

关爱留守儿童 共建爱心书屋

——记普定县苑坝小学站助学之旅活动



※ 助学之旅活动在苑坝村正式启动



※ 面对镜头, 孩子们稚嫩而又害羞的笑脸



※ 建成的新书屋内景



※ 孩子们在新书屋里翻看喜爱的书籍

花伴里人生讯 2014年6月28日, 由安顺市商务局与花伴里集团安顺项目, 联合主办的“助学之旅, 苑坝小学站”活动在普定县化处镇苑坝村正式启动; 活动的举办得到了省物流行业协会、北京华联安顺分公司、安大大学校等社会各界的鼎力支持, 贵州省商务厅商贸服务处副处长张玲、安顺市商务局局长李猛及商务局全体党员干部参加了此次活动。

苑坝村地处偏远、经济社会发展缓慢, 村里的小学仅能满足一至三年级的教学需求, 在校生共66名, 其中留守儿童占学生总数的85%以上。

出于“关注教育、关爱留守儿童”的目的, 安顺市商务局和深圳花伴里集团实业有限公司安顺国际商贸城联合举办了此次活动, 在现场, 安顺国际商贸城向苑坝小学捐赠了爱心书屋, 并捐赠图书千余册; 北京华联安顺分公司及市儿童福利院祝阿姨等各界人士也向苑坝村的留守儿童捐赠了文具用品; 安大大学校校长顾国权先生更在现场表示将在苑坝村成立支教点, 持续关注苑坝村留守儿童的教育问题。

安顺项目公司始终奉行了中国公益事业“义利兼顾、德行并重”的

宗旨。在安顺投资兴建的安顺国际商贸城, 是深圳花伴里实业集团在贵州省的第一个投资项目, 是贵州省重点工程项目, 2013年投资建设至今, 已经建成商贸城面积近20万平方米, 项目功能定位为商贸物流一站式综合性现代商贸物流集散地, 建成后每年为政府创造上亿的税收和上万人的就业机会, 成为黔中地区的商贸和物流引擎, 为黔中地区提供产业培育、企业孵化、信息交流、市场拓展、品牌推广等各项多功能的商务平台。

此次助学之旅旨在关心教育、关爱留守儿童, 苑坝小学的捐助只是我们活动的第一站, 我们愿以企业的微薄之力, 并结合社会各界的力量, 促进安顺的基础教育事业, 将此次助学活动越办越大、越办越好!

活动最后在苑坝村小学孩子们的欢声笑语中结束, 希望更多的企业、更多的人能够参与到关爱留守儿童的行动中来, 将我们的社会建设得更加美好!

“花伴里集团安顺项目助学之旅”组委会爱心热线: 0853-3833360

(记者/张龙(安顺项目))

迎接新挑战 迈步新台阶

——记合肥万科皓智地产一行参观考察乐雅德

花伴里人生讯 6月19日下午, 合肥万科皓智地产有限公司采购部鲁健经理随行人员3人, 在乐雅德合作伙伴陈总、公司黄剑雄经理的陪同下对我司进行参观考察。

此次考察与上一次海南万科项目, 已经相隔两年, 此次与合肥万科公司建立项目合作关系, 乐雅德提前筹备考察相关工作, 包括人员的接待, 工程考察项目流程安排等。合肥万科皓智一行考察过程中, 参观了公司办公环境, 并对公司人员架构、完工项目以及正在建设的项目规模、进展情况等内容进行了详细的了解, 随后双方就所做的项目因南北环境的差异, 所需外墙涂料材料、工艺等问题展开讨论。此次考察, 万科皓智考察人员认同及赞赏乐雅德的企业文化和项目施工建设所取得的成绩, 并表示对与我司合作充满信心, 2014年6月23日顺利同我司签下广州万科清远华府项目外墙涂料工程。

此次参观考察为日后乐雅德与万科的合作持续全面深入、建立战略的合作关系奠定了基础, 乐雅德将秉承企业理念, 打造更多质优产品, 开拓更多的新项目、新领域, 不断迎接新的挑战。

(通讯员/张丹)

龙岗花半里 举行乒乓球友谊赛

花伴里人生讯 为了丰富小区业主的业余活动, 通过活动促进业主与业主之间的交流与互动, 本着“友谊第一, 全民健身”的目的, 管理处于5月下旬举办一场乒乓球友谊赛。

本次活动小区业主及住户都积极响应, 踊跃参加, 截止报名时间共计有21名参赛者。当中有稚嫩的小孩, 有白发的老者, 有带小孩的家庭主妇, 从此看出体育的魅力是不分年龄段, 不分性别的。

整个赛事当中, 参赛队员各显风采, 给大家奉上了一场精彩的竞赛体育盛宴。一个个刁钻的角度, 一道道精美的弧线, 一板凶狠的扣杀, 无不显示着参赛者们的实力和智慧。比赛当中参赛者们践行着“友谊第一, 全民健身”的体育竞赛精神, 相互切磋, 增进交流。

最后管理处对本次赛事进行总结并为冠亚军颁发了证书及奖品, 并呼吁广大业主能在日常忙碌中抽出一点时间进行体育锻炼。此次活动让业主们身体得到锻炼的同时, 彼此之间也得到了更多的交流与互动, 业主们纷纷表示, 希望社区能更多组织类似活动, 并承诺定会积极参与。

(通讯员/李谷峰)

快乐六一 放飞梦想

——记花半里清湖花园六一活动



※ 孩子们精彩的舞蹈表演



※ 活动正式拉开帷幕



※ 社区阿姨们为活动表演助兴

花伴里人生讯 “六月的花半里, 鲜花盛开, 欣欣向荣; 六月花半里, 朝气蓬勃, 张灯结彩。伴着花的芬芳, 披着节日的盛装, 迈着喜悦的步伐, 我们一起走进六月, 走进了孩子们的节日——六一儿童节。”伴随着主持人的开场白, 花半里清湖花园“庆六一”文艺活动拉开了帷幕。

小区舞蹈队奶奶们带来的的腰鼓表演《张灯结彩》那叫一个热闹, 带动了整个现场的活动气氛, 下面的观众是一个劲的鼓掌、喝彩。幼儿园的小朋友集体舞蹈的《左手右手》、《babytree》虽然表演得有些稚嫩, 好多的动作都不整齐, 可孩子们积极认真的劲儿引来不少家长驻足观看, 并不停的抓拍小伙伴们可爱的模样。一首《生命的礼物》是小朋友献给父母的, 孩子们在唱出自己心声的同时, 也让一旁的父母感动得眼角湿湿的。《木兰谣》勾起了许多家长儿时的回忆, 乐器表演葫芦丝、巴乌、钢琴也是十分精彩, 别看孩子们年龄不大, 可舞台经验那是相当丰富, 活脱脱就是一个个小艺术家呀!

活动现场不仅有精彩的自编舞蹈, 还有可爱的小丑先生现场派发礼物, 只见一个一个普通的

汽球在他的手里, 不一会的功夫就变成了各种玩具, 小熊、小手枪、小蜜蜂……哄得小朋友们个个都围着他转。还有一个更讨人喜欢的人——魔术师, 他可以把东西瞬间从有到无, 从无到有, 无不令人拍手称奇, 两只和平鸽子的出现, 把现场整个气氛推向了高潮。最后, 活动在欢快的《欢聚一堂》扇舞中圆满结束了。

加强企业品牌文化的建设, 营造良好的社区文化氛围是盛世嘉物业公司致力实现的社区管理目标, 此次“快乐六一、放飞梦想”六一主题活动, 让社区业主和孩子们共同享受着快乐时光, 家长们纷纷表示这次活动形式活泼、参与性强, 社区家长们和孩子之间有了更多的互动。虽然活动结束了, 可动听的歌声、优美的舞蹈、悦耳的丝竹音却一直萦绕在我们的脑海。让我们共同期待下一次的相聚, 期待下一次的精彩, 期待花半里的明天更美好!

(通讯员/饶李梅)



※ 培训现场



※ 参训人员就相关问题进行探讨

强化专业知识，提高业务技能

——记拓展中心上半年专业内训

花伴里人生讯 为强化员工专业知识，提高业务技能，推进集团拓展业务的开展，2014上半年度，拓展中心以“城市更新”为主题，举办了6场专业内训，来自拓展、运营、财务、人力等部门合计159人次参加了培训。

2014年初，集团对培训工作提出“提升人员素质”和“建立标准化”两大目标。拓展中心积极响应集团要求，围绕“城市更

新工作”制定了详细的培训计划，内容涵盖了标准化流程、政策要点、工作技巧以及专业素质要求。这一系列课程吸引了拓展、运营、财务和人力等职能部门的员工参加，在学习的过程当中，参训人员从自身工作和专业角度出发，展开了热烈的讨论。培训促进了本专业人员的业务能力提升和跨部门之间的横向交流，有效地推动了集团拓展业务的开展。

回顾上半年的培训，拓展中心呈现出两大亮点：一是课程内容丰富、系统；二是课程形成精品，并向别的部门有效输出。但仍有个别中心至今没组织过一次专场培训，希望在下半年的工作当中，各职能中心均能从自身工作出发，打造更多的精品课程，以完成集团的要求。

(文/海桐)

开启标准化之路（六）

——记《商业项目物业工程条件标准》培训

花伴里人生讯 为促进各专业之间的业务交流，建立商业项目物业工程条件标准，6月27日，商管中心举办了《商业项目物业工程条件标准》培训。来自设计、成本、运营、商业等单位，共计35人参加了学习。

此次培训由商管中心商业工程经理张学明主讲，他结合案例，详细讲解了商业项目的物业工程条件标准，并指出：商业项目建设应充分利用各种商业资源，做好商业规划，实现成功招商、销售和日后的成功运营，希望集团商业项目在设计、成本等专业口上达成一致，共同推动商业项目的建设、达成集团战略目标。

此次培训是集团第一次大规模的、四个部门全体人员参加的专业培训，课程选题抓住了不同专业的需求点，形成联动，并提出专业标准。这

表明各专业能从具体的业务出发，共同建设标准，集团的标准化之路正在良好的轨道上前进。

精彩语录：

“商业形态、业种的分布规划会影响购物中心的局部规划设计，也是购物中心持续经营、利润最大化的基本保障之一。”

“商业策划在立项时介入，设计部门在设计思路充分考虑商业业态的需求，把握好成本控制，为后期的招商提供支撑。”

“购物中心内容的经营户较多，购物中心必须将承租户经营业态、业种进行统一商业规划，形成错位经营，这样也有利于购物中心内部个体经营户区域的建筑、结构、水电、暖通、装修等方面的设计与经营户的要求相配套。”

(记者/黄逸斌)

不要等老板来安排你的工作



公司里总有一些人经常闲着无事可干，领导走过去询问原因，他就说：“您安排的事情做完了，没事啦。”这样的人每个公司都存在，他们认为，做完老板安排的事情就很不错了。然而，在企业里，虽然听命行事相当重要，但是个人主动进取的精神更重要。在新经济时代，昔日那种“听命行事”的员工已经失去竞争优势了，今天企业欣赏的是那种不必老板交代，就自动自发去工作的人。

闻名世界的美国钢铁大王卡耐基说：“有两种人注定一事无成，一种是除非别人要他去做，否则绝不会主动做事的人；另外一种人则是即使别人要他做，他也做不好事情的人。那些不需要别人催促，就会主动去做应该做的事，而且不会半途而废的人必定成功，这种人懂得要求自己多努力一点多付出一点，而且比别人预期的还要多。”

著名职业经理人卫哲刚进入职场时，曾有一段佳话。1992年，当卫哲还在上海外国语大学就读的时候，他曾到万国证券勤工俭学。他翻译的一份年报得到了万国总裁管金生的肯定，管金生表示一定要见这个年轻人。就是这次见面，让卫哲成为了“中国证券之父”管金生的秘书。

与一般秘书不同的是，卫哲工作时非常积极主动，想老板之所想，急老板之所急。刚开始管金生只是让卫哲翻译年报，剪剪报纸，这些事情对于一般人来说是小事，但是卫哲却把它当成大事，做足了工夫。卫哲十分留心在那么多的剪报中哪些是老板看过的，然后进行引导。这些事情，老板没有要求他这么做。到后来，管金生不看剪报中午就吃不下饭。

作为秘书，卫哲要做给老板端茶倒水这样的小事，他也琢磨出很多技巧。比如开会时，什么时候去倒茶水，才不会打断老板讲话的激情；什么时候光倒水不加茶叶，什么时候该带着茶叶进去；老板有抽烟的习惯，什么时候打火机的油没了该换个打火机，卫哲都把握得很有分寸。

经过一段时间的观察，管金生认识到，如果再让卫哲做复印、倒水、剪报等事情，就是屈才。于是，24岁的卫哲出任上海万国证券公司资产管理总部的副总经理，成为当时国内证券界最年轻的副总。

千万不要认为只要准时上下班、不迟到、不早退就是尽职尽责了，就可以心安理得地去领工资了。工作需要的是一种自动自发的精神，自动自发工作的员工，将获得工作所给予的更多的赞赏。

微软企业文化的一个精髓是员工要自己找事做。每一个员工都要充分发挥自己的主动性，既要有很强的责任感，同时也要有激情。简单地说，微软的工作方式就是“给你一个抽象的任务，要你具体地完成”。对于这一点，微软中国研发中心的桌面应用部经理毛永刚深有体会。1997年他刚被招进微软时负责做word，当时他只有一个大概的了解，没有人告诉他该怎么做，该用什么工具。他和美国总部沟通，得到的答复是一切都要靠自己去做。这样，员工才能发挥最大的主动性，设计出最令人满意的产品。最后，毛永刚通过自己的努力，出色地完成了公司交给他的任务。

然而，现实生活中，又有多少人在自己的工作岗位上积极进取呢？坦率地说，现在许多年轻人，大多数情况下是茫然的。其实，“工作”是一个包含诸如智慧、热情、信仰、想象和创造力的词汇。没有人会告诉你需要做的事，这都要靠你主动思考。在自动自发工作的背后，需要你付出比别人多得多的智慧、热情、责任。当你清楚地了解了企业的发展规划和你的工作职责，你就能预知该做些什么，然后马上行动，不需要老板吩咐。

我们应该明白，那些每天早出晚归的人不一定是认真工作的人，那些每天忙忙碌碌的人不一定是优秀地完成了工作的人，那些每天按时打卡、准时上下班的人不一定是尽职尽责的人。对他们来说，工作仅仅是一种简单的交易，对每一家企业和每一个老板而言，他们需要的决不是那种仅仅循规蹈矩，却缺乏热情和责任感，不能够积极主动、自动自发工作的员工。

当你明白这样的道理以后，请主动去做你要做的事情吧！不要等你的老板和上司来安排你的工作，自己的生命自己做主，当你全力以赴地做好你的工作的时候，你将得到最高的回报。

(文章来源/《智齿婴童行业智库》)

增强法律观念 防范经营风险

——记盛世嘉法律风险防范专题培训



※ 盛世嘉全体骨干人员参与法务培训

花伴里人生讯 企业如何让员工安心为企业工作？企业如何正确管理员工，构建和谐劳动关系……这些问题解决不好，企业将面临承担经营损失的风险。为此，2014年6月27日盛世嘉公司组织骨干成员，开展“员工劳动关系管理”法务培训，特地邀请到集团法务部郭律师及周艳萍讲师为大家做专题培训。

本次培训主要内容是关于员工离职时，各种类型解除劳动关系的处理技巧和应对措施，以及介绍违法解除或终止劳动合同会给企业所

带来的后果。参训人员就实际用工过程中所遇到的问题，结合讲解内容展开热烈地互动。

接下来的工作中，盛世嘉将进一步开展多种类型的“员工劳动关系管理”法务培训，以此提高中、基层管理或劳动人事等重要岗位人员的法律知识并运用到日常工作当中，构建企业和谐用工关系。进一步建立、健全企业规章制度，使之更具有系统性及可操作性。

(通讯员/饶李梅)

20年内中国房地产业依然是支柱产业

房地产不仅仅是经济问题，而且是社会问题，甚至是政治问题。如果不解决居者有其所的话，会产生社会问题，所以房地产作为支柱产业，不管从哪个角度看都是重要的。

十八届三中全会明确了要让市场资源配置发挥决定性作用，特别是在价格问题上，对房地产的调控思路应该转移到真正让市场在价格上起决定性作用，让购买者、市场的消费者在这里起到重要的作用。另外要从供求关系上解决这个问题，如果是限制供应，那最后的结果是需求更加紧张，所以必须要从供应和需求两个方面共同解决商品房健康发展的问題。

对于房地产业的发展，有很多细节的问题。因为牵扯到开发商、银行、购房者、政府甚至单位，各方尽量求同存异，取得合理的解决方案，是最终希望能看到的。所以中国房地产业在20年之内仍是支柱产业，不断上升的产业。要使这个产业健康发展，要有正确的理念，要真正按照市场规律来发展商品房地产，政府要履行职责，把保障房建设好，真正实现居者有其所的社会目标。

秦虹：提高城镇化质量的关键是让农民工真正变市民

提到新型城镇化对房地产的影响，就不得不说2013年底结束的中国城镇化工作会议，它对未来城镇化所做的一些战略性政策。如果观察这个会议，我看到的是在推进城镇化提了六大任务：一、推进农业转移人口市民化；二、提出要提高城镇建设土地利用效率；三、建设多元可持续的资金保障机制；四、优化城镇化布局和形态；五、提高城镇建设的水平；六、加强对城镇化的管理。对房地产市场产生直接明显的影响主要集中在第一、第二、第四点。第一是农业转移人口市民化，第二是城镇建设用地的政策问题，第三是用地格局和形态的转变。

未来房地产投资改变了过去铁板一块、单边配套，未来的房地产发展有没有机会？当然有机会，

这个机会有变化。从趋势性机会，变为结构性机会。在结构性机会下我们一定要关注人向哪里去，需求在哪里，就涉及对未来城市群投资的选择。人口城镇数量密度越大的地方成立新城越快，哪个地方产业多，越多的产业会派生出新的产业，会不断吸引更多的人口集中。所以未来房地产市场的发展，城市化推进的格局和形态，走城市群发展的道路是值得投资者关注的。

李稻葵：经济增长速度和人口结构直接影响房地产市场

影响一个国家经济和房地产的走势尤其是住宅的走势，离不开三个宏观因素：整体经济发展的增速或者潜在的增速、金融资金的流向和人口结构的变化。

未来5~10年，房地产市场一定会走稳，不可能重塑去年的辉煌。摆在大家面前的一个问题是，怎么样让房地产行业不要出现突然的拐点，不要出现所谓的剧变，相反能够逐步地跟整个经济发展同步，既不要拖后腿，也不要虚高。换言之，怎么能够逐步实现“软着陆”。这是未来5~10年摆在产业人士、政策界、经济学界共同的任务。

其中有两个关键点至关重要：一是必须要找到一个能够拉动经济，能够部分替代房地产的新增长点。二是要防止出现所谓的拐点，防止出现所谓的突然变化，逐步控制各种风险。

接下来值得我们讨论的有三个方面：一是百姓买房子财政上的稳健投入要控制好。二是对地方政府过分依赖土地出让费用。要找到一个可持续的提高公共财政的途径，不要搞转移支付。直接在人头上交给地方，包括地方政府把部分投资通过改革的方式吸引民营经济，来缓解政府的财政负担。三是房地产行业融资的渠道必须拓展，除了信贷和银行还需要国债等。

(来源：中国房地产网-中国房地产报)

房地产营销的9大概念战

一、物业管理概念

物业管理概念是我国房地产业较早开始“炒作”的一个概念。作为房地产开发链上的一个重要环节，某一个项目物业管理水准的高低是影响业主作出购买选择的重要因素。

因为业主都希望生活在一个安全、方便、体贴周到的环境里。因此，我们常常见到稍大的楼盘和高档楼盘，往往打出“引入香港顶尖物业管理”之类的旗号。

为适应房地产业的发展需要，我国物业管理机构应该建立自己的经营管理服务理念，探索先进的物业管理服务模式和崭新的物管企业运营机制，充分发掘企业文化和社区文化，着眼于打造物业管理品牌，才能在房地产营销中保持主动。

二、绿色生态概念

房地产业内绿色生态概念风行。

绿色营销理论的核心是，企业营销活动应该是以人类的绿色消费为目标而进行的一系列营销活动，是实现公司赢利、消费者需求满足和社会长远利益三者动态平衡的新型营销。

绿色营销观念强调企业的营销活动要保护环境，有利于维护生态平衡，减少污染，避免资源浪费，提供亲近自然的、无害化产品和消费。

这股绿色生态概念之风自然很快吹向房地产业。企业在房产营销中打出了环保、绿色、生态的口号，在营销全过程力图体现“绿色”关怀。

例如，地段选择尽可能远离污染源，墙体和窗户采用新型保温隔热隔音材料，拒绝使用粘土红砖（减少土地资源消耗），装修装饰使用新型无污染、无刺激、无公害的材料，房屋建筑尽可能减少光污染、降低噪音、污水和生活垃圾集中处理等等。

在生态营造方面，则普遍强调小区景观的配套和环境的绿化，强调居住环境的舒适性、无害化以及生态环境的和谐性。

这些都成为楼盘中的USP，成为吸引顾客的“卖点”。

三、欧式概念

欧式概念几乎是全国房地产市场上最普遍、最常见的概念模式。

从我国房地产业起步伊始的沿海和南方城市，到今天的内陆城市，欧式概念之风一直在热吹之中，成为竞相模仿和攀比的焦点之一。

无论是建筑的外观造型，还是小区环境的布局，力图体现欧式建筑的古典美、现代美。

在很多城市，稍有实力的开发商，稍大的楼盘，就要请海外设计师担纲设计。

外观设计则往往是欧式圆形拱门，欧式窗户、罗马立柱，欧式门楼、檐口和墙面浮雕装饰；小区景观则城堡式建筑、欧式雕塑小品、欧式风景树、欧式花园草坪等；还有实力雄厚的开发商，甚至将整个小区“欧化”。

四、品位概念

追求品位，是现代逐富裕起来的人们共同向往。

有一句几乎成为经典的广告语——“我选择的是家，不是房

子”。这句话似于把房子和家对立了起来。

其实不然，如果换一个角度看，它恰恰体现了房子之于家的重要性。

房为家的载体，没有房，何以为家？在某种意义上说，房子是家的代名词。对普通百姓而言，房子是一个家庭最大的“大件商品”，它是人们享受生活的基本条件。

无房的人梦想有房，有了房的人则无不希望把“家”建设得温馨、高雅和舒适。因此，在善于制造概念的房地产营销人士头脑里，品位概念自然又是一个重要的“噱头”。

五、人文概念

现代都市人，每天奔波于繁华闹市，车水马龙，喧嚣尘扬，更希望能寻得幽雅高尚之所，置业安家，与高尚人士为邻，受文化环境熏陶，修身养性，让自己和家人在享受生活的安逸、温馨的同时，还能够浸润在一个文明、高尚的文化氛围里。

对人文氛围的追求，是都市人在满足了基本温饱之后，生活境界和精神境界上的更高要求。

于是，在房地产营销的概念演进中，人文概念的流行也就是十分自然的事了。

开发商和企划人都希望借助人文概念来提升楼盘的内涵和品质。

什么“与高尚人士为邻”、“某某家园，墨香中的家”，什么“某某花园，书香门第”之类的广告，一个比一个喊得更响亮。

六、旅游休闲概念

现代人在紧张、工作之余，希望获得休闲、旅游度假，调节心情，放松心情。

休闲将成为现代人的重要生活方式。因此，那些在城郊结合部开发的项目，特别是别墅项目区，则着力营造旅游休闲概念。

如泳池、沙滩、戏水池之外，辟有野趣烧烤乐园，随物业赠送小型花圃或农庄（可代为打理），还有的项目干脆建在远郊的旅游度假区。

最近，著名经济学家厉以宁公开发表一种观点——拥有两套住房才算小康，引起社会广泛关注。他所说的另一套房主要被用作周末和节假日度假之用。

可见，学者分析和身体力行者们“想到一块儿去了”。这说明旅游度假概念反映了房地产开发的一种重要趋势，难怪开发商和企划人们开始热衷于营造这一概念。

七、会所概念

从字面意思上讲，会所就是项目业主或小区内居民聚会之所。顾客在接受房地产广告信息和作出购房选择时，面对的大多数是期房或半期房，所以尽管很多发展商在楼书和规划图中展示了漂亮的会所“效果图”。

但更多的发展商主要是把它作为一个销售卖点而已，至于会所何时能真正建成，提供哪些服务，由谁经营和如何经营等细节问题，并没有确定，所以顾客得到的仅仅是一个美丽含混的承诺。

八、亲水概念

水也是21世纪最珍贵的资源。而我国是一个水资源相对缺

乏的国家。

在很多城市尤其是北方城市，缺水严重，水就更显珍贵。因此，生活在都市的人们，如果能选择亲水居住，是一种亲近大自然的惬意人生。

在这种追求下，亲水概念不知不觉风行房地产业。

不少开发商把项目用地由原来首选地段因素转向临水因素。于是乎，那些临湖、临江、临河的项目开发一下子热了起来。

只要看看如今楼盘项目的名称，便可以看到与水的关系：蓝湾俊园、金色港湾、银海湾、秀水公寓、海岸花园、恋湖公寓、玫瑰湖畔、碧水湾、锦绣香江、星河湾、山水庭苑、临溪居……

九、智能E化概念

智能E化概念是近几年提出的一个新概念。

从近几年的房地产文章和大量的房地产广告中，“智能”、“E化”概念的热炒，似乎标志着入住的业主能一夜跨入智能社会、数字时代。

然而，对大多数市民和购房者来说，“智能化”仍然是雾里看花。

不少人认为，上网、宽带、可视对讲、红外线监控、远程抄表就是“智能E化”，也有些开发商出于“炒”概念的目的，不管够不够格，故意朝这个概念上套，以时髦的词汇“蒙”人。

其实，真正意义上的“智能化”应该由下列体系构成：

一是安全防范系统：包括防盗报警、周界报警、出入口管理、火灾和天然气报警、求助呼叫、访客对讲、指纹识别等；

二是信息管理系统：这包括三表（电表、水表、气表）甚至多表远抄、设备监控、车辆管理、紧急广播与背景音乐、有线电视和电话等；

三是信息网络系统：要求宽带接入，建立起小区共享的现代信息网络系统，具体包括构建小区信息服务平台，小区电子商务系统（网上超市、商品报价系统、电子付款），和小区综合信息管理（安全管理、人口管理、车辆管理等）。

小结：

房地产营销的概念之战，有其必然。

随着人们生活水平的提高，人们对住房需求也呈现多样化的趋势。房地产营销中，差异化营销也就成为必然。而实施差异化，就需要进行深入的市场细分。

概念营造是成功的市场细分的表现，一方面有利于引领行业发展，另一方面也便于顾客作出自己的选择。

无论是开发商，还是为开发商服务的企划人，均需要在细分中寻找自己项目的相对优势，并在广告宣传中借助于某一个简洁的概念加以归纳，并据以广泛传播。

所以，房地产营销中，概念之战对于推动房地产业进步，对于提升房地产营销水准，无疑是有积极作用的。

而我们应该反对的是那些不切实际地生造概念，夸大其辞，甚至用虚假概念来哄人的做法。这样不仅搬起石头砸自己的脚，也对销售没有任何促进作用。

(编辑整理 / 刘毅)



※ 先试探性用其他工具排污



※ 徒手下井疏通排污管



※ 成功后的喜悦早已掩盖了这满身的污物



※ 清理污物



最可爱的物业人

巡逻安管员发现商铺门前的排污管道有堵塞现象，如不及时清理的话，污水就会由井盖溢出，将会导致商业街污水横流、臭气熏天，商户将无法经营，行人也将无法正常通过。

工程部值班人员王万峰、黎伟，收到通知后，立即带上工具前往查看。先是用软管探性的疏通一下，发现此次堵塞比以往都要严重，在紧急关头下，必须要有有人下到排污井内实施人工清淤才行。王万峰二话没说，脱掉身上的衣服，直接跳进污水井，用自己的双手来清掏管道内的污物，黎伟从旁协助。10分钟过去了，井里的王工浑身上下沾满了粪水；半个小时过去了，清出来的污物堆成了小山，黎伟也被毒辣的烈日晒得浑身湿透，鞋子上、裤子上、手上，到处都沾满了污渍，

但谁也没有一句怨言，仍然在埋头继续清污。一个多小时过去了，管道终于疏通了，由于两人身上的污物太多，只能用消防水来进行冲洗。清污工作脏、累，但谁也没有计较工作时的困难，管道疏通的那一刻，大家的脸上都露出了胜利的笑容。

类似的事件在我们身边时有发生，每当这时，大家都能团结协作、不遗余力、挺身而出、并且毫无怨言。这就是他们，一群当代最可爱的物业人，他们用敬业的态度和辛勤的汗水换来了业主们的认可，得到了同事的尊敬！

让我们向最可爱的物业人——致敬！

(文/李虹霞)

我们很难做到完美无缺，每一个人都有自己的优点与缺点。都有自身存在的价值，如何才能让自己价值得到提升，这就是我们应该思考的问题。

人生是一个优胜劣汰的竞争过程，在追求成功的道路上，良好的习惯常常是获得成功的捷径，即使是很小的坏习惯，也会给人的事业带来意想不到的收获。很多时候大家都会第一时间做出抵触的反映，认为很难做到，人最难改变的是习惯，有些权威人士也认为改变习惯是一艰苦漫长的过程，是一件痛苦的事情，所以无论做什么事情，都不要轻易的说出，这个事情真的很难，我做不好，因为你的潜能是无限的。所以不要轻易的去否定某一件事情与决定，要去尝试，挖掘与开发自己的潜能。复杂的问题简单化。简单的问题程序化。

在工作中我们总觉得有做不完的事情，事实上却是我们自己没有分清轻重缓急，当你理解了这些话并运用到工作中，你会发现做起事情来更加轻松。很多人接到上级安排的事情都会用一定固定的思维方式去解决问题，没有想法到做这件事情意义何在，为何要用这种方式去做，有什么更加简单快捷明了的方式，很少会有人去思考这些问题，只是单一的去做这件事情，所以汇报工作或者做事情之前都应该做好充分的准备和论证，应该提供多种思路和预案，多让老板做选择题。老板的时候是宝贵的，没有闲时和我们瞎扯闲聊，最好让他尽快做出决定性。填空题、思考题是员工的事情，不要把自己的事情加给老板，否则请你看你价值在哪里。请你来就是做事情的。而不是去找原因或者去推卸责任。给自己的上司与老板。如果事事都需要他们来解决，那请你来干什么。学会自己解决问题，学会承担责任。

据令而行、乱令而行、不令而行

你的价值在哪里？



先按照上级的指令做事，不要问为什么，不要去抵触和抗议，不要急于否定或者说我不知道，不清楚。先把事情做好即可，这就是据令而行；当能力逐渐提升，对上级的指令更有自己的理解，可依据实际情况做的更完美，此为乱令而行；到后来，根本就不用上级发布指令，自己知道该做什么、怎么做事情更加简单轻松，更加容易把事情办好，更加容易让别人接受。于是大成，此为不令而行。

在工作中我们要学会发现问题、思考问题、解决问题，我们不能仅仅抱着不求有功但求无过的态度，而是要主动的积极的去做事情，而且还能把事真正做好，这样才能体现我们的价值。

学会用脑、勇于承担责任

实际上在工作中，大家都知道问题所在，并有能力解决问题，但是大家经常会选择逃避。更加不会去行动解决问题，所以我们要多动脑子，积极主动的解决问题。不要把问题扩大的时候才会

想去解决。只要你在做这种事情，在这个过程中所发生的事情都是属于你的责任，因为你没有把事情做好，老板只看结果，不看过程，过程是我们自己去享受，作为一名员工，我们不仅要动脑思考问题，更要善于分析问题，并提出解决方案，并且要学会沟通，简单一句就是要“说出来”说出你的想法，说出你的解决方案，得到别人的认可。所以学会用脑工作。

责任感

对待工作，要用高度的责任感，没有责任感的员工不是一名优秀的员工，只要你做这份工作，做这件事情就意味着责任所在，在这个世界上，没有不需要承担责任的工作，每个人都要肩负着责任。

执行力

服从的本质和核心就是在工作中无条件的遵从上级指示，是自动自发的服从，是自信的、主动的服从。作为一名员工，应该明白自身的发展和团队的发展是一致，只有在工作中懂得服从、执行才能圆满地完成自己的任务，才会有所发展。在工作中时刻提醒自己，要为自己的现在努力，要用更加多的时候去领会和学习新知识，培养才能，这些才是真正的无价之宝，不要怕辛苦、怕学习，我们要养成勤奋工作的好习惯。在平时的工作中严格要求自己不能松懈，尽心尽力的完成自己的本职工作，一步一个脚印踏踏实实的走下去。

不要为未完成的工作去寻找借口和理由，要为结果去寻找方法，具有高度执行力的人，总是通过解决各种问题来证明自己的工作能力，体现自己不凡的价值。努力的去好每一件自己应该做的事情，而不是为了寻找借口来浪费自己时间。

(文/海洋)



不断总结学习 避免原地踏步

前段时间，公司领导经常和员工讨论团队建设，出发点是让员工团结一致，目标是提升公司的设计影响力。公司运行需要制度，关于制度引发的思考却没能继续深入，涉及的现实问题不得不让人选择性的逃避，需要什么来鼓舞员工士气，对于一个新晋职员，我的感受是：除了具有责任感，还要不断地总结学习。

公司提供工作岗位给员工，给到员工合理的福利待遇，这是公司的责任，员工按时按质完成好本职工作，这是员工的责任，总监开会时讲到的这个话题我觉得很有教育启示，年轻人想晋升该把责任和负责任理解清楚，总监引用这么一个故事。

小杨到公司工作快三年了，比她后来的同事陆续得到了升职的机会，她却原地不动，心里颇不是滋味。

终于有一天，她冒着被解聘的危险，找到老板理论。“老板，我有过迟到，早退或乱章违纪的现象吗？”老板干脆地回答“没

有”。

“那是公司对我有偏见吗？”老板先是一怔，继而说“当然没有。”

“为什么比我资历浅的人都可以得到重用，而我却一直在微不足道的岗位上？”

老板一时语塞，然后笑笑说：“你的事咱们等会再说，我手头上有个急事，要不你先帮我处理一下？”

“一家客户准备到公司来考察产品状况，你联系一下他们，问问何时过来。”老板说。

“这真是个重要的任务。”临出门前，她还不忘调侃一句。一刻钟后，她回到老板办公室。

“联系到了吗？”老板问。

“联系到了，他们说可能下周过来。”

“具体是下周几？”老板问。

“这个我没细问。”

“他们一行多少人。”

“啊！您没问我这个啊！”

“那他们是坐火车还是飞机？”

“这个您也没叫我问呀！”

老板不再说什么了，他打电话叫小张过来。小张比她晚到公司一年，现在已是一个部门的负责人了，小张接到了与她刚才相同的任务。一会儿工夫，小张回来了。

“哦，是这样的……”小张答道：“他们是乘下周五下午3点的飞机，大约晚上6点钟到，他们一行5人，由采购部王经理带队，我跟他们说了，我公司会派人到机场迎接。”

“另外，他们计划考察两天时间，具体行程到了以后双方再商榷。为了方便工作，我建议把他们安置在附近的国际酒店，如果您同意，房间明天我就提前预订。”

“还有，下周天气预报有雨，我会随时和他们保持联系，一旦情况有变，我将随时向您汇报。”

小张出去后，老板拍了她一下说：“现在我们来谈谈你提的问题。”

“不用了，我已经知道原因，打搅您了。”

她突然间明白，没有谁生来就能担当大任，都是从简单、平凡的小事做起，今天你为自己贴上什么样的标签，或许就决定了明天你是否会被委以重任。

操心的程度直接影响到办事的效率，任何一个公司都迫切需要那些工作积极主动负责的员工。优秀的员工往往不是被动地等待别人安排工作，而是主动去了解自己应该做什么，然后全力以赴地去完成。

虽然这个故事不是发生在乐雅德，我们能否用这样一个故事去揣摩到一个决策者的想法呢？但愿这里都是负责任的员工，不然熬三年都在原地踏步，我们该抱怨的就不是公司的制度问题了，该抱怨的是没有做负责的自己。

我们在这边上班是一种机缘，不管是设计的工程的还是行政管理的，做负责任的员工都会有收获，心态决定你的事业运，作为一个新晋设计师，我只是在不断肯定自己、不断否定自己，以及不断认识自己而又不断超越自己，感谢公司让我在这里学习的更多。

(文/杜俊权)