

第一届深圳市投资控股公司系统 “特发杯”羽毛球赛掠影



为弘扬奥运精神、推动全民健身运动，并隆重庆祝市投资控股公司成立四周年，9月21—22日，由我集团冠名并承办的“第一届深圳市投资控股公司系统‘特发杯’羽毛球赛”在罗湖体育馆隆重举行，控股公司系统企业31支参赛代表队240名运动员参加了比赛。在投资控股公司的指导下，我集团圆满地完成了各项赛事组织工作，并获“优秀承办单位奖”，集团代表队获比赛“最佳风尚奖”。



我集团冠名并承办此次羽毛球赛具有重要的意义。比赛不仅促进了投控系统羽毛球运动和其他各项群众体育活动的深入开展，也给我集团和控股公司系统各兄弟企业互相交流、沟通、学习提供了良好机会，展现了我集团员工的群体竞争意识和团队拼搏精神，有利于我集团积极健康向上和谐的企业文化建设，同时，大力宣传了特发的良好企业形象和风貌。

(张正治/集团办公室)



特发

月刊

2008年第10期/总第104期 2008年10月28日出版

编委会

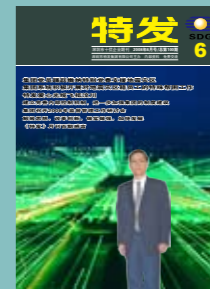
主任：刘爱群
副主任：施长跃
编委：林婵波 张西甫 张建民 刘崇 苏莉
主编：林婵波
副主编：陈华 陈宝杰
责任编辑：瞿湘 张正治

本期编辑：张正治

编辑部

地址：深圳市人民南路发展中心大厦26楼
电话：(0755) 82089011 82089048
传真：(0755) 82089099
邮编：518001
集团网站：www.sdg.com.cn
E-mail：zhangzhengzi@tom.com
zhangzz@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



封面图片：2007年度特发集团总部优秀部长
——集团办公室主任 陈华

目录

CONTENTS



公司要闻

- 04 “在不声不响当中做了大量工作”
——集团班子集体谈话综述 林婵波
- 05 市国资委、投资控股公司领导来我集团宣布有关人事任免 苗苒
- 06 集团召开2008年干部思想作风整顿专题民主生活会 富春龙

本期专稿

- 08 控股公司系统“特发杯”羽毛球赛圆满结束 陈龙宝
- 09 集团圆满承办第一届深圳市投资控股公司系统“特发杯”羽毛球赛 张心亮 富春龙

特别报道

- 10 好好学习 树立信心 努力成才 建设家乡
——在贵州省册亨县秧坝镇特发大伟希望小学竣工落成典礼上的讲话 刘爱群
- 11 点燃希望，传递爱心
——特发大伟希望小学落成 熊煜

聚焦经营

- 13 特发信息参展光电业界的奥林匹克盛会CIOE 特发信息市场小组
- 14 经济效益和安全服务并重，小梅沙国庆黄金周再创游客接待高峰 陈男
- 16 特发泰科“理”出的两部执行力作品 黄斌
- 17 实事求是，转变观念，解放思想，科学发展
——特发物业管理公司五年发展战略培训有感 杨杨

他山之石

- 19 游青岛极地海洋世界有感 曾小婷
- 20 从差异中看特色，学习借鉴
——观青岛、威海、蓬莱海洋馆有感 李艺
- 21 山东半岛水族馆商场定位与布局的几点体会 吴朋朝

员工情怀

- 23 缘份的天空下
——“小叶”的特发信息“情缘” 黄斌

诗海拾贝

- 25 桥 陈马兴
- 25 思念——献给远方的亲人 罗晓玲

经典文摘

- 26 规模领导力的标准：员工自我管理
- 27 东方文化与现代企业管理

经典文摘

- 29 人：宇宙里的信天游
——人性的本体论解读 李正祥
- 32 “优游天下”之深圳南岭求水山庄 林焰

新闻传真

- 34 市投控陈洪博董事长和集团刘爱群董事长等领导到香蜜湖和特力进行安全大检查
宜昌市刘俊刚副市长一行来特发集团考察
集团部署系统各企业积极开展安全隐患专项大排查
特发小梅沙旅游中心贯彻集团部署，做好奥运和国庆节期间维稳安全生产工作
特发小梅沙旅游中心开展全员公共安全知识培训
特发华日公司荣获深圳市机动车维修企业质量信誉考核评定AAA级称号
仁孚特力公司举办梅赛德斯-奔驰AMG“纵情极速”试驾活动
仁孚特力协办“品位香槟人生，共享时尚车华——品酒赏车”活动





在不声不响当中做了大量工作

——集团班子集体谈话综述

林婵波/集团党委副书记、纪委书记

8月中旬，市国资委和市投资控股公司组成联合考察组，前来对我集团进行了领导班子换届考察，9月16日下午，市投资控股公司党委书记、董事长陈洪博，党委副书记、纪委书记谭壬辰和人力资源部部长王慧敏，与我集团班子全体成员进行集体谈话反馈考察结果。

王慧敏部长在反馈意见时，对特发班子整体和每个班子成员都予以较高评价，她指出，特发这几年在外界看来不声不响当中做了大量工作，取得了显著成效。

谭壬辰书记深有感触地指出，特发这届班子不错，是一个学习型班子，有理论，有政策水平，头脑清醒，责任心强，执行力强，矛盾没有上交。他希望特发新一届班子要有新的突破，希望恢复昔日辉煌，更高层次的辉煌，特别是要在经营方面，成为现代优势企业。

陈洪博董事长指出，这次正常

班子换届考察，之前脑子里印象特发班子不错，但不太具体，考察结果比想象的还要好。测评、推荐、谈话，这是大家的客观反映，评价比较高，是特发成立以来二十多年评价最好的班子，很放心，很高兴。对一般的企业班子考察情况反馈方式是一一对一反馈，也有对一些考察结果整体评价较好的班子，采取集体谈话反馈的形式，但不多，因为这次对特发班子考察结果很好，所以才采取集体谈话反馈方式。特发这几年确实干了不少事，债转股以后，制定发展战略、产业结构调整、深化三项制度改革、三家上市公司股权分置改革、二级公司改制等工作有序推进，经济效益连年上升，这几年基本上没有什么问题要上交处理，为下一步发展打下了良好的基础，考察材料很高的评价是员工的评价。班子没必要作很大的调整。陈董事长对特发新一

届班子提出了五点希望：

一是继续发挥这种好的作风。巩固成果，发扬好做法、好传统、好风气，同时克服不足，不能说十全十美了，测评中比较集中的，政治素质、决策、管理等几项分数很高，创新能力这个指标得分相对低点，这方面要有新的突破。要进一步加强学习提高，尤其是旅游、地产专业知识要加强。

二是加强对二级公司的管理。这次审计中发现有的二级企业存在不规范问题，这几年特发本部这一块从人员到分流各方面做得不错。加强对二级企业的管理问题，不光是特发，其他企业也有这个问题，投控系统企业问题太多，各集团要继续加强对所属企业的法人治理结构建设，规范管理措施。

三是发展问题要很好谋划。特发度过了十年徘徊期，那十年可以说是非常危险的，总是说要爆发债



市国资委、投资控股公司领导 来我集团宣布有关人事任免

苗苒/集团人力资源部部长

9月22日上午，在发展中心六楼会议室召开了集团有关人事任免会议。市国资委企业领导人员管理处处长牟勇，市投资控股公司党委书记、董事长陈洪博，党委副书记、纪委书记谭壬辰，人力资源部部长王慧敏等4位领导到会宣布集团新一届领导班子任免事项；集团总部中层以上管理人员、全资控股企业领导班子成员、参股企业特发方产权代表共50人参加了会议。会议由谭壬辰书记主持。会上，牟勇

处长宣读了市国资委对刘爱群同志的任职通知；王慧敏部长宣读了市投资控股公司对集团班子其他成员的任职和推荐任职的通知；陈洪博董事长对特发新一届班子提出了希望和要求。

苗苒/集团人力资源部部长

务危机，如真的爆发不可想象，这两年开始往上走，下一步怎么发展，龙华、天鹅、小梅沙二次规划，香蜜湖启动，现在能拥有你们这样资源的不多，香蜜湖上下下在关注，这些都要尽早很好谋划。

四是要继续协调好与几家股东的关系。争取各家股东对特发下一步发展的大力支持和理解。

五是要更高要求地加强领导班子建设。如何在现有好的基础上再上一层楼，从决策、经营，到团结和谐、廉政建设、企业文化建设，都要更上一层楼。特发企业文化建

设好的传统。有的方面有好的传统，但另一方面老国企需要深入细致工作，克服老观念，不排除有别人有不同声音。现在换届了，新班子三年，拿出新的诚意来，给员工交上一份新的答卷。

刘爱群董事长代表集团班子成员表态：

首先，我们听了这个考评结果，心里面感谢。这几年尽心尽力了，效果离不开上级及各股东方真诚有力的支持，最直接支持的是市投控、国资委。工作得到支持，我们就稳定，今天能得到这个比较好

的评价，是组织和员工对我们的鞭策和鼓励，我们班子每个人都要非常认真地吸取评价中的不足。下一步，我们一定会继续努力，让上级放心，让员工满意。陈董事长指示的五点意见都非常中肯，这五个方面就是我们今后努力的方向。特别是要注意地产、旅游专业人才选拔培养问题，对二级企业严格监管问题，发展创新问题，包括风险管理预案，我们要认真研究，继续把心思用在工作上，理清思路，加以推进。

集团召开2008年干部思想作风整顿专题民主生活会

富春龙/集团人力资源部

10月6日下午，根据市投资控股公司党委要求，在发展中心大厦26楼会议室召开了特发集团2008年干部思想作风整顿专题民主生活会。会议由集团党委书记、董事长刘爱群主持，党委副书记、总经理施长跃，党委副书记、纪委书记林婵波，党委委员、副总经理张西甫，党委委员、副总经理张建民，副总经理刘崇等同志参加了会议。

会议首先通报了此次民主生活会前征求群众意见和前一阶段安全生产大检查的情况。然后，班子各位成员结合此次民主生活会前学习胡锦涛总书记、温家宝总理在全党深入学习实践科学发展观活动动员大会重要讲话精神和中央、省、

市领导有关批示，以反思“9.20”特大火灾事故教训为主题，逐一发言，深入剖析自身在思想作风和工作作风上的问题，认真开展批评与自我批评，并进行互相评议。班子成员普遍认为，“9.20”特大火灾是一个教训，也是一面镜子，企业安全生产是关系到广大人民群众生命和国有资产安全的大事；要牢记惨痛教训，进一步提高对做好消防安全工作极端重要性的认识，增强责任感和紧迫感，以铁的手腕抓好消防安全隐患排查整治工作。具体到特发集团，各级管理人员要充分认识到安全生产工作没有最好，只有较好；要树立危机意识，树立生产经营是第一要务、安全维稳是第

一责任的观念，要克服工作中的浮躁情绪，不能做表面文章，要认真抓好各项措施的落实。会议最后，从落实集团系统安全维稳责任人、加强深入企业一线、规范集团系统企业生产经营活动、建立健全企业生产经营安全体系等4个方面制订了整改措施

在完成前一阶段安全检查工作的基础上，集团各企业领导班子在10月8日前，均以反思“9.20”特大火灾事故教训为主题，召开了专题民主生活会，对工作和干部队伍思想作风存在的突出问题逐条分析，深入剖析问题产生的主观和客观根源，并制订了切实可行的整改措施。



编者按：为弘扬奥运精神、推动全民健身运动，并隆重庆祝市投资控股公司成立四周年，9月21日、22日，由我集团冠名并承办的“第一届深圳市投资控股公司系统‘特发杯’羽毛球赛”在罗湖体育馆隆重举行，控股公司系统企业31支参赛代表队240名运动员参加了比赛。在投资控股公司的指导下，我集团圆满地完成了各项赛事组织工作，并获“优秀承办单位奖”，集团代表队获“最佳风尚奖”。

我集团冠名并承办此次羽毛球赛具有重要的意义。比赛不仅促进了投控系统羽毛球运动和其他各项群众体育活动的深入开展，也给我集团和控股公司系统各兄弟企业互相交流、沟通、学习提供了良好机会，展现了我集团员工的群体竞争意识和团队拼搏精神，有利于我集团积极健康向上和谐的企业文化建设，同时，大力宣传了特发的良好企业形象和风貌。

控股公司系统“特发杯”羽毛球赛圆满结束

陈龙宝/深圳市投资控股公司党委办公室

为弘扬奥运精神、推动全民健身运动，9月21日、22日，投资控股公司举办了“特发杯”羽毛球赛，隆重庆祝控股公司成立四周年。这次赛事共有32个企业报名，参赛队伍达31支，运动员240名。赛事承办单位特发集团组织策划严密，指挥协调得当，保障落实到位，为运动员发挥水平、争创佳绩提供了良好条件。经过两天的激烈角逐，国信证券、会展中心、物业集团分别获金、银、铜牌；特发集

团、深福保集团和纺织集团获最佳风尚奖；城建集团、建筑科学研究院、深投人力获最佳组织奖。

在闭幕式上，控股公司党委书记、董事长陈洪博同志对此次比赛给予高度评价，他说，这次比赛发扬了“更高、更快、更强”的奥运精神，展示了系统员工“顽强拼搏，力争上游”的精神风貌和良好的团队精神，增强了系统各企业间的凝聚力，有力地促进了企业文化建设，这是进一步贯彻落实市委、

市政府和市国资委关于加强企业文化建设指示精神的具体行动。他强调，控股公司将开展更多的不同形式的文化体育活动，搭建更多的活动平台，组织更多的企业和员工参与，让“更高、更快、更强”的奥林匹克精神和“坚韧执着、追求卓越”的企业精神深入人心，使系统所有企业和员工以更加饱满的精神状态投入到工作中，去迎接新挑战，再创新业绩。



集团圆满承办第一届深圳市投资控股公司系统“特发杯”羽毛球赛

张心亮/集团审计监督部部长 富春龙/集团人力资源部

为弘扬奥运精神、推动全民健身运动，并隆重庆祝市投资控股公司成立四周年，9月21日、22日，由特发集团冠名并承办的“第一届深圳市投资控股公司系统‘特发杯’羽毛球赛”在罗湖体育馆隆重举行，控股公司系统31支参赛代表队240名运动员参加了比赛。作为承办单位的我集团在投资控股公司的指导下，圆满地完成了各项赛事组织工作，并获“优秀承办单位奖”，集团代表队获比赛“最佳风尚奖”。

9月21日举行的开幕式由市投资控股公司党委副书记、纪委书记谭壬辰主持，市羽毛球协会会长杨朝仁、秘书长高鹏，控股公司党委书记、董事长陈洪博、总经理郭元先，特发集团党委书记、董事长刘爱群、总经理施长跃、党委副书记、纪委书记林婵波等同志出席了开幕式。伴随着热烈欢快的运动员进行曲，来自控股公司系统企业的31支代表队在美丽端庄的引导员带领下依次入场，队员们意气风发，精神饱满，步伐矫健。随后，集团董事长刘爱群和控股公司总经理郭元先分别代表承办方和组委会先后致辞，勉励参赛的运动员赛出成绩、赛出风格，并祝愿比赛圆满成功。

根据赛程安排，31支代表队分成8个小组，9月21日为小组循环赛，9月22日为淘汰赛，安排在8个场地内同时进行。比赛进行得异



常激烈，精彩镜头目不暇接，欢呼声、惊叹声此起彼伏；经常出现比分交替上升的情景，这边一个猛力扣杀，那边一个鱼跃救球。场边各公司的啦啦队身着统一服装，敲锣打鼓，加油助威，响声震天，热闹非凡。

由于本次比赛不设种子队，各代表队抽签排定组次，集团代表队抽到下下签，所在第七小组强手如林，组内的会展中心和城建集团均有不俗实力。经过艰苦的比赛，集团代表队2胜1负，以小组第二名艰难出线。晋级后遇到的对手是第三小组第一名的国信证券代表队，虽顽强拼搏，但仍以1:2告负，无缘八强。经过两天的激烈比赛，国信证券夺取本次比赛的冠军，会展中心和物业集团代表队分列二、三名，我集团代表队获得了“最佳风尚奖”。

9月22日举行的闭幕式和颁奖仪式由市投资控股公司总经理郭元

先主持。在裁判长宣布比赛成绩后，莅临赛场的控股公司领导 and 集团领导为获得前八名团体奖和六名专项奖的代表队颁奖。最后，控股公司董事长陈洪博向我集团董事长刘爱群颁发了“优秀承办单位奖”，并作了讲话，对此次比赛给予了高度评价，对赛事承办单位特发集团出色的组织、协调、保障工作表示充分肯定。他说，这次比赛发扬了“更高、更快、更强”的奥运精神，是进一步贯彻落实市委、市政府和市国资委关于加强企业文化建设指示精神的具体行动，有力地促进了投控系统各企业文化建设。短短的两天时间，比赛进程井然有序，赛场气氛紧凑热烈，效果显著，成绩喜人，达到了预期的目的。

为期两天的第一届控股公司系统“特发杯”羽毛球赛，在雄壮激昂的投控之歌乐曲声中圆满地落下了帷幕。



点燃希望 传递爱心

——特发大伟希望小学落成

熊煜/集团企划部

各位领导、各位来宾、乡亲们、老师和同学们：

大家好！

昨天晚上我们从深圳特意赶到这里，来参加特发大伟希望小学的竣工落成典礼，我们很高兴！一是来祝贺，祝贺这样一个有质量、有规模的学校在小山村落成了，这是我们同学们的福份，为同学们创造了一个好的学习环境，祝贺大家！另外呢，我们也要感谢在学校建设的过程中，我们贵州省的青少年发展基金会，各级政府、团委，都做了大量的工作，我们对他们表示敬意！也希望老师们、同学们记住他们！

特发大伟希望小学教学楼建设款，是我们特发集团下属的全资企业 - 特发地产公司23名员工，自发地从社会上捐助的钱，捐款的有六百多人，包括他们自己和特发集团的多名员工。我希望同学们记住他们，尽管十块，二十块，有的只有几块钱，但凑足了建我们教学楼的款。他们献上的是份爱心，同学们不要忘记他们！

我们今天来不仅仅是来看一看，前来祝贺，同时我们也要亲身感受一下。同学们大多数可能没有去过深圳，但是你们会知道，深圳是我们国家比较富裕的地区，我们册亨县又是我们国家比较贫困的地区。但是我想告诉大家：富裕地区不一定全面富有，贫困地区也未必什么都贫穷。现在，我们在财富上是贫穷的，但在智慧上并不贫穷！我们出生在什么地方，没得选择，但是未来的人生却掌握在自己手中。我希望同学们在这样一个条件下，努力地学习进取，在学

习中首先学会做人——要做一个正直的人，有道德的人。你们在学校成为一个有德有才的优秀少年，将来就会成为德才兼备的青年，进而你们就会成为建设家乡、建设祖国的栋梁之材。

我还要跟同学们讲，我昨天晚上到的这里，在路上，陆县长、王县长跟我介绍了我们册亨县的情况。我觉得我们册亨县很有魅力，山青水秀，而且生态保护得非常好。别看珠三角是我们国家富裕地区，GDP上去了，高楼大厦起来了，但是生态环境远不如贵州，不如我们的册亨县。我们的生态环境保护得好，这就是我们的优势。并且，县镇政府带领人民正在因地制宜、有步骤地发展农业、林业、畜牧业，人民生活水平在不断提高，预示着这块土地的美好未来。所以同学们要树立信心，好好学习，建设家乡，回报国家。

特发集团是深圳的一个大型国企，八十年代初期，她和深圳特区同时诞生。特发集团的成长，离不开内地的支持，我们特发人没有忘记内地人，更在时刻关注内地的贫困地区。捐助建设大伟希望小学，这是一次自发的行动，我们特发集团党委、董事会都很支持这个活动。这次我们来，给同学们带来一部分文具，将来我们会一如既往地，按照县领导，还有陈秘书长的希望，保持联系，在物质上精神上我们互相支持，多多沟通，互相帮助，共同进步。

最后，我借这个机会祝我们册亨县、秧坝镇政府工作顺利，祝我们册亨县人民、秧坝镇人民幸福安康！

2006年秋，特发集团正式确立以旅游和地产业作为集团发展的主业后，特发地产公司为提高员工素质，增强凝聚力，向国内地产标杆企业学习和看齐，打造有开拓创新能力及执行力的企业团队，聘请相关专业机构按香港资深培训大师设计的拓展训练课程对全体员工进行了有针对性的培训。

培训后，特发地产领导班子决定，以建立一所希望小学为培训效果的检验目标，即参与培训的员工，通过自己诚挚奉献爱心的感召，向自己周围的人，不论熟人还是陌生人宣传、讲解自己参与建立一所希望小学的理想和举动，希望得到理解、支持，并参与以表达爱心的方式筹集到建立希望小学20万元最低标准的经费。对于23个普通员工学员来说，这个目标艰巨而有挑战性。

有了目标，就要想方设法去实现。特发地产员工群策群力，发挥

团队协作的力量，从身边每个人开始，向他们讲述凝聚个人微薄之力，建立希望小学，实现每个孩子都有书读的梦想。在特发地产员工的精神理想和具体行动的感召下，亲戚朋友、特发集团员工、特发小区业主、泊林花园业主等相识和不相识的爱心人士纷纷参加到这一有意义的活动中来，一元、二元，十元、百元……众人拾柴火焰高，一点一滴的爱心细流逐渐汇聚，经过半年的努力感召和耕耘，最终获得了近600余位爱心人士的理解、支持，终于募集到了23万余元希望小学建设资金。

为了及时实现建成希望小学的目标，将捐款人士的爱心及时传递，使需要帮助的儿童早日感受到深圳有爱，经与陕西、甘肃、四川、贵州的青少年发展基金会联系，从他们推荐的急需资助建设的希望小学中，特发地产员工决定选择在最贫困的贵州册亨布衣族自治

县秧坝镇大伟村建设希望小学，并将希望小学命名为特发大伟希望小学，以传递特发集团的爱，传递全体特发人的爱。

为了对捐助者负责，将有限的爱心捐款最大限度地直接用于希望



特发信息参展光电业界的 奥林匹克盛会CIOE

特发信息市场小组



工程，2006年7月30日，特发地产受训员工代表直接到现场考察，洽谈具体捐助建设细节。为特发地产员工学员的真诚爱心所感染，当地主管文教的王副县长陪同考察员工代表一道不顾雨季山泥冲毁的简陋、崎岖山路的危险和阻隔，冒着泥石流和塌方的危险徒步进到村里查看处于危房状态的校舍，共青团贵州省青少年发展基金会也特意免除了特发希望小学建设监督管理费。

2006年10月底，凝聚特发人涓涓爱心的20多万元希望小学建设款到达册亨县，特发大伟希望小学建设开工了。在特发大伟希望小学建设过程中，特发地产员工对学校的建设非常关注，要求有关单位定期不定期地报告建设进展情况，并多次商请当地政府严把学校建设质量

关，以确保今后学生上课的安全。2007年初南方大范围的雨雪冰冻天气，严重影响了特发大伟希望小学的建设进度，原计划2008年3月竣工的希望小学被迫推迟了六个月。

2008年9月5日，特发大伟希望小学竣工了。册亨县委、县人民政府为感谢特发集团员工的爱心，热情聘请特发集团刘爱群董事长担任特发大伟希望小学名誉校长，并诚邀刘董事长出席特发大伟希望小学落成典礼。为体现特发集团对西部边远少数民族地区教育事业的关心，刘董事长一行不辞辛劳，辗转颠簸一千多公里，应邀前往当地参加特发大伟希望小学竣工落成典礼。典礼开始前，县领导与刘董事长一行与老师和学生亲切交谈，询问工作学习情况，认真了解并仔细观看每间教室、图书室及设施，对

于学校建设给予了充分肯定。

落成典礼是册亨县大伟村的一件盛事。特发大伟希望小学的数百名师生载歌载舞欢迎来自远方的客人，当地上百名村民、学生家长兴高采烈地赶来庆贺。册亨县王副县长主持落成典礼，贵州省青少年发展基金会陈秘书长介绍了特发大伟希望小学的建设过程，陆县长代表全县人民对特发人的关爱表示了崇高的敬意，刘爱群名誉校长即席发表了热情洋溢的讲话，给全校师生上了新学年的第一堂课。

特发大伟希望小学的落成使遥远贫瘠的祖国西部大山沟里的数百名孩子直接感受到了来自特发集团的爱心和温暖，特发人由此而传递的爱也将随之绵延不息。

在北京2008年奥运余韵未了，残奥会高潮迭起之际，被誉为光电业界奥林匹克盛会的中国国际光电博览会（CIOE）于9月6日-9日在深圳隆重举行。

荣获深圳会展业杰出贡献奖和自主创新奖的CIOE 被评为最能代表20多年来深圳形象的“深圳名片”。它是经中国科技部批准，目前世界上规模最大、品牌影响力和知名度获得全球光电同仁认可的国际化专业大展，受到国家部委、科研院所及深圳市政府的高度重视，被誉为中国最具规模，最具影响力的以光电产业为展览主题的国际性盛会，经过十年的发展，被光电业界视为圈内的奥林匹克盛会，备受世人瞩目。

2008年，中国国际光电博览会迎来十周年大庆，同时，CIOE2008也是与德国BMC集团合作后引入国际力量办展的第一年，是CIOE十年发展历程的全面检阅和在国际化展览平台上的全新起步。

随着2008年亚太地区国家在光纤到户、移动宽带、FTTH等方面的规划增大，中国得天独厚的优势将使光通信设备制造企业必然有一个更加良好的发展前景，前来参加本届大会的企业有2100多家，几乎包括了所有亚洲地区FTTX光纤宽带产业链条上举足轻重的光纤模块生产厂商和系统厂商。本届光博会的国际化的味道浓于往届，据悉，前来参展的海外企业超过600家。

特发信息在此次CIOE上一反近年来在国内市场的低调风格，以公

司成立20周年及从业光纤光缆20周年为主题之一精彩亮相，由主要经营室内光缆的控股子公司深圳市特发信息光网科技携手特发信息合资公司特发信息德拉克（Draka）光纤公司共同布展。在此次展会上，公司展出了近几年来不断推陈出新的成果，如光缆系列有普通型、阻水型和增强铠装型等全系列产品，有以ADSS、OPPC为代表的电力光缆系列产品，有可根据用户个性化需求设计生产的各类室内/室外用引入光缆——紧套光纤、单芯缆、双芯缆、配线光缆、分支光缆、光纤带光缆、互连光缆、各种型式的FTTH用皮线光缆等，合资企业德拉克分公司展出的最新研发的特种抗微弯光纤现场演示吸引了很多客户的眼球。

特发信息展台54平方米，以明快的橙红色为主调，整体布局热烈并充满时尚活力，展厅上方徐徐旋转的公司LOGO似乎在向业界展示着特发信息永不停息的前进步伐。“Draka”这个海蓝色的LOGO，醒目地突显了公司的国际背景，加深了客户的印象与认可。

身着淡墨国画莲花旗袍的礼仪小姐，高贵而矜持，展示出了上市公司的尊贵与诚意；西装革履的接待先生，彬彬有礼地演示着产品、介绍着公司，一派训练有素的专业人士形象，热情地欢迎着八方来客。公司的展台，人流如织，热闹非凡，接待人员应接不暇。所有这些，都向业界传递并展示出特发信息在光纤光缆行业中的品牌地位与

深厚实力。

除了成功地推介特发信息（SDGI）的公司品牌外，在此次展会上，公司的展台还接待了多批来自国内外的重点客户，虽然过去和他们有不少的商务往来，但经常是只闻其声，不见其人。通过这次展会，我们与客户得以面对面地交流，加深了相互之间的了解与信任，同时也借机推出了我们为捕捉FTTX而专门成立的特发信息光网科技公司，因为“国际化”即将成为光网科技这个新公司发展的重要方向。

展台还吸引不少新客户或潜在客户前来观摩，并进行了倾向性极强的意向性交流。

国内外各知名同行亨通光电、长飞等企业纷纷布展或派出代表参加了此次展会。

除了布展，特发信息还派出公司各级代表广泛地考察和观摩了这次展会，通过这个便捷的途径直接地感受到了同行产业、市场及技术环境变化的万千气象。



小梅沙经济效益和安全黄金周再创游客接待高峰

陈男 / 特发小梅沙旅游中心



在取消五一长假期后，今年的国庆黄金周倍受关注，引发了人们蓄积已久的出游热情。特发小梅沙海洋世界国庆长假的旅游接待先抑后扬，短短7天时间，连续两次刷新单日接待量的历史记录。小梅沙旅游中心按照政府相关部门及集团领导的部署和工作要求，正确处理经济效益与安全服务的关系，全面实现了安全、秩序、质量、效益“四统一”的工作目标。广大干部、员工凝心聚力，恪尽职守，经受了游客高峰的考验，在各自的工作岗位上用勤劳和智慧谱写了一首富有小梅沙特色的品质服务之歌。

一、迎来9年来最旺黄金周

今年国庆黄金周，小梅沙海洋世界七天游客接待量达6.5万人次，较去年国庆黄金周增长24%。其中，9月29日、30日及10月5日分别受假期调整和台风海高斯等因素影响，游客量大幅下滑（同比下滑70%、32%和65%），但10月1-3日游客日接待量均超过一万人次，1日和2日游客量分别高达1.5万、1.6万人次，连续两天刷新单日接待量历史记录。黄金

周7天共实现经营收入545万元，同比增长38%。这个黄金周，创下了海洋世界单日接待量、黄金周总接待量、黄金周团队收入、黄金周散客收入、黄金周总收入多项新高，为海洋世界开业9年来最旺的黄金周。

同时，小梅沙大酒店国庆黄金周实现收入51万元，同比增长19%，创下近年来的新高。

二、积极备战，科学调度

黄金周前，小梅沙领导班子按照“提前谋划，突出重点，搞好服务，确保安全”的工作思路精心备战黄金周，采取了如下系列措施：一是制定黄金周工作方案，召开专题办公会和部门工作会，分析黄金周市场形势和客源状况，确定工作思路和目标，把目标、任务和措施落实到部门，落实到每名员工；二是成立了“黄金周领导小组”，中心主要领导轮流值班，全面负责领导、组织、部署和协调工作，协调各部门各司其责，做到分工全面细致，责任落实到位；三是整治和美化游览环境，节前组织修缮景区破损设施，油漆

主要步道，加固游览护栏等，在各主要游览区增设提示牌和警示牌，组织对景区进行大规模的清理整治，清除卫生死角，协调政府相关部门加大交通管理力度，加强停车场现场指挥和管理等；五是严格安全管理，节前进行全面安全检查和应急准备。

三、快速协调，彰显和谐

面对开业9年来的游客高峰，特发小梅沙科学预测，及时调整、应对。海洋世界根据游客量的峰值，启动了《游客高峰接待预案》，在人力调配、节目安排、后勤保障等多方面都采取了积极措施，确保游客安全、有序地游玩，营造园区和谐旅游环境：一是将平日一天三轮的大型剧场表演增加为一天四轮；二是深受游客喜爱的海洋动物表演视游客量适时加场来满足需求，10月1-3日海洋动物表演每天都加演了三场；三是划分出责

任片区，开放全部疏散通道，每个通道派专门工作人员引导，保证游客出入顺畅；四是及时组织应急力量在关节上进行有效调控，分流游客，变被动疏导为主动调控，避免形成瞬时高峰；五是强化信息通报，及时发布景区项目、游览线路、节目调整等信息，做好游客咨询；六是努力让每一位游客游玩尽兴，视情况每天将闭园时间推后数小时；七是实行全员在岗，从各级领导班子成员到二线部门员工，全部充实到一线岗位，各级干部身体力行，用实际行动树立榜样，感化游客，用和声细语劝说引导游客，节日期间，全体干部员工工作热情饱满，忠实履行各自肩负的工作职责，忘我地投入到节日各项经营工作中去；八是关心员工生活，黄金周期间，每天下午4点都给员工准备了饮料和食品，让辛勤工作的员工能及时补充体力，以更好的精力

和工作状态投入到为游客的服务中去。

整个黄金周，小梅沙海洋世界和大酒店没有发生一起安全事故，没有一起游客有效投诉。伴随着游客较满意的微笑而去，小梅沙旅游区也全面地接受了旅游高峰的检验，圆满地完成了旅游接待工作，同时也为以后积累了宝贵的经验。

随着深圳东部交通越来越便捷，大、小梅沙这一独具健康、生态、休闲、娱乐特色的山海旅游度假区充满了吸引力，小梅沙作为越来越多人广交朋友、增进友谊的互动平台，接待瓶颈问题也越来越突出。小梅沙人不会停止前进的步伐，将在“科学规划、统一管理、持续发展”的方针指导下，进一步为构建现代国际滨海旅游区尽职尽责，做出新的贡献。



特发泰科“理”出的 两部执行力作品

黄斌/特发信息综合管理部

汉字的生命力和创新力，在世界语言文字里都是数一数二的。通过不同方块字的创意搭配，可以迅速组合出贴合时代潮流又极其传神的鲜活词汇，譬如“管理”，管理从字面意义上来说，就是“管”和“理”的互相协调与促进。企业管理自然也就是企业的“管”和“理”。说到“管”大家已经耳熟能详，规章制度、法律法规、办法通知，如此种种。众多管理者将这些作为推动和实施管理目标的有效方法，但真正实施的效果如何？恐怕未必真正让人放得下心，这时就需要“理”发挥作用。

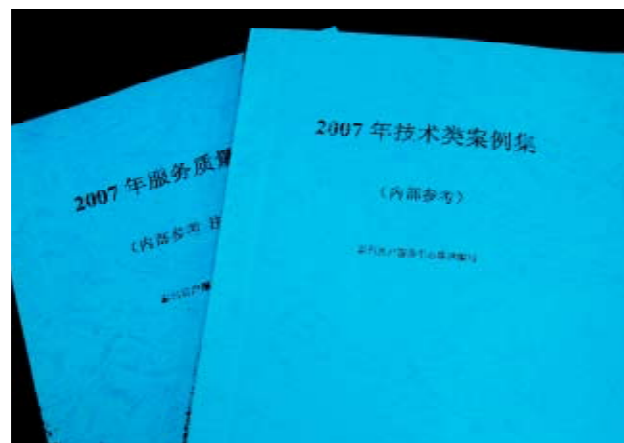
特发泰科一直在强调强势的“执行文化”，让“执行”二字自己植根于企业，用执行力承担起抽象的管理理论，用现实的执行力发挥能动性。2007年，在泰科，两

本管理案例集问世了，一袭“执行力”的先锋形象行头。一本是技术类的，一本是服务质量类的，128个技术类案例和26个服务质量类案例，每个都具有针对性和“事后”可操作性。案例内容几乎覆盖了所有管理者不容回避的问题，每个案例都详细描述了一个个棘手问题的背景、如何发现问题、怎样直面处理分析以及最后的处理结果等，使未亲历者和读者仿佛身临其境。

如果案例集是管理者“梳理”管理效果的明镜，对于所有一线员工来说，它就成了一部身临其境的电影和作业指导书。所有的场景就发生在自己的身边，共鸣感油然而生。技术人员可能碰到过类似的技术问题，客服人员可能也遇到过相同的客户。大家在学习案例的过程中产了自己解决问题的思路，这正

是这两本案例集的主题之所在。

案例法，以案说法，在法学界已是共识。案例，在管理界也可说是最实用的工具，因为它有最原始、最真实的元素。但它也有最困难的理解方式。要感受一个个案例中所传递的管理精髓和管理教训，需要你用心去理解和思考。泰科案例集编汇的都是每个案例亲历者的文字，128加上26，几乎每个泰科人都在寻找自己的问题，对自己的管理知识与思维进行反刍与剖析，并努力寻找解决的办法。在两本案例集整理完成后，泰科的技术类问题和服务质量类问题大幅度减少，虽然失误不可能完全杜绝，但“管”与“理”的循环已然在泰科良性运行并在初步地发挥作用了。



实事求是 转变观念 解放思想 科学发展

——特发物业管理公司五年发展战略培训有感

杨杨/特发物业管理公司

在特发物业管理公司我还算是个新员工，但作为一个消费者我已经和物业管理打交道好多年了。近期，公司聘请专业中介机构制订了我们企业的五年发展战略规划并进行了相关培训。这里，我结合在日常生活中对物业管理的亲身体验和认识来谈谈此次五年发展战略培训的一些感想和体会。

随着我国住房制度改革和住房商品化政策的持续推进，以及农村城市化、城市现代化进程的加快，物业管理作为一个新兴的服务行业近年来得到了较快的发展，在国民经济发展与建设和谐社会中发挥着越来越重要的作用。据中国物业管理协会在去年二季度开展的一次网上调查报告显示（截止2007年底共有约4600家物业管理公司参与，调查面覆盖了全国31个省、自治区、直辖市，共涉及128个城市和地区），目前我国物业管理呈现如下态势，存在以下主要问题：

一、服务水平逐步提升，但面临着因客户维权意识逐步提高，从而导致相关物业投诉事件以更快速度攀升的问题。

二、解决了大量人员就业问题，积极参与到各项社会公共管理和公益事业中，社会效益突出。但同时面临着团队文化水平偏低，具备物业管理资质的专业人员配比偏低，综合服务能力培养、提升缓慢的问题。

三、企业经营效益逐步改善，

但大多数存在规模小，创富能力差，对市场用工成本等依赖程度大，普遍缺乏可持续发展的支撑点。

四、政府部门相关立法等配套措施跟不上，协调与办公效率偏低，且存在对企业的运行干预过度，相关法律税收政策调整造成企业生存压力增大的问题。

五、物业管理中难免涉及有开发商的遗留问题，导致存在诸多问题隐患。

六、由于管理规范不完善及业主委员会过于强调维权导致物业管理公司与业务委员会之间存在协调困难的问题。

七、物业管理企业自身管理制度存在缺陷，团队缺乏活力，难以实现创新和效益的提升。

从此份调查报告对我国物业管理行业面做出的简单概括中，我们不难找到自己物业管理的影子或值得我们借鉴的地方。

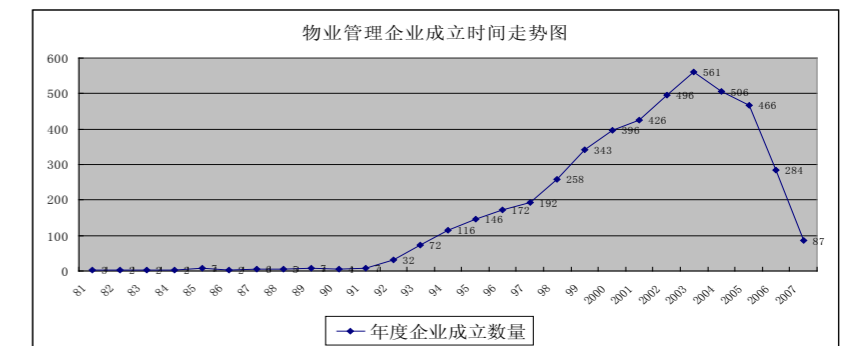
对比其他物业管理企业，特发物业管理公司有自身的优势所在，

例如我们有自己的物业群等，但这些优势在市场环境风云变幻的今天，似乎不是那么牢靠和能长期拥有的。任何一个企业都应该具有狼来了的风险意识，已经实施的国有企业事业单位改革就是一个活生生的例子。我们必须实事求是地认清自己所处的环境，审时度势地转变观念，解放思想，摒弃以前的铁饭碗思维，以锐意创新意识的去拓展企业的食物链，求得企业的创富点和

兹对微软人说的“微软距离倒闭只有三个月”那样，市场上不存在永久不变的饭碗。

特发物业管理公司过去的成功归功于每一位特发物业人辛勤的劳动和过去我们所承载的资源与政策。但是今天和明天，我们也许更要把自己训练成一匹狼，因为当大环境改变，一些昔日的资源和优势不再的时候，我们就必须先学会如何捕捉猎物。

下面，我们来观看和分析一张引用于以上报告的图表：



通过上述表格和数据，不难看出，1981年至1994年的前13年，是我国物业管理的萌芽起步阶段，发展速度慢。1994年至2004年的10年，是我国物业管理发展最为迅猛的阶段，大多数的物业管理企业在这一阶段诞生。2004年以后，物业管理企业数量的增长速度放缓。1981年至1994年13年间，只有268家物业管理企业成立，占物业管理企业总数的5.82%，1994年至2007年13年间，共有4332家物业管理企业成立，占物业管理企业总数的94.18%。其中1994至2004年10年间共成立物业管理企业2495家，占物业管理总企业数的75.98%，10年间物管企业以每年近133%的速度猛增。这些数据说明，整个社会在物业管理方面量的需求还是很大的，即这个行业有着丰富的成长空间。另一方面，随着人们生活水平的提升，大规模高规格物业小区的陆续出现，对物管企业管理质量和服务水平的要求也越来越高。

特发物业管理公司是步入物业管理行业较早的企业之一，在市场拓展与累积的行业经验方面具有着得天独厚的优势。但我们必须看到，大环境在给我们创造了机遇的同时也创造了挑战。该份报告显示，接受调查的4600家物业管理企业中，东部沿海及经济发达省区1754家，占企业总数的38.13%；中部省区1308家，占28.44%；西部省区904家，占19.65%；东北三省634家，占13.78%。经济发达地区的蛋糕可谓是炙手可热，竞争激烈。目前客观地存在着部分物管公司有吃不饱的现象，尤其是在欠发达地区。

回顾我们走过的路，正如同培训中讲师分析的那样是“安逸中的突破”。但如今我们不能光是枕着“华为”睡觉，不能光是看着现有的几分家产。我们必须图谋思变，寻找新的企业发展点和财富增长空

间。我认为，我们特发物业管理公司要做到真正落实五年发展战略，首先要在思想上完成观念的转变，具体要做到以下几点：

一、实事求是：认清自己的不足和优势，看到所处的环境是在不断变化的。

二、转变观念：打破铁饭碗意识，实施有效的绩效考核制度，薪酬和业绩挂钩，树立危机感。

三、解放思想：走出去，请进来，寻找学习标杆，切实提升服务意识，增强创新意识。

四、科学发展：在现有基础上，积极拓展物业服务相关衍生产业链，使之成为企业利润新的支撑点。

五、践行企业文化，夯实特发企业品牌价值，优化人才队伍建设，使得服务更专业化、现代化，尽量降低劳动力密度，提升职业化水平。

企业的竞争归根结底是人才的竞争，我们应该利用自身的人才优势，将特色项目继续做大做强。让其成为特发物管品牌的亮点。同时积极探索华为成功模式，将其复制推广到其他新的科技园区项目服务中去。

其次，实施五年发展战略，在业务上我们必须清楚地看到：纵观全国，居住类物业的物业服务费标准和收费率均明显低于办公物业和工业物业，其中租房和经济使用房的收费标准和收费率更低，而且根据政策导向这一趋势在今后仍将持续存在。因此我们应该继续将业务重点放在办公物业以及工业园区项目的拓展上，这两者在管理上也存在着居住类物业无法比拟的便利。从地域分布来看，东部地区的收费标准高于中、西部和东北地区，东部地区和西部地区的收益率高于中部地区和东北地区，从收费标准和收费率两项指标综合比较来看，东北地区两项指标均低于全国

其他地区。按照中央以及广东省对深圳的定位以及对全国经济建设的规划布局，我们仍然有必要坚守深圳，拓展京津、成渝地区以及泛长三角地区。对我们有利的条件是，公司领导高瞻远瞩早就着手在以上地区建立了分支机构，为我们的今后的市场拓展奠定了良好的基础。

最后，实施五年发展战略，必须依赖坚实的核心竞争力。而核心竞争力我认为主要表现在以下几个方面：

一、是否具有充足的流动资金和正向放大的资金投放渠道。

二、是否具有规范的与国际接轨的管理方案（包括人、财、物等几个方面）。

三、是否具有标准化兼有个性特色的物业管理和服务方案（作为企业业务拓展的“招牌菜”，并使其具有可复制性）。

四、是否具有一个充满阳光的伙伴型、学习型专业化强执行力的队伍，以及从管理者贯穿到基层员工的一份开放心态。

在21世纪，当很多企业管理者都大谈阔论以人为本的时候，就说明这并不是一句空话。就像一句广告语说的“山高人为峰”那样，万事皆需从“人”的需要进行考虑。管理者需要面对的是员工“人”，员工需要面对的是客户“人”。古人说百人百性，但是军队里面从来都是需要百人一心，观念、纪律都需要一致，这就需要以规矩来治理。所谓“文化传薪火，实干创未来”，就是对文化（企业理念）和拼搏（执行能力）如何结合的最好诠释。

在这里，我要感恩企业给我工作的机会，感恩领导给我的指导和关怀，感恩同事对我的无私帮助；同样要感谢我们的老师给我以知识，祝愿特发物业管理公司在全体员工的共同努力下取得更大的成功！

游青岛极地海洋世界有感

曾小婷/特发小梅沙旅游中心

8月18日，公司安排我和同事们去山东青岛极地海洋世界参观考察学习。

青岛极地海洋世界是由大连海昌集团投资两亿美元全资兴建，占地面积20万平方米，集吃、住、行、游、购物和娱乐为一体的综合旅游社区。这是迄今为止山东省最大的旅游项目，也是作为青岛迎接2008奥运会的七大旅游项目之一。

青岛极地海洋世界内设36个展馆，可同时容纳2800人参观游览，其中极地海洋动物馆为核心部分，也是目前国内最大、拥有极地海洋动物品种最全、数量最多的场馆。青岛极地海洋世界由极地厅、雪城堡儿童游乐区、极地村剧场、海洋动物互动科普区、海底隧道、海洋科技馆、室内水上公园、海滩区、滨海板道街等18部分（现未全部完工）组成。



一、令人爱不释手的纪念票

领队梁Sir给我们每人发了一张纪念票，是很可爱的卡通图案。胖乎乎的大白鲸是这个极地馆的压轴名角，票面上自然少不了它，背景是青岛极地海洋世界的全景图，斑斓的色彩让人爱不释手，相较于我们公司的门票更有收藏价值。

二、奇幻“极地”世界

一进门，仿佛走进了极地世界，脚下踩着“冰川”，旁边就是



爱斯基摩人的小屋，还有逼真的爱斯基摩人造型。顿时觉得身心舒服。据了解，整个极地造景全都是用特制材料制成，所以给人以假乱真的奇妙感觉。而我们的海洋世界并不能带给旅客这种置身于海洋的感觉。

三、独特的服装

在这里到处都可以看到身穿蓝色服装的工作人员，让人想到蔚蓝色大海，与极地的主题相呼应，又与游客有明显区别。

四、独特的纪念品

独特的纪念品，真正的纪念品。这是两种以大白鲸为代表的毛绒公仔，造型可爱，质感也不错。有点冲动想买下，可是价格不菲。目前海洋世界还没有代表自己的纪念品，所卖的商品多数在普通商店就能买到，而且价格低廉，不能吸引一般顾客的眼球，更不能使更具



有消费能力的顾客购买，所以我们卖得好的商品多为小孩子的玩具。

五、压轴的“角”——表演馆

该馆是世界最大的室内极地海洋动物表演场。可容纳3600人同时观看，3只白鲸、8只海豚、5只海狮同台演出，将把来自极地海洋世界的震撼与温馨，真实、强烈地呈现给在场的每一位观众。值得一提的是，他们的工作人员在开场前会主动提示游客剧场的表演开始时间，这一点我们明显做得不好，我们的客人很多因此而错过了表演时间，有的表演已经开始了还在其他馆内漫无目的地走动，甚至不知道有表演就离开了……他们游戏的互动性也比我们强，最后一个节目也是海豚踢球，主持会鼓励大家举起双手，抢到球的人还可以得到一份小礼物，现场的气氛也特别活跃。表演馆中间有个大屏幕，坐在后排的人也能看到，这又是一个贴心的服务……

5天后我们回到了深圳，结束了这次青岛极地海洋世界之旅。看到了我们与别人的差距，但是差距会随着我们的努力而不断缩小的，我坚信！



从差异中看特色，学习借鉴

——观青岛、威海、蓬莱海洋馆有感

李艺/特发小梅沙海洋世界

8月18—23日，我们一行28人在公司安排下游览山东半岛青岛、威海和蓬莱三个滨海城市。

8月的青岛已经很有秋高气爽的感觉，空气里透着清凉，让人心情也跟着轻松和愉悦起来。此行主要目的是考察各地海洋馆，包括青岛极地海洋世界、青岛海底世界以及蓬莱海洋极地动物世界。也许是每天都能看到海洋动物的缘故，海洋世界的游览并没有带给我们什么特别的新鲜感，有些展馆甚至只是一扫眼而过，但是不可否认的是其每个馆区确实各有特点，给人以启发。

青岛极地海洋世界

与我们不同，青岛极地海洋世界将重心放在了极地动物上，海洋鱼类的展示只占一小部分。整个园区设计新颖，极像爱斯基摩人聚居的小岛，四处冰天雪地，冰川、海洋、木舟，形成了一幅美丽的极地画卷。白鲸池、北极熊馆及企鹅馆面积很大，北极熊馆内还有浮冰，让人感觉极地动物们在此生活十分惬意。而相比之下，我们的极地动物展馆比较简陋，场馆的设计也比较缺乏时代感，显得有些陈旧，看到极地动物们毫无活力地在这样的场馆里活动的样子有时还会让人觉

得可怜。当然，这与我们的建馆时间及目前的现实情况有关，极地馆建成后相信这方面将有很大的改观。我想，青岛极地海洋世界的展馆设计可以作为日后我们借鉴学习的对象。

青岛海底世界

三层楼的园区展出了各种海洋生物及其标本，和我们一样，这里也有海底隧道、科普馆、标本区以及海底剧场。总体来说，这里并没有给人眼前一亮的感官刺激，但值得一提的是馆内一个贯穿三层展区的大型圆柱展缸，五彩斑斓的珊瑚礁鱼类和各种珊瑚礁一起还原出美丽神秘的海底世界，让人过目不忘。与之比较，我认为目前我们正是缺少这样能让人留下深刻印象的展馆，游客走出园区，也许会说说表演精彩、鱼类漂亮，但很难再想起某个展馆的模样。此外，在青岛海底世界，工作人员别出心裁地将各种鱼类分门别类，做出“海洋十二生肖展”，虽然展出鱼类并不珍奇，但这样的创意足以吸引游客的眼球。

蓬莱海洋极地动物世界

入口热带雨林的造型，昏暗的灯光，展馆内有些浑浊的海水，还有缺乏海洋气息的外部造型给我留

下了不太好的第一印象，然而那场30分钟的表演颠覆了我对这里的感受。在青岛的极地海洋世界，我们看到了传说中的海狮乐队，但是仅仅只有几秒钟的演出时间，而在这里，海狮们在训练师的指挥下有的唱歌，有的用鼻子弹钢琴，有的敲鼓，有的打镲，配合默契，奏出了简单的旋律，节目新颖而滑稽。此外，海狮算术等其他的表演也让人忍俊不禁，成了除青岛极地海洋世界海象表演外唯一一场让我感觉到我们的表演与其有一定差距的演出。

三个海洋馆和我们还有另外一个比较明显的差异——隐性收费。在每个馆内都设有游客投食点，收费10—30元不等，蓬莱的表演馆内还设有与海狮照相的项目，收费20元。这些都在无形中增加了经营收入。当然，让游客投食具有一定的风险，但撇开这一点，这样的运作模式还是值得我们考虑和借鉴的。另外，在奥运期间，每个馆都推出了与奥运相关的内容，比如青岛极地海洋世界的“海洋动物运动会，请你当裁判”，蓬莱的海狮明星运动会等。在表演节目的编排及主持人的串词上也尽量向奥运会靠拢，使节目更富于时代感。我认为，在

山东半岛水族馆商场定位与布局的几点体会

吴朋朝/特发小梅沙海洋世界

8月18—23日，公司组织我们员工去国内水族行业最发达、最先进的山东半岛参观学习。5天来，我们重点考察了青岛极地海洋世界、青岛海底世界、蓬莱极地馆。在参观过程中，我有目的地考察了这些水族馆景区内的商场定位与布局情况，感觉印象深刻。比较我们特发小梅沙海洋世界，我就相关问题谈几点体会。

一、商场定位与配置

由右表可以看出他们商场的定位和布局特点：

(一) 商场网点分布。3个海洋馆的商场布局基本相同，我觉得他们这个布局是比较科学的，客人在刚进去或在里面游玩过程中一般不喜欢提着东西跑，除非他很喜欢或很需要这个东西。商场网点的位置分布，由于某种原因我们目前可能无法借鉴，但极地馆建成后后面的商场布局可以参考。

(二) 商场规模和档次。这是我感觉最深刻的一点。虽然他们的小商场规模非常小，但简单、精

不对工作造成太大不便的情况下，这样与现实相关的变化可以使表演节目更加生动，更加有可参与性。

此外，我还想说说酒店问题。五天里，我们住了两个挂三星的酒店，一个是青岛的五洲大酒店，另一个是威海的山花酒店。和小梅沙大酒店相同，两个酒店都是老牌的酒店。五洲大酒店的房间很宽敞，但是从装修到服务，几乎没有让人

青岛极地海洋世界

商场	数量	规模	位置	商品销售
小商场	5	5-20平方米	馆内休息区和一些必经之地	1、主要卖食品、饮料、雪糕等小件饰物 2、配置1-2人
大商场	4	60-200平方米	集中在出口处	1、主销公仔、工艺品、特产 2、有2-4台收银机。4-10名工作人员

青岛海底世界

商场	数量	规模	位置	商品销售
小商场	3	5-20平方米	馆内休息区和场馆旁边	1、主要卖食品、饮料、雪糕等小件饰物 2、配置1-2人，没有收银机
大商场	3	60-200平方米	集中在出口处，必须在商场里面经过	3、主销公仔、工艺品、特产 4、大卖场柜台式，1-2人负责一个柜台

蓬莱极地馆

商场	数量	规模	位置	商品销售
小商场	3	10-20平方米	一些必经之地	3、主要卖食品、饮料、雪糕等小件饰物 4、配置1-2人，没有收银机
大商场	2	200多平方米	集中在出口处，必须从商场经过	5、主销公仔、工艺品 6、完全超市型管理，有3-5台收银机

感觉舒心的地方，而山花酒店房间虽小，装修却简单精巧，没有酒店的拘束感。小而整洁的床，别致的台灯，贴心的晾衣区都让人感觉温暖。对于老酒店来说，在豪华和其它硬件上取胜有很大难度，贴心的设计并不会花去太多的装修成本却能赢得顾客的好感，这却是许多酒店都能做到的。

除了海洋馆，我们的游览行程

里还有其他自然及人文的景观，让我们比较全面地了解了山东半岛。5天中，我们呼吸着北方海滨的凉爽空气，感受着那里的蓝天、碧海、清泉，在回深时都感到有些不舍。因为台风鹦鹉的原因，我们的飞机推迟了5个小时起飞，在这5个小时里，谁都没有抱怨一句。我想，这便是这座美丽的北方滨海城市的魅力所在吧。



致；而大商场其规模比我们的任何一个商场都大很多，所以他们搞收银系统、防盗系统，超级市场的模式，这样档次自然就上来了。

(三) 商品定价。他们的商品定价也比较有特点。在当地的消费水平比我们低的情况下，他们的必需品，像食品、饮料等的价格相应地比我们要便宜20%。但那些特色纪念品，像公仔、工艺品的价格却比我们的要高出20%左右，我想这可能是他们利润的主要来源，这对我们海洋世界景区内商场商品的定价很有参考作用。

(四) 商品销售。3个海洋馆的销售模式基本上差不多。只是青岛海底世界的商场是那种大卖场模式。小商场以销售必需品为主，像食品、饮料等。占地、用人都比较少，操作简易。而大的商场则注重销售特色纪念品，以提高景区的附加价值。

二、特色服务

(一) 他们有一个我们未曾操作过的——走动式销售。在他们的表演剧场，有一群服务员(4-8人)每人提一个篮子，以卖爆米花为主，另外还有瓜子、饮料、闪光棒、氢气球等小商品。且他们的服装也跟商场里面服务员的服装不同，粉红色的背带连衣裤，有那种表演风格，好像这种推销的效果还不错，我们可以借鉴，试一试。

(二) 他们那种投喂动物的项目很多，像喂鱼、喂海豹、喂白鲸等都有。我觉得这有一定的吸引力。像青岛极地海洋世界的白鲸投喂就不错，50元/3人+1小桶鱼，3分钟。在喂鱼的同时还可以自己照相，对非水族行业的人来说这是一个很难得的体验机会。

(三) 与海洋动物合影。我觉得这方面他们没有我们做得好：首先，我们价格比较合理，有钱赚；其次，我们的接待能力要比他们强很多，我们最快30秒可以照完一张

相。他们是把海豚摆上岸来照相，这样就慢了，并且海豚也很累；最后，我们的相机，照片的质量都很高，客人觉得值，因为他自己的相机一般照不出这样的效果。

三、商品的摆放

他们的商场规模大，品种多，摆出来就有一种很吸引人眼球的感觉。比如他们的公仔玩具，几十个品种，一面墙一面墙全部挂的都是公仔；那些挂件、饰物也是整柜整柜的摆放，又漂亮又壮观，很能激发出人们的购买欲望。

以上是我参观后的几点感受和体会，我觉得他们的做法有些我们可以立即借鉴来用，而有一些由于条件限制等原因是我们没办法借用的，而且我们需要结合我们自己景区的特点，发挥我们现有的优势，借鉴他人的长项来改进、完善自己。

缘份的天空下

——“小叶”的特发信息“情缘”

黄斌/特发信息综合管理部



朝夕相处的友爱是缘份，天长地久的情爱是缘份，纯洁无瑕的真爱是缘份。人生总脱离不了形形色色的因缘际会。

回首特发信息走过的20年，有多少人在这缘份的天空下，感慨着真情的流动，感受着无形的施与受，拉近着彼此相互的距离，甚至于因特发信息而相遇、相知、相爱甚至相守一生。

南方的她

叶胜娴是一名典型的客家女孩，人称“小叶”，后辈们始尊称其为叶姐，但时间一长，就没大没小地大呼“小叶”，她也一样地笑纳了。

像所有的客家女孩一样勤恳、善良、好客、贤淑，虽然个子小巧，但是脸上总挂着灿烂的笑容，让人倍感亲切。客家人喜欢南方常见的植物——“竹子”，因为它四季常青，生命力顽强，叶胜娴这片“小竹叶”也不例外：1986年这颗生命力顽强的“小竹笋”来到了深圳，当时才从学校毕业的她可能怎么也不会想到，自己竟会就此在深圳这片土地上，在特发信息的天空下扎根发芽，茁壮成长，和一个人，还有这个企业，结下了一段长达20年的特殊情缘。

1986年初出校园的她，被分配

到了当时的深圳市通信工业公司，带着些许的懵懂和脸上的疙瘩红开始了她人生的新旅程。初到公司做的就是电话机，一次又一次地把各种零件装配成当时还是很高科技的程控电话。在那个年代，工厂和生活是密不可分的，因为工厂的楼上就是工人的宿舍，下班后照样能体会繁忙的生产。工作枯燥，生活艰苦，但这些并没有让这个客家小姑娘觉得有什么不妥，工作中的她依然干劲十足，下班后的她依然开朗活泼。渐渐地同事和领导们都记住

了那张时刻挂着微笑的红脸蛋，隔三岔五地总喜欢叫上她一起爬山、一起踏青。她的幽默乐观拉近了同事们之间的距离，朝夕相处间，大家在一起建立了一种叫做友爱的缘份。

江南的他

张钦传，对很多人来说一个陌生的名字，可以说他默默无闻，因为他本来就不是个性张扬的人，默默地工作，平凡地付出，在他看来这就够了。虽然来自“上有天堂，下有苏杭”的江苏，但略显壮实的体型，明显打破了“江南小男人”



的尺寸。不仅身材大气，人也是大气。大多数接触过他的人，对他的第一印象就是豪爽直率，恰如他的“兵哥哥”出生背景。背井离乡的他，来到深圳自是有许多不适应的地方，天气也好，饮食也好，语言也好。相对于大多来自临近省份且同乡颇多的同事，他更显孤单寂寞。虽然工作中的他，外表依然豪放，内心却不知积压了多少思乡的苦闷。

缘定特发信息

一个来自南方的客家女孩，一位来自江南的“小男人”，也许有千百种相遇的可能，但这一次是因为特发信息而相遇。一个偶然的的机会，公司把报关的任务交给了小叶，从没有接触过海关的她甚至都不知道什么叫报关？只能从头学起，从制作简单的报表到接触海关工作人员；从码头提货中途中运输，每一步都是新的开始。隔行如隔山，初始的困难可想而知。为了完成公司任务，尽快熟悉报关流程，小叶想到公司的同行，同为报关员的张钦传，以前只闻其声未见其人的江南小伙子。小叶主动找到他询问报关流程，让她没有想到的是，表面上粗枝大叶的他，竟然在很多地方想得比自己还要周到。张钦传细心地把报关的每一个细节和步骤都告诉给小叶，第一次的见面就让小叶记住了报关的流程，更记住了这个心细的江南“小生”。慢慢地，他们在海关碰面的机会多了，在码头碰面的机会多了，自然而然地两个人从师徒变成了朋友，时不时会坐在一起闲聊。有次小叶说：“我觉得你这人就好在正直，心细。”一句有意无意的话，让张钦传露出一脸惊讶，“我也觉得你人正直又心细，没想到我们两个“好”在一块去了”，这句好在一块去了，后来还真灵验了。1992年中秋节，在公司同事、领导的祝

福声中，小叶和张钦传喜结良缘。结婚后的这个幸福之家没有闲着，每天仍然是奔波于港口、机场、海关、公司之间。每天早出晚归，放在别的家庭肯定是不行的，可这一家倒是“夫妻双双把关报”，公司的报关工作虽然辛苦，可也正因为如此，他们才能体会到对方的辛苦和不易，更珍惜和坚持自己的这一片情爱的缘份。

相守相依

“黄河第一缆”是特发信息在1993年取得的大成就，这是特发信息人多年来默默坚持拼搏，挥洒汗水的一个结晶。这一年小叶家里也诞生了爱的结晶，一个胖嘟嘟的男孩，他是小叶送给爱人的最大礼物，也是她自己这一生中最得意的成果。现在，儿子已经比爸爸妈妈高出一大节，在深圳市最好的中学深圳中学读初中，虽然只有15岁，但是已经能看出稳重的气质，且爱好打羽毛球，有一股顽强拼搏的精神。儿子的成长可以说是见风就长，但公司却是在不断的变迁和激烈的市场竞争中顽强地成长着、进步着。

小叶说自己为了“特发信

息”，“失了二次身”，一次是冒着大雨红色警报出货，在码头待了整整一天，被雨水全身湿透；一次是顶着高温红色警报，在机场待了一整天，被汗水全身湿透。说“失身”，当然是小叶的搞笑，但从职业生涯的角度来说，小叶的“献身”于特发信息，则是一点也不为过。在这里，她找到了相守一生的终身伴侣，自己也从一名生产线上的打工妹变成一名“专业人士”，承担起整个公司繁重的报关事务，风里来，雨里去，在骄阳下转战，将自己晒成最IN的古铜色，更加地娇小玲珑，精神矍铄。这么多年来，跟报关事务有关的任何一张纸，她都小心翼翼地保管着，生怕出一点差池，她就象公司报关事务的一张活地图。当然，公司对她的奉献也是看在眼里，记在心上，连续多年将“优秀员工”的光荣称号授予了她。

小叶，在特发信息已走过了20年的小叶，是大家心目中永远的小叶，她已经把自己职业生涯的最好年华全部交给了特发信息。在这片缘份的天空下，她与特发信息的缘份还将绵绵延续，相守相依。



桥

陈马兴/深圳市投资控股公司

月光架设的桥最美，
它能勾起你对远方的思忆。

——题记

一轮明月，
两颗心。

两颗心，
一轮明月。



思念

——献给远方的亲人

罗晓玲/特发信息光缆分公司

月亮升起
倦鸟归巢
蟋蟀鸣叫
远方妈妈的眼睛
透过门前的柳树
把目光抛给月亮
眨眨眼
透出思念和牵挂

仰望明月
思乡之情油然而生
忆儿时
月圆之夜
共享天伦
如今的月亮
可否能带我回到从前
回到妈妈的身旁……



规模领导力的标准： 员工自我管理

IBM公司对员工的关心体贴以及其终身培训制度一直为业界所称道，但可能有人不知道，IBM的员工为什么不仅能坚定不移地信守和奉行公司的价值理念、遵守既定的规则，同时还具有突出的创新精神。这是因为，员工已经在很大程度上实现了自我管理。

员工自我管理的内容包括对企业理念的认同程度，对一定的文化价值体系的理解和兴趣程度，自律感、羞耻感，自我约束力以及自我激励能力，工作中所表现出来的主动性和能动性，对所承担工作和达到组织所设定目标的自信心，克服困难和战胜挫折的勇气，对同事的尊敬和在在工作中体现出的协作精神等。

有人说，激发领导力要从关注

人格开始，这话有一定的道理。员工实现自我管理本质上是企业员工独立人格的开始，每一个人都有被人尊重的欲望，这是人类共同的人性。多一些教导，少一些管理，恰巧符合这一人性的需求。

被人教导和被人管理，主动发挥和被人指挥，这是两种不同的工作状态和追求，从现实的情况看，再好的管理激励其带来的效率也是有限的，而主动发挥则可以让入付出一辈子而不讲回报。

在任何情况下都尊重员工，这是必须记住的。只有优秀的员工才能带来优秀的客户。如果没有优秀的员工，优秀的客户也是会流失掉的。所以，请所有的管理者记住这一条，由此你的企业将会上升到另一个精神境界。

西门子公司有个口号叫做“自己培养自己”，反映出公司在员工管理上的深刻见解。和世界上所有的顶级公司一样，西门子公司把人员的全面职业培训和继续教育列入了公司战略发展规划，并认真加以实施。

但他们所做的并非止于此。他们把相当的注意力放在了激发员工的学习愿望、营造环境让员工承担责任并在创造性的工作中体会到成就感，同时引导员工不断地进行自我激励以便能和公司共同成长。

这种理念的前提就是：经过挑选的员工绝大部分都是优秀的。而且，公司也正是因为有了这些优秀的员工而获得业绩和其他利益增长。

[作者：谢邦明；本刊摘编]

东方文化与现代企业管理

现代企业管理是研究现代企业基本特征、运作规律、管理方法的一门学科，在现代社会的经济生活中有着广泛的应用。它是20世纪尤其是二次世界大战后形成的一门新学科，也可说是美国文化的延续。

在全球化思潮日益深入人心的今天，现代企业管理的实用价值也日益明显，可以说，没有好的管理机制，企业就不可能在市场经济里站得住脚。翻开报章，就可以看到各种企业管理课程招生广告，企业管理人才近年也成了“香饽饽”，这些都说明这一新学科的必要与重要。

西方管理大师放眼东方

西方的现代管理已经慢慢摸索出一套方法：

一、将金融、财务、市场、人事、风险投资等领域分门别类，建立高效率的管理模式。

二、20世纪80年代末，资讯科技（IT）的发展推动企业管理不断创新，并运用现代数学、系统论、信息论、博弈论和网络技术等为理论基础，从而使得西方的企业管理更加科学。

三、建立起国际化的管理模式，在这当中英语作为世界通用语发挥了极大的作用。

四、在聘用人才上，“任人唯贤”几乎是唯一的考量。一些西方跨国公司的总裁年薪动辄几百万美元，如此大手笔，也是基于“任人唯贤”的原则。日本、韩国也同意这种做法。但大部分东方国家，在用人方面，还是有诸多才能以外的



迁就，例如家族企业、人际关系等等。

五、有完善的自我更新制度，时常调整运行机制，做到与时俱进。一般企业都会从外部引进新血，希望带来新思维。企业如果成功地进行自我更新，业务也就更上层楼

尽管西方的企业管积累了丰富的经验，但基于外在强制约束的西方管理科学，因不能攻克人性的全部弱点，从上世纪下半叶开始，很多西方的管理大师便开始将目光投向东方，向东方管理文化寻求智慧。

管理之于东方则是一种文化

管理之于西方是一门科学，属于理性的实用范畴；管理之于东方则是一种文化。东方文化又是以中

国儒家文化为主。

儒家文化是中国传统文化的核心，创始人孔子既是伟大的教育家，也是世界十大思想家之一，提倡仁爱，崇尚礼仪，主张以德治国、以民为本。他所处的时代是百家争鸣、学术昌盛的时代。他以天下为己任，周游列国传播自己的学说。加上后人的不断补充，逐渐形成一套比较系统、完整的儒家思想体系，其中包括许多有价值的观点。儒家思想体系的精华部分，已日益显示出可对现代经济、管理和人类文明产生积极的影响。

东方管理文化鼓励勤奋好学，全球华商之首李嘉诚，以及已故家族企业家陈嘉庚、李光前等人，都具有这种东方美德。以李光前为例，他到陈嘉庚的公司上班时，就





人：宇宙里的信天游

——人性的本体论解读

李正祥/集团企划部

因为不耻下问，勤奋好学，很快就掌握了橡胶的商业知识，并打通欧美市场，所以受到陈嘉庚的重用。

东方管理文化同时讲究情面、重视人脉。很多西方人到中国做生意，一是一、二是二，非常讲原则，但却总是碰壁，原因就是没有吃透东方的人情世故。这并非说东方人不讲原则，而是说东方人尤其是中国人的原则是机动的、应变的。

儒家还讲中庸之道。孔子说：“中也者，天下之大也；和也者，天下之达道也。致中和，天地位焉，万物育焉。”孔子所阐述的是不偏不倚与不走极端的处世之道，认为它会使得天地之间所有的人各就其位，各得其所；万物生长，一片繁荣景象。许多人知道，日本松下企业就非常推崇中庸之道，这一基本思想可以说是松下的成功诀窍之一。

儒家的仁学，就是爱人。现代企业文化强调以人为本，突出人文关怀，提倡团队精神，与儒家文化的仁大同小异。领导者或管理者应当具有广博的仁爱之心，关心和爱护下属，努力为下属争取利益。这是企业管理者应当遵循的道德规

范，也是其应当具备的道德品质。同样，员工也应该以仁爱之心去对待企业管理人员，只有这样，企业才能产生内在的凝聚力。

东方文化的另一重要部分是道家思想。老子的《道德经》主张以柔克刚，这正符合在激荡的社会中需要一种弹性软化的管理方法予以周旋。所以《道德经》中一些有关无为、清静的概念，被企业界广泛运用。

老子还提出“治大国若烹小鲜”的思想，意思是治理一个国家好像煎小鱼那样，不可乱翻动，翻动多小鱼要碎，损坏鱼形。烹时火候要掌握好，不能大也不能小，时间不能长也不能短，要恰到好处。这样煎成的小鱼好吃亦好看。治国如此，管理企业也应该如是。

《孙子兵法》早已应用于商场

《孙子兵法》，这部兵书宝典在今天的商场上，同样发挥作用。其实把中国的兵法应用到企业的经营管理，已经不是什么新鲜事了。日本早就把《孙子兵法》奉为宝典；而在科学管理发源地的美国，学习《孙子兵法》的企业家和管理学学者也不在少数，闻名全球的哈佛商学院，就将此书列为参考书之

一。随着中国经济起飞，很多专家预测，21世纪将是以前中国文化为代表的东方文化世纪。东方传统文化博大精深，蕴含丰富的管理思想和人文智慧，我们应该充分利用这精神遗产，在实践中融合东方文化精髓与西方科学管理，从而开创出企业管理的新局面。

不过严格说来，结合东方文化与现代企业管理，目前仍处于探讨阶段，因为东方文化中能够用于现代管理的理念，较为笼统，并不十分清晰，须深入研究和分析。

另一方面，虽然现代企业管理是突飞猛进的学科，但距离严谨的科学范畴还有一段距离，因为目前的企业管理还是基于经验及统计方法，与自然科学的客观真理仍不能同日而语。但这是一个有待挖掘和可开拓的领域，若能深入研究，必能增进东西方文化的互动，对双方的企业管理都是一大福音。

（本刊摘编。作者：潘国驹，南洋理工大学高等研究所所长、新加坡国立大学管理学院顾问。）

关于人的认识是全部社会科学的基础，也是人类社会及其组织机构建设和发展的理论依据。因此，人就成为宗教、哲学乃至经济及管理理论研究探讨的焦点，并形成了众说纷纭的解读。本文对人及其属性进行较为综合性的考察，试图对人性有一个本体论揭示。

一、人的名字叫追求

人是谁？他是一粒尘埃，还是一个精灵？他来到这个世界，是神秘精神力量的一个即兴创作，是自然物质规律运行的一个特殊片段，还是其自己的一个希求？不同的思想流派给出了不同的回答。

基督教认为人是上帝的作品。《圣经》记载：上帝于第六天创造了地球上最初的人——亚当和夏娃，并赋予了亚当和夏娃也即人以思想和欲望。但事实上，人的欲望常常越过上帝的界限，因此，上帝多次“赏善罚恶”，于是有“失乐园”、“巴别塔”、“诺亚方舟”、“摩西十诫”等扭转人的发展方向的历史事件。基督教虽然认

为人具有心灵的希求和超越的能力，但却又将其置于神秘的桎梏阴影之下。上帝造人传说虽然具有先验的神秘之美，但也堵塞了深入探讨之路，使关于人的认识永远停留在童话状态。

机械唯物主义者认为，人是物质的一种存在形态，生命就是一种“机械运动”。“生命只是肢体的运动，它的起源在于内部的某些主要部分”（霍布斯《利维 v 1986年版》）。机械唯物主义彻底回到了实实在在的感觉世界，对人进行近距离的观察，对人的物质及物理层面有较为真确的把握，比如人的欲望及其满足等。但是，该理论将人理解为物理的机械运动，否认或贬低人的精神因素的存在及其作用，具有很大的片面性。

唯意志主义主张，“人的全部本质就是意志，人自己就是这意志所显现的现象”（叔本华：《作为意志和表象的世界》，商务印书馆，1982年）。唯意志主义关于人

的认识摆脱了宗教神秘性和唯物的机械性，强调了人的主动性，对于人之本真的研究具有一定的正面影响。但其意志是一种无法遏制的和盲目的生命冲动，在现实社会的矛盾冲突中，其人性论最终滑向了痛苦的宿命论的深渊。原因在于，他拒绝承认人所具有的精神理性之光辉。

存在主义认为，人的存在是第一位的，“存在先于本质”。人就是一个存在，没有什么本质。“人就是人。人除了自己认为的那样以外，什么都不是。”（萨特，《萨特哲学论文集》，安徽文艺出版社，1998年4月，第112页）。存在主义张扬人的本位，避免了关于人的精神本位或物质本位的矛盾及不足。但其存在与本质相分离的逻辑起点却是完全错误的，存在是具有一定本质的存在，没有内在本质的存在是不存在的，人在其存在的那一时刻起，就应该具有人的根本属性。

后现代主义者认为人是一个创

造性存在物，从而开创了关于人的一个新的视角。“从根本上说，我们是创造性的存在物，每个人都体现了创造性的能量，人类作为整体显然最大限度地体现了这种创造性能量”（《后现代精神》，[美]

v v

中央编译出版社，1998年1月，第223页）。

无论是单纯从物质或精神的某一角度观察，还是从虚无缥缈的起源进行推演，都犯了分析过度的错误，即分析超过了客观事物之统一体的限度，造成了对该事物之统一体的分割，这时所得到的已不是该事物本身或其属性，而是其他事物。对事物的认识必须综合运用分析、综合及抽象的方法。综观迄今为止的人类行为及其发展，对错综复杂的人类现象进行抽象概括，我们往往更容易接近关于人的真理。人是宇宙中的一个存在，但他是一种特殊的存在，是一种有自我追求的存在。这种追求不是有机界的刺激反应，也不是动物界生理上的满足，而是人的心灵的希求。人就是追求。

二、人的本性是自由

人的追求直观地表现为对物质及精神利益的欲望和占有。“世人都说神仙好，惟有功名忘不了。古今将相在何方？荒冢一堆草没了。世人都说神仙好，只有金银忘不了。终朝只恨聚无多，及到多时眼闭了……”一曲《好了歌》，道出了人们对功名利禄、儿女情长发自内心的渴求，同时也显示了一代文学巨匠对世人“执迷不悟”的不解和无奈。

我国思想界认为人性就是欲望，所谓“食色性也”，并对人性的是非曲直进行了旷日持久的伦理争辩。

荀子认为，人之本性有违“礼仪之道”，故而为恶。“今人之

性，生而有好利焉，顺是，故争夺生而辞让亡焉；生而有疾恶焉，顺是，故残贼生而忠信亡焉；生而有耳目之欲，有好声色焉，顺是，故淫乱生而礼义文理亡焉。然则纵人之性，顺人之情，必出于争夺，合于犯分乱理而归于暴。故必将有师法之化，礼义之道，然后出于辞让，合于文理，而归于治。用此观之，然则人之性恶明矣，其善者伪矣。”（王先谦·荀子集解[M]，北京：商务印书馆，1988.1，性恶篇第二十三，第434页）。孟子认为，人有恻隐之心、羞恶之心、辞让之心、是非之心。总之，人性有“礼仪之道”的取向，因而是善。孟、荀以是否符合“礼仪之道”来证明人性之善恶，是不正确的。因为其所谓“礼仪之道”，仅仅是一定历史阶段社会某一阶层的义利观，受历史及阶级的局限，难以符合或代表人生的真谛。此外，孟、荀善恶论局限于对人性的相对微观的考察，没有将人作为一个整体，放在天地人神及物质与精神的大格

局中考虑，不可能对人性根本进行深邃的探究，因而陷入于善恶的纠缠，难以触及人性的本质。人性的微观分析固然必要，但没有宏观探究，无法把握人性之根本。如果将人性整体放在无限宇宙的大环境中，我们就会走出善恶之论的浅滩，看到一个实实在在的人性本体。

与我国人性论者不同，西方思想界则倾向于人性实体的探讨。十八世纪英国哲学家休谟将人的追求进行了横向的展开，展现了人性现象的多样性。他认为人的“野心、贪心、自爱、虚荣、友谊、慷慨、为公的精神”等情感因素，是人类一切行为和企图的源泉”（休谟《人类理解研究》，商务印书馆，1997年5月出版）。

美国著名社会心理学家马斯洛对人的追求进行了纵向考察，他认为人的追求依次走过了生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求及自我实现需求五个阶段。生理需要是维持人类自身生存的基本需要，

是人类最原始、最基本的需要。如衣、食、住、行、性的需要。在生理需要得到满足之后，人就会产生安全需要，如避免职业病及事故，摆脱失业威胁及某些社会保障的需要。再上一层需要，是社交的需要，如满足归属感，希望得到友爱等。尊重需要可分为内部尊重及外部尊重。前者指希望自己有实力，后者指对地位、威望的需求。自我实现的需要是个人的最高需要，要求实现个人抱负，施展才能。马斯洛认为，上述五种需要是按次序逐级上升的。当下一级需要获得满足之后，追求上一级的需要就成为行动的动力了。

西方思想家上述关于人性的研究，将人性置根于人的生理及心理之中，从而可以得出人性是人之所以为人的根本内在的规定，它不是来自外部力量的赋予，也无所谓善恶的结论，使我们对人性有一个中等的认识。其次，上述研究考察了人性的种种表现形态及其相互联系，呈现了人性表现的深广维度。

然而，迄今为止的西方人性论也有明显不足。首先，不善于从欲望的反面分析和观察人性。所谓欲望的反面，就是指“舍弃”，人有时不在进行“舍弃”的选择和努力。人为什么要“舍弃”呢？无非想摆脱名利之累，以求扩大身心自主空间。其次，主要关注人对外部世界的欲望及占有，关于人对其自身的欲望和要求认识不足。人的自我意识、自我要求先于对外部世界的意识和要求。如人为了应对灾害积存财物，为了增广学识乐于苦读，为了长生不老寻仙访道等。人对其自身的欲望和要求，都可以归结为一点，就是身心自如。第三，考察了人性的诸多现象形态，但没有通过现象的分析发掘出人性的本体内核。休谟认为人既贪心又慷慨，既自爱又他爱；马斯洛认为人的追求依次走过了生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求及自我实现需求五个阶段，难道人在不同欲望时具有不同的人性？显然不是。人作为一个整体，具有统一的

区别于其他物类的特性。透过人的各种欲望及舍弃、外部欲望及内身要求的综合分析，可以发现其统一的推动之源，就是人对自身自主、自如的追求。

人区别于其他物类的特点是，人为一个有自身希求的存在，而其最根本希求就是自主、自如，也即自由，一切其他欲望或希求，都是自由希求的延伸或实现途径。由此可推知，人的本性是自由。

三、人永远离开物性走向神性

数万年风雷激荡，无数次沧海桑田，人之存在，难道不早已物变人非？一番番拼搏磨难，一代代进取升华，人性之花朵，难道不更加绚丽多彩？是的，人从历史的长河中一路走来，其身心经历持续的淬炼，资质有了难以估量的提升，人性也得以极大的丰富和发展。然而，人之本性依然如故，那就是追求自由。只不过追求自由的手段及空间范围有很大的发展变化。

自由是无止境的，人的追求也是无止境的。那么人究竟走向何处呢？人总是不断地从故乡走向他乡，并将他乡变为故乡；人总是从已知走向未知，并将未知变为已知；人永远从一个境界走向另一个境界，然后又憧憬着新的境界；人永远地离开物性走向神性。尼采说“人便是一根索子，联系于禽兽与超人间——驾空于深渊之上”（尼采·苏鲁支语录[M]，第8页，北京：商务印书馆，1992）。尼采之超人，应该相当于我们理解的神。他全智全能，自由自在，恣意于日月星辰之山水，陶醉于玉液琼浆之华美。神就是人至善至美的境界，是人永无止境的追求。

挥手远去的从前，追寻心灵的信念，梦在天涯。走过云海山外山，历经雷汉天外天，苦乐年华。人是天地之中的行者，宇宙中的寻梦者，是宇宙中的信天游。

“优游天下”之深圳南岭求水山庄

林焰/特发信息综合管理部经理

刚满四岁的女儿优优，在优妈“优游天下”的计划中，北上京城，南到香港，东至苏杭，西达黔贵，中到湘中，南粤大地的诸祥风采也在她黑黝黝的双眸中留下了无数曼妙的映像。

本文是优优参加了她所在的博雅水榭花都幼儿园组织的春游活动当天用过晚餐后，优优与优妈就白天的春游进行的一番对话，也是幼儿园老师给家长布置的一次作业，要求孩子口述，家长记录整理出来，于是有了这篇絮絮叨叨的、不成文体的小东西。



(妈)：优优，跟爸爸妈妈说说你上午的春游吧？

(女)：这是我的秘密，不能告诉你们的。

(也许就是这个基调定的，小孩儿在整个对话过程中一直都有点心不在焉的，有一搭没一搭、零零碎碎地回答一两句。优妈只好诱供，录下了这场对话。)

(妈)：那就让妈妈来猜一猜吧，看妈妈说得对不对？

(女)：那好吧。(回答得好勉强！)

(妈)：你们小朋友们是不是背着自己的小包包、一个个拽着衣服尾巴、排着队上的车？

(女)：是的。我前后牵的都是我的男同学，不是我的男朋友(哎哟，我的娃，现在还没有必要澄清这个问题。)

(妈)：车上就你们小一班的小朋友吗？

(女)：不是的，大班小班的小朋友都混在一起了。我们去了六个班，外教老师也去了，给我们照集体相，园长也去了，医生姐姐也去了。我的好朋友李雅瑄请假不去。

(妈)：你们是自己一个人坐一个位吗？

(女)：不，不，不，我跟小朋友挤一个位。车上好多人，我们小朋友都挂着的，是螺旋式地挂着的，我们的头是仰着的，我也是。(晕！听不懂。她还作在公汽上无位者手抓吊环之状，边说边用钢笔在格子稿纸上很耐心地描了一段短短的粗线，后来又画了一个大大的篮子，在篮子的框外画了自己的头和脚，“我就是这样挂着的。”妈妈又一次快晕过去了！)

(妈)：你们看了博物馆了吗？

(女)：看了，博物馆里有假人，是深圳的人。

(女)：博物馆外面的龙王爷是真的，是老师说的。

(妈)：你们还看到了什么好玩的东西？

(女)：我骑了真的马，真的。它的踏脚很矮，还有马鞍，马比爸爸高多了，它的尾巴不长不短，其他小朋友都害怕。它说，“你这么勇敢才抱你上去”。

(妈)：真的？马儿怎么抱你上去的？

(女)：它用它的踏脚，用它的尾巴来表示的(天知道她说的是什么？!)男同学也爬了，一次坐三个，还有我的男朋友，王宏佳，我坐在最前面，不用人保护的。

(女)：是一匹白马，很漂亮的，带有一点粉色，也带了一点紫色，它是彩色的。

(女)：小朋友吃饭的时候，我在马背上吃饭，

我的两个男朋友也在马背上吃饭，啊哈！真的，都没有人陪我们，我们有本事！

(妈)：小朋友们上到山顶上没有？

(女)：没有，只爬了一半。我到了顶山去了，我骑着马嘛，马儿它一直爬到山顶上去(对答中，她用钢笔画出长城的墙边来，真的有点形神兼备呢，可惜这张涂鸦之作被优爸事后一下子揉到垃圾筒里去了，将优妈气得郁闷得不行)。

(阿姨在一旁也说，中午接优优时，她也说是骑了真马。对优优的这一番言论，大人们听得一头的雾水，优妈决定在清明假期里带她重走一次求水山庄一探真伪，顺便拍一些照片回来，为老师安排的作业配图。但这个主意在4月5日上午准备实施时被优优否决了，只能把这个问号留待以后来求证了。)

(女)：长城是真的小长城，那个长城很陡的，我们自己会控制的，老师在后面。我们小朋友保护老师的。(说的什么话呀？)

(女)：我爬长城时好困难的，我背了两个包，前面挎一个，手上提一个。我很受罪了。

(女)：我在长城上还叫：“山湖，你好！”山湖，是一个应声娃的名字(很认真地强调了两次)。“山湖就这么高”(用手作比肩同宽状，横竖都反复比了两次)“就这么高”。



(妈)：中午是回学校吃的饭还是在外面吃的？

(女)：在外面吃的。

(妈)：在外面怎么吃的？

(女)：我们在野外，在长城上坐在台阶上吃的，是老师带来了学校的碗筷来，老师们也一起吃。吃了饺子，香肠，还有仙汤。仙汤可好喝了，仙汤里面还有药，可以让头发不白的。

(女)：在长城上老师给我们水喝，每个人都是这样子的(做小鸟仰头撅嘴进食状)。

(妈)：去参观要买票的吗？

(女)：我买了门票的，19块，我自己有票，我们自己一人在进门的地方捶一下就进去了，要拿钱

的，不拿钱就不能进去，不拿钱连饭都不给你吃的(哎呀，什么乱七八糟的！)。

(妈)：你带爸爸去好不好？

(女)：你自己随便吧！想怎么去就怎么去，车子想怎么开就怎么开。阿姨，我不带你去求水山庄，你会捣乱的他们的工作的。他们是谁呀，他们，他们就是求水山庄那里面的工作人员吧！

(女)：我在草堆里打了一个大滚，我跟我的男朋友，张宏豪(音)，跟我一样高，他往前打，我往横里打。

(妈)：妈妈，我还得了一个礼物，是小蜜蜂，还是发亮的(指翅膀)，是在学校里发的，是捶背用的(过来给妈妈捶一下，又给爸爸重重地捶一下)，我最心疼爸爸了，所以要重一点。

晚上入睡前，还在兴致盎然地回忆起白天的春游：

——妈妈，我给你介绍一件好好玩的事，我在求水山庄骑了假狮子，也有马鞍的，紫色的，好漂亮，我好喜欢，不用系安全带的，老师说不用。

——还有大风车，好刺激的，有心脏病的人不能坐的。

——我还坐了毛毛虫，好长好长的，可以坐好多小朋友。还有海星星呢。

——我的同学修宝婷(音)摘了一片叶子，她比我小，比我矮，她不知道树叶是有生命的。

——春游的时候，我带了小花头饰，我的同学王颜杰(音)夸我的头饰可好看了。

——我们班的小朋友都领了小蜜蜂的礼物，就全变成小蜜蜂了，呵呵。

——在长城上，老师要我们叫：让风儿吹着我们的小手！啊哈！



市投控陈洪博董事长和集团刘爱群董事长等领导到香蜜湖和特力进行安全大检查

国庆节前9月29日，市投资控股公司陈洪博董事长和特发集团刘爱群董事长等领导一行，先后到香蜜湖度假村和特力集团进行安全生产大检查。在香蜜湖，对酒店、餐厅、娱乐城等进行了安全督导检查；在特力，重点检查了生产工人较密集的水贝工业区珠宝首饰厂的生产车间、材料仓库和商品展厅等主要部位。检查后，陈洪博董事长和刘爱群董事长对安全管理工作提出了具体要求。香蜜湖和特力集团领导陪同进行了检查。

(香蜜湖度假村袁丽华，特力集团安委会)



宜昌市刘俊刚副市长一行来特发集团考察



9月10日下午，集团刘爱群董事长、施长跃总经理、刘崇副总经理会见了前来我集团参观考察的宜昌市政府代表团刘俊刚副市长、罗志勇副秘书长、杨慕楠招商局副局长、毛士洪驻深办主任等一行。来宾对宜昌市的发展规划和投资环境进行了推介，刘爱群董事长对特发集团及小梅沙海洋世界作了介绍。在施长跃总经理和刘崇副总经理的陪同下，来宾参观了特发小梅沙海洋世界，并对海洋世界以及正在建设的海洋世界二期工程极地动物馆给予高度评价。双方就在宜昌市建立以中华鲟为特色的长江水族馆的合作事宜进行了初步磋商。小梅沙总经理吕航、集团企划部部长罗涛等一同参加了会谈和参观活动。

(集团企划部 罗涛)

集团部署系统各企业积极开展安全隐患专项大排查

为吸取龙岗区“9.20”特大火灾事故教训，防止类似事故发生，集团领导班子高度重视，要求系统各企业在国庆节前全面开展安全隐患大排查工作。首先，集团及时传达和转发了由市国资委、市投控9月21日广东省政府就我市龙岗区9月20日重大火灾事故发出的明传电报。刘爱群董事长亲自部署下属8家全资控股企业的消防安全大检查，要求各下属企业一定要举一反三、认真排查、及时整改，确保企业安全稳定。这次检查的重点集中在无证无照的公共娱乐场所、“三合一”、“多合一”建筑以及市场、宾馆饭店、出租屋等人员密集场所、劳动密集型生产经营单位。检查的对象集中在集团内工业企业和出租物业两个方面。检查的内容集中在一旦发生事故可能会带来重大人员伤亡的火灾事故隐患和建筑结构使用安全隐患两个方面。安全大检查工作从9月22日开始至9月26日结束，历时五天，取得了实效。

(集团安委会)

特发小梅沙旅游中心贯彻集团部署，做好奥运和国庆节期间维稳安全生产工作



运和国庆节期间，特发小梅沙旅游中心按照集团的部署，积极加强和做好维稳、安全生产及中心管理区域等重要场所的保卫工作，确保奥运和国庆节期间安全稳定。为此，小梅沙旅游中心制定了一系列安全措施，首先是建立领导值班负责制。公司领导、安全管理人员实行每日值班制，值班领导和管理人员每日多次深入一线检查、指导督促安全工作；其次是落实信访责任，通过召开专门会议，通报上级要求和目前的信访工作态势，明确奥运和国庆节期间为非常时期，各部门、单位一把手为本部门、单位信访第一责任人，要求非常时期要特别重视、注意和谐处理劳资关系，采取措施确保不出现集体上访和越级上访事情发生；三是从中心工会帮困基金中拨出2000元对困难职工进行慰问；四是根据经营形势转好的情况，组织员工开展一系列积极有意义的活动，如分批组织一线基层骨干外出考察，组织员工参加街道办、社区中心等单位举办的迎奥运文娱和体育比赛活动等等；五是在国庆节游客倍增、经营火爆的情况下，增加保安人员执勤和干部值班，做好疏导、巡视和安全生产工作。通过全体干部员工的共同努力，小梅沙旅游中心确保了奥运和国庆期间安全生产平稳，未发生人为安全事故，未有上访和游客投诉，较好完成了安全生产工作目标。

(特发小梅沙 伍志华)

特发小梅沙旅游中心开展全员公共安全知识培训

9月10日下午，小梅沙旅游中心组织全体员工在小梅沙大酒店举办公共安全生产知识培训班，就安全生产的法律法规、安全生产管理、安全生产器械使用、紧急救生知识等专业知识进行培训。培训班特邀盐田区安监局坐班安全管理专家、国家注册安全工程师青国荣专门讲授，小梅沙旅游中心安委会主任甘名东参加并作了讲话。培训课当场进行了考试，合格率达99%。培训课也得到盐田区政府相关各级部门的关心、支持，盐田区安全生产管理协会钟副会长、梅沙街道办党工委委员、妇联罗主任等领导莅临现场作宣讲和巡视。集中培训连续4个多小时，参加培训的员工不知疲倦地认真听课学习，通过培训课增长了安全生产、消防等知识，取得预期效果。

(特发小梅沙 伍志华)



特发华日公司荣获深圳市机动车维修企业质量信誉考核评定AAA级称号

在深圳市交通局组织开展的对全市一、二类机动车维修企业2007年度的质量信誉考核评级上，经对全市715家维修企业进行资料审核与实地考评，深圳特发华日汽车企业有限公司等78家一类机动车维修企业获得“质量信誉考核评定AAA称号”。对考核结果为AAA级的优良企业，深圳市交通局将予以大力宣传，鼓励其发展连锁经营、扩大维修网点，并将沟通相关部门，以发挥AAA级企业在政府公务车维修、保险事故车辆维修方面的主力作用。

(特发华日公司 王钰)



仁孚特力公司举办梅赛德斯-奔驰AMG“纵情极速”试驾活动



深圳市仁孚特力汽车服务有限公司共邀请了90多位奔驰车主参加在珠海国际赛车场举行的梅赛德斯-奔驰AMG“纵情极速”试乘试驾活动，深度感受AMG品牌带来的震撼体验。活动中，客户均有机会试驾AMG进入中国市场的所有车型，包括E63、S65、ML63、G55以及即将上市的CLS63。专业教练的激情演示向广大客户展示了AMG全系列的无穷魅力。此外，活动设置的展示区，也让客户更好地了解AMG的品牌、历史、产品信息以及AMG“一个工程师，一台发动机”的理念。本次“纵情极速”试驾活动，不仅展示了AMG品牌领先世界的动力科技及与众不同的经典设计，而且让广大客户亲身体验到AMG的卓越性能和极致驾乘享受，感受AMG的品牌内涵。

(仁孚特力市场部)

仁孚特力协办“品位香槟人生，共享时尚车华——品酒赏车”活动

深圳仁孚特力协助仁孚(中国)主办“品位香槟人生，共享时尚车华——品酒赏车活动”，活动在深圳仁孚东昌路展厅举行，共有恒生银行、LVMH(路易威登集团)以及仁孚特力邀请的100多位愉悦香槟和奔驰车爱好者参加。活动包括高贵香槟鉴赏、华丽拉丁舞表演、投资理财锦囊介绍、奔驰车试乘试驾和幸运大抽奖等精彩环节。活动不但增进了三个品牌之间的市场交流，同时给出席此次盛会的客人以投资理财、生活娱乐等方面的全新体验。奔驰C级、E级车，在香槟、美女、琉璃财神的映衬下，显得格外的高贵、优雅。

(仁孚特力市场部)



第一届深圳市投资控股公司系统“特发杯”羽毛球赛掠影

