

# 图片新闻



## 集团组织参加2012第六届 深圳市国资委党委系统“深业杯”乒乓球赛

■ 岳红琼/集团党委办公室

8月4日-5日，2012年第六届深圳市国资委党委系统“深业杯”乒乓球赛在市罗湖体育馆进行。由集团总部和系统企业特发信息、特力、香蜜湖、特发物业、华丽公司等共10名选手组成的特发集团代表队参加了比赛。集团副总经理俞磊获得A组女子单打第三名、特发信息副总经理程鹏获得A组男子单打亚军、特力吴承繁获得B组男子单打第五名。

本次赛事秉承和发扬大运精神、奥运精神，本着“重在参与，增进友谊，促进交流”的原则，共进行了200余场比赛，历时2天，共有20家单位201名运动员参赛。集团领导挤出时间刻苦训练，带头参加比赛，极大鼓舞了队员的士气。集团代表队在强手如云，专业背景队员少、分组不利的情况下，不畏强手，敢打敢拼，赛出了风格，赛出了水平，展现了特发人积极健康向上、勇于拼搏的企业文化和精神风貌。

市国资委党委系统乒乓球赛自2007年起已连续举办了六届，每年一度的乒乓球赛已成为国资委系统的品牌活动。为企业间增进友谊、加强交流搭起了一个重要平台，促进了各企业文化体育活动的深入开展。集团通过每年参赛，不仅提升了运动水平，增强了大局意识、团队意识、进取意识和竞争意识，而且展现了特发人蓬勃向上的精神面貌，也加深了与兄弟企业的友谊。

在开幕式上，市国资委党委书记柏立新要求各企业，要把勇于拼搏、奋发向上的竞技精神融入到国资国企的各项工作当中，推动企业文化和改革发展。在闭幕式上，市国资委党委副书记、纪委书记产耀东对各企业提出希望：在今后的工作和生活中，弘扬体育比赛精神，以强健的体魄和饱满的精神状态迎接各种挑战，坚定信心，奋力拼搏，按照“稳中求进”的总体要求，突出“一个目标”，提升“八项能力”，取得“八个突破”，推动市属国资国企改革再上新台阶，以优异成绩迎接党的十八大胜利召开！



编委会  
主任：刘爱群  
副主任：张俊林 林婵波  
编委：王宝 张瑞理 刘学优 郑海天 郁小平  
甘名东 唐大平 袁洪章 周树达

编辑部  
主编：林婵波  
副主编：陈忠炼  
责任编辑：张正治  
本期编辑：张正治

地址：深圳市人民南路发展中心大厦26楼  
电话：(0755) 82089011 82089085  
传真：(0755) 82089099  
邮编：518001  
集团网站：www.sdg.com.cn  
E-mail：tefa@sdg.com.cn

主管主办：深圳市特发集团有限公司  
登记证号：粤内登字B第10250号  
印刷单位：深圳市源昌盛彩色印刷有限公司  
内部资料 免费交流



### ■ 公司要闻

- 04 集团召开2012年上半年经营形势分析会 \ 阴海燕
- 05 集团召开纪律教育月动员会 \ 王娟
- 06 集团张俊林总经理一行到特发信息考察调研 \ 黄斌
- 08 集团俞磊副总经理到特发信息调研战略项目进展情况 \ 黄斌



### ■ 企业文化

- 09 智慧火花碰撞，真知灼见交融  
——集团召开《特发》月刊编委会座谈会 \ 张正治
- 13 扎根香市拓新业，上下同心绘宏图  
——集团总部与特发信息举办参观联谊活动 \ 黄斌
- 17 特发小梅沙旅游中心积极开展社会公益活动、关爱员工 \ 李赛男 顾燕



### ■ 特发论坛

- 18 创新商业模式，铸就企业成功的基石（一）  
——谈商业模式的价值 \ 张建民

### ■ 商海之道

- 20 厚德至善，峰聚成山  
——南山集团考察报告 \ 岳红琼
- 25 东京迪士尼的员工培训  
——兼谈企业一线员工培训的重要性 \ 顾燕



### ■ 职场工作

- 27 恪尽职守，共御台风  
——特发物业发展中心管理处抗击“韦森特”台风小记 \ 朱坚胜
- 29 在北京61年不遇特大暴雨中度过的一夜  
——记特发物业华为北京研究所L05项目部防涝抢险工作 \ 何喜国
- 30 苦练内功，开源节流，做好物业租赁经营工作 \ 张庆杰

### ■ 聚焦经营

- 33 特力公司召开商业模式研讨会等四则 \ 祁鹏 张渭炎 李建军 高珉
- 33 特发信息召开光缆产业重庆战略布局项目可行性研究报告评审会等二则 \ 任傲严 王真

- 36 特发黎明公司加强年中绩效考核工作 \ 杨红
- 36 香蜜湖公司举行辖区消防联合演习 \ 刘文清
- 36 特发小梅沙海洋世界参展第八届中国（深圳）国际文化产业博览交易会等三则 \ 张世平 顾燕 董秀扬
- 37 特发地产岳阳项目开工建设 \ 黄昭明
- 38 特发物业被评为“2011年度华为物管业务优秀供应商”等三则 \ 朱坚胜 陈小玲等

### ■ 地产行业动态

- 40 民资参与保障房建设获政策扶持等12条 \ 《特发地产信息》

### ■ 员工情怀

- 42 感受日本人的细节 \ 杨锐
- 45 春末意识流 \ 黄琳

### ■ 杂言随笔

- 46 医院趣闻（二则） \ 张瑞理
- 48 巴马，让人神往的旅游胜地 \ 林碧婷
- 50 我生命中的天使 \ 李春秀

### ■ 读学心得

- 15 我能贡献什么  
——读《卓有成效的管理者》有感 \ 王捷

### ■ 月刊书架

- 封三 《将才》、《六韬·鬼谷子》、《30年后，你拿什么养活自己》

### ■ 图片新闻

- 封二 集团组队参加2012第六届深圳市国资委党委系统“深业杯”乒乓球赛 \ 岳红琼







## 集团召开2012年上半年经营情况分析会

■ 阴海燕/集团办公室

7月31日下午，集团在深圳高尔夫俱乐部召开特发集团2012年上半年经营情况分析会议，分析集团及各企业上半年经营形势，部署下半年工作。集团公司部门正职以上管理人员、全资控股企业领导班子成员、企业财务总监或财务负责人以及参股企业特发方首席产权代表参会。会议由集团张建民副总经理主持，各全资控股企业分别汇报了本企业上半年的经营情况，张俊林总经理代表集团经营班子对集团上半年经营工作进行了全面的分析总结，最后刘爱群董事长总结讲话。

张俊林总经理在报告中指出：今年上半年，世界经济持续低迷，我国经济增速进一步放缓，面对上半年十分复杂的经济形势，集团各企业抓住机遇，开拓市场，规避风险，降低费用，紧紧围绕“提效益、调结构、促发展”展开工作，经营效益保持了较好的增长态势，业绩超预期，新的增长点逐渐形成，融资环境进一步改善，不少工作取得实质性突破。张总要求：下半年，集团和各企业要针对当前的市场形势，认真分析存在的不足，加大市场营销，加快项目发展，优化经营模式，加强企业管理，提升自身实力，全面完成

2012年的各项经营任务，为今后的工作妥善谋划，进一步拓展集团今后的发展空间。

刘爱群董事长的讲话首先肯定了集团各企业的进取工作，对各企业在2012年上半年中的业务拓展、管理规范给予了赞许。刘董事长强调了下半年工作的三个重点。一是进一步完善创新管理制度，提升企业的经营管理水平。集团总部正在完善和提高风险管理控制工作，中介机构在集团的制度方面提出了一些风险点，这些问题也或多或少的存在于各企业中，各企业要在基础管理制度、薪酬制度等各方面加强制度建设，要以特发信息为制度建设和执行的标杆企业，学好标杆，完善管理制度。二是认真研判市场格局，加强商业模式的论证，加快产业升级转型。要从宏观、微观两个角度分析研判市场，选好商业模式，以大项目为依托，千方百计寻求突破和创新，打造特发集团的百年老店。三是重视核心价值观的落地工作，保持住风清气正的良性发展局面。文化是一种动力，各级企业要把文化建设作为恒久工作来抓，企业领导要积极带头营造积极、健康、向上的企业文化。☺

## 集团召开纪律教育月动员会

■ 王娟/集团党委办公室



8月6日，集团在发展中心大厦26楼会议室召开纪律教育学习月动员会。集团总部党员和入党积极分子参加动员会，并观看了反腐题材电教片。

集团党委副书记、纪委书记林婵波以“加强思想道德建设，保持党的纯洁性”为题作动员讲话。他强调三点：首先，当前开展纪律教育月活动十分必要，必须做到长抓不懈，警钟长鸣，以进一步促进集团党员干部增强筑牢拒腐防变的意识，提高廉洁自律的执行力，为推动集团转型升级跨越式发展提供坚强保障。其次，各企业要结合自身特点，开展思想道德教育、廉洁风险意识教育、廉洁文化教育。结合当前开展的“三打两建”活动，有针对性地开展纪律教育月活动，确保活动取得实效。第三，在纪律教育学习月期间，各企业要按照集团《关于2012年开展纪律教育学习月活动的实施意见》，围绕教育主题，结合实际，加强领导，精心组织，扎实开展纪律教育学习月活动。

会后，与会人员观看了警示教育片《一手遮天下的腐败》和《失德之害》，为党员领导干部敲响了反腐倡廉的警钟，警示党员领导干部要增强对反腐倡廉必要性、紧迫性的认识，面对各种诱惑，要时刻保持清醒的头脑，严格执行公司规章制度，忠诚于企业，杜绝损公肥私的行为，自觉抵制各种腐败现象的侵蚀，做一名勤政廉政的共产党员。☺





## 集团张俊林总经理一行到特发信息考察调研

■ 黄斌/本刊通讯员（特发信息公司）

盛夏时节，特发信息的建设发展热力十足。7月11日下午，集团张俊林总经理、张建民副总经理、李明俊副总经理、审计监督部张心亮部长、计划财务部刘燕部长，以及特发信息独立董事许灵、季德均一行7人，在参加特发信息2012年第三次临时股东大会后，对特发信息重点建设项目进行了实地考察调研。特发信息董事长王宝、总经理陈华率公司领导班子及物业部、基建开发部相关人员全程陪同考察。

在短短一个下午，集团张俊林总经理一行顶烈日，冒酷暑，先后深入光纤扩产项目施工现场、特发信息港一期等处，详细询问、了解工程建设、园区运营和配套建设等方面的情况，与园区客户进行了深入交谈。特发信息日新月异的发展变化，让张俊林总经理感到欣喜，他充分肯定了近年来特发信息所取得的成绩。

### 做好计划统筹，加快重点项目推进

张俊林总经理一行首先来到了光纤扩产项目现场。该项目是特发信息光纤光缆一体化战略的重要一环，也是实现公司“十二五”战略规划的重要支撑。在现场，张俊林总经理边走边看边问，从拉丝塔的摆放位置，到工程建设的实施安排、安全保障，详细了解了项目建设规划和进展情况。他指出：“光纤扩产项目，一定要做好计划统筹，做好各种规划和保障措施，加快项目的推进进度，为特发信息“十二五”战略规划做出贡献。面对如今市场光纤供应紧张的局面，必须尽快实施完成光纤扩产项目，以便抓住难得的市场机遇。”

### 保持“责任”和“开放”的心态 推动企业与社会协调发展

张俊林总经理一行随后又来到特发信息港一期现场。特发信息港早在园区规划之初，就考虑了园区内人员和周边居民的生活需求，在园区绿化和开放式休闲场地上做了合理安排。同时，在招商和配套设施规划过程中，也考虑到园区内人员和周边居民生活的需要，对配套功能进行了招商。

在园区广场上，公司物业部相关人员汇报了园区的运营情况。当讲到园区因良好的环境和配套，已成为周边居民的一个重要公共活动场所时，张俊林总经理指出：“作为一个负责的上市企业，我们应该保持开放的心态，在企业能力范围内，结合城市总体规划，强调人与环境的协调，强调园区与周边社区的协调，尽可能地承担周边居民的合理需求，使园区与周边社会环境形成一个有机共存、协调发展的整体。这样不仅有助于园区所在社会环境的改善，也有利于提升企业积极履行社会责任的公众形象。”

### 坚持客户导向，促进企业与客户共赢发展

特发信息港一期建成后，顺利获得了市政府有关部门认定的“深圳市高新区新一代信息技术专业园”称号。目前园区已进驻了47家客户，其中有多家实力雄厚的上市公司和产业龙头企业。园区还聚集了3000多名新一代信息技术相关从业人员，其中不乏国外和行业领军专家。特发信息港园区已经成为深圳市新一代信息技术产业发展和技术孵化的重要平台之一。

张俊林总经理一行在听完相关介绍后，对园区内的代表企业“深圳市信维通信股份有限公司”和“深圳市安普睿智科技有限公司”进行了实地参观考察。张俊林总经理详细询问客户的发展情况，了解客户对目前园区建设的需求和建议，客户都表示对园区建设较为满意。在参观信维通信时，得知其正在建设国家级实验室的消息，张俊林总经理表示：“特发信息作为园区的业主，应坚持客户导向，本着为客户着想的宗旨，配合客户的需求，完善好各种配套设置的建设和投入，积极为客户服务，解决客户的困难，为客户的发展创造条件。只有客户发展了，业主才能实现与客户的双赢。”



### 秉持“以人为本”精神，实现员工与企业和谐发展

张俊林总经理一行最后还对特发信息港园区配套食堂和特发信息新办公区域进行了实地察看。食堂承包经营者详细介绍了用餐人数、食品安全保障、食堂配套设施以及菜品价格等情况。当了解到食堂菜式不仅一周一变，还根据季节变化和员工口味的不同，准备了各种形式的小吃和汤品时，张俊林总经理笑着说道：“食堂建设关系到员工的切身利益，不仅要让员工吃得饱，还要吃得好，吃得有营养。园区的餐饮配套是重要的民生工程。要以人为本，以员工为中心，让他们在工作之外不要为别的事情操心。企业要尽量满足大家合理的需求，实现员工与企业和谐发展。”



## 集团俞磊副总经理到特发信息 调研战略项目进展情况

■ 黄斌/本刊通讯员（特发信息公司）

近日，集团俞磊副总经理、企业一部郭建部长、企业二部李承部长等一行到特发信息，开展战略项目实施情况专项调研座谈，特发信息董事长王宝及经营班子进行了专项汇报。

座谈中，特发信息程鹏常务副总经理首先代表公司对特发信息港一期及东莞光通信产业园项目的进展情况，以及两个项目实施过程中存在的超预算、进度延迟等问题向集团领导做了分析汇报，并介绍了特发信息港二期等重点战略项目的具体工作安排的保障措施。

俞磊副总经理听取汇报后，对特发信息前期重点战略项目的实施成果给予肯定，对存在的问题作了指正，要求在下一步工作中做好战略项目的统筹安排和资源配置，制定切实有效的保障措施和激励政策，以保证项目按预算和规划进度实施。

最后，俞磊副总经理一行实地参观考察了特发信息港一期的建设情况。◀



## 智慧火花碰撞，真知灼见交融

——集团召开《特发》月刊编委会座谈会

■ 张正治/集团党委办公室

为交流、借鉴、总结经验，进一步提升《特发》月刊的工作层次和办刊水平，8月8日上午，集团召开《特发》月刊编委会座谈会。《特发》月刊编委会全体成员参加会议，市出版业协会秘书长舒欣应邀出席会议，《特发》月刊编辑部成员列席会议。座谈会由集团党委书记、董事长、《特发》月刊编委会主任刘爱群主持。与会人员结合实际各抒己见，亲身体会畅所欲言，智慧的火花碰撞，真知与灼见交融，对《特发》月刊取得的成绩给予肯定，同时对办刊工作提出诸多建设性意见和建议。

会上，集团党委副书记、《特发》月刊编委会副主任、主编林婵波通报了《特发》月刊2006年3月复刊以来的办刊情况和

成绩：复刊至今已发行77期（总第150期，《特发》月刊1996年10月创刊），刊登大小文章、信息2500多篇、320多万字。

《特发》月刊的文章，立足于社会主义市场经济的视角，结合特发实际，从多角度论述企业的经营管理、发展创新，弘扬特发的企业精神和使命，注重宣传人性，弘扬先进性，涌现出大批优秀作品，全方位展示了特发人的思考、工作、学习和生活情操。

《特发》月刊深受集团员工喜爱和社会各界读者好评，发挥了其作为集团企业文化建设平台和人才锻炼培育阵地的双重作用，为促使特发人树立市场化理念，建设职业经理人团队和职业化员工队伍，培育与形成“全员职业化，成就美好生活”核心价





价值观，塑造新特发企业文化做出了贡献。月刊取得了一系列成果：在市出版业协会组织的深圳优秀内刊传媒奖评选中，《特发》月刊2006年被评为深圳市“优秀”企业刊；2007、2008年被评为深圳市“十优”企业刊；2009年获颁“深圳市企业文化精英期刊奖”荣誉；2009、2010、2011年连续3年被评为深圳市“十佳”企业刊，不断跨上新台阶。2011年3月，在刘爱群董事长的主持策划下，《特发》月刊编辑部还编著了《生机——传统国企的转型秘码》一书，由广东省出版集团花城出版社公开出版发行，在深圳中心书城、深圳书城、南山书城上架销售。全书文章选自2006年以来的各期《特发》月刊（截止2010年10月号），从市场化、职业化、工作生活状态等角度进行编排，辑录特发人自己写的文章110多篇，42万字，反映了特发集团债转股以来制度、文化、战略向现代企业的全面转型，很好地宣传了特发的企业文化、形象和品牌，是特发人值得珍惜珍藏的一份成果。

林主编还介绍了2009年集团召开企业文化和月刊工作会议，制定《特发集团企业文化建设三年纲要》，提出《关于进一步做好〈特发〉工作的措施》后，月刊编辑部根据《纲要》和《措施》要求，在编委会指导下，在办刊中加强通讯员队伍建设、坚持精品稿件、坚持月刊“双重”作用定位、根据集团中心工作做好重点栏目等方面所做的主要工作；提出了进一步加强领导、加强主题策划组稿、改进和加强装帧设计、加强培训、表彰和激励等几个方面改进《特发》月刊工作的措施。同时他指出：特发可持续发展、跨越式发展，需要充分发挥先进文化的引领作用和人才的作用。文化是“道”，先进文化引领发展的方向；人才是关键，事业



刘爱群董事长：《特发》月刊因应特发企业文化建设的需要而办刊，并因应特发企业文化建设不断深入，向更高阶段发展而相应地改进和加强办刊工作，使《特发》月刊真正成为特发企业文化建设的平台，成为特发锻炼培育人才的阵地。

成功取决于人。刘董事长、张总和集团班子给月刊工作提出了新的更高的要求，《特发》月刊要进一步发挥好企业文化建设平台和人才锻炼培育阵地的双重作用，在引领先进文化和媒介、言论方面发挥喉舌作用，争取更好的成绩。请集团两级班子一如既往地给予《特发》月刊工作高度的重视和支持。

市出版业协会舒欣秘书长（在出版界从业20余年的资深专家）介绍了深圳企业办刊情况、市出版业协会及深圳优秀内刊传媒奖评选情况：我国最早的企业内刊是南德集团于其中1990年创办的《南德视界》，最有代表性的企业内刊是1992年万科王石创办的《万科周刊》（当时万科是特发集团控股的一家上市公司）。企业内刊是企业文化建设的平台和形象展示窗口，企业办刊现在已成为一种普遍的现象。目前，深圳市企业刊、报1000多家（广东省企业内刊1560家），内刊水平居全国之首，涉及各行各业，月发行总量200多万份，年总投入1.5亿元。市出版业协会是1999年1月在



市出版业协会秘书长舒欣：《特发》月刊以定位准确，立足于企业自身，“贴近企业、贴近员工、贴近生活”的典型特色获评“十佳”，是实至名归。



市新闻出版局的主导下，由1994年6月成立的市企业报刊协会升级而成的公益性非营利组织，宗旨为“交流、服务、提升”。协会下设公开出版期刊、企业内刊、城市内刊等三个专业委员会，现有会员300多家。“深圳市优秀内刊传媒奖”由市文化研究中心、语言文字委员会、出版业协会、《南方论丛》、《深圳特区报》、《深圳商报》等有关领导和资深传媒专家组成评选小组，一年一度对我市发行的内刊进行评选，评选工作在市文体旅游局新闻出版处监察下开展，根据参评的企业内刊综合考核投票评定，评选程序 and 标准非常严格，评选不收取赞助费、奖牌费等任何费用，“十佳”为评选的最高荣誉，其次是“十优”。《特发》月刊以定位准确，立足于企业自身，“贴近企业、贴近员工、贴近生活”的典型特色获评“十佳”，是实至名归。舒秘书长动容地说，特发集团领导高度重视企业刊物，他本人受邀参加这个座谈会，集团和系统企业领导悉数参加，这个规格在深圳是第一次，体现了特发集团领导团队对企业文化的尊重，他深受教育和感动。

集团党委书记、董事长、《特发》月刊编委会主任刘爱群对作为企业灵魂的企业文化和作为企业文化载体的企业刊物的重要作用作了精辟的论述，以深刻的体会谈了对《万科周刊》在培养职业经理人、宣传万科企业文化理念、承担社会责任等方面作用的认识和感受，并讲述了《特发》月刊的办刊宗旨、主题和特色风格，比较了《特发》月刊和深圳其他企业刊物的办刊情况。舒

欣秘书长以《万科周刊》、《华侨城》等优秀企业内刊为代表，对深圳企业内刊主题和受众定位、刊物特色、办刊方式等情况进行了比较、评点，重点介绍了《万科周刊》（现改名为《邻居》月刊，成为公开出版发行的《深圳青年》的分刊，同时万科又创办了另一份企业内刊《VECO》——中国第一份世界主义绿色和平环保刊物，充分体现了万科企业的社会责任感）的发展历程、影响力和示范作用。与会人员自由轻松地提问答疑，倾谈交流，知无不言，言无不尽，通过座谈，对企业刊物和办刊情况有了比较全面和深入的了解，受益匪浅。

座谈会就如何进一步办好《特发》月刊进行了交流、讨论。刘爱群董事长讲述了《特发》月刊立足企业自身的办刊思路：《特发》月刊因应特发企业文化建设的需要而办刊，并因应特发企业文化建设不断深入，向更高阶段发展而相应地改进和加强办刊工作，使《特发》月刊真正成为特发企业文化建设的平台，成为特发锻炼培育人才的阵地。这个总的思路，决定了《特发》月刊的办刊宗旨、受众对象、刊物的特色，以及分步走的办刊思路。对下一步如何更好地改进《特发》月刊，从大到刊物定位、特色（品味、风格），细到技术层面的设计、栏目等4个方面内容提出讨论点和题目，引领大家展开思路，切题交流、座谈。

张俊林总经理带头发言。他首先肯定了《特发》月刊在宣贯企业文化核心价值理念和班子经营理念，锻炼和培育人才，形成风清气顺干事创业环境，使市场理念、现代企业理念、职业化

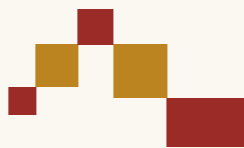


理念真正渗透、落实到制度建设、战略选择深层次，统领企业运营管理工作等方面发挥出的作用。对如何进一步提升《特发》月刊的档次和水平，更大程度地发挥企业文化传播平台和人才锻炼培育阵地作用，使《特发》月刊更有文化底蕴、引起更深刻的思考，更体现“三贴近”的特色，张总提出围绕中心工作有规划地做好主题策划的意见。目前集团正深入进行特发核心价值观的宣贯落地、战略发展商业模式转型升级、薪酬激励制度改革、全面风险管理全面预算管理和对标管理、生产技术经营管理创新，这些都是重点课题，月刊要有计划分阶段地（如半年、每季度）做好主题策划，积极组稿。文化是比制度、流程更深层次的东西，企业发展的每次转折，都是理念先行，各级班子领导要带头践行特发核心价值观，认真研究集团战略层面的经营管理问题，向刘爱群董事长和集团班子学习，言传身教，带头将工作、学习方面思考、研究、总结的成果写成文章在《特发》月刊发表，指导工作。月刊上少见我们企业领导的文章，这方面要加强。企业领导要带头写文章做表率，同时更重要的是要起组织、引领作用，发动一帮人围绕企业中心工作和经营的各项课题，在调查研究认真分析的基础上写文章，互相沟通理念、讨论、学习、借鉴，这样既完成了写稿，又提升了团队，并可调动各级管理人员以及全体员工写稿的积极性。月刊编辑部要做好策划、组稿工作，引领主题。这项工作已筹划一段时间，制定了相关方案，准备了18个参考选题，座谈会后即可开展，发函约稿。还有一点就是，在发挥《特发》月刊主平台核心作用的同时，要发挥好集团系统各企业刊、报、简讯（如《信息窗》、《物业报》、《地产信息》），以及其他网络电子媒体（如特力网站、小梅沙微电影）的次平台、副平台的补充作用，互相交流、学习，使集团内刊和其他媒介形成一个体系，多层次、多角度、全方位宣传特发核心价值观，使特发企业文化传播不断向更高水平推进，推动集团学习型企业文化建设、战略规划目标的落实和可持续发展。

特发信息董事长王宝、特力董事长张瑞理、黎明总经理高天亮、香蜜湖董事长郑海天、小梅沙党支部书记甘名东、地产公司党支部书记唐大平、特发物业副总经理刘卫平、华丽公司总经理周树达、高尔夫的郑刚经理都先后发言，谈认识、感想，交流体会，由衷地肯定《特发》月刊的成绩，围绕刘爱群董事长提出的4个讨论题目，结合本企业文化和支持月刊工作、向月刊投稿的情况，对如何进一步办好《特发》月刊出谋划策，提出诸多建设性意见和建议。

最后，刘爱群董事长对座谈会情况进行总结，对大家提出的意见和建议作归纳：林婵波副书记的报告和大家的发言都一致肯定《特发》月刊工作的成绩，认为月刊“三贴近”特色鲜明，就像一根看不见的线将集团、各企业和员工连在一起，通过理念引领和核心价值观的宣贯将特发人凝聚成一个同心的团队，《特发》月刊特发人写特发事，宣传人性，弘扬先进性，我们特发人对自己的这份刊物感到亲近和喜爱。企业刊物与企业的发展相辅相成，《特发》月刊立足于企业自身，“三贴近”，以我为主、特发人为主，相关企业和社会人为辅的定位准确，这个定位要坚持，目前尚不需改变。座谈会上大家畅所欲言，结合实际各抒己见，提出了诸多好的意见和建议，这就是会议的成果。归纳为以下几个具体问题：（一）加强主题策划。可以分季度、分阶段围绕制度建设、战略选择、文化培育三大主题进行，张俊林总经理意见很好，提出的核心价值观宣贯、薪酬激励、内控建设、商业模式转型等都是好主题，月刊编辑部要加强策划、组稿。（二）增加案例分析。集团内各企业好的案例，认真分析，组织写成文章，指导工作。案例以正面为主，负面的也可以汲取教训。（三）刊载特约稿件。可精选题目向政府和各界领导、专家约稿。（四）增加栏目，如旅游行业动态、优秀文摘、员工来信、董事长信箱、征文比赛、员工书画、摄影作品等。（五）改进装帧、设计。月刊的内容是核心，但表现形式也重要。月刊名称可否找名家题字，做好封面设计等。（六）加强培训，主要是培训通讯员，提高写作水平，多出精品。（七）增加办刊费用。提高稿费标准、装帧质量，增加发行量等，都需要增加费用。特约稿件的稿费，要参照市场标准，给予较高合理的稿酬。以上问题，《特发》月刊编辑部要加强研究，制订改进措施方案，认真落实。

座谈会议题紧凑，气氛融洽、热烈，智慧的火花碰撞，真知与灼见交融，超出预期效果，非常成功。☺



## 扎根香市拓新业，上下同心绘宏图

——集团总部与特发信息举办参观联谊活动

■ 黄斌/本刊通讯员（特发信息公司）

8月10日，虽然已是初秋时节，但夏季的炎热还没有完全褪去。气象台预报本是雷阵雨加局部大雨的东莞寮步镇（素有香市之称），却是微风习习的阴凉天气，好像知道有贵宾要到来似的。下午3：30，特发集团刘爱群董事长、张俊林总经理和张建民、俞磊副总经理及总部员工30余人来到东莞寮步特发信息光通信产业园参观考察，并与员工代表举行联谊活动，为工作生活在寮步的特发信息人带来鼓舞与关怀，快乐与欢笑。

在特发信息董事长王宝和高管团队的陪同下，刘爱群董事长和集团总部员工听讲解、介绍；探食堂、访员工；在园区，感受现代高科技企业的气息；在车间，体验周密有序、震撼人心的生产场面和车间文

化；与信息管理团队和员工代表，在植树区共植“同心林”，在游戏场兴高采烈参与劳动趣味运动会。参观联谊活动行程紧凑充实，内容丰富，是特发信息人向集团领导的一次全面展示和汇报，给集团总部和特发信息员工留下令人难忘的印象。

**上下同心，两个看齐：向市场看齐、向现代企业看齐，以特发信息光通信产业园为载体，争取更好更大的发展**

参观活动从园区展厅开始，听取园区建设和发展情况介绍：特发信息光通信产业园区（一期投资1.9亿元，总建筑面积12万平方米），是我国华南地区首





个集生产研发、生活配套、行政办公等功能于一体的“超千万芯级”高科技现代化光纤光缆产业园区，能够研制各型号通信光缆、电力光缆、室内光缆等国内领先、国际先进的全系列光纤光缆产品，预计建成达产后产值超15亿元。

展览厅橱窗内摆放着“具有测温功能的220kV光纤复合相线(TOPPC)及接头盒”等数十项特发信息自主研发的具有国际、国内领先水平或首创的科研、专利成果证书、奖牌及产品样本，刘爱群董事长详细地询问一项项高科技产品的具体性能，对特发信息取得的骄人成绩，大家由衷地表示钦佩之情；在电力光缆车间，大家听取了特发信息自主研发的SST设备的工作原理和研制情况；在光缆着色车间，大家穿上鞋套进入无尘车间，参观了光纤着色和并带的整个工艺，对飞转的光纤盘及五颜六色的光纤饶有兴趣，亲眼见证了一段光纤测试的过程，对工作人员能够将细小的光纤灵活地进行各项测试感叹不已；在光缆覆绕车间，高大的光缆盘、旋转的滚轮、明快的设备运转声、热火朝天的工作场景、各具特色的车间文化看板、青春朝气的一线员工，所有元素交织在一起，上演着一出激动人心的劳动大戏，深深吸引着大家的目光……以前只闻其名、今天才得以一睹真容的高科技设备和道道专业制造工序，带给大家一种既亲近又新奇的感觉。

参观过程中，刘爱群董事长在车间门口的“仪容整理境”面

前特意驻足，风趣地让大家检查一下着装再进车间。车间内一线员工绩效管理的“葡萄图”看板特别醒目，吸引大家纷纷上前一探究竟。大家自觉地行走在参观通道内，直观地体会“6S”的规范要求，边走边看边问，观察得十分仔细，那怕是对于次品或垃圾回收区域的设置安排，都详细询问。

### 食堂、宿舍、同心林：为企业发展和员工工作生活创造良好环境，扎根香市拓新业

大家特意来到员工食堂参观。刘爱群董事长和集团领导仔细了解食堂的经营模式、开餐情况、用餐标准、菜式品种、福利补贴、进货渠道、员工满意度等情况，要求一定要确保食品卫生的清洁、安全、质量，为员工创造安心、放心、开心的用餐条件。他还向食堂管理员提出了一个小小的要求，可否当天和大家一起在食堂就餐？当得知食堂没有足够的备料和人手，无法供应临时增加的几十份餐量时，说“那就不为难您了，以后再来品尝。”

探访员工宿舍，是刘爱群董事长和张俊林总经理不约而同的选择。考虑到员工宿舍内有“三班倒”的员工在休息，而且事先安排的参观行程并没有“员工宿舍”这一项，在趣味体育活动开



始之前，刘董事长和张总经理分别抽空到员工宿舍“私访”了一下。当看到、听到员工们对在厂区的工作生活表示满意时，两位领导都十分高兴和开心。

刘爱群董事长还在联欢餐会上谈到了他控访员工宿舍的观感：2个或4个人住一间宿舍，比“臭袜子飞到人家床上”去的大学男生宿舍条件要好得多。他谈及听到的“打劫就选特发信息员工”的小花絮，引起大家一阵会心的微笑，这说明特发信息员工的工资福利比周边厂区的员工都要好。

参观完毕后，刘爱群董事长、张俊林总经理和张建民、俞磊副总经理等集团领导及总部员工与特发信息高管团队、“三缆一纤”经营团队、园区优秀员工代表，兴致勃勃地来到光通信产业园东大门植树区，一同种下20棵象征团结和友谊的芒果树，营造出一片“同心林”。且看植树场景：一棵棵枝青叶翠、挂着小铜牌、平均高达2.5米的芒果树，一把把系着大红绸的铁锹，一队队精心安排的领导和员工组合的植树编组……大家挥洒汗水、执锹填坑、培土浇灌，植树活动在昂扬的劳动热情中，干脆利索10分钟就完成了。来一张集体合影，见证此刻劳动的快乐和对丰收期待的喜悦吧，也表达大家“齐植同心树，共铸特发情”、“树百年特发，铸长青基业”的心愿，表达特发信息愿与股东、客户、员工、社会各界同心同德，共创辉煌明天的心意。

### 劳动趣味运动会：全员职业化，成就美好生活，上下同心绘宏图

植树劳动后，顾不得太多的休整，园区篮球场内一场别开生面的劳动趣味运动会就已盛情地等待大家的参与了。“这是我们的奥运会”，大家幽默戏谑地说，“与远在英国伦敦举办的奥运会遥相呼应，比拼成绩。”运动会前，集团领导和同事们纷纷在活动背景布上签名，留下对特发信息光通信产业园的美好祝福。

趣味运动会游戏的道具基本来自员工工作生活的一线：有回收废线缆的工具小推车，有包装用的瓦楞纸箱，有报废的光纤盘和包装塑套等。运动场休息区，有员工食堂精心制作的“劳保用品”绿豆汤和原汁原味的生黄瓜，让大家感到分外贴心。

“满载而归庆丰收——推车摘果接力大赛”、“欢天喜地撞大运——纤盘五环保龄球”、“同心协力跳跳跳——争先恐后跳大绳”、“团团圆圆一家亲——锺铁圈快乐接力”等一个个饶有趣味的项目热热闹闹地进行着，不同色彩方阵的队伍相继登场，男男女女笑成一团，参加游戏的既有年过半百的老同志，也有“80后”、“90后”的活力少年，既有双方单位的领导，也有工作在一线的普通员工，大家个个生龙活虎，忘记了年龄、忘记了职务身份，放下了烦恼和压力，激情参与，快乐无边，精彩的





镜头不断。看，集团的刘爱群董事长打了个“大满贯”；张建民副总经理篮球打得如此专业，连连投篮得分；俞磊副总经理得了个大奖乐呵呵得不行；张俊林总经理则全场当个热心的“粉丝”观众。信息的王宝董事长也在“保龄球”比赛中小试身手，陈华总经理则一试“脚法”，蒋勤俭财务总监摇大绳多么卖力，程鹏副总经理不但嗓门大，球也玩得出彩；员工们更是争先恐后，溜铁环、骑蛙车、排队跳绳，或帮助工作人员摆道具、发礼品，个个喜笑盈盈。

大家沉浸在欢乐中，因为太兴奋使局面一度“失控”，特别是集团领导和特发信息领导临时组织的“篮球”比赛，差点让运动会主持人无法控局，“hold”不住了。如果不及时“出手”，恐怕到天黑，运动会也无法落幕。

篮球场的中心圆，最后救了组织者的驾，它将场上所有参与者团结在一起，大家零距离接触，齐呼“上下同心，团结友爱在寮步”的口号，向圆心聚集。下午6:00，运动会在特发人响亮的欢呼声，在雷公抖擞精神的一阵“轰隆”声中圆满结束！

活动结束后的餐会上，刘爱群董事长深有感触地说道：“今天来参加这次活动心里很高兴。2005年，我来特发信息调研时提出“两个看齐”的要求，从今天参观了解到的特发信息现代化光通讯产业园区发展、经营管理成果和企业文化氛围、员工的精神风貌来看，特发信息在我们集团内部做到了两个看齐，作为集团标杆企业的称号名副其实：在向市场看齐方面，特发信息在激烈的市场竞争中，不仅生存下来而且取得了很好的经营成果；在向现代企业看齐方面，特发信息的经营、管理、文化正一步步地接近一流现代企业的标准。这是特发信息历届班子和全体员工努力的成果。当然特发信息与一流现代企业之间还存在不小差距，所以要上下同心，继续

坚持‘两个看齐’，以特发信息光通信产业园为载体，争取更好更大的发展。”刘董事长对本次活动的组织给予肯定和感谢，并请座上的优秀员工代表转达他对全体特发信息员工及其家人的敬意和问候。

张俊林总经理（特发信息老董事长）在餐会上也饱含深情地说道：“可用一首歌名《相见不如怀念》来表达我对特发信息的情结。有时怀念也是一种美好。离开特发信息两年多了，因为工作关系，一直没有机会回来看看，但心里对特发信息和寮步这块土地始终难以忘怀。这次回来，看到那么多的老面孔和新同事，感到十分亲切和温暖。看到特发信息在搬迁后不但维持了经营的稳定，而且扩产计划在有序地实施，倍感欣慰和开心。”他回忆起当年特发信息为下一步的战略发展进行选址，先后考察了省内38块土地，最终才选择了寮步，购地、规划、建设，每一步走过来，都很不容易。寮步光通讯产业园建成后特发信息经营管理团队在搬迁、投产、扩产等方面组织得很成功，才有了今天这个良好的局面。他同时也希望和祝福特发信息人继续以“职业化”的心态，以企业利益和企业发展为已任，经受住一切艰难险阻的考验，以更大的勇气、更开放的胸怀、更高的智慧，以寮步光通信产业园为基地，在光通信领域实现做大做强、进入国内一流梦想，与股东、员工、客户和社会各界共同成就美好生活。

餐会前，特发信息董事长王宝致辞，汇报了特发信息从3年前在寮步竞得土地、项目报批、奠基动土、开工建设、装修配套，产业线和人员大搬迁、投产，到实现战略扩产的大体过程。他特别提到，长期以来，特发信息得到了来自集团领导和各个部门同事们的关爱和信任，这是特发信息在前进的道路上攻坚克难、勇于拼搏的不竭动力，他代表特发信息表示真诚的感谢！同时，他表示，作为特发大家庭的一员，在集团“全员职业化，成就美好生活”核心价值观的统领下，特发信息人将以“责任、效率、坚韧、开放”的文化特质，对外，在高度竞争的光纤光缆市场中开疆拓土，勇往直前；对内，营造一个健康、上进、职业化的事业环境，扎根东莞寮步，立足莞深两地，辐射全国，积极参与到越来越全球化的市场竞争中去，做大做强光纤光缆主导产业，并表达了特发信息人在集团的领导下，“树百年特发，铸长青基业”的美好心愿。☺

## 特发小梅沙旅游中心积极开展社会公益活动、关爱员工

■ 李赛男、顾燕/特发小梅沙旅游中心

6月2日，特发小梅沙旅游中心与深圳电视台都市频道第一现场、深圳阳光车友会及《汽车导报》《游遍天下》，在小梅沙海洋世界联合举办“阳光友爱”关爱自闭症儿童大型公益活动。活动现场，海洋世界及深圳阳光车友会为10个有困难的自闭症儿童家庭捐助了一个季度的免费游园卡和一场海豚伴游的服务。捐赠仪式结束后，所有参与活动的家长带着孩子们观看了精彩绝伦的海洋动物表演、幽默搞笑的小丑表演、紧张刺激的高台跳水项目。

特发小梅沙海洋世界作为深圳海洋科普教育基地，一直倡导“爱心文化”的企业核心价值观，强烈关注社会公益事业的发展。海洋世界建馆以来，以海洋科普教育、海洋环保宣传为宗旨，每年多次举办或参与关爱社会特殊群体的爱心活动。2001年，海洋世界建立了国内首个海豚伴游中心，在国内外专家的帮助下，至今已帮助了400多位自闭症小朋友进行康复，都有不同程度的进步。此次“阳光友爱”关爱自闭症儿童大型公益活动，旨在呼吁社会对自闭症儿童增进了解，培育有利于特殊孩子健康成长的社会文化氛围，为他们提供更加良好的社会环境。

6月3日上午，特发小梅沙海洋世界广场扬起一道蓝色风景线。身着统一蓝色T恤的志愿者聚集在一起，为“爱护海洋，拒绝鱼翅，让深圳成为中国第一个零鱼翅城市”的环保公益活动摇旗呐喊。100多名蓝色海洋环境保护协会的志愿者在小梅沙海洋世界广场发起了名为“保护野生动物 拒绝食用鱼翅”为主题的签名活动。活动现场，海洋世界工作人员给市民讲解了鲨鱼基本知识以及拒绝鱼翅的重要意义。据介绍，作为所谓高档菜原料鱼翅在华人圈的疯狂食用和消费直接导致了全世界每年有超过7000万条的鲨鱼被割下鱼翅后扔回海里慢慢死去，目前多种鲨鱼已经到了濒临灭绝的地步。听了工作人员的介绍，市民们纷纷签名支援，仅一个小时就收到近千个签名承诺。

这一活动由深圳市海洋局、蓝色海洋环境保护协会、特发小梅沙海洋世界等多家单位联合举办。在6月5日“世界环境日”和6月8日“世界海洋日暨全国海洋宣传日”举行，是为了倡导更多的深圳市民加入到海洋环境保护中来。



三  
为丰富职工的业余文化生活，增强体质，愉悦身心，营造和谐快乐的工作氛围，特发小梅沙旅游中心“职工之家”健身中心近期正式重新开放。

特发小梅沙旅游中心“职工之家”由于场地、设备老化，缺乏管理等问题，已经停用了很长一段时间。今年年初，中心领导和工会为了鼓励大家多参与群众性的文体活动，决定在原有设施的基础上重新成立开放“职工之家”健身中心。“职工之家”从筹备到重新开放得到中心领导的高度重视，专门拨出专款用于场地的装修、运动设施的更新、维修等，还委派保安队专门负责职工之家的运作管理。现在健身中心有：乒乓球、英式桌球、羽毛球和各种健身器材等设施。中心工会还在员工中发起倡议，捐出藏书，成立自己的图书馆丰富“职工之家”的功能。☺



# 创新商业模式，铸就企业成功的基石（一）

## ——谈商业模式的价值

■ 张建民/集团副总经理

最近，市政府唐杰副市长在听取我司对香蜜湖片区二次开发概念规划的汇报时，特别强调做好规划的前提，是设计一个可行的商业模式。这真是一语中的，事实已反复证明，任何投资项目，有一个好的商业模式，成功就有了一半的保证。为此，我结合近期在长江商学院学习的收获，谈一谈商业模式的创新问题，与本公司高管人员一起分享。

商业模式是企业市场价值的实现模式。最早出现商业模式的概念是在上世纪50年代，但直到90年代才开始被广泛使用和传播。时至今日，随着全球化、信息化、市场化的不断深入，传统商业模式受到了前所未有的挑战，创业者和风险投资者对创新商业模式趋之若鹜，那些驾驭着成功商业模式的企业和精英，在市场经济的竞技场上所向披靡，无往而不胜，令人神往。

### 一、创新商业模式，聚焦企业的核心竞争力

商业模式是对经济规律本质的把握，即探索和发现商业经营各要素的逻辑关系，聚焦自己的核心竞争力，形成一种可复制或放大的方法。纵观万科、碧桂园、中海、保利、绿城等规模化地产商，几乎都是靠打造快速滚动的单一住宅开发模式，加上不同但有效的融资方式，才能够成为地产行业的龙头企业。就说万科，其商业模式的特点是在开发产品上将业务聚焦于住宅，在运作上推进住宅建设工厂化和标准化，在策略上瞄准升值潜力大且地价便宜的城乡结合部地段，在融资上发行可转债、利用信托资金、增发等方式，组合一条可持续的融资途径。由于这个商业模式具备可复制性，万科趁着十年来房地产市场迅猛发展的契机，一路抢先，至2011年竟突破了千亿元的销售额，稳坐地产百强冠军宝座。这些例子充分说明，每个成功企业都拥有一套能够持续盈利且自身不断裂变的商业模式。

### 二、创新商业模式，改变行业的游戏规则

行业的游戏规则往往是市场领先者制定的，反映了行业交易效率、规避风险的一般市场法则。刚进入成熟行业的企业，若遵循现有的游戏规则，是很难从市场分得一杯羹

编者按：商业模式也即产业发展模式、赢利模式，是企业发展战略选择的重要内容。找到、借鉴和创新出一个好的商业模式，可以加快并保证企业持续、健康发展。商业模式的选择和创新是集团，尤其是系统企业战略管理今后需重点加强的课题。集团张建民副总经理以《创新商业模式，铸就企业成功的基石》为题，从“商业模式的价值”、“商业模式的构成”、“商业模式的创新”等三个分题，对商业模式进行全面论述。月刊拟将张建民副总经理的文章分期刊出，供集团员工学习。

的。只有用新的竞争模式，改变或部分改变规则，才能赢得发展的机会。如银行是通过信用评估和抵押来保障贷款的收回。这是银行信贷业务一直不变的游戏规则。然而，一位银行家通过设计新的商业模式，颠覆了贷款需要抵押的传统做法，不仅赚了钱，而且获得好名声，成为诺贝尔和平奖得主。这就是孟加拉乡村银行家、小额贷款鼻祖穆罕默德·尤努斯。1976年，尤努斯在走访乡村贫困家庭时，发现一个年轻农妇，每天向高利贷者借得22美分，用于购买竹子，再编织好竹凳交高利贷者还贷，从中只获得2美分的收入，这微薄的收入使她和她的3个孩子陷入一种难以摆脱的贫困循环。而放贷者提供的借贷利率却高达每周10%。这种境况使尤努斯异常震惊。回去后，尤努斯决定在其格莱珉银行建立一套新的信贷模式，与传统银行完全背道而驰。

（一）设立一个每周还款规划。由于每周还贷的数额非常小，使借贷者并不在乎。（二）要求每个申请人都加入一个由相同经济与社会背景、具有相似目的的人组成的负连带责任的五人小组。首笔贷款通常是25美元左右的规模。（三）偿付机制公式：贷款期一年；每周分期还款；年利率10%；偿付数额是每周偿还贷款额的2%。后来格莱珉银行共向240万个孟加拉农村家庭提供了38亿美元的贷款，坏账率低于1%。今天，全球有250多个机构在将近100个国家里，按照格莱珉银行模式进行运作，凭借小额信贷业务帮助数以百万计的穷人实现个体创业，使他们永远地摆脱贫困生活。因此，尤努斯于2006年获得诺贝尔和平奖。

### 三、创新商业模式，让竞争对手的优势落空

市场竞争并不总是硬碰硬的正面对抗，可以另辟蹊径，重新构建市场格局，使竞争对手原有的优势失去作用。苹果公司能

够成为移动互联网时代的领航者，就是因为创造了一个属于新时代的卓越商业模式。苹果公司不与摩托罗拉、诺基亚等竞争对手比硬件技术的更新升级、比造型款式的多样化、比功能高端复杂化等优势，而是在合适的时机将合适的技术以最适合消费者体验的组合方式，设计出集老少皆宜的时尚款式、符合个性化需求的应用程序平台等独特价值于一身的产品，不仅各种优势大小通吃，而且实现了超越。苹果推出的iPod iTunes，iPhone App Store，iPad，改变了传统音乐、手机和出版行业，建立了这三个行业的新秩序，而苹果自己也因为掌握了硬件、软件和服务的产业关键环节，成为了这一领域一统江山的新世界轴心。这让竞争对手在一段时间内望尘莫及，不知所措。更令人称奇的是苹果的赢利模式：一是靠卖硬件产品来获得一次性的高额利润；二是靠卖音乐和应用程序来获得重复性购买的持续利润，以及获得运营平台的报酬。这两个赢利方式还会互相加强，形成良性循环。不难看出，苹果产品的成功，主要不是表现在自己创新了特别前沿的技术，其诱人的秘密还是在于创造了独特的商业模式。因此，商业模式创新比产品创新和服务创新更为重要，有时还会改变其所涉及整个行业的格局，甚至对人们的生活方式的转变和社会的进步产生一定的影响。

正如现代管理学之父彼得·德鲁克所说：当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。因为即使有了一个稳定的商业模式，也会遇到不断的挑战，为了获得市场竞争优势，一个优秀的经营者，必须以实现企业“商业模式价值”最大化，作为经常不懈努力的目标。





# 厚德至善，峰聚成山

## ——南山集团考察报告

■ 岳红琼/集团党委办公室



编者按：6月28日，刘爱群董事长率领特发集团第二届董事会第七次会议全体与会人员赴山东龙口的南山集团学习考察。学习考察期间，听取了南山集团整体概况介绍。在南山集团领导陪同下，实地考察了南山老年大学、南山旅游景区、接待中心、精纺生产线、轻合金铝箔车间和热轧冷轧车间、西海岸人工岛项目等，并与南山集团宋建民董事长进行了沟通交流。南山集团的发展历程和巨大成就让人震撼，南山人不进则退、不胜则亡的紧迫感和强烈的危机感更令人深思。



6月29日，刘爱群董事长率领特发集团第二届董事会第七次会议全体与会人员到位于山东龙口的南山集团学习考察，并与南山集团宋建民董事长等高管人员进行了沟通交流。考察情况报告如下：

### 一、南山集团的基本情况

南山集团位于美丽富饶的胶东半岛海港城市——龙口市，依山傍海，交通便利。南山集团始创于改革开放初期，由当年贫穷落后的前宋村村办小企业起家，在村三小队队长宋作文的带领下，经历了从种地谋生到发展工副业，从先富后富到共走富裕路，从发展初级工业到发展现代产业，从发展新农村到发展新城镇的四个发展阶段。经过30余年的艰苦创业，现已发展为有近60家企业，4.5万员工，2家上市公司，多个金融机构的大型民营股份制企业集团，形成了工业、金融、航空、地产、教育、旅游、老年养生等为主导，多产业并举的发展格局。至2010年，南山集团总资产达396.2亿元，综合实力位居中国企业500强第168位，中国制造业企业500强第78位，成为国内民营企业典范。曾被授予“全国小城镇建设示范区”、“全国文明村镇”等诸多荣誉称号。

### 二、南山集团的成功经验总结

#### (一) 先进理念成就科学定位和独特模式

南山集团能成就今天的奇迹，首先是拥有先进的发展理念，这个理念就是紧跟时代步伐，坚持科学发展，矢志追求卓越。具体体现在：

1、超前的眼光。南山集团目光高远，永不满足现状，不断实现自我超越。从当年前宋村三小队没有分光积蓄，而是投入到新项目上，到后来的兼并周边村子，发展现代工业，无不体现了南山集团的步步领先，胆识超前。正是这种长远眼光，使30年前的前宋村能发展成今天的南山集团。

2、包容的心态。南山集团的创始人宋作文只有小学文化，但他善于学习，勤于思考，对新事物和不同意见善于接纳。宋作文做事果敢，但从不自盲目地一锤定音，而是在经过充分的讨论甚至争论后，再做决策。他说：“争论出真知，争论少失误”。

3、开放的胸怀。南山集团始终保持开放的胸怀，一是对市场机会的敏锐捕捉，快速反应，不断学习；二是超越自我，不断创造新的高度，在成绩面前始终保持清醒，有危机感、紧迫感，立足长远，放眼未来。



## （二）战略思维成就大气魄规划、大手笔运作

1、高起点规划和投入。南山集团的决策者站在全国乃至全世界的角度来规划城市建设和产业发展。他们秉承不干则已，干则一流的发展理念，高薪聘请专业的策划团队，上一流项目，引一流设备，做一流产品，以宏大的气魄，巨大的投入，始终抢占行业领先地位，创造了许多中国乃至世界之最。

2、不断创新，抢占行业制高点。一是以提升整体素质为核心，全面推进机制创新。在用人机制上，按照“培养人才、用好人才、留住人才”的思路实施“人才兴企”战略；在管理机制上，全面推行以标准化、专业化、系统化、数据化为主要内容的精细化管理，大力倡导“精细增加效益、细节决定成功”的生产经营理念；在融资机制上，坚持内外并举，开源节流，形成了以内部挖潜、银行借贷、吸引外资、资本运作等为主体的多元融资新格局。二是全面实施技术创新。南山集团先后在澳大利亚、美国、意大利等国家设立集团分公司，引进国际先进的生产设备，消化吸收国际一流的生产技术和管理经验。同时，集团成立了国家级企业技术中心，为企业的发展注入生机和活力。各产业均设置了不同规模、标准较高的实验室，并组成具有较强实力的新产品研发队伍，加大引进消化和自主研发力度，强化对新技术的开发与应

用。为了营造浓厚的科研氛围，集团公司还创办了科技综合类期刊——《南山科技》，为员工提供了创新交流的平台。

## （三）链式运作成就大跨越发展

1、“主业突出、链式运作”，这是南山集团做大做强的独特发展模式。无论是工业、金融、地产，还是教育、旅游、老年养生等产业，每一个产业都向前后拉长延伸，形成既有原料基地，又有加工环节和终端产品的完整的产业链条体系，并不断进行供应链的优化、产业链的整合和价值链的升级，使利润空间环环相连，衍生膨胀，实现利润最大化。这些战略性的产业链体系，最大化地降低了成本，提升了效率，保证了产品质量，增强了企业核心竞争力，成就企业实现跨越式发展。

2、一体化产业典范。南山铝业目前形成“能源—氧化铝—电解铝—铝型材—铝板、带、箔深加工”等全球唯一同一地区短距离拥有的最完整的铝产业链；南山纺织服饰打造了“进口羊毛—制条—纺纱—超薄型面料—高档服装”的精纺面料和品牌服装一体化产业链；南山地产已具备房地产、商贸展会、星级酒店、养老养生、物业管理等综合开发运营实力；南山金融涵盖财务公司、村镇银行、小额贷款公司、担保公司、投资公司等多个金融机构，还成功

入股恒丰银行成为其第三大股东，合作成立了“龙口国开南山村镇银行”；南山旅游拥有集景区观光、休闲度假、餐饮娱乐、酒店服务、高尔夫、游艇等于一体的综合性休闲度假产业体系；南山教育拥有从幼儿园、小学、中学、职业学校直至大学的完整教育体系。近年来，南山集团还积极进军航空领域，成立了南山公务机公司、航空学院，为中国航空培养和输送人才；进军老年事业建设包括多种住宅、服务会所、老年大学、老年事业服务交流中心、养生谷医院等在内的南山佛光养生谷。

## （四）重视人才成就核心竞争力

1、培养和吸引人才。南山集团构建了完整的教育培训体系，为企业的基业长青奠定了基础。南山学院的在校学生达3万人，其中30%以上的毕业生直接在南山就业。“不拘一格”的用人机制，是使南山集团充满生机的动力之源。他们采用“请进来、走出去、留得住”的方式，大力实施人才战略，聘请了一批高层次的专家、教授组成了南山智囊团，为企业发展出谋划策。十几年来，南山集团先后从全国各地引进和录用了600多名高等技术专业人才，充实到企业各个层面。南山集团每年还选派员工到外地学习深造，邀请各类专家到企业办专项培训班。定期培训员工，不断提高员工的素质和技能。

2、留住和用好人才。南山用优厚的待遇，成长的空间和奖励机制留住和用好人才。为用好各类人才，南山集团一不唯资历，二不分内外，只要能为企业尽力，就能得到重用和奖

励。为确保各类人才聘得来、用得上、留得住，他们还制定了一系列特殊优惠政策：给专家、教授提供高标准的别墅；在高额报酬的前提下，奖励不封顶；对做出重大贡献的技术人员，可以参与技术入股、分红等等。灵活超前的用人机制，既为各类人才提供了良好的创业平台，又激发他们的创业激情，为企业的长远发展提供了人才和智力支撑。

3、激励机制密切企业与员工的关系。南山集团通过灵活的激励机制，将员工与企业的关系紧密联系起来。南山籍员工的收入由四部分组成。一是每个月的工资；二是年终领取的奖金；三是“加成”，指追加的与年薪同等数额的报酬，记入个人“加成手册”，不发现金，急需之时经批准后可以提取；四是“股份”，是南山员工个人“加成”部分的5-10倍，以货币性资产形式记入家庭的“股份手册”，作为内部持股，定期给予股息。这种“多积累、少分配、立足长远、滚动发展”的灵活分配机制，像一块磁石牢牢附着员工，有效凝聚了人心，较好地解决了积累与分配的矛盾。

## （五）企业文化成就南山精神和动力

1、南山集团的文化内涵。随着南山集团的发展，南山人逐步形成了自己独特的企业文化体系，其精髓就是“艰苦创业，追求发展，永无止境”。南山集团的领导人带头发挥示范作用，他们以企业为家，不知疲倦，忘我投入。在他们的感召下，如今南山集团已经形成了干事创业的浓厚氛围，主动参与已成为南山文化一大的特色，每一个南山员工在实现南山追求的目标中，充分实现个人的价值与追求。

2、南山集团的文化建设。一是推行以人为本的管理文化。南山集团强调以人为中心的管理，即尊重人、理解人、关心人、依靠人、发展人和服务人。二是加强道德建设。作为村企合一的南山集团，始终把社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德的“四德”建设提到事关南山能否长远发展的战略高度，积极建设学习型企业，在全村村民中开展“五好家庭”评选活动，在企业中开展各种评先表彰活动，形成比学赶超的浓厚氛围。三是积极建设文化传播平台。南山集团不但有自己的报纸、杂志、电视台，还建起了图书馆、报刊阅览室、大剧院、多功能大型体育场等，而且组建了文艺演出团体。通过这些平台，南山的企业文化得以根植和成长，增强了企业的凝聚力和向心力。

3、南山集团的企业精神。经过多年的培育和引导，“忠诚、责任、勤奋、敬业”已成为南山的企业精神，“追求卓越、崇尚奉献”，已成为南山人的核心理念。南山人格守“不干则已，干则一流，追求发展，永无止境”的工作作风；具有



南山集团全景



不进则退，不胜则亡的紧迫感和强烈的危机感。这使他们能够脚踏实地，艰苦奋斗，锐意进取，不断挑战自我，不浮夸，不炒作，做到头脑清醒，居安思危，埋头苦干。“厚德至善，峰聚成山”是南山理念。厚德至善即崇尚奉献，追求卓越。南山集团倡导以德为先，注重员工对企业成长的奉献和企业对社会的回报。经营上追求不断自我超越，不断超越竞争，实现企业的持续经营。峰聚成山即主业突出，链式运作。南山集团通过打造数个具有行业地位和竞争力产业山峰，积淀南山之高度；通过供应链纵向扩张，产业链横向整合，价值链向高附加值延伸，锻造南山之实力。南山精神已成为南山人努力打造百年南山，铸就百年品牌的不竭动力。

#### （六）和谐建设成就可持续发展

1、企业与自然的和谐。南山的发展是令人瞩目的，但更为可贵的是环境也与之同步发展。南山从发展工业起步，铝业仍然是其重要产业之一，但南山人发展经济没有以牺牲生态环境为代价，而是同步注重企业与自然的和谐。现在的南山已是“城在林中，路在绿中，居住园中，人在景中”。南山集团在使旅游产业成为新的利润增长点的同时，美化了南山的环境，提升了南山的人居品质，实现了经济与社会效益的双赢。

2、企业与员工的和谐。南山村的适龄村民都能在南山集团就职，他们是南山的主人，也是南山的建设者，建设南山、热爱南山成为他们天然的使命和情感。企业与员工形成天然的血缘、地缘关系，这也奠定了企业与员工和谐的坚实基础。南山注重年轻人的全面发展，把教育作为城乡一体化建设的智力服务和支撑。南山还有大批外来务工人员，当地人与他们利益一致，关系相处融洽。

3、企业与社会和谐。早在1987年，宋作文被推选为村党支部书记时就表示，要把造福百姓作为毕生追求。30多年来，南山集团始终坚持以“造福乡梓、回报社会”为己任，积极投身文化、教育、环保、慈善等公益活动，努力践行南山人“共同富裕、全面发展”的崇高理想。现在，南山37个村的3万多村民都居住在几个统一规划的居民小区里，或别墅或楼房，构筑了理想园区环境。还成立了商业、物业、后勤服务三大服务公司，为园区居民提供完善的配套服务和社会保障体系。南山集团还发展老年产业，在南山不仅少有所教，青有所用，中有所为，而且老有所养，老有所乐。经过多年的努力，南山已成为富裕文明、和谐发展的社会主义新农村的典范，受到党和国家领导人的高度评价。

### 三、南山集团对特发的启示

特发集团正处在由持续平稳发展到做强做大的战略转型期，如何实现做强做大的转型升级，是摆在每一个特发人面前的重要课题。考察和解读南山，结合特发集团现状，南山集团至少可以给我们如下具有现实意义的启示：

（一）创新商业模式。利用集团的存量土地资源，规划创新商业模式，借助资本运作、风险投资等途径解决融资需求。发挥集团优势，在人才、资金等方面最大限度实现共享，相互支撑。已经处于行业高点的企业可以进行链式运作，实现资源优化配置的规模效应。如集团的高尔夫俱乐部，已经站在行业的高点，应使这个高点的价值充分体现，进行新的商业模式探讨，发挥优势，实现上下游产业的延伸。如办高尔夫学校，管理输出，球场建设合作，开发旅游地产等，将行业优势转化为生产力，实现企业增值和利润最大化。

（二）高效的管控机制。南山集团在30余年的时间里实现高速度、高质量的发展，依赖强大的管理平台和高效的管控机制，使企业具有快速的反应力和强大的执行力。决策层的想法能够快速得到落实，究其原因，除了体制的因素外，管理高效，管道灵活畅通也是重要的原因。更为重要的是南山人不进则退、不胜则亡的紧迫感和强烈的危机感使他们具有强大的执行力，这是非常值得特发集团学习的。

（三）激励机制和人才支持。南山集团重视人才，培养人才，吸引人才，用好人才，因人才而成就了自己的核心竞争力，因人才而成就了南山的事业。特发集团要实现做大做强的转型升级，也必须有及时强大的人力资源支撑，一方面是人才的吸引和培养，另一方面是有效的激励分配机制，使员工与企业紧密相关，成为企业真正的主人。

（四）注重和谐发展。企业必须和谐发展才能持续发展，国有企业更应负责任、有担当，注重与环境、与员工、与社会的和谐，在项目开发中注意体现对社区的公益意义，促进社区和谐。加强与政府部门的沟通，充分合理利用政策，平衡社会效益和经济效益的关系，使和谐关系成为企业发展的支持力量，实现企业与社会和谐共荣，互动双赢，最终实现持续的经济效益。

（编者注：由于篇幅关系，报告在本刊刊载时有删节）

## 东京迪士尼的员工培训

### ——兼谈企业一线员工培训的重要性

■ 顾燕/特发小梅沙旅游中心

为了更好地开展工作，最近我报名参加了国家二级企业培训师课程，并抽空学习了很多有关企业培训方面的教材，这让真正接触培训工作时间不长的我受益匪浅。参加培训时老师专门介绍的东京迪士尼员工的培训情况，让我感受强烈，也让我明白了世界上最成功的主题公园成功的秘诀和魅力所在。

目前，世界上有6个大型的迪士尼乐园，在美国的佛州和加州这两个迪士尼营业都有一段历史了，并创造了很好的业绩。但全世界最成功、生意最好的却是日本东京迪士尼。东京迪士尼最高记录一年的入园人数达到1700万人，这是整个上海市的人口总数，也是我们特发小梅沙海洋世界全年入园人数的17.5倍。我想，如果要学习服务和管理的的话，东京迪士尼应该是最好的榜样。

东京迪士尼的主管和高层，是很少有观光客会认识的，因为东京迪士尼全部采用自动售票机，全都是电子磁卡，也不需要检票，进入东京迪士尼，接触最多的员工是两种人：一种是售货人员，一种是清洁工。东京迪士尼针对这两种人把培训做得非常仔细，把他们训练得无以复加。而我们小梅沙海洋世界景区对这两种人的重视和培训往往是最忽略的。

东京迪士尼的清洁工，不管将服务多久，都要接受最细致的培训。第一天上午培训如何扫地，扫地的工具有专门扫树叶的、专门扫纸屑的、专门扫灰尘的，怎样的方式扫树叶和纸屑不会到处飞扬，这些都要学。关于扫地







的时间迪士尼也做了严格的规定，园区开门的时间不能扫，关门时也不能扫，中午吃饭时间更不能扫，客人距离你只有10米远的时候也不能扫，而且要把扫帚收起来对客人说“欢迎光临”。下午培训学照相，迪士尼把全世界有名的数码相机统统都摆在那里，要求每个员工都要会拍照。也就是说当游客需要你为他们照相时，你可以立刻为他们提供高质量的服务。

第二天上午学习照顾小孩，因为当客人有需要让你抱一下小孩的时候，你就要会抱，还要学给小孩换尿布。下午学辨识方向，这不光是简单地告诉客人在哪一个方向，而且连方位和具体位置都要说出来。这就需要把整个迪士尼的地图统统背在脑海里。假设今天有客人来我们海洋世界参观游玩，站在门口问一个景区服务员，水族馆在什么地方？他们会怎么回答？说“在前面”，或者手往前一指，“往前”。可是这样客人得到的信息是模糊的，不具体的。我们需要学习的是告诉客人的信息必须清楚明确，这样才能充分体现游客至上的原则。

还有一个让我感受极深的地方是：东京迪士尼开业15年来，园中一时与大人走散的20000多个小孩，全部都找到了。但是他们规定不准用广播。因为他们认为迪士尼乐园是快乐的地方，是不准广播这种扰人情绪的信息的。那这20000多个小孩是怎么找到的呢？原来迪士尼有10个托儿中心，如果有走散的小孩，马上就会被送到就近的托儿中心，询问孩子家长的情况。小孩讲不清楚，就给她看图片：一个男人，一个女人。如果小孩用手指女的，再给她看更详细特征的女人图片：一个长头发，一个短头发，一个戴眼镜。如果小孩用手指其中一个，再给她看一个穿裙子、一个穿长裤的女人图片。小孩又用手指其中之一……就这样一步步慢慢地判别。等找到了妈妈，就很快地把她带到托儿中心，而这时她的孩子正在里面喝可乐吃汉堡包呢。所以，从这里可以看出迪士尼的服务绝不是简单式地完成任

务，高品质的服务呀。我相信享受到这样高品质服务的游客，一定会对东京迪士尼无比地满意，并产生良好的口碑和衍生效应。

迪士尼每天都有那么多小孩在那里玩，对于迪士尼来说孩子就是最重要的客户。当孩子拉着员工的裤子、裙子时，员工们都是蹲下来和小孩讲话，眼睛和小孩的眼睛保持平行的距离。这就是对客户的尊重，这就是服务！

在景区服务中，哪些员工是最重要和关键的呢？当然是我们的一线员工。客户一般会选择服务好的景区去游玩，做旅游景区的人都知道服务质量对于景区的重要性。随着近年来旅游产业的快速发展，旅游消费在人们日常生活消费中所占的比重越来越大，可是我们国内的旅游服务水平却没有跟上相应地提高。很多时候游客对景区的不满，除了硬件之外，往往都是工作人员的服务水平问题，比如缺乏沟通技巧，言行举止不礼貌，让游客感到不被尊重甚至被欺骗，认为景区不诚信，等等。这些问题的存在让我们更应该好好地思考企业一线员工培训的重要性，学习东京迪士尼的成功经验。特别是在深圳这个旅游景区众多，旅游业十分发达的城市，我们特发小梅沙海洋世界的硬件比不上其他很多景区，我们更应该在软件上下工夫，加强员工培训，提高服务质量，让我们的每一位员工都能用热情周到的服务态度、细致敏锐的观察能力、舒适优雅的言行举止，以及灵活、规范的事件处理能力迎接每一位来到特发小梅沙海洋世界的游客。👏



## 恪尽职守，共御台风

——特发物业发展中心管理处抗击“韦森特”台风小记

■ 朱坚胜/特发物业管理公司

7月23日，“韦森特”台风袭击深圳，风强雨暴，持续了11个小时之久，当天阵风最强风力达到13级，造成了很大的破坏。在此次台风过程中，特发物业发展中心管理处及下辖的天鹅工业区管理部准备充分、工作到位，值守人员恪尽职守、团结奋战，成功抵御住了台风的破坏，避免了重大损失。

特发物业公司领导对于这次强台风的防范工作非常重视，吕航总经理多次电话询问防台风情况并进行指挥部署，马志雄副总经理亲自带队到发展中心大厦及天鹅工业区现场巡查防台风情况，与同行的管理部周初新经理、发展中心管理处赵向东主任、李泽辉副主任等人员一起，从23日晚上一直到第二天凌晨7点，通宵值守、彻夜未眠，现场进行指挥调度和部署，带领留守人员防御台风，极大地激励了值守人员的士气。

虽然在最近几年的台风季节中，发展中心都没有受到太大的考验，但面对“韦森特”台风的来袭，发展中心管理处仍然保持高度重视，丝毫不放松地做好各项防风准备工作。





23日上午，发展中心管理处就在大厦内部贴出了温馨提示，告诫大厦业主和租户注意做好防风抗风准备；组织人员在大厦内部逐层进行检查，排除安全隐患；安排好各位置值守人员，布置任务分工；提前准备好各种应急抢险物资。天鹅工业区管理部也早早收到防风通知，做好了各项防风准备工作。

晚上8点多，台风开始正面袭击深圳，风力迅速增强，雨量加大。发展中心管理处值守人员全部到位，分为两组人员，一组冒着狂风暴雨在大厦外围进行巡查，观察有无异常情况并疏导行人和车辆；一组在大厦内部巡查并根据外巡组的观察反馈采取紧急通知业主、强行破门等相应的抢险措施。9点钟左右，开始陆续发现有窗户被强风刮开。

由于发展中心大厦建成使用时间较长，建筑结构老化，加之采用了整体玻璃外墙设计，门窗受风面积大，在这次台风袭击过程中发展中心大厦受到的破坏主要集中在外墙门窗。台风中一旦门窗被刮开、刮落，席卷而入的强风将会在室内造成很大的破坏，而掉落的窗户和被卷到窗外的物品则会对地面的人员生命和财产安全形成极大的威胁。据统计，这次台风中发展中心大厦共有17扇窗户、2扇阳台门被强风吹开，6扇窗户及4块楼顶墙面铝板被刮落，所幸由于抢险措施及地面巡查疏散工作得力，没有造成人员伤亡和车辆等财产的损失。台风中，外巡组的队员们一直坚守岗位，他们不仅要顶着狂风暴雨，还要冒着生命危险。凌晨1点左右，一扇窗户被强风刮落，径直砸向了一位外围警戒岗上的巡查队员，幸好听到异响后他及时闪躲，否则后果不堪设想。外巡组的工作是艰苦而危险的，大厦内的抢险工作艰险程度也不遑多让。为了关闭被刮开的窗户，探查破损情况，堵住被刮落窗户处的窗口，抢险人员往往要冒着被强风卷出窗外的生命危险。狂风暴雨中，大家自发地采用人拉人、人抱人的方式，靠近到窗

口进行作业，体现了团结友爱、众志成城的团队精神。这样的工作陆陆续续一直持续到第二天台风逐渐减弱，从公司领导到一线队员通宵奋战，彻夜未眠。

天鹅工业区方面，值守人员们同样在艰苦奋战。由于工业区面积大，管理人员少，巡查值守的工作量更显繁重。凌晨两点左右，马志雄副总经理带领的指挥小组来到了天鹅工业区巡视防风情况，在巡查一处仍在通宵加班的蔬菜贸易公司时，发现配电房电闸短路，冒烟的同时产生火花并伴有异味，检查人员发现情况后马上采取断电措施。当时情况非常危险，由于厂区地面积水，一旦漏电在场人员将会有生命危险。由于发现及时，措施得力，防止了事故的发生，业主对此表示了由衷的感谢。

回顾此次抗击台风的过程，特发物业公司领导高度重视，相关负责人尽职尽责，一线员工顽强拼搏、艰苦奋斗，充分体现了特发物业人爱岗敬业的职业精神。☺



# 在北京61年不遇特大暴雨中度过的一夜

——记特发物业华为北京研究所L05项目部防涝抢险工作

■ 何喜国/特发物业北京分公司

北京三面环山，西部为太行山脉，北部和东北部为燕山山脉，地形的作用易在山前地带出现降水中心，而此次雨量最大的地方正好是北京西南部的山前地带。特发物业华为北京研究所L05项目就位于降水量较大的地区。7月21日，整个华北地区北部都被强降雨笼罩，北京遭遇61年来最大的一次降水过程。

21日早晨，北京天空阴云密布，到下午雨量逐步加大，项目部人员按照预案将抢险物资及29名应急分队人员分派到已掌握的漏水点及积水点，在机房及电梯厅外通道筑起沙袋，防止雨水倒灌，同时向特发物业北京分公司领导及华为监管通报现场情况。在下午4：00降雨最强时开始由项目管理团队3名成员分别带领值守人员对两栋建筑及地库进行排查。当时相连的管井开始向园区地库倒灌，园区道路上多个井盖被冲开，道路一片汪洋，地库夹层倒灌水如瀑布倾泻而下。工程人员使用准备好的两台水泵同时排水，使积水未漫过沙包进入机房及地库库房区域。22日凌晨0：40开始出现楼层渗漏点，巡查至7：00，Q1、Q2两栋楼共发现并处理漏水点21处，相应实验室、办公区物资转移后使用水桶接水，定期倒水，雨停后，由清洁工清理水迹，在22日下午6：00前恢复办公区原貌，23日星期一华为公司员工上班未受到影响。

能够平稳度过这次北京61年一遇的特大暴雨，值得总结的有如下几点：（一）公司领导重视。特发物业公司总经理吕航通过北京分公司宋正祥经理多次了解现场情况，23日宋正祥经理

陪同特发物业公司郭晓东副总经理到L05现场查看，指导下一步工作的开展，加强预防性维修。（二）北京分公司充分授权。抢险第一、特事特办，项目经理可支配资源最大化。（三）以人为本。人身安全、财产安全明确优先顺序，一切抢险工作在确保人身安全的情况下进行。（四）准备充分，抢险有序。每一处较大的积水点都有部门主管或项目经理跟进处理。（五）队伍战斗力强，效率高。刚组建的队伍，有的入职还不满一周，但在“特发”优良传统的传承下，全都迅速融入队伍，形成战斗力。（六）充分考虑困难。在抢险初期，观察附近道路排水情况逐步变得严峻，考虑到地库倒灌水量可能会超过现有水泵排水能力，立即采购水泵及电源线备用，随时投入使用。

需要改进的有如下几方面：（一）要对天面进行防水维修，减少漏水点。（二）对地库夹层倒灌点进行封堵，减少漏水量。（三）大雨天气加强园区巡查，及时处置被冲开的井盖，避免发生安全事故。

北京暴雨肆虐的一夜，也是考验我们战斗力的一夜。就在我们对面由另一家物业管理公司服务的华为办公楼地库被水全部淹没。在北京全城看海的时候，我们已经排干了所管辖区的积水，只有道路上残留的还未清理的泥沙述说着这里曾经发生过的事情。感谢奋战在抢险一线的特发物业华为北京研究所L05项目部的员工们，谢谢你们的辛勤付出！☺







## 苦练内功，开源节流 做好物业租赁经营工作

■ 张庆杰/特力房地产物业事业部

2012年，随着特力吉盟黄金珠宝产业园项目开发工作的全面启动，特力房地产物业事业部将面临着租赁租金、物业管理费及电差收入的大幅减少，同时又要面对临时工工资费用的刚性上涨、辖区设备设施老化造成维修费用上升等经营成本增加的困难局面，2012年经营任务艰巨。面对挑战，房地产物业事业部确立了“以项目开发为核心、以开源节流为主线、以物业经营向产业靠拢为导向，为特力再创辉煌做出新贡献”的工作指导思想，同时明确了全年经营工作的三大目标任务（在取得用地规划许可证的情况下拆除水贝中天厂房、完成公司下达的各项经营指标任务、确保安全生产无事故），并制订了相应的工作措施：

### 一、目标任务分解，层层落实，责任到人

将整体目标任务进行分解，根据实际情况，在与各经营部门进行充分的沟通和协商后，与各经营部门签订《2012年度经营责任合同》，落实各经营部门的经营目标任务，明确双方的权利和义务，使事业部的整体经营目标任务落到实处。

同时，为了确保安全生产无事故发生，全面实施“一岗双职”制度，各职能部门在与事业部签订经营责任合同的同时，签订《企业安全生产承诺书》，建立以部门负责人为安全生产第一责任人的全员安全生产责任制，做到目标责任经营和安全管理相结合。

### 二、以项目开发为核心，积极推进特力吉盟黄金珠宝产业园项目开发的各项工作

水贝珠宝产业园项目关系到特力公司的生存与发展，是特力人的希望所在。为此，房地产物业事业部将该项目的开发列为2012年的核心工作和首要任务。为了集中人力、财力，确保该项工作的顺利推进，房地产物业事业部成立了以方志东总经理为组长的“项目开发工作小组”，明确了今年的工作目标，并制订了相应的奖励措施。要求工作小组及时解决水贝开发项目遇到的问题，按申报程序要求及时跟进并做到与公司上下沟通顺畅，确保该项目的开发能按预期完成进度。

### 三、继续推行“阿米巴”经营模式

大力调动员工的积极性，继续推行“阿米巴”经营模式，向员工灌输“销售最大化，费用最小化”的经营理念，树立员工人人都是经营者的观念，为经营单位实现利润最大化出谋划策。

### 四、抓好开源节流工作

面对经营上的压力，积极开展“苦练内功、开源节流”工作，为此，事业部制订了多项开源节流工作措施。

1、提高物业管理费收入。

为了减轻物业管理成本上升的压力，物业管理部采取了提高辖区物业管理费收费标准措施。要求各管理处提升服务水平，积极与业主进行沟通，争取业主的支持。经多方努力，该项工作取得了突破性进展，物业管理费的收费标准得到了不同程度的提高，实现了今年一季度物业管理费收入增加的预期。

2、增强服务观念，稳定租户，提高租金收入。

目前，租金收入仍是房地产物业事业部的主要收入

来源，因而维护和稳定现有租户，确保现有的租金收入显得尤其重要。同时，提升服务，加强沟通，为租户解决各种力所能及的问题，做好出租物业设备及相关设施的维护和改善工作，为租户营造一个良好的经营环境，在稳定收入的前提下，通过加强服务来提高租金收入。

3、物业经营向产业靠拢，提升物业的自身价值，增加租金收入。

特力吉盟黄金珠宝产业园项目已被列入深圳市城市更新重点项目之一，物业升值潜力极大，但由于历史原因，特力在该片区仍有部分物业租给了医疗、汽修等非主导产业单位。这些物业的使用既不符合政府的产业规划要求，也影响其自身价值的提升，必须尽早清退，使物业出租向珠宝产业靠拢，塑造特力吉盟黄金珠宝产业园的亮丽形象。目前，房地产物业事业部已清退了部分汽修企业，正在积极协商清退特力大厦中的医疗等非主导产业租户，引进有实力的珠宝商，把特力大厦培育成为水贝珠宝产业园中的特力珠宝大厦，提升其自身价值，增加租金收入。

4、将办公楼的中央空调更换为分体空调，有效降低空调的使用和维护成本。

原特力大厦的中央空调是按3、4、M层共三层使用的功率设置，但由于大厦中3、4层相继出租给珠宝商使用，珠宝商因行业特性都分别安装了独立空调，因而特力大厦的中央空调只剩下M层房地产物业事业部的办公楼层使用，造成办公空调的使用成本高、浪费大。为此，事业部决定，停用中央空调，在办公楼层安装分体空调，预计每年可降低空调的使用和维护成本达5万元以上。

5、加强经营费用的控制，全面落实预算管理。

（1）树立全员费用控制的观念。费用管理是企业管理过程中的一个系统工程，每位员工都要树立起费用控制的观念，使每个人在使用公司资源时，就像在花自己的钱一样，让每位员工在自己的岗位上挖掘降低费用的潜力。



(2) 精打细算, 控制物业管理成本。目前, 房地产物业事业部所管辖的物业, 很大部分都是上世纪80年代所建的, 设备老化、配套设施不完善、安全隐患多等问题较为严重, 需维修和整改的项目与日俱增。为此, 事业部管理部制订多项硬性考核指标, 如公共水电费损耗控制额、水电费增加额、维修费用控制额等, 要求各管理处提升服务水平, 充分发挥自己的能力, 相互支援, 做好物业设备及配套设施的维护和保养工作, 确保所有设备及设施的正常运作, 减少公共水电的损耗, 压缩维修费用。同时, 对于大型维修项目, 严格执行公开招标管理制度, 把好价格和质量关。如在永通大厦的更换冷却塔项目中, 事业部招标工作小组不辞辛劳, 奔赴广州、东莞等地对生产厂家进行实地考察, 对工艺和材质进行对比、压价等, 在五家竞标单位中择优选用, 仅该项目就节省了资金5万多元。

(3) 费用全面预算管理。本着节约又不影响工作效率的原则, 对各部门的办公费用实行全面的预算管理, 彻底改变原有按需供应的方式, 所有部门每月的办公费用需作预算, 先经行政部审核, 再由计财部根据年初总预算的规模进行分解对比, 认可后方可实施, 确保费用控制在预算进度的范围内。

(4) 鼓励员工运用现代办公手段, 运用创新思维开展工作。随着网络的不断发展, 特力OA工作平台、QQ网、e-mail、流动文档(U盘)等使用已非常方便, 鼓励员工运用现代办公手段, 减少纸张的使用, 既环保又节省费用。同时, 鼓励员工从工作流程、管理模式、工作方法上运用创新思维来提高劳动生产率、设备使用率, 从而达到降低成本费用的目的。

#### 6、发挥财务管理的监督和控制职能作用。

计财部严格履行财务管理的控制和监督职能, 做到费用开支前把好预算审核关, 费用执行过程中把好监督关, 费用发生后及时汇总并做好对比分析, 找出产生差距的原因, 通过不同方式发出预警信息, 为下次费用预算找准依据。

### 五、加强租金收缴的监控, 对欠款实施四级预警制度

房地产物业事业部目前经营着特力全部的出租物业, 每月租金的及时和完整回笼非常重要。为此, 事业部对出租物业工作落实到三个职能部门(经营部、管理部、计财部): 经营部负责物业招租、客户调研和筛选、租金界定和调整、租户维护等工作, 具体收款工作由管理部属下各管理处落实, 而计财部则负责

收款的监督工作。对拖欠租金问题, 事业部建立了四级预警制度, 并制订了相应的措施。当租户拖延交租时间超过当月20日时, 管理部属下的管理处应及时上门催收, 限期收回; 当月最后工作日租户仍拖延交租或未全部交清租金时, 向租户发出书面催租通知, 限时交租, 并按规定收取滞纳金; 当租户拖欠租金超过一个月、且多次催收无效的情况下, 采取停水停电等措施要求租户限时交租, 并收取滞纳金, 同时, 管理部将情况通报经营部, 具体说明租户欠款理由、管理处已采取了什么样的措施等等, 并提出进一步的处理建议, 由经营部与租户进行沟通、协商; 当拖欠租金达2个月仍无法收回时, 则由经营部上报事业部, 根据租赁合同条款, 采取法律手段解除租赁合同, 对欠款租户实施清退处理。从目前的经营情况来看, 租金回收比较及时, 回收率达98%以上。

### 六、建立行之有效的激励机制

为确保按期完成各项目标任务, 房地产物业事业部建立起了多项激励机制, 包括: 开发项目激励机制、增收节支激励机制、物业经营向产业靠拢激励机制, 充分调动员工的积极性, 为确保完成全年的经营目标任务提供了有力的保障。

### 七、完善各项规章制度, 向管理要效益

自房地产物业事业部成立以来, 已经建立了一套规范的规章制度, 并且在工作中进行不断的改进和完善, 以求更适应事业部的经营和运作。同时, 严格执行特力新颁布试行的《内部控制实施手册》, 控制经营风险, 规范工作流程, 向管理要效益。



# 聚焦经营

01

## 特力公司召开商业模式研讨会

7月18日, 特力公司召开商业模式研讨会, 对特力商业模式问题进行探讨。特力全体董事、监事、经营班子成员参会; 市国资委企业二处副处长李余征, 特发集团刘爱群董事长、张俊林总经理、张建民、俞磊、李明俊副总经理、栗淼财务总监及中层管理人员出席会议; 深圳市远致投资公司、深圳市创投集团、瑞银国际、华西证券公司等企业代表, 以及珠宝协会专家, 水贝片区珠宝行业龙头企业代表应邀与会。

特力公司张瑞理董事长首先汇报了公司经营现状以及发展特力—吉盟黄金首饰产业园的思路。北京黄金经济发展研究中心特聘研究员、深圳市黄金珠宝研究所所长、贵金属及珠宝玉石饰品企业标准联盟秘书长、深圳市百泰投资控股集团总裁曹阳对深圳市及水贝片区珠宝行业的发展情况作了介绍。华西证券总裁杨炯洋和北京市浩天信和律师事务所合伙人凌浩也分别就项目市场预测及融资模式等有关法规政策进行解读。

听取汇报和介绍后, 参会领导和专家对特力—吉盟黄金首饰产业园项目的情况有了进一步了解, 并就珠宝行业发展趋势、水贝珠宝行业的核心地位, 以及特力公司战略转型的必要性、如何借



助特力—吉盟黄金首饰产业园建设实现特力战略转型、如何介入黄金珠宝产业链及项目一期建设资金融资模式进行了热烈探讨。大家畅所欲言, 结合实际情况, 提出了许多建设性意见和建议。市百泰珠宝首饰公司董事长周桃林、市吉盟首饰公司董事长陈亿斌、市星光达珠宝首饰公司董事长林畅伟、市意大隆珠宝首饰公司董事长陈焕先、市金百福珠宝首饰公司董事长金邦明等深圳珠宝行业龙头企业代表也纷纷发言, 肯定了特力—吉盟黄金首饰产业园项目的前景, 并就特力牵头建设特力—吉盟黄金首饰产业园项目表示大力支持。

特发集团张俊林总经理对会议讨论情况进行了总结, 刘爱群董事长对研讨会取得的成果予以肯定, 并对特力下一步的工作提出了要求。

(祁鹏/特力公司董秘书处)



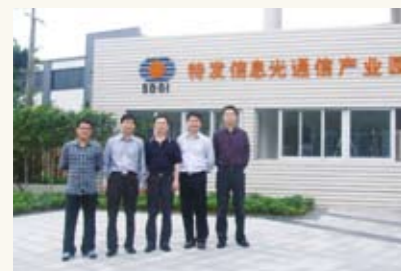
# 聚焦经营

## 02

### 特发信息召开光缆产业重庆战略布局项目可行性研究报告评审会

近日，特发信息光缆产业重庆战略布局项目可行性研究报告评审会在特发信息5楼会议室召开。会议由特发信息独立董事潘同文主持，来自光通信、财务、法律等行业的5位专家及特发信息财务总监蒋勤俭、副总经理罗涛等有关人员与会。会议按评审要求组成了以潘同文为组长的专家评审组。

会上，特发信息光缆分公司陆秉义总经理向与会专家汇报了《光缆产业重庆战略布局项目可行性研究报告》，专家组成员进行了热烈讨论，一致认为，项目可行性研究报告编制工作扎实，项目符合国家产业总体规划，目标设置科学合理，实现目标的措施和实施手段切实可行，将为特发信息纤缆产业规模化发展提供强有力支撑；同时也提出了宝贵的意见和建议。经专家组讨论，5位专家一致同意《光缆产业重庆战略布局



项目可行性研究报告》通过评审。这标志着特发信息光缆产业重庆战略布局项目完成了关键一步。接下来特发信息将继续积极推进项目的相关审批和实施建设，争取早日实现项目达产，以推动“十二五”战略规划目标的最终实现。

(任傲严/特发信息计划财务部)

## 03

### 拉近客户距离，展示品牌风采——特发信息寮步光通信产业园迎接密集到访的运营商代表

随着特发信息东莞寮步光通信产业园建设完成，一座现代化的光通信产业园区在东莞寮步拔地而起，成为展示特发信息产业品牌形象的平台和沟通客户交流的桥梁。6、7月间，在特发信息市场销售人员的运筹下，福建联通省公司运维部主管颜志源、山西移动采购部荆彦清总经理等运营商代表纷纷造访特发信息东莞寮步光通信产业园。

在接待运营商代表的过程中，特发信息光缆分公司、光纤公司等相关领导陪同客户代表参观寮步生产基地的新面貌，深入车间了解生产情况，推介公司新型产品和技术，介绍公司企业文化、品牌建设及未来发展规划，得到客户代表的高度评价。细致而周到的接待工作，真正使客户代表为合作机遇而来，



带满意与欣喜而归。

在激烈的市场竞争下，客户关系的维护和建设日益成为各厂商“软实力”竞争的重要方面，拥有东莞寮步光通信产业园的优秀硬件的特发信息，应借此契机从客户角度出发，下大力气建设具有特发信息特色的“接待艺术”，展示特发信息上市公司形象和品牌风采，从而在市场竞争中抢得先机，为公司战略发展添一份保障。

(王真/特发信息光缆分公司)

## 04

### 特力物业积极开展“安全生产月”活动认真落实安全治理措施

特力物业公司坚持以“科学发展，安全发展”、“落实安全责任，打造深圳质量”为主题，围绕深圳市委市政府提出的实现“有质量的稳定增长，可持续发展的全面发展”的总体要求，全力推动以“一树立、三坚持、三强化”为重

点，以强化预防、落实责任、依法治理、应急处置、科学支撑、基础建设为措施，深入开展全国第11个“安全生产月”活动，推进各项安全隐患治理措施的落实，推动企业安全生产工作的稳定发展。

为确保“安全生产月”活动取得实效，特力物业公司按照活动整体要求，结合自身特点，在总结往年活动的基础上，坚持以人为本，“以月促年”的工作思路。一是加强安全宣传教育和安全文化建设，营造关爱生命、关注安全的氛围。各辖区悬挂“安全生产月”活动宣传横幅；制作一期配合活动的综合安全知识辑宣传册；住宅小区下发《居家安全常识》小册子1080本；组织辖区企业及其从业人员积极参与市、区开展“安全生产月”各项活动；要求和部署辖区消防安全重点单位、较大企业召开一次“安全生产月”活动动员大会或工作会议。二是以理念渗透，筑牢防线。根据公司辖区企业多、小企及小商铺多，经营不一、位置分散等特点，对辖区企业员工、安管人员等进行一次系统的教育培训；协助企业发动员工查找本岗位的“三违”现象，为其分析违章行为发生的原因及习惯性违章的成因与预防；把安全核心理念制成警示牌或写成标语，张贴和悬挂在车间墙上，让员工时时受到教育，使员工对待安全工作具有统一的价值观，把安全理念转化为自身的安全行为；以评估划定风险级别，加大加强岗位安全隐患排查整改力

度和现场管理，实现组织、制度、检查、考核，“四个落实”筑牢安全生产工作基础，养成“我的安全我负责，他人安全我有责”的行为习惯，有效地提高企业本质安全系数。三是以“安全生产月”活动为契机，营造安全环境。各辖区进行一次安全隐患排查整治工作和全公司进行一次安全隐患排查整治行动，共排查和整治安全隐患48处，有力地配合全市安全生产执法大检查行动。四是做好适应天气变化，常备不懈地抓好应急处置工作演练。今年“安全生产月”活动期间，正值“龙舟水”季节，各辖区做好防御强降雨及其衍生的洪涝、山洪泥石流、山体滑坡等灾害，密切关注雷电和短时大风等恶劣天气动向，各辖区分别举办一场防台风、强对流、强降雨的防御应急处置演习，为保证演习效果，各辖区分别把演习时间定为6月20日至22日凌晨的强降雨天气，及时掌握雨情、水情。做到一旦发生灾情、险情，第一时间上报、第一时间到达现场、第一时间应急处置。

(张渭炎/特力物业管理公司)

## 05

### 特力新永通汽车服务公司获国家环保部环保模范城市检查好评

6月14日，国家环保部环保模范城

市复核检查组专家在深圳市、区、街道办领导的陪同下，来到特力新永通汽车服务有限公司进行环保模范城市复核检查。新永通汽车服务公司地处东晓街道辖区，是一家综合性汽车维修企业，公司整齐洁净的厂容厂貌，规范的污水排放和回收利用流程，以及员工良好的环保意识和习惯，都得到了专家组的好评。尤其是公司最新引进的环保洗车美容设备，其极高的节水性能得到专家组的重视。专家表示，在水资源严重匮乏的都市，应大力推广使用。

(李建军/特力新永通汽车公司)

## 06

### “退”是为了更好地进——特力物业成功退出长期亏损的宝龙山庄别墅管理项目

宝龙山庄是特力物业公司2003年10月份接管的别墅项目，该项目为公司申请国家物业管理一级资质创造了有利条件。然而，由于山庄规模较小，自接管以来，此项目一直处于亏损状态，随着深圳市最低工资标准及物价指数的大幅上涨，山庄的亏损情况越发严重。公司领导班子及时调整战略方针，审时度势，对长期亏损严重的宝龙山庄果断作出退出物业管理的决策。

为此，公司成立了退出宝龙山庄



# 聚焦经营



物业管理小组，多次召开专题会议并及时咨询法律顾问的意见和建议。同时，为规避风险，履行必要的告知义务，公司先后给该项目的大业主以及政府、行业相关部门提交了《关于退出宝龙山庄物业管理的函》等书面材料，编制了小区设施设备与档案移交清单，制定退出后原管理人员的分流方案，退出前10天在小区张贴项目退出公告、多次到管理处召开现场会议，确保在项目退出前各方面的安全工作落实到位，规避责任和风险。

整个退出过程虽然充满困难和波折，但在物业公司上下的积极努力下，最终还是成功退出。从表面上看，公司损失了一个物业管理项目，但从实际来看，每月减亏4万多元，一年可降低费用40多万元，相当于公司新拓展了一个有效益的物业管理项目。

(高珉/特力物业管理公司)

## 07

### 特发黎明公司加强年中绩效考核工作

特发黎明公司重视年中绩效考核工作。7月24日上午，公司总部召开中层管理人员年中述职考评大会，6名中层管理人员分别对半年来的工作进行述职。公司领导班子成员及考评小组工作人员参加考评大会，对中层管理人员的述职进行认真点评，同时提出改进意见和建议。整个考核活动严格按照公平、公正、公开原则和公司相关制度执行。通过考核活动，总结了上期的工作成绩与不足，提出了下期的重点工作计划。同时，绩效结果将与薪酬挂钩，以起到良好的激励作用。

(杨红/特发黎明公司)



## 08

### 香蜜湖公司举行辖区消防联合演习

为全面提升义务消防应急队伍的实战能力，7月20日下午，香蜜湖公司与香蜜湖街道办、派出所度假村美食城露天广场共同举办大型辖区消防联合演习暨辖区义务消防队成立现场会。福田区安监局、公安分局、消防大队、香蜜湖街道办、派出所等政府部门主管领导及香蜜湖公司、越众公司、建业集团等10多家企业负责人出席现场会，并观摩了联合实战演习。现场总人数达500多人。

当天下午，烈日当空，酷暑炎热。90多名消防专业水平较高、专业技能较强的义务消防队员，分成现场安保、医疗救护、物资保障、灭火作战、人员救援5个组，对安保队列、水带连接、大火扑救、烟雾实弹模拟救援4个科目进行了联合实战演习。香蜜湖公司派出一支30人的义务消防队、一辆临时应急消



防洒水车参加了演习。参演人员娴熟的技能、技巧，雷厉风行的作风，从容沉着行动及快速协作的能力赢得了观众的阵阵掌声和观摩领导的高度赞许。

总结会上，香蜜湖公司杨峰副书记代表参演企业发言，简要汇报了香蜜湖公司加强安全机构建设、强化保障机制、组建应急队伍等安全管理工作情况，得到现场领导的肯定。香蜜湖公司将坚持不懈地通过齐抓共管，联合协作，探索创新，努力把安全生产、消防安全管理工作做得更好。

(刘文清/香蜜湖度假村公司)

## 09

### 特发小梅沙海洋世界参展第八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会

为集中力量在全国范围内进行海洋文化品牌推广，5月18日，特发小梅沙海洋世界组织参展第八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会。深圳文博会

是我国唯一一个国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会，素有中国文化产业“第一展”之称。参展期间，许多领导、专家和参展商都兴致勃勃地参观了海洋世界的展台，对海洋世界在海洋文化产业发展方面做出的努力给予高度评价。

深圳文博会为全国的文化产业发展提供了良好的平台和窗口，特发小梅沙海洋世界希望以此为契机，以海洋主题和海洋文化为基点，着力提升了自己的知名度、美誉度和影响力，展示深圳东部海滨旅游胜地的风采。同时，也希望利用文博会的平台，学习借鉴先进地区、企业好的做法和经验，结合实际，加快推动深圳海洋主题文化和旅游产业的发展 and 繁荣。

(张世平/特发小梅沙海洋世界)

## 10

### 特发小梅沙旅游中心保安员全面换装展示特发卫士风采，抢抓机遇服务暑期海洋盛会

在暑期到来之前，特发小梅沙旅游中心第一窗口形象——36名保安员全部完成换装，以崭新的姿态迎接旅游旺季，抢抓机遇服务暑期海洋盛会。

此次保安员换装，从服装的款式、颜色到材质，上下反复进行了比较选



择。新服装整体采用象征海洋和天空的蓝白色系，款式新颖大方，极具亲和力和时代感，提高了保安员的职业认同和集体荣誉感。近年来，随着国内外同行业企业的迅速扩张和发展，特发小梅沙旅游中心不可避免地进入到市场拐点。面对瞬息万变的市场和竞争，只有不断提高和完善自身服务，以差异化竞争策略不断取得细分化市场份额，才能走出一条企业持续发展的道路。换装只是起点，思维模式的突破才是对未来的着眼点。我们坚信：特发小梅沙旅游中心在新领导班子的带领下，一定会努力前进，再创辉煌！

(顾燕/特发小梅沙旅游中心人力资源部)

## 11

### 特发小梅沙旅游中心举办财产保险培训

6月26日，特发小梅沙旅游中心财务部、安委会、人力资源部在小梅沙大酒店海景会议厅共同组织2012年小梅



# 聚焦经营

沙旅游中心财产保险培训会，会议特别请到了中汇国际保险经纪有限公司的唐跃兵主管，就各部门关心的财产保险、人身保险等问题进行了培训学习，并对大家提出的疑难问题进行了解答。中心领导和各部门代表共39人参加了培训。

(董秀扬/特发小梅沙旅游中心)

12

## 特发地产岳阳项目开工建设

经过近一年时间报批报建和开工前的准备工作，特发地产岳阳“鹏瑞·珑庭”项目取得当地政府建设部门批复，于7月3日正式开工。该项目占地面积10815.4平方米，总建筑面积33958.93平方米，其中住宅面积28946.87平方米，商铺面积2180.59平方米，公建配套680.44平方米，容积率3.82，建筑密度30.05%，停车位110个，由A、B两栋18层楼组成，总户数203户。该项目是特发地产公司首个省外建设项目，项



目的设计除采纳当地建筑风格之外，适当增加深圳建筑元素，在岳阳县城属于中高档住宅。

截止7月13日，项目已完成施工围墙、临建设施、临时售楼部，以及之前完成的预应力管桩工程。目前工作正在有条不紊地进行中。

(黄昭明/特发地产公司)

13

## 特发物业被评为“2011年度华为物管业务优秀供应商”

6月18日，特发物业公司总经理吕航、副总经理崔平代表特发物业参加在深圳召开的“华为公司2012年基建、物业、行政服务供应商大会”。该会主题为“质量为先、诚信为本、共享未来、共同成长”，旨在与各合作单位增进了解和互信，巩固和构建面向未来的双赢合作关系。

该会是华为内部服务管理部组织的一次全国供应商大会，与会人员分别来自全国500余家服务于华为的基建、物业、行政服务代表。特发物业能够从服务华为的20余家国际、国内知名的物管类服务供应商中脱颖而出获此殊荣，再次说明我司过去一年的工作获得华为相关部门的肯定与好评，给予特发物业



员工极大的鼓舞。同时，有助于进一步加深和巩固双方的战略合作伙伴关系。

面对与会的500余家供应商，吕航总经理从华为内部服务管理部总裁手中接过了“2011年度华为物管服务优秀供应商”的奖牌；崔平副总经理作为物管类唯一供应商代表上台发言，介绍服务华为项目的先进经验，展现了“特发物业”的品牌形象。公司将再接再厉，继续努力，争取接管更多华为公司的物业管理项目。

物业管理供应商获奖情况：华为自有物业项目优秀供应商：特发物业；设施服务项目优秀供应商：爱玛客；租赁物业项目优秀供应商：卓越物业。

(朱坚胜/特发物业公司)

14

## 特发物业坂田管理处抗击台风“韦森特”应急防范到位工作到位，措施有力

受“韦森特”台风影响，7月23日，深圳出现长时间雷暴雨、强对流天气，并伴有7-10级大风，暴风雨来势凶猛。特发物业坂田管理处启动应急预案，调配应急物资实施应急处理，并向深圳客服中心相关监管人员及总控汇报现场情况，在其指示下开展台风暴雨防范应急工作。

为防范“韦森特”台风，管理处安排66人下班后留守应急，其中管理处主任、安全部长、主管以上有7人、领班12人、队员45人，赶在狂风暴雨来临之前，做好预防措施：用沙袋对玻璃门进行加固，动用沙袋240袋；用铁丝、木头捆绑、加固玻璃门42处。由于应急防范工作到位，措施不力，加上在台风袭击期间按应急预案积极应对处理，把损失降到最低限度，未发生重大财产损失和人身安全事故，特发物业坂田管理



处抗台风工作得到华为公司的积极评价和肯定。(特发物业坂田管理处)

15

## 特发物业北京分公司主动服务展现特发物业品牌价值

华为北京研究所L05物业管理是特发物业北京分公司于今年6月1日接管的新项目。L05项目地处北京西北郊区欠发达地区，周边人口少，配套基础差，对公司物业管理招聘及员工流动率的控制提出了较大的挑战。同时，华为北京研究所已多年未与特发物业合作，服务团队进驻后，能够感受到华为方的陌生与期待。为了能够尽快度过磨合期，管理处带领一线员工从基础服务、专业服务到个性化服务逐步展开工作，将华为员工怀疑的眼神转化成信任的微笑。

通过一段时间的现场服务，发现大门外市政道路早晨华为班车人车争路，时常发生拥堵，存在安全隐患，华为监管也曾提及此事，但一直难以解决。为解决华为公司近万人上班高峰期交通拥

堵与人身安全问题，在大客户面前展现特发物业品牌价值，体现特发物业主动服务意识、专业化的现场服务感受，分公司购买了交通指挥器材，管理处抽调动作标准，服务意识强，有经验的员工到拥堵路段执勤，疏导交通。目前该路段早晨高峰期交通拥堵问题已得到缓解，华为行政部总监对我们的主动服务亲自签发文件提出表扬，并为现场管理人员及执勤人员发放奖励。

执勤人员头上的汗水就是我们在业主方展现的亮点，只有为业主多解决问题，才有可能换来更多的市场份额，同时也为我们的基层员工提供更大的发展平台。特发物业的品牌价值在于不遗余力地为业主提供优质服务，先将事情做到让客户满意，再谈商务问题。能与外资及行业内知名物业管理企业在差异化竞争中取胜才是我们的发展机会。

(陈小玲/特发物业北京分公司)





### ■ 民资参与保障房建设获政策扶持

日前，住建部、发改委等七部委联合发布《关于鼓励民间资本参与保障性安居工程建设有关问题的通知》，鼓励民间资本通过直接投资、间接投资、参股、委托代建等多种方式参与保障性安居工程建设。通知指出，对实行公司化运作并符合贷款条件的项目将给予积极支持。同时，地方政府也可采取贴息方式对公共租赁住房建设和运营给予支持。在棚户区改造方面，民间资本将享受与国有企业同等的政策。

### ■ 央行：深化利率市场化和汇率形成机制改革

中国人民银行7月2日对外发布的《中国金融稳定报告(2012)》指出，今年将继续实施稳健的货币政策，保持合理的社会融资规模，加大金融对实体经济的支持力度。同时，将采取措施深化利率市场化和汇率形成机制改革。

### ■ 新“限外令”压顶楼市

日前，央行下发了《中国人民银行关于明确外商直接投资人民币结算业务操作细则的通知》，规定境外投资者人民币前期费用专用账户不得用于土地招拍挂或购买房产；资本金专用账户等不得用于投资有价证券和金融衍生品，不得用于委托贷款，不得购买理财产品、非自用房产；外商投资房地产企业不得自境外借用人民币资金。业内人士分析，其用意主要是防止境外资金利用离岸市场人民币形式的热钱回流国内，尤其是涌入楼市，给当下的房地产市场调控带来不利。

### ■ 深圳前海先行先试获批

国务院日前就支持深圳前海深港现代服务业合作区开发开放的有关政策请示作出批复，表示支持前海深港现代服务业合作区实行“先行先试”政策，打造香港与内地紧密合作的先导区、珠三角地区产业升级的引领区。国务院在批复中还支持前海在金融改革创新方面先行先试，建设我国金融业对外开放试验示范窗口。

### ■ 深圳土地改革三大文件首度公开

7月4日，深圳政府公报公布了此次土地管理制度改革的三个重要文件：《深圳市土地管理制度改革总体方案》、《〈深圳市土地管理制度改革总体方案〉近期实施方案(2012~2015年)》、《关于成立深圳市土地管理制度改革领导小组的通知》。此次土改将重点明晰原农村土地国有化后土地使用权归属，推进确权工作，及违法建筑分类处理，今年将以宝安沙井、龙岗平湖的相关社区为试点处理历史遗留违法建筑。

### ■ 深圳今年拟供应191公顷住宅用地

近日，深圳市规划和国土资源委员会公布了《深圳市近期建设与土地利用规划2012年度实施计划》，该计划于今年4月在市政府常务会议上审议通过。计划中专门列出年度“重点战略地区”总计10个，将会在土地利用方面进行统筹安排，包括大运新城及龙岗中心区、光明新城、龙华新城、前海深港现代服务业合作区等。

### ■ 深圳拟提高公积金家庭贷款上限至80万元

《深圳市住房公积金贷款管理暂行规定(征求意见稿)》于7月17日对外征求公众意见。根据规定，深圳市住房公积金贷款制度面向在本市缴存住房公积金的所有职工，申请人要满足“在申请当月之前连续按时缴存住房公积金满6个月”等六项条件。住房公积金贷款利率按住建部、人民银行规定的住房公积金贷款利率执行，目前为五年以下(含五年)的年利率为4%；五年以上的年利率为4.5%。目前单笔公积金贷款最高额度为50万，家庭贷款上限为80万。

### ■ 6月全国25城市新房价格环比上涨

国家统计局7月18日发布报告，6月份全国70个大中城市中，新建商品住宅(不含保障性住房)环比价格下降的城市有21个，持平的城市有24个，上涨的城市有25个且涨幅均未超过0.6%。在二手住宅方面，70个大中城市中，环比价格下降的城市有19个，持平的城市有20个，上涨的城市有31个。

### ■ 深圳写字楼6月量价齐跌，三季度将迎供应高峰

相对5月市场，6月份一、二手写字楼市场都出现量价齐跌。业内人士分析，新增供应少、前期定价偏高是主因。第三季度仅甲级写字楼就有近40万平方米的新增供应量，下半年预计将有中航世纪汇、大中华国际金融中心A栋、深交所大厦和招商局广场四个项目入伙。二手写字楼买卖市场在成交回升两个月后亦有所转向。中原地产和美联物业数据显示，全市6月二手写字楼成交面积0.89万平方米，环比跌幅达43.1%；成交均价为2.94万元/平方米，环比降幅约11%。

### ■ 北京新地王诞生，楼面价4.4万元/平方米

经历46轮现场竞价及300多轮配建回购面积竞争，民企中赫置地于7月10日以26.3亿元的最高上限价格、配建16400平方米回购房的条件竞得北京海淀万柳地块，折合楼面价约4.42万元/平方米，刷新了北京单价地王的纪录。中赫置地在京开发过的项目包括“北纬40°”以及天价楼盘“钓鱼台七号院”。

### ■ 万科收购南联地产，借壳上市香港

香港永泰地产宣布，公司召开股东特别大会，全票通过出售南联地产部分股权给万科。根据协议，永泰地产将对控股的南联地产进行重组。重组完成以后，万科将通过全资子公司万科置业(香港)有限公司以港币约10.79亿元收购永泰地产持有的1.9亿股南联地产股份，占南联地产已发行股份总数的73.91%。收购完成后，万科将成为南联地产的控股股东并获得在港上市地位。

### ■ 深圳一楼盘承诺买房一年升值6%

阳基地产7月17日公开承诺，其楼盘“阳基·春天里”推出“刚需升值保障计划”，即自开盘之日起将逐月上调售价，确保12个月内售价上调幅度跑赢6%的银行贷款年利率，成为深圳首个宣扬只涨不跌的楼盘。此外，开发商宣布项目只对刚需销售。有业内人士认为，阳基地产此次行为实际上是营销噱头。





# 感受日本人的细节

■ 杨锐/特发黎明公司

5月中旬，我携家人去日本旅行。在6天走马观花的行程中，我们先后途经日本本州的大阪、京都、滨松、横滨、东京等城市，欣赏了峻伟肃穆的富士山，观瞻了古色古香的明治神宫，体验了传统风情的浅草寺三社祭，游览了引领“潮”流的现代化商业街区银座和涉谷。虽然在这个时节樱花已凋谢，但这次旅行让我零距离“触摸”到了一个真实的日本，领略了与中华文化似曾相识却又大相径庭的日本文化。在此，与大家分享旅途中的几件小事，从中体会一下普通日本人的细节。



## 错怪了店员大叔

到日本的当晚，我们下榻于大阪关西机场附近的华盛顿酒店。洗完澡，我带儿子下去酒店附设的便利店买牛奶。因为时间已晚，便利店里顾客不多，收银的店员是一位50岁左右面带笑容的大叔。我选好东西放到收银台并递过一张1000日元面额的纸币，店员大叔用一个塑料小筐接过去，打好收银单找了零钱当我的面数过又用小筐递还给我，我看也没看就用手接过单和零

钱，拉着儿子走出便利店。

在便利店门口，我把牛奶递给儿子时，不小心把找回的那把零钱碰掉了一地。儿子帮我捡回，交到我手中，我就看了一下，哎？！怎么找的钱不对啊？收银单上3盒奶354日元，应找回646日元，为何差了500日元？由于是第一次使用日元现金，所以我对日元的币值没概念，脑子里想当然地认为500日元这样大的钱应该是一张纸币吧（其实只相当于人民币40元左右）。我又翻了翻钱包，里面并没有500日元的纸币。是不是这位店员大叔年纪大了忘记了把纸币找给我？不行，得找他去！不能刚到就给小日本占了便宜！

我走回便利店里收银台前，用手势和简单的英语告诉店员大叔他找少了钱给我，又摊开手掌给他看那把硬币和收银单。年长的店员大叔不大懂英语，但看着我手上的收银单和零钱，又看到我的手势和表情，大概明白了我的意思。脸上礼貌的笑容变得有些尴尬和无奈，但他很快收起了这种表情。微微躬身真诚地向我道歉：“どうもすみません（实在对不起）！”并马上取了一个500日元的硬币递给我。

我拿起硬币拉着儿子走到店门口停住了脚步，又反复看了一下这枚硬币，原来500日元也是硬币啊！难怪我找不到500日元的纸币。我随口问儿子刚才掉的硬币有没有全部捡回来，儿子又往地上仔细看了看说：“爸爸，那里还有一个！”他捡回来给我，果然也是一枚500日元的硬币。原来我错怪店员大叔了！

这下轮到我不好意思了。我快步走回便利店里，向店员大叔出示两枚500日元的硬币，又指了指门口的地上说：“I'm so sorry.....”还没等我讲明原委，店员大叔便明白了我的意思，又是一躬身真诚地说：“大丈夫です（没关系的）！”我也不

知道说啥好了，把硬币给回店员大叔，一边说着：“sorry, sorry.....”一边向外面走去，店员大叔依然礼貌地躬身致谢道：“ありがとう（谢谢）！”

## 为人师表的礼让

日本之旅的第二天，我们去了大阪城天守阁暨大阪市博物馆。天守阁是日本战国名将丰臣秀吉的行在，原建筑因战火多次被焚毁，现在的天守阁是大阪人捐资重建的。此处并非观光热点，所以游客并不多。反倒是很多本地的中小学校组织学生利用假期（日本中小学4-8月放假）来访古探幽，他们身着校服，由老师带队排队参观游览。

天守阁的雄伟壮丽自不必说。但给我印象较深的是在游客休息处，设置了一排排自动售货机，售卖各种各样的饮料小食，非常方便。在游客商店侧面，摆放了一长排垃圾桶。我看了一下，垃圾的分类非常细致。各种不同材质的饮料容器和纸质垃圾都有单独的分类，甚至在弃置胶瓶的垃圾桶上还挂了一个小塑料框专门放置胶瓶瓶盖。很多来游览的中小學生都自觉地把使用后的空饮料瓶和食物包装盒投入相应的垃圾桶。因此，整个旅游点景区显得整洁有序。

游览完毕，我拉着女儿往停车场走去，经过一队小学生的游览队伍旁边。他们大概也只是六七岁的一年级学生，但整个三四十人的队伍排得很整齐。前面有一位30多岁的女教师带队，后面有位50多岁的男教师押后。因为人行道比较窄，我们只好贴着队伍侧面的铁栏杆慢慢前移。在一个更加狭窄的拐弯处，我和女儿靠着栏杆停了下来。这时，带队的女教师回头看到





我们的窘况，把手举起来，小学生的队伍马上停下来了。女教师微微躬身说到：“すみません（对不起）！”，并打了个手势示意我们先走。我不知该说些什么，只好冲着女教师笑了笑，拉着女儿快步走过去。队伍里的小学生们在我们经过他们身边时，也都向我们微微躬身致意道：“すみません（对不起）！”六岁的女儿回到车上感叹道：“日本的小朋友可真有礼貌啊！”

### 乐于助人的售货员

结束了6天的日本之旅，我们要从东京成田机场飞回香港。在机场免税店我想再买一些手信带给亲戚朋友。免税店的售货员小姐懂得一些简单的汉语，很热情地向我推荐了一些精致的日本特产，我就选购了一些糖果糕点。

在收银台付款时，我选购的商品一共是2820日元。于是我拿出两张1000日元的纸币，又把这几天在日本购物找还的硬币都拿出来找剩下的零钱，自言自语地说了声：“这么多硬币带着真麻烦。”售货员小姐听到后马上说到：“行，我帮你。”说着把纸币退还给我，从我手中接过那一大把硬币，从小面值的硬币开始一个个地清点凑数。1日元是日币中最小金额的硬币，我那把硬币里有几十个1日元，我自己都有点嫌麻烦不想去清，但售货员小姐还是指着这些1日元硬币说：“那个，先用掉。”花了10多分钟，售货员小姐清点了六七十个硬币才把账款凑齐，然

后把商品包好递到我手中，我有点不好意思，但售货员小姐仍然带着甜美的笑容道：“ありがとう（谢谢）！”礼送我们走出店门。

从日本回来，每每想起这些小事，我都回味无穷。日本人注重礼节众所周知，但让我感受到的是日本人的“礼节”不是仅仅流于表面的两句客气话，而是作为一种文化素养深深植入每个人工作和生活的每个细节之中，进而演化成一种生活态度和职业精神。有位作家评论说：“日本人深入骨髓的一种文化是宁可自己麻烦一点，也不要让别人感到麻烦。”想想那位宁可自己受委屈也不让顾客抱怨的店员大叔、那位让几十人的学生队伍停下来给一对父女让道的教师，以及宁可自己麻烦些也帮助顾客解决问题的售货员小姐，确实都能让人体味到一种敬业、专业、周到细致的职业精神，让人慨叹文化就是生产力，文化就是竞争力。

我想，如果我们能够学习到这种文化的精髓，在工作中对待客户、同事和他人，更加礼貌周到一些、更加主动积极一些、更加为别人着想一些，可能我们的心态和工作环境会更加健康和谐一些，企业的内部凝聚力和外部形象也会更加积极向上一些。这样也更加符合特发集团一直倡导的积极、健康、向上、和谐的企业文化和“全员职业化，成就美好生活”的企业核心价值观。这就是我日本之旅最大的收获。☺

# 春末意识流

■ 黄琳/特发地产公司

最难熬的日子莫过于春末夏初的时候。新抽出的嫩芽也显得没有了茁壮的生机，反多了些无精打采的萎靡。云层倔强地包住雨水不许它落下，似在跟谁生着闷气，无法舒怀。

不痛快的天气让人心里也跟着不痛快起来，胸口似被堵塞了什么，燥郁不止。对着灰蒙蒙的天，想着不久前还嫩绿嫩绿的叶子，忍不住要感叹，日子过得太快，即使想抓住春天的尾巴也无可奈何。

其实，想抓住的岂止是春天的尾巴呢？在度过最后一个儿童节时，学校的假期让人恋恋不舍，真希望时间就停在那里；当少年时期也在嬉闹中逃开时，青年这个词既陌生又恼人，愁绪莫名生出了许多；待到中年，学会了念旧，那些只在记忆里存在过的小玩意变得弥足珍贵、价值连城……

不知是受天气的影响，还是受了旁人的言语左右，心绪总是在工作之外游移到很远的地方。前段时间与一位刚从家乡赶来的旧识小聚，见面就打听起家乡的情况、同学的情况、朋友的情况……

旧识耐心地一一答复之后，定定地看着我，眼中尽是情谊与笑意：“怎么过去不曾听你这般关注家乡，现在倒询问不休了？”

被这么一问，我反倒不好意思起来：“最近也不知道怎么了，老是想家，想父母、朋友、同学。或许是上了年纪，也开始学着怀旧了。”

其实年轻的时候又何尝没想念过家乡，只是颇多的无奈扣下了回去的脚步。如丝绸一般盈盈流动的江水、青葱秀丽的山峦都是少年时的记忆。无忧无虑的欢跑、肆无忌惮的大笑，从未顾及着长大，再回首时叫人好生妒忌。妒忌那时如此年轻、快乐的自己。

离开家乡也有多年，早已在深圳这块曾经陌生的土地上扎根，有了妻子女儿，成为别人眼中的幸福家庭。只是初来乍到时，流离失所的艰难只有自己才知道。那时的自己是多么想家啊，父母的疼惜、兄弟的关爱时时诱惑着我，让我极想回到那座名震天下却灵秀内敛的小城。只是，身无分文、一事无成又如何面对含辛茹苦抚养我长大的父母呢，那只会让他们多添担忧。

好不容易成家立业，有了稳定的工作、美满的家庭，再想回家也是诸多羁绊阻挠，偶有返家也不过几天的驻留，几天几夜都无法讲完的话也只能凝练成一声问候、一道祝福。

旧识见我思绪飘开不忍打断，兀自看着街景独酌，当我思绪回到现实中，已是夜很深的时候。天气依旧闷热，那场迟迟未雨的大雨隐约带着压抑的忧愁和将要释放的快意。

起风了，很微弱。虽吹不开云层，亦唤不下雨帘，却让人心里舒坦不少。旧识建议沿途走走，感受一下凉风的清爽。喧闹的夜城，车潮人流穿梭不息。水泥城市虽早就硬化成了柔软的情怀，但哪及得上家乡葱绿的树、碧绿的草，不受工业化侵扰的空气。想家了，是旧识带来的思绪，也是心里牵出的怀念。

岁月匆匆不饶人。入夏后怒放的花朵、颜色渐渐晦暗的树叶，都在不经意地提醒我，越来越沉重的脚步在渐渐接近，必须把握最鼎盛时期，给生命镀上一层金边，让这一生熠熠生辉、不虚此行。重新振作起精神吧，让自己始终充满激情，使自己的人生充实，让自己的父母安心。☺









## 巴马， 让人神往的旅游胜地

■ 林碧婷/特发地产监理公司

越来越多生活在喧嚣都市里的人们，选择在节假日或者某个特定的时间，到野外自然氧吧中去洗涤身心，这就是近年来备受推崇的养生旅游，一种以生态养生为目的的时尚健康休闲形式。利用工作之余，我参加了江中旅推出的南宁巴马长寿“探秘”之旅，享受一下大自然，探寻巴马人长寿的秘诀。

我们搭乘深圳飞往南宁的班机，转乘旅游巴士，辗转4个半小时到达位于广西西北部的巴马瑶族自治县。该县总面积1971平方公里，聚居瑶、壮、汉等12个民族，总人口24.12万人，属亚热带季风气候，平均气温20.4℃，是世界公认的5大“长寿之乡”之一。素有长寿河之称的盘阳河源于凤山县桥音乡，流经巴马境内，经凤山水源洞，穿行于巴马县甲篆乡境内的百魔洞、百鸟岩，最后注入赐福湖，全长145公里。盘阳河经过长期流水冲刷，形成了深谷、溶洞、暗河、瀑布等多彩多姿的自然风光，称为长寿河风景区。沿河生长的木棉树，每逢阳春时节，木棉花迎

风怒放，满树火红，美不胜收，给秀丽的风景区增添了更为灿烂的色彩。

到巴马的第一天，刚起床，我就体验到这里空气的新鲜。酒店外面清风习习，到处鸟语花香。吃过早餐，我们首先前往位于县城西北25公里的巴马最为雄伟壮观的、有“天下第一洞”美誉的百魔洞。一路上，导游给我们描述景点的情况，他那流畅、富有渲染色彩语气语调对百魔洞的一番描述，令我们如临其境。由于心有所向，虽然只有短短25公里车程，我们还是觉得时间太慢，恨不得马上飞过去似的。一到站，我们就被这里常年缭绕的祥雾所笼罩，仿佛置身于仙境之中。经导游介绍，百魔洞中负氧离子浓度高达每方厘米7万个，是人们进行康复疗养的圣地。听他这么一说，我们姐妹几个来个集体深呼吸，恨不得把所有的空气都装满肚子似的，弄得大家哈哈大笑。我们紧随导游一步一步往洞里走去，边走边欣赏洞里的奇山异石。只见形态各异

的钟乳石或悬在顶部或拔地而起，像菜花、像狮子，像老翁……栩栩如生，千奇百怪。洞内四通八达，洞中有天，南北洞间，形似桶形的天坑垂直峭壁，高达百米。远眺洞顶，丛林中隐隐现出一间间木质房子，那是当地瑶民居住的地方。我们置身于不可多得的大自然“氧吧”，领略洞里那一幕幕气势恢弘、美不胜收、神秘莫测的地质景观，倍感心旷神怡。

游览百魔洞后，我们乘观光船游览奇特的生态地质自然景观百鸟岩。百鸟岩是个神奇的洞天水府，其独到之处在于没有任何灯光装饰也能呈现出金碧辉煌的艺术效果，这种神奇感受被称之为“时空隧道”。洞内钟乳石千姿百态，水碧石净，泉水叮咚，光环环绕，把整个洞府点缀得如同琼宫晶阁，如梦如幻。置身其中，光与影交错变化，美景层出不穷，让您在欣赏美景、品尝长寿泉水、独享静谧中仿佛经历了数天数夜……百鸟岩一年四季岩泉飘洒，三伏宜避暑，严冬可避寒。洞内有岩燕、岩鹰等禽类栖息，每当朝霞初升夕阳西斜，成千上万的岩燕飞出洞口贴水逐戏，蔚为壮观。

我们此行的重点是到巴马长寿村走访百岁老人。听导游介绍，三门海坡心河是世界著名长寿之乡巴马盘阳河流域长寿带的源头，景区内居民不到4000人，但百岁寿星就有4人之多，寿星比例高达千分之一，可以说是世界上百岁寿星最密集的地方。我们饶有兴趣地在巴马长寿村停留了约30分钟，拜访健康百岁寿星并与其交流长寿秘诀，融入他们简单而淳朴的快乐氛围之中。在探秘百岁老人居住的优质天然环境的同时也送上我们对百岁寿星衷心的祝福。



盘阳河向东而下，最后流入赐福湖，该湖是我们此次游览的最后一个景点。赐福湖景区内青山常绿，碧水常驻，湖山映衬，相得益彰：夫妻岩东面屹立，四叠泉南边飞涌，睡美人西北醉卧，莲花峰西麓回眸，近水远山皆有情，故人称“瑶山西湖”。景区内的长寿水晶宫是被誉为“巴马魂”的世界奇观。这里有新发现的国内外极奇罕见的洞穴奇观，洞内正处在生长发育阶段的钟乳石发出水晶般的光泽，洁白如雪的石花，晶莹剔透的鹅管，巧夺天工的卷曲石，大规模密集分布在洞中，堪称“大自然艺术之宫”、南国的“北国冰雕”。置身其中，您仿佛进入了一个玉砌般的童话世界。水晶宫内自然风流动，空气负离子含量高达每立方厘米3万到9万个，为洞外10倍，是理想的“天然大氧吧”，凉意沁人心脾，游客到此恍如进入仙境，顿感心旷神怡，乐不思返。

出来度假，免不了捎点土特产回来慰劳家人及同事。漫步巴马街头，我们发现来巴马的外地人特别多，除了游客，长住的老人越来越多了。他们被当地人称为“候鸟人”，都是从全国各地慕名来疗养度假的，巴马的知名度由此可见一斑。街上各类土特产十分丰富，有油鱼、麻鸡、香猪、山茶油、火麻、芭蕉芋丝粉、木薯淀粉、猪豆、黑豆、珍珠黄玉米、黑山等，林林总总，任挑任选。

几天赶鸭式旅游，尽管颇受旅途跋涉的颠簸，但由于有长寿光环的笼罩，有巴马天然氧吧相伴，我们完全没有疲劳的感觉。巴马，让人神往的地方，你的名字将牢牢印在人们心中。☺







## 我生命中的天使

■ 李春秀/仁孚特力公司

一次偶然的机，在收音机里听到了这么个故事：很久以前，有两个小灵魂是最知心的朋友，每天形影不离。有一天，一个小灵魂要转世投胎为人，众多的灵魂来送他。上帝问：“你还有什么愿望吗？”小灵魂说：“我希望拥有一个天使，帮助我成为一个最美好的生命。”上帝想了想，说：“成为一个最美好的生命，最有难度的就是学会宽恕，你们有谁愿意成为帮助他学会宽恕的天使呢？”他的朋友站出来：“我可以到你的生命里做一些恶事来让你宽恕。”“为什么你要这样做？”小灵魂问，“你是如此完美，有什么理由让你到我的生命里，让自己变得沉重和阴暗呢？”“很简单，因为我爱你，我是你的兄弟。”他的朋友说，“你也为我做过同样的事，你不记得了？我们曾经一起经历了一切，我们都当过男人和女人，好人和坏人，受害者和迫害者。我们彼此将最完美的机会带给对方，表达和体验着我们真正的自己，所以……”友好的灵魂进一步解释，“我会来到你的下一次生命中扮演‘坏蛋’，我会做一些真正可怕的事，你就可以体验到什么是宽恕了。”“你为我付出那么多，我能为你做什么呢？”小灵魂又问。“在我攻击你的时候，在我对你做出你能想到的最坏事情的时候，请你一定要记住我真正的样子。因为，我会假装投入，连我自己都忘记了，如果我忘记了我是谁，你可能也会忘记了你是谁，我们两个就会一起迷路。”他的朋友回答。小灵魂保证：“我一定会记得你，你是我的天使！”

听到这个故事，让我想起曾经历的一件事，曾有一段时间，深圳各大交通路口都有乞丐者在行乞，每次路过我内心都纠结不已，给与不给都难以决断，给他们吧，会助长这种行为，容易引发交通事故，对他们而言也很危险，不给又不忍心。后来，我跟一位老师交谈，我向他说了我的顾虑，请教他如何处理。老师笑着说：“用你的心去做就好了。你不觉得这些人的存在，不仅能激起你的慈悲心，让你对自己的生活充满幸福和满足感，还能提

示你要小心开车、遵守交通、尊重生命吗？他们用自己最卑微的方式来衬托你的幸福和满足感，他们置安全于不顾，只是为了得到一点点的施舍和同情，以此来培育你们的慈悲心和爱心，只要你用心去想，他们就是成就你们的观音菩萨，你们要感谢他们，更要回馈他们，要真诚为他们祈福。如果大家都有这份善心和慈悲心，他们的生活也会得到改善，你自己也会积累更多的福德，也会成长得更加完美。”

老师的话，当时我似懂非懂，但听了收音机里的这则故事，我明白了，原来如此，他们也是我生命中的天使！

在我们的生命里，多少次的感动都是因为美好的面孔和情感，因家人、朋友、同事们的帮助和支持而落泪，什么时候会为一个丑陋的、残疾的、脏兮兮的乞讨者或者因受到冷落、不公平的待遇、不被理解甚至面临的困难而感动和感恩过？原来，生命中的天使是多面性的，有美丽的、和善的、宽容的，他们以美好的面容出现在我们面前，帮助我们认识美好，追求高尚，指引我们走向光明；同时，还有那样一些时候，他们会有邪恶的、灰暗的、奸诈的、无能的、冷酷的、丑陋的面孔，他们用丑陋的外表，提升我们对美的感知力，用邪恶的行为，激发我们追求正义的潜能，用无知和不美好，让我们学会宽恕，成就我们豁达的胸怀，他们也是我们生命中的天使。

曾有朋友跟我说过，生活中的一切人和事、一切机会际遇，都是老天给我们的礼物，只是礼物的外包装不同而已。我们往往愿意接受精美的馈赠而厌弃看上去丑陋的东西，其实，只要我们换个心情，用迎接礼物的心态去接受他们，我们就能欣然接受，坦然面对一切。

用心感受，天使无处不在，他们一直陪伴着我们，帮助我们成为美好的生命。☺

## 我能贡献什么

——读《卓有成效的管理者》有感

■ 王捷/特发地产公司



当下的市场，充斥了太多的所谓“管理大师”和管理类书籍，鱼龙混杂。“大师”们满嘴唾沫星子乱飞，却不把听众读者当回事，全然成为说教之徒，借此大肆敛财。而一些国外的管理著作又因为翻译的原因和东西方文化的差异，让我们很难理解书籍所阐述的真谛。

如果要求管理者得好好读一本经典管理书籍的话，那我认为彼得·德鲁克所著的《卓有成效的管理者》是必须的选择。这本1966年的著作，在半个世纪后的今天细细读来，依旧觉得其真谛所在。而且随着经历的越加丰富，职业生涯的不同时期重新翻读，都会让你有新的收获和领悟。你不得不惊诧于德鲁克如何能在那么遥远的年代就能洞察一切，拥有如此的远见卓识和超前思维。

在本书中，德鲁克将“管理者”定义为由于其职位和知识，必须在工作中做影响整体绩效和成果的决策的知识员工、经理人员和专业人员，并非我们日常观念的经理、总经理才是管理者。而要成为卓有成效的管理者的关键之一就是重视贡献。

如果有人问：“你在公司服务，你认为你应该做什么？”通常的回答不外是：“我是一名会计，负责成本核算。”“我负责销售部门。”或者是：“呵呵，我要管100多人的工作。”但是很少人这样回答：“我的任务是向我们的经理提供他所需的资料，使他能正确地决策。”“我负责研究本公司的顾客将来需要些什么产品。”我们的管理者通常整天问的不是自己，我能为别人贡献什么，而是整天要求别人对他有什么贡献。不是主动地配合别人，而是整天等别人来配

合他。

人和人之间是相互依赖的，这种依赖，要建立在互相信任的基础上，更要建立在互相信任的基础上。就像我们年迈的祖父母和父母，要是不为我们做点事，他们就感觉不舒服，感觉自己没有价值了。这个价值就是德鲁克说的“贡献”。我们总要为别人贡献点什么，这个“别人”是国家，是社区，是企业，是朋友，是家人。你对别人一点贡献都没有，甚至你是个索取者，你怎么可能是个好公民，是个好员工，是个好朋友，是个好丈夫呢？

作为一位管理者（经理人员、知识工作者或专业人员），我们应该经常自问：“我对我的工作，我的同事，所在的部门，协作部门，公司的整体利益能有什么贡献？”并在实际工作中中能积极思考，主动作为。这就是德鲁克提出的——有效的管理者一定注重贡献，并懂得将自己的工作与长远目标结合起来。他强调的是责任。



其实理解这一点并不难，因为知识工作者并不生产“实物”，比如一双鞋或某个机器部件。他生产的是构想、信息和观念。就这些“产品”本身而言，它们并没有用处。只有当另外一个具有知识水平的人将这些“产品”作为自己的输入，并最终把它们转化为输出时，它们才会具有真正的价值。即使是最了不起的智慧，如果不将其应用到实践中去，那也只是毫无意义的一堆资料而已。这就是说，知识分子有责任让别人了解自己，必须考虑到他的产出供什么人使用，也必须了解用户应该知道些什么才能有效使用他的产出，从而产生效果。

如果您还觉得不太明白，我们可以举个实际中的案例。我们很多会计人员精通于财务数据的分析核算，为了体现其专业性，经常会提供“漂亮”而繁杂的会计报表给其他部门或经理人阅读使用。然而却发现这些在会计人员眼里一目了然的数据，对需要数字的经理人来说却是完全陌生的东西。虽然他们也会发现，有些数字在他们看来很重要，但经营部门却用不上。他们还可能发现，有不少资料是别人每天都需要的，但是他们的报表中却没有。

所以，每个知识工作者都是产出者，把你的每项工作都当成一件产品，你所服务的部门或同事就是你的顾客——享用你产品的对象。既然要强调对公司的贡献，强调“产品”，所以有效的管理者要强调的是责任而不是权力，要强调的是自己的职责而不是职权。德鲁克说：“一个重视贡献的人，一个注意对成果负责的人，即使他位卑职小，也应该算是‘高层管理人员’，因为他能对整个机构的经营绩效负责。”简单地来说，凡是能自我管理，可以把周围的同事视为“内部客户”的人，这些人都是“高层管理人员”。其实高层和基层只是观念不同，那些不能为自己负责，那些总等别人下指令的人，无论他现实职位多高，都是基层人士。那些能为自己负责，注重对组织的贡献者，无论他的职位多低，都是高层人士。

德鲁克就曾经告诉才华横溢的柯林斯（《基业长青》的作者），“当别人都在问‘你如何成功’的时候，你却应该问‘我如何贡献？’当别人都在追问‘你怎么做才能使自己有价值？’你却应该问：‘我怎么做才能对别人有价值？’”。

“把才华应用于实践之中——才能本身毫无用处。许多有才华的人一生碌碌无为，通常是因为他们把才华本身看作是一种结果。”

### 【附：百年德鲁克——现代管理学之父】

彼得·德鲁克(Peter F. Drucker), 1909年11月19日生于维也纳, 1937年移居美国, 终身以教书、著书和咨询为业。德鲁克一生共著书39本, 在《哈佛商业评论》发表文章30余篇, 被誉为“现代管理学之父”。他文风清晰练达, 对许多问题提出了自己的精辟见解。杰克·韦尔奇、比尔·盖茨等人都深受其思想的影响。德鲁克一生笔耕不辍, 年逾九旬还创作了《德鲁克日志》, 无怪乎《纽约时报》赞誉他为“当代最具启发性的思想家”。2005年11月11日, 德鲁克在加州家中逝世, 享年95岁。

德鲁克作为第一个提出“管理学”概念的人, 在当今世界, 很难找到一个比德鲁克更能引领时代的思考者: 1950年代初, 他指出计算机终将彻底改变商业; 1961年, 他提醒美国应关注日本工业的崛起; 20年后, 又是他首先警告这个东亚国家可能陷入经济滞胀; 1990年代, 还是他率先对“知识经济”进行了阐释。

管理作为一种实践和思考与研究的领域, 其根源几乎可以追溯到200年前, 但是管理作为一个学科, 其开创的年代应是1954年, 即德鲁克所著《管理的实践》的问世标志着管理学的诞生。德鲁克精辟地阐述了管理的本质: “管理是一种实践, 其本质不在于‘知’而在于‘行’; 其验证不在于逻辑, 而在于成果; 其唯一权威就是成就”。

《管理的实践》提供了观念、原则和工具, 我们可以将其比喻为企业的宪法。他以“管理企业、管理管理者、管理员工和工作”三项管理的任务, 贯穿整本书的主轴和精髓, 并以八个关键成果领域、三个经典的问句以及组织的精神丰富其内涵。时下大部分流行的管理思想和管理实践都可以从本书中找到根源, 包括: 目标管理、参与管理、知识员工管理、客户导向营销、业绩考核、职业生涯管理、事业部制分权管理、企业文化、自我管理团队等等。

如果《管理的实践》讲的是“机制”的设定, 那么《卓有成效的管理者》讲的则是“管理者”的修养。在《卓有成效的管理者》中, 德鲁克集中论述了一个管理者如何做到卓有成效。对组织负有责任, 能影响组织经营成果的人, 就是管理者。管理者, 就必须卓有成效。有成效是可以学会的! 如此, 一群平凡的人, 就能做出不平凡的事。

2003年7月, 彼得·德鲁克接受了美国总统布什颁赠的美国最高荣誉勋章“总统自由奖章”。对于94岁高龄的德鲁克而言, 这可谓是一份迟到的荣誉。



### 《将才》

作者：杜书伍 著 出版：山西教育出版社

为什么很多企业人才济济，管理层却总是抱怨无人可用？为什么组织中很多崭露头角的明日之星，最终都沦为“万年科员”？企业真正奇缺的不是人才，而是将才！成功的管理者不是“监工”，而是“教练”。杜书伍集结30年培养将才的独门心法，以浅显易懂的文字告诉你如何从基层打造将才实力，等待跃升的机会；如何成为教练式的管理者，教导部属一步步成长为得力干将。建立正确的职场价值观，遵循人才成长的规律，潜心修炼基本功，才能真正实现从“士才”到“将才”的飞跃。

本书专为有志成为职业经理人的人士量身打造，能够帮助职场新人缩短个人摸索与虚耗的时间，帮助企业培育中层管理人才，最终实现个人成长与企业跃升的双赢。



### 《六韬·鬼谷子》

作者：姜尚 鬼谷子 著 出版：湖南文艺出版社

姜尚，字子牙，被尊称为太公望，后人多称其为姜子牙、姜太公。中国历史上最享盛名的政治家、军事家和谋略家。

鬼谷子，姓王名诩，一说为春秋时代卫国（今河南鹤壁市淇县）人；一说为战国时代卫国（今江西省贵溪市）人；但具体生卒日不详，是“诸子百家”之一，纵横家的鼻祖，主要著作有《鬼谷子》及《本经阴符七术》。

本书将两者兼合，配合古今中外很有影响力的事例，倡导辩证论或诡辩论，并将书中精髓部分以最通俗的形式表现出来。书中晦涩难懂之处，也均加以注释、译文和诠释。让读者阅读起来，简单轻松，受益匪浅。



### 《30年后，你拿什么养活自己》

作者：[韩] 高得诚 郑成镇 崔秉熙 著；唐建军/译  
出版：广西科学技术出版社

理财是成功规划人生的第一步——而这恰恰是学校里从未教导我们的最重要的一课！富人都是聪明人，但聪明人却不一定都是富人！三大财富管理师将自己多年的心血、理财经验、人生规划的智慧融进书中。在韩国，有超过100万人在读完此书后决定理财，开始为30年后的生活做准备。