

特发

2007年4月号/总第86期 2007年4月28日出版

编委会

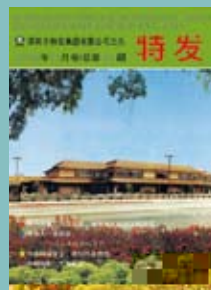
主任：刘爱群
副主任：施长跃
编委：张西甫 张建民 林婵波 刘崇 苏莉
主编：林婵波
副主编：刘卫平
责任编辑：瞿湘 陈宝杰 张正治

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年度特发集团先进企业
——深圳市特发小梅沙旅游中心
员工合影



集团赴广西贺州市开展商务考察活动

林焰

学习华为，建立以市场理念为核心的特发企业文化
感悟学习的真谛，构建学习型企业

施长跃
张正治

胸中有信行自坚

张建民

零距离学习华为

郭晓东

特力与华为的差距

郭东日

小梅沙海洋世界打造“核心竞争力”，以特色化、差异化谋发展
改变观念，与时俱进，迎接挑战

陈男 赵刚贵

特发光缆成功开发世界首条12芯光纤带骨架式光缆
特发信息自主开发SST生产设备项目正式启动

特力企业文化领导小组
陈焕新
特发信息光缆分公司

中国式管理的和谐基因

从高球中打造深邃思维

父母的牵挂
春雪

苏海芳
袁小鹏

春天作伴好读书
端午节随想

黄胜鹏
王清铭

集团开展以“市属国企手挽手，关爱帮扶心连心”为主题的第四届关爱行动
暨帮扶困难职工个人捐助活动

中国移动深圳罗湖分公司和集团举办客户信息化产品交流会

特发信息广西吉光厂房奠基

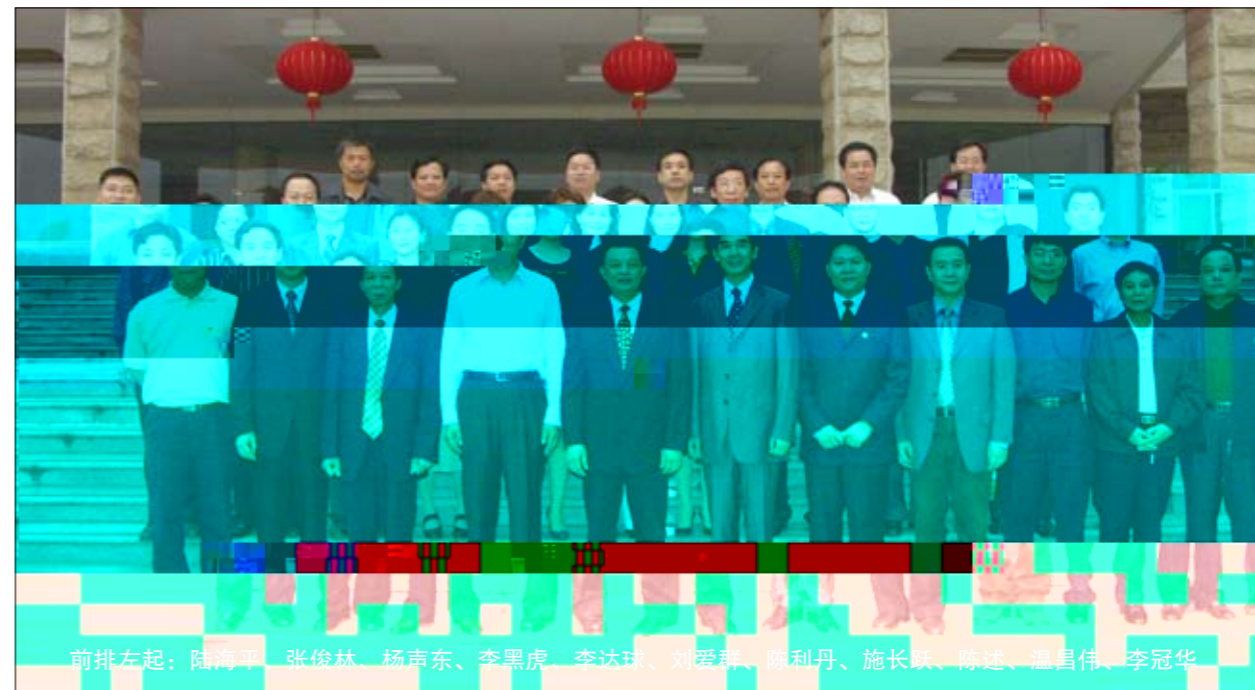
特发信息吉光分公司中高压焊片铝电解电容器中标海信2007年度集采

特发信息学习华为企业文化活动拉开序幕

特力集团参加市首届行业协会运动会取得好成绩

海洋世界被盐田公安分局授予涉外联络先进单位

特发物业公司召开保安员表彰大会，慰问公司特困员工



前排左起：陆海平、张俊林、杨声东、李黑虎、李达球、刘爱群、陈利丹、施长跃、陈述、温昌伟、李冠华

林焰/特发信息

贺州，这个钟灵毓秀的美丽城市，敞开广博的胸怀、温暖的双臂盛情地拥抱着来自深圳的特发人——3月30日至4月1日，特发集团董事长刘爱群、总经理施长跃率集团相关职能部门及所属旅游、地产企业负责人一行十余人的考察组，赴广西贺州市开展商务考察活动。

出席广西吉光公司厂房奠基仪式

此次考察行程从集团控股的深圳市特发信息股份有限公司与广西桂东电子股份有限公司合资的广西吉光公司的厂房奠基仪式开始。

3月30日上午9:00，在贺州八步区的广西吉光厂房工地现场，举行广西吉光公司的厂房奠基庆典仪式。刘爱群董事长率考察组成员出席了庆典仪式。原深圳市国资办主任、特发信息独立董事李黑虎、特发信息董事长张俊林，总经理王宝，副总经理刘阳，特发信息的合作伙伴、广西桂东电力股份公司董事长温昌伟及桂东电力的其他相关领导也参加了庆典仪式。

按照广西贺州市“五业并举、工业优先”的产业

战略，作为贺州市政府建设未来的电子工业园的重要项目，广西吉光的铝电解电容项目受到了地方政府的高度关注。庆典仪式由贺州市政府秘书长冼定同主持。贺州市委书记李达球率市区两级各职能部门负责人及金融机构负责人到现场祝贺。

首先，特发信息董事长张俊林致欢迎词。他简要回顾了广西吉光合资成功的历程，认为广西吉光的成立，是合作伙伴之间对铝电解电容器产业、对电子箔产业寻求实质性突破的一次产业链的战略性联盟行动。走低成本扩张之路是合资企业设立的初衷，但看好贺州市良好发展潜力则是将合资企业设在贺州的根本因素。张俊林表示，将与贺州人民携手把广西吉光打造成行业内的优秀企业，将贺州打造成国内铝电解电容器产业重要的研制基地之一。

接着，刘爱群董事长代表特发集团在仪式中讲话。他说，今日是广西吉光公司真正扎根安家贺州的好日子，为此感到由衷的高兴，并代表集团董事会、经营班

2005年10月，刘爱群董事长调任后，领导新班子十分重视企业文化建设，经过一年多的努力，积极、健康、向上、和谐的企业文化正在特发生成。在2月13日召开的特发集团2006年度总结表彰大会暨三届二次职代会上，集团领导班子又向全体干部员工提出了“坚持高标准，不断提升特发企业文化，建立以市场理念为核心的特发企业文化”的要求。要实现这个要求，除了立足自我继续努力外，向外部先进企业学习也非常重要。时任平遥市长在3月2日召开的市国资国企工作会议上，号召所属企业学习华为的企业文化。华为的企业文化，是以市场为根本法则、适应现代市场经济特征和要求的先进企业文化，学习华为，对我集团的企业文化建设，具有十分重要的借鉴意义和促进作用。

一、学习华为，把企业文化建设作为一项长期的战略任务来抓，带头学习和实践，培养员工企业共同价值观和荣辱观

企业文化是企业经营管理的指导思想和原则，是企业的精神和价值观，它渗透和融合到企业战略、人才、制度、规范、生产、营销、产品、品牌、公关宣传、形象设计等各个方面，并以此为载体加以体现，包含了企业精神理念、企业

行为规范和企业形象三个层面的内容。企业文化建设则是企业经营者将其经营思想、理念通过对企业人员及企业运作的管理、规范形成一种全体员工共同遵守的企业价值观念、行为准则，达到企业经营发展目标的过程。没有企业文化和企业文化建设的企业是不可能生存和发展下去的。要搞好企业的经营管理，必须高度重视，长期坚持抓好的企业文化建设。

华为从1987年创业，只有几十个人管理一家香港公司的HAX交换机业务，到现在发展成为拥有35000名员工，具有自主核心技术体系，为全球超过100个国家的10亿用户提供产品和服务的中国IT界的标杆企业，其中一个重要的制胜法宝就是华为坚持不懈的企业文化建设。华为十分重视企业文化建设和员工企业共同价值观的培养。作为“狼性文化”制定者的华为总裁任正非，20年来，一直坚持在华为倡导和推行其“狼性文化”，不断向员工灌输强烈的“危机意识”和“生存意识”，灌输“活下去，永远是企业的硬道理”、“天道酬勤”这样的理念。华为的“狼性文化”就是奋斗文化，就是进取文化。正是这种企业文化和共同价值观把华为的全体员工粘合在一起，走群体奋斗、拼搏进取的道路，才使华为在激烈的市场竞争中脱颖而出，不断成长和壮大，成为今天享誉世界、拥有自主核心技术体系的通讯领域高科技企业，与国际著名企业一样，成为众多名牌大学学子择业的首选企业之一。

我们学习华为，加强企业文化建设，首先就必须象华为那样，把企业文化建设作为企业一项长期的战略任务来抓；尤其是我们领导班子和高层管理人员，要充分认识到企业文化建设的重要性，自始至终把企业文化建设和员工企业共同价值观、荣辱观的培养作为企业的一件头等大事来做，并以此来统领企业的经营管理，通过企业文化建设来培养员工对企业的忠诚和使命感，凝聚员工团结奋斗，使企业文化成为支撑特发持续发展的不竭动力。

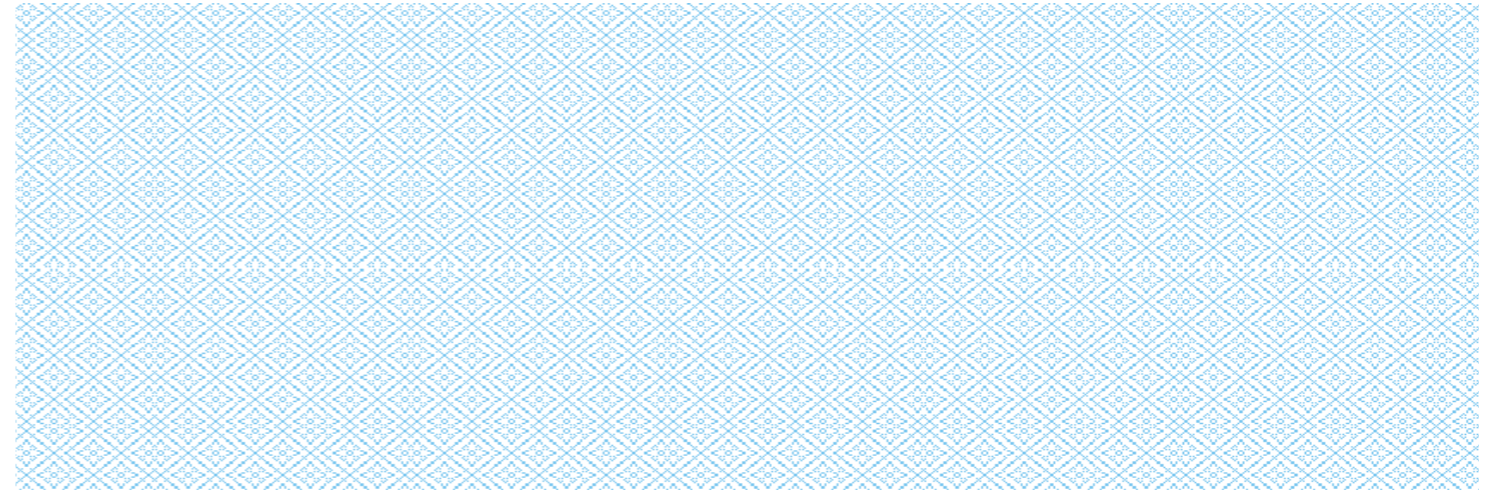
二、学习华为，与时俱进，不断革新，不断提高企业文化建设的起点和标准，使企业文化不断得到提升，保持先进

先进的企业一定有先进的企业文化，先进的企业文化是企业保持先进的前提和必要条件，但先进性并非企业文化的固有特征，因为企业文化的形成是一个长期的过程，是企业发展历史长期积淀的产物，企业文化一旦形成，成为企业共同价值观念和行为规范，就会在一个时期相对稳固，牢固地控制着企业的行为，主导员工的思想认识观念。随着企业外部经营环境的不断变化，如果现有企业文化不及时革新，就有可能随着时间的推移变得陈旧落后起来，这时，落后的企业文化对企业的经营管理不仅不能发挥积极的作用，反而会成为妨碍企业改革和发展的沉重阻力。因此，企业文化建设是一个持续改进和不断革新的过程，只有这样，企业文化才能不断得到提升，保持先进。

华为之所以不断发展壮大，成为中国IT界的标杆企业，处于业界领先水平，这是和华为持续改进、不断革新的企业文化建设分不开的。华为的企业文化是开放的、包容的企业文化，是不断吸纳世界上好的优秀文化和管理的企业文化。任正非说：如果把华为的文化封闭起来，以狭隘的民族自尊心，狭隘的华为自豪感，狭隘的自我品牌意识为主导，排斥别的先进文化，那么华为一定会失败的。为了避免这种可怕的后果，任正非在华为企业发展的各个阶段，都与时俱进，根据企业内外部经营环境的变化而调整企业经营管理的指导思想、规章制度和管理模式，不断借鉴，不断革新，不断提高企业文化建设的起点和标准：1995年，华为开始制订《华为公司基本法》，至1998年，历时三年、八易其稿才最终完成；《基本法》进入实际性操作，华为又系统引进国际化公司的治理来强化《基本法》政策的执行；1996年，华为以3个月时间之长来探讨工资改革方案，同年底，引入美国HAY咨询公司香港分公司任职资格评价体系；1998年，华为成为国家劳动部两个与英国合作的“任职资格标准体系”试点企业之一；2000年，华为请IBM为IPD(集成产品开发)提供咨询，打破以部门为管理结构的模式，转向以业务流程为核心的管理模式。正是这样，华为的企业文化才生生不息，时刻保

持先进文化的水平。

我们学习华为，加强企业文化建设，是因为华为是先进的企业，华为的企业文化是先进的企业文化，借鉴华为企业文化建设的先进经验，可以把我们的企业文化建设置于高起点、高标准之上，克服落后，不断提升我们企业文化建设的水平，使我们的企业文化保持先进。



能力，实现共同目标；

修炼之五——系统思考：用系统、动态、本质的世界观察和解决问题。这是五项修炼概念的基石，它整合其它各项修炼为一体，使组织获得比竞争对手学习得更快的能力。

五项修炼的实质都关系到心灵的转换、升华，这便是学习型组织的真谛，因为真正的学习，涉及“人之所以为人”这一意义的核心。人们于学习之中，心灵得以潜移默化，能够重新创造自我，能够做到从未能做到的事情，能够重新认知世界及我们跟它的关系，以及扩展创造未来的能量。组织固然要为生存与适应而学习，但更必须与开创性学习结合起来，才能让成员在组织内于工作中活出生命的意义，珍视工作并从工作中得到乐趣和能量。

外在的社会条件及理论前提已然具备，我们特发人要做的，就是要改变传统观念，树立市场理念，培育学习型企业文化，将学习型组织的思想付诸实践，建立学习型企业，将我们的集团构筑成一个具有不断增强的学习力和创造力的团队。

创建学习型企业，我们将面临一场思想观念上的重大转变。首要任务是每一位员工都要充分认识到学习对自己作为企业文化人的重要性。

现代企业管理对“人”的理念，经历了从“经济人”到“社会人”、“自我实现的人”、“文化人”的演变，“文化人”即是能系统思考、不断超越自我、不断改善心智模式、积极参与团体学习、能在共同愿景下努力发展的人。

我们每一位特发人，应明确关于“文化人”的角色定位，结合本职岗位及特发的实际，学习和领悟学习型组织的真谛，依靠集团的共同愿景——有步骤地推进落实集团发展规划，在不远的将来把特发建设成为主业突出、主导产品市场竞争力较强，

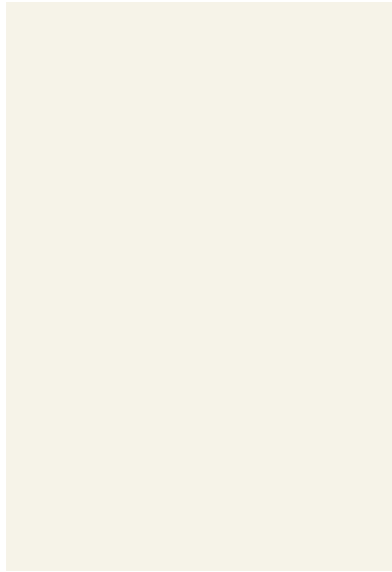
总体盈利能力不断提高，可持续发展的现代化企业集团，再创特发辉煌；以及用市场理念调节心态，以市场标准找到差距和方向，不断提升新特发企业文化的要求进行自我引导，将学习化为自己强烈的内在需要，自觉地

编者按：2007年2月12日下午，保税等四家改制企业《股权转让合同》签字仪式在阳光酒店举行，刘爱群董事长代表特发集团在《股权转让合同》上签字，保税等四家企业改制工作终于划上了圆满的句号。有的同志称赞：“这是深圳的速度，特发的效率。”四家企业改制工作的完成，充分体现了新特发人团结一心、积极进取、奋发向上、坚韧不拔、敢于创新、善于创新的精神风采。本文是张建民副总经理对集团四家企业改制工作的总结，拟刊出供集团广大员工学习。

——特发集团下属企业改制工作回顾

张建民/集团副总经理





做耐心细致的思想工作，用改制政策统一认识，按法定改制的程序规范操作，引导员工对改制的期望值趋向合理。我本人曾先后数次带队到该公司调研和现场办公，有时上午处理不完，就吃点盒饭，继续工作。在有关人员的不懈努力下，该公司改制工作终于取得了较大的进展。2007年春节临近，改制到了最后的攻坚阶段。集团班子提出力求在2007年春节前完成改制企业《股权转让合同》签字，时间十分紧迫，工作异常紧张。2月6日至11日6天时间内，要完成20份合同的谈判、拟订、审核、修改工作；完成约300份合同近2000页文字的打印及装订工作；完成300份合同的盖章及约120名受让方自然人股东的签字工作。企业管理部、法律部、审计监督部、财务部、人力资源部及总办有关人员连续工作，夜以继日，加班加点。10日（周六）晚上6点，计财部、审计部完成所有合同的对帐工作，提供给法律部修改；11点，法律部将有关合同分别用电子邮件发给审计部、财务部、各改制企业负责人员，等待他们的最后修改意见；11日（周日）凌晨1点，法律部汇总反馈修改意见，将所有合同定稿并报批

完毕；凌晨4点，企管部及总办有关人员将300份合同印制、装订完毕；上午9点各改制企业将上述改制合同取走，11点完成全部受让方自然人股东签字。2007年2月12日下午，保税等四家改制企业《股权转让合同》签字仪式在阳光酒店如期举行。刘爱群董事长代表特发集团在《股权转让合同》上签字，保税等四家企业改制工作终于划上了圆满的句号。集团及改制企业员工称赞：“这是深圳的速度，特发的效率。”

保税等四家企业的成功改制对特发集团具有十分重要的意义。通过改制，集团共收回剥离净资产9,710万元（其中房地产价值2,346.7万元，面积26360.77平米），可收回股权转让款7313万元，二者合计共17,023万元，资源进一步向主导产业集中，有利于主导产业的做大做强。改制前，四家企业平均合计每年约亏损500万元。改制后，集团不仅可以避免该项亏损，剥离资产预计每年还可盈利约500万元，两项合计共可增加盈利约1000万元以上。改制前，特发集团全资、控股企业共15家，通过改制及内部停业，2006年底缩减到9家，

有效缩小了集团层面的管理幅度，节约了管理资源，使集团能够将主要精力集中到主导产业的建设与发展上来。正如刘爱群董事长所言，保税等四家企业的成功改制，实现了特发集团产业经营中的一次历史性转折，是特发集团产业经营机制的一次升华。

改制更大的收获在于精神层面。一年多以来，特发集团新班子大力加强企业文化建设，积极倡导优秀的企业精神，这种精神在改制工作中得到充分体现，它就是：一种团结一心、积极进取、奋发向上、坚韧不拔、敢于创新、善于创新的精神。这是一种全新的精神境界，是特发开拓进取、再创辉煌的希望之所在。我们为此深感欣慰。

这种精神本质和根源在于信，在于特发人胸中有信。这种信是对未来的信，对特发领导班子的信，对特发事业的信，同事间的信，对社会的信，同时也是一种自信，即对自身能力的信，对自身心志的信。因为有信，所以有情、有志、有动力、有通力合作。信定行坚，特发集团一定会创造出更加美好的未来。

编者按：张思平副市长在3月2日市国资国企工作会议上推荐学习华为的企业文化，会后，集团即按照张思平副市长的指示进行了部署，在系统内掀起学习华为先进企业文化的热潮。集团系统企业特力集团、特发信息等，特别是承担着华为公司总部及所属国内营运中心物业管理的特发物业管理公司迅速行动起来，上至各级管理人员，下至各岗位员工，认真研读华为党委《天道酬勤》与任正非《致新员工书》，结合自身企业实际，对照华为先进的企业管理经验和企业文化，寻找差距，取经悟道，加强企业经营管理和企业文化建设，取得了良好的学习效果。学习华为，对正在向先进标杆企业学习，建立以市场为核心理念的现代企业文化的特发集团具有十分重要的意义。现将特发物业管理公司副总经理郭晓东《零距离学习华为——特发物业管理在华为》、特力集团副总经理郭东日《特力与华为的差距——华为党委 天道酬勤与任正非 致新员工书 读后感》等文章刊出，与大家共勉。

——特发物业管理在华为

郭晓东/特发物业管理公司副总经理



特发物业管理介入华为，与华为公司合作已有七年了。我们一直为华为提供设备设施维护保养、安全管理、清洁绿化监管、进出货物查验、后勤保障、办公环境管理等全方位的物业管理服务。七年来，我们每天与华为员工朝夕相伴，见证了华为的发展与飞跃，感受着华为管理模式的成效，呼吸着华为的文化气息，触摸着华为发展的脉动。我们为华为的先进管理折服，为华为人的工作精神

感动，为华为的发展业绩震撼。我们耳濡目染华为的一切，华为的文化润养了我们全体干部员工，它让我们振奋，也让我们深思，我们伴随着华为的发展成长着，成熟着，奋斗着。

一、艰苦奋斗、天道酬勤

华为的文化就是奋斗的文化。这一企业文化粘合华为全体员工团结合作，走出了一条艰苦奋斗、企业发展的坚实之路。

华为在创业之初，连起码的资

源都没有，没有资金，没有技术，没有任何背景。经过十余年的艰苦奋斗，华为克服了重重困难，奠定了今日华为事业的根基。华为相信“从来就没有什么救世主，也不靠神仙皇帝，全靠我们自己”。华为人的创业故事和发展历程，时时鼓舞着我们，激励着我们，现在讲起来仍然给我们心灵以极大的触动，甚至是震撼：在严冬，由于大雪封路，华为前去处理客户问题的员工被困在零下20 的车

上，一困就是七八个小时；在盛夏，外出的用户服务人员经常挤在蒸笼般的超载长途车上；科研楼里的灯光经常是长明到深夜……华为人体上的艰苦奋斗是这样，而思想上的艰苦奋斗更让我们钦佩：他们不断地总结经验，不断地自我学习，无论何时何地都在自我修正与自我批判，从中找出适合华为前进的指导思想与方法。艰苦奋斗，为华为带来了繁荣，而繁荣之后华为并没有止步，依旧在心里历程的“艰苦”中奋斗着。天道酬勤，

物业管理服务工作，还相继接管了华为在科技园片区的2—7号楼以及西乡生产基地的物业管理。特别是2001年，华为大量招聘新毕业的大学生、研究生等技术人才，后勤保障工作压力极大，我们下决心承担了这项工作，为华为租赁员工宿舍，安排了华为6000余名新入职员工的住宿，为他们提供日常的星级酒店式管理服务，得到华为员工和华为行政主管部门的高度认可，这为我们后期在华为全面开展物业管理服务奠定了坚实基础。

平方米扩大到了近百万平方米，营业收入从最初的几万元增长到现在的4000余万元，我们为此而感到骄傲、自豪。

二、管理是企业的核心竞争力

华为取得成功的关键因素，除了技术、人才、资本，更有管理与服务。管理是华为的核心竞争力。

企业核心竞争力的集中体现是其产品和服务质量不断持续提升，而产品和服务质量提升的基础就是企业的管理。从这个意义上讲，管理就是



华为今天的业绩是最好、最准确的验证。

我们特发物业管理在华为的发展历程，与华为在市场上的发展历程相近，只是发展的平台不同。华为的平台是全国、是全世界，而我们的平台是华为。最初进入华为，我们只有四名员工，仅负责华为1号楼用服大厦的设备设施维护和动力运行管理。面对陈旧老化的设备设施和华为高标准的服务质量要求，我们下了一番扎扎实实的苦功，珍视华为给我们提供的这次微小的试用性机会，全面提升了设备运行完好率，确保了动力设备的技术管理服务质量。我们用高度的责任心激励自己，用自己的真诚赢得了华为的认可。之后，我们不仅接管了这座有1万多平方米旧大厦的全面

2002年起，我们相继中标了华为坂田基地的数据中心、生产中心、机加中心，之后又取得华为杭州基地、华为北京研究所、华为上海研究所等一系列物业管理项目。随着业务量的增大，我们在杭州、北京、上海设立了三个分公司。

在华为提供物业管理服务工作的七年中，我们是艰苦的，但我们奋斗着，充实着，快乐着……陈旧物业的管理培养了我们的耐心和细致，而对高新物业的管理又培养了我们的技术能力，高标准的服务要求培养了我们的服务团队整体的综合素质。天道酬勤，我们从最初在华为提供试用性物业管理服务的4名员工发展到今天的近千名员工（不含我们分包外协的近千名员工），管理面积从最初的万余

企业的核心竞争力。华为为提升企业的核心竞争力，在充分理解的基础上学习和应用了西方成熟而先进的管理经验，通过调动企业内在的积极因素和发挥自己的聪明才智，形成了属于华为、适合于华为的独一无二的管理服务体系。同时，华为通过硬性的贯彻和执行，强调“不合理制度惟修改后才可不遵守”的原则，注重营造一个管理的“场”，管理的“氛围”，取得了卓越的管理成效。

从华为管理模式的形成、发展与完善的过程中，我们特发物业潜移默化地感悟到了管理的真谛：要不断提升企业的核心竞争力，必须不断建立与完善管理制度；要使管理取得成效，必须使管理制度得到强力执行；要使我们特发物业得到不断发展，我

们必须建立起一支严于执行的军队型管理服务团队。

为华为提供物业管理服务的初期，我们仅有对发展中心大厦这种单一类型物业的管理经验，我们的管理制度虽较为完善但不尽适用于管理华为的物业。刚开始，我们能够管理好华为的物业，取得华为的认可与信任，仅仅凭藉我们朴素的责任心和单纯的工作热情。随着我们在华为管理项目的不断增多、企业的管理规模的不断扩大，我们深刻意识到管理规范化、服务操作流程化的重要性，尤其是在管理制度的落实上必须下苦功夫，否则，我们企业的发展是不可持续的，只能是昙花一现。

在华为管理氛围的熏陶下，我们认真总结以往经验，结合华为对物业管理服务的具体要求以及物业管理合同的条款约定，组织基层干部和员工认真制订切合实际的管理制度和流程。真正有“才”的是我们的员工，制订管理制度和完善管理制度的过程，也是最好的自我培训的过程，让基层干部和员工参与管理，能够更好地调动他们的工作积极性和主动性。通过对华为公司管理制度体系中涉及到物业管理内容的110个制度的理解、归纳与总结，我们编写成了十余万字的专用管理手册，对各项管理制度及运作流程实行分部门、分区域、分级别落实，使各个部门、每个班组、每位员工都能理解和贯彻执行，做到人人有事干，人人身上都有量化的责任，从而在实际运行中取得了良好的效果。

三、危机意识让企业“活”下去

华为还在如沐春风时，任正非总裁就在时时预警华为冬天的来临：“十年来我天天思考的都是失败，对成功视而不见，也没有什么荣誉感、自豪感，而是危机感。也许这样才存

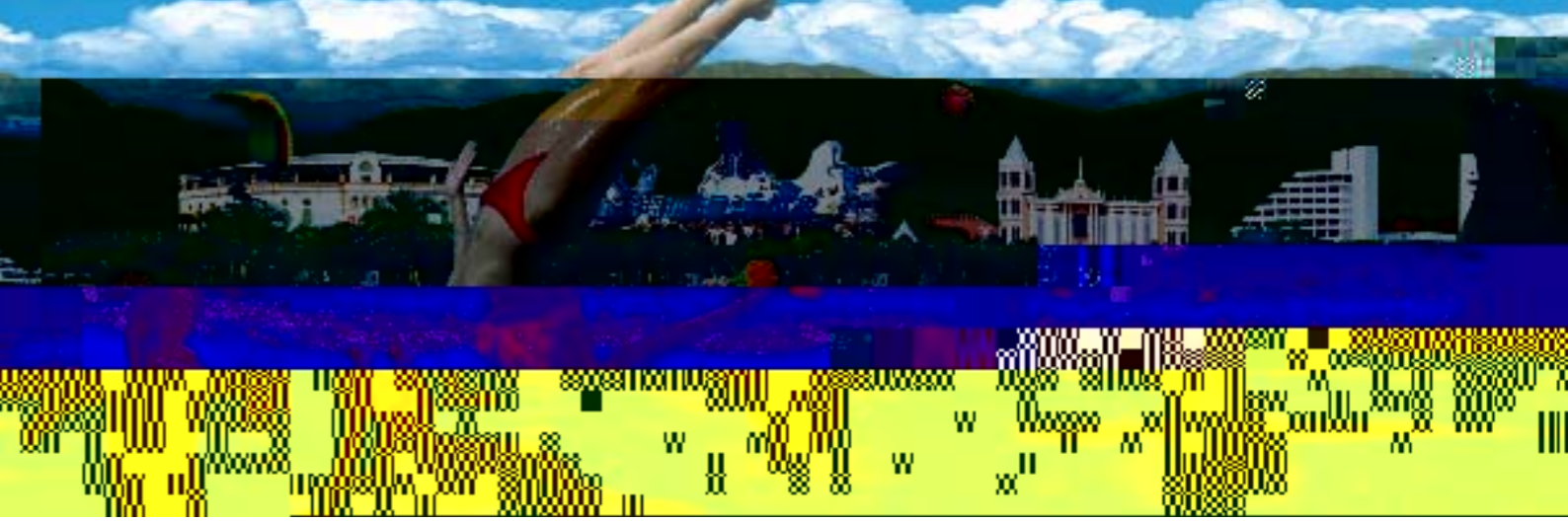
活了下去。我们大家要一起来想，怎样才能活下去，也许才能存活得久一些。”话语掷地有声、振聋发聩。也正是这种危机意识的确立，让在企业发展高速列车上的干部、员工们觉醒、自律，华为才有幸平安地化解了重重危机，度过一道道难关，走到了今天，并确保明天还能正常有序地“活”下来，走下去。

华为所在的信息产业竞争激烈，落后就会被无情地淘汰，后退就意味着消亡，为了生存与发展，就必须不断地创新和艰苦奋斗，不能有一丝懈怠。我们所在的物业管理服务行业更是如此，入行门槛低，利润微薄，竞争更为惨烈。尤其是在近年，华为公司的声望提高及其物业的逐步优质化，使对华为物业的管理更为行业所瞩目。特别是刚刚过去的2006年，是我们有史以来面临企业危机、压力最大的一年。这一年，特发物业在华为承接管理的主要项目合同期同时届满。华为要求重新招标，中海、招商、长城、卓越、国贸、新营等多家实力强劲的物业公司同时介入。这次“狼”真的来了，而且是迎面扑来的。对于他们，华为的项目只是“锦上添花”，可对于我们，华为的项目事关企业的兴衰。因为我们是把“鸡蛋”放在了华为这一个“篮子”里了，所以我们没有退路，只能站稳脚跟，“亮剑”相向了。在这一整年里，我们的员工都相互告诫着：“不能出错，会影响投标的。几年来我们都已经是最优秀的了，不能在最后的关头出问题。”在重新投标的那段日子里，我们投标小组的干部员工更是倍感紧张、压力巨大，但我们没有被压力压垮，而是被压力激励着，认真核算每一个报价数据，审慎细致地研究确定管理方案的每一个细节。标书投出后的那段时间，我们有一种释怀的轻松，但等待结果时却又有一种仿

佛空气都凝滞了的感觉。开标了，结果比我们预想的更要好，除了我们正在管理中的主要项目重新中标外，还中了华为坂田基地科研中心这个面积30万平方米的大标。从此，我们在华为的物业管理规模在全国已达百万平方米，在华为的物业管理市场中占据了绝对优势，成为了华为最大的物业管理分包商。同事们举杯相庆，欢呼雀跃，喜悦溢于言表。那是只有亲身经历过那样一种心理历程才能真正体验到的喜悦。

欣喜之后，我们逐渐冷静下来了。开始了重新的理性思考：在华为的一切工作又要重新开始了，而且是从零做起，新的物业管理服务合同，新的更细化量化的服务要求，还有华为相关监管人员的更迭，很多不确定因素都要我们重新面对。每天都要思考怎样把今天的事做好，明天还需要做些什么，华为还将提出什么新的需求？必须小心谨慎、诚惶诚恐、如履薄冰，否则费尽千辛万苦得来的一切都可能在几天内化为乌有，在华为任何一个项目出现问题，都可能产生多米诺骨牌效应，丧失我们在华为的一切。新的危机激励我们坚强地“活”下去，一定会“活”得更好、更充实。

华为的文化是建立在民族优秀传统文化基础上的企业文化，既平实，又有丰厚的内涵，可以说博大精深。我们只取其一毛一鳞，企业就有了几年来显著的发展业绩，未来我们将依旧不断从华为身上汲取文化精神营养，伴随着华为的发展而壮大；我们也深知将来的路途艰辛，但凭我们坚强的意志，我们相信特发物业会不断成长，只要前方有太阳，特发物业的明天一定会更辉煌。



——华为党委《天道酬勤》与任正非《致新员工书》读后感

郭东日/特力集团副总经理

家里用的ADSL和“我的e家”等上网设备都是华为出品，正如任正非所言：“任何时间，任何地点，华为都意味着高品质。”以前还有一位好友在华为做研发工作，加上华为还是咱们深圳的企业，心里自始至终对华为有一种说不出的亲切感。

这次读完华为党委的《天道酬勤》与任正非的《致新员工书》，对华为感受更强烈的不是亲切，而是遥远！

华为才十八年历史，但销售收入已经是特力的四十倍！特力下面的企业已连续经营五十年。

十年前的《华为基本法》就已经享誉国内，十年后的华为更已成长为具有国际声誉的世界级大公司，但华为仍认为与世界巨头差距不小！

华为的管理和企业文化建设已经是国内绝大多数企业遥不可及的标杆，但华为仍在追求日新！我们特力的企业文化建设只能说才刚刚开始，很多理念还处于文字描述、口头背诵的阶段，离在内化为日常经营工作、干部评价过程中自觉的行动还有很大的距离。

华为是个成功的企业，也是我们深圳的骄傲！但华为却时刻保持着强烈的危机感，认为一天不进步，就有可能出局，而我们可能还在为跻身深圳百强企业而自满。

华为完全有资格尽情享受成功后的鲜花与掌声，但华为仍在大力提倡艰苦奋斗！

没想到这么成功的企业竟然在

GSM上投资了十几亿，打拼了八年，连成本都没收回来！华为就此停步了吗？没有！而是在3G上作了更大规模的投入和开发！可叹可敬。

华为优秀的企业文化是开放的、包容的。华为员工可能有老新之分，但不可能有国企和市场化员工之分。而我们却沾沾自喜地以国企员工身份排斥着、歧视着、怀疑着来自市场的人才！做任何事，先考虑用内部人，不行再用外人，用了外人又不放心，似乎他们的一举一动都证实着他们是个“窃斧者”。冥冥中，这些人才也许是命中注定要受此磨难。诚如任正非所言：不经磨难，何以成才！不经涅，成不了凤凰！但这样的不信任必定会带来监督成本的大大提高！

新上项目，资金固然重要，队

伍也十分关键，但更重要的是要有一个健康包容的干事氛围！有一个好的干事氛围，就如同有了一个梧桐树，自然会吸引凤凰来栖。有凤来仪，资金亦不远矣！考察内部文化氛围比考察外部市场环境更重要。时间和精力是花在内部，还是花在跟踪分析不断变化的客户需求，并以此为导向进行持续创新，这是判断一个新上项目是否健康发展的重要标志。

新项目不应该是几个人的项目，更不应该是一个人的项目！项目的成功应该是整个集团上下一心协同作战的成功！差距不可怕，可怕的是对差距不以为然。最大的差距不是规模，而是文化！让我们携手共同创造崭新包容的企业文化，让新项目发展得更顺利些，让特力的再次辉煌早一天到来！

近几年来，随着我国境内外旅游主题公园的蓬勃发展，特发小梅沙海洋世界市场竞争环境日趋严峻：国内仅海洋主题公园就有30多家，小梅沙海洋世界排名约在第6位，客源市场被蚕食；基本客源市场在深圳及周边区域以华侨城集团的欢乐谷等为游客首选，海洋世界不属于第一梯队；主要客源市场珠三角，有广州海洋馆、香江野生动物园、珠海海泉湾及香港海洋公园、香港迪斯尼的激烈竞争。

面对严峻的市场竞争环境，小梅沙海洋世界走“特色化”、“差异化”的经营路子，不断开拓新旅游服务产

品，加强市场营销，巩固和扩大市场占有率，打造企业核心竞争力以求得发展，在激烈的市场竞争中站稳了脚跟，经营业绩连续几年稳健上升，取得了良好的经济效益，同时海洋科普宣传效果显著，赢得了游客、政府及主管部门良好的口碑和高度赞誉。

目前，小梅沙海洋世界的核心竞争力和“特色化”、“差异化”经营主要包括四大内涵：一是亚太地区超大规模的“海陆空”特技综艺表演；二是国内独有的“七彩海洋欢乐儿童城堡”；三是国内展馆最多的海洋主题公园；四是反差强烈的冰天雪

地极地动物元素，为都市人打造休闲、清爽、狂欢的游玩好去处。

一、亚太地区超大规模的“海陆空”特技综艺表演

深圳小梅沙海洋世界特别推出的“海陆空”特技综艺表演，由乌克兰帅哥、美女、海洋动物明星们共同演绎，表演独具特色，充满了异域风情，让人们耳目一新。120分钟的表演，经常迎来近百次的欢腾喝彩。

——“海陆空”特技综艺之乌克兰帅哥酷男极限跳水

一群来自乌克兰的帅哥、酷男，活力四射，具有丰富的内涵，高为空的=P、10、1



以及挑战海豚跳高极限的高空顶球。幸运游客还可以和海豚亲密握手，接到海豚抛出的吉祥“绣球”。

——“海陆空”特技综艺之滑稽小丑高空戏水

来自乌克兰的国际小丑滑稽幽默，趣味搞笑：小丑在高台上以精湛的跳水绝技、幽默的剧情设计、夸张的动作造型完成系列滑稽跳水节目，小丑嬉水、小丑筋斗跳、小丑高空跳绳、小丑高空飞车、小丑蜈蚣步……气氛热烈，让人捧腹大笑。

——“海陆空”特技综艺之滑稽海狮极限对抗

来自乌拉圭的南美海狮的最新绝技：海狮顶球倒立，海狮水中后空翻，海狮滚大轮，海狮模特步，以及中华神功——海狮一指禅。

——“海陆空”特技综艺之“海之花”美少女水中芭蕾

来自乌克兰水上芭蕾舞团的美少女，带着不羁的热情和大自然的灵气，充满弹性与动感、奔放与婉约

的舞姿，展示生命激情的力量。“精彩水上芭蕾”、“乌克兰水中泳装秀”、“水中花样伞舞”等表演，让人如痴如醉。

——“海陆空”特技综艺之星级海底献艺

小梅沙海洋世界投巨资修建了大型海底剧场。在350立方的水下表演池中，大型的舞台屏幕由6米高、12米长的巨型亚克力玻璃组成。透过屏幕视角，人们可以观赏到来自星级潜水表演团的表演：精彩海底芭蕾表演、美人鱼表演、浪漫海底婚礼表演等，还有海底万鱼争食表演、惊险人鲨共舞表演等节目。

二、国内独有的“七彩海洋欢乐儿童城堡”

“七彩海洋欢乐儿童城堡”：是目前国内最大的室内轨道式展馆，通过十三个主题海洋故事（如渔夫与金鱼、鲁宾孙漂流记、伊索寓言、哪吒闹海、大堡礁等）的场景展现，模拟建立了反映人类与海洋交往史的浓

缩时空隧道，15分钟旅程，让孩子们坐着轨道车去感受一日千年的海洋文化历程。

三、国内展馆最多的海洋主题公园

小梅沙海洋世界现已经成为国内展馆最多的海洋文化主题公园，“七大奇馆”包括水族馆、鲨鱼馆、海贝馆、鲸鲨馆、航模馆、海洋科普馆、幻游海洋馆，这些项目单独一个并不显眼，可组合在一起形成的群体组合，就形成了功能齐全，特色鲜明的海洋文化特色景区。

四、反差强烈的冰天雪地极地动物元素

小梅沙海洋世界引进了6头北极狐、2头海狗，为小梅沙海洋世界增添了极地动物的新奇元素。冰山来客——北极狐，媚眼如电，颜色如雪，桑巴舞高手的南美海狗，舞姿曼妙，在从未下过雪的深圳看喜欢生活在冰天雪地里的极地动物恰是一番奇妙新景象。



——对华日公司未来生存发展的思考

特力集团企业文化领导小组

华日公司自1983年成立以来，已走过了24个春秋。它创造过辉煌，也经历过彷徨与挣扎，目前正面临市场化的严峻考验。

华日公司是老一辈华日人艰苦奋斗创建起来的。创建之初，无论是工作场所，还是住所，均是临时搭建的简易棚房。但他们以忘我的创业精神，用勤劳的双手和汗水，借改革的东风，引进国外的技术和管理经验，形成了一定的进口车维修技术和配件供应的垄断，创造了振奋人心的经济效益，也创下了“华日”这个曾经响当当的品牌。华日的员工也因此拥有过令人羡慕的收入和身份。

然而，随着市场经济的发展，越来越多企业加入汽车服务行业。公司赖以起家的技术和配件供应“垄断”优势逐步丧失殆尽。由于过去享受到了政策倾向国有企业的甜头，现公司的机制基本上还是效仿国企的模式。最为致命的是，部分员工并没有意识到四面楚歌的危机，还在“忆当年”之余，抱怨自己的工资福利待遇不如当年，而看不到市场环境早已不复当年！

沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。市场是无情的，咱们还未来得及细细品味“成功”的喜悦，众多的民营企业已经闯进了咱们的“伊甸园”。他们以更符合市场规律的管理方式、凌厉的工作作风和灵活的经营手法，争夺市场，抢占市场份额。华日已毫无退路，只能被迫应战！

应该说，经过残酷市场竞争的磨练，华日已培养出一支初具市场化经营理念的优秀管理团队和员工队伍。他们清醒地看到了自己和别人的差距，并通过自身的努力，不断改善自己的工作。正是这些公司的脊梁，支撑着华日公司至今未被竞争对手彻底击垮，还能在市场中拥有自己的一席之地。

但令人遗憾的是，也有少数干部和员工，像个暮气沉沉的老者，把自己与外界、与现实的市场竞争隔绝，没有认识到公司和自己所处的危急形势，不能直面现实，改变自己，适应市场。他们在缅怀过去的美好时光之余，还满腹牢骚地抱怨：干同样的活，甚至干得比以前多，收入和福利待遇还不如以前。这些人整天斤斤计较个人得失，极少数人甚至鼓动了自残式的罢工事件，妄图以清算关闭公司这种损害绝大多数员工利益的方式，逃避现实的市场竞争，这是典型的懦夫行为！

作为中国最成功的民营企业之一，华为公司已经处在有能力和世界巨头分庭抗礼的强者地位，但他们仍然

战战兢兢，如履薄冰。他们仍在提倡艰苦奋斗的精神，生怕自己稍稍放松就会被人排挤出局。他们坚信“幸福不会从天降，全靠我们来创造，天道酬勤。”（华为《天道酬勤》）。

华日公司作为一汽丰田的经销店，很幸运可以借鉴许多优秀的管理经验和工作方法，可以避免多走弯路，避免许多无谓的失败与付出。但为什么在深圳的11家一汽丰田经销店中，其综合实力与领先者的差距越来越大？为什么公司不能取得更优秀的成绩呢？关键在于我们还有很多人没有真正理解和接受这些先进的理念，没有为实践这些先进理念而努力改变自己，适应市场，这是非常危险的信号！当深业、大兴等店的员工把每周工作六天，牺牲午休时间用来工作当成再正常不过的行业特点时，我们有的员工却死抱着每周五天、每天八小时工作的观念，为加班的得失争得面红耳赤；当别人已经把多劳多得，以效益论收入的理念当成不变的市场法则时，我们的部分员工却仍然把过去国企沿袭下来的工资福利能上不能下的陈旧观念高举头顶；当市场乃至政府都把以岗定薪、岗变薪变视为理所当然时，我们的部分员工仍在质问公司为何其工资几年不变，却从不反问自己进步了多少……

华日没有政府的特别扶持，没有一汽丰田的特殊政策，没有救世主，要生存，一切靠自己。要生存，市场化改革势在必行。当然，贴近市场、接受市场、适应市场、直面市场的挑战对华日这样在合资格体制下却一直是国企机制的企业难免会造成巨大的冲击，也难免会影响到部分员工的既得利益，但是，优胜劣汰是不变的自然法则，如果再不顺应市场，改变自己，迎头赶上，有朝一日企业倒下时，没有人会同情咱们，市场不相信眼泪。

公司管理层已经清醒地看到了这个事实，并多年来一直致力于公司市场化的改革。尽管过程艰辛曲折，但一直未轻言放弃，公司投资方和董事会正全力支持企业的市场化进程改革，难道我们还有理由回避和退缩吗？

正在市场夹缝中艰难求存的华日，需要全体员工的热情、勇气、信心和智慧。为了公司和自己的前途，为了家庭的幸福，请积极行动起来，从自身做起，挣脱守旧的枷锁，树立市场化价值观，改善工作方法，以全新的姿态迎接市场竞争的挑战！胜利属于敢于面对挑战，团结进取，与时俱进，努力拼搏的新华日人！

陈焕新/特发信息光缆分公司

2006年9月，由特发信息光缆分公司设计、制造，由日本宇部提供骨架的全世界第一根12芯光纤带骨架式光缆研制成功。

骨架式光纤带光缆具有芯数大、光纤密集度高、抗侧压性能优越，真正全干式、接续时无需清理油脂、施工接续对环境无污染、中途下纤方便等突出特点。目前，在通信发达的日本，骨架式带状光缆已经成为主流产品，其通常采用4芯或8芯的光纤带，单骨架最大成缆芯数仅为1000芯。在中国，随着城域网、接入网的高速发展，骨架式光纤带

光缆的优点正逐步被越来越多的用户了解，骨架式光纤带光缆的应用也得到了长足的发展。目前国内应用的光纤带类型为4芯带、6芯带或8芯带，单骨架最大成缆芯数为1000芯，也是由特发光缆率先研制并得到实际应用。

本次研制的12芯光纤带骨架式光缆的芯数为144芯，实际成缆长度为2.35公里。该光缆采用的是单向骨架，光缆中12芯光纤带可与现有的12芯或24芯光纤带结构的松套管或中心束管光缆方便地进行对接，充分满足现代通信发展（如FTTB、

FTTH）的趋势，特别适用于城域网、接入网及中继网。该光缆的最大芯数可达到1200芯，为目前单骨架最大成缆芯数。经过各项实验检测，该光缆的传输性能、机械性能和环境性能等各项技术指标均符合或优于行业标准YD/T981 - 1998的要求。

12芯光纤带骨架式光缆的研制成功具有重大的意义。这一次技术尝试为骨架式光纤带光缆向着更大芯数、更高的光纤密集度发展提供了有力的参考依据。

特发信息光缆分公司

SST(不锈钢管)生产设备属专用设备，因国内生产厂家尚不能开发和制造出这种专用设备，所以目前国内光缆行业用于生产SST的设备全都是进口设备，价格不菲。

特发信息光缆分公司通过三年多的SST生产，积累了丰富的经验，同时储备了较强的技术开发实力。为贯彻光缆产业线“特和专”战略，公司提出了自主开发SST生产设备的建议。自主开发的成本较原装进口成本将降低一半以上，这一方面可以节约资金，降低投资风险，增强产品的

市场竞争力，另一方面通过掌握生产设备的制造，在技术内涵上将领先于国内同类其他企业，有利于特发光缆抢占国内光缆行业“特和专”的制高点。

特发信息公司领导对光缆分公司的建议高度重视，经过反复慎重的论证，决定启动自主开发SST生产线项目，并获产权单位的批准。同时为了确保SST开发项目的成效，推动该项目的科学化、规范化、制度化，完善激励约束机制，公司决定对该项目按照项目管理的模式运行。为

此，公司成立了SST生产设备项目开发组，与项目小组签订了专门项目管理责任书，对项目小组实施单独的绩效考核办法。

该项目由光缆分公司副总经理刘键出任项目经理，项目组成员主要由光缆分公司抽调相关技术人员组成。

该项目预期在7月15日完成。如果自行组装成功，将填补国内在该领域的一项技术空白。

编者按：中国式管理大师曾仕强教授谈中国式管理的和谐基因，颇为深刻，现摘编如下，以飨读者。



很多人推崇中国式管理，很多人重视中国式管理，也有一些人至今仍然否认中国式管理的存在。他们认为，管理学完全是由西方国家的企业管理人员和学者们探索发展起来的一门科学，不存在中国式管理。读一读舒化鲁的新书，或许会重新审视自己的观点。该书超越了西方管理学的理论框架，直接基于中国古代文化思想理论之上，建立了一套全新的企业管理模式。

在欧美西方国家的企业管理理论中，最为缺乏的就是系统思考。也

《第五项修炼》一书中对系统思考给予了无以复加的强调。正因为如此，才使他这一著述风靡全球，被誉为九十年代管理学圣经。而《企业规范化管理标准体系》直接继承了具有五千年历史的中国古代文化中系统思考的方法，不留痕迹地运用这种系统思考的方法，建立了一个与西方大不相同的企业管理理论体系。中国古代文化中的五行理论认为，木、火、土、金、水五者呈现为一种相生相克和相济相制的关系。作者发现企业的构成刚好也是五个部分，即目标体系、组织架构、岗位角色、业务流程和企业文化。并且这五个部分相互之间也是这样一种相生相克和相济相制的关系。

在西方管理学中，管理者与被管理者之间存在着一种不可调和的对

立矛盾关系，要让作为被管理者的下属做好工作，只有不留空地严格控制才能达成目的。远远没有意识到相互之间的和谐关系，也没有人将这种和谐关系的建立和维护纳入探索视野。而舒化鲁在新书中，不仅把谋求管理者与被管理者之间关系的和谐直接作为管理本身必须达成的基本目标，并且提出了达成这种和谐关系的具体思路和方法，以及实施的具体行为标准。

上个世纪八十年代之

后，西方管理学大步转向了人本主义，强调以人为本，但它对人本内涵的界定却是含混模糊的。作为被管理者的人，在西方管理学中，仍然没有摆脱被管理者差使的工具之地位。

尽管作者没有用到“阴阳交合”、“刚柔相应”、“中正”、“太和”等易学概念，但作者在该书的分析和探索中直接运用了易学中的和谐思想，强调管理者与被管理者在企业组织中是一个不可分割的统一体，二者之间是一种相互依存，相得益彰的关系。作为管理者的一方，不能随意把自己的意志强加给被管理者，必须通过沟通达成理解，再通过理解消除不可避免的差别所可能带来的对立和矛盾。

尽管在西方企业管理的实践

中，以通用电器总裁韦尔奇为代表的新一代管理大师们，也非常注重沟通在管理实施过程中的作用，但他们远没有把它与企业内部组织和谐关系的建立和维护结合起来。这却是中国式管理所具备的固有特征。

而舒化鲁明确地把作为管理对象的人确立为一种主体性存在，强调在管理的实施过程中，必须强化对被管理者的尊重、信任和关怀，使被管理者对应于其努力和贡献的大小，从这几个方面获得利益满足，进而达到安人和爱人的目的。这却是西方管理学从未涉足过的。

中国式管理，不仅有其广泛的实践探索，而且其理论归纳也已日趋成熟。《企业规范化管理标准体系》一书，就是证明。



编者按：这是一篇介绍深圳企业家高尔夫俱乐部球队队长张西甫的文章。秉承提高深圳企业家身体健康水平，以球会友，会友论商的宗旨，在特发集团张西甫副总经理的提倡下，深圳企业家高尔夫俱乐部球队于2005年7月正式成立，张西甫为球队的第一任队长，孟彪、唐庆国为副队长。球队集合了深圳商界绝大部份高层精英，组织了多次内外交流和比赛，通过高尔夫球，提升了深圳企业家的形象，扩大了深圳企业家的知名度和影响力。现将文章刊出，以飨读者。



——访深圳企业家高尔夫俱乐部球队队长张西甫

张西甫，深圳市特发集团有限公司副总经理，他的办公室宽敞而简洁，办公桌后的书柜里摆满了三层水晶奖杯，都是高尔夫方面的，有个人总杆冠军的，有个人净杆冠军的，也有球队冠军的，张总笑称这都是打高尔夫比赛蒙回来的。一谈起高尔夫球，张总的心情就非常舒畅，原来在前一天，特发集团公布了全体员工最近的一次骨质测试结果，张总的骨密度是最硬的，看到这个结果公司很多同事都感到非常惊讶，不过大家在惊讶之后最多的还是羡慕。张总看到测试的结果后，心里也是美滋滋的，他将这一喜讯归功于多年的高尔夫锻炼。张总说：“打高尔夫球吸收阳光最多，每场球4个多小时，比吃钙片强多了。”1995年张西甫就开始打高尔夫球，记得第一次下场是在深圳高尔夫俱乐部，那时候拿着一支6号铁打满18个洞。张总打球有10年的历史了，军人出身的他身体素质非常

出色，“七、八年前我一号木一开就是300码左右，现在没那么远了，不过我现在力求一个准字，每一次挥杆都要求落差不能偏差太大，所以成绩还能保持在80杆左右。”

一颗平常心

张总打高尔夫球很简单，没有什么特别的习惯，打好了就鼓励一下自己，打坏了也不过解嘲一笑。“我从来没有因为没打好球而摔过球杆、骂过球童、破坏草皮的，这些是与打高尔夫球的精神是完全不符的。”也许正是这颗平常心铸就了张总沉稳朴实的作风，一个家庭里有张总你就会感觉到非常安全，一个企业里有了张总你就会感觉到非常的踏实。

高尔夫不仅提高了一个人的身体素质，同时也提高了一个人的品味。身为一个企业家，打高尔夫也是对外交流的一个很好的工具。1996年有一次我去美国，坐我旁边的是一名老外，他对华人有歧视心理，就找乘务

员要求换座位，在没有如愿之后就坐在那里怨恨，我也懒得去搭理他，一个人拿着一本高尔夫技巧的书看，我每次坐飞机都会带上一本高尔夫方面的书籍看。后来那老外瞧我在看高尔夫方面的书籍就感觉非常惊讶，“你也会打高尔夫？”老外指着我的书问我，就这样我们就聊了起来，直到下飞机他再也没提过换座位的事。

横空出世

2005年3月8日，全国各地企业家协会去海南参加一个企业家论坛会，深圳企业家协会也派出了自己的代表团，热情好客的海南人给他们安排了一场精彩的高球友谊赛，对手是海南有名的海狼队。同配合默契的海狼队交手，各地企业家代表很快都溃不成军了，只有深圳企业家协会代表队坚持到了最后，并且战胜了对手。回到深圳后，以张西甫为代表的深圳企业家就提倡干脆自己成立一个球队，把深圳企业家的形象通过高尔

夫球传播到每一个地方。

经过几个月的酝酿，在张西甫的号召下，深圳企业家高尔夫俱乐部球队于2005年7月正式成立，球队集合了深圳商界高层精英，秉承提高企业家身体健康水平，以球会友，会友论商的宗旨。张西甫为球队的第一任队长，孟彪、唐庆国为副队长。

球队成立以后，大家交流得更多了，每月一次的月例赛都非常踊跃。大家在一起切磋球技，交流心得，由于深圳企业家这个特殊的圈子，很快深圳企业家高尔夫俱乐部球队就成为了深圳一个响当当的名号。

初试牛刀

2006年7月18日，由深圳企业家协会、深圳企业家协会、长江商学院共同举办的“长江商学院、深圳企业家协会高尔夫友谊赛”在深圳世纪海景高尔夫球会拉开序幕。此次比赛汇集了众多商界及财富精英，比赛选择海滨球场是为了使球手在挥洒激情的同时也能领略到独有的海滨风情，令身心得到真正的放松，这也是深圳企业家高尔夫俱乐部球队坚持社交与休闲并重的体现。

经过近5个小时的鏖战，深圳企业家高尔夫俱乐部球队可谓大获全

胜。总成绩上，深圳企业家联队最终以1321：1276分（前15名）战胜了长江商学院队，捧走了团体冠军的奖杯。单项成绩上，深圳企业家俱乐部球队队员赵东平以74杆的成绩捧走总杆冠军，而队长张西甫险胜长江商学院院长项兵，最终赢得最近旗杆奖。更令人兴奋的是，深圳企业家高尔夫俱乐部球队队员邹大虎打出了无数人羡慕的一杆进洞。

这次比赛是深圳企业家高尔夫俱乐部球队第一次对外交流。“通过这次比赛的交流，我感觉球队更加团结了，队员之间的交流也更加融合了。”队长张西甫说：“以后球队会举行更多的对外交流赛，希望球队能够继续坚持下去，打出更好的风采。”

吸引企业家

深圳企业家高尔夫俱乐部球队是依托深圳企业家协会成立的，要想加入球队前提必须是企业家。球队成立以来，发展非常迅速，一年多来，会员由原来的40多人发展到80多人。这里面功劳最大的非队长张西甫莫属了，张总为人低调而又热情，在企业家协会这个圈子里，张总处事稳重，为人友善，具有非凡的领导才华是大

家所公认的。

在队长张西甫的号召下，很多企业家都纷纷加入到球队里面来，有的队员甚至说：“我就是冲着张总去的。”可以说，张西甫就是深圳企业家联队的一面大旗。张西甫介绍，球队是企业家协会交流的一个平台，通过高尔夫球的交流，大家可以认识到这些企业家的办事作风和事业开创能力。所以我想下一步会吸引更多的知名大企业家加入到球队中来，给队员一个更多交流、学习的空间。

禁赌倡善

深圳企业家是深圳对外交流的一个很重要的窗口，代表着深圳的形象。除了打球，我们俱乐部队员还经常参加全国各地举行的企业论坛会，所以对俱乐部队员素质要求非常高，绝对禁止有队员参与到赌球之中，一经发现马上清除出队。好在我们的队员文化素养都非常的高，自身品位也很高，球队也从来没有发生过类似赌球的事情。不过身为企业家，我们更有责任回馈社会，下一步球队将会设立一个贫困助学基金会，通过基金会来加强球队之间的凝聚力，增加每个队员对球队的责任感，对社会的责任感。

11

编者按：《春天做伴好读书》是发展中心监理公司黄胜鹏记述和儿子春游踏青读书的一篇短文；《端午节随想》是原通讯工业公司员工王清铭叙述中国传统民间节日端午节的一篇散文。有关端午节的传说很多，且富有深厚的民俗精神内涵，作者一一叙述，并有感而发。两篇文章记事生动，情感真切，真实反映了特发员工的精神文化生活情趣，思想性和可读性强，特刊出与读者分享。

黄胜鹏/发展中心监理公司

春天是迷人的季节，阳光格外灿烂，风儿格外清凉，花草格外芬芳，生活格外多彩，心襟格外摇荡。大自然景色如诗如画，到处是拔节萌动的生命，催人奋起。我与儿子相约，周末起个大早，揣上书包，带着悠闲食品和一壶自家沏的铁观音，骑着单车——踏青读书去！

我们找了一处绿得发亮的草地坐下。儿子摆上从书城专心挑选来的书便心无旁骛阅读起来……

读书与春同行，与春相偎，与春同读，吸吮书本的精华，大地之气息，和悦着花草的芳香，聆听着鸟儿的歌声，虫的低吟，溪的浅唱，百分百地融入大自然景物之中，尽情享受春天的一切美好。无闹市的喧哗，无汽车的污染，一切都是那么地轻松和写意。困了，呷一口清香的茶水，作一个深深的呼吸，再极目远眺，或者环视四野皆绿，微风摇曳的草地，困意随之消失。最逗的是我儿子，竟即兴来一段南腔北调“我家的表叔数不清，没有大事不登门……”显然，春之气息已将我父子俩感化得有些“癡”了。

有春作伴好读书。随着书中的情节，时而开怀，时而叹息，时而雀跃，时而大呼小叫，好一个效应强烈的春读！父子俩纵情沐浴春光，畅饮春露，把自个儿“春”扮了一番，早已洗去一周的疲惫，磨拳擦掌，精神抖擞准备迎接下一周的到来。

春读之乐，乐在其中，因为春天的气血更旺，精神倍畅，正是抓紧“春读”的好时机。不论是利用周末到郊外择一处草地而坐，顺其自然的景色诵读，或者是打开自家书房的窗户，静坐其中，一边读书，一边品茶，那份闲情逸致也同样惬意。或者邀三二朋友相聚，边读边聊，讲讲书中的故事，既长见识，共同感受春读的韵律，也常常乐不自禁。一壶香茗喜相逢，古今多少事，都付笑谈中。不禁想说：人生最大的乐趣，竟在春读之中！

春读是四季读书的最佳选择。有使人回归大自然的感觉，无拘无

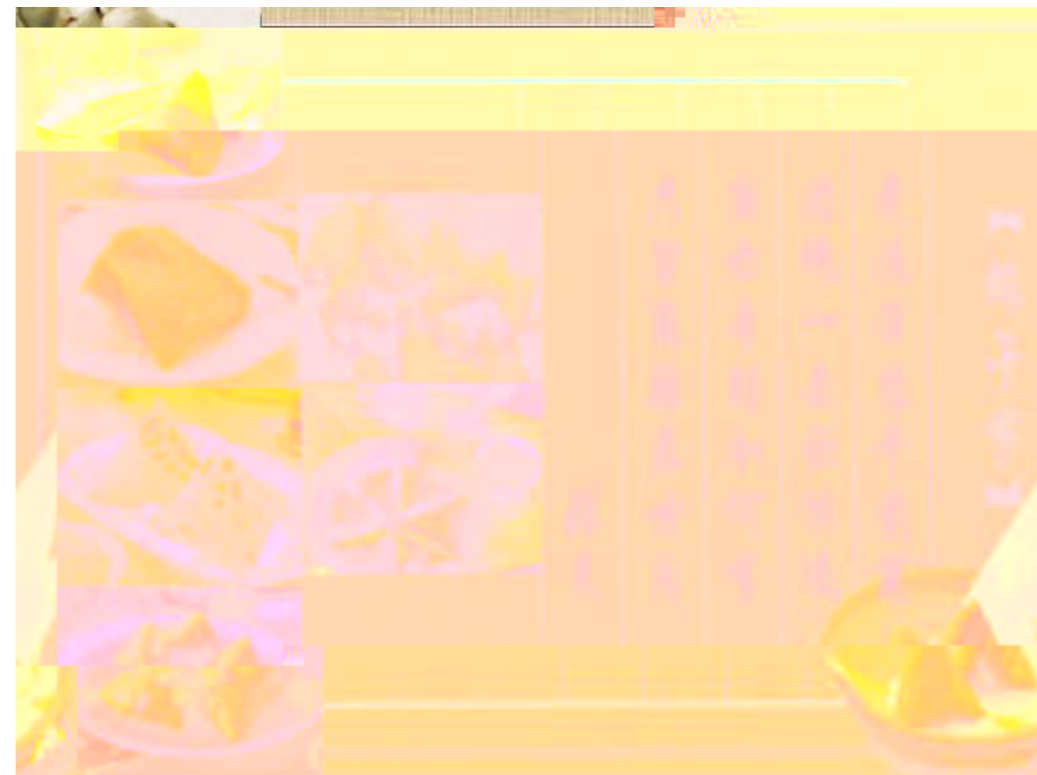
束，容易产生天马行空般的遐想，从不着边际的虚缈、萌发的幻想中受到启迪，带来全新的憧憬和希望。

英国哲学家培根说过：“读书足以怡情，足以博彩，足以长才”。“读史使人明智，读诗使人灵秀，数学使人周密，科学使人深刻，伦理学使人庄重，逻辑修辞之学使人善辨：凡有所学，皆成性格。”中国古人的“腹有诗书气自华”更是诗意十足地道出了读书对人的整体效应。愚以为，春读最能增加人的智慧，陶冶人的情操，激活人的思维，是一种人生修养的境界，正所谓：“春读致远，启悟灵感”。



端午节随想

王清铭
通讯工业



随着西方国家的节日登陆中国，我们的节日越来越多，传统节日在人们生活中逐渐被淡化甚至被蚕食了。情人节的玫瑰早已淹没了端午节的艾草和菖蒲的清香，圣诞老人拿了护照，也在窃笑屈原大夫的怀瑾握瑜和宁死不屈的执拗，西方的愚人节仿佛也要愚弄我们的国民一把。因为大概一年四季都可以吃到粽子，龙舟竞渡也不再是端午节的专利品。亚洲某国竟然欲向联合国申报端午节为其文化遗产，让人怀疑屈原是否也拿到绿卡，移民到国外了。

当我们吃着香美的粽子，是否也咀嚼到端午节悠长的历史韵味？我们是否透过披离的艾草，看见一个峨冠博带的身影，正踽踽独行于汨罗江畔？……

端午节的传说很多，但在江南的民间，光争日月的屈原、忠烈悲愤的伍子胥和侠义悲壮的曹娥、白素贞等传说，使端午节有了深厚民俗精神内涵，

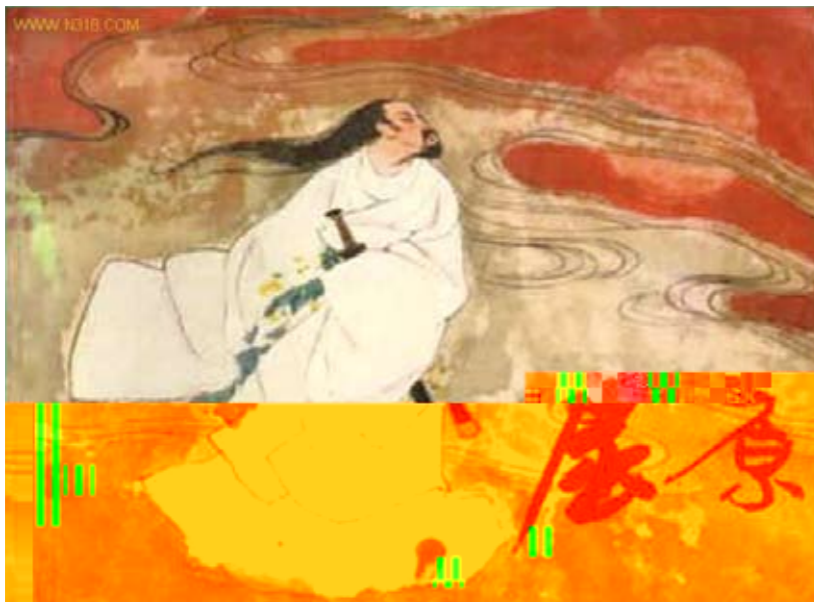
所以端午节又被称为“忠孝节”。

南北朝时期梁人吴筠在《续齐谐记》中有“楚大夫屈原遭谗不用，五月五投汨罗死，楚人哀之，每至此日，以竹筒贮米投水祭之，并命舟楫拯救之。”的记载，后人便沿袭成了在端午节吃粽子、赛龙舟的风俗。在汨罗江畔的屈子祠中有一副清朝郭嵩焘的对联：“哀郢矢孤忠，三百篇中，独宗变雅开新格；怀沙沉此地，两千年后，惟有滩声似旧时。”正是屈原的“孤忠”赢得时人和后人的拥戴。所以更多的人把端午节看成是人们为纪念楚大夫屈原而形成的一个节日。

台湾学者余光中先生曾饱含深情地说：“汨罗江是蓝墨水的上游。”我认为屈原的自沉是对昏庸的楚君血的抗争，更是爱国精神和不媚于俗的独立人格的一次“淬火”。屈原的陆离长剑在心灵的熔炉中锻铸之后，经过淬火，闪射出可与日月齐光的精神锋芒。

江浙一带的端午习俗与伍子胥有关，这又是一位忠贞爱国却无路请纓的烈士。伍子胥辅佐夫差伐越大获全胜，越王勾践请和，子胥主战，遭到奸人谗言离间，最后被赐死。五月五日，子胥尸首被投入江中。后来吴国被越国所灭，子胥魂灵常在夜间号哭于江上，悲愤之气化作滚滚钱塘大潮，百姓感其赤胆忠心，每逢端午节必祭之。一腔悲愤化为翻腾的钱塘大潮，传说让人血脉贲张。谁说多水的江南只有如水的柔情，一个粽子包裹的却是一颗壮烈的心！

再一个传说就是曹娥寻父。东汉曹娥的父亲溺江而亡，年仅14岁的她沿江啼哭寻父，那凄凉的哭声随流水一连流淌了17天，但仍找不到父亲尸首。眼泪流干了，五月一日曹娥揣一颗破碎的心投江而死，五月五日曹娥父女两尸相抱浮出江面。乡人深为孝女的悲壮而感动，每逢端午节这天总是早早起来，沿江采撷五瑞



报载韩国人“抢注”了“端午节中文域名”，某人花了几十万元买回；韩国的“江陵端午祭”被成功申报为世界非物质文化遗产，在国人中引起轩然大波。其实端午节是融化在我们血液中的，是怎么也稀释不了的。

先民和我们共披一道阳光，共饮一江水，汨罗江水是我们血管里流淌的文化血液。我摘录我的几句诗歌作为本文的结句：

龙舟——我抽出的肋骨
正在我屹立的姿势中
争渡——惊散奔来的鱼

以鼓点作为心跳
仰面的一瞬
飞鸟从《天问》的间歇处降落

走过的道路都瘦去了
像一声绵长的叹息

汨罗江——
我伸手向江中
给自己淬火……

草，挂在大门上来祭祀……

我不知道曹娥的孝心当时是否感动天地，在读完这则传说后很久，我仍然心潮澎湃。民俗可以随时间淡化，但中华民族的美德永不能锈蚀！

龙是中华民族图腾。闻一多先生在《端午的历史教育》一文中对端午的产生作过详细的考证：每年农历五月五日，古代吴越民族将各种食物装在竹筒中，或裹在树叶里，一面扔至水中献给图腾神，一面自己吃。最后还在急鼓声中划着刻画成龙形的独木舟，作竞渡的游戏，给图腾神，也给自己取乐。

我总以为从远古的图腾崇拜可以看出一个民族的精神底蕴。龙飞在天，神龙见首不见尾，龙的腾跃翻翔足以代表中华民族的豪情。这种底蕴早已融入每一个中国人的心中，犹如血液。端午节这份文化遗产每一条血管里流淌的都是中华祖先的血液和精神，岂是其他国家可以争夺的？

陆游的五律《乙卯重五诗》：“重五山村好，榴花忽已繁。粽包分两髻，艾束著危冠。旧俗方储药，赢躯亦点丹。日斜吾事毕，一笑向杯盘。”时隔将近千年，南宋在端午节这天的生活习惯犹历历在目。



集团开展以“市属国企手挽手，关爱帮扶心连心”为主题的第四届关爱行动暨帮扶困难职工个人捐助活动

3月13日，为进一步推动并扎实开展市国资委党委系统困难职工帮扶工作，市国资委党委决定在全系统开展以“市属国企手挽手，关爱帮扶心连心”为主题的第四届关爱行动暨帮扶困难职工个人捐助活动。

根据上级党组织的安排，特发集团党委立即组织并安排了捐款工作。在短短两天时间里，发动系统各级党组织开展捐款活动，上到集团领导，下到普通员工积极踊跃为困难职工献爱心。截止15日，我集团共捐款52216.7元，统计各类困难职工45人。

(集团人力资源部)

中国移动深圳罗湖分公司和集团举办客户信息化产品交流会

3月23日下午，中国移动深圳罗湖分公司和特发集团客户信息化产品交流会在观澜山水田度假村乡村会议室举行，集团副总经理张西甫、总办全体人员和系统各企业办公室负责人、《特发》月刊通讯员28人，中国移动深圳罗湖分公司信息化产品推介小组成员13人，共41人参加会议。会上，中国移动深圳罗湖分公司对企业移动集群网、手机邮箱等移动信息化产品进行了展示和推介。张西甫副总经理作了集团办公自动化动员讲话，对移动公司邀请我集团参加这次信息产品交流会并开展相关联谊活动表示感谢；西甫副总在讲话中指出，移动网络管理和信息化服务可以节省成本，提高企业经济效益，是一项非常好的技术应用。另外，集团办公自动化建设正处于准备阶段，集团领导十分重视这项工作，同时也要求系统各企业加强对办公自动化的学习，为今后更好地开展办公自动化建设工作打下良好基础。

(集团总经理办公室)



特发信息广西吉光厂房奠基

3月30日上午9:25，特发信息在广西贺州投资并控股的广西吉光电子科技有限公司的新厂房奠基，这标志着广西吉光公司进入了实质性的产业基地建设阶段。

奠基庆典仪式在广西贺州市八步区的项目用地现场举行，广西贺州市政府秘书长冼定同主持了庆典仪式。特发集团董事长刘爱群、总经理施长跃率集团相关职能部门负责人、所属企业代表，特发信息董事长张俊林，总经理王宝，公司副总经理刘阳等率公司职能部门有关人员出席了庆典仪式。

按照广西贺州市“五业并举、工业优先”的产业战略，作为贺州市政府建设未来电子工业园的重要项目，广西吉光的铝电解电容项目受到了地方政府的高度关注，市委书记李达球率领市区两级各职能部门负责人及金融机构负责人到现场祝贺。特发信息的合作单位、广西桂东电力股份公司董事长温昌伟及其他相关领导也参加了庆典仪式。

庆典仪式既热烈隆重、简朴喜庆，当地主要新闻媒体都以要闻的形式予以报道。

(特发信息 林焰)

特发信息吉光分公司中高压焊片铝电解电容器中标海信2007年度集采

2月9日，在海信公司组织的2007年度中高压焊片铝电解电容器招标中，特发信息吉光公司经过三轮现场投标，最终在与江海、东阳光、同飞、大利、艾华5家竞争对手的角逐中成功中标，获得第二标。中标海信，是吉光分公司近年来致力于开拓新市场、新用户的重要成果之一。

(吉光公司总经理 刘阳)

特发信息学习华为企业文化活动拉开序幕

遵照市国资委的有关文件精神，特发信息公司在系统内积极开展学习华为企业文化活动。3月9日，特发信息人力资源部就学习华为党委《天道酬勤》及华为总裁任正非《致新员工书》两篇文章在全公司范围内做了培训的整体部署，要求上至高管层、下至全体员工都要认真研读这两篇文章，并提交学习心得，特发信息学习华为企业文化活动由此拉开序幕。（特发信息 林焰）



险情处理突发事件，不畏艰险舍身保护业主、租户生命财产安全的英勇作风给予了充分肯定。

受表彰的7位保安员分别是天鹅工业区物业服务中心科技园管理处保安员符伟龙、王忙忙，泊林花园物业服务中心蛟湖管理处保安员邝山、谢四海、石团国、鄢军华、黄胜。

另：为了让公司生活困难的员工感受到党的温暖和组织的关怀，春节前夕，特发物业公司工会副主席周初新、办公室副主任李泽辉代表公司领导班子对公司11位特困员工进行慰问并发放了困难补助金。

（特发物业 李沛柔）

特力集团参加市首届行业协会运动会取得好成绩

由深圳市行协署主办，历经近一个月的深圳市首届行业协会运动会近日落下帷幕。运动会上，来自全市57家行业协会的700多支参赛代表队共约2000余名运动员进行了11个大项、17个小项比赛的角逐。深圳市汽车行业协会特力代表队26名运动员参加了八个大项的比赛，特力队充分发挥团队的力量，发扬顽强拼搏的精神，获得全市第17名的好成绩。具体项目成绩：中国象棋赛并列第三名（赖革坚）；保龄球赛第六名（何伟强974分），第八名（詹育洪933分）；优胜奖（吴承繁）。

（市汽车行业协会 沈琳）



海洋世界被盐田公安分局授予涉外联络先进单位

3月28日下午，在盐田公安分局召开的2007年涉外联络工作会议上，小梅沙海洋世界被授予公安出入境管理涉外联络工作先进单位，海洋世界员工解恩君被评为优秀涉外联络员。市、区公安涉外管理的有关领导在会上还对海洋世界的工作给予了高度评价。海洋世界自开业以来，一直与来自乌克兰等国家的水上芭蕾、高台跳水运动员保持合作演出关系，最多时有接近20名外籍演员在海洋世界参加表演，海洋世界重视对外籍演员的管理工作，在外籍演员出入境、工作生活、思想言论等各方面管理工作中，认真按照国家出入境管理法规，积极与公安部门和外籍演员沟通，7年来，虽然外籍演员换了一茬又一茬，没有发生过一例违法违规事件。此次表彰是对海洋世界涉外管理工作的充分肯定。

（小梅沙海洋世界 伍志华）

特发物业公司召开保安员表彰大会，慰问公司特困员工

近日，特发物业公司召开保安员表彰大会，对春节期间坚守岗位，面对盗贼不畏凶险，英勇擒贼，及时保护业主、租户人身财产安全，贡献突出，深受业主、租户好评的7位保安员给予表彰，并颁发了奖金。会上，朱振声总经理对公司保安员遇事沉着冷静，及时有效控制



“ ”

为进一步推动企业安全管理工作，激发公司员工学习安全知识的积极性，经过充分和细致的准备，3月28日下午，特力集团安委会成功举办了特力集团安全知识竞赛。参加知识竞赛的有特力集团房地产物业事业部、华日公司、新永通公司、检测设备公司、特力汽车连锁公司五支代表队。经过必答题和抢答题两轮激烈争夺，特力汽车连锁公司夺得冠军，华日公司、房地产物业事业部分获第二名和第三名。部分观看比赛的员工也积极参与观众题的抢答，现场气氛非常热



烈。特力集团领导班子成员、企业安全工作负责人、本部全体员工及部分企业代表85人观看了比赛。

特发集团副总经理、安委会主任张西甫作了讲话，对特力集团的安全工作给予充分的肯定，并和特力集团董事长张瑞理等领导为获奖单位颁奖。本次竞赛由特力集团副总经理冯宇、特发集团办公室副主任孟彪、安委会委员姜海忠担任评委。

（特力集团 张葵生）