



市国资委领导到我集团 特力公司核查安全生产工作

9月4日，市国资委伍斌副主任、考核分配处负责人蔡晓平和企业二处副处长李余征等，在集团张建民总经理、俞磊副总经理的陪同下，检查了特力集团水贝珠宝产业园的安全生产工作。

伍斌副主任一行首先检查了特力水贝珠宝大厦、水贝金座、兴龙研发大厦等三个施工现场和星光达公司、百泰公司的安全生产工作，并听取特力集团张瑞理董事长的安全工作汇报。最后，伍斌副主任对特力集团的安全工作作了肯定，并对下一步的安全工作提出了具体的要求。

（吴锐楷/集团企业二部副部长）



建设银行深圳市分行行长 刘军一行到访我司

9月6日下午，建设银行深圳市分行行长刘军率建行银行部总经理林俐、投资银行部总经理陈晓春、罗湖支行行长陈坤雄、罗湖滨河支行行长王永军到访我司，就双方进一步合作与集团董事长张俊林、总经理张建民、副总经理李明俊、财务总监栗森进行了交流，计财部相关人员参加了会议。

张俊林董事长首先感谢深圳建行长期以来给予特发集团的大力支持，并结合集团“十二五”规划向刘军行长一行介绍了集团的基本情况、经营状况及未来发展方向。张董事长指出集团将充分发挥资源优势，稳步发展光通信产业、积极开拓高端休闲旅游、特色地产。

同时，希望在小梅沙、香蜜湖以及高尔夫等大项目的规划、开发过程中，能够得到建行全方位、多渠道、综合性的支持和服务。

刘军行长感谢特发集团对深圳建行业务的支持，并对集团未来的发展前景给予很好的评价。刘行长表示建设非常重视与特发集团的合作。建行作为国有大银行，将结合自身的优势，以开放的管理理念对集团开发项目的建设提供多品种、全方位的支持和优质服务。

通过双方友好和谐的交流，相互之间进一步增加了友谊和了解，为未来的合作打下了基础。

（娄红 巫芷莹/集团计划财务部）



张俊林董事长率队考察 上海中信泰富和保利集团项目

8月29、30日，集团张俊林董事长、俞磊副总经理、特发地产丁晓东董事长和集团企业二部李承部长赴沪，考察中信泰富有限公司浦东陆家嘴滨江金融城项目和保利集团上海保利中心项目。

8月29日下午，张俊林董事长与中信泰富有限公司副总裁、中信泰富（中国）投资有限公司董事总经理刘勇及其团队进行了会谈。刘勇总经理详细介绍了中信泰富在国内投资项目的基本情况，重点介绍了公司浦东陆家嘴滨江金融城项目的规划和建设情况：项目地块前身是上海船厂用地，是黄浦江南岸最后一片大型优质土地，占地24.94公顷，建筑面积84.7万平方米。项目由中信泰富和中船集团合作开发建设，包括办公楼、商铺、公寓和酒店，分三期进行，总投资211亿港元。2011年完成首期建设，两座甲级写字楼已分别交付给中国建设银行和中国农业银行的区域总部。二期的文华东方酒店已于今年投入运营，提供362间客房和210间服务式公寓。下一阶段，中信泰富将围绕文化产业和体验式高端商业为核心，打造滨江大型艺术中心、高端商墅步行街和集中商业，并配套建设高端公寓。宾

主双方就项目定位策划、规划实施、商业模式、运营管理及融资渠道等问题展开了热烈交流讨论。随后，集团一行对已落成的甲级写字楼和文华东方酒店进行了实地考察。

8月30日，集团考察组一行对保利集团开发的上海保利广场进行实地考察，听取项目负责人介绍：上海保利广场占地面积2.7公顷，总建筑面积10万平方米，共有5栋单体建筑（4栋高档滨江独栋办公楼和1栋双塔标准甲级写字楼），建筑面积73821.7平方米。滨江独栋办公楼采用大层高空间、呼吸式幕墙、局部跃层和屋顶花园，塔楼办公突出大空间和高层高、可自由分割并有跃层观光会议空间，整个建筑群简洁、明亮，构成统一、向着江水敞开的建筑艺术整体。目前该项目已成为集办公、商业、休憩为一体的浦东新区又一标志性建筑。随后，张俊林董事长与保利集团副总裁、保利置业集团有限公司董事长雪明，就商业地产开发模式、土地开发与文化产业结合、文化地产项目管理等进行了深入交流。

（李承/集团企业二部部长）



张建民总经理带队到地产公司调研指导工作

7月31日下午，集团总经理张建民、监事会主席杨培业、副总经理俞磊等领导一行到特发地产公司调研。地产公司领导班子成员和相关部室负责人参加调研会。

地产公司董事长丁晓东欢迎集团领导莅临指导，总经理陈宝杰汇报了公司今年以来的经营管理情况及各项进展。龙华和平里项目、岳阳鹏瑞珑庭项目销售良好，均超预期，监理公司、天鹅公司及保淳项目稳步推进。集团领导在听取汇报的过程中不时询问，并与地产公司领导针对具体问题进行了深入的沟通。

在听取汇报后，集团领导对地产公司工作做出了指示与期望。俞磊副总经理首先讲到，地产公司面对和平里项目这个艰巨的挑战，迎难而上，取得了优异的成绩，充分说明了地产公司为之付出的艰辛和心血。接下来地产公司还要在法人治理结构、管理体系建设、地产业务模块化管理等方面尽快整合、完善，提升市场竞争力。

杨培业主席讲到，此次来地产公司调研，感受到地产公司是一支团结精干、专业性强、思路清晰的战斗队伍，集团寄予期望，希望地产公司再接再厉，再创佳绩。和平里Ⅱ期已经进入实质开工建设阶段，在任务重、时间紧的情况下，更要用心做好施工现场管理及安全管理，确保科学合理施工，防患于未然。杨主席本人具有多年从事建筑工程管理经验，他表示，如果地产公司有这方面的问题随时可以寻求帮助。

最后，集团张建民总经理讲话：地产公司在不断学

习、摸索、成长中逐渐成熟和强壮起来，是一支能干事、干成事的队伍，在丁董事长及领导班子的带领下，项目开发能力强，和平里Ⅰ期项目及岳阳项目所取得的成绩就是地产公司能力的极好体现，集团对地产公司给予肯定并对未来发展寄予厚望。他要求地产公司在接下来的工作中做到：一是务必确保完成今年任务指标。在科学可行的前提下，保证安全施工，保证工期进度，保证工程质量。二是尽快对2014年预算指标进行筹划，拟定切实可行的经营计划。三是在今年底前须对“十三五”战略规划进行研究，制定方向。对已有项目资源要挖掘与安排开发，同时寻找新的土地开发资源，早做准备，不要被动等待和观望。四是加强内部管理，根据集团要求，通过发挥三大管理措施，即：风控管理、全面预算管理及对标管理，建设适应地产公司可持续性发展的企业管控体系。在用人方面要大胆尝试，引进人才。税务筹划方案制定要抓紧落实。五是地产公司要通过和平里Ⅰ期、岳阳项目的开发，总结经验，整理大事记，将房地产项目开发链条上的每个管理环节进行梳理，构建有复制意义的管理模块，形成企业优势。

地产公司领导班子表示，感谢集团领导对地产公司的支持与关爱，在集团的带领下，我们有信心、有决心攻坚克难，尽全力完成集团交给的经营任务指标，不辜负集团领导的期望与信任。◆

（张玥/本刊通讯员（特发地产办公室主任））

为深圳市容环境提升工程施工带了个好头

——华丽公司工程项目荣获深圳市装饰行业协会“金鹏奖”

集团参股企业华丽装修家私企业公司承建的“南山大道街景综合整治工程Ⅲ标段”喜获2012年度深圳装饰工程金鹏奖（公装类）。2013年8月，深圳市装饰行业协会授予华丽公司“深圳市装饰工程金鹏奖”奖杯和证书，这是华丽公司继2002年以来第五次荣获“深圳市装饰工程金鹏奖”。该奖是我市优质装饰工程奖，也是我市装饰工程市级质量奖，根据《深圳市装饰工程金鹏奖评选办法》有关规定，深圳市装饰行业协会秘书处组织专家对2012年度企业申报“金鹏奖”资料及工程现场认真检查评比，经“金鹏奖”评委会评审通过，华丽公司荣获此奖。

街景综合整治和街道景观改造、市容环境提升工程是现代化城市建设可持续发展、科学发展、和谐发展的需要。自2005年我国首都北京筹办奥运会以来，我国多个中心城市（上海世博、广州亚运等）相继开展了这类不同规模和程度的整治、改造工作，整体工程建设规模达数千亿元之巨，使这些城市取得了“旧貌换新颜”的一系列可喜的改观，这也同时给我们装饰行业企业带来了新的发展机遇和挑战，给装饰工程施工提出了新的发展课题和发展要求。2007年深圳市为提升城市整体形象、迎接“大运”盛会全面开展了以“街景综合整治和街道景观改造、市容环境提升”为主要内容的大规模工程建设。2010年3月份，在时任省委副书记、市委书记刘玉浦，省委常委、代市长王荣率领下，市领导戴北方、吕锐锋，市政府秘书长李平以及各区、各相关部门负责人共同现场考察开展市容环境提升行动以来南山和罗湖、福田、宝安四区的变化和成效，考察首站在南山区，而南山考察的起点和主要场所就是在华丽公司担任总承包的南山大道“街景综合整治工程Ⅲ标段”，由此全面拉开了深圳市各区的市容环境提升、改造工程建设。因此，在某种程度上也可以认为是华丽公司“为深圳市容环境提升工程施工带了个好头”。此后，深圳市



各区政府也均组织参观、考察、学习、交流，华丽公司“南山大道街景综合整治工程Ⅲ标段”工程成为以低碳、环保、绿色、精品、民生理念引领市容环境提升行动的一次较早的实践、是市容环境提升行动的样板工程之一。其后，华丽公司在深圳市街景综合整治和街道景观改造、市容环境提升工程方面继续努力，取得了较突出的业绩，自2008年以来华丽公司先后承担的这方面的主要工程多达10多个，合计工程量过亿元。

南山大道街景综合整治工程Ⅲ标段工程包括15栋建筑的立面改造、长约2公里的市政人行道铺砖工程，建筑性质为市容环境提升工程。工程于2009年4月1日开工，2011年2月20日完工，2011年4月8日竣工初验。建筑工程的主要内容为：墙面清洗拆除、空鼓处理及抹灰、涂料、油漆、楼层空调机空调位遮挡及修整、广告位规整、各栋建筑立面外墙刷涂料处理等。市政工程包括：拆除原有的人行道面砖层、结合层、基层，重新铺装人行道路面结构（含人行道道路基层、路面）及附属构筑物工程等。

在南山大道街景综合整治工程Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ标段的施工中，由于华丽公司的整体表现比较突出等原因，深圳市南山区建筑工务局将Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ标原合同范围外的绿化整治工程、交通设施工程、路灯工程统一纳入华丽公司Ⅲ标的承包范围，整体改造面积多达99073.66平方米。◆◆

（许丽玲/华丽装修公司）



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
邹 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

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。

目录



■党的群众路线教育实践活动专题

04 市国资委督导二组到我集团企业指导党的群众路线教育实践活动工作开展/钟燕
 05 集团组织党的群众路线教育实践活动讲学及纪律教育学习月讲课活动/高珉
 07 下基层、办实事、解难题、促发展——特发集团党的群众路线教育实践活动记述/高珉
 11 树立正确的员工观/张俊林
 13 践行群众路线教育，关心青年员工成长——集团总经理张建民与青年员工促膝谈心/张乃夫
 15 企业领导谈员工观念/王宝等
 21 员工心声/陈丽萍等
 26 由重视员工生活设施配套问题想开去/张正治



■纪律教育学习月活动专题

29 讲忠诚，树新风，促进企业创新发展
 ——特发集团党委副书记、纪委书记林婵波讲“忠诚”专题廉洁从业党课



■智慧交融

34 优化成本效率管控，探求商业模式创新、产业转型升级
 ——特发信息经营管理专题会记述/《信息窗》编辑部



■特发论坛

36 创新商业模式，打造优势品牌——特发物业创新转型升级的战略思考/吕航

■资源性资产租赁管理专题

39 贴近市场，培育产业，以租赁经营方式实现资产保值增值/武志红
 42 转变思路，化解矛盾，天鹅工业区厂房租赁逐步摆脱困境/陈自强 黄胜鹏

■聚集经营

44 集团俞磊副总经理带队到特发信息光电公司参观考察/江兰
 44 特发信息在中移动年度集采招标中名列榜首，成最大赢家/黄林
 44 印度Reliance Jio公司客户到特发信息参观考察/杨秋娜
 45 对标学习，提升物业管理水平/梁文娟
 45 特发信息电力光缆事业部开展内部竞聘/吴龙辉
 45 特发信息19人入围市人才安居租房补贴名单等二则/伍俐洁 吴龙辉
 46 特发信息荣获“2012年度落实安全生产主体责任先进集体”称号/梁文娟
 46 华日丰田开展活动促营销，做好客户维护/吴德鑫
 47 特发黎明锰清公司组织开展职工素质提升集中培训/张志彬
 47 特发黎明“依特佳”声磁单发接检测天线即将上市/肖攀
 47 小梅沙旅游中心采取有效措施全力做好下半年工作/顾燕

48 小梅沙大酒店举办2013年真情回馈抽奖活动/罗耀富

48 小梅沙海洋世界喜讯频传，海狗家族再添新成员/顾燕
 48 特发地产重视人力资源管理，着实抓好团队建设/黄胜鹏
 49 特发物业武汉分公司成功中标华灿光电物业管理项目/钟广平
 49 特发物业公司正式接管华为百草园项目等二则/尹敏 许寒冰
 50 特发物业公司坂田管理处安保人员获华为嘉奖/尹敏

■地产行业动态

51 中央政治局会议定调下半年经济等8条/《特发地产信息》

■旅游行业动态

53 韩拟放宽中国游客入境签证限制等5条/特发小梅沙旅游中心

■员工情怀

54 寻度/蒋献军
 55 会飞的青春不会散场/陈俊才

■杂言随笔

57 让立法助亲情回归/徐洁敏
 59 毕业季的感受/胡敏

■读学心得

61 看买房，学营销/田铭

■图片新闻

封二: 市国资委领导到我集团特力公司核查安全生产工作/吴锐楷
 集团领导与建设银行深圳市分行行长刘军一行进行友好洽谈/娄红 巫芷莹
 张俊林董事长带队赴上海考察中信泰富和保利集团项目/李承
 张建民总经理带队到地产公司调研指导工作/张玥
 深圳市容环境提升工程施工带了个好头
 ——华丽公司工程项目荣获深圳市装饰行业协会“金鹏奖”/许丽玲





市国资委督导二组到我集团特力公司 调研、指导党的群众路线教育实践工作

■ 钟燕/本刊通讯员（特力党委办公室）

9月5日下午，市国资委党的群众路线教育实践活动督导二组叶卫东、肖勇两位成员到特发集团特力公司，对特力开展党的群众路线教育实践活动进行调研，指导工作。特发集团督导组组长杨培业、成员陈忠炼、王娟和特力党的群众路线教育实践活动领导小组、督导组成员共7人参加了调研活动。

特力公司党的群众路线教育实践活动领导小组组长、党委书记张瑞理向国资委督导二组汇报了特力党委开展党的群众路线教育实践活动第一阶段工作完成情况、第二阶段的工作安排；介绍了特力在结合党的群众路线教育实践活动中，对推动企业的发展，创造企业效益所获得的成效，以及公司今后工作总的发展思路和目标。特力督导组组长、监事会主席关志才汇报了特力党委开展党的群众路线教育实践活动的具体情况：认真学习、深刻领会文件精神；结合实际加强管理出效益；领导下基层带头改变工作作风。特发集团督导组组长杨培业同志充分肯定了特力党委在开展群众路线活动中

的工作，对其中的亮点做了归纳，认为教育实践活动的成效最终要体现在促进企业运作发展上。

市国资委督导组对特力群众路线教育实践活动开展思路和效果充分肯定，就进一步开展好第二环节活动进行沟通交流，并提出宝贵的意见和建议，通过深入开展群众路线教育实践活动，进一步促进企业经营和发展。●



集团组织党的群众路线教育实践活动 讲学及纪律教育学习月讲课活动

■ 高琨/集团党的群众路线教育实践活动督导组

集团党的群众路线教育实践活动领导小组坚持将教育实践活动与集团经营管理实际工作相结合，与纪律教育学习月活动相结合，与集团党建、工会工作相结合，扎实开展，力求实效。为了更好地落实教育实践活动学习、教育环节和纪律教育学习月活动的要求，9月10日下午，集团开展党的群众路线教育实践活动讲学和纪律教育学习月讲课活动，集团和系统企业领导班子成员、各企业党群部门负责人，以及集团总部全体员工共101人参加。活动由集团党委副书记、总经理张建民同志主持。

集团党委副书记、纪委书记林婵波同志以“讲忠诚、树新风，促进企业创新发展”为题，从三个“密切联系”阐述“忠诚”对企业和员工的重要性：一是忠诚与作风建设的密切关系；二是忠诚与职业化理念的密切关系；三是树立“忠诚观”与加强个人品德修炼的密切关系，为大家讲了一堂生动的纪律教育学习月活动课。

集团党委书记、董事长张俊林同志在党的群众路线教育实践活动讲学中，首先对照“四风”问题，深刻剖析集团内部在形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风方面或多或少存在问题的具体表现，并提出解决这些问题的四点要求、意见。随后，他着重讲述了企业领导干部应持什么样的员工观念问题。他说，在企业，党的群众路线教育实践活动讲的群众观念就是员工观念，领导干部持什么样的员工观念，对带领团队、培养团队、促进企业发展很有帮助。员工是企业价值的创造者，企业是员工成长和发展的平台，员工的价值通过企业的发

党的群众路线教育实践活动专题

展来实现，达成企业价值与员工价值的共同提升。员工与企业相互依存、相互作用，是一个互相推动的发展共同体、价值共同体。企业要从明确企业发展战略，完善体制、机制，营造干事创业良好文化氛围，加强培训、教育，关爱员工等方面为员工提供价值创造平台，员工要以“市场化”理念推动自身“职业化”的发展，努力创造业绩，提升价值。

集团党委副书记、总经理张建民在活动总结中说，婵波书记以“忠诚”为主题的廉洁从业教育课讲得很好，三个“密切联系”加深了我们对“忠诚”的理解。忠诚是一种品质，一种道德（价值观）范畴，同时也是一种责任。“忠诚”对于企业领导来讲体现在时刻把股东的利益、企业的利益、员工的利益放在第一位；对于各级管理者、员工来讲，归结为三个层次：一是每个员工都要热爱所在企业，时刻宣传、“营销”企业；二是愿意留在企业，为企业工作；三是愿意全力付出，努力为企业做贡献。结合群众路线，又可从三个方面来理解：一是对领导的忠诚，这是一个误区，不能提倡。领导带队伍、干事业，需要权威和尊重，以及随者，但这必须建立在领导把企业的利益放在第一位、大公无私的前提下。

上；二是对企业的忠诚，也就是认同企业文化、价值观的，积极为企业做奉献、贡献；三是对职业的忠诚，也就是敬业、乐业、精业、勤业、兴业。

关于“四风”，他说，俊林书记讲学中摆出来的问题都很有针对性，企业领导班子要很好地对照检查。这不是凭空想象，而是通过与企业一把手、与集团领导班子成员一对一谈话，以及平时对存在的一些问题很好地思考之后得出来的，要通过在企业开展党的群众路线教育实践活动认真落实好解决好，通过从抓教育学习、抓制度建设、加强监督等三个方面采取措施，让群众路线教育实践活动取得实际成果。

关于员工观念，张总认为，员工是企业资源中的第一资源，现在集团处于做大做强的快速发展时期，对人才的需求和培养尤为重要。要鼓励员工做一个学习型的职业人；企业要创造良好发展平台让员工得到锻炼和提升；要加强培训工作，让员工能够更快地成长。他希望大家把这次活动的精神向本企业中层干部和员工进行传达，集众智慧，凝聚力量，把下半年各项工作做实、做好，做出成效。●



下基层、办实事、解难题、促发展

——特发集团党的群众路线教育实践活动阶段记述

■ 高琨/集团党的群众路线教育实践活动督导组

根据市委、市国资委党委的统一部署，在市国资委党委第二督导组的悉心指导下，从7月9日开始，特发集团及系统各企业党的群众路线教育实践活动拉开序幕。一个多月来，集团教育实践活动领导小组积极动员，精心组织，严格按照活动方案内容，结合市国资委督导组的督导指示和特发企业实际，在集团总部和各企业扎实推进教育实践活动。经过认真学习，广泛听取职工群众意见，下基层企业解决实际问题，开门搞活动，较好地完成了第一阶段的工作任务，并按计划有步骤地开始进行教育实践活动第二阶段的工作，以教育实践活动为契机，聚众智慧，凝聚力量，促进企业发展。

认真学习，组织考学

精心组织、挑选并购买群众路线教育实践活动必读书目和辅导教材共8种书籍3020本，全部发放到集团总部各支部及各企业基层党组织，通过自学、讨论式和体验式等多种方式学习；在集团网站及时发布集团及系统各企业群众路线教育实践活动简报10篇，《特发》月刊也开辟了专栏对群众路线教育实践活动进展情况进行了报道。为检查学



习成果，集团教育实践领导小组根据省委《关于深入推进第一批教育实践活动学习教育、听取意见环节有关工作的通知》和市委、市国资委转发文件的要求，于8月30日下午在集团会议室组织总部全体党员开展教育实践“考学”活动。“考学”采取开卷形式，试题是市委教育实践办根据教育实践活动重点学习内容统一命题，试题共25道，题型包括单项选择题、填空题、简答题和论述题，总部党员平均成绩在90分以上，对出差在外的党员干部还专门安排了补考环节。通过一系列学习和“考学”活动，提高了领导干部和广大党员对群众路线教育活动的深刻认识和体会。

广纳意见、集众智慧

为将群众路线教育实践活动做实做出成效，集团党委书记、董事长张俊林同志与集团班子成员及各企业负责人开展面对面交流谈心活动。谈心围绕以下四个方面的内容展开：（一）对集团领导班子“四风”建设方面的意见和建议；（二）对照检查自身作风建设情况；（三）根据“纪律教育学习月”活动主题，开展“严纪律、正作风、促廉洁”谈心活动；（四）企业领导应持什么样的员工观念等。张俊林同志还召集教育实践活动领导小组、督导组成员等进行专题讨论，阐述党员干部转变思想观念、改变工作作风、关心员工切身利益与成长的重要性和必要性，要利用教育实践活动这一契机，了解员工的需求，找到关

爱员工的切入点和有效措施方法，把群众路线真正落实到实处，激发员工的潜能，充分发挥员工的聪明才智，为企业的发展献计献策做贡献。各企业负责人围绕特发“全员职业化，成就美好生活”核心价值观，在市场化、职业化环境下，“企业领导应持什么样的员工观”、员工在企业中的作用、把员工放在什么位置，以及如何了解员工、关爱员工、调动员工等方面认真思考，提出自己的观点和看法；同时作为被关注对象的员工也积极参与进来，表达自己的心声。

此外，为充分调动广大员工的积极性，扩大群众参与，更广泛地征求意见，集团在总部前台设置了1个党的群众路线教育实践活动市国资委督导组征求意见箱，在各企业设置了8个特发集团督导组征求意见箱，征集广大员工对集团领导班子及党员干部、各企业领导班子及党员干部在“四风”方面存在的问题和意见建议，为下一环节开好专题民主生活会等工作打好基础，确保教育实践活动群众基础牢固，收到实效。

基层调研、排忧解难

在面对面谈心交流和广泛听取员工群众意见之后，按照市国资委和集团教育实践活动实施方案要求，集团领导班子成员在8月下旬展开“基层体验日”活动。班子成员根据工作分工和企业实际需要，分头选择1至2家企业到一线

基层进行调研、走访，排解困难，指导工作。

集团党委书记、董事长张俊林，8月28日一早独自驱车到位于南山区科技园郎山一路北的特发信息光纤公司现场走访，重点询问光纤公司战略执行情况、扩产后生产线运行情况、产品质量合格率、上半年运营的关键点等问题。在车间生产一线，他边听边问，并针对光纤公司的实际情况提出意见：光纤合格率是光纤公司成本控制的关键，光纤公司要加强一线工人培训和生产现场管理，稳定生产条件、提高管控水平，提高产品成品率；同时要加强与合资股东方的沟通联系，增强互信，明晰原材料定价机制和成品率等方面规则，共同做实做强合资企业。随后，他又赶到八卦岭和李明俊副总经理、栗森财务总监等一起考察集团八卦岭片区物业。八卦岭片区是集团物业相对集中的片区，具体分布在6个区域，涉及总部、特发信息、特力、黎明等四家单位的物业，物业性质有厂房和宿舍，具有较大的代表性。在光纤小区，详细了解集团物业的基本信息、租赁状况、安全生产、片区规划等情况，并与特发物业光纤小区管理处的一线员工交流，对他们进行慰问。随后登上44栋5楼，详细考察集团总部资产现状和物业租赁情况，又逐一考察了各栋物业，对集团物业等资源性资产租赁工作做出指示，要求各企业高度重视，互相交流经验、借鉴。

集团党委副书记、总经理张建民，8月27日下午到特发和平里项目调研，就楼盘工程进度、销售情况等进行深入了解，听取项目情况汇报，并到售楼处与销售人员交谈，详细

了解购房签约、交款办理的每个环节，叮嘱大家要注重办事效率和质量，注重每个环节，善待客户，耐心解释，热情服务。他还就购房签约过程中的一些细节与现场人员进行交流。随后他来到项目施工工地，了解施工进展情况，强调和平里项目是集团重点投资项目，从项目建设到楼盘销售，已创造出令人满意的业绩，目前项目进入施工后期阶段，土建、安装等施工要协同配合、紧凑有序，同时必须高度重视施工安全，尤其近期深圳雨水较多，施工抢进度必须以确保安全为前提，各施工单位严格执行安全制度和工作流程，项目部、监理单位各尽其责，要严格加强层级管理、内控体系建设及执行，把好安全质量关，加强排查，杜绝隐患。最后，张总还到二期工地察看施工进展情况。

集团监事会主席杨培业、党委副书记、纪委书记林婵波、财务总监栗森、党委办公室主任陈忠炼、审计监督部部长张心亮、特发信息监事会主席、党委副书记、纪委书记李彬学组成基层巡访组，于8月23日至26日前往重庆涪陵、江苏常州实地考察特发信息对外投资项目情况。巡访组先后与相关项目负责人进行了座谈，全面了解特发信息在重庆涪陵、江苏常州地区的产业布局、项目建设、投资、生产经营、企业战略发展思路等情况，协调企业“走出去”发展过程中遇到的问题和困难。巡访组还分别深入生产一线与建设一线与基层员工进行交流。8月27日上午，巡访组和地产公司党支部书记、岳阳项目负责人唐大平一同前往岳阳项目现场及原特力商城旧址实地考察、走



维修车间走访，对工人在炎热的车间工作表示慰问，叮嘱华日公司领导一定要高度重视安全生产，注意车间的工作环境，做好夏季防暑降温工作。随后，俞磊副总经理与华日公司管理层和部分员工进行了座谈，就华日的下一步发展做出指导性意见，建议特力应重点考虑华日下一步的发展方向，要求华日在稳定汽车市场份额的基础上，发挥自己的优势，调动广大员工的积极性，安心放心地服务于本企业，为企业的发展贡献力量。



集团副总经理李明俊，于8月27日下午到特发物业就财务管理各方面的情况进行调研，物业公司财务部全体人员和特发小区、发展中心管理处外派出纳参加调研座谈会。在听取物业公司财务管理总体情况汇报后，她对物业公司财务的发展战略、制度建设、现金管理、全面预算管理和信息化建设等进行了全面细致的了解。对于全面预算管理，她强调要做到全方位、全过程、全员参与编制与实施的“三全”预算管理模式；在信息化建设方面，要根据集团信息化建设规划结合物业公司实际需要，加快财务信息化建设步伐。

凝聚力量、促进发展



访，了解岳阳项目从立项、施工到销售等开发过程的基本情况，认为岳阳项目是地产公司第一个异地项目，该项目的成功开发为地产公司未来异地开发工作打下了坚实基础；希望地产公司予以总结形成异地开发的模式，不断强化企业风控管理与内控管理，确保企业经营决策的科学性与严谨性。

集团副总经理俞磊，8月28日上午，和特力公司常务副总经理郭建、人力资源部有关负责人一起前往特力汽车事业部华日公司调研。在华日公司经营“最前沿”——汽车销售展厅和售后服务接待大厅，与接待人员交谈，了解车辆销售及售后服务情况，并深入

集团把“集众智慧、凝聚力量”作为党的群众路线教育实践活动的主题，围绕这个主题，集团教育实践活动领导小组积极开展多种形式的群众路线教育实践活动，已取得良好开局和阶段性成果。集团领导班子针对“四风”方面问题做出公开承诺；人力资源部近期也草拟了《员工调查问卷》，待征求相关部门意见后开展调查；集团党委书记、董事长张俊林于9月10日以“员工观”为主题给党员干部讲学，集团实践办组织了企业领导谈员工观专题约稿，在《特发》月刊9月号刊载；同时，将教育实践活动和纪律教育学习月活动结合起来开展，集团党委副书记、纪委书记林婵波以“忠诚”为主题讲廉洁从业课；其他各种形式的活动也将陆续组织开展。通过这些活动，大家普遍认为集团群众路线教育实践活动扎实，没有喊口号、没有做秀走过场，领导亲力亲为，深入一线调研，倾听员工的心声，了解员工的需要和企业发展的困难，用实际行动践行了群众路线教育实践活动

“为民、务实、清廉”的内容，达到了借教育实践活动的东风，转作风，集众智慧、凝聚力量，全面推动集团及系统企业各项工作开展的目的。●

树立正确的员工观

■ 张俊林/集团党委书记、董事长



力的薪酬”；香蜜湖公司讲了“保障维护员工的合法权益，营造良好的工作氛围，培养员工的主人翁精神，让员工快乐地投入工作”；小梅沙旅游中心讲了“尊重员工、教育员工、爱护员工、理解员工、激励员工，促进员工与企业的和谐健康发展”；特发地产公司讲了“让员工有归属感、成长感、成就感、使命感，发挥其最大的价值”；特发物业公司讲了“给员工公平的竞争机会和发展前途，是企业领导对员工真正的关爱；合理灵活地运用激励机制，充分调动员工的积极性，激发员工的各种潜能”。这些文章我都看了，很有启发，再根据与各企业一把手以及与集团班子成员一对一谈话中交流员工观点，我在这里做一个阶段性的梳理。

一、总的观点

员工是企业价值的创造者，企业是员工成长和发展的平台，员工的价值通过企业的发展来实现，达成企业价值与员工价值的共同提升。

企业对员工负责，员工奉献于企业、发展于企业，员工与企业相互依存、相互作用，是一个互相推动的发展共同体、价值共同体。

员工与企业共同成长发展的期望状态，应该是企业以竞争来甄选人才、以激励来鼓动人才、以淘汰来优化人才，在持续的发展中确保为企业效力的人才都有成长的平台，有合适的收入，有成就感，工作虽然有压力，但心里还是很开心的。

二、企业要做什么

企业需要从战略规划、体制机制建设、文化氛围培育、培训教育和员工关爱等五个方面来建立和完善员工价值创造的平台，成就企业、成就员工。

(一) 明确企业发展战略。企业愿景、目标、发展战略要清晰，可操作性强，执行有力，让员工感觉到发展有方、前景明朗，有干头。员工奔着事业而来，希望能干事

创业，要让他们感觉来了之后有职业发展的空间。如果一个企业没有愿景、目标和战略，得过且过，那么员工就会担心在这里拿几年工资却把自己的事业和未来废了，就不想在这里干了。现在有很多专业人才并不是只看当前的收入，他们更看重企业有没有提供其成长的机会，有没有成就他的价值。像房地产的专业人才、律师等等，都是看企业有没有发展机会，有没有前途，期望自己的职业发展与企业的发展是相符的。

(二) 不断完善体制、机制。企业如果能够在体制上与员工“捆绑”在一起，形成命运共同体，那当然是最好的，像员工参股等方式。如果没有体制上的共同体，那我们得有一个好的考核激励机制。像薪酬绩效考核制度，不仅要完整，还需要不断地完善；有条件的企业还要设立长效激励机制。另外，企业的选人、用人制度也得是公平公开公正的，不应该是员工得靠找关系找门路、走人情关系才能谋上一个职位，而应该是只要能把工作干好就能有职位。企业的正确用人导向，不是看谁历史上有过什么，而应该是看谁现在能有什么业绩和表现，谁有好的业绩和表现就培养谁，让他成长发展，这样才能确保员工队伍的竞争力和持久活力。所以，企业在体制机制方面得有明晰的规则，能够实施优胜劣汰，重点是有公平公正的选人用人制度、具有竞争力的激励性薪酬和完善的绩效考核制度。

(三) 营造干事创业的良好文化氛围。企业应该有一个良好的文化氛围，这与企业领导干部作风建设是密切相关的。领导干部作风客观、公正、务实，企业的内部关系就简单、和谐，这样就能激发员工的积极性、主动性和创造性，促进员工爱岗敬业、发挥聪明才智。这样的文化氛围就能留住人才。如果领导干部喜好奢华，总是“端着”，需要有人去捧他，就一定会影响员工的信心，员工队伍肯定建不好。所以我们领导干部要高尚，要简朴，要低调，要戒除虚荣心和优越感。

(四) 加强培训、教育，提升员工价值。培训教育这方面要舍得花钱，要通过专业完善的职业教育体系培养人、锻炼人，不断提升员工专业技能和职业化素养。每年要有针对性的培训投入，可以是员工本身通过自修，顺利完成学业后报销部分费用，同时开展内部资格的认定。这些都能鼓励员工的学习热情，利于提升员工学习的氛围。长远来讲要重视员工职业生涯规划和成长通道，提升员工价值。

(五) 关爱员工。关爱员工的最基础前提，我想应该是“己所不欲，勿施于人”。我们领导干部要有境界，要学会换位思考；要尊重员工的人格和对企业的贡献，关心员工的身心发展；懂得关心员工发展不只是花钱，更重要的是花心思，要用花钱买不来的真诚去带动员工、感动员工、引领员工，提升归属感认同感。当你真的花了心思了，在项目做规划的时候就将员工的具体需求统筹考虑进去，钱不一定多花但员工满意。现在企业招人越来越难，员工的需求越来越丰富多样，要根据员工需求的变化，满足员工各种各样的需求，就要多花心思，多换位思考，特别是在事前就把员工的多种需求考虑进去。

三、员工该做什么

企业要通过以上五个方面建立、完善、提供给员工一个价值创造的平台，那么员工应当做什么呢？今天讲学交流主要是针对领导干部，在这里，就员工应该做什么的问题，我简要地讲讲。

首先，员工要以“市场化”的理念，推动自身“职业化”的发展，努力创造业绩，提升价值。领导干部要带个好头，帮助和促进员工特别是新进的员工树立这样的理念。

第二，员工要集中精力干事创业，用业绩来贡献企业，实现自己的价值。作为企业的员工，要清醒地认识到，无论企业的发展还是自己的成长，都要靠业绩，没有业绩，其它都是虚的、空的。虽然员工成长过程中是会存在运气、机遇的成分，但如果自身没有业绩作基础，就不可能抓住机遇，运气也不会降临到自己身上。有时候，难免会羡慕某人有好老爸、有好背景，其实这些有时是好事，有时也是坏事。只有练就自身的真本领才是自信、自强和自立的根本，才能真正获得身边人对你的尊重，才能成就自己、成就企业。

第三，认真学习、历练，提升市场价值。员工在干好工作的同时，要谋划自身职业发展规划，并且静下心来，扎实去实施和落实，加强各方面的学习，利用好企业提供的培训，在工作中磨炼自己，不断提高职业能力和素养。

以上讲的，就是我们应当秉持的员工观点，这是我们开展员工观讨论交流的阶段性总结，对不对，大家还可以讨论。◆

践行群众路线教育，关心青年员工成长 ——集团总经理张建民与青年员工促膝谈心

■ 张乃夫/集团办公室

8月27日晚，集团总部14名青年员工举行聚会，集团党委副书记、总经理张建民和党委办公室副主任岳红琼应邀参加，并与员工深入交流思想。

聚会上，张总首先转达了集团领导对青年员工的亲切问候。他说，你们来到特发是享受一种缘分，大家与同事、与企业、与特发事业结上缘，要珍惜在一起工作的美好时光；来到特发是选择一种命运，每个人职业生涯的一段或全部将在特发渡过，要好好规划未来；来到特发是踏上一个平台，在企业提供的岗位上，要大胆实践，不断学习和进步；来到特发是迎接一个机会，特发正处于转型升级的大发展时期，求才若渴，青年人大有用武之地，要在积极为集团做出贡献过程中，实现自我价值。随后，他与每一位参加聚会的青年员工亲切交谈，详细了解他们的情况。青年员工个个畅所欲言，介绍了过去的学习经历，叙述了现在的工作体会，展望个人职业发展愿景，也坦诚提到了在工作中遇到的一些问题。对此，张总一一用生动形象的语言，为大家答疑解惑，引导大家如何有效地将个人价值的实现与企业的生存和发展统一起来，本着强烈的责任感和使命感做好本职工作，全面提升个人素质，争取成为一名学习型的职业人。

张总指出，企业的竞争归根到底是人才的竞争，集团领导要按照群众路线教育活动的要求，以人为本，真正确立为员工服务的意识，建立健全关心员工学习成长的长效机制，坚持走从员工中来，到员工中去的群众路线，了解员工情况，关心员工生活和志趣，为员工谋利益，以利取力，以力创利，齐心合力推动企业实现跨越式的发展。

他强调，目前，企业亟需能力强和素质高的管理和专业人才。青年员工特别是新员工，必须以职业化、市场化为导向，树立正确的价值观，既要问公司能为你做什么，更要问自己能为公司做什么。一个时刻想着为公司创造价值的人，一个拥有奉献精神的人，在工作中就会时刻提醒自己把工作做到最好，就会想尽一切办法发挥自己所长为公司创造价值、创造利益。而在这个过程中，他的经验得到丰富，能力得到提升，也就为自己的成功添加了砝码。希望大家以极大的热情关心公司的发展，勤奋学习，务实工作，立足所在岗位，逐步培养自己独当一面的能力，面对承担的任务，不管大小，只要把事情干好、干成了，就可以向公司、向同事证明自己的价值，进而得到公司的肯定、重视与培养。因此，多思考自己能为企业做出哪些贡献，多思考如何使自己成为一个



企业需要的员工，多思考如何将工作的压力转化为学习的动力，就能获取不断进步的智慧和力量，就能梦想成真。

亲切生动说经历，深入浅出讲道理。张总的谆谆教导具有深刻的感染力，纷纷表示，集团领导重视员工学习生活，在百忙之中抽空参加聚会让他们心里倍感亲切，深受鼓舞。此次沟通谈话，实践指导性强，指明了每个人今后职业发展的方向，强化了学习与创新的意识，启示了大家思考问题的角度和深度。青年员工还表示，希望今后能以此为契机，建立如青年员工恳谈会等的常态化沟通平台，相互了解，互相理解，以交谈促交流，以交流促交心。

党办副主任岳红琼在聚会上表示，集团领导参加青年员工座谈会是党员干部践行党的群众路线教育的体现，通过参加青年员工聚会的方式，深入了解员工，关心服务员工，想员工之所想，急员工之所急，需员工之所需，真正地将群众路线教育活动落到了实处，创新了群众工作方法，带着感情，倾注真情，为集团领

导与青年员工之间搭起了一座民心桥，让青年员工感受到了党组织亲民务实的良好作风。而参会青年员工朝气蓬勃、积极向上的精神面貌，谦虚认真、踏实诚恳的态度，也给集团领导留下了深刻印象。

最后，张总深有感触地勉励大家说：一个职业化员工的最高境界是“工作着，快乐着”。他引述自己在今年特发月刊第6期上刊登的《商海拾贝》序文中，所谈到的“拾财为企业，拾乐为自己”的体会，希望每位员工在平凡的岗位上创造出不平凡的业绩，做一个有本事的人，想干事，干成事，收获一份自信、踏实和快乐；做一个受欢迎的人，克己奉公，以诚待人，具备谦让、感恩和豁达的心态；做一个和谐的人，用时间磨炼自己锲而不舍的韧性、整合资源的技巧和厚积薄发的力量，散发平和笃定的气息；做一个快乐的人，放宽胸怀，善于发现和挖掘人生的乐趣，精心经营自己的心灵，让精神空间愈强大愈富有。●●

编者按：7月30日上午，集团党委书记、董事长、党的群众路线教育实践活动领导小组组长张俊林同志召集教育实践活动领导小组部分人员、督导组成员等进行专题讨论，阐述了党员干部转变思想观念、改变工作作风、关心员工切身利益与成长的重要性和必要性，提出了认真思考如何利用教育实践活动这一契机，了解员工的需求，找到关爱员工的切入点和有效措施方法，把群众路线真正落实到实处，激发员工的潜能，充分发挥员工的聪明才智，为企业的发展献计献策做贡献这一重要课题。《特发》月刊以此组织专题向各企业主要领导约稿。各企业负责人围绕特发“全员职业化，成就美好生活”核心价值观，在市场化、职业化环境下，“企业领导应持什么样的员工观念”、员工在企业中的作用、把员工放在什么位置，以及如何了解员工、关爱员工、调动员工等方面认真思考，提出自己的观点和看法；同时作为被关注对象的员工也积极参与进来，表达自己的心声。现将这两个方面的观点和意见刊出，与集团广大党员干部分享，以利于交流和指导工作。

企业领导谈员工观念

王宝（特发信息党委书记、董事长）

“搭平台、建环境、优评价、重关爱”，尊重员工价值创造，实现企业和员工同发展

在以客户为中心的市场导向下，工作在一线生产制造以及与市场、客户直接接触的企业员工，是企业实现战略目标的直接推动者和实施者，是企业发展的根本动力和智慧源泉。企业领导必须充分认识到这一点，树立相应的员工观，把员工作为企业的主体，以市场化为标准，采取各种有效措施，不断调动员工的积极性，充分发挥员工的智慧，激发员工价值创造潜力，只有这样，才能破解企业发展中的难题，实现快速发展、构建长青企业。

一、持续创新管理，为员工搭建价值创造平台

员工的价值创造首先需要企业提供一个合理的平台，使员工能有价值创造的机会。具体来说就是企业以市场化标准，不断优化企业资源配置，创新股权体制和运作机制，设置丰富多样的激励政策，为员工提供通畅的职业发展通道，为真正想创造价值和有能力创造价值的员工提供机会，调动和保护他们创造价值的积极性。

近几年，特发信息在光网科技公司和光电技术公司尝试了员工持股体制，2012年完成了泰科事业部公司制改造工作；引进了项目化管理手段；正在组织实施市场化的岗位薪酬优化项目；在产业链延伸、引进战略合作伙伴等方面寻求突破，希望通过不断创新股权体制和运作机制，大胆探索企业管理新模式，为员工搭建价值创造平台，调动



和激发员工价值创造的积极性，最终实现推动企业快速发展的目的。

二、合理分配权责，为员工构建价值创造环境

搭建了价值创造的平台，使员工拥有了价值创造的机会后，企业还需要以市场化竞争为标准，在完善的制度保障和合理的监督体系下，清晰权责划分，给予基层员工足够的信任和授权，为他们构建一个能够充分发挥潜力的良好环境，让员工放开手脚，自主地完成工作任务，使他们感受到理解、尊重和信任。

特发信息近年来以客户为导向，市场为标准，在可控的范围内实现了团队间和团队对个人的充分授权，让前端决定后端，能够在一线经营单位决策的事项，充分授权给一线经营单位，使得经营单位成为企业发展的责任主体；经营单位中，市场前线员工在市场开拓、业务洽谈决策方面有了更多的自主权，不仅提高了效率，降低了成本，提升了企业竞争力，同时也锻炼了一线员工，提升了其个人能力，实现了企业与个人的共同发展。

三、公平评估价值，为员工优化价值评价体系

员工创造价值后的价值评估同样是影响员工积极性的重要环节，只有有效解决内部不公平、自我不公平和外部不公平的问题，才可以使员工踏实工作，相信付出多少就会有多少公平回报，才能提高员工满意度，激发员工创造价值的积极性，推动企业发展。公平包括三个方面：薪酬公平、绩效考核公平、选拔晋升的公平。

特发信息近年来一直根据战略发展思路的调整，以任

职资格建设、优才资源池建设为核心，搭建了技术、管理等多通道职业化晋升通道，用规范化、科学化的标准，不断优化完善企业绩效考核和干部选拔机制。公司每年都在完善绩效考核管理办法、总经理奖励基金、公司突出贡献奖等制度规定；光缆事业部、电力光缆事业部、光网科技公司实行的一线车间主任、主管和班长竞聘，不唯资历而唯价值创造力；各事业部完善销售考核机制、回款考核制度等；今年还提出了“以奋斗者为本、创造价值者为尊”的理念，使企业资源向真正的奋斗者和价值创造者倾斜，突出投入产出的效率原则等，在内部创造了相对公平的考核环境，为一批有理想、有激情、有思路、有责任的年轻员工提供了公平通畅的职业发展通道，为企业长久发展提供了人才保障。

四、重视关爱员工，为员工创造和谐稳定氛围

在物质方面以外，企业也要重视员工在精神和感情上的需要。以人为本，满足员工的生活需求和安全感，使员工有归属感。企业领导应该抱着开放和包容的心态，深入一线，在工作上支持、在生活上关心、在感情上贴近员工，为员工真正做一些实事，解决一些实际困难，赢得员工的信任与尊重，以增强员工的归属感，提升企业凝聚力。

为提高员工的工作环境质量，特发信息在东莞寮步园区规划设计时，就充分征询了员工的意见和建议，高标准地为员工创造舒适的工作环境。如充分考虑车间、宿舍、食堂的通风采光效果，在园区设置了阅览室、篮球场等文体活动中心，通过了ISO14000和职业健康体系的评测等等。2013年，特发信息提出了“关爱、感动”的文化主题。通过一系列关爱员工的行动方案，增强他们的归属感，并延伸关爱他们的父母和亲友，使他们感受到关爱的同时感动并转化为为企业奋斗、为企业创造价值的动力。

一个企业，特别是企业领导只有树立了正确的员工观，以人为本，坚持走群众路线，从各个方面重视员工的需求，特别是为员工实现自我价值创造提供条件，才能调动员工的积极性、充分发挥员工的智慧、激发员工价值创造潜力。这样，员工才能专注于工作，企业领导才能接地气，才能做出员工满意、符合市场变化规律的决策，使决策不至于是无源之水，更容易得到贯彻，员工会主动推进决策的实施，为企业发展主动贡献自己的力量，为企业创造价值，实现企业与员工共同发展的良性循环。

张瑞理（特力党委书记、董事长）

在市场化的经济社会环境中，企业就像一部机器，每一个员工都是构成机器的齿轮。齿轮虽小，却缺一不可。同样，企业与员工步调一致、和谐联动才能保证企业良好运行。这次党的群众路线教育实践活动正是一次思考和进一步树立企业领导正确的员工观念的良好契机。我认为企业领导应持以下员工观念：

一、企业领导要正确认识并处理好企业利益与员工利益的关系

企业的好坏要看企业业绩，一个好的企业业绩不仅包括好的财务业绩，还应包括员工满意度。从某种意义上讲，“企业靠员工发展，员工靠企业生存”。忽视员工物质利益、不能与员工分享企业成长果实的企业是做不大、也走不远的。妥善处理好二者的关系，实现员工与企业和谐共赢，是企业追求的至高境界。

二、企业领导要重视企业制度、激励机制的建立与完善，为员工提供公平公正的工作环境

一方面，企业要加强制度建设，从制度层面兼顾企业和员工利益，并对员工物质和精神两个层面进行人性化管理。另一方面，要建立行之有效、积极、公平的激励机制，把激励的手段、方法、目的相结合，从而达到激励手段和效果的一致性，调动员工的主动性、能动性，让员工自觉、充分发挥自己的才干，展现自己的才能，创造性地做好本职工作，推进企业和谐、健康发展。

三、企业领导要关爱员工，帮助员工解决实际问题

企业领导既要树立威信，也要深入基层，了解企业和员工；既要倡导和推动良好企业文化的建立，为员工提供良好的工作环境，督促员工做好本职工作，也要关心他们的生活。这次群众路线教育实践活动方案当中，就包括领导班子深入一线基层，听取员工的需要，了解员工的困难。当员工感到被重视和关爱，当他们的切实需要能够得到满足时，员工必然会更加尽心尽力为企业努力工作。近几年来，特力在关爱员工方面也已做了一些工作。例如，针对员工反映强烈的午餐时间紧、用餐拥挤/排队、食物安全等问题，公司与附近一家餐厅达成协议，妥善解决了员工午餐问题，解除了员工的后顾之忧。另外，对生病和有困难的员工进行必要的适时帮助。2012年，公司领导带头，组织员工为罹患癌症等有困难的员工进行捐款，共募

集捐款62945元。

四、企业领导要“知人善任”，为员工提供施展才能的平台

员工的成长与企业的成长相辅相成，发现并用好员工专长，有利于促进员工职业化队伍的建设。企业领导人应重视和帮助职工做好职业规划，组织有针对性的培训，挖掘员工潜力，提升员工素质。当领导成为“伯乐”，他身边的“千里马”就会越来越多。特力集团一直非常注重员工的职业培训。2012年，公司先后组织了“内部风险控制”，“高效执行力”、“专项技能”等形式多样的培训，全年系统内企业组织的培训合计达到3970课时，员工职业化素养得到了不同程度的提高。

五、企业领导要廉洁自律，为员工树立榜样

企业领导人经常自律自省能够保持清醒的头脑和客观的态度。这次党的群众路线活动方案中提出企业领导要展开对照检查和自我剖析，就是要促进企业领导人“一日当三省吾身”良好习惯的形成，改进工作方式方法。当企业领导能够正视自己的问题并勇于作出改进，就更能得到员工的赞赏和支持。

六、企业领导要“虚心纳谏”，鼓励员工为企业献计献策

企业领导人应该广开言路，耐心客观地听取员工们的建议和意见。对于员工提出的负面意见应该仔细思量考虑，对事不对人。听取意见有很多种方式，特力集团领导



班子长期以来始终重视听取各个层面员工的意见，鼓励员工采取实名、匿名等方式，通过面谈、信件、电话、微信等多渠道反映意见和建议，收到了较好的效果。此次实践活动的方案中，我们又增设了意见收集箱，让员工自由表达自己的意见，促进企业健康发展。

特力作为一家老国有企业，虽然在过去几年分步实施了企业改制，在市场化的进程中已迈出了可喜的步伐，但是我们也清醒地认识到，特力的现行机制仍然相对滞后，员工的待遇离他们的期望还存在一定的差距。通过本次在特力系统内深入开展党的群众路线教育实践活动，以及特力正在进行的企业经营转型，我们将进一步规范管理，建设有凝聚力的企业文化，全面提高企业综合竞争力，争取早日为社会、股东带来越来越大的回报，为员工带来更多、更好实现自我价值的机会。

刘学优（特发黎明党委书记、董事长）

企业领导应持什么样的员工观念，让企业在激烈的竞争中获得人才的竞争优势，保障企业持续发展，占据行业领先地位？答案是必须树立现代人力资源管理理念，建立适应市场竞争先进规范有效的人力资源管理体系。据此，我认为，企业领导应有两个基本的员工观念：

一、以人为本，尊重人才，对员工，特别是骨干员工、人才，要给以充分的信任和发展空间，给以具有市场竞争力的薪酬激励。根据人力资本理论，企业资本除物质资本外，更包括人力资本，特别是关键人才、核心人才，是企业最宝贵的资本。企业股东与关键人才是合作关系，具体体现为技术入股或干股。在现代知识型经济新形势下，处于激烈市场竞争中的企业，人力资源成为企业成败的关键。企业要想留住核心人才，激发其所有潜能，必须建立长效激励机制，如给予其分红权利或长期的股权激励。

二、将企业发展和员工利益有效结合起来，两者兼顾，良性循环，最终实现企业和员工共同发展。根据战略性人力资源管理理论，企业必须同时专注企业战略规划实现和员工绩效提升，将企业长短期目标利益与员工个人长短期利益相结合，在成本收益上体现短期和长期的综合平衡，实现企业发展和员工职业生涯发展的良性循环。

郑海天（香蜜湖度假村党委书记、董事长）

关爱员工，激发潜能，成就美好生活

“全员职业化，成就美好生活”是特发企业核心价值观。在企业实际经营中，作为企业的领导，如何做到把企业核心价值观真正落实到员工需求上，激发员工潜能，充分发挥员工的聪明才智，使员工与企业同呼吸共成长，值得我们深入思考。

一、依法保障员工的合法权益，夯实关爱员工的基础

当前，一些企业出现违反我国劳动法规、侵犯职工合法权益的行为仍然存在，如不按规定签订劳动合同，任意辞退职工，克扣职工工资，随意延长工作时间，强迫职工加班加点，不按规定向职工提供保险福利待遇等现象。因此，依法保障企业员工的合法权益，是关爱员工的关键工作之一。针对我司合资企业的特点和情况，我们坚持依法维护和保障员工的合法权益，并以此作为实现员工美好生活的基础。目前我司所有员工都按照《劳动法》签订了劳动合同，员工享有《劳动法》规定的所有权利。公司为员工都购买了法定的“五险一金”，员工均享有带薪休假、婚假、产假等权益，也享有法定应有的劳保福利，使员工的合法权益得到了充分保障。

二、积极营造良好的工作氛围，让员工快乐地投入工作

健康、舒适的工作氛围，会激发员工对生活的热爱，提高工作意愿，改善工作绩效，从而提高企业管理效率。为此，我们从建设良好的工作氛围，实现员工快乐工作入手，建立关爱员工的各项机制。如倡导同事之间建立良好的人际互动关系和工作氛围，坚持同事之间相互支持、相互帮助，做到“不忽悠同事、不忽悠公司”，提倡和谐简单的人际关系，提高员工的归属感。公司党委和工会也通过不定期召开党员民主生活会和员工座谈会，充分听取广大员工意见和建议等工作，做到关心员工情感生活、心理压力、家庭状况、子女教育，做员工的贴心人和可以信赖的朋友，对涉及员工切身利益的问题和困难尽可能给予解决和协助，千方百计改善员工工作环境，强化员工安全生产防护措施，提高员工福利，使员工能快乐工作，快乐生活。

三、深入调研，贴心服务，化解员工后顾之忧

项目关停，是员工心理压力最重，情感最脆弱的时

候，也是最能体现企业对员工关爱和责任的时候。解决好关停项目员工的就业和出路，体现了企业对员工最大的责任。针对2011年我司娱乐城旅游项目关停，员工心理状态复杂，对自身前途感到担忧等问题，公司党委、工会及时介入，积极对员工进行心理疏导和干预，先后多层次、多场合召集员工座谈会、班组会等形式，倾听员工心声，了解员工心理状态，并及时与外方总经理沟通、协调取得外方股东理解。在此基础上，公司内部通过优化重组、合并等措施解决了关停项目员工的就业岗位问题，实现了公司与员工同进退、同发展的目标。

四、培养员工主人翁精神，为成就美好生活共同努力

主人翁精神是员工以主人的姿态积极参与企业的各项活动，有较强的主动意识，以企业为家，积极为实现企业经营发展目标而奋斗的精神状态，也是员工把自己的身心交付企业的无私奉献精神。培养员工的主人翁精神是企业实现战略目标，追求卓越的重要途径。

为充分激发企业员工的主人翁意识，有必要通过建设积极向上，以职业化为导向的企业文化，建立完善一套责任明晰、赏罚严明的绩效管理制度，以充分调动员工的积极性、主动性、创造性，使员工能按照岗位职能分工，实现自我管理、自我约束、自我激励，把工作做到实处。要坚持以人为本的管理理念，以党、政、工、团为阵地，抓好员工思想品德、业务素质教育和职业理想、奉献精神的培养，全方位激发企业员工的主人翁意识，在企业内部形成上下同心、荣辱与共的价值观。

五、构建员工成长阶梯，实现员工与企业共同成长

马斯洛的需求理论告诉我们，人的需求分为五个阶段：生理的需求，安全的需求，社交的需求，尊重的需求，自我实现的需求。这五种需求层层递进。其中，自我实现的需求是工作最大的原动力。企业要为员工提供发展空间，让员工的才能得到充分发挥。为此，要构建员工成长通道，让员工与企业共同成长。这是激励员工实现职业化，成就美好生活的有效途径。

香蜜湖公司是一家老企业，很多员工在基层工作时间长达十几年、几十年，但成长进步不大，这在一定程度上与公司对员工职业规划重视不够有关。近年来，公司在如何拓宽员工成长空间，让员工与企业共同成长方面有一些思考和安排。如鼓励员工通过持续不断的学习，不断提高自身综合素质，在工作中形成积极主动解决问题和困难的



能力；通过安排员工参加各种培训，不断提升员工业务能力水平和综合素质；根据员工个人能力、职业素养、性格爱好等将合适的员工安排到合适的岗位等，让员工能看到自己成长的方向和空间，从而激发员工爱岗敬业精神，形成员工与企业共同成长的良好氛围。

朱振声（特发小梅沙旅游中心党总支书记、副书记、总经理）

关心关爱员工，和谐健康发展

作为旅游服务企业，没有满意的员工，就没有满意的顾客。企业管理层应该清楚地意识到，要使企业健康发展，必须拥有一支高素质的员工队伍，充分调动和保护员工的积极性、主动性、创造性。员工是企业创造财富最可贵的资源，其劳动和服务是形成企业产品价值的重要组成部分，是赢得信誉和客人满意的根本保证。同时，他们又是成本控制的执行者，是完成预算目标的创造者，是管理层最忠实的助手。所以，拥有一支健康向上的员工队伍，对于任何一个企业来说，都是相当重要的。那么作为企业的领导，又该如何对待我们的员工呢？

一、尊重员工

卡耐基说过：“尊重别人，等于尊重自己。”企业员工有职位等级之分。然而在职位上的等级之分，并不代表

在人格上也有贵贱之分。作为管理人员，不仅要尊重员工的人格，还要尊重员工的劳动。美国IBM公司提出的口号是“尊重个人”，如果员工不能在公司受到尊重，就谈不上员工能够尊重和认同公司的管理理念和企业文化。管理者要把尊重员工落到实处，而不仅仅是停留在口头。尊重员工首先是尊重员工的言行，应该最大限度的与员工进行平等的沟通，而不是对员工的言行不闻不问。要构建沟通渠道并确保其畅通有效，让员工能够充分地表达意见和看法。尊重员工还要体现在尊重员工的价值观，员工来自不同的环境，有着各自的成长、家庭和教育背景，每个人的价值观不尽相同。只要员工价值观和企业核心价值观不相悖，就要尊重他们，让他们迅速融入公司的管理理念和企业文化之中。

二、教育员工

一方面，管理者是员工的领导，有责任带领属下员工按 规定、要求、标准去完成他们必须做好的工作。另一方面，他们又是员工的兄长、老师和朋友，是朝夕相处的工作伙伴。不管是对待新员工还是老员工，都应该有一个适应期和磨合期。要经常不断地耐心地进行培训和教育，用制度和程序来规范员工的行为，以管理者自身的经验、知识去教育员工，从而提高员工的工作积极性、主动性和创造性，使员工在较短的时间内学会和掌握基本的工作技能。

三、爱护员工

关心爱护员工是完成企业各项工作、提高服务质量的聚焦点。员工没有好的工作心情，何谈提供好的服务？作为管理者，要关心员工的日常生活、身体状况，帮助他们及时解决家庭及其他生活困难。在处理员工的职位提升和工资升级时，要有具体的量化标准和全面的考核制度，做到公正公平、赏罚分明，积极在员工队伍中营造和谐气氛。

四、理解员工

在现实生活中，每一个员工都有各自不同的需求，大部分员工都是带着学习、积累经验和谋求个人事业发展的想法来到企业。经常与员工进行必要的沟通和交流，了解他们在生活上和工作上不同的需求，为员工解决实际困难，同时也要帮助员工纠正由于缺乏社会经验而带来的一些不切实际的想法，引导员工刻苦学习，培养积极向上的精神。另外，也可以通过了解和沟通加强员工团队建设，提高凝聚力和向心力，实现员工个人目标和企业整体目标的有机结合，从而保证员工队伍的稳定性。

五、激励员工

小梅沙作为劳动密集型的服务行业，任何一项工作都离不开全体员工的精诚合作。在实际工作中，如何有效地激励员工便显得格外重要。制定员工科学、合理的薪酬分配激励制度，既是调动员工积极性、主动性和创造性最有效的措施，也是衡量员工工作表现的基本标准。

企业的管理工作中十分重要的一部分就是对人的管理，作为企业管理者要以德服人，企业经营要以人为本，要充分尊重员工的各种合理需求，只有切实地关心关爱员工，企业才能和谐健康发展。

丁晓东 (特发地产党支部副书记、董事长)

企业是舟，员工是水，水能载舟亦能覆舟。如果企业关注的仅仅是效益和利润，而不是“人”本身，结果会造成命令加控制模式在企业盛行，员工将失去积极性和创造性。企业真正的关键资源是存在于员工头脑的智慧，只有做到让员工有归属感、成长感、成就感、使命感，才能发挥其最大价值。

特发地产虽然是个年轻的企业，但是很多员工都为特发集团服务奉献了数十年，他们在向职业化、市场化转型的过程中，遇到很多艰难困苦。我们的管理者只有坚持特发“全员职业化，成就美好生活”企业核心价值观，与员工真诚地沟通，真心地理解，送其所需、解其所困，创造相互尊重、支持信任、融洽和谐的工作氛围，搭建公平公正、积极向上的事业平台，才能真正凝聚员工智慧，发挥员工力量，同舟共济，创造公司持续发展、强大美好的未来。

吕航 (特发物业党总支副书记、总经理)

一、物业管理作为服务行业，企业员工就像汽车的一个零部件，每一个都很重要，各有其作用；只有每个零部件都磨合到位，才会有良好的品质。我们的产品就是服务，员工是决定服务品质高低的有机组成部分，是企业持续发展的基础保障。要像在意企业发展前途一样在意员工。

二、特发物业公司市场业务量已达80%左右，但仍有一部分员工（包括部分核心岗位的员工）素质及观念距离市场标准还有较大的差距。如何提高员工素质、善待和关爱员工？企业领导应走群众路线，深入基层去做调查研究，了解员工需求、关心员工切身利益与成长；企业领导要带头营造和谐团结的气氛，打造公平竞争的环境，通过工会组织去关心员工群体的生活，为员工排忧解难。公平的机制和明晰的规则是对员工最大的善待。

特发物业公司正值规模扩张期，需要各类专业人才，员工发展机会很多。公司领导应遵循市场规律搭建员工发挥特长的各种平台，给员工们创造锻炼和成长的机会，通

过比拼服务品质来获得客户认可，以此赢得上升空间和晋升通道。给予员工公平的竞争机会和发展前途，是企业领导对员工真正的关爱。

三、特发物业公司要在激烈的物管市场竞争中取胜，必须合理灵活地运用激励机制去充分调动员工的积极性，激发员工的各种潜能。通过舆论、政策、行为导向，引导员工树立正确的价值观，增强员工市场观念、产品意识，以市场要求作为衡量标准。鼓励员工团结协作、发扬奉献精神，帮助员工走专业化、职业化的发展道路，通过不断学习和提高，完善和超越自我，成就美好生活，实现人生价值，为企业的持续健康发展贡献力量。»

员工心声

陈丽萍 (集团总部人力资源部)

作为特发员工，怎样认识自己的工作和岗位价值？如何发挥工作积极性、创造性？在我看来，首先是要把主动工作变成一种职业习惯，牢记“事业在本职，奉献在岗位”，提高责任感，增强主动性，养成求真务实的工作态度，从而在自己的工作岗位上实现自身价值。其次是要学会制定个人发展计划。企业总是在内在或外在因素的作用下变化和发展的，我们在认识到这些变化的同时要不断地更新自己，提升自己，结合自己的价值取向、教育背景、业务技能、综合素质以及兴趣爱好等，给自己设定新目标，做好长期和短期的个人规划。最后是把工作作为人生的一项追求，持之以恒。每个人都有自己的理想和抱负，有一份为之能够奋斗的终身事业，这样才是幸福美好的。集团给我们创造了很好的工作机会，让我们在特发的大舞

台上展示自己的价值。要牢牢把握机会，充分发挥主观能动性，为特发的美好明天积极奉献。

肖鹏 (集团总部人力资源部)

我进入集团总部工作已将近一年的时间了，在这一年里，我深刻感受到集团“全员职业化，成就美好生活”企业文化核心价值观理念伴随着每一位特发人，感受到健康的、先进的、具有生命力的企业文化是一个企业持续发展的可靠保证。我们如何使核心价值观中“全员职业化”得到实现呢？之前刘爱群董事长曾经在2012年度优秀员工表彰会上说过，要做到“全员职业化”就必须做到“乐业、敬业、专业”。对于我们员工来说，不论我们在公司中处于什么岗位，是业务经理还是普通员工，都是公司整体工作中不可或

缺的一部分，都有着它自身的岗位价值。“乐业、敬业、专业”就是要求我们能够重视自己的工作岗位，热爱自己的工作，在工作中，不断地提高自身的专业能力，将本岗位的价值最大化，为集团的发展贡献自己的力量。

张正（集团总部计划财务部）

2012年12月，我来到特发集团这个大家庭。转眼之间9个多月过去了，我已经逐渐融入了这里，成为了特发的一员。回顾9个多月的工作生活，顿感一种欣喜和充实，为自己当初选择进入这家公司而感到自豪。虽然我进入社会工作已6年，但是面对特发这个充满挑战和机遇的大家庭，起初还是充满迷茫和困惑。公司同事、领导对我的帮助和关怀，使我很快走出了困惑，完全适应了特发这个工作环境。

财务工作很烦琐，不可能不出错。出错不要紧，要紧的是在知道错了以后要尽可能补救，并勇于承担错误，改正错误，总结教训，预防错误再次发生。人生几十年，也不可能不犯错。人非圣贤，孰能无过，只是君子做人，当敢做敢为，知错即改，为时不晚。知错不改，或是隐瞒错误，甚至将错误推到他人身上，则是大不善。这9个多月对我来说是工作的一个新起点，明确目标，一步一个脚印。未来还需不懈地努力，勤勤恳恳为公司服务，发扬优点，改正不足，积累经验，不断创新，完善各个阶段的工作。

黄斌（特发信息公司办公室）

关爱员工要看得准、听得进、想得细

一要看得准：企业发展的关键是人才，如何留住人才是影响企业发展的最深层次因素。要以事业留人，营造公平、竞争、干事的创业环境，让员工“事业有希望”，与企业共同成长。如在特发信息，由于企业飞速发展，公司每隔一段时间都会有竞争上岗的职位推出来，岗位从科长、车间正副主任、销售经理等，参与竞争者可以来自企业任何一个岗位。竞争上岗为员工提供了公平机会的沃土，使一大批优秀的人才脱颖而出，同时也为企业储备了一批优秀的后备干部。

二是听得进：人是情绪化的动物，再好的环境，也会



时不时产生情绪波动。员工的情绪宣疏不易堵，堵的话能量还在继续积累，只有及时疏导，才能把负能量转化为正能量。企业要畅通倾听渠道，企业领导要倾听员工的呼声，让员工在企业“工作有奔头”，生活愉快，从而企业也更加和谐。如特发信息在东莞寮步光通讯园的建设过程中，园区的规划设计不仅听取了各个事业部领导的意见，甚至员工也有权对自己居住的宿舍提出装修意见，充分倾听了员工的合理要求。在园区建设后，又专门设置了“总经理信箱”、“监事会信箱”、“合理化建议信箱”，每个车间还设置了“文化墙”，员工可以提各种各样的建议，发牢骚，领导尽快答复。

三要想得细：关爱员工要想得细，考虑员工“衣食住行”的方方面面，满足员工各方面的合理要求，让员工感觉到企业无处不在的关怀。员工的最大需求是收入不断增长，更多地分享企业的发展成果。要做一个有责任感的企业，使企业和员工结成物质、精神和事业共同体。企业发展速度加快，经济收益跃升，要随之提升员工的待遇，让员工“生活有保障”，提高员工的幸福指数，从而增强企业的凝聚力、向心力，在激烈的市场竞争环境中留住人才，保持员工队伍的稳定。

正是由于长期以来关爱员工，让员工最大限度地分享了企业发展成果，得到了实惠，从而也最大程度地调动了员工的积极性、主动性和创造性，特发信息的发展才日新月异。

沈来生（特力人力资源部）

员工的满意度是企业的幸福指数，以人为本不只是一个简单的口号，而是员工的切身感受，员工理解认同的最终目标，在于公司解决员工反映强烈的热点问题。企业发展的成果要更多地惠及广大员工，成就员工的美好生活。曾经有一个事例：一位跨国公司总裁到位于中国的下属企业视察，到厂后径直去了职工食堂，食堂出来后又去了职工宿舍，最后才去看生产车间，许多人大惑不解。事后大家才知道，如果总裁对食堂、宿舍的情况不满意，他就不会去生产车间，因为在他们看来，一个企业如果连食堂和宿舍都管理不好，就不可能生产出好产品，这个厂长只有下课的份。

尊重员工、理解员工、关心员工、关爱员工，把员工当做我们的亲人，是每一个管理者必须遵循的一条最基本的原则，这就是走群众路线的“以人为本”。如果我们都能做到尊重他们、理解他们，达到“企业心中有职工、职工心中有企业”，他们定会去积极主动去努力工作，这就是正能量。对于一家企业而言，关心员工至关重要，企业只有真正做到以人为本，营造和谐的气氛，实实在在地关爱员工，尤其是一线岗位，促使员工对公司凝聚力提高，使员工感觉到一种很好的归属感，更使全体员工同心同德，共同创造出更美好的明天。

唐郁明（特力审计监督部）

企业是一个有目标的经济组织，需要一批志同道合的人一起努力来实现目标。企业的凝聚力、向心力决定竞争力，管理者应“为民务实清廉”，用“心”获取员工的真心支持，和谐之道是企业持续发展的重要要素。企业领导应与员工保持多方位沟通，定期向员工通报企业情况，潜移默化地灌输出尊重员工的信息，激发员工的被认同感。企业应通过积极、公平、公正的激励手段，充分调动员工的积极性，使员工发挥才干，展现才能，实现自我价值，通过加强自身文化建设，丰富员工的精神文化生活，如设立员工休息活动室、组织有趣味、有意义的活动等。

员工是企业的中坚力量，企业的政策指令通过员工执行得以落实，企业的生产运营离不开员工，企业的发展壮大离不开员工。每个岗位都有其不可比拟的独特性、重要性，员工应敬畏自己的岗位，与时俱进，不断学习，提高自己专业技能，做好本职工作，把好自己这一关。员工应该关心企业，积极、主动努力工作。企业好，员工才能好，希望企业能持续发展，员工收入能持续改善。

刘玉红（特力计财部）

通过运用激励、人本管理与激励相结合、员工培训与激励相结合、管理者用自身的行为和创新思维管理方式等从各方面调动、培养出员工的积极性、主动性和创造性。

一、用激励机制调动员工的积极性、主动性与创造性

企业对员工进行激励的目的，是要激发员工的内在动机，调动员工的积极性和创造性，充分发挥员工的智力效应，为企业的有效生存和发展做出贡献。常见激励因素有：工作安全感、满意的薪酬、丰厚的福利待遇、工作具有挑战性、安全整洁的工作环境、员工参与决策、晋升的机会、融洽的人际关系、工作被承认、个人成就感、自我实现。员工在受到充分有效的激励后，往往能以舒畅积极的心情投入工作，创造出高质量、高效能的工作成绩。

二、用以人为本的管理方式来调动员工的积极性、主动性与创造性

人本管理把人作为企业最重要的资源，以人的能力、特长等综合情况来科学地安排最合适的工作，并且在工作中充分地考虑员工的成长和价值，从而提高工作效率、增加工作业绩，为达成企业发展目标做出贡献。

三、用管理者的影响力调动员工的积极性、主动性与创造性

一个富有魅力和威望的领导者，自然会把员工紧紧团结在自己周围。领导者的威望取决于他的人格、品德和思想修养，取决于他的知识、经验、胆略、才干和能力，取决于他是否严于利己、率先垂范、以身作则、全身心地投入到事业中去，取决于他能否公平、公正，能否与员工同甘共苦、同舟共济等等。

四、用创新管理调动员工的积极性、主动性与创造性

通过创新管理，挖掘人的潜力，发挥人的创造能力和智力，把人塑造成“能力人”。1、科学激励，激发员工的工作热情和积极性。2、理解尊重。尊重员工首先要尊重员工的人格。员工一旦受到尊重，往往会产生比金钱激励大

得多的激励效果。其次要尊重员工的意见，要为职工参政议政广开渠道，通过职代会、合理化建议、与领导座谈等多种方式，加强领导与员工的沟通。3、强化培训教育，提高员工的业务技能和整体素质对员工进行培训教育，可以提高员工素质，巩固员工的工作技能，还能调动员工的积极性。4、建立员工服务机制，挖掘员工的潜能和创造力。企业要通过关怀、合作和沟通等多种形式为员工搞好服务。沟通正像一只看不见的手调节着企业的运行，要通过沟通理顺员工情绪、转化员工行为。只有员工满意了，员工才会把工作做得更好。

杨红（特发黎明办公室）

黎明公司领导非常随和，无论工作上还是生活上对员工都很关心。对待员工，就像对待自己的家人一样，为了让员工更好地在公司生活与工作，让他们省心、舒心、放心地投入到日常的生产生活中，领导经常到一线员工中走访，跟他们亲切交谈，谈工作、谈学习、谈生活，朴实的话语，温暖着每一个员工的心，让他们有一个轻松快乐的工作环境，有家一样的感觉。特别是在生活上，尤其是对新进员工，提出公司的自有物业在价格上对员工给予很大优惠，以解决员工住宿的问题，让初到深圳的异乡人感到了最大的关怀和温暖，公司领导尊重员工，让每一个员工都觉得自己是企业的主人，为全体员工构筑一个充满关爱和尊重氛围的和谐之家，达到企业和员工共赢。

杨锐（特发黎明办公室）

一、作为员工，对领导和企业有何需求？

(一) 员工希望企业基业长青，自己能够与企业共同成长，通过努力为企业创造价值并得到适当的回报，主要体现在：1、通过薪酬福利能够获取适应生活水平所需的现实经济来源；2、通过所服务企业的声誉能够得到社会认可尊重的自豪感；3、通过学习培训和岗位流动丰富工作经验，提升职场经验和价值；4、通过努力工作获取职级晋升以得到适当的社会地位。

(二) 企业领导作为企业的灵魂和舵手，员工希望企



业领导：1、具备战略思维和长远考虑，引领企业稳步发展；2、发展思路清晰明确，战略目标公开透明，集众智慧，凝聚力量，带领员工共同努力；3、统筹兼顾企业长期发展与员工现实利益需求；4、作风公道正派，信任员工，有责任心、使命感、担当精神。

二、如何发挥员工的工作积极性、创造性？

(一) 员工本身需要秉持职业化的工作态度，加强工作责任心，清楚了解自身工作对企业、家庭和自身的意义。

(二) 企业战略积极进取，具备充足的发展空间。团队领导善于建构活跃的工作氛围；(三) 企业对每个岗位和员工有清晰的定位和发展方向，并通过各种形式的沟通和激励加深员工对本职工作的理解；(四) 适当评价并充分肯定员工的工作成果和贡献，并及时给予物质和精神方面的激励和回报；(五) 企业各层级主管有革新的勇气，有科学的决策方法，企业有适当的试错、容错的机制。

三、怎样看待员工个人和部门、企业之间的关系？

(一) 员工个人与部门、企业在根本利益上高度一致，互相依存。员工是企业完成使命的载体，企业是员工实现价值的平台。

(二) 部门是企业内部专业化分工合作的要求，员工具体的工作需在部门框架资源的支持下完成，因此员工个人对本部门工作会关注更多，首先做好本部门工作，其次按照上级要求做好部门间协作，为企业整体发展做出贡献。

(三) 员工个人、部门和企业也有可能产生矛盾，主要体现在内部的利益分配机制是否规范、公平、合理，责权利是否对等。通过企业顶层制度设计和修正，具体事务

工作做到公开透明，并根据具体情况适当沟通疏导，及时制止狭隘的本位主义，可以有效化解矛盾。

周梅（香蜜湖度假村）

我们常说，企业要以人为本。员工是企业的主体。尊重员工、关爱员工，才能在企业中营造一种团结友爱、相互信任的和睦气氛，强化团体意识，形成企业对员工强大的凝聚力和向心力。如果企业一味追求利益的最大化，对员工生产安全工作的重视程度不够，给员工的工资过低，不关心员工的工作环境和业余文化生活，这样就留不住人。即便留下来，其工作质量也不会高。反之，企业把“以人为本”作为根本出发点，关心员工需求，给员工提供一个安全、干事、创业、成长的环境，让员工感受到企业对他们的关怀之情，从心里将企业作为自己的第二个家，爱企如爱家，员工才能更加尽心尽力地服务于企业，执行力和工作效率才会大大提高。

顾燕（特发小梅沙人力资源部）

当前，摆在中国企业面前的员工状况不容乐观，一方面是激烈的市场竞争和工作压力，使员工精神脆弱、流失现象日趋严重；与此同时，随着中国城市化进程的加速，越来越多的人群也加入了外来务工人员的队伍，这一群体的流动给社会管理带来了前所未有的挑战，也给企业的员工管理带来诸多新问题。如何才能管理好这些员工，真



正了解他们的情绪和需求，是一个大课题，小梅沙也面临着同样的问题和困惑。怎样才能保证员工健康成长，让每个员工“生活有保障，事业有希望，情绪有释放”，这些都是我们企业一直在思考和努力的方向。对于企业员工来说，没有基本保证的食宿和稳定的收入，不仅影响员工的生活，也会影响员工的思想情绪，进而影响企业整个员工队伍的稳定。企业领导要想员工所想，急员工所急，关注员工的基本生活所需，努力提高员工的基础福利水平，如员工食宿问题，给员工创造一个良好的工作和生活环境，使其全身心投入工作，为企业做贡献。

黄胜鹏（特发地产公司办公室副主任）

企业是员工的归属，员工是企业的财富。一个企业的发展，最根本就是人才。作为企业管理者，不仅要关爱员工，尊重员工诉求，保护员工合法权益，解决员工后顾之忧，最根本的还是要重视员工成长，为员工搭建实现自我价值、展示抱负的平台，使每一位员工都能安于工作和学习，敬业、乐业，充分发挥自身的潜能，对企业的发展起到促进作用。

朱坚胜（特发物业管理公司办公室）

员工对领导和企业最大的需求就是能够制定统一、公开、透明的规则，营造一个公平竞争的环境，让有能力、符合条件的员工有公平竞争的机会和平台。希望领导以身作则，言传身教，积极、热忱地帮助员工、鼓励员工、辅导员工，多听员工的意见。

在员工个人与部门、企业之间的关系上，“利人利己，共存共荣”是必须遵循的核心理念。这是一个相互依存的利益关系，任何企业、任何人都不能过于强调自我。企业必须承担起对股东、对客户、对员工、对社会的责任，员工也应该承担起对同事、部门、企业、社会的责任。员工的价值是建立在企业价值基础之上的，脱离了企业的成功，自我价值的体现便成为空谈；同时，员工实现自我价值也是推动企业发展的根本动力，它们二者是相互依存相互带动的关系。●

由重视员工生活设施配套问题想开去

■ 张正治/集团党委办公室

7月30日上午在特发集团党的群众路线教育实践活动座谈会上，集团党委书记、董事长、教育实践活动领导小组组长张俊林谈及起当年在特发信息工作时的一些往事：

5年前，特发信息主导产业链计划搬迁到东莞寮步。筹建光通讯产业园时，特发信息领导班子提出园区建设要把员工的工作和生活需求作为规划设计的核心，合理布局厂区、办公区、生活区，为员工创造良好的工作、生活环境，特别是要关注员工“八小时之外”的生活，尽最大可能、最大程度地把员工用餐和住宿这两大基本问题解决好。

在这种思想的主导下，特发信息光通信产业园在规划设计阶段上就煞费苦心、巧花心思，在设计单位选择、下达设计任务书和设计图纸审查过程中，多次组织专业人员就坐落朝向、格局摆布、散热通风、照明采光等课题深入推敲、反复琢磨，还多次组织对标现场考察，借鉴了富士康、深南电

路、“珠三角”、“长三角”一带民企的园区建设经验，在既控制建筑成本，又科学合理的基础上，建起了一座时尚大气、清新简朴，厂区、生活区合理分离，后勤配套完善、引入国家一级物业服务的花园式宜工宜居的现代化产业园。

“民以食为天”，园区的员工食堂由企业提供补贴，企业自己经营，一日三餐都为员工提供舒适卫生、价廉物美的服务，能同时满足500多人的用餐需求，设有中央空调，空间较大较高，毫无压抑感觉，让员工在一天辛劳或工闲之时，有一个能呼朋引伴的舒适的就餐环境。“安居才能乐业”，园区内的年轻员工居多，根据新生代员工追求生活品质，讲究居住质量的特点，园区宿舍摒弃了传统的筒子楼方案，而是采纳了南北对流的大开间、小公寓的单元房设计，北面设交通连廊，南面设生活阳台，起居室约18平方米，可作卧室兼客厅之多重功用，房间内还配备了行李搁物层、排风、热水



器、沐浴镜、床架、衣橱等，使员工拎包即住；一楼架空层配套了图书馆、超市、台球房、公用洗衣房等设施；园区内还有屋顶花园、灯光篮球球场及简易足球场等，并在园区周边发掘延伸定点的羽毛球基地，园区内的绿化率达35%，种植了“同心林”、配备了休闲椅、铺设了休闲绿道、草坪……现在，经过入住后近三年的后续完善，园区越来越成熟、越来越优美，形成了让员工在“八小时之内”努力工作，“八小时之外”健康生活，能吃一顿好饭、睡一个好觉、打一场好球、有一份好心情的氛围。

张董事长在谈及以上这些时，强调总结了两点，一是作为管理者，只要脑子里有“员工”这根弦，在安排企业重大事项时，自然就会处处体现“员工”这两个字的份量。比如在产业园的规划设计阶段，“磨刀不误砍柴功”，将员工需求充分地考虑进去，就可能不增加项目成本的情况下收到好的效果，否则，错过规划设计阶段这一关键点，完工后发现问题再来整改就很困难或不可能，即使可能，就要多花很多钱，还可能因此而输了员工的心。这不仅是工程规划设计的技术问题，或是降低建筑成本的控制手段问题，更是管理理念和企业文化的深层次问题。二是重视员工需求是作为企业领导人的本分，本身不足以称道。如果企业领导人事先没有这些想法和不提出设计要求，就是失职行为。

听了张董事长的一番介绍和感想，静心想了一想。当时特发信息班子为员工解决基本生活需求这个淳朴的思想

及后来的系列实践，看似不经意，实则蕴意隽永，那就是以人为本的管理理念的朴素再现。特发信息班子重视员工生活配套设施问题这一事例，从今天特发集团党委开展群众路线教育实践活动建设这个角度来看，似为一件小事，但一滴水里折射着一个大世界，体现了管理者所持的员工观念。

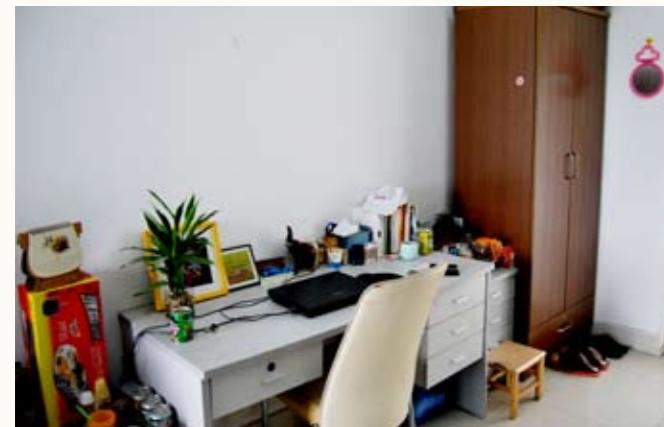
我们常说，企业以人为本，单是从“企”字的字面结构，就可直观地看到，离开了最上面这个“人”字，企业就停止了，所以员工是企业最重要的资源和财富创造主体，在对员工强化管理、严格要求的同时，要更加关心和重视员工，为员工提供更好的成长和事业条件，使员工通过自己为企业的奋斗和创造，能换来自己和家人有体面、有尊严的生活，这样才能换来员工对企业的忠诚和奉献，才能以企业为家，真正形成“企业事即我家事”的心境，最终促成企业效益和效率的最大化。企业和员工是水与舟、皮与毛的关系。但知易行难，落实到具体工作中，言行一致就更难了。

市场经济条件下，逐利本无可厚非，但“血汗”工厂及其诸多的负面新闻却令人发指。特发集团作为国企，作为改革开放深圳经济特区建设忠实的伴随者，一直以来自觉地担当起神圣的社会责任，时刻把员工冷暖装在心上，30多年来，一直以自身的生存、发展、壮大来为员工提供更多、更好的就业机会、更优渥的薪酬福利等物质条件，更在精神领域方面、人性化方面关注员工、满足员工。这



多年来，特发集团依法规范用工、尊重员工人格、发挥员工才华、汲取员工智慧、鼓励员工参与企业管理，让员工有知情权、参与权、表达权、监督权；公平、公正地对待员工，建立市场化的薪酬体系和考核激励机制，重视员工职业发展，为员工营造良好快乐的工作和生活环境，使员工能从自己的辛勤劳动中获得认可、奖励和职位晋升，并将这些制度化、流程化，使员工利益有保障，工作有奔头，成长有途径……所有这些，在历届特发集团领导层眼中，都被视为一种应尽的本职工作，并已成为特发集团一种常态的管理境界和鲜明的管理特色，企业也因此而生成一种和谐健康、积极进取、对企业忠诚、以企业事业为己任的浓厚氛围，并成为“全员职业化，成就美好生活”核心价值观的重要组成部分，凝聚成了特发集团企业文化中的正能量。

当前，集团总部正在推进岗位薪酬项目建设，目的在于建立一个科学合理的绩效考核体系，打造一支与市场接轨的、高素质的、职业化的骨干员工团队，以更好地为一线企业提供支撑和服务，更好地推进集团的转型、提升和



发展，使员工分享企业的发展成果，实现员工梦与“特发梦”的相通，切实地达到以人为本、关爱员工的目标，这也是特发集团新形势下对以人为本的新诠释，是员工观付诸实践的一个重大具体举措。

我们期待着在党的群众路线教育实践活动中，集团新一届领导班子能集聚各方智慧，探讨出更切合特发发展壮大的新举措，不仅切切实实地继续做好基层员工生活设施配套这些具体的事情，关怀员工的基本需求，更多地要将“以人为本”转化到“尊重员工价值创造”上来，与员工一起探讨管理理念的升华，追求管理手段和方法的创新和提高，齐心协力做好做强企业，以事业为根，以员工为本，以事业的土壤留人，以事业育人，与员工一起共同经营特发的事业，全面推进员工与企业的共同发展和共同收获，带领特发集团这个拥有6000多名员工的大家庭过上更加美好的幸福生活。

“全员职业化，成就美好生活。”——“特发梦”并不遥远，就在我们每位特发事业的奋斗者手中……

讲忠诚，树新风，促进企业创新发展

——特发集团党委副书记、纪委书记林婵波讲“忠诚”专题廉洁从业党课

(2013.9.10)

我们特发的核心价值理念是“全员职业化，成就美好生活”，深圳精神是“开拓创新、诚信守法、务实高效、团结奉献”，新时期广东精神是“厚于德、诚于信、敏于行”。那么，中华民族五千年传统文明的核心价值理念是什么呢？中华民族精神是：“以爱国主义为核心，团结统一、爱好和平、勤劳勇敢、自强不息。”可以理解为“自强不息、厚德载物”，也可以理解为两个字：“忠诚”。中国精神，正是以实现中华民族伟大复兴为主要内容的中国梦的深沉底蕴。

忠诚属于道德的范畴，根据康熙字典和辞海的解释，忠，是诚心竭力，忠贞不二的意思；诚，是真实，实在，质朴，信任，不虚伪的意思；忠诚，就是真心实意，没有二心，没有妄想，效忠的意思。历史上有诸葛亮的《后出师表》“鞠躬尽瘁，死而后已”的名句，是忠诚的典型代表。

党章中，在第一章第三条党员八项义务的第五项中，讲到党员要“对党忠诚老实，言行一致”，第六条预备党员入党誓词中有“对党忠诚”。党的十八大报告有一处讲到“真诚”，六处讲到了“诚信”。

习近平总书记去年12月在深圳视察时指出：“我们国家要走创新发展之路，首先要重视创新人才的聚集”、

“我们国家应该是择天下之英才而用之。”同样的，我们特发也要走创新发展之路，而创新发展的第一要务是加快培养和吸引德才兼备的人才。因此，今天讲忠诚，不仅仅是廉洁从业的需要，更是企业经营管理、创新发展的需要，也是每一个创新团队、每一位党员为人修养的需要。

这里，我主要讲三个“密切关系”：一是忠诚与作风建设的密切关系；二是忠诚与职业化理念的密切关系；三是树立“忠诚观”与加强廉洁从业修炼的密切关系。



一、忠诚与作风建设的密切关系

深入开展党的群众路线教育实践活动，落实到我们企业，首要任务就是要树立员工观念、客户观念和强化社会责任意识。站在企业创新发展的视角和员工群众的立场，全力肃清“形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风”。

集团新一届领导班子正是深刻认识到了形式主义和官僚主义产生的根源是脱离实际，认识到企业的考核评价导向偏移的危害之处，很大程度上将是导致形式主义和官僚主义的诱因，所以，今年以来，把建立立足于市场化和职业化的薪酬绩效考核评价体系作为全集团的一项重点工作来抓，目前已经初见成效。

加强沟通、贴近实际、与时俱进的思想工作是克服形式主义和官僚主义的良好方法。

倡导学习型组织，从上到下，引领健康向上的廉洁从业文化，并不断强化廉洁从业的长效防控制度和机制，这是清除享乐主义和奢靡之风的有力措施。

确保廉洁从业的约束，既要靠法律制度的硬约束，又要强调道德风气的软约束，还要提倡内心自觉的自我约束。这三种约束的有效性，都建立在对党的事业的忠诚和对企业未来发展的坚强信念的基础之上。

首先，制度的有效性，以忠诚为前提。

任何制度都无法包罗万象、穷尽企业中经营管理的具体细节、行为，再完善的制度也有其漏洞或缺陷。制度对各种具体行为产生有效约束的前提是忠诚，按照制度、原则要求去做事，诚实可信，尽心尽力。

集团总部自去年以来，已相继出台了40多项制度，各企业也都注重制度建设。但是，世界上没有任何一项制度可以永远适用，最近甚至连著名的“罗伯特议事规则”都被管理学界提出了质疑，这说明，企业必须根据市场变化，对制度进行滚动修订。面对日益错综复杂的社会环境，人与人之间的关系越来越复杂，只有制度，才可以做到有章可循。因此，即使是一般性的会议，也应建立起相关的制度流程，才能取得集中智慧、高效决策的效绩。

“制度、创新、执行力、人性化”以及“团结、团队”问题，都是企业经营管理的重要问题。从完善制度建设入手，对以“人”为中心的企业管理，按照制度流程开展工作，可以避免制度之外的人事纠结。

其次，制度创新是企业创新发展的基础。

企业与地方政府组织的明显区别是，政府是非契约性组织，而企业则是靠制度和契约形成的契约性组织。可见，企业在市场竞争中，必然会面临生存与发展的问题。不是发展，就是死掉。因此，任何企业都必须要有强烈的忧患意识。资源型企业会有资源用尽的时候，市场竞争型企业如果能够不断增强壮大其核心竞争力，则可永保基业长青而不会被市场所淘汰。

用人制度创新是一家企业能否持续立于不败之地的基础和源泉。最近，深圳华大基因21岁的赵柏闻，被评选为世界35名顶尖青年科学家之一，四年前他17岁读高二的时候到华大实习，对人类基因的兴趣被发现，而留下当了一名研究人员。英雄靠业绩说话，深圳独特的创新生态体系和华大的制度机制的开放性和先进性，造就了赵柏闻取得

了惊人业绩。

当今社会已经进入大数据时代，企业面临着管理、理念、经营等各方面的变革，力求创新是适应这种变革所必须采取的措施。

解放思想，改革开放的要义，在于释放人的知识和灵性，让人的内心空间发生交融和汇通，从而产生新的激情、创造性潜能和知识增量，形成新的知识性人力资源。而与之相匹配的，就是企业的战略发展方向的道路自信、项目可行性论证的理论自信、制度流程机制滚动修正的制度自信。只有这样，才能为营造真正的“新特发、好文化”提供强大的正能量。

第三，道德风尚约束的有效性，以忠诚为基础。

企业的文化氛围、道德风尚，对人的想法和行为具有约束作用，但不具有强制性，不能像制度那样对危害行为做出明确惩处。如果一种文化氛围不是以忠诚为基础，或者，对不忠诚的行为视而不见，那就难以阻止约束不廉洁的想法和行为。不仅如此，还会产生对抗道德、挑战风气的现象。

所以，这次教育实践活动的总要求是“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”，其中的治治病，就是对有违纪违法事实的人进行严肃查处，老虎苍蝇一起打，打老虎是为了发挥警示作用，以一儆百，打苍蝇则可以营造天朗气清、惠风和畅的好环境。

再者，内在自觉的约束，以忠诚理念为动力源泉。

忠诚是一种诚实为人、诚信处世的态度，是源自于人的内心的声音，是一种自我需求。

有了对职业、对事业的追求，就会把忠诚作为一种价值取向而置于个人利益之上，就能够不屑于个人利益或欲望的诱惑，就会一心一意做事。有了忠诚，就能自觉地遵守规章制度，自觉地维护企业文化氛围，廉洁从业也就有了深厚的根基。

二、忠诚与职业化理念的密切关系

企业忠诚是指员工对企业尽心尽力、忠心不二的心理归属。是员工主观上具有愿意为企业无私奉献的心愿，这种心愿往往是由于企业与员工的目标达成高度一致而形成的，而追求职业化，则找准了这一目标的最佳结合点。

首先，职业化要求员工与企业的关系是彼此信任

的合作关系。

企业应帮助员工自我发展和自我实现，形成员工内心自觉的忠诚情感归属。员工对企业忠诚意味着员工能够自发保持较高的工作激情，不断激发出自身的工作潜能，提高绩效。

当越来越多的员工忠诚于企业时，企业的良好氛围逐渐形成，核心竞争力不断增强，效益得到提升，这是一种趋于理想的状态。

在市场经济中，越来越多的企业已经认识到员工对企业忠诚的价值，并不断加强对员工忠诚度的管理。

其次，企业忠诚可分为领导人员的忠诚和员工的忠诚。

企业各级领导人员忠诚应自觉树立无私奉献、勤奋好学、团结协作、爱岗敬业、公平公正、开拓进取、勇于担当、廉洁自律等良好形象。现代企业的CEO不仅要对企业负责，更重要的是要对企业的未来负责。具体要做好几点：

一是具备强烈的前瞻思维、创新视野和创新能力。在决策、经营、管理、技术、产品和服务，以及制度、体制、机制、企业文化等都要有战略眼光和独到见解。懂得流行文化才能真正了解市场，这点同样非常重要。要以职业经理人的市场标准要求自己，带领企业创新发展。

二是具备敏锐的分析、判断、决策、组织能力和执行力。尤其是主要领导人员，大量的信息掌握非常珍贵，要求在

短时间内做出正确的分析判断，形成正确决策并组织实施。

三是敢于负责，善于用权，善于调动员工的积极性。自身表里如一、注重表率，运用管理学、心理学和哲学中的人性管理知识，带好团队，营造平等、尊重、热情、上进的人际环境。

四是处理好领导班子成员内部的分工合作关系。一把手是企业的领头人，对企业负总责。正职要调动和鼓励副职的积极性，帮助维护副职的威信，副职要善于履行职责，敢于负责，支持和维护正职的领导威信。

五是注意相互监督约束。严格遵守党章、八项规定、廉洁从业规定、《关于加强党政正职监督的暂行规定》、廉洁从业风险防控指引、公司章程、企业领导班子公开承诺等。

第三，员工应充分理解和遵守企业的战略选择。

员工要确立市场化、职业化理念，在企业整体战略布局下努力地、创造性地工作，把产品质量意识、服务意识和企业品牌意识铭刻于心。本职工作追求完美，正确理解企业制度、目标、契约，以及企业内部层级管理制度的严肃性和人际关系融洽的重要意义，保持学习、思考、创新、应用的良好工作状态，对企业各项具体业务提出建设性意见，在任何接触外界时，自然流露出对本企业的一种忠诚之情，必将形成强大气场而提振我们的正能量，变成一种“忠诚”文化。



再者，企业要注重提高员工的忠诚度。

实施情感管理，尊重员工的人格尊严、劳动成果和劳动价值，从上到下，带头为员工创造良好的沟通、学习和人际关系环境。

忠诚需要信任，信任产生忠诚，这两者互为因果关系。企业通过为员工提供一个与企业共同成长发展的平台，通过高效、渐进、无限地开发员工的潜能，营造越来越好的软环境，培育和吸引更多高级人才，这是忠诚建设的重要途径。

三、树立“忠诚观”与加强个人品德修炼的密切关系

忠诚属于中华民族传统文明道德的范畴。属于儒、释、道、法等诸子百家哲学思想的内容，经典文化都有渗透忠诚的思想。而个人品德修炼，更是经典文化必讲的内容。

对于党员领导干部来说，“我好静而民自正”、“我无欲而民自朴”，要“去甚、去奢、去泰”，对待个人利益要做到“知足不辱、知止不殆，可以长久”，时刻提醒自己个人爱好“甚爱必大费，多藏必厚亡”等警示名言，懂得“贤者在位，能者在职”、“受国之垢是谓社稷主，受国不详是谓天下王”的用人之道，明察“见其礼而知其政，闻其乐而知其德”、“声色货利，流连荒亡”、“玩人丧德，玩物丧志”、“天作孽不可违，自作孽不可活”的道理，自觉抵御“财色名食睡、贪嗔痴慢疑、色声香味触”对自己的诱惑，学习“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的高尚情怀，要“善养浩然之气，知机知时而反求诸己”，蕴育那自容于天地之间的大丈夫情怀。

一位外国元首曾说：儒家强调一个社会要良好的运作，必须以人民利益为先，这是与美国原则的主要差异，美国人把个人权益放在社会之上，那就没有办法解决一些问题。中国不只是一个超越人类想象的大国，她已经成为一个巨大的概念，经过这么多年后，我们的未来将第一次由中国主导，对于许多我们这些西方人而言是难以接受的，毕竟我们已经习惯了扮演主导者的角色，沉淀的历史力量不会沉默太久，终将喷薄而出，在任何达尔文主义的进程中，中华文明必将登峰造极。

企业获得忠诚不容易。任何个人，要对他人、对团队忠诚也不容易做到，团队和个人要想获得完全的信任和忠

诚也不容易。真心、人才都要靠伯乐型领导者去发现，每个人、每个团队想要获得更高的平台，必须靠业绩说话。这些都需要坚持不懈地修炼，点点滴滴地养成。

首先，个人修炼，要弘扬真、善、美的真如本性的高尚品格。

尤其是对各级领导人员，要时刻提醒自己是否具备带领团队的本领，出现“本领恐慌”时，加紧学习提高，以便及时提升领导力，适应日益变化的市场形势。否则，企业如果在领导力方面出了问题，就会产生不良的DNA，这些DNA可以慢慢变成癌细胞，最终把企业搞死。

正确对待个人利益和善于听真话这两个问题，是忠诚修炼的关键问题。在各种利益的诱惑面前，必须确立一条底线，谋求正当利益应当以勤奋努力和取得业绩作为基础。要善于听真话。只听好话、喜欢别人奉承，该批评的就不批评了，该拒绝的要求也不拒绝了，或者标准不知不觉地放宽了、弹性增加了；反之，有些真话、实话却惹得你不开心，甚至翻脸不认人，给人穿小鞋，搞打击报复。所谓“良药苦口利于病、真话难听利于心”，在这点上，真的要修炼达到“不生不灭、不垢不净、不增不减”的境界实属不易，但必须具有领导者的宽阔心胸。

其次，修炼与学习、创新、职业化涵养是分不开的。

个人品德、能力水平修炼是一个长期的过程，也是一辈子的事情。既不能指望做几件事就能办到，也不能“明日复明日”，总是放在以后再说，而是要从现在做起，努力学习“有字之书”和“无字之书”。力求通过学习，创新思维方式，产生一股强大的内心力量，把这股力量应用到企业的人才、资本、技术、决策、经营、管理和提高领导力等各方面，最终的落脚点是为企业创造新的利润和好的文化。

中华民族具有创新的好传统。“苟日新、日日新、又日新”，创新来自学问思辨行，“博学之、审问之、慎思之、明辨之、笃行之”，这是儒家思想对创新的理解和诠释。对于企业长期发展来说，我们必须坚持学习专业知识、学习新经济知识，既要学习专业经典，又要学习流行文化。还要抽出时间来，学习历史和哲学的基本知识，做到以史为鉴，“经史合参”，甚至做到“刚日读经，柔日读史”，防止盲目乐观自傲或盲目悲观消极。所谓学习“无字之书”，就是要善于总结提高，经常进行横向交流，学习他人之所长，补自己之所短。还应当请进来，走

出去，向国资委系统企业学习，向国内外同行业学习，开阔视野，提升自己。

诚者，天之道也；诚之者，人之道也。什么是天道？

“诚则形，形则著，著则明，明则动，动则变，变则化，唯天下至诚能为化。”意思是说，做到了真诚，真诚会自然流露出来，逐渐显现，然后发扬光大，感动并引领大家奋发向上，只有天下最真诚的人，才能够牵动、感化人心。这就是天道。

回顾特发的历史，当年的深圳经济特区六家超百亿集团如今仅存的两家之一，我们为什么能够豪迈的进入第二次开发、创新、跨越式发展的新时期，因为她孕育了创新发展的基因。

两家上市公司：特发信息，早在十年前首先提出并倡导“开放”和“职业化”的理念，后来，“职业化”理念被引用作为特发的核心价值理念，目前，特发信息已是深圳市和广东省连续多年来自主创新企业，正在进行超常规发展；特力，是今年特发集团战略转型发展的重点企业，目前水贝项目进展顺利。

特发物业，战略中心紧跟着华为的发展而发展，其布局已在北京、上海、杭州、成都、武汉、河北等地占有一席之地而初见效益，开局良好。

特发地产，面向市场战略正在进一步论证。

小梅沙、香蜜湖、高尔夫，作为未来高端旅游地产企业，第二次开发在即。

黎明溢清项目，得到了国资委相关部门的高度重视。

华丽公司，占据了华强北天时地利，其发展商机前景良好。

第三，始终保持忧患意识。

三十年河东河西，几代特发人相继努力奋斗赢得了今天。期间，经历了国企体制改革、亚洲金融风暴、债转股、国有股权转让等风波，我们在强烈的忧患意识中，承受了“困于心、衡于虑”的压力，得到了磨练和提高，而“生于忧患”。

但是，即使是在今天，集团领导班子的忧患意识也一点都没有减小。我们的头脑都要清醒，作为一家竞争性国企，我们不在竞争中做强做大，就会在市场中被吞并吃掉，那种“报喜不报忧”的时代已经一去不复返了，只有实干，才能兴邦。

因此，在作风建设上，要牢记毛泽东同志关于“两个务必”的教诲：“务必使同志们继续地保持谦虚、谨慎、不骄、不躁的作风，务必使同志们继续地保持艰苦奋斗的作风。”

保持忠诚廉洁，是特发未来走创新道路和实现全员职业化的门槛，跨过了这道门槛，才会有事业的成功和实现职业化的价值体现，否则或是“壮志未酬身先死”、或是“碌碌无为终是憾”，或失去自由或失去事业的平台，再或者将失去组织的信任，收获的只有无可奈何的遗憾。

可见，忠诚、廉洁从业，不只是对每一个组织团队的要求，也是个人成长、发展的需要。面对现实中许许多多的诱惑、干扰，要对从业过程中可能出现的一些不恰当、危险的想法和行为加以约束。其中，自觉学习、提高自我控制能力，是抵御诱惑的关键因素。

最后，希望我们每一位党员干部和员工，要学习“上善若水”的高贵品格。

《道德经》第八章讲到水的七种特性：“居善地、心善渊、与善仁、言善信、正善治、事善能、动善时。”

对待工作，我们要尽心尽力往高处对标，而对待个人名利得失则毫不计较，学习“水往低处流”的精神，这是“居善地”；

心胸要无比渊阔，有如九寨沟的水一样清澈见底，这是“心善渊”；

给予他人和团队的只有奉献，将会得到“以战则胜，以守则固，天将救之，以慈卫之”的回报，这是“与善仁”；

说话算数，不轻易许诺，言行一致，说到做到，这是“言善信”；

坚持党性原则，有一颗公平公正的纯朴的心灵，以诚待人，那么，就可以“化而欲作，吾将镇之以无名之朴”，而“不欲以静，天下将自定”，这是“正善治”；

具有敏锐的分析判断、决策执行能力和组织号召力，坚信“天下难事必作于易，天下大事必作于细”，努力获取良好的绩效，这是“事善能”；

具有坚定的信念，当组织需要的时候，能够形成排山倒海之势，有效攻克每一个项目的难关而取得优异的业绩，这是“动善时”。

把“事善能，动善时”变成我们的自觉目标和行为准则，而至忠、至诚、至信，正是我们国家强盛、企业基业长青的强大的核心竞争软实力。●

优化成本效率管控 探求商业模式创新、产业转型升级

——特发信息经营管理专题会记述

■ 《信息窗》编辑部



6月8日下午，特发信息公司领导班子成员、各经营单位、有关职能部门经理等近30人聚集一堂，特发集团总经理张建民、副总经理李明俊、财务总监栗森及企业一部、财务部等部门负责人应邀与会，在听取特发信息汇报了上半年经营情况、取得的成绩、存在的问题和相应的改进措施后，大家从成本控制、投资发展及项目管理、市场工作及海外市场开拓等课题分析入手，集思广益，聚众智慧，探求特发信息公司成本效率管控、商业模式创新、产业转型升级的路径。

一、关于成本效率管控

特发集团财务部刘燕经理认为，材料成本在工业企业经营总成本中占有重要的份量，降低材料成本将是特发信息降成本的关键。特发信息基础财务工作较扎实，还创新性地提出应付账款周转率和资金安全库存量等指标。集团栗森财务总监指出，成本是工业企业的生命线，但成本控制不能一味压低成本，在加强成本管理控制时要讲究方

式方法，应主要从内部资源整合、组织架构和商业模式、公司体系设计、全局和战略的高度来综合思考成本控制问题。集团李明俊副总经理认为，产品竞争其实就是产品成本的竞争，从产品成本入手是提高工业企业竞争力是最重要的一项措施，特发信息抓住了经营管理的关键点。她建议特发信息每年对前次提出的改进措施和成效要进行跟踪、评估和分析，强调要加大海外市场的开拓力度，因为开拓海外市场不仅能增大市场份额，更是发挥产能、摊薄成本的最好措施。

特发信息董事长王宝指出，成本分析是企业管理的一个重要手段，要坚持不懈认真抓好。特发信息成本控制能力还有待提升，特别是要根据市场变化和公司发展情况不断加强，如随着生产规模的逐步固化，制造费用无法继续摊薄；伴随销售规模的扩大，销售费用总额、人工成本，加上水电等生产费用仍在不断上升，且还与外部主要原材料的不断波动密切相关。面对上述的这些变化，要在成本控制上着力采取有效措施加以应对。要充分认识到，2013年是不一样的一年，要坚定信心，勇于担当、客观面对，力争实现做实做强的目标。

特发集团总经理张建民对特发信息重视成本管控给予高度肯定，他说，特发信息将成本控制从一般的财务工作上升到经营管理专题分析层面，是一种真正市场化、贴近实际经营的体现，表明了特发信息精益管理工作的进步，

是迈向现代化企业的表现。从某种意义来说，企业管理就是成本管理，企业管理者对成本的核算和控制能力的高低，决定着企业的成败。他对特发信息成本管理工作提出以下几点要求：一是要以实现客户价值为导向，既要注重产品成本管控，又要保证产品的品质以及品牌、售后服务附加值的提升；二是控制成本要站在全局的高度，符合企业发展战略；三是成本分析要从价值链入手，为构建或创新商业模式打基础；四是成本管理要做好应对市场变化的策略，如市场产能过剩，价格明显下降时，是相应地缩小生产规模，还是降低管理费用或人力成本，使产能规模与成本控制找到最佳匹配点等，这些问题都要有思量、有应对；五是成本控制的措施要量化成指标，同时要与预算管理、绩效考核等密切挂钩以确保成效。

二、关于商业模式创新、产业转型升级

王宝指出，特发信息下阶段要强化对差异化竞争力提升的分析思考，逐渐通过精耕细作，优化商业模式。要发扬和强化公司现有的优势，改进不足，争取主动、主观、可控的发展。这就要求一是在体制上创新，如光网科技和泰科分公司的骨干员工持股就是一种好的尝试和着力点，要努力设计形成不待扬鞭自奋蹄的主动发展的企业体制，尽最大努力发挥员工的积极性；二是在机制上创新，如不断优化KPI考核体系，要敢于打破旧经验和僵化、不切实际的机制，朝激发经营活力的方向改进，体现以“创造者为本、奋斗者为本”的理念。如尽最大可能性对各经营单位合理授予其固定资产投资权、人力资源投资权，全力支撑一线产业发展；三是虚心开放学习，多与同行进行对比分析，弥补短板，强化优势，打造差异化竞争优势；四是从战略角度，主动规划和强调思考产品升级、产业转型以及商业模式创新的问题。产品升级、产业转型和商业模式创新无一不是大课题，但难做不代表就不能做，我们已经有一些尝试和成果，如在产品和市场的升级和拓展方面，光网科技的以“非缆带动线缆”、泰科分公司的LTE产品布局，光缆的非运营商市场的开拓，电力光缆的非电力光缆市场的开拓，以及各事业部的海外市场、新市场、新业务的尝试等。在商业模式创新方面，光网科技的总集成商模式的尝试就是一种有益的、方向正确的尝试。产业转型方面，我们也通过战略研讨会等方式，进行过热思维，提出了在坚持主导产业的发展之外转型其他行

业产业的冷思考。

集团张建民总经理对于特发信息新商业模式创新、产业转型升级路径作了精辟的论述。他指出，商业模式就是各经营要素通过一定的逻辑关系相互组合所创造出的一种盈利模式，成本的分配和归集、管控和平衡是构建商业模式的一个关键。特发信息目前的商业模式比较成型，其中一个值得分析的因素，就是在产品制造——市场销售——售后服务的某些环节上，具有较好的成本管控能力，能保证利润的稳定增长。特发信息在思考如何创新商业模式时，除成本控制这一着力点，还要站在公司产品的价值链角度，以价值创造为主线，将制造——销售——服务各环节分解成各个专业的管理模块，让各经营要素清晰化、规范化、模板化，以便为商业模式的提升和重塑、产业的转型升级提供明确的路径和空间。

关于特发信息的竞争优势，张建民总经理说，特发信息发展了20多年，能一路走到今天，终究是有自己的核心竞争力优势的，这个优势究竟在哪里？要认真思考总结。企业参与市场竞争，靠的是差异化优势，哪些方面有优势，我们就从哪些方面出击。如果能在建立专项的经营管理模块上下功夫，那么就能在各经营要素上分析出优劣势，从中发现竞争对手无法复制的优势，再聚焦优势、集合资源去形成一种盈利模式，由此具有个性化的、有优势的商业模式就会水到渠成。

对在讨论分析中呈现出来的海量数据，张建民总经理认为，数据是管理的基础依据，数据运用是分层次的，不同管理层级的需求不一样。数据是事实的记录，用数据进行比较分析，数据就成为信息；用信息进行分析，就转为知识；用知识进行判断，就成为智慧。因此，数据不是简单的堆砌，不仅要比较记载事实的数据，更要把数据通过分析整合后，转化为有用的、简洁的决策信息，还要将数据的使用上升到知识甚至智慧的层面。如某个经营环节或单个单位的成本核算，用数据比较分析的方式，得出的结论可能是不合算的，但放在全局的发展上分析判断，再加上其它数据辅证，也许这种成本代价却是必要的。这就需要我们透过简单的数据看到深层的实质，以战略的思维进行深度分析，以便更好地运用好对企业经营发展有意义的数据。

会议4个小时脑力激荡的智慧成果，将融入特发信息经营管理和发展战略的智库中，为特发信息的做实做强提供宝贵的精神动力。◎



创新商业模式 打造优势品牌

——特发物业创新转型升级的战略思考

■ 吕航/特发物业公司总经理

与国内物管百强企业相比，同行业及优秀物管企业发展迅速，特发物业公司的发展速度相对缓慢和滞后，盈利模式受到挑战，制约公司健康快速发展。随着全球经济一体化发展趋势加剧，激烈的市场竞争最终会演变为品牌的竞争，市场划分越来越细，我们必须客观冷静思考公司未来发展方向，寻求发展突破口，制定适合公司持续发展的中长期战略目标，积极转型升级，形成新的商业模式，发挥自身优势，抢占市场份额，努力打造具有“特发物业”管理特色的中国高新科技园区物业管理供应商第一品牌。

一、跨越行业“分水岭”，进入高端项目领域

中国物业管理行业经过近三十年的发展，在迎来发展高峰期的同时也到了高风险期。随着人工和物料成本快速上涨、各类专业人才短缺，加之缺乏专业的行业监管导致鱼龙混杂，国内的物管行业走到了“分水岭”的阶段。目前，国内物管行业中，除了少数的国外物管企业凭借管理

优势和雄厚资金，抢战高端商业地产物管市场，以万科为代表的国内知名物管企业统领高端住宅市场，大多数物业管理企业仍处于以价格手段做无序竞争的原始状态。近年来，物管行业如同众多劳动密集型企业一样，遭受因劳动力成本的快速上升而吞噬企业经营利润的困扰，传统的物业企业均面临发展瓶颈，大多数尚没有实现规模化经营的物管企业只是艰难维持，随时都有被兼并和收购的危险。激烈的市场竞争势必大浪淘沙、优胜劣汰，这对特发物业人而言，既是挑战，更是机会。

特发物业公司业务虽以高新科技园区管理为主，占比80%，但现在还没有全面和真正的进入高端项目的物管市场，靠承接保安、保洁、综合服务等微利项目生存，目前营利模式单一、盈利能力低、市场业务80%集中在单一客户、不同项目管理效果不同、没有具规模的专业化团队等，并受到行业无序竞争加剧、人工和物料成本大幅上升、合同到期续约风险及巨额遣散费赔偿、

主要客户需求变化快、竞争对手强大等不利因素威胁。如果特发物业公司还要在国企行业存在和发展，就不能简单地依赖扩大规模来增加利润。2012年公司成功拓展了近42万平方米的项目，外地的面积增长了80%，收入增加了3000多万元，但是对应的利润却很少，按照这样的比例发展，公司的规模和利润仍然很小，难以做大做强。所以，必须突破依靠价格竞争和规模扩张来发展的瓶颈，通过产业结构升级，进入高端项目领域，实现健康快速发展。

特发物业经过20年的发展，目前已成为具有国家物业管理一级资质、管理面积近200万平方米，管理项目涵盖高新科技园区、写字楼、住宅等多种物业类型，业务范围涵盖华南、华北、华东、西南等省市的具有一定知名度的物业管理公司(2010年“特发物业”被评为深圳知名品牌)。因此，公司提出打造优势品牌战略，明确进入高端项目市场的目标。一方面着手基础建设——向行业先进学习，打造精英团队；同时把握市场脉搏，发现市场机会，准确切入细分市场，在细分市场中树立物管品牌，并以此为样板，在细分市场中快速传播和辐射，从而树立企业管理品牌，增加产品附加值，使特发物业走向品牌化经营的持续发展道路。

二、提升品质，打造优势品牌

(一) 品质是品牌的保证，品牌的打造一定伴随着宣传，品牌需要不断创新和维护。

企业要有生命力，必须持续盈利，不断增加盈利水平。首先要有好产品，即品质好；其次是要有市场；第三要有好的经营管理。三者都具备，才可能产生有生命力的企业。在有市场的情况下，把产品用更高的价卖出更高的量，而且要持续，在持续的过程中对产品不断更新升级换代，保持竞争力。所以，有产品、有市场、有管理，才可能有利润，企业才可能生存。

市场经济的特点是没有限制与竞争。企业要做大，持续保持生命力，不可能永远靠垄断，必须进入竞争领域。竞争靠品质、价格、品牌。品质和品牌的结合决定市场价格，在市场经济里，有品质、有品牌的产品比有品质、没品牌的產品价格高、竞争力强。所以，企业要生存和持续发展，要获得高的产品附加值，打造品牌就是必然之选。

品牌在企业的成长、壮大、持续生存中起了相当大的作用。要创品牌，品质最核心，没有品质保障的产品，是没有生命力的，是树立不出品牌的，所以品质是品牌的核

心保障。但是品质好的不一定有品牌，打造品牌相当难，宣传是非常重要的手段之一。宣传有两种，一是传统意义上的花钱搞活动、做广告；另一种是广义上的宣传，变相花钱做广告，例如可以通过低价甚至亏损的方式进入某一个区域或领域，低价占领市场，靠市场占有率的增长来提高知名度。这种广义的宣传需要资金和时间，投入大量的人力，还需要选择合适的区域，才能打造出品牌，而且是持久战，在竞争的过程中品牌生命会衰败，所以品牌需要不断地升级创新和维护。

品牌是企业的招牌，是企业的无形资产，品牌一旦形成，就能给企业带来丰厚的产品附加值。高品质和大品牌意味着较高的知识与技术含量，具有较高的附加值，能更好地满足高端客户需求，赚取高额利润，也意味着企业能够选择、优化赢利模式，掌握议价的主动权甚至定价权，在谈判中取得优势、在竞争中处于优势，具有强大的竞争力，有利于提高市场占有率。

特发物业要跨越行业“分水岭”，进入到物业管理行业的高端项目领域，必须拥有高品质产品，打造优势品牌。

(二) 特发物业有打造优势品牌的基础。

目前，特发物业管理服务的物业有三种产品类型：住宅、写字楼、高新科技园区。品质最好的是高新科技园区的物业管理服务，占到公司业务的80%，是通过市场竞争中得来的，十几年来在华为的不断要求和监管下，越做越好，具有较高的品质、较强的竞争力。公司通过改造硬件设施和提升管理项目的经营质量，不仅在集团而且在市国资系统内获得了各种荣誉和表彰（2012年3月市国资委以《特发物业十年磨剑，成功打造物业服务优质品牌》为题报道了公司十年来服务华为，打造物业服务优质品牌的历程；以及特发物业荣获特发集团2012年度“先进企业”荣誉称号），在纯市场项目中也拓展出了华为公司外的知名项目（2013年3月特发物业成功中标中电科航空电子产业园项目），并且通过精细化管理获得了业主的充分肯定（2012年6月获得华为自有物业管理社会化服务以来唯一颁发的“2011年度华为物管服务优秀供应商奖”；2013年4月获得华为服务供应商物业类唯一的“优秀管理团队”奖），初步形成了良好的管理效益和口碑。虽然如此，但公司目前并没有完全形成自有品牌，其客户较单一，细分市场的占有率不高，在行业范围的知名度和影响力有限。

特发物业另外两种服务产品住宅和写字楼的管理，属

于资源型项目，得来的手段和资源配置都不是市场化的，品质不高，竞争力不强。

基于这样的现状，公司着手制订了可持续发展的中长期战略目标，明确“扩大规模，持续盈利发展，做大做强”的发展方向和战略，集中优势资源在细分市场中寻求突破，以管理创新实现经营模式的成功转型，努力在高新区科技园区物管领域树立起“特发物业”的大品牌。

（三）特发物业打造优势品牌的策略。

借助华为业务的品质和口碑，在持续提升品质的基础上，对内实现高品质全覆盖，对外大力推广，占据中国高新区科技园区细分市场，努力实现特发物业跨越式发展。

进一步提升优势产品品质。要创品牌，品质是基础、是核心。特发物业公司与世界500强企业华为公司虽已合作10多年，但在精细化管理、标准化服务、合同执行等方面，还需进一步的提升和完善。根据客户的需求变化进行梳理和优化服务流程，建立新的“三标一体”管理体系，不断提高服务品质和管理效率。只有持续地提高产品的品质，甚至进行更新升级换代，才能保持长久的竞争。比如：创新物业服务项目，满足客户的多元化和差异化的需要，做好物业管理服务的延伸和补充。

实现高品质全覆盖。以不断提升的华为业务品质为标准，将其他类型业务的品质统一向上提升，精确复制华为模式，全面提升公司所有服务产品的品质。

走出去，占领细分市场。品质好不一定有品牌，品牌的打造还必须把高品质宣传推广出去。根据特发物业公司的实际，一方面，以在管项目作为根据地，借助华为的名气向周边市场出击，扩大影响力，提高知名度。如：成功中标西南区域的中电科航空电子产业园项目就是因为特发物业管理成都华为基地的好品质，获得客户青睐而主动邀请我们参加竞标的实例。另一方面，慎重业物色无在管项目的区域，采取兼并或重组当地经营困难企业的方式，输出我们的管理品牌、管理团队、管理方案。初期可以少赚钱或适当的亏损，如果比直接广告宣传花费少，就值得我们操作，随着规模扩大，利润就会产生。

三、转型升级，创新商业模式

打造品牌，形成企业的优势品牌，并不只是经营层面的问题，它还涉及到管理层面及深层的体制机制问题，需要有效的调整甚至变革体制机制，在实现转型升级的基础

上创新商业模式，才能最终达成目的。也正是如此，物业公司把2013年确定为特发物业的“转型年”，通过全面市场化转型、向输出品牌和管理转型（转型是全方位的，首先是观念上的转型，树立竞争意识、危机意识、成本意识），集中力量和资源，推动从内部整合、资源共享到外部拓展的多方面升级，推动经营模式、盈利模式、管理模式、扩张模式的创新。

一是深化市场转型。首先，推进资源型项目的市场化。目前，公司资源性项目与市场项目相比，品质差、二线人员多，比例不协调，深层次的原因是经营体制没有市场化。因此，要以市场为标准，从经营体制变革入手，推进资源性项目由垄断走向市场，全方位向市场化转型。第二，深化管控体制的市场化。在整合分支机构，构筑区域经营平台，优化区域内的资源配置，提升经营效能和市场拓展能力的基础上，推行授权经营、独立经营，进一步明晰责权，缩短经营管理链条，提高经营效益。第三，深化考核分配机制的市场化，这是全面市场化的根基。通过绩效、考核、薪酬、激励等机制的不断优化，推动各领域、各职能的市场化，为品牌战略的有效推进提供强大的、全方位的有力支持。

二是推进产品升级。一方面，进一步提升华为业务的品质，增加知识技术含量，优化产品结构，提高设施设备管理服务的比重，使产品的整体赢利能力实现提升，同时改善劳动密集的状况，降低人员成本不断上升带来的风险。另一方面，推进产业升级，把华为业务的管理模式简化、明确、完善，制作成标准化管理方案，通过精确复制，输出管理，从单一服务提供商向综合一体化管理供应商升级。

三是创新基础管理。一是改善机构配置，划清功能职责，缩短管理链条，提高运营管理效率；二是合理调配资源，统一采购，增强议价能力，降低成本，实现规模化效益；三是调整人力资源管理策略、制度和机制，以市场标准选拔、任用、提升现有人才，优化人力资源配置，培养、储备人才，建立应用人力资源效率模型，提高人力资源效率，形成合理高效的管理团队成长机制，尤其是业务管理团队的成长，以满足输出管理的需要；四是加强预算执行，调整低价投标的竞争策略，提升合同执行质量，杜绝责任处罚归避经济损失。

编者按：加强集团系统资源性资产租赁管理，对于杜绝资产出租过程中不合理、不合规现象，确保企业国有资产及权益的安全、完整，促进企业规范经营、持续健康发展具有十分重要的意义。集团领导高度重视这项工作，并召开专题会议进行部署，分头到企业调研、指导，各企业也积极行动起来。《特发》月刊作为服务企业经营管理的平台、载体，为做好宣传和推动工作，特开辟专题，向集团系统各企业分管领导约稿，围绕资源性资产租赁管理工作各个环节，如制度建设、物业招租、租金标准、长期租赁、转租管理、委托管理、合同管理、租后管理、纠纷管理等，总结探讨，分享经验，吸取教训，献言献策，集思广益，进行工作交流。现将专题稿件分期刊出，与集团全体员工和各企业分享、借鉴。

贴近市场，培育产业 以租赁经营方式实现资产保值增值

■ 武志红/香蜜湖度假村副总经理

香蜜湖度假村有限公司是一家随深圳经济特区成立而创立的旅游企业，公司成立后形成了集“吃、住、行、游、购、娱”于一体的娱乐度假模式，并经营当时亚洲最大的机动游艺机游乐园——中国娱乐城，引领特区旅游业的发展，一度成为深圳人和来深旅游者的必到之地。上世纪90年代末期，受华侨城旅游景区等众多后来者的冲击以及公司后续投入的不足，特别是受政府收地进行红荔西路、市政办公大楼建设及房地产开发等一系列城市建设的影响，中国娱乐城景区被一分为二，公司住宿餐饮等配套项目也被迫与旅游主体景区分离，公司旅游资源从此被根本破坏，公司的正常经营受到重大影响并陷入严重亏损。此后，随着深圳市旅游产业的发展重心逐步向东西两翼地区拓展，公司在失去旅游资源基础的同时失去了应有的战略优势。





为扭转经营大幅亏损和战略发展基础丧失的困难局面，公司决定通过盘活土地资源的方式，实现资产的保值和增值。为此，2000年前后，公司开始逐步有计划地进行土地物业租赁经营。经过十多年的发展，目前公司的物业租赁经营呈现良好的发展趋势，主要体现在：租金收入逐年增加，闲置的物业土地资源得到逐步开发利用，公司规章制度不断健全，租赁管理流程日益规范。公司对物业土地租赁经营的管理，主要体现在以下几个方面：

一、合理规划，积极引导，精心培育租赁市场

在物业土地租赁经营中，承租商经营项目是否符合市场需求和具有发展潜力，将直接影响到公司物业土地租赁经营业务的持续稳定开展。针对租赁经营过程中可能出现的问题，我们主要采取两方面的措施：一是根据公司用地总量、基础设施、交通配套等情况进行精心规划，合理安排租赁项目，明确各区域的发展业态。目前，公司已形成了南片区西侧由汽车展销市场为主导的汽车专卖店聚集区；东边则依靠原有酒店建筑形成了以餐饮行业为龙头的服务业聚集地；北片区则形成以体育健身行业为主的健康

体育园区。通过合理的区域划分，不但使各业态自主发展，市场互补，而且使人车流得到合理分流，道路、停车场及水电等基础设施资源也得到合理利用。二是引导租户合理贴近市场发展，提高租户的市场生存能力，为公司物业租赁经营的稳定发展打下基础。在2000年初，根据国民经济发展进程和政府开始引导民间汽车消费的趋势，我们认为汽车市场将在较长的一段时间内成为国内最大的消费热点。同时，根据我司当时土地大部分未被利用，市内缺少大型场地用于汽车展销的现状，提出了引入商家建立汽车展销市场，拓展物业租赁市场的思路。其后的发展表明，我司引入租户承办的汽车展销市场在较长的一段时间内形成稳定的经营局面，也为我司租赁经营的稳定发展打下了基础。

通过合理规划，积极引导，我司的土地物业租赁经营得到稳定发展。目前，我司辖区范围内的租赁商户形成了汽车展销、餐饮、高尚家居卖场和体育健身行业分区分片有序经营的局面，我司也成为我市及周边地区有一定商业影响力的餐饮聚集地和市内品牌最多、规模最大的汽车展

销市场之一。

二、注重引入品牌，以品牌效应带动物业租赁经营稳定发展

品牌效应是商业社会中企业价值的延续，品牌效应可以带动众多商机。对于商业市场来说，品牌企业的存在可以带来稳定的客户并提高市场知名度。在租赁管理实践中，我们注重引入或要求租户引入知名品牌，作为提高公司物业租赁经营水平，带动和提升片区租赁市场的重要手段。

在进行租赁经营的初期，由于缺少经验，在公司辖区范围内出现了多个汽车展销市场并使市场内部的商户形成了恶性竞争。商户的恶性竞争不但损害了顾客的利益，也间接影响了公司的声誉。面对这种情况，我们通过租赁土地的合理规划和配合政府逐步规范引导的措施，对汽车市场进行合理规范整合。其后，我们提出要建立品牌聚集、配套齐全、规模经营的汽车展销市场的目标，并要求租户（某汽车市场经营管理公司）要加强汽车展场的规划建设，引进知名品牌建设高档豪华4S展示厅，把市场建设成为市内规模最大、品牌最多、服务最优的汽车销售场所。在公司的引导下，目前该汽车市场已成为我市汽车品牌最多、规模最大的汽车销售市场之一。在餐饮业招租方面，我们同样要求租户必须有丰富的经验和实力，并以吸引品牌企业为先导带动餐饮业的发展，进一步带动我司用地的资源效益。在实践中，一租户通过引入多个我市知名餐饮企业，带动众多餐饮企业入驻我司物业，并使我司成为了我市知名的餐饮企业聚集地。

通过引导租户以品牌效应带动行业聚集和发展的做法，不但使租户的经营持续稳定，更重要的是提升了公司租赁经营的安全并进一步带动了我司其它物业的租赁经营，使我司的物业土地资源利用率得到进一步提高。

三、以管理模式创新，推进租赁业务的健康发展

对于一个以物业租赁经营为主的企业来说，如何创新管理模式，进一步规范和完善物业租赁管理，对租赁经营业务的健康发展有着重要的意义。

为做好公司物业租赁经营，规范管理，在经营实践中，我们通过建立健全规章制度、创新管理模式使公司的租赁经营得到健康发展。近年来，我们根据公司租赁业务发展迅速，原有租赁管理规章制度未能覆盖租赁管理流程全过程的现状，我们在充分听取股东意见的基础上，结合

公司租赁业务的具体实践修订完善了《物业（土地）租赁管理规定》。新的《物业（土地）租赁管理规定》不但较完整地规范了公司的租赁业务从招租到签订租赁合同的全部流程，并针对公司租赁经营的特点创造性地在流程中引入了租赁合同制度——由公司分管领导和后勤管理部门负责人等独立于租赁经营管理部门的人员组成会议小组，由会议小组在对租赁经营部门推荐的承租商的实力、资信状况和经营能力进行会议，以集体建议的方式对承租候选人进行遴选推荐。此外，会议小组还可以根据周边市场的土地租赁价格对公司物业租赁价格提出建议。从公司经营实践来看，会议小组的设立，对公司的租赁业务起到了较好的规范作用，并进一步提高了租赁经营的风险控制能力。

除此之外，我司还引入了第三方测绘制度，对较大规模的用地租赁，聘请有资质的测绘单位对用地范围进行全面测绘，作为计算租金的依据；同时我司还加强对租户的信用管理，建立了租户信用台账，将租户在履行租赁合同、安全生产等项目列入租赁信用台账，作为租户续签合同或租金调整的依据。通过建立健全规章制度，创新租赁经营模式，使公司的租赁经营得到规范开展，公司租户拖欠租金的行为大为减少，并使公司连续多年实现年度租金“零欠租”的良好记录。

四、强化安全生产，为物业租赁经营保驾护航

我司物业租赁客户涉及餐饮、汽车展销、高尚家居卖场及体育健身项目，存在人员密集、明火作业或存在易燃物品等特点，使安全生产成为公司日常经营工作中的重中之重。为此我们始终把安全生产贯穿于租赁管理的每一个环节之中，牢固树立“安全责任重于泰山”的理念，时刻绷紧安全这根弦。通过落实安全生产“一岗双责”和各级安全责任主体、抓好安全生产知识的教育和宣传、建立安全监管网络、加大安全生产基础设施建设等各项积极有效的措施，取得较好效果。多年来，在公司及商户双方的共同努力下，我司没有发生重大安全生产责任事故，连续多年被街道安全生产部门评为安全生产先进单位，安全生产的扎实开展实现了为公司租赁经营业务保驾护航的目标。

多年来，公司上下不懈努力，使物业土地资产租赁经营工作得到有效开展，较大地提升了公司的经营业绩，盘活沉淀资产，实现资产的保值增值。◆

（本文特约编辑：集团企业二部吴锐楷）

转变思路，化解矛盾 天鹅工业区厂房租赁逐步摆脱困境

■ 陈自强 黄胜鹏/特发地产公司

天鹅工业区位于龙岗区平湖街道鹅公岭社区，毗邻东莞雁田，位于水资源保护区旁，被天鹅路分割为东西两块，总占地面积90,732平方米，始建于1992年，现有厂房、宿舍、综合楼等各类建筑共计7万余平方米。在2003年以前，天鹅工业区与东莞的雁田大工业区一样风生水起，每年的租金收入有550万元左右。天鹅工业园作为特发集团重要土地储备之一，为了尽快提升土地价值并进行合理开发利用，2006年集团将工业园整合到特发地产名下，在维持工业园租赁经营和升级扩建的同时，由特发地产代表集团积极与政府部门沟通，争取获得用地功能的转变。由于地产公司自身没有加工生产型企业，几年来，地产公司针对天鹅工业区过渡性工业物业的具体情况，采取对外租赁模式，租金收入作为天鹅公司近几年的主要收入来源。

然而，鹅公岭工业区土地整备工作的推行，使天鹅工业区物业租赁即时陷入困境。

继华南城、深圳农产品物流园及深圳市金融产业服务基地相继选址落户平湖后，龙岗区政府2010年又把鹅公岭工业区作为推进平湖金融与现代服务业的基地进行规划开发，开始鹅公岭工业区的土地整备工作，并作为深圳市旧工业区土地改造试点项目。为减少拆迁工作的障碍，平湖街道办开始对鹅公岭片区的厂房租赁采取了不予办理工商营业执照和环保许可等限制措施，并对无牌无证的企业进行频繁查处。这一举措使得鹅公岭片区的承租企业纷纷外迁，出现房屋大量空置的现象。2011年，兴通城公司搬迁，给原本经营业绩每况愈下的天鹅公司一个致命的打击，2012年，天鹅工业区的租赁业绩降到了历史的冰点，

全年的租金收入只有385万元。

除此之外，由于受拆迁影响，原本拟将厂房扩张重建的计划只能暂停实施，陈旧不堪的厂房和配套设施得不到改善，物业环境恶劣，难以吸引新的租赁单位入驻，并且存在严重的安全隐患，天鹅工业区的运营举步维艰。

面对土地整备造成的租赁经营困境，我们开始觉得有些无助与困惑：是与有关“限租政策”据理力争，还是自我调整，哪项策略胜算更大，对天鹅工业区未来的运作更有利，我们为此进行了苦苦的探索，对于天鹅工业区物业租赁经营模式、经营思路进行了更新和调整。

一、调整招租对象，规避限租政策

天鹅工业区以往的承租人大部分是加工型企业，他们要求租期长、能办理环保许可手续和工商营业执照，这与政府部门的限租措施相冲突。对此，公司采取规避环保工商限定，调整招租对象，走仓储式物业出租经营模式，将厂房作为仓储用途则不需要办理上述经营许可手续。于是我们根据平湖物流基地的特点，将招租对象转向仓储行业，并积极向海吉星农产品批发市场、华南城等物流基地的经营者发布仓储招租信息。通过此举，2012-2013年我们成功地将闲置的1.5万余平方米厂房出租，而且租赁价格略高于以往。同时，随着进驻企业的增加，配套宿舍的出租率有所提高。

二、调整承租企业结构，减排降污提高环境质量

2008年5月8日，深圳市环保局发布了《关于对观澜河（石码河）流域实行建设项目环保限批的通知》，《通知》要求对观澜河（石码河）流域内新增的建设项目和生产项目



实施环保限批。天鹅工业区正好位于石码河流域的二级水源保护区，因此也被列入环保限批的范围内。同时，环保部门对工业区内已有生产企业的排放也进行严格督查。为此，我司自行对工业区内的各家企业展开排查，对废水、废弃和固体废气废排放超标的企业采取劝退方式责令其限期搬迁。2012年共劝退3家超排企业，此举亦得到环保部门的支持和认可。对于退租的厂房，我们一方面加强厂区进行整治，改善物业环境，另一方面通过广告宣传加大招租力度，招租对象集中在来料加工、纸业包装以及电子加工等。到2013年初，退租的厂房也顺利实现出租。

三、精耕细作，创立工业区物业服务标杆

地产公司作为国有企业，近年来在对天鹅工业区经营管理中，尽管受政府土地整备政策对租赁业务的影响，但公司对工业区运营始终不离不弃，耗费人力物力投入运营工作中。从注册管理公司开始到聘请一流物业管理公司、增派管理人员，到全面加强对工业区的形象管理，优化厂区环境，重视安全生产等一系列举措，突显地产公司重视程度。经过几年的努力，天鹅工业区在鹅公岭工业片区的管理中起到标杆作用。在工业区的经营现状因政府部门在鹅公岭片区土地整备、诸多的限租措施强压下，为实现租赁经营工作持续平稳，公司一方面努力做好租户的稳定工作，另一方面公司领导亲自出面与街道办沟通，要求政府部门在进行土地整备的同时要兼顾工业区的经济利益，善意沟通也得到平湖街道办的谅解。2013年平湖街道对天鹅工业区的限租态度有所转变，租户基本上能保持稳定经营的状态。

四、吸纳鹅公岭片区拆迁租户进驻，实现企业与社区双赢

天鹅工业区位于鹅公岭社区，周边的厂房都是村委集体所有或管辖范围，近两年来，随着村委升级改造项目的增多，许多工厂被迫搬迁。为能接纳该部分参加落户天鹅工业园，我们加强与村委的信息沟通，将符合条件的租户以合适的租金价格和完善的物业管理服务就近吸引到天鹅工业区，此举不仅提高了天鹅工业区的出租率，同时也为村委的升级改造提供了支持。

通过调整思路、改变策略等措施，2013年上半年，天鹅工业区在租赁经营上取得了较大的突破。厂房平均租金收入达到8元/平方米，比鹅公岭社区厂房租金平均每平方米增加1.5元。厂房的出租率也达到了96%，比社区厂房物业出租率高出约46个百分点。截止7月份，天鹅公司的租金收入达到了270万元，预计全年的租金收入可达490万元，将比上一年度提高近30%，经营业绩为过去4年的新高。

作为引进高端产业和新兴产业，带动片区产业发展和环境改善，鹅公岭片区土地整备已成定局，鹅公岭土地整备整体拆迁已经如火如荼进行，工业区租户就像过往的船客只能是短暂的停留，租赁经营必将面临更加严重的考验，但特发地产会积极应对，确保天鹅工业区在进行异地置换方案推进的同时，健康稳定经营。»

（本文特约编辑：集团企业一部李正祥）

聚焦经营



01

集团俞磊副总经理带队到特发信息光电公司参观考察

8月16日，集团俞磊副总经理率集团企业一部人员参观考察了特发信息光电技术公司。光电公司是目前特发信息下属规模最小、成立时间较短的子公司，俞磊副总经理一行认真、仔细参观了厂区，并听取光电公司相关人员的汇报。

俞磊副总经理对光电公司的发展表示肯定，并表示特发集团会全力支持光电公司的发展。我们已有“特发”这个好的品牌作支撑，也有灵活的机制作助推器，企业管理层要把握好企业的命运。就目前市场形势而言，预绞式金具行业规模较小，竞争企业较少，在工艺、技术研发上，还存在很大的发展空间。要找准自己的市场定位，找准自己的服务对象，不断研发新的产品，以适应各种市场需要。

(江兰/特发信息光电公司)

02

特发信息在中移动年度集采招标中名列榜首，成最大赢家

8月29日，中国移动通信有限公司2012—2013年度配线类产品集中采购结果出炉，特发信息公司以黑马之态跃入公众视野，在本次集采的7类产品中全线中标，成为本次集采的最大赢家，显现了特发信息在业内的不俗实力。

(黄林/特发信息公司)

03

印度Reliance Jio公司客户到特发信息参观考察

随着公司经营规模的不断扩大，特发信息在发展国内市场的同时积极拓展海外市场且取得了一定的成效。8月，印度最大的私营集团信实工业旗下电信公司Reliance Jio项目经理Gupta和Lyer到特发信息光网分公司参观考察。Gupta



富拓展上下游产品链。作为国内配线类产品市场的后进入者，通过对配线类产品市场的持续关注，以及自身研发、生产、服务水平的不断提升，特发信息配线类产品以低调的姿态取得越来越多的订单，被誉为业内的一匹黑马。此外，为了更好地服务各领域客户，特发信息不仅加快了新产品的研发力度，而且在从可靠性向可用性转变的大趋势下，力推整体解决方案，受到市场广泛好评。

(杨秋娜/特发信息光网分公司)

04

对标学习，提升物业管理水平

8月22日上午，特发信息物业部工程组、经营组和综合组三组成员在公司董事长王宝和副总经理程鹏带领下，一行9人前往长城物业集团总部进行对标学习，受到长城物业集团高层领导的热情接待。长城物业集团简要介绍了其基本概况，展示了信息系统及云物业服务，最后双方就物管服务等问题进行了深入交流。

长城物业是目前国内物管服务领域最大的信息化平台拥有者，拥有最大规模的IT基地，以及先进的CRM、PMS、PDA等后台系统，CRM系统已建设成为国内对同行开放的一个行业平台，其信息化建设对物业管理提升及人力成本的节



省功不可没。此次对标学习，为即将实施的信息化平台建设开拓了思路，为提升我司的物业管理水平找到了方向。

(梁文娟/特发信息物业部)

05

特发信息电力光缆事业部开展内部竞聘

为促进人力资源合理流动，鼓励内部人才成长，使员工更好地在竞争中得到成长、锻炼。特发信息电力光缆事业部围绕着“以奋斗者为本、以创造价值为尊”的人才理念，在内部组织了生产系统19个主管岗位，面向全事业部员工进行公开竞聘上岗。本次主管竞聘平台开放，共有24位内部应聘者报名参与。竞聘过程充分考虑岗位特点和公司实际情况，采用“通用知识考核、专业知识考核、360°评价以及演讲答辩”等方式，全方位评价竞聘者的综合能

力，整个过程公平公正、开放透明。此次公开竞聘，不仅有利于公司管理经营和内部人才的培养和成长，更有利于个人能力的全面提高，是一个双赢的结果，是公司在基层管理工作上的又一次变革和创新。

(吴龙辉/特发信息电力光缆事业部)

06

特发信息19人入围市人才安居租房补贴名单

2012年，根据深圳市科技创新委员会人才安居扩大试点企业认定标准，特发信息被成功纳入人才安居扩大试点企业名录，今年7月特发信息接到市住建局《关于受理第二批人才安居扩大试点租房补贴申请的通知》，特发信息内部未拥有住房、没有违反计划生育政策的高中初级人才可以申请每月200—500元的租房补贴。收到通知后，公司领导极其重视，并授权办公室为大家进行集中网申。8月27日，市住建局完成人才安居扩大试点租房补贴的审批工作，特发信息19名员工成功通过审查，分别获得3-18个月的补贴款项，补贴款项计划于9月30日前发放。此次申报为我司员工谋取了福利，改善了我司员工的居住条件。

(伍俐洁/特发信息办公室)

聚焦经营



07

兄弟情深，特发华银参观信息寮步光通讯产业园

8月13日，特发信息公司控股的江苏常州特发华银公司中高管理人员一行7人，到位于东莞的特发信息光通讯产业园区参观。这是他们2013初加入特发信息大家庭后第一次回来走亲戚“认门子”，进行业务交流学习。

在电力光缆事业部伍历文总经理的带领下，特发华银一行同事先后参观了公司展厅、员工食堂和宿舍、员工活动室和图书室、园区运动设施、生产车间。看到干净整洁的生活环境、齐全的员工活动等设施、整齐忙碌的生产线、规范科学的车间管理，特发华银的同事们啧啧称赞。特发华银中高层管理人员对车间现场管理以及生产工序特别感兴趣，时不时地进行交流和询问，伍历文总经理为特发华银的同事作了一一解答。

特发华银公司与电力光缆事业部有密切的合作关系。电力光缆事业部为新兄弟的到来安排了一个简短却热情的欢迎会，彼此分享管理心得和工作经验，加深双方的感情，为日后长久的合作做了良好的铺垫。

(吴龙辉/特发信息电力光缆事业部)

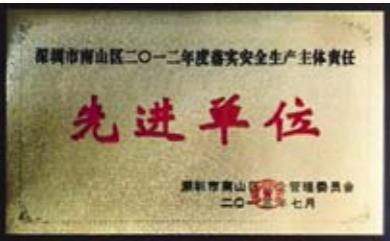
08

特发信息荣获“2012年度落实安全生产主体责任先进集体”称号

特发信息安委会按照南山区安监局的工作部署，从信息本部到生产一线企业，认真贯彻落实上级部门的指示精神，及时上报隐患排查治理情况，发现问题，立即整改。

同时注重加强安全理论学习与消防实践演练，安全生产工作获得南山区安监局的高度认可与表彰。荣获2012年度落实安全生产主体责任先进集体荣誉称号，安全主任彭国强荣获优秀安全主任荣誉称号。

(梁文娟/特发信息物业部)



09

华日丰田开展活动促营销，做好客户维护

继“感恩母亲，放飞童心”后，6月29日华日丰田公司再次推出第二届荔枝节暨“爱车养护课堂走进荔枝园”大型户外活动，不但有专业技师指导大家在炎热的夏季该如何爱车养车，同时还让客户亲临大自然，享受采摘荔枝的过程，体验劳动所得的快乐。

目前汽车销售、售后环境与以往大不相同。新车销售主要是价格竞争，客户争夺愈演愈烈；售后服务因新车销售的薄利或亏损导致竞争愈加激烈。因此，“现有客户是金，潜在客户是银”已成为越来越多的企业的营销理念。如何更好地做好客户维系，让客户把我们当朋友，是企业一直追求的目标。

华日公司秉承“客户满意度第一”的经营理念，注重客户满意不仅体现在CS成绩的提升上，更在于

能为经销商的业绩带来增长。尤其在车辆逐渐饱和的深圳市场，传统媒体的影响力非常有限，但口碑营销却能直接影响大多数客户的购车行为。随着深圳车市已经开始转向增、换购时代，客户是否愿意转介绍，与他对品牌信誉、产品品质及销售人员的信任度等是紧密关联、不可分割的。

(吴德鑫/特发华日汽车公司)



10

特发黎明“依特佳”声磁单发接检测天线即将上市

根据市场的变化和客户的需求，特发黎明蓉华公司最新研发的主机内置声磁检测天线（EG6088G/EG6090G）通过用户现场的试用，其性能得到客户的赞誉。该系列产品即将于9月份上市。新产品与同类产品比较主要具有以下几个特点：（一）解决了检测天线背后服装或服装模特衣物无法安装防盗扣问题（防盗扣易引起误报）；（二）安装简便，可直

接对检测天线进行电脑调试，大大降低技术人员现场安装、维护工作量；（三）在相同位置安装天线数量为三支以下时，较“主机+天线”方案节省成本；（四）如遇到专业小偷使用干扰器对检测天线进行干扰时，设备会发出声光报警并提示店员。

新产品的上市，能更好满足一线服装品牌不同现场需要，提升了“依特佳”品牌市场的竞争力。蓉华公司多年来一直坚持以“为用户提供增值服务”的企业宗旨，坚持以市场为导向持续技术创新开发出更多的新产品，不断满足市场和客户的需要。

(肖攀/特发黎明蓉华公司)

11

特发黎明锰清公司组织开展职工素质提升集中培训

7月19日，特发黎明锰清公司积极响应南山区总工会“新工人、新市民、大培训、大提升”的号召，组织开展职工素质提升集中培训，邀请深圳市南山区深职训职业培训学校讲师房恒贵授课，就《企业常用应用文写作》及相关具体文种进行了全面、系统的讲解。锰清公司全体员工参加培训。黎明锰清公司致力于成为一家学习型企业，在

聚焦经营

2013年度已陆续安排了多场培训，全体员工都非常珍惜职工素质集中提升培训的机遇。

(张志彬/特发黎明锰清公司)

12

小梅沙旅游中心采取有效措施全力做好下半年工作

特发小梅沙旅游中心牢牢把握市场环境变化和竞争发展态势，创新思维方式和工作方法，强化科学决策和抢占市场先机，调整优化营销策略，对内建制度，对外树形象，以职业化、市场化为标准，不断培育和提炼小梅沙独特的企业文化，千方百计采取措施完成下半年各项任务指标：

一是以战略思维的高度来配合集团推进小梅沙的升级改造，根据十二五战略，不断调整海洋世界的概念性规划，并在下半年完成海洋世界大剧场的改造工作。二是不断完善人力资源的开发和储备，推进战略性的



聚焦经营

人力资源管理，建立公平公正的薪酬制度，保证绩效考核的效果和执行。三是不断积累品牌效益，挖掘品牌价值，增加收入。四是加大培训工作力度，组建内训师团队，进一步提高服务质量、加强服务意识，提高游客满意度。五要积极探讨企业的商业模式，进一步细化、优化经营管理措施，创新营销策略和手段，加大广告投入、优化营销组合，全面调动营销积极性。六是加强内部管理，加快建设现代化企业制度。七是高度重视安全生产工作，作为重中之重狠抓不放松。八是加强“以人为本，和谐共进”的企业文化建设，按市场化理念和标准要求员工，适时开展各类有益的文体活动，不断改善员工的居住环境和工作环境，关心关爱困难员工，及时解决员工的问题。九是强化成本意识、开源节流，强化财务监督力度，严格控制各项开支。推行全面预算管理，提高游客二次消费比例，为企业创造更大效益。

(顾燕/特发小梅沙旅游中心)

13

小梅沙大酒店举办2013年真情回馈抽奖活动

小梅沙大酒店为吸引和感谢国

内外宾客的光顾，经小梅沙旅游中心及酒店领导策划，决定在旺季期间举办2013年度真情回馈抽奖活动。活动的初衷是在回馈宾客同时，做市场分析调查，并完善客户资料。抽奖活动于6月28日凌晨正式拉开帷幕，目前正在如火如荼地进行中，客户反应热烈，表示类似活动可以大大提高酒店的美誉度，并就抽奖形式和硬件设施改造等提出了中肯的建议。

(罗耀富/小梅沙大酒店管家部)



14

小梅沙海洋世界喜讯频传 海狗家族再添新成员

近日，小梅沙海洋世界极地馆喜讯频传，自去年6月海洋世界第一次成功地在人工饲养环境下繁育出健康的海狗宝宝后，今年6月，海狗妈妈们再接再厉，又为海狗家族增添了两位新成员。6月26日中午12点，海狗妈妈“梵可思”顺利生

产了一头小海狗宝宝，另一位海狗妈妈“吉娜”也于6月28日凌晨1点50分产下一头可爱的海狗宝宝。海洋世界特别为幸福的“海狗之家”准备了舒适的育婴房，育婴房里有制冷空调，有游泳池，居住条件优越，还配备了专门的营养师和饲养人员全天24小时轮班照顾新生的海狗小宝宝。等海狗宝宝情绪稳定后，还将计划与海洋世界的游客朋友们见面。届时，人们就可欣赏到其乐融融的海狗家庭生活，感受到那温馨的物种延续的慈爱本能。

(顾燕/特发小梅沙旅游中心)

15

特发地产重视人力资源管理 着实抓好团队建设

特发和平里、岳阳项目的成功开发，特发地产在做优做强、实现企业发展战略目标方面迈上新的台阶。基于地产公司发展战略对企业人力资源规划的要求，地产公司把人才资源的开发和使用放在企业发展的地位。最近两年，公司不断充实技术队伍，优化人力资源结构，建立人才培训机制，实施人力资源培训计划，提升团队的管理水平和优化绩效管理体系等，着实抓好人才队伍建设及人员素质教育，努力

(黄胜鹏/特发地产公司)



打造一支专业型管理队伍，为企业的长远发展提供保障。公司还与北京太和咨询公司合作，为人力资源结构的全面梳理和优化，规范和完善绩效管理体系，健全指标设定、过程管理、考评和绩效改善等方面提供帮助。

8月2日，公司举办一场由中层以上干部参加的人力资源管理培训，由北京太和咨询公司高级顾问李丽云老师授课，培训内容包括人力资源管理基本知识、人力资源培训技能、绩效管理流程及实施等相关知识。培训通过理论传授、案例分析与情景演练相结合的方式，让管理层干部加深对人力资源管理理念的理解，对丰富和提高团队管理经验和技能起到一定作用。

(黄胜鹏/特发地产公司)

16

特发物业武汉分公司成功 中标华灿光电物业管理项目

8月21日，特发物业武汉分公司

成功中标华灿光电物管项目，负责安保、环境、维修等综合一体化管理，合同期2年。这是特发物业武汉分公司除华为项目外成功对外拓展的第一个项目，在特发物业武汉分公司发展中具有里程碑意义。

华灿光电股份有限公司（深圳交易所上市代码：300323）作为“新材料、新能源”领域的高新技术企业，致力于研发、生产、销售高质量LED外延材料与芯片，是国内领先的LED芯片供应商。华灿光电项目占地160亩，建筑面积5.5万平方米，集研发、办公、生产、公寓等功能为一体。

特发物业武汉分公司接到投标通知后，管理团队反应迅速，先后多次前往“华灿光电”项目现场，经过严谨市场调研、现场踏勘、标书制作、面试准备、商务谈判等环节，最后成功中标。这标志着特发物业公司在拓展武汉物业市场方面，迈出了坚实的一步。

特发物业武汉分公司将继续做好服务品质，经营好“特发物业”这个品牌，积极拓展市场，形成新的经济增长点。

(钟广平/特发物业武汉分公司)



17

特发物业公司正式接管华为百草园项目

8月1日，特发物业正式接管华为深圳区域百草园单身公寓。公司领导崔平副总经理亲自带领项目团队成员历经几个月的时间完成了项目实地勘察、标书的编写、竞标、中标到现场答疑、前期交接、正式交接，将特发物业的品牌形象又推向了一个新的高度。

7月31日14:00-23:00，特发物业坂田项目团队成员与前百草园

物业管理方——中海物业进行了各项资料的交接，特发物业正式入驻华为百草园项目。为保证前期的交接工作顺利完成，坂田管理处尹玉刚主任带领坂田团队成员召开集体会议，从各个模块的特点入手，找到物业交接期间问题遗留点，安排有经验的队员熟悉百草园的安保要求，与清洁绿化分包商确定服务方案，借调公司总部及兄弟管理处懂技术有经验的工程师协助前期项目

聚焦经营

交接，学习中海优秀的管理经验弥补自身不足。从项目人员的招聘、物资的采购、工衣的定制、服务礼仪的培训到温馨提示及各类标识的制作，将特发物业崭新的形象展现给华为员工，在不着痕迹中悄悄深入人心。

(尹敏/特发物业管理公司)



18

特发物业公司对被侵占物业依法采取维权行动

6月20日，特发物业公司经营部经理王运良、特发小区管理处主任杨福带队，协同经营部工作人员、特发小区和泊林花园小区的有关工作人员一行20多人，前往特发集团位于蛟湖小区的一处被非法占据的房产依法进行维权行动。

该处房产为蛟湖小区六号院10栋801房，面积57.43平方米，产权属于特发集团所有，原为特发物业公司蛟湖小区管理处员工宿舍。2010年7月份特发物业公司退出蛟

湖小区的物业管理，该房作为过渡房给新接手的物业公司借住3个月，后来新接手的物业公司仍未找到房搬迁及已与特发集团沟通继续借住为由，一直未退还该房。2013年5月底特发集团委托特发物业公司收回该房及处理出租等所有事宜。特发物业公司于6月4日向该房住户（2名清洁、4名保安）下发搬离通知书，限期6月15日前与我司签订租赁合同或搬离该物业，但住户依然拒绝搬离。

6月20日下午4点，特发物业公司人员到达现场，经与住户多次沟通协商遭拒后，断然采取措施，对该物业采取停电停水等措施，同时通知片区民警对全程进行指导监督。6月24日，经营部联系片区工作站、民警、业委会、管理处、住户进行多方沟通，再次重申搬离立场。经过长时间的沟通、协商，最终与住户签订租赁合同，理顺该物业历史遗留问题。

(许寒冰/特发物业管理公司)

19

特发物业公司坂田管理处安保人员获华为嘉奖

7月12日，尹某到华为公司深圳坂田基地行政中心A2大门口手持菜



刀堵塞A2东大门，企图向华为公司施压达到个人诉求。特发物业立即启动应急预案，采取设置警戒线、疏散围观员工等应急措施。特发物业公司坂田管理处安全部帅飞、李金科耐心对尹某进行安抚和劝解，并趁其注意力被转移之际夺下菜刀，避免了恶性事件的发生。

8月10日，特发物业公司坂田管理处巡逻员陈中理在例行检查时，发现流动学校草坪上方及靠路伸缩缝有烟雾冒出并伴有焦味，于是立即上报并坚守在事发现场警戒，通知江森设施工程师赶赴现场协助调查，确认为流动学校主线线缆被烧断所致。此次事件因陈中理对问题的高度敏感性，发现及时且处理得当，有效规避了一重大安全隐患。

为表彰鼓励特发物业公司安保人员处理突发事件的英勇机智和认真负责行为，华为行政管理部深圳服务中心对特发物业公司坂田管理处安全部通报表扬，号召各物业单位安全部学习；对成功处理事件的安全主管帅飞、领班李金科、巡逻员陈中理给予通报嘉奖，每人奖励500元。

(尹敏/特发物业管理公司)

政策动态

□ 中央政治局会议定调下半年经济

中共中央政治局于7月30日召开会议，分析研究上半年经济形势和下半年经济工作。会议提出，下半年经济工作将继续定调在“稳中求进”上，同时要根据经济形势变化，适时适度进行预调和微调。在房地产市场方面，会议提出“促进房地产市场平稳健康发展”。

□ 广东省拟出台政策允许宅基地在集体内部流转

《广东省农村宅基地管理办法(送审稿)》于8月5日正式公开征求意见，征求意见时长为一个月。允许宅基地在本镇、本集体内部相互买卖的政策在送审稿中得到了体现。若该办法获得通过，意味着今后广东省农村宅基地将可以在本镇、本集体内部流转。在“有条件放开”的同时，送审稿也明确严禁城镇居民购买农村宅基地及其地上房屋、附着物。

□ 财政部向人大汇报，将扩大房产税范围

财政部日前向全国人大常委会预算工委通报关于贯彻落实十二届全国人大一次会议预算决议和履行政府三项承诺时表示，将加快推进营改增等相关税制改革，扩大个人住房房产税改革试点范围，为全面推进房地产税改革进一步积累经验。

楼市焦点

□ 温州楼市限购政策松动

根据温州新规，温州市户籍居民家庭若已在温州市区拥有一套住房，可再购买一套市区住房，而2011年3月出台的限购令不允许购买第二套住房。温州成为中国首个放宽楼市限购令的城市。据官方数据，2011年9月以来，温州房价连续22个月同比下降。

□ 7月深圳房价涨幅全国第三

国家统计局8月18日最新统计数据显示，新建商品住宅方面，7月份70个大中城市中，环比价格下降的城市有4个，持平的城市有4个，上涨的城市有62个，环比涨幅总体继续收窄；同比价格下降的城市有1个，上涨的城市有69个，最高涨幅为北京，上涨了18.3%，其次分别为广州、深圳、上海，涨幅分别高达17.4%、17%和16.5%。

■ 深圳数百套楼王相继面市，一楼王售价超2亿元

深圳许多楼盘近日相继推出楼王，如招商鲸山观海、伍兹公寓、深圳湾一号等等。通过市规土委网站查询得知，东海国际中心A栋37层楼王面积为1487平方米，叫价15.5万元/平方米，总价高达2.3亿元。

深职院房地产研究所所长邓志旺认为，深圳执行“限价令”后，多数楼王单位因售价过高而未获预售许可，转为现楼发售，不计入新房成交系统；另外一部分是商务公寓，不属于住宅。因此，这些楼王的集中上市，尚不足以影响总体房价。

■ 深圳前海8.16出让第三宗地块，华润109亿元竞得

继7月26日出让两宗地块后，前海于8月16日再以一次竞价方式出让T201-0078宗地。该地块位于桂湾片区，为商业性办公用地，土地使用年期40年，面积61831平方米，建面50万平方米，挂牌起始价67.2亿元。T201-0078宗地对申请人的主体资格要求较此前两宗地块更严，最终由华润以109亿元竞得。

■ 万科深圳首个购物中心年底开业

龙岗万科广场作为万科在深圳的首个综合体项目将于年底开业。2010年万科正式进军商业地产。据万科计划，未来三年内将建成220万平方米商业配套。而目前万科的大量城市综合体仍在建设期，未来两年，万科将开业的购物中心将达到18个。



旅游行业动态

■ 韩拟放宽中国游客入境签证限制

韩国联合通讯社报道，从9月1日起，法务部将扩大中国多次入境签证的发放范围，放松对东南亚游客多次入境签证的限制。按照新规定，有北京、上海户籍的中国游客，以及在“211工程”现有112所大学就读的中国学生，均可获得多次入境签证。东南亚国家游客一旦赴韩国游览，将获得有效期一年的多次入境签证。

■ 中广核基地将定期向公众开放，核电旅游走进现实

近日，中国广核集团在其深圳大亚湾核电基地举行的发布会上宣布，将每年的8月7日确定为下属六大基地的“公众开放体验日”，以回应公众对于核安全的关切。中国是目前全球核电在建规模最大的国家，约占四成左右。中广核承担了中国54%的在建核电机组工程建设和56%的在运核电机组生产运营，也是目前全球规模最大的核电建造商。除大亚湾核电基地外，该企业还拥有5个在建核电基地、14台机组，装机容量达到1663万千瓦。

■ 游客文明旅游将成法定义务，倡议书实践有难度

《中国公民出境文明旅游倡议书》和《中国公民出境旅游文明行为指南》近日广受热议，业内人士认为《中华人民共和国旅游法》正式实施后，文明旅游将成游客法定义务，但《倡议书》和《行为指南》的实践存在难度，政府也应出台更为切实具体、更具有可操作性和影响力的政治，推动文明旅游的发展。将于2013年10月1日正式实施的《旅游法》第十五条规定，旅游者应当尊重旅游目的地的社会公共秩序、风俗习惯、文化传统和宗教信仰，爱护旅游资源，不得损害当地居民的合法权益。

■ 上半年访日中国游客少三成，总消费额不减仍居首

日本政府观光局近日发布消息称，2013年上半年访日外国人大约为4,954,600人，比去年同期增长22.8%，刷新上半年最高记录。中国大陆游客减少近三成，其他亚洲国家及台湾、香港等地区访日人员都大幅增长。但据日本观光厅的最新调查，访日中国人虽然人数减少，但在日本国内的旅行消费额仍在各国游客中占首位。

■ 内地旅客成香港最主要客群，夜客成商场新宠

据香港旅发局数字显示，内地旅客早已成为香港最主要客群，其中去年访港的逾4800万名旅客当中，有逾3400万人属内地旅客。此外，旅发局亦指出，本港今年首5个月有逾1500万内地旅客人次访港，其中不过夜的内地旅客，今年首4个月则有逾737万人次到访，按年上升24.1%。至于今年的“五一黄金周”，亦有逾39万人赴港消费，当中个人游有逾27万人次，内地团则有1190团合共逾5万人次，分别按年增加13%及27%，人均消费逾8500元。因此，香港多个大型商场为吸纳不过夜的内地旅客群，看准他们访港时间有限的因素，定期举办专车接送的购物团接待内地旅客。同时，有关商场亦会以当下大热的主题作招徕，包括早前启德邮轮码头启用及近日的动漫展，在商场内加设各种装饰与摆设，不但为旅客增添新意，并同时创造出另类旅游热点，起吸引消费与宣传的双重功效。



寻 度

■ 蒋献军/特发地产监理公司

我国近现代的学术巨子、国学大师王国维（1877—1927）在他的《人间词话》里，借用三位宋代词人言情话相思的佳句，总结出古今之成大事业、大学问者，必经由的三种境界：

昨夜西风凋碧树。独上高楼，望尽天涯路（晏殊《蝶恋花》）。

衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴（柳永《蝶恋花》）。

众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在，灯火阑珊处（辛弃疾《青玉案·元夕》）。

很多年前，我就熟记了这几首优美的词句。只是最近几年，通过对人生酸甜苦辣的体验，我才真正领悟了个中的奥秘。“众里寻他千百度”——我将其杜撰成为“寻度”两字，以浓缩这些年来自我的心路历程。

自1997年来到发展中心监理公司（现属特发地产），我先后参加了“香蜜湖水上乐园”、“泊林花园”、“金成时代家园”、“海馨苑”等大小10多个项目的监理工作。曾经雄心勃勃、不甘寂寞的我，觉得老在一个公司呆着没有多大的前途，于是受赶海热潮的引

诱，像个弄潮儿那样一头扎到海中去冲了一番浪。

离开公司的5年，尽管在大海里使劲扑腾，但由于水性不佳，没有什么斩获，只在海边寻觅到了几只不足挂齿的贝壳。没有阿格硫斯的气力，找不到力量的源泉，寻不到安宁的港湾，我觉得总是一个人在战斗，如同流浪儿一般在迷雾中茫然、彷徨、寻觅……

也就是在这几年中，随着特发集团的再度雄起，特发地产“和平里”项目闪亮登场，老东家监理公司的境况大有改善。去年，公司张开温暖的怀抱，召唤我回来了。承蒙领导的厚爱，我承担起市重点工程“深圳动漫大厦”的总监一职。公司对我的不离不弃，让已到知天命之年的我既有回到娘家的甜蜜，更深感老骥伏枥的责任。

“在未来的发展规划战略中，特发确定以高端旅游服务业和特色地产为主导产业……以重大项目带动特色地产业务的发展……”看到最近一期登载在《特发》期刊上的《涅槃中的特发》一文，我的信心更加饱满；特发集团的远景这么宏伟而美好，我将尽己之能，为此填涂一抹靓丽的色彩。☺



会飞的青春不会散场

■ 陈俊才/仁孚特力公司

第一次来到泊林羽毛球馆，让人仿佛置身于“武林大会”，到处都是“刀光剑影”，到处都有热爱运动人们矫健的身影，羽球纷飞，啪啪的击球声此起彼伏……

走近一瞧才发现，原来这是特力羽毛球队的运动员们在积极备战特发羽毛球比赛年度大赛的训练。我是这只队伍里最年轻的队员之一。羽毛球比赛在特发系统是一项传统赛事，多年来已逐渐融入到特发人的生活当中，成为企业文化的一部分传承下来。

运动是交流和沟通最好的平台之一，奥运会则是最具影响力的国际体育赛事。虽然羽毛球这项运动成为奥运会比赛项目并不是很久，但它却是一项让中国人为之骄傲的运动项目。中国羽毛球队称霸

世界羽坛多年，近年来几乎所有的大赛，中国队几乎都是包揽冠军的状态，更有“超级丹”，管他陶菲克还是李崇伟，通通将他们斩于马下，真是大快人心！与中国国足1：5输给泰国队相比，简直是天壤之别。羽毛球算得上是真正意义上的国球。

下面就让我来说说羽毛球这项运动吧：

这是一种不受人数限制的运动。两人一伙，三人一群，都可以乐享其中，甚至有些疯狂的爱好者，对着空气、对着墙壁自个挥拍，也能享受羽毛球带来的快乐！

这是一种不受场地限制的运动。球场、操场、广场公园、院子大厅，人们随时随地都可以挥舞手中的羽毛球拍来一场酣畅淋漓的比赛。

这是一种不受天气限制的运动。酷暑之夏、严

寒之冬、大雨倾盆、漫天飞雪、风和日丽、阴雨绵绵，都不能阻挡人们热爱运动的脚步！

这是一种不受年龄段限制的运动。三岁小孩、百岁老人，能举拍，能走路，就能享受羽毛球的快乐，就能分享运动的喜悦！

这是一种不受运动量限制的运动。无论是孩子们的“玩泥沙式”，老太太们的“耍太极式”，女孩子们的“跳芭蕾式”，情侣们的“情意绵绵式”，还是高手们的“华山论剑”，甚至是“超级丹”与李崇伟之间的“巅峰对决”，都能让打球的人忘我，看球的人尽兴。

这是一种不受装备限制的运动。装备可以很贵很讲究，也可以很山寨很便宜。要论贵：如日本出土的“倚天剑”和“屠龙刀”，要几千“大洋”一支，还不包拉线！如“李家”出版的羽毛球，要一百多“大洋”一桶，还不包送货。要论便宜：只要九块九，你就可以拥有一对羽毛球拍，最关键不是一个，而是一对哦！再如一个塑料羽毛球只需要几块钱，你喜欢打多久就打多久，不限时不包月。

结论就是无论你几个人，多大年纪，场地与天气如何，能接受的装备价值多少，羽毛球运动你都值得拥有！

这是一种非常深奥的运动。是攻防的艺术，是力量、速度、耐力、策略的统一。每个运动员的特点都不一样，有如降龙十八掌之浑厚，有如六脉神剑之迅猛，



有如凌波微步之轻盈；有的善长进攻，有的精于防守，有的步伐灵敏，有的速度见长，有的惯于用计，十八般武艺，各有特点、各显神通。

这是一种非常有趣的运动。可以单挑，可以双打，也可以团体，可以是个人英雄，也可以是配合王者；可以练基本功、力量、速度、战术；可以为沟通、健身、交友、相亲。总之一句话：你爱上它，你就等于没有爱上寂寞！

这是一种非常有观赏性的运动。如果你不懂，回家“谷歌”下付海峰超过高铁速度的杀球；如果你还是不懂，回头“百度”下超级丹的鱼跃倒地飞身救球。总之我个人觉得，观赏高水平的羽毛球比赛，就只有一个字可以形容：“爽”！或者说：特步，非一般的感觉！

在改革开放最前沿、大鹏展翅的南海之滨城市深圳，五湖四海的兄弟姐妹聚集在一起，各种语言、各种文化，在这里碰撞，开出灿烂的花朵，结出丰硕果实。羽毛球运动就是作用于其中的润滑剂、调节剂。

羽毛球的魅力，就像天空飘洒飞舞的羽毛，那样美丽，那样迷人，天空没有它的痕迹，而它却已飞过！

在运动场上，每个运动员都绽放着美丽的青春.....

在青春飞扬的年代，青春不会散场！



我国新修订的《老年人权益保障法》自2013年7月1日起正式实施，新增了“家庭成员应当关心老年人的精神需求，不得忽视、冷落老年人。与老年人分开居住的家庭成员，应当经常看望或者问候老年人，满足老年人的精神需求”等条款，引起公众的热议，被大众和媒体解读为把“常回家看看”写入法律，意味着不常看望老人将属违法。

在这里，让我们分享一个孝亲无时差，更不需“立法规定”探父母的真人真事。据世界新闻网报道，来自宝岛台湾的黄俊德，10多年来，每周末从定居的迈阿密飞到洛杉矶，探望母亲黄王素月。周五下班到周日，短短不到72小时的休息时间，成了母亲10多年来周周的盼望。从不间断的旅程，不仅乘坐的航空公司，从地勤到空姐人人皆知，更成了亲友间传颂的佳话。

伴随人口老龄化和经济社会发展出现的“空巢家庭”老年人问题日益加剧，近年来类似于“老人在家死去多日无人发现”、“老人以不支付赡养费、不回家看望为由把子女告上法庭”的事件频频发生，让生者心酸死者凄凉，对社会是否给老年人足够关心产生了怀疑。反观许多“空巢家庭”的老年人，他们对子女的要求都很低，甚至有些老年人直接说：赡养费可以不要，但要孩子定期来看看，他们要求的仅仅是精神层面慰藉，这也许是《老年人权益保障法》新增内容的初衷。把“常回家看看”写进法律条文，就是为老年人精神需求提供法律支持，用法律来



让立法助亲情回归

徐洁敏 特力房地产物业事业部

提醒人们关心父母不是一件可为可不为的事情。

但许多法律人士仍然认为：立法不能从根本上解决道德问题，法律不能把子女绑到父母面前。因为其可操作性差，对于其所规定的问候和看望并没有作出详细的解释，即使法院做出子女应该看望问候父母的判决，也很难执行，总不可能把子女绑到父母面前去吧，而且如果子女带着怨气回家，极有可能给老人造成二次伤害。

与其纠结于“常回家看看”是否应该纳入法律，还不如反思一下如何让“常回家看看”立法与传统“孝道”和谐连结起来。中国延续下来的几千年传统文化中，当数“孝道”最深入人心。“孝”是中国人的一个共同的价值观，是一种人的行为规范。它强调幼敬长，下尊上，要求晚辈尊敬老人，子女孝敬父母，爱护、照顾、赡养老人，使老人们颐养天年，享受天伦之乐。古代社会特别重视敬老，在家庭中尤其突出，对于长辈的尊敬是维系家庭的前提和基础，其他一切家庭事务都围绕这一点展开。这种尊敬首先就是要孝，是子女对于父母的孝，是晚辈对长辈的尊重。

在现代社会中，子女照顾父母一直是靠道德自觉或者舆论监督，但随着工作、社会压力的不断增大，人们把越来越多的时间和精力投入到工作和社会交往中，老人往往处于“被遗忘的角落”。但这并不意味着中国传统的孝道文化已经被人们抛之脑后。的确我们需要承认，有一些人因为老人会加重自己的负担或者其他的原因而离弃自己年事已高的父母，对其不闻



不问，这些人是应该为自己的不孝而承担法律责任的，但是大多数人只是对“孝”的理解过于片面，认为只要可以给老人以物质和金钱，满足其生活需要，就是孝顺。其实老人需要的更多是精神的慰藉，这比什么都重要。新增条款尽管在一定程度上对民众给予了一定的警示效用，但是同时也将原本属于道德自觉的事情强制执行，这样会把原本只需要“晓之以理，动之以情”的事情复杂化，一旦走上法庭，冷冰冰的法律往往会让暖融融的亲情蒙上一层寒冰。而后要进行弥补，更是任重而道远。

用法律去规范道德的同时，我们更应从自身出发去解决这个问题。尽管我们可以把对老人的冷漠和疏忽归责于工作、社会的压力，但是一个人要挤出一点时间去孝顺父母，并不是一件不可为之事。其实一个电话、一次家庭聚餐等都可以解决这个立法想要完成

的问题。更多的是，作为家长不但要从小给小孩灌输良好的价值观，让孩子在成长的过程中培养起美德，更需要以身作则，给孩子立个好榜样。同时，国家也应该尽快完善接地气的关怀老人制度，比如对于孤寡老人定时会有社工上门探望，对于生活有困难的老人政府要及时给予帮助，用人单位按照有关规定保障赡养人探亲休假的权利等等，共同为“常回家看看”营造氛围，创造条件。

一个家庭，一个社会要真正达到和谐，需要每个人的努力。当“常回家看看”不但入法而且更入心，成为每一个人自觉遵守的道德规范时，“常回家看看”立法就只能充当道德的支撑，成为亲情回归的推手。<<

毕业季的感受

■ 胡敏/特力集团人力资源部

工作一直忙碌着，好不容易等到休假那天，我不顾电视台黄色预警的“台风”天气，带着兴奋期盼焦急的心，踏上飞往成都的班机，前去参加儿子的毕业典礼。

玉兰花飘香的季节，初夏沁人的晨风，吹着淡淡的花香，幽幽的，满空弥漫着属于这一季特有的情绪。不经意间，伴着幽幽绵长的花香味道，儿子四年大学已毕业，记忆仿佛还在昨天……

走进大学校园，映入眼帘的还是四年前那熟悉的宽敞明亮具现代艺术风格的各系教学楼，那曾漫步过多次的绿树成荫的校园小道，那碧波荡漾清澈湛蓝的湖水，以及那洋溢着青春活力漂亮帅气的学子们。稍有不同的是，校园四周张贴悬挂的大红横幅、五彩汽球，书写着同学们即将踏入人生第一步的豪言壮语。草地上竖着绿色代表青春梦想的背景板写着：“×××大学2013届毕业生 我们毕业了”，预示着在这炎热的夏日里又迎





来了属于大学生们的“毕业季”，宣告着同学们即将踏入人生梦想的放飞季节。

我带着不一样的心情，静静地感受着观看着，看着忙碌的同学们奔走在毕业作品布展上，体验着他们团队合作的激情，观看着他们的毕业设计作品。各系的同学们毕业作品制作的精美度，让你感叹他们的心灵手巧与日趋成熟的画技、独立制作动画影片的水平，稚嫩中能感受到四年的努力与收获。儿子四人项目制作组的毕业动画影片获得毕业作品展二等奖。看着他们喜极相拥的欢跃时，我知道，他们几个月以来的创作辛苦就在这一跃中彻底释放了。烈日下，绯红的脸颊淋漓的汗水挡不住他们争相留影的身影。看着他们将学士帽高高抛到上空，他们飞扬跃起，摆出各种古怪又可爱的姿势，看上去那么青春闪光、那么灿烂美好，那么充满了生命力。兴奋的、焦急的、期待的、不舍的情绪混杂，在这炎热的季节里，他们火热的激情在此刻绽放，让我深深感受着他们的美好年华，也让我重温了那曾经逝去的青春与毕业季的感受。我用眼睛、用心灵、用相机记录下这一神圣一刻，和即将毕业的学子们共同见证他们大学四年的成绩与结果，共同体会他们即将分离时的不舍与对前途的期许。

几天的相聚，与儿子同学们一起整理、一起聚餐、一起聊天、一起畅想，散伙饭吃了又吃，说是最后一餐但还有下一餐，同学们抱了又抱。儿子的室友是个超感性之人，不管聚餐还是聊天，常醉得一塌糊涂，临别时真情告白，常常情绪失控抱头痛哭，给同学们更增添了离别的伤感，仿佛这场舌尖上的告别，对离别失落心情才有点慰藉，因为天亮后将背起行囊各奔东西，不知何时才能相见相聚。我提议，现在交通联络平台这么发达，要建立联络网，别让这份同学之情随风而散了。四年大学岁月的最终结局，不希望这份同学情意匆匆地戛然而止，要把它的美好用心延伸。

毕业，一场纪念性的成人礼。怀念自己悉心雕刻过的时光，怀念留在校园角落的青春脚步与喜怒哀乐，怀念那些陪伴一起度过的奋斗而杂乱无章的宿舍生活，怀念无数个第一次中送走的懵懂的青春，怀念那曾经清涩的眼眸纯真的面容。记忆从校园离开，收藏进内心的匣子。曾经我们一起上课，一起逃课，一起吃饭，一起抢吃零食，一起挨批，一起受罚，一起谈天说地。多年以后，那所学校，那间教室，那条无数次走过的路，那群人儿，那些花样年华，都会是我们人生中最青涩的记忆。记忆像流淌的河，可都真实存在过。那些难忘的岁月，最终，会沉淀成人生旅途中的一笔财富，陪伴我们一生。

面临即将到来的分离，面对不一样的就业前景，对前途的迷茫，让同学们多了份勇敢，多了份思考，多了份责任及期盼。我想说，面对未来，青春不惧表现。在此衷心地祝福即将踏入社会的同学们，勇敢迎接人生的转折点与挑战，保持良好的心态，努力寻找属于自己的



看买房，学营销

■ 田铭/特力汽车事业部经营部

2013城市轨道交通价值论坛暨特发·和平里产品发布会，于4月13日下午2点在深圳福田五洲宾馆B座华夏厅隆重举行。后来，南都报等多家媒体、网站都转播了这一盛事。以绿色出行人居品质生活为主题的本次营销活动有效或者成功呢？

2013年6月销售数据显示：特发和平里名列深圳全市成交量第二名，被誉为以数字美学打造45万平方米的生活大城。这个营销活动促动了我，我想起朋友圈中两个营销奇人艾文明和信本能，并比较这二位的营销理念。二位营销奇人的营销手段不是我能用语言能说清楚的，但我可以说说他们突出的特征。首先，二位营销奇人都有独到的市场眼光和丰富的市场营销知识、经验，都身经无数案例，都有一部分追随者，但两追随者之间交集少。第二，都会广泛利用广告、媒体、人脉资源，但前者更注重媒体、名人效应，而后者更注重交流的互动，如以一桌酒席上消耗掉白酒的数量高低来评判活动的效果；第三，前者多以多维度来综合评价一个项目，如特发和平里项目其会考虑开发商、价格、户型、交通、配套等多因素，而后者则会抓关键项如特发和平里具有独一无二的港铁连体物业；第四，在成本方面，前者高，后者低，且后者总能从自身找到一些兴奋点；总之，前者更强调营销的广度、多维度的评判；后者更强调营销的深度和独特不可替代性。

生活，无时无刻不考验着每一个人，给人以学习的机会；平凡，但不要平庸，更不要让时间虚度，从平常的事件中获得知识，也许快乐就在身边。☺