

在追求企业价值中实现自我价值

——集团召开总部员工表彰会议



9月16日，集团召开总部员工表彰会议。会议由集团副总经理俞磊主持，总部全体员工参加会议，张建民总经理和张俊林董事长分别讲话。

会上，俞磊副总经理宣读《关于对熊煜、杨扬通报表扬的决定》，张俊林董事长和张建民总经理分别向两位受表彰员工颁奖。

张建民总经理在讲话中明确了本次表彰活动的意义，并就员工自身的建设和发展提出三点具体要求：一是要做一名受领导和同事欢迎的员工；二是要做一名学习型的职业化员工；三是要做一名有作为的员工。他衷心地希望每一位员工都能够在特发实现跨越式发展的过程中，在追求企业价值最大化的同时，实现自我价值的最大化。

张俊林董事长对此次表彰活动的意义进一步做了全面诠释。他指出，今后公司将会持续地对员工的突出工作表现及时给予肯定和表扬，这种激励形式是对现有考核制度的一种补充。集团正在努力探索灵活的、多层次的、多渠道的激励方式，主要从四个层面加强对员工的激励：一是进一步建立和完善薪酬绩效制度。在完善制度的基础上，对员工进行绩效考核，根据考核成绩发放绩效奖金。这种考核是一种全面的、全方位的考核，受考核周期的制约，奖励具有滞后性；二是设立特殊贡献奖，作为薪酬绩效制度的补充。根据特殊贡献奖励管

理办法，对企业有特殊贡献的团队或个人进行评审，颁发特殊贡献奖金。这种奖励突出贡献程度，具有特殊意义；三是建立总经理奖励机制，强调奖励的及时性。对员工日常工作中的优异成果或突出表现，及时予以肯定和表扬，营造一种积极向上的企业文化氛围；四是建立长效激励机制，激励员工关注公司的长远发展。通过员工持股、虚拟股权等方式，将公司的发展与员工的切身利益紧密联系在一起，有效地激励员工为公司可持续发展贡献力量。现阶段，集团总部薪酬绩效制度正在进行改革，特殊贡献奖励管理办法已经实施，总经理奖励办法也处于拟定阶段，与此同时，集团正积极地探索各种长效激励方式的可行性。

张董事长强调，集团应该从企业体制、管理机制着手，多方位激发员工的积极性和创造性，激发员工的潜能，激发总部的活力，带动下属8家全资控股企业的积极性和活跃性，时刻保持每一位员工、每一个团队、每一个部门、每一家企业的活力。对此，他从五个方面进行了阐述：一是要设定清晰的企业战略目标和愿景，让员工看到企业发展的希望，为员工的职业发展指明方向。二是建立健全的员工激励机制，努力创造公平竞争的环境，把握好最佳的激励时机，做到物质奖励和精神奖励相结合，奖励和处罚相结合。三是营造一个简单、务实的工作氛围。在工作中，以业绩来评价人，工作做得好就会得到表扬、鼓励和尊重，做得不好将受到批评和处罚。四是为员工提供良好的培训教育平台，让每一个员工都有获得培训、不断提高的机会，通过培训，使员工可以随着企业的发展不断“增值”；五是要多关爱员工，倾听员工的意见，关注他们所做的一切，增强管理者 and 员工之间感情交流，相互理解、相互尊重。营造良好的企业文化氛围。要五个方面一起抓，通过体制、机制、制度、流程的建设，全面增强组织活力，促进企业健康、可持续的发展。

(陈斯玮/集团人力资源部)

深圳证监局领导到特发信息视察指导工作

9月11日下午，深圳证监局一行5人在副局长朱文彬的带领下到特发信息视察指导工作，并参观特发信息光纤公司车间。

在听取特发信息产品和产业发展状况，以及公司未来产业和技术发展趋势等方面的汇报后，朱文彬副局长对特发信息近几年在企业发展和技术创新上所取得的成绩给予赞赏。他表示，特发信息是深圳市23家市属国有控股上市企业之一，很高兴看到特发信息近年来取得如此巨大的发展，希望特发信息下一步发展中，能够提前布局，将战略、技术与资本市场相结合，充分发挥上市公司平台作用，多层次地利用好资本市场的融资、并购等功能，做实做强，形成真正的核心竞争力，实现跨越式发展。深圳证

监局将充分做好服务企业的工作，在增强企业公众公司意识、提升上市公司管理水平、规范企业治理结构，促进企业做大做强方面给予积极的支持和帮助。

特发信息公司董事长王宝表示，深圳证监局领导来特发信息指导工作，送来东风，为特发信息充分发挥资本市场作用，抓住信息技术产业的发展机遇提供了信心。下阶段在深圳证监局和广大股东的支持下，特发信息将尝试通过再融资、并购重组等方式，进一步扩大产业资本，提升企业竞争力，实现公司更好更大的发展，为投资者创造更大的价值。

(黄斌/特发信息公司办公室)

特发信息再夺中国电信室外光缆一类供应商资格

9月9日中国电信光纤、室外光缆、引入光缆年度集采结果公布，特发信息被评定为室外光缆一类供应商，获准向中国电信广东、广西、云南、湖南等省级分公司直接供货。

中国电信2013年光纤、室外光缆、引入光缆集采于7月投标，分为G.652D光纤、G.657A2光纤、室外光缆、蝶形引入光缆、圆形引入光缆五个标包，各标包均采用综合评估法评标，对各投标厂商的技术、商务、服务、价格

等进行了严格的评定。此次招标历时2个多月时间才公布结果，足以说明今年市场竞争之激烈。特发信息能够再次获得一类供应商资格且份额较大实属不易，证明了特发信息产品及品牌得到了中国电信的充分认可。拿下电信集采订单，拉开了特发信息四季度奋战冲刺的序幕，更为特发信息完成全年经营任务注入了信心。

(宝美焕/特发信息光缆分公司)



特发信息成功研制出大芯数室外光缆

随着通信行业的飞速发展，现市场上急需大芯数的层绞式散纤光缆，为了满足广大客户的需求，进一步提高公司市场竞争力，特发信息9月自主研发成功两种型号的576芯层绞式散纤室外光缆。通过全性能检测，各项指标均符合行业标准，具有外径小，光纤密集度高的优点，与同芯数的骨架式光纤带光缆相比，容纤率提高了47%。在国内同类认证产品中，目前为最大芯数。

(利斯娜 刘博雅/特发信息光缆分公司)



特发黎明长龙公司获市科技创新委100万元科技研发资金资助

今年8月，特发黎明长龙公司自主研发、生产制造的CIR（即机车综合无线通信设备）综合诊断测试设备项目，获得深圳市科技创新委2013年100万元的科技研发资金的资助支持，这将大大推进此科技创新项目的产业化进程，并对企业自身铁路通信信号专业实验室的建设起到快速的推进作用，大大增强企业的科技创新、科技创效能力，为企业的科技创新、快速转型打下坚实的基础。

CIR综合诊断测试仪具备技术先进、经济实用、安全可靠、测试方便等特点。能对CIR进行全面的诊断分析、判断各单元功能的工作状态、对天线的接收场强进行测试、对MMI按键进行人工测试、在设备故障时进行辅助诊断决策、不能对设备进行定位时可进行远程辅助决策功能，CIR综合诊断测试仪作为通信工区常规维护手段能快速准确的对CIR进行故障诊断和故障定位，可以大大缩短故障处理时间，提高CIR维护和管理水平和维护效率，降低维修成本，并为CIR的维护和管理提供科学的维护和管理手段。

目前国内外具有上述特点的机车综合无线通信设备（CIR）综合诊断测试设备，未见文献报道，该项目在国内属首创，国外也没有同类产品在使用。

特发黎明长龙公司目前在CIR领域，已经获得4项发明专利和2项实用新型专利，并已申报针对《CIR综合诊断测试设备》的1项发明专利及2项实用新型专利；获得了2个软件著作权证书及软件登记证书；发表了3篇科技论文。

特发黎明长龙公司是集《国家级高新技术企业》、《软件企业》、《铁路运输安全生产设备认定企业》、《北方交通大学产学研基地》为一体科技创新型企业，公司成立28年来一直大力推进科技创新、科技创效能力的提高，在人才引进及培养、实验室建设、争取政府的科技资助、科技研发的投入、科技项目快速转化为生产力等多个方面积极开展工作，在深圳市政府的支持及企业自身的努力下，公司秉承科技创新、结构转型的理念，在中国铁路通信信号安全系统的研发、生产制造领域做出了突出的贡献。

(王强/特发黎明长龙公司)

编委会
主任：刘爱群
副主任：张建民 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 集团召开企业领导人员考评改革工作研讨会/陈丽萍

06 集团召开财务管理转型工作会议/尹章儒

■ 党的群众路线教育实践活动专题

07 市国资委督导组到特发集团检查指导党的群众路线教育实践活动开展情况/高珉

08 做一名有作为的特发人——在集团总部全体员工大会上的讲话（录音整理）/张建民



■ 特发论坛

10 常州特发华银商业模式思考/罗涛

■ 资源性资产租赁管理专题

13 特发信息工业地产租赁经营探讨/程鹏

16 经营创造价值——物业经营工作的几点体会/方志东



■ 管理视角

19 梳理开发流程，构建管理模块，为开发新项目做好准备/王捷 张玥

22 “三对”理念深入人心，对标管理渐入佳境

——特发小梅沙旅游中心对标管理从理念落实到工作实际/魏鹏程

■ 企业文化

25 培育特色鲜明的特发物业企业文化/袁洪章

27 特发小梅沙旅游中心组织开展沙滩趣味运动会等丰富多彩的文体活动/顾燕 赵婷

28 特力人的爱心接力/祁敏

28 特发信息迎来为公司发展做出巨大贡献的老兵参观/常俊林



■ 职场工作

29 战酷暑，特发华银圆满完成国家特高压直流输电线路生产任务/刘国荣

30 众志成城阻风雨，拼搏奋斗创佳绩——特发物业成都分公司受华为成都基地表彰/王婧媛

32 顶高温战酷暑，展特发物业风采——接管武汉华为A7项目小记/张志侠

■ 聚集经营

34 集团俞磊副总经理到香蜜湖和地产公司检查安全生产工作/刘文清 周爽

35 提升质量创品牌，入网认证拓市场/林芬英

35 特发信息召开2012年入职大学生年度测评会议/吴龙辉

36 提升品牌认可，彰显投资价值——特发信息参加投资者关系网上接待日活动/杨喜

36 特发信息光缆经营简讯/朱敏 王磊 周小青 周正芳

36 黎明蓉华电子参加深圳零售商业行业协会代表大会等二则/肖攀 冯之龙

37 黎明公司物业部加强中秋节期间安全巡查工作/方则冯

37 香蜜湖公司开展对标学习考察活动/易达生

37 小梅沙海洋世界2013年暑期游客满意度大幅提升/蔡千

38 小梅沙旅游中心计划组建内训师团队等二则/顾燕 罗冬青

38 小梅沙海洋世界中秋节“月饼DIY”活动现场火爆等二则/董琼丽

39 小梅沙旅游中心人力资源部员工全部通过资格考试等二则/顾燕

39 巩固开发成果，提升团队素质——地产公司举办房地产运营管理课程培训/黄胜鹏

40 提升服务品质，塑造品牌形象——发展中心大厦空调系统改造完成/张华林

40 发展中心大厦加大技防投入，监控技防升级改造取得实效/刘小辉

41 学习“E”起来——特发物业公司网络商学院E-learning项目正式启动等二则/贾永华 郑韦

■ 地产行业动态

42 深圳今年第一批城市更新项目获批等10条/《特发地产信息》

■ 旅游行业动态

44 “八面”纵观CIBTM 会奖，旅游市场蓬勃发展等6条/特发小梅沙旅游中心

■ 员工情怀

46 结婚十年/顾燕

47 你快乐所以我快乐/陈丽娟

49 常回家看看/沈来生

■ 杂言随笔

50 亦谈写字/黄胜鹏

52 秋晨闲觅/陈年辉

■ 读学心得

53 感觉东部华侨城“铜人”/万洪丽

■ 图片新闻

封二：在追求企业价值中实现自我价值——集团召开总部员工表彰会议/陈斯玮

深圳证监局领导到特发信息视察指导工作/黄斌

特发信息成功研制出大芯数室外光缆/利斯娜 刘博雅

特发信息再夺中国电信室外光缆一类供应商资格/宝美焕

特发黎明长龙公司获市科技创新委100万元科技研发资金资助/王强

封三：包饺子，迎国庆——集团总部举办庆“十一”活动/阴海燕



集团召开企业领导人员 考评改革工作研讨会

■ 陈丽萍/集团人力资源部

9月26日下午，集团召开企业领导人员考评工作研讨会。集团领导班子、总部中层正职及下属企业主要领导等共35人参加会议。会议由集团党委副书记、纪委书记林婵波主持。

林婵波副书记简要介绍了集团本次企业领导人员考评改革工作的重点，提出了对年度考评和任期考评需要着重讨论的问题。与会人员围绕重点针对年度考评和任期考评改革工作进行深入细致的探讨，各企业负责人轮流发言，其他参会人员也各抒己见，提出很多建设性的意见和建议。根据会议讨论意见，张建民总经理指出这次研讨会凝聚了集团两级班子成员对建立完善绩效考评机制的共识，提高了对绩效改革工作的理解，集团将汇总整理好各企业的宝贵意见，在制度制订时予以充分考虑；同时，将进一步加强集团战略管理工作，将绩效考评机制与企业战略目标有机结合起来推进。

张俊林董事长做总结发言，他充分肯定各企业所提的意见和建议，并对集团绩效考评工作提出五点要求。

首先，要进一步建立完善集团绩效考评体系，实现考核全覆盖。绩效考评体系的建设是一个长期完善和优化的过程，需逐步推进，不断改进。集团去年完成对企业薪酬绩效制度改革，实现了对企业以战略为导向、个性与共性兼顾的绩效评价。今年6月集团总部薪酬绩效改革正式启动，建立集团副总经理、部门负责人和普通员工三个层面的绩效考评机制，新的绩效考核制度将通过设定重点工作任务、签订绩效承诺书的形式，实现总部的考核全覆盖，考核结果将在绩效薪酬、评优、职务调整等方面进行应用。企业领导班子副职的考核一直以来是考核体系建设的盲点，也是国有企业绩效考核体系建设的难点。过去集团对领导班子副职仅实行360度能力素质考评，均是定性评价，评价标准模糊，考核结果受评价者主观因素影响较大，应用范围有限。此次改革，就是要通过科学合理的考评体系，建立班子副职的工作目标承诺机制，以工作业绩评价人，使绩效考评更加客观公正，通过考评结果拉开薪

酬差距，真正达到激励的目的。

根据集团绩效考评工作现状，集团将着重从以下几个方面入手，对绩效考评体系进行优化和完善。一是扩大考核对象的范围。各企业的考核对象不仅仅局限于领导班子副职、部门和员工，还包括三级企业。集团领导班子的管理权限范围包括总部全体员工及下属企业的领导班子，集团层面将在这个权力范围内实现考核全覆盖；各企业也要在各自的权力范围之内做到考核全覆盖。二是各企业要自行制订领导班子副职考核制度和操作细则。集团将制订企业班子副职考核的整体框架和指导性意见，具体的考核制度及操作细则由各企业结合实际情况制订，并上报集团备案和审批。集团把建立考核机制的旗帜交到企业手中，各企业就必须举起来，落到实处。同时，班子副职的绩效考核工作将作为集团对企业负责人任职能力的评价指标之一，将根据完成情况进行检查和评估。三是在完善考评工作的基础上，下一步将尝试改进企业班子成员的薪酬体系。班子成员要根据不同的分工、个人的绩效，体现薪酬差别。不同岗位和分工的班子副职，应在岗位评价上体现差异，对应的薪酬也应有所区别。现有的制度还无法达到个性化的要求，需要通过不断探讨和研究才能解决。四是根据企业实际情况，集团将采取差别化的管控模式。由于各企业在法人治理结构、管理水平、体制机制、管控能力等方面存在较大差异，集团对企业投资和管理的参与程度将有所区分。在建立完善绩效考评体系工作中，尤其是建立班子副职绩效考评机制工作上，个别企业存在特殊困难的，集团将亲自操刀、深入介入；其他企业必须全力推进建立班子副职考评机制工作，集团将尽量减少参与，鼓励企业发挥自主性和积极性。总之，集团已开始搭建绩效考核的框架，目前仅是起步阶段，薪酬绩效制度改革需要不断往前推进，这不是一个静止的过程，而是每年都要更新、完善。企业领导人员要明确职责分工，抓好绩效制度改革工作的落实。

其次，企业领导人员要积极转变工作方式方法，发挥带头作用。一是企业负责人要将绩效考评工作作为重点工作来抓，改变企业一把手陷入具体工作误区的状况，各企业特别是集团型公司的负责人，要将工作重点转移到绩效考评机制的建立上来。企业一把手要学习和研究如何通过考核班子副职、部门以及三级企业来实现管理，要学习和研究如何设定

企业发展路径和与之相应的可量化指标、如何激励下属实现目标、如何衡量工作成果和业绩。企业一把手在掌握了绩效考评这个工具后，主要任务就是在年初进行目标设定、在过程中间加以辅导、在年末进行考核。如此一来，企业一把手才能把握住战略关键点，做到纲举目张、运筹帷幄，把精力放在干部和队伍培养方面，关注如何选择人、评价人和考核人，而不是经常冲到项目的最前线，“全知全能”地越级指挥。二是企业领导人员要加强人力资源管理技能的学习和提高。人力资源管理有很多技术手段，对于人力资源管理的专业术语，企业领导人员尤其是一把要研究和理解其内涵，如果不学习和掌握这些知识、技能，就不可能管好人、用好人。在掌握人力资源管理知识的同时，更要与实际工作相结合，养成学习和开放的心态。

第三，要坚定信心、实事求是、脚踏实地逐步推进集团绩效考评工作。新一届集团董事会、经营班子已将绩效考评工作做为一项核心工作来抓，最近多次召开会议研讨、征求意见，这个过程也是一个不断宣贯和统一思想的过程。绩效考评体系的建设和优化是一个循序渐进的过程，在这个过程中一定会遇到诸多的艰难险阻，对此大家应有清醒的认识，面对问题，要始终持有包容和理解的心态，克服畏难心理，扎实推进。

第四，要探索建立企业领导人员任期考评机制。任期考评在集团尚属空白，没有建立任期审计制度，仅通过年度预算审计核发企业领导人员年度奖金。随着企业董事会建设进一步完善，集团着手尝试建立企业领导人员任期考评机制。在此之前，集团将先启动企业任期审计工作。现有的8家全资控股企业中，小梅沙和物业的班子任期未满，任期审计暂不实行；高尔夫和黎明由于企业原因，将在2015年开展任期审计。除此以外，2014年集团要完成其它4家企业的任期审计工作。对于任期考评对象、考评内容及考评方式等，集团将广泛征求和听取各方意见。

第五，探索建立市场化的体制和机制。集团董事会、经营班子将完善、优化体制和机制做为一项重点工作，目前正在积极研究和酝酿，力求在集团层面及个别企业寻求新的突破，全面推进市场化和职业化。各企业也应积极探索各种激励方式和手段，在机会成熟时，通过体制和机制的改革，推动董事会和经营班子激励机制实现全方位的创新。☺



集团召开财务管理转型工作会议

■ 尹章儒/集团计划财务部

9月25日，集团在小梅沙召开财务管理转型工作会议。集团张建民总经理、李明俊副总经理、栗淼财务总监出席会议并讲话，各全资、控股企业财务负责人、财务经理或财务主管及集团计财部全体人员参加会议。会议由集团计财部刘燕部长主持。

会上，集团各全资、控股企业财务负责人结合企业财务管理转型的实际情况，分别就成本管理、全面预算、资金管控、税务筹划、风险控制、财务信息化、参与经营管理、提供决策支持等方面进行了经验交流，大家畅所欲言，提出了意见和建议，为做好集团财务管理转型工作集思广益，献计献策。

栗淼财务总监对财务管理转型工作提出要求：工作目标要清晰，措施要具体；要有重点，每家企业每年重点着力推进一两项工作，三年下来，将会有很大的进步；转型工作要有节点、有控制，避免规划落空。

李明俊副总经理强调，做好财务管理转型工作，关键是人，财务人员要转变观念，加强学习和交流；财务转型要做好整体规划和顶层设计；转型工作要落地，落实到具体的经营单位，同时还要有保障措施。

会议最后，张建民总经理总结讲话。他充分肯定了集团财务工作，表达了集团领导对财务工作的重视和对财务人员的关怀，对做好集团财务管理转型工作提出几点要求：

一、充分认识财务转型的紧迫性和必要性。从激烈的外部竞争环境到企业内部跨越式发展的战略转型，都要求我们财务工作转向战略管理和价值创造方面来，通过财务转型，

促进企业管理水平的提高。

二、积极推动集团财务管理工作的转型。一是管理价值理念的转型。要以追求企业价值最大化，作为价值取向，来考虑如何实现财务管理的工作转型。二是管理职能的转型。要从单纯的会计核算，向兼顾核算及财务管理转变，要把更能创造价值的活动从财务部门凸显出来，把重点转移到决策支持、预算预测、资金统筹、财务谋划、税务筹划和控制评价等方面。三是管理导向的转型。财务管理要以战略管理为导向，以价值创造为主线，提高企业的核心竞争力和持续发展能力。四是管理重点的转型。集团管理的重点是战略实现，未来几年，集团通过项目的开发，打造高端休闲旅游和特色地产，财务工作要重点围绕地产和旅游项目的开发，为集团班子的决策，提供财务论证的支撑；为总部业务部门和开发企业的运作，提供财务资源配合。

三、加强学习，不断提高财务管理水平。财务人员知识结构要从单一型向复合型转变，要通过信息化建设来解放人力资源，提高效率，简化工作，同时在每一个环节把价值创造融入进去。

张总强调，集团财务管理转型工作任务很重，大家要有强烈的责任感和紧迫感，要有改革创新的精神，要及时总结经验，改进提高。希望集团全体财务人员，振奋精神，勇于实践，闯出具有集团特色的财务转型创新之路，为提高公司财务管理水平、提升集团价值做出更大的贡献。

另外，24日下午，全体参会人员听取了建设银行专业人员所作的关于企业筹资、融资及理财的专题讲座。

市国资委督导组到特发集团检查指导党的群众路线教育实践活动开展情况

■ 高珉/集团党的群众路线教育实践活动督导组

市国资委党的群众路线教育实践活动督导组二组成员9月27日上午来到特发集团，检查、指导集团教育实践活动的开展情况。督导组认真检查了集团教育实践活动第一阶段学习和教育环节学习台账，查看了征求意见箱设置和集团领导班子公开承诺的公布情况，审阅了集团群众路线的工作简报，抽查了党员干部的考学试卷，询问了领导班子成员下基层调研和领导讲学的开展过程，对特发集团党委开展的自选动作——员工观教育及相应的员工职业化推进工作做了详细的了解。

督导组经过一番认真的检查后，对集团群众路线教育实践活动给予高度评价，认为特发集团的教育实践台账目录清楚、内容全面、原始记录保留完整，数据的统计有据可查，便于查阅，领导讲学、下基层及领导班子学习心



得体会内容丰富、认识深刻，不走形式。群众路线工作简报及时性较强，能将群众路线教育实践活动很好地贯穿到集众智慧、凝聚力量、树立正确的员工观等实际工作中去，较好地完成了第一阶段学习、教育环节的工作。

市国资委督导组还就第二阶段查摆问题、开展批评环节提出了新的要求，对集团开展“回头看”及领导班子撰写对照检查材料的情况进行了具体指导；希望特发集团党委继续积极有效地开展好第二环节查摆问题、开展批评的工作，在完成规定动作的同时，把自选动作做得更有特色和成效，通过树立正确的员工观推进员工职业化进程，集众智慧、凝聚力量，推动集团改革发展工作不断走向深入。



做一名有作为的特发人

——在集团总部全体员工大会上的讲话（录音整理）

■ 张建民/集团总经理



的任务十分艰巨。2013年至2015年，集团计划每年分别实现营业收入43.4亿元，48.3亿元，64.1亿元；利润总额6.2亿元，6.8亿元，11.5亿元。比2011年分别增长2至9倍。按照我们“十二五”规划，特发未来要打造出充满竞争力、在市场上和在整个城市发展中有重要位置的高端休闲旅游产业，成为一个资产超百亿元、营业收入超60亿元、利润超10亿元的现代企业集团。对此，我们全体员工从思想理念、工作状态、精神风貌等各个方面，都要跟上集团这个跨越式发展的步伐。我们需要营造一种以先进人物为榜样、你追我赶、干事创业的氛围，集团也一直在为员工的成长、先进员工的涌现创造平台。最近，集团开展薪酬制度改革和建立长效激励机制创新，人力资源部为此做了大量工作，目的是给大家创造一个平台，让大家在这个平台上能够更快地成长。希望大家在这个形势下能够抓住机会，秉持“全员职业化，成就美好生活”核心价值观，全面提升个人的职业素质，做一名有作为的特发人。这就是集团开展这次表彰活动的原因。

如何成为一名有为的特发人？我提出几点想法，与大家共勉：

一、做一个受领导和同事欢迎的员工

要成为一名受欢迎的员工，就要做阳光、勤奋、务实、进取的人。首先，阳光的员工让人喜欢。阳光的员工心胸宽广，坦诚正直，克己奉公，不计较个人得失，与人和谐相处，背后不议论别人，身上散发正能量。其次，勤奋的员工让人感动。勤奋的员工埋头苦干，不怕苦不怕累，任劳任怨，对领导交办的工作从不推诿，在自己的岗位上认真负责地开展工作。第三，务实的员工让人放心。务实的员工不浮夸，不谄过于人，不好大喜功，一步一个脚印，踏踏实实，讲效率、讲实际、讲业绩，是他的工作态度。第四，进取的员工让人敬佩。进取的员工表现在追求卓越，有创新精神，能够把工作作为施展自己才华的机会，以把工作做到最好为目标，时刻给人惊喜。他们在管理上有独特的思路，或在技术上有创新的举措。所以，一个让人喜欢、让人感动、让人放心、让人敬佩的人，一定是一个受到领导欢迎，受到同事爱戴的员工，这种人随时随地散发出正能量，所表现出来的气场非常强大。

二、做一个学习型的职业化员工

也就是要具备“学习成长能力”。这里所指的学习成长能力不

是单纯指读书能力，而是锲而不舍地汲取知识、应用知识和放大知识的能力，体现在勤于学习、敢于实践、善于表现的行为上。我们鼓励员工要善于表现，假如你学习完了以后不大胆表现，大家也不知道你学习的结果怎么样。要跟上知识经济时代的步伐，能够随时敏锐洞察、发现和掌握新知识、新技能，学以致用，在工作中展现学习成果。希望每一位员工都能表现出这样的状态：有学习进取的激情，有提升自我的潜力，有不断进步的冲劲。

“要成为一名职业化的员工、职业化的经理人，应当从学习管理语言和运用管理模块开始”。学会了管理语言，才能理解管理的概念，懂得什么叫战略、财务、投资和人力资源等等。有了概念以后，才会有管理思维，懂得应用管理的系统思维、逻辑思维、辩证思维的方法，最终才会上升到了解、精通、提炼和运用管理的模块和模式。这就是学习效果的层层递进升级。管理模块是管理模式的组合单元，是创新商业模式的基本要素，是职业经理人的“看家”本领。要让每个管理者学会从企业的采购、生产、包装、物流、销售等价值链环节中；从商业模式的客户价值、运营技巧、盈利方式、关键资源、逻辑特点等要素中；从企业管理的投资经营、全面预算、成本核算、绩效评价、风险控制、人力配置等业务中，找到影响企业竞争力的关键环节、要素和业务，以“提升效率，聚焦优势”为目的，重构有目标定位、有流程配置、有控制节点、有操作系统、有复制意义的管理模块。这些管理模块就是每个管理者和每个企业的差异化优势。尤其是管理者在不同的部门、不同的岗位上，能够掌握和运用管理模块，才能使自己成为所在部门或岗位的专家，成为职业人。这就是员工学会从管理语言、概念、思维到运用模块和模式的职业发展和成长的过程。

企业员工在职务上有晋升的通道，与其相匹配的，职业人在专业上也要有提升的途径。如何提升？我们一般员工把繁杂的工作做专业了，能够独当一面，就能成为业务经理，或者说具备成为业务经理的资格；能够把部门的工作做专业了，完成若干项目，就能够当部门经理；当把部门外的工作也做专业了，部门间的工作能协调好，就可以成为公司高管。这就是管理人员在职业通道上的晋升阶梯。我以前跟所分管部门的员工说：如果员工能够向业务经理看齐，学会用其工作方法去解决问题，就能日趋达到业务经理的资格；如果业务经理以部门经理的管理水平作为标杆，就能不断缩短自己与部门经理的能力差距；如果部门经理经常站在老总、副总的高度，去思考全局工作，培养宏观决断力，也许很快

就具备提拔的条件了。所以，职业化就是要对自己进行锤炼，进行磨练，讲到底，职业化就是通过学习来提升自己的过程。要擅于向同事学习，向高一层级的管理人员学习，不断通过学习提升管理水平和专业能力，成为本职岗位的“专家”，然后才有可能沿着职业晋升通道，一步一步前进，最终成为职业化的经理人。

三、做一个有作为的员工

有作为是指把职业当成事业，正确地挖掘、运用、配置自身和企业提供的资源，以达到既定目标。每个人身上都有很多的资源，为什么有些人成功有些人不成功呢？或者说为什么有人能这样一步一步从小成功到大成功呢，那是因为资源配置能力的差异性造成的。任何成功者都是资源配置上的高手。单就个人素质资源的有效配置来看，表现在干实事、干好事、干成事。干实事，就是按照领导要求，按照岗位职责，按照规章制度，一丝不苟，圆满完成任务。要避免工作中丢三落四、浮夸虚荣、弄虚作假、走马观花等行为，一切从实际出发，想方设法把事情做实；干好事，这不是好事坏事的好事，而是把事情干好。就是从最好或最佳的愿望出发，以不待扬鞭自奋蹄的精神，严格要求自己，汇集智慧，想方设法把每一项工作做得比别人更好、比自己过去更好、比领导所要求的标准还要好；干成事，就是解决问题要有办法、有思路、有计划，完成工作讲效率、讲质量、讲成果。现实中员工做事情有几个层次，第一个层次是面对工作发现不了问题；第二个层次是能提出问题但不会解决问题，第三个层次能发现问题并且会解决问题。其中会解决问题就是干成事。一个人置身于企业，所面对的事不分大小，前提是有事让你做，关键是你能把有意义的事做成，哪怕是完成一件小小的事，即便一时不被关注，客观上也已证明了你有价值、有本事、有作为。其实，“是千里马就不用担心没有伯乐”。只要你干实事、干好事、干成事的表现多了，一定会受到公司和领导的肯定、认可和重用。

刚才我和大家分享了我对做受欢迎的员工、做学习型的职业化员工和做有作为的员工的思考，目的是阐述在特发实现跨越式的发展过程中，在追求企业价值最大化的同时，如何实现员工自己的价值。从企业领导层来讲，领导的职责就是为实现员工最高价值服务，就是要努力营造充满活力和竞争力的人才高地，只有员工的价值最大化了，我们企业的价值才能够最大化。

谢谢大家。☺

常州特发华银商业模式思考

□ 罗涛/特发信息副总经理

商业模式可定义为：为实现客户价值最大化，把能使企业运行的内外各要素整合起来，形成一个完整、高效率、具有独特核心竞争力的运行系统，并通过最优实现形式满足客户需求、实现客户价值，同时使系统达成持续赢利目标的整体解决方案。简言之，商业模式就是如何进行要素组合才更具有竞争力、满足客户需求的盈利模式。

企业并购成功，一方面取决于投资前的论证和决策，另一个更加重要的方面是对并购后的企业如何塑造竞争力，也可以说是建立怎样的商业模式，促使其盈利能力更强。今年5月13日，特发信息并购常州华银的所有程序办理完成，特发信息持股67.8%，常州华银更名为常州特发华银电线电缆有限公司（简称特发华银），成为特发信息的控股企业。这样，从股东管理角度如何塑造特发华银商业模式的问题就摆到了面前，涉及到企业的顶层设计。本文就常州特发华银的商业模式问题提出一些思考。

一、战略目标定位

并购前，华银注册资本仅2012万元，除购置设备等外，用于日常经营的流动资金并不多，但近年来却能连续实现年均5000万元销售额，还陆续中标国家重点“西电东送”线路工程，在业内一直占有一席之地。作为一个规模不大的纯产品经营的公司能够一直存续下来，它的商业模式基因在哪里？它的竞争优势又在哪里？这是值得思考的。

上世纪80年代，英国BWE公司研制成功用Conform摩擦挤压机制造铝包钢线，1992年华银公司率先从该公司引进该设备，并于1994年产出中国第一根铝包钢芯铝绞线实用于海南洋浦110kV线路工程。铝包钢由于其机械和耐腐蚀性能较好，近20年来，逐步成功应用到电力光缆、电力传输线路中，技术和工艺经多年使用变得成熟，目前已经是电力光缆、部分电力传输地导线的标配上游产品，形成了近20亿元人民币的国内市场规模。目前，铝包钢产品在电力传输地线所占比例虽然不大，但有缓慢上升的趋势。

作为一个产品经营的公司，最重要的竞争优势就是产品，华银公司20年来专注于铝包钢系列产品，坚持不懈、深耕多年，其铝包钢的技术和工艺相对更加成熟，拥有业内最早最优的产品技术和生产经验积累。连续多次中标国家重点项目说明市场对其产品的技术、质量的高度认可。特发华银目前的优势所在就是铝包钢产品技术与生产经验积累，以及附在优质产品之上的品牌，包括客户认可度和资质荣誉等。战略发展须扬长避短，需围绕自身优势来发展。所以，近三年，特发华银的战略目标应该定位在铝包钢行业中继续“深耕细作”的同时，实现“做精做强”，与特发信息电力缆产业线强强联合，整合优化互相之间的商业模式。“精”和“强”的具体战略目标：一是铝包钢技术、工艺水准达到国内最先进，并瞄准国际先进铝包钢技术开展研发，使产品档次居于高端，力争高附加值；二

是实施“精益管理”，提升工艺和效率，提升质量成本比，进而提升产品竞争力；三是销售规模要达到同行业前列；四是提升铝包钢技术后，推动电力缆、电力导地线产业的技术进步，带动特发信息电力缆产业的联动发展。这个具体战略目标兼顾了经济规模和经济质量，也兼顾了特发信息和特发华银的双赢。

要实现这个战略目标，不仅是被并购企业的蜕变发展过程，更是对股东的挑战。围绕战略目标，股东企业与并购企业须在企业文化、机制优化、管理输出、资源配备、人才队伍扩张和建设、薪酬体系优化、技术研发激励体系建设、销售平台整合等核心竞争力方面下大功夫，不断整合优化资源，构建良性管理体制，才能最终达到投资并购的目标，达成最终目标。

二、企业文化建设、机制优化

企业文化由企业使命、愿景、核心价值观、制度和行为规范等构成，企业文化建设的目的是要让全体员工明白：企业战略目标的实现，与每位员工努力息息相关的，让员工为企业的目标和梦想所激励，企业的每项大小进步，为之付出努力的员工切实感受到光荣和自豪。为此，企业文化建设方法主要是企业目标引领作用和感召力量的建设，企业价值观的弘扬和相应的配套制度建设，定期或不定期举办大小企业文化活动，评估其实效并改进提升。

“小胜靠术，中胜靠智，大胜靠德”，这里的德就是企业文化价值理念。特发华银企业文化建设，要注重引导员工思想朝着为企业发展、产业发展甚至为电力传输通信事业发展贡献智慧和汗水的思想境界发展，引导员工做事先学会做人，用企业共同价值观引领，同时辅之以利益关联。

机制优化方面，重点原则是建立企业和员工共同发展的联动机制，使企业发展产生原动力或内生动力。特发信息的注资加盟，特发华银将有一个发展提速的过程，计划在特发华银向行业前列迈进、具备较稳定核心团队的基础上，大胆实施管理层骨干持股、期股、分红权等长效激励机制建设，使核心团队变成企业的“主人”。薪酬体系优化方面，提升KPI绩效考核体系，逐步提高固浮比中浮动的比例。对KPI指标体系要认真研究，不仅仅要考虑经营指标，同时考虑战略目标实现的各项核心任务，如市场销售、新技术、质量、成本、效率、管理提升、人才培养（包含师傅徒弟的传帮带）等目标要指标化，分解下去，精确落实到岗到人。对重要战略事项，可采取项目化管理的有效方式进行管理。

柳传志曾说：把企业办成不是家族企业的家族企业，因为企业如果没有主人的感觉，是没有能力去竞争的，一定要让企业团队成为企业主人，更重要就是一种利益的链接。”不是主人，一旦策略失误，就会拍屁股走人或不承担责任，所以，要让企业成为有主人的企业，让管理团队感觉自己就是企业的主人，使其真正感受到与企业的共同进步，共享企业发展成果。

三、法人治理和高管管理

控股股东对企业的管控很重要，但不能单纯理解为对企业的一味“管制、控制”。控股股东更重要的任务，是要为控股企业修好高速公路、建好机场，使企业能跑多快就跑多快、能飞多高就飞多高。要使特发华银战略目标实现，后续增资需及时跟上企业发展的速度。在管理、资源输出及管理理念政策方面，一是要配备合适的核心管理人员，并购后的前两年尤为重要，后续可转变为董事会聘任市场化、职业化的经理人。因为并购后涉及两家企业的文化、管理融合，企业发展提速、规模变大所带来管理上的瓶颈，出现的管理难题和战略核心事项必须陆续突破和落实，这样才能引领和推动企业向战略目标进发；二是特发信息在激烈的竞争市场中拼杀多年，逐步长大，积累了大

量的宝贵经验和企业文化沉淀，这些宝贵的发展和和管理经验要向特发华银开放，促进特发华银吸收，帮助其解决发展中的问题，少走弯路。三是严格尊重法人治理结构的关系来管理企业，尊重其他股东。法人治理结构是国际上实践证明了的、较好的股东管理企业的现代企业制度，实现了产权和经营权的合理分离和授权经营。特发华银是多家股东的企业，更要尊重法人治理结构的管理关系，尽量通过股东会、董事会决策程序部署战略事项，通过董事会对经营班子进行业绩考核和选聘，通过董事会管理经营层。四是对经营层的尊重和放权。对经营层的尊重并不是工作要求的降低和放松，而是对其信任，这种信任要从内心到言语、到行为，而不是无端猜疑。当然信任的同时要建立风险管理体系。

管理学中著名的洛桑实验表明：决定一个人工作积极性和效率的最重要因素，不是薪水、职位等物理条件，而是被认可与尊重等心理因素，是一种成就感和满足感。所以，领导者要从监督者变成倾听者和支持者，信任并放权给经营者。信任是一种力量，可以使经营者发挥潜能，拼命工作创造业绩；同时，信任也是一种约束，可以约束经营者的不良思想不至于转化为行为和后果；反之则极易产生负面结果。作为股东，选择了合适的人还要给予适当的权力，通过授权，使经营层有信任感、成就感和荣誉感，通过他们的创新和劳动去完成事业从而成就企业。领导人不能对具体事务过多地指手画脚，甚至主动插手，影响属下的积极性，影响团队的效率。领导人重要的是保证战略方向、选对执行人并充分授权，建立风控体系。

关于职业经理人选择标准、德才要求等理念和论述很多，但激情、胆量和能力三方面是必须的。激情代表内生动力、潜在正能量等待引爆，胆量和能力是在激烈市场竞争中胜出所需必要条件。没有胆量，就没有责任感、没有担当，企业只会平稳甚至停滞不前，停滞不前就是倒退。如果选择的职业经理人不碰问题，躲避责任，绕道而行，不敢过灰色地带，则可能用错人了，因为他没有担当。有所担当，把难事办成的人，才是有能力有担当的职业经理人。对职业经理人能力判断是企业股东的最重要决策事项。

四、人才队伍建设

部队打仗、粮草先行，企业发展、人才优先。要用市场化、职业化的标准建设人才梯队。目前的华银虽然只有

56人，但未来的华银是销售额几亿元甚至更多，面对激烈的市场竞争，没有一只能打仗、打胜仗的人才队伍和稳定激励人才队伍的企业文化、有效管理措施，发展只是空谈。人才是企业健康发展壮大的决定性因素之一，特别是企业中高层以上管理队伍的建设尤为重要。特发华银董事会计划在明年将人才发展计划和实施情况落实到经营班子的关键考核指标上。如何建立贴近市场化、职业化的考核指标体系是个有难度的课题，首先要从理念、思维方式上摒弃不利于市场化、职业化的观念、思路，包括组织体系设立、组织职能设定、管理干部绩效和选拔任用等事项的操作上均要尊重市场化和职业化的原则；其次，特发华银经营层要针对公司未来发展，研究所需岗位种类，以及其岗位市场化、职业化的具体标准，通过对标学习，总结提炼，然后落实到考核指标体系中。

特发集团董事长张俊林在2013年半年度经营工作会上指出：用市场化、职业化的要求建设经理人团队，突破传统体制内的用人理念、思维和做法，创造环境使职业经理人成长为有市场价值的企业家，这才是企业的希望、企业的未来。市场化、职业化经理人建设对企业命运的决定性影响作用。

五、研发激励和精益管理

技术研发激励体系建设，是保证特发华银在铝包钢行业技术走向前端的重要激励体系。研发人员激励要同技术进步给公司带来的效益提升相挂钩，激励研发人员研制出能产生良好经济效益的，完善稳定的技术、生产和工艺成果。激励程度要让研发人员感动，才能起到作用。同时，公司要深度开展精益化生产管理，在保证产品质量前提下，使产品成本和生产效率在同行业中具有较强的竞争优势，以应对竞争。

持续坚韧地推动认准的战略和理念是关键！目前，特发华银得到了注资、更换了控股股东，这些都是发展的外部条件，苦练内功强筋骨才是企业发展的根本要素。成功的企业，都是“内功强大”的。特发华银面临着新的发展机遇，同时更是一个新的创业过程，而创业本质是一个新的盈利模式再造过程。希望特发华银发展为业内明星企业，成为一颗冉冉升起的新星。☺



近几年，深圳市高科技产业快速发展，同时政府积极推进和完善科技园区建设，特别是出台专项政策，支持新一代信息产业的发展，为特发信息工业地产的开发提供了良好的机遇。特发信息存在少量未开发土地资源，针对高新区科技企业对写字楼和科研场所的需求，2007年，公司首度提出将工业地产作为特发信息发展战略的重要分支，制定主营业务与工业地产两翼齐飞的发展战略，从战略高度出发跨入工业地产行业。特发信息港一期2011年建成投入使用，工业地产开始起航。

为将公司现有的工业地产经营好、管理好，特发信息港一期建成投入使用后，公司选调优秀人才，招聘专业租赁经营、工程维修专业人员，充实壮大物管队伍，组建专业物管经营团队，建机制、谋方略，优化服务标准，提高经营管理水平，使工业地产成为特发信息一个新的经济增长点。通过几年的摸爬滚打，特发信息在工业地产领域积累了一些经验，现与大家分享。

一、建立租赁价格联动机制，价格制定市场化

特发信息港招租的基准价格来源于充分的市场调研，一是通过选聘专业中介机构进行市场研究，二是自己“走

出去”，了解科技园南区、中区和北区相关物业的市场行情，特别是参考类似可比物业的价格情况。通过大量的多层次市场调研，了解和掌握较为全面的市场信息，形成特发信息港初始招租基准价格。由于价格确定前做了大量的市场调研，制定出的价格贴近市场，同时，对客户需求面积的大小，也做了精准的分析，以满足市场的需求，园区招租较为顺利。目前，特发信息港一期出租率已近100%。

虽然有了基准价格，但市场是不断变化的，为了应对市场的千变万化，公司制定了租赁价格管理规定，明确规定了各种物业的最低租赁价格，作为价格谈判底线。规定每年两次进行物业租赁价格市场调研，通过中介、上门、电话、网上招租信息等方式，对作用参考的物业上年度租赁价格、本年度租赁价格、物业配套、水电、停车费收取标准等方面详细调查。结合政府物业租赁指导价，及我司物业所处片区，形成物业租赁价格调研报告，其中每年12月份形成的调研报告，报公司班子会审核批准后，作为下一年度的招租基准价格，物业经营部门不得突破。每年年中进行的市场调查结果与公司现行价格水平进行比较，价格差异10%以上的，将对下半年价格水平按调查结果进行调整，否则，年初制定的价格不作调整。

公司建立了租金价格联动模型，与市场捆绑，确保公司租金价格水平与市场接轨，并随着租赁行业租金波动而变动，确保公司租赁效益。

二、完善制度，规范运作

特发信息港招租伊始，租赁经营业务大规模开展，由于没有集中招租经验，在整个招租过程中遇到了很多困难，当时虽然制定了业务制度和流程，但并不能与具体运作很好地衔接和有效支撑，致使业务审批过程长，效率低。为了使公司租赁业务规范运作，提高工作效率，经过一段时间的摸索，公司专门修订了《特发信息物业租赁经营基本政策》和《特发信息租赁物业审批流程》，对于合同期限、合同签署、审批权限、免租装修期、例外事项的审批权限等等都有明确管理规定。

在物业租赁流程中，物业部经营主管先接洽意向客户，筛选符合入园条件的客户，对于需求面积较大的客户及重点引入的优质客户，由物业部经理亲自谈判。待双方达成合作意向条款后，遵照公司租赁业务审批流程，按级审批。1、合同期限的审批权限规定：单宗物业租赁期限两年以内的物业租赁事项，由分管副总审批；两年以上三年以内的，总经理审批；三年及以上的，董事长审批。2、根据公司租赁物业面积特点，免租装修期规定：单项合同面积600平方米内，给予不超过30个免租自然日，每增加500平方米面积，增加不超过15个免租自然日；单项合同面积大于3000平方米的，给予不超过90个免租自然日。3、例外事项的审批权限规定：租价低于年度租赁基准价格且租金折扣在5%以内，或免租期在规定期限内增加30自然日的优惠事项，由总经理审批；租价低于年度租赁基准价格且租金折扣在5%以上，或免租期在规定期限内增加30自然日以上的优惠事项，由董事长审批。4、合同签署授权规定：董事长授权分管副总签署租赁面积500平方米以上的租赁合同；董事长授权物业部经理签署租赁面积500平方米以内的租赁合同。

界定清晰的工作权限，规范运作，制度透明，流程清晰，大大提高了物业租赁的工作效率，同时从制度层面规避了徇私舞弊等不良行为的发生。

三、依托政策积极合作，打造专业园，实现企业与政府共赢

特发信息港地处南山科技园片区，受高新区租赁政策的影响，入驻企业门槛较高，必须是高新技术企业且其经营的行业范围也有严格的限制，需经政府部门审批通过后方可入园。同时，对业主单位物业的可出租面积和租赁价格，都有明确规定。公司科技园片区的租赁物业占据公司物业总租赁面积的68%，收入占总租赁收入的85%，如何经营好这块物业，对公司非常重要。

特发信息港一期建成使用，招租规模较大。为将一期租赁物业推向市场，与政府相关部门加强合作，着力引进新一代信息技术产业，主要聚焦在高性能集成电路设计及应用、下一代通信网络、物联网、云计算、三网融合和高端软件等范畴。为促进深圳新一代信息技术的迅速发展，带动我市产业转型和升级，公司和政府相关部门合作，共同成立了深圳市“新一代信息技术专业园”，主要扶持具有自主知识产权的中小创新研发型企业，为其提供办公场地。以此方式运作，不仅解决了该处物业租赁的合规性，提升了我司科技园片区租赁物业的经营价值，同时对深圳市新一代信息技术的发展也起到了一定的促进作用。

四、全方位提供服务，提高客户满意度，提升物业使用价值

特发信息港所处位置并不是繁华地段，交通出行不太便利，而且周边的配套服务还不完善，这给我们的招租带来很多困难。为了扭转这一局面，提升物业价值，我们在交通出行、周边配套及客户服务上做了很多努力。通过改善交通环境，完善物业配套，加强客户服务，以此来提高客户满意度，提升物业价值及物业招租竞争力。

（一）改善交通环境

特发信息港所处科丰路及周边琼宇路、青梧路到本公司都是断头路，道路极其不畅且狭窄，乱停车现象也较为突出，遇高峰期及下雨天，交通拥堵问题极为严重。为解决园区入园客户的出行难问题，经与相关部门多次反映，道路划线、中间隔离护栏、禁停标识得到了解决。另外，

我们还积极向有关部门申请打通青梧路与北环路辅道通道，或打通科丰路与铜鼓路通道，进一步缓解园区出行压力，该项工作正在进一步推进之中。

（二）完善物业配套

公司周边购物、餐饮、银行、酒店等商业配套较少，不能满足园区客户的基本要求。因此，公司在信息港一期建设中，专门规划建设了食堂、餐厅等基本配套设施，以解决园区上千人的就餐需求。园区食堂引入鑫辉餐饮，该公司以其独特的经营理念，致力于打造绿色健康食品，品种繁多，口味齐全，推出的透明食堂及厨房体验日活动广受客户欢迎，让大家吃得放心、舒心。

同时，A、B栋架空层装修完成后，将引进银行、西餐厅、便利店等园区服务配套，丰富园区业态，给入园企业提供舒适、便利的工作环境。

（三）推行专业园孵化载体服务模式

特发信息港园区设立了“专业园服务中心”，为入园企业在业务培训、咨询、融资和市场推广等方面提供支持，协助入园企业的创新发展。“专业园服务中心”成立以来开展的主要工作有以下方面：定期向入园企业派发行行业资讯，行业期刊，并关注园区企业成长状况及发展过程；不定期拜访企业，掌握企业信息及成长诉求；多次组织园区企业申报项目，参加展会，并为加强园区企业交流，分享发展中的宝贵经验，组织召开座谈会，加深园区企业沟通、学习和交流。如参加深圳（国际）集成电路技术创新与应用展、IC China 2012高峰论坛研讨会，与银行合作推行“2012年度IC产业科技金融扶持计划—IC贷”等。通过开展一系列研讨会、洽谈会、展会等活动，提供各种交流平台，推动企业成长。另外，为丰富园区企业员工的业余文化生活，多次组织园区企业免费参与体育活动，如羽毛球运动，加强业余交流。通过组织一系列的活动，助推企业在特发信息港壮大发展，并拉近彼此的距离，形成友好、和谐的园区氛围。

（四）提供全方位保姆式物管服务

特发信息港园区外聘国家首批一级资质物业管理企业—长城物业，为入园企业提供物管服务，提升物业服务档次和水平。定期在园区发放客户满意度调查问卷，为物管

服务打分，并提出客户最关心和希望解决的问题，以此作为沟通和交流的平台，反映客户的真实想法，为建设和谐平安园区，献言献策；对待客户提出的维修申请，第一时间上门服务，解决客户的实际问题；加强物业安保、绿化、清洁工作，为建立整洁、温馨、平安、幸福园区提供优质、贴心服务，凭借其综合实力及专业能力，获得客户一致好评。

五、提升能力迎接挑战，促进特发信息工业地产更大发展

随着特发信息港二期工程项目破土动工，特发信息工业地产规模又上新台阶。但受经济形势影响、高新区租赁政策的限定，再加之我司所处地段周边租赁物业供应不断增加，面对租赁物业市场的竞争加剧，尤其是特发信息港二期2015年建成投入使用带来的招租压力，特发信息物业经营团队势必做足功课，在竞争中树立危机意识，做好准备，迎接挑战：

（一）引入信息化管理手段，提升客户信息管理、合同管理、收费管理、客户服务管理等，进一步提升物业管理水平。

（二）加大招租力度，构建并扩大租赁销售网络，注重潜在客户的储备，完善租赁信息发布渠道，尽早出租，早获效益。

（三）进一步加强租赁市场的价格联动机制，与周边物业及中介形成良好的互动合作关系，信息共享，调研结论能客观反映出租赁市场的价格行情，为租赁决策提供重要支撑。

（四）不断提高物业服务水平，以树立特发信息物业服务品牌为出发点，从细节入手，与客户多沟通，交朋友，同客户保持平稳、长期的合作关系，确保公司效益。

（五）加强物业经营管理机制变革，由单一的职能部门向事业部制经营机构转变，激励员工积极性，为公司争取到最大的经济效益。

我们将不断努力，确保公司租赁物业保值增值，推动特发信息工业地产经营持续健康发展，为实现做大做强特发信息战略目标而不断努力！

（本文特约编辑：集团企业一部李正祥）

经营创造价值

——物业经营工作的几点体会

■ 方志东/特力房地产物业事业部总经理



近些年来，物业经营工作已成为特力日常运营保障和现金收入的重要来源。如何做好特力资源性资产租赁管理的物业经营工作，进一步扩大和提升物业资产的经营收益，为公司创造出更多的经济价值，是我部历年来的工作重心。2012年初，我部根据物业经营环境的变化，及时明确了“水贝片区物业经营向珠宝产业靠拢”的物业经营指导思想，并开展了策划宣传、功能改善提升、服务流程规范等一系列工作，物业经营附加值得到较大幅度的提升。2012年租金收入比2011年提高了193万元，2012年平均租金单价水平比2011年提升了8.97元/平方米。下面笔者结合实际谈谈物业经营工作的几点体会：

一、物业经营不仅仅是物业租赁

也许，在很多人看来，物业经营工作再简单不过了，就是把物业出租出去，收取租金罢了。但在笔者看来，物业经营不仅仅是物业租赁、简单的出租、收租，而是围绕“如何提高物业经营附加值，实现物业经营收益最大化”这一核心目标，通过积极策划和市场定位，来创造更大价值的一种积极主动的经营行为。

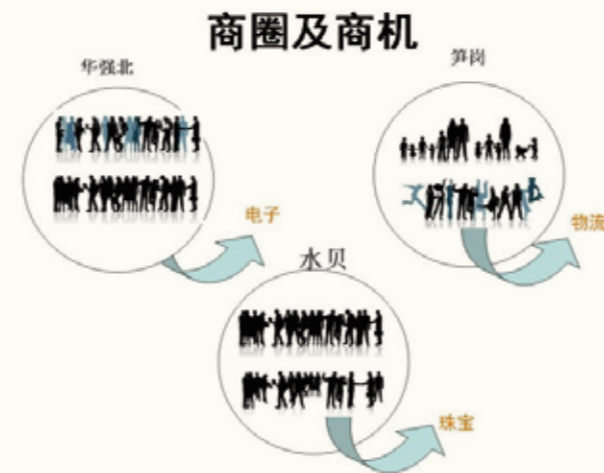
二、物业经营的要义是策划和定位

物业经营首先要做好市场定位，不仅是适应市场，及时抓住商机，更要创造市场，创造商机。必须结合物业本身的情况，努力培养商圈，通过积极策划、准确定位来创造更大的经济价值，进一步提高物业的附加值。近年来，我部对水贝片区开展物业经营工作的指导思想是：明确经营思路、强化珠宝商圈。

（一）强化水贝珠宝商圈概念

大家知道，华强北电子商圈、笋岗物流商圈都有其独特鲜明的商业特性，形成了各自繁华的商圈和大量的商

机，已成为深圳市著名的商业区。如下图所示：



那么，水贝片区的商圈又是什么呢？商机又在哪儿呢？笔者认为：水贝片区就是珠宝商圈，商机就在珠宝产业中。特力大部分的物业资产又集中分布在罗湖水贝片区。经过特力历年来对水贝片区珠宝市场的精心培育，水贝片区的珠宝商圈已初步形成。2012年初，为强化水贝珠宝商圈，我部及时抓住商机，明确了“水贝片区物业经营向珠宝产业靠拢”的经营工作指导思想。通过精心策划，继续实施打造特力水贝珠宝产业商圈的策划方案。对水贝片区的物业资产如水贝工业区厂房、特力大厦写字楼、水贝二路和贝丽北路临街商铺，重新进行市场定位和功能转变，重点突出“珠宝产业”功能形象，想方设法留住知名品牌珠宝企业，如：星光达、百泰、意大隆、吉盟等珠宝商，不断扩大珠宝企业承租物业的面积，加大培育水贝片区珠宝市场的工作力度，继续打造特力水贝片区珠宝产业商圈，为“特力水贝珠宝产业园”今后的运营打下良好的基础，聚集更多人气，营造浓厚的珠宝产业商业氛围。

（二）提高“特力水贝珠宝产业园”知名度

2012年5月底，我部千方百计收回特力大厦二楼物业975.16 m²，将该物业租给了百泰珠宝公司，租金单价水平提升了13.1%。2012年5月8日，为进一步促进特力大厦向“特力珠宝大厦”定位转变，提升特力大厦的整体形象和档次，我部召开了“特力大厦向珠宝功能定位转移座谈会”。百泰、意大隆、星光达、宝昌等知名品牌珠宝企业代表参加了座谈会并提出了许多好建议。同时，他们一致

认为，特力大厦的功能转型，具有前瞻性，非常贴近市场实际，符合他们的愿望。2012年8、9月间，百泰、意大隆花数百万元对特力大厦正门以及特力大厦东面、南面、裙楼外墙进行了翻新改造，使大厦更加“珠光宝气”。2012年底，我部向知名珠宝企业募集资金30多万元，在特力大厦楼顶西面树立了“特力水贝珠宝”LED广告牌，有效地宣传了“特力水贝珠宝产业园”项目，提高了“特力水贝珠宝产业园”的社会知名度；同时，也获得了水贝片区众多知名品牌珠宝商家的一致好评，吸引了知名品牌珠宝商家的大量客户，而且这些来自全国各地络绎不绝的客户，无形当中又成为了“特力水贝珠宝产业园”的义务宣传员，为“特力水贝珠宝产业园”今后的运营聚集了浓厚的人气和珠宝产业商业氛围。

2012年至2013年，通过我部积极策划和市场定位，水贝片区新增珠宝企业承租物业面积3130.71平方米，较2011年增长达14%，年租金收入增加近200万元。其中水贝二路21栋一、二层(1010.17平方米)物业提高租金单价近一倍，年租金收入增加104万元。通过对特力大厦珠宝功能的重新定位和形象包装，特力大厦的物业价值得到明显提升。特力大厦的物业租赁市场已出现供不应求的现象。租金价格有了大幅度提升，涨幅达30%，每套房（47平方米）从1800元涨到2500元。特力大厦二手房的售价也有明显提升。比2011年上升了1000-1500元/平方米。

三、改善物业经营环境，确保物业保值增值

要做好物业经营工作，还必须通过提高物业管理服务水平，做到物业经营到哪里，管理服务就延伸到哪里；同时加大资金投入，加强物业维护工作，不断改善物业品质和配套经营环境。2012年5月，由于珠宝企业进驻布心工业区的数量增加，尤其是意大隆珠宝公司进驻布心8号厂房后，布心工业区的用电需求明显增加，原有的变压器用电容量满足不了工业区用电需求，变压器一直处在超负荷运行状态，常常出现跳闸停电的现象，迫使管理处采取“错峰”措施，给租户的正常生产经营带来了严重影响。为满足租户的用电需求，提高物业服务水平，特力投资17.8万元更换了一台500KVA变压器。2013年6月，特力又投资71.5万元更换了布心工业区5、6、7号厂房配电柜，从根本上解决了布心工业区电力配置不足的问题，保证了工业区租户的正常生产经

营。2012年8、9月，特力支出30万元更换了布心工业区5号厂房的两台货运电梯，保证了租户的正常使用。此外，特力还对部分物业进行了重新装修和配套改善。通过上述物业维护工作的开展，既消除了安全隐患，还极大地改善了上述物业的经营环境，为提升物业的租金单价水平创造了良好的条件，实现了物业的保值增值。

四、物业经营必须加强制度保障

物业经营工作如果没有科学可行的规章制度来保障，势必会陷入混乱、失控、无序的状态。2006年5月，在房地产物业事业部成立之初，特力董事会即制订了《深圳市特力（集团）股份有限公司物业租赁管理制度》，规范了公司物业租赁业务管理，明确了租赁工作程序和责任，加强了对物业租赁业务的监管。在历年物业经营工作中，事业部还不断完善各项管理制度，制订了《事业部物业租赁管理制度》和《物业租赁工作流程》等制度。具体包括租赁价格管理、租赁物业的招商策划、客户资料管理、租后服务管理、租金回笼的监督管理工作等。经营部人员定期对周边物业的租赁价格进行市场调查，并根据市场调查的结果，参考周边物业的租赁价格和市政府《租赁指导价》，结合所属物业的实际情况，每半年制定一次《事业部物业租赁指导价体系》，作为对租赁市场价格变化后的修订指引，以保证租赁价格体系始终符合市场实际。

五、物业经营要有风险防范意识

在开展物业经营工作中，我部非常重视开展风险防范工作，不断提高员工的风险防范意识，增强企业抗风险能力。在开展租金回收工作中，严格执行《四级预警管理制度》。一级预警：租户推迟交租时间超过当月20日的，及时采取催收办法，限时交租；二级预警：租户与当月最后工作日未交租或未交清租金的，采取书面通知方式，限时交租，并按合同规定收取滞纳金；三级预警：租户欠租超过一个月的，采取强制手段要求限时交租，并收取滞纳金；四级预警：租户欠租超过两个月以上的，应根据合同条款，采取法律手段解除合同，收回物业和租金。我部在

与租户签订租赁合同时，对租赁风险进行充分评估，力争将风险降到最低程度。比如在每份租赁合同中，我部都与承租户签订了补充协议书，规定：1、若承租户拖欠租金、管理费、水电费等超过当月15号的，承租户同意我部停止供应水电；2、合同到期，我部需收回房屋的，承租户没有任何权利要求继续租赁房屋；3、承租户逾期拒不搬迁的，承租户同意我部有权停止对其水、电的供应，强制收回房屋。使我部在物业经营工作中，始终处于主动地位，避免了被动局面的出现。

（本文特约编辑：集团企业一部李正祥）



梳理开发流程，构建管理模块 为开发新项目做好准备

■ 王捷、张玥/特发地产公司

今年上半年集团经营工作会上，集团领导提出要构建管理模块，聚焦竞争优势。7月31日，集团领导到特发地产公司调研时，也要求我们总结龙华和平里、岳阳珑庭两个项目的经验，学习借鉴业内成功案例和先进的管理模式，构建有复制意义的管理模块，优化和提升管理水平。为此，我们成立了专门小组，全面梳理项目开发流程，总结提炼管理经验，积极构建管理模块体系。

一、如何理解定义地产公司的模块化管

模块化研究以前主要限于产品、流程设计，20世纪90年代开始转向组织设计和管理领域，用于组织分析和建构；1997年哈佛商学院教授鲍德温和克拉克发表的《模块化时代的管理》一文，被视为模块化研究的里程碑之一。模块化理论简单地说，就是把复杂的系统分拆成不同模块，并使模块之间通过标准化接口进行信息沟通的动态整合过程。狭义模块化是指产品生产和工艺设计的模块化，广义模块化是指把一系统（包括产品、生产组织和过程等）进行模块分解与模块集中的动态整合过程。

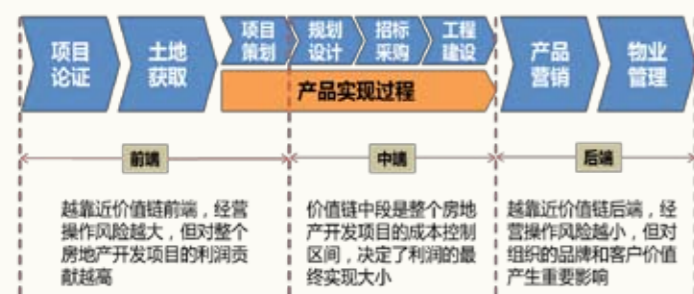
房地产开发企业的模块化管，就是通过建立公司高管层、职能部门、具体开发项目之间的模块化权责体系，并使之清晰化、制度化、流程化，从而实现规范化的管理。公司每一个业务单元都按统一标准建立管理模块，每一管理模块

再分解为更小一级的、更具体的业务模块，最终建立完善、科学的制度、流程体系。这些模块可复制，构建方式可根据需要调整。

对我们公司而言，经过几年的努力，龙华和平里一期以及岳阳项目均实现了良好业绩。在这个阶段沉下心来，把项目开发实践经验总结出来，固化成模块化的制度流程，应是最佳时机。目前，特发地产公司正在向专业化地产公司迈进，不仅承接集团已有土地资源开发，同时，还要逐步开发完全市场化项目。当公司步入发展轨道，业务板块逐渐扩大，开发模式不断创新之时，确定企业发展战略、优化项目管理模式，构建功能板块，就显得急迫而必要。

二、地产公司管理模块的基本架构及实施方案

随着房地产产业的快速发展和社会分工的细化，房地产产品形态日趋多样化，如居住地产、工业地产、商业地产、旅游地产；房地产开发企业也在分化，业务规模大小不一，主营产品不尽相同，经营模式各有特色。但无论产品形态如何，开发企业如何，其开发流程总体是类似的，包括项目论证、土地获取、项目策划、规划设计、招标采购、工程建设、产品营销和物业管理，每个环节都对房地产开发产生价值贡献，这一开发链条就构成了房地产开发的关键价值链。



基于房地产开发的关键价值链，将房地产企业的关键业务活动进行分解，构建独立的业务模块，再将模块与模块之间通过动态的整合，形成一整套具体的管理理念、管理内容、管理工具、管理程序、管理制度和管理方法体系并将其反复运用于企业，使企业在运行过程中自觉加以遵守，这就是房地产开发企业的模块管理模式。

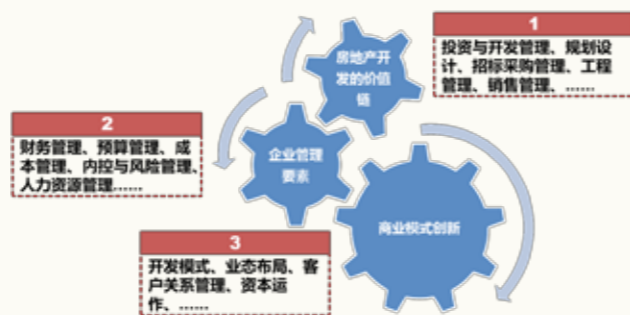
据此，特发地产公司分析自身的发展阶段，总结龙华项目和岳阳项目的开发经验，以房地产开发价值链的基本活动为基础，制定出我司管理模块的基本架构和实施方案：

- (一) 投资与开发管理模块：包括用地信息分析、可行性研究分析、项目经营计划、项目前期市场研究等子模块；
- (二) 规划设计模块：包括设计招标、设计任务书、设计评审和设计变更等子模块；
- (三) 工程管理模块：包括总承包合同、工程招投标、工程质量、工程进度管理、竣工验收等子模块；
- (四) 招标采购模块：包括合同预算管理、招标管理、成本管理等于子模块；
- (五) 销售管理模块：包括产品建议书、营销策划推广、销售现场管理、开盘活动、销售定价和签约等子模块。

上述五个模块计划在今年年底前完成。

2014年，我们还将基于房地产关键价值链的辅助活动，构建财务管理模块、成本管理模块、内控与风险管理模块、人力资源管理模块等；基于企业的商业模式创新，构建开发模式模块、业态布局模块、客户关系管理模块、资本运作模块等。

结果呈现包括六个部分：一是目标任务，用于说明子模块要实现的目标；二是执行部门，制定各部门在自模块的职责权限；三是时间要求，明确子模块执行发生的时间约束；四是关键工作，用于建立子模块的操作程序和主要内容；五是流程配置，更清晰展现各业务活动和操作程序之间的关联衔接；六是支持文件，支持子模块的必要的表单、制度文件、报告模板等。



以上是正在着手建立的管理模块的基本架构和实施方案。现阶段首先要解决公司组织架构的调整，进一步明晰权责体系。

三、管理模块构建工作中要把握好几个关系

为保证建立起科学适用、可复制的管理模块体系，把准方向，少走弯路，在管理模块构建工作中要把握好以下几个关系：

- (一) 与现有制度流程的关系。有的同事说，公司经过几年的项目运作，已经形成了一些制度、流程，虽然不够系统不够完善，但也没必要再搞一套。我认为，构建管理模块就是对现有的流程梳理重构，缺漏的加以补充，不适用的加以完善，按照功能划分成不同的业务单元，最后把这些业务单元统合起来。



可以说，已有的制度流程是基础，管理模块是提升优化了的制度流程。由此可见，构建管理模块并不是撇开现有的制度另起炉灶、另搞一套。

(二) 与公司经营管理实际的关系。构建管理模块，需要公司有合理的组织架构、明确的岗位职责、体系化的管理制度，以及良好的协作文化氛围。从企业发展阶段看，特发地产还处在初级阶段，上述几个方面，我们的水平还不高。所以，在制定流程时，一定要从实际出发，既不能低水平重复，也不能超出实际能力，追求体系的宏大、流程的过分精细。否则，就难以落地执行。有的同事非常欣赏行业大企业的管理体系或某些管理制度，想学过来，但又找不到与本公司嫁接的好办法，这样的体系、制度，只能作为我们中远期努力的目标了。我们做出来的成果，应该是比现在水平提升一两个台阶，大家努力能够做到的高度，这样才能真正起到提升管理效益的作用。

(三) 与其他管理工具的关系。按照集团的要求，我们正在借助专业机构导入人力资源管理、信息化管理等管理工具，近期还将导入内部控制与风险管理工具。这些管理工具虽属不同专业，参与企业管理的切入点不同，但涉及的实质内容会有较大交叉、重复。所以要整合大家的力量，集众议但分主次。比如，组织架构、部门及岗位职责这样的内容，看似人力资源的事情，其实是公司运营体系的基础，所有管理工具都会涉及，都会提出建议。这样的内容应以人力资源

方面为主，其他机构提出的意见作为借鉴。再比如，经营管理流程的设计优化，是模块构建的任务，而内控机构也必然从风险控制角度提出他们的意见。这样的内容，应以模块构建方面为主。

(四) 专项工作与全员参与的关系。为更好地推进模块构建工作，我们成立了管理模块构建专项工作小组，负责模块构建的顶层设计（方案制订）、建立模板、指导参与单个功能模块的建立，以及最后的模块统合。但与任何一项管理工具的制订实施一样，模块化也要要求全员参与，从体系制定到最后组织实施必是全员参与。所以我们要求各位公司高管、各部门、全体员工都要重视这项工作，召开了部门经理以上人员的动员宣贯会，作模块管理基本理论的培训以及实施方案讲解，为部门分配任务。下一步还将组织全体员工进行培训，不但让大家形成共识，了解模块管理知识，更重要的是找准各自岗位在模块中的位置，以及在流程中的职能作用，最终形成一个流动的体系，让各模块按照设定的流程高效地运转起来，切实提升管理效益。

特发地产公司经过和平里花园、岳阳珑庭两个项目的开发，历练了队伍、积累了经验。在此基础上，我们要抓住时机苦练内功，构建管理模块，提升管理水平，为开发新项目做好充分准备。



考察海昌集团旗下的极地海洋世界

“三对”理念深入人心 对标管理渐入佳境

——特发小梅沙旅游中心对标管理从理念落实到工作实际

■ 魏鹏程/特发小梅沙海洋世界

对标管理——寻找和学习最佳管理案例和运行方法，越来越成为企业管理转型升级的一种有效选择。特发小梅沙旅游中心根据集团的统一要求和安排，成立领导小组，结合海洋公园这一产品在整个旅游行业的特殊性，按照“对标、对表、对照”管理的“三对”理念，在中心各部门进行对比标杆找差距，对比表格抓落实，对照标准提问题的对标活动，已经取得明显成效。以海洋世界为例，通过落实“三对”，一些国内同行业中新奇的互动、体验项目在充分考虑二次开发因素的基础上开始借鉴引进，一些先进的管理经验和经营理念在落地实行。与对标管理同步，今年海洋世界的经营收入同比去年又创新高，一个新的年度纪录将在期待中诞生。

一、对比标杆找差距，重点解决核心产品竞争力不足的问题

目前国内主题公园已达2500多家，珠三角更是全国主题公园的先行地和高密度地区。推行对标管理，就是要把企业的目光紧紧盯住业界最好水平，明确自身与业界最佳企业的差距，从而指明工作的总体方向。

在不与别人比大比全，而是比特色、比个性、比受游客欢迎程度的原则下，两年来，中心领导先后走访了深圳欢乐海岸、欢乐谷和武汉、大连、成都、青岛的极地海洋世界，多方面了解兄弟公司的好产品，通过结合海洋世界场馆现状，分析小梅沙二次开发的进程和时间，讨论部分可引进产品的投入和产出比，在确定可提高现有产品性价比且不会产生投资浪费的基础上，初步形成了新产品内容不断丰富线路图。一是学习引进兄弟馆适合少年儿童互动体验的多媒体地幕，自动产生《跟我走吧》、《能抓住我吗》、《我踩，我踩、踩、踩》等与海洋动物互动的内容，成了暑期的新亮点。二是学习海昌旗下各水族馆鱼类展示经验，用活泼可爱、集群游动的5000多尾黄金鲹，取代了原有黑、大、凶、丑的浪人鲹，打造出一条流光溢彩的黄金隧道，赢得游客“哇”声一片。三是丰富海洋世界海陆空特技综艺表演的内容，提高游客在园区内的欢乐体验指数，在海龟岛引进了《快乐的海龟》卡通蹦床攀墙跳表演，使海龟岛由一般的动物展示项目变成了既有展示又有拟人化动漫表演效果的欢乐岛。四是正在讨论引进兄弟馆小投资、大惊喜的惊险体验项目“蹒跚海面”、“深海泥淖”、“旋转星空”以及观赏、



成都极地海洋馆的“海狮达人秀”表演。



武汉极地海洋馆的《海狮探宝表演》



体验、互动一体的“哺乳锦鲤”项目。这些项目将大大丰富海洋世界的产品内容。

二、对比标准抓管理，对照表格抓落实

重点是将标准（制度）与员工的日常活动（工作）紧密联系起来。海洋世界去年12月被评为深圳市首家旅游行业“标准化良好行为AAA级企业”，这一称号是建立在产品、服务、管理一系列标准和规范基础之上的。据统计，以海洋世界为落脚点的小梅沙旅游中心标准化管理体系，共参照国家标准66项（其中强制性标准19项），行业地方标准10项（其中强制性标准1项），结合实际共编制服务通用基础标准28项，服务保障标准187项，服务提升标准145项。整个标准化体系共360项企业标准，涉及9个部门13名管理人员。今年对标管理的重点是抓360项企业标准对标的落地管理，强化执行力。

在此基础上，推行主要工作和各项标准落实的表格化体系。除常规的如化验、特种设备、动物健康、安全检查、设备维护保养、安全值班、危化品管理等台账表格外，在工作中不断完善标准化的内容，尤其是在强化了海

洋世界领导班子建设后，分管领导提出新的要求：如部门每周工作小例会制度、每月工作由中心各部门参加的大例会制度、工作计划进度控制表制度、重点工作专人负责跟进落实的项目责任制度、设施设备保养维修完成情况月报表制度，以及旧改和新建项目海洋世界与中心工程部门程序衔接配合落实制度、园区营业期间进出车辆管理制度等，为保证各项工作的顺利完成奠定了基础。

其中各部门工作计划进度控制表、设施设备报修维修完成和未完成情况月报表，水族馆跨年度主题展示计划表、水族馆展示缸设备及鱼类展示一览表、饵料鱼用量及损耗比率控制表、海洋动物水温控制表等，强化了各项制度和标准的执行力，提高了工作效率，保障了设施设备的安全运营，提升了服务品质和质量。今年暑期，集团公司对海洋世界的游客满意度调查，海洋世界游客满意度指数0.9138，达到目标值。

三、对照优秀企业找差距、找问题

将标杆企业长处引入到公司内部，解决不同专业部门在实际工作中存在的问题，在产品、服务与游客期望值方



欢乐王国的工作人员用“韩式”手语向游客致意



海昌欢乐王国园区的道路指示标识。



圣亚极地馆的惊险体验项目“万丈深渊”。

面缩小与同行业存在的差距。主要做了以下工作。

(一) 分专业寻找要学习的标杆企业。如海洋世界景区部、中心经营部与深圳5“A”级景区东部华侨城服务管理对标, 动物驯养表演部和水族馆与国内水族馆行业最先进的海昌集团旗下的武汉极地馆对标, 经营部餐厅管理与知名品牌“真功夫”的产品和服务接轨。

(二) 组织进行标杆企业的学习互访活动。小梅沙旅游中心在暑期组织80多名员工就近到东部华侨城参观学习。9月, 又组织海洋世界一线管理骨干到华侨城欢乐海岸新开业的“奇梦海洋馆”了解同城同业的项目和表演。对新馆中使用的材料、科技手段进行学习借鉴。

(三) 通过学习找差距。如海昌旗下各水族馆水质清澈、透光度好的原因是有科学的维生循环过滤系统, 海洋世界就采取先小后大逐步改造的办法, 对部分多年不发挥作用的生化池进行恢复改造。对没有维生系统的池体增加溢流功能和蛋白分离器、过滤系统等设备。

(四) 国内兄弟单位的海洋动物表演突出情节化、戏剧化, 表演部结合自己的动物表演特点进行多项尝试, 改变单一的动物技能展示和科普教育风格, 增加表演的观赏

性和场上气氛。比如以童话剧的形式主持和进行白鲸表演; 以情景剧形式把过去的海底芭蕾、美人鱼、海底婚礼组合在一起形成国内首家海底情景剧《人鱼之恋》; 鼓励每一位节目主持以脱口秀的风格结合时事、网络流行语、社会事件进行动物表演介绍, 增加了诙谐幽默的笑点。驯养员还积极按公司要求, 赶排新的《海狮音乐会》节目为“十一”国庆献礼。

随着对标管理深入进行, 海洋世界全年的经营业绩也在稳步提高。到9月中旬, 游客入园人数接近75万, 同比增加6.5万。今年暑期各个周末, 单日入园人数多次达到13000人以上, 最高纪录达到15000人以上。未发生明显安全事故和较大、有效的服务投诉。对标管理的作用在产品建设、游客服务和安全运营中的作用得到很大体现。

对标管理是一个不断与时俱进的过程。先进企业在产品、管理、运营模式上都在不断创新, 学习标杆企业要随之不断推进。另外, 国家标准、行业标准不断推陈出新, 如: 今年3月国家水族馆相关标准发布实施, 10月, 国家《旅游法》也进入实施阶段, 对标管理的步伐一刻也不能停顿, 要持之以恒地进行。☺

培育特色鲜明的特发物业企业文化

■ 袁洪章/特发物业公司

作为一家专注于高端市场的物业服务企业, 特发物业管理公司发展战略明确的, 即“扩大规模、持续盈利发展、做大做强, 成为中国高科技园区物业管理首选品牌”。这一战略目标的实现离不开积极、健康、向上、和谐的企业文化。特发物业以特发集团企业文化体系为依托, 坚持市场标准, 以市场理念为核心, 学习借鉴标杆企业的成功经验, 努力培育具有特发物业特点、助推企业战略目标实现的企业文化。

一、结合行业及企业自身特点, 树立差异化的企业文化价值理念

在许多行业和竞争领域中, 企业为了突出自己的服务和产品, 往往会通过采用差异化竞争的方式, 树立起企业在全行业范围中的独特性, 这种独特性往往会成为竞争致胜的武器。采用这种竞争方式的企业都有一个共同点, 那就是树立差异化的价值理念。

立足行业特性, 明确自身角色定位, 树立差异化的价值理念是特发物业公司企业文化建设的一大关键。物业管理行业作为一个服务性行业, 强调以服务为宗旨。在物业管理行业中, 业主处于主导地位, 物业管理企业则扮演着一个“管家”的角色。因此, 特发物业在企业文化建设的过程中, 须立足行业特性, 明确自身的角色定位, 以“以人为本, 服务至上”为经营宗旨、价值理念, 将业主的服务需求和服务体验放在第一位, 以提供超出业主预期的优质服务作为自己的企业使命。

物业管理企业虽然定位于“管家”的角色, 但因为服务对象和服务内容的差异, 必然会产生风格各异的“管



家”, 并体现出风格各异的企业文化。特发物业立足高端物业管理市场, 志在打造高端物业管理品牌, 在高科技园区物业管理中独树一帜, 因此高度重视高科技园区专业服务团队的建设。服务过程中, 特发物业在保证服务品质的同时, 特别强调专业性和对业主服务需求的响应速度, 让业主充分体验到特发物业的专业态度和服务热忱。

特发物业“以人为本, 服务至上”; “源于深圳, 服务中国”; “规范成就品质, 品牌提升价值”等宣传口号, 很好地诠释了特发物业的企业文化和服务理念, 当然还可以进一步突出独特性和个性, 这需要在今后的企业文化宣传中引起重视, 不断进行提炼和创新。

二、结合企业自身特点, 确立企业文化发展战略

特发物业公司从1993年成立至今已有20个年头。20年的成长过程中, 特发物业人对企业文化的认识也经历

了从懵懂到逐步清晰，从被动转化到主动引导培育，并最终上升到企业发展战略的高度。特发物业于2010年1月制定并下发了《特发物业管理有限公司企业文化建设实施方案》，这是公司企业文化建设的纲领性文件。特发物业的企业文化发展战略就是以《特发物业管理有限公司企业文化建设实施方案》为依据，遵循特发集团“全员职业化，成就美好生活”核心价值观，以“以人为本，服务至上”；“规范成就品质，品牌提升价值”等为经营宗旨和价值理念，全力推动公司“扩大规模、持续盈利发展、做大做强，成为中国高科技园区物业管理首选品牌”发展战略的实现。

三、以制度规范和行为准则为载体，将企业文化价值理念落到实处，做“品质”，树“品牌”

“规范成就品质，品牌提升价值”。特发物业公司在企业文化建设中，十分重视制度规范的作用，通过修订和完善制度规范、行为准则，以之为载体，将企业文化价值理念落到实处。公司以客户需求为导向，通过规范的管理来提升服务品质，以服务品质作为企业服务产品保持旺盛生命力的保障，树立“特发物业”的品牌形象，从而为企业创造更多的价值。

特发物业将现有的管理项目分为三大块，即高科技园区、写字楼和住宅小区，根据不同业主和项目类型的需求提供各具特色的服务。为满足客户需求，提升服务品质，公司密切关注客户的关切和诉求。在核心业务方面，根据高新园区运行特点，研究制定了30多万字、品质标准达500条的《华为高科技园区物业服务规范制度》，从安全人员的身高、仪表、仪容，到证照检查时应保持的距离、询问语句、手势都有严格规定。针对高管区域安全防范的特别要求，从五星级酒店引进多名管理人员，还不惜重金，安排人员参加英国管家协会组织的“英国铂金管理培训班”学习，为VIP区域提供超五星级水平的专业服务。在公司目前最大的一体化综合管理项目——华为成都基地项目的管理中，成都分公司提出“主动”服务理念，要求全体员工在工作中做到“主动发现，主动跟踪，主动解决，主动反馈”。核心管理人员身先士卒，深入现场，带领基层干部和员工定期检查，发现问题及时汇总、跟踪、

解决，对复杂问题通过跨部门联动的内部沟通机制进行处理，消除安全隐患。充分利用客服热线平台、每日分类汇总的施工简报、定期的日常管理简报等渠道，与华为业务部门、基建部门、施工单位及分公司各部门沟通，将有必要的沟通结果及时反馈至基层，大大提高了问题的解决效率和处理效果。

四、积极借鉴成功经验，学习标杆企业先进企业文化

特发物业积极向行业标杆学习，密切追踪行业最新动向，不定期组织骨干员工到行业标杆企业优质服务项目参观学习先进的经营管理方法和理念，汲取企业文化建设的养料，不断充实企业文化的内涵。

业内标杆的企业文化理念有许多值得学习借鉴之处，比如：万科物业的服务宗旨是“全心全意全为您”，提出“客户是我们永远的伙伴”；“关注细节，精益求精”；“阳光照亮的体制”等经营理念，注重对员工进行系统的专业培训，为顾客提供优质服务，持续进行物业管理专业研究与探索，藉此不断提高服务素质，创造更好的经济效益及社会效益。万科特色的物业服务模式是万科物业奠定行业领先地位的重要因素。长城物业以“服务业主，报效社会”为使命，以“成为社区生活方式引领者”为目标，致力于赢得顾客的认可和社会的认同，从而赢得更大的市场份额和发展空间。

“公司的价值源于顾客满意经营”是长城物业人在长期经营管理工作对“顾客满意”的深刻认识，并已成为长城物业人的核心价值观。其对顾客满意度的高度关注，对社区生活方式的独到理解和追求值得称道。

鲜明独特的企业文化，往往反映了企业的一种差异化战略，成为企业核心竞争力的重要组成部分。“以人为本，服务至上”、“规范成就品质、品牌提升价值”，服务品质是特发物业的生命，培育一种强调服务品质的企业文化是特发物业推进企业文化建设的必然选择，这不仅有利于特发物业打造高端物业管理品牌形象，也将推动特发物业“扩大规模、持续盈利发展、做大做强，成为中国高科技园区物业管理首选品牌”的发展战略目标的最终实现。☺



特发小梅沙旅游中心组织开展沙滩趣味运动会等丰富多彩的文体活动

■ 顾燕、赵娉/特发小梅沙旅游中心

为了丰富员工的业余生活，营造健康和谐的企业氛围，调动员工的工作积极性、创造性，使他们身心健康发展、生活和学习，特发小梅沙旅游中心工会委员会组织开展一系列形式多样、丰富多彩的文体活动，得到员工们的一致欢迎和好评。

9月13日开展的中心首届沙滩趣味运动会，近320人参加，组成中心队、海洋世界队和小梅沙大酒店队3支队伍参赛。比赛设团队集体操、负重接力、创意沙雕、楚汉争雄4个赛项。赛场上热闹非凡、高潮迭起，队员们各显身手，比速度、比力气、比创意，拉拉队员们也鼓起腮帮子给各自的队伍呐喊助威。经过1个多小时体力和毅力的考验，海洋世界队获得比赛总冠军，中心队获活力拉拉队奖，大

酒店队获精神风采奖。赛后，全体人员赴小梅沙烧烤场烧烤。活动在一片欢声笑语、和乐融融的气氛中结束。

中心还组织开展了一系列丰富多彩的文体活动，如，针对女员工们的瑜伽练习，每周两次，吸引了大多数女工投入到健康的身体锻炼中；成立羽毛球小组，请来专业老师，每周两次进行训练和辅导；组织中心第一届“斗地主”比赛等。这些形式多样的文体活动为员工提供了一个优质的平台，让大家在这个平台上相互交流，增强团结，加深友谊，强身健体，不仅丰富了员工们的业余生活，也强化了团队精神，增加了企业的凝聚力。☺

特力人的爱心接力

■ 祁敏/特力永通大厦服务中心

7月30日，得悉深圳血库O型血短缺，特力永通大厦服务中心护卫队在主管林新的带领下，队员蒙仁东、李秋华、李涛一行四人主动前往深圳市血库中心捐血，每人各捐献出400CC的血液。

这是永通大厦服务中心继“深圳十大爱心人物”、“献血模范”——张国林自愿无偿献血以来，又一次涌现出的无偿献血好人好事，彰显了特力人的爱心。



特发信息迎来为公司发展做出巨大贡献的老兵参观

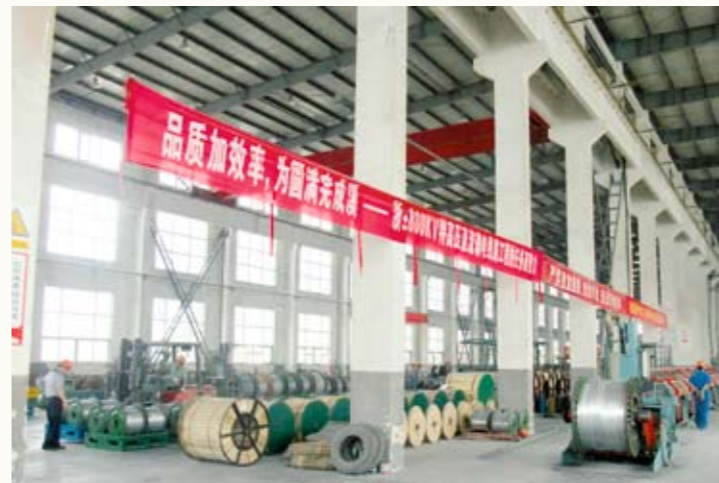
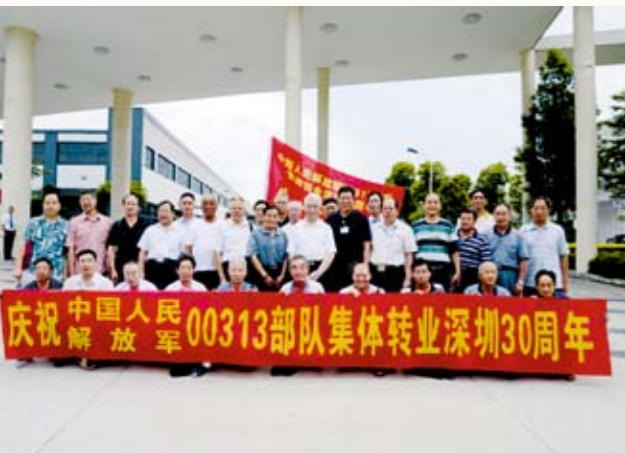
■ 常俊林/特发信息光缆分公司

近日，东莞寮步特发信息光通信产业园迎来一批尊贵的客人——原中国人民解放军00313部队的40多名退伍老兵。

30年前，他们远离家乡，为了特区的建设，集体转业留在了深圳，用青春和汗水为深圳经济特区的飞速发展立下了不朽的功绩，见证了一段历史的传奇。

曾是00313部队一员的特发信息光缆分公司常俊林副总、林云峰经理，受总经理陆秉义的委托，热情接待这批为特发光缆的发展做出过巨大贡献的老战友、老同事。当这些老兵看到如今特发信息光通信产业园美丽的环境、宽敞的生产车间、规范的管理、朝气蓬勃的员工队伍，脸上都露出了倍感欣慰的笑容，并在园区门口留下了珍贵的合影。

30年的岁月已使他们不再年轻，但忆起当年，他们仍无怨无悔，群情激昂，仿佛又置身于那段激情燃烧的岁月。



战酷暑，特发华银圆满完成国家特高压直流输电线路生产任务

■ 刘国荣/特发华银电线电缆公司

8月2日，常州特发华银公司管理层和生产线上的师傅们，目送装满线盘的车队驶出公司大门，人人脸上洋溢着轻松、幸福的笑容，为公司完成国家特高压直流线路生产艰巨任务而高兴。

今年以来，华银公司喜事连连：3月28日，华银新老股东签订了引进特发信息战略加盟的协议，决定对华银增资，使华银做精做强的梦想有了实现的基础；4月26日，特发华银中标国家电网溪—浙±800kV特高压直流输电线路工程铝包钢绞线，数量1194.75吨，金额1654.73万元。溪—浙±800kV特高压直流输电线路西起四川金沙江下游溪洛渡水电站，途径5省送电至浙江省金华市，为国家实施“西电东送”战略的重点工程，是目前我国输送容量最大、输送线路最长、电压等级最高的直流输电工程。华银中标此工程，是特发信息加盟后所中标的第一个大单，也是华银历史上一次中标数量最大的单子。这次中标，预示着特发华银美好前程

的开始，对创建特发华银在行业中的品牌，具有重要战略意义。特发华银全体员工为之欢欣鼓舞！

然而，作为国家重点工程，质量高，交货期短（仅3个月交货期），繁重的生产任务对特发华银的生产能力和技术水平是个考验。更加困难的是，此单的繁忙生产恰逢江苏百年不遇的高温天气，给工作在没有空调的生产车间的管理者和员工们提出了更加严峻的考验。

面对严峻挑战，特发华银不退缩，冷静应对，从多个方面研究对策，鼓舞斗志，确保国家重点工程。公司采取如下措施：一是召开班组长以上人员会议，宣讲该笔订单的重要性、紧迫性，层层动员，车间打出了“品质加效率，为圆满完成溪洛渡—浙西±800KV特高压直流输电线路工程生产任务而努力”的响亮口号横幅，营造“打硬仗、打赢仗”的氛围；二是全面做好各项生产技术准备工作，制定周密详尽的生产作业计划书；三是精心组织，打

破常规，调整劳动强度，改二班制为三班倒，通过人性化的管理，提升员工劳动产能；四是加强设备的维护保养频次，维护设备稳定运行，提升效率；五是加强质检管理，对每道工序直至成品进行全数检验，确保出厂成品100%合格，努力追求产品零缺陷的目标；六是紧急与其他客户协商，调整其他客户产品的交货期，为国家重点工程让路；七是加倍重视安全生产和员工身体健康。

至7月下旬，生产任务进入最后冲刺阶段，同时气温也

如同冲刺一样，出现了持续高温酷暑天气，车间内最高温度持续维持在39℃以上。为完成任务，员工主动放弃休息日，挥汗如雨，加班加点，满负荷工作，追赶生产进度。看到如此努力的员工，公司管理层非常感动，将清凉的水果送到车间工人师傅们的手中，开放所有装有空调的领导部门和部门的办公室、公司会议室，供车间员工轮班休息，防暑降温.....就这样，通过公司全体员工的共同努力，本批生产任务终于在8月2日圆满完成并交货。👏

众志成城阻风雨，拼搏奋斗创佳绩

——特发物业成都分公司受华为成都基地表彰

■ 王婧媛/特发物业管理公司

7月20日，华为公司成都行政分部及特发物业成都分公司在华为成都基地举行7.10特大暴雨抗洪抢险表彰大会。华为成都研究所所长孙承、研究所人事部长陈杰，行政分部有关领导等亲自到场，为特大暴雨中连续奋战14小时、倾尽全力抗洪抢险、保卫基地的物业优秀个人及团队嘉奖，充分肯定特发物业成都团队自接管华为成都基地以来高效、专业的工作及敬业精神。在华为成都基地前期施工

遗留问题较多、汛期集中暴露的情况下，特发物业成都分公司按照特发物业公司领导的指示，在崔平副总经理的指挥下，凭借多年的物业管理经验和强大的团队管理能力，充分准备、快速响应、众志成城，扛住了50年不遇的特大暴雨及其引发的洪水，实现了成都基地零事故的优异成绩。华为公司领导对此表示高度的赞赏和鼓励，同时对特发物业成都分公司提出了更高的期望。

6月18日以来，全国范围内连续普降暴雨，造成了洪灾、泥石流、滑坡、桥梁冲垮等多起严重的地质灾害。四川省为重灾区，多起人员伤亡，受灾人数近百万，成都市区内随处可“看海”。

华为成都基地是去年新建成的，前期施工的遗留问题较多，今年首次经历汛期即面临50年不遇的特大暴雨的考验，基地范围内多处发生积水、草坪塌陷、路面沉降、污水井倒灌、水淹地库等事件，屡次威胁到华为实验室、设备机房等重要区域。特发物业成都分公司核心管理团队具有多年管理经验，早在5月便做出应急预案，采购应急物资，并组织了数次应急预案演练，严阵以待。虽然公司员



工多数物业工作经验不足，但在良好的管理制度和有预见性的训练准备之下，从容应付汛期威胁，前期水患迅速被止，未对华为员工正常的工作生活秩序造成不良影响。

7月10日的特大暴雨是继8日、9日连续降雨之后的强降雨。当日四川省气象台发布暴雨红色警报，根据新浪新闻报道，省内降雨量普遍超过250毫米，部分地区超过500毫米，成都基地部分低洼地带积水超过30厘米。在华为成都基地控制整个南区空调的空调机房所在的地库桥架因施工时未行封堵疯狂涌水，雨水顺线缆槽进入空调机房，水势快速增长，三台水泵同时工作的情况下，水势依然呈上涨趋势，最危险时水线距离高压配电柜仅2厘米左右。一旦高压配电柜进水，势必酿成重大安全事故。

特发物业成都分公司迅速动员各部门所有的值班及应急人员，同时紧急采购、调用抗洪物资进行排水工作。上至崔平副总经理、李林副经理、陶建雄副经理，下至安全部、工程部、环境部、综合部等各部门员工全部赶赴现场，在第一时间展开应急措施，关闭了空调机房设备，并全力排水。经过连续14个小时的奋斗，终于将一场大祸消弭于无形。

在此期间，特发物业成都分公司涌现了一大批优秀的人，他们奋不顾身在污水井倒灌形成的粪水中抢险，背负几十斤重的沙袋来来去去，部分员工连续三天没睡好觉，一接到通知就立刻奔赴现场，投入到抗洪工作中，损失了多部手机等私人物品，但都毫无怨言。

华为成都研究所孙承所长高度赞扬了物业团队的专业素质和团队精神。他说：“四川是天府之国，但今年天府之国确实有点多灾多难。4月份经历了地震，包括这一次洪水，可以说今年是四川近年来面临的最大的一次灾难。从去年我们搬到新基地以来，在华为成都行政分部包括特发

物业所有兄弟姐妹的努力下，基地各项工作都日趋正规。这次暴雨检验了我们的队伍，体现了我们的战斗力。哪里有困难、有危险，特发物业的员工就出现在哪里，每一栋楼宇，无论地下室、实验室，还是园区路面出现问题、有积水，就有他们他们奋战的身影。尤其是U7机电设备房间及时排水，有效保障了第二天U7、U8、U9楼宇业务不中断、正常办公。在大家的共同努力下，我们平安度过了这一次50年一遇的洪灾，我代表公司、代表研究所对大家表示深深的感谢。这次抗洪抢险体现出特发物业整体管理上比刚搬入基地时有很大的进步。华为公司轮值CEO郭平、副董事长徐直军来成都基地视察并给予很高的赞扬。通过大家努力我们快速磨合，可以说在磨合的过程中我们比北京、上海、南京做得都好，而这一切都离不开我们两家兄弟姐妹们的努力。”

特发物业优秀员工代表雷明友也发了言，感谢领导的肯定和鼓励，表示会继续以主动、踏实、勤恳的态度对待今后的工作，争取做得更好、更完美。

特发物业公司吕航总经理7月27日到成都分公司考察，拜访孙承所长、钟世斌部长等华为公司业务和行政领导。孙所长对成都分公司一年来的工作高度认可，对取得的成绩给予肯定。吕航表示，华为成都基地是华为公司的物业服务样板，在前期遗留问题较多的情况下，特发物业全力保障服务品质，对遗留问题改进和重要物资采购都实行先处理再申报的策略，并根据需要进行了管理和流程优化，全面保证对华为需求的快速响应和有效支持，现在看来是成功的。下一步，特发物业成都分公司将继续细化这一思路，在品质与利益发生冲突时，一定首先保证品质。双方愉快地对未来工作策略达成共识。👏



顶高温战酷暑，展特发物业风采

——接管武汉华为A7项目小记

■ 张志侠/特发物业管理公司

7月10日，特发物业武汉分公司中标武汉华为A7项目，合同约定8月1日与该项目前物业公司交接。为进一步了解该项目的运作流程，保障顺利接管，特发物业公司决定派出由马志雄副总经理带队，市场发展部、管理部以及发展中心管理处骨干组成的技术支持团队，对A7项目进行为期半个月的支持与监管。

一、明确职责，周密布置，力保交接万无一失

7月25日，支持团队一到武汉，不顾旅途奔波劳顿马上召开会议，由特发物业武汉分公司经理钟广平详细介绍A7项目的具体情况和面临的困难，主要概括为以下4点：（一）办公大楼物业用电负荷已超90%（不包括华为自装空调）；（二）华为自己安装了24台空调24小时运转，随时可能跳闸断电；（三）70个洗手间都密不透风，空气质量非常糟糕；（四）2000多人只有4部电梯，上下班排长队，秩序混乱。

针对以上难点，特发物业崔平副总经理（武汉分公司分管领导）决定27日从北京紧急赶到武汉，他在电话里要求支持团队先查验现场，完善移交方案，再三强调工程设施及功能测试等各个问题都决不能遗漏，记录必须清晰并配有图片，遗留问题汇总必须三方签字。支持团队根据崔平副总经理指示，与项目团队融合在一起，根据各自专业特长进行合理、清晰的分工，搭建接管团队架构，明确支持团队职责，成立以总部支持团队及项目团队为一体的应急小组，预防在交接期间发生的异常、紧急事件，保障交接工作的开展及华为正常的办公秩序，确保8月1日交接时万无一失。

二、顶高温战酷暑，用实际行动诠释专业素质和敬业精神

有了清晰的分工，大家按照各自的职责分别开展工作。今夏中国进入“烧烤模式”，被称为“四大火炉”之一的武汉更甚。在支援期间，7月29日至8月3日中午室外地面温度曾一度达到54-57℃，连我们这些土生土长在南国的团队成员也未经历过。尽管如此，大家还是抱着满腔热情，冒着高温酷暑，不分昼夜地忙碌于各项目之间。支援团队每个人每天穿着工作服，至少3次从20楼逐层检查到1楼查勘现场，并要求每个岗位进行“自查自纠”大排查，支援团队再复查，共查出需整改问题654项，专业涉及客服、工程、安保、环境。针对查出的问题，项目支援团队与现场管理团队每天召开座谈会，面对面商讨解决方案，提出整改意见，并监督整改，一次又一次地拉网式复查，加强品质管理，规范计划、实施、检查措施即“PDCA”流程，端正工作态度，改进工作方法，提



高解决问题的能力，确保服务质量。华为监管看到我们在酷暑中拼出来的成果，赞扬特发物业人能吃苦耐劳打硬仗的工作精神，高度肯定特发物业的团队协作及专业素养。

忙碌的工作之余，很多人和事叫人难忘，令人感动。现场安全主管谢绍文，在项目接管期间感冒，高烧39℃依然不下“火线”，坚守现场；工程验收和检查有很多室外作业，工程支援的发展中心管理处员工钟伟新顶着室外57℃的高温，和武汉分公司曹贤德奋战在A7楼顶，检查华为自装的每台空调，一干就是一天。在急性肠炎、高烧不退打完点滴后，顾不上休息，马上投入到繁忙的工作中，没有一句怨言。还有我们的组长周初新，土生土长的广东人，来到武汉，无论饮食还是水土，都严重不服，患上了严重的皮炎，大面积红肿，奇痒无比，他仍时刻坚守在一线，连远在国外留学的女儿假期回来探亲，父女俩都没能见上一面，叙叙家常。

在A7项目交接期间，正值武汉华灿项目的投标期和联想项目的招标期，项目团队和支援团队白天一边忙交接，挤时间去看现场，看环境，看岗位，晚上还得加班写标书，尤其是崔平副总经理，白天忙于现场指挥全面工作，晚上和华灿项目团队经常加班到凌晨2、3点钟修改标书。团队全体员工，工作起来不分昼夜，7月31日从早上8:00上班到8月1日凌晨4:00交接结束，所有员工都按移交方案有序工作，并交叉复查，杜绝遗漏。当时天气异常炎热，工作特别忙碌，大家连续工作20个小时，身上的衣服湿得能拧下水来，但没有一个员工抱怨、叫苦，我被这种敬业精神深深感动着，正是这种忘我的工作态度才保证了项目移交保质保量地完成。



三、几点工作感悟

（一）工作态度。武汉分公司管理的都是租赁物业，总管理面积虽然不大，只有8万平方米，但所有项目涉及武汉市3个区域13个工作点，点多面广，工作量、管理难度相对较大，这给现场管理团队带来不小的管理压力，经常因项目间的往返耽误吃饭时间，但这丝毫没有影响大家的工作热情和积极性，整个团队乐观、进取，也正因此，得到了甲方的充分认可，在这次激烈竞标中我们才战胜对手，成功中标，为武汉分公司在武汉拓展又迈出坚实的一步。

（二）工作方法。针对华为越来越高、越来越严的管理要求，管理工作不断细化，进一步优化。现场管理的每一个环节都落实到人、责任到位。比如，对整改项目前和整改项目后分别拍照留底，每一项整改完成，将对对比照片连同文字说明发给各专业监管，得到甲方认可。

（三）持续改进。武汉团队里，虽然70%都是大专以上学历，但关键岗位骨干人员缺失，人才结构有待完善，阶梯人才培养不足，这对于正在蓬勃发展的武汉分公司来说，是一个遗憾，亟需加强、改进。

华为武汉A7项目顺利接管，得到甲方肯定，再次证明，只要我们坚持推进落实特发物业公司“以市场为标准，以客户需求为导向”的服务理念，广大员工无私奉献，团结敬业，奋发进取，就会赢得客户认可，不断擦亮特发物业的品牌。☺

聚焦经营



01

集团俞磊副总经理到香蜜湖和地产公司检查安全生产工作

9月25日上午，集团副总经理俞磊、安委办主任吴锐楷一行到香蜜湖公司检查安全生产工作。香蜜湖武志红副总经理汇报了公司安全生产工作情况，主要包括“一岗双责”制的落实；重点安全防控和消防硬件设施建设；安全应急演练及安全生产工作“分片包保”管理模式的推行等。俞副总详细询问公司在安全生产管理计划统筹及措施落实，特别是餐饮单位安全用气、食品卫生安全等方面的有关情况，仔细查看了公司南片区域治安防范视频监控系统的运行状况，翻阅了应急响应处置预案、日常安检记录台账等安全信息文档，并攀登消防观察（瞭望）室检验预警装置系统设施的运作情况。

俞副总在对香蜜湖公司重视安全生产管理并持续强化安全管理的



举措给予了肯定，并对公司安全生产工作提出了三点要求：一是要进一步加大区域内各单位员工安全知识和培训普及，让所有从业人员掌握必要的安全知识和应急技能，提升全员的安全意识和应急处置能力。二是要对各项安全应急预案作进一步完善和规范，特别是在应急信息传递、应急人员快速集结等方面应进一步明确和演练。三是要加大餐饮单位厨房用气等重点部位的安全隐患排查和整治，及时将安全隐患消灭在萌芽状态。

9月29日下午，俞磊副总一行来到特发地产龙华和平里项目工地进行安全生产检查与座谈，在现场细致检查后，地产公司分管安全生产的唐大平副总经理主持召开座谈会，地产公司副总经理兼龙华项目部经理巫石明向集团检查组汇报了和平里工地项目的相关安全情况。

在听取汇报并检查了龙华项目的各项规章制度、应急预案、组织机构以及宣传工作等相关情况后，俞磊副总经理详细询问、了解龙华项目部在安全生产方面的各项职责

及相关安全工作的落实情况，指出安全生产工作切不可流于形式，必须明确各项主体责任，严格执行，落实到位。参加座谈和检查的还有地产公司安委会、龙华项目部及工程总承包单位的有关人员。

(刘文清/香蜜湖度假村公司；周爽/特发产公司)

02

提升质量创品牌，入网认证拓市场

市场的竞争是质量的竞争、服务的竞争，归根结底是品牌的竞争。光纤光缆是IT产业的重要构件，体现了高新技术产业的飞速发展和快速更新，市场竞争更加激烈。特发信息要想赢得客户，占领一定的市场份额，就必须提升产品质量，获得相应的产品质量体系认证，赢得入网通行证。特发信息十分注重参与行业产品质量体系认证，2013年特发信息室外光缆获行业产品质量认证的品种和型号由原来11类增至20类，是获得重大突破的一年。

一是获泰尔质量体系认证的光缆产品由原来6大类增至8大类。已通过泰尔认证的产品包括：层绞式通信用室外光缆(两大类型号)、光纤带层绞式通信用室外光缆、中心管

式通信用室外光缆、骨架式通信用室外光纤带光缆、中心束管式光纤带光缆、通信用气吹微型光缆，以及接入网用光电复合光缆等。

二是叩开了军工市场的大门。公司周密策划、精心遴选了3种型号光缆参与军工行业的质量体系论证，经过历时3个月的多重检验检测，特发信息送检产品以优良的产品质量、先进的产品性能、完备的服务体系通过了“国防通信网设备器材进网许可认证”。为特发信息光纤光缆进入军工市场铺平了道路。

三是积极参与广播影视设备器材入网认定。初步确定在10月份完成9类产品的入网许可。包括：有线电视系统层绞式光纤带光缆、有线电视系统中心束管式光纤带光缆、有线电视系统中心束管式光缆等9类产品，目前各项认证工作正在顺利进行中。

“产品认证”均要通过各行业指定的第三方专业认证机构严格的检验检测，包括检查工艺流程、审核技术参数、检测产品质量、查看服务档案等多个环节的测评，是对产品质量与服务的综合考核，是公司信誉的综合测评。特发信息目前已通过泰尔认证及国防通信网设备器材进网许可认证，标志着特发信息光缆产品专业技术、质量水平及系统管理能力都得到了专家的认可。产品认证给企业带来的不只是一张鲜亮的名片，更多的是在行业

中的价值延伸。

(林芬英/特发信息光缆分公司)

03

特发信息召开2012年入职大学生年度测评会议

为检验岗位匹配度以及一年来的工作情况，7月16日，特发信息电力光缆事业部召开2012年大学生入职一年考核测评会议。事业部领导班子以及各部门经理、特发信息人力资源部汪洋经理全程参与会议。测评会上，2012年入职的14名大学生依次作了自评报告，各部门经理针对每位大学生的自评报告进行认真考核和细致提问。公司领导和各部门经理对他



聚焦经营

们一年来从学生向职业人转变取得的成长和进步感到欣喜，期望他们立足岗位，发奋学习，贡献青春和热血，和公司一起成长。学习和工作的最大区别在于工作要重职责、要有担当，把这两者落实到工作实处会让人终身受益。

(吴龙辉/特发信息电力光缆事业部)

04

提升品牌认可，彰显投资价值——特发信息参加投资者关系网上接待日活动

9月13日，深圳证监局联合深圳上市公司协会、深圳证券信息有限公司举办“深圳上市公司投资者关系互动平台启动暨网上集体接待日”的活动，深圳地区183家上市公司参加。

特发信息董事长王宝、财务总监蒋勤俭、董事会秘书张大军代表公司出席了活动，并与投资者互动交流，就公司治理、发展战略、经营状况、财务状况、可持续发展优势等问题与投资者进行了良好的沟通。借此活动机会，加强了投资者对特发信息经营和发展的理解，对宣传公司投资价值以及维护投资者关系起到了积极作用。

(杨喜/特发信息董事会秘书处)

05

特发信息光缆经营简讯

(一) 公司绞缆提速完成，绞缆提速90m/min，产量增加28.2Km/班，相当于增加了1.5条绞缆线的产能。

(二) 公司月产量再创新高，刷新了月产量历史最高记录。

(三) 公司光电复合缆GD-GYTA53-48B1.3顺利通过泰尔体系认证。

(四) 公司多种产品顺利通过泰国BBK客户、澳洲客户、台湾客户厂验。

(五) 公司GYTS-24\48\96芯;GYDTS-288芯;GYDXTW-144芯等多种型号光缆通过广州移动免检资格。

(朱敏、王磊、周小青、周正芳/特发信息光缆分公司)

06

黎明蓉华电子参加深圳零售商业行业协会代表大会等二则

8月8日上午，黎明蓉华电子公司以协会会员身份出席在哈尔滨



召开的深圳市零售商业行业协会四届二次、深圳市连锁经营协会二届二次会员代表大会。大会主题对话为“面对全零售时代，企业如何应变”。对话中，对于未来自身企业应该如何发展、如何以创新方式促进消费、如何面对电商带来的挑战引发了各协会成员的深思。

此次参会拉近了蓉华电子与各企业高管间的距离，提升了“依特佳”品牌，也为蓉华电子的企业发展获得大量有益信息。

另：今年8月，第七届深圳零售业技能大赛决赛在南山区南油文化广场举行，决赛设防损员/前台接待员技能大比武、生鲜工大比武、收货员大比武等项目。黎明蓉华电子作为深圳零售商业行业协会会员受邀派出2人作为“收货员大比武”的裁判参加大赛。蓉华电子的

2名裁判秉承公平、公正、公开的原则，顶着炎炎烈日，一丝不苟的履行着“收货员大比武”裁判的职责，为第七届深圳零售业技能大赛贡献了一份正能量。

(肖攀、冯之龙/特发黎明蓉华公司)

07

黎明公司物业部加强中秋期间安全巡查工作

为切实做好中秋节节假日期间的安全防火工作，维护广大租户利益，黎明公司物业部召开节前安全工作会议，要求各物业片区管理组节假日期间要把安全工作放在第一位，决不能掉以轻心，麻痹大意，要切实提高安全意识，确保度过一个安乐祥和的中秋佳节。

考虑到中兴路大院周边居住人群中中秋风俗习惯对大院仓库区的安全威胁，物业部中兴路片区管理组配合物业管理公司成立节假日安全工作小组，选派专人负责，明确分工，责任到人，全天24小时不间断值班。特别是在中秋节当晚，组织巡逻队，在现场认真巡视检查，并采取有力措施，坚决管制在大院内燃放烟花爆竹、烧纸钱香烛、点放孔明灯等行为。

虽然深圳市早前就发布了禁放孔明灯的通知，但遗憾的是19日晚间中兴路大院周边仍有市民大量燃放孔明灯。孔明灯升空后随风飘浮，由于受风向等不可控制因素的影响，飘到阳台、掉到楼顶，极有可能引起火灾。为防止火灾的发生，片区工作人员当晚严密监督，及时处理，在大院楼顶共处理掉落孔明灯21个，其中带火燃烧的7个，确保了大院中秋假日的安全。

(方则冯/特发黎明公司)

08

香蜜湖公司开展对标学习考察活动

根据特发集团对标工作的总体部署，为深入开展对标工作，进一步提升企业管理水平。9月5日下午，香蜜湖物业公司相关部门负责人一行在香蜜湖公司领导武志红、杨峰的率领下前往特发物业公司开展对标学习活动。活动期间，特发



物业总经理吕航介绍了特发物业公司企业文化建设、企业战略、信息化建设、规范化管理等方面的成果和经验，并对员工培训、外包管理等相关业务进行交流和探讨。其后，大家参观考察了特发物业华为坂田基地。通过这次对标学习活动，为公司物业管理更贴近市场，走职业化之路提供了借鉴和参考。

(易达生/香蜜湖度假村行政部)

09

小梅沙海洋世界2013年暑期游客满意度大幅提升

8月上旬，小梅沙旅游中心市场部发布《2013年暑期特发小梅沙海洋世界游客满意度调查报告》。报告显示，2013年暑期小梅沙海洋世界游客满意度加权平均指数为91.38，接近“满意”水平，较今年元旦的80.00(80.00处于“满意”和“一般”的中间状态)大幅提升。此次调查的7项指标满意度均有所提高，“节目表演”再次成为游客满意度最高的指标，“整体满意度”和“景区整体设计及文化氛围”分获今年暑期游客满意度二、三名。报告公布的“游客来源地域”显示，客源地比例从多到少

聚焦经营



依次为：广东省内（不含深圳）、广东省外、深圳本地、港澳台和国外，除广东省内（不含深圳），广东省外游客比例也超过1/3。显示小梅沙海洋世界进入暑期旺季后，游客来源结构明显有别于元旦。

（蔡千/特发小梅沙旅游中心市场部）

10

小梅沙旅游中心计划组建内训师团队等二则

为完善培训体系建设，贯彻落实公司发展战略，满足公司业务和技术发展需要，特发小梅沙旅游中心计划通过报名推荐、基本素质测评和集中培训、试讲、评级等程序开展内训师队伍的组建工作。现各职能部门共有13人报名，希望加入内训师的队伍。

因为小梅沙旅游中心岗位多、涉及的工作范围广而杂，这就为内训师队伍组建和下一步工作开展增

加了一定的难度。针对内训师团队的下一步建设，公司计划从多个方面来强化和提升：一是加强建设、完善制度。不断加强内训师梯队建设，完善内训师管理制度，建立有效的内训师激励机制，力求建立一支工作内容全、专业性强、业务素质高的内训师团队。二是自我提升、强化培训。要求内训师要不断提升个人的知识性、技能性和专业性，自觉实践服务承诺，提高授课水平，满足企业日渐专业化和高端化的发展要求。三是找准目标、全面提升。充分发挥内训师在培训教育中的核心作用，努力提高知识的共享与传播，以岗位培训来提升员工技能。

另：小梅沙旅游中心举办绩效考核培训会

为做好第三季度考评工作，中心人力资源部在9月17日下午举办绩效考核培训会，来自中心各部室、海洋世界、酒店的部门经理、兼职人事管理员及人力资源部绩效专员共22人参加培训。绩效专员围绕部门前期绩效管理存在的问题、本次季度考核的流程、考核表的使用及注意事项这三方面的内容进行阐述。最后是解惑释疑环节。与会人员培训过程中认真听取培训内容，积极做好笔记，并踊跃发言，提出问题——作答。

（顾燕、罗冬青/特发小梅沙旅游中心）



11

小梅沙海洋世界中秋节“月饼DIY”活动现场火爆等二则

一年一度中秋佳节的到来，海洋世界游客旺季也渐入尾声，为维持暑期以来海洋世界品牌推广，保持品牌活跃度同时提升佳节3天散客流量，海洋世界品牌室推出线上和线下活动来维持品牌曝光率、提高游客入园量，同时，进一步提高自有资源——微信的可用度、用户关注度。活动主要分成线上团购促销，线下现场活动来进行，线上首次采取微信团购促销方式，扩宽海洋世界销售渠道，是一次自有移动平台的首次尝试。线下主要以“冰皮月饼DIY”的现场活动为主。中秋节当天，因冰皮月饼操作简单，干净卫生，现场即做即食，并可以打包带走，所以游客参与度很高，活动现场大家一起边做边聊天，气氛融洽，很多游客表示在海洋世界体验到了中秋节不一样的快乐，真正感受到了中秋佳节的意义。活动让海洋世

界的良好口碑再一次得到提升。

另：小梅沙海洋世界国庆举办“少儿垂钓大赛”

国庆长假到来，为迎合这一营销节点，保持这一时间段的品牌曝光量，小梅沙海洋世界品牌室通过对以往活动类型分析，在节日期间继续推出现场亲子系列活动——幼儿垂钓大赛，提高节日现场氛围，保持一贯的亲民路线，营造品牌良好口碑。10月1日至3日期间入园的小朋友，均可在白鲸广场现场报名参加。每场10人，计时5分钟，在规定时间内钓得鱼数最多者为冠军，获得海洋公仔一只。其他参与小朋友也可获得海洋世界气球一只。同时，活动期间免费派送一定量的小国旗。

（董琼丽/特发小梅沙旅游中心）

12

小梅沙旅游中心人力资源部员工全部通过资格考试等二则

根据国家劳动和社会保障部相关文件精神规定，以及特发集团总部对所有从事人力资源岗位工作人员的要求，小梅沙旅游中心人力资源部6名员工经过半年多的刻苦努力，全部顺利通过了国家二级人力资源管理师及三级助理人力资源管理师的资格考试。因为企业的特殊情况

和历史原因，人力资源部的大部分员工并不是本专业出身，专业基础比较薄弱，这也使得学习的过程并不轻松。在分管领导和部门经理的带领下，中心人力资源员工一鼓作气，认真备战，终于一次性全部顺利通过了考核，为下一步出色地完成公司人力资源工作目标奠定了基础。

另：为加强全体员工的消防意识，提高对消防用品的实操能力和防火、逃生、救护等基本知识，9月17日下午，深圳舍安防火信息宣传部和旅游中心安委会共同组织在中心开展2013年度消防安全知识培训。公司110多位员工参加培训。培训分消防安全知识、防火专题、灭火专题、逃生专题等4个环节进行，并进行了灭火演习和应急疏散演习。

（顾燕/特发小梅沙旅游中心）

13

巩固开发成果，提升团队素质——地产公司举办房地产运营管理课程培训

9月14日星期六，地产公司中层以上人员、业务骨干及下属企业相关人员近30人，在公司会议室举办房地产运营管理知识课程培训。课程主讲老师高瑾先生曾在万科房地产公司任职，参与多个项目开



发、运营，有着丰富的理论知识与实战经验，目前是深圳知名房地产集团运营管理部助理总经理。他从房地产行业背景、房地产运营管理体系、管理要点及管理方法等几方面授课。房地产运营管理是企业经营管理与项目开发管理相结合的一种管理方式，是地产公司在未来发展中长期经营与多项目运作时应采用的管理方式。运营管理体系是为有效地调度和配置资源，使各资源模块为实现经营目标做出积极行动而建立的。项目实施过程中要及时把握运营管理的实施要点，即，计划、风险、设计、成本和质量。通过3个小时的课程学习，学员们都深感启发良多，受益匪浅。

地产公司领导认为，通过特发和平里一期、岳阳项目的开发运营，开发团队摸索积累了一定的开发经验，但仍需加以系统化、规范化。为此，本次培训着眼于房地产开发企业经营方法的先进性、管理工作的系统性，较全面地梳理总结了行业经营管理的经验做法。同时，大家在学习中从不同视角了解房地产行业发展现状，对公司发展

聚焦经营

策略提供有利帮助。日后，仍要继续开展适用性、针对性强的课程来提高团队的专业化水平和提升员工的职业化素质。

(黄胜鹏/特发地产公司)

14

提升服务品质，塑造品牌形象——发展中心大厦空调系统改造完成

发展中心大厦空调系统改造项目于2012年底启动，2013年5月完工，历时近半年时间。项目完工后，特发物业公司专门成立了大厦空调改造验收领导小组，于7月8日对空调改造系统4个项目分别进行了验收。经验收，项目技术参数、运行指标均满足设计要求。发展中心大厦中央空调系统改造不仅达到预期制冷效果，得到了客户的好评，同时每年预计节约电费70万元。

发展中心大厦于1992年竣工，中央空调系统运行20余年，设备严重老化，制冷量不达标，不能满足客户需求。为确保大厦中央空调的正常运转，管理处于2010年5月份更换了2台故障空调主机，制冷效果得到了一定改善，但仍不能使客户满意。2012年6月公司领导班子将发展中心大厦定位为高档甲级商



务写字楼，并组织公司相关部门与管理处研究制订了整套大厦提升方案。按照公司领导部署，管理处首先对大厦客户关注度比较高的中央空调设备入手进行改造，给大厦客户提供一个舒适的办公环境。

此次工程改造规模大、技术难度高、工期要求短。为了搞好改造工作，管理处多次组织工程技术人员开会研究，制定改造方案，改造范围包括：2台中央空调主机、大堂空调（更换4台风柜）、4台冷却塔、蓄冰池。为确保改造方案万无一失，管理处还聘请了大厦原设计单位空调专家对方案进行反复论证把关。2012年8月，公司领导带队，组织公司及大厦有关人员赴空调主机厂家实地考察。为响应国家节能减排号召，又考虑到发展中心大厦绝大部分用电是发生在电价高的用电高峰时段，导致整体用电成本较高，因此管理处考虑选用蓄冰空调系统。蓄冰空调系统可以利用电力负荷低的夜间用电低谷期，采用空调冷水机组制冷，用一定方式将冷量储存起来，在电力负荷较高的白天，即用电高峰期，不用开启空调主机，只开冷冻水泵系统，把储

存的冷量释放出来，以满足大厦空调的需要。蓄冰空调能起到“移峰填谷”平衡电网负荷的作用，充分利用低谷段电价节约电费。为确保工程质量，改造项目施工单位均由公司审价小组通过严谨的招标程序筛选确定，投入改造资金约400多万元。

在公司领导及有关部门的大力支持下，管理处工程技术人员紧密团结、克服施工工期长、施工技术难度大等困难，各专业班组紧密团结，不计较个人得失，有时为了赶进度甚至通宵达旦地工作。为保证施工质量和安全，工程部安排骨干对施工项目直接进行监管，既要保证质量又要保证安全，保安人员严格职守加强巡查，发现事故苗头，及时纠正，杜绝安全隐患，施工过程中没有发生安全事故。

(张华林/特发物业管理公司)

15

发展中心大厦加大技防投入 监控技防升级改造取得实效

发展中心大厦监控系统建成使用已20多年，使用期间也有过多次更新维护，但设备线路老化，时常出现死机、不录像、图像不清晰等故障，摄像头分布也不合理，存在监控盲区，加上值班室是按20多年前的标准建设，空间狭小，不通风，环境



差，已跟不上目前大厦安全监控管理工作的需要。进一步加大技防力度，借助技防手段，落实技防措施，加强新产品、新技术的推广应用，成为解决当前新情况、新问题的有效途径。特发物业公司发展中心管理处结合前期对兄弟单位的学习考察，在公司领导及各兄弟单位的支持下，将技防改造工作列入重要日程，精心组织，加快实施，进一步加强监控科技产品的监管力度，把好产品的入口关与质量关。经过一个多月的紧张施工，9月6日，大厦监控技防升级改造工作圆满完成，保安部监控值班人员进入新的监控值班室值班，实现了人防、物防和先进技术防范相结合，大厦安防能力得到提高。

(刘小辉/特发物业管理公司)

16

学习“E”起来——特发物业网络商学院 E-learning项目正式启动

为进一步培养公司内部学习氛

围，打造学习型组织，丰富企业培训形式，9月13日，特发物业公司在金秋开学季召开网络商学院（即E-learning项目）启动大会。特发物业公司网络商学院是借助于计算机技术，向公司全体学员提供不限时、无固定场所、海量课程随选的一种新兴培训形式。

E-learning项目在特发集团已经实施两年多。经过考察，特发物业公司决定正式实施这个项目，因为是试行，所以首次开通了供应商要求的下限—60个帐号，分配给公司各部（室）、分支机构的中层以上管理人员和分支机构的管理骨干，如果收效理想，将大面积推广。为此，特发物业公司制定了《E-learning项目暂行管理办法》，明确了适用范围、职责划分、帐号管理、学习计划、实施细则、考核办法和奖惩规定。公司为鼓励员工积极主动学习，设立了奖惩办法，奖项设置“学习型组织奖”一名，奖金1000元，以部门帐号平均学分最高者为获胜者；处罚则为，如果一个考核期内未使用帐



号或者考核期内未完成必修课课程的，将由员工自己承担帐号租赁费并在公司通报批评。

特发物业公司E-learning项目的实施，致力于构建并不断完善公司的岗位培训体系，主要侧重于员工提升本岗位的专业能力，为员工创造愉快而有价值的工作生活环境，同时期待员工能领悟和践行特发物业不断学习、勇于超越的企业精神，以追求卓越、勇攀高峰的企业DNA来彰显特发物业的品牌，让职业人生更加精彩！

另：特发物业公司坂田管理处举办如何做好一个PPT教程培训。

在特发物业坂田管理处2013年度“培训需求调查”中，“PPT的写作技巧”是主管级和文员最迫切需求的课题之一。“工作中经常需要写PPT，但总写不好，希望得到PPT写作技巧的培训”，在与同事的沟通中，经常能听到这样的心声。为提高制作PPT的技巧，坂田管理处在6月底对主管级、领班级及文员进行了《如何做好一个PPT教程》的培训。通过这次培训，大家掌握了制作一个好的PPT的一些技巧和方法。相信随着与工作实际的结合，大家都能逐渐熟练地使用PPT这种在日常工作中必不可少的工具。

(贾永华、郑韦/特发物业管理公司)

政策动态

深圳今年第一批城市更新项目获批

8月23日，在我市规划和国土资源委员会（市海洋局）的官网上公布了今年城市更新单元的第一批计划项目，共17个，分别为罗湖、南山、宝安、龙岗各3个，大鹏、福田各2个，坪山1个。该计划目前已经获得市政府批准，备受关注的京基蔡屋围、华润湖贝、上沙旧改等项目在列。此外，龙岗五联竹头背和岭背坑片区220559平方米将拆除重建。

深圳调整普通住房优惠标准，更多小户型将享优惠

8月27日，深圳市规划国土委在官网发布公告，从9月1日起调整深圳享受优惠政策普通住房标准。新标准调整为按单套商品住房总价进行核算，并以十个行政区为划分单位。新标准为：罗湖区每套总价310万元以下，福田区、南山区每套总价390万元以下，盐田区每套总价310万元以下，宝安区、龙华区每套总价240万元以下，龙岗区每套总价210万元以下，光明新区每套总价190万元以下，坪山新区、大鹏新区每套总价160万元以下。购房者的房屋总价符合以上标准的、面积在144平方米以下或者套内建筑面积120平方米以下、小区建筑容积率1.0以上的就视为普通住房，可以享受相关税收优惠政策。

全国明年试点以房养老

国家发改委、民政部9月15日对外发布《国务院关于加快发展养老服务业的若干意见》。作为以房养老的方式之一，我国将试点开展老年人住房“反向抵押养老保险”，盘活老人住房资源，让老人快速获得更好的养老服务。据悉，明年一季度将由保监会牵头出台具体政策。

深圳拟出台保障房配套建设标准，规划用地要相应配套

深圳市住建局日前表示，深圳拟出台保障房配套建设标准，明确提出规划用地要相应配套，明确工期和开发时序。目前，有28个项目目前还存在不同程度的配套不齐全，住建局表示将尽快将这些保障房的配套完善落到实处。



楼市焦点

8月70个城市新房价格仅温州同比下降，北京同比涨幅最高

国家统计局9月18日发布8月份70个大中城市住宅销售价格变动情况。数据显示，70个大中城市中新建商品住宅价格环比上涨的城市有66个，其中上海涨幅最高，为1.7%；同比上涨的城市有69个，北京上涨幅度最高，为19.3%。

深圳商转公贷款规定16日施行，个人可贷50万元

9月10日，《深圳市商业性住房按揭贷款转住房公积金贷款暂行规定》正式发布，9月16日起施行。商转公贷款可贷额度为申请人和共同申请人账户余额的12倍，个人最高可贷50万元，共同申请可贷款90万元。

龙华线上盖物业明年底预售，将有1700个单位

港铁公司近日发布了2013年中报，今年上半年，龙华线获得了661万港元深圳政府资助，客运运营收入达到5100万港元，较2012年有较明显的增长。港铁（深圳）的上盖物业在稳步推进，项目总楼面面积20.6万平方米（其中商务面积1万平方米），共1700个单位出售。预计最快明年年底开始预售第一期。港铁（深圳）的总投资额为40亿元人民币，其中20亿元人民币用于购买土地。

李嘉诚看空楼市抛售资产

上海、杭州、苏州9月5日分别诞生了总价或单价地王，上海徐家汇中心项目被新鸿基地产以217.7亿元拿下，杭州华家池三幅地块共拍出136.73亿元，苏州金鸡湖两地块被世茂房地产以47.25亿元收入囊中。与此同时，华人首富李嘉诚却不断抛售资产，分别出售上海及广州地产项目。业内人士认为，一二线热点城市地价已透支未来上涨空间，开发商不计成本拿地，未来或面临价格下跌的风险。

万科54亿元首拿产业用地

9月4日，万科斥资53.99亿元竞得深圳市T501-0069地块的使用权，该地块是留仙洞总部基地出让的一宗产业办公用地。该项目土地用途为新型产业用地+商业服务业用地+绿地，整体占地约39.4万平方米，计容总建筑面积约133.55万平方米，其中建设用地面积约15.4万平方米，将建设研发用房、商业用地、商务公寓等。万科表示，希望通过参与该区域的建设，推动城市的升级，同时增强商业开发能力。

佳兆业再获深圳龙华两旧改项目，总占地216公顷

9月10日，佳兆业集团控股有限公司与深圳市龙华新区正式独家签订战略合作协议。双方同时签订了油松片区和观澜古墟片区两大旧改项目的更新合作。其中，油松片区总占地111公顷，观澜古墟片区占地规模105公顷。

佳兆业进驻后，将加快油松片区区域内的电子信息产业高端化发展，打造新一代信息技术产业重要基地。而观澜古墟片区则定位为龙华新区次中心的核心区和观澜商贸生活区，将被改造成具历史传统文化特色综合服务片区。

“八面” 纵观CIBTM 会奖，旅游市场蓬勃发展

中国（北京）国际商务及会奖旅游展览会（CIBTM）在其进入第八个年头的日子里再次迎来了飞跃，参展规模、参展商数量均有显著增长，特邀买家数量及质量均居中国及亚洲首位。整体展览面积较去年增长18%，共有来自中外28个国家和地区485家参展商在3天的展览中向特邀买家和专业观众展示其丰富的会奖产品和服务。此外，展览最终成功邀请全球高质量特邀买家416名，已在展前产生在线邀约9,402个，可谓是整个行业历史性的突破。

第三届中国旅游社会责任论坛圆满落幕

亚太旅游协会（PATA）与中国—东盟中心、九寨沟风景名胜区管理局合作举办的第三届中国旅游社会责任论坛（CRTF）暨中国—东盟旅游发展研讨会于9月12日在四川九寨沟喜来登酒店召开。会议吸引了来自国内外超过150名演讲嘉宾和与会代表。继成功举办两届之后，本次论坛把“美丽中国——负责任的游客经济”主题带到了联合国教科文组织世界遗产之一的神奇九寨。与会代表以轻松互动的方式分享各自的经验和体会，探讨如何以更负责和可持续的方式促进游客经济的增长。论坛内容涉及企业社会责任、社会企业家精神、自然与生物多样性对游客经济发展的重要意义以及负责任的教育与培训等。

国旅局副局长杜一力：精明旅游者应做“知情”人

据国家旅游局消息，国家旅游局副局长杜一力近日接受采访，在谈到《旅游法》可安排购物但是要充分保障旅游者知情权的问题时表示，精明旅游者应做个“知情”人。杜一力表示，《旅游法》在消费者权益之上强化和细化了旅游者的十大权益，其中最核心的是知情。《旅游法》主张旅游者权利，很多具体内容是围绕保护旅游者知情权规定的。在充分知情的情况下，旅游者所有的选择才是自己的真实意愿。所谓“挨宰”，不是说钱花多了就是“挨宰”，在不充分知情的情况下，钱花的少，也是挨宰。所以说，精明的旅游者，或者说理性的旅游者，应该是充分行使了自己知情权的旅游者。

英国旅游局与国旅总社签订年度战略合作协议

为了推动后奥运英国游，加强与中国旅游业者的合作，近日英国旅游局与国旅总社在北京举行隆重的年度战略合作签约仪式。英国旅游局主席Christopher Rodrigues和国旅总社副总裁王延光等重量级旅游业界嘉宾以及京城媒体代表出席了此次活动。此次战略合作协议的签署是英国旅游局在华“非凡英国Great Campaign”系列宣传推广工作的重要组成部分。“非凡英国”是英国政府在全球范围内开展的一项国家形象大型公关宣传活动，在旅游方面依托历史遗迹、灿烂文化、自然风光、音乐、体育、美食和购物7大主题向全球游客推介英国作为旅游目的地的独特魅力。此次英国旅游局与国旅总社的战略合作将着重深度挖掘这7大主题，对旅游资源进行新的包装，突出靓点，并结合“非凡英国”统一品牌标识进行宣传推广，通过国旅总社的优质销售网络及时传递给广大客户，推动新产品新线路的销售。

中国游客首超新西兰成澳洲纽省最大旅游市场

据澳洲《星岛日报》报道，纽省省长奥法拉(Barry O' Farrell)及旅游业厅长苏理斯(George Souris)指，中国游客数目首次超过新西兰，领导纽省的旅游业市场。奥法拉指中国现时成为纽省最大的国际旅客住宿及开支贡献者。最新的国际旅客调查显示，至今年6月，来自中国的旅客有39.6万名，新西兰则为38.6万人。数字显示纽省的中国旅客数字有18%的上升，为省经济提供了13亿元的增长。这些数字巩固了纽省成为澳洲中国旅游业的首位，吸引了澳洲61.2%的中国旅客到访。

出境自助游市场火爆，电商瞄准签证代办

业内人士分析，新《旅游法》的实施，在一定程度上推动了年轻、敢于尝新、有旅行经验等人群向自助游转移，增加了国内自助游人数。此外，近年人民币升值，各国签证的利好政策，也使得国内消费者更倾向于出境自助游。即将实施的《中华人民共和国旅游法》可谓是强力震动着旅游市场。这一震动不仅波及旅行社致使团队游价格全线上涨，更促使部分精打细算且敢于尝新的市民将出游目光转向了另一种新兴旅游方式——自助游，尤其是部分“十一”后团费报价甚至翻倍的出境游线路。这一商机也被市场嗅觉灵敏的航企和旅游电商捕捉到，前者积极新开直飞国际航线，后者则及时推出个人出境游签证、境外“机票+酒店”预订服务，大有借势促使旅游市场格局洗牌进而争夺客源之势。





结婚十年

■ 顾燕/特发小梅沙旅游中心

今年9月，宝宝顺利踏入了他人生的一个重要时刻，成为一位小学生了，看着他渐渐长高的身影，突然想起在不知不觉中，我也已经安然度过了俗称的“七年止痒”，进入了婚姻的第十个年头。十年的时光，说长不长，说短也不短，在人生中这样一段美好的时光，能有人陪伴着共同走过，无论其间有过多少酸甜苦辣，终究还是幸福的。人的一辈子，不管我们是否愿意，都会不断前行，因为责任和环境摆在那里。就像我们的婚姻，争吵、不悦、磕绊、甜蜜、欣喜……每天都实实在在地发生着，走过后才知道，不论是误会还是感动，原来都是一份难得的生命历程。

结婚十年被称之为“锡”婚。锡是一种金属，银灰色的样子，发出幽蓝的光泽，冷冷地挑战你的热情和激情。这仿佛也是在说十年的婚姻，好像色彩斑斓的浪漫爱情经过现实生活岁月打磨露出了它的本来面目。好在锡这东西，不易氧化，还耐腐蚀，这就有点意思了。就像十年之期的婚姻和爱情，如同高密度的三口之家分子结构，比较稳固。不必担心稍有点

风吹草动马上就地卧倒，也不必担心偶遇一场风花雪月自然景观就轰然倒塌。夫妻之间的信任建立在油盐酱醋的琐事纷扰中，还建立在平淡庸常的耳鬓厮磨之中。那点底气，就在鬼头鬼脑的岁月考验中顽强成熟，在磕磕绊绊的你情我意中日积月累起来。银白色的锡还代表着另外一层意思，质软，富延展性，在空气中不易起变化，这也是说虽然婚姻失去了华丽的色彩，可是面对婚姻中伸缩自如、荣辱不惊的我们，千万不要忘了我们纯洁光泽的本质和初衷。

十年的时间转瞬即逝，两个人在一起时间久了，新鲜感丧失，从充满浪漫的恋爱状态到实实在在的二人生活，再到孩子的加入，现实和理想的巨大落差，在平淡的朝夕相处中渐渐显现出来。俩人之间虽然少了花前月下和甜言蜜语，可是经过岁月的积累和沉淀，却多了彼此的信任和默契。曾经在生活上磕磕绊绊、一路走来的我们，如今也成为了儿子的父亲和母亲，成为了有责任、有担当的人。

十年的婚姻，十年的生活，十年的成长，就这样和爱人、孩子一路走来，也曾哭过、笑过、吵过、闹过，可我想这大概就是婚姻的味道，暖暖的家的味道。婚姻的第十年，更有了纪念的味道，似乎有了些许沉淀，多了一份重量，学会了体谅，懂得了艰辛。第十年的婚姻仿佛真的象锡一样，有了柔韧的光辉和隐忍的力量。结婚十年，虽然偷走了我的青春，可我却学会了宽容，学会了惜福。我想只有经历过风雨，见到的彩虹才格外美丽。这就是十年的婚姻感悟，送给曾经不羁的自己。☺



你快乐所以我快乐

■ 陈丽娟/特发黎明公司

前段时间去楼下理发店剪头发，一进门老板娘就微笑的招呼我：我来帮你剪吧。坦白地说，上次老板娘帮我剪头发的感觉差极了，全程黑着脸，边跟老板吵架边剪着我的头发，害得我一句话不敢说，生怕她会拿我的头发出气。后来刘海剪得完全不是我想要的那种样子，我说阿姨，能帮我再重新修一下吗？结果老板娘把剪刀使劲往桌上一砸发出刺耳的声音，让我觉得很不是味道。所以上次剪头发对我来说没有一点点的享受，相反把她的负面情绪也带给了我，弄得我一整天也不开心。但是看看别的理发师都在忙，只好将就一下了。

出乎意料的是，老板娘这次完全跟上次态度不同，剪头发的时候全程微笑地跟我聊天，而且剪出来的头发比上次好看了，跟之前的她简直判若两人。走的时候我说：“下次我还来找你”。我心情不错，外加和老板娘聊得愉快，于是心情好上加

好。之后我跟一位朋友打了个电话，情绪低落的我也被我开心地逗乐了。我不确定我的好心情能不能带她走出低落，但是我十分确定，我的心情如果很糟糕，也会让她的情绪更低落。

有次朋友跟我说他的姐姐是个走到哪里都开开心心的人，很远都能听到她的笑声，人还没到笑声就先到了，所以家人很容易被她的笑声感染，烦恼忧愁都不见了。同一个人，同一件事，不同的心情，会带来截然不同的结果。坏的情绪不仅会影响自己，同时也会影响别人。

所以，王菲唱着，你快乐所以我快乐。

心理学家研究，所有情绪都能在眨眼间从一个人身上感染给另一个人。你的表情越生动，表达得越清晰，情绪的感染力就越强，同时，你也在下意识地效仿着他人的情绪。一般情况下，当一个人感到高兴时，他的大脑就会向嘴发出笑的信息，

你快乐所以我快乐

wang fei



而实际上逆向的活动也存在，即当一个人和一个快乐的伙伴在一起时，促使其发出笑容的面部肌肉也会向大脑传达信息，让他感觉快乐。例如，如果一个团队的领导人心情不错，团队的成员也会被感染，大家的默契程度会提高，做起工作来也更得心应手。而在关系密切的人之间，例如家人和恋人，这种情绪的感染就会更明显。而负面的情绪也许比正面的情绪更容易传染，因为接收情绪的人会努力去安抚释放情绪的人，这使得这种情绪更容易蔓延。社会心理学里有个相关的结论叫“负性情绪优先”。比如我们看淘宝商品的评论，可能10条好评带来的积极体验，都盖不过1条差评。

看电视剧《亮剑》，大家都在为李云龙的亮剑精神所感动，的确亮剑精神让人振奋，让人热血阵阵沸腾。其实在亮剑里面经典的不止是他的精神，还有李云龙的语言，以及他传染情绪的能力。电视剧中有一段让我印象很深刻。老赵病了，李云龙去看他，还未进门就大声说：“老赵身体怎么样，你鬼儿的，让我想死你了”。这个时候李云龙还未看到赵刚，在屋外就喊起了。赵刚听到李云龙的声，病重的他露出了笑容。沟通中表现的情绪，使人还未到先让氛围起来了。我想起了国学大师翟鸿燊的一句话，沟通最忌讳的就是“一脸死相，别让人的脸破坏了氛围”。生活和工作中不难发现，大家都喜欢跟开朗热情的人打交道，这样性格的人在沟通时，同样的工作，效率也会比情绪低落的人高很多。“情绪化”也是做工作中的大忌，当你心情不好时，你的工作效率和判断能力都会大打折扣。而且，会不自觉地板起面孔，令看见你的人都感到不愉快，而身为你的同事，自然

更想退避三舍。

我身边有个朋友总是乐观模样。遇到挫折时，总能很快擦干眼泪，化腐朽为神奇地重新出发。在她的世界里看不到阴霾的乌云，闻不到发霉的陈臭味儿，触碰不到结结巴巴的不平坦，果断翻篇后只有前进。我说：你怎么可以做到这样？她说：生活想要抹黑你，你就张嘴大笑，因为牙齿是白的。我还有一个好朋友，长得不算好看，但他说话的时候嘴角总微微上扬，那暖洋洋的笑容好比一缕阳光，即使多么难堪，也狠不了心对他咬牙切齿。这份笑容就像杀毒软件，消灭所有的垃圾情绪，阻挡木马病毒，安全守卫着心灵的那片纯净。

无论什么时候，我都喜欢与那些内心散发温暖快乐的人交往。愿意被他们的快乐感染，一个人的快乐可以换来一群人的快乐。在不开心的时候，他们的乐观总能引导我慢慢走向洒脱，走向轻松。

所有好的坏的情绪都是生于心、造于念。别指望有一天，上帝会派一个乐观热爱生活的人拯救你枯败的心。你快乐，才会更快乐，也会遇到同样洒脱乐观的心；你不快乐，只会更低落，还会吸引和你一样紧锁眉头的人。☹



慨，他们与你记忆中的父母已相去甚远……

所以，当他们有天变老时，当他们想不起来或接不上话时，当他们开始忘记系扣子、绑鞋带、吃饭时弄脏衣服时，请不要怪责他们，当他们梳头时开始不停地颤抖，请不要催促他们，因为你在慢慢长大，而他们在慢慢变老。如果有一天，当他们站也站不稳、走也走不动时，请你紧紧握住他们的手，扶住他们，陪他们慢慢地走，就像当年他们牵着你的手一样，只要你在他们眼前的时候，他们的心就会很温暖……

你也许不会知道，他们有多么想念你。一个朋友说他原本打算回家，不巧遇到公司有事，只好又打电话给父母说不能回去了，到了傍晚，事情忙完了，他突然想回去给父母一个惊喜。到家时，已是晚上8点多，院子里没有一丝灯光，饭桌上仅有两碗粥和一盘咸菜。他正想敲父母的门，却听到了老两口的谈话声：“去吃了吧。”“不想吃，儿子又不回了，我也没胃口。”“所以不是煮了粥吗。”“那只鸡放冰箱冻好了吧？下次儿子回来了再炖来吃。”……那一刻，他的眼眶湿润了。他说：“我从不知道，他们是这样地想我。”

曾看过有人在网上写了这么件事：“大年30晚上，在外地加班不能回去，虽然爸爸知道我不回去，还是冒着刺骨寒风到车站一直等啊等。妈妈叫他回来，他说：‘万一她是骗我们呢，万一她晚上就回来了呢？’”

这世上，只有两个人会这样想念我们、需要我们、想把一切都给我们，他们就是父母，可是，他们不会说出来，所以，你也许也一直不曾懂。

老总的孝心，我们也许不可能做到，那么，我们是否可以尽力去多探望一下他们？这周末，我选择回家，希望你也是。☹

最近，在电视上看到一则新闻，说的是一个公司的老总，十多年来，每周都回家探望自己的老母亲。也许，你会说：“离得近，交通又方便，也不算难事。”那么，我可以写一下他的行程：在广州工作生活，固定搭乘每周五傍晚7点左右的航班，到东北是周六的凌晨，然后由家人接机或自己打车回母亲处。在家陪母亲不到两天的时间，周日晚间再乘坐7时左右的航班回来，抵达广州刚好周一凌晨，休息一下再去上班。

他十几年来，无一例外。这代表着他没有一个周末可以好好休息、和朋友聚会，或者有一个私人的独享空间。他坚持这样做的原因是老母亲盼望每个周末与儿子团聚，是因为孝心。你能做到吗？

当我看到这则新闻的时候，同样在心底问自己：如果是我，能做到吗？如今，我住的地方离老家不过2个小时的车程，每周还是有理由没空回趟老家。比如要和朋友聚会、要出去旅游、要看电视、想睡个懒觉……我们太忙了，青春年华里，还有太多美好的事值得我们去，而且，我们总以为父母还很年轻。这也许是大多数子女的生活写照。

其实，父母远没有我们想像的年轻，当你看到母亲总是忘记东西的时候，看到父亲费尽全力才能扛起一袋米的时候，你会感



常回家看看

沈来生特力公司人力资源部



汉字，是华夏文明几千年的精华沉淀，是中华民族的文化象征。中国人写汉字，天经地义。小学生一上学，就横平竖直地开始写字，此后，汉字将伴随一生。但人们能否写好汉字，就良莠不齐了。有些人写字端庄雅然，有章有法；有些人写字非行非草，让人难以识认。

常言道：“字是人的第二张脸面”；“字如其人”；“做人如写字，先方后圆”。这些说法表明，写好汉字是很重要的，须得认真，不可马虎。

对于第一种说法，我深有同感。记得上小学一年级时候，见老师第一次在黑板上板书，书写的身姿落落大方，白色的粉笔字在黑板的衬托下耀眼地嵌进我“一知半解”的脑海，至今记忆犹新。无论老师的粉笔字是端正大方，还是圆滑俊俏，抑或是龙飞凤舞，都如同其音容笑貌，直接影响着学生们对老师的第一印象和日后的深深记忆。也许这有些片面，但对我来说的确是这样。一个人如果书写能力不错、字写得很好，尽管其地位不甚显赫，事业不一定很成功，但我

亦谈写字

■ 黄胜鹏/特发地产公司

都会崇拜他。我对李雯、叔庸两位老师的深刻印象，不仅仅因为他们是我父母的同事、世交，而是他们两位的拿手好字早已在我心中烙下深深的印记。至今，已经耄耋之年的两位尊师还一直坚持写字出书。今年年初我刚拜读叔庸老师新作《叔庸书法》，并获恩师馈赠，再次领教老师擅长的篆、隶汉字书写功法。

“字如其人”的说法，也不无道理。一个人如果其字方正不舒，其人必拘谨；如果其字伸展飘逸，其人必豪放不羁。有人把毛泽东与蒋介石相比较，蒋介石的字有些做作，写文章老请人代笔，可见其自信力不够。而毛泽东写字笔走龙蛇，潇洒恣肆，体现出其豪放的性格情操与心境，自信力远远超越他的对手。字迹在一定程度上反映人的心理特征，这我是认同的。但随着科技的发展，键盘写作广泛运用，“机笔”代替手写，用毛笔书写则更是一种可有可无的传统习惯或个人爱好而已了。“字如其人”的说法在我脑海越发模糊了。一些相貌堂堂、气质非凡的人，虽然某些方面十分成功，却不见得其用笔精心写字，更不见得写出一手好字来。或偶尔见其签名，气韵流畅，圆劲古雅，像艺术品，但这中其不知重复千遍万次才练出来的几个字（或是专门请人设计的），别的字却不敢恭维，判若两人，真怀疑是不是出自一支笔下，一人之手。现在人们经常提笔忘字，但上一搜便立马通学：形、音、义俱全，以至想“写”成什么格式、字体应有尽有，只可叹“网来”的知识很难固立于自己的脑际，很快就又忘了。电脑的普及与书写能力的退化显而易见！我想，是否有必要提倡将用笔

写字也当作一种文化习惯呢？这起码对修身养性大有裨益。

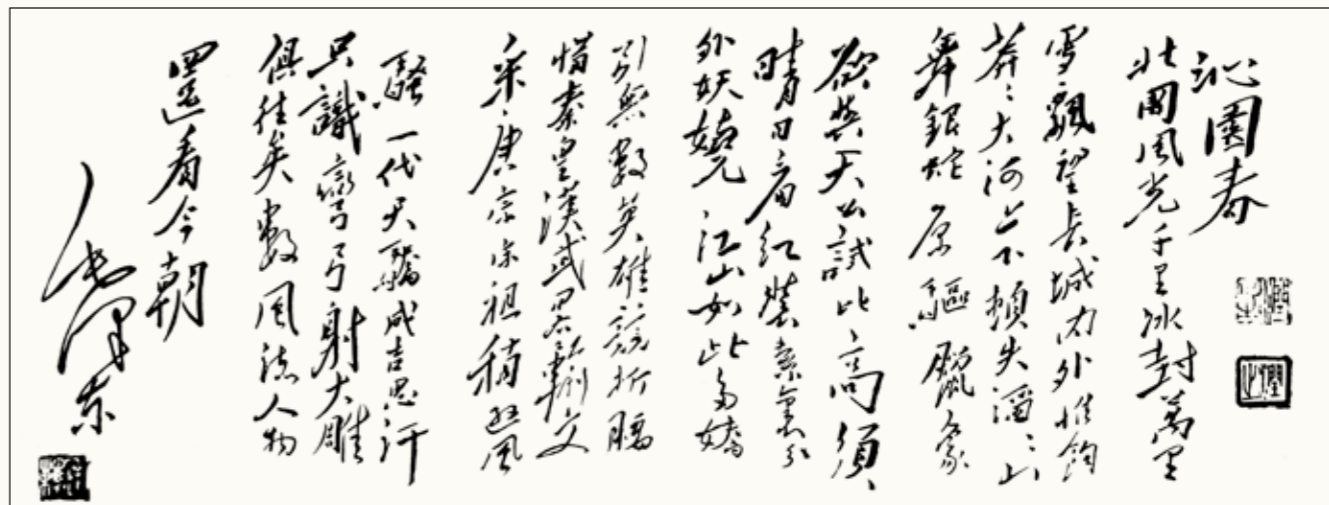
近日播出的河南卫视与爱奇艺联手打造的“汉字英雄”和中央电视台综合频道制作的“中国汉字听写大会”节目，汇集了热衷汉字文化的青少年，节目不仅考验学生的识字量，也是对电视机前“陪考”观众的一次测试。从考生对汉字的认知率、出错率，到书写笔顺及书写字样来看，实在不容乐观，可见国人书写能力退化现象多么严重。

再说“做人如写字，先方后圆”。写字是从横平竖直，一笔一划开始练的。想要将字写正，要先考虑好字的骨架（即字的结构），然后再写。字写正、立得稳，然后才能求不同字形、字体的变化与发挥。写字从硬笔开始，先练好硬笔打好基础，再用软笔书写就顺畅很多。曾读过一篇曾国藩谈写字的文章，他说写字的时候，心中要把圆形的软笔当作一个四面体的硬木筷去用，转角换面，字才有菱有角，有力有势。我的舅父在退休后潜心学术研究，文稿堆积布满书房，从不用键盘敲字。他用钢笔书写时，总会融入毛笔的书写理念与手法，可见字的美与笔的软硬运力是相辅相成的，只有精于修炼，刻苦琢磨才会悟出写字的真谛。我想，人的成长也是这样的吧。先方后圆，即从小磨炼意志，修身治学，品行方正，日后必能茁壮成长。如果一个人，少年时就形成了圆滑、懦弱的性格，日后就很难再施教成才了。就像已修好的房子，如果前期的结构没搭好，建成后是很难装修出好的格局和很难改变的。



的。倘若推翻重建那是劳民伤财，元气大损。所以，从小培养孩子方正刚直的性格对其成才更是很有必要的。

在当今工作压力大，生活节奏飞快的大环境中，对于上班一族来说，如果多抽出点时间静下心来写写字，不仅能或多或少缓解精神压力，调节一下紧张烦躁的情绪，而且对磨炼耐性，提升文化品位是有裨益的，练字的同时也是在帮你塑造一张高素质的第二脸孔，增加一份赢得成功的自信。“活到老，写到老”，让我们用心写字，写好汉字，展示汉字魅力，装点美好人生吧！☺



秋晨闲觅

■ 陈年辉/特发黎明公司



清晨起来，洗漱完毕，提上我锻炼的用具走下楼来。天气不是太好，昏暗色的天空，阴沉沉的无一丝风动，虽然时令已是立秋，但仍然处在中伏的最后一天，台风来袭前闷热潮湿的气浪依然使人动辄汗流浹背。

我不着急，随心所欲地走在日常往返的路上，边走边观看着路边的花草，顺便倾听着草丛里虫儿的鸣叫。公园一处拆除房屋，在无人料理的残砖瓦砾上，长满了一尺多深的各种杂草，密密匝匝，无数的虫儿藏匿其中。我站在那里细细聆听，感觉是蟋蟀的声音，一声接着一声，悠扬而欢快。我没有打搅它们，也不想打搅它们，因为秋天到了，它们的生命毕竟是短暂的，就让它们尽情地歌唱吧。

到了绿荫葱茏的公园，一种潮气十足、雾气腾腾的氤氲笼罩在公园的树木丛林间，灰蒙蒙的使人感觉不清爽。晨炼的人群中，不少人不是在锻炼，而是站在那里摇着各样的“蒲扇”在扇风，手里的毛巾不断地挥舞在脸上、颈上。看起来他们和我一样，受不了这闷热难耐的时日。我站在以往锻炼的场地，等待着拳友们的到来。我也不敢放肆地活动，只是随意地拍打着身上各部位的经络，伸伸胳膊蹬蹬腿。不经意地一扭头，看到湖塘边有了不少垂钓的休闲人，一种好奇心立刻把我带到了湖边。

湖塘宽广，游艇、芦苇、荷花、蒲草、睡莲等等，给湖塘增添了不少生机。拱形小桥横跨湖上，湖塘岸边的花草树木、亭榭、游廊等等排列得井然有序，给公园增添了不少景

色，也给休闲娱乐中的老少游客增加了不少娱乐情趣。

那些热爱垂钓的人，经不住水中鱼儿的引诱，伸出那长长的杆子，抛下那骗鱼的诱饵，耐着心思等待着鱼儿上钩。我可没那耐心，看了不一会儿就失望地东张西望。站在湖边，我走向湖中的睡莲，也想看一看早晨的睡莲花究竟怎样。在那一片一片的睡莲中，没想到看到的只有那绿油油的、田田的叶子，一朵睡莲花也没有开。不死心的我，眼光翻来覆去地观看寻找，突然在一堆绿叶的底部发现了一朵白色的、似乎还未睡醒的睡莲花，她藏匿在叶子的深处，很怕被人看见似的，羞答答地伸着懒腰。她白得如雪般洁净，与叶子的绿和湖中不清澈的污水形成了鲜明的对照。虽然只有一朵，却也显现出了她的娇媚动人。

一阵微风拂过，揩走了我脸上的汗珠。举目远眺，一片花红叶绿的荷花跃入眼帘。我急不可耐地走过去。“灼灼荷花瑞，亭亭出水中。”“莲香隔浦度，荷叶满江鲜。”真乃“接天莲叶无穷碧，映日荷花别样红”。在碧绿的荷叶中，一朵朵高低错落、大小各异的深粉色荷花迎风怒放着、摇曳着，浓浓的粉、淡淡的红，加上碧绿厚实的荷叶衬托，把湖塘装点得娇艳清丽。一阵淡淡的清香扑鼻而来，只见几只不做奉献、贪婪无度的野蜂围着荷花飞来飞去，有的潜入黄色的花蕊久久不去。还有好几只蜻蜓也围着这一片荷花“点水”，忽高忽低地飞旋。湖塘里的水并不洁净，疏于清理的水面上漂浮着枯黄的落叶和杂物，几只鸭子在水中却是活蹦乱跳，大概它们也是喜欢荷花的芬芳吧。这不禁使我想起儿时家乡的小溪、小河里的景色。荷花丛中的莲蓬，有的已经成熟，高高地、雄壮地站着，仰着高傲的头，瞪着圆圆的大眼，象卫士一样巡视着周围的一切。有的则是刚刚脱花成型，稚嫩得像孩儿的小拳头，也顽皮地举着小手，呼喊欢闹。一片片荷叶绿油油，田田的叶子亲密地拥聚在一起。怒放的荷花安然居于绿叶之上，高洁而娴静。“小荷才露尖尖角”，含苞欲放的小荷，则羞涩地依偎在绿色之中。

啊！多么美、多么生动的一幅画：“青荷盖绿水，芙蓉披红鲜。下有并根藕，上有并头莲”。我好喜欢这样的时刻，好喜欢这水中的荷花，喜欢她的淡淡清香，喜欢她的淡淡粉色，喜欢她的淡然娴静，喜欢她的柔情似水，更喜欢她出污泥而不染的高洁、不阿。

我就这样专注地站在那里，看着，想着，久久不愿离去……☺

感觉东部华侨城“铜人”

■ 万洪丽/特发小梅沙旅游中心

6月28日，我们去华侨城参观学习，一天下来感触颇多。感触最深的要数遍布各景点门口的“铜人”雕像。起初的时候没有太过在意，因为这类雕像在各处的旅游景点中早已屡见不鲜。但是在途经一座“铜人”的时候，周围的游客突然一阵骚动，伴着惊呼声我也上前凑了个热闹，原来那些“铜人”竟是真人扮演的。他们从头到脚涂着一层厚厚的铜粉，纹丝不动，除非在近距离观察他们的眼睛，否则根本无法辨认出他们是真人。觉得新奇的我也尝试着保持一个姿势不动，但是坚持不了几分钟就缴械投降了。看着这些“铜人”面对众多游客围观、拍照，一个动作维持好几个小时，钦佩之情顿时油然而生。

正午时分烈日当头，半天的行程下来，人已经筋疲力尽，于是在茶溪谷茵特拉根小镇的一家店铺里买了点小吃，坐在欧式建筑风格的街道边，感受着一缕缕若有似无的微风，悠闲地吃着手里的食物，看着闲庭信步悠然路过的行人，很是惬意。就在这个当儿，见识了一次“铜人”的换岗。当时游客较少，只见“它”放松了一下身体，稍事调整了片刻，便走到街道的另一边，从工具车中拿出新的道具，摆起了新的姿势，整个过程前后不超过5分钟。当时“它”周围没有游客，更没有其他华侨城人员，但是“它”没有做过多的休息，短短几分钟的时间，就完成了姿势的更替，重新进入到工作状态中。看见这一幕，我突然想起了《中庸》里的一句话“君子慎其独”，品德高尚的人在独处的时候也会谨慎行事。或许只通过这一件小事尚不能称其为君子，但是在没有任何人监督的情况下，有多少人能真正做到“慎独”，又有多少人是在众目睽睽之下，仍然疏于职守呢？

这个“铜人”只是华侨城众多“铜人”中的一个，在途经的所有“铜人”雕像中，我没见过“它们”有任何小动作。通过这一座座小小的“铜人”，东部华侨城员工敬业的工作态度可见一斑。在任何情况下，都能按照标准完成工作，这正是我们小梅沙的工作人员值得学习的地方。热爱并尊重自己的职业，每一个人都能成为在普通工作中升华为“天使”而受到全人类尊敬的南丁格尔！

之前公司组织过关于服务意识的培训，培训老师多次强调只有尊



重自己的工作，别人才会尊重你。当时在课堂上没有太大的触动，置身此地我却有了很深的震撼，那些“铜人”的确值得尊重。

到了离开的时候，回望东部华侨城，那一座座在酷日下纹丝不动的“铜人”，那因一遍一遍提醒游客而声音嘶哑的引导员，那穿着厚厚的表演服耐心与游客合影的“小丑”……与层峦叠翠、云封雾绕的远山，浩瀚无迹、水天一色的大海，共同组成一道美丽的风景，令人心旷神怡、流连忘返。☺



集团总部举办『十一』活动
包饺子迎国庆

为加强企业文化建设，增进交流与沟通，增添节日喜庆气氛，在国庆节来临之际，集团总部员工自己动手，节俭过节，在员工食堂开展了一场别具特色的“迎国庆，包饺子”活动。活动由集团机关工会发起，员工自愿报名参加，各部门的工会委员共同策划和实施。集团张俊林董事长、张建民总经理等领导员工踊跃报名参加活动。

活动现场分为红、橙、蓝、绿4个小队，各队组织到位、分工明确、各显身手，和面、擀皮、剁肉、拌饺馅、包饺子，热闹非凡。有的动作娴熟、有条不紊；有的则尝

试学习，动作“笨拙”，慢条斯理；还有的标新立异，用胡萝卜汁、黄瓜汁把面和成了彩色，甚至有人还包出了太阳、元宝、小笼包等各种形状的饺子。大家一齐动手、团结协作，气氛热烈，处处洋溢着欢声笑语。

活动中穿插了擀皮子、包饺子和吃饺子比赛，同事们个个跃跃欲试，赛场激烈热闹。通过评委组的综合评分，橙队获得冠军，绿队和蓝队分获得亚军和季军，评委组更别出心裁地为没获奖的红队颁发了鼓励奖擀面杖。

精彩的比赛结束后，大家开始享受自己亲手制作出来的各式饺子，有美味的芹菜、酸菜猪肉饺子，爽口的



洋葱、胡萝卜牛肉饺子，清淡的韭菜、西葫芦鸡蛋饺子等，看着这些色香味俱全的饺子，品尝着自己的劳动果实，收获成功的喜悦，感受着一个大家庭的其乐融融。

此次活动不仅增添了节日的气氛，充满了生活气息，不少同事学会了包饺子，更给员工们营造了一个团结、和谐、轻松、愉快的氛围，增进了员工相互交流和友谊，让大家以更饱满的激情投入到工作中去，为实现特发人的美好特发梦作出新贡献。

(阴海燕/集团办公室)

