



北京熙诚教育投资有限公司

企业详情

企业官方注册名称：北京熙诚教育投资有限公司

企业常用简称（英文）：GUANGHE

企业常用简称（中文）：光合企学（熙诚教育投资旗下）

所属国家：中国

中国总部地址：北京市丰台区丽泽商务区金泽路161号锐中心30层

网址：www.xichengedu.com

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、个人能力发展、教练技术培训、专业能力发展、团队建设和拓展训练

在中国成立日期：2017年

在中国雇员人数：100人以内

业务详情

1、主要客户所在行业：生命科学（如医药，医疗器械等）、零售业与电子商务、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、机械制造、电子电气

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	国有
客户公司行业	运输及物流
客户当时的需求	客户是中国铁路总公司管理的大型铁路运输企业的18个铁路局之一。始建于1956年3月1日，以“吃苦、创业、团结、奉献”为企业标语，经过57年的发展，现已成为西北地区最大的交通运输企业之一，形成了以兰州为枢纽，由陇海、包兰、兰新、宝中、兰青、青藏、干武7条干线及10余条支线构成的西北铁路基本框架。客户高度重视人才工作，经过多年不遗余力的引进和培养，现有各类专业技术人才9800余人，部级有突出贡献的专家3人、青年科技拔尖人才19人、享受政府特殊津贴29人，提高工资待遇高级工程师3人，



	<p>高级技术人才640余人。</p> <p>为深入学习贯彻党的二十大和二十届三中全会精神，落实全国铁道团委、集团公司党委工作要求，进一步推动团干部素养提升工程走深走实，贯彻执行组织发展意图，同时不断完善管理人员培训体系建设，培养一批忠诚干净担当的高素质团干部队伍，为业务发展提供优秀的管理人才储备与人才保障，本次项目聚焦在客户优秀团干部群体，通过体系化、多样化的培养手段，建立跟踪培养、全程培养的管理人员系统培养体系。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>客户团委工作人员、各单位团委负责人及优秀青年骨干代表等60人参加为期8天的充电赋能集训。本期训练营通过理论蓄力、管理进阶、目标管理、高效沟通、研讨优化等环节，进一步提升团干部政治素养、工作能力和综合素质，在推动客户在高质量发展中贡献青春力量。</p> <p>理论授课—充电蓄能启新程 开营时学员跟随高校教授开展了思想学习，通过了解中国现代化进程，学习党风纪律，为培训梳理良好开篇基调。</p> <p>理论授课—拓展工作新思路 在培训中，学员依次通过学习管理、目标、沟通等主题课程，对日常工作中涉及到的重要场景中必备的知识技能有了系统性的深入了解。授课中通过大量案例及探讨，理论结合实践，让学习效果逐渐落地。</p> <p>分享交流—推动工作高发展 学员通过小组内部的交流研讨，在交流中活学活用课上知识，结合实际业务课题，共创解决方案并沉淀学习成果。</p> <p>星光夜跑—点亮青春强体能 设立“夜跑俱乐部”，每天组织学员夜跑，学员可以在轻松的氛围中交流工作心得，增进团队凝聚力。</p>
<p>服务成果</p>	<p>在项目实施中，我们不仅注重知识的传递和技能的培养，更注重知识沉淀、经验的萃取和数据的沉淀。</p> <ol style="list-style-type: none"> 项目整体出勤率高达99%，在紧张而充实的培训周期内，学员们展现出极高的参与热情与自我驱动力，全身心投入到各项活动中，不懈追求个人能力的飞跃与综合素养的提升。 作业完成率100%，每门课程结束后，利用晚自习的时间，大家均积极高效的完成小组作业和个人作业。透过作业不仅锻炼了学员的实际操作能力，还通过工具的使用发现了许多现存的问题。这些小组分析为后续团工作提供了有力的支持。 产出小组经验萃取表6份、工作计划推进表6份：这些工具表不仅展示了学员的学习成果，还为各个单位提供了宝贵的经验和启示，有助于推动后续团工作的发展和创新。 个人作业产出《读书心得》《工作复盘与新目标制定》：通过阅读《结构思考力》总结出了多种表述问题的结构，在未来工作中提高沟通、组织效率；利用课程工具以及各种分析法对过去工作经历的细致复盘，学员们不仅总结了成功的经验和做法，更深刻地剖析了



	<p>存在的不足与失误，提出了切实可行的改进措施。</p> <p>5. 所有学员在培训周期内课程研讨、交流分享共产出130多张大白纸的内容。包含对课程知识的巩固，课程工具的运用，知识点的总结，个人或组织成功经验的分享，对后续工作实践问题提供了更多的解决思路、经验。</p> <p>以上成果为铁路青年团干部的发展和 innovation 提供了有力的支持，也给铁路人才发展提供了参考依据，推动铁路青年的持续发展和进步。</p>
--	--

客户案例二：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	国有
客户公司行业	金融服务（如银行，保险，财富管理等）
客户当时的需求	<ul style="list-style-type: none"> • 打造卓越领导团队，引领企业持续发展 <p>通过系统的培养计划，提升中层管理人员的领导能力、战略眼光和决策水平，使其成为能够引领企业在复杂多变的市场环境中持续发展的核心力量。培养出具有高度责任感、创新思维和卓越执行力的领导团队，能够准确把握市场机遇，制定科学合理的发展战略，带领企业不断开拓新的业务领域，实现长期稳定的收益增长。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 培育创新文化，驱动企业价值提升 <p>激发中层管理人员的创新意识和创造力，营造鼓励创新、包容企业文化氛围。培养中层管理人员具备敏锐的市场洞察力和前瞻性思维，能够不断推出创新的产品和服务，满足客户日益多样化的需求。通过创新驱动企业价值提升，提高企业的核心竞争力和市场占有率，为企业带来持续的经济效益。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 强化团队协作，凝聚企业发展合力 <p>加强中层管理人员之间的团队协作能力，打破部门壁垒，促进信息共享和资源整合。培养中层管理人员具备良好的沟通协调能力和团队合作精神，能够有效地组织和调动团队成员的积极性和创造力，共同为实现企业目标而努力。通过团队协作凝聚企业发展合力，提高企业的运营效率和工作质量，降低管理成本，提升企业的整体效益。</p>
具体服务内容	<p>"臻远计划"人才培养项目，秉承着精准赋能与持续进阶的核心理念，构建了一套全面的人才培养框架。该项目紧密围绕关键人才成长的各个关键阶段，创新性地思维启迪、知识拓展与技能锤炼三大核心维度上展开设计，旨在全方位提升人才的综合素养与实战能力。</p> <p>阶段一：前期调研</p> <p>通过需求调研、测评诊断和问卷分析这三个阶段的工作，能够全面了解中层管理者的发展需求和能力现状，为后续制定科学的培养计划奠定坚实的基础。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 需求调研：对关键利益相关者展开调研，通过与客户的高层管理者以及项目重点学员进行访谈，深度洞悉组织对中层管



理干部的具体要求以及他们的当前现状。

2. 测评诊断：借助测评工具对中层管理者实施全面评估，以此确定他们的能力现状以及未来的发展潜力。
3. 问卷分析：进一步收集中层管理者和相关人员的意见建议，为培养项目的设计提供更为丰富的信息资源。

阶段二：正式实施

“臻远计划”是为期三年的系统性培养项目，旨在通过分阶段、多维度的培养策略，全面提升关键人才的思维、知识与技能，结合逐年深化的课题研究，助力其实现个人与职业的长远发展。

• 第一年 深化聚焦 成为效能提升者

- 培养目标：聚焦于解决个体认知问题和技能短板，从自我察觉和自我管理为切入点，找准学员共性需求，提升执行与推动能力，提升个人效能。
- 培养重点：自我觉察、角色转变、时间管理、项目管理
- 特色设计：

(a) ORID学习反思深：深度对话启新程，ORID 反思灵。通过ORID帮助学员深入思考学习内容，提高自我认知和解决问题的能力。

(b) 火花集

(c) 知识卡片

• 第二年 管理飞跃 成为组织推动者

- 培养目标：聚焦于学员管理能力的提升，帮助学员夯实管理知识，掌握必要的工具和方法论，打造管理者思维，从知识、技能、思维全方位提升管理效能。
- 培养重点：团队管理、系统思维、财务思维、经验萃取、高效汇报
- 特色设计：

(a) 管理辩论赛：观点交锋展才智，团队协作显实力。通过围绕特定的管理主题进行辩论，激发学员的批判性思维，拓宽管理视野，同时也增强了团队之间的竞争与合作。

(b) 团建拓展：团建拓展活力显，团队凝聚力相连。帮助团队成员更好地了解彼此，提高团队的凝聚力和战斗力，同时缓解工作压力，增强团队的活力和创造力。

• 第三年 卓越达成 成为未来领导者

- 培养目标：聚焦于组织层面的思考维度，从公司战略的视角出发，培养学员的全局视野，增强其战略思维，市场洞察和运营管理能力，提升公司商业竞争力。
- 培养重点：战略思维、企业运营、商业洞察、影响力
- 特色设计：

(a) 课程思维导图：思维导图绘思维，知识梳理更入微。学员协作输出，激发学员快速回顾学习内容，唤起学习场景和记忆

(b) 结业论文：总结经验再开拓，未来发展路宽阔。结业论文是



	<p>培养项目的重要成果之一，它要求参与者结合所学知识和实践经验，对特定的管理问题进行深入研究和分析，并提出自己的观点和解决方案。</p> <ul style="list-style-type: none"> 项目亮点：观行为，识潜力——定制化的行为观察贯全程 <p>在项目实施过程中，全程配置观察顾问对学员进行定制化的行为观察。通过课程互动、小组互动及个人互动等，多场景、多视角的进行学员行为观察。</p>
<p>服务成果</p>	<p>成果一：通过个人档案可视化人才成长链</p> <p>个性化的学员档案将从4大维度对学员在项目中所有表现进行梳理回顾，并由项目专家对学员表现进行综合性评价，给出后续发展及任用建议供企业参考。个人基础数据、项目积分表现、测评及考核情况、行为观察报告。</p> <p>成果二：项目运营交付成效显著：高出勤、优作业、强共创、丰产出、高满意</p> <ul style="list-style-type: none"> 项目整体出勤率 <p>本项目自启动以来，共组织了19次面授课程，共24天，累计144小时；组织拓展活动1次、共创活动1次，线上辅导1次，累计12小时。在严格的考勤管理下，项目整体出勤率达到了92%，其中，关键课程的出勤率更是高达89.9%。这一数据充分证明了学员们对此次培训项目的高度重视与积极参与。</p> <ul style="list-style-type: none"> 作业完成率 <p>为检验学习成果，在课后为学员布置了8次课后作业。经过统计，作业的总完成率为88.25%，其中，高质量完成的作业占比达到了85%。这不仅体现了学员们的学习态度与努力，也反映出了培训内容的有效性与实用性。</p> <ul style="list-style-type: none"> 共创活动 <p>在项目中期，我们组织了1次团队共创活动——辩论赛。辩论赛围绕着2023年的课程核心议题展开，大家高度重视、积极筹备。在激烈的辩论中，学员们不仅展现了自己的专业知识与见解，还学会了如何倾听他人意见、如何进行有效反驳以及如何以理服人。本次活动不仅提升了学员的团队协作能力，还激发了他们的创新思维与解决问题的能力。</p> <ul style="list-style-type: none"> 个人产出 <p>在个人学习产出方面，学员们共提交了29份学习心得、38份课后作业、187份思维导图。这些产出不仅详细记录了学员们的学习过程与收获，还展现了他们将所学知识应用于实际工作或生活中的实践案例。其中，有21份思维导图被评选为优秀产出，为其他学员提供了宝贵的学习与借鉴经验。</p> <ul style="list-style-type: none"> 满意度评价 <p>每次培训结束后，会组织学员进行满意度调研，共收集了441份有效问卷。结果显示，学员对培训项目的整体满意度评价达到了9.78分（满分10分），其中，对于课程内容、讲师表现、运营服务等方</p>



	<p>面的满意度评价均超过了9.5分（满分10分）。这一数据充分说明了“臻远计划”一期在学员心目中的认可度与影响力。</p> <p>项目价值</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 增强组织战略决策能力，抓住市场机遇：为企业培养能够基于实际情况解决复杂问题的未来经营管理人才，以应对不断变化的市场环境。 ● 提升组织内部凝聚力，增强生产效率：增强中层管理者的影响力，提升团队士气，巩固人才储备，优化人才梯队建设，从而提升整体组织的生产力。 <p>识别中层管理风险，降低企业管理风险：对现有中层管理团队可能面临的风险进行识别与评估，提前制定应对策略，以降低潜在管理风险。</p>
--	---

客户案例三：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	国有
客户公司行业	金融服务（如银行，保险，财富管理等）
客户当时的需求	<p>项目背景需求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客户公众号升级改版后，创办“金资人”栏目，聚焦系统内人、事、物故事，通过采编与原创，讲述客户自己的故事，提升母子品牌社会传播和影响力。 2. 继2022年“金品创学”的课程培训后，2024需聚焦实践，深入探索并有效利用“金资”这个资源平台，让品牌不仅成为商业的标识，更成为具有深厚底蕴和无限价值的资本。 <p>项目整体目标要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、进一步优化客户公众号“金资人”栏目的内容建设与市场化运转能力，提高公众号传播力与影响力，将进一步提升客户内核形象； 2、夯实本部与权属品牌战略工作的高效协同联动工作机制，固化子品牌对母品牌公众号长期供稿规则与联动机制，促使母子品牌进一步合作赋能、价值共生； 3、切实提高每一个品牌运营工作者核心技能，以点带面，提升企业综合宣传效应。
具体服务内容	<p>以客户公众号的金资人栏目为抓手，面向所有权属企业品牌运营工作者开展“公众号运营实践”主题培训，由专业导师全程辅导，并筛选出一家企业，由导师进行一对一深度陪跑，形成该企业对集团公众号的长期供稿示范效应，后续不断复制、辐射，最终形成多企业长期供稿联动工作机制。</p> <p>一、线上授课</p> <p><input type="checkbox"/> 授课形式及时长（28天）：</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 线上直播授课 <ul style="list-style-type: none"> · 面向所有权属企业公众号运营人员 · 2小时/周，共4周，合计8小时。 <input type="checkbox"/> 授课内容： <ul style="list-style-type: none"> · 微信内容策划及优化技巧 · 品牌故事/人物故事型文章撰写技巧 · 挖掘选题与素材的工作机制 · 微信公众号的推广技巧 · 最新账号运营工具的具体使用方法 <p>二、线上深度陪跑</p> <ul style="list-style-type: none"> · 专业导师根据深度陪跑企业的行业属性、企业情况、公众号现状等维度进行调研分析，针对性指导该企业形成一系列培训成果。 · 面向1家深度陪跑企业公众号运营人员 <p>2小时/周，共4周，合计8小时。</p>
<p>服务成果</p>	<p>一、 本次培训面向集团所有权属企业品牌运营工作者，共计41人。</p> <p>二、 17个母子品牌公众号，联合发布文章9篇，形成优质内容池，并择优3篇在<u>区属媒体</u>发表。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 多元化与独特性 <p>作品来自不同子企业，每篇作品都带有其独特的视角和风格，展现了多元化的思考和创意。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 高质量与深度 <p>所有入选的作品都经过老师严格的筛选和精细的打磨，确保了内容的高质量 and 深度。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 相互学习与借鉴 <p>学员们在创作过程中相互学习、相互启发，形成了良好的学习氛围。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 成果展示与激励 <p>通过优秀作品合集的传播，进一步激发更多子企业公众号工作者的创作热情，在企业内部形成积极向上的文化氛围。</p> <p>三、 深度陪跑企业《公众号运营实践手册》发布，手册内容完整，实操性强，直接赋能陪跑企业日常工作开展</p> <p>1、企业传播现状诊断</p> <ul style="list-style-type: none"> · 内容、视觉 · 数据、运营 <p>2、后续运营方案设计</p> <ul style="list-style-type: none"> · 栏目设置整体规划建议 · 增设原创栏目 · 立体运营与视觉升级 · 人格化内容平台 · 传播策略建议



	<p>3、操作手册</p> <ul style="list-style-type: none"> • 原创内容 • 信息内容 • 运营工作 <p>四、 形成公众号长期供稿联动机制。</p> <p>1、实践营项目产生优秀作品已陆续发布于客户公众号“金资人”栏目。系列文章阅读量、转发数较之前有50%以上提升。</p> <p>权属企业在训练营结束后，积极供稿，每周均有3篇以上稿件提报集团品牌，实现从被动到主动的转变，供稿量较项目前提升200%。</p>
--	---

客户案例四：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	能源动力
客户当时的需求	<p>江苏省电动车市场作为中国最早且规模最大的电动车市场之一，一直被视作电动车铅酸电池行业的兵家必争之地。长期以来，客户与天能两大电池巨头在此激烈竞争，争夺市场主导地位。然而，近年来，随着雅迪、爱玛、台铃等头部电动车厂商通过一级市场配货加强市场整合，不断挤压替换电池市场份额的同时，江苏电动车市场也逐渐进入饱和状态，市场规模增长乏力，而消费者的电池更换需求则更多地转向了对更高性能电池的追求。</p> <p>这一系列变化导致2023年的江苏电动车市场成为客户与天能两大巨头销量双双下滑的转折点。面对日益激烈的市场竞争、不断变化的消费者需求以及来自强劲对手的压力，客户集团决定采取积极措施，以区域经理团队为突破口，启动江苏区域市场的营销体系改革。此举旨在通过优化营销管理体系、提升区域经理管理能力、充分发挥产品竞争力等方式，重新赢得市场主动权，确保在充满挑战的环境中保持领先地位。</p>
具体服务内容	<p>通过优化营销管理体系、提升区域经理管理能力以及充分发挥产品竞争力等方式，重新赢得市场主动权。项目采用了一体化的设计思路，包括销售现状诊断、核心能力优化以及定制场景学习三个阶段。项目通过一系列举措不仅提升了区域经理的专业能力和市场竞争力，还确保了营销体系变革的顺利落地实施。</p> <p>营销体系运作效率提升是系统性工程，仅仅通过传统的课堂培训无法真正满足业务需求，因此本次项目打破过往以工具讲授为主的培训形式，面向江苏区域的真实营销场景，通过【营销体系现状诊断—核心能力优化—定制场景学习】的一体化设计思路，对整个销售业务价值链进行诊断，并设计针对性解决方案：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 销售现状诊断，使优化有据可依： <p>通过区域销售线路以及各代理商的实地走访，深入挖掘当前营销体系存在的问题和改善点。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 核心能力优化，使学习有的放矢：



	<p>明确问题关键成因，指导区域经理关键改善动作，形成优秀区域经理应具备的核心能力，指导人才的选用育留。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 定制场景学习，使提升事半功倍： <p>提炼挑战工作场景及应对方案，总结在岗优秀实践，并通过定制课程向区域经理队伍全面快速复制，有效提升工作效能。</p>
<p>服务成果</p>	<p>本项目通过深入的销售现状诊断，精准地将江苏区域营销效能提升的关键因素定位到了区域经理这一核心群体上。基于这一发现，项目组成功推动了客户集团内部针对江苏区域的营销组织架构变革，极大提升了营销体系改革的效率。这一系列变革措施不仅优化了组织结构，还为江苏区域市场带来了实质性的改变，为公司赢得了更多的市场机会。</p> <p>为了进一步增强区域经理的专业能力和市场竞争力，项目组对其核心能力进行了全面优化，并为客户集团的区域经理设计了一套面向绩效改善的能力模型。这套模型不仅明确了区域经理应具备的关键能力，还为他们在未来开展工作提供了具体的指导和参照标准，使其能够在实际工作中更加有的放矢，有效提升工作效率和业绩表现。</p> <p>此外，针对短期内急需解决的业务问题，项目组基于调研结果，专门定制设计了一系列实用的工具和模板。这些工具和模板旨在帮助区域经理快速适应新的变革措施，确保营销体系变革能够顺利落地实施。</p> <p>综上，项目的实施不仅提升了客户集团区域经理的专业能力和市场竞争力，还为江苏区域市场带来了实质性的改变。这一系列变革措施不仅优化了组织结构，还为公司赢得了更多的市场机会。这一项目的成功落地展现了熙诚教育投资始终面向企业核心痛点提供解决方案的价值主张，同时也成功探索出一条协同企业解决业务问题的高效通路。</p>

档案内容更新2025年09月