

特发集团公开招聘稀有资源商品交易中心和水贝珠宝批发零售市场运营高管的公告

为深入贯彻市场化选人、用人理念，打造集团职业经理人队伍，为重点项目提供有效人力资源支撑，经研究，集团现向社会公开招聘企业高管两名。此次公开招聘既是集团产业升级转型，拓展新业务的客观需要，也是顺应国有企业改革，推进用人机制向市场化迈进的重要举措。目前集团已通过猎头公司、平面媒体等方式发布了招聘信息。对于以下两个职位，如有适合人选推荐，请将其个人简历、相关资料及联系方式于2014年4月30日前送件至集团人力资源部。各企业应在选人用人上，进一步转变观念，树立“市场化”的理念，为市场化选聘人才工作创造良好的环境和氛围，健全和完善人才“选、用、育、留”机制。具体公告如下：

一、深圳特发稀有商品交易中心总经理（筹备组组长）岗位

集团根据业务发展需要，拟成立深圳特发稀有资源商品交易中心，目前该交易中心处于筹备期。交易中心致力于建设面向亚太地区及国内、充分体现新兴经济体国家资源开发利用的价值观、有影响力的、以白银、铂金、钌金、彩宝以及其他（玉、珍珠等）稀有资源类大宗商品为主的多种商品交易中心、定价中心和信息中心。

深圳特发稀有商品交易中心总经理（筹备组组长）在公司筹备期间，在发起人的指导下，负责筹备公司成立的全部工作，公司正式成立后负责公司的全面日常经营管理工作，包括明确并落实公司未来经营模式和盈利模式、搭建公司运营架构与系统、组建公司团队，创新交易品种及服务，打造交易中心核心竞争力等。应聘条件如下：

- （一）10年以上金融领域或金融服务及金融创新产品开发运作经验；或大型商品交易所高层管理经验；熟悉国内外贵金属，特别是银、钯、铂等贵金属或珠宝的现货、期货及衍生品交易者优先。
- （二）50岁以下（条件优异者可适当放宽），本科以上学历，金融、经济或管理等相关专业毕业。
- （三）具备较丰富的管理知识、较强的领导能力、创新能力、团队建设能力、决策能力和战略性思维；具备良好的职业操守，声誉良好，无不良记录。
- （四）薪酬面议。

二、水贝珠宝批发零售市场运营高管岗位

该岗位主要负责：以水贝珠宝产业园为平台，以珠宝专业批发市场运营商为切入点，培育水贝珠宝专业批发市场的特色品牌，确定珠宝产业市场的定位及规划，负责其整体运营；探索珠宝专业批发零售市场增值服务盈利模式。搭建公司管理架构，组建运营团队。应聘条件如下：

- （一）具备商业综合体等其他中、高端专业市场运营经验；具备珠宝专业市场运营经验者优先；
- （二）具备较丰富的管理知识、较强的领导能力、团队建设能力、决策能力和战略性思维；具备良好的职业操守，无不良记录。
- （三）薪酬面议。

（联系人：陈丽萍；电话：82089043；邮箱：chenlp@sdg.com.cn）

深圳市特发集团有限公司

二〇一四年四月一日

图片新闻

福田区委区政府听取香蜜湖深高片区 产业发展及城市规划汇报

2月13日，深圳市委常委、福田区委书记张文和区长王强召开会议，听取香蜜湖深高片区产业发展和城市规划成果汇报，区委常委吴晶、区委常委、副区长孙波、副区长刘家宝和区相关部门出席会议；集团张俊林董事长、张建民总经理、杨培业监事会主席和有关部门及企业人员参加会议。

会上，综合开发研究院（中国·深圳）和深圳市城市规划设计院两家专业机构对香蜜湖深高片区未来开发产业发展方向和项目构想、片区概念规划和城市设计方案作了汇报。张俊林董事长代表集团介绍了当前工作开展情况和下一步的工作计划。

张文书记指出，香蜜湖深高片区是福田中心区拓展完善的有益补充，对深圳市实现以福田——罗湖中心和前海中心为依托的“双中心”国际化先进城市发展战略目标具有重

要意义。因此，要在高起点上谋划福田中心区的未来发展，把该片区建设成城市建设和社会发展的新标杆，通过高水平规划和开发，实现片区成为高端产业聚集区、低碳绿色示范区、优质生活休闲区和活力文体展示区的愿景目标。

会议原则支持特发集团关于香蜜湖深高片区的战略构想及概念规划方案，提请市政府尽快对片区未来发展做出部署和决策。同时，会议还要求区发改局联合市国资委、特发集团共同向市政府申请将香蜜湖深高片区增补到近期确定的规划建设重点区域范围内，并提请市规土委尽快完善和稳定该片区的总体规划，加快推进片区开发建设。

会后，集团领导就落实会议精神作了全面部署，目前有关工作正在集团和福田区共同努力下推动落实。

（李承/集团企业二部部长）



另一聚焦人气的项目曲水湾位于欢乐海岸东区，建筑面积约6.5万平方米。以“找回深圳消失的渔村”为故事主线，采用独栋环水街区式布局及“现代都市商业+历史文化渔村”交融组合概念，用近1000米蜿蜒水系和7座景观桥串联起区域内的特色建筑群落，形成小桥流水、庭院步道、绿树簇拥、碧水环抱的现代岭南文化渔村建筑风格，集中展现深圳创新城市建筑艺术。

而由欢乐海岸打造的顶级国际商邸、至尊海岸私享的多栋度假公寓位于欢乐海岸西侧，是深圳市位置、风景绝佳的顶级私人别墅，可以为欢乐海岸带来持续稳定的现金流入。

一路的讲解和参观给我们留下了深刻的印象。此次考察活动，为我集团小梅沙下一步的项目策划、业态选择、开发时序等都提供了十分有益的参考和借鉴。

（郭建/集团片区规划协调小组组长）

集团领导率队赴华侨城欢乐海岸考察学习

3月20日，集团董事长张俊林、监事会主席杨培业、副总经理俞磊、李明俊、桂自强、张瑞理和集团小梅沙片区规划建设运营协调小组成员等9人赴华侨城欢乐海岸考察学习。欢乐海岸总经理贺明介绍了欢乐海岸项目的开发建设和运营管理等情况，并陪同集团领导一行参观了该项目内的湿地公园、华会所、购物中心、曲水湾。

由华侨城控股旗下子公司深圳华侨城都市娱乐投资公司开发建设的欢乐海岸项目是深圳市“十一五”旅游规划的重点项目和华侨城集团重点项目，位于深圳湾商圈核心，集文化、生态、旅游、娱乐、购物、餐饮、酒店、会所等多元业态于一体，是继华侨城集团成功开创并领跑中国主题公司、主题地产、主题酒店、消费电子以及文化创意产业的发展之后，为全面提升深圳滨海生活品质而倾情奉献的全新城市力

作，也是继微缩景观、欢乐谷、东部华侨城之后，华侨城集团推出的以海洋文化为主题的第四代产品。

欢乐海岸依海而建，以水相连，总占地面积125万平方米，由购物中心、曲水湾、椰林沙滩、度假公寓、华侨城湿地公园5大区域构成，并以区域内自然环境资源为依托，形成各具特色的主题发展模式。

欢乐海岸的重点项目购物中心位于项目核心位置，总建筑面积约19.3万平方米。区域内汇聚了世界顶尖建筑智慧及商业风情：临水体验型主题购物中心，国际标准建造的SOHO办公及公寓，国际建筑大师理查德·迈耶担纲设计的中国顶级城市会所华·会所，中国新锐建筑师朱锴倾力打造的OCT创意展示中心及海洋奇梦馆等，实现了主题商业、商务办公、商务休闲、创意展示等特色功能交融的蓝色商业创想。

集团第一单网络竞价出租资产 在深圳联交所完成招租

3月27日，集团第一单通过网络竞价方式出租的资产（特发小区综合楼一楼物业）在深圳联合产权交易所完成招租，以超过底价23.72%的价格成交，实现了集团物业公开招租网络竞价开门红。

根据深圳市国资委《关于加强市属国有企业资源性资产租赁综合监管的指导意见（试行）的通知》，对于市属国有企业资产出租，单宗资产或一次性招租的资产租赁面积在500平方米以上、招租底价每年在100万元以上的，须进入深圳联合产权交易所进行公开招租。

集团特发小区综合楼一楼1798平方米物业3月底即将到期，集团严格执行市国资委规定的公开招租程序，按交易所的要求填报和提交相关资料，并在交易所网站进行公告。公告期间，有多家企业及个人对该项目进行了咨询，最终由具备相关资质的5家意向承租人通过资格确认。

3月27日上午10时整，深圳联合产权交易所大厅内的大屏幕上，实时显示特发小区综合楼一楼通过该所互联网报价系统进行招租竞价情



况：“43、43.5、44……49.8、50.2、53.2”，经过31分26秒，5个承租人的41轮报价，最终编号为Lk77416194的承租人以53.2元/平方米的报价，成功竞得特发小区综合楼一楼1798平方米物业2年的承租权，竞价成交价超出底价23.72%，取得良好效益。

（孙昊/集团企业二部）

特发和平里获颁两项大奖，全年热销树龙华价值典范

在新浪乐居举办的“改变的力量——深圳地产2013年度新媒体大奖颁奖典礼”上，特发和平里作为深圳上百个在售、待售地铁物业中的杰出代表，获颁“最具投资价值地铁物业”及“年度销售套数十强楼盘”两项大奖。在整场颁奖典礼中，同时获得两个奖项的项目仅有三个，特发和平里是其中之一，是龙华新区的唯一代表，也是唯一的地铁住宅大盘。

特发和平里位于堪称深圳“最有价值线路”的地铁4号线上，地铁龙胜站大厅通过风雨连廊与和平里入户大堂连为一体，是目前深圳唯一无缝接驳地铁站的项目。此外，特发和平里位于未来龙华新区核心位置，周边海岸城等商业配套云集，深圳北交通枢纽可辐射全国，未来将成为深圳北部又一中心区域，“最具投资价值地铁物业”实至名归。

(朱蓉蓉/特发地产公司)

特发黎明镒清再次签约中国政府警务援外合同

特发黎明镒清公司继COMPASS数字化人体安检设备2013年成为中国政府援外物资之后，2014年，公司数字化行李安检设备也列入了中国政府援外物资采购清单，并已签订援外供货合同。

援外物资是指由我国政府选定的企业向受援国提供生产、生活物资。援外物资项目应当有助于受援国提高自主发

展能力，促进受援国经济发展和社会进步，应对自然灾害和人道主义危机，增进受援国和中国两国人民之间的友谊与合作，且满足技术成熟、质量优良等要求。镒清公司的产品再次列入援外物料清单，充分说明了镒清公司的产品技术性、质量等方面已取得我国政府的高度信任。

(张志彬/特发黎明镒清公司)

特发黎明长龙公司科技创新频结硕果

3月，特发黎明长龙公司获北京铁路局授予“2013年度科技进步先进集体称号”称号。这是长龙公司在过去多年科技创新取得累累硕果之后，今年初获得的又一荣誉。仅2013年，长龙公司在知识产权方面就获得国家3个发明专利、3个实用新型专利（还有3个发明专利、3个实用新型专利在申报中），获得9个铁路通信信号软件产品的软件著作权及登记证书，在国家科技核心期刊发表科技论文15篇。

特发黎明长龙公司成立29年来，先后获得国家级高新技术企业、软件企业、铁路运输安全生产设备认定企业、北

方交通大学产学研基地、CMMI-L3认定企业资质评定。公司始终遵循“科技创新、科技增效”、“创新、驱动、发展”、“保证铁路安全生产”等理念，积极开展科技创新工作，几年来承担北京局多项科技研发项目，且通过相关技术审查，并快速完成成果转化，形成生产力，将科技创新的系统运用到铁路一线，为保证铁路一线安全生产、提高安全运维水平，做出了积极贡献。

(王强/特发黎明长龙公司)



编委会

主任：刘爱群

副主任：张建民 林婵波

编委：王宝 吕航 刘学优 郑海天 郁小平
邹立 唐大平 高天亮 周树达

编辑部

主编：林婵波

副主编：陈忠炼

责任编辑：张正治

本期编辑：张正治

地址：深圳市人民南路发展中心大厦26楼

电话：(0755) 82089011 82089085

传真：(0755) 82089099

邮编：518001

集团网站：www.sdg.com.cn

E-mail: tefa@sdg.com.cn

主管主办：深圳市特发集团有限公司

登记证号：粤内登字B第10250号

印刷单位：深圳市源昌盛彩色印刷有限公司

内部资料 免费交流



■ 公司要闻

- 04 深入基层，把脉实际，现场办公
——集团领导分赴系统企业考察调研、指导工作\黄斌、王珏、伍俐洁、黄胜鹏、姜皓
- 07 创新经营理念，提升物业租赁管理水平
——记集团系统内物业租赁管理现场交流会\林焯
- 09 集团党委组织开展党委、纪委公推直选换届选举工作培训会\王娟
- 10 以开放心态引领改革，以市场标准成就自己
——香蜜湖公司邀请集团领导举行专题讲座\刘文清



■ 特发论坛

- 11 开放心态，拥抱成功\张建民
- 14 人力资源配置模型的研究\郭秋来

■ 管理精粹

- 17 迎合时代传播趋势，充分发挥自媒体营销作用\董琼丽

■ 企业文化

- 20 企业文化管理：企业管理的至高境界\张正治
- 22 “特发讲堂”开讲了\陈斯玮
- 23 集团总部举办二月份“员工之星”竞选活动\王娟
- 24 特发集团代表队荣获“深圳市工交工会第二届职工乒乓球比赛”第五名\高珉
- 24 集团员工邝秋生被罗湖区武装部评为2013年度优秀民兵干部\邝秋生



■ 商海职场

- 25 搭好桥、管好事、带好人，充分发挥办公室岗位作用
——对公司办公室工作角色定位的思考\黄红
- 27 追求精益化，提高管理效率
——下放办理员工调户权限案例的启示\陈斯玮
- 29 收益管理和网络营销学习心得\邱利兰、邝小清、陈丽



■ 基层一线

- 31 特发信息举办“销售人员技能与素养”主题培训\郭秋来
- 32 特力物业组队到天安数码城和华为坂田园区参观学习\陈伊丽
- 33 海龟岛引进新兴极限运动，“忍者神龟”来助兴\柳雯文、李军

■ 聚集经营

- 35 创新机制竞聘上岗，公开选拔激发活力
——2014年特发信息中层管理岗位内部竞聘圆满结束等两则\郭秋来
- 35 打造统一平台，寻求战略转型
——特发信息公司成立经营管理部等两则\伍俐洁
- 36 多措并举增效降本，全面革新经营管理\吴龙辉、杨小琳

- 36 特力房地产物业事业部组队到“中国玉都”阳美考察调研\黄建清
- 37 特力物业两个管理处被评为2013年度翠竹辖区治安防范先进集体\曹武光、周明明
- 37 特发黎明溢清公司组织开展实操集中培训\张志彬
- 37 特发黎明蓉华公司“依特佳”产品欧洲展受青睐\肖攀
- 38 特发小梅沙旅游中心积极应对一线普工招工难问题等两则\顾燕
- 38 特发小梅沙大酒店开展“倾听员工好声音”活动等两则\于秦川、程华菊
- 39 特发物业成都、北京分公司获华为成都、北京行政分部多项表彰\崔雪、桂晓锋
- 39 及时行动防暴恐，高效管理保安全
——特发物业成都分公司及时反应，迅速行动，全面保障业主安全\崔雪

■ 地产行业动态

- 40 新建商品房需配建养老设施等10条\《特发地产信息》

■ 旅游行业动态

- 42 旅游电商“门票大战”倒逼景区服务转型等5条\特发小梅沙

■ 员工情怀

- 43 仁孚特力员工参加“2014城市乐跑赛”活动等两则\陈浩鹏、黄凯雅
- 45 勇于挑战自己
——参加深圳国际马拉松有感\李昊

■ 杂言随笔

- 47 手机的美好时代\樊嵘

■ 读学心得

- 49 读《细节决定成败》有感（八则）\集团办公室

封二：特发集团公开招聘稀有资源商品交易中心和水贝珠宝批发零售市场运营高管的公告
福田区委区政府听取香蜜湖深高片区产业发展及城市规划汇报\李承
集团领导率队赴华侨城欢乐海岸考察学习\郭建
集团第一单网络竞价出租资产在深圳联交所完成招租\孙昊
特发和平里获颁两项大奖，全年热销树龙华价值典范\朱蓉蓉
特发黎明溢清再次签约中国政府警务援外合同\张志彬
特发黎明长龙公司科技创新频结硕果\王强





深入基层，把脉实际，现场办公

——集团领导分赴系统企业考察调研、指导工作

■ 黄斌、王珏、伍俐洁、黄胜鹏、姜皓/本刊通讯员

为更好地了解企业实际情况，贴近基层，加强工作针对性，正确决策，指导企业经营管理，集团领导班子分赴系统企业考察调研。

3月4日，集团董事长张俊林、副总经理俞磊、桂自强等到特发信息光网科技公司考察调研。特发信息董事长王宝、财务总监蒋勤俭、光网科技公司总经理郭建民等随同考察。集团领导先后参观了特发信息光网科技位于特发信息港的办公、商务、研发总部，

位于公明的配线产品事业部以及观澜的ODN产品事业部。在现场，当看到光网科技公司自主研发和经销的4G、物联网等相关新产品时，张俊林董事长详细询问了产品的行业前景、性能、应用及销售情况，对光网科技公司紧跟市场、及时调整产品结构，开发新品，积极响应市场需求的做法给予鼓励。集团领导还认真听取了光网科技发展战略落实情况的汇报，对光网科技近几年坚持走市场追随并创新驱动的发展之路，用信息化改造传统生产制造的模式，以及公司

的迅速成长表示肯定。张俊林董事长表示，离上次考察光网科技虽然只有短短一年的时间，但可以看出光网科技在产品结构、客户层次、制造水平、发展成果以及员工的精神面貌上都有很大的提升。这主要得益于企业核心管理团队真抓实干的创业精神；得益于骨干员工持股的良好机制；得益于国有的品牌和民营的市场之间的优势互补。说明光网科技是一个很有潜力的企业，希望光网科技能够分层次规划好发展场地布局，进一步提高劳动生产率，解决企业发展中存在的困难，放手发展，往更高的企业层次迈进，集团将全力支持下属企业的发展。

2月28日上午，集团董事长张俊林、副总经理俞磊、桂自强、张瑞理等到特力集团特发华日汽车公司，对公司基层工作和经营活动深入走访与调研，特力集团总经理罗伯均、常务副总经理郭建等随同考察。在听取华日公司近几年经营、财务、管理、人力资源结构等方面的汇报后，张俊林董事长提出几点工作意见：第一，明确提出改革与发展的思想。要把华日公司的改革、发展作为特力和华日两级班子目前的一项重要、紧迫工作来抓，特发集团也将给予大力支持；第二，进行内部改革创新。特力层面要抓好改革措施，思考体制、机制上怎样才能更好地适应华日的发展。华日公司应在保持稳定的前提下不断创新内部管理，树立新的管理理念，实施绩效考核、岗位价值评估等多种现代企业管理手段来改变现状，通过管理措施逐步提升员工的思想观念和认识水平；第三，合

理有效配置资源。特力集团要考虑人力资源有效流动和如何合理配置的问题。对以上几项重点工作，特力班子与华日班子要做出分析，在体制、机制上入手想办法，拿出切实可行的措施和计划，同时也要把华日公司所面临的这种压力和改革、发展的思想传递至每位员工。随后，集团领导来到华日公司一线各工作岗位，从钣金车间、机修车间，到新车、二手车销售展厅，再到售后维修接待处等逐一走访，与工作人员和现场管理人员交谈，了解基层工作状态与员工思想，把脉企业实际，现场办公，给予指导和支持。

3月11日上午，集团总经理张建民、副总经理桂自强、张瑞理到特发信息调研考察，并现场走访特发信息光纤公司。特发信息王宝董事长、李彬学监事会主席随同调研。在听取特发信息总经理陈华对公司经营管理的情况汇报后，集团张建民总经理对特发信息公司的工作表示肯定，并指出企业求得长期可持续发展，选择管控模式是前提。管控可分为四大方面：战略管控、经营管控、财务管控以及成本管控，集团层面主要是战略管控，信息公司等企业层面主要是战略实施和经营管控。为此，张总提出了几点建议：一、要抓好品牌经营，提高产品附加值，在运营商市场上做规模和品牌，在非运营商市场和集成信息产品上获取高回报；二、加大KPI考核幅度，提高管理效率；三、找准产业链延伸环节，拓展市场空间，提高市场占有率；四、合理配置资源，防止资源闲置浪费；五、对标行业内优秀企业，找准营销思路和差距。集

团桂自强副总经理强调了战略转型的重要性，并以喜力德公司高端电钻商业模式转型为案例，指出在商业模式转型中，要合理定位客户价值，找准市场需求，调整产业链，轻资产，重核心竞争力，实现公司利润最大化。集团张瑞理副总经理指出，特发信息在经营管控中应找准自身在行业的位置、竞争优势及劣势，集团也会与信息一起努力，共同探索和打造出符合信息发展的商业模式、人才机制、资金平台和市场机制，促进特发信息不断发展壮大。

3月6日上午，集团总经理张建民、副总经理桂自强、张瑞理等到特发地产公司调研，地产公司领导班子和相关部门负责人参加调研会。在听取地产公司丁晓东董事长对公司工作的汇报后，集团领导对地产公司的经营情况给予充分肯定，并对地产公司未来的发展提出意见。张建民总经理充分肯定地产公司在过去一年取得好成绩，为集团逐步做大做强、跨越性发展做出了贡献，因而被评为集团2013年度先进企业，成为系统企业学习的标杆。他特别表扬了特发地产在和平里项目、岳阳项目开发建设上，充分运用市场化、专业化管理模式，积累了经验，为公司今后全面走向市场迈出可喜的第一步。接下来，地产公司要进一步按照市场化的要求，完善治理结构、健全激励机制，为市场开拓打下基础。尽管目前地产公司规模较小，但发展势头较好，有了和平里、岳阳项目管理经验的积淀，对地产公司的发展前景充满信心。希望地产公司通过未来几年的实践，逐渐探索商业地产和旅游地产开发的路子，走出一条具有特发特色的地产开发之路。他还就地产公司和平里二期建设、完善公司治理结构、模块化建设、监理项目评价档案、天鹅项目推进、和平里公寓销售、监理公司改制问题提出具体要求。桂自强副总对地产公司规模发展和项目管理给予肯定，指出地产公司通过泊林花园项目和平里项目的开发建设，从项目规模到项目管理水平都有了大幅提升。他还结合对深业上城项目的调研，指出深业在项目开发方面值得借鉴的地方：首先是坚持市场化运作理念，通过引进专业管理人才、提升开发团队的整体素质，建立与市场相接轨的薪酬体系；其次是强化品牌战略理念，把品牌理念贯穿于项目的策划和设计全过

程；第三是管理层的人脉关系。这些都是项目开发团队软实力的充分体现。张瑞理副总认为，地产公司在产品开发、销售等方面已经被市场所认可，具有较强的竞争力。短短几年间，盘活了岳阳项目，经过开发、建设、销售，在当地创出了品牌；天鹅项目也获得土地置换，这些在一般国企很难做到的事情地产公司却做到了，这说明地产公司在与政府沟通协调上有超常规的付出。另外，地产公司在龙华项目完成后，工作重点放在天鹅项目上，项目衔接的思路很好。他建议，地产公司要尽快完善公司治理，减少行政化流程，向市场靠拢，寻找项目和合作伙伴，尽量缩短项目开发间歇期。

3月11日下午，集团副总经理桂自强、张瑞理等到特发黎明公司调研考察。黎明公司刘学优董事长和班子成员及中层管理人员参加调研会。黎明公司总经理高天亮对公司的整体情况做了介绍，黎明公司副总经理、镒清公司董事长郭岳对黎明下属企业镒清公司的基本情况、技术产品、经营情况及工作目标作了汇报。集团领导对镒清公司的产品应用领域、市场销售、股东结构、员工队伍，以及中兴路大院旧改工作的进展等问题进行了仔细询问。桂自强副总经理提出几点工作要求：一是黎明公司2014年的3项重点工作要制定详细的推进计划。二是中兴路黎明大院物业旧改项目具有重要意义，改造成功将对黎明公司和特发集团做出重大利润贡献，要有专人负责紧密跟进。三是镒清公司要高度重视和全力抓好市场营销工作，避免的问题，营销人才的和内部激励机制设计等营销滞后问题。安检产品具有良好的市场前景，好的产品加上好的团队、好的机制，可以开创公司良好的发展局面。他还表示会配合黎明公司做好与市国资委相关部门的联系，为镒清产品的市场推广做出努力。张瑞理副总经理对黎明公司近年工作的成绩表示肯定，提出黎明公司的工作重点，一是中兴路黎明大院的旧城改造项目，要拿出突破性的思路。二是镒清公司的安检产品项目要成为黎明公司的经营亮点，该项目技术领先，市场空间广阔，可从股东结构上做研究，考虑引入战略投资者来为镒清的发展打开新思路。会后，集团桂副总和张副总等到镒清公司，参观了公司生产车间、试验室和车载人体安检设备。



创新经营理念，提升物业租赁管理水平 ——记集团系统内物业租赁管理现场交流会

■ 林焰/集团办公室副主任

4月1日，集团在特发黎明公司组织召开集团系统内物业租赁管理现场交流会，特发信息、特力、黎明、香蜜湖、小梅沙、地产、物业等企业的董事长、分管物业经营工作的领导、业务负责人、财务负责人及集团经营班组成员和监事会主席、财务总监、业务部室有关人员50多人参加会议。集团副总经理桂自强主持会议。

这次会议是继3月12日集团在物业公司召开水贝房屋租赁问题分析会议之后的又一举措。会议采用对标学习和案例剖析的方式进行。首先由黎明公司分享中兴大院和八卦岭物业如何排除阻力，实现租赁价格与市场对接，年收入增加460万元的两个出色例子，以及其从业务操作到制度流程乃至整体租赁工作的感

悟；再由香蜜湖公司介绍取代“二房东”自己租赁东座公寓，将租赁单价由25.61元/平方米上升至64.81元/平方米的成功过程。会议的另一个创意是由特发物业公司就其近期发生的一桩险些造成损失的典型案例做全程剖析，深刻反省，引起全场的共鸣，起到了引以为戒的警示作用。其他几家企业也简要介绍了各自物业资源情况及工作思路、经验体会。

集团总经理张建民在会上通过对上述四宗租赁管理典型案例的点评，强调资源性资产租赁管理工作是集团战略管控的重要内容之一，要坚持职业操守的原则、市场标准的原则、公开透明的原则、竞价机制的原则，并从建章立制、推进市场化、创新经营、监督到位等方面提出具体要求。

与会认为，本次交流会是系统内兄弟单位在集团平台上围绕物业工作开展的第一次业务会议，因为有共同的议题和目标，所以大家能互通资讯、取长补短、切磋交流，无论是在理念上，还是技术、实操等方面都收获良多；特别是会议从对标分享和案例剖析正反两方面双管齐下，既有优秀企业的正面标杆示范，也有令人扼腕叹险的“负面”案例，材料有血有肉，案例生动务实，会议开得精炼而高效，令人耳目一新。

这次交流会，只是集团在规范和强化资源性资产租赁管理工作中的一个缩影，一个阶段性的小结。

作为一家与深圳经济特区建设发展同步有着30多年历史的国有企业，特发集团拥有约50万平方米可用于租赁经营的资源性物业资产，这些资产成为支撑集团成长的宝贵财富之一，并将继续作为集团未来发展的一个重要“维稳”基础和利润贡献力量。但这些资产业态各异，零星分散，管理难度较大，多为老旧物业，配套不良，设施设备日渐老化，经营成本逐年上升……整体上质量参差不齐，状况欠佳，且权证方面历史遗留问题不少。同时，物业经营团队整体素质也不很理想，多以一种维持式的手段在“看守”着这笔财富，租赁运营水平不高，租赁价格多在接近或略低于市场平均价格，经营效益不甚理想。

2013年初，集团就把资源性资产租赁作为一项重点工作加以部署，在推进过程中，正逢市国资委《关于加强市属国有企业资源性资产租赁综合监管的指导意见（试行）》颁布，集团高度重视，根据该意见精神，进一步强化资源性资产租赁工作，结合企业实际严格贯彻执行。集团基于对物业资产的战略性价值认识，从战略管控的角度在管理上推出了一系列的创新举措：

一、全面“摸家底”、抓典型

通过为期约4个月的扎实调研、清查、分类、建台账，对系统内资源性租赁资产基本做到了心中有数。在这个过程中，不仅是了解资产状况，更多的是关注资产的管理，及时总结管理经验，发现问题，交流分享。

二、强调物业租赁也是“经营”的理念

改变以往简单放租、收租的思路，要求将租户当做“客户”，加强客户关系管理，建立承租人履约评价机制和经营预警机制，以经营的心态和举措主动做精做实租赁工作。

三、引入“精益化”管理的理念，加快建章立制的步伐

以往的物业租赁，更多的是一种粗放、较随意的模式。集团要求各家企业大到建章立制，小到每一项作业流程的推进、每一张表单的应用，都应有明确的议事规则、规范化的指引和固化的表现形式，要保留管理的痕迹，避免随意性的操作。目前，系统各家企业均正积极建立或完善制度流程、明确职责权限和制订作业指导书。

四、切实发挥集团对企业该项业务的服务、指导、监督、管控平台功能

（一）集团筹建了物业租赁工作信息化管理平台。经过近半年的筹备，目前集团已将系统内企业的物业资产分门别类进行归集、分析，已基本具备录入物业资产数据库的条件，一套可覆盖全系统企业的物业经营管理软件已进入招标阶段，年度内可全面上线。

（二）坚持市场化标准的原则，强调公开透明和动态化管理，在系统内建立与市场联动的租赁价格指导体系。根据市国资委的要求，集团坚持公开竞价的原则，已操作的3宗需要公开挂拍的

业务，均取得了预期的效果。集团聘请社会中介机构中原地产公司对集团租赁资产按市场标准进行了取样式的价格评估，边探讨科学的价格形成机制，边集成了一套完整的系统内租赁价格指导体系初稿，目前正在与企业互动、征求意见中。集团还将结合企业的具体实际，授权各企业根据其个性化的情况设定基础值和挑战值，对租赁价格体系进行合理优化。

五、重视物业经营团队在职业化意识及业务培训方面的建设

集团拟在年内推行内部从业人员上岗证制度，举办相关职业培训课程，重在员工职业操守和职业技能的培训。

六、鼓励加大投入，重视投资收益回报率

目前，集团正有计划地加大对物业资产及其配套的日常维修、维护和更新改造，提升物业服务工作，促进资产的保值增值。

七、积极组织力量，拟在年内出台对物业资产运作的集体决策办法和制约监督管理办法、市场化的激励办法

八、探讨创新经营模式的路径
对集团租赁资产，今年拟按“抓大放小”的原则，进行分类处理，对管理成本高、难度大、价值不高的一般性物业进行有序的、必要的处置，集中主要精力探讨和创新网络营销、取代“二房东”租赁运营模式等，提升租赁物业的附加值。

经过近半年的一系列管理创新实践活动，集团在资源性资产租赁工作方面朝着求精求实的方向迈出了坚实的步伐，为后续提升资源性资产的经营效益打下了良好的基础。



集团党委组织开展党委、纪委公推直选换届选举工作培训会

■ 王娟/集团党委办公室

3月27日上午，集团党委在发展中心6楼会议室举办特发集团系统党委、纪委公推直选换届选举工作培训会，邀请市国资委党委办公室徐学彬副主任讲授“公推直选工作要点”。集团领导，各企业党组织书记、副书记、党务工作部门负责人及党务工作人员，总部各党支部书记、委员，共49人参加培训。会议由集团党委副书记、纪委书记林婵波主持。

市国资委党办徐学彬副主任首先从党内选举的发展历程，新形势下党中央、省委、市委对党内选举的新要求，讲述了“公推直选”是党内民主发展的必然趋势；并详细讲解了国有企业基层党组织“公推直选”工作10个流程，及其中需要注意的几点重点问题。徐学彬副主任详细清晰的讲解让大家对“公推直选”工作有了比较全面的了解和深度的把握。

随后，集团党委副书记、总经理张建民就集团党委、纪委“公推直选”换届选举工作中有关注意事项的作了说明。

最后，集团党委书记、董事长张俊林作集团党委、纪委“公推直选”换届动员讲话。他强调：当前集团正处于改革创新、转型发展新时期，今年是承前启后、继往开来的重要一年，我们要严格按照上级党组织的要求，扎实规范、风清气正、公平公正地做好集团党委、纪委的换届选举工作，选好配强集团党委、纪委领导班子，努力促使集团党委及各级党组织成为“企业精益化管理、运营机制改革、管理模式创新、战略性项目规划开发、商业模式探索构建”的坚强政治核心，为集团二次创业奠定坚实的组织基础。



以开放心态引领改革，以市场标准成就自己

——香蜜湖公司邀请集团领导举行专题讲座

■ 刘文清/香蜜湖度假村公司

为进一步加深公司员工对国企改革的认识，深入了解特发集团“十二五”规划及战略发展目标、愿景，提高中层管理人员的综合业务整体水准，增强驾驭工作的综合能力，通过“集众智慧、凝聚力量”引领公司员工为实现“全员职业化，成就美好生活”核心价值观共同进步，3月28日下午，香蜜湖公司工会邀请集团党委副书记、纪委书记、工会主席林婵波，为公司中层及以上管理人员举行了一场题为“以开放心态引领改革，以市场标准成就自己”的专题讲座。香蜜湖公司班子成员郑海天、武志红、杨峰参加了讲座学习。

讲座过程中，林书记以国家当前的改革大势、深圳深化改革的“三化一

平台”举措为契机，结合市场经济的发展需求，从特发集团系统企业改革转型升级实际出发，深入浅出、旁征博引地为大家全面、详细地讲解了集团深化改革的举措、建立薪酬绩效考核体系的主要内容、集团领导班子要引领的企业文化、员工如何挖掘和体现自己的市场价值，以及企业工会应发挥怎样的作用等五个方面的内涵及有关知识。他鞭策香蜜湖公司管理层人员要坚定特发事业发展的信心，学会居安思危；在企业文化建设领域充分体现真诚开放的人文精神，专业、敬业的职业精神，创新开拓的探索精神和终身学习的进取精神，通过不断学习提高，锤炼品行，心存“专念”，提升激情，做工作、生活上最好

的自己，做一个永远充满激情的人。同时，冀望企业工会组织要履行好“沟通、协调、推动及关爱”职能，敢于、善于为企业发展出谋划策，营造良好文化氛围，推动企业和谐健康向上发展。

通过此次专题讲座的学习，香蜜湖公司管理人员对特发集团战略发展规划在广度、深度上有了更透彻的认识和了解，更深刻、全面地掌握了薪酬绩效考核、企业文化、个人与企业发展的辩证理论及工会等方面的相关知识，极大程度地激发了大家求真务实、奋发进取的工作热情。最后，香蜜湖公司郑海天董事长畅谈了此次专题讲座的学习心得体会，并对公司中层及以上管理人员提出了相关要求。☺



开放心态，拥抱成功

■ 张建民/集团总经理

开放，是一种修养、一种个性、一种气度、一种能力。当一个人拥有开放心态的时候，就能绽放心灵的美丽，收获生命的价值。所谓“海纳百川、有容乃大”、“心胸有多宽、事业有多大”……就是一再告诉我们，每个成功者都是因为豁达大度、胸怀宽阔才变得伟大雄奇的。

我个人理解，“开放心态”更多的应是指愿意接受与自己的观念不一致的新思维、新思想，并能自然地调整自己的心态和行为。表现为：一是面对外部的信息、意见、思维、批评、建议的时候，能从容、平静、愉悦地接纳，而不是固步自封、固执己见、排斥交流、采取冷漠、封闭、敌视的态度；二是与外界接触和交流时，始终保持热情谦和，能先摒弃主观思想，从他人角度理解、观察，而不是轻易下结论、贴

标签；三是愿意根据外在的形势，自然、和谐地调整自己的心态、方法、行动，对自己的专业和周围的世界都怀有强烈的兴趣，喜欢钻研和探索，热爱创新，而不是刻意改变或者压制自己；四是乐于跟别人合作和分享，勇于承担责任和接受挑战，敢于面对任何的否定和挫折，不惧失败。

我认为，要成为优秀员工和优秀管理者，首先必须具备开放的心态，应当做到以下四点：

一、要积极融入团队环境

在一个团队中，我们必须尊重并顺应团队领导的风格、公司的文化、管理的理念。新员工加入一个团队后，首要任务是尽快融入团队的文化，理解领导的管理理念，明确领导的做事风格。而老员工也

需要时刻保持一种开放的心态，当企业在塑造新的文化时，应当积极响应变化，尽快投入到新文化的建设中。俊林董事长上任后提出了“集众智慧，凝聚力量”的理念，就是希望我们在实现集团跨越式发展的过程中，要用开放的心态和绩效激励机制，汇集和调动集团内外一切积极因素。这就是领导者的管理思维，旨在树立一种风格、体现一种理念、建立一种文化。作为总经理，我在传承和弘扬集团“全员职业化，成就美好生活”核心价值观的基础上，提出了“做职业经理人，应从学习管理语言和运用管理模块入手”的理念，要求将职业化建设具体化、务实化，同时，强化执行力，力图形成企业强势的执行文化氛围，即无论那一项管理工作，首先要有清晰的执行目标，其次在执行过程中要设定衡量、实现目标的方法（节点要求），再者要将执行责任落实到部门和人。概而言之，这些都是企业的一种习惯，一种文化，每位员工都应当很好领会和演绎，并融汇到集团的战略管控、管理思维和创新中。另外，我们还要致力于建设一支具有团结合作精神、有凝聚力的、不断进取的团队，如果谁把精力都用来勾心斗角，始终放不下私利和偏见，不能从大局出发，那么他就永远无法融合到团队中，就有可能出局或被淘汰。

二、要修炼大度包容的气概

我们要有容人的肚量，能够容忍异己，懂得接受与自己价值观不同或能力比自己强的人；要有容事的开明，能够接受别人的建议和批评，甚至要能够包容错误的“异己”，不会因为别人恶意的批评而影响自己正确的判断。我们要把别人的意见当作自己成长最好的礼物，具有开放心态的人，能主动听取别人的意见，进而改进自己的工作。如果没有足够的气度，不能虚心听取、诚恳接受，就可能丧失这种难得的成长机会。谦虚使人进步，如果听不进他人的规谏，容忍不了与自己相左的意见，即使取得了暂时的成功，也无法实现事业上的持续发展。心态开放者，通常先有问题再有答案，先有证据才有事实，就事论事、就人论人。心态保守者则常常只会站在现有立场下结论，用现有思维和方法解决问题，以一元化的价值观、一

成不变的方法处理事情。只有开明大度，兼容差异，不固步自封，不固执僵化，不排斥交流，才能正确地对待自己、他人、社会和周围的一切，才能博采众长，集思广益，让自己获得取之不竭的智慧源泉。

三、要树立主动学习、勇于反省精神

当今社会个人和团队唯一的竞争优势，就在于拥有比竞争对手更快的学习能力。如果没有开放的心态，就没有吸收正能量的渠道，就不可能学到新东西，也就不可能成长和进步。开放的心态是学习的前提，是有强烈进取心的表现，也是进取心最好的朋友。在一个组织中，最成功的人往往是拥有开放心态的人，因为他们在开放中进步最快。

有一位哲人说过，“未经反省的人生是没有价值的人生”。用开放的思维评估自己的自信，加强自我觉察能力的锻炼，同样是重要的。当我们的负面情绪上升，听不进去别人讲话的时候，我们要做的是马上冷静地觉察自己。有时，往往对事情的态度比事情本身更重要，经常引起我们情绪的不是事情本身，而是我们对它的观念。比如，如果一个人对自己的某项本领特别自信，只要有人提出质疑，就会感到很不舒服。自我反省和觉察的目的之一，就是让自己意识到内心深处有哪些执拗的信念不容侵犯和触及，要主动挑开这些让我们的心态无法敞开的“盲点”。开放心态的人既有勇气“吾日三省吾身”，也有勇气面对失败和挑战。世界上没有不敢面对挑战的成功者，任何事业上的成就都不是轻易取得的，要想在工作中出类拔萃，就必须勇于面对各种艰难险阻，正视事业上的挫折和失败。只有那些有勇气正视现实、有勇气迎接挑战的人，才能真正实现超越自我的目标，达到卓越的境界。通过面对挫折的态度，最能够检验出一个人的价值所在。一个有进取开放心态的人，一定能够正确地对待挫折，能够迅速地在挫折中汲取养分，快速前进。对他们而言，挫折是命运的一种恩赐，是一所增强自身实力的学校。我们之所以会犯错误，是因为我们有弱点，有不足，尤其是缺乏自知之明。挫折和失败就是为了让我们的充分认识到自身的不足，通过积极改进，使自己变得更好，变得更强。

四、要善于沟通合作

著名的励志大师卡耐基先生说过，“一个人的成功85%靠人际关系与处事能力。”沟通是合作的前提，合作才能多赢。消除闭锁心理，敞开心扉，以积极主动的心态与他人沟通，才能实现多赢的合作。我们在沟通的过程中要懂得欣赏他人。每一个人都希望得到理解和欣赏，得到欣赏是人生活和奋斗的最大动力。欣赏他人是给予他人的最大的善意。欣赏他人要从尊重他人开始，一个人的胸怀越宽广，态度越谦和，越容易尊重他人，看到他人的价值，理解他人的处境，这也就是“共情”的能力。尊重他人，当面对不利于自己的言行和情绪时，也能很好地控制自己的情绪，理解对方的立场；在面对不同的意见时，也可以站在别人的角度反观自己。其实，在开放的环境下，人与人之间的沟通最终是应该建立在对客观真相的尊重理解上，才能搁置与之相悖的个人主观意识，消除相互误解、减少沟通成本，容易达成共识，提升个人和组织效率。

最近，集团总部举行的“员工之星”的评选活动，其实就是想在基层员工中营造一个开放向上的氛围，创造了一个开放交流的平台。首先，“员工之星”评选活动作为一个展示能力和智慧的舞台，让每一位参选的员工，都可以通过这个平台“营销”自己和自己的工作价值，给大家留下深刻的印象；其次，通过评选，大家可以相互欣赏、互相学习，相互启发，从而树立学习的标杆；最后，将“员工之星”评选活动作为释放正能量的一个平台，是员工自我管理、自我组织、自我教育的一个过程。“员工之星”评选活动总的目的就是希望广大员工通过“员工之星”评选活动，“学先进，赶先进”，见贤思齐，与企业共同成长，用更加健康、开放的心态，走向未来，拥抱成功！

（根据本人在2013年度集团总部优秀员工表彰会上的讲话整理）



人力资源配置模型的研究

■ 郭秋来/特发信息人力资源部

一、人力资源配置模型的建立

传统人力资源配置模型主要是考虑个体与岗位任职要求之间的匹配程度，简单说就是“人尽其才，才尽其用，人事相宜，最大限度发挥人力资源的作用”，对此，杰克·韦尔奇曾做过经典论述。而本次特发信息所进行的人力资源配置模型研究是在基于传统模型基础上的总量配置模型，即在假定人岗匹配的基础上，研究人员数量与企业组织规模间的合理配置，以及在外部或企业自身条件发生变化的情况下人员数量与岗位的对应关系。

根据集团要求及特发信息的实际情况，项目组收集相关资料，深入调研，确定模型建立的思路和实施办法，并逐步开展相关工作：

(一) 梳理企业内部业务流程及岗位设置

特发信息光缆事业部集生产、销售为一体，基本具备了制造型企业应拥有的全部业务模块，各业务模块的人力资源配置原则差别很大，不能简单对其进行统一的建模。为了最终建立的人力资源配置模型能够更加科学、合理、实用，项目组对光缆事业部的所有业务流程进行了细致的梳理和分解，将各业务流程逐级分解至岗位级，并根据各岗位的人员配置模型来推导整个公司的人力

资源配置模型。

岗位分解表示例：

部门	生产工序	岗位
生产部	管理岗	经理
	
	着色	着色主机手
	并带	并带主机手 并带线跟班

质控部	常规检验	常规检验员

(二) 进行岗位分析，建立岗位人力资源配置模型

将业务流程分解至岗位后，通过逐一分析各岗位工作职责及工作内容，确定各岗位的人力资源配置原则，并依据配置原则建立岗位人力资源配置模型。项目组对光缆事业部各岗位进行深入分析，基本确定其存在以下几种人员配置的原则：

1、按岗位进行配置。即岗位的人员配置需求为固定数，人员的配置仅由岗位的设置和企业的相关规定所决定，如部门经理、生产调度等岗位。对这类岗位建立的人力资源配置模型为： $Y = R$ （其中：R为该岗位所明确的固定配置人数）。

2、按设备数量配置。即该岗位人员配置需求与该岗位所需管理的设备数量直接关联，工作设备的多少直接决定

该岗位人员配置的数量，如着色主机手等岗位。对这类岗位建立的人力资源配置模型： $Y = \left\lceil \frac{S}{A} \right\rceil$ （其中S为工作所需设备数量，A为每人管理的设备数， $\lceil \cdot \rceil$ 表示向上取整）

3、按岗位工作量配置。即岗位人员配置需求与该岗位的工作量密切相关，当岗位的工作量发生改变时，人员的需求也一并发生变化，如常规检验员、标书制作员等岗位。对这类岗位建立的人力资源配置模型为： $Y = \left\lceil \frac{P}{B} \right\rceil$ （其中P为岗位的工作量，B为每人工作量）。

以上三种配置模式是企业的基础配置模式，通过3种配置模型研究可以发现，按设备配置和按工作量配置两种模式中，工作所需设备数（S）和岗位工作量（P）均可以视为该岗位的工作产出，而每人管理设备数量（A）及每人工作量（B）均可视为该岗位的工作效率，可统一用人工效率（E）来代替。将以上3种配置模型进行整合，可得出如下光缆事业部各岗位的基础人力资源配置模型：

$$Y = \left\lceil \frac{S}{E} \right\rceil + \left\lceil \frac{P}{E} \right\rceil + R \quad (\text{其中} S、P、R \text{至少有两项为} 0)$$

以上配置模型是各岗位的基础配置模型，考虑到光缆事业部实际上部分岗位是实行轮班制的，而除按工作量配置的情况，其余两种模式的人员配置都会因排班数而发生变化，因此，实际的岗位需求配置模型应为：

$$Y = \left(\left\lceil \frac{S}{E} \right\rceil + R \right) \times N + \left\lceil \frac{P}{E} \right\rceil \quad (\text{其中} N \text{为该岗位的轮班班数})$$

以上模型为各岗位正常生产所需要的人员配置情况，但实际上因经营管理的需要，部分岗位会按一定比例或一定人数进行人员储备，因此，岗位最终的配置模型为：

$$Y = \left\{ \left(\left\lceil \frac{S}{E} \right\rceil + R \right) \times N + \left\lceil \frac{P}{E} \right\rceil \right\} \times (1+C) + Q \quad (C \text{为储备比例，} Q \text{为固定储备人数})$$

(三) 分析岗位产出与企业经营管理目标之间的关联
前面已经提到，在岗位配置模型中，岗位工作所需设备数（S）和岗位工作量（P）均可视为该岗位的产出，是模型中的变量。但是通过对企业实际经营情况分析，岗位产出虽然为变量，但是也不是毫无依据的，岗位产出实际由企业经营管理目标或总产出所确定，在一定的经营目标和总产出下，各岗位标准产出也是一定的，岗位产出多了，则为无效产出，岗位产出少了，则经营目标或总产出将无法实现。岗位产出与企业经营管理目标间的关系基本上是由企业自身的技术水平、管理流程等条件所确定，而这些条件的改变，往往需要较长时间才能实现，因此，在企业经营目标和总产出一定的情况下，各岗位的产出也是基本确定的。

(四) 确定各岗位的人工效率

在岗位人力资源配置模型中，除了岗位产出外，人工效率（E）是另外一个变量，如果说岗位产出与企业密切相关，那么人工效率就与生产者密切相关，生产者的能力水平、培训程度，

甚至工作态度都会影响到人工效率，人工效率的提高将会减少企业对人员的需求，而人工效率的降低将势必导致人员需求的增加。因此，根据岗位实际需求和历史情况，合理确定岗位的标准人工效率对企业人力资源配置分析有着至关重要的作用。

(五) 建立计算机模型

在岗位人力资源配置模型确定后，根据业务流程逐级向上汇总，分别到各工序、各部门、企业的整体人力资源配置模型，均用以下公式表示：

$$\sum_{i=1}^n \left\{ \left(\left\lceil \frac{S_i}{E_i} \right\rceil + R_i \right) \times N_i + \left\lceil \frac{P_i}{E_i} \right\rceil \right\} \times (1+C_i) + Q_i$$

根据模型在计算机中建立人力资源配置表，依据企业经营策略确定各岗位固定配置人数（R）、轮班班数（N）、固定配置比例（C）、固定配置人数（Q）及各岗位确定的标准人工效率（E）等逐一填入指定位置，并将岗位产出与企业经营目标进行关联。最后，将企业的经营目标或战略目标填入指定位置就可以的得到各岗位、各工序、各部门以及企业整体人力资源配置情况。

二、企业人力资源配置情况的优化

企业人力资源配置模型的建立，在明确了企业经营目标或战略目标后即可以得到企业的理论人员配置情况，但这是否为最优配置呢？这就需要通过人力资源配置模型的深入研究，对企业的人员配置进行优化。

之前已经多次提到，人力资源配置模型中存在两个变量：岗位产出和人工效率（E），通过研究发现，若要达到优化人员配置目的，就需要减少岗位产出或者提高人工效率（E）。

(一) 减少岗位产出

在一定的经营目标下，岗位产出受企业的技术水平、管理流程等因素确定，若要减少岗位产出，可以从以下方面入手：

1、提高岗位生产技术水平。该方法更常用按设备配置人员的岗位上，设备的技术改造将提高设备的产量，因此也将会减少设备的需求量，从而减少设备操作人员，从而达到优化人力资源配置的目的。

2、改善工作流程。很多岗位由于一些冗余的工作流程导致员工在工作过程中产生了很多的无用功，无形中增加了岗位的工作量，因此，认真分析工作流程，剔除冗余的环节，减少岗位工作量，将有利于达到优化人力资源配置的目的。

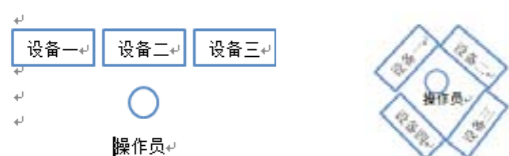
(二) 提高人工效率

对于企业来说提高生产技术和改善工作流程都是一个长期的工作，短时间内对优化企业的人力资源配置影响不大，相对来说，人工效率（E）的提升更容易达到优化人力资源配置的目的。

1、加强员工技能培训。不同技能水平的员工对岗位的工作效率有很大的影响，以常规检验员为例，假设一个熟手一天能检测3000芯，而新手一天只能检测2000芯，在岗位产出一定的情况下，过多的新手势必需要更多人员配置来完成相应的工作，因此，加强员工岗位培训，提高员工技能水平将有利于人力资源配置的优化。

2、加强员工与岗位匹配度。每一个岗位都有它自身的任职要求，这就是前面提到的人岗匹配，当员工的自身能力与岗位要求不相符的时候，无法胜任相应的工作势必影响岗位的工作效率，相同的人力资源配置无法完成相应的工作，导致人力资源配置的增加，因此，为每一个岗位找到与之相匹配的员工也有利于企业人力资源配置的优化。

3、优化岗位的工作方式。企业应当分析岗位工作方式的优化方向，提高人工效率。例如员工管理设备，按下图一的方式，最多只能管理3台设备，但如果改成下图二的模式，就可以将效率提高，变为管理4台设备，因此，合理地优化岗位工作方式也将有利于企业人力资源配置的优化。



以上集中优化企业人力资源配置的方法仅是众多办法中的一部分，企业在实际经营过程中应当深入研究各岗位实际情况，依据人力资源配置模型，找出人力资源配置优化路径，来实现企业人力资源配置优化。

三、人力资源配置模型的应用

企业建立了人力资源配置模型，并不断根据配置模型寻找人力资源配置优化的路径，除了能够优化企业人力资源配置，还能为企业经营管理提供参考：

（一）为企业的人力资源规划提供指导意见

随着集团战略管理的不断深入，各企业都制定了相应的战略滚动计划，但是企业应当如何完成相应的战略目标，为完成战略目标应当如何合理配置人力资源？这就需要企业制定合理的人力资源规划，提前进行人力资源布局，推进企业战略的顺利实施。

在确定了经营目标或战略目标后，企业可以依据人力资源配置模型初步预测为完成相应目标所需要配置人员数量，甚至是各岗位人员配置情况，并与现有人员配置情况进行对比，制定相应的补充或调整计划。企业还可以依据淡旺季相应的经营指标，

预测淡旺季所对应需要的人员配置，避免出现劳动力不足或人员冗余现象，为企业顺利实现经营和战略目标奠定基础。

（二）为企业薪酬预算编制提供依据

薪酬预算管理是集团全面预算管理的重要组成部分，近年来，集团薪酬预算管理专业化程度越来越高，对预算编制的精确度要求也越来越高。合理的人员预测是薪酬预算编制的基础。从目前情况来看，部分企业在合理人员预测上仍找不到较好的方式和方法，仍采用凭经验预估的方式进行，与企业的实际需求有较大的偏差，导致每年的薪酬预算准确度都不高，年度薪酬预算执行情况完成较差，为企业薪酬管控带来不便。通过人力资源配置模型，企业可以根据经营目标较为准确地推算出各岗位所需的人力资源配置，并根据各岗位的薪酬水平合理编制薪酬预算，加强企业薪酬预算管控的可操作性。

（三）为企业人力资源成本控制提供指导意见

集团下属企业中劳动密集型企业较多，特发信息从某种意义上来说也算是一家劳动密集型企业。随着最低工资标准的不断提高和市场薪酬水平的上升，企业人力资源成本增长迅速，为企业发展带来巨大压力。如何在不降低人才吸引力的情况下对人力资源成本进行有效控制，成为企业迫切需要解决的问题。而优化企业人力资源配置是企业加强人力资源成本控制的重要手段之一。企业通过建立人力资源配置模型，研究人工效率提升路径，提出人力资源配置优化方向，为企业人力资源成本控制提出重要意见。以特发信息为例，员工按每月3000元的工资计算，一年应支付的人力资源成本在6万元左右，特发信息2000人的规模，按人员优化比例1%，即20人来计算，一年将为企业节约人力资源成本120万元。

（四）为企业人力资源开发目标和措施提供参考

企业通过对人力资源配置模型的研究，深入分析岗位产出与人员配置之间的关系，通过对比岗位实际人工效率与理论效率之间的差异，制定岗位人工效率提升的目标和路径；通过对岗位历年人工效率进行分析，明确岗位人工效率变化趋势，制定人力资源效率提高或改进措施，提升企业人力资源配置质量，明确企业人力资源开发目标和措施，将企业的用人理念从“让所有的人有事干”到“用最少的人完成尽量多的事情”上转变。

综上所述，企业人力资源配置模型不但能够建立企业经营目标与人员配置指间的关系，还能够在企业管理上给予管理者一定的参考和指导。因此，合理建立企业人力资源配置模型，深入研究企业人工效率提升的目标及路径，优化企业人力资源配置，成为各企业人力资源从业人员需深入研究的课题。



迎合时代传播趋势，充分发挥自媒体营销作用

■ 董琼丽/特发小梅沙旅游中心市场部

随着互联网时代的到来，传统媒体相较于新媒体在传播学意义上来说已经处于劣势。特别是随着移动化终端产品技术不断革新，移动互联网也在顺应时代中日益壮大，成为互联网时代的一支强大主力军，信息化渠道越来越多，人们接收信息的便利化，使得他们的生活习惯也在潜移默化中渐渐改变。

自媒体与企业

自媒体就是在快速发展的互联网时代顺时而生的一个信息化平台，是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后，一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、本身的新闻的途径，是私人化、平民化、普及化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。简单地理解，直接面对受众，自主经营发布信息的渠道就是“自媒体”，主要的代表是微博和微信。

自媒体诞生于博客时期，兴起于微博时期。目前博客已经衰退，微博建立在博客之上正处于稳定时期，微信处于上升期。微博和微信的高社会使用率使得它们成为企业很好的社会化营销平台之一，是企业发展自己直接受众最佳渠道之一。它们能够让商家直接和受众交流、信息传递，甚至发展出自己的铁杆粉丝，这就形成了良好的自有社会资源，是企业的无形资产。因而，更好地利用自媒体进行社会化营销成为目前企业品牌推广的一个重点。

从微博、微信两个平台来说，微博已经发展成熟，其图文或视频信息的随时更新发布，粉丝页面上可及时查看，也可以进行私信交流等主要功能，使得企业和受众形成一个良好的互动关系。而对正处于上升期的微信平台来说，微信公众平台无疑成为针对于企业研发的一个更强而有力的平台，因为相较于微博来说，移动信息化、内容私密化、短信语音等便捷操作化更符合受众内心选择和生活需求，且商家信息自主推送化相较于用户主动刷新信息更具有不可比拟的便利性和强制性。



对企业而言，品牌的经营和推广必然要走在时代的前端，自媒体的营销战略已经逐步成为信息化时代的一个显著的趋势，而且其力量在新媒体中也越来越强大，势不可挡。例如，许多传统媒体除了保持以往日常信息发布方式外也均有专人运营微博、微信等自媒体平台，随时将第一手资讯发布更新，它的及时性使新闻价值更加凸显。这一切对于信息化战争中异常警醒的企业来说，无疑是一种低成本高回报，百利无害的营销手段之一。因而，众多各型企业纷纷进军自媒体，将自媒体演绎得风生水起。

微信的营销功能

从上升趋势最强劲的微信平台来说，微信用户的日益扩大化，推动了微信营销的产生，各路人马纷纷挖掘微信营销潜能，微信第三方应用平台也应运而生，从而微信也真正意义上实现了价值回报。不管微信平台如何提升和衍生出多少附加产品，对于企业来说都是利大于弊的。我们只需要接收新事物，学会新方法，结合自身特点创意性地玩转微信平台，助力于社会化营销就好。

目前，微信的公众平台针对企业主要有信息推送、自动回复、关键字设置回复等一系列服务性功能，企业只需将想要传达的信息设置好，用户就可直接在微信上了解企业和相关活动信息。这样一来，使得企业信息传达对象

更加精准，内容更加精炼。这正是顺应了移动化信息的需求，符合了“一机在手，信息全有”的时代需求。

微信公众平台目前主要承载的是信息传播功能，附加有营销功能，更多提供企业营销功能的开发在微信第三方平台上实现得更充分，而且功能越来越强大。目前市场微信第三方平台上，除了首次关注、自动回复、智能客服、自定义菜单等基础服务外，基本上都可以实现微信会员卡的发放和管理、微官网、微吧、微团购、微调研、微投票、在线订单管理等功能，好一些的第三方平台拥有更多的营销推广应用功能，如问答型有奖应用、优惠券、刮刮卡等。这些功能的开发也就意味着企业可以在手机上就直接针对用户，更细致化的数据收集和分析、多模式的营销推广，更主动和多样性的游戏互动等，让用户和企业之间的桥梁更多，距离更近，积累企业无形资产的同时拓宽了营销渠道。而且，最可喜的是对微信营销功能的挖掘还在不断的深入扩展中。

企业如何去发挥它的最大营销功能，微信第三方平台的辅助功能提供了有利的工具，但更多的是靠企业自身去全面持久地创意性经营。

不过，既然企业运用这一平台，就得受这一平台目前的技术和相关条款的制约。微信平台为免企业对用户造成长期骚扰，一般公众平台一天只有一条发布消息的权

限。随着用户对信息更精细化的市场要求，微信5.0分发布后，原本的公众平台被分为服务号和订阅号两类，服务号一天仍然可以推送一次信息，却无法进行菜单的自定义化。这就意味着，用户在对话页面只能看到自己的推送信息，其他的需要用户自己手动输入提示信息进一步了解。而服务号可以自定义微信菜单，用户可以直接在对话页面下端菜单条上点击了解更多不同信息，不过却只能一个月主动推送一次活动信息。两种方式各有优劣，不管微信团队基于何种目的，作为企业还是希望微信功能的权限开放得更多一些。

小梅沙的自媒体

特发小梅沙旅游中心主要负责管理两个经营实体：小梅沙海洋世界和小梅沙大酒店，在“小梅沙”整体概念下，两个品牌各自运营推广，同时也资源互通，相辅相成。

目前，小梅沙海洋世界和小梅沙大酒店微博运营已经随着微博的发展趋于成熟。小梅沙海洋世界和小梅沙大酒店均拥有自己强大的固定微博粉丝团，同时在线上与其他相关企业和大的媒体资源也形成了良好的互动。在一些自行举办的活动中，其他合作企业和媒体也纷纷进行转发，起到了再次扩大了品牌传播范围的作用。

目前，小梅沙海洋世界和小梅沙大酒店的微信平台均已初步建设完成，已与受众形成良好互动。特别是近期举办的一些活动（如：暑期海洋文化创意节活动、海底隧道升级后免费体验市民征集等），已经开始启用微信报名渠道，参与度颇高。

小梅沙旅游中心市场部品牌室还在发展自媒体的道路上探索前进，也一直在为增加自媒体的粉丝关注量和活跃粉丝群努力着。除去开通线上报名渠道和不定期地进行线上辅助线下活动，如：园区幸福月晒照片，线上征集免费体验市民等，还会经常专门针对性地在微博微信平台上推出适宜的会员专享优惠。

同时，我们也正在努力的发挥微信的其他营销辅助功能，如近期的海洋世界中中秋节微信团购特惠的首次实验微信订票渠道；也开始使用有奖微投票、微调研来辅助线下问卷调查，多方面多角度地吸收广大受众意见，来提升自身服务，为更好地服务受众努力着。

小梅沙海洋世界和小梅沙大酒店的自媒体资源这些无形资产也逐渐化为有形，在一些与其他商家的资源置换中，微博微信的粉丝量、信息发布数量次数等已经成为宣传资源评估的重要一环。

进行自媒体营销时有几点需要注意。一是，自媒体是一种线上宣传行为，但不能仅仅是线上，更要依托于线下活动信息，线上线密不可分，不可厚此而薄彼。二是，自媒体属于新媒体的一种，企业在重用新媒体的同时不可削弱旧媒体，毕竟旧媒体的历史性和社会权威性所形成的社会影响力是不容小觑的。三是，自媒体不仅仅限于微博微信平台的运作，受平台目前研发技术的制约，更需要我们广开思路，充分挖掘互联网时代的更多可利用宣传渠道和方式方法，开阔眼界创新思路，不断与时俱进，为品牌推广广开言路，更有力地提升品牌价值。

PS.扫描“小梅沙海洋世界”和“小梅沙大酒店”微信二维码，关注成功后，输入“官网”，即可了解更多资讯，同时还可以点击手机页面右上角与好友分享。



小梅沙大酒店二维码



小梅沙海洋世界微信二维码

企业文化管理：企业管理的至高境界

■ 张正治/集团党委办公室

企业文化管理是以企业价值观体系培育为核心手段，以员工自我管理素质提升为基本途径，营造利于激发全体员工干事创业良好氛围的企业理论、思想和方法，包括企业愿景、使命、价值理念、行为规范、准则，及其载体的企业制度等，是一个系统化体系。对企业文化管理的概念及其作用，许多人有一定程度的认识，但对企业文化管理是企业管理的至高境界，却认为这是天马行空般的虚夸之谈，不理解、不信服。持有这种认识对企业管理者是很不利的，它妨碍企业管理水平的提升和企业文化工作的开展，必须加以克服。那么，如何正确理解企业文化管理是企业管理的至高境界呢？本文谈谈个人的几点认识。

首先，从企业管理所经历的三大发展阶段来看，企业文化管理是企业管理的至高境界。管理学理论和学界认为，自英国产业革命以来，企业管理经历了第一代的经验管理、第二代的科学管理、第三代的企业文化管理三大主要阶段。前两阶段的管理以物为中心，后者企业文化管理以人为中心，三种管理方式立足的重心不同，是继承、发展、推进和提升的关系。而企业管理之所以经历上述三大阶段，发生这种不可逆的正向推进的转变，是因为产业革命以来随着工业经济时代向知识经济时代的转变，作为企业管理对象的人、财、物各类资源中，人力资源的作用与日俱增，且物力、财力资源都是有限的，而人力资源的开发则永无止境，人力资源已成为企业制胜的决定性因素。企业文化管理将管理从物质技术层面转向以人为本，充分发挥人的智力资源和积极性，将强制管理转变为人的自觉自我管理，是企业管理发展的高级阶段和至高境界。三种管理方式之间的关系是辩证的，不是互相割裂、后者否定前者，特别是第二阶段科学管理核心内容的企业制度，是企业文化管理的重要载体。许多人对企业文化管理是企业管理至高境界不理解，一个重要方面就是因为对企业管理的发展脉络和三代管理之间的辩证关系没有正确的认识。

其次，从管理的本质属性来讲，管理本质上是一种文化，企业管理本质上是文化管理。现代管理理论认为，管理

的对象包括人、财、物、信息、时间5个方面，其中后4者单纯地处于被管理者的地位，而人在管理中具有双重地位，既是管理者，又是被管理者，管理过程各个环节的主体都是人，人与人的行为成为管理过程的核心，以人为中心是现代管理发展最重要的趋势。企业管理最根本的是对人的管理，但管人与管物有根本的不同，因为人是有思想和价值取向的，且其因人而异。企业作为人的群体组织，有其群体目标、共同价值理念，不能人心散乱，各想各的，各干各的，各有各的标准，否则就不可能成为一个整体和达成组织目标。企业对人的管理，就是要在尊重人的个性基础上求同，形成“心往一处想”的共同价值取向，“劲往一处使”的群体行为规范，以此实现企业群体共同目标。而共同价值取向、群体行为规范正是组织文化的本质内涵，因为文化的核心是群体价值观（理念、信条）和作为其体现的行为规范（习惯、准则）。所以，管理本质上是一种文化，企业管理本质上是文化管理，即以企业共同价值观培育为核心手段，凝聚人心，统一员工行为规范、准则，营造利于激发全体员工干事创业良好氛围，实现企业与员工共同发展（企业各种管理制度、方法只是管理的载体和运用工具，不是管理的自身和本质）。企业文化管理抓住了企业管理最本质的要求——把人作为管理的中心且以人为本，使企业管理实现了由物本管理向人本管理的转变和跨越，是管理

对人性的回归，顺应时代潮流，体现了社会进步的特征。

第三，企业文化管理能最大限度地激发人的积极性为企业做贡献，实现员工和企业共同发展。在知识经济时代，人是企业最重要的资源，企业核心竞争力的大小取决于人的积极性发挥程度。但人是有价值追求的，员工选择到一个企业工作，不只是看眼前的工资待遇，更重要的是求得个人长远的发展。这里就涉及到两个关键问题，一是企业要有发展愿景、使命规划，让员工在企业能充分施展才华，实现人生抱负，求得体面和社会尊重；二是企业的价值观和员工的价值追求相向而行，不是单方面的只求企业发展，而是企业和员工共同进步。这就要求企业管理必须做到以人为本，而企业文化管理的本质正在于此。相较于以物为中心的经验管理、制度管理等其他管理方式，企业文化管理更强调企业精神、愿景、全体员工共同的价值取向及在此基础上形成的凝聚力、向心力，这是其他管理方式所做不到的。企业文化管理最重要的一条就是把人的价值追求放在第一位，以全体员工共同价值观体系的培育为核心手段，通过企业愿景、使命激励人，通过共同价值观凝聚人，指导企业的制度安排、人力资源规划，调整员工的价值行为规范，营造利于员工干事创业的良好氛围，使企业成为员工价值实现的平台，从而最大限度地激发员工的积极性，让员工在企业的不断向前发展中实现个人价值。

第四，企业文化管理通过达成员工自我管理，实现企业管理“无为而治”的理想境界。“无为而治”自古以来一直是国家治理和组织管理所追求的理想境界。“无为而治”并不是国家和组织本身无所作为、不求发展就易于治理、管理好，而是相对于政府、管理者而言，其治理、管理的对象本身能够

自主自我管理好，不需要政府和组织殚精竭虑高成本维稳、管理。这其中，治理、管理对象本身能够自主自我管理是关键，这就需要以人为本，外在、强迫式的硬管理只能适得其反。企业文化管理通过以下几个方面来达成员工自主自我管理。首先，它以企业愿景、共同价值观激励员工、凝聚人心，充分发挥员工主观能动性和积极性，使员工有自主自我管理的高度意愿和自觉；其次，它通过作为企业文化管理载体的一整套企业制度、标准化流程、管理模块、岗位职责、行为规范，让员工掌握和运用先进的现代企业管理工具及方法，形成现代企业管理理念，培育按企业章程、制度、流程办事的习惯，使员工有自主自我管理的素质和能力而能够自主自我管理。相较于以物为本用权力和控制手段来实现企业利益，用严厉管制和约束来迫使员工工作的其他管理方式，以人为本、能够达成员工自主自我管理的企业文化管理方式成本小、效益佳、最和谐、最省心，是企业管理实现“无为而治”的理想境界。

第五，企业文化管理通过企业愿景、使命、优秀文化传承引领企业持续健康发展，提高企业形象和美誉度，使企业基业长青。企业是人的集合体，是由人来经营管理的，就像人要成就一番事业必须立志有理想、抱负一样，企业要持续健康发展也必须有愿景、使命作为其长远发展的战略目标，而企业文化管理首要的一条就是高度重视企业的愿景、使命，通过企业愿景、使命和共同价值观等文化理念，引领企业的战略规划、体制布局、产业定位、发展方向，绘就企业为之奋斗的蓝图，铺就企业长远发展的金光大道。不可想象，一个没有愿景、使命的企业，何谈战略规划、发展目标，何谈持续健康发展。

随着社会经济的不断向前发展和

技术进步，物质产品日益丰富，卖方市场早已由买方市场代替，市场竞争十分激烈，对于产业界而言，现代经济已跨入客户经济时代，客户（合作伙伴、社会公众、消费者）的信任和认同是现代企业市场开拓和品牌价值提升的决定性因素。而这种信任和认同的获得，在产品同质化时代主要不是靠价格竞争，而是靠企业使命、价值观、经营理念与社会公众需求相吻合（如以客户为中心、诚信互利、高品质、重服务、节能、环保、安全、承担社会责任等），即靠优秀的企业文化传承。一个有优秀文化的企业是受人尊重的企业，因为文化深入人心，文化是恒久的。企业受人尊重，就易于受合作伙伴、社会公众、消费者的肯定和认同，企业品牌价值、形象、美誉度、核心竞争力就会得到持续、更大的提升，从而造就企业基业长青的基因。

综上所述，企业文化管理是企业管理的至高境界，这是产业革命以来社会经济时代变化企业管理方式不断变革提升的内在本质要求；而且这个最高境界不是虚幻的空中楼阁，是实在有形的管理之“峰”，虽“无限风光在险峰”，但经过坚持不懈的努力攀登最终是可以达到顶点和领略到其境界之美的。特发集团及系统企业如特发信息公司等高度重视企业文化管理，将其作为全局性的一项重要战略来抓，通过持续开展以人为本的企业文化建设工程来不断提升企业管理的层次和水平，并取得较显著效果。期盼更多的企业管理者能认识到企业文化管理是企业管理的至高境界，从而高度重视企业文化建设，找到企业管理水平提升的正确方向和有效方法，增强企业核心竞争力，促进和保障企业的持续健康发展。



“特发讲堂”开讲了

■ 陈斯玮/集团人力资源部

为进一步提升员工职业素养和专业水平，打造一支“敬业、专业、乐业”职业化员工队伍，积极创建学习型企业，集团总部正式启动“特发讲堂”年度培训项目。“特发讲堂”主要由总部各部室相关专业人员任内部讲师，向总部员工讲授业务知识，内容涵盖战略管理、企业管理、财务知识、人力资源管理、企业文化建设等，计划每月至少举办一次，年内每部室主讲两次。

3月27日下午，“特发讲堂”在发展中心26楼会议室首次登台亮相。本讲主题为“非财务人员的财务基础知识”，由计划财务部尹章儒主讲。集团总经理张建民、副总经理李明俊到场观摩指导，总部中层管理人员及员工共30人参加培训。课堂上，尹老师从财务基础知识、财务报表阅读、税务基础知识等方面，深入浅出地讲授企业财务管理基本知识，用幽默的语言、生动的例子，告诉大家在平时的工作中如何分析和利用财务数据，如何使用财务语言进行有效沟通，如何通过财务数据解读企业的经营管理状况等，使学员们对财务税务管理有了初步的了解和认识。最后，尹老师还给大家传授了一些生活中的财务小知识，课堂气氛紧张活泼，人人“满载而归”。

“特发讲堂”将通过各方面、多层次的业务培训，丰富员工的管理知识，提高员工的业务水平，加深部室间的交流与合作，培养和打造内部讲师队伍，使之真正成为集团员工知识分享的平台、部室间交流协作的平台、内部培训师培养成长的平台。☺



集团总部举办二月份“员工之星”竞选活动

■ 王娟/集团党委办公室

3月14日下午，集团总部在发展中心26楼会议室举行二月份“员工之星”竞选活动，集团总部部门副职以下人员30余人参加活动，张建民总经理、俞磊副总经理、李明俊副总经理、栗淼财务总监和各部（室）负责人到场观摩指导。

会前，总部机关工会委员们在一月份“员工之星”竞选活动结束后，根据收集到的集团领导和员工各方面的意见建议，召开会议对《“员工之星”活动方案》进行了修订完善。本次“员工之星”竞选活动依据新修订的活动方案进行。

竞选活动开始，先由集团机关工会主席陈忠炼为大家讲解新的竞选办法。之后在集团机关工会委员、党办员工王娟的主持下，各部室选送的7位“准星星”们逐一登台演讲，他们在会前都进行了充分的准备，个个自信十足，演讲都十分出色。点评环节也是出彩不断，各位点评人或妙语如珠，或即兴吟诗，或引用名家诗作进行演译，活动现场高潮不断，笑声和掌声阵阵。最激动人心的环节到了，各位在场员工投票选出了2月份的员工之星——计划财务部的张正。随着“相亲相爱一家人”优美歌声响起，1月份桂冠得主孙昱将“员工之星”授带传递给张正，陈忠炼为其披上授带，并颁发奖状。

竞选活动在轻松愉快的气氛中结束。☺



特发集团代表队荣获“深圳市工交工会第二届职工乒乓球比赛”第五名

■ 高珉/本刊通讯员（特力集团）

3月26-27日，深圳市工交工会第二届职工乒乓球比赛在市工人文化宫体育馆举行。活动是由市工交工会主办、市工人文化宫承办，市工交工会所属工委、直管基层工会21家单位参加比赛。特发集团派出6名选手参赛。比赛分两个阶段进行，第一阶段实行分组循环赛，各小组前二名进入第二阶段比赛，第二阶段各队伍重新抽签进行淘汰赛。经过两天紧张激烈角逐，特发集团代表队荣获混合团体第五名好成绩，并荣获“最佳组织奖”。



集团员工邝秋生被罗湖区武装部评为2013年度优秀民兵干部

■ 邝秋生/集团办公室

2013年，集团办公室员工邝秋生，在上级统一部署下，按照突出重点，整合资源，规范组建的原则，对特发民兵和预备役人员进行优化整编组合，把保安员中政治觉悟高、身体素质好、军训技术过硬的退伍军人编进特发集团民兵应急分队。整合后的民兵、预备役人员都能以高标准、严要求来衡量自己，民兵干部队伍素质得到总体提高，圆满完成了上级赋予的各项工作任务，为集团的社会荣誉做出了贡献，被罗湖区武装部评为2013年度优秀民兵干部。



搭好桥、管好事、带好人 充分发挥办公室岗位作用

——对公司办公室工作角色定位的思考

■ 黄红/特发信息副总经理

2013年初我有幸加入特发信息管理团队，并分管办公室工作。办公室是企业总揽全局、协调各方的一个中枢部门，非常重要。办公室工作做得好与坏，员工是关键，但也与分管其工作的领导有密切的关系。这里，与大家一起分享我个人如何做好分管办公室工作，发挥办公室岗位作用的思考和感悟。

一、要善于“搭桥”，使办公室能做大事、挑大梁

办公室是企业的重要职能部门，其统筹协调作用对整个企业的运转至关重要。这不仅考验不办公室人员的综合素质能力，也考验分管领导“搭桥”的能力、协调处理事务和人际关系的能力。分管领导要提醒办公室人员避免被日常事务工作缠绕，全面周到地把各项工作梳理好，引导和督促办公室人员投入更多精力抓大事，当好企业的“大秘书”，使办公室真正成为企业领导信赖、放心的部门。

特发信息高层管理团队关系简单和谐，理念与行动高度一致。公司班子成员以职业人、专业人、事业人、学习人的心态共事，秉持客观公正的态度，重大经营管理决策程序和方法科学、民主的，事前调研、论证，充分沟通，以达到理念上的趋同。决策一经做出，大家同心协力，在执行上保持高度一致。

这为办公室统筹协调、当好参谋奠定了基础。特发信息办公室作为公司秘书部门，一线支撑、服务部门，经过多年的职业化运转，在公司经营管理总结报告、汇报材料、企业文化、形象品牌宣传、内刊工作等方面都承担了重要的作用，取得了积极的效果，是一个拥有良好作风和充足经验的团队。

我作为分管领导，在办公室文秘事务中更多的只需起到搭桥、把关和统筹的作用。如与公司领导、办公室负责人一块商议，提示文秘人员工作中应从哪些方面去思考，组织材料，并适时召集相关会议多方征求意见，集思广益；通过与公司领导和经营单位的沟通、组织调研，为公司决策提供有价值的信息和可供参考的思

路；在行政事务中，统筹协调有关人员调配，让他们腾出时间和精力专心工作，并在经费安排、车辆使用等方面给予协调，提供支持，使办公室更好地承担起企业“大秘书”的职责。

办公室工作基本局限在机关，时间一长难免出现创新意识不足、活力不够的情况。且随着公司的不断发展壮大，办公室的工作范畴越来越宽，领导对办公室的要求也相应提高，办公室经常需要从幕后走到前台，在更高层次上“辅佐”工作，做好更深层次的服务。此时，作为办公室分管领导，搭桥作用更突出，要让秘书人员多走出去，走出机关，加强对标学习，加深对市场、对企业的了解；提供更多机会掌握经营管



理信息，参加重要会议和活动，随同领导深入基层，更多地接触和了解实际情况，进一步开阔视野，积极为办公室人员提供锻炼成长的平台，以及参加一线工作的机会，使他们在实践中得到全面锻炼，提高组织协调能力和实际工作本领，为办公室更好地协调和“辅佐”领导工作打好基础，提高办公室工作的服务层次和水平。

二、要精于“管事”，使办公室服务工作细节更完美

许多人形容办公室就像“万金油”，工作环节多，繁杂、琐碎，因此容易在工作中形成忽视细节的现象。但办公室是企业的窗口、形象和面孔，是企业办公、办公、办事、办会的平台，处于承上启下、联系左右、协调各方的重要位置，细节的疏忽往往带来严重的后果。为了避免细节的失败，办公室的工作流程和制度的规范性十分重要。

特发信息各项管理制度、工作流程规范，监管机制丝丝入扣，制度完善、流程规范成为特发信息发展的有力保

证。特别是2013年公司定位“做实做强”，对生产、经营、管理各种制度流程作进一步优化，以适应市场及企业发展阶段的变化与需求。为此，办公室的工作要强调高效率。与政府机关、事业单位办公室相比，特发信息办公室人员在流程制度的落地和执行力方面做得并不突出。如有些工作事项无法在规定时间内完成，需要领导追问、推动，而不是自觉自发地去努力做好。

分管领导作为办公室团队的负责人，不仅要对公司工作负责，同时，作为公司高管团队成员，也要对企业负责。为此，分管领导应以高度的责任感和使命感来抓管理和带队伍，防止细节失误给企业带来损失；要求办公室人员既要有大局观念、协助公司高管团队统筹全局的工作意识，又要有强调细节的意识、周密的工作态度，凡事要以企业整体效益为中心。为此，分管领导首先要主导协调，建立和完善办公室各项工作制度体系，根据办公室工作职责和个人岗位职责，结合公司总体战略目标、工作重点和主要任务，细化分解到办公室，形成人人肩上有担子，每个岗位有责任的工作格局；其次是规范工作流程，使办公室各项工作实现规范化运作，对每件事情应该怎么干，达到什么标准，什么时候完成等都做出明确、具体的规定。如，制定和完善文件、信息报送、办公办会、后勤接待等方面的工作流程，明确工作程序，使办公室每个岗位、每项工作、每个环节都处于规范之中，做到有条不紊、高效运转。再次是办公室团队建设，选人用人不在数量在质量，不在多而在精。要知人善用，用人所长，按照每一位员工的特点和长处来定岗分工；要关注办公室人员的思想动态，关爱每一个人，帮助他们解决工作、生活中的实际困难，关心他们的成长，让他们看到前景，工作有奔头，从而真正把心思凝聚到事业上，把精力集中到工作上，把本领运用到搞好服务上。

三、要乐于“带人”，使办公室做实事、出实效

分管领导既是公司的管理者也是员工，要做好办公室分管领导，首先要成为出色的办公室工作领导者。特发信息办公室团队基本上以年轻人为主，年轻人善于学习，有干劲，但经验、能力等都有待提高。作为分管领导，更多的是要起到带好人的作用。要带好头勤于学习，在办公室形成学习氛围，让大家养成良好的学习习惯，通过学习达到知识积累和经验积累的目的，从而提高工作能力素质；要努力成为行家里手，成为令下属信服的业务权威；要组织办公室人员多走出去，学习内外部优秀企业的长处，提高创新意识，打造肯干事、能干成事的团队，不断提高办公室的战斗力，这样，分管办公室工作才能得心应手；要带头勤勉尽责，办公室接到任务，分管领导要在第一时间做出安排，善于思考，根据不同需求进行分析，为任务定好位，将工作任务进行分解，落实到具体责任人；重要工作事项最好自始至终参与其中，有的工作要亲自动手，大家一起合力将工作做好；要有宽阔的胸襟、容人的气度，把办公室人员当作亲密战友、知心朋友，做到思想统一、步调一致。

加入特发信息已近一年，作为一名职业人，企业利益高于一切。正如特发信息企业文化核心理念所倡导的“责任、效率、坚韧、开放”，以开放、学习、职业化的心态投入到本职工作中就是维护企业利益的最高表现。有句名言道：“什么是不平凡？就是把一件极平凡的事一直做下去，并且一直做好，这就叫不平凡”。办公室的闪光之处正是体现在把枯燥、复杂的点滴小事做出成绩。办公室分管领导要把自己视为办公室的一份子，安于平凡，做好平常事，在平凡中折射出闪光的价值！



追求精益化，提高管理效率

——下放办理员工调户权限案例的启示

■ 陈斯玮/集团人力资源部

2014年，集团将员工调户入深业务办理权限下发至各企业，由各企业自行办理所属员工的户口调入工作。本项工作虽然技术含量不高，基本都是程序化的步骤，但通过下放权限，可以缩短工作链条，大幅提高工作效率。事情虽小，却在一定程度上反映出我们日常工作中仍存在很多重复和不必要的管理，造成企业资源的浪费。此案例给我们工作带来启示，这里予以分析，与大家分享。

案例背景

自特发成立以来，为各企业非深户员工办理调户工作均由集团总部统一办理。在上世纪80、90年代，中国户籍制度管理严格，入户深圳门槛非常高，因此，办理调户成为集团人事管理的一项核心业务。时至今日，随着深圳入户条件的不断放宽，积分入户政策使员工调户越来越方便，企业在员工调户工作中的

影响和作用也越来越小。集团员工通过企业调户，主要有以下流程：首先，每年年初，各企业上报调户计划，经集团领导审批后，集团人力资源部统一立户；其次，申报员工自行登录网络系统录入个人信息，集团接收到信息后，通过系统提交到市人力资源和社会保障局（下称“人社局”）。待系统预审通过后，打印出材料清单和表格交给员工，由员工准备相关材料。收到员工材料后，集团人力资源部审核并盖章，报送至人社局；最后，人社局审批通过后，集团人力资源部负责领取员工调令并交至员工本人。至此，调户业务办理完结。在此过程中，集团人力资源部的作用基本上就像一个中介，只是对资料的合规性进行审核，做流程控制，没有审批权，最终能不能调入深圳，完全由人社局决定。而集团从企业一线员工到总部人员，每年有多达几十人需办理调户，且每个人准备资料的进程不同，集团人力资源部需频繁地在企业

和人社局之间做传话筒，有时候因个别员工的特殊情况，甚至要多次往人社局跑，耗费大量人力物力，严重影响工作效率。鉴于以上情况，经过多方面考虑，集团决定下放办理人员调户的权限，由各企业自行立户、办理相关业务。

案例分析

一、外部因素——政策的改变

最初，人员调户指标是由市政府分配给集团，然后由集团审批决定调户人选，再到政府相关部门办理调动手续。2001年，政策有所调整，新规定取消了给集团下达调户指标，改为由市政府总量控制，符合条件的人员都可以申请调户，但仍规定必须由集团统一办理相关业务。2007年，政策逐渐放宽，允许五类特殊人才可个人申请调户，其他人员仍由集团办理。2011年，市人社局推行工人积分入户制，同时放开个人申请调户的限制，企业办理人员调户不再是唯一的申请途径了。

二、内部因素——管理的要求

(一) 人力资源工作转型的需要。集团人力资源工作已由人事管理转变为人力资源管理，人事管理的下游业务逐渐减少。集团人力资源管理正在向战略性人力资源管理迈进，对所属企业来说，集团人力资源管理的主要功能定位于制订人力资源整体

策略和架构、指导和监督企业人力资源各个模块工作的管理和实施。相应地，集团人力资源部的主要职责也发生了根本性的改变，除了受政策因素限制必须由集团承担的业务外，传统的人事管理业务将逐步减少和放权，作为尝试，办理人员调户的业务首先列入放权对象。

(二) 缩短业务流程，提高工作效率。原有的业务流程因集团统一实施，从三级企业到二级企业再到集团，中间经过多道程序，链条过长，严重影响了调户的效率。因人员数量多，为避免浪费过多时间和精力，集团不可能每备齐一份资料就去人社局办一次，而是等一批一起去办，造成申请人等待时间过长，有的申请人因此意见较大。下放权限后，企业可以根据自身情况，灵活办理，大大缩短了办事流程，提高了工作效率，缩短了申请人等待时间，达到了企业和员工的双赢。

(三) 降低集团风险，避免劳动关系争议隐患。按照原有方式和流程，集团需代调和保管申请人的人事档案，在调档过程中，因集团对调入的一线员工不熟悉，可能会出现档案张冠李戴、邮寄过程中丢失、档案被拆封、档案内容被更换或遗失等风险，给集团带来一定的劳动关系争议风险和隐患。下放权限给企业，可以有效地避免和规避部分风险。

启示

注意追求精益化。精益企业的概念始创于丰田公司，其核心是在企业的管理、生产环节及其它营运活动中，彻底消灭在投入资源和时间上的浪费现象。通过本次下放调户业务权限工作，我们不难看出：作为业务管理人员，在日常管理工作中，应始终保持创新意识，不断优化流程、提高管理效率。虽然这是管理工作中的一件小事，却从另一个角度提醒我们：只要在工作中勤于思考、勇于创新，通过改进和调整，不仅可以减少业务管理人员不必要的工作任务，而且可以大幅提高工作效率，提高员工的满意度，从而实现企业、业务管理人员和员工三方共赢。完成工作是结果，但不是终点，外部的环境在不断变化，公司需求也在不断改变，我们每个人只有在工作中深入思考、善于总结，才能不断提高工作质量和效率，创造提升自我价值的更大空间，从而真正实现职业化的发展目标。☺

收益管理和网络营销学习心得

■ 邱利兰、邝小清、陈丽/特发小梅沙旅游中心

2013年11月16至19日，公司派我和邝小清、陈丽参加了由中国饭店管理培训中心和北京华虹酒店管理有限公司主办的“精准营销促进酒店收入最大化——新形势下的收益管理实战、网络营销优化、新销售模式高级研修班”，通过4天紧张的学习，我们对收益管理及网络营销有了进一步的认识。

收益管理是一种现代科学管理方法，它综合运用微观经济、企业管理、数理统计、数学优化等知识，在准确地预测未来顾客需求和产品供给趋势的情况下，以持续增长企业经济收益为目标，合理制订最佳产品价格，并动态地调控新产品以满足顾客的需求。简单地说，收益管理是一种指导企业如何在合适的时间和时段以合适的价格把合适的产品通过合适的渠道卖给合适的顾客的科学管理方法。它起源于20世纪90年代，美国酒店行业在全世界率先

开发并使用收益管理系统。

收益管理涵盖以下5个要素：(一) 产品：产品定位、品牌建设、产品特性、种类、数量、不同产品的价格差异；(二) 时间：预订进度、预订时间、住店日期、停留天数；(三) 价格：价格结构、价格组合、价格政策、季节价、建立在供求变化基础上的动态订价；(四) 销售渠道：直接和间接销售渠道的管理、控制和优化组合；(五) 顾客(市场)：目标市场、市场定位、细分市场、细分市场的优化组合。

收益管理实施的几个基本方法：

一预测。对市场需求预测：预测酒店的生意在某一时期内(一星期或一个月以上)的住房率、平均房价和客房收入等，了解竞争对手的房价策略和本酒店的客房库存，使得酒店管理者们对今后的市



场变化有个较为清晰的认识，并及时调整酒店的销售策略和价格，以最大化酒店的收入。

两分析。（一）消费者行为模式分析：哪些客人经常光顾酒店？这些客人的消费习惯和爱好？他们光顾酒店的原因？订房的渠道、需求变化和住宿时间等？通过这些分析，了解消费者的意向和需求，就可以多为顾客创造新的认知价值，提高顾客的满意度和忠诚度。（二）市场竞争分析：通过实地考察、网站查询、同行介绍与电话暗访等方式了解本酒店周边竞争对手的状况，寻找本酒店与其他酒店的差异点，以客观的角度评估本酒店与周边其他酒店在产品与服务方面的优势和劣势、存在哪些机会和威胁，做到知己知彼，从而在与客户沟通时扬长避短，并做出正确的市场定位以及合理的销售价格体系。

四个化。（一）产品差异化：即不同的客房类型、设计风格、服务功能、服务特色等来突出产品的卖点。（二）市场细分化：即通过将酒店市场详细划分为上门散客、第三方网站、公司或政

府协议客、旅行社散客、会议团体、旅行社团体、长住客、会员卡客户、特殊推广价、免费房等来对酒店进行市场定位。（三）价格差异化：即不同类型的客房的价格差异应该是多大？节假日或特殊日期的价格该如何控制？也就是价格与市场之间的关系。定价及其管理是调节一家酒店盈利能力的最直接的杠杆，建立在收益管理基础上的一些定价方法，如实时竞标定价、浮动定价、竞争定价等则通过对市场的细分和有效的控制使得价格杠杆的功能发挥到极至。

（四）销售渠道细分化：即通过酒店官网、第三方预订网站、旅行社、酒店销售部、酒店前台、机构客户差旅管理系统等不同的渠道来对酒店进行促销。

通过对网络营销的学习，结合小梅沙旅游中心实际，我们认识到网络营销是提升酒店的品牌、知名度以及扩大消费群体的有效方法。为此，今后要做好官网直销工作，首要问题是要优化酒店的官网，包括预订系统的简易操作、会员的加入，以及官网预订优惠及会员的优惠措施等，从会员中开发忠诚客户。

除了要做好直销，还要积极开发分销商，充分重视和做好网络客户的点评回复，并从中汲取合理化建议改进不足之处。

除此之外，为了提高出租率，提升单房价值，建议在旺季阶段，在预订满房的情况下，实行超预订，以抵御由于既未交定金又未取消预订而造成酒店房间空置的风险；在淡季，可以在适当的时间推出特价活动，在不影响酒店品牌的情况下来提高入住率。

通过4天的学习，我们深深认识到学无止境，市场是无情的，我们只有不断学习新的专业知识和技能，并学以致用，才能立于不败之地，才能达到收益管理要达到的最终目的：最大限度利用酒店的资源和生产能力，防止空置浪费，最大限度提高销售量和销售价格，从而最大限度提高销售收入，提高酒店总体收益，提高酒店市场占有率。这些都离不开系统的学习、科学管理工具的运用，以及一个优秀的收益管理团队的团结合作、开拓进取、努力奉献。☺



特发信息举办“销售人员技能与素养”主题培训

■ 郭秋来/特发信息公司人力资源部



2月8日至9日，特发信息公司在科兴科学园大会议室组织开展“销售人员技能与素养”主题培训，公司各经营单位总经理及相关负责人和销售人员共计147人参加培训。特发信息领导班子出席培训会，和各经营单位销售系统同事一起认真听课。培训由特发信息公司人力资源部组织。

首先，特发信息王宝董事长在培训会上分享心得体会，并对学员提出学习期望与要求。

随后，来自益策学习机构的王践和深度咨询机构的丁远峙两位拥有丰富实战经验的老师分别授课。培训前王践老

师在年前通过人力资源部收集了相对具有代表性的销售案例，运用角色模拟和案例，现场与学员互动，分析讲解案例的得与失、利与弊，并针对案例实际情形，提出改进方案建议，详实讲解实用的知识和操作流程。丁远峙老师在2013年与特发信息合作进行了长达一年的企业文化建设项目咨询诊断，基于对信息的了解，通过大量的标杆企业文化案例，从文化角度诠释了销售人员应具有的心态、素质与能力，提出了企业成功的模式，揭示了管理的真谛。两位老师课程内容不同，授课风格各具特色，但目的一致，即通过知识与经验的分享，

提升学员对课程的内容理解，使学员能够最大限度地吸收并用于实际工作中。

值得一提的是，这次培训，公司各单位销售部门安排人员撰写教学案例，充实教学素材，为培训提供了学习参考。

培训学习长知识、增才干，是人生成长进步的基础和阶梯，也是修养提高的过程。一年一度的销售人员培训，已经成为特发信息公司的传统学习项目，有利于公司学习型企业的建设。☺



特力物业组队到天安数码城 和为坂田园区参观学习

■ 陈伊丽/特力物业公司

3月7日和11日，特力物业公司董事长方志东、总经理林淡何带队，组织相关中层管理干部先后到天安数码城和为坂田园区参观学习，了解高端产业园区的物业管理模式，学习先进的管理技术。

3月7日，参观由天安物业公司管理的深圳天安数码城、龙岗天安数码城。通过座谈和学习，我们了解到该物业管理公司通过智能化和互联网管理技术，实现了园区设备自动化、园区安防自动化、园区消防自动化、园区信息自动化、园区办公自动化，搭建了智能化的大平台，让所有客户的需求都能在线上满足，节省了客户的时间，形成了高效管理模式。龙岗天安数码城专门为

客户定制的产品展厅和园区内企业荣誉墙，给我们留下了很深的印象，荣誉墙记载了天安物业与园区业主共同成长的历程，让我们亲眼目睹了天安数码产业园5星级服务运营体系和5A级智能化管理水平，深刻感受到天安物业的企业文化、服务理念以及一流的智能化管理技术，让我们增长了见识，受到了启发。

3月11日，参观特发物业管理的华为坂田园区。参观整个园区后，我们感受到华为成为全球知名品牌企业绝非偶然。华为不仅重视自己的品牌建设，对所有提供服务的第三方也有着严格的监管机制。例如：为保证特发物业的服务质量，华为公司专门成立了一个物业监督团队，定期或不定期对服务质量进

行检查和评估，每半年要提出近千条管理改进意见，促使特发物业能持续用最专业的团队、最精细的服务为华为提供高品质的物业管理服务，真正实现了“超越期望、创造惊喜”的服务理念。

通过两天的参观学习，我们对高端产业园区的管理模式有了一定的认识 and 了解，同时也增强了紧迫感和危机意识。我们清醒地认识到，打破常规，创新服务，为业主提供便利、优质的服务是企业发展和壮大的基础。下一步，我们将通过不断学习、借鉴优秀企业的成功经验，不断提升服务水平，并尽快拿出更科学、更人性化，符合特力——吉盟黄金首饰产业园发展的服务方案，为特力经营转型做出积极贡献。

海龟岛引进新兴极限运动，“忍者神龟”来助兴

■ 柳雯文 李军/特发小梅沙旅游中心

特发小梅沙海洋世界引进新兴极限运动“快乐海龟蹦床攀墙”表演秀，打造快乐、刺激、酷爽的海滨度假新体验。

“蹦床攀墙” 维基百科上都没有记录的新名词

小梅沙海洋世界自引进“快乐海龟极限蹦床攀墙”表演第一天起便吸引了大批游客到场观看，表演开始前20分钟，表演场地周围就围满了游客，每天3场的表演远远不能满足游客的需求。

3名来自乌克兰的帅小伙，换上了经典的忍者龟表演服，只见他们从四五米高的表演墙上跳下，

背部向下落到蹦床中间，利用反弹力蹦到空中，完成一连串的转体动作后稳稳站回到墙头，或在墙面上再蹬上一脚，回落到蹦床循环开始下一个动作。

作为这项运动的先驱者和表演者的安德烈介绍说，他们业内人把这种运动又称作“墙蹦床 (wall trampoline)”，现在维基百科上都还没有这个新名词的词条，但这并不妨碍他们这些弹跳人一步步把它介绍给全世界。

敢于叫板世界蹦床冠军的乌克兰小伙

“这不仅仅是一项极限杂技表演，它同时还是一种有待创造完善的全新运动，未来它甚至可能被



选入奥运会！”表演者之一的安东说道。他认真的语气引起了他的乌克兰老乡们——海洋世界另一项经典极限表演节目极限跳水的几个表演者的笑声。

有人会问，蹦床攀墙不就是蹦床项目的一个变种吗？“玩传统蹦床就像是参军当了兵，一切动作都规定得非常严格，什么都要按部就班来做。”蹦床攀墙玩家安东说，“墙蹦床会有更大的自由发挥空间，想怎么做就怎么做，这就是为什么我爱这种运动。”

感受在墙上垂直行走的乐趣

工作人员介绍到，有时候演员在练习的时候，自由飞翔的极限高度甚至能超过9米，与地心引力抗衡，在墙上垂直行走，这种感觉，台下的观众就算

只是看在眼里，内心都会无比激动。小梅沙海洋世界相信这是所有年轻人甚至孩子都向往并追求的感觉，所以墙蹦床攀墙很快就会像跑酷一样在全球流行起来。

也正因此，3个有着向世界推广墙蹦床梦想的乌克兰小伙，不远万里来到深圳特发小梅沙海洋世界，用他们的话说是“是为了借特发小梅沙海洋世界的高人气，希望吸引更多的人关注或者加入墙蹦床这项运动中来。”

现在，3个乌克兰小伙俨然已经成了小梅沙海洋世界近期风头最猛的明星，场场爆满的表演，让他们感受到了游客们的热情和对蹦床攀墙这项运动的喜爱。



聚集经营



01

创新机制竞聘上岗，公开选拔激发活力——2014年特发信息中层管理岗位内部竞聘圆满结束等两则

本着发现人才重视人才，为员工提供更好、更合理施展空间和平台的理念，2月28日，特发信息公司举行中层管理干部岗位内部竞聘会，共有28位竞聘人员分别角逐11个中层管理岗位。公司领导班子及经营单位负责人担任评委，并负责竞聘表决投票。竞聘会由公司副总经理、竞聘办公室主任程鹏主持。经过精心组织，公开、公平、公正评判，内部竞聘活动圆满结束。

这是一场知识、经验和心理素质等多方面的综合较量，竞聘会历时近12个小时，气氛紧张而又热烈，高潮迭起，表现突出者有之，扼腕叹息者亦有之。本次岗位竞聘，对员工的观念和行为产生了较大的冲击，促使员工观念转变，增强危机感和紧迫感，也为员工提供了一个认识自己和参与竞争的机会。

另：2月20日，特发信息高管团队在18楼3号会议室观看了北邮励志会及辽宁移动总经理学术报告视频。报告首先是北邮自动化学院励志会的颁奖仪式；其次，辽宁移动高步文总经理针对通信发展历程及未来趋势做了学术报告，最后我司光缆事业部副总经理刘涛讲话，指出特发信息在未来将继续尽自己绵薄之力，为国家纤缆行业和企业培养人才，同时感谢北京邮电大学一直以来对我司在技术改进、技术研发上面的支持。此次报告让特发信息进一步了解客户的业务发展需求及趋势，为公司商业模式探讨提供了参考依据。

(姚炜林/特发信息基建开发部)

02

打造统一平台，寻求战略转型——特发信息公司成立经营管理部等两则

依据特发信息战略规划，打造公司统一的营销平台、运营协调平台、采购管理平台，强化战略执行能力，有效督导经营目标的分解和执行，控制经营成本，提升盈利水平，促进公司可持续发展，特发信息于3月正式成立了经营管理部，原光缆事业部总经理陆秉义担任经营管理部经理。经营管理部的成立，是特发信

聚集经营



息在战略转型的道路上所迈出的一大步，希望在经营管理部的带领下，特发信息在市场、品牌、企业管理等方面有进一步的提升。

另：为推动档案项目开展，提升、规范公司档案管理专业水平，3月5日，特发信息办公室组织档案管理业务培训，由公司档案整理项目外协单位顾问对档案基本概论、文书档案及会计档案的整理等知识进行专业培训，得到公司各职能部门和经营单位的大力支持，共派出文秘档案管理相关人员54参训，是近年来特发信息文秘系统规模最大的一次业务专项培训。特发信息于2014年启动档案项目。此次培训不仅仅是文书及会计等档案的整理，更为公司电子化打好了铺垫。

(伍俐洁/特发信息办公室)

03

多措并举增效降本，全面革新经营管理



2013年特发信息电力光缆事业部通过材料替换、工艺改进、设备提速、短废利用等方式全年节约成本显著；随着TPM项目的启动、全体主管竞聘上岗的开展以及计件工资制度的实施，管理更加科学、设备更加稳定、效率大幅提高，ADSS和OPGW在第四季度均创下历史产量记录，先后突破一百公里大关。

2014年重庆特发信息光缆有限公司在革新经营管理上也不遗余力，分别建立了质量分析制度、加强了安全知识教育、规范了生产现场的管理行为、制定安保工作细则及行为规范，基本形成了统一领导、部门分管、员工参与的安全生产管理体制和运行机制。

(吴龙辉、杨小琳/特发信息公司)

04

特力房地产物业事业部组队到“中国玉都”阳美考察调研

为进一步了解珠宝产业发展状况，探索“特力水贝珠宝大厦”运营模式，3月20日，特力房地产物业事业部



组队到享有“中国玉都”美誉的广东省揭阳市阳美学习、调研，了解以“天下玉、揭阳工”著称的阳美的经营模式。近年来，凭着玉雕技艺的百年传承和诚实传统的长期坚守，揭阳市已成功把国家非物质遗产做成了玉器大产业，阳美玉都已成为中国高端翡翠生产和销售的重要基地，翡翠交易额已占全国7成以上，是揭阳市特色经济的一大亮点。阳美通过特色玉器产业，将经济发展和玉文化紧密结合，把阳美成功打造成“中国玉都”的经营理念和经营模式是这次考察学习的重点。通过参观学习，特力房地产物业事业部人员对玉器产业的各个环节、玉器市场的经营模式和玉器生产的各种工艺有了进一步的了解和认识，为“特力水贝珠宝大厦”的运营工作以及特力经营模式转型积累了经验。

(黄建清/特力房地产物业事业部)

05

特力物业两个管理处被评为2013年度翠竹辖区治安防范先进集体

1月9日，罗湖区翠竹派出所在水



贝保大厦7楼召开2013年度翠竹辖区治安、消防工作总结暨表彰大会，特力物业公司水贝管理处、贝丽花园管理处分别被评为“2013年度治安防范先进集体”，秩序维护队队员曹武光、黄家荣被评为治安防范先进个人。

(曹武光、周明明/特力物业水贝管理处)

06

特发黎明镒清公司组织开展实操集中培训

为提高公司生产技术及售后人员的专业能力和综合素质，规范员工操作行为，自今年1月份开始，特发黎明镒清公司陆续开展了一系列实操集中培训。公司在内部举办的技术培训之外，



还定期邀请阿达尼及相关领域技术专家，采用理论教学和现场教学相结合的形式授课，使公司员工能够直接与技术专家面对面交流、对话，对公司产品的科技创新和竞争力有更深入的理解。公司采取卷面考试及随机操作考核等方式对培训效果进行抽查。经过一段时间的实操培训，在总结经验、交流讨论的基础上，已经形成了从理论到实训整套的培训流程。

(张志彬/特发黎明镒清公司)

07

特发黎明睿华公司“依特佳”产品欧洲展受亲睐

在2月16-20日于德国杜塞尔多夫举办的全球最具规模和影响力零售业、展装业博览会(Euroshop)上，特发黎明睿华电子公司“依特佳eGuard”声磁系统、射频系统、RFID数码产品保护、客流量统计等系列产品受客人亲睐。此展会每3年举办一届，众多来自德国及欧洲其他国家



的展台设计在这里相聚，个个都极具匠心。17个展馆分为商业自动化、安全及IT、商业设备及设施、商业空间设计及展示设备、视觉营销、卖点营销及促销技术4个主题区。蓉华公司“依特佳eGuard”系列电子防盗产品在6号馆商业零售安全系统，与先讯美资、WG、CheckPoint等国际品牌同台展出。蓉华电子是国内最早从事EAS产品设计研发、生产和销售一体的公司，这次展会也给欧洲客人带来不少惊喜。

(肖攀/特发黎明蓉华公司)

08

特发小梅沙旅游中心积极应对一线普工招工难问题等两则

特发小梅沙旅游中心积极采取措施应对广东省普遍存在的“招工难、用工难”问题：一、加强人文关怀：为所有刚入职新员工建立完善的培训体系，解决他们生活和工作中遇到的实际困难。二、提高工资待遇水平：公司已完



成华远顾问咨询公司根据中心实际情况制定的薪酬改革方案，结合企业的战略和发展，系统科学地对公司现有部门及职位、绩效、管理体系和薪酬体系进行梳理、完善和实施，全面提高和改善员工的福利待遇，调动员工的积极性。2014年开年到3月20日，已从各渠道招聘入职员工50人，基本满足了各部门的岗位需求。

另：近日，盐田区节能工作领导小组对区内多家单位2013年度公共机构节能工作进行考核，特发小梅沙海洋世界因在节能工作中组织机构健全，宣传广泛，工作成绩突出，荣获盐田区2013年度节能工作先进单位荣誉称号，刘泽奇荣获先进个人荣誉称号。

(顾燕/特发小梅沙旅游中心)

09

特发小梅沙大酒店开展“倾听员工好声音”活动等两则

酒店一线员工最清楚客人不满意什么，酒店管理存在哪些漏洞，有哪些



安全隐患需要马上解决，以及解决问题的办法是什么，倾听一线员工对经营管理工作的真实看法，鼓励他们提出建设性意见和具有可操作性合理化建议，才能对症下药，解决问题。小梅沙大酒店2014年开展“倾听员工好声音”活动。通过管理层和每一位员工面谈、总经理信箱、电子邮件、微信群等不同渠道广泛收集员工合理化建议，对被采纳的好点子、好建议给予精神和物质上的奖励，并作为评选年度优秀员工的依据之一，以此让员工参与到管理中来，消灭管理盲区，进一步提升服务品质。

另：特发小梅沙旅游中心财务接入集团财务部金蝶EAS财务信息化系统，现已正式运行。利用该平台，除了完成正常会计核算，更可在其数据库的支持下利用更多功能模块，为决策管理、风险控制、成本控制、KPI考核等方面提供更快捷的信息支持。

(于秦川、程华菊/特发小梅沙旅游中心)



10

特发物业成都、北京分公司获华为成都、北京行政分部多项表彰

2月28日，在华为成都行政分部召开的“2013年度成都行政服务供应商表彰大会”上，特发物业成都分公司在膳食、班车、环境等20家供应商中，共荣获15个奖项，获奖比例高达50%以上，分公司经理李林获得成都行政服务供应商优秀经理，成都分公司核心管理团队更是获得其中唯一的一个最佳管理团队奖。同时，分公司客服经理李应娇和安全经理鲜锐分别代表年度标兵和优秀团队进行事迹分享。

同日，在华为公司北京行政分部召开的供应商表彰大会上，特发物业北京分公司华为项目部、中海项目团队、华为大厦设施部分别获得2013年度“最佳贡献团队奖”、“最佳活动组织团队奖”、“最佳服务班级奖”，张道祥等人被授予“优秀员工奖”。

(崔雪、桂晓锋/特发物业管理公司)



11

及时行动防暴恐，高效管理保安全——特发物业成都分公司及时反应，迅速行动，全面保障业主安全

3月1日昆明火车站发生令人发指的暴力恐怖案件（简称暴恐案），造成29死143伤。特发物业成都分公司闻讯立即展开行动，暴恐案当天分公司核心管理团队紧急制定防暴恐预案。第二天，分公司立刻向华为成都行政分部报备并得到全力支持，华为成都行政分部随即申购防暴恐专业装备，当天便得到华为内服部批示，并向全国华为基地推广成都基地的做法。成都分公司以最快速度组织反恐恐怖袭击联合演习、马不停蹄地开展安保人员培训，并加强对基地内外的巡逻力度，在上下班早晚高峰、夜晚基地周界及重点区域分别增加或增设巡逻人员，全面保障华为成都基地的安全，得到华为成都行政部充分肯定。

(崔雪/特发物业管理公司)

聚集经营

政策动态

▣ 新建商品房需配建养老设施

住房城乡建设部、民政部等部门联合印发《关于加强养老服务设施规划建设工作的通知》，明确新建商品房需配建养老服务设施等系列要求，包括：凡新建商品房小区，必须按人均用地不小于0.1平方米的标准，配套建设养老服务设施，并与住宅同步规划、同步建设、同步交付使用。同时，单独建设的养老服务设施，应单独供地，并办理土地使用权证等。根据国务院发布的数据，2012年底我国60周岁以上老年人口已达1.94亿，2020年将达到2.43亿，2025年将突破3亿。

▣ 深圳企业或单位住房要按条件免征房产税

近日，财政部、国家税务总局发布《关于企业和自收自支事业单位向职工出租的单位自有住房房产税和营业税政策的通知》规定，按照公有住房管理或纳入县级以上政府廉租住房管理的单位自有住房，暂免征收房产税、营业税。

针对这个政策，深圳市地税局提示，企业和自收自支事业单位按照政府规定价格向职工出租的单位自有住房，但未纳入公有住房管理或政府廉租住房管理的，将不符合免税条件，应按规定缴纳房产税、营业税。

▣ 住建部解答双向调控：一线城市将继续限购

3月6日，住建部副部长齐骥对两会政策的“楼市双向调控”给出解释，所谓“双向调控”可称分类指导，即对一线城市继续增加供应，抑制、遏制投资投机性需求，限购政策不退出。而对于库存量比较大的城市，要控制供地结构、供应结构。其解释，所谓高库存是指库存量高于月销售量的12-15倍。

▣ 不动产统一登记条例6月出台

国土资源部部长姜大明3月10日接受采访时表示，今年要建立不动产部际联席制度，编制统一调剂，6月出台不动产统一登记条例。他表示，不动产统一登记是落实2007年出台的《物权法》，把分散在有关部门的登记，以土地为核心，统一登记。国土部将协调有关部门建立部际联席会议制度，加快组建不动产登记局，开展不动产统一登记。

▣ 共有产权住房将纳入保障房管理体系

两会期间，住建部副部长仇保兴表示，今后要增加中小套型商品房和共有产权住房供应，一个是要解决中间层、低收入阶层的住房问题；另一方面也可以缓解地方政府的资金压力，扩大民众参与度。据其透露，“共有产权住房”将先纳入现行的保障房体系管理，此后将作为市场主体来供应。

楼市焦点

▣ 深圳前海：今年计划卖地25万平方米

今年前海计划再公开出让产业用地10多宗，占地面积达25万平方米，建筑面积达260万平方米，前海将力争实现每季度都有一批产业项目开工建设，新开工建筑面积400万平方米。深圳市建筑工务署将与前海管理局成立前海市政基础设施建设指挥部，加快基建进度。

▣ 深首套房贷利率最高上浮20%，兴业银行停办房地产融资业务

兴业银行2月24日发布公告称，3月底前出台新的房地产授信业务管理政策。在此之前，暂缓办理部分房地产新增授信业务，停办房地产夹层融资业务。2月中旬后，建行、中行、浦发、招行再度上调首套房贷款利率，上浮幅度在5%左右。广发银行首套房贷款利率上浮20%，高于其他银行利率水平。

▣ 万科进军曼哈顿，加大在美投资

美国当地时间2月25日，由万科集团、美国知名地产商RFR、Hines携手开发的纽约曼哈顿610 Lexington Avenue(列克星敦大道610号)项目举行动工典礼。项目位于纽约曼哈顿中城区，楼高200余米，共61层，包括3万平方米的高级公寓和首层商铺。王石表示，与成熟国际发展商合作学习成熟市场经验、平衡市场风险和为万科客户海外提供产品及服务，是万科海外投资的三点策略。

▣ 万科以17.66亿元竞得龙岗地块，2年内不开工将收回

2014年2月27日，深圳市今年最大一块商业用地G01003-0024由深圳万科以底价17.66亿元成功竞得。该地块位于龙岗龙城街道，土地面积为66643.5平方米，总建筑面积约25万平方米，起拍价为17.66亿元，为公共绿地和商业用地，土地使用年限为40年，两年内若不开工，政府将以成交价收回。该地块是今年深圳已经出让的含商业性质用地中占地面积最大的一块。

▣ 龙华新区8座公园年内将完工

今年，龙华新区规划新建8座社区公园，分别为书香小学街心公园、简上街心公园、福茂新村社区公园、民清路街心公园、清湖公园、同富裕社区公园、新围村沿河社区公园、白龙社区公园，建设内容主要包括广场铺装、休闲亭、廊架、坐凳、绿化等。按规划，明年新区有望实现市民出门2公里内有社区公园，5公里内有综合公园，10公里内有森林(郊野)公园，公园服务半径覆盖率达到特区一体化水平。

☐ 旅游电商“门票大战”倒逼景区服务转型

景区门票，现阶段中国式旅游中最核心的旅游要素之一，以其为焦点可以实现和其他旅游要素的对接组合，被认为是继酒店、机票之后，旅游产业链中最有发展潜力的一个领域，也是目前在线率最低的一个领域。在旅游市场散客化、移动化两大趋势下，门票电商平台作为连接游客和景区的桥梁，亦是被市场垂涎的蛋糕，也是景区思维转变的一个契机。

☐ 推广香港不同地区的景点，避免旅客过分集中于传统旺区

香港特区政府全面评估了香港承受及接待旅客的能力，评估范畴包括口岸处理能力、旅游设施容量、酒店接待能力、公共交通网络载客能力、社会民生影响及经济影响等方面。港府会透过加强宣传推广香港不同地区的景点，为旅客提供更多选择，希望有助避免旅客过分集中于传统旺区。

☐ 中法建交50周年，2014年法国旅游主题推广发布会在京举办

日前，值中法建交50周年之际，2014年法国旅游主题推广发布会在北京举行。

中国公民的赴法短期签证申请自递交材料之日起在48小时之内受理完毕；取消领事区限制，申请人可以在中国境内的任意法国总领事馆递交签证申请材料；不再需要翻译所有文件：只需将工作证明翻译成英文或法文；对于经常赴法的游客，领事部扩大了一年至五年有效期的短期签证发放范围。这些新措施将方便更多中国公民赴法，2013年，赴法中国公民达140万人，并希望今年欢迎更多中国公民赴法旅游。

☐ 肯尼亚旅游局成功举办2014年中国路演

3月17日，肯尼亚旅游局2014年中国路演于上周五圆满落幕。此次路演为期一周，分别在北京、上海、成都、广州巡回开展推介会以及商务洽谈会，深度推广了肯尼亚多样化的旅游资源，为肯尼亚旅游合作伙伴和国内旅业同仁搭建了良好有效的沟通平台，以进一步促进肯尼亚旅游。肯尼亚驻华大使更是受邀亲临现场致开幕词并开启路演。大使对中国市场提出极高的期望，鼓励国内的旅业同仁发展更多的肯尼亚旅游产品，以带领更多中国游客去往“非洲之心”肯尼亚体验纯正的非洲风光以及非洲文化。

☐ 中国国家文物局将支持抗日战争历史遗迹申遗

中国国家文物局14日在北京宣布，具备条件的抗日战争历史遗迹将在9月前对公众全部开放。同时，文物保护与考古司副司长陆琼还透露将支持抗日战争历史遗迹申请世界文化遗产。中国国家文物局在要求具备条件的抗日战争历史遗迹在9月前全部对公众开放之余，还要求各地认真做好抗战文物的保护研究整理和价值发掘。作为反映日军侵华和中华民族反抗外来侵略取得完全胜利的相关全国重点文物保护单位和一级博物馆，要着力建设成地方及全国抗战史研究的中心。



仁孚特力员工参加 “2014城市乐跑赛” 活动等两则

仁孚特力员工参加“2014城市乐跑赛”活动

关注员工身心健康，工作、健康“两不误、两促进”，是仁孚特力汽车公司企业文化建设的重要组成部分。

2月28日下午，深圳湾F1赛艇基地成了欢乐的海洋，2014年“城市乐跑赛”首站在这里举行，吸引了来自189家企事业单位逾12000名城市白领参与5公里乐跑赛活动。本次赛事是以“跑出快乐、跑出健康、跑出友谊”为宗旨，联合各城市有影响力企事业单位参与的非商业性、无冠名、不以竞技为目的的全民健身活动。

仁孚特力副总经理李春秀、郑桂香及30名员工参加了此次乐跑赛活动。活动中，仁孚特力员工团结一致，互帮互助，顺利完成了5公里的赛程，展示出了团队的良好精神风貌，最终获得“优秀组织奖”。

乐跑赛强调“乐”而非“赛”，平时因为“忙”、“缺觉”、“怕运动受伤”而没有运动习惯的员工，通过参加活动既感受到了运动带来的快乐，又增强了企业凝聚力。

(陈浩鹏/仁孚特力汽车公司)



深圳仁孚特力举办公司成立20周年员工答谢会

2013年12月20日晚，深圳仁孚特力“20年你我同行，明天再携手共进”公司成立20周年员工答谢会在别致的手印签到仪式中拉开序幕。公司二手车展厅内布置得如蓝色海洋般温馨，全体员工欢聚一堂，共同见证公司20年的辉煌。

在答谢会现场，公司总经理湛伟业致辞，对全体员工表示衷心感谢，并分析公司目前形势及对未来展望，随后播放了公司成立20周年纪念短片，短短20分钟，浓缩了公司和员工们一路成长的点滴历程。

自助餐开始后，在享受自助美食的同时，各部门同事们送上精心准备的表演：后勤部带来的劲舞《gentleman》，瞬间点燃了全场气氛；售后部门独具岭南特色的粤曲《夜送别》，笙歌妙韵不绝于耳，惹得全场笑声连连；掌声不断的当属销售部门自创的小品表演；来自龙岗分公司的华尔兹舞蹈，则显得高雅多姿。接下来是颁发长期服务奖环节，由公司副总李春秀、郑桂香为5-10年的长期服务员工颁奖。员工真诚的获奖感言感动了全场，将现场气氛推向高潮。

“我们是相亲相爱的一家人，有福就该同享，有难必然同当”，正是公司成立20年来的真实写照，答谢会在公司领导层为全体员工带来的大合唱《相亲相爱》中落下帷幕。

(黄凯雅/仁孚特力汽车公司)



勇于挑战自己 ——参加深圳国际马拉松有感

■ 李昊/特发信息电力光缆事业部

去年9月份，在微博上无意间发现了一则消息，内容是12月份在深圳将举行一场国际马拉松赛事，当时就被吸引了，进到官方主页，开始了解具体信息。

这次马拉松比赛是由中国田径协会、深圳市政府主办，市文体旅游局和安琪体育营销公司联合承办的一项全民参与的国际性赛事。共有3个比赛项目，分别为马拉松（42.195公里）、半程马拉松（21.0975公里）和6公里。看到这3个项目，报名参加哪个让我犹豫了很久。

回想起大学时代，在田径队的日子。我的专项是800米和1500米，平时最主要训练的是爆发力，就算是大运会前的集训，每天热身标准赛道10圈我都跑不下来，一年一次的万米越野，我也是队里面扯后腿的，可以说，长跑我不行。但是，定向越野我很行，因为它是跑跑停停，是在寻找点标的过程中行进的，基本都是短程爆发加暂时休整。基于这个原因，我想，跑吧，实在不行就走一会再继续跑，坚持下来

就行。所以决定报名，但是时不我待，报名的时候全程和半程都没有名额了，只好报了6公里跑。

步入工作后，很多人都很少运动了，但是在特发信息电力光缆公司，运动氛围很浓厚，每晚都有人打篮球，星期二、四有羽毛球，星期一、三有足球，我也因此爱好上了足球这项运动。电力光缆高手很多，他们都很热情地教我球技，每次踢球都会听到中肯的指导 and “昊子，现在可以啊”的称赞，可能这就是我热爱上足球的原因之一。由于要跑马拉松，所以坚持踢足球，其余时间进行适当的长跑，有时候在园区，有时候去街道。时间一天天过，对自己也越来越有信心，随时准备迎战。

随着天气转凉，12月8日的比赛如期而至。由于7点10分开跑，所以到达现场的时候天还未亮，安检进场后，到处都是穿着橘黄色上衣的参赛选手，男女老少，人声鼎沸。打理好随身物品，就去6公里起跑线热身了，同时目光也在寻觅，找一个看起来专业的



人，起跑后可以跟着他的频率和节奏。最后找到了一个很年轻，个头和我差不多，穿着“南头中学”田径服的小伙子，凑上前问道：“朋友，练过吗？”他说：“高中的时候练400米的”。我说：“好的，跑起来后就跟着你了”。

发令枪声在7点10分准时响起，1万人一起奔跑的场面想想就壮观，让人联想到抗战时期吹起冲锋号后，八路军冲锋的场景。一开始的5分钟都是人挤人的，要不停地变换方向才能跑到前面，我就这样一直跟着那个小伙子向前跑着，速度相对快一点。全程马拉松的选手号码以1开头，半程是2，6公里是3，我们在跑的过程中不停地超越1和2开头的，跑到第一个饮水处时，停下喝水，就听到有人说你们6公里的怎么还没有折返，顿时就蒙了。知道有折返点，但是在路途中问服务人员，他们都说在前面，之后又找到旁边的裁判员咨询了一下，得到的结果是继续向前跑。看到后面还有陆陆续续未折返的选手，都停下来咨询，我俩也不假思索，继续跑了下去。当时有很多人，都喊“跑半程吧”。那种激情瞬间就被点燃了，我们也觉得可以，当跑到7公里的时候，被裁判员拦住，说从这里折返，只好转头变道跑下去。到达终点时，6公里的录取时间已经过了。看到每个人戴着铜色的奖牌，露出欣喜的笑容，我们也很着急，咨询了一下，是每一个参赛选手

都有一个纪念礼包。找到了领奖地点，看到很多人都围在那里，原来没有在规定时间内跑回终点的6公里参赛选手不发放礼包。当时的氛围很不和谐，有人抱怨赛事的不合理，有人说提醒标语一点都不清晰，有人说为什么这么不通情达理，也有人说只是为了奖牌。但是裁判员强调这是规则，并说有甚者已经来领了好几次礼品了。瞬间这些运动员的底线被触碰了，“来参加一个比赛，谁会厚脸皮好意思来领两次礼品”！几番周折，裁判员同意让有号码布的人领了礼品中的一部分，我们再三道谢。在这里我和那个小伙子分道扬镳了，分开之前，我和他击拳微笑，可能当时彼此都怀念起了一起和队友训练吃苦的那份情谊。在我去找等待我的女友的路上，有几个大妈见到我说：“可以领两个的，有好多人领了好多次。”顿时，我无言以对。不管是赛事细节的处理还是国人的行为，我都不想做过多言语，只是当找到女友的时候，我说：“对不起，跑回来晚了，没有领到发的安琪饼干，你吃不到了。”

之后，我跟女友解释了一遍为什么回来这么晚，她也很为我感到骄傲。的确，本是6公里的赛程，机缘巧合的跑了14公里，那种自信心爆棚的感觉像是荷尔蒙分泌没了一样，整个疲惫的身体被一种意志力和正能量充斥着，当时我就暗暗下定决心，下次一定参加半程，

然后就是全程。

跑完马拉松，因为还要赶回东莞，次日星期一还要上班，所以匆匆让女友照了几张照片，就离开了。晚些时候，看新闻和官网知道了比赛结果，全程第一名竟然仅仅用了2小时12分29秒，也就是132分钟。当时就在想，我跑14公里用90分钟，这差距也太大了，上午的自信满满受到了重创。不过，没关系，通过这次的6公里，我感悟到了一句话：人永远不知道自己有多强大，也不知道有多懦弱。就像图中升起的红星，之所以飞得不高是因为被绳子束缚着，当绳子被剪断或者被放开，红星定会飞向高空甚至更远更高的地方，人亦如此。☺



手机的美好时代

■ 樊嵘/特发地产公司

对于一个人来说，太平盛世，安居乐业，不求金玉满堂，但求幸福安康，就是美好的时代。而对于手机，这种工业文明时代的电子设备，它随着现代科技的跳跃演进而产生，不但没有因为诞生时间太晚而难以占据自己的一席之地，甚至大有欣欣向荣之势，让人有种相见恨晚的感觉，乃至席卷整个人类社会，我想，这就是手机的美好时代吧。

手机的美好时代，也是手机“统治”人类的时代——来自芬兰的行业巨人诺基亚，在1996年之后的15年中，其手机设备出货量一直居世界第一。2007年，诺基亚发布N95，相信它还留在很多人的印象中——这款象征着诺基亚绝对霸主地位的滑盖手机，以其惊世骇俗的高配置为“机皇”下了定义。而随着各种所谓“机皇”的纷至沓来，手机对于一个“社会人”的

身份象征变得不断具象起来。同样在2007年，苹果公司发布了其第一款手机产品，并命名为Iphone，它创造性地将电话功能、可触摸的Ipod播放器、桌面级电子邮件、网页浏览功能集为一体。Iphone一举推出，就吸引了众多拥趸，其商店门外车水马龙，当年便拿下了美国市场四分之一的份额，号召力让全世界大吃一惊——为购买一款苹果手机，居然有人愿意连夜排队，场面堪比在中国节日抢购火车票；2010年，Iphone4又一次改变了人类的生活——支持视频通话，双摄像头，分辨率空前的屏幕，使用者可以随时随地进行视频联络，让手机再次从根本上改变了人类的联络方式。2011年，摩托罗拉推出了搭载安卓系统的三防（防水防尘防震）智能手机Defy，其防水功能为消费者津津乐道，打破了其使用环境的限制，这部手机最终大获成

功，大大普及了安卓智能机，不计其数的猎奇消费者让摩托罗拉打了漂亮的翻身仗……2013年，全世界智能手机出货量达到10亿部，已经成为人类必不可少的消费品；到今年，三星的世界市场占有率已然接近40%，手机消费者每10个人中便有3个以上使用三星的产品。科技不断进步，人类的选择却始终实现不了多样化，在手机依赖症、猎奇强迫症、面对面沟通时的缄默症全球化的今天，手机无可否认地成就了其美好时代——它们正在“统治”人类。

销魂——形容悲伤愁苦的情状或者诱人的样子，我想这个词可以淋漓尽致地用来形容智能时代各家手机厂商的状态。在智能机普及大潮中逐渐沦为配角和失败者的，愁苦到了极点；然而整个行业巨大的潜能，遍地黄金的市场，加之残酷的竞争，让手机厂商长期处于疲于奔命的状态。手机正在经历的美好时代，也正是手机厂商们的销魂时代——手机市场不断斗转星移、大浪淘沙，人类已然迈进手机的智能时代10年，当年一统江湖的诺基亚在2011年发布两款新产品却销量惨淡，最终投入微软旗下，如今市场份额不及巅峰时期的十分之一；摩托罗拉更是愁云惨淡，在步入瓶颈期无路可走的

情况下遭谷歌收购，近两年新品寥寥，落得个倒卖专利的下场；前几年一步登天的苹果曾作为全球市值最高的公司而存在，如今乔布斯驾鹤西去，创造力大不如前的苹果只能先尽全力保住胜利果实；电子业巨头索尼在结束了和爱立信的合作之后，独自推出不少佳作，却叫好不叫座，目前正在为自己昔日的辉煌而奋力挣扎；HTC曾经是大中华地区的电子产品制造商中的天之骄子，如今只能望三星项背，虽然也能不断有水准之上的新作问世，却也走的颤颤巍巍；三星无疑是智能时代的最大赢家，他们在堆砌硬件的道路上越走越远的同时，能紧跟时代步伐，消费噱头层出不穷，如今霸主地位难以撼动，但未来会不会重蹈诺基亚覆辙，风云变幻的市场和喜怒无常的消费者是不会告诉人们答案的。

人类亲手创造了手机，对于手机来说，人类是造物主，而如今没有手机在身，甚至仅仅没有WIFI网络的情况下，许多人就难以适应，这不能不说是手机对其造物主的嘲讽和亵渎；更可怕的是，作为造物主的人类大概是没有勇气和能力给手机世界一场洪水来惩戒这些机器了，因为它们早已成为了造物主的身体器官。



读《细节决定成败》有感（八则）

■ 集团办公室

老子言：“天下大事，必做于细。”细节做得好与坏，直接决定了事情最终完成的质量。这一点在办公室的日常服务工作中尤其显得重要。按张建民总经理的要求，办公室就是要做好三个服务：为集团领导工作服务、为集团系统企业服务、为集团总部各部室服务。评价办公室工作的好坏，标准之一就是各项工作细节做得怎样，办公室的很多工作失误也是出现的对细节的掌控上。

近期，办公室全体员工通过《细节决定成败》的学习，把关注细节落实到自己工作过程中，发现了工作中存在的问题和瑕疵。虽然依靠员工的细致、细心能在一个时期保证工作的正常进行，但难免出现纰漏、差错，这就需要办公室员工依据日常工作，考虑细节，制定出办公室工作的模块，固化细节的处理程序和处理办法，保证在今后的工作中不再出现以前出现的过错。目前，办公室全体人员都在认真梳理各自的工作流程，拟定各自工作的工作模块，从细节入手，着眼于微，形成各个工作岗位上的工作手册，指导自己和新进员工的相关工作。这里，我们把办公室员工阅读《细节决定成败》，结合工作实际的感想摘要刊出，与大家交流、分享。



关注细节，做好细节 以小见大，精益求精

一、细节是什么

这里讨论的细节，是管理活动中事件和行为的细微节点，从横向说是整体的一个部分，从纵向说是全过程的一个环节。

二、细节的意义

一是细节决定成败；二是细节成就完美。每一细节，特别是关键的细节都是成功链条上的一个环节，如果处理得当，成功就有把握；如果某一个细节遗漏或者处置不好，就有可能使整个事情夭折、“掉链子”。俗语“一着不慎，满盘皆输”、“差之毫厘，失之千里”，形象地说明了这一观点。

三、细节对我们的启示和要求

关注细节，体现“职业化”精神。细节的实质是专注的、一丝不苟的态度；职业化的核心是专业和敬业，也是一种认真的工作精神，二者高度吻合，一脉相承。

关注细节，体现“精益化”管理的要求。加强管理是企业永恒主题。精益化管理的核心就是以最小的成本，达成既定的目标，创造出尽可能多的价值，为社会、为顾客提供好的产品及时的服务。

“精益化”中的“精”，可以理解为精要、精准和精细。精细就是关注细节，关注工作的方方面面，凡事做到周全、圆满。做好精细，对我们职业人来说，要始终保有“三心”，即专心、耐心和细心。专心是责任感的体现，是前提；耐心是一种持之以恒的精神力量，是保证；细心是工作态度，是关键。

一位伟人说：“要过细地做工作，粗枝大叶往往搞错”。当我们在专心、耐心和细心上下足了功夫，将工作做到了精细，我们企业的管理就能做到精益化，效益就能有一个新的提升。

（黄越天）

读《细节决定成败》有感

由“细节”而生

《细节决定成败》以一个个小故事、通俗易懂的方式讲述管理的知识，突出细节的意义和重要性。“细节”散落于我们生活着的各个角落，细节是一种习惯，是一种积累，也是一种眼光，一种智慧。不论做什么工作，都要重视小事、关注细节，把小事做细、做透，“细中见精”、“小中见大”、“伟大是由无数平凡构成的”等道理，对做好管理工作，特别是企业办公室工作具有启迪作用和指导意义。

在管理工作中，细节决定成败需要重视以下两个问题：

一是制度。没有规矩，不成方圆。在一定意义上讲，现代社会文明和进步的根本成果是“法的产生”，通过“法”规范人们的生活、行为方式和社会制度，使世界有秩序。人性的弱点，需要制度来弥补，权力需要关进制度的“笼子”。

二是执行。英国著名思想家法学家弗兰西斯·培根说过：“一次不公正的裁判，其恶果甚至超过十次犯罪，因为犯罪虽是无视法律——好比污染了水流，而不公正的审判则毁坏法律——好比污染了水源”。执行的意义由此可见。

制度在执行中更需要关注细节，诸如制度由谁来执行？怎么执行？谁来监督？等等。大量因细节而成功的例子，说明除去机会和巧合，大都牵涉执行力的问题。注重细节的执行力，定能取得成功和效果。

（熊煜）

做好细节不一定是成功，但一定是成功的必要条件

过去我读《细节决定成败》，感受不深。但来集团总部办公室工作后，深深地体会到细节对办公室工作的重要性。办公室工作就是要做好服务，而服务的成败其实就是细节。举个例子。办公室每年要办大量的会议，每次办会都跟打一场仗一样，忽视任何一个细节，都可能导致办会的不圆满甚至失败。3月14日，集团和建行签署战略合作协议，定于上午10点在26楼会议室开会。摆座椅、花盆、拉横幅、打欢迎牌……一切准备就绪，就等银行方面确定好参会名单打印名牌了。上午9点15分，银行将名单传真过来。时间紧迫，办公室全体总动员，编辑、打印、剪裁、安装，流水线作业，裁错了的重新裁剪，字体不合适的重新打印，大家忙得不亦乐乎……9点52分，最后一个名牌摆好了，大家赶紧从会议室里撤出来。刚回办公室，还没坐到位子上，电梯铃响，集团领导陪同银行客人到了，会议顺利举行。我们办公室几个工作人员你看看我，我看看你，会心一笑。还好，凭借大家对像摆名牌这样细节的重视和团队合作精神才又一次成功完成会务工作。

“细节决定成败”是一个可以商榷的命题，决定成败的因素很多，做好细节不一定是成功的充分条件，但一定是成功的必要条件。我们要想在平凡的岗位上创造更大的价值，就要心思细腻，从点滴做起，以认真的态度做好每一件小事，以认真负责的心态对待每个细节。

（张旭生）

细节组成生活、学习和工作的每一部分

细节体现水平，细节关系成败。许多人渴望成就伟大，却又不屑于小事和细节。其实，小事成就大事，把每一件简单的事做好就是不简单，把每一件平凡的事做好就是不平凡。

细节组成我们生活、学习和工作的每一部分，细节的积累就是生活，就是学习，就是工作，就是我们的每一天。我们要恪守这样的座右铭：“做事不贪大，做人不计小。”过去，我对工作细节上的把握明显感觉不足。通过这次学习，我认识到了忽视细节的危害，也体会到了把握好细节对完善工作的重要性和必要性。在今后的工作中，努力克服不足，不断地学习，增长知识、丰富阅历，为公司做出自己的贡献。

一、加强服务。紧紧围绕办公室的工作核心——服务开展工作，注重细节，提高服务意识，举轻若重，精益求精做好工作。

二、工作中应更严谨、周密。每项工作都要从全方位着眼，小处着手，考虑方方面面的关系，严格程序，服从安排，周密细致掌握好分寸，把握好“度”，既要避免太过谨慎，难见魄力；又要避免疏忽大意，因小失大。

三、加强学习、善于学习。通过学习，不断吸收他人的长处，修正自己的不足，在小事中培养良好的习惯，培养谦和、宽容的品格，提高素养，更好地做好工作。

（邱秋生）

从细节中来，到细节中去，把工作做到位

办公室员工在日常工作中通过提高对工作细节关注的程度，认真剖析工作过程中的每个步骤，充分考虑每个步骤中各项细节工作的可能情况和应对措施，建立工作流程模块，可以有效地将繁杂冗长的工作简单化、流程化、精细化，在提高工作效率的同时避免因细节问题带来的各种风险。而在建立健全工作模块体系的过程中，通过查找问题，解决问题，提出切实合理的意见，做行之有效的优化改进，可以为我们下次的的工作积累宝贵经验。工作的改进和创新正是源自我们对细节管理的重视，这样才能真正做到在工作执行过程中自我提高。

泰山不拒细壤，故能成其高；江海不择细流，故能就其深。细节的变化更能体现观念上的更新和进步，当把握细节成为一种生活习惯，并让这种习惯贯穿于我们工作和学习之中，那么细节管理就不再烦琐，细节管理的魅力就光芒四射。作为集团办公室的一名员工，在工作中就是要发扬“杀鸡须用牛刀”的精神，把常规工作做到位，从细节中来，到细节中去，真抓实干把本职工作做好。

（张乃夫）

增强对细节的洞察力、执行力、监督力

年前读《细节决定成败》一书，深受启发。结合办公室工作，将几点心得感悟与大家分享共勉。

一、增强对细节的洞察力。办公室工作都由点点滴滴、琐琐碎碎的细节组成，只有想得周密，才能做得到位。因此，平时就要做有心人，多观察、多联想、多动脑，无论在哪个岗位工作，养成关注细节的好习惯，都必会有收获。



二、增强对细节的执行力。工作中我们经常会遇到一种情况，某项工作明明策划正确、安排周详，但执行后效果却不尽如人意，面目全非。究其原因，是在对细节的执行过程中走了样。可见，要成功完成一项工作，不仅仅取决于严密周详的设计策划，更在于对细节的严格执行过程。

三、增强对细节的监督力。为了保障细节的顺利执行，必须对各项细节的设计进行检查监督，既要检查设计是否合理、周密、稳妥，又要对细节执行过程中进行监督，及时掌握执行的进度和效果等。只有把细节做好，做到位，监督到位，才能体现出办公室整体工作的效果和优质服务的水平。

细节源于态度。我认为，办公室工作人员在日常工作中，应该静下心来，把小事做细，把细事做透，注重细节的把握，从自己做起，从小事做起，注重个人的品德修养，提高自己处理事务的能力，树立良好的形象。

（阴海燕）

从我事做起，从小事做起，注重每一个细节

读《细节决定成败》感触很深，它告诉我们一个道理——一个国家、单位，或者个人，如果想发展壮大，或有所成就，都必须从细节做起。

无论做人还是做事都必须从我事做起，从小事做起，注重每一个细节。一个成功的人必定是一个注重细节的人。《细节决定成败》书中就举了许多事例：一个药厂的厂长因随地吐了一口痰，外商就终止了谈判；苏联宇航员加加林因脱下鞋子进入航天飞船而成为遨游太空第一人；一位应聘者因捡起地上的纸团而成功应聘……细节体现一个人的素质，细节更隐藏成功的机遇。一个细节的忽略，往往可以铸成大错；而一个细节的讲究，可以让企业咸鱼翻身。海尔总裁张瑞敏说过：“把每一次简单的事做好就是不简单，把每一件平凡的事做好就是不平凡。”

这是一个细节制胜的年代。在我们现实生活中，细节往往被我们忽视。随着经济的发展，专业化程度越来越高，社会分工越来越细，要求人们做事认真、精细，否则可能会牵一发而动全局，影响整个社会体系的正常运转。对一个企业来说也是如此。企业要成功，得靠每一个员工做好每一个细节，把小事做细做实。

（刘伟）

小事成就大事，细节成就完美

读《细节决定成败》，给我的感觉关键在于是否抓住了一个“小”字。这本书对如何做好工作、如何为人处事很有帮助，能起到启迪作用。我留意了自己以往工作中的一些细节，发现它们犹如一面面镜子，照出了我身上存在的种种不足，指出了我要努力的方向。如何做好每一件小事，努力把小事做细？一是要用心做好每一件小事，只有用心才能看得见细节的实质，才能将事情做细。二是一件小事中也会有无数个细节问题，做好每一个细节，才能将事做成功。要善于观察和分析小事中的细节，从细节上做文章，有时会起到意想不到的作用。有了这种良好的习惯，做任何事，就能看清其实质和细节组成，也就能将事做透做好。将小事做好，努力把小事做细，小事成就大事，细节成就完美。无论何时何地，面对何人何事，一定要用心筹划，用心去做；凡事未雨绸缪，考虑全面细致；要有强烈的责任感，不断提升自己的内在素养。就前台工作而言，更是处处体现做好细节的重要性，要服务好每一位到访人员，仔细观察并了解客人的需求。工作虽然小而繁琐，但是日复一日，年复一年，能一直做到最好，才是真的好。要有一定的耐心与好学之心，才能成为自己心目中想象的最好的自己。

（林佳华）