

# 宁兴人

NINGSHING  
IN FOCUS

## 宁兴企业文化支撑下的品牌建设

好团队才有好效益

如何防范信用证条件下进口贸易的风险

房地产项目管理风险分析

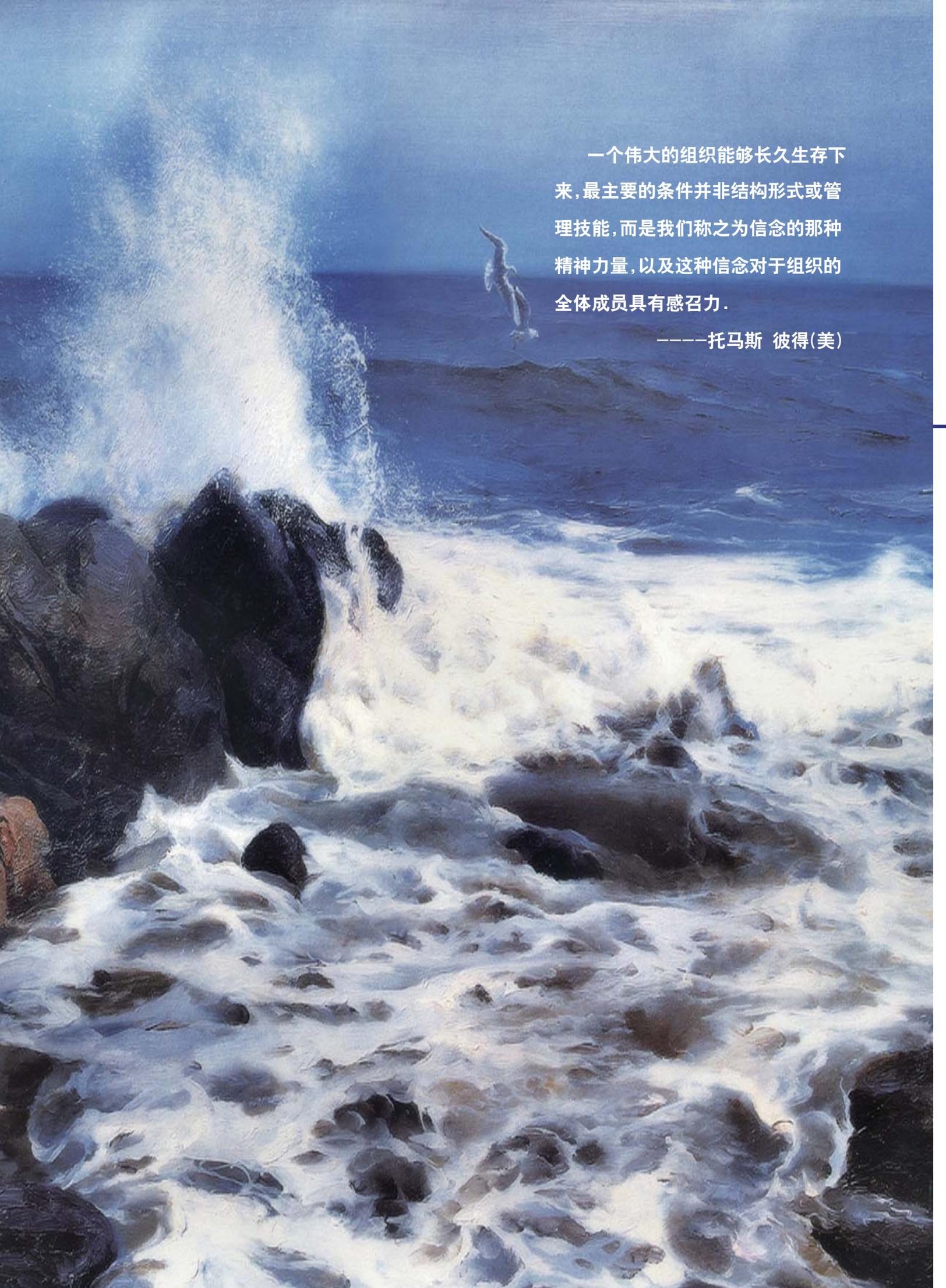
感悟安全

——用心为安全导航

我的约旦朋友

**IT'S NO LAUGHING MATTER**  
**TAKE ANOTHER ROAD, VIEW ANOTHER WORLD**

"MYI" AS THE ENGLISH EDITION OF THE ANNUAL 《NINGSHING IN FOCUS》, WHICH HOPES TO OFFER AN ENGLISH COMMUNICATION PLATFORM AND ENGLISH STUDY ENVIRONMENT FOR COMPANY'S STAFF. ON THIS PLATFORM, STAFF CAN TELL THEIR STORIES, INTRODUCE THEIR INDIVIDUAL HOBBY, EXPLAIN THEIR OPINION AND EXHIBIT THEIR FAVORITE ITEMS TO EXPRESS THEIR IDEAS AND FEELING. FURTHERMORE, IT IS OFFERED A OPPORTUNITY FOR THEM EXHIBIT THEIR PERSONALITY.

A dramatic painting of a stormy sea. In the foreground, dark, jagged rocks are being battered by white, frothy waves. The water is a deep, turbulent blue, with a large, powerful wave cresting on the left side, sending a spray of white water high into the air. A seagull is captured in mid-flight, its wings spread wide, soaring over the churning water. The sky is a dark, moody blue, suggesting an overcast or stormy day. The overall composition is dynamic and powerful, emphasizing the raw energy of nature.

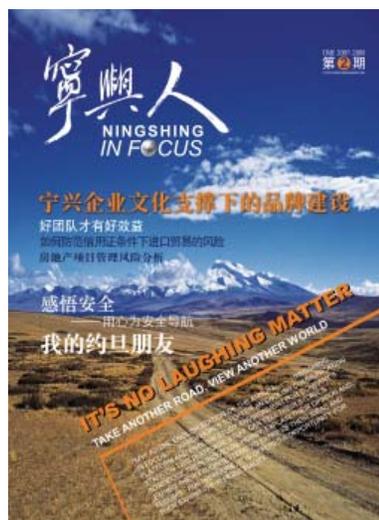
一个伟大的组织能够长久生存下来,最主要的条件并非结构形式或管理技能,而是我们称之为信念的那种精神力量,以及这种信念对于组织的全体成员具有感召力。

——托马斯 彼得(美)

# 目录

# CONTENTS

刊名题字: 吴以刚  
总 编: 高 屏  
编 辑: 顾伊琳 江 宁 张 慧 黄亚珥  
李蔚霞 朱月晨 陈圆圆 齐 赞  
责任编辑: 林 锋  
校 对: 陈圆圆 朱月晨



## 03 集团要闻

## 09 管理百家

- 09 合理谋局 向愿景航行
- 11 好团队才有好效益
- 13 如何防范信用条件下进口贸易的风险
- 15 影响企业实践的十大管理思想
- 19 品质、诚信、服务
- 21 我国高新技术企业R&D活动中的人力资本运作
- 23 以客户为导向
- 24 感悟安全
- 25 施工阶段造价管理初探
- 27 完善企业法务管理机制  
加强企业法律风险防范能力

## 29 品牌之路

- 29 宁兴企业文化支撑下的品牌建设
- 31 如何实施母子公司的品牌管控
- 33 浅谈"宁兴"品牌建设
- 35 品牌建设 从服务做起
- 36 让客户成品牌的主导

## 37 发展纵横

- 37 房地产项目管理的风险分析
- 39 把握市场基点 寻求差异突破
- 40 提升金海实力 立足品牌销售
- 41 品质提升价值
- 43 构筑和谐世界的使者
- 44 向住宅产业化迈进

## 45 文化写真

- 45 韶山冲入党宣誓 故居前缅怀领袖
- 47 企业如何做大做强
- 47 加强会计人员素质建设 更好履行会计职责
- 48 企业成败看执行
- 49 共创宁兴 精彩同庆
- 50 偷得浮生二日闲
- 50 活力宁兴 激情宁波

## 51 七彩人生

- 51 积极工作 高效执行
- 53 激情工作 幸福生活
- 55 热情的度过每一天
- 56 我的约旦朋友
- 57 我眼中的金海水暖
- 58 三人行,我亦可为师
- 59 钮扣
- 60 母亲节感悟
- 61 DIY美食的乐趣

## 63 MY!

- 64 My Favorites Movie
- 64 My Favorite Program-Discovery
- 65 Take Another Road,View Another Word
- 66 It's No Laughing Matter
- 66 The Trip Of Jiufeng Mountain
- 67 Fall In Love With Mouie
- 67 Work And Play
- 68 The Person I Admire Most
- 68 How To Draw A P ersonal Budget

## 69 宁兴印象

- 69 欧洲掠影
- 71 川西风情

# 集团 要闻

## 1 控股公司隆重举行 2007年新春答谢酒会

为感谢各级领导和各界朋友们长期以来给予公司的关怀和支持，控股公司于2月4日假座宁波东港喜来登大酒店隆重举行“2007新春答谢酒会”。宁波市人大常委会主任陈勇女士、宁波市委常委、政法委副书记市、市公安局局长巫波伦先生、宁波市人大常委会副主任张金康先生、宁波市



人民政府副市长邬和民先生、宁波市政协副主席李秀琍女士等市领导、市有关部门领导以及银行金融界代表和合作伙伴等近200位嘉宾受邀出席。

控股公司董事长吴以刚先生向嘉宾致以新年问候和祝福，并代表公司向关心、支持、帮助宁兴控股的老朋友们表示了“感谢、感动和感恩”之情，并表示宁兴控股在新的一年里将以“持续创新、协调发展”为指导，精心经营，稳步拓展，创造出新的业绩，为宁波社会和经济的发展做出积极的努力。宁波市人民政府副市长邬和民先生在会

上充分肯定宁兴控股在过去一年取得的成绩，感谢公司为市开放型经济以及和谐社会建设所作出的贡献，希望宁兴控股在新的一年里能继续化挑战为机遇，迈上发展新台阶，为提升我市外贸竞争力继续作出应有的贡献。到场的众多嘉宾对宁兴控股所取得的成绩表示赞赏，并预祝在新的一年里取得更大的进步。在答谢酒会上，宁兴控股的员工和宁波市歌舞团的演员们表演了精彩的文艺节目。

## 2 控股公司举行2006年度 总结表彰大会

宁兴控股2006年度总结表彰大会于2007年2月6日在宁波南苑饭店举行，来自总部和各公司近600名员工参加了本次大会。会议首先听取了吴以刚总裁的年度工作报告，回顾公司在2006年取得的成绩，对2007年工作进行总体部署。报告指出，2006年宁兴控股在全体员工共同努力下，积极消化不利因素，稳步拓展经营业务，有效地执行了既定战略，各项工作都取得了良好的进展，公司整体运营和业绩保持稳定增长。报告要求各部门公司在新的一年里，以持续创新、协调发展为指导，围绕优化增长方式，完善经营结构，加强实业建设，

推进资本运作，深化战略管控，提升执行效率的工作思路，精心经营，稳步拓展，加大创新力度，加强资源整合，积极培育企业持续增长动力，不断提升整体发展质量和效益。

会议对在2006年度中成绩突出的先进集体、优秀经理人和优秀员工进行了表彰。会后还举行了精彩纷呈的员工文艺演出和迎新晚宴。



## 3 “激情工作、幸福生活” ——“让女性角色形象更美好”专题演讲

为庆祝“三八”国际劳动妇女节，进一步提高广大女员工的综合素质，塑造女性良好的职场形象，激发起更大的工作热情，控股公司于3月5日在宁波文昌大酒店举办“让女性角色形



象更美好”专题讲座，主讲嘉宾是著名职场专家鲍日新教授。来自控股公司总部及各子公司近200名女

员工参加了本次讲座。会上，鲍教授围绕“激情工作、幸福生活”的主题，通过色彩缤纷的礼仪操作，立体式的互动演示，讲述女性塑造良好形象所必备的一些精神风貌、气质风度、仪容仪表和礼仪修养等，并与宁兴女员工分享了一些工作和人生感悟，进一步激发起大家的角色形象意识和岗位意识。整场讲座精彩生动，深情并茂，深深打动了宁兴女员工。控股公司高屏副总裁代表总裁室，祝贺大家节日快乐，并勉励宁兴姐妹们加强学习，不断积累，挖掘自身潜力，提高综合素质，在宁兴这个良好的平台上创造出更好的成绩。

## 4 控股公司召开年度股东大会暨董事会

宁兴控股第十五次股东大会暨二届四次董事会于3月23日在江西省九江举行。会议审议批准了年度总裁工作报告、年度财务预决算报告、年度公司投资情况报告等，批准了年度利润分配方案、关于公司增资扩股的议案以及投资有关项目的决议等。

会议充分肯定了2006年宁兴控股在经营班子的带领和全体员工的积极努力下，克服多种困难和压力，创造出良好的业绩，各项经济指标实现较大幅度增长；确认公司全面实现并超额完成董事会确定的2006年度各项工作目标。会议同意宁兴控股2007年度工作计划，要求经营班子根据战略规划的要求，积极寻找战略机遇，主动应对2007年面临的形势和困难，积极转变增长方式，提高风险防范能力，加强实业建设，推进资本运作，拓展新的业务领域，进一步培养企业持续增长动力。

## 5 “宁兴汽车”精彩亮相车博会

3月29日，由宁兴汽投独家赞助的第七届宁波汽车博览

会拉开了帷幕。作为宁波最大规模的车展，宁波汽车博览会为车商和市民搭建了一个交流沟通的最佳平台，向市民传递最新的车市信息和新车动态。由宁兴汽投独家赞助的本届车博会，无论从档次、规模，还是展台的视觉效果上都大大提高，逐步向北京、上海两大国际汽车展靠拢。

宁兴汽车投资公司旗下的4家汽车经销店、零部件经销店以及宁兴二手车同台亮相，精心设置了丰田、奔驰、沃尔沃（含路虎、捷豹）等品牌汽车的展位，并专辟宁兴二手车、宁兴三合自动变速箱等区域。此次赞助参展不仅极大地推广了“宁兴汽车”的品牌认知度，提升宁兴汽车板块的社会影响力，同时还取得了良好的现场销售业绩。



## 6 宁兴国贸踊跃参加境内外展会，积极拓展国内外市场

上半年以来，宁兴国贸组团参加了华交会、广交会和消博会等国内重点进出口展会，取得了不俗的成绩。特别是4月15日至30日在广州举行的101届广交会上，宁兴国贸组织了42人次的参展团队，参加了五金、服装、电子、汽配、日用品、家具、玩具等22个展位的展出洽谈。在上下两期的展会上，共接待客商2500多人次，成交及意向3000多万美元，并荣获“优秀组织奖”。在积极参加国内展会的同时，宁兴国贸还踊跃参加境外各种交易会，上半年共组织了11个团组参加了德国、俄罗斯、美国、香港、哈萨克斯坦等境外展会，为完成全年的出口任务奠定了良好的基础。



随着人民币持续升值以及国家退税政策调整的出台，进出口贸易面临新的挑战 and 考验。宁兴国贸公司加强贸易方式的创新，努力转变增长方式，积极开发新产品、新市场，并加大境内外参展力度，开发更多的客户资源和市场信息，同时精心开展大宗业务和成套设备等进出口业务，上半年取得进出口总额30.5%增长的良好业绩。

## 7 “宁兴金海水暖器材公司” 隆重开业

宁波宁兴金海水暖器材有限公司开业典礼于4月28日在



宁兴金海新厂区内隆重举行。北仑区人大、区政府、政协以及宁波市外经贸局、市证监局、北仑海关等有关部门领导和银行金融界代表、合作伙伴等各界嘉宾

受邀出席。北仑区人大常委会主任王银泽先生和宁兴控股董事长、总裁吴以刚先生为宁兴金海揭牌。

金海水暖器材是宁兴控股重要的出口拳头产品，年出口额居浙江省水暖产品出口首位，几年来为宁兴控股外贸板块的发展作出了积极贡献。宁兴金海水暖公司的设立，是宁兴控股立足长远、积极转变外贸增长方式的重要战略举措，对推行工贸一体、发展实业、进一步提升国际贸易竞争力具有重要的意义。

宁兴控股董事长、总裁吴以刚先生发表讲话，希望宁兴金海全体员工抢抓机遇，奋力开拓，努力提升与国际接轨的水准，积极打造产品品牌与公司品牌，为公司国际贸易的进一步增长、为宁波市外向型经济的蓬勃发展做出宁兴人应有的贡献。北仑区副区长沈恩东先生、宁波市外经贸局副局长李新华先生出席典礼并分别致辞。

## 8 宁兴特钢狠抓内部规范化管理，全面导入ISO9001质量管理体系

宁兴特钢实业基地注重练好内功，开展并实施了ISO9001(2000)质量管理体系的认证，进一步提高特钢实业基地的整体运营管理水平。上半年，宁兴特钢实业公司制订并实施了一整套配送和加工业务的操作流程，对配送业务作了重点规范，对内部结构和人员进行了优化配置，明确了各个岗位的职责，重新树立和规范了从接单、下单、发货及售后服务的业务流程，并与热处理加工流程进行了有效衔接。目前，导入ISO9001质量管理体系的工作已从动员、学习、制订体系文件，进入到运行期，并基

本通过内审，预计在第三季度通过有关机构的审核认证。

今年以来，宁兴特钢根据“加强事业建设，促进贸易与产业有机结合”的工作要求，不断完善新建实业基地的整体运作，充分发挥现有生产能力，积极培养增长动力。一方面，快速扩大原有模具钢以及合结钢的批发销售规模，提高市场占有率；另一方面立足浙江和上海市场，开始布局珠江三角洲地区，逐步完善市场结构；同时积极调整销售策略，全面进入模具钢的加工配送零售业务领域，提高综合销售实力。

## 9 “宁兴·掌尚名筑” 项目顺利交付

6月30日，由宁盛置业公司投资开发的“宁兴·掌尚名筑”项目提前通过综合验收，顺利实现按期交付。该项目于2005年8月开工建设，作为掌起地区首个高档商品房住宅小区，“宁兴·掌尚名筑”以其高尚优雅的外观和富有特色的建筑外观，成为当地一道亮丽的风景。

今年以来，宁盛置业公司抢占宁波房地产市场向好的有利时机，狠抓工程进度，积极推进销售工作，各项目建设均取得实效。其中，“宁兴·掌尚名筑”项目

随着小区各项工程逐步完善，销售也有了明显突破，上半年销售住宅180套，商铺7间，完成合同额8000万元；北仑“银星苑”



项目各项验收工作正有序进行，将于7月中旬交付；慈溪“宁兴·杭湾名苑”项目已完成施工图设计，进入工程招投标和开工准备阶段；慈溪“嘉丽中心”项目概念性设计方案受到当地市政府的好评，进入方案设计；象山“宁兴·金港花园”项目工程建设进展顺利，截止6月底，住宅销售已完成85%，商铺销售已完成95%。

## 10 宁兴百纳成为上海文广 集团十大战略合作伙伴

上海文广新闻传媒集团于6月14日在上海文广影视剧中中心隆重举行首届影视剧推介会。宁兴百纳作为十佳合作伙伴之一，受邀参加了此次盛会，并与上海文广集团签订合作协议，

成为其战略合作伙伴，共同开发制作和发行影视剧精品。

上海宁兴百纳影视传播公司成立两年多以来，充分发挥各方优势，积极拓展影视剧制作领域，取得了突破性的进展。首部电视连续剧《高纬度战栗》已陆续在全国各大电视台的黄金时间播出。因制作精心，剧情引人入胜，《高》剧得到了业内和市场的认可，在江苏、天津等地获得了不俗的收视成绩。该剧已先后



向日本、新加坡、越南等海外市场发行。新剧《追》的发行工作进展顺利，预计下半年将在全国各大电视台播出；正在筹备的主旋律情感大戏《美丽人生》预计将于八月份开机。

## 11 宁兴丰田员工 获奖技能大赛

“2007年度一汽丰田服务技能大赛（钣金、喷漆）”在日前落下帷幕，宁兴丰田代表康旭在喷漆比赛中继夺得上海赛区预选赛冠军之后，又获得了全国总决赛的第四名，为公司赢得了荣誉。一汽丰田服务技能大赛每两年举行一次，旨在提高技师技能，营造学习氛围。此次比赛共有56家经销店参加。康旭能够在众多佼佼者中崭露头角，归功于他扎实的技术功底和丰富的实践经验，也与宁兴丰田长期以来对员工的技能要求和培养密不可分。

宁兴丰田始终坚持“以人为本”的经营理念，以提升员工技能、实现个人与公司价值的统一为目标，坚持日常培训，将理论与实践相结合，学以致用，并先后委派多名干部、职工参与一汽丰田组织的各类技能培训并获得资质证书；同时，结合“青年文明号”的建设，多次组织各类技能比赛及模拟活动，通过“员工互评”等方式促进交流、提高技能，在员工中营造比学赶超的氛围。目前，宁兴丰田已有高级工13名，中级工10名。宁兴丰田在大力培养优秀技师的同时，也赢得了客户对维修质量的好评，提升了宁兴售后服务的形象。

## 12 宁兴液化组织实施安全管理标准化达标工作

宁兴液化储运公司始终把安全生产视为生产经营的头等大事。今年以来，根据镇海区安监局的有关要求，组织实施安全标准化达标工作。公司成立了以总经理为组长的安全标准化达标领导小组，对安全标准化工作进行整体规划，并将《安全标准化规范》的各种要素分解到各部门，按PDCA方式逐项检查安全标准化管理文件的运行情况。目前该项工作已进入全面试运行阶段，预计下半年可以通过达标认证。

今年以来，国际液化品市场呈现疲软态势，宁兴液化充分发挥品牌和管理以及电子商务平台的优势，加强安全管理，积极开发境外大客户，大力拓展国内市场，确保仓储量稳步增长。

## 13 控股公司团委热心关爱 孤儿，积极扶贫助学

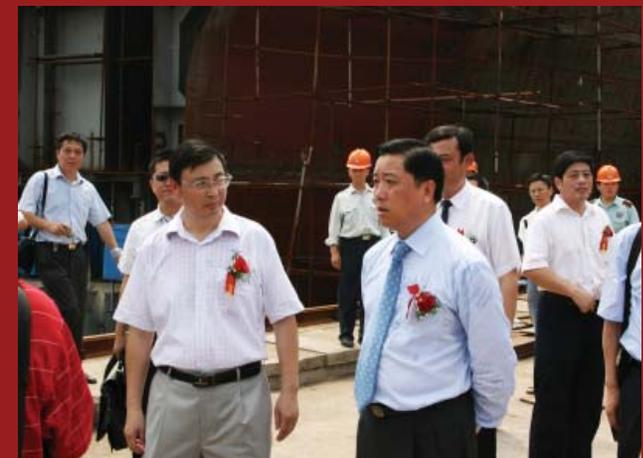
为了培养公司广大青年团员的爱心，提高社会责任感，倡导青年服务社会、奉献社会的良好作风，宁兴控股团委于2007年4月派代表前往宁波恩美福利院看望了众多儿童，为孩子们送去了食品、玩具、文具等等，并与大家谈心、做游戏。孤儿一直以来是社会关注的一个焦点，在缺少家庭温暖、缺少母爱父爱的环境下，如何帮助这些儿童健康快乐的成长已经成为社会共同的责任！日前，我司团委已将该项活动列入固定工作，希望能为这些散落在风雨中的祖国花朵奉献一份爱心，并将其一直延续下去。



另外，为倡导节约资源理念、促进书籍循环利用，缓解我市对外扶贫地区的学生课外阅读资源缺乏，宁兴控股团委积极响应市外经贸团工委在广大青年中开展“甬黔携手、图书传递”活动，为贵州贫困地区学生捐书助学，共计捐赠书籍191本、文具等160多项，为边远地区儿童送去来自宁兴控股浓浓的关爱，并希望贫困学子能在读书和交流中开拓视野、增长知识、陶冶情操、和谐成长。



宁兴控股与九江银星船厂联合制造的16500吨化学品船顺利下水！  
合资设立“九江银星船舶重工集团有限公司”签约仪式隆重举行！





6月25日上午10时58分，宁兴控股与九江银星造船公司联合制造的16500吨“厄休拉”号化学品船在九江市星子县顺利下水。依靠沙滩斜坡，“厄休拉”号在气囊上缓缓向湖面移动，约过30秒整艘化学品船进入鄱阳湖，场面非常壮观。九江市委书记陈安众出席仪式并宣布：“16500吨‘厄休拉’号化学品船YX006顺利下水！”九江市长王萍致信祝贺。“厄休拉”号是宁兴控股公司与银星造船厂成功合作的产物，是双方共同智慧和心血的结晶。两家企业在合作过程中，互相支持、互相配合，制造了“厄休拉”，并将她推向了世界。宁兴控股董事长、总裁吴以刚出席了仪式并致辞表示：“厄休拉”号的顺利下水是宁兴控股与银星成功合作的最好见证，更是一个富有成效的开端。

同日并举行了九江银星船舶重工集团有限公司成立签约仪式。九江市委书记陈安众、市委常委秘书长华金国等领导、宁兴控股董事长吴以刚、九江银星造船公司董事长陈志远、以及船东和船级社代表出席了签约仪式并剪彩。宁兴控股与银星造船公司在“厄休拉”号化学品船的建造过程中，通过不断加深了解，增进友情，相互信任，建立了一个良好的长期合作关系。同时，宁兴控股公司也深深感受到九江良好的投资环境和当地政府部门对造船产业的大力扶持，更加增强了投资建设船厂的信心和决心。于是，双方达成共识，由宁兴控股与银星造船和翔升造船共同出资，组建成立九江银星船舶重工集团有限公司。

新的船舶重工集团成立后，宁兴控股将共同推进银星、翔升两家船厂的经营、建设和发展。对内，建立科学规范的法人治理机制，优化和提升内部管理，提高生产质量和经营效率。对外，大力开拓国内外市场，充分发挥船厂的生产能力，积极涉足航运业、船舶设计等领域，在世界范围的油轮及化学品船市场建立重要声誉，为打造中国有影响力的船舶制造企业而积极努力！



# 合理谋局 向愿景航行

宁兴控股总裁办公室

## 引言

管理一个企业如同进行一次又一次航程，就像在竞争剧烈的市场浪潮中驾驭着一艘船。企业在持续变化的环境中运作，有许多可以预见的水流，但重要的是你的船——企业必须应付那些根本无法预测的变化。而战略决策过程可以使企业领导者和他的员工们决定企业的最终目的地，以及规划出到达目的地的最佳航线，并能够时刻保持警惕。

在市场环境日新月异、竞争对手茂密如林的形势下，每个企业都应适时做出相应的战略定位及应变对策。面临着新世纪的挑战和机遇，宁兴控股经营团队顺应内外环境变化，多年来始终以战略为导向，合理谋局，精确定位，以经营年度为单位，细化战略实施细则，形成了愿景—战略定位—经营计划—执行—评估—控制及战略改进的持续运行体系。

07年度公司面对新的环境，按照战略运行体系及要求，持续推进战略实施细则，完善集团管控体系，增强资本运作能力，继续发挥进出口贸易主业优势，寻求对外战略合作和新的产业机遇，夯实房地产板块基础，加强实业建设，不断优化产业机构，构建有特色的企业文化的品牌影响力，推进企业集约式增长，以有效保障和推进战略落地。

## （一）控股公司重点工作

- 1.抓住产业拓展的机遇，搭建资本运作平台，通过增资扩股、合资合作、参股拟上市等多种方式，进一步提高公司资产规模和资本运作能力；
- 2.进一步调整和完善公司产业结构，有进有退，增加实业项目投入，使公司经营和利润来源更趋稳健；
- 3.完善集团管控体系，增强各项管控制度的执行力，提高公司整体运营效率和经营业绩；
- 4.积极推进企业文化和品牌建设，建立品牌管理体系和有宁兴特色的企业文化传播体系，加强公司无形资产的积累；
- 5.构建符合发展战略的人才引进和培育体系，完善薪酬管理、绩效评估、员工福利等制度，提高企业凝聚力和员工的积极性。

## （二）各公司重点工作

■ **宁兴国贸：**重点是探索和实践贸易方式的多元化，进行经营创新；努力开发新产品、拓展新市场；在产品基地的培育上要精而细，构建经营可控、产品可靠的重点产品基地；加大进口产品和市场的开发；加强大型成套机电设备出口，形成新的贸易增长点；加大品牌建设的投入，增加贸易附加值；强化风险意识，形成有效的风险管控机制。

■ **宁盛置业：**抓好在手项目的建设和销售，加大资金回拢力度，盘活现有资产，并着眼长远进行地块储备，积极争取对外战略合作和项目合作；适时争取一级房产开发资质；提高市场判断力、项目运作能力和成本控制能力，进一步树立精品意识、品牌意识；苦练内功，引进人才，形成适应企业发展的高素质专业化队伍。

■ **宁兴特钢：**重点是完善业务结构和加强在产业链上的影响力，实现贸易、加工、配送、热处理协调发展；充分利用已有硬件条件，采取合作、合资、收购等多种方式，进一步向特钢产业上下游业务延伸。继续扩大市场份额、丰富产品品种，增加配送规模和客户数量，提高热处理技术水平。同时，形成完善的管理体系，不断提升员工素质，为特钢公司提高综合实力打好基础。

■ **宁兴汽投：**2007年要完成汽车投资公司的运作机制，形成多品牌、多项目管理控制体系；做好奔驰店、沃尔沃店的正式运营工作，完成丰田2号店的选址、建设，力争年内开业；积极争取新的品牌店授权；进一步提高售后服务水平，积极推进二手车市场开发，探索销售和服务网络的建设。

■ **宁兴液化：**重点是发挥品牌优势和管理优势，积极寻

找合作机会，扩大仓储能力；加强市场分析，扩大对市场的拓展面，积极开发境外大客户和长租客户；探索产品供应商、仓储公司与产品需求方客观联系的第四方物流模式的可能性。

■ **宁兴金海：**按照发展战略要求，尽快形成生产能力；进行生产流程再造，形成工贸一体化的管理体系；增强研发力量，加大新产品、新技术以及品牌建设的投入，提高产品附加值；完善质量控制程序，加强质量体系建设；在不断拓展国际市场的同时，针对国内市场进行产品开发，逐步打开国内市场。

■ **宁兴天博：**进一步抓好进口业务，积极拓展自有进口业务渠道，并加大出口产品和市场的开拓力度；同时抓好公司管理制度、业务流程、风险控制体系和员工队伍的建设，为公司长远发展打好基础。

■ **宁兴百纳：**在做好电视剧业务基础上，探索新业务、新产品，搭建专业化运作文化传媒项目的平台，增强企业实力和影响力；加强与合作方的联系，创新合作方式；加强员工队伍建设，建设专业化团队。



# 好团队 才有 好效益

宁兴国贸实业有限公司七部经理 吴雪泳



要建设一支团队，首先要有一个明确的、正确的理念，即团队精神。这个团队精神的核心就是它的价值观。古语说：“君子爱财，取之有道。”我们搞外贸工作的，要取得外商的青睐和信任，质量是生命线。质量是很具体的，它包括：产品的性能、功效、精度、外观、包装等。而性能又包括：耐用、耐破坏的程度，使用的方便、灵巧，技术的含量、性价比等。所以在质量中已包含了价格和成本的问题。好的质量就是品质，就是信誉，就有较强的竞争力。由于外贸部门不是直接生产的单位，它一头与外商、一头与生产厂家交易，既要保证产品的质量，又要谈妥两头的价格，使三方（包括外贸部门自身）都有利可图，所以要协调好各方面的关系。为此，我们提出了“四赢”的团队理念，即外商赢、厂家赢、公司赢、团队赢。要做到“四赢”是很不容易的，但再不易也要这样做，因为这是关系到企业和团队的长远之计。然而，在当前全球经济一体化的形势下，贸易的差价是很微薄的，尤其是一些技术含量不太高的产品，竞争非常激烈。要实现多方得利，唯有在质量、技术、性价比上狠下功夫。外贸部门是协调各方利益的中介。中介的生存基础是诚信，不仅要保证产品的质量，而且要确保货款两清，其中的每一个环节都不能有丝毫差错，否则，出了纰漏，就会全功尽弃。这一切都要靠团队成员的精诚合作，做到环环相扣、严丝合缝，在长期的合作过程中配合默契，使一个团队象一个人一样操纵自如。



外贸工作必须组建一支团队，要把业务做大，必须依靠团队的力量和集体的智慧。

1994—1998是我参加外贸工作的学徒期间，我深深地体会到：外贸工作是很辛苦的，不吃点苦是学不到真本事的。1998—2000年是业务起步阶段，既要联系客户，又要做单证、报关，还要及时给工厂付款，头绪很多、事情很杂，几乎每天都要工作到晚上9—10点钟，但还有做不完的事，人也很累，最令人头疼的是没有及时到外地工厂验货，导致有些工厂不负责任地将次品发往国外，不仅受到客户的索赔，而且还丧失了诚信，影响了公司的信誉。这使我深深地体会到，需要一个团队的支撑。从2000年至今是业务发展期。我们组建团队。先后引进了验货员、业务助手、单证员、财会人员……，人员逐渐配套，队伍一年年扩大，业务也一年年做大。由于每个人分工比较明确，各自积累了较丰富的经验，工作就有了头绪，相对地比较得心应手。



组建了团队，团队中的成员与我是什么关系呢？我认为，这个关系的定位很重要。首先它不同于计划经济体制下国营企业的上下级关系，上级布置任务，下级绝对服



从，而上下级都等着吃国家的大锅饭；同时它也不同于民营企业中雇佣者与打工仔的关系，一切权力归老板，打工仔不听老板的话，就要被“炒鱿鱼”，老板不顾一切地赚钱，而不考虑员工的利益。我们团队中的领导者和被领导者在人格上是完全平等的，只是在管理层上分工、职责不同而已，是一种新型的人际协作关系，靠团队的精神凝聚人心，靠系统的目标引导方向。管理不是上级领导对下属的控制、约束，而是协调和服务，尤其要体现领导就是服务的新理念。

要创建一个和谐的团队，必须坚持以人为本的指导思想。只有充分发挥了人的积极性主动性，才能把各项工作做好。人的积极性靠什么来调动呢？靠的是物质动力；精神动力；信息动力。物质动力主要是指对个人物质奖励，体现在奖金的分配上。在这方面公司给了我们很大的自主权，为团队创利的业绩与个人的收入直接挂钩创造了条

件。而作为领导就要做到公正、公平、公开，尽可能地做到赏罚分明、奖惩合理、以身作则。这样团队中的成员就会主动地去开发新客户、探索提高效率的新方法，就会以主人翁的态度严把质量关，不辞辛劳地奔波于外地的各家工厂。过去一个人要创汇200万美金简直是不可想象，现在15个人达到创汇3000万美金已经顺利完成，并朝着更高的目标攀登。其二是精神动力，体现在处处尊重人、关心人、爱护人，站在对方的位置思考问题等等。而领导以身作则，适度的奉献就是无声的命令。特别是公司对我们团队的精神奖励，给我们以很高的荣誉，这是极大的激励和鞭策，它与物质奖励紧密联系在一起，是对我们业绩的肯定，也催促我们深入改革，不断进步，更上一层楼。其三是信息的力量。在现代社会，信息是最珍贵的资源。市场经济核心竞争力的差异很大程度上是信息不对称造成的。商场如战场，每个人都要千方百计地搜集各种信息，而自己则要保护自己的商业和技术的秘密，以保持信息上的优势。然而，这与我们团队“四赢”的战略目标不完全相符。为了让客户与生产厂家都有利可图，我们要适度地开放信息，让客户到生产厂家参观、考察，了解生产厂家的设备条件、生产成本等基本信息，以赢得客户对我们的信任。让生产厂家知道客户的要求和支付的方式，让厂家放心。我们这样做，虽然暂获利少了一些，但是从长远的角度来看，我们赢得了客户和厂家的信任，拉住了客户、稳住了厂家，也就保证了长盛不衰。而在我们团队内部，信息资源是共享的，无论是技术的、商业的、国内的、国外的都要做到信息灵通，相互开放。这样一个人掌握的信息变成了团队集体的信息。团队的力量大大地增强了。

当然，我们也必须清醒地看到，随着科技的进步、经济的增长、社会的发展和人们物质、文化生活水平的提高，对我们外贸产品的要求将越来越高，尤其是一些技术含量不高，个性化程度低的大宗产品，将会被日趋激烈的市场竞争所淘汰，所以我们要居安思危，要有忧患意识，要自己给自己加压，变压力为动力，千方百计地去开辟新的市场、开发新的产品、学习、研发、借鉴新的技术，不断地创新，打开新局面。我们团队的宗旨是：质量是生存的基础，创新是发展的动力，我们的目标是打造百年长盛不衰的团队。



# 如何防范信用证条件下进口贸易的风险

宁兴天博国际贸易有限公司总经理 孙克勤

当前，正值国家对外贸易发展战略和政策导向的重大调整，对外贸易均衡发展、有利于进口的外贸政策调整、人民币升值压力和汇率政策改变以及鼓励进口贸易各项措施实施，都为企业发展进口贸易提供了极好的外部条件，但作为经营进口业务的企业必须清醒地意识到，进口贸易过程中存在着甚至比出口贸易更多的风险和危机。由于信用证结算方式在进口贸易支付中使用的普遍性，本文重点探讨在信用证条件下进口贸易存在的风险以及防范措施。

## 一、进口商在信用证业务中所面临的风险

### 1、出口商蓄意诈骗风险

信用证的产生，为身处异地的交易伙伴提供了一种快捷、方便的贸易结算方式，但同时也为利用此结算方式进行贸易欺诈提供了可能性。因为信用证交易是单据交易，而所有单证文件都是可以伪造的。根据UCP500规定，银行对任何单据的形式、完整性、准确性、真伪性概不负责，对交易双方的诚信、行为或资信也概不负责。所以一般情况下，银行只管单据的表面审核，而不管单据的真实性及是否存在欺诈行为。只要单证相符，开证行就必须付款。这就给出口商通过伪造单据蓄意骗取贷款提供了条件。

### 2、货物质量风险

在信用证项下，进口商只有在付款或承兑之后才能得到包括物权单据在内的全套单据，才能提取货物。而在提货之前，进口商是无法获悉出口商所发运的货物是否能满足其需要，如果出口商以次充好，就会给进口商带来风险。

### 3、汇率风险

无论是即期还是远期信用证，从开证到进口商实际对外。支付货款总有一段间隔，如在即期信用证项下自信用证开出之日起到发货，直至单据到达开证行之间及银行合理审单时间，间隔较长，远期信用

证更要加上从承兑日到到期日这段时间，一旦需支付的货币汇率升值，则进口商将支付多于预期的本币金额。这就是进口商存在的汇率风险

### 4、市场风险

一旦进口商所进口的同类货物的国内价格降低，进口货物由于其高成本会影响到它在市场上的流通，销售困难而造成积压，使进口商遭受经济上的损失。

### 5、开证行的素质风险

目前国内某些开证行鉴于多种原因，对国外议付行寄来的单据并不加以严格审核，只是向开证申请人照传单据，致使一些导致进口商利益损害的不符点未能审出，进口商的权益得不到保护。

### 6、第三方欺诈的风险

第三方欺诈即指受益人（卖方）以外的第三方实施的欺诈。在此情形下，买卖双方都是无辜的，但目前没有明确法律规定由何方承担损失。

## 二、防范措施

### 1、选择有诚信的出口商

为了防范信用证下出口商的欺诈，进口商一定要慎重选择贸易伙伴，对出口商进行深入的资信调查。对有过多年交易记录的老客户，要注意其近期有无经营状况严重恶化、丧失商业信誉、转移财



产、逃避债务的情形发生，对第一次进行交易的新客户，可通过国内外规范的资信调查系统充分了解其资信情况。买方要尽可能通过正式途径来接触和了解客户，尽量选择在国际上具有一定声望与信誉的大公司做交易，在没有搞清对方的资信之前，不进行交易。

## 2、 规范好商品检验条款

在合同中要明确约定双方认可的检验机构，通过对合同和信用证中的商品检验条款或检验索赔条款来确定买卖双方有关商品品质的权利义务关系。在我方的进口贸易合同中，一般应争取由中国的检验检疫机构进行检验检疫，也可选择第三方国家或地区的检验检疫机构。一般来说，应选择权威的、国际一流的检验机构，因为这样的机构往往在世界各地，特别是中国内地设有较多的分支机构和办事处，申请方便且出证时间短，收费也比较规范。

另一方面，在合同中可以规定买方在货物到达目的港后的一定期限内有权对商品进行复验，买方的复验证明可以作为索赔的依据。

## 3、 进行装船前检验

为了确保装运的是合同所订的货物，进口商可以请独立的有专业声望的检验公司实施装船预检、监造和监装，签发装船证明等，这是防止出口商进行诈骗的有效方法。对我方重要商品或大型成套设备的进口，应指定由中国商检部门或中国商检部门委托的国外公证部门对商品实施装船前的检验及监装。

## 4、 尽量争取采用FOB价格术语

在进口业务中尽量使用FOB方式，由我方自己办理运输和保险，使货物及装运都在我方掌握之中。

## 5、 尽量采用远期支付方式

在信用证条款中规定开立远期付款或承兑汇票。这样即使发生欺诈情形，卖方仍未能获得支付，买方有足够的时间取证并寻求法律保护。

## 6、 做好外汇保值

外汇市场瞬息万变，作为进口商应该保持一种观念，即应从贸易差价中获得利



润，而不是靠在汇率上的一搏。汇率风险的规避除正常的远期掉期和远期售汇外，最好是在签订合同时与出口商订立外汇风险共担条款，由买卖双方共同分担汇率风险。

## 7、 做好贸易下游工作

不论进口的是贸易性商品还是再成品的原料，进口商一定要落实进口商品的下家，即在进口之前就与国内买家签订销售合同，固定好销售价格，将进口商品的风险转嫁出去。做进口贸易一定不能有机心理，对一些大宗热门商品，尤其是已形成炒作的商品务必要谨慎，审时度势之后再决定是否上马，以免公司经营随市场的大起大落而受到影响。

## 8、 选择好开证行

尽管现在许多银行都可以办理国际结算业务，但各行的素质参差不齐，各地区银行信用证业务的处理水平也不尽相同，所以进口商在办理进口业务时一定要选择素质好、审单能力强、责任心强的银行作为开证行。另外，对那些不履行审单义务而使进口商遭受损失的，进口商有权主张自己的权利，要求赔偿损失。

## 9、 认真审单

进口方收到银行转来的各种单据后，

要由有经验的人员对单据的真伪进行鉴别。如有疑问，应致电伦敦国际海事局核实，单据核实属实后再付款，否则应立即通知银行，冻结资金，拒绝付款。

## 10、 寻求信用证欺诈的法律救济

进口方如果已经确认受到欺诈，则应尽快寻求法律救济。主要可以通过几种方式：

- (1) 向法院申请冻结信用证；
- (2) 起诉承运人和卖方；
- (3) 通知付款银行，希望银行拒付。

## 三、 结语

综上所述，信用证项下进口贸易风险产生的原因是多种多样的，其中市场行情的变化、进出口国政策的约束等属客观原因，在某种程度上是无法避免的，只能采取一定的措施予以预防和应对。而进出口商的资信问题及是否带有欺诈目的等属主观原因，是完全可以努力加以预防、避免和克服的。所以作为经营进口业务的企业必须加强业务知识的学习，掌握有关国际贸易、国际金融、国际商法等各方面的法规及惯例，提高自身的业务素质，增强进口贸易的风险意识和防范意识。

# 影响企业实践的 十大管理思想

宁兴控股总裁办公室



各种管理思想在中国得到空前的传播，管理大师们亦以“你方唱罢我登场”的架势乐此不彼地到中国兜售和演绎其管理思想。那么，在诸多的管理思想中又有哪些管理思想和管理工具对中国经济产生了巨大的影响？企业又从哪些管理理念中获得了什么样的收获？同时又有哪些管理理念需要企业进行反思呢？

故此，本刊推出这组“影响中国企业实践的十大管理思想”，以积极协助各位经理人和企业家们更好地推动企业的管理实践与管理创新。

## 一、继任者计划

近些年来，以GE公司首席执行官杰克·韦尔奇让位，新CEO伊梅尔特成功主政为代表，有计划有条理地为组织寻找最高执行长官的继任者的思想理论在西方获得了较快的发展并在实际执行中趋于成熟。关于继任者计划的实施主要有两个类型：一、观察家族（或者小私有）企业并从继承者中寻找继任者的方法。此种方法需要防范，第一在位者（创始人）没有预计到自己的突然去世，第二他没有能够很好地与其次子或其他直系亲属沟通，在他死后或者退休后只能有一个最高执行官；二、观察大型公共企业寻找最高执行长官的方法。以上两种继任者计划的实施已经有了共识，即把选择继任者的问题留到最后一分钟是不明智的，任何未来的最高执行长官都需要进行培养。毕竟，当责任的接力棒从一个人手中传给另一个人时，它需要有一个交接的过程和时期。

就企业实施的情况来看，卓越咨询认为，目前的继任者主要有四种类型：一是外来者，领导风格完全与以前的不同；二是外部的局内人，有的人很了解这个公司，但实际上却并不为该公司工作；三是经过比赛取赢家，内部候选人公开地与其他内部候选人进行对比，并竞争职位；四是老板的“宠臣”，候选人在相当长的一段时间内，由现任最高执行长官及其机构一手提拔，并着手培养。



## 二、竞争战略

作为哈佛商学院的教授和竞争战略理论的权威——迈克尔·波特（Michael E. Porter）可称作“世界上最有影响力的商学院教授”。迈克尔·波特对于管理理论的主要贡献，是在产业经济学与管理学之间架起了一座桥梁。在其经典著作《竞争战略》中，波特提出了行业结构分析模型，即“五力模型”认为，行业现有的竞争状况、供应商的议价能力、客户的议价能力、替代产有吸引力的竞争位置。迈克尔·波特还提出了“三种通用战略”，包括成本领先、差异化和专注化，说明由于企业资源的限制，往往难以同时追求一个以上的战略目标。

波特战略理论被视为80年代主流的战略理论，而在今天这种商业社会日新月异的变化使得其理论在某些方面已经不太适合管理实践的需求。如他的战略观念将现有的产业结构视为既定，较少考虑产业变革以及相应如何建立长期竞争优势方面没有论述。正因为他假设的产业结构是比较确定的，“五力模型”很难用来分析迅速变化或前景不确定的某些行业。电信是一个典型的例子，技术的迅速发展、标准的不断变化、政府管制政策的调整，使得产业充满不确定性，很难再用波特的框架预测行业的竞争格局。

## 三、走动式管理

走动式管理，被称之为MBWA，它有时也被叫作漫步管理（management by wandering about）或四处走管理（management by walking）。MBWA通常包括下列几点：

人员通常花时间在他们的部门走动。而且能够参与即时的讨论。

个人在组织内部建立熟人联络制度。

咖啡时间或者午餐时间会产生很多聊天的机会，在公司走廊里也是如此。

管理人员离开他们的办公桌，开始和单独的员工交谈。

管理大师杜拉克在1990年发表的《走动式管理——向外走！》（Manage by Walking Around—Outside!）一文中这样说道：“大约40年前，我第一次建议高层‘在周围走动’，即走出办公室，去和公司内的其他人交谈。当时这是正确的建议，现在这样做就错了，是对经理人最稀缺资源的浪费。因为，现在我们知道如何使信息在组织内上传。依赖走动式管理会使经理人产生

虚假的安全感：它使他们相信拥有信息，而其实他们知道的不过是下属想让他们听到的。而现在正确的建议是，经理人应向外走动式管理。”所谓“向外走”，就是到公司的客户那里去，到供应商那里去，到投资者那里去，到政府那里去，甚至是到竞争对手那里去，并且要有意愿和勇气，到国外去走走。在杜拉克看来，美国人斯隆（Alfred P. Sloan）能够在上个世纪二三十年代把通用汽车建设成为世界第一的汽车制造公司，实际上是靠和顾客一起工作干出来的。他每三个月就有一次从公司总部所在地底特律市消失，而且不告诉任何人他要去往何方，第二天他会出现在其他城市的经销商面前，做过自我介绍之后，请求经销商同意他作为销售人员或者助理服务经理，工作两三天。然后在同样的那个星期，到另外两个城市，以同样的方式为另外两家经销商工作。这样，到下个周一，他回到公司，就以便条的方式，发布他所了解到的顾客行为变化、顾客对经销商的服务以及公司向经销商所提供服务的偏好变化、市场趋势和汽车款式变化趋势的信息。

## 四、战略联盟

战略联盟是指两家或两家以上的公司为实现相互匹配的战略目标而形成的一种紧密的合作关系。自从美国管理学者罗杰·内格尔和DEC公司总裁简·霍普兰德提出的“战略营销联盟”后，联盟概念得到了越来越多企业界人士的认同，成为现代企业加强其国际竞争力的重要手段之一。这种合作关系涉及一个长期的承诺，而不

仅仅是为一个问题提供短期解决办法，比如出现临时性生产问题时，需自外部采购零部件。战略联盟具有运作高效，机动灵活，关系松散，边界模糊等特点。战略联盟的形态可以分为横行联盟和纵向联盟两大类，具体的表现形式有：合资、合作，联合研究与开发，定牌生产，特许经营，相互持股等。战略联盟之价值驱动则是：创造规模经济，增强企业实力；迅速获得新技术；进入战略市场，扩大市场份额；降低风险；打破贸易壁垒，进入国外市场；获得低成本生产能力，或能充分利用剩余生产能力，达到降低综合成本的目的。

战略联盟未来的发展趋势：

- 1、从强弱联合的互补型联盟发展为强强合作的竞争型联盟；
- 2、从产品联盟发展为以技术合作为主要内容的知识联盟；
- 3、从线性的联盟链发展为立体的联盟网络；
- 4、从“硬约束”的实体联盟发展为“软约束”的虚拟联盟。

## 五、业务外包

业务外包，是指一个企业根据投入产出效益最大化原则，将某个或某些部门或业务转包给别的更加擅长和专业的企业进行管理和经营的行为，可以是外包自助餐亦可以外包人力资源部门。业务外包是顺应了供应链环境下的竞争而产生的，强调企业将主要精力集中于关键的业务上，充分发挥其优势和专长，而将企业中非核心业务交给合作企业来完成，从而达到“专业的人做专业的事情”的目的。这与传统企业的“纵向一体化”控制和一个企业“包治百病”般的完成所有业务的做法有很大不同。

业务外包有以下益处：第一可以分担风险，第二加速业务重构，第三提高生产效率，优化配置资源。把多家企业的优秀人才集中起来为我所用的概念正是业务外包的核心，其结果是使现代商业结构发生了根本性变革。企业内向配置的核心业务与外向配置的业务紧密相联，形成一个关系网络。企业运作与管理也由“控制导向”转变为“关系导向”。通过业务外包方式，许多高科技公司（IBM、HP等）保持了自己的核心竞争力，将精力聚焦于不断创新，不断开发新技术、新产品，保持技术领先的优势，击败对手的同时又获取了新产品带来的高额回报。再通过不断将生命周期走向成熟的产品外包出去，又可大大降低营运成本和固定资产投入，轻装上阵，使资源得到最大化利用，生产效率获得最大化提高。

## 六、行业分析师关系管理

行业分析界有这样一群专家，他们通过专业的研究、观察和判断，向社会提供咨询意见、发表报告、接受媒体访问、互相交流观点、对全世界的某个商业市场领域进行预测，并有可能影响一个公司的支持者和股东的价值取向。行业分析师完全不同于金融分析师，金融分析师专注于影响公司股价的行为，而行业分析师则专注于行业的发展走势、公司的全部业务，并根据顾客的反馈和自己对公司的观察来评估公司的实力，观察的方面包括管理团队、总体竞争前景、对公司产品和服务的市场需求驱动因素、公司产品与服务的质量，最重要的是，客户购买的是什么、是如何评论的以及是如何使用公司的产品和服务的。事实上，金融分析师更多的是定期从行业分析师那儿获得数据和看法。由于行业分析师被认为是各自领域的专家，所以，他们可以对公司的市场认可度、客户的购买决策发挥相当大的作用，因为决策者们以及商界人士普遍都会征求他们对各家公司的看法。行业分析师群体多出现在朝阳产业，这些产业竞争较为激烈，开放度高，市场变化快，例如IT行业、电信行业、汽车行业等。不确定的市场因素越多，就越需要判断市场变化和分析预测行业趋势，在这种情况下，行业分析师的重要性就越高。10多年前，行业分析师关系管理在西方已经被引入诸多公司的对外事务管理了。

## 七、绩效管理

行业分析界有这样一群专家，他们通过专业的研究、观察和判断，向社会提供咨询意见、发表报告、接受媒体访问、互相交流观点、对全世界的某个商业市场领域进行预测，并有可能影响一个公司的支持者和股东的价值取向。行业分析师完全不同于金融分析师，金融分析师专注于影响公司股价的行为，而行业分析师则专注于行业的发展走势、公司的全部业务，并根据顾客的反馈和自己对公司的观察来评估公司的实力，观察的方面包括管理团队、总体竞争前景、对公司产品和服务的市场需求驱动因素、公司产品与服务的质量，最重要的是，客户购买的是什么、是如何评论的以及是如何使用公司的产品和服务的。事实上，金融分

## 八、核心竞争力

“核心竞争力”这一术语被管理学领域引进是在1990年。由美国管理专家C. K. Prahalad和Gary Hamel提出，其主旨意是，企业的核心竞争力是组织综合能力的

体现，特别是如何协调不同产品技能和整合多条生产线的技术。核心竞争力是跨越组织边界去工作的沟通、投入和坚强的承诺。两管理大师提出了判断核心竞争力的三个标准：一是核心竞争力能够使企业有潜力在一个宽广的市场范围内竞争。二是核心竞争力对于企业终端产品的顾客利益有着极为重要的意义。三是核心竞争力是竞争对手难以模仿的。比如，它可能是企业技术和生产技能的复杂融合。自从迈克尔·波特将管理人员的焦点从市场份额转移到价值链和企业作业活动之后，核心竞争力及其概念成为系统思考的最重要一部。

## 九、职业经理人信托责任

信托责任是维持美国和英国股市一个最重要的条款。它主要指企业或者公司聘用职业经理人，法律保障他的信托责任，而他的所作所为必须由董事会依照相关设定的硬指标进行判断。

## 十、并购后的整合

在20世纪90年代由于越来越多地认为签订并购（M&A）协议很简单，因而并购后的整合（PMI）变成一个流行的管理问题。几乎每个人都被认为有能力签定协议，但是协议运作起来却是艰难的。什么能使一个并购顺利运作起来呢？一般认为并购失败率高的原因有两点：在谈判交易时，对财务和战略方面关注过度。大家都关注的是价格。实际上应该多关注通过双方的整合，使所有的价格都物有所值。第二，低估了文化的差异，这在跨国交易中尤为明显。卓跃咨询此前做了主题为“客户认为什么是合并中最重要的问题的调查显示”：“成功的整合”位于榜首，第二位是“合适的战略”，后面是“选择最佳的收购候选人”，“支付最低的价格”和“构建最佳财务方案”。卓跃咨询认为中国企业解决PMI中的最重要和最关键是要解决如下六门技能和知识：第一，清晰定义交易后的愿景，然后解释战略；第二，把整合作为从组织日常业务中分离的独立过程来管理；第三，设立专门的整合团队和清楚的业务和程序表；第四，给从整合中获得的预期利益定一个清楚的目标；第五，尽快建立有效的人力资源管理程序；第六，设立一个交流整合目标和过程的程序，要对此保持清醒。



# 品质、诚信、服务

## ——价值链增值能力之二手车置换

宁兴汽车投资有限公司总经理 李培

随着我国汽车产业的发展，二手车市场如雨后春笋般逐渐进入了高速增长期，蕴藏着巨大的市场潜力。随着二手车市场的进一步规范 and 人们消费心理的成熟，二手车消费群体将持续扩大，成为汽车市场上的最富有生机的领域之一。很多业内人士认为，2007年将是

中国二手车市场“元年”，进入一个更规范、更快的发展周期。

### 一、二手车置换业务的核心

宁兴丰田作为一汽丰田大家庭中年轻的一员，通过二轮定律<sup>®</sup>的实践，我店已成为华东大区销售和服务入厂的大店之一，如何加快构建新的收益体制，如何在日益激烈的市场竞争中提升品牌竞争力，公司经营层通过对二轮定律价值链的学习导入，国家相关政策法规及市场

的研究和分析后认为积极开展二手车业务有助于拉动新车销售，同时也巩固了品牌市场占有率。在做好新车销售及售后服务的同时，加快发展二手车置换业务既符合FTMS的品牌拓展战略，符合广大客户的实际需求，又符合经销店业务拓展、收益体制完善、竞争能力提升等诸多要素，成为经销店发展壮大

### 二、我司二手车置换业务的发展状况

二手车置换业务是汽车市场成熟发展的必然趋势和经销店品牌服务的重要组成部分，它具有巨大的发展潜力，并且已经引起社会的广泛关注。2005年10月新的国家二手车流通管理办理出台后，FTMS分别在北京、上海、深圳等地召开了经销商动员大会，毛利悟总经理作了激情洋溢的动员报告。我司积极响应，认真部署，迅速准备了申报相关资料，递交至FTMS关联业务室，并安排人员参加了全国评估师注册考试及FTMS组织的二手车担当培训。2006年2月，我司正式通过一汽丰田的资格认证，成为全国首批11家丰田二手车置换认定店之一。经过160项严格检测整备认证的二手车，走上商品化零售的模式。此次二手车商品化零售试点，我们严格按照厂方设定的各项要求标准，得到了客户的高度认可，同时也在业界产生了较大影响，提升了认证二手车



的知名度，开创了本市认证二手车的先例，媒体给予了广泛的宣传和关注。经过06年一年的业务运作，毗邻新车展厅扩建的专业二手车展厅于07年2月9日顺利开业，以便为客户提供更好的服务场所，买到安心、放心、称心如意的二手车。我们的经营理念是“品质、诚信、服务”。

纵观我司在二手车置换业务的认证二手车置换体验，由二轮定律的认真导入，经营层的高度统一，团队顽强坚定的意志、毅力培植，企业的文化熏陶，团队的凝聚力和员工的辛勤付出共同铸造而成。我们坚持团队合作，各业务部门真诚合作，充分发挥各自优势，管理层意识强，员工干劲足，共同竭尽全力共同推进公司二手车事业的发展。在二手车置换业务开展初期，充分考虑到创业初期的各种困难，公司给予二手车运作体系、人力资源、资金、媒体宣传方面的全力支持，部门之间相互协作的事例举不胜举，如遇到客户置换新车，销售部积极调配资源，紧俏资源置换客户优先；二手车检测认证，经常看到服务部技师加班加点，及时提供检测认证报告，快速完成二手车整备任务；企划部出谋划策，力推二手车置换业务；销售部员工在车展、展厅接待中及服务部前台接待在客户接待中一次又一次地对二手车业务的宣传推广。二手车业务目前在公司整个业务过程中始终贯穿着各部门每位员工忙碌的身影。我们坚信，二手车置换业务在FTMS的正确指导、大力支持和公司上下全员共同努力下会由小变大，正在由弱变强，健康迅速的壮大，随着市场份额的拓展，二手车业务会成为经销店收益体系的重要组成部分。

### 三、二手车多元化销售模式

二手车置换业务导入初期，对于国内已经发展了20年左右的二手车交易市场，我们的业务能力起始阶段相对较弱，主要采取了以批发为主的销售方式，通过此次认证二手车零售试点的运作，有了新的认识。二手车置换业务宣传与销售逐步向多元化发展。鉴于展厅销售二手车由于市场知名度及影响力效果不十分明显，公司强化了二手车广告宣传力度，投放广告宣传22.7万人民币，07年计划投放30万元人民币于报纸、电台、电视台、网站、户外广告、短信群发、二手车论坛、参与大型车展等等，从各个不同层面去渗透二手车置换业务的影响力。随着网络的发展，网络营销的新经济模式正逐渐被人们所接受。先上网查看汽车性能和行情已经是当今非常普遍的做法，我们在做好店头零售同时，积极推广网络销售，同步在多家网站发布二手车信息资源，企业的二手车网站正在筹建之中。初期的二手网络交易也带来了一定效果：浙江嘉兴的一位蔡先生从网上查到我司的一辆二手车资源信息后，通过几次电话联系，我们的诚信服务打动了，他抱着略带“疑虑”的心情在元宵节那天从嘉兴驱车来到宁波，到店后，摆在他面前的是高品质的二手车，热忱主动、规范标准的服务，他的“疑虑”因此彻底打消了。为了进一

步验证诚信，他左挑刺，右捡问题，以此讨价还价。我们从容不迫，冷静应对。最后，他使出了最后一招，以价格不合适为由再作考虑，而由宁波返回嘉兴，在上沪杭甬高速20分钟后来电表示明天过来提车，最终顺利成交。另一位广西南宁客户已乘火车往宁波的旅途中……06年度我司完成置换97台，07年计划完成250台置换、零售任务。

### 四、以人为本，加强管理

毛利悟总经理曾经说过“新车部长要有精神，服务部长要有毅力，而二手车经理要头脑灵活”。在二手车部经理配置上，我司克服困难，抽调由德行、操守较好、业务能力较强的原进口部部长担任此位，充分授权；同时非常注重二手车人才的专业培养与合理使用，人尽其才，让每位员工的聪明才智在公司能得到充分地发挥。平时进行思想沟通与交流，不断地鼓励与鞭策，并制定了激励性的奖惩体制，使业务担当始终保持高昂的斗志，坚定的信心，攻克了业务上的一道道难题，二手车业务平稳有序地向前发展。

科学规范的业务流程，严密细致的日常管理是开展二手车业务的奠基石，每年初部门制定全年工作计划目标，分别落实到每人每月，每半年进行一次总结分析，发现问题及时进行修改调整，年度目标工作进程，资源信息都采用可视化看板管理，让每位员工充分明确目标任务，方向明确，目标清晰。文件档案由担当助理专人管理，业务操作严格按规范流程执行，评估、置换、收购等客户档案资料分类管理，结合U-CAR系统管理，一目了然，查找便捷。评估一置换一过户我们都为客户提供简捷高效的一站式标准服务，让客户彻底地感到安心、放心。

### 总结

我司二手车业务的发展，我认为以下几点非常重要：

- 1、FTMS的政策支持和业务指导。
- 2、决策层长远发展的方针锁定，要投放必要的财力和人力，扎扎实实地推进每一项工作，不要急功近利。
- 3、选择有较强事业心、市场业务能力、顽强意志、毅力的二手车业务经营团队至关重要，要注意学习与培养。
- 4、严格按业务流程，标准化操作，树立品质、诚信、服务，口碑是关键。
- 5、做好广告宣传与推广，要舍得花钱，积累经验与创新置换零售模式并举，做好同行之间合作，建立客户关怀、跟踪管理体系。
- 6、导入奖惩政策，激励业务部门不断创新思维，创新业绩。

注：二轮定律：企业市场竞争力的强弱不是单纯取决于商品力，而在于商品力和营销力的相互匹配。所谓二者相互匹配是指，当商品力弱时，营销力可以弥补一些商品力的不足；当营销力弱时，而商品力非常强，也可以弥补或掩盖营销力的不足。但是，如果两个方面偏差过大，互不匹配，势必影响持久、长远的快速发展。

# 我国高新技术企业R&D 活动中的人力资本运作

宁兴金海水暖器材有限公司 沈幸艳

高新技术企业迅猛发展是当今世界各国科技发展的主要特征，是经济快速增长的重要因素，是高附加值产业发展的基本趋势。他对经济带动作用强、对产业优化速度快、对技术扩散效益高、对市场发展潜力大。目前各国对“高新技术企业”的界定没有统一的定论，本文中的高新技术企业是“以技术与产品混合型为基础”定义的，根据该定义，宁兴金海水暖器材有限公司已经跻身于高新技术企业之列，在这种背景下，增强公司的人力资本，不仅可以提升人力资源的素质和能力，同时能够提高企业的生产能力和研发技术，对于公司的成长和发展具有重大的现实意义。

## 一、我国高新技术企业 人力资本运作现状

增加对知识的投资，不但可以使国家和地区提升产业结构，转变经济增长方式，而且也可以提高企业的人力资本存量，增强其综合实力。对R&D的投资是国家、地区及高新技术企业中一种常见的知识投资方式。根据对我国R&D总经费的统计显示，高新技术企业R&D经费(不含工商企业委托其他单位进行R&D活动所支付的经费)占国内R&D总经费的比重逐年上升，其中，2003年我国高新技术企业的试验发展经费已占到全国这一总量的77.0%，而用于基础研究的经费仅占全国这一总量的7.3%。高新技术企业的科学研究与试验发展经费支出之比约为1:9，OECD国家这一比值约为3:7。高新技术企业从此成为我国R&D活动事实上的执行主体。而在这些高新技术企业中，人力资本的运作情况主要呈现以下特点：

### (一) 人力资本总体存量逐步加强

我国以建立高新技术产业园区为基本模式，利用产业基地的人才集聚优势、人才辐射优势、人才创新优势，提高该产业中的人力资本优势。高新区建区初期从业人员只有14万人，到2002年，高新区就业人员已达349万人，比2001年就业人数294万人增加了55万人，增长18.7%。在营业总收入超亿元的企业中，实现就业人员数209.8万人，占从业人数的60.2%；外资企业(含港澳台企业)实现就业人数82.3万人，占从业人数的23.6%。大专以上学历以上人员占到从业人员的1/3左右，达到了36.5%；其中硕士生8万人，博士生1.4万人，并吸引了2.4万名留学回国人员。从业人员的高素质化，充分体现了高新区企业在人力资源上的集

聚作用，越来越多的高素质人才到高新区参加创业创新发展，高新技术企业中的人力资本总体存量呈上升趋势。

### (二) 人力资本的巨大能量未能充分发挥

朱卫平，伦蕊(2004年)曾以广东F市的全部高新技术企业为样本，对其科技投入与绩效之间的相关性进行多角度的统计分析，发现一个令人吃惊的现象：高新技术企业竞争优势系数与人力资源投入(以高学历人数占员工总数的比重来衡量)之间的相关关系不仅微弱，而且表现为负向关系。

经过对被调查企业中人力资本方式的进一步观察研究发现，这些高新技术企业人力资本投入未能产生相应业绩的主要原因在与人力资本投入后的运作方式不合理，科技人才重“招”轻“用”的现象比较严重。近年来，许多高新技术企业科技人才的数量不断增加，但主要表现为简单的数量扩张，人力资本的巨大能量未能充分发挥，造成这种现象的具体原因包括：

1. 岗位设置缺乏科学规划。导致人才招聘随意性较大、企业技术需求出现一定程度的脱节，造成企业人力资源的部分闲置和浪费。

2. 对科技人才缺乏有效的激励机制。目前高新技术企业的人力资源管理侧重于个人薪酬管理，较少运用股权、期权等长效激励机制。同时，企业对于科技人才的个人学习和成长较少关注；部分企业为获取短期利益，对科技人才进行掠夺式使用，很少注重持续和高效的员工培训以增强企业长期研发能力。

3. 企业内缺乏知识和信息的共享机制。企业对于构建共享性知识平台以及培育具有激励和凝聚作用的企业文化普遍持漠视态度，因而一方面使得从业者通过“干中学”积累人力资本的过程存在阻滞，这间接削弱了科技人力资源投入的绩效改善效应；另一方面也不利于知识在组织内的交换和整合，知识只被少数专家

个人掌握，其数量与质量长期保持静态水平。

## 二、促进高新技术企业R&D活动的人力资本运作方式

针对以上高新技术企业中不合理的人力资本运作方式，高新技术企业应该破釜沉舟，从改革不完善的激励机制、拓宽人力资本引入渠道、加大对人力资本的开发与投资等方面来切实做好人力资本的积累和集中工作，推崇合理的人力资本运作方式。

### （一）以人为本，加强内部激励和长期激励机制，提高企业生存力、发展力

激励的重点应由外部激励转向内部激励，从短期激励转向长期激励。除对外部激励手段的重视外，更多地关注如何进行内部的激励，满足员工的成就感、尊重感以及实施员工持股计划等长期激励手段；同时在外、长期短期两个方向上寻求平衡和激励效果的最优化，充分发挥其积极性和创造性，增强企业的凝聚力和向心力，使高新技术企业在面对高风险、高竞争的环境时提高生存和发展能力。

#### 1. 源于工作本身的激励措施

以工作为切入点，首先通过逐步加大工作难度和丰富工作内容，不断地为员工提供更具挑战性的工作来调动其积极性。其次，可以实行弹性工作制。可伸缩的工作时间和灵活多变的工作地点，能使员工有效地安排工作与闲暇，从而达到时间资源的合理配置。最后，应为员工提供更多的学习、培训机会。同时，亦要充分了解企业员工个体成长和职业发展的意愿，使他们能够随着企业的发展 and 自身的贡献，获得公平的职位升迁或创造新事业的机会。

#### 2. 源于工作环境的激励措施

为员工提供一种宽松、自主的工作环境。企业一方面可以根据任务要求，进行充分的授权；另一方面为员工提供其创新活动所需资源，包括资金、物质上的支持，也包括对人力资源的调用。

营造良好的沟通环境。提倡管理者与员工之间的双向沟通，靠理解和尊重，靠高尚的人格和互动的心灵，建立管理者和员工之间的和谐关系。

建立透明的竞争环境。在企业内建立起公开、公平、公正的竞争机制，让所有员工在既定的、大家认同的规则面前公开竞争，在充分的发展空间内实行优胜劣汰。

#### 3. 源于工作报酬的激励措施

从某种意义上说，企业向员工提供报酬不仅仅是向他们提供了维持生存的手段，而且报酬的高低也意味着企业对员工工作的认可程度，报酬的数量和形式对员工的动机强度和持久性有着深远的影响。为员工加入一份与其工作业绩密切挂钩的薪金，并使之在整个薪酬结构中占主导地位。这种风险共担、利益共享的方式把高新技术企业员工的收益与企业的发展紧紧地捆绑在一起，不仅能够防止其短期行为，而且更能起到长期激励的作用。引进多元化的价值分配要素。比较而言，机会是激励高新技术企业员工创造、传播和应用知识的更具影响力的要素。机会的表现形式有

很多，如参与决策、更多的信任、个人成长的机会、更大的工作自由和权限、多样化的工作等等。这些“内部报酬”对高新技术企业员工有着更大的吸引力。

#### 4. 源于企业文化的激励措施

企业文化作为一种价值观，其激励效应具有综合性与持久性，能够很好地提高高新技术企业员工对企业的认同感与忠诚度。员工的成长、自主和发展需要一个健康和谐、自主创新、富于协作精神的文化氛围。

### （二）拓宽思路，加大人力资本的引入广度、深度，提高企业人力资本存量

面临入世后更趋激烈的国际国内市场竞争，高新技术企业应积极大胆地实施人才引进战略。同时对于高新技术企业来说现时的招聘已经由注重资历转变为关注潜力，需要深层把握应聘人员的个人潜质和发展特点。

在人力资本的引进过程中，高新技术企业应拓宽思路、改变观念，改变过去在行业内部的不同企业之间相互“挖人”的简单做法。为此，高新技术企业在加大急需人才引进力度的同时，也应加大开发利用外部人力资本的力度。外部人力资本引进的方式可以多种多样，既可以加强高新技术企业与科研院所、高等院校的合作，使后者具有商用价值和潜力的科研成果迅速转化为现实生产力，从而实现二者的优势互补和双赢合作的目标；也可以吸引海外留学人员以多种方式服务于企业，使本企业的技术和管理理念能跟上世界最新发展趋势。

### （三）因材施教，构建资源共享平台，提高个体的人力资本存量

通过建立学习型组织，建设企业内共享知识的平台，充分发挥“干中学”效应，进一步发挥大型高新技术企业的规模优势。建立研发人员的行动社区是非常关键的。在这种社区中，较为复杂的知识很容易流动，因为其中的成员具有相似的技术背景和工作经历，有共同的语言，同时还有关于对某些具体问题的理解。行动社区能有效地整合新知识和已有的知识体系。由于聚合效应的存在，组织内知识的集合将与组织内单个成员的知识产生累加效应。要尽快建立全体员工参与的学习型组织。学习型组织中，既强调决策层、管理层、员工层的“全员学习”，又强调所有企业员工参与整个企业经营过程的“全程学习”。通过学习型组织的建立和知识、信息的共享，企业可以激励员工的团队精神，培养他们系统思考的能力，提高员工整体素质，增强自身的核心竞争力。



# 以客户为导向

## ——谈“老客户转介绍”活动体会

■ 宁兴丰田汽车销售服务有限公司 黄骥翔

光阴似箭，回首从交车组调到展厅组担任销售顾问已有8个月时间了，在这8个月中最让自己感到自豪的不是销售业绩如何出色，也不是被升任为展厅组长，而是在销售工作中与很多客户成为了朋友，使他们成为可以“转介绍”的忠诚客户。

记得有人说过：新客户是金子，而老客户是金矿。金子固然可贵，但金矿才是可持续性发展的资源，现在我体会到了这句话的真谛，也尝到了“老客户转介绍”的甜头。粗略统计一下，被转介绍过来的客户在我个人所有的客户中占了近四分之一，由此可见“老客户转介绍”的效果。在我看来，老客户分为几种，但都是需要培养的，而且并不是每位老客户都愿意“转介绍”。我大致把他们分为以下三类：

第一类，长期培养感情，感动营销。

第二类，需要引导，主动请求对方帮你转介绍。

第三类，有点现实，需要承诺给对方一定的“好处”，相当于兑现佣金。

为我做“转介绍”的客户还是以第一类居多，所以，成交不是推销的结束，而是推销的开始。但是，当我们向老客户请求转介绍时，经常会碰到他们的婉拒或推诿，如何做好转介绍呢？

我认为，首先还是诚信。因为客户把他的朋友介绍给我们，作为介绍人他是以信誉和人格担保的，他要看到销售人员的用心和好的服务才肯做。如果客户不信任我们，他会有两种顾虑：第一，销售员和他的朋友谈砸了，或价格卖高了，或销售人员纠缠他的朋友，连累了他；第二，朋友买了车以后，将来后悔埋怨他。因此，要消除客户的顾虑，赢得客户转介绍，最重要的还是取得客户的信任。很多客户买车时最大的顾虑就是买完车后销售员不再对其进行服务或服务下降，所以我在客户买车后与买车前同样对其服务，甚至买车后服务得更好，超出客户的期望值，客户才会倍感满意。还有，不要轻易承诺，因为承诺了就一定要做到。

其次，当老客户提供了朋友要买车的信息时，最好请求老客户陪同朋友一起过来，这样会提高成功率。在接待时，要让客户特别是为我们“转介绍”的老客户感觉到我们是在用心为他服务。如果客户提出一些明知无法满足的要求时，也不要当面回绝，要让客户感觉到我们在努力帮他争取，力争让客户感动，这样为我们“转介绍”的老客户也会感觉很有面子，会努力帮我们促成交易，我们和老客户之间的关系也会更加牢固。记得本月初，我去奉化拜访一位为我介绍成交了9辆车的老客户，

到达的时候已是中午，他请我去当地最好的酒店吃饭，当走进包厢时我大吃了一惊，包厢里面

已经有14个人在等我了，除一位被“转介绍”的客户出差外，其余均到场了，要知道，他们之中很多人都是当地大企业的老总，平时非常繁忙，当时我非常感动，但是最让我高兴的还是他们的一句话：“小黄，我们之所以全部会来，是因为我们把你当成了朋友。”回公司的路上，那位出差在外的客户还特意打电话给我：“今天出差，下次请你吃饭”。那天喝的很多，但是我非常的开心。

再次，老客户提出需要帮助时，在力所能及范围内要责无旁贷地提供帮助。这样不但能提高客户满意度，而且在适当的时机提出转介绍的要求时，也能提高成功率。记得在春节前几天，一位老客户打电话给我说，他的一位朋友在另一家4S店购买的锐志车，去维修时对方说油漆工回家过年，车子年前赶不出来了，还与朋友吵了起来，现在朋友到了我们店里，咨询结果也是年前赶不出来，问我能否帮忙。经过我的努力争取，最终顺利帮他解决了问题，当时与老客户的朋友客套了句：以后有朋友买丰田车帮我介绍介绍，并留了张名片，没想到刚过完年他就连着给我介绍成交了两辆车。

再有，要注意细节，细节决定成败。在每位客户提车走之前，我都会对他们提两个小小的要求：一是请他们把我的手机号码输到手机里，这样万一名片掉了也可以随时找到我；二是要求他们以后不管车子出了什么状况，保养、维修、保险、索赔等都要打电话给我，我可以提前安排。这么做虽然增加了自己的工作量，但是提高了客户的满意度和信任度，也提高了老客户的转介绍率，收益是远远大于付出的。

其实我觉得自我定位很重要，如果单纯把自己作为客户购车代理人，在与客户交往时就难免会以产品为导向；而把自己作为客户的知心朋友时，在和客户的沟通中自然而然就会以客户需求为导向。两种导向的不同，会导致在事业上的发展不同。

2007年是竞争加剧的一年，也是任务繁重的一年，希望大家共同努力改善业务能力，提高业务水平，其中当然还是包括“老客户转介绍”，让我们携手前进，共创辉煌明天。



# 感悟安全

## ——用心为安全导航

宁兴液化储运有限公司 姚建华

随着岁月流逝，当我经历着一些事情，感悟着生活带给我的一切时，我开始越来越清楚的看到尘世中最重要的东西莫过于生命。而保证我们生命存在的又是什么？从第一声啼哭到蹒跚学步，我们离开母亲的搀扶，在亲人的叮咛下摇摇晃晃地开始自己的人生道路上行走。生命的成长历程里，我们不难发现，正是因为一直凭借“安全”这项保护伞，我们才平安地走在充满阳光的生活里。

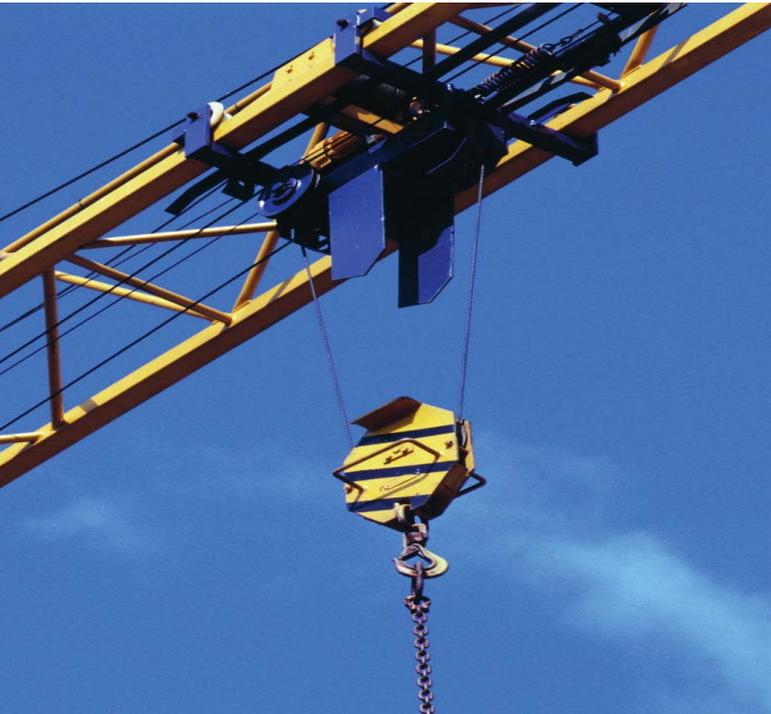
记得02年刚来宁兴液化的第一天开始，我们的安全经理就给我们做了“三级”安全教育。也就是从那一天开始，我们开始认识到我们所从事的是三大高危行业之一，“安全”这个字眼已深深地扎根在我的心中，“易燃、易爆、有毒、易腐蚀”这些词汇也时时刺激我的脑神经，公司管理层也根据我们的生产特点，提炼出了“用你我的细心和责任心打造宁兴安全的永恒旋律。”是呀，生命对于每个人来说仅仅只有一次，我们没有理由不珍爱自己的生命。我们要彻底清除“凭老经验、老办法办事，认为几年甚至几十年都这样过来了，事故不一定降落在我的头上”的心理。我们要牢固树立“安全第一，预防为主”的思想，杜绝“三违”现象的发生，提高安全意识，增强安全责任心，时时刻刻绷紧“安全”这根弦，克服侥幸心理，消除麻痹大意的松懈思想，把自己的安全关。

也许你会问，安全是什么？我会坚定的告诉大家：首先，安全是一种责任，公司把客户上千万财产的安全交给了我们，也把“重于泰山”的重任给了我们，作为一名危化品仓储操作员，我们只有凭借我们熟练的操作技能和强烈的事业心、责任心，把每一票货安安全全装卸完成；其次，安全是一种态度。要认识到安全，对我们液化仓储行业来说是放在首位的，安全是保证我们生命存在的法宝，安全是我们取得效益的前提，安全对我们来说至关重要。因此我们就要事事讲安全、时时讲安全，不重视安全的后果是无法估量的、是要

付出沉痛代价的。我们不能把安全第一只放在口头，只做成标语写的哪里都是，我们要实实在在的在内心深处刻上安全第一，从“要我安全”升华到“我要安全”“我会安全”。在做每件事前都要考虑安全，在工作的每时每刻不忘安全；再次，安全是一种经验。每出一个事故，都能总结一二三条教训，日积月累，就成了我们的规章。换一种说法，血的教训换来了我们的规章制度，我们靠规章制度来保证我们的安全；安全是什么？安全是一种荣誉，是我们液体化工行业的最高荣誉。安全是什么？安全就是一切。没有安全，我们的生命有保障吗？我们的企业效益有保障吗？我们的队伍稳定有保障吗？我们把握住了安全，我们才有现在的一切，我们才有美好的明天！

让我们时刻铭记母亲的嘱托，时刻牢记领导的关爱，关注安全，关爱生命；让我们谨记“蝼蚁之穴能毁千里大堤”的警言，排查安全隐患，解除安全之忧；让我们牢记“如履薄冰，如临深渊”的安全要求，防微杜渐，未雨绸缪，用稳如磐石的团结之心，牢筑安全思想防线，用一颗恒心为安全导航！为了你，为了我，为了我们企业美好的明天，让我们关注安全，关爱生命，把安全真正写在我们每个人的心间！





# 施工阶段造价管理初探

宁盛置业有限公司成本管理部经理助理 江迅

完善的、有效的合同也可以预防纠纷的发生，有效地减少、避免施工索赔，减少工程费用的发生。为此在我们公司内部实施了合同汇签制度，由各相关部门共同把关审核，确保合同各条款合理、严密。同时在合同实施过程中建立健全合同履约跟踪检查制度，加强监督，提高合同履约率，发现问题及时纠正，比如，对于签订的外墙涂料或面砖供货合同，在合同实施期间，就要随时与现场管理人员沟通，查看现场到货情况，了解供货单位是否按合同规定及时供货，到场产品是否与合同样品一致，供货数量是否符合合同要求等。

工程造价管理是一种在拟定的规划、设计方案下，预测、计算、确定和监控工程造价及其变动，最终达到预期目标的系统活动，它包含了工程造价合理确定和有效控制的两层含义。长期以来，如何合理有效地控制工程造价，使有限的资金创造出更多、更大的效益，一直是房地产企业值得关注的问题。一般情况下，房地产项目的投资控制关键在于决策阶段和设计阶段，但是在项目正式开工后，由于受施工各方人员、材料设备、施工机械、施工工艺和施工环境之间不断变化且相互制约的影响，施工阶段的造价管理极易出现偏差，动态的资金投入也说明此时的投资控制难度最大。据统计，这一阶段对工程造价的影响程度可达5%-10%。根据施工阶段的这一特点，在施工阶段的造价管理中除了要加强合同管理外，还应重点加强施工现场的管理，控制工程变更及把好建筑设备、材料的价格关。

## 加强合同管理， 是进行有效造价控制的前提

建筑工程施工合同，是建设工程合同中非常重要、非常典型的一种常见合同方式，它是为完成某建筑安装工程项目，明确甲、乙双方权利和义务的协议。它一经签订，就严格受到国家法律保护的。所以，我们必须增

强对合同的法律意识，把握合同条款的内涵，精心推敲合同文字的措词，增强合同条款的严密性。在承包合同中，强对合同的法律意识，把握合同条款的内涵，精心推敲合同文字的措词，增强合同条款的严密性。在承包合同中，要明确合同的内容和范围以及合同文本界限，做到资料齐全、文字严密、避免含糊其词，这样才能保证合同的顺利履行。

## 施工阶段的造价控制必须兼顾工程进度

工程项目建设的目标系统是一个由质量、造价、进度三大要素组成的统一矛盾体，其中任何一个要素的变化，都会引起另外两个要素的相应变化。在工程质量必须符合国家标准的前提下，我们可以调整的只有造

价和进度。施工阶段的造价控制，必须做到将造价与进度挂起钩来，因为，工期责任会因施工实际情况而转化为价款责任。一味的追求进度，势必增加投资，而工期的拖延，不仅会增加投资，更会影响开发商对业主的承诺，并带来延期交房的罚款。

首先，工程招标时就要科学决策，确定合理的工期，如果工期确定不合理，反而会造成进度失控，欲速则不达。一旦确定工期，双方就应严格遵守，并以此作为支付进度款的前提。进入施工阶段，承发包双方就是一个相互协作的统一体，开发商不再处于一个主动的位置，此时若开发商不停地调整工期，就会失去招标和合同的权威，就会失去对工期，进而对造价的控制力。

其次，应尽量减少施工中的工程变更，特别是承包内容、建筑功能和材料标准的变更。工程施工是一种有计划的连续行为，发生了工程变更，必然会迫使承包商改变既定的进度计划，重新安排劳动力、材料、设备等，同样，接二连三的变更联系单也会使项目的现场管理人员丧失对施工问题的预见性，丧失对工期、造价控制的主动性，从而被承包商拖着鼻子走，疲于应付工期及费用的索赔。所以，我们在加强设计管理的同时，也应该严格工程变更的管理制度。

## 三

### 加强施工现场管理工作 严格控制工程变更

#### 1. 优化施工组织设计，选择技术先进、经济合理的施工方案。

施工方案是否先进、合理不仅直接关系到施工质量，也常常会影响工程造价。在工程实施过程中，除了应组织专家对投标文件的施工组

织设计进行审查外，还应对施工过程中的专题施工方案进行审查，运用价值工程法等方法通过不断地对项目做多方案的技术经济比较分析，努力挖掘节约工程投资的潜力，从而达到节约投资，创造更高效益的目的。比如有施工组织设计中土方开挖大量采用机械，考虑到地下水的影响，施工机构开挖占75%，人工开挖占25%，并有降水设施。当经过认真审核施工组织设计，发现开挖基础的时间正值枯水期，这样机械和人工的比例明显不合理，经过计算调整，按机械挖土占92%计，人工挖土占8%计算，同时减少降水费用，这样一来就节约了工程投资。

#### 2. 尽可能减少设计变更

在建设工程施工过程中，设计变更会引起工程造价的上升。引起设计变更的原因很多，如：工程设计粗糙，工程实际与发包时提供的图纸不符；当前市场供应的材料规格标准不符合设计要求等等。要减少设计变更，首先应严禁通过设计变更擅自扩大建设规模，提高设计标准，增加建设内容，一般情况下不允许设计变更，除非不变更会影响项目功能的正常发挥。其次，认真对待必须发生的设计变更，及时核算有关设计变更的造价，对于有问题或者费用偏高的项目可重新考虑，进行多方案比较，不能一味求快，而应求精。比如在公司开发的某项目中，为提升小区内绿化效果，经咨询有关专家后将小区内原设计的大面积杜鹃更换成另一品种苗木，这时施工单位趁机向设计单位提出改为金叶小柏，设计单位也未在详细了解该品种之后就下发了设计变更单，在成本管理部门对苗木进行核价时发现，该苗木不但价格高而且在宁波小区内应用不广，而该苗木的供应单位在宁波也是屈指可数（该施工单位刚好也是其中之一），综合上述原因，我们就要求设计单位重新设计确定变更品种，且要求设计单位对变更的苗木尽量采用原投标报价书中有品种，为控制变更造价打好基础。

#### 3. 加强现场工程量签证的监督和管理工作

现场签证是工程建设过程中一项经常性的工作，许多工程由于现场签证的不严肃，引起工程造价失控，这方面的教训是非常多的。据统计，由于工程量签证问题所引起的工程结算价的上升幅度可达15%—25%，个别的甚至更高，如果不慎重对待工程量签证，工程造价控制极易出现漏洞，造成资金的大量浪费。严格现场签证管理，要求工程技术人员与工程经济人员相配合，不仅做到“随做随签”，还应该做到：

(1) 要严格四方签证制度。所有的现场签证必须经施工单位项目经理、总监理工程师、设计单位代表、业主代表四方共同签字方为有效。并根据公司联系单位汇签制度，及时进行联系单位汇签，使相关部门都能随时掌握、控制工程造价的变化情况，进行跟踪费用控制。

(2) 签证必须达到量化要求，工程签证单上的每一个字、每一个字母都必须清晰。如阀门J41W-1.6P-DN100与J41W-1.6-DN100只是一个字母之差，材料价格则相差十倍

以上。

(3) 签证内容必须与实际相符。要加强现场工程管理人员经济观点及思想素质教育，要求他们不仅要懂得设计、施工技术，还要具备工程经济方面的知识。培养他们实事求是的作风，在抓好工程质量、工期、安全监督的同时，充分重视节约工程投资的重要性。如某项目因水施图纸屋顶排水与土建屋顶结构图纸不一致，为保证屋顶排水需下发联系单增设穿梁排水套管，按规范要求来说穿梁套管要求是防水刚性套管，但现实的情况是增设的套管仅仅是用于连通屋面之间便于排水，只需设普通套管就能满足要求。如果在联系单上仅仅写增设穿梁套管，那么施工单位很有可能会在实际施工过中预埋普通套管，在结算时按防水套管计算，因为普通套管与刚性套管安装费相差好几倍。为此在联系单汇签过程中发现这一问题后，立该通知了现场管理人员。在联系单下发之前就把就把问题解决掉，避免了将来不必要的结算纠纷。

(4) 签证的范围应正确。现场工程管理人员必须认真阅读招标文件及投标文件，明确招投标范围，切勿盲目签证，特别是二个施工单位工作内容衔接处。如我公司开发的某项目，在小区内排水工程施工过程中，施工单位提出增加楼宇出水管至污水窨井的管道工程量，由于牵涉到工程量的增加，现场管理人员通知我部派人一同参加进行现场实测。但到现场之后，我部门就发现，该段管道的工程量实际上已包括在总包单位的施工内容中，不需另出联系单。事后将具体情况向二家施工单位说明后，工程也顺利进行下去，工程费用也分毫未增。

## 四

### 做好设备、材料的认质认价工作

工程材料价格管理是工程造价管理的重点，也是难点。材料是工程造价的主要组成部分之一，它对工程造价的影响巨大，合理的材料价格是控制工程造价的基础。为正确确定材料价格，这就要求在工程管理中除了

把进场建筑材料的质量关外，还应及时掌握建材价格，以利于将所用材料一一核对。作为造价管理部门发布的市场“指导价”，从来都不是“特定价”，只是工程计价的参考。价格信息本身只是一种对各种材料设备的市场价格进行收集整理、综合之后的市场情况的反映，计价过程中是否采用应由建设单位自主决定。因此，“市场形成价格”这一理论要求我们正确对待价格信息。所以作为业主，为了控制工程造价，决不能将价格信息作为结算的唯一依据，而应主动去了解市场，主动控制工程造价。主动走向市场，了解比较很多家材料供应商的产品质量和价格，筛选出几家质优、价廉的材料、设备供应商，并与这些供应商建立长期的联系，及时了解材料、设备的价格变化情况，同时，也适时掌握周边商家的材料、设备价格情况。从而能较好的控制材料、设备的质量和价格，降低工程造价。

综上所述，施工阶段的造价管理完全是个动态过程，它所包含的内容也不仅仅只是以上几项。随着土地出让方式、拆迁方式的改变，土地的成本越来越高，加强投资控制，降低工程成本是企业的当务之急，我们只有采取全员、全过程、全方位的管理原则，才能使工程造价始终置于有效的控制之下，才能使我们在当今激烈竞争的市场经济大潮中，激流勇进。



# 完善企业法务管理机制 加强企业法律风险防范能力

宁兴国贸实业有限公司发展部 丁洁蓉

企业管理是永恒的话题，而企业法务管理则是其中最年轻的一个分支。随着企业规模的不断发展与扩大，企业在经营过程中面临着比以往更多的风险和挑战，而法律作为一种经营管理资源，发挥的作用越来越明显。完善企业法务管理机制是加强企业竞争力的一项重要管理制度，它确立了法律参与经济活动的程序和环节，从而从制度上保证了合法经营和依法决策。建立完善的企业法务管理机制和企业法律风险化解机制对于维护企业的合法权益至关重要。因此，企业法务管理日益受到企业决策层和管理层的重视。

企业的法律风险主要表现在以下几个方面：合同行为的法律风险、投资者的法律风险、资本运作的法律风险、知识产权的法律风险、交易结算的法律风险、资产管理的法律风险、人力资源管理的法律风险、税收策划的法律风险、环境保护的法律风险、诉讼的法律风险等等。

笔者认为，宁波宁兴控股股份有限公司作为一家大型企业，可以从以下四个方面完善企业法务管理机制，加强企业法律风险防范能力：

## 第一，配备专职法务主管，同时外聘常年法律顾问。

企业内部法务人员相比较外聘律师的优点在于：前者属于企业内部管理人员，熟悉企业经营管理状况，其自身利益和声誉与企业的利益和声誉密切相关；从专业上看，他们既懂法律，又可以参与企业经营管理的全过程，能够将企业的法律风险降到最低限度。因此，企业应该让精通法律和管理的人员尽可能多的参与到企业决策和管理过程中去，使法务部门真正成为公司领导的参谋和助手，保证使企业的经营管理行为经常处于有利的法律地位，这样才能把握主动权，防患于未然，一旦发生纠纷，企业也可把握有利时机，拟定有利策略，使企业的经营管理进一步法治化、规范化。

法务主管和企业法律顾问的共同职责主要有：

(1) 就企业生产、经营、管理方面的重大决策提出法律意见，从法律上进行论证，提供法律依据，通过对各职能部门职责、流程分析并与职能部门沟通，了解运营风险；

(2) 草拟、修改、审查企业在生产、经营、管理及对外联系活动中的合同、协议以及其他有关法律事务文书和规章制度，可以结合纠纷处理情况、同类型案例的研究并与职能部门沟通，找出合同签订、履行过程中的风险点；

(3) 办理企业的各类非诉讼法律事务；

(4) 代理企业参加民事、经济、行政诉讼和仲裁，行政复议等；

(5) 参加经济项目谈判，审查或准备谈判所需的各类法律文件；

(6) 提供与企业活动有关的法律信息；

(7) 对企业的投资项目进行可行性研究和论证，加强投资决策的程序化和科学化；对大额业务进行风险预测和分析，对所产生的重大业务案例进行研究、处理和总结，通过对历史数据的分析，找出法律纠纷的成因及处理不当的情形；

(8) 对干部职工进行法制宣传教育和法律培训；

(9) 其他法律事务。

此外，企业法务部门人员还承担了某种战略管理职能，主要体现在以下两个主要方面：一是作为高级管理队伍成员参与企业总体战略决策，二是管理预防性法律工作和相关合规事务，如公司治理、法规方面的合规事务以及企业行为规范等等。

企业法务工作者发挥作用的途径可以有很多，比如参加企业会议、调研、文件起草，对企业重大经营决策提供法律意见；参加合同谈判、审核和管理，调查业务伙伴的资信状况和经营情况，督促有关方面适时履约，确保企业利益最大化；根据工作需要查阅本企业有关文件、资料及财务报表、统计报表等，依法向有关单位或者个人调查情况、收集证据、提出意见；向企业有关方面和人员提供法律咨询服务，配合企业有关部门对职工进行法制宣传教育等等。

## 第二，建立严格的合同审查制度。

企业的所有合同，包括用工合同、解聘合同、货物买卖合同等，以及其它具有合同性质的书面文件，如合作协议、对帐单等，均需经过专职法务人员或法律顾问审查后，报所在单位法定代表人同意才能签署、盖章。确保万一发生诉讼，最大限度保障企业的利益。所有文书均需在法务部备案。

## 第三，完善企业的知识产权保护制度。

受惯性思维的影响，当前企业普遍存在着知识产权保护意识淡薄的问题，因此，笔者认为，企业在经营过程中有必要完善知识产权保护制度，加强企业商标、专利和商业秘密的管理。企业应积极注册申报商标、专利，重视对企业无形资产的开发、经营和保护。同时在业务往来过程中，也要自觉避免侵犯他人的知识产权，以免使企业卷入不必要的法律纠纷、增加法律风险。对于企业的商业秘密，目前虽没有专门适用法律，但还是可以得到一定的法律保护，关键是取决于企业自身是否采取了适当的保密措施，因此建立商业秘密保护制度，为员工设立严格的保密义务，可以有效防止员工出据不利于企业的证词，泄漏不利于企业的经营和技术信息，从而维护企业经营管理的正常秩序。

## 第四，加强法律培训，增强员工法律意识

要注重对中层以上部门领导和各重要职能在岗人员进行法律知识的专门培训，提高经营管理人员以及企业员工的法律素养，积极培养和鼓励他们学法、懂法、用法，把法律作为一种资源充分运用到企业经营管理的全过程。建议企业定期邀请审判人员、律师等就企业经营管理中经常遇到的法律问题进行专题讲座，以使全体员工的法律意识、尤其是中层以上领导干部的法律知识不断更新，这对于在处理企业的日常事物中更好地保障公司的利益必然起到积极的作用。



# 宁兴企业文化支撑下的 品牌 建设

宁兴国贸实业有限公司进出口八部 朱伟栋

企业文化和品牌的建设虽是两个不同的体系,但是它们之间是相辅相成,互相促进的。品牌是企业文化中另一庞大的分支系统,是企业文化形象的反映,是企业文化行为的表现,是一个企业对待客户的价值观的体现,它凝结着企业对这一品牌的感情寄托。虽然大多数的最终消费者最初不会去关心生产这一产品的企业文化和理念是什么,但是他们十分关心企业提供的品牌,关心这一品牌能不能满足他们的需要,是否与他们的价值观、梦想相符合,可是一旦到达更高的次,

涉及到消费者对品牌的忠诚程度的时候,品牌所在的企业文化是重要的影响因素之一。在企业文化引导下的品牌建设,优秀的企业文化能够给品牌建设带来更多的正面作用,如:提升产品的形象,让客户给予企业的尊敬

从而对品牌的忠诚,加深客户对品牌文化的理解……等等。相反,缺乏良好的企业文化支撑和引导的品牌建设是苍白无力的,就好比是在沙滩上建造高楼大厦,终有一天会全盘倒塌。

我们都知道当今市场中产品和服务的同质化程度越来越高,企业在质量、价格、销售通路上越来越不能获得竞争优势的时候,品牌建设正好提供了一个有效的解决之道,记得曾经有一位营销大师说过“在市场竞争激烈的情况下,产品价格会不断受到来自消费者、零售商、分销商等方方面面的压力,而唯一能解决这一矛盾的办法就是品牌。”

而内涵着科学,先进的企业文化的品牌更是品牌建设的最高阶段,同时企业文化也会在品牌建设的品牌承诺中充分体现出来。

在我们的记忆中,有许多曾经辉煌一时的品牌销声匿迹,象秦池,三株……等等,有不得不改换品牌名称或停用的,象丰田霸道改为普拉多,富康汽车……等等,我们不去深究其中很深奥的原因,但是有一点,我们可以肯定,这些品牌没有真正融合他们自身企业的文化,或者脱离社会公众的传统习惯文化和感情色彩。而反过来我们看看在品牌长河中傲然树立的,象“可口可乐”、“海尔”、“麦当劳”、“IBM”、“联想”……等等,而更让我们心服的是一些曾经有过重大事件而依然不败的,象宝洁SK-II,强生,亨氏、家乐福、肯德基等等,而人们对这些品牌的忠诚,就来自渗透在品牌中的企业文化所产生的效果,一个好的企业文化,能让客户对他的品牌心悦诚服,忠贞不二。

宁兴正在走品牌建设的发展战略之路,虽然只是开始,虽然路漫漫,但是我们相信在先进的宁兴企业文化的支撑下,宁兴包括宁兴下面的诸多子品牌一定会茁壮成长。

作为宁兴品牌建设战略下的一个年轻的子品牌, AIR FLOWER(我们暂且称她为建设中的子品牌吧)始终追求在宁兴文化的指导下进行自身品牌的建设和发展,本着务实求真,诚信发展,创新进取的精神,踏踏实实地在空气护理(AIR CARE)和家庭清洁护理(HOME CARE)的出口市场中逐步建设和树立AIR FLOWER的良好品牌。我们深刻认识到一个品牌不是在短时间能够建立起来的,它是一个





循序渐进的过程，一个需要智慧，需要杜绝一切浮躁心理，需要脚踏实地的建设过程。品牌建设是以优质产品和良好的服务为基础，需要文化去引导，不是简单的标识，宣传的炒作可以生存的。我们不否认在媒体的炒作下品牌在社会上会有一些影响，但是我们也可以看到没有文化内涵的品牌只会是昙花一现。而 AIR FLOWER 正是在宁兴文化“务实求真，明理守信，包容竞合，创新进取”的理念指导下，按照实际情况，逐步进行品牌的定位和建设

一直以来AIR FLOWER 努力走从高品质的生产，到OEM(Original Equipment Manufacturing---代工生产)，ODM(Original Design Manufacturing---代工设计生产)最终到OBM (Original Brand Manufacture---自主品牌生产)这样一个同步操作，循序渐进的发展过程。从品质生产中得到生产技能的提高和客户的接受，从OEM的生产中得到成本的精确控制和产品的知名度，从ODM中得到更高的利润空间和品牌的发展，以上这一些正是为AIR FLOWER 最终进行OBM的战略而打好基础。

而同时“创新进取”又是AIR FLOWER一直以来追求OBM 最终目标的发展基础，自去年开始AIR FLOWER平均每个月有3-4个的ODM项目投入开发，有一些已经开始生产，而这些产品的销售价格超过竞争对手的15%--20%。到目前为止，其中一项获得中国发明专利，一项获得实用技术专利，而另外一项实用技术专利正在申请，三项技术专利

正在AIR FLOWER 内部草拟。

AIR FLOWER 这一宁兴子品牌正在迅速地得到客户的认可，而在其建设和发展过程中，我们清楚地认识到宁兴文化起到极大的促进作用，一个很简单例子使我记忆深刻：按AIR FLOWER内部的规定，在每一次重要客户的第一次会面洽谈时，我们会有一个很重要的议程就是对宁兴的介绍，其中也会简单介绍到宁兴的企业文化，每每在介绍到宁兴文化时客户们都会点头称赞。曾经记得我们在给TESCO 和庄臣介绍宁兴一直以来用不同的方式回报社会，如建立宁兴希望小学，宁兴的一日捐等等时，他们一边拍手称赞，一边开玩笑说：“我们会尽力给AIR FLOWER更好的价格，更多的订单…”还笑着说他们也参与宁兴的一日捐活动。虽然这只是一个谈笑之间的小插曲，但是我相信在他们的眼里，AIR FLOWER的团队和品牌若成长在这么一个健康而优秀的企业文化中，她同样也是一个诚信，进取，能得到共赢的品牌，而同时我也相信从另一侧面使客户感觉到宁兴及其宁兴下面的子品牌给予消费者的心理感受和心理认同，包括宁兴文化和品牌的内涵。

AIR FLOWER ---“让空气象花儿一样”，充满着浪漫和激情，充满着时尚和幻想，正一步步在宁兴文化的引导下健康发展，宁兴优秀的企业文化赋予了AIR FLOWER 旺盛的生命力，扩大了AIR FLOWER丰富的内涵，增强了她的竞争力。相信她最终也会和宁兴文化的价值观相吻合，和宁兴一起走得更远。

# 如何实施母子公司品牌管控

作者  
白万纲



在品牌大行其道的今天，集团公司管控如果不能与时俱进地顺应时代的要求，是注定无法完成使命的。

如果集团公司能够具备品牌管控的意识和能力，积极主动地对集团下属企业的品牌施加强大的管控，实际上也就控制住了生命、阳光、空气和水。下属企业即便是一只飘忽不定的风筝，品牌管控也就是那根不可须臾离开的长线。反过来，集团公司如果忽视或者说没有能力对下属企业实现品牌管控的话，则集团母子管控效果大大降低。

下面，我们从品牌管控的组织、品牌组织的管控模式、品牌组合战略等方面对品牌管控进行详细分析。

## （一）品牌管控的组织

总体品牌的管控需要由集团品牌的管理部门负责，他的主要职责是品牌组合的管控、集团公司品牌的管理以及对下属企业品牌的管控核心是通过品牌组合战略，实现强势品牌联合。

品牌组合管控	集团公司品牌管理	下属品牌管控
品牌组合管控的模式	公司品牌战略	管控下属企业品牌的核心识别
品牌组合战略	集团公司品牌与下属	管控下属企业品牌的战略性传播
战略品牌合并	企业品牌的关系	对下属企业品牌的资产评估

（图一：集团品牌管理部门的三大职责）

## （二）品牌组合的管控模式

通过品牌组合的管控，集团可以使品牌组合中的主品牌、子品牌、担保品牌、联合品牌和品牌延伸等得以条理化，重塑公司的盈利能力。

确定品牌组合管控需要借助品牌关系谱这个工具，品牌关系谱探讨的是企业内不同品牌之间的依赖、支持、协助等关系，品牌关系谱包含4个基本关系和9个次级关系的连续体，每一种关系都意味着不同程度的品牌管控力度。

单品牌结构	主副品牌结构	背书品牌结构	多品牌结构
相同识别 不同识别	主品牌驱动 共同驱动	影子背书 强势背书	无关联度品牌 轻度关联

(图二：品牌关系谱)

### (三) 品牌组合战略

进行品牌组合并不是简单的拼凑，组合的概念本身就蕴含着整体大于个别的意义。在品牌组合战略中，如果品牌之间差异程度不高，那么这种组合是没有任何意义的，应该提供一套系统的方法，用以审查现有的品牌组合，发现需要进一步分析和解决在管控和发展方面存在的问题，从而相机安排管控的需要。

### (四) 集团公司品牌

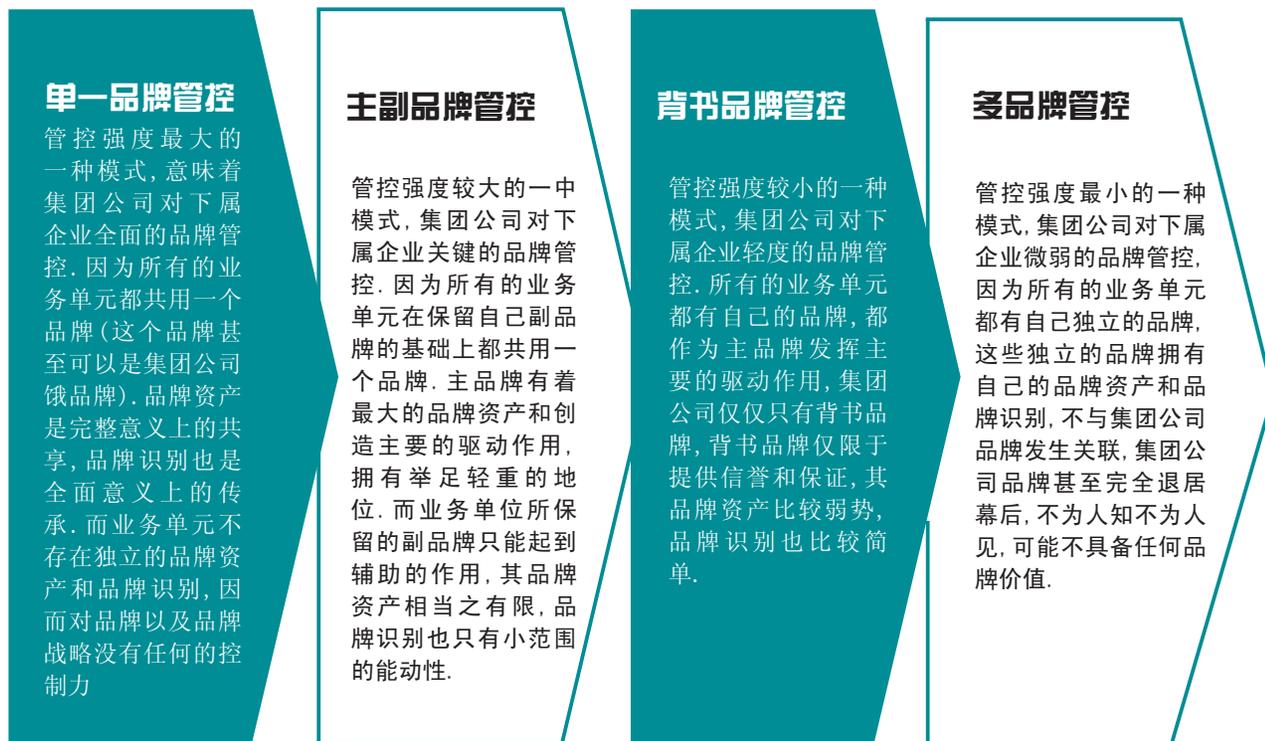
在品牌组合战略中，集团企业的公司品牌常常是一个为常人视野所忽视的宝贵资源，很多集团企业并没有郑重其事地认识到公司品牌的存在以及合理利用所可能带来的丰厚收益。

打造强势集团品牌之初应该分析公司创建以来的种种品牌远景，认真梳理，然后确定一个清晰合理的集团品牌远景，最终提高品牌组合的整体业绩和整体的竞争力。

对于一个集团来说，大多存在三类品牌——企业家品牌、企业品牌、产品品牌，品牌定位必须努力保证其“三位一体”，集团品牌战略管理是站在全局的高度，去统筹和规划各品牌的，解决集团各下属的品牌之间的相互关系协调发展管理的问题，是集团品牌管理中的核心内容。

与此同时，集团公司在品牌管控中，还应在品牌管控能力体系建设、品牌建设管控与协同管理、品牌管控模式变革管理、品牌管控环境建设等方面发挥集团公司的管控职能，将集团体系内所有品牌建设为集团公司品牌建设所用的同时，通过积极进行集团管控能力建设、品牌协同管理、变革管理、管控环境建设，为集团体系所有品牌建设提供支撑，积极拓展集团体系内品牌的生命力。

品牌关系谱决定了品牌管控的强度，从而产生了4种基本的品牌组合管控模式，可供集团公司采用：



(图三：4种基本的品牌组合管控模式)

# 浅谈 “宁兴”品牌建设

宁兴控股业务拓展部 齐赞

## 品牌

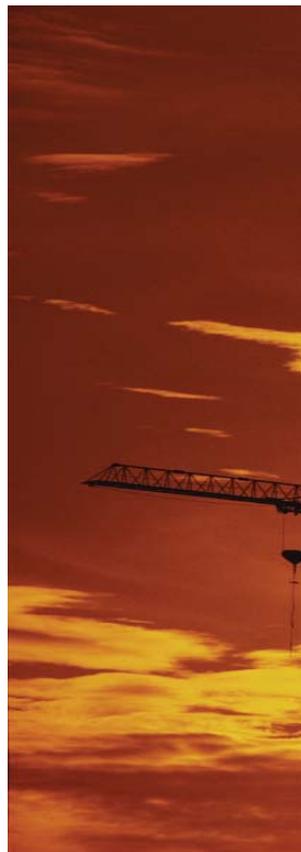
控作为一种外部导向和市场导向的管控方式能与传统管控方式，起到辩证施治、相得益彰的作用。宁兴控股股份有限公司通过打造强势集团品牌，目的在于提高集团品牌组合的整体业绩和整体竞争力，进而使产品品牌释放出应有的潜能，借以巩固和提升产品的市场竞争力，并最终转化为持续的经济效益。

### 一、品牌建设应充分体现品牌的价值和品质

“宁兴”品牌建设应充分体现“宁兴”品牌的价值和品质。“宁兴”品牌是宁兴控股向所涉及的行业及市场传递企业形象、文化、产品理念等有效要素。并以此达到与自己的目标客户群体建立稳固关系的一种载体，宁兴控股品牌管理实际是对“宁兴”产品品质及品牌识别全过程的管控，是一种担保和履行职责的承诺。宁兴品牌的建设必须基于品牌的品质和品牌的价值。品质是品牌的灵魂，优秀的品牌体现出了品质优势，同时品质又是企业创名牌的根本，是使顾客产生信任感和追随度的最直接原因。而品牌的价值则是品牌的身体，是企业品牌发展的基础。宁兴品牌的品质定位是“稳重，进取，诚信，创新。”。同时，宁兴品牌的建设也应基于品牌的价值，是以“打造一流的价值共赢平台”为“宁兴”的使命，最大限度满足“宁兴”客户的实用价值、期望价值和情感价值，进而实现员工、企业和社会的价值共赢。

### 二、公司品牌策略与公司整体业务战略相一致

“宁兴”品牌建设的另一个立足点则是公司品牌策略与公司整体业务战略相一致。优秀集团品牌建立在涵盖集团组织方方面面的一个平台上，通过品牌战略和集团公司整体战略原则进行有机的结合，以保证公司整体战略和品牌策略的一致与和谐，从而使公司各个方面所传播的信息同声相应。宁兴控股的战略原则是把握“突破资本瓶颈 - 寻求新的产业机遇 - 构建科学业务组合 - 建设集团核心能力”四大原则，努力将资本、产业、集团职能三者贯通。因此控股公司的品牌策略则应紧扣控股公司的整体战略。控股公司的品牌策略是以“宁兴”作为品牌的主体，各子公司在商品、项目和服务上都要充分体现“宁兴”品牌的价值和品质。在实行产品多品牌模式的同时，统一使用“宁兴”标志商标，使公司品牌与产品品牌在视觉与联想上形成有机结合。同时，对于集团总部而言，其品牌管理的视野实际上应该是品牌组合，亦即下属企业品牌的整体集合，而要管理好这一揽子的品牌组合，就需要在总部层面通过对品牌远景规划上的把握和在宏观层面上的管控，使公司的品牌策略能够及时有效地得到执行，才能使各产品品牌的价值累积到“宁兴”名下，得以充分体现。优秀的品牌组合战略能够帮助集团企业更加有能力去引领未来，通过建立一个有很大发展潜力的主品牌去匹配未来发展的机会，不仅通过战术性品牌延伸将品牌横向延伸到其





它的机会领域，以及将品牌纵向延伸到更有吸引力的细分市场，而且通过战略性品牌延伸去建立广域品牌平台，为企业战略提供连贯性和框架结构。

### 三、品牌建设重点在于管控主导品牌的战略性传播

“宁兴”品牌建设应重点把握品牌推广这一环节，对于集团企业而言，重点在于管控主导品牌的战略性传播，因为传播环节的质量直接影响到品牌推广的执行效果。由于传播方式的多样性和灵活性，集团总部管理下属品牌所有的传播行为是不可能也没有必要的，但集团总部对那些能够极大影响品牌发展方向的传播行为、能够极大影响品牌战略成败的传播行为，则必须实行统一的管控。通过集团公司对VIS系统应用，强调实行品牌形象统一规范的公司LOGO及统一的VI、CI识别系统、广告设计模本、网站管理系统、品牌推广方式。这里需着重提到品牌的推广方式，集团品牌的推广可分为两种渠道，一是在与对外交往的过程中通过对集团文化内涵的诠释，集团员工形象的展示和集团产品、项目和服务质量的体验，来推广集团品牌，二是在集团品牌推广过程中通过广告、公关和赞助的方法来推广集团品牌。通过开展公共关系活动或广告宣传与社会公众进行有效沟通，创造社会舆论和公众对“宁兴”品牌的认同、支持和合作，从而提高“宁兴”品牌的知名度和美誉。对于大的集团型企业而言，大型活动赞助、社会公益、扶贫帮困等也越来越成为创建强势品牌的

有效工具。

### 四、实施全员品牌管理，树立全员品牌意识

“宁兴”品牌建设还有一个非常重要的方面，那就是实施全员品牌管理，树立全员品牌意识。品牌的根本要素是人，一个成功集团品牌的塑造需要企业全体员工的参与，企业品牌要以企业员工的个人品牌为基础，亦即企业的“大品牌”很大程度上是由全体员工的“小品牌”有机集合而成。企业要进行内部品牌管理，其员工必须重视个人品牌的建设，要求全体员工都必须有品牌管理意识，有意识的维护品牌形象，即要进行“全员品牌管理”。因此，只有在每一个人在自己工作的每一个环节都有强烈的责任心和自觉的品牌意识基础上，将品牌战略管理贯彻到每个人每天的工作中去，一个企业才能最终塑造出良好的品牌。同时，加强集团品牌的内部传播工作，通过集团内部的品牌传播工作，才能增强集团全员对“宁兴”品牌的认识，提升全员的品牌意识。

总而言之，集团品牌建设应基于集团的品牌价值和品质，通过控股公司管理层深度参与，并制定与控股公司总体战相一致的品牌策略。在此品牌策略的基础上，建立合理、有序及高效的品牌组合体系，通过实行全员品牌管理，加强全员品牌意识，为控股公司品牌传播做好坚实的保障，在品牌的传播方式上则实行双管齐下的方法，即通过企业文化，员工形象和产品、项目及服务的质量，同时还加强对广告、赞助和社会公关的投入。

# 品牌建设 从服务做起

宁兴特钢实业有限公司配送部 裘锦鹤

## 什么是品牌？

品牌必须具备哪些基本要素？brand一词源于古挪威语。“brandr”意为打上烙印。用以区分不用生产者的产品（包括劳务）。许多人常常把商标当品牌，实际上，商标与品牌有本质的区别。商标是生产经营者在其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品或者服务上采用的，区别商品或者服务来源的，由文字、图形或者其组合构成的。具有显著特征的标志。我们认为，商标不等于品牌。因为商标注册时，品牌还没有形成。我们在国家工商局注册的是商标，而不是品牌。当品牌消失时或当拥有品牌的企业破产时，商标仍然可以有效。商标可以注册，可以保护，而品

牌不可以注册，也不可以在法律上进行保护。品牌的保护只能通过注册商标、申请知识产权保护等方式间接地、有限度的保护。品牌是消费者心中的烙印。

也许有人会说品牌只是一种象征，实际上没有多大的作用，有这种想法你就错了，品牌的作用是巨大的，品牌可以保护生产经营者的利益，是有效的推销手段，更是企业形象树立的有效途径。一个企业要取得良好的品牌效应既要加大品牌的宣传广度、深度，更要以提高产品质量、加强产品服务为其根本手段。

品牌是流动的，没有长盛不衰，停止不动的品牌，因而，品牌的心理效应也是流动的，宁兴特钢作为一个新兴的品牌，我们应该严把质量和服务两关：

一、品牌质量关：质量是品牌的基础和保证，是品牌得以生存和发展的重要因素之一，质量的流动直接影响品牌心理效应的流动。公司应严格把好质量关，从原材料进厂到出厂都做好质量检查工作，对从钢厂进来的质量相对较差的材料用于对材料要求不是很高的产品中，这就要求业务员和制单员从多方面尽可能的了解需方公司购买材料所做的用途，降低材料出厂后的风险，节约公司的成本，提高公司材料的口碑。对于外购材料更需严格把关，避免需方公司因这些材料而降低好感。随着六面光工作的逐渐展开，公司也应要求操作工在加快速度的同时保持材料的角尺度，所放余量也尽可能的与客户所要求加工尺寸相同，在材料出厂前，质检人员及相关业务员对材料的合格程度都应了解，若其中稍有点瑕疵，应事先通知对方，再根据实际情况解决问题。热处理部门应控制所加工材料的硬度、变形度，在不断的工作中找出合适的真空压力，尽可能的将大材料与小材料分开加工。

二、品牌服务关：服务是品牌创建或保持的一个重要构成

部分，良好的服务会产生良好的心理效应。各业务员应相互协调，充分了解所需材料单位的缓急度，合理分配，合理下料锯料，最大程度的满足客户的要求，尽可能的提前交货。业务员应了解公司锯床的锯刀时间，对以下材料锯切时间做一个初步估计，在和客户谈新合同时跟客户做一个初步分析，并让制单员合理定制交货时间，尽可能的定制双方满意的合同。对于未能及时完工的材料提前一天通知需方，并为之协调送货时间。对于某些着急的材料，业务员也应考虑其它材料交货时间再向需方确定交货时间，现在随着公司加工方面的不断提高，热处理和六面光加工都处于饱和期，因此对于客户提出的加工要求和加工时间都应作出准确合理的安排，在材料出现问题时，业务员应



该和公司技术人员一同前往其公司协商，尽快尽可能的解决材料问题。想他人所想，急他人所急，提高各客户对公司的服务满意度。

我们应该尽快地形成宁兴特钢的品牌，以宁兴品牌为基础，实现品牌营销，争取更多的客户，实现最多的利润。

# 让客户成品牌的主导

宁兴金海水暖器材有限公司 项荣杰

21世纪，是知识经济的时代，21世纪的竞争将是知识、信息、文化、品牌为基础的竞争。随着科技的进一步发展和经济的变化，企业的市场观念也相应发生了变化，从19世纪末到现在，企业市场观念的演变依次经历了生产观念阶段、产品观念阶段、销售观念阶段、市场营销观念阶段、社会营销观念阶段，现已发展到品牌营销观念阶段。

“品牌是一种名称、术语、标记、符号或图案，或是他们的相互组合，用以识别企业提供给某个或某群消费者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务相区别。”根据市场营销大师菲利普·科特勒博士的定义，我们不难看出，品牌营销是企业激烈的市场竞争中脱颖而出，在日新月异的科技变革中做大做强之必由之路。

中国加入WTO已经有五个年头了，在过去五年中，各个行业，各个细分品类的跨国公司领导品牌高歌猛进，不断的吞噬中小品牌的市场份额，很多行业排在前三名的品牌，基本上可以占到这个品类一半以上的市场份额，留给中小品牌的空间越来越小。很多跨国公司在进入中国以后，把前10年甚至20年的时间作为市场培育期，主要目标就是扩大所在行业的市场份额，培养品牌，形成规模效应。从中国目前的市场状况，已经可以看出成熟市场的雏形，20%的品牌分享了80%的市场份额，这样的例子比比皆是：手机行业的诺基亚和摩托罗拉分享了近60%的市场份额，日化行业宝洁、联合利华、高露洁在主流市场几乎三分天下，巧克力市场上大多数消费者的选择无非是德芙、吉百利、金帝这几个品牌。

对于这些排名前两位的企业来说，想要取得更高的市场份额，也是在市场竞争中依靠自己的品牌优势取得。而中国企业目前最大的缺陷是没有品牌，或者说没有足够优秀的品牌，产品做得再好，品牌障碍也无法跨越。品牌的差距以及语言的障碍，会给刚走出去的中国企业带来很多

麻烦与困扰。国内企业的经营之道，尤其是成本控制水平有独到之处，但由于品牌的差距，还不能被广泛认可，这需要企业通过自身不断的努力来实现。

从诸多跨国公司的成功经验可以看出，想要成为这80%的市场份额中的一员，注重品牌的建设至关重要。建立自主品牌、具有强大号召力的品牌，将在很大程度上决定企业能否在市场越来越开发的国际贸易形势下继续生存和发展。

近20年来，人们对“品牌”的认识已经有了很大的提高。上世纪80年代，人们认为“品牌”只是知名度，有包装、有命名的产品容易被消费者记住。CIS(Corporate Identity System, 企业形象系统)的概念开始流行，主要的宣传方式是命名广告，媒体广告宣传成为品牌推广的主导手段。到了90年代，商家们为了在琳琅满目的商品和浩瀚的广告中脱颖而出，开始在命名的基础上增加对产品利益点的描述，品牌演变成一种承诺，产品本身的特性成为品牌的主导因素。进入21世纪，品牌的概念又上升了一层，因为人们发现，消费者根据品牌承诺购买产品之后，品牌过程还没有完成，而是要等消费者对产品和承诺有了切身的感受之后，进行重复购买或其它反馈行为，才算进入新一轮品牌强化的过程。也就是说，品牌概念从“承诺”上升到“体验”，消费者成为品牌推广的主导。

在国际贸易中，由于产品的市场范围遍布全球各地，同时还要面对来自世界各地的竞争者，建立和推广品牌显得尤为困难。目前，“中国是世界工厂”的观点仍然为主流媒体所接受。在某些国家和地区，如U. A. E等，来自中国的品牌很难立足。虽然市场上销售的很多电器、五金工具等产品都是“Made In China”，但国内的工厂基本上只以OEM的形式存在，自主品牌还有很长的一段路要走。由于文化和语言的障碍，想要在目标市场内推广品牌，靠加大广告和宣传力度不仅需要投入很大的财力和精力，也很难达到满意的推广效果。由于一般情况下，国内的生产商

或经营者无法直接接触到目标市场的消费者，因此，以客户为主导，即以目标市场的进口商和批发商为主导推广品牌，就成为在出口贸易中推广品牌的切实有效之路。

要想让客户成为品牌推广的利器，首先要让客户自身接受我们的品牌和理念。品牌首先要成为我们独特文化的符号和精神的象征，才可能称之为品牌，否则，就是一个名称而已。名称、功能都建立在完全利益点上，“以利交者，利尽则散”。品牌里面积聚了太多的精神、文化、历史、是我们消费的一种渴望，不仅是一代人而且是代代相传的习惯、风俗与文化，利益只是其中的一个点而已。我们不但需要向客户提供优质的产品和完善的服务，还应该与客户建立起文化层面上的交流，让客户成为我们在目标市场上推广品牌的使者。然而要做到这些并非易事，往往需要所有员工数载的努力，才能打开在国际市场上品牌推广的突破口。

在宁兴控股的宗旨，即“追求卓越——实现客户、员工、股东、社会满意最大化”的启示下，我们宁兴金海“Ningshing Kinhil”在多年的国际贸易中一直坚持自有品牌的推广。目前，“Kinhil”牌子的铝制取暖器已经在俄罗斯、哈萨克斯坦等市场取得了良好的成绩。我们用自身不断的努力和“为客户传递价值”的价值观，以“卖信誉而不是卖产品”为营销理念，坚持把客户作为品牌推广的主导，为实现宁兴控股的远景目标而不断努力！





风险是在特定的客观条件下，在特定的期间内，那些可能发生的结果之间的差异程度，实际上就是实际结果与计划结果的变动程度，这种变化程度越大，所谓的风险就越大。

# 房地产项目管理的风险分析

宁波宁盛置业有限公司总经理助理 管海竣  
北仑宁盛房地产开发有限公司总经理

房地产项目的实施过程存在着很多风险，作为房地产开发企业，必须正确地对待、评价、处理风险，必须站在公司战略管理的高度，从项目组织启动、实施到交付以及维护保修，全过程、全方位地加强对风险的控制和管理，才能保证项目开发目标的实现。项目部（项目公司）是实施项目建设全过程的主要载体，如何以小见大，从细部的管理入手加强项目风险控制是项目负责人乃至项目部每位员工必须重视的首要问题。

本人根据多年来房地产开发工作经验，结合北仑银星苑项目的开发，简要分析房地产项目管理过程中经常遇到的几种主要风险。

## 1. 定位风险

房地产开发项目的市场定位包括项目的产品定位、建筑产品的质量定位、建设环境的品质定位，这些定位都是根据市场调查、项目的经济技术分析、项目可行性研究报告做出的，是指导项目决

策、项目设计、项目营销策划方案等前期工作的依据。可以说，项目的市场定位确定以后，基本上就敲定了项目的建设风格、建设成本、营销推广方案，也决定了项目的销售前景。一旦市场定位不准确，项目的指导思想出现失误，项目开发就将面临最大的风险，即决策风险。如北仑银星苑项目，在北仑区域房产销售不景气、销售价格低的情况下，通过多次市场前期调研，我们确定了差异化经营的路线，避开北仑大户型销售价格低的现状，产品定位为小户型，建筑立面现代，室内精装修风格简约温馨，客户定位于在北仑工作的大批白领人士和投资客户，为项目开发和销售确定了正确的方向。

## 2. 投资成本风险

这是由项目部对市场定位的认识模糊；或者和公司本部各职能部门没有良好的沟通；或者项目成本分析存在着严重的失误；或者没有掌握地方政府的行业政策；或者成本过程控制严重失控（突发性事件）、意外因素过多等等原因

导致项目成本上升、利润达不到计划要求，给项目建设造成的风险。目前每个开发项目或多或少都存在着建设成本上升的问题，其中有市场的因素（如建筑材料价格上涨等），更多是管理的因素。银星苑项目在施工图审核中发挥技术特长，配合公司职能部门在项目招投标前明确产品、设备的功能、品牌和施工工艺，在招投标完成后尽量不做修改，以免造成决算时的被动局面；同时，在后期现场管理中严格按公司规定控制联系单的发放程序，有效地控制了项目的建造成本，最大限度地降低项目成本上升造成的投资风险。

### 3. 质量风险

主要体现在：设计阶段，由于设计交底不仔细导致建筑与安装设计出现矛盾，特别是违反强制性标准的要求而造成的质量问题；施工管理过程中，不重视关键部位和关键过程的跟踪检查处理，如一些容易出现影响结构安全的，或者是一些虽不影响结构安全，但对正常使用功能有严重影响的分子项目。随着精装修在房地产开发项目的普及，我们往往会忽视土建装饰时如内粉刷、地坪、甚至外墙、门窗等分部工程质量，以为有精装修可以弥补，其实不然。从北仑银星苑项目的实施过程可以得出，精装修项目更依赖于毛坯房的装修质量。如内墙粉刷不平整会导致室内墙纸、乳胶漆等无法达到其应有的质感；地坪不平整会导致复合地板出现起拱影响踢脚线外观。因此对精装修项目更要重视质量风险，在主体施工时就应严格检查，提升工程质量管理理念并一直延伸至产品成型，使我们的交房实物与销售承诺、广告宣传承诺以及样板房的工程质量相符，以避免因“实物质量”问题引起纠纷而形成的质量风险。

### 4. 合约履行能力风险

在项目运作和建设过程中，涉及设计、监理、工程地质勘察、设计与勘察设计成果审核、招标代理、施工、材料设备供应、质量检测、销售委托、购房等合同或协议签约、履约过程，由于项目的一次性（不可重复性）特点，建设周期比较长，涉及的面又比较广，如果在关键的过程出现控制失误，那将给项目造成相当大的麻烦。项目的合约履行能力主要体现在工程质量和工期两个主要方面，施工单位在争取项目时会提出较高的履行合约的标准，但在真正的实施过程中却因为管理不到位、资金不到位等诸多原因影响合约的履行能力。因此，对施工单位进行全方位的考察，是提升合约履行能力、化解此类风险的最佳方法。

### 5. “创新”风险

项目部的工程技术创新、销售策略创新能为企业带来良好的经济效益，特别是在当前宏观调控、资源有限的条件下，如何追求与周边项目的“差异性”，提高项目的科技含量，使项目能快速实现销售、回笼资金，达到甚至超越计划利润，保证企业持续稳步发展是我们面临的新课题。如北仑银星苑2#楼曾一度定为产权式酒店，虽然该方案可能对2#楼的销售带来一些好处，但酒店经营不是我们的强项，在经营方面只能依托酒店管理公司，不能把握主动权，且回报类产品在销售推广中极具政策风险，为规避营销模式创新带来的风险，我们经过多次市场调研并结合银星苑的销售状况，最终将2#楼定位为酒店式公寓。

### 6. “政府”风险

“政府”风险多发生在政府不作为、政策的不连续性、突变性和漏洞的存在等情况下；对于项目管理来说，主要发生在违规操作的投机性、对政策理解的盲目性等情况下。在项目建设过程中，我们必须掌握相关政策法规，大的如：《中华人民共和国建筑法》、《中华人民共和国招标投标法》等；小的如：《建筑安装工程强制性标准条文》、《建设工程质量管理条例》、《商品房销售管理条例》、《物业管理条例》等。还有很多地方政府根据当地地方特点设定的地方性的技术条文，如慈溪市规划局的《规划技术规程》，在每个地块规划设计条件中都有“不尽之处详见慈溪市规划局技术规程”；又如绿化面积的计算规则，慈溪和北仑就有很大的区别。我们项目部管理人员就必须事先掌握相关地方技术性文件，才能有效规避这类风险，保证项目开发工作的顺利进行。

由于房地产项目开发周期长，可变因素较多，除了以上分析还有很多难以预见的风险存在，作为项目管理者只有提高自身素质，加强风险防范意识，防患于未来，才能最大限度地避免项目开发过程中的各类风险。





## 把握市场基点 寻求差异突破

——三十集电视连续剧《美丽人生》的市场论证

宁兴百纳影视传播有限公司艺术总监 翁海鑫

2000年，广电总局一道“关于在各电视台黄金时段禁播境外(包括港、台)剧”禁令，给内地一直低迷的电视剧市场带来异常的繁荣，也改变了几乎每一个电视剧从业人员的命运。国内电视人八仙过海各显神通，改编传世经典，钩沉历史逸事，构建明星阵容，重金打造剧本……一段时间内，在电视荧屏上，涉案剧、古装剧和言情剧三足鼎立。特别是反腐、涉案剧近年来一直是电视剧市场的热点，并且占据了“三个最”：即“平均播出量最多、平均收视率最高、平均广告创收最丰”。而随着相关政策的出台，涉案剧的播放有所限制，古装剧全线飘红，无论是正史或是戏说，都在充斥着屏幕。

《还珠格格》、《雍正王朝》等多部古装剧曾经创造了收视奇迹。这两年，涉案剧成了古装剧的最大竞争对手。随着涉案剧退出黄金档，古装剧卷土重来。但是由于年代背景的原因，缺乏生活共鸣，古装剧难以真正贴近观众的内心。而现在充斥于市场的古装剧却是以泛滥姿态出现，对于观众而言，随之产生的就是心理反感和收视疲劳。

然而如今的观众审美趣味逐渐攀升，对影视剧的要求也越来越高，持续热播的涉案剧、古装剧使得广大观众产生了审美疲劳，也对影视剧的题材、内容产生了新的要求，特别是近年来韩剧对国内影视剧市场的强烈冲击，让观众对清新时尚的偶像剧产生了浓厚的兴趣，但因为两国的文化诧异，中国的观众对韩剧还存在着很多的不满足，所以广大观众迫切希望看到具有中国文化特色的清新时尚的新剧集。

现代言情剧以“情”取胜，把情感作为犀利的攻坚利器紧抓观众心理，从而提升本身的收视率。《中国式离婚》引起新的收视热潮。将现实和和情感相结合，让观众有内心的共鸣。观众呼唤反映现实生活中的情感、伦理、道德题材的电视剧，剧中人物的情感发展，命运走向深深感染着观众，使观众产生深切的认同感。

在观众的的心理世界中：浪漫爱情片《情深深，雨蒙蒙》，人们在几个年轻人笑与泪的故事中，找寻到了一种唯美的爱情；婚外恋题材的《让爱做主》，深刻地体现了中年男女在遭遇婚外恋情后的情感觉悟；体现感情纠葛的《玉观音》、《拿什么拯救你，我的爱人》，更让人们在主人公饱经磨难的爱情背后看到了人情和人性的光辉……

根据北京电视台和电视剧制作中心联手在近期对北京地区的调查结果表明，国产电视剧收视率依次为：喜爱现实剧为33.7%，喜爱言情剧为26.5，喜爱古装剧为11.3%，喜爱喜剧为20.6，喜爱其它类型为7.9%。

找准电视剧的类型，寻找剧情主题，切入点的定位，是重要的基点。善于将最好的元素结合，方能拍出叫好叫座的电视剧。因此我们上海宁兴百纳经过缜密的市场分析。决定投拍三十集电视连续剧《美丽人生》。

现实剧和言情剧结合，突出悲情元素，同时有好看的故事，一流的演员，精良的制作。贴近观众心理，精心打造一部重磅催泪剧作《美丽人生》。

# 提升金海实力

## 立足品牌销售

“金海”（KINHIL）暖气片在国际市场已崭露头角，国内市场却是一个崭新的舞台。然这个舞台已进入了空前规模的建设、扩张、洗牌的“白热化”市场竞争新格局，目前全国暖气片生产厂家已达一千多家，各种型材的暖气片各据一方。作为国际知名品牌的“金海”暖气片如何在国内市场上分得更多的蛋糕？用理性的市场观察看，市场竞争的白热化实际上是在助推品牌的集中度，其结果是具有竞争力的企业或品牌会得到更多的市场机会和份额。

根据目前国内市场的特点，北方对高档暖气片的需求呈上升趋势，特别是大城市、省会城市和长江流域地区，更重要的是随着经济的发展，生活节奏加快，以往的取暖方式、取暖设备已经跟不上新时代的需求步伐。金海水暖在暖气片的项业上已有多年的研究，其设计的新颖超薄、高效能、传热快、耐高压的暖气片已在国际市场打响了知名度，针对国内市场需求关系，有能力再开发几款新产品，不打价格战，定位中高档市场，建立自有品牌的销售网络。

**第一，**要做金海的品牌、形成金海的网络，坚持把质量做好，把产品做好，打造属于自己“自身服务品牌”。产品的质量和工艺要根据我国实际情况，考虑地区采暖锅炉和供暖水质，能达到我国的水质和水压要求，以适应如集中供暖等多种取暖形式。外观如喷漆和点焊，乃是外表美的关键所在，需要日趋完



善。

**第二，**通过国内展会、设立地区总经销、利用媒体资源等形式加大产品的推广宣传力度。在国内的省会城市，大中型城市，和长江流域一带是我们销售的主推目标，计划在2008年前年建立国内销售网络和售后服务站。

**第三，**利用边贸优势。新疆，黑龙江，内蒙古，是我们主要出口边贸的窗口。利用边贸的特定优势，从边贸向城市推广。

在今天暖气片行业的渠道大变革中，我们经缺的不是产品，在今天竞争加剧的产品市场中，理念、手段，包括细节的服务已经成为比拼市场的关键点。谁能把脉前沿，创新思路，谁就能勇立潮头。

# 品质提升价值

## ——象山“宁兴·金港花园”项目高质化策略分析

宁盛置业有限公司象山分公司总经理 黄钢

建筑产品同其它产品一样，其价格主要是由基本使用价值和附加价值决定的，房地产产品的基本使用价值主要体现在其使用功能上，如住宅的居住作用，商务楼的商务办公作用等等，而附加价值则体现在能够为使用功能提供哪些增值的服务和享受，或者是能够使人们现在或将来在心理和生理上得到更高的满足。当前，小户型的同质化满足了大众的需求，而大户型的

高质化则满足那些对生活品质要求较高的消费者的需求。

随着宁波地区房地产市场竞争的日益激烈，项目规划、配套品质、居住理念均日渐趋于高质化。如何能够吸引更多购房者的目光，不断提升产品的品质、增加其附加值等成了房地产项目差异化竞争的法宝。象山“宁兴·金港花园”项目在这方面做了一些有益的探索。



## 产品高质化

浓缩在“公寓中的名宅，都市里的地标”这个理念里

产品的高质化主要体现在产品的定位上面，即项目定位怎样的产品，购买群体定位，以及由此产生的价格定位，是成功销售的关键所在。

首先，在产品定位上，我们根据其建筑设计风格提升品质。主要凸显后现代欧式建筑设计风格，以高层建筑为核心力，外立面底座采用石材，主体面砖，局部线条为高级涂料，造型敦实大气，色彩宜古宜今、历久弥新，建成后将成为象山港大道沿路地标。

其次，我们突出象山首个内廷湖中庭景观，居住者走下楼融入大片绿意，在花园散步，在树下休憩，享受大自然气息，在架空层中设置邻里中心，拉近人与人的距离，体现出和谐、健康、环保的人居环境。

在整体规划和室内功能设计方面，我们将“宁兴·金港花园”设计成一个精致、纯粹的住宅小区，充分满足购房者“功能分区、干湿分区、动静分区、内外分区”的要求。

在选材方面，我们精选新型轻质材料，彩铝窗配中空玻璃，屋面保温层加厚设计，外墙内保温，充分满足节能环保需求。在拓展新技术、新材料，新理念的同时，我们遵循“实用、经济、美观”的原则，高起点、高标准，因地制宜，以人为本，悉心打造高品质生态社区。

在公用设施方面，我们设计了6班制星级幼儿园，又以象山百年名校实验小学为小区配套，一站式教育系统，尽显高质化精品小区的高尚人文感。

通过这些一系列产品力的提升，“宁兴·金港花园”高质化精品社区形象在消费群体中得以确立。



## 居住理念高质化

体现在“大户型产品越来越稀缺”概念上

国家去年出台的“国六条”中规定：今后在房地产开发中90平米以下户型的开发总量不得低于70%。这一政策，将直接影响到未来房地产市场的供应结构，70%的90平米以下产品，再加上部分

100—130平米的中户型产品，130—170平米这样的大户型产品将逐渐成为绝对稀缺产品。在“物以稀为贵”的客观市场规律中，像“宁兴·金港花园”这样130—170平米的大面积户型商品房会成为一种稀缺产品，升值空间非常广阔。

同时国家出台的“7090”政策对购房者的心理产生巨大影响，象山县经济实力雄厚，一大批改善居住条件的客群对本案更加青睐，因为一方面可满足其改善居住条件的愿望，另一方面所购物业有了保值、升值的政策保障。

## 产品内涵高质化

蕴含在传统文化和居住环境的和谐统一中

从地段和配套上讲，“宁兴·金港花园”项目位于象山港大道，在繁华中寻求宁静，创造大隐隐于市的境界，主张大户型产品不仅需要建立自己的居住文化，同样也需要走出“阔绰奢华”单一内涵，营造出象山市场大户型产品的多样文化。在享有项目地理环境的独特性的同时，也应和了中国传统文化中对成功人士的精神评价。大户型的购买者都是几次置业的成熟客户，他们对于居住群的认同需求更加强烈；他们要求社区中的人文环境更胜于普通住宅；他们对于生活周边的商圈更为看重。所以，只有具备独一无二的特色，在精神上与购房者共鸣的高品质产品，才能够得到终极置业者的青睐

总之，为了实现楼盘的高质化，只有尽可能地提高各项附加值，才能保证在越来越成熟的房地产市场中占有一席之地，进而达到项目开发的最终目的。象山“宁兴·金港花园”项目在这方面的探索才仅仅开始，今后要做的工作还有很多。



# 对外援助

## —构筑和谐世界的使者

宁兴天博国际贸易有限公司 马秋华

新中国成立至今，对外援助一直是我国经济外交工作中的重要组成部分。50多年来，我国认真履行国际主义义务，尽力对发展中国家提供力所能及的援助，发展中国家也给予中国许多宝贵的支持，促进了共同发展。截至2006年我国已向160个国家和地区组织提供了援助，其中包括接受过一次性或少量援助的40个国家和地区组织，援助项目达2000多个，为发展中国家培训了1.8万余名管理和技术人才，减免了一部分发展中国家对华债务，其总额逾160亿元人民币。对外援助方式也从初期单一的无偿援助发展为当前的无偿援助、无息贷款、优惠贷款、混合贷款、合资合作等多种方式。援助内容从物资援助扩展到成套项目、投资合作项目、一般物资、现汇援助、技术合作、人员培训和派遣志愿者等多个领域。我国力所能及地为各国提供无私的援助，我们的“平等相待，维护共同利益，不附带任何政治条件，互利共赢，谋求共同发展”的援外基本精神和原则，展示了我国和平、发展、合作、包容的国际形象，受到了广大发展中国家的欢迎和称赞，为构建“和谐世界”做出了重要贡献。

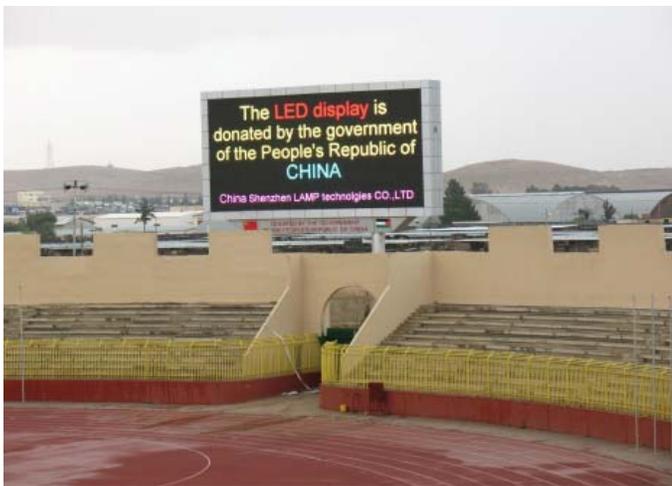
50多年来，我国的对外援助发展历程经历了1950年至1963年的初级阶段、1964年至1970年的发展阶段、1971年至1978年的增长阶段、1979年至1994年的调整阶段、1995年以来的全面改革阶段等多个阶段。多年的对外援助实践，也培养了国内一大批对外援助项目实施企业。为了规范援外企业的管理，从2004年7月1日开始，商务部对援外项目实施企业实行资格认定制度，并规定每两年进行一次资格核检。截止2006年底，全国共有取得资格并通过核检的对外援助成套项目施工任务A级企业85家、B级企业91家；对外援助物资项目实施A级企业49家、B级企业58家、C级企业7家。

商务部对外援助司直接负责我国对外援助项目的立项、组织、实施以及有关政策、制度的制定。2003年7月，为了

更好地适应我国加入世贸组织和行政管理体制改革的新形势，依据决策、执行、监督相互协调、相对分离的精神，商务部组建了“国际经济合作事务局”，作为我国对外援助工作的辅助管理力量，主要负责我国对外援助业务的促进、服务和保障工作。2004年以来，商务部对对外援助管理的制度化和规范化建设进行了一系列卓有成效的改革，包括优化援外项目实施主体、完善援外项目招投标制度，

与之相配套，政府出台了一系列管理制度和办法，包括：《对外援助成套项目施工任务实施企业资格认定办法》、《对外援助物资项目实施企业资格认定办法》、《对外援助成套项目实施管理办法》、《对外援助物资项目管理暂行办法》以及对外援助项目资格预审规则、评标原则、评标结果公示和质疑处理制度、援外物资不合格供货商名录内部管理暂行办法等等。同时，政府全面加强了援外项目实施过程中的监督管理，如进一步强化援外物资检验管理和口岸验放制度，援外物资按照“产地检验、口岸查验”的原则，一律纳入强制检验范围；在援外成套项目建设中全面推行ISO9000质量管理体系和职业健康安全管理体系，加强对援外工程贯标的过程监控、阶段性审核和行政监督。所有这些改革措施，都是为了确保我们的援外企业以一流的质量、一流的速度、一流的服务、一流的安全生产为世界发展中国家带去中国的友好与负责。

宁波企业是从九十年代初期开始跻身于我国的对外援助领域。虽然起步较晚，但十多年来，宁波援外工作者以其艰苦奋斗、甘于奉献的精神让受援国人民感受到了中国人民的无私帮助和真诚感情，增进了我国与受援国之间的友谊，实践着中国外交所倡导的构建“和谐世界”的新理念。宁兴天博员工有幸参与了这样的实践。近期，宁兴控股公司正在向商务部积极申报对外援助物资项目实施企业资格，在不久的将来，我国的对外援助战线将会活跃着宁兴人矫健的身影。



# 向住宅产业化迈进

宁盛置业有限公司总建筑师 乐嘉骏



## 一、什么是住宅产业化

住宅产业化实际上就是用一种工业化、大生产的方式来建造住宅以代替劳动密集型、手工、半机械为主的生产方式。

1968年日本人就提出住宅产业化的概念，并着手开始该领域的发展，70年代已经是住宅产业化的成熟期，日本产业化的特点，一是资金和技术的高度集中，二是大规模的生产，三是社会化的供应，应该说日本人很准确地概括出了住宅产业化的特点。

我国发展住宅产业化，借鉴的是日本的经验。日本在20世纪60年代开始这方面的发展，并且在很多技术方面都在学习先进的欧美国家。当时日本主要是率先在工厂里且生厂住宅的国家有很多成熟的经验值得借鉴。

就我国建筑行业的生产方式而言，既不节能也不省地，产业化程度低，劳动生产力是相当发达国家的1/3—1/5；住宅保温隔热性能差，日常能耗大致相当于国外同纬度地区的2—4倍，商品住宅中，“毛坯房”仍占相当大比例，二次装修也带来了资源的大量浪费；另外房子的寿命短，在建筑中大量使用拆除后难以回收、利用的不可再生资源。以上弊端促使政府开始对国外住宅性能认定制度进行研究，1998年建设部成立了住宅产业化办公室并设住宅性能认定处。随着土地、水等各类资源的日益紧张，更需要住宅建设的发展走向产业化之路。



## 二、住宅产业化给我们带来什么

在我国，在汽车工业未能工业化之前，全国有大大小小6000个汽车生产厂，操作方式为手工制作，产品远不及20年前美国年产500万辆、日本年产300多万辆的水平。住宅的产业化也面临同样的问题，未来的趋势必然是用社会大生产的方式来造房子，用工业化代替手工作业，从而提高劳动生产率。

据统计，日本人的住宅部品工厂每8小时可以生产十几幢房子，这种房子主要指200—400平方米的别墅。他们把所有住宅部件进行拆分，然后在流水线上大量生产。平均下来，每44—48分钟就有一幢房子被生产出来，并且只需一天的时间就能将房子搭盖起来，生产率非常高，能在一天之内见到自己所买的房子，这也只有用产业化的方式能做到。

按照这样的说法，住宅产业化真的能带来一种生产方式的变更。一直以来，建筑行业被认为是传统行业之一，也一直被认为是科技含量较低的、需要大量人工和手工支撑的行业。住宅产业化的好处在哪里？一是提高了劳动生产率，二是保证了产品的品质，三是能节约能源材料，四是减低劳动强度，五是缩短工期。别国都在提高效率，如果我们不这样做，就没有竞争力了。现在澳大利亚及日本的建筑部品生产商都想在中国设立工厂，利用中国“廉价”的人工及原材料进行生产。“中国如果不改变，就会沦为世界大工厂”。如果不发展住宅工业化，中国的住宅部品市场可能就会被国外产品所垄断。

住宅产业化除了带来生产方式的变革外，还会对住宅科技的发展起到促进作用。国家每年都拨几十亿甚至上百亿的资金到科研单位，但是出来的科研成果往往未能转化成生产力，很大一部分投入的财力、人力都白费了。“该怎么盖还是怎么盖房子，科技没有在盖房子的过程中体现”。

其实企业应该成为科研的主体，象美国企业的科技水平是最强的，企业实验室比国家的都大，而且设备也要好的多。为什么我们中国企业不可以走国外企业的路？

在地产界，目前深入研究并实施住宅产业化的可谓凤毛麟角，即使其中的领军者在这条路上也是摸索着前进。

万科用大量数据来说明，他们之所以要走产业化之路，即是集团快速扩张的需求，也是保证住宅品质必由之路。

未来，像造汽车一样盖房子将是可以实现的理想。

# 韶山冲入党宣誓 故居前缅怀领袖

宁兴控股股份有限公司党委



2007年6月15日，在纪念中国共产党诞生八十六周年之际，我司党委组织全体党员踏上征程，开始从伟人故居湖南韶山到长沙岳麓书院的红色之旅。本次具有特殊意义的组织生活拉开了帷幕。

在开往湖南株洲的火车上，来自不同部门的同志相互认识、相互交谈，好不热闹。由于平时工作忙，大家从四面八方聚在这里实在难得，一时间仿佛有说不完的话。宁兴党员有的在交流工作经验，有的在畅谈生活体会，有的在交流兴趣爱好，有的在谈论沿途的美景，车厢里不时传出阵阵欢笑声。

一夜火车，次日早上到达株洲，我们随即前往韶山冲毛主席铜像广场。广场位于韶山毛泽东纪念馆前坪，以巍巍韶峰为背景，面东南、枕松山、雄伟宽阔、庄严肃穆。广场上主席身躯伟岸，双手握书卷，身着中山装，双眼炯炯微露笑容，神采奕奕，是无数革命“朝圣者”与瞻仰者的目光中心之所在。今天，我们站在这里，怀着无比崇敬的心情瞻仰毛主席铜像，作为一名共产党员的光荣感、责任感和使命感不禁油然而生。全体党员在主席铜像前敬献花圈，心中翻腾对毛主席的无限缅怀。“东方红，太阳升，中国出了个毛泽东……”是毛主席带领中国人民推翻三座大山，使人民当家作主。我们今天的幸福生活正是由无数革命先辈抛头颅、洒热血换来的。公司总裁党委书记吴以刚带领130多名新老党员庄严宣誓，“我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领，遵守党的章程……”铿锵有力的入党誓言在广场上空久久回荡。入党誓言表达了宁兴人对党的忠诚，对毛主席的热爱和对事业的坚定信念。随后，新党员代表王文彤发言，他激动的表

一直度过童年和少年时代。从故居堂屋转过右厢房，卧室、廊檐和碓屋之间，可看到毛泽东的全家照，日常器皿和各种农具，其中陈列着毛泽东少年时期用过的肩担、水桶、锄头等。在毛泽东的卧室里，桌上摆着一盏桐油灯，非常简朴，少年时代的毛泽东经常在夜里挑灯苦读。从毛泽东卧室顺梯攀上有一项楼，1925年6月，毛泽东就在这里召开了秘密会议，建立了韶山第一个中国共产党党支部。我们边看边听边思，伟人的高大形象再次清晰起来。

与其说这是一次深刻的缅怀，不如说是一次心灵透彻的洗礼。下午两点，我们怀着景仰而又感慨的心情来到刘少奇铜像广场和故居纪念馆。在静谧的故居展厅内，我们听着娓娓动听的讲解，看着那些丰富的图片，翔实的史料，珍贵的文物，仿佛置身于炮火纷飞的战争年代。我们感受到了那个时代的残酷，也感受到了那个时代的光荣，更了解到了少奇同志等老一辈无产阶级革命家们在缔造新中国、建设中国共产党、走中国特色的社会主义之路等方面做出的卓越贡献。我们走过纪念馆的每一步都留下冷静的思考，看过的每一幕都是一次灵魂的洗涤。郁郁葱葱的韶山冲、庄严肃穆的铜像广场，幽静简朴的伟人故居将永远留在我们的记忆深处。

难忘的红色之旅到达最后一站——长沙岳麓书院。这座“千年学府”主体建筑左为文庙，右为百泉轩、园林建筑，大门两侧为斋舍，给我们印象最深的是门上的那副楹联，曰：“惟楚有材，于斯为盛”，大意是楚地的人才在此地会聚。今天，130名宁兴党员满怀壮志相聚于此，闻着书页幽香，赏着园林美景，感受着这座千年学府文化的厚重，思忖着宁兴近20年来由新老员工共同书写的伟业篇章。



示：“在以后的人生历程中，我决心以党的宗旨指导自己，用党的性质规范自己，用党的纪律约束自己，坚持不懈的努力学习、努力工作，埋头苦干，立足本职工作为组织增光添彩。”最后，公司副总裁、党委副书记高屏同志代表党委讲话，希望我们继承革命传统，牢固树立科学发展观，积极推进公司战略规划和各项工作的开展，艰苦创业、团结合作、积极开拓、乐于奉献，充分发挥共产党员“走在前列”的先锋模范作用，以创新务实的工作作风为国家兴旺与公司进步努力奋斗，再创佳绩。

中午时分，全体党员到达毛泽东故居。这是一座土墙灰瓦的普通农舍。1893年12月26日，毛泽东同志诞生在这里，并

韶山冲伟人故居红色之旅即将结束，返回的列车上，大家总结着心得收获。老党员们说：“韶山是我们多年向往的地方，见到伟人铜像和故居使我非常激动，毛泽东、刘少奇等革命先驱和领袖们的丰功伟绩将永载史册，他们也永远活在我们心中。”年轻党员们讲：“作为年轻党员更应该认真体会共产主义的精神，从小事做起从自己做起，发挥党员模范带头作用。”

热烈的讨论又把我们带回到激动人心的韶山冲，我们时时被伟人精神感动着，即使返程，豪情依然未减。一路上，大家再次敞开心扉、坦诚交流、相互关爱，宁兴就像一个大家庭！

# 企业如何做强做大

5月23日，宁波市企业家协会高级经营师联谊会成立，宁波市企业联合会、宁波市企业家协会常务副会长、宁兴控股总裁吴以刚先生出任首届联谊会会长。联谊会成立典礼在宁波南苑饭店隆重举行。香港中文大学最高学术级别首席讲座教授、全球经济学界的顶级学者郎咸平教授做了“宁波企业如何做大做强”的主题演讲，从他的视角分析了国内金融、房地产等产业发展和改革的现状、中国人的文化及思维、中国企业和企业家如何把握行业本质等问题。郎教授以他一贯幽默、犀利和极具讽刺性的演讲风格，不时引发阵阵笑声和掌声。来自控股公司的150多位管理人员及宁波企业界近1000位来宾聆听了他精彩的演讲。



## 加强会计人员素质建设 更好履行会计职责

为适应公司发展的需要，不断更新财务人员的知识结构，全面提升财务人员的理论素质和业务水平，公司于7月7日至8日在余姚四明湖度假村举办了一期财务人员继续教育培训班。控股公司及下属控股子公司全体财务人员60余人参加了此次培训。

此次培训邀请宁波市金穗税务师事务所培训部高级会计师、注册会计师卢瑞梅经理授课，系统地讲解了有关目前税制改革的情况及新《企业会计准则》等内容，重点就《企业所得税法》、《职工薪酬》、《收入》等内容进行讲授，并组织参训人员进行了考试。

通过培训，大家及时了解了国家有关财经法规、政策的改革内容，加深了在实际操作中关键性政策的把握，一致反映效果很好。并进一步明确了岗位职责和工作程序，懂得如何行使职责及提供真实、完整的会计信息的重要性，为下一年度新企业所得税法的实施和新企业会计准则的执行等新机制规范运作奠定了理论基础。



## 企业成败看执行

根据控股公司的年度培训计划安排，为增强生产和服务型企业的组织力、凝聚力和执行力。2007年5月25日控股公司组织51名宁兴特钢、宁兴汽投、宁兴金海水暖部门经理、主管在宁波饭店会议中心3楼北斗厅，进行了执行力提升专题培训。

培训从中层领导角色认知及工作任务着手，介绍执行力的含义、影响执行力的因素、个人和组织执行力提升的方法。通过3个课时的讲解、交流和互动，管理人员加深了对执行力提升的重要性、路径和方法的了解。为在实践中实现管理突破和执行力提升找到了理论依据。



# 共创宁兴 精彩同庆



玉犬报捷辞旧岁，金猪献瑞迎新年，宁兴控股股份有限公司于2月6日在宁波南苑饭店隆重举行了精彩纷呈的迎新晚会。总部和各公司领导及员工共600多人出席了本次活动。晚会以大型音乐歌舞的形式，在欢乐、祥和、喜庆的气氛中，讴歌了宁兴控股一年以来所取得的成绩，展现了宁兴人的风采，充分体现宁兴控股每一位员工与宁兴之间同根同脉、血肉相连的血脉情怀。整台晚会气氛热烈，高潮迭起。

晚会现场还举行了对宁兴小学“慈善助学捐款”活动，董事长、总裁吴以刚先生上台代表公司将10万元人民币助学款捐赠给宁兴小学。捐赠仪式后，宁兴小学校长及学生代表相继发言，感谢多年来宁兴控股给予累计100多万元的资助。此次慈善活动充分体现了宁兴控股公司长期以来秉承的慈善精神，坚持在取得良好业绩的同时，支持慈善事业并回报社会。





# 偷得浮生二日闲

## ——宁兴丰田雁荡山之旅

宁兴丰田汽车销售服务有限公司 张儒

为进一步提高员工满意度，缓解工作中的紧张和劳累，宁兴丰田利用双休日组织员工前往雁荡山休闲旅游。在雁荡山清新怡人的自然景色中，大家回归自然本色，将所有的压力和烦恼暂时抛却，在攀登高峰的过程中互相扶持和帮助，增进了相互之间的友情，也体现出了宁兴人勇于攀登和团结互助的企业精神。

# 活力宁兴

# 激情足球

## ——宁兴控股足球队首战告捷

2007年4月14日下午，在我司团委的组织下，宁兴控股足球队与天津振华物流集团宁波分公司球队在华茂学校进行了首场比赛。比赛当天，尽管天气恶劣，我司队员仍然热情高涨，活力无限，绿茵场上到处跃动着红色的身影，充满激情，奋力进球。经过90分钟的激烈角逐，我司球队以6:4的比分取得胜利。

此次比赛，充分体现了“宁兴人”风雨无阻、积极进取的宝贵精神，同时，增进了与兄弟公司青年团员们的交流沟通，加强了宁兴青年协作互动的团队意识。本比赛是宁兴控股公司足球队正式成立后的首次亮相，为球队日后的成长发展奠定了良好的基础。





编者按：“没有任何借口”一直被美国西点军校奉为最重要的行为准则，它强调无论遇到任何境况，无论遭受什么压力与困难，都应全力以赴完成任务，而不是制造借口推卸责任，它体现出负责、果敢的精神，恪守着诚实、忠信的理念，不断激励人们追求主动奋发、乐观激昂的人生，它是每一个现代人忠于职守，完善自我，追求卓越，迈向成功的必修之路。

为全面提升执行力，倡导“尽职尽责，高效执行”的良好工作作风，打造高素质的员工队伍，宁波宁盛置业有限公司为全体员工推荐了《西点员工课》一书，从许多员工的读书心得中可以看出，通过开展读书找差距活动，大家对“勇于负责、积极态度、完美执行、注重细节、追求卓越”等人生哲理有了更加深刻的认识。本篇选登部分优秀章节，借以互勉。

# 积极工作，高效执行

## ——记《西点员工课》读后感

宁盛置业有限公司办公室

### 薛国新：

决不找借口就是在遭遇挫折时，不责怪任何人，不抱怨任何环境，本着对自己、对事业高度负责的精神，抱着不达目的不罢休的决心，以自我完善缩短主观差距，以创新进取创造客观条件，化被动为主动，化不利为有利，在无数次战胜失败中把自己锻造成一名强者。

对待每项自己喜欢或不喜欢、容易或棘手的工作，都要以一种责无旁贷的心态，一种积极进取的精神，一种坚忍不拔的意志，一种求真务实的作风，充分发挥个人的主观能动性和创造性，追求工作的完善，并尽其所能把本职工作做到高于岗位要求。

### 黄 钢：

《西点员工课》体现了一种绝对敬业精神。敬业精神不是与生俱来的，对大多数人而言，敬业精神是需要培养和锻炼的，这种培养和锻炼的起点就是迈入岗位的那一刻，敬业就是尊重自己的工作，将工作当成自己的事，其具体表现为尽职尽责、认真负责、一丝不苟、善始善终等职业道德，是一种最基本的做人之道，也是成就事业的重要条件。

### 刘燕燕：

我们无法改变或支配他人，但一定能改变自己对待借口的态度——远离借口的羁绊，控制借口对自己的影响力，坚定完成任务的信心和决心。越是环境艰难，越是敢于承担责任，锲而不舍，坚忍不拔，就一定消除借口这条“寄生虫”的侵扰。我们虽然与西点军校不同，但我们始终要有敢担负任何重任的决心和勇气。尤其在求知和塑造自己的时期，要学会给

自己加码，始终以行动为见证，而不是编织一些花言巧语的借口为自己开脱。“没有借口”看似冷漠，缺乏人情味，但它却可以激发一个人最大的潜能。无论你是谁，在人生中，无需任何借口，失败也罢，做错了也罢，再妙的借口对于事情本身没有丝毫的用处。许多人生中的失败，就是因为那些一直麻醉着我们的借口。

### 张志平：

读完书，我深刻地意识到借口的危害和态度决定一切的重要性，要做到这一点，我觉得应做到以下两点：一是增强责任感，培养爱岗敬业精神。尽职尽责并认真完成各项任务，没有任何借口，才能更好地为公司服务。二是加强业务学习，提高自身素质，高效地完成每一项任务，光有责任心和敬业精神是不够的，还要注重细节，不断加强业务学习，提高自身素质，掌握解决问题的方法和能力，才能出色地完成各项任务。

### 鲁海峰：

做任何事情，其实态度就决定着你有没有能力去完成。有些人把完成工作看成是任务，有些人把工作看做是乐趣，而有些人把做好工作看成是一种享受，心态的不一样，往往就决定着一个人的工作能力和可挖掘的潜力，只有把自己的工作象对待艺术一样用心，才可以在平凡的岗位上创造出不平凡的业绩。

### 孙林岳：

“细节决定成败”对于我们房地产开发企业来说更是如此，无论是在营销策划，还是在工程建设上，一个细节考虑不周，都可能影响到一个投资数亿项目的成败，工程上的某些细部把握不牢会使同样造价的投入产出不同品质和档次的楼盘，从而给企业带来完全不同的收益。在房产市场竞争日益激烈的今天，房产企业的竞争更多的体现在品牌和楼盘品质上，而好的品牌是通过高品质的楼盘不断积累获得的，高品质的楼盘又是通过从规划设计到施工工艺每个细部环节的完美程度来体现的。细部决定品质、细节决定成败。

### 杨臻杰：

好员工不是天生的，要成为一个优秀的员工，首先应该考虑自己是否做的很好，而不是什么怀才不遇之类的抱怨。做别人不愿做的事，或者接受别人不愿承担的任务。适当地自我张扬，让公司喜欢你，重视你的人品和业务素质。工作难免会有失误，不要用不充足的理由来解释什么，推卸什么。而且永远都不要垂头丧气，更不要怨天尤人，自信、乐观应该永远写在脸上。

### 虞映文：

对我们而言，无论做什么事情，都要记住自己的责任，无论在什么样的工作岗位上，都要对自己的工作负责。不要用任何借口来为自己开脱或搪塞，完美的执行是不需要任何借口的。正像书中所说“任何借口都是推卸责任，在责任和借口之间，选择责任还是借口，体现了一个人的工作态度。”所以当我们有了问题，特别是难以解决的问题的时候，有一个基本原则可用，而且永远适用，就是永不放弃，永远不要寻找借口为自己开脱。努力寻找解决问题的方法，是最有效的工作原则。

### 冯雪君：

在充满竞争的今天，如何做好工作，关键在于是否抓住了一个“小”字。在工作中我体会到认真做事只是把事情做对，用心做事才能把事情做好。如果你热爱你的工作，你每天就会尽自己所能力求完美，而不久你周围的每一个人也会从你这里感染这种热情。



编者按：

小猪问妈妈：“妈妈，幸福在哪里啊？”妈妈说：“幸福就在你的尾巴上！”于是，小猪拼命地咬自己的尾巴，却怎么咬也咬不到。小猪问：“妈妈，为什么我抓不到幸福呢？”妈妈笑着说：“孩子，只要你往前走，幸福就会一直跟着你……”每个人都希望得到幸福，尤其是女人，她们是灵动的音符，起伏跃动无不探索着如何演奏华丽的篇章。鲍日新女士在这个特定的日子带领宁兴女人看生活变幻、谱青春悠扬……

## 激情工作 幸福生活

### ——“让女性角色形象更美好”专题演讲听后感



列夫·托尔斯泰对幸福有过这样的诠释：“人生唯一可能的，唯一真实、永恒、最高级的幸福，只能从三样东西中取得，那就是工作、自我克制和爱。其中，工作是主要的生命精髓之所在，更是快乐的源泉。”

●——李军波（宁兴国贸）

和谐幸福的状态是我们追求完美人生的重要组成部分。在漫长的修炼过程中，礼仪规范是经常被我们忽略的。

语言只是礼仪的一部分，更多的个人魅力体现在行为上。一个人的魅力是多元的，但核心魅力只有一个，那就是责任感。什么是责任感？鲍教授如是说：“从家庭层面讲，首先明白自己在家庭中扮演的角色。”良好的家庭生活是人人追求的，家庭礼仪有助于我们营造美好的家庭氛围，有赖于家庭成员之间的尊重与爱护，也是家庭美德的一种反映。

●——刁一枝（宁兴国贸）

有人说，女人作为一道风景存在着，是用来欣赏的。姑且不论此话是对女人的厚爱还是鄙薄，假定此话当真，我们就应该深信：女人应该拥有一份永远让别人欣赏的美丽。每个女人在步入30岁以后难免感叹自己的青春只剩下个尾巴。但是，听了这次讲座，我觉得曾经的想法是多么的对不起“女人”这个神圣的性别称呼。不同年龄的女人都应该拥有一颗清澈丰富的心，30岁只是数字，我们可以通过外在的修饰，内在的修炼不断地“优雅”自己：从做一个优雅的女孩直到一个优雅的母亲，从做一个优雅尽职的职员直到一个优雅文明的公民。

●——王建尔（宁盛置业）

美国心理学家彼德·罗福认为，服装不只表露情感，并彰显智慧；莎士比亚认为，服装还可以表现人格。孔子则说：“不可以无饰，不饰无貌，无貌不敬，不敬无礼，无礼不立”。的确，服装是一种无声的语言。我们尽可按自己的个性去打扮或者不修边幅。然而，当我们走进办公室的时候，当我们出外办事的时候，我们代表着公司的形象。所以，工作时，要根据自己的角色、工作需要与具体场合来选择服饰。我们的服饰应美丽而不是妖艳、应高雅而不是富贵、应大方而不是简单……

●——冯雪君（宁盛置业）

……女人，特别是简单的女人，她的存在本身就是一种魅力，她可以让周围的人情不自禁的被她吸引。那么，如何把女人身上与生俱来的魅力发挥得淋漓尽致呢，只要做到3H就能让你成为真正的魅力女人。

### Healthy

健康的女人给人的感觉略带野性，那是从每个细胞中散发出来的生命的活力，可以吸引你、浸染你，捕获你，让你的生命也为之起舞、共情，由此衍生出对生命的敬畏，让你为自己是她的同类而欢欣。

### Happy

一个女人快不快乐看她的眼睛。快乐的女人眼睛清澈明媚，即使忧郁，也是另外一种快乐的美。快乐的女子哪怕是一枝不起眼的花，在开满奇花异葩的花园里，她也会热烈的盛放，你会为她感动，为她动情，受她抚慰，于是你的心也开始盛开……

### High

High是什么？有些迷惑。也许是指一种激情，像高峰体验类似的东西，很高兴，很忘我，很享受，或许又是很杰出、很高尚，很前卫……我觉得high给人一种超越的感觉。可以称为high的女人一定很自信豁达，敢爱敢恨，不为权势低头，也不被烦恼所困。

● ——卓锡赞（宁兴汽报）

在工作和生活中，女人扮演着各种角色：职业女性，妻子，母亲，媳妇……，女人的一生都在这些重要的角色中转换，奔波在工作与家庭之间。作为妻子，是丈夫的疲惫身躯后的支柱；作为母亲，是孩子成长中的榜样；作为媳妇，是老人的贴心小棉熬。没有一个角色少得了，也没有一个角色不重要，女人对丈夫要体贴，对孩子要正确教育，对老人要理解。这些看似简单，但做起来并不容易，所以要做好一个完美的女性，真的不是一件简单的事……

● ——陈莹玲（宁兴汽报）

步入不惑之年的我，身为人妻、人母、公司员工多重角色的我，有时子女的教育是我一大难题，听了鲍教授的一番话，对我很有启发。像鲍教授所说的，没有教不好的孩子，只有不会教的父母。结合我平时对孩子的教育，觉得我们传统的教育方法存在误区，对孩子教育不能一味批评，适当的给孩子戴“高帽子”，认可孩子，及时发现孩子的优点，让孩子找到好孩子的感觉，这样自己心平气和，孩子更容易接受。人人都需要赏识，孩子更是这样。

● ——童体蓓（宁兴液化）

“本人姓鲍，国际歌词作者鲍迪埃的鲍，就是河里游的一条鱼加一个书包的包。我曾经查



字典想给我这个姓氏找到一点有意义的含义。结果字典、辞海对于鲍字的解释只有一条这就是‘鲍鱼，鲍干鱼’。不过，我的名字非常响亮，我的名字和中国的一句成语息息相关。这句成语叫做‘日新月异’。我的名字就是这个成语当中的前两个字——‘日新’。朋友们，请你们异口同声地告诉我，我叫什么名字？‘鲍日新’。记住这个名字吧！”这是3月5日，鲍教授在宁波文昌大酒店给我们做专题讲座时的自我介绍，给我们留下了深刻的印象。

……

● ——崔叶（宁兴特钢）

这是一堂形象生动的课。她的讲解时而声情并茂，时而幽默诙谐，时而轻松欢快，时而自信坚定，整节课在轻松和欢快的气氛中度过……

这是一堂务实深刻的课。鲍教授抛砖引玉，用心理分析、换位思考，使大家切身地认识和理解为人处事的方式和技巧。她的“说对话，不说真话”、“女人的美要由内而外，包括内衣”等理念看似随意，实则精辟。

这是一堂重操作轻懒惰的课。课上很多的例子都是通过现场学习来完成的，如交际礼仪的演示、“让赞美的话说出口”等，我们发现，很多事情远远没有想象中的那么难，小小的一个改变就可以让别人的感受和事情的结果大相径庭，原来赞美别人和被人赞美同样是件快乐的事。

……

● ——张儒（宁兴汽报）



# 热情 *de* 度过每一天

——工作及人生的感想点滴

宁兴国贸实业有限公司 刁一枝



一年前，我到宁兴公司上班。这是毕业后的第三份工作，未进公司之前就已对这间大型的外贸公司略有所闻，因此心里始终向往。

我的工作职责是业务助理，这个岗位是我感兴趣的，因为可以全面锻炼自己的能力。可是单凭兴趣就想把工作完成的尽善尽美是远远不够的，当然，经验也是做好工作其中之一的原因，但最重要的驱动力是热情。热情能带给我真正的自信。因为当一个人集中注意力做自己热爱的事情时，并不是专注于自己的形象，而是会产生自信。我们都看过指挥家指挥一个乐队，他们头发凌乱，随着音乐来回起伏，但是有谁在留意这些呢？他们生命的激情正在音符上流动、跳跃。

其实我们每个人都可以是生活的艺术家。热情生活的意义就是找出自己爱做的事，然后全力以赴。当我们从事自己爱做的事情，自然就会精力充沛、信心十足。每个人都在用自己的方式活出热情，有些人等着自然的

召唤；有些人承担着天降的大任；有些人没什么热情，只希望生活中有一两件刺激的事情就够了，那么生命只是一个逐渐衰退的过程；另一些人则喜欢无限的狂热激情，当他们追逐一个目标时，觉得自己全身都被热情迸裂了，那么生命只是一柱快速燃烧殆尽的蜡烛

不同的方式展现不同的气质。就像快乐生活是多种方式一样，活出自己的热情可以从不同的方法开始。但无论我们的工作目标是什么，期望值有多少，首先是理解发挥热情的重要性，否则难以坚持到底。相信很多人都体验过这样的状态——当我们全神贯注做一件事情，会忘记周围的一切，沉浸在其中，等事情完成时，会感到心灵的宁静与安详。这就是热情的魔力，它会使我们事半功倍。

相反，当我们对自己的工作并不真正感兴趣的时候，会变得野心勃勃，野心是一种伪装的动机，它假装有热情在其中。

野心和热情是有区别的，只要你问他这份工作没有金钱的回报还做不做就可以了。如果对一项工作有热情，自然会全力以赴，不管是否有回报。

热情会使人变得更善良且富有同情心，而且当我们做自己喜爱的事情时，会感觉自己更高尚、更仁慈，而较少产生憎恨、厌恶、嫉妒。当我们憎恨少一点的时候，会更加关心别人，更积极主动的看待自己的人生，那么人际关系也会上升一个层次。热情会使人更具吸引力，别人因此也愿意和你相处。人们之间会有更多可谈的话题，而不仅仅是天气和股票。

活着的每一天都是美好的，能看到太阳升起，月亮落下；仰头看到蓝天，白云从头顶飘过；听到小孩子欢快可爱的笑声。为什么要活在半梦半醒中，埋怨生活的无趣呢，热情的度过每一天才是对待父母给予的生命的正确方法。

# 我的约旦朋友

宁兴金海水暖器材有限公司 陈如伟

星期六的上午接到了NABEEL的电话。他告诉我他已经平安地回到安曼，而且如愿地在飞机上美美地睡了一觉。

NABEEL是我们的约旦客户，也是我的朋友。黝黑的皮肤，大而有神的眼睛，高高的鼻子以及一头短而卷的头发就是他的素描像。这个巴勒斯坦后裔的脸上流露着他的祖辈所拥有的坚毅，同时也闪烁着几乎所有阿拉伯商人所具有的精明。

第一次见到我的约旦朋友是在公司的样品间。当时这位不速之客拿着我们的样本找到了我们。于是我们在样品间开始洽谈。看着他慢条斯理地翻看样本的每一张纸，我预感到一场无休止的拉锯战就要开始，就像遇到其他中东商人一样。出乎意料的是他用了十分钟就翻完了样本，并用笔在其中几款产品上做了记号。然后开始询问每款产品的细节，在

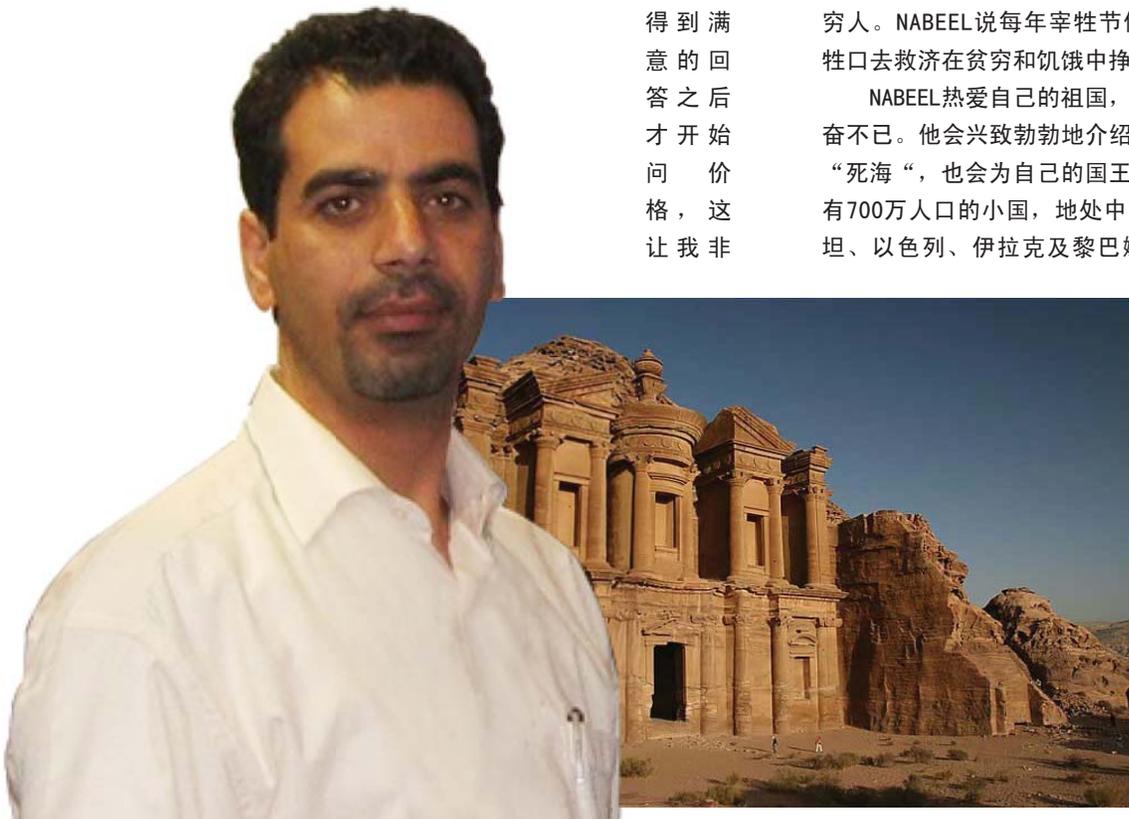
得到满意的回答之后才开始问价格，这让我非

常意外。整个洽谈过程只花了不到一小时。高效率的工作和丰富的专业知识，让初出茅庐的我收获不少。从此NABEEL便成了我的良师益友。他也时常通过邮件或电话帮助我对产品的了解。

NABEEL是个虔诚的伊斯兰教徒，而且随着年龄增加而变得越来越虔诚。记得第一次来的时候他还是根老“烟枪”，但一年之后他就跟香烟永别了。第二次来的时候他竟然给我们带了几本中文版的《古兰经》。他向我们介绍说真正的穆斯林是不能喝酒或者随便吃肉的。特别是在斋月的时候，从日出到日落之间是不允许进食的，只能喝水。这样的日子要整整持续一个月，然后他们就迎来了开荤的节日——“宰牲节”。在宰牲节这一天所有的穆斯林都要屠宰一头牲口。宰杀的牲口除了部分供家庭食用外，其余都用来救济本国或者周边阿拉伯国家的穷人。NABEEL说每年宰牲节他们家至少要宰杀十头牲口去救济在贫穷和饥饿中挣扎的同胞们。

NABEEL热爱自己的祖国，每当谈起约旦他都会兴奋不已。他会兴致勃勃地介绍约旦著名的旅游景点——“死海”，也会为自己的国王而骄傲。约旦是一个只有700万人口的小国，地处中东腹地，周边是巴勒斯坦、以色列、伊拉克及黎巴嫩等国家。周边国家因受战乱而动荡不安，而约旦国内却和平安宁。NABEEL笑称他们的国王就是约旦的真主。

我很高兴能认识NABEEL这样的朋友。他的出现让我改变了对中东商人的偏见，也让我对阿拉伯文明更加景仰。我期盼着能遇到更多这样的朋友。



# 我眼中的金海水暖

宁兴金海水暖器材有限公司 俞文蓉

王永庆有句名言：“企业处于什么阶段没有关系，要紧的是我们正朝着什么方向移动。”作为正处于成长发展阶段的金海水暖来说，企业上下正努力向着“创世界著名品牌，做行业领先企业”的宏伟目标迈进。

“以人为本、尊重知识”是我进企业以来的第一点体会。作为一名即将毕业的实习生，我能为成为金海水暖的一员感到十分荣幸。在将近3个月的实习期中，我亲身体会到许多金海的闪光点。首先，企业处处体现着人本精神，大到公司的高层领导、中层领导，小到部门主管等都时时帮助关心员工，在业务技术传授的同时更辅以人生感悟、切身经历的指导。在人才选拔上任人唯贤，用人所长，特别注重对人才的培养和知识产权的保护，目前，金海产品已取得9项专利，总厂的产品研发中心也在紧锣密鼓地筹建中。

“同心协力，团结拼搏”是我公司强大生命力的保证。进入公司办公区，各部门工作人员在岑总的带领下凝聚成一股绳，同心同德，相互学习，工作气氛相当愉快和融洽，特别是2007年4月28日的公司开业典礼更体现了这种精神，由于公司增资扩股，公司定于07年4月28日举行开业典礼，在短短的为期一个星期的筹备工作中，各部门出谋划策，连战数天，如期将一幕场面宏大的开业典礼展现在各位来宾面前，赢得了上级领导和同行的好评，更提升了公司的新形象。

“治企严谨，狠抓落实”是公司又一值得称道的地方。当然这主要得益于公司高层领导和管理层对金海水暖执着的追求和丰富的管理经验。我眼中的金海水暖有强大的管理团队，几位老总

学识渊博、学习力强，实战经验更是丰富，并具有严谨的工作态度和坚定不移的执行力。在日常工作中，管理层特别注意对公司各项工作的严密部署、定期检查，使企业在小事中规范，在规范中成长。

我眼中的金海水暖还是一个“注重信誉、谋求多赢”的强者，不仅对于企业员工而言金海是一个规范有潜力的企业，对于我们的客户和整个市场而言，金海更是一个努力提升价值、以优质服务实现长久合作的战略伙伴。我们正期待着金海品牌的蜚名远扬。

海阔凭鱼跃，天高任鸟飞，在瞬息万变的全球化经济大潮中，作为金海人，我们深信：金海水暖正以蓬勃的生机和崭新的姿态迎接未来的每一次机遇和挑战！



# “三人行， ——我亦可为师”

宁兴特钢实业有限公司技术中心 许晶晶

孔子曰：“三人行，必有我师焉。”这句几乎是家喻户晓的话，表现出孔子自觉修养，虚心好学的精神，也体现了与人相处的一个重要原则。随时注意学习他人的长处，随时以他人缺点引以为戒，自然就会多看他人的长处，与人为善，待人宽而责己严。在一个企业中，这不仅是修养、提高自身的最好途径，也是促进人际关系和谐的重要条件。特别是对于我一个刚踏入社会的新人来说，认真领会它的深刻内涵，并且努力去做，很有意义的。当然，遥远的哲学总有它的局限性。在儒家盛行的时代，孔孟之道的确能使人成为温文儒雅的谦谦君子。师者，传道授业解惑也。尊师毫无疑问是中华民族的传统美德。但在如今的社会，仅仅尊师重教就足够了么？



且，“弟子不必不如师，师不必贤于弟子”，即使在特定的师生之间，也是教学相长的，学生敢于为老师之师其实就是敢于超越老师的表现。“青取之蓝，而胜于蓝”，有“胜于蓝”之处使是学生为师之时。做为企业的普通员工，随着社会的进步和职场竞争的加剧我们须体现自己不可替代的独特价值。

当然，我亦可为师指的是一种可能性，要将可能变为一种现实，仅仅有想为人师的愿望、敢于为师的勇气还是不行的，还要做出术业有专攻的切实努力，并且有所创新。处处想为人之师那是一种浮躁，不切实际；而专攻一术，锲而不舍，为师之处终将水到渠成。既然想到我必为师这一层意义，那么无论什么样工作，都要精益求精，力争一流。而且不仅要知其然，还要知其所以然。专攻一术志在成功，有继承有发展，只要有所成就便具有了为师的实力。我们必须坚信这种可能经过自己的努力完全可以成为现实，从而坚持走自主创新之路。

企业与企业之间有竞争，企业员工之间也有竞争。如果人人都存在“弟子必不如师，师必贤于弟子”的思想，企业本身就缺乏了竞争力，如何在社会中立足。“我亦可为师”并不是一种狂妄和自大，而是一种“天生我才必有用”的自信和自强。在世界民族之林中，坚信三人行我必为师，让民族的竞争意识插上科学求实的双翼，使每个员工都能在这种新的东方企业文化中彰显自己的个性。

在如今竞争如此激烈的社会里，敢为人先的精神是少不了的，敢为人师又如何。劝人为师大概要冒犯已经为师者的尊严吧。“三人行，必有我师焉。”那多被用在上层人虚心向下层人讨教的方面，儒家风范，“不耻下问”，严于律己；但它另一方面又在吃人的礼教中消磨了不知多少人堪为师表的锋芒，实际上成了循规蹈矩的代名词。然而，对于尚没有脱颖而出的后来者，地位相对低，可只要是“三人行”中之一，只要有自己的长处，就完全有可以为人师表之处。“天生我才必有用”，有用处既可为师处。就算水平有高低吧，“智者千虑，必有一失”，而“愚者千虑，必有一得”，这一失一得之间的反差，正是后者的可为师之处。况

# 纽扣

宁兴百纳影视传播有限公司艺术总监 翁海鑫

依稀记得八年前，还是青涩的大学时代，一日清早，和朋友出行。在拥挤的公共汽车里她叙述着一个故事。男主人公要去一个很远的地方，而且不确定何时才会回来。然后他问自己心爱的女孩子，要留下些什么，在她想念他的时候，可以作为慰藉。女孩看了他一眼，说就把你衬衫上的纽扣给我吧。男孩用牙齿咬断了棉线，摘下纽扣给她。然后男孩走了。女孩存着一颗纽扣，守候着。我说，结局呢？她说，不知道，忘记了。

我的前一段爱情，我的女友出国之前，我问她要衬衣上的纽扣。而且我执意要正数第三颗，因为那是靠近心脏最近的位置。分别的前一天她拿过来给我。我无法确定那是不是正数第三颗，我只是愿意相信。爱和信任，很多时候共存着，即使盲目。后来我把那颗纽扣用丝线穿起来，缚在右手的腕上，靠近血脉最近的地方。我的脉搏跟着她的心脏一起跳动。热带的阳光日复一日地炙烤，时间久了，于是只有丝线以下依然保留着我最初肌肤的颜色。就像爱人的心，被躯壳包裹地严严实实，于是不容易被发现，不容易被改变。虽然若干年后我们依然平静的分手。

很久的以后偶然的一次在街上遇到曾经一起读书的朋友。路边小小的咖啡店里我们面对。看了彼此很久，然后大笑。她说，你长大了。我说，你漂亮了。我们说过去的故事，人和爱情。曾经爱过，付出过，伤心过，淡忘过。有人说那是存活于真空里的感情。因为单纯，没有污染。我想也许我们是悬浮在真空里的两颗尘埃，彼此保持着永恒不变的距离，却以为相近过，并且相信永远和爱。只是真空中没有气流和风。于是尘埃试图逃离这封闭地让人窒息的束缚。而气流和风却无情地把我们吹向别处。然后越来越远，无法捕捉彼此的踪迹。最后分离。

很久很久以后的某一个下午，尘埃在空气里飘了太久，于是停泊，于是怀念真空中的静止状态。只是我们不再年轻。只是死了的爱情不会复活。所以我们无法奢望，不再留恋。今日我在这幢写字楼的十八楼写着这些文字时，突然写下一句：爱因为有拥着希望而美丽。把这句话送给很年轻时的我，很年轻时的每个人。送给曾经的爱情。





# 母亲节 感悟

宁兴液化储运有限公司  
童体蓓

母亲，人间第一亲；母爱，人间第一情。母亲节快到了，平时都忙于自己的工作、家庭，也没机会对自己的母亲大人表达内心的感激之情，借此机会，想对生我养我的妈妈说：“妈妈，谢谢您，是您给了我生命，把我抚养成人，教我怎样做人，您给了我的一切……”

婴儿时期，我们在母亲的怀抱里就会觉得安全，母亲的怀抱就是我们最温暖的摇篮。蹒跚学步的时候，是母亲的手牵着我们。母亲的手就是我们可放心依靠的支柱。在这支柱的帮扶之下，我们学会了站立，学会了走路。当我们能离开母亲的手走出人生第一步的时候，我们和母亲一样，是多么的开心、自豪和骄傲！

随着自己愈长愈大，看着母亲脸庞从年轻变憔悴，头发从乌丝变白发，动作从迅速变缓慢，多心疼！母亲总是将最好的、宝贵的留给我们，像蜡烛不停的燃烧自己，照亮孩子！而我呢，有没有腾出一个空间给我的母亲，或者只是在当我需要停泊靠岸时，才会想起她……

其实母亲要的真的不多，只是一句随意的问候，随意买点东西，煮一顿再普通不过的晚餐，睡前帮她盖盖被子……都能让她高兴温馨很久。

是啊！我们长大了，我们必须离开母亲，我们可以离开母亲的手，可以离开母亲的视野，但我们永远都不可能离开母亲的心啊，儿行千里母担忧，不管我们在哪里，哪怕是海角天涯，异国他乡，母亲的心都无时无刻不在牵挂着我们。

有时，我常在想：我希望我的儿子以后如何对待我，那现在我有如此对待我的母亲？我相信，人是环环相扣的，现在你如何对待你的母亲，以后你的儿子就如何待你。

# DIY 美食的乐趣

宁兴天博国际贸易有限公司 傅婕



“民以食为天”真可谓深入人心，电视中此起彼伏的各类烹饪美食大赛，网络中红红火火的美食版和博客，更不用说大街小巷林立的各色餐馆了。吃，已不仅仅是为了给生命提供热量，还糅合进了艺术的高雅和生活的乐趣。说到美食，也许有人会斥之为草民的乐趣，认为凡大志大器者皆该只纠缠心脑而忽略口胃的感受。自己来DIY美食，从起初不得要领，闹一些诸如手割破了，盐搁多了，盘打碎了之类初级事故。到现在允许端上桌，真是一路艰辛，满腹感慨。坚信天道酬勤，量变引起质变，所以初初的打击更激励我加紧操练，争取早日成材。虽说手艺、口感是绝对比不上人家大厨的，但不论失败还是成功，得到的乐趣还是值得回味的。尤其有人愿意任你茶图她的味觉，我得了烧的乐趣，旁人得了吃的乐趣。

DIY美食的过程也是学习文化的过程。单单中国的饮食文化就已经博大精深了，象各地的风味小吃，与当地的民俗，观念，宗教，历史等都是息息相关的。比如北京小吃它的每一个品种的制作方式和食用方式等等，都蕴含着深刻的哲理和北京人特有的审美意趣。它既是物化的北京都城史的一块“活化石”，也是人化的北京人美学意识的象征。而集北京各种小吃之大成的小吃谱或小吃书，实际上就是一部小吃的文化与文化的小吃的画卷。



很多著名的菜肴都有个美丽的故事，不论真假，它都已经是菜的一部分了。与闽菜中的名牌佳肴“佛跳墙”相关的传说不少，其中一个，据说一位不知来历的高僧，光临福建传经布法，与他的寺院相毗邻的一家菜馆，时常有一种菜肴飘出异样的香味，令他蠢动凡尘之念。终于有一日，他按捺不住，跳过墙去，一饱口福，以至破了戒规。传说不见经传，却在民间流传，这更充分说明了佛跳墙这道菜经久不衰的魅力。有诗为证，“坛启菜香飘四邻，佛闻弃禅跳墙来”。

DIY美食，自娱自乐的活动，找个好吃又好做的菜，小露一手，大家乐一把。可以依葫芦画瓢，照搬菜谱，中规中矩的来；也可以自由创意，随意想象搭配。我心中的美食是让人吃着舒心，看着开心，价格平易近人。DIY着重制作过程，个中的乐趣只有参与者才能体味得到，菜肴的DIY的过程能让制作者感受到人生的五味，正如人生有各种不同的情感。内涵的“烧菜像做人一样要加倍谨慎”的深刻寓意，也为它添上了人生哲学的色彩。DIY最紧张的是将成果给别人试吃的时候，付出了辛劳，成败在此一举。

从只享受成果到现在自己动手，越来越喜欢吃了。对于有关美食的消息都倍感兴趣。蒸炒烹炸熏煮拌，吃真乃人生一大乐事也。

许多美食我们没吃过，没看过，甚至于没听说过，由此不可避免地会生发出几许遗憾。希望有一天可以和朋友们一道，骑着轻骑宝马，遍历名山大川，尝遍天下美食。



## 宁兴企业精神

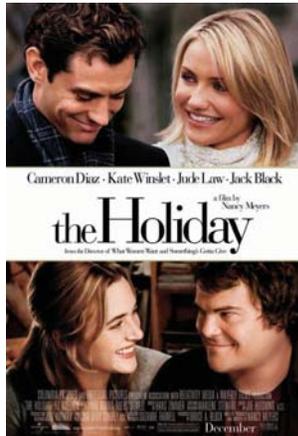
# ——诚实、敬业、进取、团结

- 诚实：是尽忠职守、言行一致，是勇于承诺担当的勇气。
- 敬业：是对事业坚定的信念、对工作精益求精的精神，是主动承担责任、客观务实的工作态度。
- 进取：是勇于挑战，追求超越的气魄。宁兴人大胆设想，小心求证，竞争与超越并存。
- 团结：是合作、开放、互动的理念。宁兴人之间要群策群力，协调合作。



***JUDGING BY THE WEATHER OUTSIDE,  
SUMMER HAS INDEED SUMMERED,  
TAKE TIME OUT OF YOUR BUSY AND HOT  
WORKING DAY TO CATCH UP WITH COOL  
ARTICLES FROM "MY!". THERE WILL  
BE A FANTASTIC WAY TO KEEP THAT  
CHOCOLATE HIGH BY GETTING SOME  
BRILLIANT IDEAS FROM OUR BRILLIANT  
STAFF. ENJOY!***

在这炎炎的夏日和大家热火朝天的工作氛围中，我们那些富有才气的员工们将用他们有趣的文章给大家带来清凉和舒适。大家一起享受吧！



# My Favorites Movie

NINGBO KINHIL RADIATOR CO.LTD CHEN XI  
(宁兴金海 陈曦)

As a movie fancy, I'd like to watch the comedy and some romantic movies in my spare time, and one of my most favorites movie is "THE HOLIDAY". It is a romantic and comedy movie which told that two women Amanda and Iris, who live in two different countries, American and the UK. However, both of them have to face the similar predicaments in their daily life. These two women met on line by chance, then they made a decision which is

they swap their house during the Christmas holidays. In a new and strange environment, both of them found a solution of their predicaments and true love in their life.

Although it is a comedy movie, it also reveals to the audience valuable information during you stick in the trouble, it is encouraged people to face the puzzledom bravely, finding and enjoying a new life rather than lock up yourself, maybe there is an opportunity waiting for you.

Although it is a very common and ordinary movie, it brings us some life philosophies. Moreover, the music in this film is also very moving and beautiful; therefore, I like it the most and want to share with everybody.

---

## My Favorite Program-Discovery

NINGBO KINHIL RADIATOR CO.LTD DONG QIN  
(宁兴金海 董琴)

Nowadays there are more and more TV programs are shown on the television in every day. Among those various of TV programs, "Discovery" is my favorite program which be showed on CCTV at 5' clock every afternoon except weekends. The program provides us with natural knowledge and scientific aspects. I like to know about the secrets of animals and some scientific research of the wild world. I am deeply abstracted by the knowledge of nature and science of the past, present and even the future. This program not only offer interesting and instructive content, but also exhibited many vivid and beautiful views of wild animals and natures to us. Furthermore, this program brought a great opportunity to us for improving our English and opening our view. It's really a great joy to watch it. If you don't believe what I said, just watch it by yourself. And then you will know whether I am right.



# Take Another Road, View Another World

NINGBO KINHIL RADIATOR CO. Ltd CAI HONGYAN  
(宁兴金海 蔡虹燕)

The No.517 bus as my morning working vehicle, it costs me nearly one hour to get to my office in every working day. Crowd passengers, stuffy chamber, invariable stops' name and boring buildings along the route, which I can not be more familiar with, all of these are composed of my morning life. When I get off the bus, I also felt like coming back from a furious battlefield, tiredness replacing the inspiration and enthusiasm. But this terrible experience was end up; when there were three buses changed their routes for road refitting one day morning. Then everything is changed, different route, different scenery. Taking another road, I find out much magnificent architecture that I had neglected or even not seen before. Eyes were full of strange shops and restaurant, unfamiliar road and corners. All my drowsiness was cleared up by my curiosity and excitement. What's more important? It saved me more than fifteen minutes to reach my office compared with before.

Some time, people are involved in their habits that have been formed many years ago, even though it was inefficient or became false when the time passed by. Due to people already familiar those issues, they were still willing to follow their habits for what is called 'convenience'. However people usually be blind by their habits, also lose many chances to enjoy many enjoys which brought by new and strange things, and that is really depresses. Thus, take another road, and then you will get another viewpoint. Sometimes, that is not such complicated as you thought. Become the leading lady or leading man in your life, try to get out from your invariable habits, and to enjoy the new adventure. It is not only in our daily life, but also in our working period. Through integrating different information collected from outside instead of adopting the blind alley, you will find a new wonderful world.



## IT'S NO LAUGHING MATTER

Laughter is a universal phenomenon, and one of the most common things we do. However, maybe we know little about the functions of laughter. It not only gives us positive emotions but also functions to promote social communication.

It's undoubtedly that laughing can make us healthier. It's exercise. To some extent, it's the best medicine. Some studies suggest that laughter affects the immune system by reducing the stress and that when you laugh the immune system produces more T-cells which are healthy to our body. Laughter brings us pleasure, happiness and joy as well as releases fear and stress. On many occasions, it also services as an effective tool in social interaction. Laughter really creates a bridge between people, disarms them and facilitates amicable behavior.

Consequently, it's no laughing matter at all. Let's laugh more in our daily life. I am sure it will bring you brand-new life.



NINGSHING  
INTERNATIONAL  
INC DING JIERONG  
(宁兴国贸 丁洁蓉)



During my college study, there are a lot of special things, but the most interesting one that I want to share to all of you is my camp to JiuFeng Mountain.

Not long ago, with 8 or 9 of my friends. We went to JiuFeng Mountain to have a BBQ. It was a sunny day, everyone seemed excited. Times flying, the sky turned darker and darker. It was time to camp. None of us had such an experience before. At that time, we heard JiuFeng Mountain never had any tents for the night. All of us wanted to camp down there, so we made an idea to sleep under a bridge. Before the sky turned dark completely, we gathered a lot of firewood. As many as we could collect. Afterwards we had enough firewood to fire though the whole, long and cold night. It seemed everything went favorably.

At five o'clock the next morning, with the happy birds singing, we woke up with sweet smiles. Then we went back to school.

Maybe that day we had not eaten fully, and did not sleep warmly, but that was my happiest day of my life. We'll never forget it!

NINGSHING INTERNATIONAL INC  
DEPARTMENT 3  
CHERRY HONG

## THE TRIP OF JIUFENG MOUNTAIN

# Fall in love with movie

NINGBO KINHIL RADIATOR CO.LTD JIN XUERONG

(宁兴金海 金雪蓉)



At the time I was a fresher in my university who has lots of free time; I would like to go to the university theater with my friends in the afternoon. One thicket, five Yuan, a large cup of milk tea, two Yuan, just a little money which can make me happy in all of the day.

The theater is old, the movie is either old, but they are many wonderful and classic old movies, especially Euramerican ones. The affectional film catches us most 'eye-balls'. It is obvious that every girl is longing for romantic love at that age, so do we. After the film, we usually argue or discuss the scenario, the actor and the actress, etc. we were delight with the happy ending, and flowing tears for the sadly part. The theater, the movie was accompanied with us in our college time.

Till now, watching movie is still my favorite hobby in my spare time, it brought so much happiness to me. And when you sitting front the movie screen, there will be a relax and comfortable feeling surround you. Watching movie already became the indispensable part of my life.

## Work and play

NINGBO TOPTRADERS INTERNATIONAL, INC. YE YING

(宁兴天博 叶滢)

**P**eople often feel that their life is burdened with work. They have no time to enjoy their life, they think playing will waste their time. However, work and play do not contradict each other. Infact, they completement each other. As the saying gose, "All work and no play makes Jack a dull boy." A life burdened with work leads you nowhere, for you would get tired and bored with your daily routine work. On the other hand, proper recreation will relieve the tension and discomfort of our monotonous life because it offers you various ways to help you to release pent-up emotions.

# THE PERSON I ADMIRE MOST

(宁兴丰田 张儒)

NINGSHING TOYOTA  
Zhang Ru



There are quite a few people that I admire greatly, but the one that comes first on my list is Abraham Lincoln, the great American emancipator. Although he was born poor, eventually became President of the United States by his hard working and honest behavior.

Apart from the many fine qualities that Lincoln had, his tough personality gave me very deeply impression. During his time, he dared to do what he thought was right, even his beliefs were very unpopular with many people. He also had infinite patience and tolerance to those people who disagreed with him, and bore their discourtesy toward him with admirable restraint as well as the manliness to forgive his opponents. When the Civil War ended, he treated his erstwhile enemies with great generosity. The words which are carved on the walls of the Lincoln Memorial in Washington D. C. that taken from his famous Second Inaugural Address and begin with the phrases which I shall never forget: "With malice toward none, with charity for all...".

Many people spend their salary liberty without any planning, it lead that getting broke before month-end. They then borrow to make ends meet.

Thus, there will be a question that how to draw personal budget? Here are some of my proposals, if you think that makes sense, you can follow it.

Initially, it is important that to assess your financial needs in the short, medium and long term. What are your financial objectives? What do you want to achieve in the course of time? Do you have any targets? What is your short, medium and long term needs? List all of them down.

Then to open two accounts in two different banks. One is leave you very closed; the other is far away from you. Divided your income into two parts, the former part of your salary is the short-term budget which satisfied your short-term needs, and this money should be kept in the bank which closed of your workplace. the later part as your long-term budget which is based on your personal financial objectives, and this money should be kept in the bank which far away from you.

To the end of a month, you can put the account balances that close of into the other account, and the money will be more and more in the account far away from you.

## HOW TO DRAW A PERSONAL BUDGET

NINGSHING TOYOTA Hu Bing

(宁兴丰田 胡冰)

# 欧洲掠影

Europe photo

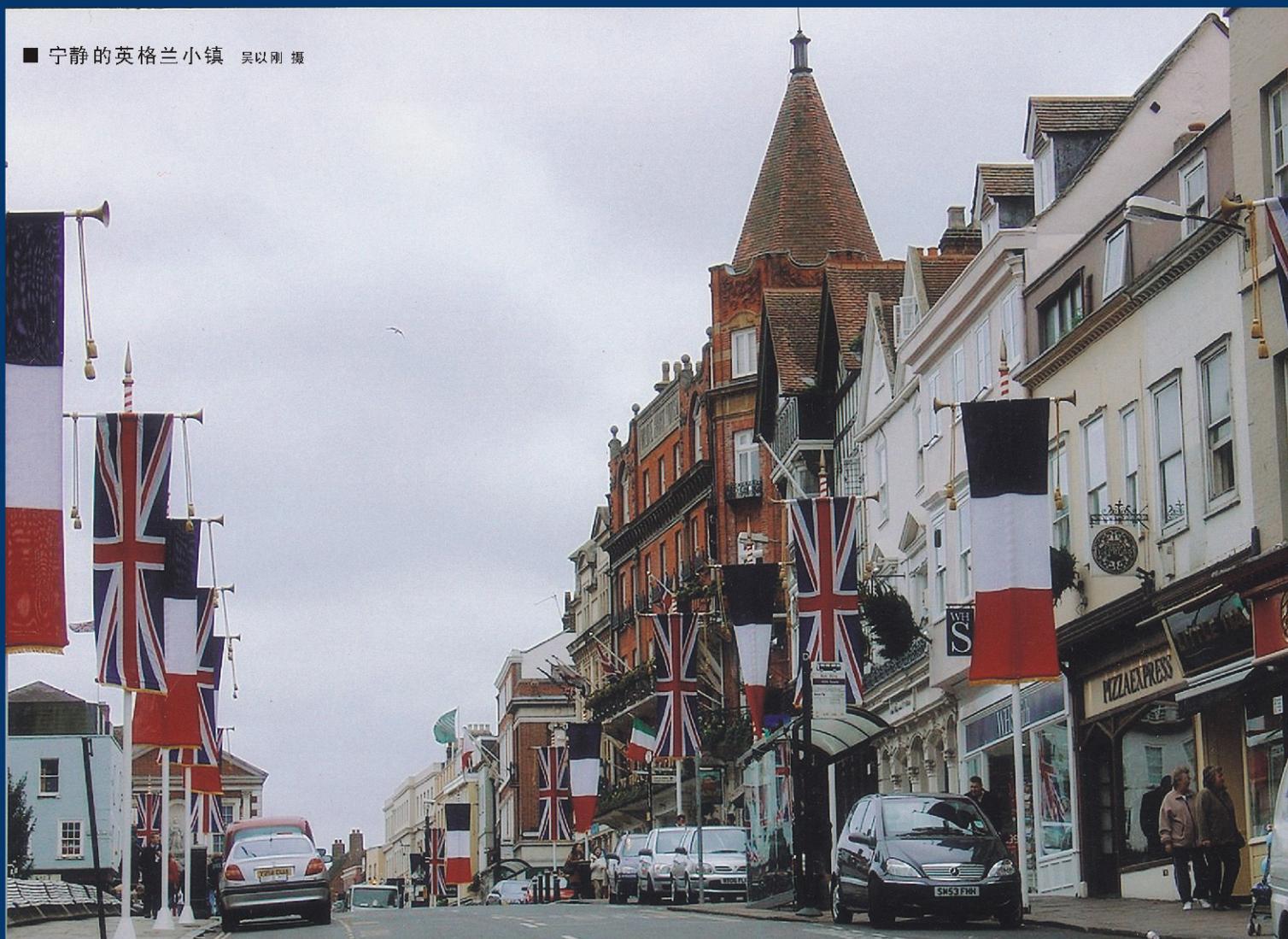
■ 初晴 吴以刚 摄



■ 街头艺人 陈宜清 摄



■ 宁静的英格兰小镇 吴以刚 摄





■ 受难 连勇摄



■ 征服阿尔卑斯 黄亚珥摄

■ 古堡风韵 吴伟中摄

■ 感受皇马主场 吴伟中摄



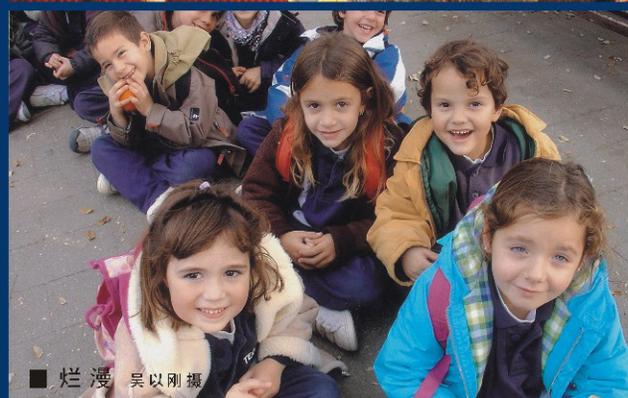
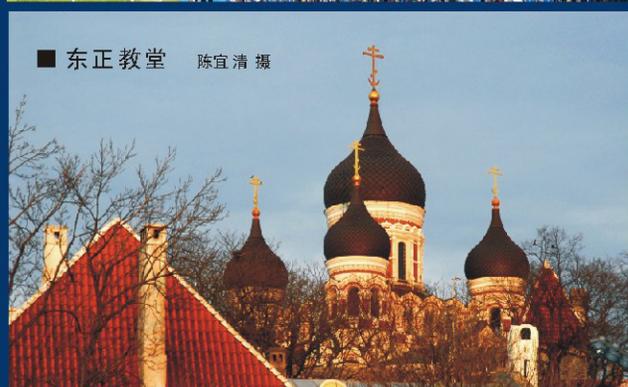
■ 东正教堂 陈宜清摄



■ 神光 连勇摄



■ 谐 连勇摄



■ 烂漫 吴以刚摄

# 川西

## CHUAN XI FENG QING

本版图片文字由黄亚琪 陈宜清 华旭东 顾伊琳拍摄提供

# 风情



◆ 老僧



◆ 会师仙乃日



◆ 拾牛粪的母女

川西的康巴地区,自古以来是汉、藏、彝等民族交流通商的要道、民族迁徙的走廊,也是多少年来令世人寻找的大香格里拉核心地区。自汉朝起,茶叶和马匹就是汉藏地区的交易商品,也就是世所闻名的“茶马古道”。

川西高原群山争雄,大河奔流。长江的源头及主要支流在这里孕育了古老与神秘的文明,大渡河、雅砻江和金沙江带着雪山草地的气息由北向南流淌。地理与气候促成了这方土地独特的景观和复杂的高原气候。一山有四季,十里不同天便是那里真实的写照。沿着川藏线一路走去,冰川胜景海螺沟、蜀山之王贡嘎山、情歌之乡康定、摄影天堂新都桥,世界高城理塘镇……赋予了川西高原生命的内涵。

而沉睡在古老冰川遗迹环抱中的美丽藏乡——稻城亚丁,更以其特有的自然生态,深谷飞瀑、草原雪山和纯朴的藏民,渐渐脱去神秘的面纱,吸引了众多的驴友前来一睹她的芳容。

闻所闻而去,见所见而归。趁着五一长假的难得的空闲,我们自发组成了“宁兴摄友团”,又一次扛起了长枪短炮,尽情的越野在“难于上青天”的高原蜀道上,去亲身感受恬静、质朴的康藏风情和隐逸在雪山之中那永恒、宁静的香格里拉神韵,用指尖留住了那情、那景、那人……



◆ 康巴汉子



◆ 康巴小子



◆ 海螺沟冰川



◆ 金色早晨



◆ 塔公风光



◆ 舞动的经幡



◆ 藏居(一)



◆ 藏居(二)



◆ 喇嘛兄弟



◆ 水中神山

二十四集电视连续剧  
**PURSUE**



宁兴百纳影视传播有限公司

一个普通人的生活突然间变得天翻地覆

**PURSUE**

一次次生死关头、一次次心灵煎熬，一次次绝处逢生

主演：黄海波 饰 蒋冬至 杨志刚 饰 卢扬 王媛可 饰 董荷 李强 饰 徐中路 董晓燕 饰 梁幼青 王新军 饰 周国勤

寧波寧興控股股份有限公司  
NINGBO NINGSHING HOLDINGS CORPORATION  
中國寧波中山西路138號天寧大廈24-28樓  
Tianning Mansion, No. 138 Zhongshan Road West, Ningbo, China  
Tel: 86-574-87287288 Fax: 86-574-87287278  
E-mail: info@ningshing.com Http://www.ningshing.cn

