

张思平副市长到我集团调研

“5·1” 4
 研。市政府办公厅财金处何新红副处长，市国资委高振怀副主任、企业二处俞磊调研员，市投资控股公司陈洪博董事长、郭元先总经理、胡泽恩副总经理、企业一部夏桂英部长等一同参加了调研。
 (张正治/集团办公室)



特发

2008年5月号/总第99期 2008年5月18日出版

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

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

主办：深圳市特发集团有限公司
 登记证号：粤内登字B第10250号



封面图片：特发集团2007年度优秀企业经理——特力集团监事会主席 李彬学

目录

CONTENTS



特别报道·情系灾区

- 泪飞顿作倾盆雨 守望相助渡难关
——集团系统为灾区捐款已超过百万 苗苒 王娟
- 亲历北川大地震 张俊林

公司要闻

- 04 张思平副市长到我集团调研 本刊编辑部

企业文化

- 06 宣传人性 弘扬先进性 积极发挥我集团两个文明建设信息平台作用
——在4月25日《特发》月刊通讯员座谈会上的讲话(摘要) 林婵波
- 08 《特发》月刊、网站通讯员交流联谊活动小记 本刊编辑部

特发论坛

- 10 浅谈品牌和品牌建设、经营 张正治
- 13 《劳动合同法》是非谈 李正祥

聚焦经营

- 15 傲雪绽放,特发信息电力光缆于春季雪灾抢修中 林 焰
- 16 首个“世界自闭症日”,特发小梅沙邀患儿游海洋世界 陈 男
- 17 春游潮起,“亲子团”模式受青睐 赵刚贵
- 18 上下同心团结协作 全力申办物管一级资质 朱坚胜
- 18 建立国际化标准系统 以高品质管理促公司发展
——特发物业公司开展“三合一”国际标准管理系统建设及年审工作 特发物业公司
- 19 “乾坤大挪移”——三头极地大白鲸“入伙”新家 王 博

员工情怀

- 20 与海豚共舞的人 顾 燕
- 22 大丰门漂流 杨 杨
- 23 由老鹰能活70岁所想到的…… 张 灵

经典文摘

- 24 官德效应

杂言随笔

- 25 东京印象 岳红琼
- 28 南昆山之旅——快乐协奏曲 杨剑锋
- 29 烟云梧桐行 程华菊

收藏乐园

- 30 宋代青铜松鼠耳高足香炉 龚 伟

新闻传真

- 31 刘爱群董事长一行访问著名日本汽车制造企业
市国资委羽毛球爱好者与集团羽毛球队进行首场友谊赛
“特发信息(SDGI)”获2007年度“广东省优秀自主品牌”表彰
广东省机动车维修企业质量信誉考核小组莅临特发华日现场考评
2008年丰田全国精品培训在华日丰田公司举行
香蜜湖度假村举行“庆五一,迎奥运”长跑赛
特发小梅沙旅游中心举行消防演习





张思平副市长到我集团调研

本刊编辑部

“5.1” 4
平副市长在百忙中来到我集团进行调研。市政府办公厅财金处何新红副处长，市国资委高振怀副主任、企业二处俞磊调研员，市投资控股公司陈洪博董事长、郭元先总经理、胡泽恩副总经理、企业一部夏桂英部长等一同参加了调研。

张副市长首先谈到，特发集团是一家老国企，了解到特发集团近年在经营、管理、改革等各个方面发生较大转变，故抽时间和市国资委、市投控的领导一同来特发调研，一是听取特发集团经营管理和发展改革的情况；二是了解特发集团下一步如何经营好、发展好的打算、想法；三是特发集团在经营和发展中还有什么困

难、问题和建议。

在听取特发集团董事长刘爱群以及特发集团班子汇报的过程中，张副市长和市国资委、市投控领导不时提出问题，对特发的情况进行了深入了解。张副市长指出，经过这些年的扎实工作，特发集团发生了很大的变化，下一步转入了新的发展阶段，标志着特发集团经过10年左右的徘徊、收缩和调整转入以发展为重点的扩张发展时期。

最后，张副市长对特发集团的工作作出三点指示：

一、同意市国资委、市投资控股公司领导的看法，充分肯定特发集团这几年来的改革、发展、调整和管理工作。

特发集团是深圳最早的国有企业，与深圳经济特区同时诞生，在特区过去近30年的发展中做出过历史性的贡献。建设特区初期，除了国贸大厦，就是特发集团的深圳发展中心大厦。特发集团曾是国家经贸委、国家计委确定的全国120家大型企业集团试点单位，员工数万人，子公司和孙公司几百家，产业涉及方方面面。当然，在这个过程中，由于90年代初，多元化的盲目过度扩张、管理链条长、领导班子建设、内部机制、债务沉重和政企不分等多方面原因，在1998年金融风暴中引发了严重的债务危机。在特发集团的困难时期，国家经贸委出台了国有企业的债转股政策。实事求是地讲，债转股以及市

委、市政府、市投资管理公司的支持，对特发集团缓解和度过巨额债务危机、保持特发集团的可持续经营起到了很重要的作用。特发集团由于多种原因，加之市场激烈竞争环境的变化，在市场竞争当中处于劣势和挣扎状态，经过几届班子、特别是近两年多的艰苦努力，在改制、产业结构调整、经营机制转变、领导班子建设、企业文化建设、加强内部管理等方面，通过扎扎实实地工作，使得特发集团才有现在这样进一步发展的基础，如果说三、五年前讨论特发集团发展的问题，应该是不可想象的。目前，特发通过改制、整合、关停、转让等多种形式退出大多数没有竞争力的亏损企业，有序分流1806名深户籍员工，现在合并报表的8家全资控股企业，均是具备可持续发展和盈利能力的，消灭了经营性亏损企业。现在的特发集团已经不用依靠出售资源来维持生存，而是依靠真正的日常经营性盈利，并在此基础上，已经在积极谋求发展，可以说，特发集团是取得了非常可喜的成绩的。

二、希望特发集团、包括市投资控股公司振奋精神，抓住当前有利时机，尽快促使特发集团进入快速增长时期，重塑特发集团过去在深圳经济特区的形象。

目前，特发的经营、资产、盈利能力都发展了非常大的变化，负债率已经降到了49%，银行资信得到彻底改善，资产的阶段性调整已经到位，主导产业基本清晰，财务和资金状况发生了根本性变化，企业的领导班子是这十年来最团结协调的时期。特别是企业的观念、企业文化、与市场接轨的机制都发生了非常大的变化，这些都为下一步的发展创造了很好的条件。随着深圳的城市发展，特发集团现有的资源越来越宝贵，这为特发集团的扩张发展奠定了很好的基础，价值逐步显现。所以，特发应集中精力

把各项经营和发展搞好，为特发下一步发展打下良好的基础，希望特发集团班子和集团下属八家企业班子以高昂的激情，树立重振特发的信心，在市国资委、市投资控股公司的大力支持下，密切同三家资产管理公司股东的合作，通过重大项目的突破，争取再过三、五年锲而不舍的扎实努力，使特发集团有根本性的、突破性的发展，到那个时候，特发集团的品牌和形象将在深圳经济特区重新树立起来。

三、近期的几件重点工作

(一) 巩固近年来来之不易的内部改革、管理、转换经营机制等成果，并进一步转换经营机制、进一步加强企业文化建设、进一步加强企业管理，为保证企业稳定和长久发展，要保持特发班子和队伍的稳定，这些对特发集团的稳定、经营和发展都是至关重要的。

(二) 认真抓好现有合并报表8家企业的工作，总体上保持这些企业的持续和稳定发展的良好态势，为下一步企业发展创造内部环境，培育新的经济增长点。

(三) 采取有力措施，加快启动未来决定特发发展的重大项目。

(1) 龙华地产项目要协调国土、规划、地铁拆迁部门，从支持深圳市轨道交通建设的角度，争取建筑面积和地价的一定优惠，力争在地铁4号线通车前开发完成。(2) 小梅沙的开发条件已成熟。东部华侨城、大梅沙均已开发，路网和交通建设陆续完工，7月8日深盐二通道通车，年底盐坝高速C段通车到惠州，特发集团经营小梅沙已经积累了经验。为此，先要抓紧小梅沙的规划工作，整合优化多家方案，做好规划模型，利用小梅沙临海优势，做好与东部华侨城各具特色的规划，这里，需配合并做好与市规划部门的沟通工作。在做规划过程中，市国资委要大力支持，政府将全力支持特发集团未来在小梅沙片区的开发工作。(3) 香蜜湖的规划也应提到议事日程上来。今年以来，许宗衡市长已就香蜜湖的重新规划开发问题作出两次批示，有关部门也在积极研究论证。特发集团要抓住时机与正大股东高层尽快协商沟通，达成书面上的共识；要同规划部门沟通好，在规划局支持下，可先考虑香蜜湖南区的规划。这是振兴特发的重大项目，希望国资委也加强同规划部门的沟通。



宣传人性 弘扬先进性 积极发挥我集团两个 文明建设信息平台作用

——在4月25日《特发》月刊通讯员座谈会上的讲话（摘要）

林婵波/《特发》月刊主编、集团党委副书记、纪委书记

今天，我们《特发》月刊通讯员来到风景如画的南昆山召开工作总结座谈会。这次座谈会是在集团深入开展解放思想，统一认识，进一步贯彻落实科学发展观，集团经济形势全面向好的大背景下召开的，所以，我和在座各位一样，心情比较轻松。大家都知道，集团经过近几年力度的改革调整，已由一个错综复杂的、经常性收益连年亏损的国企转变得简单、规范和盈利；集团主导产业清晰，集团全资、控股的8家企业全部具有可持续盈利能力，集团2007年经常性利润已突破1亿元；几年来，集团在几大银行的信用等级已由B级提升到AA级；集团系统风清气顺，积极、健康、向上的企业文化初步生成。所有这些，都是非常鼓舞人心的。我一直认为，“把复杂问题简单化”这句话说来容易做起来难。特发由“复杂、困难、亏损”向“简单、规范、盈利”的根本性变化，给了我们很多有益的启示：一家企业有一个好的领头人、有一个好的领导班子是多么重要！简单是要有水平的。因为，企业领导者只有做到全心全意投入工作、用科学发展观的思想创造性地指导自身发挥出巨大的领导潜能，企业才能真正由复杂做到简单。简单是一种境界。因为，简单、透明往往与“潜规则”、



“灰色地带”等等世俗的东西格格不入，只有真正具备“正气、智慧、知识，向我看齐”的高尚价值观的领导者，才愿意全心全意地把一家复杂企业做到简单、透明而规范。集团刘爱群董事长说过：简单就是效率，简单就是快乐，简单就能够激发出创造性的智慧和灵感来。所以，今天把你们这些写手们、集团系统的知识分子组织在一起开这个座谈会，目的只有两个，一是静下心来，好好回顾、畅谈一下办刊的心得体会，二是通过通讯

员相互之间的交流、头脑风暴等形式，激发出思想灵感，以期进一步提升思想层次水平，为下一步把月刊办得更好而继续努力。形式简单，但内容丰富，意义深远。

说起月刊，相信在座各位通讯员的心情一定会很兴奋。是的，《特发》月刊自2006年3月28日复刊两年零两个月以来，我们一共出版发行了26期26000册、开设了19个栏目、刊登大小文章556篇80多万字、图片近1000幅。2007年初，月刊被深圳市

回顾月刊复刊两年多来的工作，可以得出三条宝贵的办刊经验：一是各级领导高度重视，集团刘董事长亲自执笔写文章，并亲手在每期出版前后通篇审阅修改，集团、各企业领导人员和员工大力支持并踊跃投稿；二是有一个认真负责、敬业奉献的编辑部；三是较好地体现了月刊建设“投入少，产出多”的效益理念。

出版业协会评选为“深圳市优秀企业期刊”，2008年初，月刊又被评选升级为“深圳市十优企业期刊”。月刊成绩的取得，源自集团刘董事长、施总和集团各位领导班子成员的真切关心和肯定，源自集团系统各企业和广大员工的积极参与和认可，同时也离不开上级部门和集团客户单位、以及社会各界朋友的鼎力支持和鼓励。

两年多来，月刊较好地发挥了集团创建“学习型、团结型、开拓型、实干型”的“四型”领导班子和“四型”企业的平台作用。集团主要领导对月刊工作的高度重视，给月刊输入了源源不断的激情。月刊作为集团的生产经营管理和企业文化建设的信息传递平台，发挥了应有积极作用。从紧跟集团领导班子的管理思想，积极配合渗透“正气、智慧、知识、向我看齐”的领导理念，策划并刊登集团系统先进人物封面照片和先进事迹系列，到倡导“简单、清晰、透明、拒绝潜规则”的管理思想，开展思想大解放、贯彻落实科学发展观活动；从抓好企业劳动、人事、分配“三项”制度改革的报道，对企业的每一次深化改革调整进行深入宣传，及时传达集团各阶段经济工作会议、形势及计划精神，报道有关经济项目的可行性论证会议，刊登集团的每一次重大经济、文化活动内容，到发表董事长、总经理的年度工作报告，传达上级的各项指示精神以及公开集团的有关规章制度建设情况；从描写员工情怀的诗情画意和美好畅想，到精心选登启迪人生感悟和智慧的经典文摘……所

有这些，月刊都始终坚持做到“宣传人性，弘扬先进性”的办刊宗旨，坚持营造快乐工作的美好文化氛围，求真务实、精益求精、一丝不苟。在创建“四型”领导班子和“四型”企业过程中，月刊陆续刊登了刘董事长亲自执笔的系列文章：《创新是企业的生命力——谈集团的经营战略选择》、《用制度管理企业——谈企业的制度建设》、《营造积极、健康、向上的企业文化——谈集团的文化建设》、《与他人一道前进——谈企业的团队意识》、《企业用人德为首——谈企业经理的用人之道》，以及《做个快乐职业经理人》、《要善于激发部属的潜能》、《学会抓大事》、《要善于学习》等，详细而系统地阐述了刘董事长的经营决策、管理理念。在刘董事长的影响下，集团班子成员踊跃写文章，仅2007年一年，集团班子成员在实践中总结提高，理论联系实际，共起草并在月刊上发表工作指导性论文25篇，其中有部分文章还在深圳特区报上发表，并被评评为优秀论文。月刊还被市投资控股公司评为踊跃投稿信息工作先进单位，为集团全系统创建“四型”领导班子和“四型”企业树立了典范，并指出方法，予以了具体的工作指导。

回顾月刊复刊两年多来的工作，可以得出三条宝贵的办刊经验：一是各级领导高度重视，集团刘董事长亲自执笔写文章，并亲手在每期出版前后通篇审阅修改，集团、各企业领导人员和员工大力支持并踊跃投稿；二是有一个认真负责、敬业奉献的编辑

部，其中，大量的基础性工作是张正治一个人在做，编辑部陈宝杰、陈华、瞿湘、张正治四位同志通力合作，各企业通讯员表现出了良好的工作状态和很高的工作热情，可以说常常是情不自禁、有感而发、文思泉涌，大家志同道合，有一个共同的信念，就是为保证月刊按时按质按量出版和发行而竭尽全力；三是较好地体现了月刊建设“投入少，产出多”的效益理念。我们的月刊和其他大型企业的月刊比起来，人力及费用的投入很小，我们只有办公室张正治一个人基本算是专职，每个月按时出版一期，编印费、纸张费和稿费费等总费用每个月只需1万5千元左右，投入极少，但出来的效果能保证质量，也比较规范，并受到了社会各界的好评。

《特发》月刊经过两年多来的运作，应该说，能够较好地发挥了当初预定的六个作用，即：为重塑特发形象而努力、为重铸特发品牌而思考、成为特发文化建设的平台、传递集团高层领导的思想、畅通企业之间的信息交流、鼓舞集团系统员工的士气。当然，不足之处在所难免，比如，还缺少高质量、高品位的作品，体现员工情怀、以人为本及月刊整体可读性方面的内容还不够等。下一步，我们将继续听取和采纳来自各方面的意见和建议，努力加以改进。同时，集团网站即将正式开通，欢迎《特发》月刊的读者踊跃上网浏览，并提出宝贵意见和建议，使《特发》月刊和“特发网站”同步相互辉映，办得越来越好。



《特发》月刊、网站 通讯员交流联谊活动小记

本刊编辑部

4月25-27日,《特发》月刊、网站编辑部组织集团系统通讯员开展“深圳-南昆山-香溪堡-温泉大观园-大丰门漂流三天交流联谊活动”,中间召开《特发》月刊、网站通讯员工作交流座谈会。活动虽然短暂,但内容丰富,形式活跃,理论联系实际,收到了良好的效果。

几天来,大家在一起交流、开会、活动、联谊,既团结、紧张,又活泼、愉快。在香溪古堡,观看了一场别具特色、由少数民族壮丁玉女载歌载舞表演的民族风情歌舞。在和风细雨中,乘竹筏游览了山清水秀、风

景绮丽、让人心神迷醉的香溪河。在温泉大观园,夜沐温泉,浸泡在温热如汤、滑凝如脂的温泉水里,安神怡情。在联谊晚会上,大家兴味盎然,引吭高歌,翩翩起舞,欢聚一堂。特别是在增城,体验了十分惊险、刺激的大丰门“霸王”漂流——每两个人分成一组,坐上皮划艇往下漂流,在接连不断的激流冲击下,大家感觉自己就像勇士,不断高声呐喊,奋勇向前。这次漂流让大家真正享受到了在“天然矿泉水溪流”中与风浪搏斗的无限乐趣。在南昆山,大家领略了“世外桃源”的无限景色——满山遍

野都是挺拔翠绿的青竹,有刚出土毛茸茸的嫩竹,也有相互挨长在一起的双生竹,还有墨绿色老态龙钟的褐竹,真是形态各异,风姿万千,美不胜收。还有川龙瀑布,飞珠溅玉,云蒸霞蔚;观音潭,薄雾缭绕,空气清新。南昆山真是个“天然氧吧”。一路上,同志们不仅感受了奇异、美妙的大自然,体味了本地浓郁的乡土人情,还品尝了别具特色的地方美味佳肴。

25日下午,在南昆山温泉宾馆会议室,召开了《特发》月刊、网站通讯员工作交流座谈会。会议由特发集

团办公室副主任、月刊、网站责任编辑瞿湘主持。

首先,月刊、网站责任编辑张正治介绍了月刊2006年3月复刊以来的办刊工作思路、经验和做法,系统各企业、单位投稿情况,以及特发网站建设情况。月刊复刊以来,刘爱群董事长、集团班子对月刊工作高度重视,正确领导,系统各企业领导对月刊工作大力支持,各企业、单位通讯员向月刊积极投稿和热情付出,正是由于集团系统上下的一致努力,月刊的工作才能取得成绩,才能发挥它应有的平台、桥梁和窗口作用,才能得到集团广大员工、上级领导和社会读者朋友的肯定和喜爱,希望大家今后继续努力,踊跃投稿,提供高质量的稿件,使集团月刊、今后还有网站办得更好。

接着,集团董事会秘书、月刊副主编陈宝杰发言,他代表月刊编辑部对来自各企业、单位的通讯员代表表示热烈欢迎。他认为,《特发》月刊越办越好,离不开集团和系统各企业班子的高度重视,特别是刘爱群董事长、施长跃总经理、林婵波副书记和集团其他领导亲自给月刊写稿,每年在集团年终总结表彰大会上作为一个单项对月刊优秀通讯员、编辑、踊跃投稿先进集体进行表彰,这是对月刊工作最直接、最有力的支持和鼓励,同时还有通讯员队伍、广大员工的努力以及编辑部高质量的工作,这些都是办刊工作的重要保证和依靠力量。稿件是办刊的基础,要使月刊办得更好,今后投稿工作要进一步加强,稿件质量要进一步提高。他要求各位通讯员主动取得所在企业领导的支持,为月刊撰写高质量稿件,以此带动广大员工积极投稿。他希望此次通讯员工作座谈会和交流联谊活动能进一步调动大家的积极性,促进大家充分发挥聪明才智,一如既往地支持月刊的工作。

然后,开始了座谈、交流。集团党委副书记、纪委书记、月刊主编林婵波转达了刘爱群董事长和集团班子对与会通讯员代表的亲切关怀和问候,并带头发言。他提出要激发思想灵感,提升思想层次水平,热爱通讯员工作,不仅要自己写文章,还要感染和影响旁边的人一起来写,积极投稿,支持月刊。他要求大家在会上自由发言,激发灵感,谈出自己的想法,总结成绩加以发扬,寻找不足加以改进,借鉴优秀刊物的办刊经验,吸收它们的优点。

会上,各企业、单位通讯员代表积极发言,表达了对《特发》月刊的喜爱,肯定了月刊的成绩,并就如何将月刊办得更好更有特色进行了广泛的探讨和交流。通讯员们畅所欲言,各抒己见。不知不觉中,会议时间已过,通讯员们仍在踊跃发言。整场会议在轻松自如的气氛中进行,大家纷纷表示将认真学习和体会会议精神,回企业、单位后把会议精神向负责领导汇报,同时将继续积极参与月刊及集团网站的工作,不断创作和动员企业领导、员工写出生动活泼、形式多样、高质量的文章向月刊和网站投稿,共同携手办好月刊和网站,为特

发的经营、管理、改革、发展服务。

会议还对月刊、网站通讯员下一步的工作进行了部署,下发了《特发月刊、网站通讯员职责》、《调动投稿积极性和提高稿件质量、保证时效的方法措施(提议)》两个文件,瞿湘责任编辑对文件作了强调、说明。

最后,林婵波主编作了题为《宣传人性,弘扬先进性,积极发挥我集团两个文明建设信息平台作用》的讲话。讲话介绍了这次会议召开的背景、目的、意义,月刊复刊以来的办刊经验、取得的成绩、良好的内外部影响,以及对特发企业文化建设的重要作用,讲话还对下一步的办刊工作提出了要求——要明确月刊的宗旨和目标,反映特发人的工作和生活,通过月刊这个平台,更好地弘扬特发的企业精神和使命,贯彻特发班子的经营理念,宣传特发的企业形象和精神面貌,倡导特发积极健康向上和谐的企业文化,形成特发共同的企业价值观。希望各企业、单位再接再厉,继续努力,鼎力支持编辑部工作,共同把月刊和网站办得红红火火,更上一层楼。



浅谈品牌和品牌建设、经营

张正治/集团办公室

一、品牌对企业具有极其重要的意义

同传统经济相比，现代经济最显著的特征是市场经济，而且，除少数稀缺性的资源产品市场以外，绝大多数产品市场是买方市场；同时，这个市场是全球化市场，产品（包括服务产品，下同）是在全球范围而不是在某一限制的地域市场内流通。由这些特征所决定，在现代社会，需求决定供给，市场决定生产，产品的价值实现是通过市场、而且是充分竞争的市场来进行的。一方面，产品通过市场竞争进入消费者，另一方面，消费者通过市场选择获得产品，在这个交易的过程中，产品的品牌起着巨大的作用，因为在买方市场中，消费者掌握主动权，其购买偏好如何、是否选择某种产品，是由其对产品品牌的认知度和信赖度决定的，品牌知名与否、信用如何，决定着消费者的最终选择。简单地说，就是：消费者通过品牌认知产品，决定最终选择，而消费者的最终选择直接决定产品的价值实现。因此，在某种程度上，可以说品牌决定产品的定价，决定着产品的市场占有率和开拓能力，今天的市场已由“产品消费”走向“品牌消费”，企业拥有的最有价值的资产之一是品牌，品牌对企业具有十分重要的意义，必须高度重视。

二、品牌的定义、品牌产品的价值构成和决定

对于品牌的定义，很难用一句话来表达，理论界有多种表述，综合起来，我们可以从以下几个方面进行定义，揭示其属性：1.品牌是指企业及其所提供的产品或服务的综合标识，用以识别企业提供给消费者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务相区别。2.品牌包含着商标、属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告方式等多种因素，蕴涵企业及其产品或服务的品质和声誉。3.品牌既是企业对消费者的质量承诺，又是企业所获得的消费者的信任水平，是企业产品与消费者二者结合、相互作用的产物。

品牌产品的价值由什么构成？根据品牌产品的产品属性和消费者属性，我们可以看出，品牌产品的价值主要由两方面构成，一方面来源于品牌所标识的产品或服务自身的价值。而产品或服务自身价值的大小，又是由其制造、创造或提供的成本价格、技术水平、创新程度和方法等多种因素所决定，产品或服务自身的价值是品牌产品价值内在的基础。另一方面，品牌产品价值又取决于消费者对它的感性认识(印象及经验)和偏好，取决于消费者的认同。而这种认同的价值是由很多元素组合而成的，是需要时间的，因为这不是一个简单的利益价值认同，而是消费者的心理情感的价值认同。消费者认同的价值是品牌产品价值外在的提升。

品牌产品的价值最终如何决定？品牌产品的价值由产品或服务自身价值和消费者认同价值二者构成，但品牌产品价值的决定却不是二者简单的相加，在这里，品牌产品最终价值的决定是一个有趣的现象：在消费者认同价值一定的情况下，品牌产品的价值首先由产品或服务自身价值来决定，产品和服务自身价值是品牌产品价值的核心和基础，品牌产品价值随产品或服务自身价值的提升而提升。但是在产品或服务价值一定的情况下，品牌产品价值决定的优先顺序却发生了变化，消费者认同价值成了品牌产品价值决定的先导和关键，因为消费者认同实质上是一种情感和偏好，虽然认同价值源于产品或服务的价值，但在消费者那里却是优先的，消费者先入为主，只有获得消费者认同并购买，产品或服务的价值才得以被发现、接受并最终实现；如果消费者认同度不高，或者是负认同（负面印象和抗拒心理），产品或服务自身价值就会被削弱，只能部分实现，甚至会因不被购买而根本无法实现；相反，如果消费者高度认同和信赖，则产品或服务自身价值不仅会得以实现，还会超额实现，这时，品牌产品价值随消费者认同价值的附加而放大。这就是品牌产品优于非品牌产品，名牌产品超越一般品牌产品的奥秘所在。

以上论述的是品牌产品的价值构

成及其决定，那么品牌本身的价值如何评估呢？一个产品或一系列产品或一个企业，一旦创出了自己的品牌，不仅品牌产品的价值得以提升，同时品牌本身也能形成价值，而且这个价值是有乘数效应和倍增的，它可以脱离产品而相对独立，成为企业重要的无形资产。对品牌本身的价值评估，国际和国内已形成较成熟和完善的方法。在国际，美国《金融世界》杂志对世界最有价值品牌的评价公式为： $(\text{营业利润} - \text{资本} \times 5\%) \times \text{强度倍数}$ ；在国内，北京名牌资产评估公司对最有价值品牌的评价公式为： $P = M + S + D$ 。其中：P为品牌的综合价值；M为品牌的市场占有能力；S为品牌的超值创利能力；D为品牌的发展潜力。而M、S、D各个部分又有详细的评估方法。品牌价值评估不是本文的论述重点，这里不多谈。

三、品牌的创建及价值提升

(一)通过创造、创新产品或服务创建品牌。

从品牌的定义分析，品牌是企业所提供产品或服务的标识，蕴涵企业及其产品或服务的品质，品牌离不开产品或服务，否则无从标识，因此，创建品牌必须从创造、创新产品或服务开始。

为什么说是创造、创新的产品或服务呢？因为我们这里谈的产品或服务是要创建品牌的，而简单的制造、“贴牌”生产、来料加工或无创新的服务难以也不能创造品牌。在全球竞争日趋激烈，产品越来越多样化、个性化、细分化和复杂化的买方市场，只有创造、创新的产品或服务才能抓住对手尚未顾及的消费需求，达到对手无法达到的质量水平，提供对手难以提供的使用功能或没有提供的创意服务，传播独树一帜的特色文化理念，使自己的产品在同类产品中鹤立鸡群，立于不败之地，从而创立起自

己的品牌。这也是为什么国人迫切呼吁由“中国制造”转向“中国创造”的原因所在。因为只有创造和创新，才能开发出具有自主知识产权和核心竞争力的中国品牌产品，进而打造出知名度高的“中国品牌”，从而占据价值链的高端，获得品牌的超值创利能力，提高利润回报水平。

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

(二)通过品牌宣传、推广和战略管理提升品牌。

同样从品牌的定义分析出发，品牌既是企业对消费者的质量承诺，又是企业所获得的消费者的信任水平，品牌的一个重要属性是消费者认同。因此，企业通过创造、创新产品或服务建立品牌后，紧接着的重要任务是要使其获得消费者的认同，只有消费者认同了，品牌才能生存下来并得到价值提升。而消费者认同不是一时一事的事，因为这不是一个简单的利益价值认同，而是消费者心理情感的价值认同。这就需要企业大力进行品牌宣传、推广，不断提升消费者对品牌的知名度、美誉度、忠诚度、联想度，使之渗透到消费者的心灵，刺激消费者的购买决策。品牌的宣传、推广和消费者认同的过程就是品牌的价值提升过程。

不断提升品牌价值的目的就是要构建持续的品牌优势。因为品牌不是一成不变的，它是在竞争中增值的。越来越多的企业在品牌上投入，竞争越来越残酷。企业对品牌价值的积累稍有松懈，它就会被消费者冷落，被

市场所淘汰。所以，品牌宣传、推广要达到效果，要真正深入消费者的心灵，必须要有详尽的规划和策略：要有专业性的追求态度，不断有新宣传载体推出，保持连续的、策略性一致的传播，在与消费者互动中不断改善并保持主动，使企业经营理念和宗旨得到持续、到位的表现。

一个持续的优势品牌实质是要为消费者提供完美的感受价值的载体，品牌宣传、推广的目的就在于此。但仅靠宣传、推广是难以达到这个目的的，还需要其它诸多措施加以配合，而这正是品牌战略管理的任务和职责所在。品牌战略管理就是将品牌的宣传、推广和管理提升到战略的高度来执行，运用战略管理的方法对品牌进行规划和实施，使企业在内外部环境不断变化的情况下明确根本的品牌发展方向、培育重点和活动范围，进而通过对资源的统筹规划和战略性配置来建立持续的品牌优势，不断提升品牌的价值。

四、注重品牌经营，提升企业竞争力

企业最有价值的资产之一是品牌。最有竞争力的企业，不是看它有多少设备、厂房、土地等有形资产，而是它的品牌有多少价值。现在有些品牌并没有自己的制造工厂，例如耐克运动系列产品、戴尔电脑，而是采取完全品牌管理模式，通过在全球各地委托加工的方法，实现品牌价值，由此可见品牌对现代企业具有何等重要的意义。“一流企业卖标准，二流企业卖品牌，三流企业卖产品，四流企业卖苦力。”品牌经营在国际上已经成为一种流行的创新的经营理念，成为现代企业重要的盈利的模式和强大的市场竞争力所在。

品牌经营是相对于产品经营而言的，它们代表着两种不同的企业经营理念和企业文化。品牌经营体现的是

现代市场经济理念，它一切以市场为标准，以需求定生产，以获得消费者的认同为依归，把品牌战略管理作为企业一个重要的经营战略选择：在组织生产上，先调查和挖掘市场，瞄准消费者需求，立足于价值链的高端，强调创造和创新，为消费者提供高品质、高满意度的品牌产品和服务；在内部管理上，以品牌为核心进行组织结构建设，制定品牌发展规划和管理细则，并培育和倡导相应的品牌意识和品牌文化，使品牌成为企业各个部门的核心目标，通过产品品质、顾客服务品质、关注成本、注重企业形象等企业文化内涵，去影响消费者；在对外营销上，强调与消费者进行多维度 and 立体化的沟通，采取广告、公关、促销、人员推广等手段加强消费者对品牌的记忆、理解、认同和忠诚，保持品牌的生命力和持续的竞争

优势。品牌经营是一种先进的现代企业经营理念和模式。产品经营却不是这样，它体现的传统供给经济思想，是先生产，后市场，以生产而不是消费者需求为中心，不重视产品或服务的创造和创新，结果往往把握不了市场，生产的产品无法树立品牌，无法得到消费者的亲睐，缺乏竞争力而价值无法实现。产品经营的模式已日益落后于现代市场经济发展的需要，将会被逐渐淘汰。

特发集团十分重视品牌建设和品牌经营，刘爱群董事长在集团多次会议上反复强调要精心培育和打造特发品牌，加强品牌经营，提升特发的品牌竞争力。特发集团的品牌建设已有一定的基础，特发小梅沙、海洋世界、香蜜特、高尔夫、特发信息光纤光缆、特发物业管理、黎明长龙铁路信号系统、特力汽车快修连锁、水贝

珠宝产业园、特发地产等都是集团的既有品牌，其中有一些是老品牌，有一些仍是区域名牌，还有一些是正在培育和创建的品牌。我们要根据集团产业发展的战略定位制订特发的品牌经营战略，对集团的品牌进行统计分类：哪些是现有需提升的，哪些是潜在可培育的，哪些是制造、创造领域的优势产品，哪些是朝阳行业的新型服务，然后有针对性地制订出集团的品牌战略发展规划、目标、方向、重点，调动资源，分门别类地加以培育、推广。集团各企业都要在品牌经营上做文章，只要一技之长，一面之优，都要发扬光大，精心培育、打造、呵护、宣传和推广，使之发展成为知名品牌，提升特发品牌的市场竞争力。



似乎我国还没有一部法律像《劳动合同法》那样引起如此大的反响和争议。有人叫好，认为该法加大了对员工的保护力度；而质疑、否定者也大有人在，其中不乏资深学者和专业人士，有人甚至危言耸听，称《劳动合同法》会“伤害员工”，“搞垮经济”。一时间，《劳动合同法》价值疑云四起。本文力图从不同角度及不同侧面谈一些认识，希望对问题的澄清有所裨益。

一、《劳动合同法》不是伤害，是迟来的爱。

国内劳资分配关系失衡已是一个不争的事实。据报道，山西黑煤窑、黑砖窑工人几乎在从事奴隶般的工作，繁重的劳动，粗糙的食物，野蛮的管理，迅速消耗着工人的生命。“黑砖窑”事件爆发后，山西全省共解救农民工359人，其中童工15人，智力残疾人员121人（山西副省长薛延忠，2007年8月13日）。廉价劳动和资源使投资者迅速暴发，禁不住到处张扬挥洒财富的自豪和自负。2005年北京车展上，山西煤炭老板一次性集体购买了20辆悍马越野车，有位太原煤老板一人就拥有3辆不同颜色的劳斯莱斯豪华轿车，2005年9月到11月不足两个月的时间内，山西老板斥资近5亿元购买北京建外soho豪华楼盘，其中一位一次性买房12套，花费6600万元。2006年10月，山西购房者转战上海，一举卷走宝山一幢商铺楼盘30套房源，大部分一次性

付清数百万房款（《煤老板春秋》，《商界》，07年第3期）。2007年11月12日，太原老板为儿子举行豪华婚礼，花费达到千万元之多（《扬子晚报》2007年11月14日）。山西黑煤窑、黑砖窑中的劳资冰火两重天并非特例，2007年7至8月，全国范围内开展了整治非法用工专项行动，成效十分显著。截至7月30日，共责令9.8万户用人单位为149.8万名劳动者补签劳动合同，补发11.6万名劳动者工资和经济补偿金1.3亿元，财政垫付2265名劳动者工资或生活费428.6万元，督促用人单位为劳动者办理社会保险53.6万人（孙宝树，新华社2007年8月14日消息）。从总体上看，我国城镇职工的工资收入也呈持续下降趋势。1990至2005年间，我国劳动者报酬占GDP比重从53.4%降低到41.4%，降低了12个百分点；而同期营业余额占GDP比重却从21.9%增加到29.6%，增加了7.7个百分点。1998年，国有及规模以上工业企业工资总额是企业利润的2.4倍，到2005年降低到0.43倍（《中国企业竞争力报告（2007）——盈利能力与竞争力》，中国社会科学院工业经济研究所编写，中国社会科学文献出版社2007年11月出版）。劳资分配失衡如此普遍，部分层面已相当严重，国家法律出手调节，实乃劳动者期待已久。

《劳动合同法》伤害论者的逻辑，是《劳动合同法》将使企业利润化为乌有，由此迫使企业关闭、员工

失业。较为一致的判断是，《劳动合同法》的实施会使企业人工成本增加5%至7%。而即使增加10%，人工成本占GDP的比重也仅会由目前的41.4%增加到约45.5%，公司利润比重则从29.6%降至约25.5%。企业利润化为乌有之说缺乏依据，伤害论纯属主观臆断。有些投资者怀着淘金者的心态，对我国人力资源采取榨取式开采利用，待我国人力资源宝藏消耗殆尽，就一走了之，这不仅是对我国劳动者的伤害，也是对我国国民经济乃至中华民族健康发展的伤害。《劳动合同法》实施之后，这类投资者有可能提前撤离，但这正是我国经济健康发展所需要的，也是《劳动合同法》要达到的目的之一。

二、《劳动合同法》不是逆行浪，是扬帆风。

《劳动合同法》抑制了“榨取式”用工，无疑会增加公司负担。静态分析，对企业似乎不利；但从动态的角度来看，《劳动合同法》对企业的可持续发展却大有帮助。企业经营，从根本上来说是企业各要素通力合作、共同创造财富和价值的过程。企业的发展，最终取决于企业各要素的共同发展，仅有强大的物资资本要素，而人力资本要素落后、弱小，或者不能有效发挥其实际能力，企业的经营和发展能力注定是十分有限的。只有劳资双方利益共赢共进，企业才能创造更大的价值。有些人将企业经营看作资本和人本的零和博弈，将人

力成本的增加看作资本盈余的绝对减少，将利润的增长建立在对员工收入的占有之上，是不符合现代企业经营客观规律的，是不正确的。

劳动者积极性和创造性充分发挥，是企业成功和发展的关键。美

表明，员工在受到充分激励时，可发挥其能力的80%至90%，而在仅保住饭碗不被开除的低水平激励状态下，员工仅发挥其能力的20%至30%（苏怡滨，《黑龙江对外经贸》，2006年第6期）。日本企业战后迅速崛起，跻身于世界强者之列，创造了世界经济发展史上的“东亚奇迹”，辉煌成就与其较为宽厚的劳动者工资待遇及和谐的劳资关系不无关系。日本企业有较为特殊的三大管理制度。一是“终身雇佣制”。即员工不轻易跳槽，企业也不轻易辞退员工，使日本企业形成了一个命运共同体。二是“年工序列工资制”。基于业务能力和技术熟练程度与本人年龄增长成正比的认识，日本企业员工工资随年龄增长逐年增加，形成了企业与员工的利益共同体。三是在上述两项制度下，日本企业工会与企业管理者目标很容易达成一致，因而工会与企业的沟通更充分，对企业的监督和支持更有效（王晗、黎俊初，《浅谈日本经济飞速发展的原因》，《经济研究导刊》2007年第03期）。受知识经济的冲击，上述“终身雇佣制”、“年工序列工资制”有所变革，但其基本制度内核及用工理念并未废弃，仍是现今日本企业奉行的准则和制胜法宝。与上述制度及企业理念相适应，日本经济的发展一直伴随着工人工资的较快增长，进入20世纪60年代以后，增长进一步加快。1961至1970年，日本制造业工人工资的年均增长率达到6.75%，进入20世纪70年代以后，日本的经济年均增长率下降到4.5%，但是日本工人工资依旧保

持在6%以上的年均增长，（陈建军，《“无限供给”走向终结》，《IT经理世界》2004年第21期）。

企业经营的每一个进步，产业经济的每一次升级，都离不开人力资源素质的提高，从而也离不开人力资源投资的增长。美国之所以能率先发展新经济，美国企业之所以能够在市场的角逐中屡屡胜出，是与其较高的人力资源配置及人力资源素质的快速提升分不开的。根据《美国经济评论》2002年的一份报告，美国和日本经济在过去50年中，劳动收入占GDP比重一直在65%到80%之间（国投集团，《每日经济》，2007年12月27日）。美国公司在员工福利规划方面也是做得最好的，90%以上的大公司有周全的员工福利计划（吴可，《北京青年报》，2001年2月19日）。

较长一段时间以来，我国企业一直靠着低人力成本、高资源消耗，在产业价值链的低端循环，实现着近似于原始形式的资本积累。长此下去，企业无前途，国民经济发展无希望，业已引起有识之士的极大担忧。政府曾多次提出和推行相关政策，以图促进企业经营和产业发展的升级，但成效始终不如人意。《劳动合同法》的颁布与实施，将是企业经营及产业发展突破低水平循环，步入螺旋式上升轨道的一个有力助推。

三、《劳动合同法》不是“终极关怀”，是大道通未来。

《劳动合同法》为企业健康经营和可持续发展指明了一条道路。首先，企业应当实现由劳资双方矛盾对立思想向和谐共赢思想的转变，要认识到和谐共赢是企业健康可持续发展的根本前提。其次，企业应当由粗放式人力资源管理向精细化管理转变。将员工的招聘、劳动合同的签订、岗位定位、薪酬待遇、培训晋升等各个环节，都纳入法制化、规范化、科学化、高效化轨道。使人力资源管理为

企业的健康持续发展提供强有力的人才支撑。其三，企业应当从压力式管理转向激励式管理。抛弃“胡萝卜加大棒”手段，利用感情激励、待遇激励、事业激励等人性化管理措施，使劳资双方成为事业的合作伙伴，价值的分享者，美好未来的共同创造者。

法律的积极作用在于有效实施。美国《基督教科学箴言报》引用美国法律专家哈里斯的话说，“中国法律一直存在的问题就是：新法律是否能执行，能执行到什么程度，针对谁执法”。疑虑不无道理。《劳动合同法》生效之后，积极落实者有之，如富士康总裁郭台铭率领集团3000多名高管和65万名员工学习《劳动合同法》，并规定8年工龄优秀员工即可签无固定期限合同。严肃应对，积极调整用人制度者有之，如华为为员工10年及以上工龄员工全部买断工龄，重新竞争上岗。有人认为华为消极执法或者消极抵制，但《劳动合同法》引起了华为的高度重视，并促进了华为用人制度的调整和优化是毫无疑问的。也有一些企业对《劳动合同法》没有给予足够的重视，缺乏应对措施，在人力资源管理中继续因循成规。

进而言之，即使《劳动合同法》能够不折不扣地实施，积极、契合的劳资关系也并非水到渠成。确立企业发展所需要的健康的劳资关系模式，实为法律难以承受之重。不同行业、不同企业劳资双方利益格局千差万别，劳资双方在不同的发展阶段也诉求各异，其间的利益、文化、发展目标、价值取向等各方面的相容、契合，实际上是在法律、社会、舆论等方面的共同作用下，劳资双方长期博弈的结果，是一个动态的过程。因此，大力开展媒体监督，积极发展工会等社会调节，是当下我国急需采取的重要措施，也是建立和谐劳资关系的必由之路。

傲雪绽放，特发信息 电力光缆于春季雪灾抢修中

林焰/特发信息公司综合管理部经理

百年不遇的2008年春季大雪灾，摧残了广袤的原野大地、房屋建筑、各类设施……电力设施也不能幸免于难，一座座输电塔架倒塌，一条条供电线路瘫痪，一个又一个的城市乡村陷于停电缺水的原始窘态。风雪之中，特发信息电力光缆及时为灾区人民救急解难，彰显了沧海横流英雄本色。

华南地区是此次受灾最严重的地区之一。前两年，特发信息电力光缆由于各方面原因一直未能入围广东电网。春节冰雪灾严重期间，经过艰苦的努力，特发信息公司终于争取到了OPGW抢修缆的应急供货任务，一方面对灾区人民奉献了救助之力，另一方

面也对特发信息电力光缆在2008年重新入围广东电网起到了积极的重要作用。公司还积极响应南网的应急援助要求，派出专家随南网领导到受灾地区就产品的可靠性方面给予指导性的建议，得到南网总部及网公司的极高评价。

西南区亦是本次的重灾地区。公司克服重重困难，及时供给贵州电力ADSS光缆和云南电力OPGW光缆。既为灾区人民救急解难，也为公司今后的正常投标赢得了声誉，提高了公司的资质等级和美誉度，并获得了额外的评标加分资格。

即使因为产能、工期、运输等问题不能保证对华中、华东地区及时有

效的电力缆抢修供货，公司仍不敢懈怠，派专人在春节期间保持和江西、湖南、浙江、江西、安徽等省通信部门积极善意的沟通，耐心细致地做好不能保证供货的解释工作，体现了公司心系灾区的社会责任感和职业心，这些举措也为公司与这些客户保持日后正常的合作关系做了良好的铺垫。

据不完全统计，在此次雪灾的电力光缆的供应抢修中，特发信息的供货量在同行中仅次于江苏中天、通光、亨通等知名企业。“特发信息电力光缆”的品牌恰如一剪寒梅，傲雪绽放。



首个“世界自闭症日” 特发小梅沙邀患儿游海洋世界

陈男/特发小梅沙海洋世界

4月2日是首个“世界自闭症日”，特发小梅沙海洋世界特别邀请深圳元平特校的近百名自闭症患儿前来游玩。自闭症儿童好动但不能照顾自己，每名自闭症儿童均需要一名看护人员陪同，所以出游不易。小梅沙海洋世界十分受自闭症儿童欢迎，五彩缤纷的海底珊瑚、稀奇古怪的海洋鱼类、万鱼争游的海底隧道……绚丽多姿的海洋奇景让这些受邀出游的孩子们欢呼雀跃，兴奋不已！

海洋世界组织这些自闭症患儿观看海豚、海狮、海豹的表演，矫健敏捷的海豚凌空跳跃、海豚迪斯高，滑稽海狮的南美军礼和动感霹雳舞都赢得了孩子们的欢呼和掌声。海洋世界还特别邀请了其中一些患儿和鲸、海豚亲近，用手触摸大白鲸，和海豚握手做朋友，乘坐海豹纤夫牵拉的小船，让孩子们在海洋世界度过了欢快愉悦的一天。

海洋世界在首个“世界自闭症日”举办关爱自闭症儿童活动，是为了唤起人们对自闭症儿童群体的关注。自闭症对大多数人还是一种陌生的疾病，自闭症又称孤独症，是一种因基因突变而引起的广泛性发育障碍，全球约有3500万名自闭症儿童，患病儿童在三岁前就表现出语言和沟通能力发展迟缓。自闭症目前无法治愈，主要的治疗方法是教育。早期接受教育对患儿是相当重要的，重点是教会患儿一些最基本的生存技能。但自闭症患儿教育取得成效十分困难，



过程漫长，仅仅让患儿掌握一种基本技能和习惯，就需要半年或更长时间。

海豚和自闭症患儿间有一种奇妙的联系，国外有很多机构在用海豚来帮助自闭症患儿康复。让自闭症患儿同海豚一起游泳，一方面，海豚发出的超声波对刺激患儿的大脑有益；另一方面，海豚和鸕的外形，温柔敏感的动作，与孩子们轻松的互动，这些“环境诱导”能使自闭症患儿产生兴奋感，从而使他们放弃警惕性的封闭行为。

小梅沙海洋世界从2001年9月开始，就一直开展“海豚伴游”活动，采用“1+1+1”模式，即一名患儿、一头海豚、一个驯兽师，以一个月为一个伴游周期，在专业驯兽师的陪同下，让孩子们与海豚在水中愉

快地游泳，这种方法对自闭症患儿的康复很有帮助，许多自闭症患儿的父母都慕名带孩子前来参加“海豚伴游”。到目前为止，海洋世界已经接到各地共1000多名患儿家长的来电预约，其中还有来自美国、英国、瑞士等国的家长。海洋世界的5头海豚，先后为100多名患儿提供了“海豚伴游”活动，其中20%的儿童取得了较好的疗效。

在我国，由于社会目前对自闭症缺乏了解，自闭症儿童和他们的家庭面临着诊断难、训练难、入学难，以及成人后的社会安置等许多问题，使他们承受着严峻的经济困难和心理压力，急需社会的关爱。小梅沙海洋世界利用海豚为自闭症患儿治疗，对自闭症患儿的长期关爱，充分体现了特发企业强烈的社会责任感！

春游潮起，“亲子团”模式受亲睐

赵刚贵/特发小梅沙海洋世界

3月29日，海洋世界迎来了3000多名春游的小朋友，其中来自深圳的1500多人，由旅行社和教育基地组织的惠州、东莞等珠三角的小朋友1500多人，特别值得注意的是一个来自东莞启石镇的千人“亲子团”，他们分别由500个幼儿园中班的小朋友和500名幼儿家长组成，这种大人带小孩“1+1”组团出游模式日益得到人们的喜爱。

在“亲子团”出游中，父母或爷爷奶奶陪同小朋友组团出外游玩，一方面大人能随行照顾，心理上感觉更

放心；另一方面，在游玩的过程中，家长还随时随地给小孩讲解鲜活的科普知识，既达到了“寓教于乐”的效果，又在游玩中增进了亲情。因此，“亲子团”出游模式特别受亲睐。

特发小梅沙海洋世界十分吸引“亲子团”出游的人们：海豚做算术题、海狮鼻子弹球、海豹拉小船……各种精彩的海洋动物表演和珍稀的珊瑚礁鱼类让小朋友和家长目不暇接，玩得十分开心。每逢“亲子团”到来，海洋世界处处洋溢着欢声笑语和小朋友的呼叫声，大家纷纷拍照留

念。特别吸引小朋友的是，在亚热带的深圳能和来自冰天雪地的极地动物亲密接触：大白鲸为小朋友唱歌、跳舞，小企鹅憨态可掬，北极狐全身雪白，北极熊霸气逼人，这些都是小朋友最喜欢的，常常赢得他们的阵阵欢呼。

从3月中旬开始，小朋友已经在阳光明媚的春天开始欢乐出游，通过父母带小孩、学校集体组织、旅行社组织等多种形式，“亲子团”到小梅沙春游的热潮已渐兴起。



上下同心团结协作 全力申办物管一级资质

朱坚胜/特发物业管理公司

企业进入物业管理行业必须取得国家相关部门承认的物业管理企业资质。

物业管理企业资质等级分为一、二、三级。其中一级资质由建设部审批，二级资质由省、自治区、直辖市人民政府房地产行政主管部门审批，三级资质由直辖市、设区的市人民政府房地产行政主管部门审批。

资质的高低不仅是一个企业在物业管理行业中实力的体现，同时也决

定着该企业能否进入高端物业管理市场的门槛。特发物业管理公司目前拥有物业管理企业二级资质，随着公司整合发展进入到一个新的阶段，要想拓展市场，抢占市场份额，获得国家物业管理企业一级资质势在必行。

目前，公司正全力以赴开展申办国家物业管理企业一级资质工作。为此，由朱振声总经理亲自挂帅，公司成立了申办物业管理企业一级资质工作小组，以品质管理部、办公室为

主具体落实申办过程中所需材料的收集、汇总、整理及其后的上报工作。

现在，申办的各项工作正在有条不紊地进行，公司各部室及分支机构配合工作小组的需要已做了大量准备工作。预计到今年五月底将完成申办国家物业管理企业一级资质所有相关材料的收集和整理，力争在上半年通过市、省两级政府主管部门的审核。然后，上报建设部审批。

建立国际化标准系统 以高品质管理促公司发展

——特发物业公司开展“三合一”国际标准管理系统的建设及年审工作

特发物业管理公司

目前，特发物业管理公司正在专业顾问机构的指导下，按ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系和OHSAS18001职业健康安全管理体系的要求建立“三合一”国际标准管理系统，随后再通过指定认证机构的认证。

建立和通过认证的管理项目有：公司本部、发展中心大厦、华为坂田数据中心、特发小区、泊林花园。

开展“三合一”国际标准管理系

统的建设及年审工作，是特发物业管理公司品牌战略发展的具体举措，是遵循以高品质服务提升公司整体竞争力的又一实际行动。此项工作由公司品质管理部负责落实，预计将于今年10月30日前通过深圳市环通认证中心审核。完成“三合一”国际标准管理系统建设后，特发物业管理公司的整体管理水平将更上一个新台阶，为公司实施下一步发展战略奠定基础。



“乾坤大挪移”—— 三头极地大白鲸“入伙”新家

王博/特发小梅沙海洋世界

4月17日晚8:00，伴随着众人的欢呼和掌声，最后一只大白鲸亚历山大从“龙门吊”上被缓缓放入白鲸馆的水池中，至此，3头极地大白鲸终于顺利地住进了新家。大白鲸在新家里兴奋地游来游去，不时调皮地喷水戏耍，白鲸馆里回荡着“海洋金丝雀”们悦耳的歌声。大白鲸迎来了乔迁新居之喜，但给大白鲸搬个新家实在不容易——近1000公斤重的庞然大物，现场需要30个壮汉，动用吊车，花费3个小时人工抓捕，还需提前半个月做准备。

白鲸要换“大房子”

特发小梅沙海洋世界的3头大白鲸目前生活的水池只有400立方米水体，3个庞然大物生活在里面显得比较拥挤，为此，海洋世界特别为他们改建了一个白鲸馆，里面有一个水体达1000立方米的大池子，新居离白鲸原来生活的池子虽然只有50米远，但白鲸搬入新居需人工抓捕后，动用吊车等工具将其送入新“房”。

抓捕大白鲸的难点

每头大白鲸体重接近1000公斤，力量还很大，尾巴一摆人就无法靠近，在水中大白鲸更是如鱼得水，灵活机动，在抓捕和搬运时，还要遵循一条最重要的原则，就是确保不让大白鲸受到一点伤害，而白鲸一旦应急挣扎就很容易受伤。如何将这庞然大物安全地搬个新家呢？

两个特殊的搬运工具

为对大白鲸安全地实施“乾坤大



挪移”，搬家方案经过了半个月的讨论和准备，海洋世界还特制了两个特殊的搬运工具：一个是长3米，宽2米的大担架，搬运时把白鲸从水池放入担架里，担架用软绵绵的毯子作成，以柔克刚，防止白鲸大力挣扎时受伤；另一个是高3米，带四个小轮子的“龙门吊”，用来把担架中的白鲸吊起，人工推到白鲸馆的水池边上，再从“龙门吊”缓缓放入水池中。

艰难的搬家过程

4月17日下午5点，海洋世界开始给白鲸生活的池子放水，为了防止白鲸受到惊吓，白鲸训练师身穿潜水服在水中不停地抚摸白鲸，和白鲸交流，以使白鲸放松。6点时水放到位，海洋世界的30名壮汉全部到位，8个潜水员开始下水抓白鲸。由于白鲸个头大，力量大，在水中游动灵活，潜水员们花了50分钟才把第一

头白鲸黎丽娅放进担架，然后用大型吊车把担架从池中吊起，挂在“龙门吊”上，4个人扶着担架防止其转动和失去平衡，16个人平稳地推动“龙门吊”，5分钟后推到白鲸馆的水池边，然后从“龙门吊”上缓缓地大白鲸放入水池中。其后，用同样的方式，将索菲娅、亚历山大两头白鲸也搬到了白鲸馆，当最后的亚历山大入池时，已经是晚上8:00了，整个过程耗时4个小时。随后，兽医对白鲸进行了全面检查，确认3头大白鲸均安然无恙。

白鲸最终的住处是投资近亿元正在修建的极地动物世界，现在搬入的白鲸馆是改建的临时住所，为这个新家的运行费用需数千元。待极地动物世界的白鲸馆竣工后，这3头大白鲸还需再搬一次新家。

与海豚共舞的人

顾燕 / 特发小梅沙海洋世界



相传在很久很久以前，天神之子违反了神界的禁忌，与凡界的少女相恋，神界与凡界都不能接纳他们，两人只好走遍天涯海角，可是竟然找不到可以容身之处。住在森林最深处的精灵女王非常同情他们的处境，就送给这对恋人一对灵性的铜戒，这对铜戒将保护他们安然渡海。可是嫉妒之神发现了铜戒的秘密，一把就抢走了，扔进了海里，失去铜戒庇护的恋人也因此被大浪冲散了。可即使如此，他们仍全心搜寻彼此的身影直到最后一刻。黎明将至，眼看两人就要化为海上的泡沫，这凄美动人的爱情感动了善良的海豚，于是在早晨的第一道阳光即将出现时，海豚衔着铜戒跃出海面，让这对恋人重新拥有了精灵女王的祝福，可以永远地在一起了。就在第一道曙光照在白色沙滩的瞬间，整片沙滩变成了幸福的粉红色，而海豚也一跃飞上天空，成为守护爱情的海豚星座。从此，每年初秋的星空，在海豚座现身星空的早晨，

这片沙滩就闪着粉红色的光，只要静心倾听，便能听到海豚在唱歌，只要眺望远方，便能看到海豚正衔着铜戒而来……所以海豚便成了幸福的守护神！

多么凄美感人的童话！能够拥有如此动人的传说，海豚一定是世界上最善良可爱且充满灵性的精灵了！古往今来，我们听到过许多海豚救人的美丽传说，有人说看到海豚微微上翘的嘴角就仿佛看到了世界上最动人的微笑，它们总是拥有一种神奇的力量，让每一个见到它的人都会情不自禁地爱上它。12年前，我刚从学校毕业，报纸上小小的角落里有一则不起眼的招聘启事：上海海豚表演馆招聘海豚驯养员。就这样短短的几个字和才一分钟的时间，就决定了我的人生，我要去当海豚驯养员。于是，我第一次看到了海豚，它们离我那么近，就在我脚边的蓝色水池里张着大嘴欢快地唱着歌，我欣喜若狂，如果可以，多希望和它们永远在一起呀！

很幸运，这个愿望轻易地实现，我真的被留下了，虽然那时候我连游泳都不会。我们的台湾老师后来告诉我，留下我是因为我看到海豚的眼神，让他们相信我绝对是个爱动物的人，这可是作为一名驯养员最重要的条件。所以在接下来的日子里，我和我身边一群和我一样爱海豚的同事们，就幸福快乐地工作着。

1999年，我和海豚们一起来到了深圳小梅沙海洋世界。在这里我又认识了一群新的同事，虽然他们来自五湖四海，性格迥异，但有一点是相同的：他们都爱海豚。于是，在小梅沙海洋世界，我们又继续着和海豚共舞的日子。

我们每天的工作内容，简单地说就是为我们的海豚、海豹、海狮、海狗和其他的海洋动物们准备食物，打扫卫生，陪它们玩耍训练；为一些需要特殊帮助的儿童提供海豚伴游的服务；为来到海洋世界的游客们献上精彩的海洋动物表演，365天，每天三场，从不间断。海豚的表演很精彩，游客们从不吝啬给这些可爱的动物们热情的掌声。我不止一次听到游客们的赞叹，你们的工作太幸福了，可以天天和海豚在一起，多开心啊！是啊，总是和这些充满灵性又可愛的动物们在一起，人的思想会简单很多，也更容易得到满足和幸福。

就这样简单快乐的日子，日历总是匆忙地翻过一页一页，我们这群和海豚共舞的人也渐渐地长大了。

梁

认识他是最早的，整整12年，有时候我在想，人有多少个十二年，

特别是那么青春的岁月，所以我们的友谊也在不知不觉中慢慢地积累和沉淀。梁的家乡在江苏，不过他的长相倒是很像台湾的高山族同胞，身材魁梧，皮肤黝黑，还扎着个小辫子（据他自己所说是具有艺术家的气质，对于这点我一直都有保留意见）。刚认识他的时候他还是个淳朴的乡村少年，说的普通话和家乡话几乎没有两样，但现在他却是我们的领导了，开会时一讲话就是半小时。他是个个性很强的人，很固执，认为对的事就绝不妥协，有时候脾气很急，笑起来的时候却很孩子气。我们曾一起在很多个城市巡回演出，甚至是为我们国家原领导人表演（那可是真正的二级戒备，遗憾的是没留下照片）。我们一起从上海来到深圳，一起继续着我们喜欢的工作。两年前，他晋升为我们的领导，在群众中很有威信，我看好他的前程。

董

和他在一起的时间是最多的，因为他从我的同事变成了我的老公和我儿子的父亲。第一次见到他的时候，我心里想这个小青年真有意思，讲话还爱脸红。很久以后我还是弄不明白，这个腼腆的人怎么会成为我生命中最重要的男人之一。老公不浪漫，不聪明，性情温和，但骨子里却执著和坚毅。5年前，所有的人都不看好他的爱情，认为我这个上海女人怎么可能嫁给他这个农村人。可是他不在乎，执著地坚持着。终于，我这个精明的上海女人为了他放弃了回上海银行工作的机会，留在了深圳，留在了他和海豚的身边。现在，我们的儿子已经一岁多了，非常可爱。我身边的同事和朋友们都说我是个幸福的女人，嫁了个好老公，我莫名其妙地成了我们婚姻关系中赚便宜的那个人。2004年，老公因为做海豚伴游的爱心工作和海豚驯养员的特殊身份，被评为深圳百名优秀外来建设者。当

有记者问他，如果用金庸先生笔下的人物来形容你和你的妻子，你觉得你们像谁呢？老公想了想，说：“郭靖和黄蓉吧”。我在一旁笑得肚子发酸，但仔细想想，觉得很有道理。这个曾经爱脸红的小青年，我也看好他的发展。

季

虽然已经去上海长风海底世界工作了，可是我们之间深厚的友谊让我还是决定写一下他。季是个绝对的性情中人，留着一头枯草似的长发，很奇怪，这头黄黄黑黑的乱发不仅不难看，反而给他增加了一些颓而不废的酷的男人味，他是少数我觉得留长发好看的男人之一。原来他在我们海洋世界时外号少女杀手，最爱在表演时耍帅。他最大的理想是自由自在地生活，最大的遗憾是认为生不逢时，没有生在旧上海马永贞的时代。对于他的这个理想，我觉得实现的可能性不大。我常常很想念他，这个在我家乡上海工作的朋友，我同样看好他的未来。

杨

我们海洋世界唯一的一位女驯养员，一个爱操心的女人，在这个并不太适合女性工作的岗位上坚持了十几年，很认真、很执着。



于

山东小伙，长得很帅，头脑也很灵活，在我们年轻一代的小姑娘中很有吸引力，我想对于这一点他很可能自己都没有想到过。

毕

一个可爱的80后小伙，很聪明，很阳光，永远地活力四射，精力充沛。只要他上班，我们的耳朵里就整天充满着他的歌声。

牟

一个曾经当过部队特种兵的东北小伙（虽然看起来不太象），对朋友很讲义气，对动物也很负责任。去年他告诉我，他只是在特种部队的炊事班里呆过。对于这个问题，我一直还没有找到正确的答案。

在我们的驯养员里还有90年代的小孙，爱耍帅的小顾，长得超帅的阿星，脾气超好的阿汤，和所有的女性都能成为朋友的小刘，兽医助理小赵，加上我们的兽医邹医生，王师傅，我们这群整天和海豚在一起的小青年们在我们的馆长周老师的带领下幸福快乐地工作着。和这群可爱的同事们在一起工作是我开心的。和海豚共舞的小青年们，我都看好你们的前途、发展和未来！



大丰门漂流

杨杨/特发物业管理公司

在特发集团领导的关心和月刊编辑部的精心组织下，4月25至27日，集团系统《特发》月刊通讯员在景色宜人的南昆山开展了一次交流联谊采风活动。平常大家都是工作在自己的岗位上，虽然相互之间通过《特发》月刊、《特发物业报》进行着文字交流，但是如此面对面的活动还是少之又少、弥足珍贵。活动中最刺激、最令我们难以忘怀的是大丰门漂流——真是惊心动魄，多少日过去后我仍然记忆犹新。

我们25日早晨八点左右在集团总部集合出发，在游览香溪堡、大观园温泉度假村、完成通讯员工作会议后，26日下午我们前往大丰门漂流，期间要走过一段山路。沿着上山公路，两边山林竹海，郁郁苍苍。竹和树交相重叠，其景其观，别处难得一见。空气清新沁人，淡淡的阳光穿落竹叶，鸟鸣声声，溪水潺潺，好一派自然画卷，慢慢展示眼前。正所谓“宁可食无肉，不可居无竹”。

下午约14：00，我们来到漂流



的始发点，不少同事还是第一次玩如此惊险刺激的活动。望着从山涧上直奔而下的水流，大家跃跃欲试。我更是对将要开始的探险充满了憧憬，并满怀期待地迎接即将到来的惊心动魄的挑战。

即将漂流了，大家换上为漂流而准备的衣帽，我和其他几个同事还特意购买了拖鞋。大家陆续穿好救生衣，两人一船，整装待发……

大家个个像抗洪一线的勇士，雄纠纠气昂昂地下水到了充气船上。工作人员指点我们抓好船上特制的扶手，帮我们把船用力一推，于是连人带船一下子“喇”的就掉下了3米多落差的水中，伴着溅起的水花，害怕的尖叫声与亢奋的呼啸声响彻山谷……一会是平缓的水路，一会是陡峭的石头阵，清澈的水，五彩的石，如诗如梦，真是船在水中行，人在画中游……

我和林书记同坐一条船。在经过一段时间较平稳的行驶后，突然，前面的气氛让人紧张起来，船友林书记一再叮嘱我一定要戴好安全帽，抓紧扶手。原来前面就是最惊险的水段了：船先是一下子冲入约2米深的激流中，在撞向对岸陡峭的岩石后又弹向左侧顺激流而下，真是险象环生，让人望而生畏。我们估计前面的水路还会比较刺激，事实果真如此，每隔20米左右就有一处天险滑坡。船是那样的轻，在急流面前我们根本无法掌握其方向，只有随之被卷入漩涡又被抛出漩涡，全身都被溅起的水淋得像

落汤鸡，顷刻间船舱内水满为患，我伸手将脸上的水抹了一把，这时林书记又一次大声地叮嘱我抓紧扶手，于是我们又一次投入了战斗……

冲出了最惊险的水段，一颗悬着的心才渐渐平静下来。几经波折后，我们的船驶入了最后一段也是最平稳的一段水路。高山流水，伴着南昆山那特有的竹香气息，船顺水而行，坐在船上惬意休闲地与船友聊着天，真有种“两岸蝉声鸣不住，轻舟已过万险山”的美好意境。

经过两个多小时劈波斩浪的行程后，我们的船终于第一个到达了漂流的终点码头。端着暖暖的姜茶站在山冈上，回首望着那曾扣人心弦的漂流线路，我感慨万千……

这次漂流好比一场战斗，我们的战友一路激流勇进，互帮互助，面对挑战迎难而上，毫不退缩，这种团结拼搏的精神深深地鼓舞了我，启发我在工作中如何去发扬团队精神，凝聚战斗力。

带着胜利的喜悦和满身湿漉漉的河水，我们结束了这一天的行程。那天晚上我做了一个梦，梦中我还是一个战士，站在浪尖向前阔步而行。次日，在最后享用了南昆山天然氧吧之后，我们启程返回了深圳。

现在回想起来，这真是一次难忘的活动！它在我的心目中早已不止是一次简单的活动，更多的是给予了我人生的启迪和生活的感悟，让我在今后的道路上走得更好更稳。感谢特发集团领导，感谢特发月刊编辑部！

由老鹰能活70岁所想到的……

张灵/特力集团



在每一届清华大学EMBA的新生开学典礼上，一则关于《老鹰再生》的小故事总是被反复提到：“老鹰是鸟类中的寿星，它的寿命可达70岁。而要活那么长的时间，它在40岁时必须做出困难却重要的决定。因为当老鹰活到40岁时，它的利爪开始老化，无法有力地抓住猎物；它的尖喙会变得又长又弯，几乎碰到胸脯；而它的翅膀也因为厚重干涩的羽毛变得十分沉重，飞翔起来非常吃力。此时的它只有两种选择：等死，或经过一个十分痛苦的更新过程，那可是充满危险和挑战的漫长磨练。首先，老鹰必须努力地飞到山顶，在悬崖上筑巢；它会用喙拼命啄击岩石，使老化的喙全部脱落；然后用新长出来的尖

喙把爪子一根一根地拔掉；接着再用新长出来的利爪将全身陈旧的羽毛拔光。经过五个月的“浴火重生”，老鹰焕然一新，又可以在天空自由翱翔，而它也获得另一个全新的30年生命。”

这个故事告诉我们：不论是个人的成长，还是企业的发展，在前进到某个阶段时，我们可能必须要做出一些困难的决定，开始一个自我突破与更新的过程。而这个过程也许会很痛苦，就像老鹰一样，我们必须抛弃掉一些老习惯、旧传统，重新学习新的技能、拓展新的领域，更大地发挥自己的潜能。只有经过这样的“蜕变”与“重生”，老鹰才能重获搏击长空的生机，而我们也能获得更好的

前进动力与发展机遇。

正如我们特力集团，作为老国企，我们没有停留在过去止步不前，我们已经在进行一系列的自我更新。在特力领导班子的带领下，我们秉承“立足发展、挖潜增效、盘活存量、抓住机遇、稳健发展”的战略方针，克服各种困难，在巩固主业、盘活存量资产的基础上，正在积极开拓新的市场、发展新的项目：2007年，特力吉盟黄金首饰产业园项目被正式列入市旧工业区改造试点，引入战略投资者改造水贝2、3号厂房，完成贝丽花园21栋一、二层改造；实现检测设备公司增资扩股；初步建立起汽车快修连锁项目单店持续盈利模式；丰富4S品牌经营品种，发展三大项目（广丰项目、特力丰田项目、奔驰项目）；实施人才市场化战略；调整凯特产品营销策略等等。2008年，我们还将全面启动特力吉盟黄金首饰产业园项目，逐步构建特力布心汽车综合服务产业园，不断完善快修连锁项目的可持续盈利模式，加快启动广丰4S店项目以及继续拓展凯特产品销售渠道等，不断拓展市场，提高盈利水平，增强企业竞争力。

上面每一个成长与突破的背后都有着如老鹰再生般的考验与坚持。我们相信，只要我们继续坚持这种自我改革的勇气与再生的决心，继续坚持与时俱进，放下旧的包袱，迎接新的挑战，就一定能够创造特力新的未来！

官德效应

在工作中，我们经常见到这样两种截然不同的情况：有些领导人业务很精，能力很强，也非常敬业，但大家就是不认可，工作难以开展；相反，有些领导人在能力上、业务上并不是特别优秀，但大家却很拥护，工作完成得很出色。为什么会出现这样的反差？主要原因在于官德——为官之德。

所谓官德，就是领导人应具有的思想作风和道德品质。“德”是做人的基础，“官德”是为官的基础。正是在这个意义上，人们才说“先学做人，后学做官”。因此，对每一个领导者来说，要想做一个受大家拥护的合格领导，首先要加强官德修养，锤炼品德，陶冶情操。要走出“只要

我有本事，就能当好领导”的认识误区，要克服重才轻德、以才代德的片面做法。

我国一直有重视官德的传统，并把德放在首位。“德者，才之帅也”，“士有百行，以德为首”，德是统帅，才是受德制约的。因此，“君子不患位之不尊，而患德之不崇”。我们党选人用人的标准，也始终是将德放在首位，“德才兼备，以德为主。”

官德之所以重要，就在于它能够得人心，具有任何能力都不能替代的作用——感召力、亲和力和凝聚力。有了这种力，下级就心悦诚服，心甘情愿接受上级的领导；缺少或没有这种力，下级的服从就是被动的、消极

的，就会影响工作的积极性和效果。很多领导人之所以有很高的威信和号召力，除了他们的能力，一个很重要的原因，就是他们艰苦朴素、勇于奉献的官德。

可以看出，官德对领导人的能力有补充和促进作用。那些虽有才华，但大家认可度不高的领导人也不必迷茫惆怅，只要注意修养自己的官德，提高情商，完善品行，就一定会成为大家拥护的好领导；那些才华虽不特别出众的领导人，也不必自卑气馁，只要加强学习，努力提高，并在官德建设方面做得很出色，也就能弥补才华之不足，同样也能成为大家拥护的好领导。这就是“官德效应”。

(作者：邢洪平；本刊摘编)



东京印象

岳红琼/集团人力资源部

在樱花盛开的时节我来到了日本首都东京。东京是一座现代化的国际城市，总面积2155平方公里，人口1200多万，是世界上人口最多的城市之一。在开满樱花的都市中徜徉，虽是浮光掠影，却也留下些深刻印象。

干净的都市

步入东京，第一印象是干净，整洁，空气清新。无论是在人头攒动的车站还是在僻静的街角，目光所及都干干净净，无任何垃圾或印迹。我想这主要是归功于东京市民和每一个来这里的人良好的行为习惯吧。在东京，垃圾箱有多种分类，直接标明饮料瓶、纸张、果皮等，所有的人都会自觉地按指示将垃圾投入相应的垃圾箱。只要不下雨，东京的天空永远是湛蓝的，空气很纯净。街上的汽车也不是很多，即使走在车辆行驶的路边，也没有刺鼻的汽油味。这样一个高密度人口的大都市能做到这点实在难能可贵。

美丽的樱花

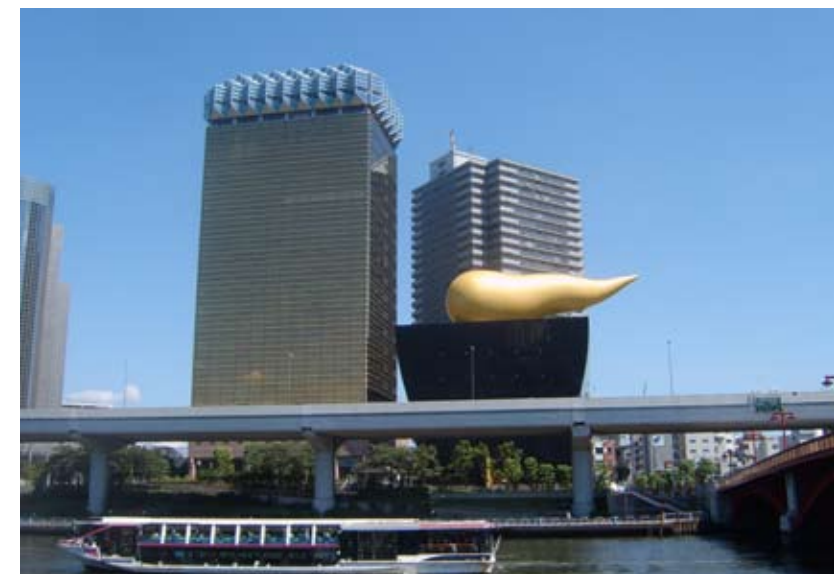
东京可谓寸土寸金，但却大手笔地留出市民休息的地方，建造了无数个大大小小的公园，而且几乎所有的公园都种植了美丽的樱花树，成就了许多赏樱“名所”。原以为樱花是草本植物，没想到却是木本，而且大都

树茎高大，枝繁叶茂，成片成林。东京的樱花树许多都有上百年的历史，樱花盛开时节，满树全是樱花，密密匝匝，粉白一片，花枝相连，遮天蔽日，美丽壮观，叫人惊艳。每当微风吹过，樱花花瓣随风飘洒，如下雪一般，纷纷扬扬，扑面而来，可谓真正的花瓣雨。漫步在湖边的樱花树下，更能体会到樱花动人心魄的美。高大繁盛的樱花树枝条水边低垂，随风摇曳，湖面的粼粼波光把一簇簇美丽的樱花映衬得分外妖娆，蓝天白云下，沐浴着和煦的春风，看着美丽的樱

花，真有一种沉醉的感觉。樱花树下到处是赏樱的人群，与地上的鸽子、湖中的水鸭、天上的海鸥和谐共处，相得益彰。

便利的交通

真的要用“星罗棋布”来形容东京的轨道交通系统了。东京的轨道交通分为地下的地铁和地上的电车两大系统，密如蛛网，把整个东京连接起来，可以到达城市的各个角落。单是电车东京市区里就有赤橙黄绿青蓝紫等十三条线路，如果延伸到近郊，又有十条，而且有的线路分特急、准特



急、急速、快速和各停五种（其实就是所谓的大站停的概念）；有的线路到了终点站后再往后延伸又成了另外一条线路。地铁又分几家运营公司的地铁线路，网络也十分发达，换乘点多，每个点有多条线可供换乘。东京轨道交通系统实在是庞大复杂，刚开始真让人晕头转向，但搭个一两天就熟了，因为车站内标识非常多，顺着标识就可以很容易找到要换乘的线路，对中国人来说尤其如此，因为所有的站名都有汉字的标识。电车、地铁都非常准时，到达的时间和你要去的站需要的时间都可以查到。由于便利和快捷，东京人上下班几乎都搭乘电车或地铁，私家车只在出游时才用，所以在街上少见大排长龙拥堵的车阵，公交的发达节约了资源，也保护了环境。

古老与现代的统一

东京的历史可追溯到500多年前。500多年前，东京还是一个人口稀少的小渔镇，当时叫做江户，后迅速发展成为全国的政治中心。到19世纪初，江户的人口已超过百万。1868年，日本明治维新后，天皇由京都迁居至此，改江户为东京，成为日本国的首都。1943年，日本政府颁布法令，将东京市改为东京都，扩大了它的管辖范围。今日的东京虽已

发展成为拥有林立的高楼，现代气派的建筑的国际大都市，但放眼望去，还有许许多多矮小的二、三层高的居民小楼，它们都是个人的私有财产，栋栋相连，陈旧但干净。在这里，个人的私产得到充分的尊重和保护，很少看到拆迁建房、拔地而起的建筑工地。

日本是世界上少有的认可同时信仰佛和神的国家，到处都是的寺庙、神社便可以让你感觉到这点。日本人婚嫁喜事去神社，葬礼去寺庙。昂扬挺拔的现代建筑旁静静蛰伏着的历史悠久的寺庙或神社，给人以时空交汇、历史与现代相碰撞的强烈的视觉冲击。历史在这里沉淀，现代在这里演绎，古老与现代就这样和谐共生。日本有许多民族节日，每逢传统节日或家族重大事项，日本人都会穿上传

统的和服以示重视和尊重，所以在熙熙攘攘的现代着装人群中不时会看到穿着和服、款款而行的日本妇女，让人眼前一亮。

文明与秩序

日本人很注重礼仪，妆容整洁，仪态端庄，所有成年女性无论老少，一律化妆，七八十岁的老太太依然略施粉黛，神采奕奕。女性衣着大多低调素雅，少见鲜亮的色彩，但质地优良，做工考究。学生的校服也是搭配协调，质料上乘，挺括精神。通常人们都很礼貌友善，对问路都很热心地指示，有时你才一副迷路的样子，就会有人过来关心了，常常还是带着你去，让人感动。日本人很敬业，服务一流，对所有人都是笑脸相迎，鞠躬相送，而且让你感觉到这种热情是发自内心的和真诚的。

在日本人人都遵守秩序，排队似乎是日本人与生俱来的生活习惯，任何地方，任何事情，只要前面有一个人，后来的人就会自觉地站在他的后面等候。公共场所没有人大声喧哗，公交车厢内禁止讲电话，人们都自觉遵守。在车厢里大多数人都是看书或拨弄手机，很少有大声交谈的。乘手扶电梯时全都自觉靠左站立，留出右侧给有急事的人通行。

东京也是世界上少有的高度安



东京印象

全的大城市之一。在东京无论何时何地，都不用担心安全问题，更没有小偷小摸，挎包不用小心地背在前面，在电车上，随身携带的东西可放到车厢的行李架上，而且不用老盯着，即使自己下车忘记拿走，通常也可以在车站的服务处领回。我想文明与发展是互为促进的，发展带来文明，文明带来秩序，秩序带来效率，效率带来发展。

人性化与和谐

在东京很容易就能感受到一切为民的宗旨，透露着以人为本的思想。以厕所为例，无论大小车站都有干净卫生的厕所，永远都有备用纸卷，也不用担心幼儿没地方坐，残疾人更能享受它细致的设计，还有专门用于化妆的梳妆台。再比如公交车，无论公共汽车还是轨道电车，所有的车子都很干净，座椅是绒布的，下面有暖气，坐在上面感觉柔软而温暖，

在人流拥挤的上班高峰期还专门为女性开设了专用的车厢，以保护和尊重女性权益；每个车站出口处都有“案内图”，即周边地图，方便你找到要去的地方，所以即使是我这样的外国人，都可以独自轻松地去到想去的地方。在东京过马路也值得一提，非常安全，只要是绿灯，你过马路时所有转弯车辆会停下来让你先行。还有天气预报，白天能细分到每两小时的状况。即使是赏樱，也有樱花“情报”：樱花开放分为三分到九分开、满开、落花等六七种状态，你可以很方便地查到你要去地方当天的樱花开到什么状态。这种种体贴周到的细节，体现着人性化的关怀。

樱花盛开时节，大小公园的樱花树下都可见成群的赏樱的人们，他们铺开垫子，摆上饮食，席地而坐，边欣赏着美丽的樱花，边聊天饮酒，欢声笑语，怡然自得。在日本贫富差

距不大，约70%的人都是中产阶层，在同一个公司里管理层和员工的薪金差别也不是很大。而且个人的纳税额与你所供养的家庭成员的多少有关，供养人越多，减税也越多。我想这是日本人心态平衡，求富攀比心理不强的重要原因，所以他们才能有这般的闲情逸致。心态平衡才能构建和谐，一个成熟的社会应该是一个和谐的社会，只有真正的和谐才能带来文明和进步，也才会带来发展与繁荣，人们的幸福指数才能真正提高。

在东京的短暂停留，看到的也许只是一些表象，列举的也许只是好的值得我们学习的一面。但无论怎样，这些表象让我们看到了差距，我们只有以开放的胸怀和学习的态度去面对，才能使我们未来的路走得更加坚实，更加进步。



南昆山之旅——快乐协奏曲

杨剑锋/特发黎明集团

当我被耳边嘁嘁喳喳的鸟鸣声弄醒的时候，还以为这依然是惠州的早晨；然而当我深作一口呼吸时，才感觉到这是我熟知的略显温闷的深圳的空气。是的，南昆山之旅已经过去好几天了。我重新躺下，试图回味这春末夏初的采风大餐，伴随着脑海中闪过的镜头，耳边响起了轻快的南昆山之旅的乐章。

温泉大观园：新浴觉身轻

南昆山到处是竹的音符，所以不奇怪这香溪堡宝马，也是披着一袭竹衣。坐着香溪堡宝马，顺着竹林小道蜿蜒向前，是另一番难以用语言形容的情趣。这里的天没有西藏的蔚蓝，这里的水也没有漓江的清澈，但是你张开双臂拥抱这竹林的绿时，你感受到的是一样的自然气息和别样的清新。

从温泉大观园酒店大门入口的植物雕塑到木结构的假梁、栏杆以及粗麻石铺砌的地面，处处流露出热带建筑的风格。而清新的空气和充满生机的树林，无不透出休闲的惬意。

迫不及待地钻进温泉，一股热流迅速侵满全身，在各个毛孔间欢快地游走。这种美妙的感觉会让你幸福得眩晕，却不会闭上眼睛，因为这水天一色、烟雾缭绕的仙境，会让你在难舍难分中忘却了自己。

泡完温泉，坐在旁边的凳子上，汗水混杂着温泉水从身上淌去。坐看云起云落，静听蝉鸣鸟唱，做神仙，也不过如此吧。

大丰门漂流：重来好不好

可能跟清远的漂流比起来，大丰门漂流不算什么，因为它不够险。但也正是这种胜似闲庭信步的漂流，才能将沿途美景尽收眼底。



远远看去，大丰门像一块碧绿的翡翠镶嵌在白水仙瀑景区与南昆山景区之间，北回归线穿越其中，遍布奇峰秀水、峡谷激流。独特的球状风化地貌，造就了大丰门景区百湖、千泉、万瀑的自然奇观。

台风刚过，丰富的雨水使得水流充沛，穿好装备下水——在海拔1088米的牛牯嶂等群峰挟持下，峡谷两岸悬崖对峙，滩多水急。据说两岸遍布何首乌、巴戟、九尾草等野生植物，水中富含中草药成分及多种矿物质，可谓“养身漂流”。

刚下水感觉是险，刺激；越到下游越感到一种融入自然的快感，以至于走下皮艇时有些意犹未尽，一个重低音在心中回荡：重来好不好。

森林公园：天然氧吧

清晨，沿着山间小路徜徉在竹的海洋里。天幕灰暗，似乎就要被雨水撑破，丰富的水气弥漫在脸颊和耳边，让空气更显清新。虽然是走山路，却不会感到累，全身象被一双无形的大手托着，越走越感轻松，而鼻子，也不愿错过这贪婪的机会。

有人说，有的景物是宏观美，有的景物是微观美。这南昆山的竹林之美，显然属于后者。放眼望去，被

着灰色调的竹林，并不会给你太大触动。但当你拉近眼球，聚焦在每一杆直入云霄的竹时，你就会被这种生命的奔放所震撼。

山路差不多走尽时，就来到了川龙瀑布，站在离瀑布10米开外的地方，也能感到瀑布飞散而出的水滴的清凉。与川龙瀑布的磅礴气势相反，观音潭是另一种意境，那就是安详和恬静。从山间石阶逐级而下，远远可以看见水纱后有一尊白石，似观音端坐，静心观赏着绿潭中的水。

主旋律：快乐之旅

说到南昆山乐章，不得不说这美妙乐章的演奏者，那就是所有参与这次南昆山之旅的《特发》月刊通讯员。

当乐章在耳边响起的时候，总是有个最强音在回荡，那就是：快乐！三天的时间，让我们暂时忘记了城市的喧嚣和无尽的烦恼，取而代之的，是拥抱自然的惬意，和思想碰撞的愉悦。

时光不能倒流，却会封存记忆。这篇南昆山乐章，也会留在我们的记忆里，激励我们为“特发交响乐团”能奏响更恢弘的发展音弦，奉献自己的绵薄之力。

烟云梧桐行

程华菊/特发小梅沙旅游中心

它云蒸霞蔚，或迷蒙或绮丽，葱茏神秘。2008年3月16日，星期天，微霾，天气晴而不朗，终于兴冲冲身临其境体验鹏城第一峰了！

从盐田人民医院左侧阶梯登山道上山，入口有两位协警在侧旁守候，男人们乖乖地把火机投进了收集箱，很象小朋友把错带的玩具交给老师一样。此条山道全长4377M，不长，但难度完完全全颠覆了所有登山人的预期。再次仰望山顶，不由得倒抽一口凉气，而后充满期待地做一次深呼吸。

一路上都有路标提示所在位置的进程和海拔，大家最开始用加法，很高兴自己前进了多少米，登上了多高海拔；后来就用减法，互相通报剩下的长度和高度，相不相识都给一个关怀的眼神一句鼓励的招呼。其中有支野狼队，口号是“你就是法拉利，没有心脏”，我到现在都莫名其妙，不懂哦。到后面，弹尽粮绝时，遇到一群妙龄少女，派了好多桔子给我们。

越往高处，山花越烂漫，心情越雀跃，虽然缺少锻炼的双腿有些不听使唤。接近山顶的时候，天气骤变，白云出岫，青雾蒸腾，山天交融，悬崖峭壁失于山水泼墨的意境中——这就是“梧桐烟云”的由来吧。我开玩笑说停下来停下来，前面的山不是我们的啦。马上就有另外队伍的人接茬说对呀是海市蜃楼，还有的人说是从天上长下来的……

三个半小时，方才登上940多米的海拔高度，热血沸腾的年轻人们在“鹏城第一峰”上豪迈高歌，这青春响亮的歌声是真真正正地响彻云霄了。在山顶见到了途遇的小小少年，

在途中他曾经不停地诉说头痛，几欲流泪，几欲放弃，这一次终于学会克服和战胜自己了，也许会影响到他今后的人生吧。

山还是山，我反正从没想过征服它。眩晕之后，只是敬畏地站在风中；敬畏之后，心情已经轻盈地飞扬起来了……烟云之下的城市、海港、湾畔，朦胧又遥远，忘记悲喜忘记宠辱，山顶没有景色，山顶没有鸟儿婉转，山顶很少看到鹰击长空，山顶只有回归的简单和亲切，山顶只有心情悠然——自由——舒展！

已经饥肠辘辘了，逗留不到半小时，选择从好汉坡下山。好汉坡全长1100多米，应该是梧桐山有标志意义的登山道，地势陡峭，山势险峻，但是杜鹃嫣然，游人如织。下了好汉坡，大家双腿有些哆嗦，又因为不熟悉路，我们一行选择沿公路下山，出口

便是梧桐山北门。

这条路的距离远远超过我们的想象，虽然知道有7公里左右。一路上经过丛峦叠嶂、珍木良禽，经过那些疲惫却又满心欢喜的人们。清风戏弄嫩绿如玉的新芽，鸟儿相亲相爱双飞和鸣……山路十八弯，空气清爽，草木芳香，上下山的车都缓缓地开，车上的小朋友都喜欢打开天窗，探出脑袋来享受这不一的景致不一的空气。途中有青瓦楼台曰“凤凰台”，有方丈之地曰“梨花憩”，我来过，走了便有些微惆怅。

坐车离开梧桐山脚，一路上经过生机勃勃的草莓园和菜地，经过燃烧怒放的木棉花……春天！明媚的春天！当双脚踏上春意盎然的土地，内心平和、宁静而踏实。放下登山背包，从容挽起生命的行囊，继续赶路！



编者按：盛世收藏，收藏的是文化。本栏目稿件由深圳市文物艺术品收藏协会提供，顾问：深圳市文物艺术品收藏协会会长龚伟、深圳市投资控股公司机关工会副主席郑春刚。

宋代青铜松鼠耳高足香炉

龚伟/深圳市文物艺术收藏品协会会长

提起铜香炉，人们首先想起的是明代宣德炉。宣德炉名盖于世，确实不可等闲视之，然而，宋代精品香炉颇具时代特征，堪与宣德炉媲美，并起到了承上启下的作用。

前几年去香港，逛古玩市场，笔者有幸购进了一个铜香炉（见图），今写一篇小文，借贵刊一角，介绍给藏界朋友欣赏。

炉高11.5厘米，最大宽度20厘米，足高6厘米，青铜材质，直口、广腹、左右各攀一只松鼠。松鼠生动活泼，攀援直上，粗大的尾巴，直用到炉底。其炉，为传世古，内里锈实深厚，炉外锈色入骨，油黑瓦亮，宝光四射，光芒耀眼，精工程不亚于宣德炉，乃炉中之精品。

这个香炉，造型独特新颖，三足

高高托起炉身，显得既稳重又有擎天托日之感。双鼠栩栩如生，颇具宋代艺术品写实风格。综观是炉，其一青铜制造；其二长长三足而立；其三配以两个松鼠耳；其四直口广腹，加之灵巧厚薄适中，既有别于宋代仿青铜器，又完全不同于元明清代香炉。明代香炉，多用黄铜，明代宣德炉则用的是俗称的九炼风磨铜。元明清铜香炉足都没有这么高，相对要短得多，矮得多。综上所述，笔者认为，这是一个材料精良，制作精美，开门见山的宋代青铜香炉。以自己几十年收藏阅历观察，尚未发现过此种造型的宋代青铜香炉。是炉当可补史之阙，添补历代香炉的一个空白，颇具史料价值和收藏价值。



炉高11.5厘米，最大宽度20厘米，足高6厘米，青铜材质，直口、广腹、左右各攀一只松鼠。

刘爱群董事长一行访问著名日本汽车制造企业

4月1日至9日，刘爱群董事长率特力集团相关负责人访问了日本五十铃公司（ISUZU MOTORS LTD.）和日本电装公司（DENSO CORPORATION）。

在ISUZU，刘爱群董事长一行参观访问了该公司发动机生产线、重型卡车生产线和大客车生产制造公司JBUS，在东京五十铃总部，与日方公司董事高级执行官河崎英三、德永俊一等就扩大大型欧三汽车发动机在国内销售方面的合作进行了会谈，在产品销售战略上达成一致并确立了具体的实施措施。

在DENSO，刘董事长一行参观访问了丰田车博物馆和DENSO公司的多个汽车实验室。在爱知县名古屋日本电装公司总部，与日方常务执行官根井也寸志、营业三部总经理川胜隆司等，就扩大双方现有合作和进一步合作展开讨论，并就与特发集团、特力集团以及深圳市汽车进出口公司开展更密切的合作达成意向。

DENSO公司是全球规模仅次于BOCH的汽车系统和配件制造商，2007年全球销售额308亿美元，在世界500强中排名第214位，与特力集团子公司深圳市汽车进出口公司有近20年的合作关系，此次访问，推动了双方的进一步深入合作。

（特力集团 李彬学）



市国资委羽毛球爱好者与特发球友进行首场友谊赛

4月15日晚，市国资委羽毛球爱好者与特发球友进行了主客场赛制的首场友谊赛。经过近两小时紧张激烈的比赛，我集团凭借主场之利先拔头筹。双方将在下回合比赛后决出冠军奖杯的归属。

（集团企划部 熊煜）



“特发信息 (SDGI)” 获2007年度“广东省优秀自主品牌”表彰

4月20日，经广东省优秀自主品牌评审委员会审核评定，深圳市特发信息股份有限公司“特发信息 (SDGI)”获广东省企业联合会、广东省企业家协会2007年度“广东省优秀自主品牌”表彰。近年来，特发信息积极响应国务院《保护知识产权行动纲要》和《广东省保护知识产权行动纲要实施方案》精神，持续加大知识产权保护力度。进入2008年以来，特发信息结合庆祝从业纤缆20周年，大力实施品牌战略，以品牌促市场，以市场发展品牌，在扩大市场占有率和建树公司形象方面都收到良好的效果。

(特发信息 凌云)



广东省机动车维修企业质量信誉考核小组莅临特发华日现场考评

4月2日下午，由市交通局组成的“广东省机动车维修企业质量信誉考核小组”一行来到特发华日公司进行实地考评。自广东省机动车维修企业质量信誉考核标准公布以来，华日公司即按照申请条件及要求，在规定时间内提交了申请一类等级的相关资料，考评机构统一对全市申请企业进行综合审查，初选出符合申请条件的企业，再分别逐一安排现场考评。据悉，全市共有600多家机动车维修企业参与了广东省机动车维修企业质量信誉一、二类等级的评定。最终评定结果将于6月面向社会公布。

(特发华日汽车 王钰)



2008年丰田全国精品培训在华日丰田公司举行



4月1日，2008年丰田全国精品培训在华日丰田公司培训教室进行。参加此次培训的是来自深圳、东莞丰田经销商的精品管理及相关专业技术人员，共有25家店铺约50人接受了来自丰田专家、讲师的集中培训。培训分为上午与下午两个时段，由两部分组成：一是面对精品管理人员、安装人员的“商品优势、卖点及安装技巧”的培训；二是面向精品管理人员、总经理或销售经理的“好事例”培训。

(特发华日汽车 王钰)

香蜜湖度假村举行“庆五一，迎奥运”长跑赛



为了迎接奥运圣火即将在深圳传递，五一国际劳动节前夕，香蜜湖度假村有限公司举行了“庆五一，迎奥运”长跑比赛。比赛分经理组和员工组，公司领导、员工近50人参加了此次赛事。

4月29日下午，在简短的起跑仪式后，随着一声发令枪响，运动员们开始了象征北京奥运的2008米长跑赛程。全体运动员坚持不懈、挑战自我，成功完成了预定的赛程，体现了公司健康向上的精神面貌和众志成城的团结精神。

(香蜜湖度假村 何穗)

特发小梅沙旅游中心举行消防演习



3月20日上午10点整，小梅沙大酒店五楼突然冒出大量浓烟，响起了消防警报，酒店相关人员按《应急预案》的要求迅速到达指定岗位，“酒店旅客”在疏散人员的带领下捂着湿毛巾有序撤离……这是特发小梅沙旅游中心消防演习的一幕场景。

安全防范责任重于泰山，为进一步加强消防安全工作，提高自救自护能力，遏制特大火灾等群死群伤事故的发生，贯彻市、区及特发集团有关安全生产会议精

“ 2· 27”

游中心针对自身的实际情况在小梅沙大酒店举行了一次较大规模的消防灭火实战演习。演习以保安队为主，联合前台、客房等相关部门，分组进行。随着总指挥甘名东书记的一声令下，演习正式开始，在现场指挥员的迅速正确指挥下，演习中酒店“旅客”被紧急疏散到指定安全地带，灭火队员紧张扑救火灾，警戒人员立即对酒店现场警戒，医务人员紧急救护“受伤旅客”，支援人员受命紧急赶到现场……各项工作紧张有序地进行，直到火灾彻底扑灭。

演习结束后，保安队员和小梅沙大酒店员工开展了现场灭火训练。酒店义务消防队员首先向酒店员工讲解了灭火器的使用方法，然后表演了利用灭火器扑灭油火等初期火情，紧接着酒店员工在消防队员的指导下，亲自感受了用灭火器灭火的体验。

通过这次实战演习，保安队员和员工不仅进一步增强了消防意识和观念，而且进一步学会了自我保护的方法，初步掌握了突发火灾时的灭火技能和自救能力，收到了消防演习的良好效果。

来酒店观摩消防演习的来宾有盐田区旅游局、安监局、区公安消防大队、梅沙派出所、梅沙街道安监科等政府部门、单位的相关领导和旅游中心的领导。

(小梅沙旅游中心 范炳辉)



奥运圣火告慰小平

摄影 筱文



点燃激情 传递梦想



峨眉山游摄影

张正治 / 集团办公室



特别报道·情系灾区



5月14日，航拍的地震后汶川县映秀镇，整个镇几乎成为一片废墟。



泪飞顿作倾盆雨 守望相助渡难关 ——集团系统为灾区捐款已超过百万

苗菁 王娟/集团人力资源部

5月12日14时28分，四川汶川县发生8.0级特大地震。地震所造成的巨大破坏，让数百万名同胞命悬一线，灾区人民的安危牵动着祖国上下每一个人的心。地震灾害发生后的第二天，特发集团党委紧急研究，决定在集团全系统发起赈灾捐款的倡议：号召本部和各企业的工会、广大员工发扬中华民族“一方有难，八方支援”的传统美德，立即开展捐款活动，为抗震救灾、灾后重建工作，尽特发人的绵薄之力。同时，集团紧急启动各企业扶贫帮困基金，帮扶助困重灾地区籍的困难员工。

在捐款活动中，集团本部和各企业布置迅速，集团领导带头捐款，广大员工积极踊跃。有的员工边流着泪水，边走向捐款箱；有的员工一次又一次追加捐款；有的员工边捐款，边小声为灾区的同胞祝福。在庄严、肃穆的捐款现场，经常可以听到哽咽声、低泣声，很多员工都不断擦拭发红的眼睛。仅短短一天时间，集团本部和系统各企业员工共捐款人民币62万余元。截止2008年5月19日，捐款额已达人民币1015191元。目前，集团本部和系统各企业正在针对受灾地区籍员工进行特殊帮困。初步统计，共有28名重灾地区籍员工家庭不同程度受灾，其中亲属伤亡的2人，房屋倒塌的11人，房屋受损成危房的15人。

巨大灾难带给中华民族的是痛苦，而不是绝望。特发人深信，在巨灾面前，我们拭去泪水，紧紧依靠党中央的坚强领导和全国各族人民的共同努力，用我们的汗水一定可以渡过难关，重建家园，抗震救灾也一定会取得胜利！

让我们一起为灾区祈祷，逝者已逝，让生者忘忧。

爱心捐赠榜

序号	企业、单位	捐款额
1	特发信息	267080.00
2	特力集团	250548.00
3	黎明集团	62319.00
4	香蜜湖度假村	35050.00
5	小梅沙旅游中心	20490.50
6	特发物业	50100.70
7	特发地产	18700.00
8	高尔夫俱乐部	30102.60
9	华丽公司	20400.00
10	保税公司	22000.00
11	停业企业管理小组	2150.00
12	汉国三和	1000.00
13	集团总部	235250.20
合计(单位:人民币)		1015191.00



谨以此文献给苦难中的四川灾区人民，以此对死者寄托哀思！为生死未卜者祈福！向人性的光辉致敬！

并献给关心我的领导、同事、亲人和朋友们！

亲历北川大地震

张俊林/特发信息董事长

5月12日，我、同事刘阳和公司监事杨藤藤3人在四川绵阳启明星集团两位领导的陪同下，上午9时从绵阳市出发到北川县城考察启明星电子公司，加上司机我们一行6人分乘两辆汽车。大约10点左右，我们到达北川县城。

北川县城处在一个狭长的山谷里，两面是高山，山谷里有一条河，在河与山之间狭长的地带里座落着北川这座宁静秀美的小城。县城虽小，但环境很好，满眼翠绿，河水清澈，虽没有高楼大厦，但小楼都很精致，街面整洁干净，民众友善，是一座祥和的小城。我心想，如果不是公务，这真是放松心情休假的好去处。

我们到达目的地后，首先参观了工厂车间、实验室、检测中心，然后进行商务会谈。结束会谈后，约中午12点左右，主人邀请我们去当地一家很有名的餐馆。餐馆是一座小楼，楼上楼下都是包间，装修既有民

族特点，也有现代气息，每个房间外墙都是落地玻璃，品尝美食的同时还可以欣赏街景，房间不大，但精致干净。席间酒菜都是当地的羌族风味，除了陪同人员的一道道介绍外，热情的餐馆老板、经理和服务人员也向我们一一介绍了酒菜。席间还有一位羌族男孩子，个头小小的，看样子只有十三、四岁，我们逗他是“童工”，他说他十六岁了。

快下午两点，我们离开餐馆，



5月12日14:31分（震后3分钟）的桂溪乡远景，尘土弥漫，实景比图片更为悲壮
拍摄：刘阳

准备赶回绵阳市，在对方两位领导再三的盛情邀请并陪同下，顺道去参观当地很有名的景点——猿王洞。陪同人员介绍：县城离猿王洞大约一个小时车程，猿王洞座落在高山上，要坐缆车上山。一路上我们兴致都很高，没有瞌睡，一边欣赏窗外的风景，一边谈天说地。北川县是山区，山多地少，车子要么翻山越岭，要么就沿着山边在河岸和高山之间行驶，高山大都是岩石，景致很好，但危险性也



通往北川方向的车子已无法前行，但爱子心切的老人仍蹒跚地、执着地走向北川县城寻子
15时16分 拍摄：刘阳

高。当时是阴天，天气凉爽，行人大都穿着一件外衣。我们一路观赏着翠绿的高山、清澈蜿蜒的河流，还有成片的即将收获的油菜，翻越了好几座山，过了几个乡，驶过一座桥。

当我们行至桂溪乡即将过完第二座桥（是座临时便桥，正式桥梁禁止通行，猜想是在维修）时，在车里强烈地感觉到外面轰隆隆地传来类似雷声的巨响，我的第一感觉是这里难道也有强台风吗？车子左右剧烈摇摆，不听使唤，路边的交通标志牌左右地剧烈摇摆，司机下意识地刹车，离车只有10米左右的一扇砖墙此时“砰”的一声倒在路中间。我下意识叫了声“地震”！我们立即下车，感到大地在颤抖，在摇动，扶着路边的铁皮交通围栏，围栏也在剧烈地摆动，还发出金属撞击的声音。我们下意识地查看地形，发现我们所在的位置一边是河岸，有10多米高，一边是高山，上面悬着巨大的岩石，很危险。我们必须马上离开，寻找安全之地。几分钟之后，地震减弱，我们立即上车，开行大约100米左右，找到一个堆放货物的开放之地停下来。环视四周，在能见度的范围内，烟雾弥漫，可能是山体滑坡扬起的尘土，隐约能见到的有几十处地方，最厉害的地方扬起的尘土有到达天边的感觉。村民们都慌乱地跑出房屋，站在空旷的地方。观察近处，发现地面裂开，有些房屋的瓦砾部分掉落下来，部分房屋开裂，少数房屋倒塌。正想拿起手机与外界联系时，发现手机完全没

有信号（此前，我们车上的人不知怎么的，居然扯起如果这个世界上通信联系中断会怎么样这个话题，谁料几分钟后便立即让我们体验到了）。此时开始，余震不断。当时，我们决定立即前行赶往绵阳市。

车子前行只有数十米，就被山上震落下来的巨大岩石挡住了去路，只好立即掉头，打算原路返回北川县城。当返回经过桂溪乡镇中心时，不少的村民们聚在一块，脸上非常惊慌，有人在哭泣。一个刚从废墟中爬出来的60多岁的大爷，满身尘土，满脸是血，瘸着腿（腿受了伤）拦车，上了我们的另一辆车。他说要赶去县城报信，而且他的两个儿子都在北川县城，他要去找儿子，后来车不能再前行了，他说走都要走到北川县城。他拖着伤腿，蹒跚着象螃蟹一样侧行

的身影，让我终生难忘。

当我们翻过一座山，经过第二个村庄（陈家坝）时，发现路边房屋倒塌严重，村民聚集在公路边，一个满脸是血的大妈哭着拦车，她与她的亲家母上了我们的车，要赶去县城报信请求援助。她哭着说，他家5口人全因滑坡埋在土里了，村庄有170多人，有一半被埋了，她是送亲家母出来才幸免于难。地震时，她正走在吊桥上，被甩得满脸是血，到处是伤。按她所指的方向看，她所在村庄对面山的整个半边都没了，滑下来数万平方米，整个村庄或许是因为被埋或位移了，反正具体的位置大妈也说不清了。

车过之处的路边，不时还抬来被村民自发救助出来的伤员。当时，我们只有一个想法，就是赶快到县城报



桂溪乡平安希望小学操场，在乡村干部的得力指挥下，成为灾民的临时避险场所
18点08分 拍摄：刘阳



陈家坝村背后的大山滑坡，中有一个大地裂带，大半个村庄不见了
5月12日15点07分 摄影：刘阳

告，请求立即支援。前行还不到一公里，路被滑坡和滑落的岩石挡住了，前面的桥也震垮了，根本无法通行了，路边停放的车辆都人去车空，做水果生意的小贩弃摊而去。由于余震不断，我们担心滑坡，决定调转车开回第一个村庄——桂溪乡等候救援，因为我们认为桂溪乡相对开阔，受灾程度比陈家坝较为轻弱。

把大妈送到亲戚家后，我们回到桂溪乡。此时，村民都聚到了一块，派出所的警察和乡村干部正在安排人去县城报信，这时摩托车派上了用场，他们要求送信人路上如果不能骑车，即使走也要走到县城。

桂溪乡中心小学（平安希望小学）估计有200多名学生也被集中到一起，为了缓解他们紧张的压力，老师们指挥学生唱歌。歌声镇定了、温暖着、鼓励着大家的心。

这里民风淳朴，即使在灾难来临也不失礼仪之邦应有的礼节和好客，警察将我们5台路过的车及外乡人全

部安排在派出所的院子里，因为这里较开阔，紧挨着上面的村民和学生的聚集地。

这时开始，不停地有从灾区逃出来的幸存者，他们带来的坏消息一个接一个：有房屋倒塌的，有村庄被掩埋的，有学校被掩埋的，有乡政府被掩埋的，有道路桥梁垮塌的，有山体移位和滑坡挡住河流形成围堰可能发生洪水的，还有一位幸存者说看到了光……大家这才意识到事态的严重，可能这是一场不小的灾难。

余震还在不断，面对灾难，我们束手无策，真切地感觉到人在自然面前的渺小和无助。我甚至祈祷但愿我们所处的地方就是地震的中心，因为我认为自己的所见所闻已经是够严重的了，如果别处还更严重，简直是无法想象。如果这一片是震中，那么这些无助的人们就可能很快获得救助。

又过了大约2个多小时，巨大的噩耗传来——北川县城夷为平地，县政府大楼彻底坍塌！所有的人一下

子感到无比的沉重和无限的悲伤。靠县政府是不可能的了，乡村干部和警察回过神之后，立即着手安排自救事宜。由于余震不断，学生和村民们被安排在疏散地过夜。一些村民开始陆续从家里抢出被子、凳子、方便面、干粮、水等等，一下子搭出很多的简易帐篷。为了孩子们不挨饿，乡村干部专门在商店里抢出一汽车的水和干粮，存放在派出所。

随着夜幕的降临，聚集在一块的小孩，慢慢地有家长接走，但大约有一半的小孩到天黑时还没有人来接走。警察说，方圆10公里的小孩都在中心小学上学，如果没人来接，很可能是家里大人已经出事了。听到这里，我们眼泪直在眼眶里转，为这些可能已成为孤儿的孩子们感到悲伤。

因为担心上游河水冲垮围堰，乡村干部安排学生们住在山坡的最上面，村民在其下方，而我们所在的派出所的院子又在村民的下方。另一方面，陪同我们的人员听到北川被夷为平地的消息，心急如焚，准备走路回县城工厂去救援，无奈天太黑无法行动才放弃。

晚上7点多钟，终于有一部汽车的收音机开始能够模模糊糊听到广播了，大家凑到一块听到：四川汶川2：28分发生7.8级大地震，温家宝总理已抵达成都指挥救灾。这个消息令所有的人目瞪口呆，大脑一片空白。等回过神，眼泪已经流了下来。一是因悲痛而流泪，北川县城都夷为平地了都不是震中心，那汶川又会是怎么样呢！那会要死多少人呀！我马上联想到的是唐山大地震；二是因感恩而流泪。温家宝总理如此大年龄，如此迅速赶到前线指挥救灾，此时此刻，这是党和政府心系人民的最具体表现，我们心存感恩、感激又感动。到后来，所有的汽车都可以收听广播

了，死伤人员情况开始有播报了：北川县城死伤了7000多人！回想几个小时在北川县城的一幕一幕，启明星电子公司和那些初次相识、热情好客的朋友们，那生意兴隆、人声鼎沸的羌族风味酒家和那个可爱的“小童工”……那一张张鲜活的笑脸，此刻也许正陷于废墟中痛苦地呻吟，也许很多人已了无生还的可能！我们不禁悲从中来，心中无限悲伤和沉重。同时，我们又感到万分的害怕与庆幸，如果晚离开北川半个小时，可能北川7000人的数据还要加上我们一行两台车的6人；如果早离开一点，由于前方的情况未知，也许又是另一番险况。回想一桩桩细节，似乎都是幸运之神对我们的特别关照：当时如果不是与对方的谈判谈到十二点，如果多干或少干一瓶酒，如果当晚是安排在北川入住而不是在绵阳市区，如果不是出发前对方的司机临时调整耽误了一点时间，如果不是第二座桥被封而绕道……若干个偶然因素，使我们不迟不早地进入了相对最安全的桂溪乡区段，得以大难不死！与此同时，由于与外界长时间的断绝联系，在全国人民都知道四川大地震的情况下，家人、朋友和同事是何等的牵挂、焦虑和煎熬？想到这些，我们内心又添加了许多新的不安。

当心情陷入极度悲伤和不安的时候，警察告诉我们：通往北川县城的路，由于桥梁震断及大面积的滑坡，短时间内不可能修复；而通往绵阳的路震裂得还不是很厉害，只是路面被滑落的岩石堵住了，政府已经派了大型推土机清理路障，晚上有可能清理完成。新的希望由此升起，我们就一直盼望着路通的消息到来。晚上2点左右，警察告诉我们通往绵阳的路基本可以通行。虽知余震犹在，路上很危险，但如果此时不走，坐等救援

的话，不知何时才有机会脱困。我们当即决定自救，向绵阳出发，如果路上实在是走不动了，就弃车徒步走。5辆被困的车，立即结队开往绵阳。

这是一段让我永远铭刻在心的历险之路。漆黑的、大约二十公里的盘山路上，布满了从山上震落下来的岩石，大的岩石有房屋那么大，汽车只能在这些缝隙中勉强前行；路边的房屋有被岩石砸垮的，有汽车被砸扁的……一路上我们屏住呼吸，紧盯前方，一是担心余震的岩石砸下来，二是右边是河，河深数十米，如果只愿避让岩石，车子可能会掉进河里。事后，我们又是一个十万分的庆幸，如果汽车早离开北川十分钟，如果没有第二座桥处的耽搁……也许我们也就陷身于这恐怖的滚石阵中了。

不到1小时，终于来到平原地带，吊在嗓子眼的心才放到肚子里。在江油收费站，我们还看到了两辆车被砸的惨景。车子很快到了绵阳市，

同样也是灾区的绵阳市，居然还有路灯！这灯光使我们兴奋起来，这时，我们试图打开手机（此前手机没打开，主要是节约电池），意想不到的手机居然有信号。我立即给家里打电话，同时给单位的办公室主任打电话要其上班时告知单位领导和同事。很简短打完电话，几十条短信就不停“嘀嘀”地叫，是家人、朋友、同事的关心、牵挂和担心，一股股暖流顿时涌上心头。此时，我们担心家人、朋友和同事为我们不安的忧虑也就自然解除了。

到了绵阳市后，天下着雨，楼宇和居民家断水、断电、断气，但市民们都睡在外面。有的道路震裂了，用钢板铺上，交通基本不受影响；但由于加油站没有临时发电机，我们看到全市只有两个点可以加到油，加油的车排起了长队，加一次油要费时两个半小时，还只能限量每次50元。

陪同我们的启明星集团的两位领



强震发生后，桂溪乡一位30多岁的女干部临危不乱，组织村干部开会安排救灾事宜（中间低头者为女干部） 摄影：刘阳



老师组织疏散的学生列队唱歌，以缓解他们紧张的压力 摄影：刘阳

导，担忧北川县城工厂的情况，与我们在绵阳市郊分手，想赶去北川县城的工厂。后来听说，他们没能到达县城，而是在县城的边沿等待从县城走出来的人，向他们打探情况。据说，他们工厂职工宿舍倒塌了，工厂和办公楼受到损害，但还没有倒塌，死伤了部分员工，数目不祥，对比整个北川县城的灾难程度，受损就算是很轻的了。

我们只有从心里默默地为启明星电子厂祈福！为所有还在废墟中挣扎的生命加油和祈祷！

5月13日下午我们达到成都，晚上接到消息说，第二天成都双流机场对旅客关闭。当晚，历尽了30多个小时千辛万苦的我们，疲惫得倒头就睡，全然不顾余震的危险还没有完全解除。5月14日清早，我们赶往重庆，乘坐下午的3：50的深航班机，

于17：35分平安抵达深圳。

从北川到绵阳，从绵阳到成都，又从成都到重庆，特别是后来看到大批的救援车队和人员络绎不绝地奔赴灾区，一路饱受磨难的我们，感觉这场灾难比想象的情况要惨烈得多，心情愈发地沉重，为自己庆幸之余，更为死难的灾区人民揪心和痛心。

从北川地震到航班降落深圳宝安机场，我们经历了惊魂的51个小时，应该可以说是从重灾区北川返回深圳的最早一批幸存者。

15日完成一天的工作之后，我强打精神，至16日凌晨2点多，写下了以上文字，回顾了这段大难不死、幸运之至的人生经历。

16日，上班之余至晚上近十点钟，陆续记下以下几点体会：

一、我们的基层民众和基层干部值得敬仰。在地震发生后的十多个

小时里，在外部救援还没达到之前，桂溪乡的基层干部和公安干警，有效地指挥着民众进行自救，第一时间就派出报信人员，把能够用人力救助的被困群众一一有序地救助出来，对伤员进行力所能及的包扎和简单的救治，把学生和民众集中到空旷的地方，迅速就地搭建帐篷和栖息的地方，组织准备好专供学生的饮用水和食品……在桂溪乡的基层干部中，有一位30来岁的女同志，她家5个亲人（包括自己的母亲和公公、婆婆）被埋在山体滑坡之中，自己的腿也受了伤，但她没有哭泣，一直在忙碌着学生、民众的转移和后勤的安排，直到快天黑前把一汽车专门为孩子们准备的饮用水和干粮存放到派出所以后，才开始松了口气。她说：她也很想救出自己的亲人，但因缺乏救援的手段而无法施救，她有责任组织群众的自

救。普通民众也表现出了坚强的忍耐力和同情心，秩序井然，从容理智，互相帮助，共渡难关，让我们看到也体会到了一种“纯粹”，一种人性本能的善良和光辉。比如，灾难之中，物质供给紧张，可小商贩没有趁机哄抬物价；成都的士司机自发地往灾区都江堰运送人员和物质；不少青壮年自发地组织起来，准备随时投入到单位组织的奔往灾区的救援队；还有来自社会各界的各类民间赈灾活动，处处涌动着血浓于水的爱的暖流。

二、党和政府是人民群众强大的后盾。大难当头，人民群众第一个念头就是向政府报告，请求政府的救援。在我们孤立无援地处在桂溪乡等待时，当时想到，如果有一架直升飞机出现，那怕直升飞机上的人看不见地面的情况，我们也会认为政府在寻找我们，政府没有忘记我们。特别是国家总理第一时间奔赴现场指挥救灾，马不停蹄地奔赴重灾区，这就是给予灾区人民最好的精神和信念上的支撑，而这次救援如此之快、如此之规模，真正体现了党和政府以人为本、人民的生命高于一切的宗旨。

三、这次地震在新闻方面的透明度、欢迎国际社会的救援方面，政府的处理更是前所未有的，这是对生者也是对死者的最大慰藉，更体现了政府开放和对民众的高度负责的态度。

四、人类要敬畏自然。过去只是在书本上看到的山崩地裂、山摇地动的成语，我们果真就这么亲身体会到了。人类对于大自然来说，是多么的渺小和无能为力，大自然的威力谁都不可阻挡！科学技术的发展，可以使人类对许多的自然灾害进行预测，我们可以防范和减轻灾害，但要控制自然，让自然听人类的话，那是基本不可能的，所以一定要对自然存有敬畏之心。人类应该尽可能地探索自然的

奥妙，了解自然，顺其自然，尽量地爱护自然，保护环境，不要做有悖于自然和破坏自然的事情。但是，我们应该相信，在不久的将来，人类应该可以更准确地预测到地震。

五、活着和平安就是最好。回想这段经历，我们真是无比幸运。试想：如果我们推迟半个小时离开北川县城，就可能被埋在北川；如果提早半个小时，就可能在猿王洞的洞里或索道上遇震；如果提早或延后几分钟，就可能在甘溪乡或陈家坝遇震，因为甘溪乡的岩石震落很严重，陈家坝山体滑坡非常厉害。我们真的非常幸运，遇震在损失并不严重的桂溪乡（事后我们认为桂谐音“贵”，真是一个富贵之地，整个乡伤亡很轻）。活着就是无比的幸运，幸运的同时，我们感到人是多么的无助。在大灾之前，可以说根本无能为力。我们13日凌晨到达绵阳市后，曾想天亮后去北川县城救援、去启明星电子厂救援，后来得知绵阳市一些机关、工厂组织的救援队伍一直在绵阳市待命，一是北川县城道路不通，根本无法进入，二是救援需要专业装备和专业队伍，如此重大的灾难，非专业作业将是无济于事，并可能增加对救援的麻烦。

六、珍惜生命，报效社会。有了这次大灾大难的考验，我感觉自己的胸怀更大了，许多东西都可以不计较，都可以包容和承受。还有什么不可放弃而比生命更重要呢？在现场的无助，更促使我思考，回到深圳后，能为灾区做些什么？我想，惟有在自己的岗位上，努力工作，力所能及地为灾区的民众做点贡献。

当务之急，我们特发信息要响应政府的赈灾要求，组织好捐款的献爱心活动，可以在公司组织一支义务献血的预备队随时准备献出我们滚烫的

热血；我们可以组织系列捐物活动；我们可以对口援助学校……同时以公益广告的方式，呼吁社会参与此专项的援助行为。

我想，我们更应该注重于对灾区家园震后的重建工作，因为我们有我们所拥有的专业优势，我们的纤缆有四条产品线，从现在开始，都要日夜加班，发挥最大的产能，保证优先供给灾区；供灾区的货品，我们可以只考虑保本而不计较利润；特别地，我们可以对启明星电子公司的灾后重建提供必要的支持。

我们还可以在灾区心理家园的重建工作方面做许多的事情，如以公司名义或倡导员工助养几位灾区的孤儿和老人，这是一项艰巨的、长期的工作，需要爱心更需要耐心；我们可以安排一些灾区人民的就业问题；可以对奔赴灾区的志愿者提供资助或鼓励员工成为志愿者，为其保留岗位和薪酬；对已在职川籍灾区员工的给予特殊的照顾；我们也可以考虑将公司20周年庆祝活动的喜庆成分淡化，改成结合灾后的系列援助活动。

我们应该在公司召集一批爱心人士，以工会组织为主，在工作之余，投入更多的精力和资源去做援助灾区的事情，我个人在其中将义不容辞。我还会在自己的朋友圈子中发动他们关注和拿出实际行动来支持灾后重建工作。

我希望在这次灾后的援助中，有效地树立起特发信息是一个有社会责任感的上市公司，是一名合格的企业公民的形象。通过激发特发信息人对灾区人民的同情心和大爱，而延伸到对自己身边人、对公司、对岗位、包括对自己、对生命的尊重、关爱和责任心，促成一种有情、有义、有爱的企业文化。

16日晚上9：50分收笔