

2023年八多八少心得体会(优秀5篇)

心得体会是指一种读书、实践后所写的感受性文字。心得体会可以帮助我们更好地认识自己，通过总结和反思，我们可以更清楚地了解自己的优点和不足，找到自己的定位和方向。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的心得体会范文，我们一起来了解一下吧。

八多八少心得体会篇一

多提旗帜，少提内容；

一般写“高举旗帜”即可，至于什么旗帜，不写。大文件最多在开头写一次。其它如“坚持原则”“严守纪律”“把握尺度”同上。不仅节省笔墨，更可免去争议。

多提小康，少提法治；

小康以经济目标为主，法治面广而难。前建小康，提法要与中央一致。

多提民生，少提民主；

大部分老百姓关注民生，少部分精英鼓吹民主。行文从民生展开，深浅不犯错误。必须谈民主，要逐条请示领导。

多提公平，少提公开；

公平无一定之规，是否公平上面说了算，文件好落实。如执法公平，分配公平。公开易留把柄，日后被上下追责。可笼统带过，不作承诺。

多提解放，少提自由；

发动群众用“解放思想”“打破框框”之类，不用“思想自由”“言论自由”等普世词汇，切记。开会“自由发言”改为“自愿发言”。（“民主生活会”改为“协商民主生活会”？）

多提体制，少提政治；

阐述改革一律使用“体制改革”，专家来我处讲课也多做提醒。领导干部不得参加社会上组织的有关“政改、宪政、民主”以及敏感事件的研讨会、学术会。禁止职工在正式场合谈论上述话题。（行文可想而知）

多提维稳，少提维权；

站在政府立场上是维稳，站在群众立场上是维权，一个问题，两个方面。公文代表政府，但类似面对访民、突发事件群众的文稿，可改提维权。避免引起反感，节外生枝。

多提自律，少提监督；

八多八少心得体会篇二

要珍视岗位，牢记责任，勤勤恳恳，专心致志于事业。不要妒贤嫉能，拨弄是非，甚至诬告陷害，挖空心思算计他人。

多向前看，少往后看

要志存高远，本着一致的目标、共同的事业不懈追求奋斗。不要把过去的得失、荣辱、恩怨常挂在嘴上、记在心里。

多当面说，少在背后议

要对上对下一致，敢于不卑不亢直言相谏，善于诚心诚意指出错误，切勿阳奉阴违，当面不说，背后乱说。

多换位思考，少本位至上

要真正树立单位建设是一个整体、个人所负责的工作是为整体服务的思想。不能仅从局部利益出发谋对策，以自己的利益得失为标准，凭小团体的利益得失定取舍。

多调查了解，少无端猜疑

要有闻谏言而不怒、闻微言而不弃、闻错言而不怨的襟怀，多调查了解，勤思考自省。要出以公心看人，坚持从本质上看人，不偏听偏信、主观臆断、无根据地胡乱猜测。

多补台、少拆台

要注意维护单位和同事之间的威信、形象，工作中相互支持配合，生活中相互关心帮助，碰到困难时主动予以协助，解决棘手问题大家一起上阵。不能事不关己，高高挂起，对他人的困难视而不见，甚至幸灾乐祸。

多理解，少指责

要视同事如兄弟姐妹，善于了解人、关心人、理解人，能容人之异、容人之长、容人之短。切忌心胸狭窄、小肚鸡肠，用放大镜看别人的问题和不足，刻意打击、压制、诋毁别人。

多揽过，少争功

要有为了工作、为了大局甘愿吃亏的精神，有了成绩多看集体的力量，有了失误多想自己的责任，不能看成绩你小我大，论教训你多我少。

八多八少心得体会篇三

一般写“高举旗帜”即可，至于什么旗帜，不写。大文件最

多在开头写一次。其它如“坚持原则”“严守纪律”“把握尺度”同上。不仅节省笔墨，更可免去争议。

小康以经济目标为主，法治面广而难□20xx年前建小康，提法要与中央一致。

大部分老百姓关注民生，少部分精英鼓吹民主。行文从民生展开，深浅不犯错误。必须谈民主，要逐条请示领导。

公平无一定之规，是否公平上面说了算，文件好落实。如执法公平，分配公平。公开易留把柄，日后被上下追责。可笼统带过，不作承诺。

发动群众用“解放思想”“打破框框”之类，不用“思想自由”“言论自由”等普世词汇，切记。开会“自由发言”改为“自愿发言”。（“民主生活会”改为“协商民主生活会”？）

阐述改革一律使用“体制改革”，专家来我处讲课也多做提醒。领导干部不得参加社会上组织的有关“政改、宪政、民主”以及敏感事件的研讨会、学术会。禁止职工在正式场合谈论上述话题。（行文可想而知）

站在政府立场上是维稳，站在群众立场上是维权，一个问题，两个方面。公文代表政府，但类似面对访民、突发事件群众的文稿，可改提维权。避免引起反感，节外生枝。

八多八少心得体会篇四

“届大学毕业生男女签约差别分析报告”近日揭晓。因性别歧视导致女生就业难度远高于男生，甚至有些单位一见是女生就根本不给实习和录用机会。即便给了机会，她们以后在职场上的发展也大多会因性别而受到一定的限制。

正在举行的全国两会上，大学毕业女生的就业问题也是代表和委员关注的一项重要问题。由中国政法大学完成的“当前大学生就业歧视状况的调查”显示，有54%的大学毕业生认为自己在求职过程中遭遇过就业歧视。对此，全国政协委员、教育部法学教学指导委员会委员侯欣一教授说，这里既有观念上的原因，更有制度上的原因。目前社会对于平等就业的观念还比较缺乏，现行的反就业歧视的法律制度不完善，对平等就业权利的法律保障机制不健全，受到歧视伤害后的司法救助措施也没有建立起来。

侯教授的分析与麦可思2011届大学毕业生流向月度跟踪调查结果不谋而合。其中的男女生签约差别调查从12月至2月，结果发现，被调查的2011届大学和硕士毕业生中，女生的平均签约月收入均低于男生。而且，学历层次越高，同学历层次的男女生平均签约月收入差距越大，本科女生的平均签约月收入（2243元）比本科男生（2573元）低330元，高职女生的平均签约月收入（1917元）比男生（2086元）低169元，女硕士（3623元）又比男硕士（4438元）低815元。

从签约用人单位的类型来看，本科女生和高职女生与民营企业签约的比例最高，分别为45%和65%。女硕士去政府机构或科研事业单位的比例比男硕士足足高了14个百分点，这可能与她们毕业时已接近婚育年龄且追求工作的稳定性有关。国有企业则是被调查的2011届男女毕业生签约比例差距最大的单位。本科女生、高职女生和女硕士与国企签约的比例，分别低于同学历层次男生比例的9%、9%和10%。

目前我国的妇女权益保障法、残疾人保障法、就业促进法等法律，都有关于劳动者平等就业权利的规定，但往往缺少程序上的保障和有效的实施机制。侯欣一教授表示，我国可借鉴国外的成功经验，设立一个专门解决就业歧视问题的机构，这样才能更好地保护不同性别劳动者的平等就业权。

本报记者王蔚

中国大学网：八百硕士硕士考研毕业生薪水

八多八少心得体会篇五

企业概况：

陕西八鱼渭南油脂工业有限公司位于陕西省渭南高新区，企业占地200余亩，是以从事油料收购及油脂加工、销售、科研为一体的民营科技型企业，公司建于，注册资金7938万元，总资产8.74亿元，企业现有员工600余人，其中大中专学历150多人，中级职称42人，高级职称17人。目前，公司拥有两条日加工500吨油料的压榨生产线、日加工200吨高级食用油连续精炼生产线、10万吨小包装和中包装灌装生产线、5万吨食用油储存罐。设备性能优良、业内领先。年可加工各种油料30万吨，生产食用油10万吨，实现产值10亿元。

企业主导产品“八鱼”食用油(系“陕西名牌”)，被中国粮食协会评为“放心油”。公司以“诚实做人、质量立企”为企业精神，依靠科技创新和管理创新致力于“树百年品牌、做世纪企业”。通过了isc9001质量体系认证，先后荣获了“陕西省农业产业化重点龙头企业”、“陕西省重合同守信用企业”等称号，被中国农业发展银行评为“aa”级信用等级，陕西省银行同业协会授予“诚信企业”。

目前产品销售主要以陕西、山西、甘肃为主，实现销售收入8亿元。

八鱼油在陕西是一个具有老资格的食用油生产企业和品牌，有近20余年的历史。近年来，公司发展迅速，不断扩建，同时继八鱼品牌之后，几乎同步推出二个新的品牌：同州老油坊和多领健。

不知道八鱼在推出这二个品牌时是基于一种什么样的目的和想法，但就八鱼目前的现状而言，急于多品牌发展肯定是一

个错误的选择，一个美丽的陷阱。为什么这样说呢？我们通过多品牌战略比较成功的金龙鱼与八鱼几个主要指标的对比来看一下。

类别金龙鱼八鱼

销售额20：200万吨，销售收入600亿年销售收入8亿元

品牌荣誉（部份主要荣誉）

中国最佳信誉品牌”大奖、

荣获中国粮油学会颁发的科学技术二等奖、

“消费者信得过产品”；“1981—20中国食品工业20大著名品牌”；

“产品质量免检证书”；

国家首批粮油行业“qs”认证、

“中国名牌产品”称号、

-连续十年获得全国食用油类产品销量第一名。国家权威检测合格产品（中国质量检验协会）

放心粮油称号（中国粮食行业协会）

陕西省著名商标

子品牌

数量16个2个

通过对比我不难发现，二者在多品牌战略中核心品牌的差异

是非常大的，

作为核心品牌的八鱼，年销售额仅为金龙鱼的七十五分之一，销售网络、经销商数量也极少，核心品牌荣誉级别也相差甚远。

从多品牌战略来讲，核心品牌只有具备一定的重量和级别时，才适合于去进行多品牌战略，而八鱼品牌，从品牌荣誉、销售额、销售网络等主要指标来看，都还显得基础甚为薄弱，这个时候去推广多品牌战略，显然核心品牌八鱼无法担当起多品牌战略中核心主打品牌的重任。

多品牌战略中，多个品牌相互独立，而又存在一定的关联，而不是毫不相干，相互脱离的。多品牌战略的实施有两个特点：一是不同的品牌针对不同的目标市场。飘柔、潘婷、海飞丝的区别就在于：飘柔强调使“头发更飘、更柔”；潘婷则突出“拥有健康，当然亮泽”；海飞丝则是“头屑去无踪，秀发更出众”。二是品牌的经营具有相对的独立性。在宝洁内部，飘柔、潘婷和海飞丝分属于不同的品牌经理管辖，他们之间相互独立、又相互竞争。

而在八鱼的多品牌战略中，我们丝毫看不到这二点。

八鱼各品牌对比表：

品牌名称 产品卖点 包装 零售价

八鱼菜籽油非转基因 5升 52.8元

多领健菜籽油不含胆固醇 5升 46.5元

同州老油坊菜籽油无 4.5升 37.9元

一般来讲，企业推出新品牌的主要目的要么是为了抢占新的

细分市场、要么就是实现品牌升级，提升品牌价值，实现更大的利润空间，而八鱼推出的新品牌，价位还要低于老品牌，如果新品牌的上市得到市场和消费者的认可，那么必然会吸引一部份老消费者由八鱼转向新品消费，进而影响到老品牌八鱼的销售，新品牌起来了，而老品牌倒了，这样岂不更得不偿失？如果说新品牌的上市得不到市场和消费者的认可，那么更会损害老品牌八鱼的品牌形象。

无论从哪一种情况来看，八鱼的多品牌都会对八鱼老品产生不好的影响，究其根本原因，就是其新品牌与老品牌之间没有明确的市场细分，自有品牌之间都形成了同质化，所以说，这个多品牌战略就是一个绝对的败笔。

其次，我们注意到，在八鱼推出新品牌之后，并没有进行任何的推广工作，在终端也只是与老品牌八鱼同柜销售，显然是想依靠八鱼老品的影响带动新品的销售，但如前所述，八鱼这一品牌虽然时间很长，但八鱼品牌知名度显然还不够，也无法对新品牌形成拉动销售的作用。

这样的多品牌战略，对八鱼来讲，只能说是看起来美丽，做起来轻松，但死起来一定会很惨。