

张纳沙副主任率市国资委自主创新领导小组到我集团黎明镓清公司参观考察



我集团特发黎明镓清图像技术有限公司“微量X射线人体透射安检系统研发成果的产业化转化”项目在2011年获得市国资委自主创新资金扶持。为加强对获得自主创新扶持资金项目的跟踪了解，保障资金的有效使用，4月10日，市国资委张纳沙副主任率委自主创新领导小组到我集团黎明镓清公司参观考察，并召开考察座谈会。集团张俊林总经理、俞磊副总经理、企业一部蒋红军部长，特

发黎明刘学优董事长、高天亮总经理、镓清公司郭岳总经理等全程陪同市国资委领导参观了镓清公司生产车间、试验室、车载人体安检设备，镓清公司对固定式人体安检设备进行了操作演示。

座谈会上，镓清公司对产品的种类、性能、特点、适用范围及销售领域等方面向张纳沙副主任一行作了详细介绍，并汇报了公司的发展情况、企业创新基本情况及获得扶持项目的进展情况。张副主任等领导就项目的进展、公司的经营发展等方面遇到的困难和问题进行了询问了解，并表示一定会在适当的时机向深圳民航及深圳地铁等有安检需求的潜在用户进行推介。

市国资委自主创新领导小组的此次考察，增强了市国资委与我集团黎明镓清公司的互动交流，有利于镓清公司产品市场推广与企业发展。

(张志彬/特发黎明镓清公司)

市总工会职工教育学院王成辽主任一行到集团讲解职工教育培训相关政策

4月19日下午，集团邀请市总工会职工教育学院王成辽主任一行到特发讲解职工教育有关政策。集团党办和各企业负责职工培训工作的相关人员参加讲解会。

集团党办副主任岳红琼代表集团工委会对王成辽主任一行3人表示热烈的欢迎，并请其对市总工会职工教育相关政策进行讲解。王成辽主任说，市总工会近日下发了“新工人、新市民，大培训、大提升”职工素质提升工程实施方案有关文件，将结合全市企业和职工培训需求，开展职工素质培训提升工程，每年划拨6000余万元的专项资金，在全市企业中以送教上门、教育帮扶、企业培训补贴等方式，帮助企业开展培训工作。市总工会职工教育学院老师对相关政策及专项资金申报程序做了详细说明。

与会人员结合本企业实际情况踊跃发言和提问，称赞市总工会此举是惠民政策、福利政策，对节省企业自身培

训资金，扩大培训资源，提升职工“职业化”水平等具有积极的实际意义，同时表示将把握好市总工会有关职工培训政策，更好地开展企业的培训工作。讲解会现场交流氛围热烈，效果良好，达到预期目的。

(赵子铎/集团党委办公室)



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
邬立 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 市国资委对集团董事会换届调整会议顺利召开/陈丽萍
08 集团举办2013城市轨道交通价值论坛暨特发“和平里”产品发布会/黄胜鹏
10 集团获批建行8亿元房产开发贷款额度/张正

■ 特发论坛

- 11 以战略思维创新加强集团人力资源管理/林婵波
15 深圳中小房地产企业生存与发展策略探讨/丁晓东



■ 企业文化

- 20 集团系统开展“市属国企手挽手、关爱帮扶心连心”第八届帮扶困难职工捐助活动/赵子铄
21 特发物业成都分公司积极应对四川雅安地震，支援抗震救灾工作/特发物业成都分公司
22 特发小梅沙海洋世界第二届“小小驯养员”选拔大赛火热报名中（三则）/柳雯文 顾燕

■ 优秀文摘

- 24 华为文化进化论：超越“狼性”/马晓芳



■ 商海之道

- 26 仰望标兵，学以致用
——特发信息管理团队赴亨通集团对标学习体会/《信息窗》编辑部

■ 管理视角

- 30 以安全管理切入和支撑，培育特发物业服务品牌/郭晓东



■ 职场工作

- 33 关于企业在城市更新活动中对自有房地产拆除重建会计处理方式的探讨/傅斌

■ 聚集经营

- 37 集团俞磊副总经理一行到特发黎明公司调研
37 特发信息寮步光通信产业园安全发展受赞许
——广东省委安全检查组到特发信息东莞寮步光通信产业园指导工作/吴龙辉 龚甜甜
37 特发信息升级成立技术中心独立职能部门/黄斌
38 特发信息本部岗位薪酬项目正式启动/吴松泉
38 特发信息光网科技公司天猫商城正式上线/沈瞳
38 特力永通大厦服务中心荣获“东门街道辖区2012年度安全管理工作先进单位”/祁敏
38 仁孚特力公司开展“宗师之旅”自驾活动/闫实

- 39 北京交通大学—特发黎明长龙公司2013年“软件工程”在职研究生班正式开课/王强
39 特发小梅沙旅游中心参加广深珠旅游推介会/柳雯文
40 特发小梅沙旅游中心积极采取措施应对招工难题等2则/顾燕
41 特发物业坂田管理处开展服务需求考核等2则/郑韦

■ 地产行业动态

- 42 广东“国五条”细则率先落地等11条/《特发地产信息》

■ 旅游行业动态

- 44 第九届中国出境旅游国际论坛将于6月在京举办等18条/特发小梅沙旅游中心

■ 员工情怀

- 47 山海风光20年
——写给盐田建区15周年/魏鹏程
50 另一个角色/陈国静
51 秦韵雄风，我的家乡咸阳/马明
53 生活是世人不愿参透的禅/伍俐洁

■ 杂言随笔

- 54 没有什么比微笑更美/叶璐
55 70后随笔/罗晓玲
56 网络，虚拟却真实的世界/杨红
57 不一样的style/潘俞霖

■ 图片新闻

- 封二：张纳沙副主任率市国资委自主创新领导小组到我集团黎明镒清公司参观考察/张志彬
市总工会职工教育学院王成辽主任一行到集团讲解职工教育培训相关政策/赵子铄





市国资委对集团董事会换届调整会议顺利召开

■ 陈丽萍/集团人力资源部

5月21日上午，市国资委对特发集团董事会换届调整会议在发展中心大厦6楼会议室顺利召开。市国资委党委柏立新书记、企业领导人员管理处处长唐汉隆、企业二处副处长王志楷及国资委相关人员出席会议，集团领导、总部中层副职以上人员及下属企业班子成员参加了会议。

会议由刘爱群同志主持。市国资委企业领导人员管理处处长唐汉隆宣读了国资委相关任免和推荐文件：推荐张俊林任特发集团董事、董事长，张建民、栗淼、胡国斌任特发集团董事，建议免去刘爱群董事长、董事职务；张俊林同志任特发集团党委书记，张建民同志任特发集团党委副书记，免去刘爱群同志特发集团党委书记、委员职务；推荐张建民任特发集团总经理，建议免去张俊林特发集团总经理职务；推荐栗淼续任特发集团财务总监；推荐孙静亮续任特发集团监事；建议林婵波继续作为特发集团职工董事人选。以上将按照公司章程履行相关手续。

刘爱群同志在发言中对市国资委长久以来给予特发集团的关心、支持以及对特发班子的高度信任表示感谢。他在发言中深情地回顾了特发近8年的愉快工作经历，感谢两级管理团队在工作上给予他本人的帮助和支持，本届班子能够坚持和而不同的工作作风，班子成员勇于发表自己成熟的



意见，在投资决策、人事任免等重大问题上，能够做到公道正派，符合实际和战略需要。刘爱群同志对新一届班子表示衷心的祝贺，希望全体员工在新班子的带领下抓好集团重点项目的推进，尤其是小梅沙、香蜜湖和深高等战略项目的开发，并预祝特发集团在不远的将来顺利完成转型升级，为特发集团的再次辉煌添砖加瓦，为市属国有企业的发展壮大贡献特发人的力量！

张俊林同志在发言中首先感谢市国资委、各股东单位、集团核心管理团队和全体员工对自己的信任和支持。他认为此次调整充分体现了市国资委对本届班子工作的肯定：特发集团32年的发展历程如同接力赛跑，特发的事业在一棒一棒的传递，新一届班子承接的这一棒是继往开来的一棒。本届班子在刘爱群同志卓有成效的领导下，不但实现了从困境中走出来的目标，而且为下一步的发展做强夯实了基础，目前特发集团人心思进，风正气顺，经营业绩稳步上升，战略蓝图也逐步显现。新一届班子将以小梅沙、香蜜湖和深高等战略资源项目的开发为契机，通过商业盈利模式的创新、管理创新、技术创新、文化创新等多种手段和方式，推动集团的全面升级转型，打造集团长远的、可持续的、有质量的发展。张俊林同志指出，在通往集团未来美好前景的征途上，必然还会遇到许多超出我们想象的困难和险阻，这需要集团全体员工凝聚智慧和力量，直面困难，坚韧不拔，不断实现自我超越。他表示在市国资委和各股东单位的正确领导下，新一届班子将紧密依靠集团两级核心管理团队，带领5200余名员工，全面完成市国资委和各股东单位交给我们的任务，实现企业和员

工价值的共同提升，赢得市场、社会对特发集团的认可和尊重。

张建民同志在发言中对市国资委的信任和器重、集团两级管理团队和广大员工的支持和期望表示感谢。他认为此次董事会调整，既是特发领导班子建设的一件大事，也是个人职业生涯的一个重大转折点，自己将本着“任重道远，信心满怀”的心态扎实做好本职工作。一是在集团董事会的领导下，与经营班子成员齐心协力，精心谋划，大胆开拓，以实现企业价值最大化为目标，积极探索新的商业模式，加快存量资源的开发，做强做优三大主业，提高企业的盈利能力，增强集团持续发展的后劲，力争圆满完成集团“十二五”战略规划。二是尽快完成角色转换，不断提升公司经营班子的管理水平，工作中继续秉持“向市场看齐、向标杆企业看齐”的理念，着力运用集团总部的顶层设计优势、全局统筹优势和资源配置优势，进一步提高总部的运行质量和效率，带头营造风清气正、干事创业的良好氛围，充分调动集团两级管理团队的积极性和创造性。三是加强学习，做一个与时俱进的职业经理人，将不断学习作为“自我超越”的阶梯，促使自己的管理理念、创新能力，跟着同事、跟着企业、跟着时代一起进步。工作中尊重和支持其他班子成员，搞好团结协作；保持坦荡、善意、正派的心境，干干净净干事、清清白白做人；遵纪守法，廉洁奉公，勤勉敬业，争取成为一个称职的、受董事会和广大员工认可的职业经理人。

市国资委党委柏立新书记在讲话中，首先反馈了市国资委对特发集团董事会的考察情况。根据考察报告，



集团本届董事会一年来的工作主要有5个方面的特点：一是健全工作机制，加强制度建设，提高运作的规范性；二是注重与股东沟通，明确权责边界，促进治理层面相互配合；三是优化对董事履职的服务和支持，董事能勤勉尽责，董事会决策质量进一步提高；四是发展思路清晰；五是加强战略规划的推动、落实，重大项目取得了进展，经济效益稳步增长。柏书记在讲话中回顾了特发本届班子的配备过程，对刘爱群同志不计个人得失、服从组织安排到特发任职，以及任职特发以来勤勉敬业、公正无私的职业精神表示充分肯定。谈到下一步的工作时，柏书记代表国资委党委对集团新一届董事会、党委班子和经营班子提出了五点工作期望：

一是要进一步加强“五好班子”建设，切实增强领导班子引领企业科学发展的能力。此次换届班子两位主要领导都是新人选，虽然是内部提任，但是都面临着岗位职责的变化、角色转换的问题，因此，班子建设依然是强调的首要问题。新班子要继续发扬上一届班子的优良作风，树立一盘棋的思想，进一步强化学习意识、团结协作意识、自律意识和节约意识，相互配合，相互关心，相互沟通，各司其职，各负其责，增强工作的协调性，工作上讲团结、讲纪

律、讲原则。主要领导要眼界开阔，胸襟宽广，虚怀若谷，从善如流，带头坚持民主集中制，带头开展批评与自我批评，关心、尊重、爱护班子成员，处处以身作则，要有容人之短的胸怀，容人之长的美德，容人之意的度量。在公司立正气，树清风，用事业来激励人，用严格的标准来要求人，形成干好工作的强大合力和氛围。班子的副职要发挥主动性，增强责任感，自觉维护班子的团结、和谐，努力做好本职工作，向组织负责，保持良好的精神状态，把思想用在干事业上，把精力放在抓落实上，不断地提高处理复杂问题的能力和领导企业科学发展的能力。

二是要强化董事会的建设，提高董事会的治理绩效。近几年，集团董事会在体制建设、信息沟通等方面正逐步完善，经营管理也在逐步规范。本次董事会换届按照新章程对董事会成员进行了调整，董事会的年龄结构和专业结构得到了优化。下一步，希望集团进一步细化各层次的治理规则，明确界定各层次的权责边界和行为准则，进一步规范董事会和经营层的关系，真正建立起权责明确、高效运作、有效制衡的工作机制，进一步加强战略管理。董事会的主要职责是在公司发展战略、管理架构、投融资、财务监控、人力资源等方面行使管理的决策权，要认清集团的优势、劣势和所面临的市场环境，加强战略研究、创新，构建集团的管理模式和主导产业的商业模式，明确集团可持续发展的路径。经营班子要不折不扣地贯彻董事会决策，抓好日常经营和执行层面的事务，进一步提高执行力，降低管理成本，提高工作效益。另外，董事会和党委要按照相关文件的规定和要求组织好对副总经理选聘和考核工作。

三是要加快项目开发，强化管理，提高协同效应和资源配置效率。近几年，集团由收缩做实向做实做强转型，经营业绩持续保持平稳

向上的态势，这些成绩的取得离不开班子的正确领导和广大干部员工的辛勤努力。但是，面对现在复杂的经济形势，希望集团上下切实增强危机意识和责任意识，在加强营销、优化流程、费用控制等方面强化管理，提升绩效水平。要深入推进对标管理、全面风险管理和信息化管理，推动内部管理的规范化、标准化和精细化的进程，努力向国内行业的标杆企业看齐；要加快建设和项目开发，确保工程质量和工期，全面推进存量资源的开发，争取早日启动小梅沙、香蜜湖、深高以及天鹅等片区的开发建设；要从项目建设和资源开发的全局出发，统筹和协调好各方面关系，调动一切可以调动的力量，共同促进工作的顺利展开，实现企业与利益相关方的互利共赢；要通过资本经营推进集团项目的开发、产业转型和商业模式的创新、优化融资模式来提高融资的效率。

四是要进一步加大人才队伍建设的力度，积淀公司发展的人力资本。考察中发现集团近几年在人力资源管理和开发方面做了不少工作，但是目前高素质的专业人才仍然十分缺乏，还不能满足今后发展的需要，现有的激励和约束机制也还未能很好的解决引人、用人、留人的问题，公司发展战略的实现需要高素质的人员和人才队伍作支撑。因此，要建立健全集团内部的人才工作、成长制度和环境，形成优秀人才发现机制，根据企业所处的行业、规模、发展阶段，制定更为科学的薪酬激励与考核体系，激发干部员工奋发有为、创新进取的热情，增强公司的活力；要加大战略人才的引进力度，把招聘人才和培养人才结合起来，形成良好的人才储备，逐步打造与集团战略目标相适应的、结构合理的、团结高效的、各类人才齐全的、形成层次梯队的一流化专业队伍；要用发展的眼光增加对员工的培训，进一步完善培训体系，加大人

才内部培养力度，采取多渠道、多样化的培训方式，完善员工的知识结构和能力结构，适应集团业务和多层次的需求，进一步做好员工职业生涯规划，明确员工职业发展方向，促进公司和员工的共同发展。

五是要按照党的十八大的部署和要求，按照习近平总书记的重要讲话精神，不断地加强和改进企业党建工作、企业文化和廉政建设，为企业持续稳定发展提供坚强的保障。近年来集团重视党建和企业文化建设等方面工作，党建工作的主动性和实效性也有了明显的提高，希望公司党委深刻领会和把握十八大的精神，夯实企业党建工作的基础，建立党建工作的长效机制，不断地提升企业党建工作的科学化水平，为企业发展提供思想保证、政治保证和组织保证。要将党建工作和企业文化建设工作紧密结合，相互渗透，使企业文化建设工作成为党建工作的延伸和重要载体。要加大对员工的关爱力度，使特发“全员职业化，成就美好生活”这一核心价值理念更加深入人心，充分调动广大员工的积极性和创造性，用良好的企业文化打造企业竞争软实力。要切实落实党风廉政责任制，全面贯彻三重一大的决策机制和《深圳市国有企业领导人员廉洁从业的实施办法》，从优化制度、防控风险等方面入手，推进重大事项的公开、透明，做到阳光工程，干净做事。

最后，柏书记指出当前集团的改革发展正处于承前启后、继往开来的关键阶段，希望集团全体员工全力支持和配合新一届董事会、党委班子和经营班子的工作，全力维护班子的威信和团结，在张俊林同志的带领下，坚定信念，攻坚克难，奋发图强，加快项目开发，强化经营创新，通过资源优化和整合、战略转型升级、产业跨越发展推动集团的发展再迈上一个新的台阶！👉



集团举办2013城市轨道交通价值论坛暨特发“和平里”产品发布会

■ 黄胜鹏/本刊通讯员（特发地产公司）

4月13日下午，特发集团主办、《南方都市报》战略合作、北京大学汇丰商学院提供学术支持的“2013城市轨道交通价值论坛暨特发和平里产品发布会”在深圳五洲宾馆B座华夏厅举行，特别邀请香港凤凰卫视著名主持人胡一虎主持。集团刘爱群董事长、张俊林总经理、俞磊副总经理、特发地产丁晓东董事长、国内著名建筑、城轨规划专家、学者、地产界业内人士，以及特发和平里意向客户等700多人参加论坛，现场座无虚席，气氛热烈。

下午2时论坛正式开始，集团俞磊副总经理致欢迎词，向出席本次论坛的特邀嘉宾、新闻界朋友、关心和支持特发“和平里”项目的各界朋友表示热烈欢迎，并向来宾介绍特发集团的辉煌历程：与深圳经济特区共同成长起来的特发曾创造诸多的全国第一，如第一座玻璃幕墙钢结构超高层建筑——深圳发展中心大厦，第一家立项批准的符合

国际标准的高尔夫球场、竞得土地使用权“第一拍”等，为深圳经济特区建设和我国改革开放事业做出较大贡献。如今特发成为集旅游、房地产业、电子信息业等产业为一体，拥有2家控股上市公司、8家全资控股企业的国有大型综合企业集团。“和平里”是特发集团潜心打造的精品地产项目。她向来宾介绍了项目的设计理念、区域价值和人文价值，与在场700多位来宾共同期待特发“和平里”带大家温馨雅致、绿色低碳的现代都市高尚生活。

接着，论坛特邀嘉宾、住建部住宅产业化促进中心副总工程师、国家一级注册建筑师孙克放做了题为《城市轨道交通与房地产》的演讲。在长达一个多小时的精彩演讲中，孙总回顾了轨道交通的发展历程，以实际例子列举伦敦、日本、香港等国际大都市轨道交通的经济地位和社会价值，对国内轨道交通与房地产产业的巨大影响进行了全



方位解读，把现场听众带进一个现代大都市轨道交通生活的视听世界。

论坛第二阶段的沙龙活动邀请6位专家上台进行交流，由胡一虎与嘉宾共同探讨轨道交通对区域经济的影响、轨道交通与低碳生活、绿色出行的关系。胡一虎以独特的主持风格，富有挑战并颇有幽默的提问把会场气氛调动起来，专家们各抒己见，观点鲜明，交流热烈。关于深圳地铁与区域经济发展关系，市轨道办副处长胡春雷说：自1863年1月10日世界第一条地铁线“伦敦地铁”开始运行，轨道交通，特别是城市地铁，至今刚好开通150年，150年之后的今天伦敦还在继续修建地铁，可见它对城市 and 民生有着何等重要的作用。深圳如果没有轨道交通做支撑，经济不可能持续大规模发展，轨道交通必须作为深圳主要基础实施来建设。就城市轨道交通对房地产的影响问题，房地产业内资深人士郭建波这样概括：从国外、香港的经验数据来看，地铁对商业房地产价值的提升达到50%，普通住宅达到30%，豪宅为10%；对于城市中心大枢纽（福田中心区、龙华中心区属于大枢纽）的地产来说，住宅价值持续上涨的空间更大。香港戴德梁行大中华区高级董事蒋尚礼也与大家分享了轨道交通带来的红利。他以深港两地作比较，认为香港的做法有许多值得借鉴的地方：香港的地铁规划是与区域沿线的商业、住宅地产统

筹进行的，既修地铁也做房地产，使之产生投资红利。地铁龙华线是深圳唯一一条由香港经营的线路，借助香港的管理效率，将来该线路还要与高铁接驳，可以延伸到内地。人流、商务的交流都可以带来很高的效益。城市轨道交通带动区域经济的发展，也带给人们价值观的转变，正如深圳建筑科学研究院董事长叶青所说，绿色出行、低碳生活是提升生命的绩效，表现了人们对于生命的尊重，它是一种价值观的体现。现在我们讲收入的时候注重年薪，实际上时薪才重要，宁可把时间花在学习提升上面，也不愿使之耗费在堵车路上。当我们选择低碳生活这样一种生活方式的时候，实质上是对自己、对社会负责的一种表现。借特发“和平里”产品发布会之机，海外资深建筑规划设计顾问、“和平里”设计师顾伐在畅谈该项目设计理念时，道出了他对降低地铁噪音的处理方案，一是花3200万元建造轨道隔音罩，二是建筑后退35米，三是门窗使用双层玻璃，同时改变建筑朝向。另外，打造阳光车库，采用主路口与车库路口并行的方式，提高开车品味。

论坛最后，特发集团刘爱群董事长、张俊林总经理、特发地产丁晓东董事长手执模拟地铁卡，共同点亮绿色出行的实践之路——“地铁送你回家”亮灯仪式。2013城市轨道交通价值论坛暨特发“和平里”产品发布会圆满结束。☺

集团获批建行8亿元房产开发贷款额度

■ 张正/集团计划财务部

龙华“和平里”是集团“十二五”期间房地产重点开发项目，预计总投资30亿元。4月初，集团成功获批建行8亿元房产开发贷款额度，首期2亿元贷款已到账，贷款利率比市场平均利率上浮幅度低5-10个百分点。

在房地产市场持续从严调控的背景下，银行审慎开展房地产信贷业务，贷款授信规模受到控制，房地产企业从银行获得开发贷款的难度加大。为了解决龙华项目的建设资金，计财部对开发贷款、房产信托等各种资金渠道进行了认真分析。申请房产开发贷款虽然难度较大，但贷款实行专款专用，有利于保障项目建设的资金需求；开发贷款采用核定额度内按项目实际用款进度提取贷款的方式，且可以根据回笼的售楼款提前归还，有利于降低融资成本；另外，开发贷款利息可作为土地增值税扣除项目，有利于合理减轻税负。因此，选择房产开发贷款对我集团更为有利。

集团分别向建设银行等多家银行提交了房产开发专项贷款申请，经过艰苦谈判以及对各银行提供的贷款利率、还款条件等的比较，并考虑到与金融机构的战略合作关系，最后选定由建设银行作为贷款发放银行，贷款综合利率同比市场基准贷款利率上浮平均幅度低5-10个百分点，可减少财务费用约1000万元。

龙华“和平里”项目房产开发贷款的获批，有效降低了项目的融资成本，为确保项目如期完工解决了建设资金来源，并为集团后续项目开发的资金解决方案提供了宝贵经验。



编者按：4月26日，集团召开2013年第1季度人力资源工作会议，通报市国资委系统企业薪酬检查情况、集团2013年1季度薪酬执行情况，以及集团各企业2012年度和2013年第1季度人力资源管理工作情况，并进行了“企业人力资源效率”专题研讨，集团党委副书记、纪委书记林婵波出席会议并讲话，集团系统全资控股企业人力资源分管领导、人力资源部负责人共计20多人与会。现将林书记讲话稿刊出，供集团全体员工学习，以指导工作。

以战略思维创新加强集团人力资源管理

■ 林婵波/集团党委副书记、纪委书记

“十二五”战略规划实施以来，集团各企业在经营规模、业务领域拓展等方面不断取得新成绩、新突破。企业经营管理的新局面对人力资源工作提出了新要求、新目标。要实现从人事管理向战略性人力资源开发的彻底转变，为企业整体战略目标的达成提供足够支撑，不但需要各级经营管理人员的重视与参与，更要求人力资源从业人员需要重新审视自身素质、能力和技能，从根本上实现工作态度的转变和工作能力的转型升级，为打造一支专业、敬业、乐业、强有力的人力资源队伍，并带动企业整体人力资源工作水平的提升奠定坚实的基础。

按照张俊林总经理的要求，人力资源工作作为集团经营管理的关键环节，必须更好地发挥其对集团整体文化建设的良好驱动作用。目前，全系统40多名人力资源从业人员的基本素质和专业知识、技能等方面均得到了快速提升，在很大程度上促进了人力资源开发和管理整体水平的提高，这也从一个侧面反映出企业人力资源工作开展的良好状态。2012年，集团开始推进人力资源任职资格体系的建设，这是推进人力资源



从业人员职业化、专业化的重要手段，也是落实集团“职业化”企业文化建设目标的具体举措。其中，职业资格认证比例最高的特发地产公司已占50%。下一步，各企业将建立以《企业人力资源管理师职业资格证书》为

上岗证书的人力资源从业人员资格认证体系，通过制定相应制度，鼓励人力资源从业人员加强专业知识和技能培训，将职业资格证书作为上岗的基本条件。

在职专业培训得到了进一步加强。集团为各直属企业开放了特发网络学院账户，此项工作得到了各企业的普遍重视，为从业人员技能培训、专业知识学习提供了一个简单高效的平台。近年来，各企业根据实际需求开展了一系列的培训工作，通过对员工培训，增强了企业的竞争力。下一步，培训工作还应加强系统性、计划性和针对性。要从企业战略的高度分解出培训工作策略和主要方向，从员工的岗位职责中分解出培训的具体课程，根据绩效反馈情况落实培训计划的执行；要从培训工作规范化和制度建设入手，通过年度人力资源规划和年度预算等管理工具，切实提高培训工作的计划性；要针对经营管理工作遇到的主要短板、薄弱环节开展培训工作。

企业薪酬体系建设是近期工作重点。企业应根据战略及时对薪酬制度进行评估，并根据评估情况制订相应的修订计划，要通过与市场薪酬水平、岗位价值评估的比较，处理好薪酬内部公平性与外部竞争性的关系，重点关注薪酬与组织架构设计和绩效的关联，合理设计薪酬增长机制；要关注企业所属事业部或所属企业的薪酬制度建设情况，进一步加强企业薪酬预算管理，提高预算的准确性。

绩效管理体系逐步完善。2012年特发信息、黎明集团、小梅沙、特发物业4家企业针对企业实际和战略要求，对绩效管理体系进行了细化、修订和完善。但据统计，部分企业的薪酬和绩效制度的修订不是同步进行的，这说明企业人力资源基础制度的修订工作尚不系统，其运作的有效性值得商榷。下一步应围绕

企业战略和实际，逐步完善企业绩效制度，合理运用绩效考核工具，重点关注绩效考核结果的运用，包括退出机制的建立。

总之，集团各企业人力资源管理工作在助推企业战略目标实现、员工激励、企业文化塑造等方面发挥出越来越重要的作用。但是，对照企业战略和市国资委的高要求，集团各企业人力资源管理工作还有待改进和提高。未来三年是集团努力完成“十二五”战略规划目标的关键时期，也是集团人力资源管理工作转型升级的重要时机。如何通过人力资源队伍的建设，促进企业人力资源管理工作水平的进一步提升，是摆在每名企业人力资源管理者面前的重要课题。借此机会，强调六点意见：

一、加强人力资源管理要有战略思维创新和行动。

如何使人力资源管理工作达到“蔽不新成”？要通过战略思维的创新和行动，完成从过去的人事管理向战略性人力资源管理的转变。这不但是企业发展的要求，也是人力资源管理工作自身发展的要求。必须以上述要求为基础，建立一支强有力的人力资源管理者团队，持续、有效地提升人力资源工作，助推企业战略目标的实现。近年来，集团倡导“全员职业化”的核心价值观，什么叫做“职业化”？什么叫做“敬业、专业、乐业”？实际上就一句话：工作要进入状态。只有全身心进入状态，才能够激发出超越自我的各种力量，包括学习提高、努力进取、着眼全局、集思广益，保持“逆水行舟，不进则退”的清醒头脑和忧患意识。个人如此，企业也是如此。“专业、敬业、乐业”不可做表面功夫，要激发持之以恒的内在功力，这是对人力资源工作的职业道德要求，以及提升、服务、展现自我的必要条件。一个适合企业自身发展需要的人力资源战略可以提升企业



人力资源管理水平，提高人力资本价值，指导企业的人才队伍建设和人力资源的有效配置，从而使人才效益最大化。人力资源战略思维的创新主要在于，人力资源工作应充分发挥引领作用，围绕企业的发展战略，敢于突破传统工作方法的局限，通过员工激励、生产效率模型研究、流程优化、人才培养和制度创新等工作，为企业提供有力的大数据参考。

二、加强人力资源管理要切实加固实施基础性工作。

“合抱之木生于毫末，九层之台起于累土，千里之行始于足下。”人力资源工作不但要从战略的高度出发，更要着眼于基础性工作，这些基础性工作包括组织结构、招聘、培训、绩效、薪酬、关键岗位配置、领导人员管控办法、法人治理结构、战略规划计划落地、长效激励机制、责任追究等十几个方面。其中，薪酬体系与绩效管理密切相关，同时，薪酬绩效体系的基础和前提是人力资源规划和招聘与配置，包括岗位评价、任职资格体系建设和岗位职责梳理等。在薪酬体系设计时，必须夯实人力资源基础工作，使制度得以优化，操作可行性得到提升。无论是模块内工作还是延伸性工作，这些人力资源开发的基础职能，体现了人力资源管理工作内容的丰富性，

也使得企业人力资源管理工作更具体深入地融入到了企业日常经营管理工作中。

三、加强人力资源管理要激发出团队建设的正能量。

通过激发内在潜能，增强正能量，可以使人表现出新的更具活力的自我。实际上正能量就是一种健康乐观、积极向上的精神力量。《老子》讲“上善若水”，水具有“居善地、心善渊、与善仁、言善信、正善治、事善能、动善时”七种特性，这就是提倡我们要学习水是万物之源甘愿奉献善利万物而不争私利、达到“道法自然”的强大精神品格。增强团队内部正能量的一个有效方法是要加强团队内部的沟通、包容。通过积极有效的沟通，建立起共同的工作目标；通过真情实意的适当情感沟通，关心同事，善于发现个人和团队的优点、优势，予以肯定、鼓励和善意的指正不足，建立和谐的团队文化。根据国人的文化传统，沟通方式较有效的是面对面沟通，其次是电话实时沟通，然后才是QQ、微信、电子邮件等沟通。

四、加强人力资源管理要发挥其对优秀流行文化的引领作用。

比如，当今的大数据时代，要求我们企业人必须不断学习更新知识，这是时代的要求。一

个真正的企业家，只有具备良好的文化基础，包括传统文化、流行文化知识基础，甚至必须具备必要的、正确的历史观，才能具备对企业决策、经营、管理、监督的前瞻性，从而达到游刃有余。就像《孙子》对待国家防卫的那几句千古断言“兵者，国之大事，生死之地，存亡之道，不可不察也。”企业的存亡兴衰何尝不是与一个国家的存亡兴衰相似呢？优秀的企业文化引领企业的长久发展，是企业发展的原动力和理念基础，企业文化的核心内容应融入人力资源管理工作、实践中。人力资源管理工作作为企业经营管理工作的主要内容之一，必然承载着企业文化宣导和落地的职责。譬如，人才的选拔和使用既是人力资源管理工作的重要内容，也是企业文化导向的重要风向标，在选人用人的标准上秉持“德才兼备”的原则，在方法上采用“公开透明”的方式，从而营造出良性的竞争文化氛围，必然会促使企业保持积极健康的企业文化。同时，只有将文化溶于制度，才能夯实企业文化生根落地的基础。因此，企业的薪酬制度、绩效制度、培训制度和人才选拔制度等人力资源管理的基础制度建设，不但要以战略为导向，也要充分考虑企业先进文化的引领作用，将文化的因子植入制度的修订工作中。

五、加强人力资源管理要促进企业决策、经营、管理、监督和文化等模式的优化和创新。

从人事管理到战略性人力资源开发的转变，必然要面临诸多的新问题、新困难，这就要求我们要具备创新精神，从促进企业的决策、经营、管理、监督和文化等方面开展人力资源管理工作创新。理念比方法更重要，首先是要在理念上创新。用现代人力资源管理理念充实自己，系统的学习和掌握人力资源管理知识和方法，并用其指导日常的人力资源管理工作。其次要大胆采用新方法、引进新工具，改进企业的人力资源管理工作，促进人力资源管理水平的提高。第三，要

带动和引导团队，营造创新型的文化，发挥集体的力量，开拓工作思路，推动企业人力资源管理工作的全面创新。最后，我们的思路可再开阔些，胸怀应当更开放些，“独创新”不如“众创新”，让我们自信、开心地进入全面创新的大时代吧。

六、加强人力资源管理要立足于企业的持续改善和基业长青。

“道生之，德畜之，物形之，势成之。”企业要基业长久稳固，必须做出符合企业发展规律的，“道法自然”的工作，通过建设一个强大的特发职业化团队，促使企业形成良好的发展势头，只有这样，我们才能赢得上级股东的信任，获得社会对我们由衷的认同。这种认同包括对企业产品、形象、影响力以及企业核心价值观的认同。这方面，人力资源工作要发挥积极的作用。具体来说，人力资源管理工作，对外要通过履行社会公益、营造先进的企业文化等方式，扩大企业的社会影响力；对内，要从人力资源规划入手，有计划、按步骤地推进后备人才培养、继任计划以及员工队伍建设等工作。同时，要加强忧患意识。孟子讲：“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为，所以动心忍性，增益其所不能。人恒过然后能改，困于心衡于虑而后作，征于色发于声而后喻。入则无法家拂士，出则无敌国外患者，国恒亡。然后知生于忧患而死于安乐也。”人生之路如此，企业的存亡发展基业长青也是如此。如果不经过“动心忍性”、“困于心衡于虑”的努力挣扎而度过企业最困难时期，如果没有上级扶持关心和法家拂士的指点，如果发现不了可能威胁到本企业发展的市场竞争因素，任何表面强大的企业都将走向死亡。两千年后的今天，圣人“生于忧患死于安乐”的忠告依然在激励着我们，这也是我们企业持续改善和基业长青的至理名言。☺



深圳中小房地产企业生存与发展策略探讨

■ 丁晓东/特发地产公司董事长

中小房地产企业在国民经济发展、城市化和防止房地产市场垄断等方面发挥着重要的作用。近年来随着房地产市场的快速发展、竞争加剧及中央政府一系列宏观调控政策的出台，中小房地产企业的生存与发展面临困境。一直走在我国改革开放前沿的深圳作为“北上广深”四大一线城市之一，其房地产市场的发展具有代表性意义。这里，希望通过深圳中小房地产企业面临的生存困境及发展策略的分析和探讨，对制定特发地产发展战略和实施路径提供借鉴。

一、深圳中小房地产企业发展概况

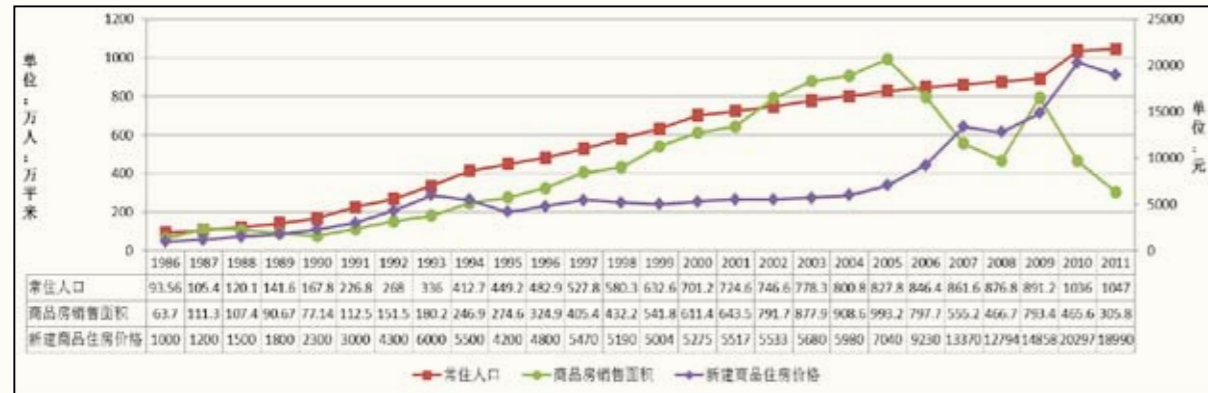
（一）深圳市房地产的特点

深圳市土地面积为1953平方公里，全市2011年末常

住人口1047万人，实际人口已达1500万，人口密度达到每平方公里六七千人，为全国最高。从下图可以看出，改革开放30多年以来，随着人口的快速增长，房价也不断攀升。2011年，深圳市GPD总量为11502亿元，位居国内第四，比2010年增长10.0%。2011年，完成固定资产投资为2136.39亿元，其中，房地产开发项目投资590.21亿元，增长28.7%，房地产投资仍然是城市经济发展的支柱。

1、城市面积小，土地资源 and 市场规模受限

深圳市总面积仅有1953平方公里，可建设用地不足900平方公里，无论是土地资源还是市场规模都不能与“北上广”相比。近年深圳土地出让宗数和面积持续减少，2011年深圳共成交19块土地，其中12块居住用地，能够为住宅市场带来的有效供给甚少，并且政府大力扶植保障



深圳市人口年增长与商品房销售面积和价格趋势

房建设，2011年居住用地中绝大多数为安居型商品房用地，未来5年，深圳市计划新增安排筹集建设保障性住房24万套，保障房体量的增加，可缓解商品房市场需求的压力。

2、总部经济特征明显

深圳作为中国现代房地产的策源地和样板房基地，深刻地影响了中国房地产业的发展。深圳正逐步形成中国最具实力的房地产企业总部基地，当前深圳市上市房地产企业19家，为全国最多，包括招商、万科和金地地产等，他们已经成为知名企业，在资产规模、融资能力、营运效率等诸多经营指标领先全国。截止2011年底，深圳市房地产开发企业在全国80多个城市进行房地产开发，累计投资建设项目约600个。他们把优质的产品、先进的管理理念、运作模式、优秀的管理人才带到内地，打造输出了深圳房地产品牌，为我国房地产发展作出了重要贡献。

3、改革开放的先锋，创新试点多从此开始

深圳在过去的20年里，一直是全国房地产制度和市场的“标杆”：最早推行的土地拍卖制度，已经成为全国市场的规范；最早推出的社区理念、物业管理和营销创意，也成为各地开发商学习的样板；深圳市作为全国楼市风向标的四个一线城市之一，其房地产市场走向历来备受关注。

4、城中村改造，城市更新项目为主，逐步向原特区外延伸

因深圳可建设用地太少，城市更新将增加房地产市场供应量。深圳的城市更新包括综合治理、功能改变和拆除重建三类。据官方统计，未来深圳全市需要进行城市更新的总用地面积约为240平方公里，是深圳未利用地面积的5.5倍。深圳市计划在2020年前将完成其中176平方公里的城市更新。

深圳市原特区内土地潜力有限，房地产市场由原特区内向特区外转移趋势愈加明显。2011年，全市12块住宅用地中有7块在宝安区，新房销售市场中心已明显转到宝安、龙岗两区，两区2011年的成交面积合计占全市超过80%。

5、港粤深一体化，香港带来的影响依旧不可小觑

深圳因毗邻香港，随着港粤深一体化的发展，大量港人来深投资置业，使得深圳房地产投资偏热，对土地的需求大，地价房价上升速度快，因此未来香港对深圳房地产市场的影响依旧深远。

(二) 深圳中小房地产企业发展概况

根据通常概念的划分，本文所述的房地产企业专指“房地产开发经营”，并且将三级开发资质以下，年开发规模9万平方米以下，年销售额4亿元以下的企业划分为中小房地产企业。2011年，深圳共有634家房地产开发企业，其中三级开发资质的企业388家，四级开发资质的企业155家，暂定开发资质的企业59家，中小房地产企业占总数的95%左右，开发区域以本地开发为主，开发的产品以住宅为主。深圳房地产行业集中度同全

国一样处于较低水平，未来将继续上升。预计到2015年，将有30%的中小房企被洗牌出局。

从深圳市房地产开发企业的盈利能力来看，中小房地产企业的盈利能力远低于大型房地产企业，但是营运能力和大型房企相比，并无较大差距。

二、深圳中小房地产企业当前的生存困境

深圳634家房地产开发企业中，95%左右是中小房地产企业，中小房地产企业具有重要的战略地位和作用。第一，中小房地产企业目前仍是房地产行业的主力军；第二，中小房地产企业的存在可以满足不同消费者的需求。比如中低端住宅或三四线城市，中小房地产企业满足了不同层次、不同区域消费者的住房需求；第三，中小房地产企业的发展有利于打破大企业的垄断；第四，中小房地产企业为我国城市化进程发挥着重要的作用。

但是，面对国际经济环境的低迷和国内经济的调整转型，面对深圳少地无地、竞争惨烈的土地资源，面对缺乏资金、无处融资的困境，中小房地产企业的未来发展确是举步维艰。

(一) 国内外经济环境及政策调控的复杂性

2011年，国际金融危机的深度影响仍在继续，发达经济体复苏步履维艰。我国正处于经济结构转型之中，经济呈现平稳回落态势，房地产作为我国国民经济的重要产业，带动相关42个产业，影响各地GDP至少40%~50%。多年以来，中央对房地产市场调控愈加严厉，2013年2月，国务院再次颁布“国五条”加强房地产市场的调控。深圳随着制造业的撤离，进出口下降与外需市场低迷、企业生产经营成本上升，粗放的经贸发展方式和不尽合理的贸易结构，深圳市对产业进行升级转型的压力也陡增。

(二) 土地资源获取困难

如前所述，深圳城市总面积仅有1953平方公里，可建设用地不足900平方公里，近年土地出让宗数和

面积持续减少。同时，国家对土地市场调控力度的不断加大，一级市场土地的供应量受到严格限制，导致土地供应量减少；另一方面由于土地使用权出让招拍挂制度的实施以及近年来房地产市场价格不断上升，导致土地出让价格不断攀升；此外，近年来一些地方政府热衷于一次性大面积批出土地，同时在土地挂牌出让中常将竞买条件设置过高，导致中小房地产企业无法参与竞拍。因此目前中小房地产企业基本难以获取土地，土地基本被大型房地产企业购得。在土地储备方面，46%的中小房地产企业目前处于土地储备不足，仅够当前开发的状况，有8%的房地产企业已没有土地可开发。

(三) 企业融资困难

中小房地产企业与大型房地产企业相比普遍存在融资能力差、融资难的问题，这是因为：(1)中小房地产企业的融资渠道单一，主要依靠银行贷款和股权融资；(2)融资成本高；(3)授信度低；(4)缺乏有效的担保形式。

近两年，随着房地产宏观调控政策的从严从紧，房地产企业融资渠道现在几乎被各种政策限制住了。开发贷款除了一些大型国企的保障房建设贷款外，基本全面停止；信托由备案制改为审批制；各银行按揭贷款的额度都非常紧缩，项目贷款、销售款、预售款都有严格的监管政策。

(四) 企业自身存在的问题

1、中小房地产企业管理落后

(1)企业的经营决策通常是由少数几人负责，管理机构简单，专业性不强，分工效益不明显，内部控制制度不健全；(2)对优秀管理人员的吸引力不大，缺乏高素质的管理人才和技术人才；(3)管理行为分界不清，经营者承担过多的责任，缺乏用于思考、计划、决策和预测分析的时间，对企业的财务决策主要凭经验与直觉判断。

2、中小房地产企业财务制度不健全

主要表现为财务数据不完善和资金运营不合理。

在财务数据方面，中小房地产企业还没有学会收集、利用财务数据预测企业的发展并制定科学的决策；在资金运营方面，中小房地产企业不够重视资金的时间价值，它们资金调度能力有限，忽视了资金的时间价值。

3、中小房地产企业人才缺乏、结构不合理

人才缺乏也是长期困扰深圳中小房地产企业的生存与发展的重大问题。（1）吸引人才难，稳定性差，难以提供高薪、高福利来吸引人才；（2）使用人才难，大多采用家族式管理，极其排外；（3）留住人才难，企业的管理机构不健全，运行机制不完善，人才在企业没有发展的空间。

三、深圳中小房地产企业未来的发展策略

通过上述分析，我们可以看到深圳中小房地产企业当前面临诸多的生存困境，但其自身具有的优势也不是大型房地产企业能够完全替代的。中小房地产企业应当制订有效的发展策略，发挥自身优势，抓住机遇，营造未来发展的良好局面。

（一）差异化发展策略

面对趋紧的宏观调控政策、行业调整和大型房地产企业兼并扩张的压力，以及自身在资本、土地、开发等环节弱小的实力，同时面对相对成熟的市场需求对产品和服务的差异化 and 多样化需要，以及节能环保要求导致产品大规模开发复制的受限，深圳中小房地产企业想走大型房地产企业规模化发展的道路已无可能，而应该集中力量，采取积极的差异化发展策略争取在局部市场、局部专业分工领域形成优势，通过局部的成功，提高自己的市场地位，促进自身发展。主要包括以下几种：

第一，经营差异化，市场细分原则下的“缝隙经营”策略。中小房地产企业在确定经营方向时，要努力避开行业内大企业、大公司所关注的热点项目，选择他们易于忽视而又有一定经济效益的小型“缝隙”产品，充分发挥自己灵活性好和适应性强的优势，拾遗补缺，填补市场需求的不足。

第二，产品差异化：走精品战略之路。产品附加值决

定企业利润，中小房地产企业要通过走精品战略之路来提高企业的竞争力，通过设计理念创新、生活方式引领、服务内涵挖掘，提高产品的美誉度和知名度，提高产品的附加值。

第三，市场差异化。市场差异如形式差异、需求差异始终存在，关键在于切入市场的深度。中小房地产企业应注重对市场和消费者需求的研究，通过对市场进行细分，主攻某个特殊的顾客群、某产品线的一个细分区域或某一地区市场，力求低成本、差异化开发，以保证自己产品能够在市场中立于不败之地。

第四，营销差异化。中小房地产企业应充分认识将来无地开发如何使企业继续生存和发展的的问题，应着眼于将目前的以短期经营、以获取开发利润为主的营销方式转变为长期经营、以获取收益、保值、增值的营销方式。如部分销售或部分出租经营物业，使企业保持长期稳定的现金流。

（二）品牌化发展策略

深圳的房地产市场已相对规范和成熟，市场已经从单纯的价格竞争、质量竞争提升到品牌竞争，品牌战略已成为产品附加的重要来源。

第一，精确市场定位。深圳中小房地产企业应当结合自身的实际情况，找到市场中适合自己的位置，如选择精致小楼盘开发，或是选择小型商务楼宇建设等。通过精确的市场定位，瞄准核心的发展方向，从而进行相应的经营组合与营销，更为清晰地树立起在客户心目中的影响力，逐步建立品牌优势。

第二，塑造优质产品。无论土地资源、资金等实力如何，楼盘的产品是否优质才是能否赢得竞争的关键。中小房地产企业在明确了市场定位后，必须用品质优秀的产品来取得客户的认可。品质是品牌的内核，只有持续不断地塑造优质的产品，才能在品牌上凸显实力所在。

第三，注重品牌策划和推广。当前已经过了“好酒不怕巷子深”的时代，品牌策划是一个系统工程，是企业对自身品牌经过分析、认知后采取的有利于产品销售和扩大市场占有率的实施计划，从而科学地制定营销策略。中小房地产企业更需要通过多种形式宣传，同时不断创新、出奇制胜，充



分挖掘品牌的内涵，使其做到家喻户晓。

（三）目标聚集发展策略

房地产价值链中各环节包括投资策划、土地获取、土地开发、规划设计、施工管理、营销管理和物业管理等。中小房地产企业应该分析自身的优势、劣势，充分利用社会资源，尽量缩短自己的战线，将企业的自身优势业务作为核心业务，专注于房地产产业链中自身最擅长、最核心、最富价值的环节来经营。将自己的资源集中于那些最能为客户创造价值的环节，建立专业化优势，从而形成自身的核心竞争力。此外，中小房地产企业最好的选择将自身不具优势的业务外包给专业公司完成。比如小区的规划设计、园林绿化、物业管理等方面，充分利用公司外部最优秀的专业化资源，从而降低成本，提高经营效率。

（四）联盟发展策略

房地产企业战略联盟是指两个以上的房地产企业出于对市场的预期目标和企业自身总体经营目标的意愿，为达到共同拥有市场、交换互补性资源，采取一种长期性联合与合作的经营行为方式。常见以下几种方式：

第一是与中小房地产企业联合投资组成较大的房地产投资公司，打造具有竞争力的大企业。

第二是与中小房地产企业联合拿地，一旦地拿下后再根据土地的投资需求情况组建项目公司。

第三是与大企业联合，小企业出地大企业投资，或帮助

大企业完成部分开发任务。中小企业与大企业竞争结成联盟是十分必要的，大企业也离不开与一些中小专业公司联盟，企业联盟将是一个有效而且会发展迅速的行业发展趋势。

第四是与“价值链”企业的联合，与有竞争力的规划设计机构、物业管理企业、建材供应商、装修企业等组成全方位、多层次的战略联盟。这类联盟可大大降低中间成本，提高效率，增加消费者价值，使联盟各方获得收益。

中小型房地产企业之间在保持各自灵活战略和独立地位的基础上，通过结成联盟共同进行项目开发，有利于弥补各自的不足，实现资源互补，协作分工，经验共享，最终增强企业竞争力，但需要注意以下问题：

第一，合作联盟成员核心能力互补。在联盟规划与实际操作中，应以企业之间的差异为基础，才能更好进行业务上的优势互补。

第二，战略性的互相学习。联盟的目标大多是暂时和局部的，房地产企业要获得长期的竞争优势，必须通过学习和经营积累来增强企业的综合实力。

第三，保持各自灵活战略和独立地位。竞争环境的动态性和不确定性，要求企业要有迅速适应环境变化的战略与之相适应，当企业因为联盟而失去战略的灵活性时，一旦环境改变，就会产生巨大的风险。因此战略联盟是建立在平等互利和相互信任基础上的，一旦某一联盟方失去了独立地位，联盟就变成了兼并。☹



集团系统开展“市属国企手挽手、关爱帮扶心连心”第八届帮扶困难职工捐助活动

■ 赵子铄/集团党委办公室

集团党委积极响应市国资委开展的“市属国企手挽手、关爱帮扶心连心”第八届帮扶困难职工捐助活动的号召，于4月17日向集团系统企业下发了此项活动的通知，爱心捐款行动在集团系统迅速开展起来。

4月26日下午，集团总部全体员工在发展中心大厦26楼会议室举行捐助活动。集团党委副书记、纪委书记林婵波讲话：今天我们集团总部全体员工聚集在这里，举行每年一次的帮扶捐款活动，这是市国资委结合今年深圳市开展的第十届深圳关爱行动在国资系统开展以“市属国企手挽手、关爱帮扶心连心”为主题的第八届帮扶困难职工捐

助活动。此次捐款跟往年一样，全额纳入企业的扶贫济困基金，用于帮扶企业困难职工。希望大家踊跃捐款，积极参与到为困难职工献爱心活动中来，支持企业帮扶济困工作的长期开展。随后，集团领导带头捐款，大家纷纷献出自己的一份爱心，集团总部46人共捐款15300元。

捐款活动同时在各企业积极开展，截止26日下午，集团系统企业捐款共计120628.8元，其中特发信息47616元，特力15722元，特发黎明5350元，香蜜湖度假村6305元，小梅沙旅游中心9295.8元，特发物业21000元，特发地产9540元，华丽公司5800元。☺

特发物业成都分公司积极应对四川雅安地震，支援抗震救灾工作

■ 特发物业成都分公司

4月20日上午8:02，在汶川大地震5年后龙门山脉再次震动，爆发了以四川省雅安市芦山县太平镇为震中的7.0级强震，成都、重庆、西安等地均震感强烈。大地震导致雅安市管辖的芦山县、宝兴县、天全县等地灾情严重，造成重大人员伤亡和财产损失。

地震发生后，特发物业管理公司总经理吕航、党总支书记袁洪章、副总经理崔平在第一时间联系成都分公司（以下称分公司），询问分公司受灾情况，并指示分公司要做好地震应急防范措施；注意关心来自雅安、邛崃员工的亲属受灾情况，在必要时提供所需的帮助；同时，积极响应当地政府及华为公司抗震救灾的需求，尽力向受灾地区提供人力物力支援。随后，吕航总经理就有关情况向集团领导做了汇报。集团领导表示全力支持特发物业公司积极部署做好抗震救灾相关工作。

成都分公司在震后3分钟启动了地震紧急预案，分管领导崔平副总经理负责部署、指挥，成都分公司李林副经理、陶建雄副经理负责组织安全部、工程部等部门成立应急小组，安排对楼栋人员疏散、引导，对核心设备（包括数据机房、发电机房、冰机房、高低压配电房、煤气站）震后情况进行检查、拍照；对各楼消防通道进行排查，搜寻是否有被困人员；通知宿舍非上班人员紧急待命，预留2部紧急接待车辆做好华为公司成都基地的应急保障。整个成都基地除地震造成个别区域墙体裂缝，部分天花盖板震落外，无重大安全事故发生。

特发物业应急小组还与华为成都行政分部刘工（勇）和李工（伟）讨论，进一步确定应急救援方案和下一步工作内容。分公司李林副经理、陶建雄副经理及各部门经理、工程部工程师等应急小组成员放弃周末休假，全力投入到相关应急救援工作中。

据统计，成都分公司来自雅安和邛崃的员工共有10人，已通过电话与其家人建立联系，各员工家人暂无生命

安全威胁，家中房屋部分受损。目前，分公司正在进一步统计员工家中房屋受损程度等情况，为受灾员工提供必要的帮助。

成都分公司积极响应政府“一方有难，八方支援”的号召，于4月20日动员安全部员工段吉、余仕强、董建峰3人（均为退伍军人，属于郫县武装部预备役军人）参加郫县武装部特派队，赶赴灾区参与抢险救援工作。此外，杨枝武、钟治平、朱志伟、李文合、马明高、邓平、陈忠等7名员工主动报名，志愿参加华为公司抗震救灾工作。目前，华为公司支援灾区工作人员已达到32人，“特发物业”志愿者将协助华为公司行政分部做好支援人员的后勤保障工作，随时待命进入灾区进行支援。

震后，华为公司从深圳组织发出一批通讯器材救灾物资，成都基地作为支援仪器设备中转站要将所有物资装车运送至灾区。成都分公司积极配合灾区通讯抢修工作，物业应急小组连夜组织人手，从4月21日22:45连续三、四个小时高强度工作，顺利协助完成了救灾物品的搬运、装车等工作。

特发物业成都分公司将继续响应集团和物业公司领导的号召，在需要的情况下尽力支援抗震救灾工作，为抢救灾民、救助灾区出一份力。☺





特发小梅沙海洋世界第二届“小小驯养员”选拔大赛火热报名中（三则）

■ 柳雯文、顾燕/特发小梅沙海洋世界

2012年7、8月份，特发小梅沙旅游中心市场部品牌室举办了第一届儿童职业体验夏令营活动，该活动无论从参与度、互动性，到媒体关注度、社会影响力度都较成功，一定程度上拉动了小梅沙海洋世界散客量的增长，加大了公司品牌的曝光率，经济效益和社会效益良好。

儿童职业体验是一类新兴的儿童娱乐教育服务商业项目，它有别于单纯的提供游乐，更多赋予儿童素质成长教育的责任，自2008年从国外引进后备受广大家庭关注，例如欢乐海岸—麦鲁小镇开展的相关活动，目前在深圳市内是较成功的案例。

作为深圳的海洋科普教育基地，特发小梅沙海洋世界虽然不是专门经营儿童职业体验的场所，但海洋知识、海洋文化、海洋动物是我们特有的资源，“小小海洋动物驯养员”可以采用有别于其他体验项目的形式给广大青少年提供亲近海洋、走进海洋的机会，深受家长关注。

特发小梅沙海洋世界将儿童职业体验与儿童才艺展示相结合，今年策划了第二届“小小驯养员”儿童职业体验夏令营活动。活动选拔大赛从4月20日-6月17日持续进行，分为报名海选、选手培训、初赛、决赛四个阶段，除小选手个人才艺、人气支持外，我们开设了特色“驯养员



职业体验课程”，小选手在课程中的学习成果，也将作为本次选拔活动的重要考核指标。

活动也将首次采用线上线下同时进行宣传推进的模式，利用网络渠道进行活动线上关注、参与、互动的功能实现，通过落地活动增加趣味性、互动性的体验，并给活动参与者提供丰富的奖品以调动参与积极性。

鼓励我们特发系统企业内部推荐小朋友前来报名参与，年龄在7岁到12岁之间，喜欢写作、摄影，能吃苦耐劳，愿意为保护海洋环境和海洋动物贡献自己的一份力量的小朋友均可报名。将从报名的小朋友中选出符合条件的20名小选手，之后通过对这20名小选手进行“驯养员职业体验课程”培训，让小朋友学习海洋动物保护知识及动物饵料制作、简单的驯养动作等内容。在6.1儿童节，这20名小选手将通过个人才艺、驯养知识、饵料制作、驯养动作等环节的比拼，角逐出4名优胜者参与6月11日的“小小驯养员”决赛。

报名咨询电话：0755—22724550；

QQ:2422923085，报名邮箱：szxmsghysj@qq.com

另：

特发小梅沙海洋世界荣获2012年度“深圳市和谐劳动关系先进企业”称号

为表扬先进，树立典型，促进深圳市经济发展和社会稳定，经盐田区劳动关系协调委员会推荐、市劳动关系协调委员会评审及审定，特发小梅沙海洋世界被市劳动关系协调委员会授予2012年度“深圳市和谐劳动关系先进企业”荣誉称号。

特发小梅沙海洋世界将继续坚持以人为本，完善公司规章制度，改善用工环境，建立与市场相适应的绩效与薪酬体系，为构建深圳和谐劳动关系、体现深圳人文关怀做出应有的贡献。

特发小梅沙旅游中心开展“全民环保健康、节能减排”公益培训

为支持和配合广东省环境保护产业协会关于新生态环境保护与治理宣教小组深入开展环保公益宣传活动，推进节能减排，优化能源结构，推动传统能源清洁高效利用，3月12日下午，特发小梅沙旅游中心开展“全民环保健康、节能减排”公益宣传教育活动，广州环境保护产业协会的专业教员为中心170位员工进行专题现场培训。培训的主要内容为食品卫生的基本常识、环境污染的危害及预防、饮用水源知识。培训提高了员工的健康意识，让大家更注重绿色环保健康的生活方式，更好地运用各种绿色环保健康知识，提高生活品质。☺



华为文化进化论：超越“狼性”

■ 马晓芳/北京

2012年上半年，华为超越爱立信，成为全球第一大电信设备商。同时，华为刚刚进入的企业市场业务领域也让竞争对手“战栗”。

支持华为的人认为，这是华为的进取性和可怕之处，凡是华为进入的领域，没有不做到全球前三的；而华为的竞争对手则认为，这是华为的破坏性，凡是华为进入的领域，其他竞争对手都面临出局的风险。

有人说，无论是在展会上，还是在机场里，或者是在微博上，华为入人总是一眼就能被认出来。

从20年前的2万人民币起家，到2011年收入规模超过2000亿元，究竟是什么样的企业文化，推动着华为人从默默无闻到世界第一，或者走在成为世界第一的路上？

对于华为这样一家科技公司来说，技术的领先和投入对于确保成功必不可少，但是企业文化的作用更为关键。

“狼性”一直是外界对华为文化的最形象概括，但实际上，“狼性”文化对初创期的华为确实起到了不可磨灭

的作用，但是经过多年的发展、补充和融合，这已经不能代表华为文化的全部。

“狼性”

曾经一度，为了拿下重要客户或者重要订单，华为开创了免费赠送的竞标模式，这让华为的市场份额迅速扩大，也让竞争对手震惊。

更让人印象深刻的是，为了打击重要的竞争对手港湾网络，华为成立了“打港办”，但凡港湾参与的竞标，华为都要不计成本地拿下。

华为给人的印象是：目标明确，确定目标后，不计代价达到目标。凡此种种，外界称之为华为的“狼性”文化。

对于“狼性”文化，华为总裁任正非曾有过详细解释，他认为更全面准确的说法是“狼群组织计划”，狼有

敏锐的嗅觉、团队合作的精神，以及不屈不挠的坚持，而狈不能独立作战，但很有策划能力，很细心。

因此，华为做市场一定要有方向感，这是嗅觉，以及大家一起干，这是狼群的团队合作，要不屈不挠，不要一遇到苦难就打退堂鼓。

“狼性”文化的最主要表现是在销售和市场。华为1998年刚开始进军海外市场时，往往是多年颗粒无收，但到现在为止，华为来自海外市场的收入已经超过70%。

同样的情况也发生在无线等重点业务上。与中兴稳妥的全面投入相比，失去2002年左右小灵通机遇的华为果断、大胆地开始在无线业务上进行巨额投入。

直到2007年为止，华为在无线业务上的亏损超过40亿元，不过华为仍然“咬住不放”，到今天，无线业务已经成为华为最大的收入来源之一，而且成为保证华为不会崩溃的重要保障。

“狼性”文化的另一面是奋斗文化。任正非从创立华为开始就一直强调：“烧不死的鸟才是凤凰，以奋斗者为中心。”这些思想至今仍是华为的核心价值观之一。

任正非通过“不让奋斗者吃亏”的制度保证了文化的持久和延续。目前，华为14万多名员工中，共有6万多名员工持有华为股份，并借此分享华为的成长。

据记者了解，每年华为在配股之前，都会召开名为类似“如何分辨奋斗者”的会议，使配股规模与员工的奋斗程度直接挂钩，员工持股成为华为员工收入的重要组成部分，也成为激励华为员工持续奋斗的制度保障。

进化

但是随着华为的发展，“狼性”文化也开始出现弊端，比如，“狼性”文化过于强调为了达到目标，可以不择手段，一定程度破坏了市场规则，也不利于员工产生归属感。

同时，“狼性”文化适用于打江山的华为，它解决的问题是让华为如何活下去，但在华为已经成为全球前两大电讯设备商之后，华为开始对企业文化做出新的调整和补充，摆在华为面前的问题是：如何才能活得更长久。

对于一些竞争对手而言，华为在一些项目的竞标上，报价已经远不如从前激进，甚至多次出现最高报价，这不

仅出于华为应对市场变化的战略调整，也是华为文化不断调整的结果之一。

2010年，任正非在全球市场工作会议上首次提出：开放、妥协与灰度，并将其确定为华为文化的精髓以及华为管理团队的标准。

在2011年华为进入企业市场之后，任正非有一次谈到，华为过去就是“黑寡妇”的形象，与华为合作的，没有一个有好下场，但是他从都江堰的修建过程中得出了“深淘滩、低作堰”的感慨，华为应该依靠提升人均效率以及与利益相关者形成同盟，才能获得更好的发展。

在他看来，华为这朵“鲜花”一定要实行插在“牛粪”上的战略，这个“牛粪”可以是华为的“牛粪”，也可以是别人的“牛粪”，不能闭门造车搞创新，而是应该虚心而广泛学习，“如果不开放，公司最终会走向死亡”。

不过，任正非也表示，20年来，华为已经在多个方面取得了较大成绩，并在全球化竞争中奠定了基础，未来华为工作和战略调整的“魂”，应该仍然是“以客户为中心，以奋斗者为本”的企业文化。

在华为尚且弱小的时候，华为提出了“胜则举杯相庆，败则拼死相救”的口号，不过这更多出于精神，而在华为已经成为世界级企业的今天，华为更强调用制度来保证这种文化的传承，特别是实现跨团队的文化管理。

那么究竟应该如何定义今天的华为文化？华为一位管理顾问在其即将出版的新书中表示，简单来说八个字：非马非驴，亦中亦西。以理想主义为旗帜、以实用主义为纲领、以拿来主义为原则。👉

（注：本文摘自2012年11月《第一财经日报》，记者：马晓芳）



编者按：2012年是特发信息的“超常规发展”年，也是战略突破年，实现了主要经济指标30%以上的增长。在2012年提速发展的基础上，2013年特发信息提出了“做实做强”主导产业的管理主题。如何“做实做强”？其中一个关键就是以对标管理为抓手，扎实深入开展，带动公司管理水平的全面提升。为此，3月7-8日，特发信息纤缆产业线经营团队及本部职能部门代表共14人组成对标学习考察小组，前往同行标杆企业江苏亨通集团参观学习。为确保对标学习效果，考察小组成员行前拟定了详细的学习考察提纲。考察过程中，大家参观了亨通集团、亨通光电线缆产业园、亨通光通信科技园等地，并与对口业务单位开展交流，带着问题仔细询问，学习了解亨通光电在企业文化、战略、财务、人力、生产、营销、物流供应等各环节的经验和做法，探究亨通光电成功背后的内涵。考察小组得到亨通光电方面的热情接待和无私赐教。现将《信息窗》该次活动的报道和学习感想刊出，与集团企业员工交流、分享。

仰望标兵，学以致用

——特发信息管理团队赴亨通集团对标学习体会

■ 《信息窗》编辑部

标杆之高，领行业之先

亨通集团始建于1991年，是服务于信息通信与电力领域的国家级创新型企业，涉足多元实业（地产置业、热电能源等）、金融服务、战略投资等领域，是中国的企业500强、电子信息百强、制造业500强、通信企业50强。2012年营业收入264亿元，预计到“十二五”末突破500亿元，跻身世界线缆前五强。

亨通集团现拥有多家全资及控股公司，分布在江苏、沈阳、北京、上海、成都、广东等地，其中江苏亨通光电股份有限公司于2003年在上海证券交易所上市。亨通光电已发展成为国内目前拥有预制棒、光纤、光缆、通信电缆和电力电缆生产能力的大型综合性线缆上市公司，光纤产能接近3000万公里，光棒超过2000万芯公里，光缆产能2500-2600万芯公里。

一、清晰的战略规划及惊人的发展速度

亨通集团每三年制定一个战略规划，目前第七个战略规划正在执行中，从公司的发展历程来看，亨通战略思路非常清晰，规划的执行非常到位，公司扩张及发展速度令人惊讶。以光纤产业为例，2004年光纤产量达100万公里，而经过第四期扩产后，2013年计划产量突破3000万公里。2011年亨通光电实现主营收入约66亿元，利润2.8亿元；2012年前三个季度实现主营收入56亿元，利润2.5亿元。20年时间，亨通光电发展速度惊人。

二、凝聚人心的企业文化

亨通集团的企业文化靠自我的提炼与总结而来，很多宣传理念朴实无华，但针对性强，通俗易懂，实用性强，凝聚人心。亨通集团企业文化体系健全，其企业愿景是“打造世界知名品牌，成就国际优秀企业”；企业使命是“创造卓越，崇尚文明”；核心价值观则是“人品先于产



品，竞合优于竞争，发展高于发财，地位源于作为”。经营法则是“成本优先，质量控制，服务超前”。他们倡导“一荣俱荣，一损俱损”的团队精神。亨通集团将这些理念融入到行动中，进行深刻演绎，得到员工的高度认同。

三、完善的团队建设、人才培养和刚性的考核机制

亨通光纤公司的生产车间，醒目的张贴显示公司的人才使用和培养原则：“有德有才，破格重用。有德无才，培养使用。有才无德，限制使用。无德无才，坚决不用。”亨通管理人员都是人力资源开发者，都是下属人员表现的记录者、评价者、辅导者和激励者，都有责任帮助下属人员成长。不培养好接班人，原则上不允许升职。中层干部一年一小考，三年一大考，每三年重新竞聘；鼓励人才内部合理流动，为人才提供充分的发展空间，同时也为人才提供职业规划和培训机会。

在考核方面，亨通集团实行刚性考核并引入竞争机制。财务指标80分（围绕收入、利润及回款30多个指标），其他7个维度的管理评价占20分。各分子公司总经理绩效收入可能相差五倍。这些表明：指标的设置大同小异，关键是在赋值时对增长要求的刚性，以及考核结果执行的刚性。

四、外松内紧、形散神不散的集团管控模式

亨通对集团的职责定位是：指导、协调、监督、决

策及服务。对各分子公司管控上，看似松散，实则紧密。集团设立行政管理中心、资产管理中心、人力资源管理中心、财务管理中心、营销中心、审计中心、物流中心、技术中心，在投资管理、财务管理、人力资源管理、采购管理、物流招标乃至基建管理方面都有严格的规章制度和控制流程。集团进行管控但不参与具体管理，由分子公司独立经营。但销售平台统一政策，统一决策，统一考核，使各分子公司达到品牌统一，步调一致，政策一致。

五、雄厚的技术力量

亨通集团拥有两个国家级技术中心（光纤光缆技术中心及装备中心），与高校共同建立了产学研基地。截至2013年亨通集团已拥有300多项专利，其中发明专利占25%，平均一天一个专利，获得了政府资助5000余万元。

六、规范的品牌形象和良好的企业风貌

走进亨通，大到大气沉稳的园区建筑和环境，小到会议接待室的一张铭牌和细节的装饰装潢，随时可见整洁有序的企业文化标识、各类主题标语、宣传海报、看板；拥有一个设施完善，具备整套产品、解决方案、企业文化、沙盘版图的现代化、立体化、多维化展厅。其大气磅礴的公司宣传片，着装统一、训练有素、有礼貌、有激情的员工团队，都无不彰显着亨通集团规范的企业形象和强大的文化渗透力。



对标学习，反思提升

为期两天的亨通之行，学习团一行受益良多，深受“刺激”，危机感骤增。对标学习，我们与行业标杆的差距到底在哪里？如何缩小这种差距，将我们所学习到的先进理念真正学以致用，成为学习团一行不断思索的问题，成为特发信息必须直面的事实。

对标学习归来后的第二天，3月12日，公司董事长王宝组织公司本部中层以上干部及对标小组成员系统总结分享了学习考察成果，

座谈交流会上，学习团成员纷纷畅所欲言，深谈体会：

光网科技公司副总经理张朝：亨通在产业布局上做得非常好，通过这次学习发现，尽管我们光网科技也在发展，但与亨通相比还是有很大差距。从销售产能上来看，亨通销售额达到了我司的2倍以上，厂房及其基础设施布局合理。同时，亨通在KPI的权重“2+3+5”的选取，也促进了企业的发展。企业文化方面也是亨通的优势，不论是“5+2”，“白+黑”，“竞合>竞争”，亨通有着一股积极向上的劲，从老板到员工都有“劲”。除此之外，亨通在现场物料管理、设备通用性和管理（设备研发、设备维护保养、设备维修、设备改造）也较为完善。特别值得一提的是亨通的人才梯队布局很为合理，而且非常注重人才的培养，上岗中培训，工作中学习，这些都是特发信息的短板。

光网科技公司总经理郭建民：亨通的发展重在刚性的指标考核和引入竞争。在亨通这些表现形式不仅仅是

口号，而是重在执行。亨通集团董事长是退伍军人，在亨通内部实行部队作风和刚性体制，执行力极强。亨通很多高层领导的学历都不高，可是他们通过竞争不断学习努力来适应和满足工作的需求，让自己和企业都充实起来。他们倡导“要团队，不要团伙，要团结，不要勾结；要政绩，不要政治”。同时，他们非常关心员工，重视培养人才，为员工提供展示机会。“人才队伍，引得来、留得住、运得出、用得好”。亨通将“离职+淘汰率≤14%”作为考核指标，而我们公司目前的离职率过高。他们秉持“感恩之心和责任之心”，树立“一损俱损，一荣俱荣”的观念，学习华为“胜则举杯相庆，败则大家全力相救”的团队精神。这次参观学习，我们体会到客户意识非常重要，要像亨通一样，以“客户的满意”为我们最大的追求。对客户的服务要超出客户自己的预期，想他们所没想到的事情。

光纤公司董事长彭祖华：通过对标学习发现，我们光网科技与亨通相比差2年，特发光缆相差3年，光纤公司则相差10年。未来3年我们光纤公司是否能存活下去？我有十分沉重的危机感，必须行动起来，不能受制于人，坐以待毙。在这里我有三方面的心得体会。第一，管控和支持。管控和支持是相辅相成的，特发信息该如何合理运用好管控和支持？我们有两个与他们相似的平台，其中不相上下的为财务平台，相距甚远的是销售平台。第二，从光纤公司的角度体会，我们如何控制成本，如何降低风险？亨通光纤公司有三种销售渠道，导致亨通有足够的底气去议价销售，而我们光纤公司有

两个短板，分别是预制棒供应和充足的技术支持问题；第三，目前光纤公司急需解决员工工作态度问题和核心原材料的供应问题。

光纤公司生产总监张辉：日本企业精细化管理已经令人赞叹，而亨通现在比日本企业做得还好。希望我们能借着光纤公司的扩产项目，改进光纤公司的现场管理。例如，四班三倒成本很高，必须调整成三班两倒。另外，光纤公司缺少预制棒，应当尝试多种途径解决供应问题。

光缆分公司副总经理张伟民：亨通是一支充满激情、目标明确的团队。只要路对，就不怕路远。近几年我司一直在改革，到底为任务导向还是关系导向？之前我们关系导向较多，如今我们应该更加注重于任务导向。能够行动的，我们就该立即采取行动。

光缆分公司总经理陆秉义：看清别人优势，也是我们企业发展的动力。亨通确实有很多优点，但实际上管理并不复杂，只要务实就能管理好。市场有高低，从2005年以后市场行情一直向好，我们应该抓住机遇，但由于很多地方不具备条件，总有损失和挫折。这就需要反思，如何健全制度、提升文化。

亨通在发展前期，管理并不规范，但现在制度越来越健全。为了一个指标，总经理可以亲自带队工作一周，孜孜不倦。事情要从小处做起。没有制度，就补充制度，没有规定，就补充规定。与此同时，应该严格按照制度执行。比如前段时间光缆分公司开展基层管理人员公开竞聘，为此制定了严格的制度，并刚性地去执



行，最终结果才能服众。亨通的好，在于制度好，考核到位，就这么简单。因此我们的观念也要改变，制度要细化，执行力一定要提升。

特发信息公司董事长王宝：本次亨通学习考察，给我们带来很多冲击，需要将这些冲击转化为自己的领悟。这次去亨通学习不是走形式，不是心血来潮，也不是为了学习而学习，而是特发信息2013年工作整体安排中的重要组成部分。企业每年都有一些管理诉求的重点，2012年为了抓住市场机遇、拉订单，我们提出“超常规发展”，2013年我们提出“做实做强”，如何做实做强，通过这次考察学习，各事业部和职能部门都要做出符合公司发展目标的KPI指标。

大家谈到了很多心得体会，但是谈到最多的，就是管理考核的执行力。就目前而言，很多事情我们不是没有做，而是没有做到位。好的制度流程的养成，其途径有四步：一、有制度，有流程；二、有了后推动努力去做；三、流程制度边做边完善；四、执行流程制度成为习惯。但是为何我们制定了很多流程制度，执行效果却不太好？

大家提到了亨通的管控模式，“看似很多事不管，但是很多事情都管到”，这就是“边界管理”。以上班打卡这件事为例，打卡制度必须要贯彻执行。就目前而言，我们已经制定了制度，但考核并没有到位。公司领导不能抓鸡毛蒜皮的小事，不可能天天站在门口查纪律，但是要抓边界。我们需要制度管理，将管理思想一级一级传达下去。一个企业，其文化的养成，需要一年、两年甚至几十几百年的积累。假如我们对什么事情虽都制订制度但不认真地执行，企业文化和团队氛围的形成从何谈起？

我们的制度执行力不够，对此每个人要多思考、多感悟、多检讨。总是从外部环境找借口，是没有办法提高自身水平的。从自身总结，特发信息才有希望；从自己做起，从小事做起，才能成就特发信息的未来。

我们要以对标管理为抓手，扎实系统地深化对标管理工作，并落实到本年度的KPI体系中去，寻求管理水平提升和重点工作突破的有效路径，在“做实做强”特发信息的道路上真抓实干，创造更好的工作业绩。



以安全管理切入和支撑 培育特发物业服务品牌

■ 郭晓东/特发物业公司副总经理

安全，是人类的基本需求。安全管理服务是物业管理企业的核心服务产品，是其主营业务的重要基础。特发物业公司在从对集团内的资源性物业管理，走向外部市场化物业管理的发展历程中，着力打造安全管理服务产品，以其为切入点和支撑点，全心培育特发物业的服务品牌，取得了较好的市场规模效益和经济效益。

一、在客户特定需求的关键时期，做“细”安全管理服务工作，能够有效提升客户的信任度

安全管理服务产品不是一蹴而就的有形产品，它需要服务团队长期的培训、演练及经验积累，必须通过精耕细作、系统化地不断完善，只有这样，才能在客户提出挑战

性需求的特定时期，厚积薄发，完美地呈现在客户面前，才能让客户切身地感到它的真实存在，进而产生对服务者的高度信任。

特发物业成为华为公司的物业管理服务供应商已有13年的历史。这一时期，积累了大量的安全管理服务经验，形成了较为完善的安全管理服务体系。公司在2012年度又成功地中标华为在国内较大的一体化物业管理项目——成都研发基地项目。

华为成都基地项目占地面积和建筑面积均为30万平方米，由九幢风格高雅的单体建筑组成，拟定办公人数近万名。特发物业前期进驻时期，各项准备工作千头万绪，尤其是安全管理工作。为了确保搬迁秩序的平顺、安全，特发物业管理团队会同华为行政部门，认真商讨了搬迁前

应具备的各种条件，详细制订了《搬迁保障方案》，合理组织分工，切实落实工作责任，逐项跟进，对搬迁流程、搬迁路线以及应急事项处理措施进行了全面细化与落实。特别是根据《方案》做好了相关人员的培训与演练，对地面、电梯、楼内拐角处等地方做好了相应的成品保护，做到了标识指引清晰、应急人员随时到位。在搬迁过程中，明确卸货点，仔细清点到位物品，及时恢复清理现场原貌，维护办公现场的整洁、畅顺。经过团队全体人员的共同努力，这样一项超大规模的搬迁，总计59668件物品，无一件丢失、损坏、放错地点。这项工作的圆满完成，得到了客户方的充分认可，成为华为国内各基地相继效仿的典型案例。

华为成都基地的有效服务，得到了周边产业园区相关业主的关注和认可。2013年初，特发物业又成功中标了同一高新产业园区的中电科航空电子产业园物业管理项目。

二、在安全事件发生的特定时刻，做“实”安全管理服务工作，是对服务团队整体素质的检验，有利于取得客户的高满意度

特发物业日常制定的安全管理流程、规范等系列规章制度以及相应的安全管理队伍和岗位设置、选聘、培训、演练、总结等一系列措施，都是为防灾、减灾做好相应的预防与准备，而当灾害来临，防灾减灾措施的有效实施才是真正检验我们这支队伍的时候，才更能体现我们安全管理的实绩。

2012年，北京地区遭遇61年不遇的“7.21”洪涝灾害，造成重大财产损失和人员伤亡。7月21日水灾发生当天，特发物业北京分公司主要领导、项目经理及应急人员全数到岗，按照应急预案将抢险物资及人员分派到已掌握的进水口、漏水点和积水点。在机房、电梯门外、地下室出口等外通道筑起沙袋，防止雨水倒灌进入，同时向业主

及公司领导通报了现场情况。在降水最强时，相连的排水管道向园区地下室倒灌，园区道路多个井盖被冲开，区内一片汪洋，形势十分严峻。项目管理团队沉着冷静，补充并启用全数备用水泵，同时结合人工清理积水，奋战了整整一个昼夜，确保了地下室、各机房、电梯没有进水，各种物资财产没有任何损失。22日全面恢复了园区及办公楼原貌，整洁如新。23日（星期一），华为员工如常上班没有受到任何影响。而同一业主相邻的另一家物业公司管理的园区却未能幸免这场水灾，由此特发物业得到了业主高度认可。2013年北京地区我们管理的华为项目因此又增加了4个。扎实的工作，辛勤的努力，回报是让人欣慰的。特发物业管理品牌的培育，正是在这种扎实、努力工作的过程中无形进行着。

三、在日常服务中，做好系统的安全管理工作，能够充分实现客户价值

特发物业公司能够在客户要求的重要时期和关键时刻，把安全管理工作做到尽善尽美、一丝不苟，完全在于日常管理工作的日积月累，是在本企业所提供物业服务的各个园区、各个项目，形成安全管理氛围、安全管理文化、安全管理文明而取得的最理想效果的体现。

安全管理听起来似乎是一项很单纯、很简单的工作，而要把这样一项单纯而简单的工作做到极致、做成精品，且能够持之以恒地坚持下去形成体系，这样的服务团队应该有较为厚重的文化底蕴支撑，有能力依此培育出更广泛范围内客户认可的服务品牌。

特发物业服务于高端客户产业园区的13年中，安全管理服务的模式不断丰富和完善，并形成了相对固化的服务体系，主要包括以下几方面：

（一）消防安全管理。认真贯彻各项消防法规，履行安全工作职责，消除火灾隐患，保护物业及其使用人的人

身财产安全，做到重大消防责任事故为零、消防责任火险为零，消防系统管理及消防责任区检查覆盖率100%。同时做好消防宣传与培训演练工作，认真维护和使用各种消防设施设备，严格执行动火管理制度，确定火灾火险隐患制定标准，做好消防分级管理的各项工作。

(二) 交通安全管理。规范园区内车辆出入及停放秩序，营造安全、有序的工作环境。首先认真履行车辆通行证管理制度，做好分类管理。对车辆出入、停放严格按照制度执行，加强巡逻检查及现场指挥，及时纠偏。特别是上下班高峰期，不仅要维护好园区内的交通秩序，同时还要维护好园区外圍的秩序。

(三) 信息安全管理。信息安全管理是高新技术企业内部安全管理的红线，要求极为严格，各岗位员工必须熟知相关内容，严格落实管理规定，严防各类可能的泄密事件发生。

(四) 环境安全管理。该项安全管理重在“清桌五

关”的规范检查，即指清理桌面、文件柜、保密柜等台面上存放的、容易丢失的公司物品，关闭门、窗、灯、空调及其他不使用的电器（如计算机、饮水机、复印机等）。此项工作一般在夜班每天逐室检查。面积大、范围广，工作要求细致、合规。另外，还有日常巡逻过程中的公共通道、设施设备的安全巡检、安全岗位存放物品的安全管理等内容，以及重大会议、企业活动的安全管理。

(五) 人员、物品（货物、产品）进出安全管理。这是各园区管理工作量最大的日常管理。人员身份、物品电子流的确认，需要认真细致准确。仅去年华为坂田一地对外人员接待就达236039人次，物品流入出货量达634841件次，一级接待达30次，二级接待达82次。

物业管理品牌不是自己想做就能够容易做出来的，它一定要取得业主及物业使用人的认可，这种被认同的价值由很多因素构成，服务品质是主要因素之一，且这种被认同需要长时间的考验，需要物业管理服务者持之以恒地提供客户所需要的高品质服务。这种认同不是一个简单的利益价值认同，而是客户的心理情感价值认同。特发物业与华为公司合作13年，成为华为最大的物业服务供应商和其唯一一家优秀物业服务供应商，在较高程度上得到了华为公司的认可，物业公司也取得了“深圳知名品牌”的荣誉称号。但实际上，我们与市场上优秀的“品牌”还有一段较大差距，我们的品牌效益也远没有真正展现出来。安全管理服务方面的“可靠性高，响应速度及时”，只是特发物业被客户认可的品牌效应的开始。我们要以安全管理服务为切入点和支撑点，做大量系统的工作，培育特发物业管理服务品牌，使安全管理成为特发物业品牌资产的重要构成要件，并走规范化、市场化的企业发展道路，才能最终实现企业经济效益和社会效益的最大化。

特发物业人也应该有一个“梦”，那就是：把特发物业这个服务“品名”，打造成对客户有真正价值的优秀服务“品牌”。☺



关于企业在城市更新活动中对自有房地产拆除重建会计处理方式的探讨

■ 傅斌/特力公司财务总监

一、问题的提出

城市更新，是指对城市建成区内不适应现代城市社会生活的区域（包括旧工业区、旧商业区、旧住宅区等）进行的必要的、有计划的改建活动。按照更新模式的不同，城市更新可以分为综合整治类、功能改变类和拆除重建类（或称“再开发”）三种类型；按照实施主体的不同，城市更新可以分为权利主体自行实施、市场主体单独实施、合作实施、政府组织实施等四种实施方式。

随着我国城市经济社会的快速发展，土地与空间难以继的矛盾日益突出，城市更新成为城市挖掘建设用地潜力、拓展发展空间的必然选择，普遍受到地方政府的鼓励和地方性政策、法规的支持^①。这里特别值得一提的是，

深圳市作为国家城市更新试点城市，于2009年11月出台了《深圳城市更新办法》，该办法在积累深圳市旧城改造经验的基础上，在政策上实现了一系列重大突破，如首先在地方法规中提出了城市更新的概念；明确了原权利人可以作为更新改造实施主体，改造项目可以由“发展商”实施；原权利人自行实施的改造项目可协议出让土地，土地使用权期限重新计算等。

在城市更新的实践中，部分拥有存量房地产并符合城市更新条件的企业，选择以自行实施的方式进行拆除重建类的更新改造，以适应城市发展的要求，同时获取更大的经济利益。对于这种企业以自身作为开发主体、以再开发为目的的拆除自有房产（包括投资性房地产和固定资产中的房屋建筑物）的事项应该如何进行会计处理，是一个我

国会计准则还没有作出明确规定、在实际会计工作中尚存在较大争议的问题。

有一种观点认为，企业在自行实施的城市更新项目中将原有房产拆除后，该房产的物质形式已经灭失，因此应该按照《企业会计准则》中关于固定资产或投资性房地产报废、毁损的规定，将被拆除房产的账面价值计入当期损益。对于这种观点，笔者是不敢苟同。为了说明问题，不妨先考察一下由其他市场主体实施的拆除重建类城市更新项目的会计处理方式：

所谓由其他市场主体实施的拆除重建类城市更新，是指某个市场主体（如某房地产开发商）以再开发为目的向原权利人（如某企业）收购其存量房地产或支付拆迁补偿费、取得相应产权后再予以拆除，重建一个新的房地产项目。在这种情况下，开发商所采取的会计处理方式是将所支付的收购价款或拆迁补偿费资本化、计入重建项目的成本。按照经济常识判断，开发商为收购企业存量房地产所支付的收购价款或拆迁补偿费肯定会超过企业原有房地产的账面价值和实际拆迁费用的总和，否则企业不可能同意该项转让。因此，可以认为，被开发商计入了新项目成本的收购价款或拆迁补偿费用，显然是涵盖了企业原有房地产的账面价值的。

问题就由此产生了：按照上述观点，同一个城市更新项目，如果由企业自行实施，被拆除房产的账面价值需要计入当期损益；如果是由其他市场主体实施，被拆除房产的账面价值实质上就可以计入重建项目的成本。仅仅是因为实施主体的不同，对同一性质的事项却出现了两种完全不同性质的会计处理方式，这显然与我国会计准则制订的理念基础是不相吻合的。

笔者认为，以被拆除房产的物质形式已经灭失为由，简单地套用《企业会计准则》关于固定资产或投资性房地产报废、毁损的规定对企业在城市更新项目中拆除自有房产的事项进行会计处理，是一种在传统的规则导向思维模式下做出的不符合客观实际情况的会计判断。要对此类事项的会计处理方式做出一个正确的选择，必须在把握该类事项的基本经济特征、厘清该类事项与房产报废或毁损的差别的基础上，根据我国会计准则采用的原则导向的理念，做出符合该类

事项经济实质和财务会计报告目标要求的职业判断。

二、企业自行实施的拆除重建类城市更新活动的基本经济特征

从经济属性方面来观察，企业自行实施的拆除重建类城市更新活动具有这样一些基本特征：

（一）在拆除时点前，企业原有房产还处于能够正常使用或正常出租的状态，是能够稳定地为企业带来经济利益的有效资产。

（二）企业拆除原有房产的经济目的是为了再开发，是为了重建一个新的项目。

（三）“拆除重建类城市更新”中所指的“重建”，不是简单再生产性质的恢复原有房产的功能和规模，而是可以建成一个具有更大规模和更高商业价值、能够为企业带来更大经济利益的商业地产项目或特色产业园区，企业可能通过销售全部或部分新建项目的物业来实现其经济利益，也可能通过商业性房地产或产业园区的日常经营实现其经济利益。

（四）项目的实施除了为企业本身带来更大经济利益外，同时也具有推动城市重点区域的功能提升与转变、促进城市产业布局的优化和结构调整、改善人居环境、推进土地、能源、资源的节约集约利用、促进城市经济和社会可持续发展等方面的功能，因而能够获得政府多方面的政策性支持，如较大的土地开发强度、较优惠的土地出让金政策、土地使用权期限重新计算、免交各种行政事业性收费等。

三、企业在自行实施的城市更新项目中拆除原有房产与一般意义上的房产报废、毁损的区别

基于以上对企业自行实施的城市更新活动基本经济特征的认识，笔者认为，企业在城市更新项目中拆除自有房产与一般意义上的房产报废、毁损，是两种性质完全不同的经济事项，其区别具体表现在以下几个方面：

第一，房产被拆除（或报废）前的状态不同。一

般意义上的房产报废或毁损，是指该房产已经达到或超过经济使用寿命而不能正常使用需要报废、或者由于使用而不断磨损导致报废、或者由于遭受自然灾害等非正常原因发生毁损；而在城市更新中被拆除的房产，在拆除时点前还处于能够正常使用或出租的状态。

第二，目的不同。一般意义上的房产报废处置的目的是为了夯实资产、保证会计信息的真实、准确，是企业的一种被动行为；而企业在城市更新中拆除原有房产的目的是再开发，是企业采取的一种主动行为，其根本目的是为了追求更大的经济利益。

第三，过程不同。一般意义上的房产报废只有一个单一的过程，就是停止使用后进行报废处置并在会计上终止确认；而在城市更新项目中，房产拆除后必然还有一个重建的过程，重建能够实施是企业主动拆除原有房产的唯一前提，拆除和重建是紧密相关的一个整体过程，或者说是一个过程的两个不同阶段，拆除是为重建创造条件，重建是拆除的原因和必然要产生的结果。

第四，结果不同。一般意义上的房产报废，其最终结果是该项资产的灭失或终止确认；而拆除重建类城市更新活动的最终结果是形成具有更大规模和更高商业价值的商业地产项目或特色产业园区。

四、企业在自行实施的城市更新项目中拆除原有房产事项应该采用的会计处理方式

鉴于企业在城市更新活动中拆除自有房产事项的特殊性，笔者认为，应该将此类事项的会计处理方式与房产报废、毁损的处理方式区别开来，将被拆除房产的账面价值予以资本化的方式处理，计入重建的新项目的成本，主要的理由如下：

（一）将企业在城市更新项目中拆除房产的原有价值计入当期损益，不符合我国会计准则关于财务会计报告的目标性要求。

我国会计准则对于财务会计报告的目标定位采用的是“决策有用观”，即“财务会计报告的目标是向财务报告使用者提供与企业财务状况、经营成果和现金流量等有关的会计信息，反映企业管理层受托责任履行情况，有助于

财务会计报告使用者做出经济决策”^③。

从实际经济生活的角度来观察，不难发现，如果某个企业申报的城市更新项目获得了政府批准，不论投资者还是债权人，无疑都会将其视为一个能够促进企业资产状况改善、企业价值提升的事项，是企业的一个重大利好。但是，如果按照“被拆除房产账面价值应该计入当期损益”的观点进行处理，那么企业的财务会计报告反映的不是利好，而是反映为企业发生了一大笔损失。

将一个能够明显可以为企业带来巨大收益的事项处理成一种损失，会使财务会计报告对企业的财务状况和经营成果作出歪曲的反映，投资者、债权人等会计报表使用者如果根据这样的报告进行决策，可能就会得出一种完全反向的结论，做出错误的决策。显然，这样的财务会计报告与“决策有用观”的目标性要求是根本相悖的，尤其是在被拆除的房产原账面价值还比较大、计入当期损益后对企业盈利情况会产生较大影响的情况下，这样的报告对于投资者或债权人所产生的误导作用就会更加明显。

（二）在城市更新项目中被拆除房产的原有价值不符合我国会计准则关于“损失”的定义，不能作为“损失”加以确认。

我国会计准则是以“资产负债表观”为基础对会计要素进行定义和规定确认条件的。资产负债表观的主要观点之一，就是要求企业应该根据未来期间经济利益流入流出的情况对相关资产、负债等进行确认和计量，并基于所有者权益的变动来计量损益。基于这种观点，我国会计准则对于“损失”所下的定义是：“损失是指由企业非日常活动所发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的流出”^④。从这里可以看出，“导致所有者权益减少”和“经济利益流出”是确认“损失”的两个必要条件。

企业为实施城市更新项目而将原有房产拆除，是否会导致经济利益流出和所有者权益减少？答案是显而易见的：如果会出现这样的结果，企业为什么要将该项资产拆除？企业本质上是一个以追求利润和股东财富最大化为目标的经济组织，“有利可图”是企业经济行为的基本准则，如果不是有着更大的经济利益，企业是不可能主动拆除一项能够正常产生经济利益的资产的。

企业以再开发为目的拆除原有房产的事项，是一种能够使得企业资产价值增加、能够为企业带来更大经济利益的事项，该事项不会导致企业经济利益的实质性流出，也不会导致企业所有者权益的实质性减少。因此，企业在城市更新项目中拆除的原有房产的价值，不符合我国会计准则关于“损失”的定义，因而不能作为“损失”加以确认。

(三) 企业在城市更新活动中拆除的原有房产的价值是对新项目的必要投入。

任何一个房地产项目的开发建设，都是需要各种投入的，包括现金的投入，也包括其他资产的投入。企业在自行实施的城市更新项目中将本来能够正常使用或正常经营、能够稳定产出经济利益的房产拆除，是为了给项目的建设创造必要的条件，是为了换取未来更大的经济利益。企业付出的这部分资产的价值，与企业为项目开发投入的现金等其他资产相比、或者与其他开发商在其开发项目中支付的收购价款、拆迁补偿费等相比，只有形式上的差别，而没有性质上的区别。因此，可以认为被拆除的房产账面价值是对重建的新项目的必要投入。

(四) 将企业在城市更新中拆除房产的原有价值资本化符合“实质重于形式原则”的要求。

“实质重于形式”是我国企业会计准则中的一条基本准则，该准则要求“企业应当按照交易或者事项的经济实质进行会计确认，不应仅以交易或者事项的法律形式为依据”。根据该项准则，当企业发生的交易或事项的经济实质与其外在表现不相一致时，会计人员应当具备更好的职业判断能力，在进行会计核算时注重交易或事项的经济实质，以保证会计信息的可靠性。

企业在自行实施的城市更新项目中拆除的原有房产，从表象上看其物质形式已经灭失，法律形式上也有一个原房地产证被注销的过程，但是，从实际情况来看，企业拆除原有房产是有前提条件的，那就是重建项目已经获得了政府批准，是肯定可以按计划实施的，也就是说，企业拆除原有房产的行为实质上是以预期该行为会导致企业更大的经济利益流入为条件的，拆除原有房产是为取得这种经济利益所付出的必要成本。因此，将被拆除房产的原有账面价值转入新建项目的成本，符合“实质重于形式”准则的要求。

(五) 企业在城市更新中被拆除房产的原有价值可以作为新建项目的成本构成确认为资产。

“被拆除房产账面价值应该计入当期损益”论者还有一个重要论点，就是被拆除房产的物质形式既然已经灭失，就不能再作为一种资产予以确认。笔者对于这种论点的看法是，企业原有房产被拆除后，当然不可能继续按原有形式(固定资产或投资性房地产)确认为资产。但是，按照经济实质判断，将被拆除房产的原账面价值作为新项目成本构成的一部分确认为资产，则是顺理成章的。这是因为，企业在城市更新项目中拆除的房产，本身也是有市场价值的，企业以再开发为目的将其拆除，只能认为是为该项目所做的必要投入，与企业投入项目建设的现金或其他形式资产具有同样的性质，既然为项目建设所消耗的现金可以确认为资产，那么所付出的原有房产的价值当然也可以确认为资产。

企业将拆除的原有房产的账面价值计入新项目成本后，完全符合资产的定义和确认条件。首先，被拆除的房产本来就是企业由过去的交易或者事项形成的、由企业拥有的一种资源，转换为新项目成本构成部分后，这种性质没有改变，依然是由企业拥有的资源；其次，被拆除房产尽管已不能以原来的方式为企业带来经济利益，但是会作为新项目成本构成的一部分，与新项目的其他成本构成一起为企业带来更大的经济利益，是新项目整体经济利益之所以能够产生的基本前提，因而能够满足资产确认的第一个条件；第三，被拆除房产的价值本来就在企业账面上有着客观、可靠的记录，转换为新项目成本后依然是可以可靠计量的，满足资产确认的第二个条件。☞

注：①广东省政府2009年8月颁布了《关于推进三旧改造促进节约集约用地的若干意见》；深圳市政府2007年至2008年连续发布了《关于工业区升级改造的若干意见》、《关于推进我市工业区升级改造试点项目的意见》、《关于加快推进我市旧工业区升级改造的工作方案》，2009年11月出台了《深圳城市更新办法》、2012年1月发布了《深圳市城市更新办法实施细则》。②《企业会计准则—基本准则》第四条。③《企业会计准则—基本准则》第二十七条。

聚焦经营



01 集团俞磊副总经理一行到特发黎明公司调研

4月17日下午，集团副总经理俞磊、计财部部长刘燕、企业一部部长蒋红军等一行到特发黎明公司调研。调研会上，黎明公司总经理高天亮做了工作汇报，并对经营管理工作面临的问题及应对措施作了说明。黎明公司副总经理兼溢清公司董事长、总经理郭岳对溢清公司2013年一季度经营及全年工作计划情况进行了汇报。俞磊副总经理等集团领导对黎明中兴路大院物业出租安全管理、旧改工作进展、长龙公司经营管理、溢清公司市场开拓及外方股东变更等方面的情况进行了详细了解，黎明公司领导班子成员一一详细汇报和解答。

俞磊副总经理对黎明公司近阶段工作给予充分肯定，同时她提出几点具体要求：一是要对溢清公司

的发展前景、产品定位和竞争对手等要进行认真分析并做出判断；二是对中兴路大院等物业的经营管理，要深入细致研究，寻求创新，找出物业经营乃至公司主业的可持续、可复制的商业盈利模式；三是中兴路大院的旧改工作，要花精力与相关部门了解沟通，与合作开发商的联系要积极主动；四是要仔细分析研究和优化对长龙等下属企业的管理模式，注意控制经营风险。

(姜皓/特发黎明公司)

02 特发信息寮步光通信产业园安全发展受赞许——广东省委安全检查组到特发信息东莞寮步光通信产业园指导工作

近日，广东省委安全检查组在东莞市和寮步镇相关领导的陪同下对特发信息东莞寮步光通信产业园检查指导安全生产工作。

检查组一行听取了特发信息公司2012年度安全管理工作的汇报，全面了解并检查了公司安全生产规章制度、生产安全事故应急救援预

案等情况，并抽查了各部门安全生产日常检查、培训与演练及入离职体检和劳保发放等记录。检查组充分肯定公司在安全生产方面所做的努力，并要求公司进一步贯彻“安全第一，预防为主，综合治理”的方针，进一步完善安全生产制度细则，保障企业经营发展。

(吴龙辉 龚甜甜/特发信息电力光缆事业部)

03 特发信息升级成立技术中心独立职能部门

为加强企业的自主创新能力，经4月7日公司董事会五届十次会议审议通过，特发信息将技术中心升级设立为独立职能部门，统筹管理公司的技术研究、质量管理体系建设、信息化建设、知识产权、技术成果申报等工作。升级后独立运作的技术中心作为公司技术进步和技术创新活动的管理和执行机构，主要工作职责一方面是技术研发、体系建设、检测中心管理，另一方面是信息化规划与建设。

(黄斌/特发信息公司办公室)

聚焦经营



04

特发信息本部岗位薪酬项目正式启动

3月13日下午，特发信息本部岗位薪酬评估优化项目正式启动。公司领导班子成员、本部职能部门正副经理、顾问机构百思特企业管理咨询代表参加了项目启动会。

该项目是为了适应公司“十二五”战略规划需求，提升内部管理水平而建立的一套符合公司业务发展需要的职位体系以及具有市场竞争力、与市场先进实践匹配的薪酬管理体系，其目的是吸引及保留优秀人才，并保持公司人员的精简高效。

(吴松泉/特发信息人力资源部)



05

特发信息光网科技公司天猫商城正式上线

为开辟具有发展潜力的新销售领域和销售渠道，2013年初光网科技公司天猫商城正式上线运营。网址为<http://ontc.taobao.com>。

在网络技术广泛应用的今天，电子商务的发展给广大商家企业打开了一扇新的大门。光网天猫商城的上线，使得各类主要销售产品都可以从网上销售给客户。既响应了国家低碳环保建设的号召，也能降低销售成本、提高交易效率。使企业在发展的同时肩负起对社会的责任。

(沈瞳/特发信息光网科技公司)

06

特力永通大厦服务中心荣获“东门街道辖区2012年度安全管理工作先进单位”

3月29日，罗湖区东门街道办事处召开2012年度安全管理工作

先进单位和个人的表彰大会，特力房地产物业事业部永通大厦服务中心受到表彰，荣获“东门街道辖区2012年度安全管理工作先进单位”称号。

(祁敏/特力永通大厦服务中心)

07

仁孚特力公司开展“宗师之旅”自驾活动

3月23日，深圳仁孚星睿主办“宗师之旅”自驾活动。仁孚星睿车队20台车从深圳出发一路奔驰至台山、开平。途中到访爱国华侨谢维立先生中西合璧的私家阁楼立园，体会侨乡人诗意的家园情怀，游览拥有350年历史的赤坎古镇，在《一代宗师》的拍摄地回忆王家卫先生电影场景温润而儒雅的情怀。第二天到访广东省四大古迹之一的



自力村，也是电影《让子弹飞》的拍摄地。电影里嚣张跋扈的土豪劣绅的家宅，实际上是一栋栋饱经风雨侵蚀的直立碉楼。

经过了2天的自驾行程，车队返回深圳，大家带着互相的不舍、带着对下次的期许，带着对仁孚的谢意返程。

(闫实/仁孚特力公司市场部)

08

北京交通大学—特发黎明长龙公司2013年“软件工程”在职研究生班正式开课

4月13日上午8:00，“北京交通大学—特发黎明长龙公司2013年软件工程在职研究生班”在长龙公司总部正式开始授课。学员们将按照北京交通大学软件学院的课程安排陆续在2年内完成11-15门选修及必修课程的学习，并且完成研究生



班规定的“工程实践”、“学位论文开题报告”、“论文中期工作报告”、“学位论文”等必修环节。在职研究生班的学员们在完成所有的学习环节，并在获得规定的学分及通过论文答辩后，将获得国家教育部承认的《北京交通大学硕士研究生学位证书》。

此前2012年11月，北京交通大学与特发黎明长龙公司共同合作举办的北京交通大学—深圳长龙公司2013年“软件工程”专业在职研究生班入学考试在深圳举行。长龙公司20多人经过考试，被录取为北京交通大学硕士研究生班的学员，并领取了入学通知书。

在职研究生班正式开课，表明特发黎明长龙公司与北京交通大学签署产学研合作协议的企业技术骨干在职培训工作进入真正实施阶段，将有力推进长龙公司的人才培养战略，在人才培养、知识储备、科技创新能力提高等诸多方面为公司提供发展动力。

(王强/特发黎明长龙公司)



09

特发小梅沙旅游中心参加广深珠海旅游推介会

4月15日，特发小梅沙旅游中心应邀赴桂林参加“活力广东，精彩广深珠”旅游推介会。此次推介会由广深珠海旅游联席机构组织，以加强区域旅游合作，宣传推广广州、深圳、珠海三地的旅游产品和线路为目的，进一步打造“精彩广深珠”旅游品牌，与国际旅游名城桂林共谋旅游合作互动篇章，三地旅游业界代表均积极响应。

当天推介会上，广州、深圳、珠海三地近40家旅游部门和旅游企业以“广州故事”、“创意深圳，时尚之都”和“浪漫之城，幸福珠海”为主题，推介三地最新旅游资讯。深圳以滨海浪漫、都市风情、主题公园、文化创意、运动休闲五大特色板块进行旅游资源推介。

通过本次推介会，中心对外增

加了品牌曝光度，加强了和其他旅游企业的沟通交流，也坚定了我们自身的品牌定位。深圳市一直强调打造“国际滨海旅游城市”，特发小梅沙旅游中心作为滨海浪漫板块中的特色旅游产品，无论从品牌的历史沉淀、地理位置的优越性还是现有资源的开发再造等方面，同行企业更具有滨海旅游的发展优势，加上即将迎来的小梅沙二次开发，更是将特发小梅沙推向深圳旅游发展的潜力新高地。

(柳雯文/特发小梅沙旅游中心)

10

特发小梅沙旅游中心积极采取措施应对招工难题

2013年春节刚过，在广东省普遍的“招工难、用工难”困境之中，特发小梅沙旅游中心也面临着基层一线员工纷纷辞工，大量岗位



缺工的难题。中心想尽办法，采取措施积极应对，希望在留住员工的同时，也能留住他们的“心”：一、改善办公环境和员工居住环境。2012年底，中心整合了公司组织架构，装修了中心和海洋世界的办公室，全面改善了办公环境；员工宿舍也实行费用全免政策。二、加强企业文化和人文关怀。为所有刚入职的新员工建立完善的培训和薪酬制度，与老员工一样发放员工福利，关心爱护员工，解决员工在生活和工作中遇到的实际困难。三、提高员工的工资待遇水平。中心聘请深圳华远顾问咨询有限公司根据我企业实际制定了薪酬改革方案，下一阶段将紧密结合企业的战略和发展，系统科学地对中心现有部门及职位、绩效、管理体系和薪酬体系进行梳理、完善和实施，全面提高和改善员工的福利待遇，调动员工的积极性。2013年开年到4月1日止，中心人力资源部从各渠道招聘入职员工58人，基本满足了各部门的岗位需求。

(顾燕/特发小梅沙旅游中心)



11

特发小梅沙旅游中心全面加强员工培训

员工培训对企业十分重要，员工培训得越充分，越能发挥人力资源的高增值性，从而为企业创造更多的效益。去年以来，特发小梅沙旅游中心要求人力资源部全面加强员工培训和相关的制度建设，以期通过对员工的培训，逐步调整员工知识结构，增强服务意识，确保服务质量，提高敬业精神，形成良好的职业道德，从而提高公司管理水平和员工综合素质。为此，中心人力资源部建立和完善了一系列的培训管理制度，如《小梅沙旅游中心培训管理规定》、《新员工培训管理规定》、《内训师管理制度》等，开发和制定了新员工入职培训的系列课程，在新员工入职培训中，还加入了“总经理给新员工的一封信”；服务礼仪、服务心态学习；景区服务中最常见的问题演示等环节，并要求每一位新入职的员工都必须参加入职培训和通过培训考核。

(顾燕/特发小梅沙旅游中心)

12

特发物业坂田管理处开展服务需求考核

从今年4月1日起，华为公司采用新的《物业服务供应商服务质量评价标准—中国V03.00》文件作为对供应商的考核和扣款依据。为更快地让每一位人员熟悉合同服务需求，特发物业坂田管理处在3月初对综合部全体人员就《物业服务供应商档案及考勤管理操作指导—中国V01.00》和《物业服务供应商服务质量评价标准—中国（新版）》两份文件组织了一次全面的学习，于3月28日进行了考核，并将考核成绩作为月度绩效考核指标之一。考核全体人员成绩都合格达标。

新的合同必然带来新的服务需求，同时也带来了新的挑战。全体管理人员必须熟知和掌握新的服务需求内容和标准，才能与华为公司当前及以后的物业需求实现接轨，保证坂田管理处的物业服务质量和水平能够达到甚至超越客户的需求，进而提高客户满意度，提升物业服务价值。

(郑韦/特发物业管理公司)

13

特发物业坂田管理处开展新员工入职培训

为避免新员工“跑步上岗”的现象发生，使新员工更快地融入到团队，适应工作岗位标准与要求，为客户提供更好的服务，3月6日至3月7日，特发物业坂田管理处针对80余名新员工开展了形象礼仪知识的培训。

培训课程设计分为授课和演练两部分，授课的部分着重在于明确服务的目的，了解服务意识的重要性，实操的部分着重在对新员工的仪容仪表仪态做一次全面的界定，把标准告诉大家，让大家知道怎么用标准的服务礼仪去服务业主（华为公司）和客户。

在整个培训的过程中，除了讲解外，还灵活运用游戏互动、电影分享、案例分析、小组讨论、现场演练等多种手法生动活泼、深入浅出地对每个知识点进行了深刻的讲解和诠释。引领学员在轻松、活跃的气氛中学习。为了了解员工对培训内容的掌握程度，管理处进行了培训评估，组织学员针对培训内容进行了考核，经过考核，及格

聚焦经营



率为98.3%。

(郑韦/特发物业管理公司)

□ 广东“国五条”细则率先落地

3月25日,首个地方版“国五条”细则正式落地。广东省政府发布《转发国务院办公厅关于继续做好房地产市场调控工作的通知》,要求广州、深圳两地需于3月底前公布房价控制目标,并明确指出至2013年底广东全省地级以上城市完成住房信息联网工作。但细则并未对限价目标、二手房交易征20%个税如何操作等焦点问题做出明确规定。

□ 我国将实施不动产统一登记

国务院办公厅3月28日发布《关于实施<国务院机构改革和职能转变方案>任务分工的通知》,规定了2014年将完成的28项任务,包括推动建立统一的信用信息平台、出台并实施不动产统一登记制度、出台并实施信息网络实名登记制度等。

□ 深圳“国五条”细则公布,今年房价增幅或达8.6%

深圳市规划土委于4月1日发布《深圳市人民政府办公厅关于继续做好房地产市场调控工作的通知》,从完善房价调控、税收征管、继续实行限购以及增加住房和用地供应等8个方面出台楼市调控措施。对于二套首付房贷比例提高与否、二手房20%的个人所得税征收等并未详细提及。

通知指出,严格规范新建商品住房供应管理,促进中低价位普通商品住房和保障性住房的有效供应,进一步完善稳定房价工作机制。根据年度经济发展目标、人均可支配收入增长速度和居民住房支付能力等情况,确保2013年全市新建商品住房价格涨幅低于本市人均可支配收入的实际增长速度。

□ 新建商品房扩大“绿色建筑”占比

住建部制订的《“十二五”绿色建筑和绿色生态城区发展规划》近日公布,《规划》提出,“十二五”时期,我国将选择100个城市新建区域按照绿色生态城区标准规划、建设和运行。

2014年起,政府投资的党政机关、学校、医院等建筑,直辖市、计划单列市及省会城市建设的保障性住房,以及单体建筑面积超过两万平方米的商场、写字楼等大型公共建筑,将率先执行绿色建筑标准。同时,住建部还将引导商业房地产开发项目执行绿色建筑标准。

□ 银监会:银行信贷要支持中小套型普通商品住房建设

中国银监会日前下发的《关于银行业服务实体经济的指导意见》要求,2013年银行业在信贷投放上支持扩大内需、节能环保等领域。就银行业在信贷投放上支持扩大内需方面,意见要求,推进消费信贷业务发展,支持居民家庭首套自住购房、教育、文化等消费信贷需求。支持中小套型普通商品住房建设。按照风险可控、商业可持续原则,支持保障性安居工程建设。

□ 深圳最贵公寓每平米29万元

近期,深圳共有两个均价超10万/平方米的楼盘上市,分别为东海国际公寓和后海深圳湾壹号。其中,东海国际公寓顶层楼王单位叫价29万元/平方米。该项目总用地面积3.48万平方米,由办公楼、酒店、商务公寓、商业四大部分组成。

□ 房企500强测评结果发布,万科居榜首

3月22日,2013中国房地产500强测评成果发布会暨500强峰会在北京举行。据测评榜单显示,万科集团再列榜首,恒大地产和保利地产跻身3强。而万达集团、中海、绿地、龙湖、华润置地、世茂、富力分列榜单4-10强。

□ 深圳“新国五条”细则落地后频现开盘热销

4月初“新国五条”细则落地后,深圳新盘开盘现场持续火爆。4月中旬,合正香蜜原著、中航天逸、新天CBC、半山道1号楼盘入市。业内人士认为,近日入市楼盘多为符合首次置业、首次改善置业需求产品,且限价之下定价相对合理,促成购房者出手买房。与此同时,“新国五条”细则出台“维持原判”,购房者对后期政策出台预期大降,买家入市信心增强。

□ 瑞银预计今年内地楼市平稳,香港楼价或下跌5%

瑞银中国内地和香港房地产行业研究部主管李智颖4月22日表示,预计今年内地楼市将整体平稳。香港楼价或将下跌5%。

李智颖预计,在外围环境不佳的情况下,经济要保持一定的增长,调控措施不会再加大力度,内地整体楼价全年涨幅或为上下5%。其中一、二线城市供应较少,楼价或升幅较大,三、四线城市供过于求情况仍然集中,楼价走势会受到一定限制。中央将继续对首次置业的买家作出支持,楼市交投将随经济前景改善出现温和增长。

□ 200多海外房地产项目登陆深圳春交会

5月1日到5日,“2013中国深圳(春季)房地产博览会”在深圳会展中心举行,欧洲、美洲、大洋洲等海外“军

团”首次集体亮相深圳房博会,组委会方面介绍,截至4月10日,报名参展房地产项目超过250个,其中来自海外的数十家开发商带来了约200个。

□ 百城房价继续上涨

5月2日,中指院发布4月份房地产市场“百城价格指数”。数据显示,百城住宅平均价格自2012年6月以来连续第11个月环比上涨,涨幅缩小0.06个百分点;同比则是连续第5个月上涨,涨幅扩大至5.34%。

具体来看,中指院数据显示,4月份全国百城住宅平均价格为10098元/平方米,环比3月上涨1.00%。其中76个城市环比上涨,24个城市环比下跌。此外,本月价格环比下跌的城市个数增加8个,环比上涨的城市则比上月减少8个,其中涨幅在1%(含1%)以上的有40个,较上月减少11个。

中指院指出,三、四月份以来,多地“国五条”细则落地实施,市场成交量明显降温。中指院的分析指出,从4月份数据来看,主要城市新房、二手房成交量显著下降,住宅均价环比涨幅缩小,价格环比下跌的城市个数略有增加。在一线城市及部分热点二线城市,部分开发商正在调整开盘时间和定价策略,如延迟推盘、高开低走、取消精装修或用“精装分拆”降低合同价等。

“但总体来看,房地产市场供不应求态势尚未缓解,房价上涨压力犹存”。中指院进一步预测称,未来房价上涨过快的城市仍存在调控政策加码的风险,市场预期较为复杂,不同城市住宅市场将进一步分化。

■ 第九届中国出境旅游国际论坛将于6月在京举办

为把握中国出境旅游市场的最新动态，及时了解政府促进市场健康有序发展的政策方向，探讨出境旅游需求的新变化和新的运营模式，推动中国出境旅游市场的转型升级和持续增长，第九届中国出境旅游国际论坛（IFCOT2013）将于今年6月24日在北京举办，届时将有300名旅游业内精英、中外旅游机构的高级官员、出境旅游组团社负责人、国际领先的旅游企业和优质旅游服务供应商经理参加。

■ 生态环境问题致第一季度游客满意度大幅下降

4月9日，中国旅游研究院在京发布2013年第一季度全国游客满意度调查报告。调查显示 2013年第一季度全国游客满意度指数为77.62，处于“基本满意”水平，出现较大幅度下降。主要原因是国内和入境游客对连续多日的雾霾、沙尘等空气质量以及水质恶化等生态环境满意度大幅下降所致。报告认为，在散客、自助、休闲主导的大众旅游时代，越来越多的游客消费对象指向非传统旅游资源，满意度评价则与目的地的总体环境密切相关。旅游部门和各级政府要付出更多的努力，让游客在真实的行程中看见中国的美丽。

■ 赴俄国游预订量攀升，东南亚短线游受宠

随着俄罗斯“中国旅游年”开幕，赴俄旅游产品预订量较去年有一定比例增长。记者从同程网度假预订中心了解到，俄罗斯跟团游、“俄罗斯+北欧”等系列产品关注度均很高，旅游报价集中在7000元—17000元不等。如从上海出发的“俄罗斯7日游”报价7400元；“俄罗斯+北欧四国+峡湾双游轮12日游”报价17000元起，以上两条线路预订量最高。此外，“俄罗斯8日游”和“北欧四国9日游”关注度也直线攀升。

根据相关数据显示，“五一”小长假前后的一周时间，市民出游热情达到春节后最高。美国及欧洲长线、东南亚含海岛等出境短线方向最受关注。其中东南亚出境短线游一直受宠。“出境游线路价格方面，‘五一’团期报价整体涨幅不大，与清明假期的价格持平，平均价格环比上涨仅200-500元。

■ 春季旅游升温，景区掀“涨价潮”，最高涨幅167%

随着今年春季旅游逐渐升温，同时“升温”的还有景区的门票价格。中新网财经频道统计发现，近期，凤凰古城、江西婺源、四川峨眉山等一批景区纷纷上调了门票价格。其中，江西婺源景区的通票价格则由原来的180元上调到了210元，涨幅达17%。四川峨眉山的旺季门票价格从150元调整到了185元，涨幅达23%。湖南张家界龙洞景区票价从80元调整到100元，涨幅达25%；宝峰湖景区价格由74元调整到96元，涨幅达30%；德夯景区由60元上调至100元，涨幅达67%。此外，扬州瘦西湖从3月1日起开始执行150元一张的旺季票价，比之前上涨了30元，涨幅达25%。山东崂山巨峰游览区旅游观光车4月1日起从小型车换为大巴，价格从每人15元升至40元，涨幅更是达到了167%。除了内地之外，香港、台北等地的景区也加入了涨价潮。其中，香港迪士尼乐园3月27日起成人一日门票价格由399港元(约319元人民币)增加至450港元(约360元人民币)，涨幅约13%。台北故宫博物院普通门票自160元(新台币)涨到250元(新台币)，涨幅达56%。除了直接涨价外，还有多个景区采取了“一票制”的方式将门票“打包”销售，被质疑是变相涨价。面对景区直接的或者变相的涨价，中国旅游研究院曾发布的一份报告显示，89.2%的网友认为景区门票“太贵了，门票支出已经严重影响旅游热情”。

■ 新西兰给予中国旅客两年内多次往返免签证待遇

据新华社上海4月9日电，新西兰总理约翰·基9日在此间宣布，为了吸引更多中国旅客，新西兰已决定赋予中国旅客两年内多次往返免签证待遇，这一新政策5月正式实施。约翰·基说，2012年，中国已超越

美国和英国，成为仅次于澳大利亚的新西兰第二大游客源地。约翰·基同时宣布，新西兰将开通一个中英双语网站，专门服务于中国赴新移民及旅行签证。

■ 我国将开放三沙市旅游，美景沁人心田

海南省常务副省长谭力4月6日透露，三沙特色旅游正加快推进，三沙旅游路线、景点、着陆点基本确定，“五一”小长假开通。目前，三沙旅游接待能力有限，将以邮轮旅游的形式进行，食宿均在邮轮上，游客可下岛进行观光活动。政府已经为邮轮选好了观光景点和路线。

■ 北京将对游客游园违规行为进行行政处罚

新京报讯，游客在公园内随地吐痰，最高将罚款50元，在非投喂区投喂动物，最高将罚款100元。今年，北京市园林绿化局将对各种游客游园的违规行为进行行政处罚，计划先从市属11家公园开始，逐步覆盖全市46家主要公园。游园时哪些陋习将被处罚？翻越围墙、栏杆、绿篱，在禁烟区吸烟，在非游泳区游泳，在非滑冰区滑冰，在非钓鱼区钓鱼等，责令改正，并可以处20元以上50元以下罚款。营火、烧烤，捕捞、捕捉动物，采挖植物，恐吓、投打、伤害动物或者在非投喂区投喂动物的，责令改正，并可以处50元以上100元以下罚款。

■ 中国去年海外消费千亿美元，超越美国列全球第一

联合国世界旅游组织4日发表声明说，中国2012年已超越美国等国，成为世界第一大国际旅游消费国。世界旅游组织说，中国人2012年在海外旅游消费额达1020亿美元，创下历史纪录，同时比2011年的730亿美元海外旅游消费额增长了40%。声明指出，过去10年间，中国国际旅游市场的发展一直是全球最快的，至今依然如此，这要归功于中国城镇化的发展，可支配收入的增长以及对国际旅游限制的放松。

■ “迪士尼”第三次涨价对香港游“零影响”

作为香港游的必经之站，2005年投入使用的香港迪士尼乐园一直以来就是游客们前往香港游玩的主要理由之一，尤其得到家庭亲子游的“宠爱”。8年来，香港迪士尼乐园经历了3次价格上调，在对多家经营香港游旅行社的采访中，记者了解到，香港迪士尼乐园的门票第三次上调在业内并没有引发很大争议，门票涨价主要基于汇率的影响，以提升门票单价弥补汇率差的做法可以得到理解。近年来，乐园在新项目、新园区的开发建设上确实投入较大，这些硬件规模的扩大对游客而言是一种很直观的增值。

■ 年内广州72小时过境免签

如果不出意外，今年年内，广州将成为继北京、上海之后，国内第三个实施72小时过境免签政策的城市。所谓过境免签，是指外籍人士从一国经转某国前往第三国，不必申请过境国签证即可过境，并可短暂停留的一种政策。很多国际大都市都有类似措施，例如香港机场有7天的免签时间，而韩国仁川机场的过境免签则长达30天。72小时免签其实代表着这个城市具有国际旅游的一个服务功能。

■ 国内1200余家景区五一降价迎客

近日，国家发改委部署全国各地价格主管部门在五一劳动节期间，对实行政府定价和政府指导价的1200余家景区门票价格实行优惠。其中5A级景区60家，4A级景区约350家，3A级及以下景区约800家，景区门票价格平均优惠幅度约20%。大幅降价将吸引游客，而景区的酒店餐饮业有望迎来商机，同时五一旅游黄金周的到来和政策利好预期持续等因素，航空、交运等行业也会受到资金的热捧。

内地游客投诉香港钟表店飙升，九成与质量有关

香港消委会今年1至3月收到189宗有关钟表珠宝的投诉，按年升三成二；当中113宗涉内地旅客，急增四成九。涉案的店铺大多位于游客区如尖沙嘴、铜锣湾和湾仔，当中有90宗投诉与货质量有关，41宗关于维修保养，20宗与销售手法有关，其余的是关于价格、假货、型号出错等。香港消委会表示，《2012年商品说明(不良营商手法)(修订)条例》或于下半年生效，如生效后，将会规范相关法律法规。

出行游散客化成主流趋势，青年成自由行主力

国内首份关于散客自由行的情况报告《中国自由行发展报告(2012-2013)》近日由中国旅游研究院联合在线旅游龙头携程旅游发布。随着游客自主意识增强，散客化已成为全球化趋势。欧美各主要旅游接待国，散客市场份额占70%-80%。散客旅游接待能力成为衡量一国或地区旅游业成熟度的主要标准。1992年，我国客源结构中散客与团队游客首次平分市场。随后散客比重逐年增加，2011年抽样调查数据显示，国内城镇居民团体旅游占17.5%，散客旅游占82.5%；农村居民团体旅游占6.9%，散客旅游占93.1%。成为旅游活动主要形式。

中国游客征服世界，巴黎咖啡馆卖包子油条咸鸭蛋

据新华社电，位于巴黎歌剧院广场区内的一家老咖啡馆推出中式早餐，油条、包子和咸鸭蛋等被推上食谱。这家百年老店于1862年开业，装潢风格典雅华贵，是法国文人与政治家经常光顾的地方，历届法国总统都不只光临一次。除招待中国游客，吃惯面包和黄油的法籍人士也愿意换换口味。

中国游客成外国人眼中大款，各国频出新政吸引

日前，国家主席习近平在博鳌亚洲论坛上表示，今后5年，中国出境旅游有可能超过4亿人次。联合国世界旅游组织近日发表声明说，2012年中国境外旅游消费达到1020亿美元，超越了德国和美国，成为世界第一大国际旅游消费国。中国出境游再次吸引了世界的目光。据统计，中国出境旅游人数2000年为1000万人次，2012年即增至8300万人次。在此期间，中国游客境外旅游消费增长了8倍，2012年达到1020亿美元，比2011年的730亿美元增长了40%。中国已成为世界第一大国际旅游消费国，对全球旅游经济的贡献度达到13%。中国出境游必然会给全球旅游格局带来新的变化。

今年第一季度我国旅游收入同比增长15.8%

日前从国家旅游局获悉，今年第一季度，我国旅游经济总体保持持续平稳发展格局，国内和出境旅游市场均实现较快增长。预计旅游总收入约为8350亿元，比上年同期增长15.8%。一季度国内旅游继续保持增长态势，居民旅游消费持续较快增长。国内旅游人数达10亿人次，比上年同期增长14%；国内旅游收入7630亿元，增长18%。出境旅游快速发展，境外消费大幅增长。出境旅游人数约2260万人次，比上年同期增长16%。

香港迪斯尼主题区“迷离庄园”5月17日开幕

据香港电台报道，香港迪斯尼乐园新主题园区“迷离庄园”于5月17日开幕，是乐园目前扩建工程的最后1个项目，亦是迪斯尼全球独有的主题园区。迪斯尼表示，新园区由“迷离大宅”、拍照景点“奇幻庭院”、餐厅及购物商店组成，亦设置了无轨电车系统，让游客沿途观赏各款展品和特技效果。新园区开幕后，整个乐园提供的娱乐设施总数超过100个，吸引不同层面游客。



山海风光20年——写给盐田建区15周年

■ 魏鹏程/特发小梅沙旅游中心

穿过盐田港的工地，秀美的山海风光映入眼帘。第一次见到大海时心潮的澎湃就像汹涌的波澜。20年过去了，伴随着盐田区的成立和建设步伐，我作为一名休闲运动爱好者，在十几年的远足、越野跑步中不断感受着秀丽梅沙每一天的变化，享受着得天独厚的山海胜景。经常与好友站在马峦山顶，回忆近20年来的时事变迁与景观变化，一种“指点江山”的快意萦绕心田。

秀美的自然风光

盐田建区前大梅沙还保留着原生海滩的地貌。沙丘、石砾、爬藤、落叶松，据说这里曾是一个古文化遗址。而

小梅沙旅游中心在当时号称东方夏威夷，两座白色帆船形建筑的小梅沙大酒店是深圳东部的地标，在一弯海水的映衬下，清新秀丽，怡人心扉。

那时我们的业余生活就是在沙滩上漫步、踢球、逐浪或在海里游泳。水性好的同事还能潜水找拾到被海浪从游客身上冲落沉入水底的眼镜、项练甚至手表。有趣的事还有踩鱼：涨潮时沙滩漫步，把来不及跟着海水退潮游走的鱼儿一脚踩住。运气好，大的可达几斤。还有兜鱼：下雨时溪水湍流而下，在入海口，小鲫鱼从溢水的鱼塘中流出，到沙滩后溪水变宽变浅，用双手就可以把鱼儿兜住。



还有在溪流经过的水潭中沉入竹筐，放入青草，隔夜或几天后提出竹筐，就有许多青虾在筐中。对，就是齐白石老先生画笔下的那种虾！还有在鱼钩串上蚯蚓，站在礁石或架小舢板于海中，不断扯动鱼线，就能钓到鱿鱼或石仔公。另外在大潮退去时，还能跟着梅沙村的居民拿着烧烤叉，戴着胶手套在乱石中掏海胆，抠海螺，捞海苔。有居民讲，小梅沙东边的海岬叫背仔角，相传渔民出海后，妻子背着孩子经常在该处望夫盼归。一渔妇母子久望不回，化作山石，称背仔石。可惜在修建盐葵公路时被炸掉，现在大家无缘能看到。无独有偶，大梅沙半山腰有一块独立山石，像一个盼父亲归来的孩子，我把他叫做“望父石”，并拍照片，写短文，发表在2000年的《深圳商报》上。现在该石尚在，但已立身在滨海别墅群傍。

崭新的巨幅画卷

家乡好友在对海的憧憬、向往中常会问梅沙有啥？我常常戏谑地说“梅沙梅沙，没啥没啥”！的确，那时没路灯，没超市，没医院，没邮局，没书店，没报亭，没图书馆，电视只能用卫星天线收看香港的四个台，说的都是粤语。去市内办点小事也得两头摸黑。

1998年我们由罗湖区居民成为盐田区居民，原来经常由战士巡逻的二线公路也没有了管制。我们开始经常登高远足看梅沙，巨大的变化象一幕幕彩画，逐日展现在我们眼前：1999年大梅沙海滨公园对市民开放，繁花、绿树、碧海、黄沙美不胜收，太阳广场、月亮广场、愿望塔、阳光走廊成为随时可徜徉的地方；小梅沙的叠翠湖像一颗翡翠明珠镶嵌在马峦山间。同一年，深圳海洋世界建成开业，缤纷的水族馆、精彩的海豚、海狮、海豹、美人鱼、水上芭蕾以及高空跳水表演，成为东部旅游的新亮点。行走在二线公路上每天都能听到动物表演时激昂的音乐，还能看到外籍演员从几十米高台凌空跃下的矫健身姿。同时，梅沙雅兰、海景、芭堤雅以及湖心岛上的奥特莱斯购物村如雨后春笋，万科天琴湾高尚住宅区初具雏形，盐田港数百个高耸的吊塔隐隐绰绰显现在大梅沙西边的山峦后面。一幅美丽的画卷正在慢慢展开！不过，最让大家开心的还是盐坝高速公路开通，阳光下象一条飞扬在碧海蓝天、青山绿水间的竖白条墨色飘带。

大美山海，幸福梅沙

这几年，海滨栈道开始呈现在大家眼前，二线公路成



了绿道，梅沙逐渐成为市民徒步穿越深圳的站点，饱览山海胜景、浪漫身心情怀的目的地，登山踏浪的集合点，以及骑车越野郊游的休息区。继几届“黄金海岸旅游节”后，市（区）政府和公益组织“壹基金”举办每年一度的“为爱奔跑”山地马拉松，受气氛感染，我报名参加了2011年的山地马拉松比赛并跑完全程，名次是104名，为壹基金增加捐款400元。以后我开始爱上这一运动。无论是早晨、下午或晚上，高兴了、郁闷了、累了、完成工作轻松了甚至受领导、老婆的批评了，都会不由自主地沿着盐葵公路或二线公路在山海之间跑一下。在近似于汽车空档下慢坡滑行的长跑快感中，我们看到东部华侨城在崛起，云海别墅在隐现，海洋世界的极地馆建成开业，京基喜来登、游艇会开门迎宾。海面上快艇疾驰，豪华游艇飘逸，降落伞飞翔，风筝漫舞，还有山上的峡谷瀑布、玻璃悬桥、空中缆车以及华兴寺、“自然眼”、小火车……

迷人的还有在长距离越野练跑中看到的新人文景象：片区内随处可遇绿色单车停放点，社区的自助流动图书柜，绿道，社区和公园中方便残疾游客的盲道和轮椅通道，保留在绿道旁的边防哨所，龙岗和盐田的界碑，带着

太阳能板和风力发电的路灯，开着收音机听新闻携手蹒跚锻炼的老人、拿着平板电脑背着登山包卿卿我我郊游的情侣，与狗狗一起撒欢的亲子家庭，以及企业文化活动集体出行的团队。傍晚跑步时还能看到大峡谷《天机》表演时无数变幻彩灯映照的夜空，那是一个梦幻闪烁的天空！

一次在冬天的极寒天气穿着运动短衣短裤山地15公里跑，受到众多路人喝彩加油鼓励。几个穿着厚防寒服的美女还拿着“平板”追着我齐声喊：“合一个影，合一个影”。真是乐死人！☺





另一个角色

■ 陈国静/特发信息审计部

就在4个月前一个平凡的晚上，我和一个新的生命悄悄相逢——儿子当当来到了我的生活中。从此，我的角色发生了根本性的变化。以前，我只是父母的儿子，姐姐的弟弟，妻子的丈夫；现在，我成为了父亲，一个自己非常憧憬却也有些许敬畏的角色。

从妻子十月怀胎到儿子降生，是一个短暂却又漫长的过程，牵动着全家人的心。

几个月对于人生来说确实很短，但等待的煎熬和临产的担心又让人觉得是如此的漫长。只有亲身经历这个过程的人才能明白，新生命的孕育是如此辛苦却让人兴奋，子女真是父母甜蜜的负担。

我和妻子都是生活在大家庭的人，儿子的降生一直牵动着双方家庭成员的心。特别是母亲和岳母，几乎天天打电话询问，言语之中满是浓浓的关心，年近七旬的她们还亲手为孩子缝制衣裤棉被等物品，虽然这些东西都可以买到，但她们觉得买来的一定不如自己缝制的温暖舒适；姐姐也在忙着准备衣服鞋袜、奶瓶水杯、小勺子、尿片、洗浴用品，甚至婴儿润肤霜等婴儿用品；细心的嫂子想到我们初为父母没有经验，准备保暖的衣物太少，随即准备了好几套冬春穿的厚棉衣。看着全家人都在忙碌，我们做父母的似乎有点插不上手的感觉。可以毫不夸张地说，现在的80后生孩子，真的是全家总动员。

作为儿子，我似乎理所应当享受父母的关怀；作为弟弟，我已经适应了哥哥的关心、姐姐的牵挂；但作为丈夫和父亲，角色就反转过来了，不再只是关爱的接受对象，而是关爱的给予者了，要照顾好妻、儿，尽到一个丈夫和父亲的职责。但忙中有乐，在照顾妻儿的同时，我也享受着小家庭的平静与温馨。妻子是一个喜欢安静的人，家里一直是整洁明亮，恬静淡雅的。在我的理念中，小家庭就是一个宁静的港湾，它不仅让你的身体得到休息，也让你的心灵有了一个安全的所在。现在有了儿子，安静的家庭环境变得热闹了许多，小家伙似乎天生就有一种亲和力，让人不由自主地想和他亲近。他的每一个表情、每一个动作、发出的每一种声音，我都觉得是那么地可爱，那么愿意沉溺其中。忽然发现，原来热闹才是幸福最浓郁的诠释，难怪很多老人喜欢儿孙绕膝共享天伦之乐。作为父亲，我内心幸福之余也有一点点的忐忑，深切地感受到了自己肩上的责任，希望自己能够做一个合格的父亲，让儿子有一个幸福温暖的家。

现在，我更加理解父亲眼中那深深的期待和母亲那看似唠叨的叮咛，他们所做的一切都是为了孩子。我深深知道，无论生活在大家庭还是小家庭，我们都应该为家庭的幸福尽自己的一份力，孝敬父母，善待亲戚，好好养育子女，亲人们才是我们工作坚定的支持者。

作为儿子，我祝福天下所有的父母都能平安幸福，身体健康；作为父亲，我希望所有的儿女都能够幸福快乐地成长。☺

秦韵雄风，我的家乡咸阳

■ 马明/特发信息光缆分公司



人在外最思念家乡。我的家乡在祖国雄鸡版图的最中心——中国大地原点所在地，是商鞅变法的地方，古丝绸之路的第一站，被誉为“中国第一帝都”的古城咸阳。

咸阳得名有两种说法：一是咸阳位于九峻山之南、渭水之北，山水俱阳。“咸”字在文言文里通常做“普遍都、全部”来解释（东汉的许慎在《说文》里面说：咸，皆也，悉也），咸阳就是说山水都在阳面。另一种说法是有人根据《史记》和在秦都咸阳出土的陶文，认为商鞅在此曾置“咸亭”、“阳里”，秦孝公将两名合一，取名咸阳。咸阳是中国历史上第一个统一中国的封建王朝——秦王朝建都之地。咸阳地势由东南向西北呈阶梯形，南部渭河、泾河平原，中部台塬区，

北部高原丘陵区。咸阳自古素有交通要冲之称。古时，咸阳北有关中通往河西走廊的泾河谷地；南扼渭水漕挽天下；西通陇西；东处泾渭交汇地带。左扶崤函，右控陇蜀，战时兵家必争。渭水于此折向东北，构成关中东西大道的分界线，自古中原和长安来往于川、甘、青、宁、新各地者，均由此处渡渭河，咸阳成为西出阳关，北上萧关，东至长安，直抵中原的交通枢纽。

咸阳是我国著名古都之一，是历史悠久的文化古城。古时，周人曾在咸阳一带长期活动，修筑城池，发展经济，留下了许多遗迹。公元前350年秦孝公将国都迁到咸阳，秦王嬴政在此建立了中国历史上第一个中央集权制的多民族政权——封



建帝国秦王朝。周、汉、唐等十一个朝代也都曾把咸阳作为都城或京畿之地，成为我国当时的政治、经济、文化中心。在中华民族五千年的文明史上，咸阳闪烁过灿烂的光辉。咸阳现有的古迹众多，我简单地介绍一下：咸阳境内的帝陵多，等级高。境内现有历代帝陵27座，埋葬着28位皇帝，全部是国家重点文物保护单位。其中以西汉帝陵和唐代帝陵最为集中和壮观。其中具有代表性的是：汉武帝茂陵、汉景帝阳陵、唐太宗昭陵、唐高宗李治和周帝武则天合葬的乾陵。其中昭陵占地30多万亩，陪葬墓180多座，是世界上最大的皇家陵园。昭陵六骏用高超的雕刻艺术记录了唐太宗李世民南征北战立下的千古功勋，被称为中国石刻艺术的典范。后稷教稼台犹如写在大地上的中华农业史书，记载了炎黄民族发展农业、树艺五谷远在世界各国之先的光荣历史。彬县大佛寺主尊大佛高20米，为西北第一大佛，武功县报本寺、长武县昭仁寺等，都是规格极高的皇家寺院。另外还有西北最高的砖塔——崇文塔、西北最高的铁塔——北杜铁塔等一大批佛塔，以及大量的宗教石刻，都是极其宝贵的宗教文化遗迹。三原城隍庙、龙岩翠柏、咸阳博物馆都是保存完整的明清古建筑。

说完了历史古迹，我再讲讲咸阳的饮食文化。咸阳的饮食文化博大精深，总的特点是简朴、大气、精细、美妙、包容。饮食品种之多，做工之细，手法之巧，口感之美，叹为观止。说简朴，咸阳饮食以五谷为主料，以素食为主流。说大气，例子很现成：烙饼象锅盖，面条象裤带；献糕如卧虎，麻花似棒槌；海碗喝稀饭，大盘吃饺团。做者落落大方，食者动静彪悍，成了人类食文化中的大家手笔。“提起赶杖一张纸，提起刀子一根线；下到锅里哗啦转，盛到碗里摆丝线。”“刘备吃了九碗半，走过州，夸过县；口里香味还没散。”这就是人们对咸阳面食的形象描写和赞誉。咸阳饮食的美妙在于小吃，小吃是食中极品，长武血条汤、线线面、硬面锅盔、羊肉泡锅盔、酿皮子、家酿黄酒，彬县淤面、面筋，永寿麻花、油茶，旬邑家常面，淳化麻食，三原泡泡油糕、千层饼、蓼花糖、疙瘩面，礼泉烙面，乾县齿轮锅盔、搽酥、豆腐脑、一口香，秦渭凉皮、肉夹馍，武功睁眼锅盔、凉粉，兴平油泼辣子涎水面、云云馍、醪糟、豆面糊，皆享誉关中，名扬西北。

家乡咸阳之美，美不胜收，言之不尽。她是我日思夜想、魂牵梦绕的地方。☺

生活是世人不愿参透的禅

■ 伍俐洁/特发信息办公室

“真理是一根根线织成的布。所以，所有事情越单纯就越接近它自然的状态，也就是说，越接近真理。于是，用单纯的办法去对待复杂的事情，这种思维方式是很重要的。”稻盛和夫如是说。

生活是禅，可禅又是什么？有人说禅便是这世上无穷无尽的哲理。可是世间哪来那么多高深、奥妙的哲理？只不过是人们习惯了把简单的问题复杂化，然后觉得不爽，又试图把被复杂化了的问题变简单罢了，就像找了条结实的木板搭在深沟上，从一边走到另一边去，结果回头一看，原来一步就迈得过来。大道至简，禅也只是一呼一吸。

事实的确如此，禅也便只是我们一点一滴、简简单单的生活。也不知有多少人曾向赵州禅师求禅，但是其中几人真正明白了那句不咸不淡的“吃茶去”之意。世人总是如此，情愿去机关算尽，也不愿相信事情真的是那么简单，是非心、功利心、区别心，每一样都可以把人送上不归的歧途。总想着眼前有座山，山便出现了；总想着地上有个坑，地便塌陷了；总想着对面有堵墙，墙便挡住了你。你恐惧地看着眼前的障碍和你觉得存在的另外一些未知的障碍，然后寸步不敢前行，焦虑着原地打转，到不了你要到达的地方。或者你真在试图寻找、比较着你认为是的一些捷径，但始终犹豫不决，不知道该用哪一种途径。而那些已经到达的人只想着“我要走过去”，仅此而已。所有一切，都只是世人在和自己玩智力游戏，以证明自己思维的高端罢了，或许世人真的寂寞如斯。《心经》讲：远离颠倒梦想，究竟涅槃。

“一切有为法，如梦、幻、泡、影，如露，亦如电，当作如是观。”不忘初心才方得始终，稻盛和夫说的也便是这个意思吧！生活是禅，只是世人痴魔，不愿参懂。寥寥闲言，且独慰吾心。☺



没有什么比微笑更美

■ 叶珺/特力行政办公室

一

周六在KFC（肯德基）等朋友。我注意到在洗手台旁，有一位穿戴很时髦的女士。只见她把一沓刚擦过嘴的餐纸递给服务员，傲慢地说：“去，把它扔了！”服务员是个小女孩，她赶忙把餐纸接过去，弯腰放进那位女士高跟鞋旁的垃圾桶。镜子里映照出这个美丽而又恬静的女孩温柔的笑脸。

邻位，坐着一对老年夫妇。老夫人指着大厅里的服务员，好奇地问我：“她们是做什么的？”我说：“收盘、收拾餐桌的。”

老夫人说：“在我们台北，这些都是我们自己做的。”说完起身把餐盘里的杂物倒进垃圾桶里，和老伴默契地相视一笑，然后牵手离去。一旁的服务员用淡淡的微笑目送着他们远去的背影。老夫妇脸上虽然历经岁月风霜但微笑依旧美丽迷人。



二

此时进来了一个提着篮子的大妈，她有些犹豫地对收银台的服务员说：“要一只肯德基。”善良的服务员楞了一下，但是很快反应过来，微笑着给大妈下单、收钱，然后递给她一份热辣辣的鸡腿。

大妈小心翼翼地接过袋子，再递给身边踮着脚望着柜台里的小孩。孩子捧着那个画着老爷爷的纸袋端详了许久，才拿出鸡腿大大的咬了一口，看着奶奶心满意足地笑了起来。孩子的笑脸是那么的天真无邪，那么的可爱。

三

在回家的公交车上，遇到4位聋哑女孩。她们样子很清纯，应该是聋哑学校的学生，其中一个女孩与我并排而坐。一路上，她们都在用手语交流，很自然、很随意地比划着，还时不时发出一阵阵清爽的欢笑声，那笑声很美、很动听，很多乘客的目光都不由自主地投向了她们。

我微笑地看着她们之间无声的交流，这时我身旁的那个女孩优雅地对我微笑着点了点头。这让我感到有些意外，没想到她如此的落落大方。

虽然此时的车厢静谧无声，但我相信车上的每一个人都感受到了她们的乐观、积极和热情。她们虽然不能用正常的声音言语去表达，但她们的微笑却像是盛开在心灵上的花朵，清香怡人。此刻的我觉得生活在无声世界里的她们活得比我们正常人更加有声有色，她们像天使一样美！

突然间，我意识到生活其实并不复杂，只取决于自己用怎样的心态去面对它。想到这里微笑不由自主地漾上了我的脸颊。

用微笑去面对生活吧，相信我们能收获更多……☺

光阴荏苒，不知不觉，我在特发信息渡过了17个春夏秋冬，从一个懵懂少女成长为一个二年级小女孩儿的母亲，在我这张也曾经稚嫩过的脸上，岁月毫不留情地刻画出了点点痕迹！从刚踏入公司时的“小罗”到今天的“罗姐”，时光的流逝让我觉得自己不再年轻，看着如今公司里一张张充满朝气的年轻的脸庞，我不禁感叹万分——年轻真好！

我经历了公司的资产重组，经历了公司两次大的搬迁，工作岗位也由原来的质控部调整到了现在的销售部。当有的新同事知道我在公司的工作年限时，满脸的惊讶！我知道他们一定在想：“一个人能在一个公司呆那么久，真是很少见啊！”但是我要告诉这些可爱的80后和90后，这就是我们70后。我们在成长的过程中有着强烈的时代变革标记，因为七十年代，我国经历了从封闭内向到改革开放的一系列变迁，这是一个夹缝中的年代，也是一个转折的年代。我们曾经无所适从，我们经历太多。我是从小生活在姐妹众多的大家庭，爸妈教育我们从小要做“五讲四美三热爱”的人，上学时绝对不能谈恋爱，参加工作了就要一心一意地、认认真真地工作，要对得起单位和自己的良心。其实，那个时代也是一个火红的年代，人们思想单纯，集体主义观念强，私心杂念很少，因为家里小孩多，生活清苦简朴。现在不同了，一方面是随着科技和社会进步，物质日益丰富，另一方面是计划生育一对夫妇一个小孩，生之者多而食之者少，生活条件大大改善，人们追求个性和自由，思想观念开放，不再那么单纯了。

有次我和女儿交谈，觉得很有意思。她说她学习成绩好，但是老师不让她当班长，她觉得不服气。她问我：“我们班长（是个女生）学习成绩很一般，但是老师为什么让她而不是让我当班长呢？”我跟她说：“当班长的人不一定学习成绩好，但是一定要有能力管理好班上的同学，而学习成绩好者不一定能hold得住全班同学，要相信老师的眼光！”过了一段时间，她跟我说：“妈妈，你说得很对，我们班长很负责，被学校评为年级最优秀班干部，而我被数学老师评为学习之星”。女儿是00后，自信，好强，又有一点点小自私，怕不被重视，适合赏识教育。



70后随笔

■ 罗晓玲/特发信息光缆分公司

无论是80后90后还是00后，我们70后的很多记忆，他们是体会不了的，因为许多事情只有经历了才知道。我们小时玩的是捉迷藏、跳皮筋儿；看的是《故事会》、《儿童文学》和小画书；吃的是5分钱一只的水果冰棒和自己到山上捡拾的纯天然蘑菇，虽然玩的东西少，吃的东西也少，但那时的天是蓝的、水是清澈的，没有三聚氰胺奶粉、没有瘦肉精也没有地沟油……我们简单、快乐、单纯地过着我们的童年时代，我们这一代人有着很强的幸福感和满足感。现在，我们虽然电脑键盘敲得不快，智能手机用旧了还没有完全掌握其全部的功能，微信也才刚学会……但是我们知足常乐，我们懂得感恩，懂得体会父母的不易，所以无论平时多忙多累也不会忘记给远方的父母打个电话，哪怕就是问问今天吃什么了，今天去哪儿打了门球……

随着公司日益发展壮大，我感受着公司不同阶段企业文化带给我的不同感受，在特发信息“责任、坚韧、效率、开放”企业文化理念鼓舞下，我们又开始了新的征程，希望未来一切都好！☺

理性地说，人与人之间，见了面才觉得踏实，双方记住彼此的容貌，一个印象就在心里驻扎了。

如果说一个人的容貌是他的属性，那么一个人写出的文字又何尝不是呢？通过文字，一眼就能看到骨子里，而容貌有时候还能伪装。这就是文字的神奇。所以，有道是：人不可貌相，海水不可斗量；文如其人，人如其文。文字不仅给人们之间交流带来更多更大的方便，而且给人的品质加上了一道保险。举例来说，你要去参加一个朋友举办的酒会，而这位朋友好像为人处世不怎么样，你正权衡去与不去之间，这位朋友的一条短信适时发到了你的手机上。短信心诚意恳，铿锵正气，你就会不再犹豫，立即出门前往。因为你深信，能用手指打出这样文字的人，想必也差不到哪里去。这就是文字的魅力、文字的力量。

现今，人们在网络通过文字交流来交友，由于之前彼此没有任何印象，如同白纸一张，双方都会把自己的真诚原汁原味地贴在上面，唯恐不慎“玷污”了自己的“档案”。这样，网络成为以文字为媒介交流的世界。那么，这个网络交流与现实有什么区别呢？它是虚拟的，但是否就不真实呢？

一位网友去老家祭拜过世不久的父亲，回来后很伤心，夜不能寐，于是便发了一个心情日记挂在网页上，很快就有热心的朋友跟帖安慰，同哀同悲。于是这位悲伤父亲的朋友，感觉自己不再孤独，而且有什么理由让人家跟着自己悲伤呢？因此就不再伤心了。

QQ群里有朋友的小孩走丢，大家通过网络接力，在最

短的时间内帮忙找到小孩。网络是虚拟的，但这种虚拟的力量太大了，而且这种“虚拟的世界”却也真实，是我们所需要的。有时候，生存的压力致使你不由自主发出一声微微的轻叹，即刻有知心的朋友跟着你一同感叹，这时，你蓦然感到，负重前行的不只是你一个人，你没有理由再叹息。当你心花怒放的时候，他们就会笑逐颜开。大家在网络这个文字交流的世界里同忧同悲，同喜同乐，大家同呼吸共命运，心有灵犀一点通。

几天前，一位朋友心情欠佳，只几天没露面，在她的帖子里，满满地挂着呼唤，一声声的恳切，一遍遍的着急，直到见到她回复的文字，寻到字里行间表露的笑容，大家才相视一笑，心上的石头落了地。网络虚拟，却也如此真实！

还有，你翻翻看看吧：朋友那一个个精心制作的祝福语，一张张用心捕捉的家乡山水、幅载满家乡风土人情的美丽图片，再附上一朵朵绽开笑颜的鲜花，通过帖子发给你，你会是何种快乐的心情？这网络世界何等美好！而现实生活中，为了生计，整天忙东忙西。办公室里加班加点，回到家里柴米油盐酱醋茶，怎么去装点你那个疲倦厌烦的心境？于是，我们打开网络，笑容立即会绽开，心情立刻就平静下来。如果说网络是虚拟，那么，这虚拟的世界太诱人！

现实是一个大家庭，网络是一个大杂院；现实是个大社会，网络是个大天下。现实在网络上翻版，网络是现实展现的平台。网络，虚拟却也真实的世界。☺



网络，虚拟却真实的世界

■ 杨红/特发黎明公司



不一样的style

■ 潘俞霖/特发黎明公司

早晨醒来，世界还沐浴在晨曦之中。冬日里的清寒见缝插针般刺穿了身上的棉衣，冷，是这个时节的风格，就像一时风靡全球的《江南Style》一样，有其独到的Style所在。可能也正是缘于这些独特的元素，我们才会穷极己力也要去寻求新鲜和刺激的神经不断地被挑动。

看惯了繁花似锦、春华秋实，冬日里的萧瑟与冷漠总让人有种繁华落尽的感觉；但是，当透过层层薄雾，看到田里绿油油的青菜，心中不禁多出了些许“涅槃重生”的力量。时令虽然是冬天，河塘里却长出一层绿油油的浮萍，漂在水面，如同一层隔膜将水和天空隔离。鸭子在水里嬉戏，其实，此时水里也没有多少鱼或者其他的食物，它们只是用这种方式在戏水玩闹。或许往往就是在冬日一切都逐渐走进萧条与颓败的氛围里，此时的新生与昂扬才更显得弥足珍贵，也才更令人折服和兴叹。

田埂上衰败的野草乍一看似乎与脑子里所想的有点格格不入，可就算如此又怎样呢？就着本性或死或生或枯或荣，又怎么会有什么对与不对、该与不该呢？退一步说这都只不过如自然界手中的提线木偶，即使有点所谓的个性、与众不同，也都会像萦绕山谷的紫烟云雾，总要归于无有，趁着时机随意而为也不枉费了岁月。

走在乡间的田野上，暂时离开了许多人满心向往的城市，只身徘徊于乡野地头，信步走过一片片田地，贪婪地呼吸着寒风中夹杂着的新鲜的气息。在无人光顾的田野上踽踽独行，有点儿郁郁寡欢，几乎沦为异类，这反倒显得大有“众人皆醉我独醒，世人皆浊我独清”的疏狂。那些背离大众眼光的东西，不是更容易留下时代的印迹，也更容易汇聚出万物竞风流和缤纷多彩的社会与人生吗？☺