

特发

2007年10月号/总第92期 2007年10月28日出版

编委会

主任：刘爱群
副主任：施长跃
编委：林婵波 张西甫 张建民 刘崇 苏莉
主编：林婵波
副主编：陈宝杰 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
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：粤内登字第10250号



封面图片：2006年度特发集团总部优秀部长
人力资源部部长苗苒

■ 公司要闻

- 03 特发小梅沙海洋世界隆重举行极地动物馆奠基典礼 张正治
- 04 集团启动小梅沙地区战略发展规划项目 李承
- 05 集团获工行2亿元流动资金授信额度 集团计财部

■ 特发论坛

- 06 要善于激发部属的潜能(下) 刘爱群
- 08 信念是企业之魂 林婵波
——“蓝血企业”的启示

■ 党建工作

- 11 勤政务实 廉洁从业 苗苒、富春龙
——特发集团所属各企业2007年度党员领导干部民主生活会特点,有质量

■ 管理职场

- 13 潮平两岸阔 行舟绿水间 苗苒

■ 聚焦经营

- 14 创新,在红海中开辟蓝海 郭岳
——在中国光纤光缆30年暨第三届中国通信光电缆产业高峰论坛大会上的主题发言(摘选)
- 17 特发信息喜获“中国光纤光缆30年最具影响力企业”殊荣 张伟民
- 18 从精益生产管理看光缆成本控制 杨剑平
——精益金牌干部培训感想
- 20 小梅沙“服务质量月”活动成效斐然 小梅沙旅游中心人力资源部

■ 经典文摘

- 21 说“玩”

■ 诗海拾贝

- 22 程华菊

■ 员工情怀

- 24 我与光缆共成长 院献娜
- 25 从北的“家”到南的“家” 庞春扬
——与吉光走过的日子

■ 杂言随笔

- 26 走进俄罗斯 欣文
- 28 什么在海洋深处? 黄显达

■ 新闻传真

- 30 集团总部组织迎“十一”爬山活动
OPPC新技术研讨会在南昌隆重举行,特发信息和石家庄华能电气共同研发的中国第一条35千伏OPPC光缆线路成功投运引起广泛关注
特发信息研制成功576芯层绞带缆
小梅沙员工到东部华侨城景区参观学习
小梅沙旅游中心十一黄金周经营取得好成绩
特发物业管理公司举办《物权法》及《物业管理条例》专题讲座



特发小梅沙海洋世界隆重举行 极地动物馆奠基典礼

张正治/集团总办



9月27日世界旅游日上午,特发小梅沙海洋世界在海神花园隆重举行极地动物馆奠基典礼,这标志着我国长江以南地区将有自己的大型极地动物馆了!

典礼仪式上,集团党委书记、董事长刘爱群作了热情洋溢的讲话,代表特发集团和小梅沙海洋世界向出席典礼的各级领导和嘉宾表示衷心的感谢!他介绍了海洋世界开业以来经营运作的情况,本项目的建设规划情况和项目建成后海洋世界的发展前景,以及本项目建设对小梅沙二次开发的重要意义。

典礼仪式上,市旅游局副局长易能全致辞,指出极地动物馆的建设有利于丰富我市旅游项目景点,对我市旅游业的发展是一个贡献,他代表市、区旅游局对该项目的建设表示全力支持,祝愿该项目早日建设成功。

接着,刘董事长为奠基石揭幕,出席仪式的领导和嘉宾为奠基石培土。

典礼仪式结束后,刘董事长接受了深圳有线电视第一现场记者和深圳卫视新闻记者的采访,介绍了极地动物馆项目建设背景、基本情况、建设的亮点和展示的内容等。

极地动物馆选址在小梅沙海洋世界的海神花园内,建筑主体为单层建筑,局部两层,总建筑面积6929平方米,投资预算近亿元。馆内展示有白鲸、北极熊、企鹅、海象、北极狼、北极狐等珍稀极地保护动物,其中白鲸、企鹅是展示的重中之重,专门为白鲸建设的大型水下白鲸表演剧场是国内第一个。极地企鹅将安家于企鹅岛上,企鹅需要站立在冰块上,企鹅岛气温常年保持在零度以下。海狮、海狗、海豚采用开放式展览,强

调与游客之间的互动。按投资计划,物将与深圳市民见面。

小梅沙二次开发即将拉开序幕,特发集团拟将小梅沙打造成高尚海洋文化滨海特区。海洋世界作为未来小梅沙滨海特区海洋文化的主要载体,必将不断丰富海洋文化内容,开发高品质海洋旅游项目。极地海洋动物神秘、珍稀、罕见,大多体形庞大,与南方环境反差强烈,心理和视觉冲击力大,海洋主题新颖,特色鲜明,对游客吸引力很强。目前极地动物展示在我国主要集中在东北地区,华中、华南、西南等地海洋公园,还没有引进或形成规模。集团用1年多时间组织专业人员对国内外同行业进行认真考察,通过多次调研和专家论证,决定上马海洋世界二期,筹建“极地动物馆”,充分利用周边优越的海滨环境,打造与亚热带环境反差强烈的“极地动物世界”,这一项目的经济效益和社会效益都将十分明显。

盐田区旅游局局长江涛,梅沙街道办事处、主任朱志坚,集团股东单位代表、中国东方资产管理公司深圳办事处副总经理谭世豪,集团总经理施长跃,党委副书记、纪委书记林婵波,副总经理张西南、张建新,工会主席苏莉,特发小梅沙旅游中心代表、特发地产公司代表和集团各部门负责人出席典礼。



集团启动小梅沙地区 战略发展规划项目

李承/集团投资发展部

随着深圳市发展“十一五”战略规划的确立和推进，我市东部沿海地区的开发也日益加速和升温，作为东部“黄金海岸”的重要组成部分，小梅沙地区迎来了前所未有的开发机遇。为抓住这一大好时机，集团日前做出决策，正式启动小梅沙片区的战略发展规划，这标志着我司小梅沙整体规划开发工作迈出了关键性的第一步。

为高标准、高起点、高质量制订小梅沙战略发展规划，经过对多家国际知名管理咨询公司的评选，集团决定聘请毕博管理咨询公司（BearingPoint, Inc.）承担此次战略发展规划项目的咨询工作。毕博管理咨询公司是世界最大的商业咨询公司之一，具有100多年历史，其前身是毕马威咨询和安达信咨询。该公司是纽约证券交易所的上市公司，在全球40多个国家与地区设有155个分支机构，拥有17000多名咨询顾问，其商业战略、IT集成和政府及公共管理方面的咨询能力处于公认的世界领先水平，在全球范围内享有雄厚的咨询工作资源。作为最早进入中国市场的国际咨询公司之一，毕博咨询具有丰富的政府事业和国有企业管理咨询经验，服务过的重要客户包括：国务院国资委、上海市经委、上海世博会、宝钢集团、中国石化和大连经济开发区等等。

目前，毕博公司的咨询团队已正式开始工作。我们相信，凭借毕博管理咨询全球化的视野、专业严谨的分析和多年对类似项目的国际工作经验，结合集团正确的战略决策和开发方针，小梅沙势必成为深圳市东部黄金海岸耀眼的明珠和深圳市的标志区域，为壮大特发集团旅游地产行业的整体实力，提升整体素质，并为推动深圳市成为国际旅游城市和文化特色鲜明的国际化都市做出重要贡献。

集团获工行2亿元 流动资金授信额度

集团计划财务部

9月19日，工行深圳分行将我集团信用等级提高为A+级，给予我集团2亿元流动资金的授信额度，并表述了进一步合作的愿望。

工商银行是我国最大的商业银行，多年来与我集团保持着良好的合作关系。债转股后，我集团的债务危机得到了极大的缓解，信用等级逐步提高。特别是新班子成立以来，确定了集团以地产、旅游为主导产业的发展战略。按照“两个结构调整”的要求，一方面退出劣势企业和非主导产业的股权，加大主业投入。“泊林花园”项目获得圆满成功，龙华地产项目正在筹划之中，集团资产和发展战略更加明晰突出；另一方面，资债结构调整乘势而上，通过广泛的银企沟通和资债结构的调整优化，2006年12月我集团与建设银行深圳分行签订30亿元额度的战略合作协议，并获得2.8亿元的新增贷款，全面重组了集团的银行贷款，改变了过去规模小、分散游击的贷款方式，信用等级不断上升：2004年为B+级，2005年为A-级，2006年为A级，2007年达到A+级。

保持和发展与多家大银行间的金融合作，是我集团信贷发展的战略方向。这次与工行深圳分行的进一步合作，是这一战略的又一次成功，必将进一步提高我集团在深圳金融市场上的信誉度，为我集团做实做强主业，不断拓展发展空间，提供积极有利的财务支持。



编者按：由“经济人”“自我实现的人”的跃升，是现代管理学对人性认识的升华，这就自然引出在企业经营管理中如何激发部属潜能的课题。如何采取有效的方法激发出部属的潜能，是建设一个有创造力的企业团队和创新型企业的核心，是作为一名优秀职业经理人必备的素质，刘爱群董事长《要善于激发部属的潜能》一文对这个课题进行了深刻的研究。文章从现代企业管理学的角度和对人性的分析导出这一重要课题，指出了在这个问题上存在的观念误区，超出误区的方法，以及激发部属潜能的措施，这是现代企业管理研究方面的一篇文章，对我集团建设以人为本、和谐发展的企业具有可操作性，特刊出供大家学习。

要善于激发部属的潜能（下）

刘爱群/集团党委书记、董事长

善于激励部属的潜能，是企业经理的基本领导艺术之一。激励就性质而言分为物质激励与精神激励两种，就具体形式、技巧来讲则多种多样，结合经营管理实践及优秀企业家的经验，暂作如下归纳：

一、目标激励。就是给部属一个值得为之努力的目标，激发其斗志的方法。目标激励是一种高起点的精神激励，与马斯洛关于人的自我价值目标实现相吻合，远比任何物质激励及其他精神激励更能激发个人的无限潜能。目标激励强调的是自己与众不同的价值，激励每个人在事业中表现出特殊作用。目标激励作为一种自觉的领导方法，要分解出阶段性目标和长远目标，还需要区分为集体目标和个人目标，通过适时设计、提出，不断给员工点亮心头的灯塔，使之始终有明确的努力奋斗方向。在运用目标激励方法时，一是要注重将个人与企业及国家、民族发展有机的融会贯通；二是给出的目标要有实际性，可望又可及。

二、危机激励。当企业所面临的环境恶化或对手的能量危及自己的生存时，就可以用不死即生的方法来激励员工，这就是危机激励法。危机激励的具体方法是：其一，将目前的危机状况告诉企业全体员工，目的在于使员工有大难临头的危机感。其二，必须有不战即亡的宣示，断绝员工的其他念头。其三，在找准解决危机突破口的时候，激发员工的情绪，使大家齐心协力爆发出平时没有的力量，走出危机。过去两年来，在国内光纤光缆（尤其是光缆）市场激烈竞争、价格不断下降，诸多同行企业纷纷倒闭的恶劣环境下，特发信息经营班子及时向员工宣示面临的危机，上下齐心协力，同心同德，在降低采购及管理成本、研发特种缆项目、开拓市场等方面，做足了功夫，逆势而进，光纤、光缆的生产和销售均翻一倍以上，为光纤光缆主业的下一步发展



奠定了基础。这是运用危机激励方法的一个成功事例。由于危机激励法的特殊性不可常用，若变成“狼来了”，就失去了效能。但时常使员工树立危机意识，不满足企业在本地区、本行业的现有地位却是十分必要的。企业要不断唤起员工的危机意识，使大家知道公司是在激烈的竞争中生存，不进则退，退则共亡。这种危机感是一种动力，会创造出许多无危机感下无法产生的智慧和干劲。

三、适时激励。企业对员工行为的表扬奖励与批评处罚适时，就能有效地发挥激励作用。一名员工做出了超乎平常的事情后，往往特别看重外界、尤其是领导的反映，如果是支持、肯定的态度，他会坚定想法，继续向

前迈进；反之，就会退缩回来，另寻他路。同时领导对事情的态度又直接影响着其他人的行为选择。因此，企业经理的奖赏和肯定性激励及时、适时，既可使当事人受到鼓舞，激励其继续努力下去，又可使其他人看到，只要这样做就可受到表扬奖励，大家就会争相努力；企业经理处罚和否定性激励及时、适时，既可使纠正错误行为“立竿见影”，减少损失，也可告喻大家不可越“雷池”半步。企业各级管理人员要善于运用好适时激励的杠杆，当部属出色地完成工作时，如果是苦干成功，就要表扬其刻苦精神，如果是因为聪明完成的，就要赞扬其才智，使部属觉察到领导对自己的关注、支持。领导的关注、支持可产生出一种巨大的动力，随时随地激发部属超越自我的限度。适时激励的“适时”是关键，过时的奖惩即便是双倍的，也只能收到事倍而功半的效果。

四、纪律激励。纪律激励法就是用纪律和制度来约束和规范执行者、操作者行为的方法。这是一种负激励法，操作为只罚不奖。要发挥纪律激励的作用，应注意两点：一是制订纪律时要合乎情理，是大多数人都能够遵守得了的。如果不合情理，不仅起不到激励员工遵守纪律的目的，还可能使广大员工产生强烈的对立情绪，使之无效。二是坚持只罚不奖。由于制订纪律是符合大部分人利益的，是合乎情理的，因而大多数人都能遵守，遵守纪律是理所当然的。这时，如果对能遵守者给予奖励，就违背了奖励的差别性原则，达不到激励的作用。企业在制订劳动纪律时，只规定违纪人被处罚的办法，不必做出对遵守者的奖励条款。

五、关联激励。心理学家曾做过一个有关个人从众行为的实验，该实验以在校大学生为实验对象，每组安排7至9人，其中只有一个是真正的被测者，其他都是事先串通好的陪衬

人。让这些入沿桌而坐，被测者坐在靠后的位置，然后同时给他们看两张卡片，这种卡片共有12组（每组两张），看完后让他们一一指出右边卡片中哪一条线与左边卡片上的线等长。回答时，陪衬者故意一致选出显然错误的线路，结果被测者竟有37%也跟着多数人作出错误的判断。但单独一个进行测验时，却没有一个人发生这种错误。这一实验表明，人的认识和行为必然受其所处的人际关系环境影响，在很大程度上会依照别人的行为做出相应的反应。并且环境与本人关系越密切，所受到的影响越大，做出从众行动的可能性也就越大。每一个人在人生舞台上都具有多重身份，扮演着多个角色。在家为人儿女或父母，在学校时为人同学，在工作时为某正式群体中的一员，在业余时间又成为朋友圈里的一人。这就决定了他（她）必然是一张有形无形关联网中的一部分。在某些情况下，他（她）受关联网中其他部分的影响大于受正式组织对其的影响，因此，如果注意从激励对象的侧面向其间接地施加影响，效果可能比直接施加影响更大。

利用关联作用进行激励，即为关联激励方法。关联激励又分为正面激励和反面激励两种。企业在进行正面激励时，一般可采取对取得优异成绩员工的直系亲属给予奖励和鼓励，使他们支持、促进亲人的良好行为重复不断地进行。必要时，对于有突出贡献的员工所在的单位，可进行适当的集体奖励，以促进彼此互勉，更加支持有功员工的行为并共同把工作做得更好。企业在进行反面激励时，主要是运用发挥激励对象信赖的人，如父母、配偶、亲戚、同学、朋友等的影响力，使激励对象改变错误态度和行为（同样的话、同样的建议出自与之关系密切人之口，使激励对象易于接受）。另外，还可用一人犯错，殃及其余的“连带”方法来规范激励对

象的行为。如一个员工出错造成公司损失，在处罚该员工的同时，对与该员工有直接和间接管理关系的人员给予一定处罚，在“连带”中给当事人及关联人以更大触动。

六、关怀激励和行为激励。由于企业领导人处于员工有目共睹的特殊地位，其举手投足、一言一行都会成为众人的关注点。因此，企业经理对待部属开诚布公、富有人情味的作风及以身作则、身先士卒的行为本身，都可对员工产生巨大的激励效应。具体事例及道理不赘言。

此外还有分配激励、竞争激励等等。分配激励是指根据效益目标对不同贡献者给予相应的物质（薪酬、奖金）回报，以激发员工的工作干劲。企业物质激励集中体现在分配制度上。竞争激励是指给每名员工提供公平的成长机会，激励各类人才在大浪淘沙中脱颖而出。企业的竞争激励集中反映在用人观念及用人机制上。目前，在国有企业中真正实现按市场标准进行物质分配及用人尚受到一些条件限制，但时不我待，我们应以改革创新的心态，坚持用市场标准，在现有体制框架内努力进行分配制度、用人机制上的突破，最大限度地发挥分配激励、竞争激励的效用，推进企业的发展。近年来，我集团在这两方面做出了一些大胆探索和实践，产生了积极而深远的影响。

总之，我们可以形成以下共识：人是企业所有资源里最活跃的部分，它具有无限的潜力；激励是鼓动企业活力的营养剂，是推动企业发展的活性素；把准员工的利益需求点是有效激励的关键所在。我集团各级管理人员都应自觉总结实践激励方法，成为善于激发部属创造力的能手。

信念是企业之魂

——“蓝血企业”的启示

林婵波/集团党委副书记、纪委书记



最近读了一些介绍“蓝血企业”方面的书籍和文章，联系特发实际，深有感触。

什么是蓝血企业呢？“蓝血”一词源自古老的西班牙。古老的西班牙人认为，贵族身上流淌的血是蓝色的，后来西方人用“蓝血人”泛指那些出身高贵而又智慧过人的精英人才。二战结束后，盟军中有一大批将领加盟了企业，他们把军事化科学管理引入企业，他们信仰数字，崇拜效率，用智慧和胆识拯救了一批面临衰退的企业，他们中的不少人开创了现代企业科学管理的先河，成为现代企业管理之父。现在，“蓝血企业”特指那些由军人出身的企业家领导的著名企业，或是将军队管理的特质发挥到了极致的成功企业，其共性特征是强调高效率、严纪律、重视执行和科学管理，并擅长运用集体智慧在激烈的市场竞争中获取资源并取胜。

美国人有一种说法：最好的商学院不是哈佛，不是斯坦福，而是西点军校。据有关资料显示，二战以来，在世界500强企业里，西点军校培养出来的成功企业的董事长、总经理级的领导人共有8000多名。我国改革开放近三十年来，那些极具竞争力甚至是改变了中国人生活的优秀企业，其领导人中军人出身的占了相当的比例，销售额在国内排名前500位的企业主要领导人中，具有军人背景的有200多人。资料显示，世界上伟大企业的创始人或领导者基本上可归为三类：蓝血型企业家、教父型企业家与技术发明型企业家。在对多种成功企业家的研究排序中，这三种企业家几乎达到了三分秋色的程度。比如：沃尔玛、麦当劳、迪斯尼、联邦快递、惠普、索尼、希尔顿、西门子、可口可乐、美国杜邦、IBM、花旗银行的创始人或主要领导者都是军人出身。国内的海尔、联想、华为、万科等成功企业也呈现出一种独有的特色，其大多数领导者也是军人出身或是崇尚军队领导风格。

蓝血型企业管理的精义就在于坚定信念。“世界非常复杂，充满着不确定性，而信念可以让人近乎疯狂地专注于一件事情”，中国企业联合会宜兴章研究员指出，“伟大组织以信念为依归、动力和律令。蓝血企业是信念的物化，纪律

是实现和增进信念的手段，领导人是信念与纪律的践行者。”一个组织，其成功的秘诀在于具有坚定的信念和严格的律令。正是信念和律令，成就了一个个长盛不衰、可持续发展和可持续调整的企业组织。军队通过队列训练与野外训练培养和强化集体精神，激发军人的信念，企业也是如此，企业中的任何人都应当是信念的坚守者和律令的遵守者。可以说，信念可以让企业成本降至最低，信念可以抵御市场恶劣环境或各种诱惑，信念是企业战略的必要条件，信念是最深层次的精神激励。在市场环境逐渐规范，投机性企业家已难以长久生存的今天，企业领导者必须是具备头脑清醒的、懂组织的、遵守市场规则的、有着坚定正确信念的优秀领袖人。

那么，要确立哪些信念呢？

效益最大化是一种信念。军人只有一个目标，那就是练兵千日用兵一时打胜仗，干企业同样只有一个目标，那就是讲求企业效益最大化。因此，企业中所有部门、所有分支机构和所有人都必须牢牢确立和服从于这一信念。在现代企业，必须依靠全体领导者和全体员工团结一致、统一思想、明确目标、激发热情、增进智慧、全身心投入工作来获取企业良好利润，让企业资产不断增值，这是企业效益的重要体现。必须通过全体企业人的努力奋斗来树立企业良好形象，从而不断促进各项经济效益的提高，并形成良性循环，这是企业效益的综合体现。在实现企业效益最大化的过程中，要不断强调股东利益的最大化，强调大股东、小股东、内部股东、公众股东和企业全体员工一起来分享企业效益最大化所带来的喜悦，进而不断践行企业核心价值理念，逐步进入并保持一种人人快乐工作、企业科学和谐发展的良性状态，这是企业人崇高的信念。



强化执行是一种信念。执行力通过层级管理来实现。军人以服从为天职，对于组织布置的任务，没有借口，坚决完成，这就是执行力。执行力是企业成败的关键，任何组织只有在遵守制度、程序和法律的前提下实现政令畅通，才有可能高速发展。军队出身的人都知道遇到问题要逐级请示汇报，组织就是一个层层授权、层层控制的群体。此外，如同战友的感情一样，平等是现代人的基本价值需求，工作上的层级化管理与八小时以外的平等化交往，映衬出一个健康团队良好人际关系的精神风貌，从而不断强化层级管理的严肃性和执行力的畅行无阻。

率先垂范是一种信念。“其身正，不令而行；其身不正，虽令不行”，领导者既是一个组织的发令人，也是这个组织中的排头兵，所有的成员都在向领导看齐。军队领导人最常讲的一句话是：“跟我来！”军队中的领导人身先士卒，以身作则，现代企业管理者也如此。要在加强党性修养中提高精神境界，保持思想观念、道德品质、价值取向、人生态度、兴趣爱好等良好的精神状态。要在工作中恪尽职守，明确自己所担负的职责，尽心尽力，高标准、高质量、创造性地完成工作。要从小事做起，一点一滴地坚持做到从我做起，

向我看齐。据报道，联想公司一贯纪律严明，对看似小事的问题处理也毫不含糊，如实行对开会迟到者罚站制度，规定对事前不请假迟到者必须罚站一分钟，人人都得遵守，不得例外。有一次，柳传志被关在电梯里面延误了赴开会时间，只好认罚。柳传志说：“罚站是件挺严肃、挺尴尬的事情，开小会的时候你得独自站着，在更大的会场，你迟到了，会都停开，全体人员静默，都看着你站一分钟。”

敢承担责任是一种信念。真正的军人是无所畏惧的，因而他所释放的能量是强大的，军队造就了军人不畏惧、敢作敢为、敢于担当的品性。军队出身的企业家有一个共同特点，就是敢于“亮剑”，亮剑精神的精髓在于关键时候敢想敢干敢担责任。企业的不断变革必然会牵动某些人的既得利益。身正不怕影子斜，敢于冒险，敢于说不，敢于得罪人也是领导者的基本品质和应有的胆识。

只许成功不许失败是一种信念。信念是一种精神力量，具有强大的推动力。无论对于个人还是企业，信念是对自身存在的价值和目标的深层认知。一个有信念的人自会百折不挠，无论顺境逆境都会一如既往地付出努力。同样地，一个有信念的企业也一定能够克服前进中的各种困难，奋力前行，经过部队磨练出来的蓝血企业家们的信念更加坚定。

人才兴企是一种信念。战争是流血的政治，战争赢输所带来的结果是其他任何行业无法比拟的，因此，军队需要卓越的指挥官和顶尖专业人才。同样，在市场经济中，企业人才的重要性不言而喻。深圳国有企业实行劳动、人事和分配三项制度改革，其中正是体现了重视企业人才的根本内涵。干部能上能下，引进企业需要的各方面人才，薪酬能升能降，科学合理、依法依规的深化改革，全面引



进竞争机制,适当体现鲶鱼效应,不断激活企业,激活员工,激发智慧,使企业中所有的关键岗位使用上德才兼备的、最为合适的人才,只有这样,企业才能越来越强大,从而实现又好又快可持续发展。

职业精神是一种信念。亮剑精神只存在于一定的环境之中,战争并非常态,绝大多数人都希望有一个丰富、完整的生活。所以,军人出身的企业家需要在企业发展到一定规模之后,柔化企业文化的刚性。惠普文化吸收了军队管理的精髓。一方面采用严格的管理手段,另一方面营造温暖的企业气氛,保证企业目标的实现。企业发展到一定时期,需要丰富核心价值理念的精神内涵,增强精神层面的人格化,弥补制度层面的非人格化,同时真正承担起企业应付的部分社会责任,把企业由一个制度组织转化成一个精神组织,把核心价值精神渗入到企业和员工的血液当中,使企业的精神内涵更加丰富,锻造出蓝血企业文化的高境界。

信念是一种约束力。有信念就会有自己的行为规范,做到有所为,有所不为。一个企业家应时时注意超越物质的价值取向,决不唯利是图,要懂得尊重人,决不专制。信念是对

企业家行为的一种规范。两百年不倒的美国杜邦公司坚持无论在何时何地绝对不搞商业贿赂,这种信念是支持企业持续发展的关键因素之一。

信念是组织的灵魂。信念决定思想,思想决定行为。没有信念的组织是没有灵魂的组织,没有信念的员工是没有灵魂的员工,没有信念势必无法在激烈的市场竞争中立于不败之地。信念可以激发出组织中每个人的最大潜能,使得每个人的智慧和知识源源不断地汇聚到组织当中,成为组织强大力量的一部分,最终导向组织的伟大成功。如果不是马云有信念要做成世界上最好的中国企业,阿里巴巴就不可能坚持到现在。而韩国三星公司的李健熙,在三星中一直宣传道德经营,讨论人性改造,传颂使命感与责任感,改革创新信念非常执着,甚至喊出了“除了老婆孩子,其他一切都要改变”的口号,引领着三星公司走向一个又一个辉煌。

蓝血型企业家们善于从兵法管理中吸取管理知识,并应用于企业的经营管理和改革发展当中。特发集团现任领头人刘爱群出身军人,广大员工充分感受到其科学有力的蓝血型领导风格,刘董事长倡导的正气、智慧、知识、向我看齐等一系列现代企

业经营管理改革发展理念,付诸实施的深化企业改革、企业战略管理、层级化管理、强化执行,以及率先垂范、敢担责任、言若心声、言行一致、说到做到、写到也做到等品格,带领集团全体员工努力开拓奋进,取得了有目共睹的业绩。近几年来集团各阶段各项经济数据表明,如今的特发已从过去一个错综复杂、内部管理混乱、几乎失控的国有企业逐步变成了法人治理结构健全、资产及管理线条明晰、处处讲求效益最大化、和谐快速可持续发展的现代企业的良好局面,集团及各全资、控股的二级企业经营班子都团结实干,一心一意谋发展,系统广大员工普遍敬业爱岗,初步形成了一个具有现代企业核心理念和坚定信念的强有力的团队,得到了上级领导、社会各界和各股东单位的充分信任和理解。可以说,如今的特发人可以自信展望:一个符合竞争型企业实际、巩固和谐、讲求科学可持续发展、各项经济指标能令股东方满意、两个文明建设同步起飞的蓝血型企业——特发集团必定崛起。

勤政务实 廉洁从业

——特发集团所属各企业2007年度党员领导干部民主生活会有特点,有质量

苗苒、富春龙/集团人力资源部

根据特发集团党委的统一部署,集团所属各企业党组织2007年度党员领导干部民主生活会已于8月至9月召开,各企业党组织围绕落实科学发展观、构建和谐企业、加强党的作风建设、廉洁从业等主题,认真召开了企业党员领导干部民主生活会,实事求是地对照检查,开展了严肃认真的批评与自我批评,互相评议,并针对征求到的群众意见提出了整改措施。集团党委委员分别参加了各企业的民主生活会,对民主生活会进行监督和指导,保证了各企业民主生活会的高质量。

9月27日特发集团召开党委会,专题总结了本年度所属企业党员领导干部民主生活会情况。各党委委员和分管部门负责人分别汇报了所参加企业民主生活会的情况(党委书记刘爱群、党委委员张建民、人力资源部部长苗苒参加特力集团民主生活会;党委书记刘爱群、党委委员张西甫、人力资源部部长苗苒参加黎明集团民主生活会;党委副书记施长跃、林婵波、人力资源部部长苗苒参加香蜜湖公司、小梅沙旅游中心民主生活会;党委副书记施长跃、林婵波参加特发地产、特发监理民主生活会;党委副书记施长跃参加特发物业民主生活会;党委委员张建民、人力资源部部长苗苒参加特发信息、华丽公司民主生活会)。会议认为,在去年集团党委高

度重视开好民主生活会的基础上,本年度集团所属各企业民主生活会普遍能紧密结合工作实际,严肃认真地开展批评与自我批评,开诚布公地谈心通气,有针对性地解决了突出问题,民主生活会开出了特点和质量。

一、认真做好会前准备工作

会前,各企业都专门印发了理论学习材料,并采取自学与集中学习相结合等方式,提高理论学习的质量。有的企业还通过理论中心组学习、利用党日活动上党课、扩大学习范围等方式强化学习效果,这方面做得较为突出的是黎明集团和特发物业。

征求群众意见,是会前的另一重要工作,也是开好民主生活会,提高民主生活会质量的重要基础工作。此次民主生活会征求意见工作体现出以下几个特色:一是征求意见的范围广、征求到的意见和建议的数量多。部分企业为尽可能多的听到各方面的声音,将一线员工、中层干部以及企业合作方的意见和建议均收集起来,例如华丽公司、香蜜湖公司、黎明集团等;二是既保证收集到的意见能够原汁原味的传达到参会人员的手中,又将意见和建议做好分门别类,突出重点。这方面特发信息、特力集团、小梅沙等公司做得较好。三是征求意见和建议的形式多样、方法灵活。各企业既采用了传统的座谈会方式,也



根据企业实际情况采用了发放征求意见表、打电话、发邮件等方式进行意见和建议的征求工作。

二、坦诚相待,当面交流,以实事求是的态度认真开展批评与自我批评

此次民主生活会是在集团提出5年规划，由收缩做实向发展做强转变之际召开的。会议寄望各企业领导班子在前一阶段总结上半年生产经营情况的基础上，结合集团的发展战略，对本企业的在落实科学发展观、构建和谐企业、党的作风建设以及廉洁从业等方面坦诚相待，对群众提出的意见和建议，认真的开展批评和自我批评。从各企业召开民主生活会的情况来看，会上在开展批评与自我批评时，严肃认真地论述思想变化、工作得失的多，不痛不痒提意见的少；谈问题说缺点的多，讲优点论成绩的少；分析问题时查找主观原因、自身缺点的多，归为客观条件限制的少；面对群众提出的意见和建议诚恳接受的多，回避搪塞的少，达到了民主生活会的预期目的。

首先，各企业主要负责人在发言中能够带头围绕会议主题和征求到的群众意见剖析自己，带头开展批评与自我批评，不文过饰非，不搞一团和气，以自身的坦诚，引导班子其他成员畅所欲言，形成良好的民主生活会气氛。这方面做的较为突出的是特发物业公司。该公司的民主生活会在主要领导的带动下，会议气氛热烈、真诚，班子成员相互评议，每个人的发言都能开诚布公的指出自己、班子其他成员的优点和需要改进的地方，达到了交流思想、交换看法，进一步统一认识的效果。

其次，面对尖锐问题不回避，实事求是谈想法、谈体会。这方面做的较为突出的是特力集团、监理公司、小梅沙、特发信息。特力集团班子成员发言时，对群众反映较为集中的企业发展方向、新项目开发等尖锐问题，态度诚恳，提想法、提建议、提规划；对企业主要负责人在经营管理方面提出了中肯的意见、建议。监理公司经过调整后，工程监理成为公司唯一业务，公司员工对企业的下一

步的发展存在困惑。班子成员在发言时针对这一问题，坦诚交换对企业发展方向、下一步的工作重点以及近期目标的想法，形成共识。小梅沙、特发信息班子成员在发言时，对员工提出的有关福利待遇等问题，采取换位思考的方式，剖析问题产生的原因，提出解决问题的关键，认真总结存在的不足。

第三，注重思想交流，紧紧围绕主题开好民主生活会，避免将民主生活会开成经济工作总结会、工作任务布置会。特发信息公司大部分班子成员围绕会议主题，谈到了自己的思想历程，言辞恳切、剖析深刻。小梅沙部分班子成员将“科学发展观、构建和谐社会、党的作风建设、廉洁从业”这四个方面逐一展开，结合实际紧扣主题。特发地产公司根据集团党委的要求，具体化会议主题，以“发挥党员先锋模范作用，加强队伍职业道德建设”为题，从建立廉政约束机制、规范公司管理制度、建立现代企业文化等三个方面，深入分析，对照检查。

第四，各二级企业党委严肃认真，加强对所属企业民主生活会的指导和监督，严格贯彻执行了“上级党委、纪委、组织部门要加强对下级领导班子和党员领导干部民主生活会的监督指导”这一要求，各企业党委成员均参加了所属企业领导干部民主生活会，既起到了提高会议效果的作用，也加强了对基层生产经营的了解。这方面做得较好的是特力集团、特发信息。

三、认真制订整改措施，重点解决突出问题

针对会前征求到的意见和建议，经过民主生活会上的讨论，各企业党组织都形成了对问题的初步解决方案，并在会后形成了具体的、可操作的整改措施。

对有关表扬和肯定的意见，各

企业班子成员表示将继续坚持和发扬；对有关批评的意见，各企业班子成员制订了改正措施；对有关企业生产、经营的建议，都逐条予以落实到相关企业和部门，责成其跟踪解决；对应解决而条件尚不成熟或不符合有关规定的要求，也委托相关部室对员工予以解释和说明。此项工作各企业均做得较好。

四、存在的问题和不足

本年度民主生活会虽然按照预定计划已全部完成，基本达到了预期目的，但是还存在以下不足：

一是部分企业在通报此次民主生活会所征求到的意见的同时，没有检查回顾上次民主生活会整改措施的落实情况，对整改措施的落实情况跟踪还有不到位的现象。

二是会前有的企业班子成员谈心、交流不够充分。班子成员应于会前对会议主题、思想变化、征求到的群众意见等方面的情况进行交心通气，不能忽视这一环节。

三是有的企业重会议，轻总结，材料上报不够及时或不完整。

整体上看，集团各企业2007年度党员领导干部民主生活会达到了集团党委预定的目标和要求，在各级领导班子中逐渐形成开展批评与自我批评、不断总结提高的健康向上的良好风气，提高了各级班子成员的理论素质和廉洁从业的观念，促进了班子内部的了解与信任，加强了企业领导人员与企业员工之间的联系，为集团切实落实科学发展观、构建和谐企业奠定了坚实的思想基础。

潮平两岸阔 行舟绿水间

苗苒/集团人力资源部部长

光阴荏苒，进入特发集团已近10年了。而我，也由一名新员工渐渐成为一名老特发人，我感觉自己就仿佛是一叶小舟，一叶荡漾在特发集团这个大海中的小舟，与集团浮沉与共、休戚相关，见证了集团的辉煌、改革和发展。但是，去年3月调到集团总部工作后，在这个新的岗位上，我觉得我又成为一名新兵；而这一年的多的时间，也是我职业生涯中最忙碌、最充实、最难忘的日子，让我感慨良多。

新的岗位让我面对更多的层面，更高的要求，更大的压力。压力是风帆，作为风帆下的小舟，压力越大，风帆树得越高，才能前进得更快。在新的岗位上，一方面我以积极的态度调整自己，努力适应总部的新环境，尽快完成工作角色的转换；另一方面，我从各方面感受到的鼓励 and 信任，尤其是集团领导、同事之间、部门之间、系统内纵向之间对我工作上的支持，都给了我做好人力资源工作的信心和动力，令我欣慰，令我难忘。我想说，一年来，我最大的收获是有幸再次进入总部，和大家共同努力，为集团的发展尽绵薄之力。

特发集团作为深圳最早的国有企业之一，曾在特区的发展史上留下了光辉的一页，这也是我们特发人一直引以自豪的。但在新的形势和任务面前，特发如何走出一条新的发展之路，这是我们今天正面临的考验，是摆在我们每个特发人面前的新课题。作为人力资源部门的负责人，我深感自己承担的责任的重要和艰巨，但我

有信心，按照集团的总体部署，扎实有效地做好人力资源工作。

在人力资源岗位上，我是一个新兵，许多东西需要学习，不仅个人要学，而且要带领部门一起学，使自己所在的部门真正成为一个学习型的团队、一个进取型的团队，在集团公司的各项工作中和工作的每一个阶段都能及时跟进，发挥作用。结合集团目前的实际情况，我们需要在用人机制上进行研究探讨和谋划实施的问题很多。例如，如何以职业经理人的理念和标准，塑造和建立特发集团的各级管理团队，为职业经理人的培养、成长创造良好条件；如何以市场理念和市场标准为共同价值取向，进一步建立和完善员工能进能出，岗位能上能下，收入能高能低的用人机制，使集团人事管理逐步实现市场化和社会化，等等。这些问题能否得到很好解决，直接关系到集团今后的发展，因此，也是我们当前进行学习研究的重点和今后努力的方向。同时，对政策性很强的历史遗留问题处理，推进退休人员社会化管理，在基层党组织建设等方面，也要加大工作力度，妥善处理各种困难和问题，促进集团经济工作开展，保障集团能够实现可持续发展的和谐发展。

在总部工作的一年多时间里，我深切感受到特发集团是一个团结奋进的集体，这里有一心一意谋发展的领导班子，有催人奋进进取、实现自我价值的良好环境，有勤恳踏实、爱岗敬业的员工队伍。过去的特发曾给人们留下许多美好的回忆；而今，集

团已经出台了长、短期规划，正所谓潮平两岸阔，行舟绿水间，只要每一名特发人拼搏进取，开拓创新，今后的特发一定会再次迎来辉煌。在今后的工作中，我将以我的一份忠诚，一份热情，再加一份勤奋，争取做一名合格的特发人，一名合格的职业经理人，争取以更好的工作成绩作为对特发的回报。



创新，在红海中开辟蓝海

——在中国光纤光缆30年暨第三届中国通信光电线缆产业高峰论坛大会上的主题发言（摘选）

郭岳/特发信息公司副总经理



从战略角度看，蓝海市场和红海市场同样重要，但是我们似乎只见红海，少见蓝海。眼下除了房地产、资源型行业、能源等少数垄断行业外，不少企业都在亏损的边缘徘徊。即使这样，还有不少身处红海中的企业也过得挺滋润。

红海不一定代表血流成河，蓝海也并不意味高枕无忧，红海之中有蓝海，但如何开辟蓝海才是关键。

并不是所有好的产品都适合企业。只有通过细分市场，细分客户，然后开发新的产品和服务来满足客户新的需求，这才有可能找到一片小小的蓝海。企业为了挖掘大片蓝海这一目标，唯有创新。

创新——在红海中开辟和畅游蓝海的法宝，这就是我们今天要谈的主题。

创新，包括创新的思维，创新的产品和服务。创新之路充满艰辛和风险，但是也充满了机会。一个好的产品，有时不仅为企业带来丰厚的利润，还可能改变人们的生活方式。手机和电脑软件行业就是一个最好的示例，它们在创造了诸如Motorola、NOKIA、微软、IBM等世界巨人的同时，也着实改变了世界。

并不是所有的创新都需要从头开始，巨人都是站在前人的肩膀上站立起来的，模仿和借鉴不失为一种借道方式，但是一味的、长期的模仿和借鉴无疑扼杀了企业的创新之路。改革开放以来，中国人通过模仿和借鉴学到了很多，但是不可避免地在一定程度上对合法拥有该技术的企业形成了某种程度的侵权，而且也不可能掌握到关键技术。所以我们并不提倡简单的模仿，甚至抄袭，企业自身必须要有自我“消化、吸收、创新”的能力。

中国光纤光缆行业经过30年的发展，在市场需求总量上终于站在了世界前沿位置。但是我们不得不清醒地认识到，这些年来除了少数企业拥有自主研发的产品外，很多的光纤光缆厂的产品只是满足了简单的生产和应用，技术上基本没有大的突破。除结构方面近两年因竞争的需要做了较大改进以外，其他主要材料和结构与十几年前从国外引进的技术、材料类型几乎没有变化。即使有新品出现，很多也是仍在模仿国外的东西。

深圳市特发信息股份有限公司是一家高科技上市公司，公司的光纤、光缆、电力光缆均在业内享有较高的知名度。公司从成立至今已有近20年的历史，期间的经历与众多同行类似。但是，近几年公司在战略定位上逐步清晰，并形成了以特种光缆产品为龙头，以普通光缆规模化作为企业支撑点的战略经营思路。在加大自主创新力度的同时，注重知识产权的保护。公司研发的多个品种更是在行业内得到了认可，我们也从自主研发的产品中获得了较明显的收益，对创新给企业带来的变化更是有切实的体会；公司共申请了18项国家专利，今年又有7项专利在申报中。

2000年，公司投产骨架式光纤带光缆，目前进入实用的最大芯数为1000芯；2001年，公司投产光纤复合地线OPGW，进口了德国的不锈钢管生产线和西班牙的笼绞生产线；2002年，公司二次扩产，光缆生产规模达到了200多万芯公里；2005年，公司着手光纤复合相线OPPC的研发，该产品当年12月在深圳老虎坑电厂实用，成为中国第一条光纤复合相线，为电力通信带来了崭新的设计思路；2007年，公司第三次扩产，生产规模再上新台阶，目前已达到300多万芯公里的能力。

近几年，我们研发的特种光缆品种也比较多，如ADSS、OPGW、色条光缆、微型光缆、骨架式光纤带光缆、OPPC等，为各大运营商和电力用户提供了良好服务。

我们认为，创新应该具备以下几个条件：

一、清晰的战略及配套环节的完备

一个公司的战略定位对企业的创新有深远的影响。公司战略制订的过程是上上下下充分沟通和交流的结果。战略不仅决定了公司对新技术是抱自我创新还是模仿跟随的态度，而

且也影响了公司决策层对研发、创新的支持力度，这种支持主要体现在资源的配置上。清晰的创新战略引导企业面对充满诱惑的市场保持一份清醒的头脑和意识，坚持“有所不为有所为”，然后根据市场情况决定战略实施步骤和进度安排。

战略对于人的能动性的发挥也很重要。对执行层来说，特别是作为研发和创新的技术人员，从公司的发展战略可以看到公司和自身未来的发展，从研发过程可以实现自身的价值，并从中收获成功的喜悦或体验失败的艰辛，企业和员工形成一种良性互动关系。

当然，有了战略并不意味着企业的创新能很快带来利益。作为决策者和管理者，对待研发的态度可寄予期望，但不可过于功利化，急功近利往往适得其反。有些好的思路、“点子”或产品在局部看来有极高应用价值，但是最终能否成功，还取决于市场的接受程度。

有一个成功的创新战略只是迈出了第一步。研发、市场策划和推广、批量生产等环环相扣，每一个环节都需做大量的工作。只有通过全方面的努力，只有新的产品被市场和用户接受，企业在竞争中领先，企业才能获得收益。

二、人才的选用

研发、创新需要多种人才。从事研发的人员，应该有思想，爱学习，肯钻研并具有团队精神。

一个光电线缆企业配备很多专职从事研发的技术人员确实有一定的困难。但是，从一线中培养和发现研发人员却是一种可行的办法，因为其对产品有深刻的了解，熟悉产品的使用，了解所使用材料的性能。如果研发人员脱离生产一线，这样的研发团队不可能成功。所以，我们会根据项目难度、大小、能力从不同部门抽调力量组建项目团队。组织形式采用平

衡矩阵，也就是研发人员面临双重领导：职能经理和项目经理。

一个合格的项目经理对项目进度和项目成功发挥非常重要的作用，要求其有良好的协调性和计划性，能够充分利用内部资源，善于协调部门之间的关系，注重工作方法，善于对相关数据进行统计分析，善于引导成员调整方向。

新技术不断发展，世界光纤光缆技术已经融为一体，作为研发人员应该具备不断学习的能力。和国外的公司相比国内企业从事研究方面的投入不足，很多企业由于种种原因难以投入大量的资金做大量的试验和检验等基础性工作，这也是中国目前很多行业面临的研发困境。如果研发人员只是把眼光放在国内，不能利用捷径和国外的一些资源，无疑增加了研发的成本，也不可能站在新技术的制高点。

选用合适的人才，组建团队进行项目攻关，放眼世界，学习进取，这才是创新成功的关键。

三、良好的企业文化和组织

企业文化体现出公司的战略目标。创新型的企业必然有良好的企业文化，只有文化和理念相同的一群人才有可能聚在一起形成团队并富于战斗力。在创新过程中的这种文化集中反应在团队合作的氛围，员工之间能够互相学习和互相补充；团队以创新和发展为荣，大家互相鼓励，共同完成创新任务和目标。一个产品的创新，不可能只是研发部门或项目组的事，市场信息、设备、材料采购、研制等环节缺一不可。

项目人员有时会接受来自自身职能部门领导和项目经理的双重任务，项目经理也可能会对参与项目工作的职能部门发号施令，这些工作有些是直接相关部门绩效考核的。为保证项目的进程，需要相互协调和来自高层领导的决断，组织既要保持

规范，更要保持活力。

在企业文化建设中，研发项目成员的激励也是不可缺少的一个环节。既然采用平衡矩阵式管理，项目成员参与研发的工作某种程度上是“额外”的，制度化的激励手段能有效地保证“雷锋”在企业内部是不会吃亏的。

建立上下同欲的企业文化，创新和公司战略将相辅相成，相得益彰。

四、准确的市场定位及有效的推广

产品研发的原动力是市场需求。在决定研发投入之前，市场调研、市场分析是必不可少的。项目结束后，产品的市场推广就显得更加重要。

对线缆行业和企业来说，产品同质化的现象非常普遍，利润较低。如何在激烈的市场竞争中立足于不败之地，企业不仅需要对市场进行细分，而且还要善于细分产品，从某些需求量虽不大，但是竞争又相对较少的产品切入。研发的产品是为了及时向用户推广，所以准确的市场定位以及推广是产品创新一个重要方面，也是检验研发的成绩和投入效率的标尺之一。

下面我将结合公司的一些具体情况，来谈谈新产品研发和市场开拓方面的一些经验（以下节略）。

五、创新保护

在中国，知识产权的保护是一个让人头疼的问题，在有意和无意之间侵犯他人的知识产权似乎并没有什么错。殊不知，我们在“享受”这些盗版权益时，自己也将面临着被侵权的境地。

根据国家知识产权局专利网站的搜寻结果，光缆及相关产业已经申



请专利数量达到830多件，光纤及相关产业专利3500多项，每年专利申请的数量还在不断地增加，但我们在日常生活中似乎并没有感觉到专利给我们带来的好处。实际上这种现象也是导致我国大多数产业发展混乱的因素之一，只要有资金，谁都可以上设备生产。产业没有任何技术门槛可言，创新的结果是让自己的投入很快变成别人的利润，极大伤害了企业研发新品的积极性。

虽然国家近几年在知识产权保护方面力度在加大，并且也在大力提倡创新，但是保护力度仍然严重不足。作为守法公民，我们应该极力拥护国家打击侵权盗版行为。保护别人的同时，实际上也保护了我们自己。

中国光电线缆行业现在已经走向了世界，在面对列强早已“垄断”剩余不多的知识产权的情况下，中国企业必须重视创新，并注意保护创新成果，只有这样，才能将产业做大做强，挺起胸膛走向世界。

产品同质化，运营商集采的巨大价格压力，光纤光缆产能的供过于求，外国企业的进入，国内光纤光缆企业在日益激烈的市场竞争已经身陷红海。如果停步不前，不要说发现蓝海，甚至可能连一根救命的稻草都将远离而去。

创新战略在特发光缆20年的发展起到了重要的支撑作用，也为特发光缆在红海中开辟了一片蓝海。但是，我们也看到，蓝海不会永不变化，新进入者在不断增加，只有不断创新，不断开辟新的蓝海，企业才能生存、发展。

身处红海，开辟蓝海，唯有创新！

特发信息喜获“中国光纤光缆30年最具影响力企业”殊荣

张伟民/特发信息光缆分公司

今年9月，由中国通信企业协会、中国电器工业协会、中国电子元件行业协会联合主办的中国光纤光缆30年暨第三届中国通信光电线缆产业高峰论坛大会在浙江富阳召开。特发信息董事长张俊林、副总经理郭岳和光缆分公司副总经理王爱国应邀参加了这次盛会。郭岳副总代表特发信息公司在大会上作了《创新，在红海中开辟蓝海》的主题发言，受到大会的好评。为提高公司的知名度，增强公司在运营商和同行心目中的地位，特发信息向大会提交了《创新，在红海中开辟蓝海》、《12芯光纤带骨架式光缆的研制》和《OPPC在江西宜春35kV三阳-柏木送电线路上的应用》等3篇论文，并在《光纤光缆30年暨第三届中国光通信电线电缆产业高峰论坛》论文集中发表。

此次大会聚集了我国光纤光缆行业主流企业的领导和专家、各大运营商、工程技术人员以及光电线缆设备、原材料供应商等约300人，是历年来规模最大、最高的一次顶峰级盛会，极具行业权威性。业内人士认为，本次会议对促进我国光纤光缆产业的发展具有重要意义。

特发信息早在1988年就开始从事光纤光缆的研发和生产，在行业内颇具盛名。大会结束后，喜讯传来，特发信息被大会评为中国光纤光缆30年最具影响力的企业之一，排名第八位，从而确立了特发信息光缆在中国光通信产业领军企业前十强的地位。

会上，与会代表畅所欲言，共同探讨了光纤光缆市场的机遇与挑战等问题和光纤光缆产业的发展大计。中国通信企业协会会长刘立清对30年来我国



光纤光缆产业所取得的辉煌成就给予了高度的评价。刘立清指出我国主要光纤光缆生产企业的生产效率和产品质量都达到先进水平，满足和确保了通信传输网络建设运营的需要，为中国信息通信事业的建设和发展，为通信网络建设及信息化建设做出了巨大贡献。中国通信标准化协会理事长朱高峰在回顾我国光纤光缆应用的发展历程时指出，光纤光缆市场有着广阔的发展前景，现在产业存在的产值大、效益低等问题，需要我们在产业结构优化上多下工夫。他强调，企业要在质量上、技术上以及组织结构调整上有所进步，要走自主创新、团结进步、和谐发展的道路。全国人大教科文委员会副主任委员吴基传、中国通信企业协会会长刘立清、中国通信标准化协会理事长朱高峰等领导出席了会议的开幕式。

从精益生产管理 看光缆成本控制

——精益金牌干部培训感想

杨剑平/特发信息光缆分公司



精益生产方式 (Lean Production, LP) 起源于日本丰田公司, 其宗旨为“创造价值, 杜绝浪费”, 是一种以最大限度地减少企业所占用的资源和降低企业管理与营运成本为主要目标的生产方式, 即低成本、高效率、高质量地进行生产, 最大限度地使顾客满意。

随着市场竞争的日益激烈, 产品供大于求的现象越来越突出, 加之信息的进一步透明, 人才的不断流动, 技术的同质化倾向越来越明显, 企业很难再利用自己的专有技术赚取超额利润。所以, 更多的企业采取降低价格作为竞争的最重要的手段, 产品的价格成为各个商家竞争的焦点。

企业生产经营的目的是追求利润最大化, 而价格是由市场决定的, 要追求利润最大化必须最大限度地降低成本。制造业企业降低成本的关键点是降低生产成本, 要降低生产成本必须彻底消除生产过程中的各种浪费, 精益生产方式是提高生产效率并消除生产过程中各种浪费的有效手段, 所以运用精益生产思想是制造型企业降低生产成本、提高企业利润和增强企

业竞争力的理想选择。

在精益生产理论中, 将企业生产过程中的活动分为两类: 增值作业和不增值而浪费的作业。增值作业是指能为最终产品增加功能, 更好地满足客户需要的作业, 是企业生产经营所必需的; 不增值作业是不能给最终产品增加功能, 不能增加客户消费效用的作业, 从效率观点看也就是一种浪费, 彻底消除浪费是降低企业生产成本的有效方法。

精益生产理论概括企业中常见有七种浪费现象: 制造过剩的浪费、停工待料的浪费、过多搬运的浪费、加工本身的浪费、库存的浪费、动作的浪费、制造废次品的浪费。

在这些浪费现象中, 我们应该首先关注的是等待的浪费。精益思想认为非增值作业就是无形成本的增加, 出现等待原因有: 生产线上产品种类的切换、工序间不平衡、机器设备的故障造成等待, 缺料、生产计划安排不均衡使人机闲置等。这些等待时间将造成生产能力的浪费, 造成工人的工资、设备的空转等无形成本的增加。

其次是库存积压的浪费, 它会直接造成资金积压, 并会产生很多不必要的搬运, 并增加场地的占用、仓库管理费用等等。要减少库存, 各个部门应协同, 准确预测需求, 首先是销售订单预测的相对准确, 库存减少了, 流转资金就多了, 自然地资金成本也就降低了。因此, 精益生产在很大程度上要依靠管理, 沟通与协作。

产品质量问题则可以说是最大的浪费: 1. 次品返工、服务等相关工作使成本增加, 如工时、人力、工具、设备、管理费用等都会相应增加, 客户的服务成本也会加大; 2. 出现废次品后对废次品本身处理就是浪费, 当有退货时还需要额外的索赔及相应的费用支出, 同时公司还要承担消化不良库存的奖励成本; 3. 质量问题将导致信用等级的降低, 失去对客户的信誉就等于失去了市场, 对市场宣传的无形的成本也会加大!

从以上分析, 我们不难看出在企业中其实浪费随处可见, 不增加效益的活动比比皆是。说到成本控制, 很多人首先会想到应用新材料、技术创新、工艺改进、设备改造等等, 但大家可能忽视了一个非常重要的问题, 那就是如何通过充分挖潜并采取必要的手段降低生产成本? 这是企业降低成本的核心和关键点。

成本控制的基础在于从企业内部管理入手, 采用精益生产等各种科学管理方法, 提高内部劳动生产率, 通过提高劳动生产率来降低产品的单位成本, 通过全面质量管理降低次品率, 从而降低正品成本; 通过降低库存提高资金使用效率, 从而降低资金成本; 还可以通过整合资源配置、优化供应链等方法为成本控制提供新的途径。

所以说, 精益生产管理对成本控制的启迪是多方面的, 精益生产与成本管理相辅相成, 密不可分。

同时, 精益生产强调连续改善的管理思想, 它是指以消除浪费和改进提高的思想为依托, 对生产与管理中的问题, 采用由易到难的原则, 不断地改善、巩固、改善、提高的方法, 经过不懈的努力, 以求长期的积累, 获得显著效果, 也就是说, 精益生产管理只有无限地持续改进, 不断地变革创新, 才能成为企业成本控制的基本有效办法。

总而言之, 精益生产是一个永无止境的精益求精的过程, 它不是一条标语、一句口号, 也决不仅仅是公司的一场轰轰烈烈的运动, 它致力于改进生产流程和流程中的每一道工序, 尽最大可能消除价值链中一切不能增加价值的活动, 提高人员及资产利用率, 杜绝浪费, 按照顾客订单生产的同时也最大限度地降低库存……等等。现在, 我们引入这些管理理论, 优化我们的管理理念, 使其落到实处, 形成我们光缆人以及信息人潜移默化的一种习惯和工作方式。

我们从高毛利的时代一路走来, 粗放的管理方式已不能适应这个残酷的市场, 为在市场竞争中立于不败之地, 我们一直在企业管理的各个方面进行不断的革新, 我们跟自己比, 跟过去比, 我们更应该和同行比, 跟标杆企业比, 差距虽然可怕, 但可喜的是我们已感觉到这个差距, 并努力缩短这个差距, 最终超越这个差距。

我们努力着、也期待着……



小梅沙“服务质量月” 活动成效斐然

小梅沙旅游中心人力资源部

7月至9月，小梅沙开展了“服务质量月”活动，活动内容多、任务重，但务实、有效、有针对性，解决了公司许多沉积多年的顽疾，消除了安全隐患，改善了景区环境，使员工的服务观念和服务意识得到提高，增强了企业竞争力，中心的面貌和服务工作氛围大为改观，基本达到了以服务赢取信誉，以信誉赢取效益的目的，取得良好的成效。

首先是领导重视，精心策划，周密组织。活动前，中心召开员工动员大会，拉开活动的序幕，吕航总经理亲自对活动作动员并提出工作要求，要求全体员工要象对待完成经营任务指标一样重视活动的开展，并且确立活动的责任人，研究制定印发《特发小梅沙旅游中心“服务质量月”活动方案》，提出了“管理上水平、服务创优质、环境争一流”的活动主题；拟订了活动的详细工作内容，明确各部门、单位一把手为本部门、单位开展“服务质量月”的主要责任人，负责做好本部门、单位员工的宣传动员和活动实施，并奖惩分明，对在“服务质量月”活动中表现出色的部门和员工给予奖励，对活动期间出现被顾客重大投诉的部门、单位和员工，不仅给予通报批评，而且

取消年终评比先进单位和先进个人的资格，严重的给予降职降薪处理；属中层以上人员的与其下半年的职务续聘挂钩。由于有领导，有目标，有组织，有监督，有奖惩，有内容，责任到位到岗到人，保证了“服务质量月”活动保质保量顺利进行。

其次是目标明确，结合实际，科学分段实施。为使该活动稳步推进，扎实有效，从活动开始、中段，直至尾声，都做了严密部署，共分6个阶段实施。第一阶段为动员宣传阶段，要求把活动意义、内容、要求传达到每个员工；第二阶段由部门或单位组成两人以上的质检员，对本部门及员工每天在本职岗位上存在的问题进行自查自纠，并由质检员记录备查；为了使活动不走过场，安排第三阶段为各部门或单位相互交叉检查，这既是对上一阶段工作的督促，同时又能够从不同的角度发现问题；第四阶段为各部门、单位对自查或交叉检查中发现的问题实施整改落实阶段；第五阶段为中心对各部门、单位整改措施进行复查，通过反复检查，使服务月活动环环紧扣，密而不漏；最后活动结束后由中心对活动作总结考评。在实际的开展过程中，中心主要领导始终给予高度关注，适时给予指示和要求，

从而使活动开展得更为全面充实。

三是有的放矢，针对性强。活动开展以来，各部门、单位对此次活动的意义能够深刻领会，认真贯彻执行。期间，各部门、单位分别召开了员工座谈会，部门主管以上领导带头查找问题，按照本部门、单位工作职责、业务特点和服务对象，总结检查在服务意识、服务技巧、服务水平等方面的不足和存在的问题，并制订出相应的整改和提高措施。此外，各部门、单位的质检员认真负责，每天对员工的工作质量和服务态度、游客投诉等情况进行检查作详细记录，再由部门或单位负责人出面指出员工工作中存在的服务质量问题，帮助员工找出解决问题的办法。在交叉检查中积极查找对口部门在服务质量、仪容仪表、设施设备、规章制度建设、环境卫生、安全隐患、工作场所、广告标示等方面存在的问题，并将检查记录以书面的形式告知对口检查部门。据统计，各部门和单位自查及交叉检查出的问题共计254项。整改过后，还对整改情况进行检查验收，给予考评。目前有146项存在的问题已整改完毕，剩余问题也在按计划进行整改。

编者按：诗人、作家冯景元先生《说“玩”》一文，感悟人生颇为深刻，读后受益匪浅，现摘编如下，以飨读者。

说“玩”

玩，随心、快乐。人不能无玩。

马三立说了一辈子相声，高龄走后，给世人留下三个字“逗你玩”。无独有偶，陈省身走后，也留下同样有意思的话：“好玩”。他是当有人告诉他天上有一颗小行星用他名字命名时说的。他说，有意思，好玩。而且紧跟着又解释了一句：好玩就是不怎么要紧。

一个在世时被称为中国相声界的泰斗，一个在世时是世界级的数学大师，两个在各自业界独领风骚的人物，在给人们留下不同的精华的同时，也给人们留下一种同样的心态：活着，有些事情，别太当真，要当玩。

人经过世事以后品玩，和人之初不谙世事的嗜玩，和一生活着什么正经事都不会做，就光是玩，是不一样的。

玩是走过一生后，流过血，流过泪，有过名，有过利，经历过沧桑、荣辱、起落、沉浮，而后进入的一种境界，一种诠释，一种了知，抑或也是一种彻、悟、觉；是老了之后，看世界，看世事，南南北北、东东西西、生生死死、起起落落，什么全明白了之后，悟出的一个字。

谈艺论学到一定程度，有一种物我一体，随机而发，一切如花，花如一切的感受，这也是玩。常写文字的画家黄永玉和偶写文字的韩美林都说过同样的话：好玩。一个讲画画好玩，一个说写文字好玩。其实他们为文画画、画画为文都非常上心，黄永玉叼着烟斗这转

那邈地要构思很久，韩美林婚姻都为之变故，但是他们不说是费心，说是玩，讲的是度，讲的是别太着意。对于创作来说，叫做缘性作为，随机而发。许多事情用心太过则无，艺术趣觉更是源于天发。

好像鲁迅也说过类似的话，《两地书·致许广平（1925年3月11日）》文中就有：“中国的老法子是‘骄傲’和‘玩世不恭’，我觉得我自己就有这毛病。”

鲁迅不避讳玩，鲁迅的许多文章中都讲到这个玩字。

玩是初界，也是大界。因玩废了业的大有人在，那是荒时、荒岁、荒业、荒人的结果。因玩而成了业的人也大有人在，那是尽心、尽情、尽趣、尽兴之余发。

围棋界有个叫王元的人，经常讲棋。他的棋，在中国下得不是最好，但棋讲得清楚、入道，很有意思，常常在谈论一个边角或者腹地的厮杀后，合起手说一句“挺好玩”。开始以为这是黑白世界下棋遗兴之词，即使输赢奖金上下几万元，也是玩，后来我才想到这是棋界一句偈语。其实，王元这个名字的组合就是玩。一边是王，一边是元，玩，是人生得温饱后，步入无欲的最高境界，最高的原态。

谁得其真谛谁快乐。

只是玩什么都可以，不要玩人。把玩和人弄在一起，是很可怕的。古话说，逢人不说人间事，便是人间无事人。玩人的人，最终不但自己也要被人玩，而且还会被自己玩。



诗 两 首

程华菊/小梅沙旅游中心

梅沙· 马 峦

化着一只燕子
栖落梅沙古巷
歌唱马峦山上一弯青筱
一朵山茶
杜鹃盛开如画
叠翠湖边嘉木芬芳

化着一痕水波
倾慕马峦的云朵
乘着海浪追逐星光
深情地
将梅沙的梦乡拍打

化着一颗树
站立在你必经的路旁
当马峦的风吹向你怀中
希望你爱上梅沙
潮落潮涨
希望那些幸福啊
不是虚无
轻撞你的胸口

秋天印象

秋天，明眸流转
经过城市 and 山峦
秋风吹过，只有些微呼吸
对于从北而南来的故事，沉默不语

候鸟的羽翼划过南方的水波，是乡愁是离绪
如点点水珠溅落，在心底激起袅袅回音
候鸟它飞得那么高啊，候鸟它落得却又那么近
仿佛当年年少的我，站在薄雾弥漫的山坡
从不寂寞
而当青春已逝
如蚌般磨练的爱情，却以一颗光彩夺目的珍珠
让灵魂陷入孤独

秋风它短暂停留，似水抚过我手背
血液的温度悄然上升
蝴蝶安息在大地怀中，美丽的翅膀断裂飘零
那些或深或浅的哀愁，连同它们鲜艳的颜色
被岁月搁置着
直到花开的春天，溶化在甘露里

而我，以人生的四季，在异乡的土地长出枝丫
张望着成长，犹自坚强

我与光缆共成长

院献娜/特发信息光缆分公司

2005年8月，我踏上工作岗位，成为了深圳特发信息光缆分公司的一员。回顾两年来在公司的成长历程，我发现，自己已与特发光缆紧紧联系在一起了。这里明晰的管理、热情投入的工作氛围、不断进取追求卓越的精神，时刻激励着我，我明白，特发光缆的荣辱与我休戚相关。

初出校门，一切还很陌生，内心的期待、惶恐、担忧和犹豫还来不及平静下来，我们就投入了紧张的实习生活。

公司为新员工制定的培训计划完整而系统。在学习了为期一周的安全及光缆基础理论知识讲座之后，我们走上生产线，了解了从材料进厂检验到各种型号光缆出厂检测的整个生产及检验流程的全过程。根据各道工序生产工艺难易的不同，实习时间也从三周到五周不等。同时推行了导师制。不仅每位新员工都安排有自己的导师跟踪指导并定期对实习进程进行管理、对实习内容进行考核评比，而且每周导师会根据我们的实习内容给我们每人一道课题，由导师针对我们上交的实习周总结以及周课题进行讲评。此外，更值得一提的是我们的班后会，这是公司实行“6S管理”后的新举措——每天实习结束后我们便在会议室对当天的实习所得进行总结演说并对不解的问题提出疑问，负责班会后的导师会及时讲评并答疑。

公司2005年8月引进“6S管理”，并聘请专家亲临公司指导，由领导带头，公司上下掀起了一股学习“6S”的热潮，成效显著，不但调

动了员工主动解决问题的积极性，更使员工的主人翁意识日益增强。大家转变思路，从以往“出了问题”——“上报问题”——“等待领导层解决问题”转变成“主动找问题”——“自主解决问题”——“预防新问题”。这在每月的改善事例发表会上表现尤为明显，以往活跃在公司会议讲台上的公司领导层变成了听众，工人师傅们则一跃成为讲台的主角，大家集思广益，共同探讨。

走上销售工作岗位后，我对公司的管理培训有了新的认识。初步接触了北京电力、华北电力和国家电网的部分客户，通过与之沟通，我深深地体会到技术基础对于一个销售人员的重要性，也更深刻地理解了公司领导层的一番良苦用心。

技术知识对于销售人员的确重要，就如同正在表演空中走钢丝的杂技人员为保持平衡而张开的双臂，没有了它，那么表演成功的几率可能就小了很多。北京电力一位客户曾问我，“小院你是兼做技术支持的吗？”我想这便是对我们前期培训成效的最好的褒奖！

我想，只有真正地参与到公司每一步的成长与发展中，才能具备一名特发光缆人应该具备的认真、顽强和坚持的精神。过硬的产品质

量是公司长远发展的生存之本，完善的售后服务是公司立于不败之地的重要保障。尤其是光缆这种一次性投资较大，竞争相对较透明的行业，不仅业务员与客户的关系维护相当重要，同行的口碑对企业的发展也有着极大的影响。此外细节不容忽视，即便公司仅仅一次督导执行得不利，都会被客户心中留下不好的印象，也许会波及下一次、甚至几次的投标！

光通信未来的发展之路还很长，或坦荡或坎坷，我已经收拾好行囊，整装待发，与公司一道风雨兼程，迎接雨后绚丽的彩虹！



从北的“家”到南的“家” ——与吉光走过的日子

庞春扬/特发信息吉光分公司

2006年大学毕业的我怀揣着梦想与好奇来到深圳。在南中国的这个沿海城市，改革开放总设计师邓小平划了一个圈的地方开始了自己一个人的生活。深圳对我来说既是新鲜又是陌生的。新鲜的是我第一次来深圳，感受着祖国改革开放最前沿的激情；陌生的是刚刚离开家又是一个人的我，在这里举目无亲。

找好住的地方，我就开始了在人才市场的奔波。人来人往好不热闹。不知是上帝眷顾我，还是我是个幸运的人，在还没有实际体会到深圳的紧张与压力的情况下就拉开了我人生的新篇章——俺开始工作啦，嘿嘿！

工作是在深圳南山区的科技园。公司的名字很不错——我想是取吉祥如意之意吧——叫做吉光。面对这全新天地，我愈发显得懵懂无知，没有了头绪，可怜我连自己所在部门的工作性质和范围都不晓得就要进入角色。一切都要从零开始，部门主任对我这个新员工关爱有加，起初阶段只交给我一些简单的工作，而且把工作步骤都一一交代清楚了。于是，我就在点滴的学习与积累当中慢慢地适应了工作。

还好，没有出什么大的漏子。

来公司18天后，就迎来了吉光公司的厂庆，我们部门作为公司行政部门要担当起组织、策划工作，而我的第一次考验也随之而来。要组织好公司两百多名员工的出行及聚餐工作，这对我还真是个难题。当旅游车在海洋世界停车场停下时，看着那么多人聚集在那里，我有点不知所措，在同事提醒下我想起挂在身上的口哨，但不好意思吹，我就扯开嗓子大声地叫喊着。我可是在“歇斯底里”，别管声色如何，效果还是有的。

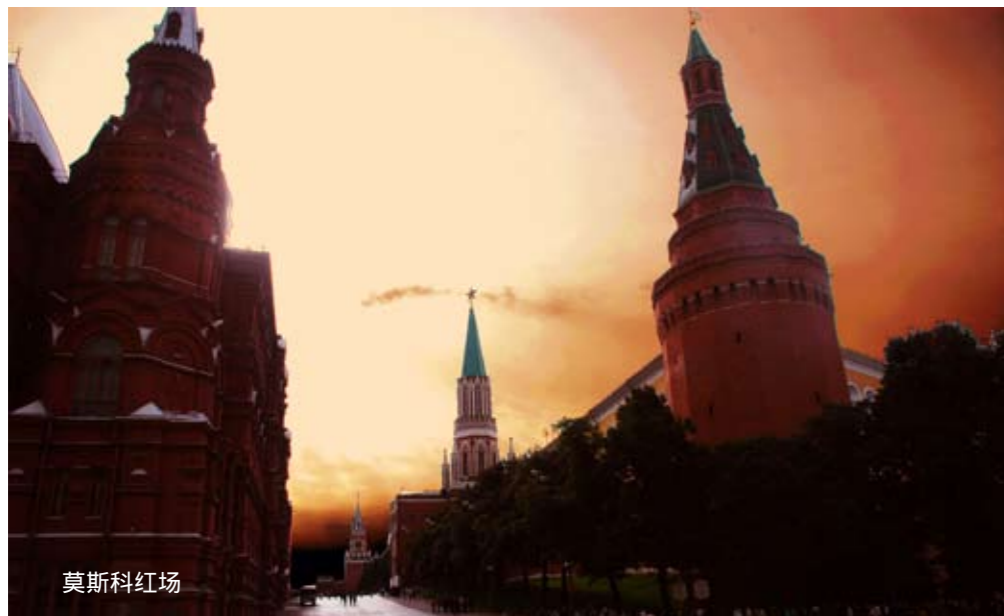
大队人马浩浩荡荡地进入海洋世界，第一关总算安全通过。尽兴地玩吧，大学的感觉又一次找到了，结果差不多同事都走光了，我还在海洋世界里留恋忘返呢。组织者没扮演好，旅游者的角色倒很投入，呵呵。追追赶赶到小梅沙，希望我是亡羊补牢犹未为晚。幸好这海的魅力挺大，大家无需组织就各自粉墨登场，我总算有了喘息的机会。接下来就在一系列活动中磕磕绊绊地走过。第一次的集体活动就这样在我这个家伙的生手中“草草收场”。

工作需要严谨，相对大学里的

生活来说总是少了些轻松自在，作为新手的我就要付出更多的精力，而且我这个北方人的性格说好听了是不拘小节，说不好听了就是粗枝大叶做事不认真。如，经手的文件偶尔在领导问起时才发现不知道放到那里了。幸好，领导的耐心与宽容是我最常得到的“批评礼物”。

不知不觉中与吉光共同度过了2006年，我大学的影子也渐渐渐远了。回首2006年，我没有感觉到从大学到社会，或者说从学生转变为职业人、社会人的强烈冲突、不适。吉光给予了我很多的关怀，从领导到同事，点滴中渗透出吉光公司特有的人文关怀。吉光见证了我的成长，吉光也是我工作的起点，在这里我开始了一只蝉蛹的蜕变。

离开生活了二十多年的东北的家，来到千里之外的深圳，等待我的是一扇已经开启的家门——吉光，从哈尔滨的家走进了深圳的家，吉光的温馨温暖着我。希望这道吉祥之光可以一直笼罩着她身边的每一个人。



走进俄罗斯

欣文/市出版业协会秘书长 图文

记得大型歌舞史诗剧《东方红》有一句台词是这样的：“十月革命的一声炮响，给中国送来了马克思列宁主义……”

对于前苏联，对于俄罗斯，我们这一代人有着挥之不去的情结。这情结来自于《列宁在1917》、《钢铁是怎样炼成的》、《莫斯科郊外的晚上》。革命理想主义和浪漫主义曾影响着我们的半辈人生。

红色的苏维埃政权曾是中国人民的指路明灯，莫斯科是红色革命的首都，全世界无产者神往的地方。随着岁月时空的转换，苏联出了修正主义，国际共产主义运动遇到前所未有的挑战，中国人民怎么办？……历史总是在不可预测中翻云覆雨的。

一、漫步红场

2007年9月9日，俄罗斯的秋天，当我们以文化之旅的理由踏上已经解体了多年的前苏联首都莫斯科的时候，那一刻心里最清楚，我们不是为朝圣而来，曾经的社会主义偶像帝国已经永远的逝去了，只留下历史天空下红

色的追忆和跨越万里释怀的情结。

漫步红场，瞻仰列宁，站在无名烈士墓前，凝望着昼夜不灭的火炬，你会有太多的遐思和疑问。十月革命为什么首先是在俄国成功？苏联为什么解体？俄罗斯现实奉行的什么主义？这些简单又复杂，复杂又简单的问题，由谁来回答？列宁同志永远地睡着了，斯大林、赫鲁晓夫、勃列尔涅夫已成为无言的雕塑。解体了苏维埃政权的叶利钦也走进了公墓，只有戈尔巴乔夫创造新思维的人还活着。是山姆大叔搞垮了苏维埃联邦，还是苏联人自己抛弃了苏联，只有历史来作出回答。

二、崇尚英雄的民族

苏联解体后，俄罗斯在叶利钦的主导下彻底抛弃了社会主义。然而对前苏联的缔造者和领导人，叶利钦和俄罗斯人并没有全盘否定，列宁墓还保留着，斯大林等人的墓碑还树立在红场。在俄罗斯人心中，列宁和斯大林被视为与彼得大帝一样的民族英雄。列宁缔造了苏维埃政权，建立了人类历史上第一个社会主义联邦制国家，斯大林尽管专制，但他在二战期间建立的反法西斯功勋

是不可磨灭的。

三、今日俄罗斯

今日俄罗斯与前苏联不可同日而语，但俄罗斯横跨欧亚大陆，幅员辽阔，资源丰富，是当今世界第一大石油和天然气输出国。普京总统上台以后，在对内对外政策上赢得了民心，使俄罗斯基本走出经济困境，整个国力在自信地恢复之中。但部分俄罗斯人的惰性和颓废，使其国家离世界强国还有很大的

距离。俄罗斯并不富裕，但整个国民还是实行高福利待遇，教育、医疗、养老基本无忧，许多俄罗斯人今日有酒今日醉。男人酗酒、女人抽烟，整个国家缺乏蓬勃向上的生机，朝十晚五的工作时间，使俄罗斯单位办事效率很低。与之相比，中国老百姓真算得上勤劳勤俭，奋发图强，与时俱进。一个民族的兴衰强盛，是由英雄创造？还是由人民创造？





编者按：深圳市出版业协会企业报刊专业委员会曾组织80余名企业报刊的编辑、记者前往特发集团的旅游景点海洋世界参观、访问。参观完毕，组织者要求每人写一篇散文发表；既去之，则写之，有来无往非礼也。本文即是其中的一篇“作业”，既写实，又虚构，可能还有想象……

什么在海洋深处？

黄显达/深圳旅游集团董事 野生动物园副总经理

我知道，我不过是以这种寂寞而笨拙的方式努力与这个世界维系着。——题记

一

海洋的世界在呼唤了。那一天，深圳企业报刊协会的80余名同仁欣然应邀前往特发小梅沙旅游中心海洋世界参观。一想起“偷得浮生半日闲”，还有专车接送去这深圳唯一的海洋文化主题公园观光，我们每个人的心就像被海风轻轻地撩拨着一样，轻松而又惬意。

海洋世界占地18.5万平方米，大体分为六部分，即海洋广场、海洋博览、幻想海洋、海底奇观、海洋剧场和海神花园，其中还有两个小湖和一些雕塑。

印象中，海洋博览馆里陈列着千奇百怪的贝壳，幻想海洋里有声、光、电布控的包括“渔夫和金鱼的故事”、“哪咤闹海”和“鲁滨逊漂流记”等十三个海洋传说；海洋剧场等场地则滚动上演着海兽表演、魔术杂技、菲律宾乐队表演、水上芭蕾、泳装《海之花》以及大型歌舞晚会《多彩的海洋》……（——作者参观时海洋世界的节目表演，现有变动。编者注。）

最留我徜徉的是那海底奇观，走在海底隧道，犹如走在传说中的水晶宫：身旁有狮子鱼、鹦鹉鱼、蝴蝶鱼、燕鱼、海龙、海马、海龟、鲨鱼等数百种见所未见的海洋公民在悠闲游弋；最让我心动的是在这海底隧道，我仿佛走在大洋洋底，隐隐看见海洋深处有一些残垣断壁，更幽深的地方还有一艘古老的沉船，让我一下就想起了八十多年前乘坐泰坦尼克号的露丝，还有沉睡海底的杰克……

谁在海洋深处，是杰克和他的伙伴们吗？

二

既然写7月20日的日记，我想至少有两人可以提及。一是《人民日报》珠三角××方面的负责人吴雯，我不见她一年有余，不曾想在海洋世界的“内湖”边见到了。原来她已经下“海”，在海洋世界承揽了水上自行车的经营权，改做“水上生意”了。另一位是穿白衫着蓝色裙子的女孩，隐隐约约在80人的参观队伍中晃过几眼。印象中她好象一边游览一边用手机与熟人联络。待大家看完夜晚的演出，在小梅沙酒店小坐等车的时候，我与她相距不远，本想打个招呼，但一直没有如愿。

客车来了，我们作鸟兽散，对刚刚坐过的地方说不上是逃离还是流连。当我与同行的尹

主编在鹿鸣花园告别之际，问他在小梅沙酒店大堂坐在他左边的第二个人是谁时，他却一脸茫然，“左边第一个都记不住了，别说是第二个；也许是谁的亲戚谁的朋友吧”。

有一个声音在幽深的地方缓缓地，说：“既相逢何相识！”

三

一晃51天过去了。今夜从富临酒店归来，关上房门，未曾开灯，桌前思忖：虽然周五的法制报会有一个消息，虽然周六的特区报会有《人在旅途》发表，虽然周日的晚报会有《殷海洋》刊出，虽然周一的特区报会有获奖名次公布，但这些不能再给我带来快乐和欢颜。我知道，我不过是以这种寂寞而笨拙的方式努力与这个世界维系着。倒是脑海中闪过的“殷海洋”几个字将我再一次地带回7月20日有关“海洋”的记忆。

如果说海洋世界之旅给我带来了零星的幻想，不如说它带给了我更多的是莫名的迷茫。原来人海中的人儿与海洋中的鱼儿那么相像，随波逐流，游踪不详！

露丝说，女人的心像大海，那么什么是在女人心海的深处呢？有人讲，女人心海底针，那么此针是不是齐天大圣打捞起的那颗定海神针，不仅可以收放自如或波涛汹涌或风平浪静波澜不惊？

海洋世界说“爱在蓝色海洋深处”，但那是谁的爱呢？是海洋世界对海洋公民的爱吗？抑或是深海里鱼和鱼之间的爱情？

三亚红珊瑚潜水俱乐部在这个夏天三次“呼唤”我南下潜水。其实，真正促使我准备成行的正是这次从海洋世界归来的路上。“世之奇瑰瑰怪非常之观，常在于险远”（欧阳修语）。我越来越希望从天涯海角处入水，看一看那海洋的深处，究竟有些什么？

呜呼，我的海洋世界，我的“神奇畅快”的蓝色之旅呵……

集团总部组织迎“十一”爬山活动



9月27日下午，为迎接国庆，集团总部机关工会举办了总部全体员工爬山比赛活动。比赛地点设在马峦山小梅沙一侧，山色优美，幽静清新，全长约40分钟路程。总部员工分3组进行比赛，集团刘爱群董事长、施长跃总经理等领导也划分到各组，比赛成绩以小组平均成绩计算，以鼓励员工在比赛时相互帮助，共同取得好成绩。

随着发令枪响，比赛正式开始，参赛人员沿着茂林修竹、梅沙水库、清溪怪石一路你追我赶，在山野间的清新与自然中尽情奔跑。经过一番较量，尽管多数参赛人员已经气喘吁吁，汗流浹背，但均凭借毅力到达预定目的地。大家坐在溪石上，听流水潺潺，看绿树婆娑，闻花香淡淡，登山的疲劳也在一点点消融。下山时少了紧张激烈，多了悠闲放松，员工们相互帮助，牵手前行，欢声笑语荡漾山间。

此次比赛十分注重环保，参赛人员上山下山，除留下脚印外，没有制造一片垃圾。有心的员工还手拿垃圾袋，将沿途的垃圾收入袋中，带到山下，为保护好美丽的马峦山尽自己绵薄之力。

(集团人力资源部 富春龙)

提供了崭新的设计思路 and 理念。同时，与会专家对在110KV以上线路中采用OPGW作为地线，将光纤复合在导线中的OPPC通信方式表示了极大的兴趣，引起了电力行业的广泛关注。

(特发信息 苏海芳)

特发信息研制成功576芯层绞带缆



图为技术人员正在进行研究探讨

今年9月，特发信息光缆分公司成功研制完成了576芯层绞带缆，并提供GYDTS-576G.652D长7.65公里和GYDTA-576G.652D长0.8公里给昆明电信使用。

公司松套层绞式带缆原来最大芯数为420芯。针对光通信市场上光缆芯数的日益增大和光缆成本要求日益下降的双重压力，在保证光缆性能的前提下，2006年，公司组织力量对松套结构带缆进行了全面的结构优化，使层绞带缆的最大芯数从原来的420芯，提高到了576芯。

(特发信息光缆分公司 张伟民)

OPPC新技术研讨会在南昌隆重举行，特发信息和石家庄华能电气共同研发的中国第一条35千伏OPPC光缆线路成功投运引起广泛关注



近日，光纤复合相线(OPPC)新技术研讨会在江西南昌隆重召开。来自全国电力行业设计、通信、线路、工程施工和研发生产企业的专家汇集南昌，就光纤复合相线这一新技术展开深入的技术交流，并到宜春现场观摩特发信息和石家庄开发区华能电气共同研发的已成功投运的中国第一条35千伏OPPC光缆线路。

9月8日在江西宜春成功投运35千伏OPPC光缆线路是中国的第二条OPPC线路，是两家公司继2005年11月共同研发的中国第一条10千伏OPPC线路在深圳老虎坑电厂挂网运行后的又一成功案例，为我国电力通信的“五个一”工程作出了突出贡献。

通过此次技术交流、现场观摩和讨论，与会专家对OPPC产品充满信心，并一致认为，这一产品将开启中国电力信息化新一轮的技术革新，为110KV以下的农网、城网光通信工程

小梅沙员工到东部华侨城景区参观学习



送走7、8月份暑期旺季，进入9月经营淡季后，小梅沙旅游中心把工作重点放到对员工的业务培训和服务质量的提高工作上。为了学习同行的先进管理和服务经验，增长员工的见识，同时舒缓员工在旺季工作的辛劳，增添中秋、国庆双节节庆的气氛，9月17至21日，中心专门拿出7万多元的费用组织全公司290多名员工分批前往新开业的东部华侨城景区参观学习。东部华侨城将在9月28日正式营业，目前是试业阶段，尽管如此，但华侨城是目前国内最著名的旅游景区品牌，东部华侨城是其最新力作，其景区的立意，景点的设计，演出的高水平，以及所运用的科技手段和建筑施工的细腻，员工细致而周到的服务无不体现了标杆企业的风范。公司员工在观赏中大开眼界，同时深受启发。参观回来后，员工们比较差距，对照本职工作提出了很多改进建议，中层以上管理人员还结合小梅沙二次开发课题向公司提交了颇有见地的书面学习体会。

(小梅沙旅游中心 组织人事部)



小梅沙旅游中心十一黄金周经营取得好成绩

十一黄金周，虽受台风“利马奇”影响，小梅沙旅游中心经营仍取得好成绩：其中，海洋世界七天接待游客5.16万人次，同比增长14.93%，实现经营收入393万元，同比增长12.28%，高于深圳景区平均增幅，创下开业9年来国庆黄金周历史新高；小梅沙大酒店开房数763间，同比增长14.56%，实现经营收入42.92万元，同比增长13.68%。

黄金周期间，小梅沙各旅游单位游客秩序井然，没有发生一起安全事故，没有一起游客有效投诉，据调查，游客满意度高达99%。

（小梅沙旅游中心 陈男）

特发物业管理公司举办《物权法》及《物业管理条例》专题讲座



9月28日，特发物业管理公司聘请柏泰培训中心为公司员工在华为坂田科研中心举行了《物权法》及《物业管理条例》专题讲座。讲座由公司党支部书记袁洪章主持；公司总经理朱振声作了动员讲话；公司副总经理郭晓东、刘卫平，各部室、服务中心负责人及员工共77人参加了讲座。

讲座由程庆红老师主讲，对10月1日起正式实施的《物权法》及国务院根据《物权法》新修改的《物业管理条例》中与物管行业相关的一些法律概念、条文、新规定作了详细生动、深入浅出的讲解。其中，对法律上的“物”、“物”的所有权、建筑物区分所有权、业主专有权共有权等许多法律概念和由此衍生出的一系列法律问题的讲解尤其精彩深刻。公司举行的这次专题讲座适逢我国《物权法》及深圳市新修改后的《物业管理条例》即将正式实施，对公司员工及时了解行业法律法规变动、转变服务观念起到了非常积极的作用。

（特发物业管理公司 朱坚胜）