



集团位列“2010深圳企业文化建设十佳单位”首位，并荣获“特区设立30年——深圳企业文化建设功勋企业暨功勋人物”称号

在由深圳市委宣传部职工政治思想与企业文化研究会、深圳市企业联合会和深圳广播电视集团联合主办的2010（第四届）深圳企业文化节活动中，经社会广泛投票和专家评审委员会评议，我集团位列“2010深圳企业文化建设十佳单位”首位，并荣获“特区设立30年——深圳企业文化建设功勋企业暨功勋人物”称号。



封面：特发小梅沙旅游中心市场营销主任
——李赛男



编委会
主任：刘爱群
副主任：施长跃 林婵波
编委：王宝 张瑞理 刘学优 郑海天 郁小平
甘名东 唐大平 袁洪章 周树达

编辑部
主编：林婵波
副主编：陈忠炼
责任编辑：张正治
本期编辑：张正治

地址：深圳市人民南路发展中心大厦26楼
电话：(0755) 82089011 82089085
传真：(0755) 82089099
邮编：518001
集团网站：www.sdg.com.cn
E-mail：zhangzhengzi@tom.com
tefayk@sina.com
tefayk@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



目录

目录



公司要闻

- 04 集团位列“2010深圳企业文化建设十佳单位”首位，并荣获“特区设立30年——深圳企业文化建设功勋企业暨功勋人物”称号 \ 岳红琼



特发论坛

- 06 做人，做事，做事业 \ 张俊林

企业文化

- 11 善行者健，常行者远
——集团企业文化调查结果浅析 \ 集团人力资源部（党委办公室）
- 15 做一个敬业的职业人 \ 周梅



特发往事

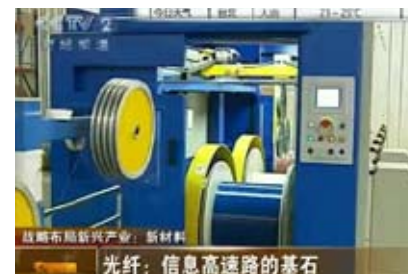
- 17 “爱心传呼”——传递社会责任
——忆“全国助残扶残先进集体”特发通信发展公司“爱心传呼台” \ 黄斌

职业星

- 20 从象牙塔骄子到市场营销能手
——记特发小梅沙旅游中心市场营销主任李赛男 \ 张世平

聚焦经营

- 23 集团与巴士集团、水务集团联合举办中高层管理人员企业管理知识系列培训 \ 陈斯玮
- 23 中央电视台财经频道到特发信息采访 \ 黄斌
- 24 自主创新让企业活得更精彩
——特发信息自主创新硕果累累 \ 黄斌
- 26 特发信息电力光缆新设备投产，产能效率大幅提高 \ 任利民
- 26 特发信息开展创先争优，贴近一线务求实效 \ 常俊林 代荣
- 27 特发信息电力光缆出席世界智能电网大会·中国2010 \ 特发信息
- 28 国庆黄金周特发小梅沙旅游中心业绩创历史新高 \ 特发小梅沙
- 29 特发小梅沙旅游中心淡季忙“练功” \ 李赛男



- 30 特发小梅沙旅游中心赴广西贺州学习、调研 \ 李赛男
- 30 特发小梅沙旅游中心党总支组织党员、积极分子赴井冈山学习 \ 顾燕
- 31 特发小梅沙海洋世界进入秋游高峰营销期 \ 李赛男
- 31 香港市民120斤龙趸捐赠特发小梅沙海洋世界 \ 张世平
- 32 特发小梅沙旅游中心行政部成功盘活关闭多年的物业 \ 杨大鹏
- 32 特发物业杭州分公司以有效管理模式引领团队前进 \ 王二锋
- 33 特发物业公司坂田管理处在华为坂田基地会操评比中包揽全部第一 \ 赖赐纳
- 34 市验收组到香蜜湖度假村检查验收火灾隐患重点地区整治工作 \ 周梅
- 34 香蜜湖度假村员工冯柳珍拾金不昧 \ 刘文清
- 35 深圳仁孚特力跻身广东省直通车服务重点企业行列 \ 郑羽
- 36 奔驰全新轴距E级轿车深圳荣耀发布 \ 特力集团
- 36 特力物业管理公司顺利续签龙湖别墅山庄物业服务合同 \ 张鸿辉

地产行业动态

- 37 调控再出重拳，企业闲置土地一年以上禁拿地等8条 \ 《特发地产信息》

职场工作

- 39 从班组看管理 \ 赵克义
- 40 物业经营部的“半边天” \ 张萍

员工情怀

- 41 故乡黄梅的穷与富 \ 王爱国
- 43 我很重要 \ 胡敏

月刊书架

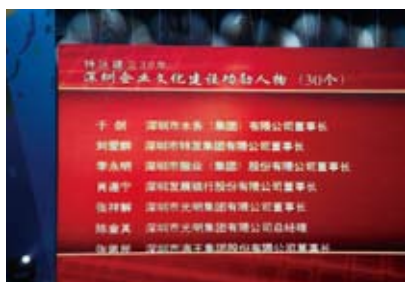
- 42 《冰山一角》
《少有人走的路》

- 封二 集团位列“2010深圳企业文化建设十佳单位”首位，并荣获“特区设立30年——深圳企业文化建设功勋企业暨功勋人物”称号



集团位列“2010深圳企业文化建设十佳单位”首位，并荣获“特区设立30年——深圳企业文化建设功勋企业暨功勋人物”称号

● 岳红琼/集团人力资源部



在由深圳市委宣传部职工政治思想与企业文化研究会、深圳市企业联合会和深圳广播电影电视集团联合主办的2010（第四届）深圳企业文化节活动中，经社会广泛投票和专家评审委员会评议，我集团位列“2010深圳企业文化建设十佳单位”首位，并荣获“特区设立30年——深圳企业文化建设功勋企业暨功勋人物”称号。

颁奖晚会于11月9日晚上8点在深圳大剧院演播大厅隆重举行，在“强企之魂——2010（第四届）企业文化节颁奖盛典”的大幅标语下，容纳1800名观众的演播大厅座无虚席。集团全体领导班子成员、各企业主要负责人、总部中层以上管理人员出席了颁奖晚会。集团方阵身着橙色T恤，阵容整齐，精神饱满，高举印着集团标识和“特发集团”四个醒目大字的大幅广告片和“职业化”、“乐业、敬

业、专业”“特发加油”等口号牌，与晚会现场激情互动，掀起一阵阵高潮，气氛热烈有序。

颁奖晚会在一段介绍深圳改革开放30年，企业文化的强企之路的宣传片中拉开序幕，文艺表演与颁奖仪式穿插进行。特发集团喜获系列奖项：以第一的排名获得2010年度深圳企业文化建设十佳单位荣誉称号；以第二的排名获得深圳特区建立30年30家深圳企业文化建设功勋企业奖；刘爱群董事长获得深圳特区建立30年深圳企业文化建设功勋人物奖；特发信息获得2010年度深圳企业文化建设优秀单位奖。

颁奖晚会的最后一项是本次晚会的重头戏——颁发2010年度深圳企业文化建设十佳单位荣誉奖项。在播放一段特发集团的宣布片后，主持人宣读了专家评委会给特发集团的颁奖词：伴随特区30年的发展，携中国最



大500家企业集团与深圳百强企业的荣誉，高举企业文化的旗帜，承担和付出，开拓与创新，用充满生命活力的文化音符，奏响让我们耳目一新的特发之歌。作为十佳企业之首，集团党委书记、董事长刘爱群第一个健步走上舞台，代表特发集团从深圳市政协副主席林洁手中接过奖牌，并发表了热情洋溢的获奖感言。

刘爱群董事长在获奖感言中说：特发集团是深圳人熟悉的一家老国企，与深圳经济特区同步诞生，在改革开放初期曾创造了诸多全国及深圳的第一。1997年亚洲金融风暴发生，这家老国企的粗放式管理、盲目扩张及人浮于事等传统国企的弊端显露出来，公司遭到重创，由盈利大户变成了亏损企业，陷入长达几年的徘徊期。2005年3月，特发作为全国最后一家企业实现债转股。2006年深圳市

政府率先对国资国企进行三项制度改革。特发集团以国企人向市场人转型为契机，竖起了全员“职业化”的旗帜，包括“乐业、敬业、专业”等工作生活理念；“向市场看齐，向现代企业看齐”、“用市场标准衡量工作，用市场理念调节心态”的标准，打造职业经理人团队和员工职业化、专业化队伍的目标，着力在各项经营管理工作培育员工现代企业价值观。在现代企业文化的引领下，特发顺利地推进了向现代企业制度和战略的转型。从2007年起，特发每年经常性利润过亿元，在几家银行的信用等级提升到了AA级，并拥有特发小梅沙海洋世界、深圳高尔夫、特发信息光纤光缆、特发物业管理等在业内有较高知名度与竞争力的产品和服务品牌。回顾特发集团近30年的发展历程，我们深刻的感受到：现代企业文化是支撑

企业实现内涵式可持续发展的灵魂；是团结、凝聚和激励员工与企业同呼吸、共命运的强大精神支柱；更是全体员工紧跟时代步伐，解放思想、开拓创新，精心工作、严细管理、争创一流的巨大动力。

刘爱群董事长表示，特发将继续向优秀的现代企业学习、看齐，争创特发在深圳特区的再次辉煌。

集团参加本次企业文化节活动，是我集团2010年度企业文化建设工作的系列活动之一，旨在传承和弘扬集团优秀企业文化，展现集团5000多名员工的精神风貌，提升特发集团企业整体形象和品牌价值。

面对荣誉，让我们加倍努力，并以此作为动力和起点，在特区的建设中，书写特发集团新的篇章！



做人，做事，做事业

● 张俊林/集团副总经理

编者按：本文是集团副总经理、特发信息董事长张俊林在特发信息新入职员工培训中的讲话摘要，作为张俊林副总经理20年来的职场工作心得，刊出与广大员工共勉。

我工作了20年，在职场上有了一些经历和感悟，今天很高兴能有这个机会跟大家分享。

第一，职业意志：理智地选择后，关键是要坚持

我们每天都在做事情，但是我们能不能把每天做的事情，跟我们的事业结合起来呢？

当今的社会，很多人心态比较浮躁，看到人家炒股票发了财，就马上跟风去炒股票；看到别人有房有车，就对自己目前的工作待遇开始挑剔，心里开始盘算是不是有其他快捷途径赚更多的钱，于是对自己所选择的工作产生动摇，终于经不住诱惑，一时冲动后改变了自己努力的方向。但改变努力方向后一旦遭遇挫折，付出大的成本和代价却未能达到目标，就从此一蹶不振，从而使自己的人生轨迹发生改变。人生就短短的几十年，我们读书读到二十几岁，工作到六十岁，就那么三十几年的奋斗时间，你如果没有想明白，一会想干这个，一会又想干那个，你能够成就什么？在座的各位进入职场后，要戒掉浮躁的心态，不能只看到别人今天所取得的成就，只看到别人现在的风光，而看不到人家的辛苦付出和曾经的失败。对自己要有一个相对清晰的职业规划，在选择的时候一定要多问问自己，自己适合做什么？哪个领域哪个岗位才是自己事业所在？要不要作出这样的选择？这个选择对自己的长期职业发展有什么贡献？我们要想有所成，就一定得看准了，而一旦做出了选择，就要将

自己的选择作为事业来追求，让每天所做的事情都成为自己事业的一部分。在遭遇挫折的时候，沉住气坚持下去，培养起真正的工作能力。这样，才能厚积薄发，达致自己的职业生涯目标。

特发信息前几年非常艰难，现在挺过来了。高峰时有200多家同行企业，经过激烈的市场较量，现在只剩下几十家，而其中前十家占整个行业90%的市场份额。很荣幸，经过坚持不懈的努力，我们能够位列前十家。如果不是我们一直以来的坚持，我们当初就会轻易地放弃这个行业，跟风去做自己不熟悉的房地产，我们就不会有今天位居行业前十的成就。对企业来说，对所在的行业要有一个综合的判断，要勇于面对挑战，寻求并抓住机遇发展，有所为有所不为，坚韧不拔地朝着既定的目标不断努力，终会实现既定的目标。

坚韧，是特发信息倡导的企业文化的核心内容之一。无论是企业做事业，还是个人的职业发展，只要是经过自己理智选择的，就不要轻易放弃，要坚持，坚持，再坚持！

第二，职业品格：做人做事不分先后，做人和做事一体

特发信息去年办过一个以“先做人还是先做事”为题的新员工辩论赛，对这句话我也谈谈自己的想法。不论是眼下成功人士所讲述的成功之道还是成功人士的传记，提到的更多是做人，比较少说做事。我

个人认为做人和做事不分先后，做人要通过做事来体现，做人和做事是一体的，是同时的。做事是做人的载体，通过做事，表现出我们为人处世的原则和优秀品质，让别人能够对我们产生更多信任和认同，以便我们能够成就更多的事情。

美国总统罗斯福认为，“成功公式中，最重要的一项因素是与人相处。”斯坦福研究中心调查数据显示，成功中12.5%来自知识技能，87.5%来自人际关系。人际关系跟做人有关，你是否诚信，是否有责任心，是否有坚韧的毅力，是否具备良好的团队合作意识等等，都关系到我们工作和生活的方方面面。“惟贤惟德，能服于人”；“静以修身，俭以养德”；“困于心，衡于虑，而后作”。我的一生中，我的父亲，我的老师，我的领导，无时无刻不在言传身教地教我如何做人的道理。虽然当时他们讲这些做人道理的时候，我并不能全理解，但随着自己年龄的增长，经历的事情越来越多后，慢慢地明白他们所讲的道理，并以此作为指导，将这些道理融会到所做的每一件事情中，无论大小，都做得让它符合自己的心，因为我们所做的每件事情其实就是代表着自己的人格，代表着自己的价值取向。每次回想起他们的话，我都有新的认知和感悟，有莫名的感动和欣喜。这是他们对几十年生活历练的高度总结和概括，足以让我受用终生。大家读了不少圣贤之书，也知道不少做人的道理，如何让我们知道的道理带给我们更多的收获，使我们所做的每一件事情具有较高品质，这就需要我们将自己的人生经历不断地实践、总结和升华，这

样才能让我们的事业有所成就。“恭、宽、信、敏、惠。恭则不侮，宽则得众，信则人任焉，敏则有功，惠则足以使人”。天时地利人和之时，便是怡然自得有所成就之时。

第三，职业技巧：尊重与感恩同在；忠诚，不计回报

尊重他人，这在我们日常的沟通交流中非常重要。我们在日常工作中，经常需要跟不同的人沟通交流，有些技术出身的人在讲专业技术的时候，可能我们听不懂，但是不要急于打断人家，先听他们讲完，然后再说我们的看法，这是对别人的尊重。伏尔泰说过“我可以不同意你的观点，但是我誓死捍卫你说话的权利”。美国总统在竞选的时候所表现出的绅士风度很值得我们学习，不论对手怎么说，即便是非常地出言不逊，也不动怒，让对手先陈述完，然后再表达自己的立场和看法。

希望别人怎么待我们，我们就要怎么样去待别人。你对人家忠诚，人家可能给你回报忠诚，也可能不给你回报忠诚，都没关系，但是你首先要忠诚。做对方认为重要的，而不是自己认为重要的。多看别人的优点，与别人的优点相处，鼓励他们，他们会把这个优点更大地发挥出来。不要总盯着别人的缺点，多包容他们的缺点。真诚地赞赏别人，懂得感恩，以感恩之心对待我们的父母、长辈、亲朋好友、同事。这里所讲的感恩，不是说你要去送人情啊、请吃饭啊，

而是从内心里面的一种感激。懂得跟别人分享自己的快乐，懂得分享别人的快乐，你就会更快乐。要学会接受自己不喜欢的人，虽然我们不可能做到让每个人都喜欢，但我们可以学会去接受自己不喜欢的人，以减少沟通中不必要的障碍。

第四，职业境界：抬石头还是盖教堂

50年前，有两个青年在抬石头修教堂，一个智者问他们：“你们在干什么？”一个青年告诉他：“我在抬石头”，另外一个青年则说：“我在修教堂”。50年过去以后，说抬石头的人还在抬石头，说修教堂的已成了哲学家。对职业追求的态度不同、境界不同，最终的职业发展将有天壤之别。如果说你的工作就是为了养家糊口，很枯燥，是件苦差事，那么你肯定没有弄清楚自己的职业追求，也不会有自己正确的职业目标，如此，你就会对工作没有热情，看不到工作的真正价值和意义，更不会有发自内心的工作驱动力和持续发展的动力，最终会因此而迷失自己，一生碌碌无为。相反，你很清楚自己的职业追求和目标，很清楚地知道自己每天所做的平凡工作都是对自己职业追求的积累，那么你会很快乐地做好每一天的工作，善于提升自己，乐于跟同事合作交流，日积月累，你的职业发展就步入了平坦的康庄大道，越来越接近自己的职业梦。

第五，职业心态：平常心、敬畏心、好奇心

保持一颗平常心，天天把简单的事情做好，就是不简单。身处顺境要不骄不躁，淡泊宁静，身处逆境也要从容面对，灵活处理好问题。

始终要有一颗敬畏心。我们是社会的一员，要遵守社会公德；我们是国家的公民，要遵守国家的法律，在面临利益诱惑的时候，不贪污，不受贿；我们是企业的一员，要遵守企业的制度和流程。虽然我是董事长，我也不可以随意不遵守公司的规章制度，得遵照规章制度尽董事长该尽的职责。

要有一颗好奇心，世界是五颜六色的，生活是多

姿多彩的，充满了无限乐趣，值得我们关注的东西很多，好奇心会让我们去不断探索、追求，为我们带来无数惊喜。

第六，职业素质：勤奋、敬业、忠诚、自信、智慧

《致加西亚的信》，蕴藏着人们做事的最基本品质——勤奋、敬业、忠诚、自信、智慧，这也是做人做事的真理。

对待工作：勤奋。在工作时虚度光阴，会伤害雇主，对自己伤害也深；工作时悠闲不出力，会让你失去升迁和奖励的机会；不只为薪水而工作，薪水反而会更高。

对待公司：敬业。公司虽不是你自己的，但养成敬业的习惯，无论从短期还是长期来看，最终都会使自己受益。

对待老板：忠诚。你是否付出了全部的精力？如果你是老板对自己工作完全满意吗？以老板的心态对待公司，你将会获得很多。

对待自己：自信。你是自己最大的敌人，也是自己最好的朋友。一切成就的基石就在于拥抱自己。只有首先相信自己，才能征战世界。只有强大的自信，才能驱赶走恐惧。

对待人生：智慧。未经反省的人生是不值得过的。一个缺乏智慧的人其人生经历就像没有风帆的船只在大海中漂泊一样，只能随波逐流。

第七，职业责任感：超越领导对你的期望，创造性地工作

要独立自主地去思考工作，至少准时完成领导交付的任务。能够主动承担更多的工作，出了问题时勇于承担责任，不推诿塞责。对领导交代的事情，要主动提出解决方案，领导能想到的，你能够考虑到；领导没想到的，你也能够考虑周全，这样才能把事做得更好，超越领导的期望。

要创造性地工作，不唯书，不唯上，只唯实。随

着经济的发展，竞争愈来愈激烈，对我们的工作要求也越来越高。照本宣科、惟命是从已完全不适应我们的工作。不能一味地按照书本来照抄、照搬，要注重理论联系实际。对上司交代的工作，不是被动地执行，要多思考，在遵守公司规章制度及作业流程的情况下，以工作目标为导向，以解决工作中的实际问题为基准，敢于提出更好的工作解决方案，在执行工作方案的过程中要能根据实际情况作出适时的调整，使所做的工作以最小的成本获得最大的收益。

第八，职业胸怀：善于向别人学习，尤其是向自己的竞争对手学习

松下幸之助是日本著名的企业家，他在刚刚做生意时，几乎什么都不懂。例如，开发了一件新产品，往往不知道该定价多少，他就跑到零售商那里去求教，“不耻下问”。任正非说过，“现在很多人强调技能，其实比技能更重要的是毅力，比毅力更重要的是品德，比品德更重要的是胸怀”。我个人认为支撑松下幸之助“不耻下问”的学习动力正是他博大的胸怀。“心有多大，世界就有多大”。你有多大的胸怀，就能成就多大的事业。要有博大的胸怀，打破固步自封，墨守成规的习惯，虚心向他人学习，跟他人合作、共享，从而学得更多，让自己事业节节攀升。

要以空杯的心态学习新的知识，并学以致用。大学毕业后进入公司工作，我们面临与学校完全不同的新环境，需要学习大量的新东西，迅速完成学生角色向公司员工的转变，适应公司环境，完成工作任务。我们的学习也不再像大学里那样专门上课、写作业、考试，我们需要随时随地地通过各种渠道如网络、书本、电视、报纸等自觉自发地学习，不论是工作时间内向上级、向同事学习，参加公司的培训学习，还是工作之余的短期技能提升培训，学历的继续教育，甚至朋友的聚会，都是很好的学习机会和方法。“听君一席话，胜读十年书”。通过跟他人交流时事新闻、经济政策的看法，交流做人处事、待人接物的感悟，才能对自己有更清晰的客观认知，对周围的事物有更客观的判断。不断学习，日积月累，我们将收获更多做

人做事的智慧，收获更多的良师益友，收获更多职业发展的惊喜。

第九，职业提升：善于总结才能提高

要善于总结，只有总结才能提升。经历是曾经做过某些事情，经验是在做过事情以后，总结出来的规律性的东西。职场提升是一个从量变到质变的过程。每天周而复始地工作而不进行总结，与对每天的点滴进步进行分析、总结、持续提升相比，日积月累之后，差距就会显而易见。

要善于总结。我今天的状态怎样，我今天跟同事的交流中措辞是否有不妥当之处，我今天提交的工作方案是否还可以再完善一下，我今天因什么得到了表扬，以后做事过程中需要继续发扬；我今天受到了批评，是因为什么没做到位，以后需要改正；别人升迁了，我没有升迁，他得以升迁的优点在哪个地方，我如何学习并改进。要张弛有道，静下心来时，多做总结。我们每年都做述职，述职是对我们年度工作的一种总结。

只有总结才能让自己有所提升。通过总结，发现我们的优势和不足，利用自己的优势做自己擅长的事情，必定事半功倍。我的电脑里面有一个学习体会的文件。学习的体会分为生活的体会，工作的体会等，分十几个项目。每天下班前的一刻钟左右，我会静下来，把今天的工作总结一下，安排一下明天的议程，以免被例行工作耽误了其他紧急重大的事情。我也会抽空对这些记录进行温习，在温习的时候觉得自己能够比以前更加游刃有余地做某件事，自己需要改进的地方有了不小提升，欣喜感油然而生。

第十，职业共赢：团队合作，良性竞争

我们目前所处的社会环境，是一个充满竞争和合作的环境。上学的时候，我们挑灯苦读，跟同学一起“激扬文字，指点江山”，一起学习共同提高，实现自己的“北大、清华”梦。其间既有学习成绩高低的竞争，又有互帮互助共同提升的合作，最终我们通过

自己的努力和同学的帮助，各自实现了自己的大学梦想。毕业工作了，我们跟同事一起共事，共同努力提升自己 and 团队的业绩。我们跟周围的同事有共同的工作目标—部门或公司的经营目标，需要共同合作；我们也有个人的职业目标——季度考核争取最优，年度考核争取做优秀员工，争取能够有晋升机会等等，这时我们跟同事间是竞争的关系。这就需要我们处理好竞争和合作的关系。

在竞争跟合作中，我先要强调的是团队合作。

我们都见到过蚂蚁，蚂蚁很小，而且一点都不可怕，我们轻轻地动动手指尖就可以把它捏死。有一次在看地理杂志的时候，看到这样一段文字：在非洲的草原上如果见到羚羊在奔跑，那一定是狮子来了；如果见到狮子在躲避，那就是象群发怒了；如果见到成百上千的狮子和大象集体逃命的壮观景象，那是什么来了？是数以亿计的蚂蚁军团来啦！当蚂蚁组成一个数以亿计的庞大军团时，你可以尽情地发挥你的想象力，那种铺天盖地的席卷之势，绝对可以摧毁一切庞大的个体，遇到这个军团还能活命么。这就是蚂蚁军团的团队威力。阿里巴巴之所以成功，强调的就是“蚂蚁雄兵”的力量。

记得小时候在农村经常能看到南飞的大雁群，一会排成人字，一会排成一字，叫声响亮地飞过我的头顶，消失在远远的天际边。后来特意关注了一下地理杂志频道，雁群一字排成人字型时，比孤雁单飞增加了71%的飞行距离；每只雁鼓动双翼时，对尾随的同伴都具有“鼓舞”的作用；当带头的雁疲倦了，它会退回队伍，由另一只取代它的位置；队伍中后面的大雁会以叫声鼓励前面的伙伴继续前进；当有雁只生病或受伤时，其它两只雁会由队伍下协助及保护它，这两只雁会一直伴随在它的旁边，直到它康复或死亡为止，然后它们自己组成队伍再开始飞行，或者去追赶上原来的雁群。这是大自然中团队合作的场景。在企业这个社会组织中，我们每个人都是其中不可或缺的一份子，每个人在企业的不同岗位各司其职，各尽所能，为企业的共同目标不辞劳苦不断奉献。生产线员工以熟练的生产技能和强大的责任心生产出合格的产品，销售一线员工以优秀的销售能力保证将公司的产品销售出去，财务人员兢兢业业做好公司的资金运

作管理，人力资源及行政后勤人员耐心真诚地提供优质服务以配合业务人员的工作等等，正是这些平凡的工作孕育着特发信息的不断发展壮大，也孕育着公司的每位员工的成长发展。

然后，我强调的是在合作中的良性竞争。

“天行健，君子当自强不息”。团队合作在保障公司、部门目标达成的前提下，团队中的个体需要通过竞争不断提升自己的能力，以提升自己，在部门或公司中争取更多的个人发展机会。部门或公司里肯定有跟我们旗鼓相当的竞争对手，拥有强劲的对手是一种福份。因为一个强劲的对手的存在，会让你时刻有种危机四伏感，才会激发起你更加旺盛的精神和斗志。要善待你的竞争对手，千万别把他当成“敌人”，而应该把他当作是你的一剂强心针，一台推进器，一个加力档，一条警策鞭。要在竞争中互相合作以共赢，即开展良性竞争，在竞争中有合作。跟别人合作，要有巨大的诚意，让他人觉得想法是他自己的，让他觉得自己重要。要善于帮助别人，乐于助人，同时要善于向他人求助，乐于接受他人的帮助。“尺有所短，寸有所长”。要善于用别人的长处来弥补自己的短处，学会取长补短。要善于鼓励他人，善于分享，特别是学会与我们不喜欢的人合作。

千里之行，始于足下。从身边的点滴积累做起，积少成多，积沙成塔。我们终将收获属于自己的智慧、财富和成功。



善行者健，常行者远 ——集团企业文化调查结果浅析

● 集团人力资源部（党委办公室）

2009年8月集团党委根据近年来集团企业文化建设情况，几经讨论、修改，下发了《特发集团企业文化建设三年纲要》，将集团企业文化建设工作做到更实。2010年是落实《纲要》提出的各项工作目标的第一年。善行者健、常行者远，为检验前一阶段集团企业文化建设成果，总结经验，发现不足，使集团企业文化建设工作更具针对性，有序、扎实地增强企业软实力，集团党委开展了《企业文化调查问卷》工作。

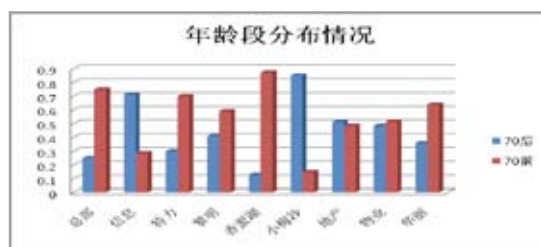
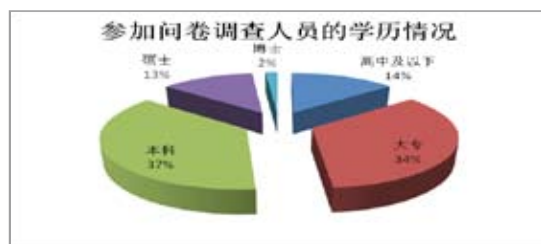
在《问卷》的起草阶段，集团党委派专人赴广东省企业文化协会征询副会长肖锋鸣同志意见，并在修改后，又广泛征求集团党委委员和各企业专职党组织书记、副书记的意见，历经二个月，于5月下旬将《问卷》发至各企业。调查问卷共50题，第1部分是

统计参与问卷调查人员的基本情况；第2部分是通过填写问卷，再一次对企业文化建设的基本理念进行宣导，加深员工对企业文化基本知识的理解；第3部分27道题是围绕《纲要》提出的认知文化、亲和文化、制度文化和核心价值观，调查受访员工对本公司企业文化建设现状的评价，发现薄弱环节；第4部分12道题是围绕企业使命、长远目标和核心价值观等问题，征求广大员工对企业文化建设的建议。

一、参与调查问卷的员工样本分析

为保证调查结果更具代表性，集团党委要求各企业参加问卷调查的人员总数控制在20-40人之间，企业班子成员、中层管理人员代表和普通员工代表都要有一定比例。截止6月30日，共收到集团总部、特发信息、特力集团、黎明集团、香蜜湖、小梅沙、

特发地产、特发物业、华丽公司等9家单位247份问卷。参加此次问卷调查的人员，大专以上学历占总调查人数的86%，40岁以上的员工占42%，本企业工龄10年以上的员工占57%。

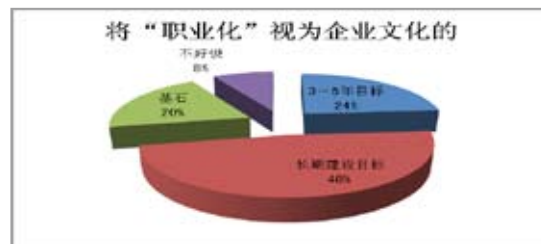
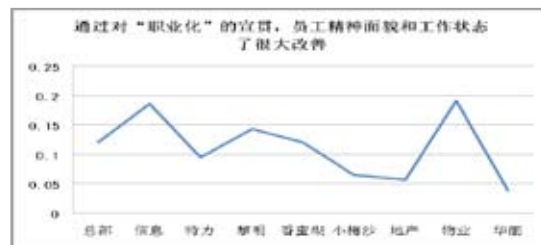


这样的人员结构，使得这次问卷调查结果能既体现出集团各单位企业文化建设的传承和转变，也使征集到的意见和建议具有较强的企业特色和一定的时代烙印。在各企业方面，特发信息和特发小梅沙参加此次企业文化调查问卷的年轻员工较多（特发信息本企业工龄5年以下的员工所占比例最多），这使得其评价和建议更具青年人的价值取向，例如对价值观、企业精神、成就感的评价和取向更趋时代特色。与之相比，地产和物业参与调查的员工年龄分布更趋平均；总部、特力、香蜜湖参与调查的以老员工居多。

二、以“职业化”为目标的企业文化建设工作取得阶段性成果

《纲要》提出“今后三年的企业文化建设目标设定为‘职业化’”。通过调查问卷分析我们发现：一是有81%的受访员工认为本企业党组织能根据《纲要》的部署，积极行动，宣传、贯彻“职业化”理念，并结合企业实际开展关于“职业化”内涵的讨论；二是有超过半数的员工认为通过对“职业化”理念的宣贯，个人、周围同事的精神面貌和工作状态得到了较大的改善，其中信息、物业和总部排在前三位。三是有92%的员工认为应将“职业化”作为企业文化建设的基石或是未来3至5年，乃至更长一段时

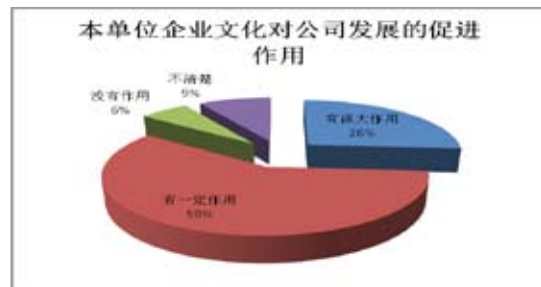
期集团各单位企业文化建设的长期目标。



这些数据表明，通过《纲要》“职业化”的理念完成了“写在纸上”的起步阶段；经过近一年的宣导“职业化”的内涵基本完成了“刻在心里”的员工认可阶段；而现在已经开启了“行在脚下”的“职业化”践行阶段。

三、大部分员工对本单位企业文化建设工作认可度较高

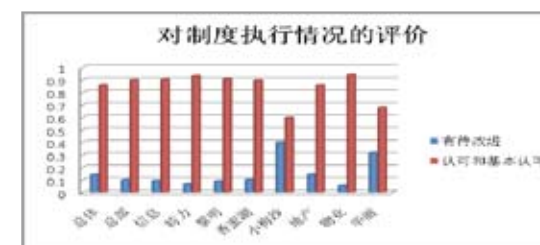
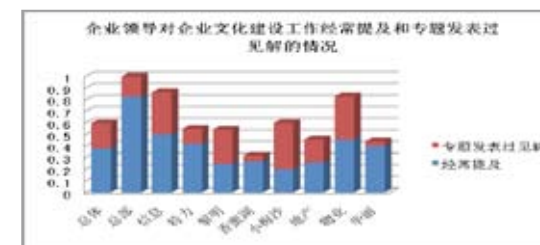
几年来，集团各企业围绕集团党委提出的企业文化建设工作要求，积极开展形式多样的企业文化建设工作。尤其是《纲要》颁布以来，各单位的企业文化建设工作更是得到了大部分员工的认可。调查数据反映，有76%的员工认为本单位的企业文化建设工作符合企业实际，其中信息、物业和总部集团排前三位；有近8成的员工认可企业文化在企业发展中的重要作用，更有85%的员工肯定了企业文化建设工作对公司的长远发展有重要的促进作用。



四、企业文化建设工作的载体丰富多样

本次问卷调查针对《纲要》提出的“营造对外统

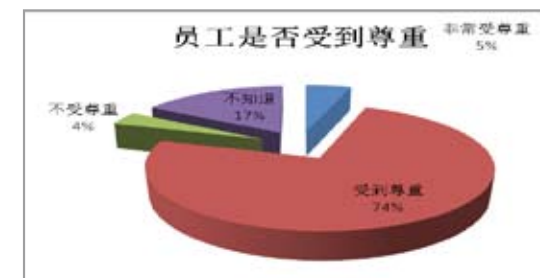
一风格形象、梳理完善企业各项规章制度”等企业文化建设手段和工具集中进行了评价。从数据可以看出，一是各企业领导非常注重企业文化建设工作，有近6成的受访员工认为企业领导经常会提及企业文化建设工作或专题发表过企业文化建设工作的意见，其中总部、信息和物业三家单位较为突出。二是党团工活动在塑造“亲和文化”方面作用突出，有6成多的受访员工认为本单位党团工活动正常，员工欢迎度高，通过活动增强了员工的凝聚力。三是CIS系统已经起步，塑造了企业外部的统一形象，展现了特发人良好的精神风貌。有77%的受访员工认为集团标识和公司品牌标识使用比较规范，有73%的受访员工认为公司着装整齐，特发物业公司员工在这方面认可度最高。但调查数据同时也反映出，在标识的知名度和商务礼仪方面还有进一步提高的空间。四是制度文化扎实推进，有86%的员工对本企业各项规章制度的执行情况比较认可。五是企业文化建设工作的载体多种多样，文体活动、企业内刊、企业网站和员工手册分列各单位企业文化实现形式的前四位。



五、以人为本的理念得到真正落实

“以人为本”是《纲要》提出的企业文化建设首要原则，也是企业文化促进企业发展，形成企业竞争软实力的关键所在。根据此次调查结果，有近8成的员工认为在公司到尊重，有近9成的员工认为公司对员工的个人职业生涯发展较为关心，并且个人的意

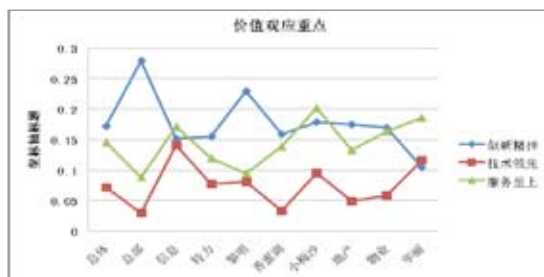
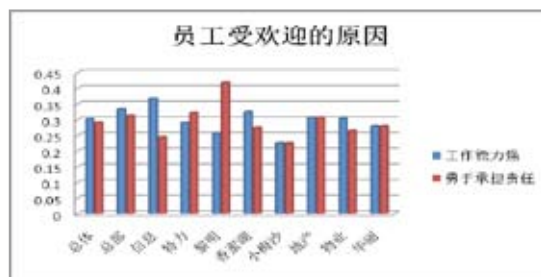
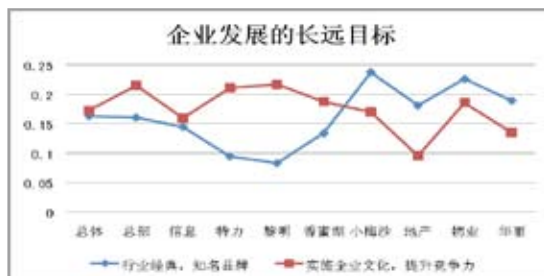
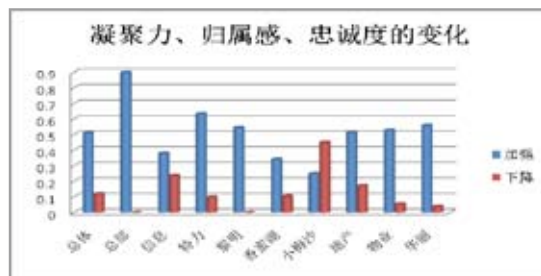
见和建议会引起公司的重视，能得到正面的反馈，同时，有81%的员工愿意在适当的情况下向同事倾诉烦恼。



“以人为本”的实质是企业将员工视为企业最重要的资源和活的生产力。上述数据表明，集团各企业在生产经营管理过程中，能够坚持“以人为本”的原则，通过尊重员工增强企业的向心力，通过关心员工增强员工的归属感，通过激励员工实现自我价值促进企业的不断成长，通过规划员工的职业生涯实现企业与个人的和谐发展。调查数据反映出，目前集团各企业内部员工之间人际关系简单、透明、和谐。

六、建立了“风清气正、人心思进”的良好企业文化氛围

企业风气是企业文化建设的直接显现，也是衡量企业文化建设工作的主要软指标，但是受制于统计工具的限制，如何衡量企业风气一直是企业文化建设评价工作的难点。本次企业文化调查通过员工的匿名评价，使我们获得了较为真实可信的企业风气评价数据，这些数据也从一个侧面展现出特发企业文化渐行渐优的良好趋势。一是有超过7成的员工认为“工作能力强”和“勇于承担责任”是员工受到尊重的主要原因；二是通过企业文化建设，有超过5成的员工认为本企业员工的凝聚力、归属感和忠诚度得到进一步增强，其中总部、特力、黎明排在前三位，有超过8成的员工认为员工之间团结协作情况较好；三是员工自豪感进一步增强，有超过8成的受访员工认为在现有公司工作能体会到自豪感，在面对损害公司形象的说法时，有93%的员工会进行反驳，自觉维护企业形象；四是“实现自我价值、热爱本岗位工作和企业文化好”等软指标分列受访员工留在本企业工作原因的前三位。



做一个敬业的职业人

● 周梅/香蜜湖度假村

以上这些数据，一方面表明集团各企业在推进文化建设工作的过程中，也在受到企业文化软实力的反作用，并通过企业风气等软指标得以体现；另一方面也表明，经过几年来集团党委对企业文化建设的常抓不懈，员工和企业已经开始感受到企业文化建设工作带给企业的可喜变化。

七、百花丛中别样红

对如何总结、提炼企业使命、愿景和核心价值观等问题，受访员工也都结合本企业的实际，提出了具有很高参考价值的观点。这些建议和观点体，一方面是各企业员工对企业使命的认可度较为统一，均强调要兼顾股东、客户和员工三者利益；另一方对需要加强的企业精神、企业长远目标的确定、核心价值观的提炼等，各企业员工的着眼点具有较为鲜明的行业特色。譬如，在需要加强的企业精神上，旅游服务行业更强调服务理念，工业企业更强调精细管理和拼搏精神；在长远目标的确定上，旅游、地产类企业更强调公司的品牌效应，认为应将重点放在品牌塑造上，而两家上市公司则相对更注重提高企业核心竞争力；在核心价值观的提炼上，工业企业的员工认为应更多的关注于创新精神和技术的领先，而旅游服务类企业的员工认为本企业的核心价值观应更多的关注“服务至上”的理念。

《纲要》提出“集团企业文化建设工作，‘母子’公司要各有侧重”，即集团将侧重于共性方面的设计和塑造，各企业要围绕“职业化”这一目标，根据各自行业的特点，提炼出各具特色的企业文化，形成百花齐放的集团企业文化建设格局。从调查问卷的结果来看，这一要求各企业员工的期望相吻合。

问卷调查数据也暴露出来一些问题，一是部分企业高层管理人员对企业文化工作重视程度不够；二是个别公司的企业文化建设与实际脱节；三是认知文化、亲和文化和制度文化发展不均衡，认知文化需进一步加强；四是企业士气有待进一步提高。这些问题的产生，有的是因为企业战略不够清晰，有的是因为企业外部竞争环境日趋激烈，企业内部经营压力较大，但更重要的是企业文化建设的推进力度不够，企业软实力需要进一步增强。此次问卷调查作为2010年度集团党委企业文化建设重点工作之一，既为前一阶段集团系统的企业文化建设工作从一个侧面做了总结，增强了我们继续做好企业文化建设工作的信心，也为下一阶段企业文化建设的重点工作——核心价值观的提炼做了铺垫。集团各企业有针对性地解决此次问卷调查暴露出来的问题，将进一步提升企业文化建设效果，为实现《纲要》提出的集团企业文化建设的既定目标迈出坚实的一步。

英国作家约翰逊有句名言：“职业能彩饰一个人的品性”，这句名言道出了职业在人生中的价值。一个完美的职业人生是在从事职业的劳动中塑造起来的，决定他成功的态度则是敬业。

敬业，体现着一个人的能力、才干；体现着一个人对社会、对集体、对家庭的责任感和奉献精神；还体现着一个人对人生的热爱、追求、积极的态度。因此，敬业既是社会检验一个人价值的重要标准，又是一个人实现自己人生价值的重要途径。敬业是事业成功的前提，一个人只有敬重自己的事业，才能热爱工作，开拓前进，取得成功。荀子说：“百事之成也，必在敬之；其败也，必在慢之。”如果一个人对自己的工作漫不经心，必定导致事业的失败。

如何做到敬业，需要专心、细心、诚心。专心，

就是专心致志地从事工作。如果一个人总是“这山望着那山高”，总是“见异思迁”，不把自己的全部精力投入到工作中，其结果，常常是“竹篮子打水——一场空”，既不利于己，亦不利于人。细心，就是要一丝不苟地对待工作。明代学者胡居仁认为，粗心是对事业的不敬，他说：“心粗最害事。心粗者，敬未至也。”诚心，就是要诚心实意地做工作。既已着手之工作必须完成，已接受之事务必诚实为之。”一个人只要做到了上述的“三心”，那他就可以问心无愧地说：“我做到了忠于职守。”

我到香蜜湖工作已经10年了，刚参加工作的时候，心中充满了美丽的梦想，憧憬火热的事业，血液中涌动着对未来的激情，渴望实现自己的人生价值，渴望成功的人生。在经历了工作中的点点滴滴，

目睹了身边的人和事后，我才懂得人生真正的价值只有在敬业中才会得到体现。敬业就是认真做好自己平凡的本职工作，干一行，爱一行，把工作中一点一滴的小事做好，把一分一秒的时间抓牢，填好每一张记录，算准每一个数据，写好每一篇文稿。古人说：“不积跬步，无以致千里，不善小事，何以成大器。”说的就是这个道理。

我们公司有许多这样的例子，例如：物业公司的伍文标，我们都亲切地称呼他为“标叔”，在香蜜湖工作了20多年，他对待工作认真负责、勤勤恳恳，尽心尽力、扎扎实实地做好自己的本职工作。他待人总是一副敦厚灿烂的笑脸，言谈举止谦恭，赢得了大家的尊敬。记得在2004年一次移植树木的过程中，他被倒下的大树压裂了腰骨，经过治疗还未完全康复，又重新投入到工作中。由于他表现突出，获得了公司优秀共产党员、市国资委系统优秀共产党员荣誉称号和深圳市先进劳模称号。多么敬业而又高尚的员工啊！他把自己的青春、理想、信念、才智毫不保留地奉献给了工作，在自己平凡的岗位上，用青春和生命谱写着无怨无悔的人生。

又如：清洁部的冯小柳，每天天还没亮，当人们还躺在被窝里睡意正浓时，她却早早起床，踏着晨露，或冒着风雨，匆匆奔向公司办公楼，一丝不苟地打扫卫生，清理垃圾，风雨无阻。当她拾到客人遗失的皮包时，丝毫没有见财起心的念头，自觉主动地将财物归还给失主，当失主满怀感激地拿出一沓现金硬塞给她时，她睁大清澈透明的眸子，纯朴的双颊泛红，推开失主的手，忙不迭地说：“找到失主我就放心了，办公楼还有好多房间没有清理，我先去工作了。”多么平凡的话语、朴实的真情！我的心却被深深地震撼了，在那一瞬间，仿佛一道闪电划过我的心灵，我明白了什么是敬业？什么是责任？什么是使命？我开始重新审视身边的同事，他们没有豪言壮语，没有惊天动地的事迹，有的只是无私无畏，默默奉献。

公司还有许许多多这样的员工，在平凡普通的岗位上任劳任怨，辛勤工作。他们是平凡的，他们也是伟大的。他们是无私奉献的典范，他们是爱岗敬业的榜样。比比他们，想想自己，我们有什么理由不珍惜自己的工作岗位呢？有什么借口不努力地完成自己平凡的本职工作呢？茵茵小草能织成广袤无垠的草原，数不清的沙尘能造就出摄人心魄的沙漠。在平凡的岗位上，只要我们每个人都做一个敬业的职业人，即便我们是一棵棵小草，是一颗颗沙粒，但只要我们团结在一起，就可以连成绿洲，就可以聚沙成塔，我们挺起的脊梁就可以支撑起企业的未来，我们紧握的双手就可以托起企业的明天。

做一个敬业的职业人吧！只要我们把工作当成一种责任，当成一种使命，快乐地工作！快乐地生活！在平凡的岗位上尽情展现自己的才能和智慧，我们的企业就能发展壮大。做一个敬业的职业人吧！让我们为企业的蒸蒸日上、兴旺发达增添一份力量，增添一份光彩！让企业更加灿烂辉煌！



“爱心传呼”——传递社会责任

——忆“全国助残扶残先进集体”特发通信发展公司“爱心传呼台”

● 黄斌/本刊通讯员

深圳市特发通信发展公司“爱心传呼台”——“全国助残扶残先进集体”，深圳第一家成立残疾人协会的企业，公司把帮助残疾人走上工作岗位、树立自尊自强的信心视作自己应尽的社会责任，为残疾人事业做出了贡献。倾听原特发通信公司总经理郁小平回顾“爱心传呼台”的历史，我们深切地感受到老一辈特发人以承担社会责任为己任的企业与人生境界，这是一份宝贵的精神食粮，值得我们新一代特发人珍惜和发扬。

不能忘却的“传呼机”时代

“有事你呼我！”这是上世纪八、九十年代亲友和同事间的一句口头禅。当时有部传呼机是很“牛”的事，四、五千元的昂贵价格使它某种程度地成为了身份的象征。在朋友圈子里，谁的腰间要是没有这个小玩意儿简直就有点抬不起头来。那时街边一景就是公共电话旁边总会有几个站着等回复传呼的人，他们都在催促前面的人：“麻烦你快点啊，我等着复机



呢!”。传呼机几乎是当时生活中的必需品,成就了一个不能忘却的“传呼机”时代。

这个不能忘却的“传呼机”时代,对特发人具有更特别的意义,因为特发集团企业踏足传呼业10年,亲身见证了这个人难忘怀的“传呼机”时代:集团1988年8月成立的特区传呼机有限公司是深圳市最早的传呼机公司之一。

“爱心传呼”应运而生

传呼机在深圳大面积普及是在1992至1994年,那是深圳传呼业的黄金发展期。在深圳这个曾经创下了“全国人均拥有传呼机最多”、“传呼站台最密集”的城市,最多时曾经拥有83家传呼企业,200多个发射频率,5000多个基站,传呼用户达180万户,一座梧桐山就建了500个发射机,发射机之间最近的距离甚至不足半米,真是叹为观止。

然而,在经过短短两年多的黄金发展期后,传呼业在1994年就迎来了行业的转折:1993年国务院55号文件宣布对传呼台等9项业务放开经营,润迅、龙飞、翔龙等传呼企业在1994年迅速发展起来,行业内竞争日趋激烈,新晋企业纷纷高薪挖角,曾经的龙头老大特区传呼公司受到强大冲击,进入发展的低潮,到1996年初,特区传呼台只有8000用户,并已连续亏损,人员流失严重。

1996年4月,特区传呼机公司更名为特发通信发展公司,并由时任特发集团副总经理的陈玉明兼任董事长,特发海外发展公司总经理郁小平任总经理。为解决人员流失这个导致公司陷入困境的重大问题。公司把企业的经济效益、企业的发展和社会责任创造性地结合起来,决定招聘一批残疾人上岗就业。根据传呼业人员工作的特殊性——传呼员坐位工作、用手操作和语言沟通,公司招聘的残疾人士都是下肢残疾,他们仍有自我劳动的能力和愿望,经过培训,他们是可以胜任传呼这个工作岗位的。招收残疾人就业这一重大举措,不仅解决了公司人员流失的问题,而且使企业承担和履行了社会责任,奉献的企业的爱心。为此,公司也随之将特区传呼台改名为“爱心传呼

台”,“爱心传呼”就这样应运而生。

1996年—1998年,公司先后有50余名残疾人经过培训上岗就业,公司传呼员有1/6是残疾人。公司不仅培训在本企业就业的残疾人,还免费为深圳市所有下肢残疾人开展电脑培训。据统计,大约有130多名下肢残疾人曾接受过公司的电脑培训,这个数目已基本上接近当时深圳市下肢残疾青年总人数。至今许多残疾人士都忘不了当时那个“爱心传呼”,回忆起那段历史,都感慨是“爱心传呼”开启了他们生命的希望之门。

为方便残疾员工,公司从细微处入手,着力改造工作环境:为残疾人添置坐便器,把原来行政人员的办公室挤出一半改成员工餐厅和休息室,把楼梯台阶的一半建成便于残疾人行走的无障碍通道……

在深圳市委市政府的支持下,“爱心传呼台”还斥资在市区为残疾人兴建爱心书报亭,在市内各主要交通路口设置无障碍通道标志,形成一道道“城市文明风景线”。对此,《人民日报》、中央电视台新闻联播节目和海内外几十家媒体专门做了报道。

“爱心”传递责任力量

1996年,中国残联主席邓朴方在深圳市时任副市长武捷思的陪同下来到特发通讯公司视察,公司扶残助残的种种举动得到邓朴方的大力肯定和赞许。1997年第二次全国自强模范暨扶残助残先进集体和个人表彰大会上,“爱心传呼台”作为深圳市唯一代表,被国务院残疾人工作委员会授予“全国助残扶残先进集体”称号;公司总经理郁小平作为广东省唯一企业代表,参加了由时任中共总书记江泽民主持的座谈会,在京西宾馆做了扶残助残事迹报告。北京归来,时任深圳市委书记厉有为亲自授予公司“爱心传呼台”“深圳市扶残助残先进集体”、郁小平“深圳市扶残助残先进个人”称号。

爱心传呼——传递社会责任。“爱心传呼台”在履行社会责任,创造社会效益的同时,也为公司带来了良好的经济效益,给公司的发展带来转机:自从办理爱心传呼业务后,社会各界对“爱心传呼台”给

予大力支持和帮助,许多爱心人士纷纷加入爱心传呼台,公司业务不断发展,效益回升,1996年当年公司就扭亏为盈,1997年客户翻了5倍,达到4万人。

“爱心传呼台”扶残助残事迹受到政府和社会各界的高度关注、支持:在1997年“爱心传呼台”成立深圳第一家企业残疾人协会时,时任深圳市宣传部部长邵汉青亲自任名誉会长,国家“一级战斗英雄”、“全国自强模范”史光柱担任顾问,国内外媒体先后70多次对“爱心传呼台”事迹进行了宣传报道。

“爱心传呼台”扶残助残事迹感染了一大批有社会责任感的企事业单位,他们和“爱心传呼台”一起掀起了一股奉献爱心的热潮:惠州博罗无线管理委员会邀请“爱心传呼台”办到当地,让惠州博罗的残疾人士也能在“爱心”的温暖下,开出生命的希望之花。

深圳市残联、市劳动局和公司联合举办“百名残疾人就业技能培训扶贫工程”,免费对残疾人士进行技能培训,为残疾职工创造舒适的工作生活环境;同时设立助残基金,成立残疾人青年之家,成立“爱心传呼”义务工作队。

竹子林派出所时任福田区公安局局长施志刚(现深圳市公安局副局长)支持下和公司共同成立扶贫助残领导小组,与残疾退伍工程兵建立长期的服务关系,每周在竹子林帮助他们做家务、搞卫生;为残疾人客户提供特别服务等。

香港复康社在1997年邀请公司派出7名员工赴香港学习、考察,为内地爱心事业作出一份努力。

“爱,就是相互支撑”。这句“爱心传呼”的广告语也不断出现在各媒体和企业宣传的字里行间。随之而来的,是全国爱心慈善会的“爱心蛋”、爱心义工队、爱心输液……

时光流逝,爱心恒在

1998年后,随着手机市场的迅速发展,与手机相伴的短信替代了传呼机功能,传呼行业开始步入下行轨道。尽管特发集团将旗下“爱心传呼”和“龙飞传呼”的资产、业务划入特发信息,并为特发信息上市建功不小,但科技进步、市场经济和行业发展的规律

不可阻挡,2002年后,传呼机企业逐渐淡出了通讯主流市场。

回顾五年的“爱心传呼”历史,我们深深体会到,企业不仅要创造经济效益,同时也要承担社会责任,回报社会,为社会作出应有的贡献,让更多的人分享企业发展带来的物质和精神财富,这是企业的一份宝贵“道德资产”。产业有着自己的生命周期,时光流逝,每一个行业都有属于它的时代,企业可以随其生命周期的运转而存续,甚至被更新、替代,但唯有“爱心”恒在,社会责任的信念永恒。



从象牙塔骄子到市场营销能手

——记特发小梅沙旅游中心市场营销主任李赛男

● 张世平/特发小梅沙旅游中心

身材苗条，齐耳短发，双眸澄澈，嘴角总是泛起笑意，和同龄人一样，她朝气蓬勃，富有求知欲，还有那仿佛永远用不完的旺盛精力，她就是特发小梅沙旅游中心市场营销主任李赛男。她是一个职场多面手，先后在公司多个岗位工作：作为海洋世界海洋剧场的节目主持人，她为无数游客奉上精彩纷呈的主持节目；作为园区播音员，她为游客播发一份份饱含温馨的提示；作为景区团队接待员，她的笑容感染来自五湖四海的游客；作为市场开拓人员，她的双足踏遍整个泛珠江三角洲地区；作为新闻报道策划，她将小梅沙旅游中心吸引游客的亮点摆到媒体的聚光灯下，为小梅沙旅游景区品牌推广作出贡献……



从象牙塔骄子到主持人，将专业变为事业

2008年夏，李赛男以优异成绩毕业于安徽广播影视学院，并以“省优秀毕业生”身份被学校推荐到特发小梅沙旅游中心工作。“我要做一位优秀的主持人”，她说，“这是我的理想”。发挥主持与播音的专业优势，李赛男在海洋世界海洋剧场作节目主持人，扎实的专业基本功让她工作起来得心应手：她在海洋剧场主持的一百多场解说场赢得观众的热烈掌声，获得公司领导和同事们的好评。

主持是一项极具实操性的工作，“纸上谈兵”终不足，必须在实践中历练才能获取真经，也只有在实践中才能提升舞台的应变能力和临场发挥技巧。李赛

男深知其专业工作的特殊性，在把握海洋世界剧场节目主持之后，她把主持的舞台扩大到海洋世界以外的地方，不放弃任何一个可以磨练自己的机会，无论是社区的活动还是公司的欢庆会，无论是节目主持、诗歌朗诵或者是演讲比赛，总有她那精干、坚毅的身影。无论工作多么忙，生活如何琐碎恼人，她总是能在主持的领域保持那份热爱，时刻不忘在闲暇时诵读台词，培养语感。

2010年，她还在盐田区电视台做兼职主持人，利用休息时间，她或在播音间用她那纯正甜美的声音与数以万计的听众分享快乐，或端坐在电脑前罗列提纲，构思下次的节目主持如何开场、过渡、收尾。也许对她而言，所谓假日就是做自己喜欢的事情，而她

喜欢的事情又莫过于她的主持专业。

从象牙塔骄子到主持人，辛勤的汗水见证了她艰辛的努力，她把专业当做事业来经营，取得了可喜的成绩，得到了人们的认同：观看海洋剧场表演的游客以掌声回应她的主持；观看过她主持电视节目的盐田区居民，熟悉了她那甜美的声音；与她一起工作的员工和同事，也深受她积极进取、一丝不苟工作态度的感染。但在赞誉面前她保持了从容淡定，流露出这个年龄女孩鲜有的成熟和谦逊。

从主持人到营销能手，成就一人多岗

海洋世界工作的特殊性要求员工“一岗多能”、“一人多岗”，能根据客流高峰和游客不同需求一人适应多个不同岗位的工作。面对外部激烈的竞争环境，小梅沙旅游中心有计划地构建高效和充满活力的新工作机制——培养职场多面手，并作为公司发掘培养新人，促进员工成长的人力资源优化方式。为促进员工尽快成长，中心根据企业实际和员工各自的优势及不同特点，搭架了“一人多岗”的培训平台。李赛男积极参加公司的学习培训，尽量多地掌握各项职能工作本领。根据公司工作需要，2009年底，李赛男从海洋剧场主持转到市场部做营销工作。

从主持到市场部营销工作岗位的转变并不简单，为此，李赛男必须熟悉市场营销的各项操作流程，牢记不同的营销价格政策，区分旅行社的团队类型，维护现有营销渠道，开拓大型企事业团购，并策划营销活动，开展网络营销……等等。所有这些，对一个初出校门工作才一年的女孩来说是多么地不易！这个转型对她确实是个不小的考验，因为学习掌握市场营销新知识新技能需要花费很大的时间和精力，另外同时还要兼做海洋剧场的解说工作。“我要两个部门来回跑，尤其是节假日时，客流量高峰时期，连饭都顾不上吃”，她说。一次在团队接待室门前遇见她时，她正在吃饼干。“我的午餐”，她笑着说，一脸的坦然与真诚。

市场部工作量大，主要负责客户服务、媒体联络、团队营销、数据分析、资料整理等业务。“我对数字不太敏感，以前没有和‘数据分析’打过交道，

所以一个简单的团队人数减免我都得反复算好几次。勤能补拙吧！”她还是笑着说，自嘲里闪烁着自信和认真。即使是出差走访旅行社时，她总是不放过任何一个机会向同行业前辈们虚心请教，提出问题，寻求答案，并认真地做好记录。

工作上的勤勉加上市场部多渠道的培训使得李赛男很快谙熟了市场部的运作，并能提出建设性的意见。“桃李不言，下自成蹊”。市场部蒸蒸日上的营销业绩证明了这个营销团队的力量！天道酬勤，2010年初，李赛男成为小梅沙最年轻的市场营销主管，而且创造了从普通员工成长为主管用时最短的记录。她的成长正也体现了小梅沙旅游中心不拘一格、任人唯贤的企业文化和用人机制。

勤学善思，争做旅游行业标杆

李赛男有一颗“倔强”的心，她的“倔强”在于始终坚持自己的选择，不论多苦多累，从不放弃，她渴望求知，把学习当作生活中的一部分，一刻也不忘记。她对完美的追求近乎痴迷，也正是这份“痴迷”，促使她兢兢业业工作，使她不断成长。

2010年7月16日，为配合电视台做好转移大白鲸的采访报道，李赛男从电视台回来后第一时间就投入到白鲸转运的配套服务工作中，从白鲸起吊时负责拍照，到转运成功后陪同记者拍摄、取景，一直到凌晨2点才结束全天的工作回到家。平常习惯晚上10点多钟就入睡的她，到时间不能入睡，生物钟被打乱了非常痛苦，第二天还得再陪记者补拍前一天晚上因光线问题没有拍好的镜头。她就是这样，不管多晚多累，都会把工作做完做好，精益求精，善始善终。

即便是在如此繁忙的工作期间，李赛男也从没有放弃学习，尤其是读书和写作。入职小梅沙旅游中心工作短短一年时间，她先后在《特发》月刊、《深圳商报》、《南方都市报》等报刊上累计发表报道近百篇，为扩大小梅沙品牌知名度做出了积极贡献。

2009年，李赛男被评为公司“优秀员工”，这一荣誉在让她感到振奋和鼓励的同时又转化为一种更大的动力在催促着她不断进步。她说，我没有天赋异秉，只是竭尽全力做好自己所要做的每件事。锲而不



舍，金石可镂。这个朴实的道理透露着这位年轻的小主持人的智慧。

李赛男是放弃电台工作从安徽只身来到离家三千里之外的深圳工作的，她主动放弃在父母身边的安逸生活而出来为理想独自奋斗，这是万千来深圳工作年轻学子的真实写照。“我也想家，想爸爸妈妈，工作忙起来时，连家人的电话都来不及接”，她说，“家人是我工作的动力，每当累时想到他们，我就会觉得身体又充满了力量。虽然很忙，可我对家人的爱，从来没有减少”。

李赛男是80后，2008年步入职场到特发小梅沙工作，期间经历了舞台节目主持、景区播音员和市场营销员等多个岗位的转换，历经锻炼成为“职场多面手”，短短3年时间，她完成了从象牙塔骄子到职场营销能手的转变——2010年，她被任命为小梅沙旅游中心市场营销主任。

深圳是一座年轻而富于魅力的城市，每年成千上万的青年学子百川入海般汇集在这里，他们的工作、成长、职业化之路，给这座充满活力的现代化大都市留下了深刻的烙印。李赛男正是其中一员。这群拼搏进取，朝气蓬勃，有事业心和责任感的年轻人，他们勇于迎接挑战，善于抓住机遇，正是这群把工作当做事业来经营的年轻人，他们忠诚于企业，在职场打拼、默默奉献，用辛勤汗水书写深圳这座城市的辉煌，同时也为自己创造美好的职业人生和幸福未来。

集团与巴士集团、水务集团联合举办中高层管理人员企业管理知识系列培训

● 陈斯玮/集团人力资源部

按照集团企业文化建设规划，为打造集团职业化管理团队和职业化、专业化员工队伍，开拓视野，提高集团管理人员的整体素质，近期，集团与巴士集团、水务集团联合举办一连三期的中高层管理人员企业管理知识系列培训，邀请厦门大学管理学院教授在巴士集团的公交大厦集中讲课，9月27日讲授的题目是“大周期视角下的投资策略”，10月15日讲授的

目的是“基于战略的全面预算管理”，10月27日讲授的题目是“企业持续发展中的关键要素”。3次培训3家集团公司共有810人次参加，特发集团总部中层以上管理人员和系统8家企业的管理人员有180人次参加培训。联合培训增进了集团与兄弟企业的交流合作，又节约了培训成本，得到广泛好评。



中央电视台财经频道到特发信息采访

● 黄斌/特发信息综合管理部

近日，中央电视台财经频道《交易时间》栏目记者到特发信息公司，就国家振兴七大战略性新兴产业规划和布局，加快培育发展新材料产业情况进行采访。

近年来，国家在政策上给予大力支持，大力促进新材料产业的发展。2010年6月，国家强调要大力发展新材料，加快推进材料产业结构调整，积极发展包括光纤材料在内的电子信息新材料；在十二五规划中，新材料更是被列为重点发展领域，必将迎来一个

发展的新高峰。

鉴于以上情况，中央电视台财经频道《交易时间》栏目专门制作专题节目《七大战略新兴产业——新材料》，通过邀请专家和深入企业的方式对我国的新材料产业问题、规模发展问题、市场培育问题进行深入介绍。特发信息作为我国光纤光缆行业前10强企业，被列为采访对象之一。中央电视台记者对特发信息董事长王宝、特发信息光缆分公司技术总监张



张伟民进行了采访，并走访了特发信息光缆分公司龙华光缆研制基地。

采访中，特发信息王宝董事长指出，光纤、光缆

材料被称为信息高速路的基石，尤其是在物联网出现以后，伴随着新一代的互联网建设，将会给光通讯产业带来极大的发展机遇，也会给我们生活带来很大变化。他介绍了目前光纤光缆行业需求强劲，但行业产品毛利率普遍不高的现实情况，并对特发信息利用自身研发优势，通过走特、专的产品路线提高产品毛利率，打造独特产品，力图打破价格围城的思路进行了介绍。

我国未来光纤产业发展前景非常广阔，国家投入数千亿的投资，重点发展3G、智能网、物联网，这将极大地带动我国光纤产业的发展。

该期采访节目已于10月19日上午10:30分在中央电视台财经频道《交易时间》栏目播出。

自主创新让企业活得更精彩 ——特发信息自主创新硕果累累

● 黄斌/特发信息综合管理部

光通信产业处于完全竞争领域，行业竞争十分激烈。2000年前，中国纤缆行业制造商达到300多家，经过不到10年的激烈竞争，至今在纤缆行业扎根的企业已经不到50家，而真正具有一定生产规模的只剩下10多家。

特发信息公司1988年成立，国内最早涉足光纤、光缆及光通讯设备开发、生产的高科技企业之一。2000年5月，特发信息成功上市。2009年，公司实现主营业务收入8.7亿元，在国内光纤光缆行业中排名第六。

特发信息十分重视自主创新，在主导产业——光纤光缆领域坚持走持续的自主创新道路，研发投入历年来均占到企业总销售收入的3%以上，研发团队成员占知识型员工队伍的30%以上，拥有如王爱

国、吴金良等业内多位知名的青年专家。20多年来，公司实现了从行业技术开拓者，到局部领先者，再到规则制订者的“三级跳”，在普通光缆、电力光缆、室内光缆等领域的技术和应用已居于国内甚至世界先进水平。

一、特发信息自主创新硕果累累

公司强调由“制造”向“智造”升级，以“特”和“专”引领研发和市场经营，自主创新技术和新品研发方面创造了多个国内和行业第一，取得累累硕果：

(一) 公司是深圳市和国家首批高新技术企业之一；

(二) 公司是业内生产经营光缆品种最齐全的厂商，拥有业内一流的产品技术研发实力和检测能力，是业内新品开发的领先者之一；

(三) 公司是国内最早拥有MCVD制棒技术和光纤拉丝技术的企业之一；

(四) 公司是国内ADSS首家研制企业（1995年）和最大跨距保持者（1420米）；

(五) 公司成功研制中国第一条10kV OPPC光缆实用线路；

(六) 公司成功研制国内领先、最大芯数（1000芯）骨架式光纤带光缆；

(七) 公司成功研制世界首条12芯光纤带骨架式光缆；

(八) 公司在国内率先成功研制出特种光缆系列：概念SST系列产品、光电复合缆、耐火光缆、下水道缆、8字缆、非金属防鼠光缆等系列特色产品；

(九) 公司成功研制世界首条光纤实时自测温OPPC导线；

(十) 公司引进消化并自主国产化国内纤缆企业第一条SST不锈钢管生产线。

公司多项产品获得国家、部委、省、市等不同等级的证书或奖励，如：ADSS光缆、光纤复合地线光缆OPGW被国家科学技术部批准为国家级火炬计划项目；非金属加强件室外通信光缆、DSL-9800智能化数字环路传输系统等获国家级新产品奖；ADSS光缆、层绞式室外通信光缆、阻析氢低损耗室外通信光缆获得国家科委颁发的国家重点新产品证书。

二、高度重视知识产权工作和标准参与工作

公司知识产权意识强，高度重视自有知识产权工作，知识产权专项工作经费的投入保持在占全年研发经费总额的7%左右。公司拥有近40项国家实用新型的专利，自主知识产权的产品销售收入占销售收入的52.8%，利润占利润总额的52.9%。

公司在管理和保护公司知识产权的同时，对个人申请专利、版权、参与行业标准制定等行为实行专项鼓励。

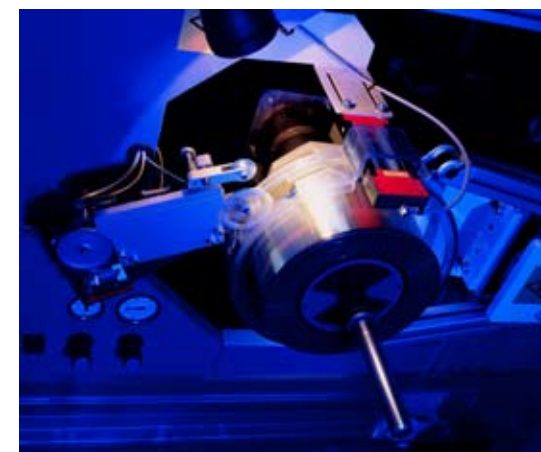
公司积极参与国标、行标、军标等光通信产品标

准的编制，是国内管道和直埋通讯光缆、自承式架空通信光缆及单双芯光缆、多芯光缆、塑料光缆、骨架式光缆、中心管式光缆及蝶形引入光缆、微型自承式光缆等标准的主要制定者。

三、以管理创新、体制创新确保技术自主创新的持续性

为确保技术自主创新的持续性，特发信息大力开展管理创新和体制创新，在公司引入和推行国际上通行的现代企业先进管理理念和方法，如标杆管理、战略管理、全面预算管理、全面风险管理、流程管理、“平衡计分卡”、KPI体系管理、精益生产和6S、Q12管理、ERP等IT化系列项目建设、企业文化管理等。对科研技术、经营、管理、核心生产人员等骨干员工实行持股经营、股权激励，给人才长期发展创造空间和舞台，充分调动人才的积极性。

公司还从多种渠道鼓励创新，如：设立超额利润奖、总经理奖励基金、单项项目管理奖；实施“桥梁计划”、“神州计划”和“雏鹰计划”；开展校企合作，如在北京邮电大学设立“特发信息奖学金”并进行人才培养合作；与知名学者林中教授、中国“光纤之父”赵梓森、王大珩院士等专家保持紧密联系；与华北电网公司共同开发研制世界首条“实时自测温110kV OPPC导线”等，提升企业发展原动力，努力打造形成一支集聚领军人才和富有创新力的人才团队。



特发信息电力光缆新设备投产，产能效率大幅提高

● 任利民/特发信息电力光缆事业部

特发信息电力光缆新近安装投产3条新生产线。其中一条高速复绕机生产线，复绕速度是普通复绕机生产线的3倍；另外一条1+6管式成缆机生产线及另一条1+12管式成缆机生产线，成缆速度是老式成缆机的3倍，生产层绞产品是老式成缆机的1.5倍，新产线产品不仅效能提高，而且质量优异，所有产品均达到或超过标准要求。



新设备的投产运行，大大提高了特发信息电力光缆事业部的设备产能及生产效率，让员工熟悉了相关设备的操作流程，为下一步大规模增产提量打下了坚实的基础。

特发信息开展创先争优，贴近一线务求实效

● 常俊林、代荣/特发信息光缆分公司

根据国资局、特发集团党委的部署要求，特发信息近期开展了“扣责任主题，重流程建设，促效率效益双提升”的创先争优主题活动。

特发信息创先争优主题活动结合公司的生产经营实际，充分激励广大党员干部职工立足本职，争创一流，强化市场、客户价值导向，充分发挥党员的先锋模范作用。特发信息光缆分公司在营造“创建先进基层党组织，争当优秀共产党员”的良好氛围下，第

三季度末在生产一线展开了产量、质量双突破冲刺活动；党支部成员学习文件，统一思想，提高认识，把推动生产一线班组长、工段长、车间主任的“基层领导力培训”项目列入创先争优活动的实践载体；一线员工更是利用业余时间开辟《特发信息光缆党支部创先争优宣传栏》、《党员文化园地专栏》，使特发信息创先争优活动真正贴近与一线，起到提升经营管理实效的作用。



特发信息电力光缆出席世界智能电网大会·中国2010

● 特发信息电力光缆事业部

2010年世界智能电网大会于10月20-21日在北京举行。特发信息电力光缆事业部总经理伍历文率队代表特发信息出席会议。

世界智能电网大会作为世界清洁能源大会2010的主题会议之一，以“展望全球智能电网规划与建设，完善国家战略框架与标准体系”为主线；议题涵盖最新智能电网国际联盟与国家战略、高级量测体系、高级配电运行、输电网高级监测系统及技术、高级输电体系、高级资产管理等，吸引了来自国内外政策制定部门、电力监管部门、电网运营商、通信设备供应商、输变电系统集成商，以及IT信息化公司的众多代表参加。

作为行业期待的一次盛会，智能电网已是行业内热议的话题，国家也对坚强智能电网的建设作了宏伟的规划。会议站在全球视野展望全球智能电网规划与建设，探讨智能电网标准体系，参与这次大会，对把握世界智能电网的发展方向，更深入理解中国智能电网建设模式具有很高的参考作用。





国庆黄金周特发小梅沙旅游中心业绩创历史新高

● 特发小梅沙旅游中心

虎年国庆黄金周，特发小梅沙旅游中心“大发虎威”，再创历史新高！其中海洋世界7天接待游客7.2万人次，为日均游客过万的首个黄金周，实现经营收入641万元，创下黄金周历史新高，较2009年同期增幅高达35%，且游客量、经营收入同比增幅均远高于深圳同行平均增幅。截止10月7日，海洋世界经营收入已超过2009年全年百余万元。小梅沙大酒店则基本与去年同期持平。小梅沙旅游中心完成集团下达的2010年经营指标应已无悬念。

中心暑期以来取得良好业绩的主要原因有：一是天气状况良好，销售旺季基本未受到台风暴雨等恶劣

天气影响；二是东部华侨城“太空迷航”事故短期对我中心利多，我景区成为东部分流游客的主要目的地之一；三是海洋世二期——华南独家极地动物馆赶在暑期实现了全面试开放，提升了景区品质；四是在媒体投放、营销渠道维护、网络营销新技术采用等方面进行了创新，如适时推出的“海洋世界+极地世界一票通玩不加价”活动，受到游客追捧等。



特发小梅沙旅游中心淡季忙“练功”

● 李赛男/特发小梅沙旅游中心市场部

国庆黄金周后，小梅沙渐渐步入散客旅游淡季，面对经营上取得的可喜成绩，特发小梅沙旅游中心积极总结游客接待高峰时景区存在的问题，并确定下一步工作重点。如海洋世界存在的主要问题：一是随着单日游客接待峰值的刷新，园区接待能力基本达到了极限值，虽然海洋剧场表演由三场增至5场，白鲸剧场及小动物剧场增至7场，二线全力支援一线来疏导游客，但无论是景区空间容量，还是海洋动物承受力，均已达到了目前的接待极限，增加园区接待能力，有效实现内部扩容，将是未来发展的一项重点；二是极地馆开业后，新旧场馆对比反差大，加上游客消费品位越来越高，如何提高现有园区档次和品质，

加强主题策划和设计包装，以有效满足游客需求，提升游园口碑和重游率，也将是下一步的工作重点。

经过研讨，中心决定在淡季加快进行“幻游海洋馆”的升级改造以及“海洋乐园”的规划设计，同时派出业务骨干外出学习国内同行的优点。短期的利好没有可持续性，如天气因素和东部华侨城事故，唯有苦练“内功”提升全员素养，群策群力，不断提高园区品质，提升景区服务质量，坚持不懈地在产品、营销和管理上持续创新，并保障安全无事故生产，才是公司经营实现可持续发展的有力保障。

特发小梅沙旅游中心赴广西贺州学习、调研

● 李赛男/特发小梅沙旅游中心市场部

应贺州市旅游局邀请，为探讨双方旅游合作机会，9月12日至15日，小梅沙旅游中心一行15人，赴广西贺州进行了为期4天的学习考察和调研活动，并与贺州市领导进行了座谈。

考察组在贺州市旅游局领导的陪同下先后参观考察了黄姚古镇、姑婆山、玉石林等多个主要旅游景点，并在随后的座谈会上从产品情况、市场环境、品牌竞争力、景区规模等多个方面对贺州市旅游资源

做了深入剖析，探讨在贺州进行旅游项目合作的可行性，得到了贺州市领导的肯定。贺州市副市长刘建军表示，考察团对目前贺州旅游现状的审视非常准确，要求相关部门尽快提供完整的数据资料，以便分析市场情况，为下一步合作奠定基础。

此次参观考察活动增进了相互间的了解，为特发和贺州未来寻找机会进行旅游项目合作打下了良好的基础。



特发小梅沙旅游中心党总支组织党员、积极分子赴井冈山学习

● 顾燕/特发小梅沙旅游中心组织人事部

10月9-12日，特发小梅沙旅游中心党总支组织14名党员、15名积极分子共29人，在总支委员、第二支部书记伍志华的带领下，踏上井冈山红色学习之旅。

党员和积极分子们参观了黄洋界哨所旧址、井冈山革命历史博物馆、革命烈士陵园，大井毛主席旧居、小井红军医院、红军造币厂等革命遗址以及美丽

的笔架山等井冈山风景区，通过导游和讲解员的描述，以扩对旧址实物的参观，大家仿佛回到了战火纷飞的时代。在毛主席旧居内的红四军团军部会议室，举行了新党员宣誓仪式，全体老党员、积极分子与新党员一道面向党旗庄严宣誓。短短三天的井冈山之旅，党员、积极分子们纷纷表示受益匪浅。

特发小梅沙海洋世界进入秋游高峰营销期

● 李赛男/特发小梅沙旅游中心市场部



莞及周边地区的中小学校及幼儿园，每团从几百到上千人不等。海洋世界二期项目极地动物馆吸引了孩子们的眼球，大白鲸、北极熊、北极狐、北极狼、企鹅等来自南北两极的珍稀极地动物深受孩子们的喜爱。海洋世界既是孩子们轻松玩乐的公园，又是“寓教于乐”的科普乐园。今年春秋游呈现一个新特点，“亲子团”比重上升，孩子们由父母或爷爷、奶奶陪同，亲情互动，其乐融融。

海洋世界为应对学生秋游高峰做了充分的准备，凡学生幼儿亲子团超过3000人，就自动启动《游客接待高峰应急预案》，全员上班，公司管理层和员工都到一线去疏导学生，保证孩子们在有序、轻松的环境下，欢快而又安全地游玩。

10月15日（星期五），海洋世界迎来了学生幼儿秋游小高潮，全天共接待数千名秋游学生，本年度学生幼儿秋游热潮拉开序幕。团体主要来自深圳、东

香港市民120斤龙趸捐赠特发小梅沙海洋世界

● 张世平/特发小梅沙旅游中心

日前，特发小梅沙海洋世界接到一位香港市民杨先生的电话，说要捐一条巨大野生龙趸鱼给海洋世界，海洋世界即刻派出专业技术人员，携带运输大型鱼类的专用设备，驱车赶到现场，并把该鱼安全转移到海洋世界。

这条鱼学名巨石斑，俗称龙趸，鱼体长1.2米，体重120斤，体表多处有伤口。香港市民杨先生不忍心让这么大的野生龙趸成为“盘中餐”，所以花钱从别人手中买下，捐给海洋世界。该龙趸鱼将在医疗池中进行为期一个月的治疗和康复，等能够开口吃食、伤口痊愈后，会放入水族馆水体中，和已经在水族馆生活了10年的5条巨型龙趸鱼为伴。



特发小梅沙旅游中心行政部 成功盘活关闭多年的物业

● 杨大鹏/特发小梅沙旅游中心行政部

今年以来，在特发小梅沙旅游中心领导的策划推动下，由黄少侯副总经理亲自挂帅，开拓思路，积极盘活已关闭多年的物业。中心行政部瞄准市场需求，抓住深圳市东部公交有限公司在全市开展交通绿色营运（提高场站设施标准，改善员工生活条件等）的有利时机，展开与东部公交上级的协商，以整体物业、规范化、标准化等优势条件，赢得对方的认

可，最终将中心关闭多年的原男工宿舍2-5层以每年28万元、一楼每年8万元，以及空滞多年的一场地以每年26万元一次性全部出租给深圳东部公交集团有限公司，总计年租金收入62万元，使得中心物业在临近淡季时租赁经营呈现突破性增长，并为明年的资产经营和物业创收奠定坚实基础，也为今后经营租赁工作开拓市场增强了信心。

特发物业杭州分公司以有效管理模式引领团队前进

● 王二锋/特发物业公司杭州分公司

特发物业杭州分公司秉承特发物业团结、敬业、务实、创新的企业文化精神，以为甲方客户公司提供优质、超值的物业服务工作为己任，推出一系列切实、有效的管理模式，充分调动了各部门、各岗位员工的工作效率和积极性。

一、实行现场管理法。要求各部门、专业主管人员，每天至少4个小时到现场走动，现场解决岗位发生的问题，现场未能解决的，升级推动处理并直至问题闭环（最终解决），不给现场岗位操作人员遗留问题。

二、实行细节管理法。要求各专业主管，必需每天8点到公司，9点前到现场检查各自涉及专业内容，目的在于关注现场细节管理，在甲方客户员工上班之前，将所有问题、隐患消灭在萌芽状态，从而提高甲方员工对我们的物业服务满意度；同时有效地减少、杜绝或及时发现安全事故。通过例行检查，杭州分公司安全部曾一次及时发现并破获3起盗窃案件。

三、实行时钟管理法。具体做法可形象地理解为：分公司平台为一个大的表盘，一线安全岗值班员为秒针，时刻不停地按照公司既定的模式及要求运行、操作；现场领班为分针，对一线岗位值班员的运行轨迹进行现场管控；部门、专业主管为时针，督导部门工作正常地运行，对全局负责，对分公司领导负责。在时钟管理法中，时针起着十分重要的作用，不允许有丝毫的差错，否则会直接影响下一环节的正常运行。在分针和秒针的环节，偶尔允许有稍微的差错，但在时针的督导和纠正下，能及时恢复正常轨迹，对大局相对没有太大的影响。

安全部根据分公司经理提出的时钟管理法，切实把各项工作落到实处，充分发挥每个角色的积极作用，在原有基础上，不断地进步，把部门工作导向正规化和系统化。并贯彻“预防为主”的原则，做好预防工作，最大可能地杜绝和减少安全事故发生，为甲方客户公司和员工创造良好的生产秩序和工作环境。

特发物业公司坂田管理处在华为 坂田基地会操评比中包揽全部第一

● 赖赐纳/特发物业公司坂田管理处

9月20日，华为深圳行政分部在百草园会所羽毛球馆举行安全队伍管理训练季度评比活动，深圳基地6家物业公司参加了班队列与交通指挥手势2个比赛项目。当天下午，尽管下着大雨，但丝毫没有影响到球馆内的火热气氛。特发物业坂田管理处方队队列齐整、士气高昂，在领队的带领下各支队伍依次亮相，队员们掷地有声的踏步、整齐划一的动作、威武有力的身姿，赢得了在场评委和观众的称赞与欢呼。最终特发物业公司坂田管理处代表队凭借刻苦有素的训练，实力更胜一筹，包括了两个项目的第一名和综合评比第一名，并荣获“季度评比流动红旗”。



市验收组到香蜜湖度假村检查 验收火灾隐患重点地区整治工作

● 周梅/香蜜湖度假村

10月20日下午2点，福田区安监局王海啸副局长、福田消防大队钟振强副大队长、福田区整治办工作人员陪同市验收组到香蜜湖度假村辖区对火灾隐患重点地区整治工作进行验收。

首先，验收组听取了香蜜湖度假村专项整治工作情况汇报，查看了公司组织部署情况，消防工作责任落实情况、火灾隐患整治情况的档案资料；对公司依照验收标准制定的各项规章制度、台账、资料，逐一检查，并对造册登记的基本信息、消防器材配置、消防通道是否畅通等情况进行了查看。

接着，对公司设立的宣传栏，悬挂宣传标语、宣传挂图等进行了检查；并对公司消防人员进行随机抽查，现场考核灭火器使用方法、消防安全知识“一畅两会”、“四个能力”的重要性和必要性等。

随后，公司消防人员身着统一的迷彩消防服，佩戴统一的钢盔消防帽，模拟演练了现场灭火。

在验收反馈会上，验收组充分肯定了香蜜湖度假村开展火灾隐患重点地区以来所取得的成绩，认为我司高度重视火灾隐患重点地区整治工作，周密部署、责任落实、措施得力，整治成效显著，宣传气氛

浓厚，火灾隐患整治长效机制逐步完善。对公司在消防整治工作中做出的努力及消防软件、硬件配备等方面都非常满意。

今后，公司还奖进一步开展火灾隐患整治“回头看”工作，查漏补缺，深入开展消防专项检查，按照上级有关部署，加大工作力度，按期保质完成整治任务，确保实效。进一步健全消防安全管理长效机制，落实日常监管程序，突出抓好消防宣传教育和技能培训，巩固消防安全整治的成效，确保消防安全的长治久安。进一步探索消防安全管理的新举措、新机制，不断推进消防工作再上一个新台阶。



香蜜湖度假村员工冯柳珍拾金不昧

● 刘文清/香蜜湖度假村

拾金不昧是我们中华民族的传统美德，是一个高尚道德情操的体现。

10月8日下午，香蜜湖度假村保洁绿化部女员工冯柳珍在所负责卫生区域清扫树叶时，在草地上捡到一个黑色胶袋，她立即报告和上交部门领导处理。经清点，发现袋内有银行信用卡、护照、车辆行驶证、驾驶证及身份证等物品。经保安部联系失主后予以

确认归还。在归还失物时，冯柳珍对失主400元的现金酬谢予以谢绝，受到了事主的高度赞扬。

普通员工冯柳珍拾金不昧的行为，体现了香蜜湖员工诚实、纯朴、乐于助人的品行，也展示了“特发人”积极、健康、向上企业文化的精神风貌。为此，香蜜湖物业公司对冯柳珍给予表扬，并希望全体员工向她学习。

深圳仁孚特力跻身广东省直通车服务重点企业行列

● 郑羽/深圳仁孚特力公司市场部

近日，广东省直通车服务重点企业名单公布，深圳市仁孚特力汽车服务有限公司被列为2010-2012年度广东省直通车服务重点企业之一。

183家深圳企业同期获颁广东省直通车服务重点企业，广东共有1000家企业获此殊荣。

据介绍，重点企业直通车服务制度是广东贯彻落实省委为促进产业结构调整、转型升级的企业提供“优质、便捷、快速”服务的一项重要工程，具体工作在2010年上半年全面启动，年底前全部到位。1000家重点企业占全省经济总量近四成，不论从区域协调、行业平衡，还是经济总量、经济质量、成长潜力等方面都具有较强的代表性。包括广东省发改委、经信委、科技厅、公安厅、财政厅等29个部门将为这1000家重点企业提供绿色通道、阳光审批等直通车服务。

深圳科工贸信委表示，入选省直通车企业也将被列入深圳直通车重点企业，届时，深圳多个政府部门也将出台一系列政策倾斜措施。

深圳仁孚特力能够取得如此骄人的业绩，既得益于品牌的强势效应，又依托了强大的产品优势，更多地还有给予客户的最高品质的全面服务。

作为奔驰众多优秀经销商中的杰出代表，深圳仁孚特力是集进口及国产奔驰汽车整车销售、售后服务、原产配件供应、信息反馈为一体的梅赛德斯-奔驰授权4S标准店。自1993年投入服务以来，深圳仁孚特力一直致力为深圳地区的客户提供优质的销售及售后服务。

多年来，深圳仁孚的业务也进行着多元化发展，从梅赛德斯-奔驰新车销售中心、到全国首间梅赛德斯-奔驰星睿认证二手车销售中心，及深圳地区首间

奔驰旗下smart品牌销售中心的开幕，深圳仁孚一直保持着与奔驰一脉相承的星徽服务理念。

深圳仁孚一直坚持以客为尊，将客户满意度作为工作的重中之重。奔驰客户需要的是最高品质的服务，这不仅要求公司拥有一流的硬件设施，更重要的是拥有卓越的软件环境。这个软件环境包括公司经营理念、营销网络和管理模式、客户服务模式、员工队伍建设和企业创新能力。奔驰是一个具有百年历史的品牌，而仁孚有着50年奔驰服务的金色信誉，深圳仁孚更是最早进入中国市场的豪华品牌汽车经销商之一，已经为深圳及周边地区的奔驰车主提供了16年的优质服务。仁孚特力具有深圳地区最大的经营规模、深厚的技术经验积累、高素质的服务团队、倡导为每一位奔驰客户提供最高品质的终身服务。

据统计，深圳仁孚的客户数量已经接近约2万人，这在深圳乃至整个华南地区都是首屈一指，每年的维修量更是高达约2万台车次。深圳仁孚对高品质服务的不懈追求，给予客户的终身承诺，让他们收获了客户、厂家和社会大众的满意和认可，为业绩取得更大的腾飞提供了契机。



奔驰全新长轴距E级轿车深圳荣耀发布

● 特力集团

9月11日晚，由仁孚特力举办的“罗湖时尚之夜——全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车发布会”在深圳君悦酒店成功举办，现场各界商务精英人士共聚一堂，度过一个时尚豪华之夜。首批上市车型包括E260LCGI优雅型，市场指导价为51.5万元，E300L时尚型，市场指导价为67.5万元，即日起接受全国范围预定。

随着产品线的日益丰富，为满足不同用户的需求，今年还会有更多E级轿车新车型陆续投放市场。以树立“最佳豪华行政座驾”为目标，全新长轴距E级轿车以中国市场需求为设计原点，为品味卓绝、富有绝对领导力的社会精英和成功人士实现从“由优秀到卓越”的本质飞跃。

作为北京奔驰倾力打造的豪华旗舰车型，全新

长轴距E级轿车以中国市场需求为设计原点，在完美继承梅赛德斯-奔驰品牌精髓的基础上，深入洞察并满足了国内消费者对于豪华行政座驾的需求特点，以尽善尽美的不懈追求实现了豪华驾乘体验的全面跃级，为品味卓绝、富有绝对领导力的社会精英和成功人士提供了全新的座驾选择。

自1947年诞生以来，梅赛德斯-奔驰E级轿车历经六十余年岁月沉淀辉煌至今。全球超1200万辆的累积销量，更为其赢得“全球最佳行政座驾”的赞誉，成为全球豪华行政级座驾的标杆车型。在中国一跃成为全球最大汽车市场的背景下，“专为中国市场开发定制”的全新长轴距E级轿车挟王者之势应运归来，势必会掀起豪华车市新一轮竞争波澜。



特力物业管理公司顺利续签龙湖别墅山庄物业服务合同

● 张鸿辉/特力物业管理公司

2010年8月，在特力物业公司多方努力和政府相关部门的大力支持配合下，龙湖别墅山庄新一届业主大会终于召开。新一届业主大会授权业委会与特力物业公司洽谈物业服务相关事宜，公司与新一届业委会就物业服务合同条款进行了多次沟通和协商，并

于8月底签订新的《龙湖别墅山庄物业服务合同》。此次物业服务合同的签订，表明特力物业公司的物业服务水平得到了山庄业主的普遍认可，为公司品牌建设奠定了良好的基础。

调控再出重拳，企业闲置土地一年以上禁拿地

9月26日，国土部、住建部发布《关于进一步加强房地产用地和建设管理调控的通知》，对企业违约开发土地、因自身原因土地闲置一年的，都将禁止竞买资格。根据此前国土部披露的2000多宗土地闲置案件，若此规定严格执行，将有相当一部分企业被暂时逐出土地市场。

《通知》还明确土地出让后，任何单位和个人无权擅自更改规划和建设条件；由开发建设单位提出申请，调整规划建设条件而不按期开工的，必须收回土地使用权，重新按招标拍卖挂牌方式出让土地；对依法收回的闲置土地和具备“净地”供应的储备土地，应优先确保以保障性住房为主的各类住房用地的供应；对于没有完成住房供地计划的地方，不得向大型高档住房建设供地；今后住宅用地的容积率指标必须大于1，以限制低密度大型住宅项目。而为加大商品房供应，今后各类住房建设项目也应自约定土地交付之日起一年内开工建设，自开工之日起三年内竣工。

楼市新调控落实国十条细则，问责政府执行力

住房和城乡建设部、国土资源部、监察部决定，对省级人民政府稳定房价和住房保障工作进行考核与问责。三部委要求，各地立即研究制定贯彻落实国发〔2010〕10号文件的实施细则，对房价过高、上涨过快、供应紧张的城市，要在一定时间内限定居民家庭购房套数；切实增加住房有效供给，各地保障房9月底必须全面开工；进一步加强市场监管，严肃查处违法违规行为。对政策落实到位、工作不得力的，要进行约谈，直至追究责任。

10月起购首套住房契税减半

经国务院批准，财政部、国家税务总局、住房和城乡建设部29日联合发布通知调整房地产相关税收政策。自2010年10月1日起，个人购买普通住房，且

该住房属于家庭（成员范围包括购房人、配偶以及未成年子女，下同）唯一住房的（首套住房），减半征收契税。对个人购买90平方米及以下普通住房，且该住房属于家庭唯一住房的，减按1%税率征收契税。家庭持有住房数量以新购房时产权系统登记、房地产交易系统已签订买卖合同数量为准，允许卖掉现有住房后在政策标准内新购住房。个人购买的普通住房，凡不符合上述规定的，不得享受上述优惠政策。对出售自有住房并在1年内重新购房的纳税人不再减免个人所得税。

深圳出台措施进一步遏制房价过快上涨

深圳于9月30日晚紧急出台《关于进一步贯彻落实国务院文件精神坚决遏制房价过快上涨的补充通知》，加强房地产宏观调控信贷、土地、税收等相关政策的落实。在本市暂时实行限定居民家庭购房套数政策：本市户籍居民家庭（含部分家庭成员为本市户籍居民的家庭），限购2套住房；对于能够提供在本市1年以上纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民家庭，限购1套住房。暂停在本市拥有2套以上（含2套）住房的本市户籍居民家庭、拥有1套以上（含1套）住房的非本市户籍居民家庭、无法提供在本市1年以上纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民在本市购房。对境外机构和个人购房，严格按照有关政策执行。

深圳住房公积金缴存比例最低5%

由深圳市住房和建设局草拟的《深圳市住房公积金管理暂行办法（征求意见稿）》进入公开征求社会各界意见的阶段，并将于今年12月1日起正式施行。按规定，深圳住房公积金缴存基数不得低于上一年度职工月最低工资标准，但也不得超过月平均工资的5倍；单位缴纳和职工个人缴存比例均不得低于缴存基数的5%，但不得高于缴存基数的20%。此外，住房公积金贷款应当重点支持职工购买保障性住房、安居型商品房和首套普通商品住房等。



深圳等13市出台限购令，多地隐现退房潮

深圳于9月30日晚紧急出台《关于进一步贯彻落实国务院文件精神坚决遏制房价过快上涨的补充通知》。至10月20日，我国已有13个大城市出台“限购令”。实施“限购令”的其他12个城市分别是北京、上海、广州、杭州、南京、宁波、福州、厦门、天津、海口、三亚、大连。广州规定，户籍家庭和常住非户籍家庭限购一套房；非常住家庭不准在广州购房；未满18岁不得单独购买商品房，堪称最严厉版“限购令”。“限购令”出台后各大城市退房潮开始隐现。此次退房潮与以往不同的是，新一波退房纠纷主要是因为行政指令限买房造成的，引发购屋者与发展商的纠纷。

深圳银行全面执行首付三成新规

深圳市商业银行已全面正式执行购房首付款从两成提高到三成的信贷新规，部分银行划定的界线是9月30日，此前已提交贷款申请并被银行受理，或贷款申请已被批准但尚未放款的市民仍可拿到八成贷款。同时，贷款购买首套房在基准利率基础上下浮

三成的做法也已终止，多数银行目前对首套房贷款利率执行8至8.5折的标准。深圳银监局有关人士表示，各行均已停止办理第三套及以上房贷。该局还将加大检查和问责力度，一旦发现银行违反房贷政策将严肃依法查处。

深圳迎来今年供地高峰，4块居住用地近期挂拍

在今年前9个月仅有一块居住用地供应的背景下，深圳近期挂拍4块居住用地，迎来首次供地高峰。继10月15日位于坪山新区坑梓街道的地块（用地面积53113.15平方米，建筑面积122160平方米）由中粮集团以7.42亿元竞得后，10月19日，深圳再次出让一幅居住用地。该地块位于南山区大南山西南侧地铁2号线蛇口西车辆段，占地面积约12.97万平方米，建筑面积约30.63万平方米，由深圳地铁集团以7.69亿元的底价取得。按规定，该地块建筑面积中将提供约18.21万平方米保障房。因此，该地块被视为新政后深圳出让的第一块保障房用地。此外，深圳市交易中心已经公示，未来一个月内将陆续有两块居住用地出让，分别为宝安区西乡街道安居型商品房用地和龙岗区宝荷路南侧地块。

从班组看管理

● 赵克义/特发信息电力光缆事业部

管理学上有一句名言：“制度第一，管理者第二”。这句话强调了制度在企业管理中的基础作用。早在20世纪之初，现代管理学之父泰罗就提出了科学管理的概念，他提出通过制定一套合理的工作制度来规范工人在生产过程中的每一个动作，强制规定了生产工艺及制度。科学管理的理论改变了生产中的无序状态，使企业大规模生产的优势得到了体现。亨利·福特在福特汽车公司中把科学管理的理论运用于企业管理中，建立了一整套完善的规章制度，提高了生产效率，使福特公司在汽车制造业中一举成为龙头老大。由此可见，制度建设是企业管理的基础，只有完善的企业制度才能体现出企业集约化大规模生产的优势。

在制度管理的基础上，一个企业要发展还须调动每一个组织成员的积极性和创造性，要善于运用柔性管理的原则。无论一套制度制定时考虑得怎样周全，在实践的过程中总会有估计不到的新情况出现，任何制度也总是会有时间性，有规定不到的地方。当出现制度没有规定的工作时，总要有组织成员自觉地来完成，这就是组织成员对于一个组织的认同感，也就是柔性管理要做的工作。运用柔性管理就是要把一个组织变成组织成员实现个人价值，在工作中找到乐趣的地方，使组织成员把执行刚性的管理原则变成一种轻松自觉的行为，把工作变成一种乐趣而不仅仅是一种谋生的手段。

在一个班组中，班组长既是生产者，又是管理者。管理好一个班组不能只依靠班组长一个人，而是要依靠各个组织成员共同努力。班组管理中首先是要有严厉的一面，坚持原则的刚性管理要得到不折不扣的执行。其要点是：要明白制度的重要性，班组管理并不是人管人，而是制度管人。

其次，柔性管理的原则也是班组管理中的重要一方面。要关心班组成员，建立朋友般的同志情谊，即班组成员的“社会人”特性要得到体现。班组对成员的关心不仅仅是在生活上的关心，更应为其发展提供帮助，尽力为组织成员创造一个独立的舞台，让他们能够施展自己的才华，为将来的发展提供更大的发展空间。把富有挑战性的新工作交由成员来完成，不断地创造新的工作环境，使组织成员对工作的求新欲得到满足，使成员感到班组对我很重要我对班组也很重要。

如果仅用刚性管理来管理人才，难免会有僵化之处而抑制人才的创新能力。而仅用柔性管理，则会造成班组管理松散，可能完不成组织目标。只有恰当地应用刚性和柔性管理，才能既完成组织目标，又使组织成员认可班组组织，从而使成员的才能得到发挥和提高，个人价值得到实现。



物业经营部的“半边天”

● 张萍/特力集团房地产物业事业部

有道是“妇女能顶半边天”，这句话是赞美中国职业女性的名言。在我们特力物业经营部就有六六位这样的职业女性，她们在各自的工作岗位上展示着爱岗敬业的靓丽风采。在由粗放型管理向专业化管理转变的今天，凭着女性特有的细腻和敏感，她们做起物业经营工作来更具有独特的优势，她们在经营部的作用发挥得更加出色。

当每个年度部门签订全年经营任务指标时，经营部每个员工的心就都拴到了一起，因为物业租赁经营指标的完成与否将直接影响到整个事业部任务的完成。物业经营部门的职业女性们深深地意识到这个重要性，她们经常为了任务指标的完成，聚到一起，共同探讨工作中的困难，共同出谋划策，实现资源共享；一起实地走访租户，一起走街串巷进行租赁价格调查，尽所能地实现公司物业资源的价值最大化，从而为任务的完成打下坚实的基础。

她们在日常的工作中不断加强业务知识培训，努力提高自身的职业素质。她们多次自发组织学习业务知识，尤其是在特力集团开展风险防范管理工作中，她们根据集团提出的防范经营风险的要求，结合自己的实际工作情况，把风险防范认真负责落实到实处；她们认真学习合同法，结合新旧版物业租赁合同，针对性地找出一些需要补充的合同条款，并由公司请律师起草补充协议，把合同风险防范工作做得更好，从而保证了公司的最大利益。

平凡中见成绩，爱岗敬业是她们一贯的追求。物业经营部的职业女性们把心思全用在工作岗位上。为了实现物业价值的最大化，经营部分管贝丽花园的曾丽冰大姐与租赁员刘新红一起，积极发挥主观能动性，充分结合市场优势，为辖区内贝丽花园商铺整体改造立下了汗马功劳。她们深入每一租户店中，耐心地详细地解释，不厌其烦地做动员搬迁的工作，终于使得整体改造工程顺利进行。单就这一项一年为集团物业收入增收达数十万元。租赁员伍小清在一次例行的

物业巡查当中发现租户有擅自利用公司空地搭建物业的现象，她不顾与租户多年合作的关系，也不顾租户好话相求，一心为公地报告给领导，经过努力后签订了搭建物业租赁合同，从而为公司实现了创收。租赁员林洁清在管辖布心片区物业中，在修地铁影响交通的严峻租赁形势下，她不畏困难，想方设法提升租金水平，多次与租户“唇枪舌战”，最终签订续签合同，创造了租金单价不降反升的成绩。统计员张萍在成立房地产物业事业部以来，在物业租赁面积扩大好几倍、多个产权单位物业合并统一租赁的情况下，认真地从相关部门查老帐，摸清每个物业的产权、面积等历史出租情况，建立健全每一处物业资料，为物业的正常租赁打下基础。1年365天，她每天都脚踏实地地仔细记录着物业的租赁台帐，每月都制定物业租赁动态情况表，为领导正确制定任务目标起到极其重要的作用。办事员陈瑞华在物业经营部工作以来，一直都做合同文件内部传递工作。平时性格内向，看似不爱说笑的她，做起事情来认真负责。每天少则一份，多则几十份合同的复印、分发，枯燥繁杂，但关系到合同顺利传递、与其它部门的合作，她从来都是默默地、仔细认真地做好工作。

正是因为有了她们的辛勤工作，正是因为有了她们的默默奉献，正是因为有了她们爱岗敬业的职业道德，物业经营部这支经营团队才更加和谐、更加有战斗力，物业经营部的经营任务才完成得更加顺利圆满，物业经营部的经营工作才能再创佳绩：2009年物业出租率99%，达到历史最好水平，物业经营部被特力评为“2009年度先进集体”。

这就是拼搏在物业经营部的职业女性们，这就是活跃在物业经营部的职业丽人，这就是战斗在物业经营部的“半边天”。

如今，她们正满怀信心地迎接2010年度经营目标的新挑战！



故乡黄梅的穷与富

● 王爱国/特发信息光电公司总经理

蓝天白云下之小桥流水人家，连午夜聒噪的青蛙和正午刺耳的蝉鸣都好似催眠曲，这就是我记忆中的故乡，一个我心中的天堂。

我的故乡在湖北省黄梅县。你可能不知道它在哪？但你一定听说过黄梅戏的大名。黄梅县位于鄂赣皖交界点，历史上安庆府、九江府和蕪州府都曾经管辖过。因处大别山尾麓，临江而据，天然的山水屏障，中原大地几乎每一场大型战争都被牵涉其中，也就是史书上常说的兵家必争之地。因战争灾难和自然灾害的不时发生，这就造成了民间无财富可存留，流浪和乞讨成为经常和普遍的现象。

黄梅戏就是随着乞讨的人群而流传开，现在很多人都认为黄梅戏是安徽安庆地方戏，实际上，真正的发源地是湖北的黄梅县。唐代时黄梅的茶叶很有名，春天采茶时，茶农们习惯于一边采茶一边唱着山

歌小调，这种采茶调就是黄梅戏的雏形。我记得，在小的时候没电视机，收音机都少，黄梅戏并不出名，那时家乡农村仍叫“调子”，每年春节期间，有钱的村镇或大户都会搭台唱“调子”。据考，约在清朝康熙，乾隆年间，黄梅采茶戏随着逃荒难民和说书艺人大量入皖而流传到长江下游的安庆以及江西鄱阳湖一带，经过加工，博采众长，从而形成了现在成熟的黄梅戏。

伴随黄梅戏而生的还有一种刺绣叫“挑花”。虽然自打会走路开始，我脚下就垫着母亲挑的鞋垫，但直到前些时得知“黄梅挑花”和“黄梅戏”被列为第一批国家级非物质文化遗产名录，而且全国三千多个县中，黄梅是第一批唯一有两个非物质文化遗产的县，我才想起老一辈这些平平常常的鞋垫兴许还有珍藏的价值。



我很重要

● 胡敏/特力集团党群人事部

其实，黄梅有名，并非以上的两个文化遗产，而应该算始建于唐代的四祖寺和五祖寺，这也是中国佛教禅宗的发源地。如对禅宗稍微有一点了解的话，一定听说六祖慧能和其大师兄神秀的故事。五祖弘忍法师欲传衣钵，为验证一众弟子中谁最具慧根，要求每人做一偈。大弟子神秀深夜在墙上偷偷写下“身是菩提树，心如明镜台，时时勤拂拭，莫使惹尘埃”后巴望得到五祖认可，结果来自广东穷山沟（现在的新兴县）、大字不识一个、还未真正进入佛堂念过经的和尚慧能托别人写下自己的思想“菩提本无树，明镜亦非台，本来无一物，何处惹尘埃”，而让五祖弘忍法师确定了衣钵传承人，从而也改写了佛教在中国的历史。

如果说四祖寺、五祖寺与我的关系还不够“近”的话，岳飞之子岳震、岳霆墓离我所就读的中学只不足五百米的距离，那绝对能称得上“关系密切”。边上村子就叫“岳密”，全村都姓岳。当时也挺纳闷，岳飞不是在杭州吗，怎么威震四海、武功盖世的两个儿子却死在千里之外的黄梅县？至今我还是不明就里。

黄梅地方穷还可以通过百姓参加革命的积极程度得到佐证。近代历史上，宛希俨、宛希先两位烈士在共产党成立的初期即入党，并在毛泽东领导的秋收起义受到严重挫折时，宛希先第一个站起来支持他，随后张子清、曾士娥、罗荣桓、何长工等也站到了毛

泽东一边，为队伍的稳定起到关键的作用。另外，中国工农红军第十五军根据地就建立在黄梅。

说故乡穷，并没有贬的意思。在当今以经济发展为方向标的社会，穷意味着地方没有完全被铜臭浸染，穷在很多时候与自然和淳朴相联系。如果那一天诸位有心，黄梅或许是一个你值得去的地方。体味那种精神、文化和历史的富足，让自己重新体会穷与富的含义。



毕淑敏是我喜欢的作家，她清新的文理，柔美的笔锋，细腻、朴实的语句，让我闲静的日子平添许多淡然和安怡。

近期在她的博客中阅读了一篇文章《我很重要》，一气读完，让我感受其中……

“我很重要”。有谁能以这诗一般的语言来表达这情绪？只有毕淑敏能把她带到阳光下。

细品中，一种至高的情绪在心头油然而起。抬头望星空，心中默想——其实我真的很重要，我们每个人都很重要。

我们的父母、兄弟姐妹、爱人，我们身边的领导、同事、朋友都很重要，他们都是你生命中的一个独立、至关重要的个体，因为有他们的存在才让你的人生精彩，因他们“很重要”，才体现了“我很重要”。

家庭里，因我的重要，让父母的幸福绵长，因我的重要，让兄弟姐妹多了嬉戏的对象。

毕淑敏说“如果是另一个男人和另一个女人，就绝不会有今天的我……即使是这一个男人和这一个女人，如果换了一个时辰相爱，也不会有此刻的我……即使是这一个男人和这一个女人在这一个时辰，由于一片小小落叶或是清脆鸟啼的打搅，依然可能不会有如此的我……”所以，“我很重要”，我是不可复制的。

“我很重要”，“我”让家更完美、更幸福，让情意更绵长。

对工作对事业，我们8个小时都与同事紧密相连，像五彩缤纷世界里的色彩，混淆于一碟。在团队中，领导充当着班长、掌舵人的角色，英明果断，前瞻远望，他们出类拔萃甚至有力挽狂澜、救企业于水火的能力，企业在前进的路上证明了他们举足轻重的地位，“他很重要”；同事间真诚合作，相互促

进，取长补短，每一个个体都不可被取代，他们的智慧汇集一条勇往直前的河流，虽有波涛、险滩，但相互支持，共克时艰，共同努力完成每一项任务，强大的凝聚力让每个成员突显出他的重要。而你的付出，你的独特创意，你的展示，让你的团队更出色更优秀，这还能说我不重要吗？

团队中的每一成员都应该勇敢地说出“我很重要”，因为我们都是不可替代的。

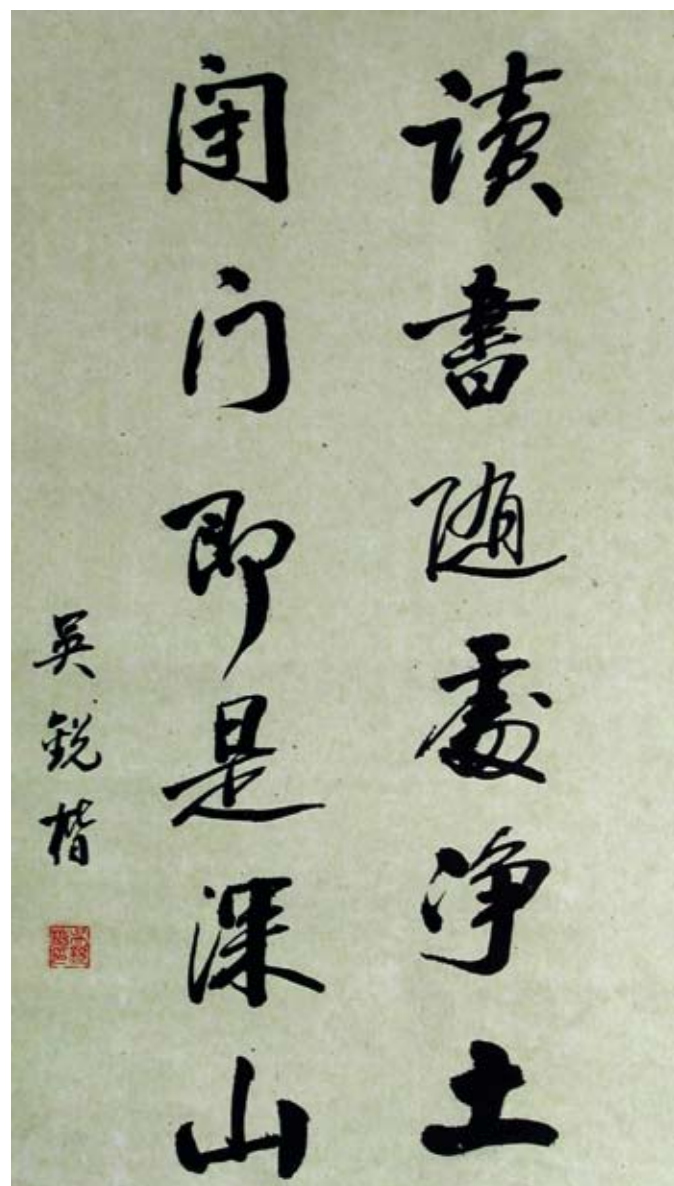
苍穹下的都市，充满着形形色色诱惑，就像疾驰的列车，让你感受快感时，也感受着压抑、恐惧；在华丽的外表下，在享用丰盛的物质时，心灵的健康有时显得那么的苍白脆弱。曾听说，每一个生灵都是上帝牵着手送到人间的，他吸收大地的精华而成长。然而，成长的路阳光不会总是普照，曾经的黑幕会遮挡双眼，心智迷糊的瞬间，找不到前行的路。迷路了，他不假思索、义务反顾地抛开所有的爱恋、牵挂，化着一片羽毛随风飘去……他忽悠了上帝，轻视了自我，因他觉得“我不重要”了。

请珍惜上苍赋予你的一切，在迷路时请寻找一方出口，时常给心灵一些营养，给心灵一些鸡汤吧！因为我们都很重要！

是的，我很重要。像毕淑敏那样，我们每一个人都应该有勇气这样说。“我们的地位可能很卑微，我们的身分可能很渺小，但这丝毫不意味着我们不重要”。

“重要并不是伟大的同义词，它是心灵对生命的允诺”。

人们常常从成就事业的角度，断定我们是否重要。但我要说，只要我们在时刻努力，为工作而努力，为生命而精彩，为幸福而感恩，我们就是无比重的。



书法作品

● 作者：吴锐楷（特力集团）

冰山一角

作者：布拉班迪尔（法）著，常珊珊译
出版：中国纺织出版社

推介：每个人都有一套稳定的思维框架，在遇到问题时这个框架就会自动地描绘出某种判断和结论，这就是思维定势。思维定势是人脑习惯使用的一系列已被固化的概念、规则、理论和逻辑的抽象形式。如果我们想创新，很多时候都需要打破思维定势；而要想打破思维定势，就必须改变；改变不仅是改变现实，还要改变对现实的认知。第二种改变最重要，也最容易被人们所忽略。本书作者——鲁克·布拉班迪尔是著名的企业咨询大师，在书中论述了“两次改变”的观点，指出创新或飞跃的真正实现有赖于人们对现实认知的真正改变。



少有人走的路

作者：派克（美）著，于海生译
出版：吉林文史出版社



推介：人生苦难重重，人生是一场艰辛之旅，心智成熟的旅程相当漫长。沟通与理解，跨越时代限制，帮助我们探索爱的本质，引导我们过上崭新、宁静而丰富的生活；帮助我们学习爱，也学习独立；教诲我们成为更称职的、更有理解心的父母。归根到底，告诉我们怎样找到真正的自我，带领我们去经历一系列艰难乃至痛苦的转变，最终达到自我认知的更高境界。