

# 特发

2007年9月号/总第91期 2007年9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：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年度特发集团优秀企业经理  
特发信息公司董事长张俊林

<b>■ 公司要闻</b>		
03	集团召开2007年度党员领导干部民主生活会	苗 苒
04	集团举办2007年“特发地产杯”羽毛球混合团体赛	周 爽
<b>■ 特发论坛</b>		
06	要善于激发部属的潜能	刘爱群
<b>■ 管理职场</b>		
08	在中国移动光芒的映照下一路走来 ——特发信息董事长张俊林接受《通信产业报》等四家媒体访谈录	特发信息《信息窗》编辑部
11	五项举措，让吉光在阵痛中崛起	唐渊明
14	荣誉过后	庞春扬
<b>■ 聚焦经营</b>		
16	特发光缆OPPC填补国内35kv电力线路空白	李展辉
17	小梅沙旅游中心7、8月份暑期经营取得良好业绩	赵刚贵
<b>■ 取经悟道</b>		
19	企业思想力浅谈	李正祥
<b>■ 经典文摘</b>		
20	幸福的经济学分析	
<b>■ 诗海拾贝</b>		
21	普希金诗两首 我曾经爱过你（外一首）	解恩君译
<b>■ 员工情怀</b>		
23	吉光——我求知扬帆的地方	李毓全
<b>■ 杂言随笔</b>		
24	是谁带来远古的呼唤，是谁留下千年的祈盼 ——西藏精神之旅感怀	欣 文
26	九寨黄龙印象之旅	李亚君
29	月饼史话	黎德义
<b>■ 新闻传真</b>		
31	集团特困家庭员工子女获市总工会助学捐赠 集团民兵参加罗湖区民兵防空训练取得优异成绩 小梅沙旅游中心向考上大学员工子女发放助学金 特发信息吉光分公司应邀参加第四届中国铝电解电容器市场与发展国际研讨会 市汽车行业协会会员企业新劳动合同法研讨会在特力集团举行	



# 集团召开2007年度党员领导干部民主生活会

苗苒/集团人力资源部部长

9月4日上午，2007年度特发集团党员领导干部民主生活会在发展中心26楼会议室召开。集团班子成员围绕落实科学发展观、构建和谐社会、加强党的作风建设、廉洁从业等主题，实事求是地对照检查。市投资控股公司监事会主席冯裕林、党群部副部长谢映辉莅临会议指导。

会议首先通报了此次民主生活会前征求群众意见的情况，从征求的意见看，各企业对本届集团班子及班子成员在贯彻落实上级党组织的各项工作中表示满意，大家认为，特发集团班子精诚团结，整体素质高，改革创新意识强；班子成员廉洁正派，工作作风踏实务实；一年来，在抓好集团战略发展、推进改革、提高企业经营效益和创建先进企业文化等方面做了大量卓有成效的工作，取得了可喜的成绩。集团本部各部室严格履行工作职责，精神面貌和工作作风焕然一新，工作效率较以往有很大提高。经广泛征求意见，对本届班子及班子

成员感到满意和信任，同时对如何做好今后的工作提出一些建议。

会上，班子成员结合此次民主生活会前的学习心得和征求意见、建议的情况分别作了自我剖析，开展了认真的批评与自我批评，并进行了互相评议。班子成员普遍认为一年来的工作，虽然取得了一定的成绩，但是在看到成绩的同时，要树立危机意识，防止产生骄傲自满情绪，继续加强学习，深入企业一线，发扬实干精神，努力抓好集团的经营工作；抓好廉政建设，特别是在下一步集团的发展中，一定要继续抓好廉洁自律工作，尤其是在例如项目招投标等敏感事项上严格按程序办事，防止出现问题。针对群众的建议，班子成员还逐条逐项制订了整改措施。

最后，冯裕林主席讲话。他指出特发集团此次民主生活会能按照控股公司党委要求，认真做了会前的理论学习和征求意见；群众对班子的评价很高，班子有威信，得到了群众的

认可；特发的班子团结，班子成员能力强、素质高，民主作风好；班子成员能够严格遵守各项廉洁自律的规定，对目前企业发展的客观环境有着清醒的认识。他指出目前特发集团已经制订了4年发展规划，企业发展前景良好，上半年各项经济指标都完成或超额完成预算指标，这和班子的努力是分不开的。在抓好经济工作的同时，班子能够注重抓好制度建设、干部选拔、廉政建设、企业文化等各方面的的工作，使特发集团风气明显好转，为企业下一步的发展奠定了良好基础。他希望特发的班子在企业文化、作风建设、团队建设上再接再厉，按照发展规划一步一个脚印地扎实开展各项工作，创造出特发集团更加辉煌的明天。



# 集团举办2007年“特发地产杯”羽毛球混合团体赛

周爽/特发地产公司

9月8日、9日，集团在地产公司开发的高档商住楼项目“泊林花园”新落成的羽毛球馆举办了2007年“特发地产杯”羽毛球混合团体赛。比赛由集团工会委员会主办，特发地产公司承办，参加本次比赛的队伍有集团总部、特发信息、特力集团、特发地产、小梅沙旅游中心、黎明集团、特发物业、监理公司等8支队伍48名运动员，集团党委书记、董事长刘爱群，总经理施长跃，副总经理张西甫、张建民、刘崇，工会主席苏莉，以及集团二级企业的领导出席了本次比赛的开幕式。开幕式由集团副总经理张西甫主持。

本次比赛是泊林羽毛球馆开馆以来举办的首届赛事。赛前，举行了泊林羽毛球馆揭牌仪式，刘爱群董事长为新落成球馆揭牌，并作了热情洋溢的讲话，热烈祝贺羽毛球馆的落成以及本次“特发地产杯”球赛的

举办，对参赛运动员进行了勉励和鞭策，刘董事长要求运动员将“团结、拼搏”的体育精神发扬到工作和日常生活当中，在全体员工中倡导积极健康向上的生活方式，以饱满的精神状态对待工作，并对社会做出贡献。

开幕式隆重而热烈，在雄壮欢快的运动员进行曲中，参赛的8支队伍依次入场，各队领队高举队牌，队员意气风发，精神饱满，步伐矫健。各单位张贴于场馆四周响亮的标语口号把比赛的气氛渲染得十分浓烈——集团总部：积极，健康，向上，和谐！地产公司：凝聚会飞的人，雕刻天空之城！黎明集团：黎明，黎明，发扬风格，赛出水平！信息公司：成败正如羽球分量，参与方显奥运本色！特力集团：赛出风格，赛出水平！物业公司：顽强拼搏，勇于争先，赛出风格，赛出水平！小梅沙旅游中心：打出水平，赛出风格，为小

梅沙加油！争光！监理公司：超越胜负，监理公司为特发体育健儿加油！

在动感十足的音乐声中，特发地产十数名健康阳光的啦啦队员身着统一服饰闪亮登场，为大会献出精彩的啦啦队舞蹈：男队员个个生龙活虎，豪迈奔放；女队员个个热力四射，艳压全场，热情、活力、整齐划一的舞蹈点燃了整个会场的热烈气氛，也让在场的所有人感受到了体育带给我们的全身心的享受。

刘爱群董事长主持开球仪式后，比赛正式开始。

比赛经抽签分A、B两组以循环赛的方式进行，竞争十分激烈，高潮迭起，掌声不断，场面动人。赛场上运动员们顽强拼搏、竭尽全力，8支代表队赛出了水平，赛出了风格；各单位啦啦队加油声、喝彩声、叫好声不断，体现了高度的集体荣誉感和团队精神。



最佳风格奖：特发信息队



优秀组织奖：特发地产队

本次赛事增添了表演赛这一内容：9月9日下午，由集团副总经理刘崇、特发信息副总经理刘阳对阵特力董事长张瑞理、特力总经理陈鹏，为比赛献上了一场精彩的表演赛。随后，进入了赛事的高潮——冠军争夺战，在三轮白热化的较量之后，监理队最终站在了比赛的最高领奖台，集团总部、物业队分获二、三名；特发信息队获最佳风格奖。

比赛结束后，举行了闭幕式。闭幕式由集团总办主任陈华主持，集团副总经理张西甫、工会主席苏莉、地产公司总经理饶剑峰为比赛获奖的队伍及运动员颁发了奖杯、奖牌、奖金及奖品。随着几声礼炮的轰鸣，满天的彩絮，满场的笑脸，泊林花园球馆沉浸在一片喜悦、和谐的气氛之中，监理队高高地举起了特发羽毛球冠军杯，全场的欢呼声，闪光灯交织在一起，标志着此次赛事取得了圆满成功。

地产公司此次承办2007年“特发地产杯”羽毛球混合团体赛，是促进集团羽毛球运动的发展，为特发员工营造高质量的体育生活氛围，提升地产影响力的重要活动。此次羽毛球赛，特发地产在公司领导的带领及严格要求下，协助集团工会有条不紊地做好比赛的各项筹备、组织工作，获得了集团领导、组委会以及参赛企业、运动员的高度评价，特发地产队为此荣获组委会颁发的优秀组织奖。同时比赛也得到了特发物业管理公司

的大力协助，保障了比赛的顺利进行。

为使特发羽毛球比赛成为集团每年的常设赛事，本次比赛设定今后“特发羽毛球冠军杯”采取流动奖杯的形式，奖杯由特发地产制作并提供给特发羽毛球组委会，每届冠军有权保留冠军杯一年并将队伍名称镌刻在奖杯上，到第二年比赛开幕式移交组委会。本次的交杯仪式由集团总经理施长跃代表上届冠军“集团总部”向本次组委会主席苏莉移交冠军奖杯，随后苏莉主席揭开了全新的“特发羽毛球冠军杯”的神秘面纱，场上顿时响起一片惊叹之声：奖杯由纯琉璃经过高科技工艺精心打造，杯口呈开放型，大气、霸者的风范呼之欲出；四头昂扬奔驰的骏马上身环绕杯腰，象征着一马当先的冠军气概，底座为结实的黑檀木制成，寓意强大的群众参与力量，象征特发羽毛球运动有着坚实的群众基础。

特发地产公司十分重视此次羽毛球赛，公司领导亲自组织动员，广大员工踊跃报名，积极参与，尤其是开场的啦啦队，半个月来，队员们牺牲个人的业余时间，克服困难，认真执着，艰苦排练，给本次赛事带来了一场精彩的舞蹈表演，营造了全场的热烈氛围。此次比赛对特发地产公司具有重要的意义，带动了地产公司的羽毛球热潮，为下一步建立和充实地产羽毛球队打下了良好的基础，促进了地产羽毛球运动和其他各项群众体育活动的深入开展。同时通过承办此次比赛，地产公司也向集团及系统各企业展现了良好的新地产公司的新风貌，地产员工的群体竞争意识和团队拼搏的精神风貌给参赛各企业留下了深刻的印象。比赛也给集团系统各企业员工互相交流、沟通、学习提供了好机会，有利于特发建设积极健康向上的企业文化，塑造特发员工的共同价值观。



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关键，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（上）

刘爱群/集团党委书记、董事长

一名企业经理，每天都要面对自己的部属、员工。至于如何认识、看待这些相濡以沫、活生生的个体，有的经理未必自觉。

西方早期管理学中的主流看法是把企业员工视为“经济人”，其基本观点是：员工对劳动有一种天生的厌恶，他们会尽可能地躲避它；由于员工对劳动有厌恶的特性，所以对大多数人必须实行管、卡、压，并以处罚来威胁，这样才能使他们努力

完成企业的目标；大凡企业员工宁愿被人指使而希望回避责任，他们没有抱负，经济利益高于一切。很明显，“经济人”的观点，是把员工看作主要凭直观感性行动，并以追求物质需要为最大满足的。包括泰勒在内的早期管理学，就是基于对企业员工的这种认识。随着社会的进步和企业经营管理实践的进一步发展，把员工视为“经济人”的观点已逐渐被西方管理学唾弃（尽管今天我国有的管理学权

威还津津乐道的推崇泰勒制），取而代之的是把员工视作“自我实现的人”，这种观点是基于马斯洛关于需要层次论的人性理论及现代企业的实践。根据马斯洛的需要层次理论，人具有由低级到高级的不同层次需要，分别为生理上的需要、安全上的需要、情感和归属上的需要、地位和受人尊重的需要以及自我价值目标实现的需要。这些需要是逐级向上的，即当低层需要获得满足时，人们会追求

更高层次的需要。马斯洛提出的“自我实现”是其需要层次论中的最高层次需要，也是该理论的核心所在。他认为“每一个人都会成为他必须成为的那样的人，人的能力要求去应用，只有让能力充分发挥出来，才会停止吵闹”。大文豪肖伯纳认为，每个人都有梦想和追求的目标，他说：“生命中真正的喜悦，源自当你为一个自己认为至高无上的目标，献上无限的心力的时候。它是一种自然的、发自内心的强大力量。”把员工视作“自我实现的人”的理论基点是：人们的动机是分等级的，是逐级向上的，员工希望在工作上成熟起来，而且他们能够做到这一点；人们从根本上是自我激励的，也是自我控制的，在员工自我取得成就和公司活动之间，不存在根本的矛盾对立。

比较“经济人”与“自我实现的人”两种理论，结合当今企业经营管理实践，我也认为前者认识有失偏颇，应予扬弃，而后的分析概括全面、深入、有据，更加符合人性。以我司物业管理公司领导班子追讨历史巨额欠租及地产公司为天鹅工业区土地确权、重新规划开发为例，如果工作一线的员工仅仅是为了追求个人眼前物质利益，持回避责任、厌恶工作的态度，物业公司怎能不计个人及家庭的风险，千方百计维护公司利益？地产公司怎能齐心协力、不辞辛苦，动用各方面的力量赢来天鹅工业区十分难得的结果？这一切，只能用“只要有百分之一的希望也要为公司拼搏”的敬业精神去诠释。今年初工作总结大会上受到集团表彰的先进集体和个人身上都凝聚着这些亮点，近年来，我司广大员工，特别是各级骨干为公司解困发展而努力拼搏的事迹都是佐证。

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，自然引出在企业经营管理

中如何激发部属潜能的题目。企业经理能否自觉运用激励方法，还有待于走出几个观念误区。

例如，如何对待经营管理中的失误。许多企业为了避免失败，防患于未然，制订了许多条条框框，尽量使部属没有造成偶然错误的机会。一旦失误发生了，有的企业领导人担心影响部属信心、情绪及上司（老板）的信任，尽量掩盖，不让更多的人知道。有的甚至由于害怕失败，在公司公开压制任何新的或异于平常的事情。可以设想，在这种“我不管你做什么，只要不犯错误”的企业文化氛围下，员工想创新而不敢实验，有改进生产的意见却无法实施，企业在激烈的竞争中必然越走越窄。与这种不允许甚至谴责失败相反的观念是“允许失败和再尝试”。这种新型企业文化倡导的是，在推动部属取得最好业绩的同时，允许他们有失败和再尝试的自由。这不是无视员工随意出错给公司造成损失，而是承认和鼓励员工的主观能动性、创造性。其中应掌握的度数是：任何不至于造成企业不可弥补的损失或个人伤害的事情，都应该看成是有积极意义的并予以实验。

再如，如何对待企业的现存制度（现状）。前面我曾谈论过《用制度管理企业》的题目，其中要求各级管理人员要做企业规章制度的守护神，但这只是问题的一个方面。我们常常发现，在一些企业里，有的员工因为对公司现状、规划提出疑问后，让总经理不快，有的想坚持自己的观点会受到领导当众斥责，甚至失去信任。这种企业文化会把员工塑造成唯唯诺诺的人，他们在上级面前，不敢直抒己见，甚至于专讲上级喜欢听的“顺情话”。事实上，即便一家企业的经营管理今天是最好的，明天也未必优秀，这是市场竞争使然。而企业发展进步的标志就在于对原有状态的

否定、突破。在企业经营管理中，是鼓励、保护墨守成规，还是鼓励、保护向现状挑战是两种截然不同理念。首先应明确，现代企业家需要与部属建立信任关系，不仅要鼓励，还要公开奖励部属向现存制度、现状挑战。企业经理要鼓励每一个人，从一线员工到各级管理者都要经常向周围的事物提出问题，设法寻找改进现行制度、服务和产品质量的方法，更上一层楼。其次要懂得，企业最需要的是人人动脑筋设法改进企业，即便是对企业最根本的问题挑战也是好事，不应怕不同意见，而是需要有人讲话。另外，不要怕丢“面子”、伤“自尊心”。当企业经理将个人价值取向与企业发展目标一致起来，共同追求企业长远利益时，这些就不成为问题，因为企业发展了，经理自然就有了“面子”。企业经理要经常自我告诫，不要被唯唯诺诺的人所包围，如果周边聚集的是开动脑筋，敢讲真话的部属，你就占有了取胜的先机。



编者按：中国移动近期组织了一系列隆重的活动庆祝成立二十周年。特发信息作为华南地区唯一的设备制造商代表被中国移动选中参与了此次活动。特发信息董事长张俊林接受了中国移动所委托的《通信产业报》、《经济日报》、《南方日报》、《广州日报》等四家媒体记者的采访，畅谈特发信息与运营商合作共赢的不凡历程以及对企业经营管理方面的一些个人心得。现将特发信息《信息窗》编辑部对这次访谈形成的整理稿刊出，以便读者与我们一道共品特发信息与中国移动共同成长的喜悦和成果。

# 在中国移动光芒的映照下一路走来

## ——《通信产业报》等四家媒体对特发信息董事长张俊林的访谈录

特发信息《信息窗》编辑部整理

**一、您对中国移动选择特发信息作为华南地区唯一的设备制造商代表来参加其20周年活动有何感想？**

张俊林：对于能够与中国移动分享二十周年的喜庆，特发信息人当然感到十分的高兴和荣幸！我们理解这象征着特发信息光缆与中国移动长达二十年的合作友谊得到深化和提高，也从另一个侧面说明特发信息光缆长期以来付出的努力得到中国移动的认可和高度评价；同时反映了运营商与供应商之间荣辱与共、唇齿相依、风雨同舟的情怀。

短短二十年，中国移动的飞速成长，是中国改革开放的一个重要成果；中国移动紧跟国家改革开放的步伐，引领中国通信事业的潮头，在通信领域里，风雨兼程，不畏强手，成就非凡，无论是从理念上还是技术上，都带动着国内一场天翻地覆的通信革命，以异乎寻常的速度追赶全球通信产业的发展步伐，从事的是最有增殖力的、方兴未艾的事业，这个事业彻底地改变着国人的工作和生活模



式，为全面加快中国的现代化建设步伐，做出了杰出的贡献，是中国民族品牌的骄傲！中国移动二十年的卓著成就，令人敬仰，可喜可贺！

**二、作为重要的通信材料供应商之一，您认为移动通信发展为特发信息光缆带来的机遇有哪些？**

张俊林：移动通信从1987年11月18日成立到现在有20年了，特发光缆是1988年成立的，可以说是与

移动通信共同成长，而且一直得到中国移动耀眼的光芒照射。

光缆的发展和移动通信的发展是密不可分的。从规模上说，移动主干网、接入网、城域网的迅速发展促进了光缆需求的增加，而3G传输层基站增加和扩容使接入层光缆的需求成倍增长。移动通信业的发展推动了光缆行业的发展，也给我公司带来了发展的机遇。移动公司一直是我公司最大的客户，我公司从几十万芯公里规模发展到现在的300万芯公里规模也是受益于国家通信事业的发展需要。

从技术方面说，随着FTTX、3G建设需要，我公司针对性地开发出新的产品，如：城域网用高密度、大芯数骨架式带缆、城市监控系统用光电复合缆、FTTX应用软光缆、城市管道应用微缆等，并且在移动通信传输领域投入使用。应该说，移动通信的发展为光缆行业的发展带来了规模和经济效益，而作为通信第一传输媒介的光缆也为移动通信的发展尽了自己的一份力。

**三、可否请您介绍一下与移动通信运营商合作的案例和成果？**

张俊林：在当今高速发展的市场经济大环境中，特别是像光缆这个竞争已比较充分的行业，用户和供应商的关系，已不仅仅是一个简单的买与卖的关系，大家在通信产业这个运行的链条上，是一个相互支持、相互依赖的战略合作伙伴关系。也许可用一个词来概括一下这种关系，那就是“竞合”。互惠互利，实现共赢是我们努力的目标和发展方向。特发信息自上世纪90年代就开始与电信运营商合作，提供高品质的光缆产品。从移动公司成立并着手组建自己的传输网络开始，我们就是密切的合作伙伴。近20年的时间，公司累计在移动通信运营商销售使用的各类光纤光缆产品近9万皮长公里（200万芯公里），市场覆盖了全国十几个省市自治区的移动通信运营商。

公司地处广东省，与省移动的合作有着便捷的条件。1993年，我就与当时的深圳电信发展公司（深圳移动的前身）进行了合作，提供了第一条光缆；2000年，广东移动开始大量敷设光缆，我司成为广东移动省公司选定的6家供应商之一。在近二十年的合作中，我们已在广东省移动通信使用的光缆3万多皮长公里（90万芯公里），合同总金额达3亿多元，给全省18个地市供过货，是广东移动最大的光缆供应商。

尤其要说的是，中国移动以前瞻性的眼光和大胆的魄力对材料供应商新品研发工作所给予的大力支持，如我司生产的全国最大芯数光缆1000芯骨架光缆在深圳移动得到首次试用，这是全国第一条、也是最大芯数的骨架式带状光缆在传输网络中的实际使用。我公司的专利产品色条光缆得以在广东省移动内全面铺开。我司成为北京移动通信公司的战略合作伙伴，光缆的使用量达30多万芯公

里，约5000皮长公里，作为全国两家可生产骨架式高密度带状光缆之一的厂家，我们的骨架式光缆已大量使用在北京移动通信的传输网络中。近两年来，在国家移动通信进行的村村通工程中，我们与移动的合作同样密切，仅2006年供给山西移动通信的光缆就达10000皮长公里。除了供需合作外，我们先后在广东省、北京市、河北省、河南省、山西省等移动通信系统多次进行光纤光缆方面的技术、工程施工等内容的交流，从而使供需双方在产品使用、产品结构改进、新品的研发等各方面达到了双赢的效果。

**四、请您回顾一下特发光缆自身发展的历程。**

张俊林：特发光缆的前身是成立于1988年的深圳光通发展有限公司，当年光通公司在业内一枝独秀，前国家领导人江泽民、李鹏等都亲自来公司视察过。光通公司早期做的是MCVD制棒技术和光纤拉丝，是国内最早研制并生产光纤光缆系列产品的生产商之一；1992年，公司为邮电部提供首条单盘6公里无接头48芯跨黄河大桥光缆；1994年公司通过ISO9002认证，是国内同行最早获得认证的企业之一；1995年，公司首次在国内研究开发出ADSS光缆，成为国内最早开发出ADSS的光缆生产商和最大跨度（1420米）的保持者；1999年，深圳光通与深圳星索进行资产重组，成立深圳市特发信息股份有限公司光缆分公司；2000年，深圳市特发信息股份有限公司在深交所上市；2001年，公司开发出品种齐全的室内光缆，并投产OPGW，OPGW目前国内做到了前三名；2002年，开发出



SZ300芯骨架式光缆带光缆、S/Z1000芯骨架式光缆和色条识别光缆，是国内最早开发出色条识别光缆的生产商；2004年，开发出系列路面开槽光缆、微型光缆；2005年，研制出OPPC，并首次投入商业运行，成为全国第一条OPPC光缆线路，同年重庆特发博华光缆公司成立；2006年，光缆产销规模首次突破百万芯公里大关。

光缆是特发信息的主导产业，资产规模占了特发信息三分之二强，产值及利润贡献也占了大头，在我司未来三至六年的战略发展规划中，我们将进一步突显光缆的主业地位，加大投资力度，使之在国内同行的排名中大幅度提升，争取进入前五强，实现我司光缆产业走“特”和“专”道路的梦想，为民族通信事业奉献特发光缆人的智慧和心血！

**五、您认为企业自身发展最成功的地方是什么？**

张俊林：谈不上成功，只能说略感欣慰：我们抓住了机遇，有一批业内的精英人才和他们在技术方面做出的贡献，这使得我们在行业内有了引以为荣的技术和品牌，还有，我们制订了明晰的产业发展战略。经过近二十年的积累，公司具备了一定的规模化，突出了“特、专”的产业战略，我们研发出高品质的松套层绞式、中心束管式光缆和光纤带光缆、骨架式光纤带光缆、ADSS无金属自承式大跨度光缆、OPGW光纤复合架空地

线光缆、OPPC光纤复合相线、各种新型的室内光缆以及微型光缆、8字自承式光缆、色条缆等特种光缆。我们以优质的产品和服务在各大运营商中获得了良好的口碑，也因此展示了我们走基业长青之路的诚信理念和战略眼光。这主要是人才和技术在起作用。特别是从人才这个角度来讲，我们倍感欣慰，因为从1988年成立以来，我们积聚了一批光纤光缆行业方面的专业人员。光纤光缆行业从2001年起一直艰难求生，我们能坚持下来，而且去年在规模上上了一个大的台阶，下半年又开始全线扩产，不少产品走在业内同行前面，那全是因为人才。我们以事业吸引人才，以偏高于同行的待遇留人，经过将近20年的积累，我们的专业人才队伍已有足够的能力挑起产业大发展的重担。另外，我们认为，光纤光缆行业的市场前景是很不错的，包括即将大规模开展的光纤到户、全光网络等等的建设，市场需求还是很大的；另外，近几年光通信泡沫的破裂淘汰了一大批在技术和资金方面都不具备竞争力的企业，今后这个市场将进一步规范，可能只留下行业的前十名或是前二十名，这对我们很有利。

**六、请您介绍一下企业在自主创新方面的做法及取得的突出成果。**

张俊林：自主创新是企业发展的核心。没有创新，就没有企业的发展后劲，也就永远跟在别人的后面，创新就是增值，就是利润，走在后面的企业经营利润自然只是分先行者的一点残羹冷饭。没有创新，用户对企业技术和综合实力也会怀疑，合作的前景也不可能见好。

特发信息先后获得了19项专利技术，在ADSS、骨架式带缆、OPPC、光电复合缆等方面成为行业的领航者。比如，1995年我司首家研制成功的ADSS电力特种光缆，自1996年投入市场以来，一直是我司的利润增

长点；随着城域网建设的展开，骨架缆也逐渐成为公司新的利润来源，我司采用日本技术研发了4芯带、6芯带、12芯带系列骨架缆，其中6芯带系列的720芯骨架缆系国际首创，1000芯光缆为国内最大芯数。2007年，自主研发的不锈钢束管自动化激光连续焊接生产线（SST线）有望成功投产，将为我司找到产业升级的新路径，同时，还将填补该领域的国内空白；OPPC接头盒攻关项目已近尾声，接头盒投入商用后，对OPPC的推广将是一个有力的推动。

关于创新，我们认为，并不是所有的创新都需从头开始，巨人都是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，但是一味地、长期地模仿和借鉴无疑扼杀了企业的创新之路，也永远不可能学到关键技术，所以我们并不鼓励简单的模仿，甚至抄袭，企业自身必须要有自我“消化、吸收、创新”的能力。

一个公司的战略定位对企业的创新的影响深远而巨大，因为它不仅决定了公司对新技术是抱自我创新还是模仿、跟随的心态，实际也影响了公司决策层和各级管理层对研发、创新的支持力度，包括人力资源的配置、资金的支持、市场开拓途径以及后续的发展规划等等。

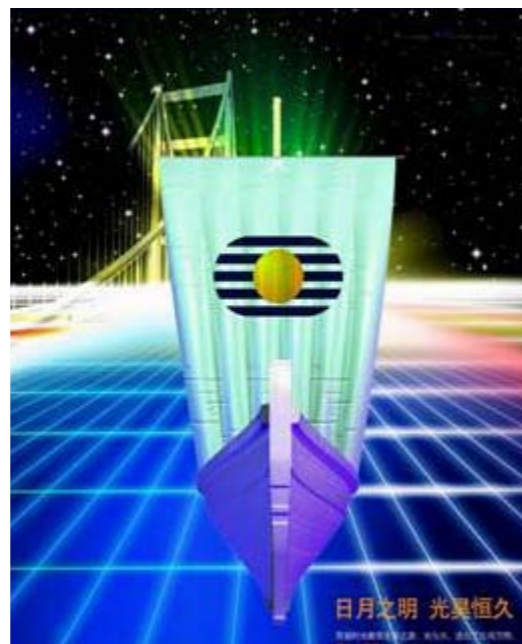
对执行层来说，特别是作为研发的技术人员，从公司的发展战略可以看到公司和自身未来的发展，从研发环节可以体会到自身的价值和能力，从中收获喜悦，从而拓展了个人的生存和发展空间。由此，企业和员工形成一种良性互动关系。没有创新、发展以及市场的

拓展，企业组织激情消失，就如同死水一潭，灵性也迟早磨灭殆尽。

当然有了战略并不意味着企业的创新很快会带来利润。作为决策层和管理者，对待研发的态度不可太过于功利化，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。

一个成功的创新战略，产品研发只是迈出了第一步。批量生产、销售、市场策划和服务等环环相扣。市场和用户接受了，竞争少了，收益明显大于了投入，我们认为这就是成功的创新。

近来我们还愈来愈认识到，对创新成果的保护其实就是保护公司的核心竞争力，所以，我们将在知识产权的保护方面投入更多的关注，使自主创新的成果切实转化为公司的核心竞争力之一。



图为新一届吉光电子管理层合影

# 五项举措，让吉光在阵痛中崛起

唐渊明/特发信息吉光分公司

特发信息吉光电子作为普通基础原器件的制造厂商，一方面，面临来自客户端市场不断的投标降价压力，另一方面，却承受着材料厂家供货价格的不断上扬。为适应产业的特点和应对市场竞争的压力，铝电解电容器行业的发展方向除了产品向全系列、多规格、大规模、高品质发展外，将制造地域向制造成本更低的西部等地区迁移成为一种趋势，由此形成新一轮再发展的格局和高潮，市场也随之进行了再分配。

作为家电产业尤其是电视机产业主要配套厂家的吉光电子，在新一轮的市场竞争中，为减轻制造、电力、人力等成本的压力，公司响应特发集团、特发信息走出去的号召，决定向西部地区进行战略转移，合作办厂，和广西桂东电子合作重组为广西吉光电子科技股份有限公司，将工厂生产地迁移到广西贺州，以求通过异地合作降低成本、扩大规模，再创吉光的辉煌。新公司于2006年9月28日创建成立，计划2007年年底进行厂

房搬迁。

随着吉光搬迁日期的临近，公司许多老员工考虑工作和生活地的不同，在去年底、今年6月份的合同期满后就没有续签合同。为尽快培养一批可以和公司一起迁到贺州工作的骨干，去年春节后，陆续从贺州招聘一批人员进行补充。于是，形成了前所未有的人员异动的高潮，今年4-5月份尤其突出，给公司生产和产品品质的稳定带来了一定的压力，甚至出现了部分客户订单难以按期交货的情况，并导致可能出现客户订单减少的危机。

面对人员流动大，新员工多，产能不能有效发挥，产品品质出现波动的困境，年初，吉光公司领导班子召开经理级以上人员会议，按照特发信息的部署，研究相关对策和措施。会后，全公司立即行动起来，通过采取以下五项重大举措，稳定了生产和品质，使公司产量和质量重新回到正常的轨道，保证了市场的需要和客户的稳定。

**一、强化人员培训，提升生产效率**

因为大量熟练员工的离开，直接的影响就是产能发挥不出来，如首道工序的铆接卷绕工序，正常班产是单人单机1.5-1.8万只，而更换了新人后的产量只能维持到正常产量的一半甚至更少。面对人员的异动造成的产量降低，公司领导清楚地意识到，唯一有效的办法，就是加强新工人的培训和教育，让他们提前进入正常工作状态。

为此，公司成立了以副总经理迟建国为组长的临时生产指挥协调小组，组员包括计划、品质、生产、办公室等各部门经理及生产管理骨干。小组的任务就是深入生产第一线，现场考察分析员工作业中存在的问题，并调集有经验的老员工进行一对一、手把手的教导。同时指导班长，在自己的班组内，将新老员工搭配开机，一方面由老员工进行指导，同时也对新员工给予一定的压力，让其尽快赶超老员工。对于维修人员，也要求他

们在完成维修任务的间隙到生产线帮助员工开机，保证生产的正常运转。

考虑夜班人员尤其新员工生产效率低，对突发、异常事件处理欠缺经验，经常导致意外停机的情况，协调小组组织经理人员跟夜班，坐镇工程部办公室，及时处理现场的突发和异常事件，保证生产的顺利进行。

通过三个星期的强化教育和训练，新进厂人员的产量基本达到了老员工的80%以上，生产基本进入正常的状况。以主要产品之一的焊片为例，人员强化培训前，日产仅1.6-2.0万只，培训和跟班指导后，产量达到了正常的4.0万只的基础产量，有效地配合了业务市场的需要。

公司通过人员的强化训练，形成了一套有效的新员工培训教育机制，使基层的班组长和部分骨干员工，更清楚了培育新人的方式和诀窍，这对确保以后公司不因人员的更换而影响生产经营提供了强有力的保证。

## 二、关注现场异常，切实落实对策

在影响产品质量的“人、机、料、法、环”五个主要因素中，“人”是最主要也是最易产生波动的因素。由于员工队伍的不断更新，新员工对于质量要求、检验方法、处理程序的理解不够透彻，随之出现了各种各样的产品质量问题。品质的异常波动，成为困扰我们的另一个严峻问题。

面对新员工多，操作不熟练，对工序质量检验项目、方法、标准理解不准确的现状，在公司领导的指导下，工程部管理人员开展了系统、全面的品质教育训练，采取的主要措施和方法如下：

(一) 熟读文件。因为作业人员所有的作业，都是依据作业指导书进行的。部分员工只重视了操作方法的学习，对于品质检验和判断，没有同步熟悉。为加强他们的质量意识，在所有的新人进厂的前三天，首先安

排的，就是熟读文件。并由基层班组长对照文件向员工逐条解释和说明。车间工艺员也随时抽查学习效果，这样，使员工一进入车间，就形成质量第一的观念。

(二) 样板说明。因为所招聘的新员工的素质问题，对于抽象的文件书面描述，他们难以全面接受。为此，工艺员依据文件规定，将合格品、不合格品和临界合格品做成样板看板，并配以简单文字说明，放在各个工序，让新员工可以对照事物来了解文件规定，加快他们熟悉的进度和对标准的准确理解。既防止了不良品的产出和漏检，同时也有效防止了因为新员工对标准临界理解不清楚导致的对良品的误判断，有效降低了消耗。

(三) 定期考核。为检验对新员工培训教育的效果，我们将培训和员工上岗考核结合起来，并适当增加考核的频度，对新员工每周进行考核和询问，及时了解员工对质量要求掌握的程度，防止因为不掌握标准而造成对产品品质的误判。

(四) 异常教育。生产过程中难免出现个别的质量问题甚至是批量的质量问题。通过加强异常联络单的填报，让工艺人员可以及时了解工程中的异常现象，异常形成的原因及对策措施等，从而及时组织相关人员进行现场机会教育，使全体员工都清楚自己的工序、自己的同事因为什么原因生产出了不合格品，且该如何防止和避免。这样，将一人的教训转换成了大家的经验，有利于提醒大家注意自检，举一反三，减少类似不良事项的发生。

(五) 奖罚分明。为激励新员工互相学习，互相竞争，各班组均设立了竞赛专栏，制订每人的作业目标，每天公布各人的产量和质量状况。对学习进步快、掌握知识技能全面的新员工，工程部定期给以书面表扬，每月给予申请奖励。而对于疏忽

导致质量问题的，则根据损失的大小，及时给予处罚。从而形成了一种积极主动的竞赛局面，有效提升了产品质量。

## 三、销售生产联会，贯彻以销定产

因为人员的异动，产能的下降，在4-5月份，公司一度出现客户定单交不出，客户减单的情况。同时，由于直接生产部门对下月定单量变化不了解，也制约了提前准备人力储备、提升产能。为使公司各环节及时了解市场需求、销售计划和生产计划，公司自7月份开始，扩大原来的产销会议，参加人员扩大到包括总经理、副总经理、各职能部门经理、采购、品质、计划管理、生产调度等全部相关人员。

通过销售生产联席会议，业务报告市场趋势、销售计划，计划部根据生产产能，安排工程部合理的计划任务，同时通知材料采购人员，本月主要的材料需求和变化，工程部则根据生产计划量，协调内部人力，必要时提出人员、设备的增减、调整计划。通过内部沟通，各部门相关人员均明确自己的职责和重点工作，增加了部门间协调的效率。

如8月份销售生产联席会议上，业务人员提出本月焊片产量需求大，应增加产量以保证适时交货。会上就做出了提升焊片产品到日产4万只的决定。同时安排人力资源部门尽快招聘所需人员；指导采购人员，保证材料尤其紧缺材料的采购和调配；工程部先调动现有人员，按照4万只日产组织生产并定期向计划部报告进度……通过会议及时、合理的安排，全部人员都清楚知道了焊片月产计划并共同努力，使8月份顺利完成了焊片产品定单，满足了市场需求。

## 四、品质月会制度，强化质量改善

质量工作的任务，就是通过质

量循环，稳定产品品质，达到质量改善的目的。在目前人员相对不稳定，质量出现波动的情况下，召开质量月会，总结一个月内的内部质量问题、外部质量投诉、材料问题等，决定下月的质量管理重点工作就尤为重要。公司自8月份开始，恢复了品质月度会议，及时总结、发现质量异常，提出纠正、预防措施，改善现场品质管理。

通过质量月度会议，品质部除向全体相关人员通报上月的客户不良反馈、内部一次合格率、累计合格率、材料检验合格率、现场反馈材料不良次数外，重点是现场检验合格率状况，包括各工序品质检验人员检验总批数、不良批数、不良原因和次数等。通过详尽的统计数据 and 图表，让现场问题点一目了然，并根据主要问题点，向责任部门提出纠正措施要求，限期进行改善。

会议还针对影响合格率和性能的涉及产品设计、制程控制等重点问题，进行专题探讨和研究，共同分析改善方法和措施。

为防止会议上提出的改善点流于形式，会议要求品质部根据会议精神，作出包括“改善事项、改善方法、责任人、完成时间、监督人”等详细的会议纪要，并于下次会议检查进度，确保会议形成的决议得以贯彻。

例如，对于8月份会议决议中的“工程部防止混料”，会后，工程部召集全部班长以上人员，传达会议精神和要求，具体将工作细化到每一个工序和每一个人员：要求全部工序班长再次审核修改作业区域划分，相临作业区域要保持一定的距离；重要的工序尤其最后工序每一个作业位都要作成书面提示牌张贴于作业台面，提醒作业员注意；产品流转过程全部加盖，防止混入；产品分箱卡详细填写，防止混批……通过8月份的努力，现场区域划分、产品放置、防护措施已经基本到位，防止混料工作初



图为工艺人员在对新员工进行教育训练

见成效。

对于8月份会议要求的现场“5S”改善要求，工程部同样召集班组长，具体讲解5S的内容、要求、做法，并安排工艺员分工指导各工序进行检查评比，并结合评比结果，决定班长浮动工资系数的考评。通过有序的组织、合理的检查、评比，目前工程部现场的改善也基本完成，达到了公司品质月会的改善要求。

## 五、修改销售策略，强调利润优先

长期以来，吉光电子的客户均集中在家电尤其是电视机市场。随着铝电解电容产品生产技术的成熟和国内生产规模的扩大，市场竞争日趋激烈，同时，伴随家电业的投标机制，产品单价不断下降，该市场已经由十年前的高利润市场逐渐演变为微利市场，从而改变销售主要市场方向，以高端、高压产品占有高价市场而实现利润最大化，成为公司今年销售工作的重要任务。另一方面，以往形成的销售政策尤其是销售激励政策，重点的考核指标是销售额和资金回笼，没有强调新市场、新客户和高利润的特殊奖励，因此对于业务人员开发新客户没有政策激励力度，业务人员也没有在新市场开发上下全力，导致在目前行业老厂已经市场转向后，我们仍坚守老的家电市场的局面。

公司高层根据此现状，一方面扩大前两年上马的新产品——螺栓产品的产量和市场占有率，同时修改销售政策和战略，将新市场、高利润作为考核业务人员的主要指标，从而在销售政策上，给业务人员以明确的导向。

通过销售政策导向，业务人员开发新客户的积极性被充分调动起来，仅上半年，就陆续开发了贵阳海信、广东海信、广东美的等新客户并进入送样承认阶段，其他客户市场也在开发中。现在，通过销售政策的调整，开发高性能、高价位、高利润产品市场已经成为业务人员主动的追求和目标。预计通过1-2年的努力，公司开发的新市场以及高利润产品市场将成为吉光新的经济增长点。

就象分娩必须经历阵痛，才能获得新生命的诞生一样，吉光的重组，也必然会经历阵痛。可喜的是，我们吉光人在经历了人员波动、产能下降、质量波动的阵痛后，快速地恢复了活力，整个公司又进入了一种正常的、高效的运作状态。同时，通过这次的波动，我们锻炼了基层人员的实力和培训能力，形成了有效的新员工入厂的教育培训机制和产品质量异常防止机制，为公司顺利搬迁到广西贺州奠定了坚实的基础。经历阵痛后重新焕发出青春的吉光，将以更积极的态度，迎接市场的考验和挑战。



## 荣誉过后

庞春扬/特发信息吉光分公司

在特发信息举办的2007年新春励志联欢会上吉光电子分公司行政管理部被评为2006年度优秀团队。收获一个荣誉，这个团队第一时间的喜悦是溢于言表的，但更多的却是对今后工作的思考。

创业容易守业难，工作也是如此，一次荣誉的获得并不等于永远都有机会获得。所以，在收获成果的时候也要秉记这道光芒随时都会逝去，因为没有长胜将军。

刚毕业的我，第一份工作让我遇到了第一位顶头上司——我们部门的马主任。对于我这个新成员，马主任给予了我最大限度的宽容，在工作中他给我时间学习，允许我犯错，而且在很多工作内容我还不能够熟练掌握的情况下，马主任都热情一一指教，边工作边演示给我看，让我从另一种实践的角度加深印象。我们部门每个月的月末会比平时更忙一些，要

核算工资。由于吉光公司的主流产品是JICON铝电解电容器，这种产品有大约24个系列1300多种规格，每天公司都要向不同客户提供不同种类的产品，所以员工每天可能要经手好几种型号的电容器，有小的引线，大的螺栓，产品规格不同，价格自然也各异，这样员工工资的计算方法就显得比较复杂，所以马主任总要在晚上加班加点计算工资，也许只有在这安静的时候那些可爱的数字才不会跳错位置吧。有时为了赶工资表通宵在办公室里工作，而那时我还并不真正了解计算公司每月员工工资工作的辛苦。后来我逐渐为马主任的每月工资计算做一些先前的铺垫工作，诸如一些简单的社保表、加班补休表之类，这时，才体会到每月准确、按时发放员工工资不是想象中那么容易的，原来那些如星星一样的数字是有足够折磨人的能耐的。

在吉光公司发展的二十多年中，2006年是一个不平凡的年份，因为吉光在这个时间经历了它的第一次改革——重组。行政管理部作为公司的服务部门理所当然要为公司的顺利过渡起到它应有的作用。重组使公司员工队伍发生重大变化，许多老员工离开了工作多年的岗位，公司急需招一批人员顶替，以保证生产的正常运转。于是，我们部门的领导和同事就一齐行动起来，想方设法与各方联系，希望可以招到比较熟练的操作工。每天的面试工作很烦心，要招到合适的工人必须用心挑选。如果随便不负责任则很容易凑够原有的人数，甚至还会超编，但我们不是这样，无论是部门领导还是员工都本着公司利益至上的原则，力求精益求精，对每一个来公司面试的人员都进行面谈，之后带他们去了解公司的生产格局与车间状况，基本上每天大部分时间都

被面试新员工所占据。但双方“面试”成功后的那份喜悦掩盖了所有的疲倦与辛劳，因为我们知道，一个个优秀员工的参与为我们吉光注入了新的血液，为我们吉光的壮大又增添了一份实力。

作为一个团队的负责人，我们的马主任一贯坚持吉光公司所提倡的团结精神，所以我们部门喜欢如雁阵一样地飞行，在工作中处处体现出互助协作。就拿现在部门工作时间最长的员工张立军来说吧，作为公司的网管，他负责公司各部门电脑的维护，但在吉光公司重组后，部门人员的流动、变更，使现有人员编制发生了很大变化，张立军作为行政管理部的一员就义不容辞地承担起了其他岗位的工作，如日常办公用品的采购、公司各种证件的办理、公司营业执照的年审等等。每天看着他跑进跑出，几乎是一刻也不得闲，做完这件事接着干那件事，有时坐在位子上的我突然觉得他很滑稽，是不是像克林顿一样忙啊？我是一个新员工，很多事情颇感生疏，开始时只能看着学着，看别人是怎么做的，根本帮不上多少忙，别人在前面走，我则在后面跑。那时候部门的“元老”基本上都走了，只能由张立军来带我，什么事情我也只能



打个下手，其余真的是爱莫能助了。记得2006年8月28日吉光公司厂庆，那时我才来公司21天，对于组织这么多人的活动是头一回，心里挺没底儿的，我不知道如何才能使公司将近300人的活动办得井然有序而又热情高涨，于是，同事张立军就被我看作是一棵救命稻草，我把希望都寄托在他身上，自己则玩得不亦乐乎，险些让他一个人在唱“空城计”。

一个部门，很少的几个人，马主任一个人只带领我们四个兵，却共同完成了人事与行政两方面的工作。今天的我已经开始学会独自肩负自己

的工作职责了，每天的工作让我明白了我们部门领导及同事对工作怀有的那份热忱与执着。真的，回想起那时我们的团队会觉得有点单薄，优秀团队荣誉的得来并没我当初想象的那样轻松。这份荣誉的收获也许并不惊天动地，也许那份惊喜也会随着时间的流逝而日渐淡化，但我们共同走过的日子却值得永留记忆，那里记录了我与我们部门的成长轨迹。我们也许都很平凡，做着如许多上班族一样平凡甚至有些平庸的工作，但我却从我的领导、我的同事身上看到了公司“团结、奋进、高效、求实”的吉光精神，也许它在今天只是星星之火而已，但星星之火未来也可以成为燎原之焰的。

现在2007年大半已过去了，我依旧坐在吉光公司行政管理部的办公室里，那块刻有“2006年度优秀团队”的荣誉牌匾依然摆在一进门就可以看见的位置。不过我的座位位置换了，因为马主任说：“上午阳光太强，挨着窗子工作对眼睛不好。”





# 特发光缆OPPC填补国内 35kv电力线路空白

## ——OPPC项目进展报道

李展辉/特发信息光缆分公司

深圳，一个善于创造的城市。身处这个城市，特发光缆人亦创造了光缆制造行业的多个第一。近期，随着江西宜春市供电局35kvOPPC（光纤复合相线）工程的顺利竣工，特发光缆人又一次成功地填补了国内35kv电力线路无OPPC技术的空白。

早在两年前，公司以敏锐的市场嗅觉，意识到OPPC产品在国内电力行业将有庞大的市场。于是，项目组成立，国外成熟技术考察学习、原材料选型试验、新品试制试验、产品推广宣传等工作在短短的几个月内便全面展开。当年决策的果敢，加之特发光缆人的团结、智慧和吃苦，为今天取得的成绩赢得了先机。

2006年，由公司生产并全程负责安装技术指导的深圳老虎坑电厂10kvOPPC顺利投产，成为国内建成的第一条OPPC电力线路。我们凭着拥有国内领先的生产技术和较为丰富的工程施工经验，在销售及技术人员的大力宣传推广下，又于同年底接下了国内第二笔OPPC销售订单——江西宜春供电局35kv项目。

虽然有OPPC项目实施的成功经验，然而，江西宜春的35kv项目由于电压等级、敷设方式、地理环境等诸多条件均与老虎坑项目有很大的差别，给工程技术人员提出了新的挑战。为了圆满完成该项目，光缆分公

司总经理郭岳高度关注工程进展情况，副总经理王爱国多次召开专题协调会，质控部章经理和工程技术人员多次奔赴施工现场与建设方技术人员一道现场勘测和交流，制定了详尽的施工方案，从OPPC敷设到光纤的接续均派员全程跟踪指导。

这次工程实施的另一难点是光纤的接续，由于该线路采用的是电杆架设方式，每个接续点均要在20米（相当于6层楼）高的电杆上空完成。人在高处，两腿发软，个中难度要远高于“拓展”训练中的“高空走钢丝”。7月的宜春艳阳高照，热浪逼人，在摄氏39度高温的烤炙下，质控部的王付波、张小瑜等工程人员中暑发烧了，回到住处吃两片药，又投入工作。半月下来，我们的工程人员被同事戏称为最健美先生，因为他们都拥有一身最正统的古铜色肌肤。

在这次工程实施过程中，技术人员总结了来自销售人员和客户等多方面的意见，发现与OPPC配套的一些外购产品存在缺陷，如果不及时解决将会成为OPPC推广的瓶颈。当公司领导知道这一情况后，又多次召集相关人员讨论，集思广益，最终令

人兴奋的结果是不但解决了OPPC销售的瓶颈问题，同时又催生了一种可能成为公司新利润增长点的新产品。

这次工程的出色完成，得到了宜春供电局各位领导一致好评，他们对我们公司的产品和服务都给予了极高的评价。在他们的热心引荐下，江西有多家供电单位都到现场进行了考察，并对我们公司的OPPC产生了浓厚的兴趣。

以一条条OPPC线路的成功铺设作为我们的“金字招牌”，我们希望公司就象我们工程技术人员的高空作业一样，在光通信行业站得更高，望得更远。



# 小梅沙旅游中心7、8月份 暑期经营取得良好业绩

赵刚贵/小梅沙旅游中心海洋世界

今年7、8月份，小梅沙旅游中心海洋世界完成经营收入1163万元，比去年同期增加16万元，这与去年暑期相比虽然增幅不是很大，但这是在经营环境发生了很大变化的情况下取得的，这些成绩的取得十分来之不易。

近几年来，小梅沙旅游中心的经营一直是在持续创历史新高的态势下运行，增长压力越来越大，尤其是今年的7、8月份暑期的经营中，小梅沙旅游中心面临一系列的不利因素：深盐第二通道道路施工，加剧了交通的“瓶颈”，影响了部分市民到小梅

沙的出游选择；东部华侨城的开业，对小梅沙景区短期有“抽血”的负面影响；7月份持续高温酷暑，8月份下雨天气较多，对旅游影响较大。

面对这些不利因素，小梅沙旅游中心上下齐心协力，团结一致，克服困难，采取了种种促进和改善生产经营的有效措施：在产品上强化核心竞争力，进一步完善特色表演，改善景区形象，突出品牌；在营销上创新突破，如确定东莞市场为今年重点挖掘的市场大力开拓；在管理上强调服务，开展“优质服务月”活动；在宣传上持续以表演为重点，宣传范围上

对深圳和东莞进行了重点投入，宣传组合上强调电视、广播等多种方式立体组合，把握广告投入时机，并充分发现、挖掘有社会影响力的事件进行新闻宣传，如海豚伴游活动、小梅沙海底珊瑚现状、白鲸将抵深等，这些措施都取得了良好的效果，使小梅沙海洋世界的暑期经营实现了平稳过渡。

# 企业思想力浅谈

李正祥/集团企业管理部

## 一、思想力，企业的核心竞争力。

据有关资料，日本、欧洲企业的平均寿命为13年，华人企业平均寿命为17年，典型跨国公司平均寿命为50年，美国杜邦公司的寿命已有200多年，日本驻友公司的寿命已有400多年。是什么原因使一些企业如匆匆过客，而另一些企业却能够寿若松柏，永保青春呢？

1990年，美国著名管理学者普拉哈德和哈默尔提出了核心竞争力的概念，认为企业生命之所以长短殊异，是因为企业的核心竞争力不同。所谓核心竞争力(Core Competence)，就是指某一组织内部一系列互补的技能和知识的结合，它具有使一项或多项业务达到竞争领域一流水平、具有明显优势的能力。他们认为，只有具有较强的核心竞争力，企业才能在市场竞争中战胜对手，获得长期可持续发展，生命常青。普拉哈德和哈默尔开辟了企业竞争力研究的崭新视角，提出了核心竞争力这一全新的理论范畴，引领了一个时代的研究潮流。然而，普拉哈德和哈默尔仅仅提出了一个比较静态的、概念性的研究结论，要进一步弄清核心竞争力的精神实质和主体身份，仍需进一步探索。

之后，国内外对核心竞争力理论进行了不同的引申和解读。如，有人偏重于从物资层面认识核心竞争力，认为核心竞争力就是核心产品、核心技术和核心能力。有人认为核心竞争力在于企业的精神层面，文化、价值观是企业的核心竞争力。有人则认为核心竞争力必须包括物质和精神两个方面的因素，认为核心竞争力=核心技术+企业文化+学习型组织+信息化。然而，这种将核心竞争力看

作是企业经营中各种较为关键要素组合的观点，实际上是否定了核心竞争力。

根据普拉哈德和哈默尔关于核心竞争力的基本理念，本人认为，核心竞争力本质上应是企业市场竞争中活的力，它虽然根植于企业的物质和文化土壤之中，并从中汲取丰厚的营养，但核心竞争力有其独立的存在，不能将其归结或等同于企业的物质或（和）文化元素。其次，核心竞争力并不是企业的全部之力，而是企业之力的核心部分，是对企业总体之力具有统领和决定作用的部分。再次，核心竞争力必须具有其独特性，必须与众不同，而且难于被竞争对手模仿、移植。由此观之，惟有思想力堪称为企业的核心竞争力。因为，在企业经营中，企业的任何决策、行动都必须有企业思想或者说思想力的指挥和支配；而且从较为长远的角度来看，思想力的高低最终决定着企业市场竞争的命运。因此，思想力处于企业经营的主导和核心地位。另一方面，企业的思想力天然具有其独特性，几乎不可能被其他企业模仿或移植。因此，企业思想力是企业的核心竞争力。

## 二、思想有多远，企业就能走多远。

凭借现有的某些优势资产，抓住一些有利机会，或者秉承企业既往的成功经验、成功模式，确能够使企业经营取得一些优异成就，或者走上一个新的台阶，甚至引领风骚若干年。但是，这些均不足以保证企业获得长期的可持续发展。只有那些把握市场运转规律，洞悉产业经济未来发展方向，不断占领思想制高点的企业，才有希望成就高远。

天津顺驰房地产公司成立于

1995年，是房地产行业的后起者，起初其实力可以说微不足道。然而不足十年间，顺驰就已发展成为全国性大型房地产集团公司，成为行业的先行者，并开始进军海外市场。顺驰的成功来源于其超越同侪的远见，来自于其高超的思想力。2003年，国家土地出让办法由协议出让改为公开拍卖，土地价格迅速推高，一些地产开发公司开始忧虑。然而，顺驰则从中看到了大发展的良机，迅速在全国范围内高价竞买土地，一举完成了全国性扩张，获得了突飞猛进的发展。当大多数地产商仅仅专注于土地开发之时，顺驰又看到了一个数以万亿计的二手房市场，率先布局，再次捷足先登，抢占了房地产二级市场制高点。顺驰不仅对行业发展趋势具有远见卓识，在经营策略方面也独具慧眼。例如，面对土地公开拍卖、价格高企的局面，一般开发商有些不知所措。而顺驰则看到了土地自身价值的巨大上升空间。实行分期付款，待最终结算时，土地已大大升值，不仅有效地降低了购地成本，而且以较少的资金投入，锁定了大量土地的开发权，成功将众多地产商阻击在一个巨大的市场之外。再如，一般企业往往专注于项目收益最大化，注重利用自有资金或银行贷款完成项目资金周转，以便本企业能够分享项目收益的最大份额。而顺驰则善于看大局，看长远，他们看到了自身长远利益之所在，选择利用合作伙伴的资金完成项目开发。虽然合作者对利润的要求可能高于银行，但合作者不仅提供资金，同时也可以提供项目开发中的一些快速通道，可以大大加快开发速度和项目周转，提高开发效益。因此，通过不同单位的广泛合作，顺驰获得了跨越

式发展。

上海宝山钢铁总厂成立于1978年，1998年联合其他钢铁企业组成宝钢集团。经过近几年的开拓创新、快速发展，宝钢集团已成为一个国内外重量级钢铁巨头，拥有数十家国内外全资子公司，十多家全资或控股海外子公司，年产钢能力2000多万吨，稳居国内钢铁行业第一，并于2004年跃居世界500强第309位。宝钢可谓我国钢铁行业的一个成功典范，代表着我国钢铁产业的希望。然而，如果与阿塞洛-米塔尔钢铁集团相比，宝钢却显得有些不尽人意。阿塞洛-米塔尔钢铁集团成立于1980年，1995年开始跨国经营、兼并扩张。今天，阿塞洛-米塔尔钢铁集团已坐上了世界第一的宝座，年产量是紧随其后3家竞争对手之和的4倍，其3年的累计产值、利润，相当于宝钢20多年来产值、利润的总和。是什么原因使阿塞洛-米塔尔钢铁集团取得如此卓越的成就呢？是其卓越的思想力。当宝钢还在思考着如何在国内做大做强的时候，阿塞洛-米塔尔钢铁集团已经在全球视野、全球化思维、整合全球资源、使用全球人才、实现链条对链条的衔接等方面远远走在了前面。

企业如航船，思想是彼岸。思想的正确与否，思维的高度，决定了企业是否拥有高远的目标，能否达到辉煌的彼岸。

## 三、市场竞争，企业思想力的大比拼。

理论研究表明，现代市场竞争就是企业思想力的大比拼。关于企业竞争力及其形成因素的研究源远流长，认识逐步深入。19世纪60年代，马克思对企业内部生产要素进行了研究，提出了生产力“三要素”理论，认为企业（内部）所拥有的劳动、劳动对象和劳动资料“三要素”决定着企业生产力的高低（《资本论》第一卷第五章第一节）。20世纪80年代初，波特（Porter）对企业外部经营环境进行了研究，认为企业所面对的竞争者、购买者、供

应商、替代者、潜在竞争者五种因素决定着其自身竞争力的优劣。波特企业竞争力理论忽视了企业内部因素，存在明显的不足。稍后，鲁梅尔特(Rumelt, 1984)、沃尔纳菲特(Wermerfelt, 1984)等将研究视觉重新转移到企业内部，但与马克思不同的是，他们认为企业的竞争力来源于企业特有的稀缺资源。20世纪90年代，美国著名管理学者普拉哈德和哈默尔提出了核心竞争力的概念，认为企业内部一系列互补的技能和知识的结合是企业的核心竞争力，企业竞争主要集中在核心竞争力方面的比拼，核心竞争力决定着企业经营的成败。根据本文第一部分的结论，所谓核心竞争力，就是企业的思想力。企业市场竞争的成败取决于其核心竞争力，也就是取决于其思想力。因此，现代市场竞争实质上就是企业思想力的大比拼。

现代市场经济的客观特性，使思想力成为竞争成败的关键。农业经济时期，土地等自然资源起关键作用，因而领地之争频仍；工业经济初期，资本居于主导地位，资本寡头纵横捭阖；而现代知识经济时代，知识和技术上升为首要地位，得才智者得天下。现代市场经济具有迥异于以往的根本特点。其一，企业智能化。知识技术因素在资本中的比重大大增加，使物质资本及企业整体具有了程度不同的智能性，对经营主体的智能要求大为提高。其二，市场时空空前广阔，而且熵值巨增，更加复杂无序。表现在两个方面：一是市场竞争的边界已基本消除。如地域边界、文化边界、产业边界、资本规模边界等基本已不再不可逾越，竞争规模及范围都达到了无以复加的程度。二是竞争路径、工具、手段更加多样，科技及网络技术的发展，金融工具的不断创新，为企业竞争增添了数不胜数的高效能武器。竞争更加激烈，形式幻化无穷。要求竞争主体必须具有足够广阔、深邃的思想视野，敏锐犀利的思辨能力和娴熟独到的经营运作技

巧。因此，现代市场竞争是企业思想巨人驰骋的广阔舞台。

当今市场竞争中的强者，无不是企业思想的巨人。微软公司的主要资产就是其智力资本，是微软人的思想力。凭借这一思想力，微软公司迅速崛起，不仅创造了世纪性财富传奇，而且开辟了社会发展的一个崭新的时代。沃尔玛是一家商品零售企业，表面看来，主要资产为物质资产，经营上以物质资本规模取胜。其实不然。沃尔玛之所能够成功和胜出，完全有赖于其较为先进的经营理念和出类拔萃的思想方略。如，沃尔玛将员工作为合伙人，与员工分享利润，广大员工的智能因素得到了充分有效的发挥。沃尔玛巨资打造信息系统，形成了十分强大的信息竞争优势。1984年，沃尔玛投入4亿美元巨资，与美国休斯公司合作发射了一颗商业卫星，在此基础上，又投入7亿美元建立了目前的计算机及卫星交互式通讯系统。凭借这套系统，公司内部、分销中心和零售店之间可以快捷地进行对话，实现全球范围内商品的快速评价和平衡，使其能够有效地掌握机会，挖掘潜能，控制成本，提高效率。沃尔玛是零售业态创新的先行者，其首先尝试发展会员制仓储式商场，1983年4月份，沃尔玛开设了第一家山姆俱乐部；率先实行超级市场零售模式，1988年开设了第一家超级购物中心。沃尔玛的业态创新，不仅进一步满足了人们的购物需要，而且也为人们带来愉快的购物体验。正是沃尔玛较为先进性的经营理念和市场攻略，为其赢得了员工，赢得了客户，赢得了事业的精彩。

“真正伟大的事业都需要灵魂。当我们的灵魂强大时，我们便可以创造一切，享受一切（王育昆《企业家的梦想与痴醉》，2006）。”拥有强大的灵魂，卓越的思想力，企业就能够创造出一个美好的未来，创造出一个精彩的世界。

编者按：中国人民大学李义平教授从经济学的角度论幸福，颇为深刻，现摘编如下，以飨读者。

## 幸福的经济学分析

幸福是一种主观评价。经济发展能够提升人们的幸福感，这种感觉来自充足的食物、清洁的用水、快捷的交通、便利的通信、多彩的生活等等。一般来说，发展比不发展带给人们的幸福感要更强一些。然而，面对经济社会不断发展的现实，为什么还有人不同意，甚至出现“端起碗吃肉，放下碗骂娘”的现象呢？从经济学角度看，产生这种现象的原因在于：经济发展虽然能提升人们的幸福感，但经济发展对幸福的贡献却是边际效用递减的，即最初的经济增长带给人们的幸福感较强，而当经济发展到一定程度后，它所带来的幸福感反而降低了。

据两位瑞士学者的研究，从1946年到1991年，美国人均收入从11000美元增加到27000美元（以1996年美元价值为准），生活必需品的档次大幅度提高，室内卫浴、彩电、空调、洗衣机、汽车等迅速普及。然而，这种物质财富的极大增加却伴随着平均幸福水平的略微降低。如果以3分为满分，那么，1946年的幸福水平为2.4，1991年反而降到了2.2。为什么会出现这种情况呢？一个重要的原因是人们会自动适应新的经济发展状况，并在此基础上形成新的欲望和期待。例如，在我国改革开放初期，人们能够拥有一台黑白电视机、看到简单的电视节目，就会觉得很幸福。然而，现在即使家家都有了彩电，有的家庭还不止一台，但人们的幸福感也不会增加多少，人们反



而对电视节目有抱怨。再如，改革开放初期，奖金给人们带来了强烈的幸福感，但在今天，人们对奖金习以为常，奖金带给人们的幸福感已经大大地减弱了。这表明，人们的欲望是无止境的，有了新的起点就会有新的期待，而期待与现实情况的差距会降低幸福感。

随着经济的发展和收入的增加，人们会有新的期待，那么，继续发展经济能解决人们幸福感降低的问题吗？在一定程度上可以解决，但不能完全解决。因为人们追求的目标不是单一的，除了物质财富，人们还追求实现自我价值、获得社会声誉、提升社会地位等非物质目标。拥有物质财富不等于实现了社会地位等非物质目标。如果这些非物质追求不能得到满足，人们就会感到失望，幸福感就会降低。

还应看到，对人们幸福感影响最大的不是绝对收入水平和地位，而是一个人与别人特别是与熟人朋友相比的相对收入水平和地位。哲学家罗素对此作过这样的描述：拿破仑曾羡慕凯撒，凯撒曾羡慕亚历山大。我敢说，亚历山大曾羡慕过传说中的赫克里斯。因而，你不能通过成功的方式完全消除羡慕，因为在历史或传说中总会存在一位比你更成功的人士。这就是说，即使人们的生活水平提高了，但由于提高的幅度不一样，提高幅度较小的人也会感到不公平、不幸福。过去大家住的都是茅草房，现在我虽然住上了瓦房，但你住的是高楼，我的幸福感可能不但没有提升，反而降低了。

这些现象或问题是经济发展过程中比较容易发生的。那么，解决的途径在哪里？通过让大家重新回到都住茅草房、都不吃肉的状态来解决，几乎任何人都不会同意，实际上也不可能。在市场经济下，解决的途径有几条：一是继续发展经济，把蛋糕做得更大。当社会总体上更加富裕时，解决问题的空间和回旋余地就大得多。二是努力实现社会公正，使大家机会均等、各得其所。三是加强宏观调控，使收入差距既能调动人们的积极性，又能较为普遍地提升人们的幸福感。四是使人们能够均等地享受公共服务。五是引导人们逐渐适应新的体制机制和条件环境。

## 普希金诗两首

解恩君 译/小梅沙海洋世界

### Я в а с л ю б и л

Я в а с л ю б и л: л ю б о в ь е щ е, б ы т ь м о ж е т  
В д у ш е м о е й у г а с л а н е с о в с е м;  
Н о п у с т ь о н а в а с б о л ь ш е н е т р е в о ж и т;  
Я н е х о ч у п е ч а л и т ь в а с н и ч е м.

Я в а с л ю б и л б е з м о л в н о, б е з н а д е ж н о,  
Т о р о б о с т ь ю, т о р е в н о с т ь ю т о м и м;  
Я в а с л ю б и л т а к и с к р е н н о, т а к н е ж н о,  
К а к д а й в а м б о г л ю б и м о й б ы т ь д р у г и м.

### 我曾经爱过你

我曾经爱过你：爱情，也许，  
依然还没有完全在我的灵魂里消失。  
但愿我的爱情不再打扰你，  
我不愿再让你难过悲伤。

我曾经爱过你：默默地、毫无指望地爱你，  
我如此羞怯，也忍受着嫉妒的折磨，  
我曾经那样真诚地、那样温柔地爱过你，  
但愿上帝保佑，有人能像我那样爱你！

## Весна

Весна, весна, пора любви,  
Как тяжко мне твое явленье,  
Какое томное волненье  
В моей душе, в моей крови...  
Как чуждо сердцу наслажденье...  
Всё, что ликует и блестит,  
Наводит скуку и томленье.

Отдайте мне метель и вьюгу  
И зимний долгий мрак ночей

## 春天

春天，春天，爱情的佳期，  
你的来临对我来说却是那么的沉重，  
一股令人疲倦的不安，  
融进我的心灵里，我的血液里，  
一切的狂欢与所有的春光，  
只能使我疲倦烦闷。

请给我暴风雪，  
还有那幽暗的漫漫冬夜！

## 吉光——我求知扬帆的地方

李毓全/特发信息吉光分公司

深圳，一个充满了激情与活力的繁华都市，能到深圳工作是我梦寐以求的愿望。于是，今年四月一个飘着细雨的傍晚，带着对未来的美好憧憬，怀着激动与喜悦的心情，我来到了吉光公司。迎接我的是和蔼可亲的马主任，他轻轻地拍了拍我的肩膀，让我感到如此的温馨，所有的疲惫与陌生感全都抛到九霄云外了。简单安顿了住处后，第二天我便开始上班。

一到吉光工作，我就发现这里的人工作都特别忘我，从高层领导到普通职员，大家都把自己的命运与公司的发展紧紧地联系在一起。那一刻，我庆幸自己的选择，为能加入到这个充满温馨与欢乐、竞争与进步的集体中而自豪。

我在吉光公司工程（生产）部从事工艺管理工作。作为吉光公司一位新员工，加紧学习知识并且迅速将其运用到实际生产中去是我工作的首要任务。我始信天道酬勤。每天下班后，有些同事会去逛街、游玩或是闲聊，因为夜晚的深圳是如此地多姿和迷人，而我明白我暂时还没有资格去感受它的绚烂，更重要的，是将白天学习的理论、基础知识进行再回味、消化。抓紧一切时间学习来充实和完善自己，这些成了我刚来吉光的两个月里的夜生活的全部，不曾犹豫、也没有后悔过，累了，倦了，就到深圳大学运动场痛快地跑上几圈，心情也随之轻松了许多。

在工作中我收获到许多的感动。刚进工程部时，我被安排学习每一个工序机器的操作，借助学习设备操作掌握工序作业方法、质量检验方法和标准。期间，每一位操作机器的员工都是我热情无私的师傅，给我以不倦的辅导。领导、师长和同事也都会热情地为我排忧解难。他们经常会给我讲解一些有关工艺品质的原理以及关键点，让我迅速地

掌握岗位所需的知识与技能，我常常都会有豁然开朗的喜悦。每每想到这些，我都会觉得这个大家庭是多么的温馨和可爱。

记得刚进工程部的时候，由于员工紧缺，且新员工占相当的比例，产品的质和质量都未能让人满意。我们懊恼过，但是我们并不泄气，我们依然充满了志气和信心。在公司领导的带领下，通过一系列的培训整改，短短两个月内我们实现了良品产量翻番。我们都为这个成绩兴奋着。细数那些天，感觉自己就像上了发条的齿轮，一刻不停地转动着。每天的工作量都很大，说不忙不累，那是假的，可是心底的最深处却时时有一种全新的喜悦感在悄悄涌动，而且越来越强烈，让我把所有的苦与累都抛在脑后。随着产量一天一天多起来，质量一天一天好起来，我的走路脚步也越来越轻捷了。也正是那段时间，让我有了更多学习的机会，让我迅速成长。渐渐地，我熟识并适应了自己的工作，同时我的知识技能和管理水平都有了很大的提高。每当获得一些小进步，或者得到一点表扬和肯定时，一种成就感会油然而生。或许这些进步与肯定在别人看来是微不足道的，但它却是我勇往向前的动力，感谢领导们一直给予我的鼓励和信任。回首过去，留给我的不仅仅是辛劳过后品味甘甜的欣慰，更多的还是成长的喜悦。

有时我会发现，员工往往会在工序的某一环节发生一些小问题，针对这些异常情况，我都会与同事认真地分析问题，找出发生错误的根本原因：是操作人员责任心不够还是机器性能不良导致失误；是因为生产流程设计的不完善还是由于不良材料影响生产；或者是由于管理工作不到位存在管理漏洞等等。每次与大家全面分析之后，总能找到行

之有效的对策，通过这种系统分析的工作方法，我考虑事情更加全面更加周到。公司领导常常提醒我们：当今世界经济的发展正经历着由数量型增长向质量型增长的转变，市场竞争也由价格竞争为主转向质量竞争为主。在这种大形势下，只有全力提高产品品质，吉光才能在众多同行中独树一帜，吉光品牌才能在电子市场中愈叫愈响。我敬佩领导的深谋远虑，于此同时，也感到自己身上的责任之重。指导生产、分析异常、改进工艺、严控品质、创新发展，这就是我——作为吉光一分子应该做出的努力。我坚信吉光人在公司领导的带领下团结协作、肝胆相照、荣辱与共，吉光这台大机器一定会越转越好，吉光品牌一定会更活跃于市场，一定会更受大众的欢迎。

我来到了温馨活跃的吉光，并喜欢上了这里的工作方式与生活节奏。在众多前辈面前，我只是一个刚来的小不点。感谢这样一个学习知识的平台丰富了我的人生；感谢这样一个朝气蓬勃的氛围给了我无限活力，让我每天都能充满激情地工作；感谢这样一批善思善谋的领导，是他们为我的前进指明了方向；感谢这样一群亲密无间的同事，是他们让我在异乡觉得不再孤单。

吉光前辈们已经为公司夯实了基础，为以后的发展铺平了道路。有志者，事竟成；破釜沉舟，百二秦关终归楚；苦心人，天不负；卧薪尝胆，三千越甲可吞吴。现在，自强不息的吉光人正在开拓着一个崭新的里程，我们有幸相遇在这发展的大好时期，更应该好好珍惜，好好努力。吉光的明天会更好，吉光的明天更辉煌！为了吉光更加绚烂美好的明天，让我们携手拼搏吧！



通天玛尼杆



大昭寺



拉萨城



酥油灯

## 是谁带来远古的呼唤

### ——西藏精神之旅感怀

欣文/深圳市出版业协会秘书长

对西藏的神往已经很久很久，那里有神秘的藏传佛教，那里离天很近很近……

7月14日当飞机从拉萨贡嘎机场冲天而起，白云扑面，山峦奔涌；青藏高原，世界屋脊，近在脚下，尽收眼底。我的心情在蓝天白云间起伏。耳旁飞机轰鸣，仿佛是在告别遥远的呼唤，仿佛是在沉吟千年的祈盼。

7月12日离开西藏的前夕，在灵芝地区，广东、福建两省援建的八一镇，我们有幸遇到从深圳刚到灵芝的援藏干部邓昌麒（协会同仁，深圳市建设工程造价站办公室副主任），他是广东第五批援藏干部之一，并将派往全国唯一不通公路的墨脱县挂职担任县委副书记。提起邓昌麒还有些说道，近年来他每年都自费去西藏一至

二趟，不是去摄影，也不是单纯去旅游。在西藏他建立了自己的扶贫点，每年为贫困的藏民送医送药送文化用品，他的西藏情结可谓是山高情长，为人称道。这次援藏，按行政条件他是不够的，在自己不断的努力和单位领导的帮助下才走进了援藏队伍。他告诉我们，派驻的墨脱县条件极端艰苦，由于公路不通，从灵芝

进一趟墨脱在向导的带领下有六天的徒步行程，要翻越一座海拔5000多米的高山，路途艰险，令游客驴友望而却步。面对艰难和贫困，邓昌麒说，既然是自己的选择就无怨无悔，只希望在墨脱三年的挂职期间为藏民做些有益的工作，最大的愿望是在自治区政府的帮助下把墨脱的公路修通，这样也算是不辱使命。西藏深圳可谓山高路远，经济和生活条件天壤之别，只有敢于贡献的人，才能有这样的举止。分手告别时，邓昌麒深情地拉着我的手希望我们再到西藏在灵芝重逢，如果墨脱公路修通了，他将亲自驾车带我们去墨脱，去亲历一下那里的原始风貌，这不是客套，这是一名援藏干部身处遥远高原的盼望和期待。

当飞机穿越在青藏高原上空，望着舷窗外一缕缕飘忽的白云，我一遍一遍地问自己，我还要来西藏吗？真的无法回答。这次西藏之行，我们称之为“精神之旅”，所谓的精神之

旅，有人说，到了西藏，走进藏传佛教的圣地，蓝天白云的洁净，会让人的灵魂得到一次洗礼。也许我们来得太晚，心中的祈盼在眼前的景象里却变幻成了另外一番感受。在拉萨，在纳木错，在灵芒，在达孜，足迹所到之处，除了蓝天白云的圣洁外，所有的远古和神秘都在悄然地离去。一天8000游客的群踊而至，带来的喧嚣和浮躁，带来的现代文明正在日益改变着西藏的人文环境，将一点一滴地耗尽这片净土的圣洁和神秘。走在拉萨的大街上，游客如织，藏服藏袍正在成为渐去渐远的背影。朝圣者星星点点，古老民族的心中还有多少虔诚！大昭寺的酥油灯依然灿烂，青稞酒和酥油茶却少了几分浓郁和醇厚。砖墙红瓦，昔日的毡房村落已被一排排新居替代，藏民们在不断的获取中也在不断遗弃。

中国只有一个西藏，它是中国的也属于世界。

是谁带来远古的呼唤，是谁留

下千年的祈盼，难道说……

难忘我们的西藏，我们的青藏高原。



渐去渐远的背影

## 是谁留下千年的祈盼



朝圣者



青藏铁路



# 九寨黄龙印象之旅

李亚君/特发信息光缆分公司

对“传说中”的九寨天堂，我向往之久矣。

终于有了机会。趁着公差到成都后的周末两天，仓促地加入当地某个旅游团，不论怎样，都要看一看九寨。对于旅游之忌，都顾不上了：一是独自一人出行，二是行色匆匆。

看则看矣，游记却始终不敢写。这大自然神来之笔，我一无名小辈岂敢指手划脚，说三道四？况且，该是已有多少美妙的篇章，多少动听的赞歌献给了这天堂般的地方啊！然而，终是抵不过这满眼的蓝与绿，还有那高亢奔放的高原之音一直在我耳边盘旋——进入了那个地方，有如领受了神的旨意，又如神游梦境突然被叫醒一样，久久不能回到现在。于是执笔，聊以抚慰自己被涤荡过的久不

能平静的心。

飞机即将抵达位于海拔3400米高山上九寨--黄龙机场，向窗外望去，感觉到我们像是在一座座高山间隙中飞过一样，真担心机翼会将山峰削平了。机场气温大概在摄氏十度左右。旅行社安排的路线，是黄龙与九寨一起游览，因为两处都在阿坝州境内。我们顺道先领略黄龙高海拔下的壮观景象。

汽车一路盘山而上，弯而陡的山路，对于年轻的当地司机却是稀松平常的事。热情的导游一路讲解，反复提醒我们不要在车上打盹，以免影响观景。不知拐了多少个十八弯，汽车停在一个像天台一样的弯道处，导游说如果天气好的话，从这里应该能看到美丽的雪宝顶，可惜我们没有看

到。车外很冷，因为这已是海拔四千多米的地方了，也是我这辈子站过的最高点。

阳光很好。远处尽是苍山，一些是浓绿的植被，一些是灰白的岩石。倘若有积雪，那视野能极之处的白色山巅，该是雪莲绽放的地方吧？站在平台边（我怎忍说这么美丽的观景台是悬崖）向远处看去，那是我从来没有见过的视野，从未见过的如此绵绵不绝没有人烟的群山。若是我一个人站在这里，是会觉得孤独还是会觉得宽广？是感受到静寂还是全身沉入庄严？看这冷峻雄伟的群山，顿感城市喧嚣远去，我渺小但自在。不远处那高高的山崖上，有野花在阳光下灿烂地盛放着，艳丽而热情，却又纯净得不染一丝尘埃，生命的美丽，就

在那里熠熠生辉。

在去往黄龙顶的五彩池路上，有人缺氧了，坐在路边长椅上，抓住一个路过的游人乞求吸一口其手中的瓶装氧气。这人脸色发紫，嘴唇苍白，急切又紧张地抓住小瓶深深吸气……在这空气较为稀薄的高原上，最自在的，恐怕就是这些郁郁葱葱的植物，以及那些非在高处生存不可的牦牛——真是神奇啊。而在这高原之巅与谷生存的人们，也该是神奇而幸福的一群吧。

彼时并非九黄（人们通常将九寨与黄龙简称九黄）旅游旺季，但游人却也多得不得了。我笑对旁边的人说，我说为什么叫黄龙哩，原来是人龙啊，黄色的土地上蜿蜒着一条长长的人龙。一路的景色实在不错，最引人像膜拜一般前往的，自然是黄龙著名的美丽斑斓的五彩池。大约是夏季的缘故，并没有真正的五光十色，可能需要季节层林的浸染才会有映衬出的五色。即便是这样，也已经美得不可思议了。池水一年四季都是纯粹的蓝色，天然形成的彩池连贯一簇，似莲花座，似调色盘，一片连着一片，小群瀑布般。上游的小池盈满了，清透的水就细细不息地涓入下一个，永不疲倦，永不枯竭。

从峰顶一路向下，全是小小的细流，有

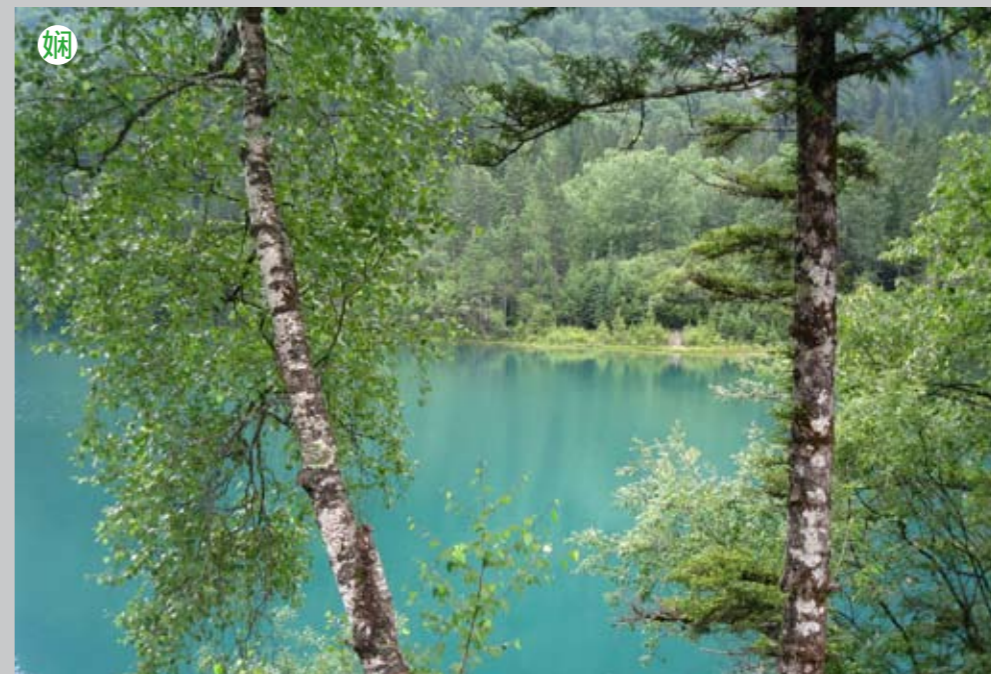
的成池，有的成瀑，如群山一样延绵不断。其间时有风化的石滩，呈现出历史的沧桑之美。

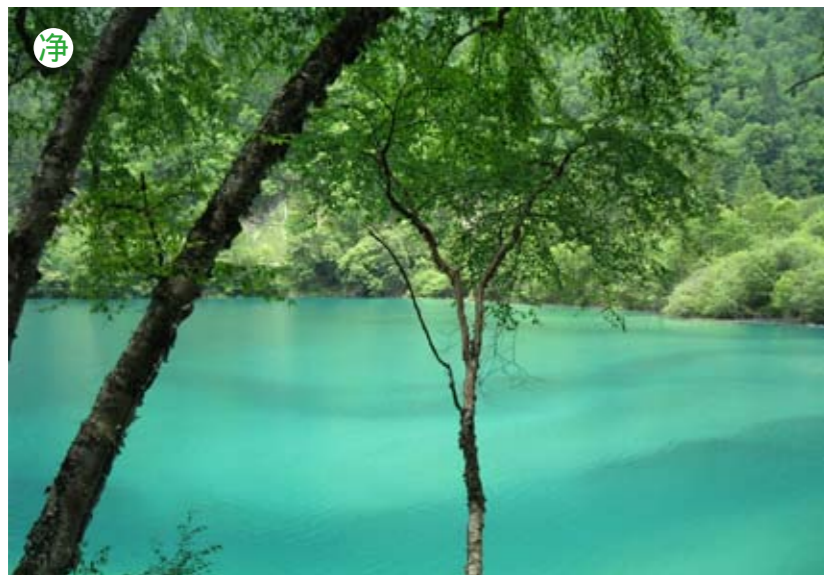
走的路比较多，加上高海拔的缺氧，同行的游人们多少有些不适，我也觉得头痛。赶往九寨沟沟口的路上，弯路不知道有多少个。领略美景，感受高海拔，还有内心对于久居城市的自己的可怜……揣着复杂的感慨，昏昏欲睡，偶尔撑开眼看看夜色中莽莽的群山，终于远离尘嚣，暂别一切烦扰，在群山环抱里睡去。

到达宾馆吃晚饭已近九点。隔天早晨虽仍是一身的疲倦，然而始终庆幸自己是在这样一个人间仙境的早晨中醒来，外面空气清冷，似乎有丝丝流水的气息，凉凉的清甜。

随着人群步行到九寨沟口，右面一路是青山，左边一路有绿水，近寨口的时候，看到了两股水流交汇时的奇异景象，一支是清绿的，一支是浑浊的，汇合在一起形成了一条双色带般的河流。

九寨沟是因沟中有九个藏家寨子而得名。全沟成“Y”字型，交汇地点为著名的诺日朗瀑布，以其近300米宽的瀑面极为罕见。诺日朗在藏语中意为“男神”，用来形容其伟岸壮观。三段沟分别名为树正沟，日





则沟，渣洼沟。一路都是景点，全程约有五十公里。像我这样匆匆而来，用不到一天的时间来看九寨沟，是绝对不够的。游人很多，我尽快离开拥挤的人群，去享受那静谧之处。

对于九寨沟的印象，若真是要我仔细描述某些个景点怎样，我是断然说不出来的，因为我脑子里剩下的，只是那一簇簇的绿，一汪汪的蓝。我所要写的，是自己的眼里、自己的心里九寨沟的样子。

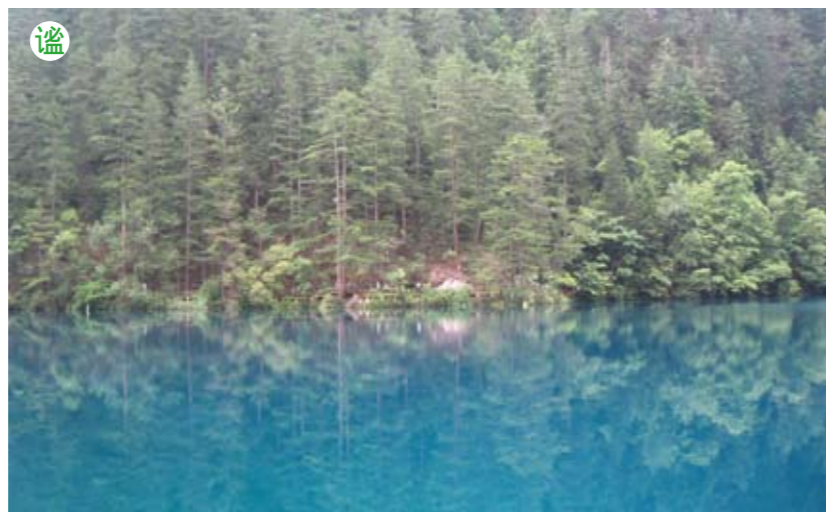
我尽量放慢脚步走在那清清的水，绿绿的树间。有时流水的声音远远地就能听见，有时，树丛中小径前后空无一人，只有我自己。我狂喜疯癫一般，时而对着这美景猛拍，时而压抑着胸中的叫声奔跑起来。我就像小时候那个野丫头一般，在春日的田间雀跃。分明是夏日，可我眼前满是春意。偶尔树丛下有落花在水中，顺着细流，在那里停泊转圈，迟迟不肯离去。这不是陶渊明笔下的桃花源么？

人说看过九寨的水，可谓天下再无水。这里的水，娟秀而又调皮，细腻中透着灵气。此一处，彼一处，相互张望着，招呼着，时而成滩，时而成潭，时而成瀑，极尽水之能事。

有的静若处子，有的活泼跳跃，有的如碧玉，有的如珍珠：清澈，净蓝，纯洁。

两旁尽是密密的林子，高高低低的树。其间水流淙淙，偶有倒下的树干，上面长满小小的生物，有苔有菌有草，而那树，竟然似乎从不腐烂一样，永远保持着刚刚倒下的状态。于是，我有了踏上这树，走向林子深处瞧一瞧的冲动。

水至清。你会觉得那不过是地面小小的植被蒙了层纱而已，有一种那不是水的错觉。天上的云与水边的



山林，都倒影在这里，似乎没有了空间一样。这真是一面魔镜。那五色的海子——导游说，因为当地乡民从没有见过真正的海，以为这里的水就是海，于是，九寨沟有了好多海子，芦苇海，箭竹海，熊猫海，孔雀海，五花海……那五色的海子哟，明明如此澄净，却不知道哪里来的绿与蓝，看得你心里震撼，看得你眼也转不过来。纵是的多少个摄影师，也拍不尽这里的色彩，多少个文人骚客，也写不完这里的美景。我纵身于这美的境地，自由自在更不待言，恨不能忘情于其中，留下来，再也不要回去。

终是要走。祈望九寨能不为游人所动，永远那么苍翠碧蓝，纯净动人。行之匆匆，断不能将自己全身心放松了溶入这风景中，也无法将这风景渗入我骨子里。我只好将她放在心中。

临别前的晚上，去了藏家，喝了酥油茶和青稞酒，听了藏胞们未经雕琢的高原之音，看了姑娘小伙儿热烈奔放的舞蹈。那声音与那舞姿，所有这里表现出的原始的东西，都让人动容。这一切，与那蓝与绿，一起散播在我心里，在匆忙的日子里，成为我不时可倚之小憩的一个好去处。



# 月饼史话

黎德义/广州

相传中国古代，帝王就有春天祭日、秋天祭月的礼制。在民间，每逢八月中秋，也有左右拜月或祭月的风俗。“八月十五月儿圆，中秋月饼香又甜”，这句名谚道出中秋之夜城乡人民吃月饼的习俗。月饼最初是用来祭奉月神的祭品，后来人们逐渐把中秋赏月与品尝月饼，作为家人团圆的象征，慢慢月饼也就成了节日的礼品。

月饼，最初起源于唐朝军队庆祝捷食品。唐高祖年间，大将军李靖征讨匈奴得胜，八月十五凯旋而归。

当时有经商的吐鲁番人向唐朝皇帝献饼祝捷。高祖李渊接过华丽的饼盒，拿出圆饼，笑指空中明月说：“应将胡饼邀蟾蜍”。说完把饼分给群臣一起吃。

南宋吴自牧的《梦粱录》一书，已有“月饼”一词，但对中秋赏月，吃月饼的描述，是明代的《西湖游览志会》才有记载：“八月十五日谓之中秋，民间以月饼相遗，取团圆之义”。到了清代，关于月饼的记载就多起来了，而且制作越来越精细。

月饼发展到今日，品种更加繁多，风味因地各异。其中京式、苏

式、广式、潮式等月饼广为中国南北各地的人们所喜食。

月饼象征着团圆，是中秋佳节必食之品。在节日之夜，人们还爱吃些西瓜、水果等团圆的果品，祈祝家人生活美满、甜蜜、平安。

中秋吃月饼，和端午吃粽子、元宵节吃汤圆一样，是中国民间的传统习俗。古往今来，人们把月饼当作吉祥、团圆的象征。每逢中秋，皓月当空，阖家团聚，品饼赏月，谈天说地，尽享天伦之乐。

月饼，又称胡饼、宫饼、小饼、月团、团圆饼等，是古代中秋祭拜月神的供品，沿传下来，便形成了中秋吃月饼的习俗。

月饼，在中国有着悠久的历史。据史料记载，早在殷、周时期，江、浙一带就有一种纪念太师闻仲的边薄心厚的“太师饼”，此乃中国月饼的“始祖”。汉代张骞出使西域时，引进芝麻、胡桃，为月饼的制作增添了辅料，这时便出现了以胡桃仁为馅的圆形饼，名曰“胡饼”。

唐代，民间已有从事生产的饼师，京城长安也开始出现糕饼铺。据说，有一年中秋之夜，唐太宗和杨贵

妃赏月吃胡饼时，唐太宗嫌“胡饼”名字不好听，杨贵妃仰望皎洁的明月，心潮澎湃，随口而出“月饼”，从此“月饼”的名称便在民间逐渐流传开。

北宋皇家中秋节喜欢吃一种“宫饼”，民间俗称为“小饼”、“月团”。苏东坡有诗云：“小饼如嚼月，中有酥和怡。”

宋代的文学家周密，在记叙南宋都城临安见闻的《武林旧事》中首次提到“月饼”之名称。

到了明代，中秋吃月饼才在民间逐渐流传。当时心灵手巧的饼师，把嫦娥奔月的神话故事作为食品艺术图案印在月饼上，使月饼成为更受人民青睐的中秋佳节的必备食品。

明代田汝成《西湖游览记》曰：“八月十五日谓中秋，民间以月饼相送，取团圆之意。”清代，月饼的制作工艺有了较大提高，品种也不断增加，供月月饼到处皆有。清代诗人袁景澜有一首颇长的《咏月饼诗》，其中有“入厨光夺霜，蒸釜气流液。揉搓细面尘，点缀胭脂迹。戚里相馈遗，节物无容忽……儿女坐团圆，杯盘散狼藉”等句，从月饼的制

作、亲友间互赠月饼到设家宴及赏月，叙述无遗。

中秋之夜，月色皎洁，古人把圆月视为团圆的象征，因此，又称八月十五为“团圆节”。古往今来，人们常用“月圆、月缺”来形容“悲欢离合”，客居他乡的游子，更是以月来寄托深情。唐代诗人李白的“举头望明月，低头思故乡”，杜甫的“露从今夜白，月是故乡明”，宋代王安石的“春风又绿江南岸，明月何时照我还”等诗句，都是千古绝唱。

中秋节是个古老的节日，祭月赏月是节日的重要习俗。古代帝王有春天祭日，秋天祭月的社制，民家也有中秋祭月之风，到了后来赏月重于祭月，严肃的祭祀变成了轻松的欢娱。中秋赏月的风俗在唐代极盛，许多诗人的名篇中都有咏月的诗句，宋代、明代、清代宫廷和民间的拜月赏月活动更具规模。中国各地至今遗存着许多“拜月坛”、“拜月亭”、“望月楼”的古迹。

北京的“月坛”就是明嘉靖年间为皇家祭月修造的。每当中秋月升起，于露天设案，将月饼、石榴、枣子等瓜果供于桌案上，拜月后，全家人围桌而坐，边吃边谈，共赏明月。现在，祭月拜月活动已被规模盛大、多彩多姿的群众赏月游乐活动所替代。

吃月饼是节日的另一习俗，月饼象征着团圆。月饼的制作从唐代以后越来越考究。苏东坡有诗写道：“小饼如嚼月，中有酥和饴”，清朝杨光辅写道：“月饼饱装桃肉馅，雪糕甜砌蔗糖霜”。看来当时的月饼和现在已颇为相近了。

有人以为吃月饼和送月饼，自古以来就与中秋节有关。其实，情况并非如此。初唐时，原来农历八月只有初一是节日，而无十五这个节日。相传，后来唐明皇曾于八月十五夜游

月宫，这样民间才把八月十五这一天作为中秋节。到了中唐，人们始在八月十五之夜登楼观月，而当时还没有月饼出现。说到月饼的出现最早是在南宋的时候。不过当时的月饼与中秋节毫不相干，那时的月饼与现代月饼亦大不相同，只是作为蒸食品在饮食市场出现而已。

月饼真正与中秋节有联系是在明代。当时，北京城市里出现了一种以果做馅的月饼，而人们在中秋节这一天自己制作月饼，用于自食和赠于良朋亲友，以表达团圆和祝贺之意。那时的月饼大小和形状很不规范，差别甚大，其名称也颇特别。比如，山西省介休县一带在中秋节这天，当地老百姓已有合家围坐分食团圆月饼的习俗。其制作的月饼名堂多且有趣，如有专供男人食用的月牙月饼，有只

限于女子享用的葫芦月饼，还有特别为少年准备的“孙悟空”、“兔儿爷”之类的月饼，等等。名目繁多，不一而足。关于月饼的制作技术，在明代已达到很高的水平，在当时一些月饼的饼面上，已出现“月中蟾兔”之类的装饰图案。其设计之精良，构图之美妙，花纹之灵细，使人获得艺术享受，既充分体现了月饼制作者的匠心独运，也反映了我们伟大中华民族的灿烂文化。



### 集团特困家庭员工子女获市总工会助学捐赠

根据市总工会开展全市特困职工情况调查的通知要求以及集团工委会年度工作计划，今年6月份集团工委会对集团各企业特困员工进行了全面调查摸底，经市总工会审核，其中符合助学条件的特困家庭子女有7人。8月14日下午，市总工会对我集团香蜜湖、特力集团、特发小梅沙、特发物业等4个单位的7名特困员工的子女发放了工会助学捐赠，金额合计为15500元。

(集团总办 姜海忠)



### 集团民兵参加罗湖区民兵防空训练取得优异成绩

8月2日至8月27日，罗湖区人民武装部组织民兵在市国防教育训练基地（布吉）进行了严格的民兵防空分队训练，集团由1名专武干部带队，选派6名民兵参训。参训民兵顶烈日，斗酷暑，发扬了吃苦耐劳的精神，按照部队的条令、条例严格要求自己，服从命令听指挥，以优异的成绩完成了上级军事机关下达的训练课目。民兵何红斌（特发物业）、蔡大（香蜜湖）表现突出受到罗湖区人民武装部通令嘉奖；在参加广东省民兵防空分队实弹战术综合演练中，罗湖区民兵防空分队取得击落2个靶的好成绩；在9月5日罗湖区召开“参加广东省民兵防空分队实弹战术综合演练庆功会”上，集团武装部姜海忠同志荣立“个人三等功”；何红斌分别被深圳警备区、罗湖区人民武装部“个人嘉奖”，特发物业民兵蔡俊涛、香蜜湖民兵陈永清受到罗湖区人民武装部“通报表扬”。

(集团总办)



### 小梅沙旅游中心向考上大学员工子女发放助学金

8月24日，小梅沙旅游中心举行仪式，向11名员工子女发放助学金。今年以来，小梅沙旅游中心经济效益大幅增长，到七月份止，与上年同比总收入增加400多万元。与此同时，小梅沙员工今年有五名员工子女考上专科以上大学，连同目前正在读的共有20名大学生，其中大部分是普通基层员工子女，个别家庭甚至有两名子女在读，家庭有较大的经济压力。为鼓励员工子女学习，帮助困难家庭教育，经小梅沙工会调查和中心研究，决定从工会福利费中拿出专款，对符合条件的员工（部门副经理以下、在公司工作满两年、今年没有享受过公司其他困难补贴、符合国家计划生育政策）今年考入大学和目前正在读大学的子女一次性发放1500元和1000元助学金。中心党总支书记、副总经理甘名东主持了发放仪





式，他向各位学生家长表示祝贺的同时，用自己培养女儿上大学的经验与大家互勉，鼓励大家克服困难，好好培养儿女成材。参会的员工家长纷纷表达对公司的感谢，表示一定好好工作，支持子女完成学业。

(小梅沙旅游中心 组织人事部)

### 特发信息吉光分公司应邀参加第四届中国铝电解电容器市场与发展国际研讨会

中国电子元件行业协会电容器分会铝电解专业2007年工作年会暨首届中国电子铝箔行业研讨会于8月24日至26日在内蒙古自治区包头市举行。本次会议主题是“合作、竞争、和谐、发展”。会议期间还召开了第四届中国铝电解电容器市场与发展国际研讨会。

特发信息控股的广西吉光电子科技有限公司作为行业协会理事单位成员应邀参加了会议，就价格竞争与行业自律、对外反倾销与产业自我保护及多元投资与适度发展等主要议题与会代表进行了讨论。

随着全球经济一体化，世界电子信息整机制造业纷纷在中国设厂，跨国公司转向中国大陆的采购，进一步扩大了电容器的消费市场，业内人士一致认为，我国电容器行业仍存在较大的发展空间并面临新的发展机遇，从业者必须适应新的环境，不断调整结构，整合资源，加强研发创新，保护知识产权，逐步退出低端市场和无序竞争，同时加强行业联盟，理性科学生产，诚信合作，做精做强，共同迎接电容器行业新一轮发展高潮。

(特发信息吉光分公司 沈雨燕)

### 市汽车行业协会会员企业新劳动合同法研讨会在特力集团举行

新劳动合同法将于2008年1月1日起施行，将对企业用工成本与用工模式、企业人力资源管理产生重大的影响。为使企业全面、透彻解析劳动合同法立法最新变化，共同研讨企业的应对方案，8月29日，深圳市汽车行业协会在特力集团(协会会长单位)会议室举行了“新劳动合同法全面解读及企业应对策略研讨会”，研讨会由中国最大的律师事务所之一的中伦金通律师事务所两位合伙人刘文武律师、桂钢律师主讲，包括特力集团相关企业在内的40多家汽车企业的近六十名企业负责人参加了研讨会。研讨会密切结合企业实际进行，各企业负责人就本企业在相关工作实践中的面临的难题等展开了激烈的讨论，会议气氛热烈，与会者收益颇丰。

(市汽车行业协会 沈琳)



高山飞瀑



平静如镜



并不孤独

## 九寨沟风光

九寨沟以原始的生态环境，一尘不染的清新空气和高山、森林、湖泊组合成神妙、奇幻、幽美的自然风光，显现“自然的美，美的自然”，被誉为“童话世界”、“人间仙境”。本来对摄影没什么研究的我，也拍摄了不少的风光照片，挑选部分供读者欣赏和感受九寨沟风景的神奇魅力。

(罗涛/集团投资发展部)