“怡口莲”当然还是赢家。

但有媒体评论认为，要真正有效遏制“傍名牌”行为，就必须提高侵权者违法成本。我国商标法未修改前，侵权者的法定赔偿额为50万元以下。修改后的商标法将最高赔偿额提高到权利人实际损失和侵权人非法获利的“一至三倍”，并将法定赔偿额从50万元提高到300万元。新的惩罚性赔偿标准大幅提高了违法成本，有助于遏制恶意侵权行为。此次有关法院的判决也体现了司法机关对“傍名牌”不正当竞争行为“零容忍”的鲜明态度，在维护良性竞争、保护知名品牌方面将产生积极影响。■

年会上，我只想安安静静吃顿饭

作者 / 王星

每逢年底，又到了各家摩拳擦掌组织年会的时候。

早些年，年会还不叫年会。在春节之前，公司会招待员工一起吃顿饭，然后放假回家过年。

近几年，随着企业文化越来越受重视，这顿饭就延伸出了不同的表现形式，以及举足轻重的意义。

参加年会，我太难了

对于员工来说，年会是又爱又恨的存在。很多人只想安安静静看场表演，踏踏实实吃顿饭，但不管你是前台小妹还是公司高管，都要被HR逼着出个节目。本来年底工作任务就很重，还要加班加点排练节目，引得吐槽声不断。

对于公司来说，年会却是企业文化建设必不可少的一环。在这场重头大戏上，一方面要总结过去一年的得失与成绩，另一方面要营造组织气氛，深化内部沟通。

举办年会，既可以展现公司的雄厚实力，又能犒劳员工，但最重要的是，要鼓舞士气，给公司未来的发展制定长远的目标。

而对于年会筹备人员来说，简直是难上加难。因为众口难调，老板、高管、员工，甚至合作伙伴都要满意；因为预算5000块，要办成5000万的效果；因为节目要创新，不能落俗套……

别人家的年会都什么样

一家公司怎么样，看他们的年会就知道了。在百度15周年的年会上，李彦宏身披黄金战衣，大玩架子鼓。

在历年的阿里巴巴年会上，马云曾各种cosplay，既有金发白裙的性感美女，也曾模仿过迈克尔杰克逊。

小米年会上，雷军也和多位高管一起热舞。搜狗公司CEO王小川曾在年会上扮成齐天大圣，一出场就嗨爆全场。

平时不苟言笑的Boss们若可以收起在年会上“作报告”的想法，放下身段与员工们共娱，反而能更好地拉近老板与员工的距离。

年会上最激动人心的环节就是抽奖。别的公司准备的都是苹果最新款手机、电脑，条件好些的还包出国旅游，而自己公司这边顶多是粮油干果，甚至是2元钱彩票，换了谁也不好受。

即使面临行业寒冬，也不能“寒”了员工的心，准备礼品不能光看“薪”而不走心。

网络上曾讨论过“年会的意义”，引起网友广泛共鸣的答案是：

- 乡村大舞台 + 恶俗的表演，让我看懂了领导们的喜好；
- 拍马屁的程度，让我真正认识了我的同事；
- 奇葩奖品，折射公司的脸皮厚度；
- ……

一个公司的年会，其实就是这个公司的名片。

如何办一场走心的年会

一个公司对员工好不好，通过一场年会，就能看得最透彻。

办一场让员工喜欢的年会，需要从他们的角度来策划。因为员工才是年会的主要受众，但许多企业在策划年会的过程中，却想着如何能取悦领导，让领导满意。

不知从什么时候开始，年会 - 一场精美绝伦的大型演出。

挖空心思创意，加班加点排练节目不说，就算表演完了，也不能坐下喘口气，因为后面还有敬酒环节，在心不甘情不愿的推杯换盏中说着违心的话。

过后，除了杯盘狼藉，谁又能对这场年会留下真正的记忆？每年都是千篇一律罢了。

其实，员工最关心的是温暖，年会的形式并不重要。

北京有一家公司，邀请了全体员工的父母来参加年会。其中有一部分员工的父母来自农村，都是第一次来到大城市，公司领导表示，希望父母们可以亲眼见证孩子的努力和成长。

每个人评价年会的好坏都有自己的标准，形式只是载体，心意才是最重要的。

企业文化的核心是价值观，不要让一场年会展现出的价值观变了味儿。■