



编委会
 主任：张俊林
 副主任：张建民 林婵波
 编委：王宝 吕航 刘学优 郑海天 郁小平
 邹立 丁晓东 高天亮 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：深南大道1006号深圳国际创新中心A栋29、30层
 电话：(0755) 82089011 82089085
 传真：(0755) 82089099
 邮编：518026
 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

本刊选用的部分图片、文字，如未能与作者取得联系，
 请您即联系本刊，即付稿酬。



■ 公司要闻

- 04 市住建局杨胜军局长一行到特发和平里视察安居型商品房项目\黄胜鹏
- 05 集团召开2015年第二次监督工作联席会议\张旭生
- 06 集团举办专题安全生产培训\李艺韵
- 06 集团召开“员工职业成长计划”项目研讨会\吴慷
- 07 集团张俊林董事长带队到地产公司调研\王捷



■ 十三五规划专题

- 09 归零心态，再起征程，打造区域型精品住宅开发商——特发地产“十二五”回顾“十三五”展望\丁晓东 王捷

■ 特发论坛

- 13 品牌和品牌的建设及价值提升——兼谈特发集团品牌经营的几点思路\张正治



■ 互联网+

- 16 “互联网+”驾到\蒋献军
- 18 从互联网企业的几个案例体会“体验经济”时代的“痛点营销”\胡星航

■ 企业文化

- 20 作风建设永远在路上——集团总部开展工作作风调查\张旭生
- 21 勇于担当，为企业发展壮大贡献力量——参观抗战胜利70周年系列展览观后感\华丽公司
- 22 坚守职业理想，实现自我价值\周琼
- 24 燃烧激情，成就职业理想\郭婷



■ 管理精萃

- 25 冲出“天坑”，放飞梦想——赴长春中泰海洋世界“对标”学习有感\刘卫平 魏鹏程
- 27 “红海”中拓“蓝海”，中天科技发展之路——中天科技参观学习体会\彭永年
- 29 拓展政务业务，创新服务模式——特发物业成立深圳市特发政务服务有限公司\雷迎 许寒冰

■ 商海职场

- 30 企业转型，我们怎么办？\沈来生
- 32 别样的阿里\张玲

■ 基层一线

- 33 以奋斗者为本，永不言败，勇往直前——一线销售业务员工作心得小记\刘秀丽
- 34 拷问职业道德：如果我是她\李应娇

■ 读学心得

- 35 乐观豁达的人生——读卢梭的《忏悔录》有感\杨红
- 36 读《第一次提问》的感悟\刘伟洁

■ 员工情怀

- 38 最是青春不老情——回忆、感恩、祝福\张建民
- 40 “三严三实”学习心得\吴育才
- 41 梦回故乡\黄昭明

■ 杂言随笔

- 42 吴哥的微笑\黄圳熙
- 44 听雨\祁敏
- 44 铸剑\余丽歌

■ 诗海拾贝

- 45 回望生命\庞春扬

■ 聚焦经营

- 46 特发信息喜获4项专利等3则\吴舒敏 何文栋 王传琦
- 46 集团俞磊副总经理到特发信息光通信产业园调研等4则\何文栋 张虽 徐常志 刘彬
- 47 波兰电网公司专家到特发信息参观考察等4则\刘秀丽 罗晓 吴育才 许静波
- 47 特发信息召开技术创新计划2015年度中期会议等4则\王传琦 陈明刚 谢科立 王平
- 48 深圳仁孚特力展厅升级改造完成，为客户提供更舒适购车环境等2则\闫珍 肖珍
- 49 特发黎明公开选拔下属企业副总经理等2则\陈年辉 杨林
- 49 特发黎明溢清参加第二届新疆亚欧安防博览会等2则\彭曦 王院
- 50 特发小梅沙海洋世界中秋国庆期间举办三项主题活动促营销等2则\董琼丽 杨玲
- 50 特发小梅沙海洋世界又添新丁等2则\雍峥 陈雪红
- 50 特发和平公寓隆重入伙等2则\石健敏 黄胜鹏
- 51 特发物业成功中标武汉东湖高新区人力资源中心政务外包项目等3则\贺岳华 严晓铭 陈绍龙

■ 地产行业动态

- 52 公积金购房首付降至两成等8条\《特发地产信息》

■ 旅游行业动态

- 53 去年全国森林旅游 游客量达9.1亿人次等7条\特发小梅沙旅游中心

封三：特美·特发（摄影展二）





市住建局杨胜军局长一行 到特发和平里视察安居型商品房项目

黄胜鹏/特发地产公司

今年第四季度，深圳市即将推出三个安居房项目，总提供房源2700多套，其中特发集团和平里花园二期1000套。9月28日上午，深圳市住建局杨胜军局长带领局相关领导一行到特发和平里，视察指导安居房建设工作。特发地产丁晓东董事长、卢悦云副总经理等陪同视察并做汇报。

杨局长详细了解和平里项目安居房样板房的基本情况，仔细询问工程进度、交房标准、售楼准备等情况，对于目前项目的建设情况表示满意。他说从总体来看，特发集团在和平里安居房的品质定位和建设上，采用了与商品房同等的设计和标准，不但工程质量得到保障，安居房项目的品质地位也得到提升。在项目建设中融入人性化的元素，如安装隔音屏障减少地铁噪音影响、业主与商品房业主共享园林、泳池、风雨连廊、

幼儿园、地下停车场等公共设施，等等，让业主住得放心，住得舒心，真正体现了特发集团高度的社会责任感和使命感。杨局长强调，特发集团在和平里安居房建设方面树立了良好口碑，实在令他“刮目相看”。

针对目前深圳安居房交付使用后，可能会产生的投诉问题，杨局长提出两点建议：一是要正确面对。工程建设、装修细节出现一些纰漏在所难免，关键是我们正确面对，不要回避问题和矛盾；二是要及时处置。建议施工单位届时要组织专门应急抢修队伍，接到业主投诉立即安排处理。他肯定了总承包公司江苏华建集团和装修公司科源集团在项目建设上所做出的努力，相信特发集团能给市民交出一份满意的答卷。

根据项目进度，特发和平里花园二期安居型商品房将于十月中下旬向市民开放样板房。



集团召开2015年第二次监督工作联席会议

张旭生/集团党委办公室

近两年，集团深化改革，通过转型升级、混合所有制改革等工作的不断深入，集团跨越式发展的态势业已形成。新形势下努力做好集团各项工作的监督，保证集团的快速持续健康发展显得尤为重要。

为强化集团的监督工作，9月29日下午，集团党委书记张俊林召集并主持召开集团2015年第二次监督工作联席会议。会议通报了2015年上半年监督工作情况，对下半年工作进行了分析研究，确定了监督重点和联合监督事项。

会议分析了集团监督工作的形势，交流了意见和建议。会议认为，集团监督工作体系相对完善，制度比较健全，反腐问题总体上可防可控，但是绝对不能掉以轻心，尤其要防止出现系统性腐败案件。要继续做好对重点工作、重点岗位的监督，尤其是对涉及现金交易的企业、岗位位的监督。

会议强调，集团党委要发挥政治核心作用，履行主体责任，纪委要履行监督责任。下半年，要继续把反对“四

风”工作作为重点，坚决杜绝公款吃喝、公款旅游、公款打高尔夫球、公款送礼、收受礼金红包、出入私人会所等违规违纪现象的发生。

会议还研究了2015年下半年联合监督工作事项，确定了四项联合监督工作。

集团党委书记、董事长张俊林作了总结发言。他指出，要正确认识、适应监督工作新常态。一是监督工作不断强化的新常态；二是落实“两个责任”的新常态；三是严格追责问责的新常态；四是监督工作全覆盖、无禁区的新常态。他对做好监督工作提出具体要求：一是责任清，就是要厘清责任，不缺位、不越位、不错位；二是情况明，就是对自己分管的工作的总体情况要把握好；三是作风正，就是要守纪律，讲规矩。四是工作实，就是要发扬钉钉子精神，一步一个脚印把工作做好；五是要依规，就是要依法、依纪、依规做好监督工作。

集团监督工作职能部门相关人员参加会议。

集团举办专题安全生产培训

李艺韵/集团企业二部

根据集团安全生产工作的整体部署，结合近期集团安全生产大检查所发现的问题，为进一步提高集团各企业安全生产检查专业水平和安全隐患整改力度，9月29日，集团安委会举办专题安全生产培训，主题为如何进行安全检查和安全隐患整改。集团张建民总经理、企业二部、安委办、各企业主要负责人及安全生产相关负责人等26人参加培训。

培训主要内容为：对新《安全生产法》进行解读，进一步明确企业的主体责任以及各级管理人员的安全生产职责；对近期集团系统安全检查发现的隐患进行系统剖析，指出普遍存在的问题；根据隐患情况，提出安全检查的重点，并有针对性地提出隐患整改的要求。

培训老师徐生军为深圳市金鼎安全技术有限公司高级工程

师、广东省安全生产培训教员，拥有丰富的安全生产工作经验和理论知识，参与了集团多个企业的安全检查。本次培训过程针对性强，图文并茂，深入浅出，取得了较好的效果。



方面做了一些工作，取得了一些成绩，但还没有真正落实到行动实践中，还不能完全适应当前集团转型升级的要求。他认为，创办一流的企业，要有一流的员工；一流的员工需要具备一流的执行力，而执行力体现在员工的职业能力和素质上。

“员工职业成长计划”项目从提升员工的能力、素质入手，针对性很强，契合集团当前的需求，现在推行该项目，恰当其时。关于项目的推行，要依托现有的体系、平台，从实际出发，对实施方案进行优化、完善，提升可行性、实操性。同时，要立足长远、循序渐进、以点带面、逐步突破，不可急于求成、泛泛而谈。员工要积极参与到项目中，通过边干边学，不断锻炼、提升职业能力和素质。

张俊林董事长在总结发言中，就项目的推行提出五点意见：一是要明确项目定位。过去，我们的管理关系多是从企业的角度出发，以企业为主体。在当前战略目标、治理结构、制度体系等不断完善、明确的情况下，我们面临着活力不够、激励不够、稳定性不够等现实问题。解决这些问题，就要立足实际、转变观念，从员工的角度出发，以员工为主体，寻求企业发展和员工成长之间的平衡点，实现双方的共赢和价值

最大化。二是要正确处理文化项目与其他业务之间的关系。文化建设不是独立的，不能就文化谈文化、谈文化建设，而是要与其他业务工作结合起来。本项目的推进，要从文化的高度来认识、把握，具体实施要与人力资源工作相结合。三是要明确参与重点。本项目是一种探索、尝试，没有先例、效果有待评估，从条件相对较好的总部和信息、特力两家公司开始推行，更容易打开突破口，以后在系统其他企业铺开，就有了一定基础、经验。参与的人员范围，总部是基层员工都参与，企业可根据自身情况进行选择。四是要立足自身。项目推行可借助中介力量，但必须以自身为主导。项目推行要制定详细、具体的实施方案，明确责任分工和推行的内容、步骤、节点。五是要加强协同配合。本项目是文化项目，但要通过人力资源工作来落地，所以相关职能部门间要加强协同配合。具体组织上，总部层面，项目策划、方案制定等研究设计工作以党委办公室为主，具体实施工作以人力资源部为主；企业层面，可根据自身情况确定责任部门、人员。各企业情况不同，不要求总部与企业、企业与企业之间搞统一，差异化推进，但过程中要加强交流、互相启发、互相促进。

集团召开“员工职业成长计划”项目研讨会

吴慷/集团党委办公室



9月23日下午，集团召开“员工职业成长计划”项目研讨会，就如何加强企业文化建设、推动职业化落地以及推行“员工职业成长计

划”项目等问题进行交流、探讨。集团董事长张俊林、总经理张建民、特发信息、特力集团主要负责人和企业文化、人力资源工作分管领导以及集团党委办公室、人力资源部相关人员参加会议。会议由集团党委副书记、纪委书记林婵波主持。

会上，党委办公室从项目的推行背景、项目与现有人力资源体系之间关系以及项目主要工作环节等方面，对项目作说明。人力资源部对前期开展的项目方案专业意见征求情况进行通报。

随后，特发信息和特力集团与会负责人按照会议主题、要求，围绕企业文化及建设概况、员工职业成长现状、推行“员工职业成长计划”项目需关注的主要问题等内容依次作交流发言。

张建民总经理在随后的发言中指出，集团提出、倡导职业化已经有几年了，在理念宣贯、制度建设等

集团张俊林董事长带队到地产公司调研

王捷/特发地产公司

9月23日上午，集团董事长张俊林、总经理张建民、副总经理俞磊、李明俊，和企业一部、计财部负责人一行，到特发地产公司就“十三五”战略规划方面情况进行调研。

特发地产公司对“十三五”规划的编制情况以及战略规划的具体内容进行了汇报，并分析了近几个月房地产行业在深圳市场的变化，对公司在新项目拓展方面的最新进展和管理水平的提升等方面进行了重点阐述。

集团俊林董事长细致地推演了特发地产“十三五”财务规划和资金计划，询问了解每一个自有项目和潜在市场项目的进展、计划安排和关键风险点，要求对自有项目加快报批和开发进度，对市场项目要积极拓展、提高投资决策效率。要求集团相关部门和地产公司继续就特发地产实施“十三五”战略规划需要的资源配置和政策支持，包括资金支持、项目投资决策、人力资源支持等方面进行深入交流探讨，提出解决方案。



最后，张建民总经理和张俊林董事长分别进行了总结，对特发地产“十三五”战略规划表示肯定，对公司未来的发展给予鼓励，对存在的困难提出了解决路径并进行了相关工作部署。

编者按：按照集团的部署，集团和系统各企业集众智慧，开放学习、调研，结合自身实际全力编制“十三五”战略发展规划，取得了较好的成效。为做好相应的宣传工作，《特发》月刊计划从2015年6月份开始，在专题中每期刊载系统企业“十二五回顾，十三五展望”的主题稿件，与集团全体员工交流、分享。本期为特发地产专题。

归零心态，再起征程 打造区域型精品住宅开发商 ——特发地产“十二五”回顾“十三五”展望

■ 丁晓东、王捷/特发地产公司

特发地产公司成立于2006年，由原深圳市特发房地产开发有限公司、深圳市特隆发实业有限公司、特发集团原物业部合并重组而成。2010年，特发集团又将特发天鹅实业有限公司、特发发展中心监理公司并入，致力于将特发地产打造成专业的房地产开发企业，承担集团存留土地的委托开发以及外部市场项目开发运作的重要角色。匆匆“十二五”，特发地产将和平里项目筑造成深圳市精品楼盘，将岳阳鹏瑞·珑庭项目打造为当地标杆，内外开花，创造佳绩。有人说很多优秀的房地产企业5年可以建造10来个项目了吧，是的，但对于注册资本只有千万元的特发地产，开发资历浅，队伍年轻，开发的土地历史遗留问题复杂凌乱，地产人是用热血、激情、勇气和汗水拼下的每一份成绩，并继续用积极无畏的心态迎接新的挑战。

一、打基础、练队伍、建体系、强实力——“十二五”特发地产厉兵秣马，枕戈待旦

（一）精心策划，缜密运作，重点项目取得突出成绩

和平里项目是特发地产“十二五”规划的重中之重，承担着集团“十二五”主要的利润来源。项目的前期报批报建工作经历数年，到2011年9月开始动工，其中的艰辛只有地产人才知道，从功能改变、容积率调整、基准地价确定到配建保障用房等，每一环节都是与政府部门艰苦磋商谈判啃下来的。优良的楼盘品质，闪亮的销售业绩，付诸的是特发人的心血和智慧，特发也因此而重焕光彩。岳阳鹏瑞·珑庭项目虽未列入“十二五”规划，但作为特发地产完全自主开发的项目，作为第一个外省开发的房地产项目，作为一个解决历史遗留问题为目的未抱有更多期待的项目，特发地产

将困难转化为机会和挑战，不但为当地市场奉献了精品楼盘，树立了标杆，也为我们获得了远超预期的利润，挽回了特发品牌在当地的声誉，对特发地产的发展具有重要意义。

产品可以说话。无论是和平里项目还是鹏瑞·珑庭项目，我们都将打造高端品质住宅作为目标，始终坚持品质第一，住户为尊的理念，从项目规划、楼盘设计、户型设计、材料选购、合作单位、建设施工、营销策略、物业管理等全方位坚持高标准严要求。和平里项目先后评为“全国建筑业绿色施工示范工程”、“深圳市安全生产与文明施工优良工地”、“深圳最佳品质楼盘典范奖”，鹏瑞·珑庭项目被评为“湖南省建筑施工安全质量标准示范工地”等奖项。

业绩可以说话。岳阳鹏瑞·珑庭项目开盘即热销，半年售罄。和平里项目一期住宅开盘、公寓开盘、二期住宅开盘，屡创佳绩，形成“和平里”式热销效应。一期住宅2013年6月开盘销售红火，当天去化率





达70.4%，从开盘规模、推盘套数、成交套数都刷新了2013年龙华片区的市场记录，成为深圳2013年最火爆开盘。2014年6月和平公寓开盘，推出的全部房源大部分成交；二期住宅2014年11月开盘亦热销，当天去化率达72%。至今一、二期房源都已售罄，销售收入、净利润均超额完成“十二五”规划的经济指标。另外，按计划安居型商品房于2015年9月销售，一期商业2017年前暂不销售。和平里项目2013年和2014年连续两年荣登深圳楼盘成交龙虎榜，荣获“2013年度营销大奖”、“2014-2015年度最具区域推动力楼盘”、“2013-2014最具投资价值地铁物业”、“2013年度最具人文气质地铁物业”等奖项，特发集团也首次进入深圳市房地产开发企业50强。

（二）积极进取，迎难而上，新项目拓展亟待破局

“十二五”期间，特发地产在新项目拓展方面确实困难重重。初期因为公司资金实力不足，开发资历尚浅，没有实力去市场上公开拿地。天鹅项目作为集团重点培育的项目，列入公司“十二五”规划，计划2013年启动，2015年产生销售业绩。但因种种复杂原因，项目进展缓慢，几度陷入困局。但我们决不气馁，继续努力，迎难而上，终于峰回路转，取得进展。当前，天鹅项目的城市更新计划已通过龙岗区政府审议，将继续推动市级的审批。

保淳项目的历史遗留更加错综复杂，可追溯到1998年，合作股东方永利达公司股权纷争不断，实际控制人换了几批人，自2010年特发地产受集团安排承

接相关的谈判和管理工作，与合作股东谈判推动合作启动项目开发。经过种种努力，项目取得积极进展，合作双方于2014年9月成立了项目合资公司，启动了土地确权和改变土地功能等工作。

集团自有项目短期难以实质性突破，但和平里项目的成功使得特发地产有资金、有底气尝试收购外部市场项目，2015年，我们聚焦深圳市宝安、龙华、龙岗为主的区域以及周边河源、东莞等地进行项目考察，收集研究20余个项目的资料，实地考察项目10余个，最终甄选出4个适合我司开发的项目，其中一项目已提交集团进行投资审批，如通过下半年即可开工。

总体而言，“十二五”期间特发地产在项目拓展方面存在不足，土地获取方式单一，土地获取能力相对较弱，还未建立较为完整的投资拓展体系，这将是“十三五”重点需要解决和改善的问题。

（三）完善法人治理，健全管理体系，管理水平稳步提升

“十二五”是特发地产内部管理水平快速提升的关键时期，通过和平里和岳阳项目的开发，积累了开发经验，培养了开发团队，优化了组织结构，初步建立起适用的内部管理体系和业务流程体系，并在完善法人治理结构方面取得了关键进展。2015年上半年公司完成了新一届董事会与监事会的组建，新修订了公司章程、董事会议事规则，召开董事会会议审议通过了董事会四个专业委员会议事规则和《总经理工作细则》，选举产生各专业委员会委员和主任委员，聘任组建了新一届经营领导班子，逐步厘清董事会和经营班子的权责界面，发

挥经营班子在企业日常生产经营管理中的作用，对国有独资企业完善法人治理进行了有益尝试。

重视基础管理，加强制度化、规范化建设一直是特发地产“十二五”重要的经营管理任务。2013年开始，特发地产基于房地产开发的关键价值链，构建了投资与开发管理模块、规划设计管理模块、工程管理模块、成本管理模块等九个管理模块，对企业的关键业务流程进行了梳理，并进行了有效的实施应用。公司多次修订招标采购管理制度，对项目的招标和采购实行三级管理，逐级审批，规范开标、评标、定标程序，完善监督机制。公司聘请外部人力资源咨询公司进行顾问指导，完善公司组织架构与岗位设置，修订公司薪酬和绩效管理制度，建立培训制度，加强员工培训，开展人力资源效率模型研究，完善人力资源管理机制。公司加强对标管理，深入分析与标杆企业之间的差距，针对性地改进，消除管理短板。公司还在全面预算管理和内控风险管理等方面不断加强和完善，稳步提升管理水平。

二、归零心态，再起征程——“十三五”特发地产要闯出新路子，开拓新境界

“十二五”期间，特发地产积极进取，夯实基础，敢闯敢拼，确实取得了一定的成绩，特别是在重点项目的开发上，为集团创造了利润，树立了品牌。但是，成绩取得与近些年房地产市场高速增长的大好环境、集团自有项目地价的成本优势、背靠集团强大的融资信用和资金保障等因素相关联。特发地产深刻而清醒地认识到自身存在问题，比如，在业务现状方面，欠缺项目的

滚动开发带来的持续盈利能力；在外部资源获取方面，欠缺高效、市场化的投资拓展支持体系；在内部资源整合方面，欠缺突出的能力和专业平台；在企业管理方面，规范高效的开发运营管理体系仍有待提升。特发地产需要在“十三五”用一个归零的心态、再创业的精神，忘记过去的成绩，重新闯出新路子，开拓新境界。

（一）定方向，明确区域型精品住宅开发商的战略定位

“十三五”期间，房地产行业进入新的时代，需求增速减缓，市场分化加剧，企业由资源要素竞争进入全面要素竞争阶段，行业充分整合，寡头逐渐形成，特发地产必须快速增长达到百亿销售额规模，才会在未来的房地产市场有一席之地。

因此，“十三五”特发地产将聚焦深圳及邻近区域，深耕宝安、龙华和龙岗片区，以刚需、改善类住宅开发为主，兼顾配套商业地产与旅游地产，打造区域型精品住宅开发商，努力成为特发集团内专业的地产开发平台，成为集团重要的业务板块并提供业绩支撑。明确到2020年实现约60亿元签约销售收入，48亿元营业收入，5年累计实现约130亿元签约销售收入，100亿元营业收入的战略目标。

（二）定业务，市场化高周转项目做规模，集团资源项目保利润

“十三五”期间，特发地产将聚焦深圳市内宝安、龙华、龙岗三区，不断获取优质项目，通过快速周转、精细化管理获得利润，做大规模，以保证公司的持续经营和发展。同时，要加快集团自有天鹅和保淳项目的推

动，依托特发集团拥有香蜜湖、高尔夫及小梅沙等得天独厚、不可复制的优质资源，抓住集团将小梅沙、香蜜湖·深高片区的规划开发列为集团旅游产业转型关键的机遇，参与项目的推进过程以及承担部分的开发任务。

（三）定能力，加强投资拓展，提升运营管理，强化成本管理

为实现“十三五”百亿规模的战略目标，特发地产首先要加强投资拓展能力，不断获取优质项目，实现滚动开发，保障企业的持续发展。投资拓展能力建设的主线是体系建设、决策体系优化，主要包括三个方面：一是要明确土地储备计划与拓展项目参照性标准；二是要完善拓展投资拓展团队建设，参考行业标准按照实际需求补充人才；三是以拓展论证管理流程为突破口，完善投资拓展工作机制。

同时，提升运营管理能力、实现开发过程提速，加快资金周转，依赖于构建规范的房地产开发价值链管理，主要通过下列措施实现：一是向行业标准看齐，明确高周转类项目运营管理标准；二是梳理项目开发主流程图，将项目周期分解到各个环节；三是根据项目开发主流程图，明确项目计划管理与关键会议管理；四是借助信息化完善业绩动态监控及调整体系。

另外，需要通过强化成本管理，完善目标成本管理体系及动态成本监管，提升成本控制水平。首先应强化责任成本意识，强化各专业的成本控制；其次应重点强化可研、方案、施工图三版成本管理；最后应以外部行业经验数据为标准，结合自身沉淀数据，建立成本数据库。

（四）定保障，优化治理结构，内部管理水平再上一台阶

优化治理结构是特发地产向市场化、专业化转型的必然要求，是强化公司经营管理，提高经营绩效的前提和基础，是实现公司经营目标的有效保证。一方面要加强董事会建设，规范董事会运作机制，清晰董事会和经营班子的权责界面，解决决策在科学和效率之间的适当平衡；另一方面要完善总部——项目部管控模式，要根据战略对组织关键能力的要求，完善组织架构，明确界定职责权限。

“十二五”期间，特发地产在模块管理建设上取得了初步的成果，但是在实用性、适用性以及执行落地方面在“十三五”应重点加强，特别是关键业务流程的梳理和完善，必须持续进行。同时，公司在激励方式上应有更多的创新，除了完善薪酬和绩效考核制度外，加强优秀人才的引进，尝试行业普遍采用的跟投机制等市场化的激励方式。

最后，“十三五”特发地产应坚持“务实、担当、高效、团结”的企业理念，将企业文化作为战略的重要引导，通过特发会、企业活动、企业刊物等建立企业和员工、企业与业主的桥梁和纽带，让员工及外部了解企业最近动向，打造鲜明企业文化与理念。

“十三五”是特发集团重要的转型升级时期，也是特发地产第二个10年的开始，特发地产应紧跟战略抓机遇，集中精力谋求快速发展，开启特发地产的“黄金十年”！

品牌和品牌的建设及价值提升

——兼谈特发集团品牌经营的几点思路

■ 张正治/集团党委办公室

一、品牌及对企业的重要意义

品牌是企业及其所提供的产品或服务的综合标识，用以识别企业提供给消费者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务相区别。品牌包含着商标、属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告方式等多种因素，蕴涵企业及其产品或服务的品质和声誉。品牌既是企业对消费者的质量承诺，又是企业所获得的消费者的信任水平，是企业产品与消费者二者结合、相互作用的产物。

现代经济最显著的特征是市场经济，而且，除少数稀缺性的资源产品市场以外，绝大多数产品市场是买方市场。在买方市场中，产品的品牌起着巨大的作用，因为消费者掌握主动权，其购买偏好如何、是否选择某种产品，是由其对产品品牌的认知度和信赖度决定的，品牌知名与否、信用如何，决定着消费者的最终选择，决定产品的价值实现。所以，在某种程度上可以说品牌决定产品的定价，决定着产品的市场占有率和开拓能力，今天的市场已由“产品消费”走向“品牌消费”，企业拥有的最有价值的资产之一是品牌，品牌对企业具有十分重要的意义，必须高度重视。

二、品牌产品的价值、品牌的规模价值和资产价值

品牌产品的价值主要由两方面构成，一方面来源于品牌所标识的产品或服务自身的价值，它是由其制造、创造或提供的成本价格、技术水平、创新程度和方法等多种因素所决定的，这是品牌产品价值内在的基础。另一方面，品牌产品价值又取决于消费者对它的感性认识（印象及经验）和偏好，取决于消费者的认同，这是品牌产品价值外在的提升。品牌产品的价值由上述两方面构

成，但其价值的决定却不是二者简单的相加：在消费者认同价值一定的情况下，品牌产品的价值首先由产品或服务自身价值来决定，随产品或服务自身价值的提升而提升。在产品或服务价值一定的情况下，消费者认同价值成了品牌产品价值决定的先导和关键，如果消费者认同度不高，或者是负认同（负面印象和抗拒心理），产品或服务自身价值就会被削弱，只能部分实现，甚至会因不被购买而根本无法实现；如果消费者高度认同和信赖，则产品或服务自身价值不仅会得以实现，还会超额实现，这时，品牌产品价值随消费者认同价值的附加而放大。这就是品牌产品优于非品牌产品，名牌产品超越一般品牌产品的奥秘所在。

一个产品或一系列产品或一个企业，一旦创出了自己的品牌，不仅品牌产品的价值得以提升，同时品牌本身也能形成价值，而且这个价值是有乘数效应和倍增的，它可以脱离产品而相对独立，成为企业重要的无形资产。

品牌的价值不仅体现在单一品牌产品的高利润附加值上，更体现在品牌经营时实现的规模价值和品牌的资产价值上。品牌的规模价值，是指当品牌定位清晰后，将品牌运用到多个或一系列产品上，通过产品线的延伸从而销售规模的倍增，使品牌价值得到集群式增长，实现乘数效应，这既能给企业带来高额利润，又能够带来规模扩张，带来健康的成长方式和成长空间。品牌的资产价值，是指品牌运作不仅能给企业带来利润和规模，而且还给企业带来一种无形的品牌资产。当企业重组、上市或被收购时，品牌资产就会从无形资产变为有形资产，其价值是无法用金钱来衡量的。品牌管理的目的是采取一切手段，维护和提升品牌的资产，其中包含销售规模和品牌溢价的提升，如果这两个方面做得很好，品牌资产就会极大提升。





三、品牌的创建及价值提升

（一）通过创造、创新产品或服务创建品牌。

品牌是企业所提供产品或服务的标识，蕴涵企业及其产品或服务的品质，品牌离不开产品或服务，因此，创建品牌必须从创造、创新产品或服务开始。在全球竞争日趋激烈，产品越来越多样化、个性化、细分化和复杂化的买方市场，只有创造、创新的产品或服务才能抓住对手尚未顾及的消费需求，达到对手无法达到的质量水平，提供对手难以提供的使用功能或没有提供的创意服务，传播独树一帜的特色文化理念，使自己的产品在同类产品中鹤立鸡群，立于不败之地，从而创立起自己的品牌。这也是为什么国人迫切呼吁由“中国制造”转向“中国创造”的原因所在。只有创造和创新，才能开发出具有自主知识产权和核心竞争能力的中国品牌产品，进而打造出知名度高的“中国品牌”，从而占据价值链的高端，获得品牌的超值创利能力，提高利润回报水平。

这里需要指出的是，创造和创新不一定要有最尖端和最前沿的高新技术，不一定要原始创新，非尖端和前沿的新技术和新创意、集成创新、引进消化吸收再创新等，只要为我掌握、为我所有，也可以创造出新产品，提供特色服务，并进而创建出自己的品牌。所以说，创品牌并不是神秘和高不可攀的。

（二）通过品牌宣传、推广和战略管理提升品牌。

品牌既是企业对消费者的质量承诺，又是企业所获得的消费者的信任水平。企业通过创造、创新产品或服务建立品牌后，紧接着的重要任务是使其获得消费者的认同，只有消费者认同了，品牌才能生存下来并得到价值提升。而消费者认同

不是一时一事的事，因为这不是一个简单的利益价值认同，而是消费者心理情感的价值认同。这就需要企业大力进行品牌宣传、推广，不断提升消费者对品牌的知名度、美誉度、忠诚度、联想度，使之渗透到消费者的心灵，刺激消费者的购买决策。品牌的宣传、推广和消费者认同的过程就是品牌的价值提升过程。

不断提升品牌价值的目的就是要构建持续的品牌优势。因为品牌不是一成不变的，它是在竞争中增值的。越来越多的企业在品牌上投入，竞争越来越残酷。企业对品牌价值的积累稍有松懈，它就会被消费者冷落，被市场所淘汰。所以，品牌宣传、推广要达到效果，要真正深入消费者的心灵，必须要有详尽的规划和策略：要有专业性的追求态度，不断有新宣传载体推出，保持连续的、策略性一致的传播，在与消费者互动中不断改善并保持主动，使企业经营理念和宗旨得到持续、到位的表现。这里，借助互联网新技术新媒体进行体验式品牌宣传、推广特别重要，利用互联网的互动性、及时性、参与性，营造热点，抓住痛点，不仅吸引消费者眼球，而且占领消费者嘴巴、头脑，利用用户的口碑来做好传播和营销，实现低成本的互联网品牌传播，这是互联网新经济时代品牌宣传、推广、价值提升的一大要招、利器。

一个持续的优势品牌实质是要为消费者提供完美的感受价值的载体，品牌宣传、推广的目的就在于此。但仅靠宣传、推广是难以达到这个目的的，还需要其它诸多措施加以配合，而这正是品牌战略管理的任务和职责所在。品牌战略管理就是将品牌的宣传、推广和管理提升到战略的高度来执行，运用战略管理的方法对品牌进行规划和实施，使企业在内外部环境不

断变化的情况下明确根本的品牌发展方向、培育重点和活动范围，进而通过对资源的统筹规划和战略性配置来建立持续的品牌优势，不断提升品牌的价值。

四、注重品牌经营，提升特发集团企业竞争力

品牌经营是相对于产品经营而言的，它是比产品经营更高级、更先进的经营方式。它以市场为标准，以需求定生产，以获得消费者的认同为依归，依靠品牌提升产品附加值和营利水平；产品经营则是先生产，后市场，以生产而不是消费者需求为中心，不重视产品或服务的创造和创新，结果往往把握不了市场，生产的产品无法树立品牌、得到消费者的亲睐，缺乏竞争力，积压滞销，价值无法实现。“一流企业卖品牌，二流企业卖产品，三流企业卖苦力。”品牌经营在国际上已经成为一种流行的创新的经营理念，成为现代企业重要的盈利的模式和强大的市场竞争力所在。最有竞争力的企业，不是看它有多少设备、厂房、土地等有形资产，而是它的品牌有多少价值。有些品牌并没有自己的制造工厂，例如耐克运动系列产品、戴尔电脑，而是采取完全品牌管理模式，通过在全球各地委托加工的方法，实现品牌价值。品牌是企业最有价值的资产之一。

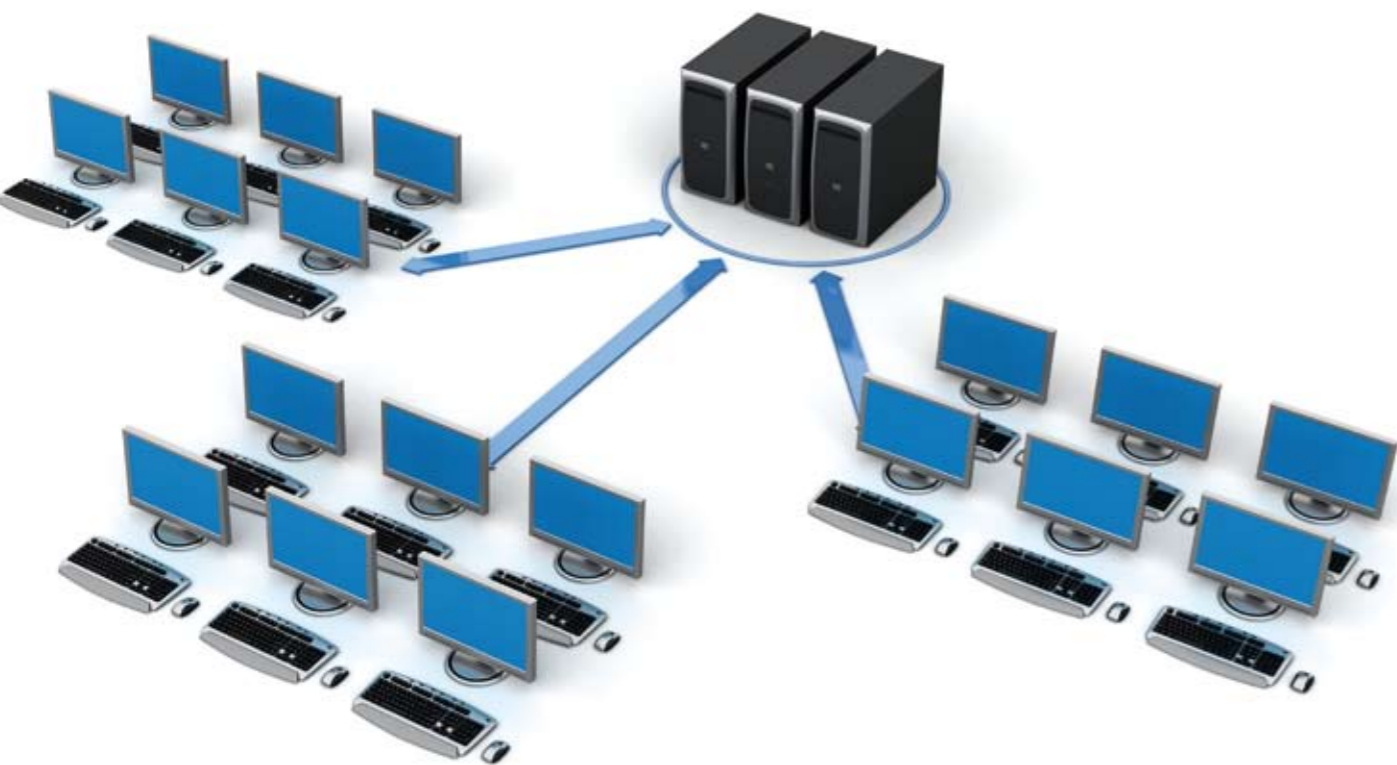
目前，特发集团正在集众智慧制订“十三五”发展规划和谋求集团未来更长远的发展，对品牌战略十分重视，要求企业对经营方式进行创新，实现由产品经营向品牌经营的转变，通过品牌的利润价值、规模价值、资产价值的实现和提升，实现商业模式创新，推动产业转型升级，打造未来成长扩张之路，使特发基业长青。

特发的品牌和经营在集团系统企业同样具有一定的基础和有利条件，特发小梅沙海洋世界、香蜜湖、高尔夫、特发信息光纤光缆、特发物业管理、黎明长龙铁路信号系统等都是集团企业的既有品牌，其中一些老品牌仍是区域名牌，还有一些是正在培育和创建的品牌，如小梅沙海洋极地馆、特力水贝珠宝产业园、特发地产龙华项目、黎明X光射线人体安检产品等，潜在价值很大。要结合特发集团企业实际制订品牌战略和经营规划，对集团的品牌进行统一一定位和分类：哪些是集团层级的，哪些是系统企业各产业板块的；哪些是现有需提升的，哪些是潜在可培育的；哪些是制造业领域的优势产品，哪些是旅游、地产业的新型服务、精品项目，然后有针对性地制订出品牌发展计划、目标、方向、重点，调动资源，分门别类地加以培育、推广、整合，使老品牌得以提升，新品牌得以创建，分散品牌得以统一。

由于集团系统企业上述品牌分属于不同企业和不同的产业板块，而且各产业板块还没有强势的品牌，可以考虑把各企业产业板块统一到特发集团的品牌下，将特发集团品牌定位为都市生活体验平台运营商，打造产业发展、商务交流、文化休闲、都市运动、时尚消费服务等平台品牌。下属企业产业板块品牌定位为特发都市生活体验平台开发运营的专业分工者，以各自的专业分工领域作为各自的品牌落脚点加以建设和经营，形成特发信息、特发时尚（特力）、特发地产、特发物业、特发旅游（小梅沙）、特发商业（香蜜湖、深高）、特发科技（黎明）等产业板块品牌，形成品牌系列集群，通过各企业产品线的延伸获得销售规模的增长，实现特发品牌规模价值的乘数效应和大提升。

集团各企业都要高度重视品牌经营，产品和服务只要一技之长，一面之优，潜力具备，都要列入品牌经营，精心呵护和打造：在组织生产上，先调查和挖掘市场，瞄准消费者需求，立足于价值链的高端，强调创造和创新，强调精品项目，为消费者提供高品质、高满意度的品牌产品和服务，为企业创造良好的经济效益；在内部管理上，以品牌为核心进行组织建设，制定品牌管理细则，培育和倡导品牌意识和品牌文化，使品牌成为工作的核心目标，通过产品品质、顾客服务品质、注重企业形象等企业文化内涵，去影响消费者；在对外营销上，与消费者进行多维度和立体化的沟通，采取广告、公关、促销、人员推广、互联网新技术、新媒体等手段加强消费者对品牌的记忆、理解、认同和喜爱。

集团层面，要从战略的高度，发挥战略管控中心的作用，统筹调动各方面资源，提升特发品牌的资产价值。如利用小梅沙、香蜜湖二次开发的机遇，把小梅沙、香蜜湖打造成深圳未来城市生活、发展的标杆性区域，极大地提升特发品牌的影响力和含金量，使这两个在早期深圳知名度极高的品牌得到新的价值发掘和推广，重新焕发成为深圳亮丽的新名片，集团下属各企业产业板块也可以借助此品牌，“嫁接”到其中，产生“共生双赢”的价值输出和倍增效应，成为特发智慧城市综合体开发运营品牌塑造的专业参与者品牌。又如，集团还可以利用特发信息和特力集团两家上市公司的优势，通过产业升级和商业模式转型（特发信息向移动互联网设备服务商转型，特力向珠宝市场服务商转型），加强市值管理，把两家上市公司打造成双百亿元市值企业，极大地提升特发信息和特力时尚的品牌价值，同时也相应提升特发集团品牌的资产价值。



「互联网+」驾到

蒋献军·特发地产监理公司

早在1970年，阿尔温·托夫勒出版了他那本引起世界轰动的《未来的冲击》，书中非常前瞻性地指出：科技的迅猛发展、社会的急速变革所造成的瞬息万变的环境，将对作为社会成员的人类产生深刻的影响。人们会茫然而无所适从，机构（组织）将窘于应付、处于被动适应的危机之中；未来社会将呈现出三个特征：短暂性、新奇性、多样性。由此他呼吁：人类应该学会控制个人和社会变革的速度，面向未来、预测未来、把握未来（他还于1980年出了另一本有名的预言书——《第三次浪潮》，曾引起正在读大学的我们一阵追捧）。

最近这几年，我们身边的世界变化快得令我们颇感陌生或难以适应，我们原来熟悉的生产模式、商业模式、消费模式，突然间被冲击得支离破碎甚至被彻底颠覆，更有甚者，我们会感觉到多年来形成的思维模式已跟不上时代飞速旋转的车轮……这究竟是什么原因？

苦苦追寻，刨根问底，人们才恍然大悟：始作俑者就是已经渗入到我们生活细胞中的一个摩登时代宠儿：“互联网+”！

今天，“互联网+”所携裹的物流、信息流，正给世界带来翻天覆地的变化，让我们的眼球应接不暇，使普通人的生活日新月异。在工业发展的新时代（4.0），“互联网+”已不再是传统意义上的信息网络，它更是一个物质、能量、信息交织的综合物联网；它也不再是传统意义上的工具，已蜕变为囊括设计、生产、销售及售后服务的全过程综合体，并已华丽转身为主角，对传统

产业进行着挑战式的改造，使传统行业被迫成为配角、继而成为被“+”的对象。

如果说以蒸汽机和电气化为代表的工业1.0、2.0运用的是力学原理，解放了生产力，大大提高了产能和效率；以信息化为代表的工业3.0则运用了数字化的手段，使大众变成了千里眼、顺风耳，有效地消除了生产者与消费者之间时间和空间上的距离；那么，以“互联网+”为主的工业4.0时代，则会让工厂与用户间的鸿沟逐步消弥。如率先提出工业4.0的德国已经走在了前列，会员用一张卡片可以在街头开走有特殊标志的汽车，（使用后）驾驶车辆的所有信息及数据会传回车的大本营，相关费用会从你的账户中扣除。在美国，各个城市、机场的租车也变得相同的便捷。这一模式将可能颠覆汽车的传统销售方式，不买车出门照样有车可租可驾，而奔驰一类的传统制造厂，很有可能延伸为汽车租赁商；同样，海尔已从“成本+规模”转身为“互联网+”，现在顾客买海尔的洗衣机，可以定制面板的颜色，从而实现生产线的个性化；四川长虹计划：将在国内打造硬件+软件+服务的全产业链模式，不需要遥控器，只用手机实现多屏互联，实现互联网+的智能转型之路。

马云讲过一个故事：6年前他刚弄出淘宝网的时候，劝一位做皮具的老板朋友把生意放在网上做，那位朋友说先看看。过了4年，他找到马云说，他的生意都让网上那些小孩抢走了。是的，“互联网+”时代的来临，已经让世界大变天，商场、店铺关门，淘宝却创造了一天销售超百亿元的奇迹；唱片行潦倒，手机音乐却牛气冲天；银行本是财大气粗，但余额宝来了，也不再正襟危坐。互联网时代，中国许多行业正面临大洗牌，百度干了广告的事、阿里巴巴做了批发的事、微信代替了通讯——不是外行抢内行的饭碗，是趋势淘汰了规模，先进代替了落后，互联网带来了时代的颠覆！

我们已经享受到了手指一点货物到家的互联网便利，但你敢畅想“互联网+”的广阔前景和不可预知的未来吗？也许今后几年，“互联网+”将不再是供大家讨论的问题，因为能够生存下来的企业

已接受了“互联网+”的改造，没有完成的估计也就没有机会了；也许未来的商业机会是：我们将可能失去大众品牌，很多中小企业为某个特定的人群服务，谁在某个族群里形成了品牌理念，谁就会变成一个小而美的优秀企业；也许不出门在家里办公成为现实，电子阅读普及、纸质书可能不再批量印刷；也许……

在《第三次浪潮》一书中，托夫勒指出：在农业革命、工业革命之后的第三此浪潮是信息社会。信息产业将成为整个经济的支柱，形式是多样化、个体化、小型化，从事制造业的人口比重会不断缩小，而服务业、信息、教育等事业越来越庞大，空间的迅速变化和发展不仅改变人类的经济活动，而且将给政治、文化、道德等精神活动带来深刻的影响。

“互联网+”已经驾到！我们必须有所行动：不管你是否喜欢，都热情地拥抱它吧——“互联网+”！这不仅是工作层面之所迫，也是物质和文化生活方面的需要。





从互联网企业的几个案例体会『体验经济』时代的『痛点营销』

美国经济学家约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩在1999年出版了《体验经济》一书，认为人们正迈向体验经济时代，体验经济将取代服务经济。消费者愿意为体验价值付出更高的价格，在体验经济中消费者的情绪、心情、记忆都是可以用价值来衡量的。在物质丰沛的现代社会，如何从海量的客户选择中脱颖而出，为消费者提供超预期的消费体验，从而获得高回报是目前企业发展的优先选项。

“痛点营销”是消费者在体验产品或服务过程中原本的期望没有得到满足而造成的心理落差或不满，这种不满最终在消费者心智模式中形成负面情绪爆发，让消费者感觉到痛。

“痛点营销”是互联网创业公司热门营销术语，传统行业互联网+过程中也热衷于运用“痛点营销”来重构产业链条。

互联网创业案例一：大厨网

2013年夏天，袁韬韬与几个伙伴开始研究餐饮配送业务，他萌生了一个念头：给北京海淀区数千家餐厅配送食材。从专业配送鸡蛋开始逐渐发展为互联网模式的仓储、冷链及配送方案，其核心就是：既保证食材质量和生鲜，也要保证运营毛利率的最优化。

随着互联网逐渐与传统行业融合，农业这个最基础的产业链条在发生重构。中小餐馆的食材配送需求庞大，大厨网基于微信和移动互联网的平台经验模式，帮助餐馆老板省去采购成本，还要做到价格最低，而且优质新鲜。案例中餐馆老板“快、好、省”的食材配送“痛点”被充分挖掘。

2015年2月，大厨网获得1500万美元天使投资，预计到今年底，将扩张到北京、上海、广州、深圳等10个主流城市。

互联网创业案例二：知果果

垂直法律电商网站知果果，以免费商标注册为载体，为企业用户提供了优质高效透明的知识产权服务。知果果比其他法律电商的优势在于用户基本都会在同一知识产权电商网站完成所有的服务，一方面是因为用户的知识产权代理企业是知果果，另一方面原因是这种服务的“迁移”（把做到一半的服务迁移到另外一个网站做）成本特别高。中国上千万家中小企业，90%以上没请法律顾问，知果果通过高性价比的标准化解决方案为中小企业提供法律支持。案例中“免费商标注册”为中小企业痛点，知果果通过免费策略，获得企业“案源”，切入千亿的后端增值服务市场。

4月21日，国内首家专注于知识产权领域的垂直法律电商平台知果果获得经纬中国领投，联想之星跟投的A轮融资，共计融资370万美元，估值1亿元人民币。

互联网创业案例三：饿了么

“饿了么”整合了线下餐饮品牌和线上网络资源，用户可以方便地通过手机、电脑搜索周边餐厅，在线订餐、享受美食。“饿了么”率先提出C2C网上订餐的概念，为线下餐厅提供一体化运营的解决方案。

“饿了么”因其发迹于校园，长久以来一直以高校外卖市场为中心发展。相对于竞争激烈的白领订餐市场，学生订餐市场这块就轻松不少。首先，从竞争者的角度上讲，外卖的竞争对手是高校食堂——虽然价格低廉，但是口味单一，限定营业时间，无法提供送餐服务等——给外卖行业在校内发展创造了可能。此外，高校周围聚集了数量庞大的小餐馆，更需要一个低成本的信息发布方式和更有效率的宣传方法，而外卖网站恰恰是完美的解决方案。另外，当今的大学生成长于一个“互联网+快餐”的时代，他们擅长于互联网的交流习

惯，享受快餐文化的生活方式，外卖网站的出现了迎合了年轻人的需要，同样地也能在最大程度上被接受。案例中“互联网+快餐”时代高校学生的快餐刚需成为痛点，初期的“饿了么”通过整合校园周边快餐资源，为大学生提供网络订餐服务切入订餐市场。

2015年1月，“饿了么”获得中信产业基金、腾讯、京东、大众点评、红杉资本联合投资3.5亿美元。

痛点的挖掘需要对行业进行深度解读，发现消费者最关注的细节，这是一个长期的过程。通过了解消费者的真正需求，将产品或服务进行差异化定位，对应消费者的痛点。可参考马洛斯需求原理对消费者的消费心理进行解读来寻找痛点。



在体验经济越来越受关注的今天，痛点营销为企业所关注。数据科技时代，创客们正在通过组建网络平台，将产品和服务对应消费者最迫切的需求，以利基市场（小众市场）“痛点”为切入点，重构传统商业链条，为目标客户提供超预期的产品与服务体验。实际上，“痛点营销”的过程，就是发现客户需求并解决客户需求的过程。在我们日常面对客户、服务客户的过程中，如何找到客户的“痛点”，并提供行之有效的解决方案，将是我们能否成功的关键所在。

作风建设永远在路上

——集团总部开展工作作风调查

■ 张旭生/集团党委办公室

集团近几年从过去的粗放式管理逐渐向制度化、模块化、流程化等管理方式转变，总部员工职业化、市场化的意识不断增强。与此同时，集团采取多种措施不断强化作风建设。目前，集团总部员工的工作作风到底有没有改进？集团企业对总部员工的服务态度、管理水平是否满意？集团领导在廉洁自律方面是否得到员工认可？

为了真实了解集团总部工作作风现状，近期，集团开展了总部工作作风调查活动，征求了员工的意见和建议。这次调查采取问卷调查与集中征求意见相结合的方式，共收回调查问卷180份。活动得到了集团员工的大力支持，取得了良好的效果。

一、总体满意，主流尚好

经过对调查问卷的统计，集团总部和企业员工对目前集团总部工作作风的总体评价满意和比较满意的分别为98%和95%，认为近几年来集团总部工作作风有改进或明显改进的均为91%；企业对集团总部工作效率的评价满意和比较满意的占91%，对集团总部为企业服务的工作态度上满意和比较满意占89%；认为集团总部（室）到企业指导工作，不讲排场，迎送流程简单化的占88%；认为集团总部员工的敬业精神和事业心好和较好的占85%。在回答对集团领导工作作风和廉洁自律方面列举的问题时，总部和企业员工认为不存在问题的基本都在80%以上，有些甚至达到94%。比如工作作风方面：“集团领导是否存在不严格执行民主集中制原则，个人说了算，民主只是走走程序现象”，总部和企业员工认为不存在的分别为85%和86%；廉洁自律方面：“集团领导是否存在迎来送往，巧立名目吃喝玩乐，相互吃请等现象”，回答不存在的总部和企业员工分别为85%和94%；

以上调查情况说明，集团近几年工作作风建设取得了一定成效，企业对总部服务态度、办事效率评价较高，对集团领导工作作风和廉洁自律方面高度认可，总体情况令人满意。

二、存在不足，尚需提高

调查发现集团总部工作作风还存在一些不足，主要表现在以下几个方面：一是部（室）之间存在配合默契程度不够的情况；二是在学习方面还存在针对性、实效性不强现象；三是个

别员工缺乏攻坚克难的干劲和市场打拼的激情；四是存在会风文风不太实问题；五是集团领导存在对基层了解较少，关心基层员工不够现象；六是认为集团总部个别部（室）缺乏担当意识，不能深入企业、了解企业实际情况，提出有针对性的专业指导意见和改进措施，协助企业有效解决实际问题。

工作作风问题产生的原因很复杂，既有客观原因，又有主观因素；既有历史原由，又有现实因素；既有员工自身的原因，又有与整个社会风气相互影响的因素等等。针对工作作风存在的问题，尚需结合实际情况，深入分析，找准着力点，推动问题的解决。

三、高度重视，统筹部署

2015年9月7日，集团召开作风建设专题会议。集团领导班子成员与会，对总部目前的作风现状进行了分析研究，集团党委书记、董事长张俊林对作风建设作了部署。他强调，集团总部作风建设关系到集团转型升级。一是好的作风是领导干部带出来的，各级领导班子负责人要学会带好班子；二是为企业解决实际问题衡量总部作风好坏的标准，要有针对性的指导，协助企业有效地解决实际问题；三是做好顶层设计，整合各方面力量，勤于思考，敢于创新，推动转型升级；四是要强化服务意识，提高办事效率；五是强化执行，要抓布置、抓检查、抓监督、抓结果，用业绩说话；六是建立机制。一方面要发挥集团作风建设领导小组作用，另一方面，各监督主体在对集团经济工作做好监督的同时，要加强对总部作风建设的监督。他对集团领导班子也提出了要求，一是要用人唯贤，不搞小圈子；二是要守住廉洁底线，干净干事。只有在做好以上两点的基础上，才能持续、更扎实地抓好集团作风建设。

四、持之以恒 常抓不懈

一个人作风怎么样，就能体现出形象的好坏、做人的高下、办事水平的高低。一个企业作风如何，关系到企业的形象，关系到企业改革与发展，关系到事业的成败。集团总部将定期开展工作作风评价活动，邀请企业对集团总部工作作风进行评价，促进总部员工进一步提高职业化、市场化水平，打造良好的执行力。

作风建设没有休止符，永远在路上。☺

勇于担当，为企业发展壮大贡献力量

——参观抗战胜利70周年系列展览观后感

■ 华丽公司

为丰富员工之星活动的形式，将员工之星活动推广到企业，丰富员工的工作生活，推进集团企业文化建设，加强集团总部与企业之间的交流沟通，集团总部9月份员工之星活动和参股企业华丽公司联合举办，主题为“参观纪念抗日战争暨世界反法西斯战争胜利系列展览”，并与华丽公司联谊进行登山活动。本文为华丽公司作为代表写的展览观后感。

秋天是个收获的季节，是个满眼金黄色的时节，但深圳的秋天，簕杜鹃还在盛开，凤凰花还在盛开，鸡蛋花也在盛开，各种各样的草本植物和参天大树都在气势昂扬地绿着。在9月的最后一个星期五，我们华丽公司全体员工与特发集团领导和同事们一起来到深圳市档案馆，参观了“纪念抗日战争暨世界反法西斯战争胜利系列展览”。

70年前，中国抗日战争的胜利，改变了中华民族的历史命运，使中华民族从生死存亡的绝境走向独立和解放，也是中华民族走向振兴的重要转折点。正是在抗日战争胜利的基础上，中国共产党领导中国人民取得了新民主主义革命的胜利，建立了中华人民共和国，实现了中国历史上最伟大、最深刻的社会变革。70年后，中国特色社会主义事业处于又一个关键时期，中国人民必将克服一切艰难险阻，实现民族的伟大复兴，实现我们的“中国梦”。

参观完展览之后，大家都觉得我们作为新时期的建设者，要立足当下，做好自己的本职工作。结合特发集团正在开展的“三严三实”专题教育活动，这里展开谈谈其中的一点——“做人要实”。做人要实，放到企业管理中就是要做实在的人、干实在的事，要勇于承担责任。



在现实生活中，我们每个人都肩负着一定的责任，这些责任当中，有的是与生俱来的，比如家庭的责任，有些是因为工作而产生的。作为企业的一名员工，既然选择了工作，就意味着选择了相应的责任，你不能逃避责任，要抛开任何借口，把责任落实到位。为什么这样说？因为在工作中，无论责任的大小，只要没有落实到位，一切都是无效的，一个员工的工作能力再强，如果他不愿意付出，不愿意承担责任，就不能为企业创造价值；而一个愿意为企业全身心付出的员工，即使能力稍逊一筹，也能够在工作岗位上创造出最大的价值，这也是我们特发集团企业文化中所倡导的“全员职业化”的理念之一。我们相信企业的任何一个员工都隐藏着一种惊人的潜能，唯有责任，才能不断地将员工自身的潜力一点点地发掘出来，唯有责任才能够保证员工的工作绩效，唯有责任才能为员工带来工作的动力，唯有责任才能够点燃员工的工作激情，让员工有勇气去完成不可完成的任务。我们华丽公司的员工，都应该承担起自己的一份责任，为企业的发展壮大，为了特发事业，贡献自己的一份力量。☺



坚守职业理想，实现自我价值

■ 周琼/特发物业东莞分公司

什么是“职业理想”？职业理想是人们在职业上依据社会要求和个人条件确立的奋斗目标，即个人渴望达到的职业境界。小时候我们总会有各种远大的理想，希望可以从事心目中美好的职业。但是随着年龄的增长、社会阅历的增强、知识水平的提高，职业理想会由朦胧变得清晰，由幻想变得理智，由波动变得稳定。我也不例外，当读到北大才女刘媛媛在超级演说家的平台上慷慨激昂的一番演讲——《年轻人能为世界做什么》时，击中了我的心，静下心来思索着所谓的职业理想对我而言意味着什么？“我知道不是每个人他都能够成为那种站在风口浪尖上去把握国家命运的人物，你我都是再普通不过的升斗小民，是这个庞大的社会机器上一颗小小的螺丝钉。”平凡的我们只是偌大世界平凡的一员，但是每个平凡的“我”都会有个属于自己不平凡的“职业理想”，一种独特的自我价值观。平凡的我有属于自己的一份职业理想——在平凡中坚守自我，用敬业诠释自我价值！

释自我价值！

2014年12月23日的这天是个特殊的日子，它标志着我的职场生涯正式开启。依稀记得，第一次踏进公司时心中的紧张并带有些许的兴奋。对一切陌生的环境、陌生的同事充满了紧张，但同时又对新的生活充满了好奇。如今进入职场已半年多的时间，也许我依旧是大多数人眼中的“职场菜鸟”。但作为职场菜鸟一族的我，通过每天做一些总结，每天悟出一些东西，也有了一套促使自己实现理想的法则。

一、爱你的工作，不能因为个人喜好、情绪影响工作

爱因斯坦曾说：“我认为对于一切情况，只有热爱才是最好的老师。”个人喜好在很大程度上都会对工作造成影响，它有可能是推动力，也有可能为工作掺杂太多不利的个人喜好。在工作的过程中，可以不断地自

觉地去培养自己对于工作的兴趣，提高自己的职业素养和工作技能，多给自己一些鼓励，给工作和同事一些热情，让自己能够有一个轻松愉悦的心情，才能将饱满的精力投入工作中。在业余，也可以培养自己的兴趣爱好，例如养花、摄影、旅游、运动、音乐等，借助这些来放松心情，陶冶情操。

个人情绪亦是如此，积极的情绪会让人精神愉快，充满自信，可以提高工作热情和工作效率，但是当不愉快的事情发生时，很多时候我们又会不自觉地受到这种情绪左右，甚至会把情绪带到工作当中，表现出对工作某种程度的不成熟、不负责。因此要学会控制自己的情绪，摒弃感性的行为导向，坚持以理性行为为导向。爱你的工作，以个人喜好为基础，寻求工作中的突破，两者相结合，才能将自己的优势发挥出来，从而出色完成工作。

二、想到+做到=（可能）得到

以前看电视剧的时候，很喜欢《亮剑》中的一句话：想到和得到之间一定要做到。很多时候，梦想并不能改变人生。很多人都不是缺乏梦想，而是缺乏对梦想的坚持和守候。成功很可能就是这样一个公式：想到+做到=（可能）得到。职场上的成功绝对不会是偶然，每一个成功的人士，都会在一开始明确自己的职业理想，再凭借自己的努力一步一个脚印地去靠近这个理想。歌德曾说：“仅有知识是不够的，我们必须应用；仅有愿望也是不够的，我们必须行动。”也就是说，仅有思考，理想不会变成现实；仅有期待，美梦不会成真；仅有幻想，目标也只能是泡影；只有付诸行动，一切才会真实而明确地展现在你眼前。

三、学会把困难当做机会

机会常常被认为是那些有利的条件和境遇，但从竞争的角度看，每一个困难的背后，都是一个重大的机会。记住，机会往往伪装成困难到来。因为困难的事情让大众止步，这正是你脱颖而出的机会。所以，在工作中的困难来临时，要勇于承担与自我推荐。工作中遇到很多棘手的工作，困难大耗时多，被很多人嫌弃和避之不及。这个时候要勇于承担和自我推荐，任何事情都有两面性，困难确实存在，但在不断克服困难的过程

中，我们学会了思考，锻炼了意志，能力和经验都在迅速提升，还培养了直面挫折的勇气和信心，心态也会变得更加成熟。因此，我们要感谢困难为自己奉献的一切，对于每一位普通的员工来说，困难都意味着机遇。

四、活到老，学到老

生命不息，学习不止。学生时代，就知道“活到老，学到老”这句话，等到自己开始工作后，对它更是有深的体会。在物质生活中，知足者常乐。但是在工作中、事业上，总是知足就会裹步不前。职场的竞争就是能力的竞争，能力的竞争需要你不断地去提升自己。工作需要不断学习，学习并非漫无目的，而是有意识地积累，工作本身就是一个积累的过程，可能每天都要面临新的工作内容、新的挑战，在这过程中实现自我完善和自我超越。同时，还需要不断地回头看看，今天能看出昨天的缺欠或错误，正好鞭策自己努力学习，要求进步。也许无法吸收某一领域的全部信息，但只要我们能把握住学习的机会，集中全力去学习，总会知道得更多。

五、团结互助

把认真工作当成一种习惯，把团结互助当成一种自然。“一枝独秀不是春，百花齐放春满园”，在工作中你绝不可能只是作为一个个体而存在着，你的存在必定是团队的一员，大家息息相关，荣辱与共。同事是工作合作者，在工作中注意与同事间的团结互助，不仅可以使工作效率得到提升，而且能学到更多的知识和技能。只有懂得团结互助的人，才能明白团结互助对自己、对他人、对整个企业团队的意义，才会把团结互助当成自己的一份责任。团结互助不是挂在嘴上、写在纸上的一句空话，需要我们扎实有效的具体行动，要做一个懂得帮助别人的人，无论在工作中还是在生活中都会有一个好的发展前景，乐于助人不仅是拓展自己的社交面，还会给领导分担职责。

德国哲学家叔本华说：“人生最重要的就是两件事——努力获得你所需要的，然后去享用它。”坚持、踏实、责任、进取、勤奋……这些如此平凡的字眼，带领着我们去实现理想，进而享受其中！

燃烧激情，成就职业理想

■ 郭婷/特力计财部

集团张建民总经理《争做核心员，成就职业理想》文章中有这么一段话：“人活着需要激情，工作着更需要激情！激情是活力的源泉，是生命价值的体现，更是发展自我、展现自我的催化剂。能否成就一番事业，保持工作激情最为重要！”这段话让我不禁自问：“我们怎样做才能激发出这样的工作热情和激情呢？”

要激发出工作激情就要提高对工作的兴趣。俗话说：兴趣是最好的老师。但是我想说：兴趣是做好工作的前提！工作中，不管在什么岗位，我们都要认真用心去做，享受工作的过程。如果我们的工作凝聚了自己的满腔热血，同时也得到了领导和同事的赞许，那么我们就会油然而生一种成就感，觉得工作乐趣多多！工作中，只要保持一股蓬勃的朝气、昂扬的锐气，在工作岗位上就能体现我们的人生价值，而我们人生价值的体现就是要做出成绩！有位哲人说过：这个世界不缺乏干活的人，、缺的是会思考的人。工作中一定要勤于思考，多想事、份内事、份外事……

要想成就职业理想，在职业生涯中有一番作为，有一个声音一定要时常在心中鸣唱：“不想当将军的士兵不是好士兵！”如果你渴望在事业上有所作为，那么请问你有没有成为企业核心员工的追求？有没有在自己的工作岗位上开拓进取？有没有培养自主学习的能力并将新知识运用到工作中呢？

可能，我们有这样、那样的优点或优势，可能，我们曾为企业做过一些贡献，但这并不代表我们就能成为企业的核心员工。核心员工具有较高的与企业需求相配的知识或技能，并且在这些领域的研究比一般性的员工更为透彻、深刻，是企业关键知识和技能的拥有者，企业的发展至关重要。企业发展的关键是依靠人才的依托，如果缺乏稳固的人才基础，那企业发展的速度和规模必将受到限制。核心员工是企业参与市场竞争的有力武器，也必然是各大企业之间争夺的对象。

那么，如何成为企业核心员工呢？

首先，态度决定一切。要热爱自己的工作，要保持忠诚度；要忠于自己的企业，要定位高远，理念一致，将个人的前

途与公司的发展结合起来。再者，要不断开拓进取，在工作中要有创新意识，创新思维能大大提高工作效率，要不断提高自己的学习能力，从某种意义上说就是竞争力，只有具备更快、更好的学习能力，才会在竞争中脱颖而出。我们在工作中要时刻保持一种激情，努力、奋进！

今年，公司定向增发成功，募集资金到位后，为减少以往贷款成本，拟提前归还原银行贷款，减少利息支出，但银行相关制度以及合同规定提前还贷需支付一笔巨额违约金，要付这么多的违约金，还款或是不还？核算再核算！凭借着一种敬业精神，凭借着一种对工作的热情，凭借着一种把企业当家的激情，我们积极想办法：如果能够不支付违约金又能顺利还贷，减少利息支出，那是一件多么完美的事！有了这个念想，把它当作目标，接下来就是反复地和银行沟通，一次又一次，反复地去说服银行，一趟又一趟，在未得到免除支付违约金同意之前，不分白天晚上，时时紧密联系银行相关人员，不厌其烦地与其沟通直至同意为止。这种渴望将事情做得完美，在争取成功的过程中克服各种困难，解决难题的精神正是张建民总经理所讲的工作激情。当豁免违约金的消息传来，那种成就感，那种满足感都在这份激情中得以体现，我们激动、兴奋不已。

目前特力正处在产业转型和战略发展的重要时期，市场的冲击和竞争日趋激烈，机遇与挑战共存。企业的前景与个人的发展息息相关，作为特力的员工，首先需要及时转变思想观念、紧跟集团的战略目标并努力奋斗；其次，在日常工作中，在高效创新地完成本职工作的同时，需要找准自己的工作定位，在工作中承担起自己的责任，更重要的是需要培养自主学习能力，通过不断学习提升自我。

做为财务人员，金融市场的变化、政策的调整、财税知识的更新日新月异，伴随着公司未来的发展，我们会面临更多的机遇和挑战，如何高效创新完成自己的本职工作，如何为企业创造更大的价值，我认为只有保持工作热情、燃烧激情、开拓创新、自主学习、提升竞争优势、迎接挑战，才能适应企业发展的需要，最终成就职业理想。☺

冲出“天坑”，放飞梦想 ——赴长春中泰海洋世界“对标”学习有感

■ 刘卫平 魏鹏程/特发小梅沙旅游中心

参加完农业部“香港海洋公园保育基金项目培训”学习后，我们结合特发小梅沙旅游中心、海洋世界二次开发和“十三五”战略规划中的内容要求，就近到“新兴海洋文化城市综合体的代表”——长春中泰海洋世界进行对标学习。不少经验值得我们学习借鉴。

一、国内首创立体式分布和实景再现的大型室内海洋馆

长春中泰海洋世界，是长春市第一个集餐饮购物、科普教育、休闲娱乐、主题旅游于一体的“城市客厅”，也是东北地区首座以海洋文化为主题、以青少年消费为主要客群，以时尚潮流为主线，涵盖儿童游乐馆、国际童星馆、国际风尚馆、潮人靓装街、潮人美饰街、创意家居街、美食礼品街和万国美食汇等时尚元素的海洋文化生活中心，总面积达到5万平方米。

用于游览的海洋世界建在地下1层和地上3层区域，面积约16000平方米。在4层以上的层高空间，采用了世界先进的立体式分布：包括深海探险、侏罗纪世界、雨林奇观、咱家的鱼、风情海岸、海底花园、奇趣水族馆、大脚板剧场等8大主题展示及表演场馆，号称是“国内最先进的立体式分布和实景再现的、有身临其境感受的热带雨林馆和全景多角度展示的海底隧道”。

二、创意新颖，有许多建馆经验和理念可供借鉴

主要是立体展示模式，水族馆像建在“天井”一样的悬崖峭壁上，天井内是热带雨林，擎天巨树、万丈悬崖、飞泉瀑布、洞孔栈桥。从底层环视，井壁上错落的洞穴内是水族系列展示，并形成环形连廊，各水体绕天井分布盘旋而上，逐级到达顶层的天井口。如果再由上往下鸟瞰，天井又似气势宏伟、景观壮丽、深不可测的巨大的“天坑”。

这一模式，有许多惊喜的效果。一是巨大的空间感。一个天井式结构，沿缓坡盘旋而上，奇石异洞、枯树悬藤、清流急涧，不同的景观形成很大的空间感，感觉走了很远。二是环天井造景，360度多角度多视窗展示，形成不同视觉感受；三是不同楼层看天井，每一层景观都不同；四是天井内景观同时也是每一个水族箱的深层背景，增加了造景的纵深和自然特性；五是无论从上往下看像天井一样的宏伟气势还是从下往上看像“天坑”一样的险峻体验，与一个个峥嵘嶙峋的假山塑石、瑰丽多彩的展缸、纵横悬空的栈桥吊桥、曲径通幽的小桥流水、繁荣茂盛的雨林植物组合，身临其境的感觉十分强烈；六是各个水族展示可以把天井景观作为背景，也可以面向天井，与天井造景形成廊道，让游客在不同的位置与天井内景观拍





照留念。另外各水族展示水体既可从平面观赏，还可从对面瞭望和从上一层往下鸟瞰，多角度多维度；七是“天井”或者说是“天坑”式创意加上巨大透明天窗，充分采用了自然光源，维持了展出生物的基本福利，而且无论是夏暑还是冬寒，保持了各水族系统的水温相对恒定，环保、自然、节约能源。八是展馆地面、墙面装饰，海洋文化的氛围浓郁。如在海底古城，岩石造景上镶嵌着恐龙化石，自然人文气息浓郁；九是水族系列的天窗式、平窗式、洞穴式、凸形或凹形以及球形玻璃窗展示，增加了奇趣效果。

三、运营情况差，美景躲在“天坑”人未识

长春市人口近千万，全省3000万，都在有效市场范围内；中泰海洋馆的建筑面积达16000平方米，有3000多立方展示水体，票价120元，性价比不能算差；本省无其他海洋馆，主题公园少，竞争压力相对较小。但在第一个经营年度，中泰海洋世界接待游客仅30万人。我们参观的当天正是最旺的暑期周末，游客也才1000多人。游客数量确实与馆的规模和同行业的景气情况不符。

参观和座谈中我们了解到：以下几种情况可能影响了市场。1、全馆虽有40多个展示缸，但能表演的动物局限于海狮一种，没能在开局一炮走红形成轰动效应；2、维生系统的设计或设备缺陷，展示鱼类的数量少密度小，其中海豹展示的水质异常浑浊，形成了负面口碑效应。3、水族馆没能有效利用的空间较多，馆内不少墙面都是装饰性的墙画，有景不够画来凑的感觉；4、水族馆所在的综合体有800多家商铺，前期宣传偏重于商铺销售租赁，忽视了海洋馆的介绍和市场引导，开业后缺少周边城市游客的源源不断支持和补充。5、有不少负面新闻。典型的是开业前发放儿童免费卡预热市场，但不到中午就宣告停发，上千人抗议不仅惊动了特警并引起媒体吐槽。还有开业以后因为游客少，商铺经营难以为继，海洋馆举办大

型促销活动时，各商家集体封堵海洋馆入口并向媒体发表诋毁言论。负面效应扩散，影响了市场形象。

四、卧薪尝胆，新的经营团队在“天坑”中孕育着新希望

在不利形势下，中泰集团迅速采取了应对措施，今年5月引进经验丰富的专业人员，组成了新的运营管理团队。座谈中，新任总经理郝彦军、副总经理徐志国对产品和市场都有清晰的认识和十足的信心，进行了一系列战略布局和战术动作：改进循环系统和设备，改善水质和展示效果；对空闲的墙体和展室进行新的创意，拟增加30多个主题展示缸，并通过“3D”墙画和趣味小品对空闲场地和墙面进行装饰；引进新奇珍稀的海洋生物品种，增加展示鱼类品种、数量和密度，提高展示效果；增加声、光、电等多媒体项目和创意小品，提升海洋文化氛围。在市场上，与银行、大型商企的客户群体联网互动，充分利用和分享合作伙伴的客户资源；拓展与电商合作的市场空间，与大型电商开展各种主题促销活动；加大各种媒体的宣传力度，在此基础上组织专业人员科普进校园拓展学生团队市场。组织销售力量送优惠进企业的活动也在有序开展。在内部管理上，新团队不断整合各种资源，简化工作流程，提高工作效率和岗位绩效，实行一人多岗、多劳多得。以美人鱼演员为例，每天除正常表演外，还兼职闸口检票、游客与动物互动的饵料出售等。大家的一致目标是在春节前基本完成产品改造和市场布局，明年为全省人民奉献一个新“中泰”。

考察中，我们感受到中泰海洋世界新的管理团队是一个专业、敬业、创业的团队，今年5月接手工作以来，不分昼夜地工作在场馆改造和市场培育的岗位上。他们不想让水族馆局限在“天井”内孤芳自赏，而是希望冲出“天坑”放飞理想，在全国水族行业中赢得自己的地位，在本土市场中拿到应该属于自己的份额。

“红海”中拓“蓝海”，中天科技发展之路

——中天科技参观学习体会

■ 彭永年/特发信息电力光缆事业部

2015年《光纤复合架空相线施工及运行管理规范》电力行业标准审查会在江苏南通中天科技公司举行，我公司作为行业代表参加了此次会议，并于会后实地参观了中天科技，其技术创新、产业链布局、企业文化等都值得我们借鉴学习。

一、注重研发实力

“特种光缆找中天”、“特种导线找中天”在业界广为流传，中天科技的特种线缆囊括了目前世界上最新产品和最新技术。中天科技坚持自主知识产权产品研发，较好地解决了企业在技术创新过程中的关键性问题，顺利实现了确立自有核心技术、成果孵化、持续创新、规模经营的技术创新之路。中天科技的技术创新首先是解决技术获得问题。一是通过在高等学府和科研机构密集、技术信息广泛的南京、上海等地建立研究所，与当地科研机构合作，建立起产、学、研联合体，解决一部分技术来源；二是实施“精英路线”，实施高级人才引进工程；三是开展国际技术合作，利用国外先进技术，将国际最新技术与公司产品开发融为一体，以增强公司产品的扩充与升级能力，保持与世界水平同步。其次是将研发管理科学化、规范化。提出战略规划，由总工办、新品开发部、技术研发中心共同负责的决策管理体系保证了技术创新的顺利进行。研发管理的主要运作机制主要包含两方面，一是资金保障机制，公司每年投入大量资金用于研发；二是产品管理机制，将产品开发分成系统设计、开发、测试三个部分，使开发工作与市场需求紧密结合，加强研发管理的有效性。目前中天科技已承担70多项国家863和火炬计划项目，开发出600多项具有自主知识产权的国家级新产品与专利。

二、多元化的产业链

中天科技经过二十多年的积累，已在国内光纤光缆行业内名列前茅，尤其是特种光缆的市场占有率一直保持行业前列。在光通信产业链上，中天科技具有独特的优势，且一直向通信终端设备、光纤、光缆、电线、电缆、导线及相关材料和附件

配套延伸，特别是在光纤预制棒、海底线缆等领域拥有出色的技术和丰富的经验。在光纤预制棒领域中天科技通过引进、消化、吸收日立技术，自主创新，开发了“超大尺寸全合成光纤预制棒”系列，引领了中国民族光纤光缆产业发展。在海底线缆方面，中天科技很早便取得了UJ、UQJ两个深海光缆国际认证，成功打破国际垄断，进入世界海缆企业俱乐部。另外，在新能源、新业务方面中天开发的高精度紫铜板、合金铜带、无缝铜管、微网发电、太阳能背板材料、锂离子电池等领域也有不俗的成绩。

三、“红海”走向“蓝海”，坚持“走出去”的市场战略

中天坚持“走出去”战略，在光通信市场需求持续增长的背景下，成立专门团队开拓国际市场。经过十多年市场网络建设和供货业绩的积累，中天科技已成为全球10大线缆制造商，通信产品出口量位居国内同行前茅，特别是复合架空地线、海缆等产品为行业内第一个销往国际市场厂商。目前，中天科技海缆产品主要销往中东、欧洲等地区，也有部分产品进入美国 and 印度尼西亚市场，在全球设立42个办事处，产品覆盖108个国家和地区，实现了无盲点全球销售网络的布局。同时，中天科技已在印度、巴西、乌兹别克斯坦设立工厂，实现“走出去”、“优网络”战略方针，境外收入持续保持快速增长。据其2014年年报，中天科技海外营业收入已达13亿元。

四、以企业文化构建人才“内育”机制

优秀的人才资源是中天科技最核心的软实力，而科研成果层出不穷，靠的也是完善的人才激励机制，以及鼓励创新的企业文化等要素，激励机制为员工搭建实现自我价值的舞台。中天科技企业文化的精髓：“产业报国的企业胸怀，自主创新的企业准则，一丝不苟的企业精神，贴近客户的企业宗旨，以质立足的企业方针”。这五个方面从不同角度诠释中天科技完整的企业文化体系，推动中天科技一步步发展到如今。不得不提的是，中天科



技还建立了“企业资料电子交流平台”，大家平时在工作过程中涉及到的一些工作经验等都可以在平台上进行共享，还可根据文档权限进行知识查询。目前，已慢慢积累了越来越多的知识文档形成了“知识仓库”，成立了相关部门专门管理“电子平台”并形成了相关制度，员工有好的文档都会汇总平台，培养了员工“知识共享”习惯，逐渐形成了“互相学习，共同进步”的良好氛围，有效地提高了员工的综合素质。

中天科技从一家不起眼的民营企业，发展成长为中国电子信息100强、中国民营企业500强、年销售收入超过100亿元的高新技术企业，只用了23年，是值得学习的榜样，对于公司未来的战略发展具有很好的借鉴意义。个人觉得我们日后需要在以下几个方面发扬光大：

（一）坚定信心，做大做强做优纤缆主业

纤缆产业是特发信息的核心产业，收入的绝大部分来源于纤缆产业，而且公司的资源和实力也集中于纤缆产业，在业界耕耘多年，具有一定品牌知名度和竞争优势，因此不可能退出现有产业领域，相反，特发信息应该以纤缆产业为根本，加固竞争优势，坚定信心、不遗余力把纤缆产业做大做强做优。

（二）紧跟政策形势，扩大海外战略

在光通信市场需求持续增长的背景下，国内厂商先后扩大了光纤光缆的产能，使国内光通信行业呈现更加激烈竞争趋势，因而“走出去”已经成为特发信息必然战略，将海外战略上升到最高级的战略高度，切实推进海外战略布局，紧抓“国家一带一路”战略项目建设机会，提高产品的销售渠道，扩大海外市场收入。

（三）以创新为主导，完备产业链条

技术创新是企业永恒的主题，持续的技术创新能力是

企业可持续发展的不竭动力，企业发展要不断寻求蓝海市场，寻求新的利润增长点，开发新产品，涉足新业务。特发信息着眼长远发展战略，要高出现有产业考虑问题，发挥现有资源能力最大化，以创新推动战略转型，积极延伸上下游产业链，努力实现产业链完整性，实现特发信息多元化、多模式、多产业、多支撑的快速发展之路。

（四）扩大市场布局，提升产能实力

特发信息在重庆设立了光缆新生产基地，开启了产业布局的步伐，但相较于龙头企业，步伐还不够大，也不够快。根据市场发展的速率，特发信息必须扩充产能，满足企业达到安全产能，实现规模效应，进一步稳定市场占有率，稳步实现纤缆主业做大做强，向纤缆主业做优迈进打好坚实基础。

（五）以企业文化指引，以奋斗者为本

在竞争日趋激烈的市场背景下，企业要生存、发展，必须要有凝聚力，外有竞争力。企业文化对形成企业内部凝聚力和外部竞争力所起到的积极作用，越来越受到人们的重视。因此，抓好企业文化建设是企业稳定发展的关键。为了造就一支一流的员工队伍，增强核心竞争力，应不断提高员工的综合素质素养，激发员工的创新创造热情，培养员工与特发信息的共同愿景，增进员工对企业的感情，努力唤起广大员工的主人翁精神，促使员工尽主人责，管主人事，自觉维护特发信息的利益和形象。在“十三五”战略发展阶段，公司要注重启发，以文化引导人；学习思考，以文化领悟人；尊重理解，以文化凝聚人；竞争创造，以文化激励人；要把“实现客户价值，以奋斗者为本”作为宗旨与目标。只有实现客户价值，才能实现特发信息的价值，才能实现员工与特发信息的共同梦想。

拓展政务业务，创新服务模式 ——特发物业成立深圳市特发政务服务有限公司

■ 雷迎、许寒冰/特发物业公司

目前，全国已有10余万家各类物业管理公司，行业竞争日益激烈，在园区物业管理等细分市场不断白热化。为此，在做强做大主业的同时，积极开拓新的市场，寻求新的增长点就十分必要。成立专门的政府公共服务公司，有利于实现物业公司的多元发展。为了抓住政府购买公共服务外包领域的先机，实现在坚持主业的同时开展多元化发展的目标，在结合业务需求和公司现状的基础上，特发物业于8月6日成立专门政府政务服务外包公司——深圳市特发政务服务有限公司，这是全国第一家政府公共政务服务企业。该公司从筹划到注册成功只用短短的十几天时间，表明公司领导的高瞻远虑及重视，为特发物业在拓展政府公共服务外包领域的市场，踏出了坚实的第一步。

特发物业公司今年5月份成功中标“武汉东湖新技术开发区政务服务中心购买公共服务政府采购项目”，这是公司尝试多元化发展的重大突破，也是国内首家以整体政务服务外包的形式进入政府公共服务购买领域的企业。该创新服务模式在《第一财经日报》、《长江日报》、《武汉晚报》、武汉新闻广播电台、湖北卫视财经新闻等多家新闻媒体进行专题报道，在社会引起了强烈的反响。

政府公共服务外包是朝阳产业，体量大，目前全国尚无专门的政府公共服务外包公司，如成立专门的服务公司，有利于抓住机遇，抢占“蓝海”市场先机。2013年7月31日，李克强总理主持召开国务院常务会议，专门研究推进政府向社会力



量购买公共服务的重大议题，会议明确将适合市场化方式提供的公共服务事项交由具备条件、信誉良好的社会组织、机构和企业等承担；并对政府购买公共服务的内容、方式、主体、资金、监管等方面做出了指引性要求。作为政府购买公共服务的主要形式，政府公共服务外包面临着良好的发展契机，公共服务外包的潜力正在加快释放。

政府公共服务尽管与物业管理服务本质上都属于服务业，两者有一定的共性，但是在具体业务的运作、管理等方面还是存在不少的差异。在武汉东湖新技术开发区政务服务中心购买公共服务政府采购项目中，政务服务中心的领导也建议我们成立专门的服务公司来承接该项目。因此，成立专门的政府公共服务外包公司，有利于实现政府公共服务外包项目的专业化运作；同时，也有利于更好地迎合客户需求，拓展更多的政务公共服务市场。





企业转型，我们怎么办？

■ 沈来生/特力人力资源（党群）部

特力公司工会曾举办过一场主题为“明确任务，共促发展”的座谈会，会上，吕航董事长就特力的状况向大家作了介绍，并就公司为什么要转型、凭什么转型、怎样转型作了深入的探讨。

虽然公司目前面临着激烈的市场竞争和企业转型的挑战，但座谈会上，员工们围绕着“我在转型中应该做什么、怎么做”，“如何转变观念、认识理解转型”，“如何促进转型重要举措的顺利实施”，“如何提升自身适应转型的能力”等踊跃发言，纷纷对企业转型自己怎样做及企业怎样转型提出想法和合理化建议，为促进企业转型献计献策，激发个人的积极性、主动性和创造性，使企业战略转型入心并转化为自觉行动。

从大家的发言可以看出，尽管公司转型给员工所带来的工作压力比较大，但员工队伍思想相对平稳，整体是稳定的。

面对企业转型的不断深入，绝大多数员工不是消极等待、观望，而是积极主动地去应对，想得更多的是如何干好本职工作，如何提高自身综合素质，选择的应对措施是“努力干好本职工作，用能力和业绩增强竞争力，认为自己应该“抓紧时间

学习，多掌握几种技能、多拿证”。而想选择“跳槽，换个单位”的职工还没有出现。因为大家都清楚，企业转型是公司股东、领导班子深思熟虑的战略决策，它将是一次影响深刻的变革，不管是对企业还是企业的每一位员工都将带来巨大的冲击。在个人利益与公司发展问题上，员工更关心企业转型、企业发展等“大”问题。而且近几年，企业努力提高经济效益和员工利益的各项举动以及良好的企业文化，已得到广大员工的认可和信任，员工对企业的归属感、信赖感增强，以应变变、与时俱进，跟上企业前进的步伐已成为多数员工积极向上的选择，认为自己在企业的工作前景比较乐观。

讨论中，大部分员工希望公司为自身提升素质创造条件：如多提供教育培训机会，让自己从事最喜欢、最有优势的工作。可以看出员工虽然希望提高个人收入，但已远远不满足于

此，更多的是希望企业能给予更多的培训机会以提升自己的人力资本价值；既需要实际利益，也注重精神愉悦，关注自身价值的体现。

员工迫切希望提高自身素质的同时也说明了一个问题，员工普遍感觉工作压力较大，这一点证明了企业经营压力已得到有效的传递，也说明过去计划经济条件下无忧无虑、旱涝保收的时代已一去不复返了。

在充分认清企业面临的挑战和机遇的同时，我们更应理解转型、认同转型、支持转型和参与转型，从而增强转型的紧迫感和自觉性，提高转型执行力。个人认为，应从以下几方面做起：

首先，打破固有的工作、思维模式。企业转型，首当其冲的就要打破固有的工作、思维模式。只有打破固有的工作思维模式，以一种创新、务实的态度来面对市场的需求和市场竞争，脑子要转得快，搜集信息、集思广益，全方位多面地思考公司的业务。

其次，更应当将转型贯穿于企业生产经营的全过程，落实到工作的各个层面。

第三，要以“精确管理”思维为指导，不断创新。致力于市场营销的精确化，逐步实现数据支撑的精确化。致力于从客户感知出发，以市场为导向，对企业的资金流和信息流进行合理组织和有效管控，实现资源优化配置，降低经营运作成本，提高管理效率和资源效益。

第四，全面提高员工素质，重视人才。企业转型的核心是人才，企业目前人才结构显然难以适应不断变化的外部环境和日趋激烈的市场竞争要求。这就要求我们积极调整员工队伍结构，逐步提升员工队伍层次，大力培养职业化的管理人才、国际化的经营人才、专业化的技术人才和技能化的营销人才，为企业转型提供必要的人才储备。公司这么多年企业经营和竞争的经验得出一个结论：企业的核心是人才。无论怎样竞争，最终归结为人才的竞争，且只有动态型人才、能够适应企业转型和发展不断变化的人才、能够持续弥补专业及时间和企业需求之间差异的人才，才是企业取得竞争优势的核心所在。对此，个人认为：“动态型人才不只看文凭有多高，而要看他们知识在岗位应用的能力”。因为，仅凭原先在学校接受学历教育的知识用于工作是远远不够的，一般来说学生走出校门所学知识在实际的应用中要大打折扣，只有通过不断学习，才能适应企业发展的需要。因此，公司要以建立学习型组织、做知识型员工为契机，全面提升员工素质，推动企业转型的战略，为全员职业化，成就美好生活作努力。

大家可能看过《东非野生动物大迁徙》，非洲大陆大部

分地处地球南半部，每年7月底到8月，随着旱季的来临，大草原的青草被动物吃光，漫长旱季让动物饥肠辘辘。数以百万计的角马、斑马等食草野生动物就会组成一支迁徙大军，浩浩荡荡地从非洲坦桑尼亚的赛伦盖蒂国家公园，向位于北部的肯尼亚马赛马拉国家野生动物自然保护区进发，去寻找充足的水源和食物。这是一段3000公里的漫长旅程，途中不仅要穿越狮子、豹子埋伏的草原，还要跨越布满鳄鱼、河马的马拉河。有大批的角马将死在路上，但同时也将有大批小角马在途中诞生。尽管河里充满了伤亡的威胁，但它们清楚，只要越过大河，就有雨水和青草，生命就会延续和繁衍。留在此岸，只有干涸的土地，饥饿和死亡。它们没有任何犹豫，就像冲锋陷阵的士兵，义无反顾地冲向对岸。尽管过河过程中有些会被鳄鱼、河马吃掉或被洪涛卷走，然而大部分的还是成功地登上彼岸，胜利达到彼岸的角马们，迅速消失在茂密的丛林中。

像那群角马们一样，我们今天已经跳入了河流，趟过了浅水区，进入了深水区。回头暂时很安全，但最终是死亡；向前有危险，但是彼岸有新的曙光和新的舞台。如果我们还是被过去的旧思维、旧观念所束缚，那么，我们只能在河中徘徊止步，不走这个旧思维怪圈，我们肯定是无法过河的。特力的转型已经到了深水区，只有我们转变观念，改变旧有的思维模式，从新的思维角度来看问题，有了新思维，我们才能抛弃历史包袱勇敢地向前，特力的转型也就一定会成功。就如张俊林董事长在特发集团2014年度总结表彰大会暨五届二次职代会上的讲话《居安思危，加快发展，为特发的明天而奋斗》中要求我们“正确认识集团所处的阶段，居安思危，增强忧患意识与危机意识”；强调我们“要带着强烈的忧患意识，干好今天的事，想着明天的事，晴天里为雨天准备好伞，‘深挖洞、广积粮、保生存’，为特发的明天做好储备和谋划。”

特力转型就像是一列正在前进的火车需要转换方向，自身要提供动力去克服阻力，也会同时和铁轨摩擦碰撞出火花，任何事物的改变，都或多或少面临各种考验，我们作为特力的一分子，虽然没有火车头的力量去带动它快速前进，但也要有激流冲破阻碍的决心和勇气，就象一个个小小的螺丝钉在列车前进的道路上也能助一臂之力，只要大家齐心协力，风雨同舟，这个方向一定能顺利转过去。无数的激流的冲击必将会汇聚成滔滔江河的巨大力量，特力这列火车也将势不可挡地越开越快，越开越稳！

我为自己身为特力人而自豪，甘愿为企业的转型燃烧青春，奉献热情。特力人有开天辟地的勇气，更有脱胎换骨的信心。正如特力董事长讲的：冲锋号已经吹响，让我们一起往前冲吧！

别样的阿里

■ 张玲/特发物业杭州分公司

阿里巴巴对于大众是耳熟能详的一个代名词，因为购物的需要大家接纳了淘宝的出现，因为交易的需要大家认可了支付宝作为第三方交易平台的重要性，然而大家却始终无法理清其中的关系。因此，对于大众它又是一个模糊的概念，只知其一而不知其二。创立至今，马云带领阿里人在这短短十几年里塑造了一个又一个的神话，这样的辉煌给人带来惊讶的同时，更是激起了大家对于阿里成功之路的探索。

2014年8月，有幸作为特发物业杭州分公司的一份子进入支付宝工作，第一次真真切切地接触到传闻中的阿里巴巴。在我看来，这里俨然就是一个“快乐的大家庭”，甚至与我印象中高强度、快节奏的IT行业的工作氛围有些背道而驰。随处入眼的橙色原来就是阿里的标志色彩，似乎于微小处无一不在传达其所提倡的“快乐工作，认真生活”的主题。

初到这里，我便被各种有别于其他任何企业的新奇所吸引，最大特点便是“花名”文化。在这里，仿佛置身江湖，这里的每一个人都有一个属于自己独一无二的武侠花名，他们一起用青春捍卫自己的名号，让人往往忽略了真名而记住了花名；在这里，员工讨论公司大小事，不是聚首“光明顶”就是笑傲“侠客岛”，因为这里所有的会议室也都以金庸武侠小说里的地名来命名；在这里，没有员工，“同学”是一种统称，在我感觉，就像是一位老师在带领一群学生，为了一个使命、一个理想，在不计得失地奋斗着，在朝着一个目标向前推进着，仿佛夸父追日一般，催人泪下，令人感动；在这里，甚至还有许多传统管理学无法解释的现象：譬如工作时间看到这些年轻的帅哥美女在肆无忌惮地吃着零食聊着天儿；有人在过道中间滑滑板儿或者一群人在大声喧哗，在喝香槟，甚至有人脱了上衣在“裸奔”，简直是“一点组织纪律性都没有”。

但令人惊奇的是：他们的工作积极性高到不可思议，工作业绩如火箭一样在穿升！多少员工每天自动加班至深夜！多少员工都在为公司的发展而思考观察努力着。

在这里，正是马云这种超乎常态的另类管理思维才能带领阿里人走出这样一条难以复制的企业文化之路，才能造就出这样一个别样的阿里神话，一次又一次地刷新人们对阿里的认

识：2014年9月19日，阿里巴巴登陆纽交所，以每股美国存托股68美元的发行价，成为美国融资额最大的IPO。2014年10月16号，阿里小微金服以蚂蚁金服集团的名义正式成立。我很庆幸自己从入职到现在，亲眼见证了阿里的两次重大历史变迁，而我也直接服务的蚂蚁金服更是在短短一年半时间里，从小微变为蚂蚁，对接超过200家金融机构、超过3亿的活跃用户、接入100多家保险机构、每天支撑10亿笔支付交易。作为子公司的蚂蚁金服脱胎于阿里，却同样以“拥抱变化，创新未来”作为文化支撑。

一切的一切，就像牛顿在面对宇宙时发出的感叹：你看，这世界，如此缤纷多彩、变化无穷，却又如此严谨致密、整洁有序，这难道不是惟有上帝才能创造出来的杰作吗？

的确，在这样一个以不确定性为主要特征的波诡云谲的时代，阿里凭借什么能够存活下来，并且如此这般地迅速发展起来？马云曾说过：“第一，我不懂技术；第二，我不做计划。”听上去似乎很荒唐，但可曾想过：变化总在意想不到的时候出现，计划的往往实现不了，生活里处处充满“黑天鹅”。假若拒绝了变化，便错过了新的美丽和机遇。千万不要以为“生活会永远这样下去了”，反而变化呈现出了一种加速度的态势。生逢这样一个时代，是我们的荣幸，同时，也要求我们必须不断提升自我素质，以适应这个急速变化的时代。否则，固步自封或以过去的经验来看待现今的变化，就会呈现“雾里看花”的感觉，朦朦胧胧，既看不清，更看不懂，最要命的，是会在这种看不懂中，错失大好时机，甚至遭淘汰。这时我们要做的就是将自己放在更低、更安静、时间更慢的角度，将关注点集中，观察——思考——练习——反馈——修正，不断优化，心灵不再是由某一个一招鲜吃遍天的理论指导进行着机械麻木的重复，而是心灵在自我制造地震的过程中穿插奔跑，自由如水。当变革来的时候，我们所要做的，就是放弃昨天还认为是最重要的事——就像下围棋，看清全盘后，要学会“弃子”。“穷则变，变则通，通则久”，这是一个亘古不变的定律，“拥抱变化”贵在笃行，“创新未来”另类突围。☺

以奋斗者为本，永不言败，勇往直前

——一线销售业务员工作心得小记

■ 刘秀丽/特发信息电力光缆事业部

2015年6月3日，国家电网公司第三批物资采购抛出一个大“绣球”，采购大批电力光缆用于东北地区电网建设。7月8日，传来捷报，特发信息独占鳌头，中标皮长公里、总额均排名第一，占中标比例43%，这是特发信息在国网投标历史上的最好成绩。

公司的发展离不开前线的销售人员，有订单才有生产，有生产才有效益。2015年上半年国内招标量有所下降，竞争对手大打价格战，对我公司的中标带来极大威胁，在这样激烈的市场环境下，特发信息销售人员始终不折不扣地做好本职工作，为了同一个理想、同一个目标夜以继日地奋斗着，确保公司市场份额。

华北大区：提前谋划，具有自己一套销售方法

销售工作的基本法则是制定销售计划。销售计划管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。每个月、每一个季度都要给自己制定不同区域、各种光缆的销售目标，这样既可以自我鼓励，也可以从完成情况总结出经验。

东北大区：尽职尽责，维护良好的客户关系

对客户尽职尽责，尽量调动客户的销售热情，必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。这样既可以建立良好的客户关系，也可以从客户中了解当前市场的动态。

中北大区：疏通渠道，信息是企业决策的生命

业务员身处市场一线，最了解市场动向、市场需求，分析当前市场的价格走势，以及竞争对手的变化，尤其是在当前“价格战”的情况下，这些信息及时地反馈给公司，对决策有着重要的意义，以便管理层及时做出对策。业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的。但市场信息决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。知己知彼，方能百战不殆。

华东大区：协同一致，发挥团队的战斗力

发挥团队的整体效应很重要，充满凝聚力的团队战斗力是最强大的，势不可挡。所以每一个业务员，不管自己是负责那一个片区的业务，都必须时刻记得自己是团队中的一分子，是积极向上的一分子，记得个人行动离不开团队，个人行动会影响到团队。团队为了不断巩固和增强其战斗力，也会义不容辞地支持每一位销售人员的积极行动。共同努力，共同进步，共同收获。

华南大区：开放学习，积累知识提升价值

刀用久了会变钝，只有重新磨砺后，才会锋芒再现。做为一个销售人员，如果不懂得随时提升自己，总有一天会从旧日所谓的辉煌中跌入低谷。当前的光缆产品日新月异，技术和质量要求越来越高，要边做边学，日积月累，才能永立潮头，站在前端，在激烈的市场竞争中让自己处在一个有利的位置。还要不断超越自己，大气远望，超然脱俗，轻松达到一个顶峰。

西南大区：树立责任，以公司利益为中心

责任就是以公司利益为重，对自己的工作岗位负责，就是为顾客负责，给顾客提供优质的产品与服务，为顾客创造价值。这就是“敬无处不在”。即使没有人监督我们，我们也会认真地做好工作——这就是责任的表现。

云贵片区：不埋怨，不抱怨，不气馁

在销售一线的实际工作中，总会遇到意想不到的事情：客户要求不断提高、市场竞争激烈，工作压力不断加大、竞争对手实力强大、各项工作衔接不到位等等。面对工作中的这些客观情况，我们是等、靠、要，还是在既有条件下主动出击把工作做到最好呢？托辞有千万个，但我们要永远坚持不为失败找借口，只为成功找方法的信条，以奋斗者为本，树立前进信心，不抱怨、气馁，在逆境中寻求突破，在困难中不断成长。

销售是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的业务精神，更需秉承一贯的信念，自我鼓励，自我启发，才能贯彻始终，度过重重难关，走向终究的成功。☺

拷问职业道德：如果我是她

■ 李应娇/特发物业成都分公司

8月初的周五，信函科的一名员工因病请假3天。第二周，仅剩的一名员工周燕连续3天独自支撑信函科的工作，尽管上厕所也要小跑前行，但她将一切料理得井井有条。直到周三，她才给我传来请假的消息：

“主管，我明后天（周四周五）请两天假可以吗？周一我就接到家里打电话说外婆去世了，这两天又走不开，明天琪英就上班了，我今天晚上必须回趟老家。”

坦白讲，单从她的工作表现和平常的照面，我看不出她有什么异样。

这3天，她跟平日里一样，与同事相处融洽，工作兢兢业业，没有一句抱怨。没想到，她竟然在承受失去亲人的痛苦，而且因为同事请假，还默默地继续工作3天。

除了替她对亲人逝世感到悲痛外，我心中还生出几分震撼！

为什么我会用到“震撼”一词，原因很简单，我们把习以为常地将自己本职工作做好看成了优秀，把能和领导同事相处好关系看成了优秀，开句玩笑话叫“眼尖，手快，能揣摩圣意”这个月的考评没准就是A了，这可能是很多人眼中的现状吧……

然而这个平日里特别实诚、待人接物很和善的姑娘给我上了生动的一课。她提醒我：容易被上面那些表象所淹没的职业道德是多么宝贵的品质。

周燕长着双眼皮，眼珠子显得特水

灵，常常见她单薄的身子穿梭在3号门和几栋办公楼之间。要说多的印象还真没有。但是一条请假信息却让我深深记住了她！反思我自己，换做是我，可能我会跟大多数员工一样想“家里亲人去世，正当理由，立马请假”，领导肯定马上批准。

然而她没有，在极度伤心难过的情况下，还一如既往地兢兢业业地工作，丝毫没有让生活中的情绪影响到自己的工作。

写下这些不是表扬谁或鼓励大家也这样做，而是传播我们身边真实的正能量，启发我们透过现象看本质。试问下大家：现在还有几人能做到这样子？我们现在是真的太少太少人能这样了。接下来我想透过此条请假信息回看下自己有没有你已丢失又想重拾的好品质。

分享一：我们真的能在集体利益和自己利益间做好平衡？

我想是可以的，我一直都觉得吃亏是福。人嘛有时候不必计较太多，人在做天在看冥冥之中自有定数，我一直觉得这些话有其存在的道理。其实关键在于你对自己的定位，如果你有很清晰的职业规划，我想就会在这两者间有很好的平衡。

分享二：我们能否设身处地站在他人立场考虑问题？

一个处处以自己利益为重的人，我想在同事中估计也不会受待见吧。人人都有难处，其实工作中你能够多为他人

想一想，也许我们工作中的摩擦就变少了，工作也就顺畅多了。今日你为他人着想，明日他人为你而思，同事间的感情就是这样建立起来的。我们难免会遇到棘手之事，在公司里能帮到我们的就是同事了。

分享三：我们能否以不为他人添麻烦为荣？

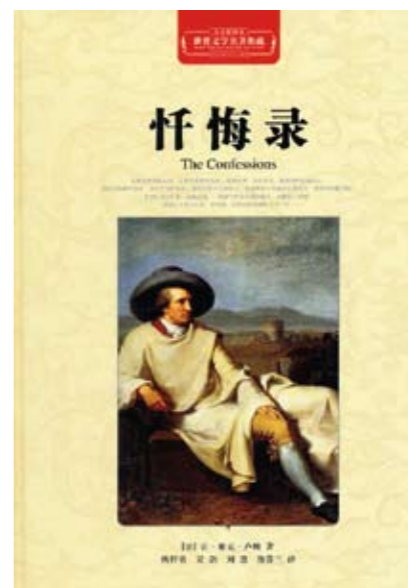
虽然说人与人之间交往中可能产生麻烦，在你麻烦我我麻烦你能增进彼此的感情，但是凡事都有个度，我们得好好拿捏。假设你的工作没做好，可能就需要别人来帮助你，侧面就增加了同事的工作量。我们能否将自己的本职工作做好，尽量不麻烦别人，这也是值得我们思考的。

借网上一句话来表述我此时的心情：带着善良出来混，上天迟早会有所馈赠。☺



乐观豁达的人生 ——读卢梭的《忏悔录》有感

■ 杨红/特发黎明公司



历，使他的灵感急剧暴发，“头脑中那些长期孕育的许许多多富有生气的思想潮水般地涌来，兴奋到了极点，以致感到窒息，仿佛看到了另一个宇宙，自己变成了另一个人，心中的闸门被打开了，无数思想形成了一股巨大的洪流”，于是，他的经典著作一个接一个地降生，从此以后，他便名声大振了。成名以后，他的生活虽然有所改善，但他并不汲汲于金钱，而是把自由当成最大的追求，他认为不能为了金钱而写作，“作家这个身份只有在，也只能是在它不是一种谋生的职业时才会是卓绝的、可尊敬敬的。当一个人只为生存而思索时，那他的思想便会保守僵化”。

也因为如此，他写作时只能够为自由地表达思想，而较少考虑社会影响及其风险，到后来他的书遭到了法国和瑞士当局的查禁，很多人都说他是一个可耻的无神论者，他又重新回到了四处流浪的生涯中。在他流浪的过程中，卢梭本人对于他一生的苦难和辉煌进行了反思，并以一种乐观豁达的态度，书写了这本《忏悔录》。

卢梭的声誉在其离世后才达到了顶峰，他的遗体被安放在在巴黎先贤祠里最显眼的位置，极尽哀荣，他与伏尔泰一同被誉为法国大革命的思想先驱，他的思想在世界范围内引来众多膜拜者，包括康德、歌德、席勒、托尔斯泰等文学和思想界的巨匠。☺

卢梭，近代最具影响力的哲学大师。有一部传世名著叫做《忏悔录》，是一部讲述自身经历的纪实文学作品，这是一本非常坦诚的作品，即使是很不光彩的经历，作者也能如实相告，阅读这本书，你可以看到一位在世界历史上产生过巨大影响的人，是怎样度过他既平凡又伟大的一生的。

说他平凡，是因为他出身卑微，青少年时期到处流浪，一生都在贫困交加和颠沛流离中挣扎求生。他在38岁前还寂寂无名，尝试过多种营生却总是不得道。为了填饱肚子，不识乐谱的他却不得不充当音乐老师招收小孩子教授音乐，甚至于创作歌曲，组织音乐演奏会，也因此音乐会上出了丑，遭人耻笑。在做有钱人家的家教兼管家时，他会因为特别喜欢一些物品而偷偷窃取，比如葡萄酒，还比如一条丝巾，为了掩饰窃取丝巾的行为，还把责任推给了一位女仆。他最有机会摆脱困境的是为一位大使当秘书，在任期间他充分展示了自己的才能与善意，却因为与大使本人产生无法调和的矛盾而结束任职。

他有着一些非常草根的性格特点，比如说胆怯害羞，他会在公开讲话中紧张到结舌，无法从容地表达自己的思想，这也是他拒绝接受国王奖赏的一个因素。他见到美丽的女性也会紧张到说不出话来，所以他也并不擅长追求异性，最后他选择了那位对他低眉顺眼、乖巧温柔的女工戴莱丝作为他的人生伴

侣。他会痴迷于象棋这样的游戏，在学会象棋后买了一堆棋谱来学习钻研，虽然学得马马虎虎，却也经常与朋友对弈取乐。他一生没有正常的家庭生活，以至于缺乏家庭责任感，生了5个孩子都送去了孤儿院，直到晚年才与伴侣成婚。他也没有经营财富的观念，即便在他成名之后，他的出版商因他而致富，他自己却总是捉襟见肘，寅吃卯粮。与他共同享有盛名的伏尔泰几乎与他完全相反，伏尔泰富有并善于交际。

然而，这样的生活并不能掩盖卢梭的光芒。他的声名鹊起几乎是没有任何预兆，却又是必然的。除了惊人的天赋之外，他对阅读和徒步旅行非常痴迷，这些习惯使他拥有良好的积累，在他步入中年后，那些积累再加上长期处在社会底层的人生阅



读《第一次提问》的感悟

■ 刘伟洁/特发黎明公司

沟通从提问开始。沟通从认识自己开始。认识自己从回答提问开始。

长田弘的著作《第一次提问》，以一种提问的方式慢慢地触碰读者的内心，用一种孩童的眼睛看待世界和生命，对未知的世界和生命提出问题。下面，就书中作者的提问，我们试着回答这些问题，或许会收获意想不到的成果。

篇一、对于世界的认识

问：今天，你仰望星空了吗？天空，是很远很远，还是近在眼前？

答：今天的天空有点灰，看起来比平时的距离要近点，气压很低，闷闷的，向着地面的我们压得低低的，以我一个成人的常识来看，可能不久后会下雨。是的，这是我今天仰望星空所看到的。我低下头，继续赶路，像平时一样，赶着路，赶着车，不过今天的步伐

更急促一些，因为刚刚跟天空的对话，让我了解一会就要下雨了。

问：云，看起来像什么？风，又是怎样的味道？

答：小时候，抬头看云，觉得云可以变幻出各种神奇的事物，一会是可爱的熊猫，一会是神圣的龙，一会是凶猛的老虎，可是今天云看起来只是云……长大后的我们见过的事物远远比小时候丰富，脑海中的知识要比小时候高出好多倍，照着科学的解释，我们应该会看到比小时候跟多的变化才是，可是并没有。随着成长，我们似乎丢掉了我们宝贵的想象力，于是，尽管我们知道了许多世界上存在的事物，了解了各种事物之间的关联，可以用科学解释许多复杂的现象，但是我们少了那份想象的乐趣。

问：窗外，路边，是什么映入你

的眼帘？挂满雨滴的蜘蛛网，你可曾看见？走过橡树，走过榉树，你是否曾停下脚步？街边的树木，你知道它们的名字吗？你可曾想过，把它们当作朋友？你最近一次凝望河川，是什么时候？最近一次坐在砂石上，坐在草地上，又是哪一天？

答：想起前段时间的高考作文题“我们通过电脑各种科技手段，知道了很多植物动物的名字，习性，生长环境，却少了和自然亲近的机会。”我们是否会用我们的周末去观察自己窗外挂满雨滴的蜘蛛网，是否会停下脚步来看看路边的橡树和榉树，了解这些常见的树有什么特征，生长环境又是什么？我们是否将大自然当做自己的朋友，用心去了解它？凝望河川时，我们会想什么，又怎样的感受，砂石上坐着，是否非常惬意？停下来，用心感受感受我们

赖以生存的自然环境，才能更好的感受生命，感受自己的价值。

问：“世界”一词，在你脑海中，呈现出怎样的风景？

答：彩色的，有画笔，有糖果，有玩具，还有爸爸妈妈。有朋友，有工作，有秩序，有娱乐，还有家人。有子女，有老伴，有健康，有安闲，还有怀念。这分别是人生不同阶段对于世界不一样的理解，所以世界是在变的，随着我们在变。

篇二：对于生命的认识

问：在这个轻视语言的时代，你还会相信语言吗？

答：当然，语言是地球上最伟大的发明之一，有了语言我们才会越来越了解除了自己以外的其他人，我们每天的喜怒哀乐才得以表达，我们的爱恨憎恶才得以传达，我们百味陈杂的情绪才得以舒缓……今天，我跟家人说了“我想你们”，我跟朋友说了“谢谢你们”，跟同事说了“一起加油”，这些丰富的情感得以表达，全靠语言，所以我们要珍惜我们的语言，用它来和自己身边的亲人朋友沟通，促进彼此之间的感情，

解开不必要的误会；用它来认识更多的事物，了解更多的人，让人与人从陌生到熟悉；记住语言是地球上最宝贵的礼物，不要让它成为攻击他人的武器，伤害彼此。

问：对于你自己，对于那些你不认识的人，和不认识你的人，你觉得，幸福是什么？

答：幸福不是生活中只有甜味，是即使甜味参杂了苦味、辛味、涩味，最终你能记住的只有甜味！

问：你喜欢几岁时的自己？今后的岁月，你能否越来越好？

答：我喜欢现在的自己，心理学上说，如果怀念过去的自己，或者过分期待未来的自己，都是因为潜意识里觉得自己过得不好。偶尔，我也很怀念过去的自己，是因为人的记忆随着时间的推移，只会剩下美好的画面。我也憧憬未来，今后的岁月，我相信会越来越好。现在我们的生活越来越快，越来越追求效率，很多时候，很多人都会觉得问什么“幸福是什么”是浪费时间，是矫情，可是当我们停下来细想的时候，当我们努力去回想让自己幸福的那些瞬间的时候，生活是不是就不那么枯燥和充

满压力了呢？老话常说“人生十有八九不如意”，所以，我们平时多点时间去想想幸福，把这一二放大，幸福也将会伴随我们的一生，不是吗？

问：你觉得，美好的一天，是怎样的一天？“谢谢”这样的话语，今天你是否说过？

答：今天，我没有起晚，在家吃了一顿丰盛的早餐。上班的路上帮助了一个迷路的人，来到公司，我是最早的一个。因为精神状态很好，今天的工作非常顺利，还得到了上司的表扬。晚上下班回家，和家人一起吃晚餐，晚饭期间，各自说了自己今天一天中发生的趣事，其中一件逗得大家开怀大笑。饭后看了会书，觉得这本书写得很好，是难得的一本好书，很满足。最后，那晚睡了一个好觉。我的美好一天！

“谢谢”一词的出现是让我们学会感恩，谢谢帮助我们的人，谢谢我们遇到的挫折，谢谢父母给与了我们生命，谢谢我们美好的世界，谢谢生命里遇到的一切。学会“谢谢”，美好的事物才会到来，我今天说了“谢谢”，你们呢？☺

最是青春不老情

——回忆、感恩、祝福

■ 张建民/集团总经理

今天，我们带着一颗虔诚的不老之心和灿烂如昔的笑容，回到亲爱的母校——澄海中学，参加75届同学毕业40周年的纪念活动。

四十年过去了，说快，是弹指一挥间；说长，可以诞生二代人。今天我们这些已是爷爷奶奶级的同学，欢聚在一起，熟悉的面孔依然是那样的亲切动人，那样的饱含浓浓的同窗情谊。

我在想，我们为什么要一次又一次地相约相聚，一次又一次地回到母校？在回答这个问题之前，我想与大家分享一个小故事：有一年，我到美国旅游，路过迪斯尼乐园门口时，看到一群老人排队，正准备进园游玩，我感到十分疑惑。经咨询导游，才得知这群老人家是到乐园来寻找童年的快乐回忆。这让我恍然大悟，原来他们的童年是在乐园里度过的。

正如今天，我们回母校，是来回忆、来感恩、来祝福的。

我们“少年轻狂”的岁月留痕，散落在母校的各个角落，写在每位同学的脸上，烙印在每位同学的脑海里，弥漫在每次聚会的空气中。所以，我们是回来重温青春的情怀，是回来增进同学的感情，是回来延续师生的情谊。我相信，在座每个人与学校、与同学、与老师都有难以忘怀的温馨印记。对我来说，穿越四十年的时空，校园的许多感人片断，历历在目，记忆犹新：

第一件：校园美不胜收。当年从小学升上澄中文体班，给我感觉校园很美，女生很漂亮，男生很高很帅。因为我在小学比其他同学高出半个头，每次班里集合排队都很尴尬。来到中学后发现，一山更比一山高，班里有三、四名男同学都比我高、比我酷，解除了我“高处不自在”的窘态。

第二件：对体育情有独钟。学校操场有过我矫健的

身影和拼搏的汗水。体育班锻炼了我的坚强、自信、开朗和好胜的性格。体育班因体育而成才的同学不少，任民、建人、和睦、贤斌、方毅等同学都考上大学。如果当时体育班不被拆散，那么全班同学都可能考上广州体院；如果贤斌同学留在体育班炼短跑，不回文艺班吹长笛，那么今天估计就不是在区教育局，而是在国家体育局当领导了。虽然这纯属开玩笑，但人生没有那么多如果，而且也不需要那么多如果，一切都是过眼云烟，只要活得过得开心自在，就是最大的幸福。

第三件：对恩师无比挂念。我们的老师、历届的班主任对每位同学都十分关心呵护。如，王人欣老师、陈瑞芬老师、陈钦卫老师等等，对我无微不至的关怀让我铭记在心，特别是我考大学复习的时候，因为有周勤明老师的地理辅导，我才能获得高考单科90分的成绩，这对我考上重点大学可是功不可没呐。

对学校、对老师、对同学，我满怀感激之情。因为有快乐的回忆，所以我们感恩。感恩我们的母校、我们的老师，给予我知识、思想和人生的方向，使我一辈子不会迷路；感恩我们的同学，一起经历了生命中如此纯洁温暖快乐的青葱岁月，让我的少年时代不孤独和寂寞，使我的心底常驻一段深情厚意的快乐珍藏。只有同学，才是相互诉说当年激情往事的知音；离开同学，昨日中学的动人故事，无法继续。再次感谢你们陪伴我度过了昨天和今天的美好时光！

今年是澄中的百年大庆，借此机会，我祝福母校在侯校长的带领下，继往开来，蒸蒸日上，各项事业更上一层楼。同时，我对母校提出三个心愿：

第一，希望成为澄海教育振兴的引领者。澄中传统的应试教育和基础教育很有特色、很有成绩，在百年名校的品牌影响力中，更应该强化卓而不群的责任感，要



13岁时，参加广东省少年篮球比赛（前右一）



16岁时，任县红代会主任（学生会主席）（中左三）



15岁时，参加县中学生运动会



与启发式、讨论式、论证式、批判式的教育方式有机结合起来，使学生的思维和智慧得到更大的解放，学习能力和实践能力得到更大的提升。

第二，希望成为澄海时代精神的弘扬者。澄海人有很多优秀的传统理念和品质，但还要增强创新、拼搏、进取、开放、包容、豁达等与时俱进的精神，这些，是与青少年成长时期的循循训导和殷殷培养密切相关的。

第三，希望成为澄海优秀后代的培育者。澄海未来的希望在于学生，在于年轻的一代。我们的老师要有更广阔的视野，更开放的胸怀，为年轻一代的健康全面发展，规划未来，创造未来，让桃李更芬芳，在教书育人

的三尺小舞台上，为澄海的发展，为社会的进步，源源不断地输送卓越学子。

最后，敬祝我们亲爱的老师身体健康，笑口常开！愿我们的同学幸福安康，友谊长存，青春永在！

后记：7月26日母校聚会返深后，仍沉浸其中，情思绕怀。遂将自己的会议发言稍作整理，意在将这份青春的不老情托付纸墨，奉献给母校亲爱的师友们。建民于2015年7月27日，深圳

“三严三实”学习心得

■ 吴育才/特发信息光缆事业部



习近平总书记于2015年3月9日在参加十二届全国人大二次会议安徽代表团审议时指出，各级领导干部都要做到“严以修身、严以用权、严以律己”，做到“谋事要实、创业要实、做人要实”，被简要概括为“三严三实”，并成为共产党作风、形象建设的新标杆，全党乃至全国范围内掀起了“三严三实”的学习热潮，切切实实地把“三严三实”落实在今后每一项具体的工作。

严以修身，就是要求加强党性修养，坚定理想信念，提升道德境界，追求高尚情操，自觉远离低级趣味，自觉抵制歪风邪气。古人云：修身、齐家、治国、平天下；现代教育亦提倡德、智、体、美、劳全面发展。一个人所具备的思想道德修养、基本素质认知，决定了其人生轨迹。只有提高自身的道德修为、树立正确的世界观、人生观、价值观，树立正确的是非认知、可为与不可为的标准，才能更好地工作、生活、奉献。

严以用权，就是要求坚持用权为民，按规则、按制度行使权利，把权利关进制度的笼子里，任何时候都不搞特权、不以权谋私，要“情为民所系、权为民所用、利为民所谋”。握权者，首先得搞清楚权利是谁赋予的，而不是握权者自主产生的；为官行政，权乃民所赋，执政为民、用权为民责无旁贷。握权者，真正用权服务于人民，解决人民的实际苦难，了解群众的实际需求，才能用好权。以权谋私、滥用职权，“门难进、脸难看，话难听”，不顾人民和集体利益，就会完全走向老百姓的反面，造成人心向背，必将受到法律的制裁和人民的

唾弃。在企业单位中，无论某个岗位职权范围内，都应该充分用权、谨慎用权、严以用权。授权者多是上层领导，之所以授权，授权大小，更多地是出于对岗位所在人的认可与信任。充分用权，把应有的职权发挥好，可以更好地发挥工作效率；谨慎用权，严以用权，则关系到工作项目成败，甚至于影响整个企业的走向轨迹。

严以律己，就是要求心存敬畏，慎独慎微，勤于自省，遵守党纪国法，做到为政清廉。无论何时何地，都要心存敬畏、慎言慎行、时刻自省、用党纪法规要求自己，用伦理道德约束自己；见贤而思齐之、见不贤而自内省之；时刻牢记法律底线、“八荣八耻”，时刻注意自身言行举止，杜绝不检点的生活作风、懒散的工作作风；严格要求自己，遵纪守法，正气堂堂，树立良好的自身形象和群众形象。正所谓：其身正，不令则行；其身不正，虽令不从。无法以严格的规矩、严谨的态度要求自己，何以严格要求他人？要杜绝吊儿郎当、慵懒的工作风气，努力积极向上；要严格律己，推崇正能量，树立正风气，对工作和企业起到积极的影响。

谋事要实，就是要求从实际出发谋划事业和工作，使点子、政策、方案符合实际情况、符合客观规律、符合科学精神，不好高骛远，不脱离实际。要实事求是，坚持“实践是检验真理的唯一标准”，尊重客观规律，考察实际情况，杜绝一切形式主义，杜绝花架子、假把式，坚持实做实干，实干出真知。

创业要实，就是要求脚踏实地、真抓实干，敢于担当责任，勇于直面矛盾，善于解决问题，努力创造经得起实践、人民、历史检验的实绩。在工作中，唯有实干，才能成功。马云说：一流的主意和三流的执行力，以及三流的主意和一流的执行力，宁可选择后者；史玉柱也曾说：“在工作中，汇报工作业绩时，必须有据可循；在计划工作目标时，可以把目标缩小一些，但是一旦做出承诺，就必须能达到”。优秀的企业家用经验告诉我们，工作必须实实在在，踏踏实实。无论是多么创新的方案、多么出类拔萃的方案，如果不执行，那也只是在口头上和纸面上下功夫。要保质保量、不折不扣地执行，切切实实落实到实处。

做人要实，就是要求对党、对组织、对人民、对同志忠诚老实，做老实人、说老实话、干老实事，襟怀坦白，公道正派。古往今来，师长都教育做人要老老实实，要做老实人、说老实话、干老实事，坦坦荡荡做人、清清白白做人，不浮夸、不懒散。不说话不要紧，说了就必须是真话。做人会犯许许多多的错误，其中，说谎是最为严重的错误。为人要忠厚老实，我们要对企业忠诚老实，对国家敬畏老实；不弄虚作假、不急功近利、不走歪门邪道；扎扎实实办实事，踏踏实实工作，只

有实在，才能长久。

“三严三实”是在一个大时代背景下提出的，对人民群众、党员干部等都有极大的深远意义。在生活中、工作中，我们都应该以“严”字当头，以“实”字落地，严严实实工作，兢兢业业，实实在在，永当实在人；做到心中有党、心中有法、心中有戒，踏踏实实做好一切工作、实实在在生活好每一天，把“三严三实”作为修身之本、工作之道、成事之要。☺

梦回故乡

■ 黄昭明/特发地产公司

夜色降临，漫天星光，刚从车站走出来，就接到一通发小的电话，一年也未曾说过几次的家乡方言，像机关枪似的往外喷着，竟是快意莫名！挂了电话，望着夜幕里镶着的圆圆的月亮，一如家乡玉盘似的月！又是一年中秋赏月时。小时候就知道“人是故乡亲，月是故乡明”这句话，可是真真正正对之有体会，却是在而立之年。

多年以来，我打点行囊，行色匆匆地去了很多很多地方，也曾流连于奇峰异景的各个风景名胜，也曾赞叹过风味迥异的各地特色小吃，也曾仰慕过众多文化胜地历史的悠久。然而，这些都比不上一个始终令我魂牵梦绕的地方，那便是养育我的故乡。

故乡是我们这些天涯游子深深的根。有位著名作家曾写下这么一段话：“远离了故乡，游子才明白，原来，故乡的鸡啼、犬吠、蛙叫、蝉鸣都是歌。远离了故乡，游子才明白，原来，故乡的一山一石、一草一木、一人一物皆是情。远离了故乡，游子才明白，原来，母亲的唠叨里全是温暖的情愫，父亲的沉默里尽是无声的挚爱。远离了故乡，游子才明白，原来，不管故乡是高楼林立，还是一马平川，故乡永远是自己心中最美的原风景。远离了故乡，游子才明白，原来，哪怕全世界把自己抛弃，故乡依然会以一种等待的姿态盼望自己的归来。”

故乡是一幅千年不褪色的山水画！

清晨，公鸡的鸣叫打破了故乡的宁静，天空中飘散着一层淡淡的晨雾，夹杂着缕缕袅袅炊烟；孩子们夹带着语文课本，骑坐在宽厚的水牛背上，唱着只有家乡才有的童谣，到水草茂盛的地方去放牛，想起来，竟有些三国时期水镜先生书童的味道。

傍晚，红彤彤的火烧云映红了家乡，晚霞照亮了农忙人归家的路。故乡的夜，很寂静，静得可以听见虫儿的鸣叫声。故乡的夜晚非常美丽，夜空中悬挂着一轮圆月，皎洁的月光撒在屋顶的房瓦上，好像是童话故事里神仙居住的月光城堡，泛着圣洁的光辉，让这美丽的村庄闪着安静祥和的银白月光。

故乡是游子永远的避风港，远在外地他乡，有时候累了，倦了，病了，挫折了，脑海里只有一个念头：回到家乡，倦在家乡自己小屋里，吃几筷子自家地里种的蔬菜，吃两口母亲亲手做的饭菜，任他外面大风大浪，风雨飘摇，我自心神俱宁，怡然自得。那就是故乡的力量吧！

梦赏故乡月，梦回故乡！☺





吴哥的微笑

黄圳熙特发地产公司

“去吴哥
面朝一处佛的微笑
安放现世里
你无法倾诉的秘密
找回美好的自己”
——题记（摘自蒋勋《吴哥之美》）

那么的安静，那么的黑暗与深邃，承载了千年历史的石路让我恐慌，不敢俯下身去拍它；我怕五米开外的佛像突然幻化成活物，那会让我失声尖叫；我渴望有人经过，借给我一点勇气；我终究蹲下了身，那一扇门仿佛成了天堂的入口；而这条路仿佛走了千年。

假期，约上三五知己，来一场说走就走的旅行，而这一次的目的地是柬埔寨。我们看惯了图片中吴哥窟的神秘、鬼魅，那一束束光怪陆离的光线，将对它的期许刻画在了印象之中。来时，我们却遇见吴哥即使是雨季也鲜有的连绵阴雨天。这不是三月的小雨，催生万物，这是八月，阴霾沉重，给我们的路途带来了许多不便。

在路上听导游说吴哥窟是一个法国人发现的，1586年，方济各会修士和旅行家安东尼奥·达·马格达连那游历吴哥，并向葡萄牙历史学家蒂欧格·都·科托报告其游历吴哥的见闻：“城为方形，有四门有护城河环绕……建筑之独特无以伦比，其超绝非凡，笔墨难以形容”。但达·马格达连那的报告，被世人目为天外奇谈，一笑置之。1861年1月，法国生物学家亨利·穆奥为寻找热带动物，无意中在原始森林中发现宏伟惊人的古庙遗迹，并著书《暹罗柬埔寨老挝诸王国旅行记》，大肆渲染，他说“此地庙宇之宏伟，远胜古希腊、罗马遗留给我们的一切，走出森森吴哥庙宇，重返人间，刹那间犹如从灿烂的文明堕入蛮荒”，这才使世人对吴哥刮目相看。

而我们这次旅行的目的，就是跟随那名法国人的脚步，领略一下这失落王国的魅力。

我们应该都听过一个段子：“上车睡觉，下车撒尿，一问啥都不知道”。其实这一次，跟团也让我倍感无聊与无奈，很多景点，我们只是匆匆忙忙走过，到了最后，我直接坐在巴士上睡觉。幸好，倒数第二日在小吴哥，我爬到了顶楼，才深刻感受到它的震撼，那是一种无法言表的神秘气息，在这样一个阴雨绵绵的傍晚，别有一番风味。不知不觉三小时过去了。

这里有蓬勃的日出，万丈霞光从吴哥寺后面缓缓升起，伴随着天空中掠过的飞鸟，生命力在这里得到了最具象的表达；这里有最沉静的落日，太阳慢慢落下地平线，暮霭映照经历千年沧桑的神庙，带走白日的喧嚣，将静谧送还这座古城；这里有最灿烂的绽放，热带植物一如这里的天气，在炙热的阳光下盛放，生命的热烈让人感叹；这里有最苍凉的荒芜，千百年前的辉煌如今只剩下断壁残垣，一堆堆的乱石枯树引人唏嘘感伤；这里有无数的可爱孩童，贫穷的生活使得他们从小缺失受教育的机会，背负起生活的重担，但每一个孩子都有着最清澈的眼神和最灿烂的笑容，直接触动人的心底；这里也有众多的僧人，一个个身披鲜艳袈裟的身影穿梭在饱经沧桑的神庙中，古老的宗教、千年的传承就这样在眼前展现。

这是一个众神居住的地方，清晨的阳光照亮了回廊中数百

米长的浮雕，满墙的天堂地狱、神仙恶魔，引人进入了一个神话的世界。这也是一个每天涌入数万游客的城市，但热带清晨散不开的雾气之间，一切光线变得迷离，让人怀疑这里究竟是人间还是仙境？

在这里，时间变得很慢、变得虚幻。阳光透过窗棂投射到幽暗的走廊，明明暗暗之间，恍恍惚惚已经穿越回千年之前。

在这里，看见兴盛与衰败，看见花开与花落，看见曾经的辉煌和现在的沧桑，忍不住感叹岁月好似镜中花、水中月，说不准、看不清。

如果你心中有无数秘密无处倾吐，就去吴哥窟吧，把秘密埋在树洞里，它会帮你埋藏记忆。

如果你想不出微笑的理由，去吴哥窟吧，因为没有什么理由可以拒绝微笑。

如果你还从未见过蚂蚱和小虫，去吴哥窟吧，那里有自然给人类的万物天籁。

如果你厌倦了雾霾和城市，去吴哥窟吧，那里有新鲜的空气和娇艳的阳光。

如果你还没有感受神秘震撼的历史，去吴哥窟吧，因为这千年的巨作终有一天也会经不起更长岁月的洗刷。

走吧，旅行有时候不需要什么理由。在路上，就是最好的时光……



听雨

■ 祁敏/特力物业布心管理处

一

人生总有一些未料的时刻，遇到极致的景，美到你静静屏息。仿佛时光经由上帝的手洗涤过，呈现生命书卷里，特意为你夹着的那些美好。江南寒冷的夜，于暖被中听雨，便是我人生翻到此夜那一张书签。躺在暖烘烘的被里，好像浮在暖暖的水上，心轻轻地漂浮着，思绪也在温暖中透明。隔着窗帘，看得见天光。冬雨，滴答在屋檐，或缓着偶或又急着，夜静得只有这雨的音符。你微笑地听着，你知道，那是雨的语言，说它自己的故事，你似乎也并不想探知这雨的故事，只觉得一

切都是这样的美。万物都归于它当处的本分便是好，你尽管慢慢享受这夜这静这天赐的安息！

二

故乡隔三荏五地落雨。这个假期，着实让我听了许多场雨，像听不同风格的音乐会。雨大的时候，像听急促的西洋乐；雨小的时候，滴嗒得又如丝弦古乐。人老了，对自然就敏感了吧？越发觉得你是夜唯一的主角，雨声为你而奏，大珠小珠，长句短句，远近交叠，偶然叮一声雨滴落在屋檐，把层次声部都分出来，细细密密。在这样的音乐背景里，你自然是故事的主角，若是电影，这故事也没有什么惊人的情节吧，只烟灰的画面，淡淡地闭目，就已经是多少匆匆流年。

三

不知道为什么，每当我思绪飞走的时候，总是急促的雨声敲着雨棚，把我

唤回来。几次了，总是在这个故乡冬天的雨夜，情不自禁地听雨，仿佛雨硬是要我听它的故事。那首kiss the rain曾被翻译为雨的记忆。我现在真觉得雨是有记忆与生命的。老式的屋子家家有雨棚，雨滴的声音，你能听出故事，急促婉转继续。一夜一夜静静故乡的雨声，翻阅着许多古老的记忆似曾相识。

四

江南的二月有些春寒料峭，这语境不在民国的小说，就在此时的窗外，那时而迎着风急促、时而又缓着性子的雨，在故乡安静的夜，稀稀落落敲打着雨棚……躺在暖暖的被子里，听着这斜风细雨，真是古诗词的意境……忽然想，故乡的美，没有恢宏的预备，只在不经意间，美就飘到你心里头，再飘进骨子里……

铸剑

■ 余丽歌/特力物业公司

学会沉淀——每一柄宝剑都要先经熔炉淬炼，后经千锤百炼，再经岁月沧桑，鲜血洗礼，方能成就绝世好剑。人生亦如此，只有放缓节奏、静心沉淀、磨砺自身，才能成就自身绝世好剑。

学会坚强——总不能流血就喊痛，怕黑就开灯，想念就联系，疲惫就放空，被孤立就讨好，脆弱就想家。不要被现实蒙蔽了双眼，终究要长大，最漆黑的那段路要自己走完。走在人生的道路上，我们没有理由不坚强。

学会成长——时间用它独有的刻薄方式，令我们渐渐宽宏，明白不管怎样被生活对待，依然要许诺自己明天必有太阳。沉默是成长的标志，而成熟的标志就是如何去沉默。

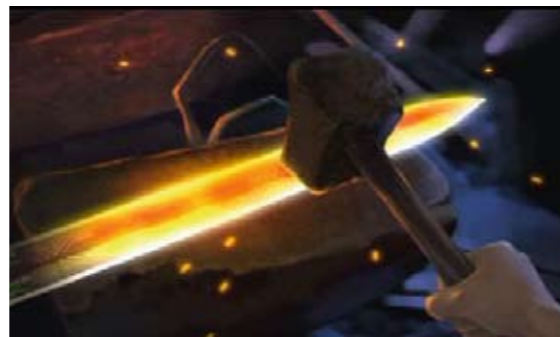
提升知识、修养——不洗澡的人，硬擦香水也不会香的，名声与尊贵，来自真才实学，有德自然香。

坚持本心——有人说你善良，有人说你邪恶。别在意别人怎么说，善恶有因果去判断。

收获源自付出——你羡慕别人的收入，却不知别人日日夜夜的艰辛；你羡慕别人说走就走的自由，却不知道别人为这份自由付出了多大的代价；你羡慕别人不用上班，还能活得精彩，却不知道这背后多少日日夜夜一个人在流泪。所以无论财富、事业、爱情，都不必羡慕

别人。生活不在别处，在你自己。想要得到就得要付出。

潜心修炼的人将来定会飞得更高，先开的花始终会先凋谢。多花点时间，多用点心，剑总会磨得更好。给自己一个梦想，给自己一个承诺，给自己一个坚持，让自己坚定地走下去。未来由我们自己创造。



回望生命

■ 庞春扬/特发华日汽车公司

行走在光明与光阴的间隙中
生命犹如篱笆墙上的牵牛花
虽纤细，但却枝繁叶茂
穿梭在人流与车流的繁华
生命犹如山涧上的水滴
虽渺小，但却水滴石穿

虔诚守候，精心雕琢
怀揣梦想
踌躇徘徊
时间的洪流
绵延不绝
潮起潮落

伫立在人生的回音壁前
我听到了自己最强劲的呐喊
不要让岁月消磨了那份热爱
不要让倦怠苍老了那份执着
根植在心中的勇敢
终于喷薄而出

夕阳西下，背影稀疏
斑驳脚印串起生命的轨迹
想把这段轨迹写成一本书
有着平平仄仄的韵律
有着起伏跌宕的情节
生命的意义很难参透

人生之书封面仿佛秋色一页
每一穗稻谷都饱含
金灿灿的收获时光
故乡的黄昏
袅袅的炊烟
镌刻在心里那最柔软的一处



01

特发信息喜获4项专利等3则

近日，特发信息喜获国家知识产权局颁发的4项实用新型专利证书，分别为“一种光电混合缆的电源线分支器”、“一种大芯数散纤式中心管式光缆”、“一种光电混合光缆”和“一种多层光纤带”专利。专利的增多为特发信息今后的发展积蓄了前进的动力，对提升特发信息知识产权水平，特别是科研水平具有积极作用。



另：近日，特发信息OPPC断点快速修复技术在海南电网“板感线”成功运行。该技术在国内尚属首次应用，实现了国内首条OPPC光缆快速修复。OPPC断点快速修复技术的成功应用，不但可降低项目改造的费用，缩短施工时间及成本，而且为应急抢修、故障检修提供了一套可以借鉴的技术方案及思路。

再：8月31日至9月2日，特发信息受邀参加第17届中国国际光电博览会光通信技术和发展论坛。论坛上三大运营商研究院专家针对“光纤化改造与应用、面向固移融合的PON新技术发展、下一代接入网和家庭网络的关键技术发展”等做了专题报告；



华为、中兴带来了“千兆超宽发展趋势及接入网架构演进、SDN在光传送网的实践报告”；上海贝尔、烽火、康宁带来了“400G传送技术、下一代大容量通信光纤光缆技术、云及数据中心光网络中的光纤技术”等行业报告。通过本次论坛，特发信息了解了市场前沿技术，收集了行业最新资讯，给特发信息研发工作带来了新思路，对保持特发信息在行业内的技术创新优势起到了积极推动作用。

(吴舒敏、何文栋、王传琦/特发信息公司)

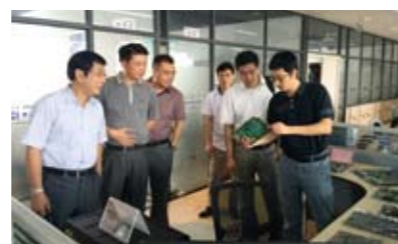
02

集团俞磊副总经理到特发信息光通信产业园调研等4则

9月18日，特发集团俞磊副总经理、企业一部李正祥，在特发信息刘阳副总经理、技术中心主任伍历文陪同下，到特发信息光通信产业园调研，参观“特发信息质量监督检验中心”及“智能电网在线监测系统”试验平台，听取特发信息今年以来技



术创新工作的汇报。俞磊副总经理充分肯定特发信息在技术创新工作方面的成果，要求特发信息做好技术创新“十三五”规划，把握好技术产品的市场定位，努力开展基础性、前瞻性的研究。同时，建议特发信息多组织技术创新项目交流和沟通，整合各经营单位的资源、技术和人才优势，创建良好的技术创新氛围。



另：8月11日、13日，特发信息总经理蒋勤俭率公司经营班子成员及相关职能部门负责人分别赴深圳东志龙岗生产基地和成都傅立叶调研，参观成都傅立叶、深圳东志生产一线，对两家公司的产品、生产及技术进行了解，听取两家公司基本情况介绍、上半年经营情况汇报，就相关重点工作与深圳东志、成都傅立叶管理层进行交流座谈，并对两家公司海外市场开拓、智能化生产、信息化建设、生产效率提升、优化组织结构、长效激励机制建设、技术研发和文化思考等主要工作提出建议和要求。针对两家公司的发展，特发信息将在经营管理和资源配置各方面都将全力支持，希望深圳东志、成都傅立叶加强与特发信息各方面的沟通交流，在顺利完成自身经营发展目标的基础上，推动与特发信息的融合。

再：8月21日，特发信息技术中心组织光缆事业部、电力光缆事业部等相关技术人员一行8人到深圳大学

光纤传感器实验室进行参观、产学研交流，了解深大光纤测温仪、光子晶体光纤荧光温度传感器、光子晶体模间干涉式温度传感器、基于匹配法的光纤光栅解调系统等方面的研发成果。深大教授现场展示了最新研发的光纤周界安防产品及FDR系列防区型光纤光缆振动报警系统，该振动报警系统是针对于小区、别墅、政府机关、机场、核电站、变电站及体育馆等开发的一种低成本振动报警系统，可有效防止入侵、检测建筑物结构健康。本次产学研交流进一步深化了特发信息与深圳大学的合作关系，同时双方还确定合作框架模式、合作的项目内容，相互取长补短，实现共赢，能够更有效地提高公司的研发实力。

又：8月14日，特发信息应国网福建莆田供电公司邀请前往进行技术交流。交流会上，特发信息技术人员现场介绍了公司的ADSS和OPGW光缆产品，并采用案例教学的讲授方式，分别从光纤光缆分类及特性、光缆施工和现场维护、光缆金具分类及安装等方面进行了详细的讲解。案例通俗易懂，贴近实际，受到了在场学员和领导的肯定。本次交流进一步深化了双方合作。

(何文栋、张虽、徐常志、刘彬/特发信息公司)

03

波兰电网公司专家到特发信息参观考察等4则

9月15日，波兰电网公司专家到



特发信息光通信产业园参观考察，与特发信息相关技术人员进行现场交流，并观看特发信息发展历程视频，对特发信息的规模和生产能力、装备水平、质量管理等各方面给予高度的评价。波兰被誉为通往欧洲的门户，是中东欧最大的经济体，本次参观考察让客户对特发信息有了深入的了解，为以后进一步开拓欧洲市场奠定了基础。

另：9月9号下午，杜邦公司资深科学家、高模量芳纶纱发明者Chit一行3人来到特发信息光通信产业园进行技术交流。电力光缆事业部技术人员首先向客人介绍了特发信息的产品及应用，并展示了含有杜邦公司芳纶纱的光缆样品。随后，Chit详细介绍了芳纶纱在光缆设计中的应用及需要注意的问题，双方就芳纶纱在光缆生产中的模量、强度等技术问题进行深入探讨。最后，电力光缆事业部技术人员根据中国市场特性，向杜邦公司提出建议，希望杜邦公司能研制出更符合中国国情和市场需求的芳纶纱，提高ADSS光缆产品的性能。



再：8月26日，广东省佛开高速公路有限公司一行到特发信息参观交流，实地参观公司生产车间和检测中心。交流会议中，特发信息相关技术人员根据佛开高速在日常光缆使用和维护、光纤指标性能等方面提出的问题做了针对性解答，佛开高速公司对特发信息产品给予高度的评价。

又：9月16日，深圳市深水龙岗水务集团有限公司一行5人到特发信息参观交流。特发信息刘阳副总经理介绍了公司信息化的建设历程、发展规划及两化融合工作取得进展。会后双方参观了特发信息机房，并对机房建设交流了经验。来宾一行对特发信息提供本次交流的机会表示感谢，希望未来双方在信息化建设方面有进一步交流与学习的机会。

(刘秀丽、罗晓、吴育才、许静波/特发信息公司)

04

特发信息召开技术创新计划2015年度中期会议等4则

8月28日，特发信息召开技术创新计划2015年度中期会议，公司总经理蒋勤俭、技术中心和各经营单位分管生产研发相关技术管理层17人参会。



参会代表汇报了各经营单位上半年技术创新完成情况及年底完成情况预测，提出了特发信息2016年度的技术发展方向。会议对各经营单位取得的技术创新成果进行了肯定，并从支撑经营的角度对技术创新提出了四点要求。一是大力依托国家级企业技术中心的综合平台开展技术创新工作，二是加大推进科技成果的产业化力度，三是重点科技成果快速转化为市场竞争力，四是以技术创新助力公司经济效益的提升。会议促进了特发信息技术体系的技术互通，为优势技术结合形成产品整体解决方案提供了基础。下阶段技术创新工作将围绕“十三五战略规划”，细化技术创新发展规划，着力在技术研发层面为公司构建“2+1”产业发展体系，实现短、中、长期产业发展目标提供助力。

另：8月21日下午，特发信息召开2015年上半年安全生产总结会议，各经营单位汇报了上半年安全生产指标完成情况，介绍了各单位在教育培训、风险控制、应急演练、安全隐患整改、工伤事故、安全生产责任制等方面的落实情况。公司安全主任对特发信息2015年上半年安全工作情况作了总结。刘阳副总经理对下半年安全生产工作提出要求：一是加强职业健康监控管理，注意劳逸结合，保障员工身体健康；二是加强自查自纠，进一步抓好隐患问题的排查治理工作；



三是重点检验车间消防设施、各种防护装置的有效性；四是加强安全生产档案管理工作，做好各类安全工作档案记录，使安全生产档案管理趋于规范化、规范化，进一步提高安全生产管理工作水平。

再：9月1日下午，特发信息邀请北京邮电大学李春生教授在东莞光通信产业园开展工业4.0——《中国制造2015》知识培训，60余名特发信息骨干员工参训。李春生教授介绍了工业4.0的起源、发展、作用、意义等，对工业4.0的巨大影响做了分析，并从环境、需求、国家规划等方面，对光纤光缆行业在工业4.0中所处的形势进行了客观判断。培训有助于员工深入了解行业发展趋势，对特发信息转型智能制造，推进“两化融合”具有重要意义。

又：8月13日下午，特发信息邀请东莞市寮步医院高血压专家到光通信产业园开展主题为“战胜高血压，生活更美好”的专题健康知识讲座。讲座提高了员工对高血压病的认识，



使大家了解高血压病的危害性，对早期预防、及时治疗有极其重要的意义，体现了特发信息以人为本，关爱员工，关注员工健康的理念，让员工真实感受到了公司的关怀。

(王传琦、陈明刚、谢科立、王平/特发信息公司)

05

深圳仁孚特力展厅升级改造完成，为客户提供更舒适购车环境等2则

为给客户提供更优质的服务体验，深圳仁孚特力历时4个多月对展厅进行了升级改造，新车展厅总体上以简约、明快的规划思路，对用户在展厅中的行走路线进行了全新的规划，增加了客户的休息、体验区、洽谈室，为客户提供更舒适的购车环境。售后展厅，在内部功能设计上，更体现以客户为先的贴心服务理念。二楼中央开放式的休息区，还设有上网休息区、按摩区、影视区、儿童游乐区等，功能各异的休息区满足了客户的个性需求，同时又各自独立互不干扰。展厅全面升级，不仅仅从硬件上给客户带来全新的感受，更重要的是将给客户带来全“心”的服务和关怀。



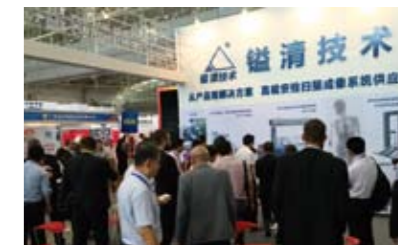
另：8月22日，深圳仁孚特力于深圳金光华广场举办全新 smart上市发布会，现场人气爆棚。全新smart拥有1.0排量的发动机，2.69米车长，3明治车身，4.4升的百公里油耗，52千瓦发动机，6速双离合变速器，不足7米的转弯直径，8面互联应用功能，9色车身，10分安全。活动现场游戏闯关，精美小点，微信抢红包，为竞猜smart价格中奖者颁发Apple Watch大奖，精彩纷呈。

(闫珍、肖珍/仁孚特力)

06

特发黎明公开选拔下属企业副总经理等2则

因人员退休和业务需要，黎明下属企业汇元公司、镒清公司和睿华公司各需要聘用一名副总经理，从2015年5月起，公司根据公司章程并参照特发集团全资控股企业领导人员选拔任用管理办法进行。其中，汇元公司采取组织选拔方式，经过了候选人提名审议、组织考察、述职打分，和领导班子表决程序，整个过程中，汇元公司干部群众积极参与，内部选拔干部的做法符合企业实际情况，更鼓舞了员工士气。镒清和睿华公司采取市场化选聘方式，选择猎头寻聘方案。



展位参观并详细了解公司产品。许多对公司的安全扫描产品感兴趣的观展及参展人员来到展位观摩，并与参展人员互相交流。“亚欧安博会”前身为新疆警用技术装备与社会公共安全产品博览会，已连续成功举办了10届，由新疆维吾尔自治区党委政法委（综治办）、新疆维吾尔自治区公安厅、乌鲁木齐市人民政府、乌鲁木齐市公安局、乌鲁木齐市人民政府（粮食局）、全球安防产业联盟共同支持，并由新疆安全技术防范行业协会、深圳市安全防范行业协会、新疆国际会展中心共同主办。在广大安防企业的关心和积极参与下，亚欧安博会受到了国际、国内同行广泛关注。

另：9月2日，黎明镒清公司成功通过ISO9001：2008、ISO14001：2004、GB/T28001-2011的三合一监督审核。随着外审的圆满成功，公司也在期间重新理顺了管理模式，实现了组织架构合理化、质量目标绩效化，将质量目标定在开箱合格率达99%以上，顾客满意度达99%以上。ISO9001服务质量体系认证是国际公认权威——国际标准化组织制定的服务质量保证模式。黎明镒清通过这一国际化标准的导入，实现了详细科学的文档化管理，制定了明确具体的质量标准和研发生产流程，从而确立了规范化的管理体系。

(彭曦、王院/特发黎明镒清公司)

07

特发黎明镒清参加第二届新疆亚欧安防博览会等2则

8月27日至29日，特发黎明镒清公司参加于新疆乌鲁木齐举办的第二届亚欧安防博览会，公司人体扫描设备和免下车通道式汽车检查系统受到了许多展商和观展人员的热烈关注与咨询。乌鲁木齐市长宋亚君、深安协会会长杨金才等领导嘉宾到镒清公司

08

特发小梅沙海洋世界中秋国庆期间举办三项主题活动促销等2则

特发小梅沙海洋世界中秋、国庆期间举办三项主题活动促销：一、灯谜相会，人月两圆。9月26日至27日，入住小梅沙大酒店游客凭房卡每个房间均有两次机会参与现场灯谜答题活动，猜对灯谜的游客均可以获得精美礼品一份，还可在现场进行大抽奖。二、放飞海洋梦，为祖国喝彩。9月18日至30日，在微信线上参与“海洋圆梦礼，礼赞海洋”幸运大闯关游戏，即可获得梦想分值，分享至微信好友关注点赞，由海洋世界筛选并公布可以帮助实现的海洋梦想。10月1日至3日，海洋世界游客凭门票现场盖章可免费参与海洋心愿瓶DIY活动，说出自己的心愿。三、心怀海洋，感恩父母。11月16日至28日，海洋世界年卡会员可通过微信报名参与海洋亲子课堂活动，一共20组家庭名额。11月28日在小梅沙大酒店开课，现场进行DIY手工制作、亲子课堂互动及海洋观影等，通过亲子课堂分享成长经历，学会感恩父母。

另：为使商场各类商品陈列布置更具有创意，生动有趣，向游客更好展示海洋文化特色商品，并提升员工的服务技能和意识，充分发挥员工自己的构思、想象力空间，8月3-5日，海洋世界举办极地馆商场陈列创意比赛活动。参赛者们各显身手，把新思想、新思路融入到陈列中去。此次商

品陈列创意比赛仅是个开始，经营部将会陆续开展各类比赛活动，帮助员工在分享中学习，在快乐中进步，促进销售增长。

(董琼丽、杨玲/特发小梅沙旅游中心)

09

特发小梅沙海洋世界又添新丁等2则

8月3日，小海狮“铁蛋”顺利诞生，这是小梅沙海洋世界人工繁育并存活的第一头海狮。在海狮妈妈玛丽整个孕期，海洋世界工作人员都给予了她最悉心的照料，从确认其妊娠开始，便为玛丽提供“豪华单间”作为产房，在生产前更是24小时守护她。小海狮“铁蛋”在出生的一周左右就开始尝试着下水，现在已满月，身体健壮、皮毛黑亮柔软，一会儿和妈妈在水中嬉戏追逐，一会儿围在岸边打转儿，对什么都好奇，一听到声音就东瞅西看看，还不时调皮地爬上妈妈的背。小海狮的降生不仅为海洋大剧场增添了新的活力，更是开启了我馆人工繁育的新篇章。

另：9月10日上午9：30，海洋世界组织特种设备（逍遥水母、转转杯）应急演练活动，旅游中心分管领导及海洋世界相关部门领导和员工67人配合参演。为确保演练顺利进行，活动前期还召开专题会议明确分工，落实责任，拟定应急预案。海洋世界共有3部游娱设施，其中双层豪华转马属“国检”级，已在6月份进行了专

门演练，这次演练逍遥水母和转转杯虽属“省检”级的游娱项目。演练活动按照《海洋世界特种设备专项应急预案》和《海洋世界事故专项应急预案》的相关要求和步骤，历经一个多小时，顺利完成了逍遥水母、转转杯停电及事故的疏散演习。

(雍峥、陈雪红/特发小梅沙海洋世界)

10

特发和平公寓隆重入伙等2则

羊年初秋，特发和平公寓隆重入伙，喜迎新主人。作为深圳唯一地铁直接入户的商务精装公寓，和平公寓于2014年6月21日在福田区香格里拉大酒店盛大开盘，当天热销8成，全市瞩目。和平公寓依托特发和平里一、二期45万平方米住宅小区，其投资、办公、自住等价值优势显著。特发集团联合精装公司一年多的精心打造，为新业主创造了更完美居住生活的体验。在入伙前期工作中，特发地产根据精装公寓的房屋特点，经过系统调研与梳理，编制实际可行入伙方案。通过和平里一期住宅毛坯入伙的管理模块，以及应急事件的处理要点，进行现场动线布置与演练，将入伙流程进行全方位细化与考量。入伙集中



期由和平里物业管理处负责具体实施工作，在服务人员的热情引领、细致解答、全程陪同下，入伙工作科学高效，现场秩序井然。截止目前，集中入伙共计337户，入伙率达80%，物业管理处将继续完成未入伙业主的入伙手续办理工作。

另：为在项目开发和运营管理过程中获取知识、积累经验，向标杆企业看齐，9月16日，特发地产全体员工开展房地产开发运营管理专题培训，聘请重庆某地产集团公司的CEO王金川老师授课。在整整一天的培训课程中，王老师着重从房地产市场前景分析、房地产企业的组织建设、核心竞争力、目标导向、团队协作、成本管理、营销战略、投资发展、物业管理服务进行全面分析，凭着他多年来在知名房地产企业的管理经验，结合龙湖、中海、万科在房地产管理运营模式、知识管理、市场营销、产品精细化与成本管理的实例，深入浅出分析，让在座的50多位学员深受启发。课程结束后，开展互动，王老师接受学员的提问，现场解答疑难问题。开展全员培训，提高员工专业素质是特发地产人力资源管理的一项重要任务，本次培训是地产公司自建立全员培训体系以来的规模较大、具有针对性的一次培训活动，类似的培训活动以后还将继续开展。

(石健敏、黄胜鹏/特发地产公司)



11

特发物业成功中标武汉东湖高新区人力资源中心政务外包项目等3则

8月17日，武汉传来捷报，特发物业公司成功中标“武汉东湖新技术开发区人力资源中心购买公共服务政府采购项目”。这是继今年5月份公司中标武汉东湖新区政务服务中心政府公共服务外包项目以来再次承接政府公共服务外包业务。武汉东湖新区人力资源中心购买公共服务政府采购项目服务范围包括：党务综合服务及帮办服务、统战工作，提供劳务输出服务及管理。武汉东湖新区跳出制度的束缚，敢于创新。通过社会化、市场化模式，首先是“政务服务”外包，现在尝试“党务服务”，在国内外均属首例。特发物业公司成功中标，成为承担“劳务输出服务”模式的合作伙伴。政务服务不同于传统的物业管理服务，对人员的综合素质要求相对较高，特别是“党务服务”，代表党的服务形象，对我们也提出了更高的要求。

另：金秋8月，特发物业再传市场拓展喜讯，中标国网浙江省电力科学研究院本部物业服务项目。电科院本部物业服务项目是世界五百强企业国



家电网公司浙江省电力公司直属大型试验研究机构和重要技术参谋部门，管理面积45013平方米，我司负责安全、环境、工程、会务接待等一体化物业服务。2014年初，我司通过公开招标成功中标并进驻此项目，服务一年半以来，特发物业以优质的服务赢得了客户的肯定和赞许。6月底，物业服务合同即将到期，客户通过网上公开招标的形式开展，应标企业众多，竞争压力颇大。本次中标合同期为18个月。新合同在保持原管理面积不变的情况下，费用收入争取到比原合同增长70%以上。同时，此项目的再次中标印证了我司良好的物业服务口碑，保持了杭州分公司高端客户群发展方向，提高了抗风险能力和市场竞争力。

再：8月27日，经过与特力吉盟友好磋商，特发物业凭借在行业中的品牌实力与声誉，成功签约水贝金座大厦，为未来双方合作奠定了坚实基础。特发物业将为特力-吉盟黄金首饰产业园量身打造“微笑关怀”服务体系、“主动式”高效服务体系、“零干扰”细节服务体系、“菜单式”商务增值体系、“资产管理”增值体系等五大专业服务体系

(贺岳华、严晓铭、陈绍龙/特发物业管理公司)

☐ 公积金购房首付降至两成

8月31日，住建部、财政部与央行发布通知，调整住房公积金个人住房贷款购房最低首付款比例，拥有1套住房并已结清购房贷款的公积金最低首付款比例降至20%，自2015年9月1日起执行。北京、上海、广州、深圳可在国家统一政策基础上，结合本地实际，自主决定申请住房公积金委托贷款购买第二套住房的最低首付款比例。

☐ 外资购房套数不受限

8月31日，住建部等六部委联合出台《关于规范房地产市场外资准入和管理的意见》，放宽外资投资房地产和购房的限制。业内人士认为，新规对房地产市场影响有限，但会增强购房者的信心，新政的目的主要是增加外资投入房地产。

☐ 10月1日起深圳调高二手房评估价

9月9日，深圳市房地产评估发展中心网站提示，根据房地产市场变化情况，于10月1日起对房产评估价格进行例行更新。房地产税费构成主要包括契税、营业税及附加、个人所得税，评估价提高，营业税影响比较大。但3.30政策后，二手房营业税免征年限已从5年改成2年，所以涉及到的房产也比较少。

☐ 六部委推出新产业用地新政

国土资源部联合发改委、科技部、工信部、住建部、商务部等国务院六部委联合发布土地使用新政，保障以《中国制造2025》、“互联网+”等为代表的新产业用地需求。六部委称，土地供应鼓励以租赁方式或先租后让、租让结合方式，并将建立共同监管机制。根据《关于支持新产业新业态发展促进大众创业万众创新用地的意见》，对于新产业的供地原则是优先安排用地供应。对新产业发展快、用地集约且需求大的地区，可适度增加年度新增建设用地指标。

☐ 前海出让一宗商业用地，起价近10亿元

前海9月22日挂牌公开出让一宗土地面积8000多平方米、地上建筑面积7万平方米的商业用地，宗地号T102-0257，土地使用年期40年，出让起始价98101万元，即楼面起始价约为14014元/平方米。竞拍者须是在前海注册成立从事信息技术和业务流程外包服务、互联网及通信系统设备开发等经营业务的外商投资企业。

☐ 深圳地铁7号线10月底全线轨通

深圳地铁7号线以南山西丽湖站为起点，终于罗湖区太安站，单线全长约93.2公里，设车站28座，全部为地下站。截至目前，7号线铺轨施工已完成59.7公里，完成度约65%，预计在今年十月底即可实现全线轨通。7号线安托山停车场也即将完工，届时可同时容纳40列地铁。

☐ 9月深圳出让三宗商地

深圳市土地房产交易中心发布土地出让公告称，以挂牌方式公开出让宝安中心区

A002-0052宗地的使用权，用途为商业用地，面积6641.2平方米，建筑面积92975平方米，起始价16.93亿元。挂牌期自9月29日起至10月15日15时止。此外，9月份深圳有三宗商业用地入市交易，总起始价超130亿元，分别位于宝安中心区、前海深港现代服务业合作区和龙华新区。

☐ 国家统计局：70大中城市新房价格同比首现正增长

国家统计局公布的“2015年8月70个大中城市住宅销售价格变动情况”显示，与上月相比，70城新建商品住宅价格有一半的城市实现环比上涨；同比综合平均价格自2014年9月以来首次实现正增长。业内人士认为，虽然全国房地产市场迎来多重利好，但市场将进一步分化，房价领涨城市仍将主要集中于一二线城市，大多三四线城市房价上涨仍乏力。

☐ 去年全国森林旅游游客量达9.1亿人次

从国家林业局“2015中国森林旅游节”发布会上获悉，2014年，全国森林旅游游客量达9.1亿人次，同比增长19.7%；创造社会综合产值6500亿元。截至目前，全国各类、各级森林旅游地数量已超过8500处，其中各级森林公园3101处、林业系统自然保护区2189处、湿地公园979处。

☐ 9·3”小长假红色旅游走俏，高铁票一票难求

“阅兵”引发社会各界强烈反响，各地纷纷举办形式多样的“纪念活动”，铭记抗战历史，弘扬英雄铸造的抗战精神。小长假期间，红色旅游升温明显，广大游客走进红色旅游景区，通过红色旅游纪念抗日战争胜利70周年，各大旅行社和相关景区预订人数均明显增长。

☐ 中国旅游景区协会发倡议：5A、4A级景区带头不涨价

针对当前我国部分景区门票价格上涨过快问题，中国旅游景区协会发出倡议，号召5A、4A级景区带头不涨价。国家旅游局负责人也表示，不赞成景区票价涨得过快。倡议书具体内容包括，全国各类旅游景区要共同抑制景区门票过快过高上涨，5A级、4A级景区要带头不上涨门票价格。希望价格管理、景区监管等部门加强监视，各会员单位、景区企事业单位要通过挖掘潜力、改善管理服务、加快转型升级，促进景区提质增效，为广大游客创造价格合理、服务优良的旅游消费环境。

☐ 全国首家老战士纪念馆在深揭牌成立，馆藏1万余件文物

8月30日，全国首家老战士纪念馆在深圳正式揭牌成立。抗战老兵、青少年、社会爱心人士及广东公安边防总队机动支队官兵共计500多人参加揭牌仪式。据介绍，该馆被中国人民抗日战争纪念馆选为南方区域巡展基地，馆藏以普通战士的传奇经历诠释中国革命重大历史事件为主题，藏有全国各地老战士捐赠文物1万余件。

中美地方旅游政策交流会在洛杉矶举办

洛杉矶当地时间9月10日，第九届中美省州旅游委主任、局长合作发展对话会议举办期间，中美地方旅游政策交流会在洛杉矶举办。中国国家旅游局局长李金早出席会议。交流会期间，美国代表分别介绍了美国推广局、加利福尼亚旅游局、洛杉矶旅游局的市場推广情况以及未来的拓展计划。上海市旅游局副局长吴建国分享了上海市旅游局开发会奖旅游及其目的地形象传播的做法和体会，湖北省旅游局副局长周正素介绍了以旅游促进湖北对美开放交流的政策和经验。

马来西亚10月1日起将对中国团体游旅客暂时免签

马来西亚总理纳吉布9月14日在行政首都布特拉加亚说，作为促进本国经济的系列措施之一，马来西亚今年10月1日至明年3月31日将对来自中国的团体游旅客实行免签。为了使游客更方便地拿到签证，马来西亚将向来自主要客源国的游客引进电子签证。

2015中国旅游产业博览会开幕

“2015中国旅游产业博览会”于9月18日至21日在天津梅江会展中心举办。由国家旅游局和天津市政府共同主办，联合国世界旅游组织特别支持的中国旅游产业博览会已在天津连续成功举办了六届。本届中国旅游产业博览会将秉承“旅游产业的盛会、合作共赢的舞台”的宗旨，围绕促进和发展旅游生产力，大力推动旅游与相关产业的融合，推动旅游装备制造业的创新与发展。



阳刚、正道、有为、担当

在改革开放30余年的洗礼中，特发集团经历了高速发展、调整前行、收缩做实三个主要阶段，现阶段正处于深化改革、转型升级的跨越发展期。置身于激烈的变革和竞争环境中，特发集团坚持市场化、职业化的基本理念，着眼高远，夯实基础，规范治理，创新模

式，优化流程，强化执行，关注效率，讲求效益，上下同欲，合力图强。

“恪尽职守，甘于奉献，做一名心态阳光、走正道、敢担当、有作为的特发人，为特发的事业再谱华章而奋斗”是特发人的誓言！庄重的承诺带着对特发事业的忠诚、责任和担当，化为每一位特发人的具体行动。今日之特发，站在历史的新高度，企业文化健康，基础管理精益，专注深化改革发展，致力于实现企业全方位转型升级。

“全员职业化，成就美好生活”。特发6000名员工带着对深圳这片蓝天热土的挚爱，满怀激情与梦想，励精图治，发愤图强，推动特发事业更紧密地融入深圳现代化、国际化创新型城市的建设之中，再创特发辉煌，为深圳的社会经济发展做出更大的贡献！



