

金秋世界



JIN QIU WORLD

视野所站的高度 决定明天的起点

中国养老社区综合运营商 / 创刊于 2006 年 / 总第 77 期 / 2020 年第 3 期

PDF COMPRESS



总第 77 期 / 2020 年第 3 期

编辑委员会:

总顾问: 王矿成

总 编: 王子龙

副总编: 魏作山 刘 伟

编 辑: 刘 静 张 帅

摄 影: 杨普涵

地 址: 北京市海淀区亮甲店 130 号华玉大厦三层

电 话: 010- 57933453 0372-3728008

网 址: www.jqkgjt.com

邮 箱: jqsj@jqkgjt.com

内部刊物 欢迎索阅

声明:

©本刊为内部赠刊, 所有文章均为自由选编, 不做任何商业用途;

©本刊内所使用图像仅为美化版面, 均与版权无关。



中 秋 佳 节 欢 度 国 庆

锦绣金秋 喜迎盛世
众心如城 协力同心



金秋云
小程序上线
JIN QIUYUN
Small program online



开启全民掘金新时代
Opening a new era of national gold mining

打造有效组织的意义

刘研坤

私欲是人性之本，物性是人性的绽放，但社会需善，需要理性的美，人道是天道的赓续。

私欲过渡，影响社会公德，有损社会和谐，有损社会之美。

恩格尔说：恶是推动社会发展的动力。这里的“恶”，就是人性的“贪”，人性的私欲。人类在追求私欲时，间接影响了外部环境，而通过外部环境的变化，又影响了人道。这种不断交替轮回的变化，改变了社会，创造了历史，推动了人类的发展。

但如果任由人性之本放纵，社会的美、人类的德、人性的善也不会解构出现。而要约束人性过渡的私欲膨胀，除了一系列的社会制度安排之外，还需要提倡胸襟和担当文化，创造良好的价值信念，将人性的善激活，将人性的恶压住。

当人性的善被激活，团结友爱、责任担当的精神才有被塑造的基础，凝聚力与向心力的土壤才有养分。当凝聚力与向心力的土壤富有养分时，个体利益与组织利益的禾苗才能获得共生。

团队精神一旦形成，一个组织才能高效率运转，组织这台机器上的每个齿轮，才不会出现停滞，才能正向影响组织中的每个成员。

我们在提倡团队精神的同时，并不要求团队成员牺牲自我。相反，彰显个性、发挥特长，才能有效保证组织目标的完成，更好促进组织成长。

通过不断打造这种组织文化，使组织中的每位成员逐步树立良好的从业心态，具有一定的奉献精神。当组织中的每位成员都具备这一必备基因，企业遇到风浪时，才能波澜不惊、处事自如、行稳致远。

目录

Contents

卷首语

打造有效组织的意义 01

行业资讯

坚持房住不炒、但未提不搞地产刺激，重申看好基本面和估值面的双提升 02

医养结合养老服务十八种模式，哪种更适合你？ 05

金秋聚焦

安全 | 检查、演练，确保两会期间公寓消防安全 11

步入人生的秋天，也步入金秋的幸福庭院 13

金秋视界

711 集团会议精神提炼 17

浅谈集团体系下的项目岗位管理及职责要点 22

新形势下如何做好物业公司经营管理 / 金秋物业 李卫宇 26

金秋商学院

地下车库地坪解析 / 金秋集团成本部 刘龙轩 28

浅谈企业基层员工素质模型 / 刘静 31

售楼处设计中的设计 / 金秋集团设计中心 胡云峰 35

浅谈工程管理之如何确定管理思路及带工程管理团队 / 杜红宇 39

金秋家园

个人成长与企业发展 / 刘龙轩 42

用心生活，用心做事 / 刘龙轩 44

幸福的味道 / 金秋物业 王静 46

全龄社区 47

PDF COMPRESS

坚持房住不炒、但未提不搞地产刺激， 重申看好基本面和估值面的双提升

事件：

2020年7月30日，中共中央政治局召开会议，指出：扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务，推动经济高质量发展，维护社会稳定大局，努力完成全年经济社会发展目标任务。财政政策要更加积极有为、注重实效；货币政策要更加灵活适度、精准导向，要保持货币供应量和社会融资规模合理增长，推动综合融资成本明显下降。要以新型城镇化带动投资和消费需求，推动城市群、都市圈一体化发展体制机制创新。要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，促进房地产市场平稳健康发展。全文未提及“不将房地产作为短期刺激经济的手段”。

点评：

1、努力完成经济目标，坚持房住不炒，未提不搞地产刺激，预计房地产政策保持稳定

宏观经济方面，会议指出“推动‘十四五’时期我国经济社会发展，扎实做好‘六稳’工作、全面落实‘六保’任务，二季度经济增长明显好于预期，努力完成全年经济社会发展目标任务”，显示政府全年稳经济诉求不变，而稳经济必须稳

地产。货币政策方面，会议指出“财政政策要更加积极有为、注重实效。货币政策要更加灵活适度、精准导向。要保持货币供应量和社会融资规模合理增长，推动综合融资成本明显下降”，显示流动性仍将保持合理宽松状态，房企融资端和居民购房端仍将有所受益。地产方面，会议指出“要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，促进房地产市场平稳健康发展”，政策基调延续了以往的房住不炒，并且没有提及不将地产作为短期刺激经济的手段。此外，会议指出“要以新型城镇化带动投资和消费需求，推动城市群、都市圈一体化发展体制机制创新”，将利好环都市圈布局的房企。我们认为，目前个别城市出台的调控政策存在特殊性，预计其他城市跟风可能性较小。并且，考虑上半年疫情延后了房企推盘节奏，Q3供给端推盘将反季节性走高，需求端进入传统需求淡季，全国供需关系将更匹配、甚至供略大于求，预计不存在因预见全国房价上涨而招致全面调控升级的可能性，预计下半年总体政策将处于稳定环境。

2、展望下半年，预计政策面稳定、基本面和公司面稳中向好，逆境坚韧更显价值

展望下半年：1) 政策面，预计宏观政策仍偏于宽松，需求端政策坚持房住不炒、延续因城施策，同时考虑到随着供给的逐步爬坡，预计不存在需求端政策全面收紧的可能，而供给端政策继续积极支持，包括：供地增加、土地改革、预售放宽、限价放宽等，总体政策将处于稳定状态；2) 基本面，疫情下，上半年市场销售改善持续超预期，6月主流50家房企销售额绝对额创历史新高，需求展现出较强韧性，鉴于疫情影响淡化、流动性宽松、行业低库存、供给爬坡等因素，预计Q3销售将保持Q2的市场热度，并考虑到20Q3推盘将反季节性走高、市场去化率稳定略降、房企销售计划完成约束等因素，预计主流房企20Q3销售金额同比增长有望超20%，并维持后续房地产仍将处于健康稳定发展趋势的判断；3) 公司面，a、地价/房价比改善，融资成本下行，助利润率阶段性见底；b、销售改善超预期，地方预售政策放松，助周转效率提升；c、金融去杠杆告一段落，预计房企杠杆率后续或保持平稳，因而，公司面三大改善将推动ROE向好。

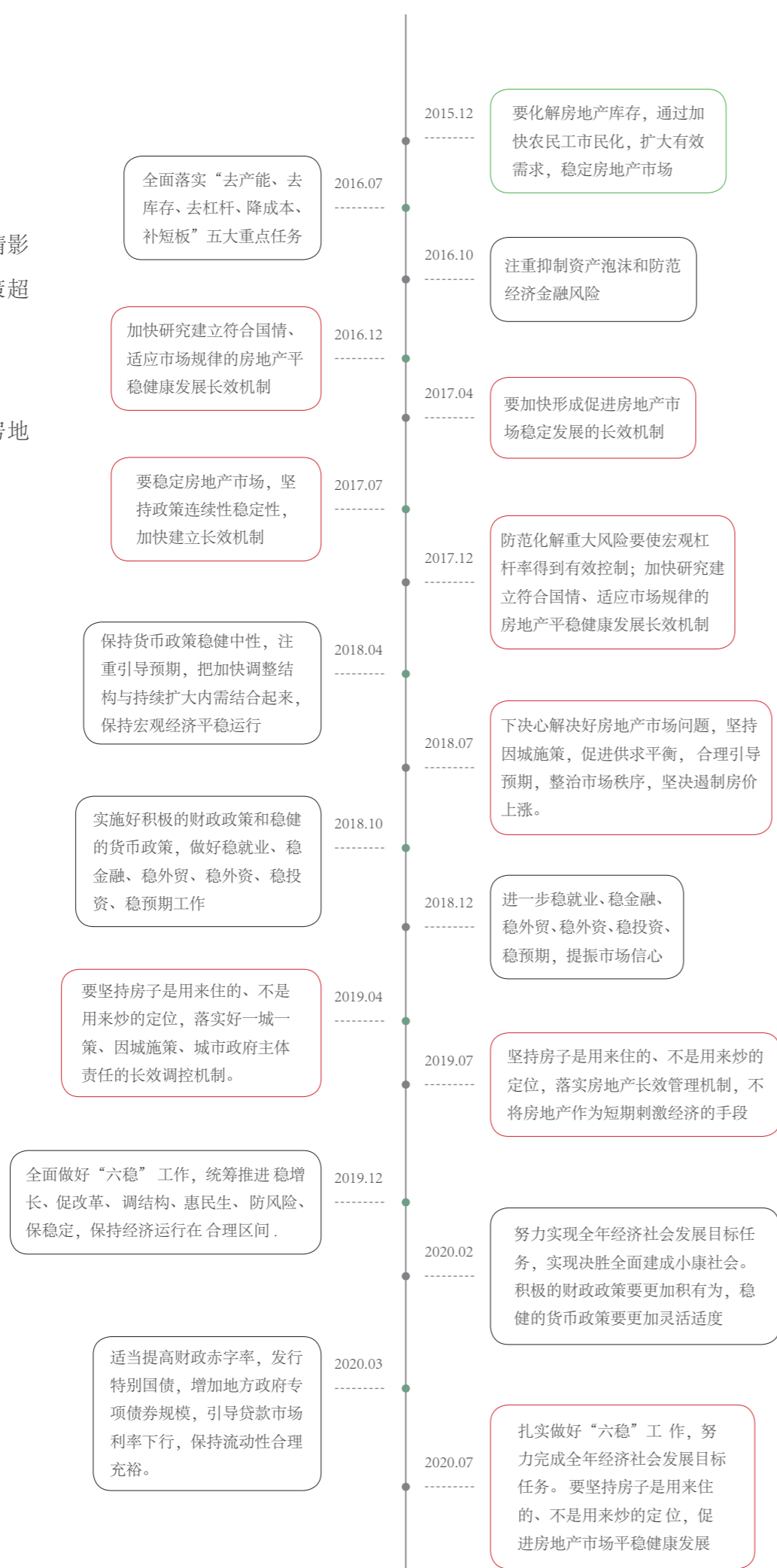
3、投资建议：坚持房住不炒、但未提不搞地产刺激，重申看好基本面和估值面的双提升，重

申“推荐”评级

新冠逆境之下，房地产表现异常坚韧、持续超预期，而房地产仍是我国经济稳定的压舱石，预计政策将保持稳定状态、房地产将继续健康稳定发展，并考虑到房地产本身的估值修复以及内外部驱动的估值提升，预计主流优质房企估值将有望提升超40%。此外，本次疫情对物业管理行业将是一次行业价值的再认识，推动行业进入更广阔、更持续的黄金发展阶段。我们重申房地产板块“推荐”评级、重申物管板块“推荐”评级，并优选优质房企和优质物管企业，推荐：1) 住宅开发：金科股份、世茂集团、金地集团、中南建设、保利地产、旭辉控股、融创中国、万科A、阳光城、龙光集团、美的置业、中国奥园、中国金茂，建议关注：荣盛发展、招商蛇口、蓝光发展、华夏幸福；2) 物业管理：招商积余、永升生活服务、碧桂园服务、新城悦服务、保利物业、新大正、绿城服务，建议关注：雅生活服务、时代邻里、奥园健康；3) 商业地产：龙湖集团、新城控股、大悦城，建议关注：宝龙地产、华润置地；4) 物流地产：建议关注：ESR、南山控股。

4、风险提示：新冠肺炎疫情影响超预期、房地产调控政策超预期收紧。

历年中央政治局会议提及房地产的态度。



打压：红色

支持：绿色

未表态：黑色

资料来源：人民网，华创证券

医养结合养老服务十八种模式，哪种更适合你？

医养结合养老服务十八种模式，哪种更适合你？

济南大学朱孔来教授做了一份“关于山东省推进医养结合养老服务现有的十八种模式”的精彩观点。这十八种模式分为三类：“机构养老”医养结合模式、“社区养老”医养结合模式、“居家养老”医养结合模式，虽然是以山东省为例，但具有一定的普适性，有助于我们更好的了解医养结合、了解行业的发展现状，也有助于帮助我们找到更适合自己的模式。

一、“机构养老”医养结合模式

01 “大养老 + 小医疗”型

该模式是在养老机构的基础上新建小型医疗机构、新增医疗服务，以养老为主、医疗为辅。

目前大部分养老机构采取这种模式开展医养结合服务。该模式存在明显缺点：内设医疗机构只能开展门诊业务，不能解决在养老机构直接住院问题；同时医疗机构运营成本高，仅医务人员的工资就给养老机构带来很大负担，养老机构难以长期支撑。

调研发现：许多已经申请办理了内设医疗机构的养老机构，医疗机构试运行一段时间内坚持不下去而“人走楼空”。

02 “医疗、养老并重”型

这种模式多为新建的医养结合机构或医院转型为养老机构或护理院，强调医和养并重发展。新建的大型养老机构，同步配套建设综合医院或护理院，实现医疗、



养老并重发展；一些资源闲置的医疗机构将富余资源转型为养老服务，以开设老年专护病房或者直接转型为护理院、康复中心等方式提供医养结合型的医护服务。

调研发现：该模式将医疗与养老资源融为一体，形成以医促养、以养助医的运营态势，能基本实现非危急重病老年人在机构内医养共享。

03 “大医疗 + 小养老”型

这种模式多数是规模较大的医疗机构新建小型养老机构，通过配备相关设施、增加护理人员等举措，在医疗机构内部又新建了一个医院下属的专业养老机构。

调研发现：此模式是利用高端医疗资源兴办养老机构，优点是养老环境条件好、医疗保障好，比较高端，但也存在明显缺点：一方面对现有医院资源的利用不经济甚至浪费，另一方面是养老费用较高，经济条件中下等的普通家庭难以承受。

04 “大医疗 + 小康复”型

这种模式多数是规模较大医疗机构新建小型康复机构，如老年科室或康复科、康复

中心，以医疗为主、康复为辅，多数是在原有的医疗机构新增康复、养护功能，构建医疗、照护、康复等相互衔接的服务体系。

调研发现：该模式多数发展较好，但在“医、康、养一体化”体系中“养”的比重较小。

05 “两院一体”型

该模式多数是将地方政府建设的敬老院由当地乡镇卫生院托管运营，乡镇卫生院与敬老院实现“一体化”，或者由乡镇卫生院直接新建养老机构以实现医养结合。乡镇卫生院利用敬老院的资源除照顾好“五保老人”外，还接纳一部分社会养老人员。此模式是对既有养老和医疗资源的有效整合，能够激活医养资源供给引力，就近服务农村老年人群，帮助他们实现就地养老。

调研发现：与“公建民营”养老服务相比，该模式容易保持原有敬老院国有资产的保值增值，是一种比较理想的医养结合模式。

06 “医康养一体”型

在医院的基础上，新建护理院和养老院，实施医、康、养一体化运营。此模式优点是康复患者住院一段时间后，身体状况大为好转，许多患者由卧床不起到独立行走，社会效益极佳；康复患者在住院期间既得到康复治疗服务，同时又得到养老服务，康复出院后可能还会有一批人

在养老机构长期住下，机构的经济效益将大为提高，是资源配置效率最高的医养结合模式。

07 “个体诊所 + 小型养老”型

此模式一般由个体诊所举办，前面门厅为诊所，后面为家庭式小型养老，诊所的医生、护士提供为老人医疗服务，另聘 1-2 位护理人员照顾老人。

调研发现：这个模式的优点是收费低、离家近、比较方便，资源利用充分、效果好；但缺点是医疗和护理设施相对简单，护理不规范，同时还存在规模不经济问题。

08 “养老机构 + 医疗服务整体外包”型

这种模式是指不具备设置医疗机构条件的养老机构，与就近的有住院功能的医疗机构（多为医疗机构（多为一级综合医院）签订合作协议，将养老机构所需的医疗服务整体外包给医疗机构，养老机构为医疗机构提供场所和必要条件，医疗机构在养老机构设置分院等分支机构，医疗机构派医护人员到养老机构为其提供医疗整体外包服务，或称“整体托管养老机构的医疗服务”。这种模式的优点是医养双方责、权、利明确，双方均利用市场机制开展合作。

调研发现：这是医养开展专业化分工与合作、提高资源利用效率有效形式，特别适用于 100-300 人的养老机构开展医养结合服务（规模较小

的养老机构采用这一模式，医疗机构可能会“赔本”造成服务不可持续，需要养老机构对医疗机构给予一定补贴）。

09 “养老机构 + 医疗服务绿色通道”型

这种模式是指养老机构与邻近医疗机构签订合作协议，医疗机构为养老机构患者就医提供“绿色通道”，优先提供住院、远程会诊、预约挂号等服务，这是我省目前开展医养结合最多的一种模式。该模式缺点是：医疗机构与养老机构合作基础是来自双方的信任和利益驱动，双方的合作缺乏有效约束和利益协调机制，一旦协议影响到了某一方利益，就容易出现终止协议的情形，很难保证合作的有效性、持续性。

调研发现：这种模式难以实现医养一体化，基本属于“搞形式”，医养之间很难开展实质性合作，基本上是各干各的（如养老机构有患者需要住院，虽协议要求优先到合作的医疗机构住院，但患者家属并不一定同意，可能会到规模较大、更放心的医院），久而久之，难以长期合作。

10 “大养老 + 小医疗 + 医疗服务绿色通道”型

这种模式是养老机构自身先建设一个小医疗机构，如卫生室或诊所，同时又另与其他较大规模的医疗机构签订合作协议，并由其为养老机构患者就医提供“绿色通道”。对一般的医疗问题，养老机构自行解决，当有较重患者立即

转入合作的医疗机构进行诊治。

上述十种“机构养老”的医养结合服务模式，前七种为“一体化”模式，第八、第九种为“嵌入式”，第十种为“混合式”。前八种医与养结合得比较紧密，第九种为松散型的医养结合，第十种为半松半紧。

目前相关部门介绍成绩时所说的医养结合覆盖率达到多少多少时，往往以签订协议类的松散型模式居多。

调研发现：我们认为松散型模式基本属于“搞形式”，医疗机构和养老机构难以实质性合作，更难市场化运作；医养结合必须运用“一体化”发展模式。

二、“社区养老”医养结合模式

11 “社区卫生服务机构 + 老年人日间照料中心”型

日间照料中心的设施可以在养老、医疗、基本公共卫生服务等多方面得以共享使用，资源配置效率高；一般送到“老年人日间照料中心”的人，多数是“一体多病”，这些人更多需要医务人员提供服务，因而这一模式能更多满足老年人医疗需求；同时，只有医务人员承担相应服务，老年人子女才能更放心、才能更多地把老年人送到老年人日间照料中心。

调研发现：社区卫生服务机构属于实体性机构，由其运营老年人日间照料中心，符合“能负责、能问责”的要求，且所有权与经营权相分离，既解决了由社区居委会对老年人日间照料中心管理运营带来的体制不顺、权属不清问题，又解决了老年人日间照料中心资产闲置问题，还化解了社区卫生服务机构用房紧张的矛盾，实现资源共享；既能收获“更好保障老年人保健、老年人子女更安心”等的社会效益，又能通过更多服务为社区卫生服务机构带来应有的经济效益，同时还能推进养老产业化，真正实现多方共赢，是社区层面实现医养结合的理想方式。

12 “社区医养设施共建共享”型

将养老服务设施同基层医疗卫生服务机构统一规划、统一建设，如农村幸福院与卫生室同步建设、城市社区日间照料中心与社区卫生服务机构同步建设。通过同步建设，一步到位实现社区层面的医养结合。

13 “专业养老运营机构 + 老年人日间照料中心”型

由大型专业化养老机构托管老年人日间照料中心，将老年人日间照料中心的闲置资源充分利用起来。调研发现，此模式由于老年人日间照料中心的规模较小（一般只有10张床位），难以发挥规模效益；同时，有些专业养老机构医



疗服务跟不上，很难做实做优医养结合，一旦政府补贴减少或取消，很难维持下去。

14 “社区综合养老服务机构与社区卫生服务机构签订协议”型

这种模式往往是社区建设了养老综合服务中心，为了开展医养结合与社区卫生服务机构签订合作协议，但所开展的服务主要是基本公共卫生服务，基本医疗服务相对较少。

15 “村卫生室 + 农村幸福院”型

由村卫生室托管运营农村幸福院，实现农村社区层面的医养结合，但目前典型案例不多。

三、“居家养老”医养结合模式

16 “互联网 + 可穿戴设备 + 实体性服务机构”型

这种模式需要为居家老人配备穿戴式设备，对老人的生活和身体状况进行远程监测，通过信息管理平台并利用互联网、物联网，对老年人

在日常生活、健康和出行情况的相关数据及时传递给实体性医养结合型的养老机构或实体性社区机构（如护理站、社区卫生服务机构）及老年人子女；实体性服务机构根据对老年人身体监测数据作出服务方案，同时根据老年人及其子女的需求，及时为居家老人提供饮食起居、医疗医护、消防安保、休闲娱乐、报警呼救等的相关服务。

调研发现：目前看，许多企业热衷开发此模式，有的设计规模较大，但目前成功案例不多。

17 “居家养老 + 家庭医生签约服务”型

这种模式是通过开展家庭医生签约服务活动，推广家庭医生服务，与有需求的老年居民签订服务协议，开展契约式服务，签约对象可以获得家庭医生提供的医疗保健咨询服务、优质诊疗服务、精准预约转诊服务、保健指导、疾病干预、家庭病床、健康管理等服务，让老人在家中就能享受到优质医疗资源所提供的医疗服务、基本公共卫生服务和个性化健康管理服务。

调研发现：这一模式主要解决居家老人的医疗服务问题，但社会化的生活服务得不到有效解决，我们认为此模式不是实质性的医养结合，仍属于基本公共卫生服务范畴。

18 “居家养老 + 长护险中的‘家护’服务”型

这种模式是为符合条件的失能老人提供居家养老服务，失能老人平时在家中由自家人提供生活照料，由长护险的定点医疗机构提供以康复为重点的“家护”服务，相关费用主要由医保资金提供。这一居家养老模式目前主要针对享受长护险的城镇职工，虽受居民欢迎，但社会成本很高，且医务人员往返医疗机构和居民家中时间成本也很高，与失能老人入住养老机构的“院护”相比资源配置效益不佳。

调研发现：另外，调研还发现，有些医养结合的大型机构在做好“机构养老”的同时向“社区养老”和“居家养老”提供延伸服务，在“机构养老”、“社区养老”、“居家养老”三个层面同步开展医养结合服务，形成了“机构、社区、居家三个层面融合发展的智慧型”医养结合模式，经济效益和社会效益都比较好。

安全 | 检查、演练，确保两会期间公寓消防安全



根据安阳县消防大队和县民政局关于两会期间安全工作部署，为保障两会期间消防安全，加强我养老公寓消防安全管理，今天上午安阳金秋重阳悦舍养老公寓联合安阳县消防大队开展一次消防安全检查和实操演练，金秋微型消防站队员同时参加拉动训练。



我们金秋重阳悦舍养老公寓是安阳市、县两级的消防安全重点单位，公寓的消防安全事关入住长者福祉，备受政府部门、集团公司领导和社会各界广泛关注，同时也是我们公寓日常管理的主要工作之一。

因疫情阶段养老机构为重点防控单位，我们与消防大队结合为减少人员聚集，消防大队选派了2名指挥和4名精干消防队员，我们养老公寓选派了2名消防安全管理人員和4名微型消防站队员协调联合演练。

步入人生的秋天，也步入金秋的幸福庭院

消防官兵一行进入公寓首先进行了防疫安全体温检测和酒精消毒，然后由一楼大厅沿走廊熟悉公寓概况和行动路线，接着进入消防核心部位消控室和微型消防站，消防队指挥询问了消防设施、器材是否完好有效、用电用火是否规范，查看了养老公寓消控室的消防安全记录、巡查记录和设备运行控制记录以及消控室对值班人员、微型消防站队员工作记录。



灭火演练我们选择在三楼长者居住区实地演练，模拟 302 房间出现火警，消防大队 2 名指挥及 4 名消防队员和养老公寓 2 名消防安全管理员及 2 名微型消防站队员闻警而动，快速到达，消防队员熟练地打开消火栓连接好消防水带，瞬间将水枪对准 302 房间着火点进行灭火，微型消防站队员提灭火器配合增援……



三楼演练结束后我们全员转移阵地到院外进行消火栓演练，熟悉楼外场地和消防设备。

通过 1 小时的演练，我们在协同演练中向消防官兵学习、提高了消防实战技能，为保障公寓安全积累了经验。

终于得闲去公园散步，迎面而至的凉风、脚下金黄的树叶，无不在展示着秋天的风景，这便是季节与时间造就的美丽。

其实，与自然界一样，人生也有四季：少年为春季，青壮年是夏季，待到四十五岁，便到了人生的秋季。有人说“自古逢秋悲寂寥”，人生一旦到了秋天，便会有些力不从心。但“我言秋日胜春朝”，由“不惑”到“知天命”，尽管会面临事业与家庭、孩子与老人等一系列问题，但上有老下有小、爱人相伴在侧、被家人依靠的幸福，也是旁人无法感受的。何况，有这样一个地方，为你将父母妥帖照顾、为你帮孩子妥善关爱。这便是中原颐养型全龄幸福住区——金秋·九里庭院。

▲ 鸟瞰图



东南鸟瞰图

择址宜居健康城，为幸福做“加”法

幸福是花香萦绕身旁，出行畅达无忧。金秋·九里庭院，择址郑西宜居健康城核芯地，打造约20万㎡新亚洲风情鸿篇巨制，启幕郑州康居时代，为幸福生活做加法。

公园，是老人自在呼吸的氧生堂，也是孩子快乐成长的游乐场，更是全家健康生活的后花园。金秋·九里庭院，坐享周边李商隐公园、刘禹锡公园、近4000亩生命谷公园，临索河波光粼粼，自然盛景入怀。或早起晨练、或饭后散步打造出老年生活乐活地，升级健康生活。

倘若出行，也不必担心。陇海西路、中原西路、健康大道、荥泽大道、京城路等多条干道构筑“三纵四横”路网联袂地铁10号线（在建）、21号线（规划中）、高铁西站，让出行更加便捷。更快的回家路，更多时间与家人团聚，自然幸福加倍。



全龄幸福住区，“减”去压力与烦恼

幸福是一家人在一起，美好生活健康常伴。金秋·九里庭院，为幸福做加法，也为生活做减法。

社区内，不仅结合高绿化率园林，打造体育运动场、儿童活动场、老年健身场等全龄化公共设施，让一家三代都有活动空间，减去疲惫减去压力！并通过人性化全光照明、无障碍设施覆盖全社区等细节关怀，减少在园区活动时可能会发生的意外，让生活更加从容。

同时还配置有社区幼儿园、四点半课堂等，宝贝成长看得见，宝贝下课有人陪。如此，减去不能时刻陪伴孩子身旁的烦恼，可以无后顾之忧地去乘风破浪事业场！



711 集团会议精神提炼

医养结合，“乘”就晚年的幸福圆满

幸福是哪怕家人暂时不在身边，也能享受如家人般的贴心照拂。金秋·九里庭院，成就全家人的幸福生活，更圆满老人的晚年时光。

这里集日间照料、医疗护理、文化娱乐、精神抚慰等专业养老服务于一体，拥有国内一流，中原首屈一指的专业养老机构，经国际 JCI 标准认证台湾运管团、“医疗养护型”社区物管，提供助医、助餐、助洁、助浴、助急等服务，让老人们可以被妥善照顾。

这里配建有二级医院，时刻守护家庭健康；同时还有一键呼救/呼叫、个人/家庭健康档案等智慧型医疗康养设施，健康预警、认知障碍专人专案等全方位科学照料护理，为老人保驾护航，“乘”就圆满幸福的晚年时光。



老年大学精彩纷呈，轻松消“除”孤独感

幸福就是，尽管步入人生的秋天，也拥有像春天般生机盎然的生活。比如和志趣相投的人住在一起、玩在一起、吃在一起、学在一起，活出晚年新花样。

这样的地方，不在别处，就在金秋·九里庭院的老年大学里。这里有健康、烹饪、艺术等十几种课程，充分满足不同老人的爱好与需求。

无论爸妈喜欢书法，还是画画；是想参加老年合唱团，还是要在广场舞上一展风采；或者喜欢和老伙计们在麻将桌上一决高下……都可于此找到适合自己的休闲娱乐方式，消“除”孤独感，迎接精彩生活。

人生如四季，幸福不设限。愿处于每个季节的朋友，都能在金秋·九里庭院找到自己的幸福方程式。在加减乘除的生活哲学里，收获事业与家庭的双重精彩。

一、营销方面

1、营销团队

打硬仗的能力差，专业能力差，缺乏系统性营销思路，对项目的产品定位不够精准，对价格策略和价格体系没有做到通盘考虑，都是走一步看一步。

2、核心理念的统一输出

所有人员都要熟知我们养老社区的开发理念，换句话说就是我们金秋地产的核心品牌价值。

3、形成我们的目标成本配置标准

项目上需要增加配置的，必须要和目标成本销售价格挂钩，每增加一项配置要求，都要把溢价拉上来，反馈到目标成本测算当中去，不是销售价格不变，产品配置不断的往上堆叠，最后就会造成我们的成本不可控。

4、拿地前的要求

项目上要提交地块定位报告，设计部牵头提交产品初步方案，只有这两个成果性文件具备了，才能形成我们正式上会前的基础条件。避免出现拿到地后，我们的产品模糊不清，后期不断的调整导致前后不一致。

5、营销费用的问题

公司的销售费用目标费率与现有市场是存在极大矛盾的，预留的宣传费用太少，导致在市场上听不到项目的声音，我们的核心品牌推不出去。要从根本上解决，费用上因地制宜、因时制宜，费比的调整要反映到未来我们的目标成本中去，费用比要拔高。

6、价格策略改变固有思维

各项目在制定价格策略时，要有锚定效应，目标销售价格是项目的销售底价，底价

和表价与实际成交价格之间,这里面非常大的灵活空间要懂得去把握,结合市场变化,价格要灵活及时去调整。避免出现我们的定价按照目标成本去定价,市场恶化不敢调价,销售过于被动,延误战机。

7、创造溢价

营销负责人的利益不能与股东利益割裂,每次提报方案要想办法如何能把公司的核心理念提炼出来,提高产品的溢价能力,通过产品溢价增加的销售费用可以不计入KPI考核中,这是创造出来的费用。

8、线上营销中心的成立

贝壳想通过线上销售的模式,逐步实现市场垄断,未来我们要下定决心,下大力气专注去做自己的线上营销模式。同时要补充项目上的短板,强化公司的策划能力,实现资源上的整合统筹,总部增加策划岗。

二、设计方面

1、设计成果性文件

尽快出台设计管理规范,设计技术要点成果性文件,为下步提高效率,积累经验,弥补基层技术岗位员工专业的不足,有可以借鉴实用的工具。

2、设计变更和现场签证

要求部门负责人和专业人员要上升到一个高度,去推动一些具体工作。设计变更由设计部负责牵头,现场签证由各项目工程部负责牵头,会议的组织及结果通报和反馈由成本来牵头。设计变更和现场签证的梳理是成本管理、设计管理、工程管理一项核心的工作内容。

运营计划、工程策划、设计变更、签证梳理、工程质量巡检、安全项目自查都是日常核心管理工作内容,都要在日报、周报中体现,是固定格式化工作内容。学会利用好管理工具,每天一上班要查看EAP中有哪些待处理的工作做到及时处理,这是一种现代的工作方式,大家一定要跟上。

3、设计人员的要求要提高

每个设计人员都有对接1到多个项目,意味着要横跨多个专业,必须具备基本的专业能力。设计部要认真用心的不断梳理完善设计要点,只有标准化体系建设,才能把个人专业能力转换成组织专业能力。

三、成本方面

1、提高招标质量

一定要做好供应商的动态评估,从前期招标、中期合作、后期结算,要不停的进行复盘价格对比,提高我们的招标质量。

2、提高预算与方案优化的实效

想把图纸做的尽善尽美,往往受限于运营计划的时限,赶图纸的时候造成好多想法有了但最后无法落地或者有很多的遗漏。要尽量把我们的设计周期进行前置,招标计划周期是有保障的,设计周期不充分,没有图纸设计优化和成本优化以及项目前置优化的过程,设计时间要适当的留充足。我们都认可70%的成本是在设计时决定的,10%在招标环节,剩余的20%在施工过程环节。

3、成本测算与图纸优化

形成成本标准化文件,拿到图纸后要限定时间、限定标准、限定输出性文件,比如不同阶段的

钢筋含量标准,是否超标?超多少?窗体比,车位比,车位单方面积等这些数据要全部提供出来,别指望给到无限的时间,该加班时要加班。

4、成本管控

(1) 在价格审查上要结合项目共同探讨,要求成本部多跑现场。

(2) 价值排序

成本管控的理念,思想要进行统一,价值排序:先是功能性(在成本小范围增加可控的前提下尽量从满足业主更便捷的使用角度出发)一成本一效果。我们是往标准化的体系去走,而不是个性化体系,效果表现上就要做适当的让步。

(3) 比价分析

先从内部数据库进行比价合理分析,同时要同行多进行交流,要和行业区域内横向进行对比,形成良性专业上的促进。

(4) 结算要有时效性和计划性。

四、工程方面

1、工程策划

施工单位进场前,工程策划就要不断的做细做扎实。工程巡检时,也要检查项目的工程策划实施是否到位了?是否按照施工策划去安排?项目总熟知运营计划,结合项目实际情况,逐步形成标准工期,未来即便是分期开发,也能



做到施工管理有法可依。

2、工程巡检

第一步：打样，把标准工程巡检点做一个展示，知道以后如何开展这项工作；

第二步：开始定期的工程安全质量巡检，倒逼项目做内检，这是项目最核心的一项工作；

第三步：不定期巡检，通过打分排名和奖惩挂钩，不达标同时排名最差的双重处罚，工程部的员工考核要与巡检结果结合。

3、理念问题

工程人员不要单单依靠监理，监理只能起辅助作用，一定要有主动作为的意识；不要依赖总包单位，总包单位的经验丰富、施工能力强、团队稳定有利于我们的现场管理。工程部不能有问题了，就是总包单位不行，这个观点不正确，反映背后思维逻辑的问题，工程管理、工程质量、工程安全出问题了，第一问责的就是工程部。

五、财务方面

1、数据精准

提供数字必须要准确加精确，当数字出现偏差时，一定要解释清楚，一旦解释不到位，会对

财务以后提供的数据产生质疑。财务数据准确是最基本的要求，一定不能出错。

财务不是统计师，只是把数据做下汇总，一定要把每个数据的内涵搞清楚。每个数据代表什么，预算和实际偏差多少？高或低背后的逻辑是什么？如果这些都不清楚，就没有办法做后续的数据分析。

2、财务人员懂业务

财务人员要参加具体的业务会，并认真聆听各项目的汇报，未来将不定期以线上或线下的模式抽检参加各个项目的周例会。项目财务人员是提供给各个项目负责人重要决策的数据来源者，尤其内部管理和现金流安排方面，现在提供不了。

六、提出的要求

1、每位项目总、部门经理，必须具备“经营性思维”，做综合性人才：懂业务、懂推广、会经营；要做推广，为企业做好代言。

2、加强团队建设，除了干好工作之外，要培育整体团队凝聚力，执行力，战斗力！基层员工、中层、高管的不同要求：

基层员工：干好本职工作；

中层员工：专业性、奉献性、要求忠诚；

高管人员：懂业务，会经营，绝对忠于企业，心无旁骛！

七、提倡观点

1、现场有神灵，要敬畏神灵！每个相关部门及关联部门一定要深入现场，才能懂业务。

2、希望过去的一切弯路，不要重演！

3、要关注业主的感受，了解客户关注的痛点，营造地产+服务的产品体系。

浅谈集团体系下的项目岗位管理及职责要点



2020年2月28日上午，安阳市副市长刘建发、市政府副秘书长王建军，市民政局局长张双献、副局长梁钢，安阳县县委书记王红兵，副县长安小丽，安阳县民政局局长张进龙，副局长赵筱凤浅谈集团体系下的项目岗位管理及职责要点

在集团公司现有体制下，由于项目本身的复杂性和庞大性，往往涉及到许多专业部门，并且根据其所承担的工作任务不同，共同构成了项目管理的完整体系。整个体系的合理化运作要依靠合理化的管理和明确的职责分工，旨在对项目进行全过程和全方位的综合管理，实现生产要素在项目上的优化配置。

项目管理，应从项目开始直到交付，通过科学合理的策划与控制，保证项目达成投资目标，并按照进度目标、质量目标等顺利进行。项目的核心内容就是加强项目的目标管理，而在项目的不同阶段，目标也会有所不同，对于每一目标进行精确识别和管理，是确保项目顺利完成的保障。

首先，项目的负责人应当对公司整体战略进行深入学习和研究，制定正确的、科学的、符合实际的、可执行的项目目标计划；同时，对项目目标方案进行科学、经济的设计。公司现有组织框架下的项目负责人应该是复合型人才，要对项目的目标、定位及管理维度有充分认知。项目的运营目标是否盈利，在管理中有至关重要的作用。项目管理的目标也就是把定量成本最低化，变量成本最优化。

定量成本也就是通俗意义上的固定费用，定量成本在当今市场行情下可变系数较小，每一家施工企业对工程报价基本上相差无几，在选择企业时，应选择性价比最优的企业。在过程管理中，尽量避免变更签证、技术核定等不确定因素。

由于市场关系，定量成本最低化的降低率已经非常小，而变量成本的不确定和不可控性就显得尤为重要，这就需要项目负责人具备把控变量成本的能力。变量成本在通俗意义上来说，就是财务成本、管理成本等时间成本。项目负责人应熟悉项目每一天的财务费用、管理费用、效益等，与之产生的额外费用做比较，提高资金回正速率，保证项目赢利及企业利润最大化。

其次，应建立高素质的项目管理队伍，按照集团公司对项目组织架构的安排，充分利用好各部门高素质人才。各部门的管理维度应该与公司的组织架构相匹配，保证在部门内部有行之有效的管理方法。

投拓部要对集团的竞争优势有充分的了解。我公司在养老运营能力方面有别的公司不具备的优势，可以通过产业勾地方式获取较多价格便宜的住宅配地和城市优势区位的土地。因此，了解集团的竞争优势就明确了拿地标准，也就明确了项目的核心卖点，从而也就决定了项目管理的内容和工程建设的先后顺序。在投资阶段，需要详细了解各地区市场情况，尽可能选取抗风险能力较强且符合集团竞争优势的土地。在这个过程中，要提早与政府建立良好的关系，为后期工作的展开打下良好的基础。

综合部熟悉当地市场的开发报建流程和标准，提早做好建规证、施工证、预售证的工作安排，同时前置图纸设计提早和规划部门沟通，减少后期因规划变更带来的工程变更。在获取政府规划部门认可的设计方案基础上配合成本部进行详细的目标成本编制，在编制目标成本的过程中，始终保持和政府规划及房管部门的沟通，杜绝诸如地上车位未获得政府规划部门认可而在后期增加地下车位的窘境，也要杜绝因施工方案的不完整带来的后期材料、工序等引起的成本超支，要特别注意地库设计方案前置，确保地库面积相对准确，杜绝设计变更。另一方面，要提前进行大市政规划，对于水、电、气、暖、通信等市政设施的接驳位置了然于心，并提前将其纳入目标成本的规划中，杜绝因前期工作不扎实导致的市政配套成本超支。第三，要关注规划部门和房管部门在面积计算方面的差异，

明确不同部门何时计算半面积、何时不计面积等情况，杜绝因前期只重视规划不重视房管部门意见带来的可售面积减少，造成定案版方案和实施情况出入较大。除日常管理事务以外，对于五证的办理时间、预售节点、项目外围关系协调等环节，起到至关重要的因素。一个项目好的发展离不开内外的经营环境，只有在良好的环境下，生产型部门才能顺利的推进各项工作，保证项目节点及目标任务的实现。

成本部拿地前需要编制经济合理的目标成本，为领导决策提供依据。施工阶段，按照成本控制文件开展成本工作，编制切实可行的施工图目标成本，为后期成本控制划清红线，在公司现有体制下，配合总部成本完成项目招投标工作及日常汇报工作，负责项目权限内招投标工作、项目变更签证审批及确认、项目竣工验收、项目结算、客观准确地评估动态成本，严格审核各项工程费用，最终实现对目标成本的控制，从而提高公司产品的竞争力。

工程部在公司现有体制下，不但承担着工程质量、进度、安全文明施工等监管义务；而且从配合角度，在项目前期协同设计部对新工艺、新做法的改良提出合理化建议，还要对施工做法、用户体验感等提出优化建议。工程部的监督管理不仅限于结果管理，更多的是过程管理，只有在过程管理中降低管理纬度，才能及时发现问题，避免返工与浪费。

在土地获取后，要重视土方清运问题。在当下大气环保严格督察的大环境下，土方清运和场地平整问题往往是导致工期一再延误的重要原因，特别是在核心城区，该问题尤为突出。在这一方面，首先，要做好项目内的土方平衡，尽可能减少土方外运，这需要工程管理者根据市场情况和集团内各部门意见制订切实可行的推货节奏。其次，前期应当选择有实力的土方清运单位，明确该单位土方堆放场地和运输能力，这一点项目管理者应当尤为注意，做到穿透管理，谨防个别单位“先上车后买票”。同时，项目管理者应当指定专人负责场地平整和土方清运，建立专门的工作群，每天动态监管清理情况，并在因不可抗力因素导致土方清运缓慢情况下，拿出切实可行的补救方案。

重视对总包单位的管理。由于施工企业在投标时已经把定量成本、价格做到极致，在过程中，管理投入等问题肯定会有所节约。如果说一味地追求结果管理，当结果呈现时，最终的受害者（买单人）将是我们自己。因此，首先要项目管理者对于施工方的人员配置了然于胸，对其每天的进度、各工种的人员配备比例要有动态监管；其次，要提前要求施工方做好工程规划，对于保障施工场地道路、用水、用电、各作业面的面积分布、塔吊位置、材料堆放等因素进行明确，并进行现场确认以保障其方案的可行性。

营销部在近一年房地产市场严重下滑的现状

下，更要求我们不能按照传统的思维进行房地产营销，应及时调整产品户型和推货节奏，也就是说在“推货”上一定要经过市场测试。深化企业理念是我们在营销过程当中必不可少的一部分，只有把企业文化深植到每个人的思想当中，才能保证对外输出口径一致，且提升公司在区域内的品牌影响力。“酒香不怕巷子深”的理念已经不适应于我们这种中小型房地产企业，再好的酒也需要推广。营销人员的意识形态决定了项目的成败，当一个好的营销团队有一个好的氛围和理念，这个团队就成功了一半。

财务部在在变量成本的影响下显的尤其重要，合理运用资金和税务筹划工作，是项目成败的重要组成部分。在资金外部注入环节，要充分考虑融资成本；在税收筹划方面需特别重视增值税、土地增值税、企业所得税的筹划。再好的项目没有提前做好税务筹划，将会给项目埋下不可预知的祸根。往往很多企业在日常管理当中，体现不出财务工作的重要性，待项目清算时，临时抱佛脚，会导致项目异常被动。看似盈利的项目，由于税务筹划工作的不严谨导致项目失败的案例比比皆是。

将公司的战略目标计划、复杂的工程技术方案同具体项目的实际情况结合起来，充分发挥人力资本的作用。在充分发挥人力资本作用时，要注重项目开发的质量要求，合理有效地利用各种资源，保证工程质量，使项目具有可持续发展的潜力；注重项目开发的成本要求，尽可

能控制费用、降低成本，使项目在使用过程中能经济、安全、高效地运行；注重项目开发的进度要求，在预定的时间内完成项目的建设，及时地实现投资目的，达到预定的总体项目目标和要求。

同时，还要注重项目开发的安全要求，尽可能降低工程变更和事故发生，较好地解决项目过程中出现的风险、困难和干扰，使项目的损失降低到最低限度。应当明确的是要使项目完全符合上述每一个条件，几乎是不可能的。因此，在具体项目中，我们应根据项目的具体特点，在不同阶段确定各个指标的优先等级，保证项目总体目标的实现。等一行领导莅临重阳悦舍养老公寓，视察有关疫情防控的相关工作。

公寓负责人王国斌、杨光福负责接待并汇报相关工作。

没错！您没有看错，又一次把领导拒之门外了~

因疫情防控的特殊时期，大家也都表示理解，并表示赞赏，只要园区长者和工作人员是安全的，才是最重要的。

隔离病毒，不隔离爱！刘副市长虽隔着门，但依然关心公寓里的长者及工作人员的生活及防护情况。



新形势下如何做好物业公司经营管理

/ 金秋物业 李卫宇

2020年注定是不平凡的一年，新冠病毒疫情席卷全球、诸多一线城市遭受洪涝之灾，刚刚复苏的经济又在风雨之中摇曳喘息……延续2019年的困难，2020年对于整个行业注定是难上加难。

当前环境下，各房企行业的经营工作均受到明显影响。在新形势、新常态、新背景下，物业行业如何担负起历史所赋予的责任、迎接严峻的市场考验；如何在激烈的竞争中，推进经营工作的稳健开展，降低疫情影响，寻求更加广阔的生存和发展空间，成为当前经营管理的重点。“活下去”真正成为众多企业不得不面对的现实。

人们常说，管理出效益，要使企业能够适应市场，在竞争的大潮中自由游弋，首先要加强基础建设，夯实物业服务根基。而基础建设的核心，就必须培养团队精神，建设具有自己企业特色的合作团队，激发团队成员的斗志，增进团队成员之间的默契，最终提高企业整体运营能力和经济效益。

我国的物业管理行业始于20世纪80年代，1981年成立的深圳市物业管理公司标志着我国物业管理行业的诞生。三十九年来，物业行业

经历了无数的坎坷起伏，从无到有、从小到大、从弱到强，在维护国家政治稳定、促进社会经济发展、拉动消费需求、促进城市化管理及和谐社区建设中，发挥了不可替代的作用，取得了举世瞩目的成就，创造了无数的传奇与神话，载满了光荣与梦想。所有这些成就的取得，都源自于有一支敢打胜仗、敢打硬仗、不服输的团队。

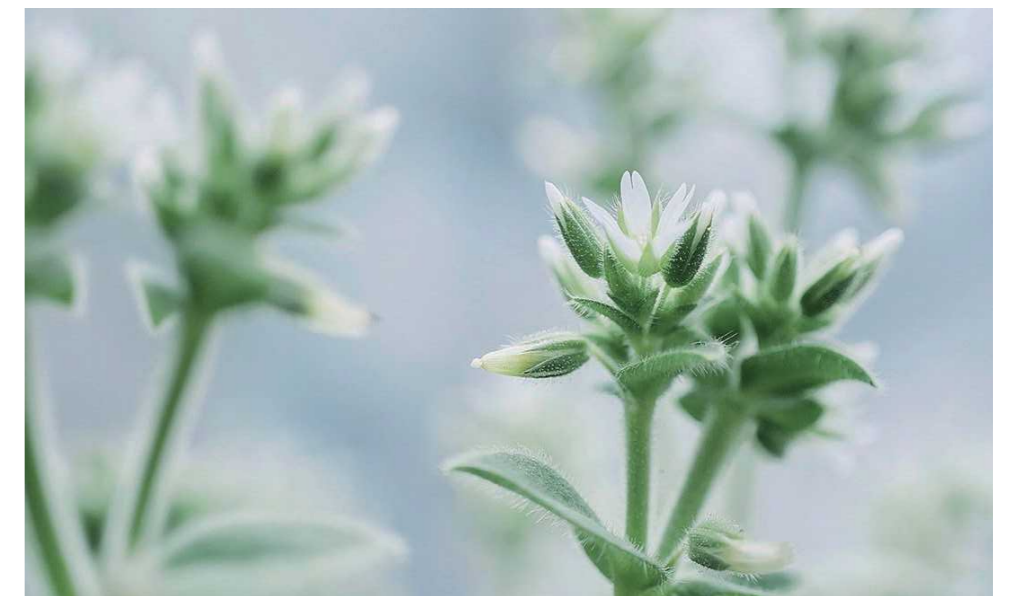
其次，要善于利用物业资源，合理发挥物业资源的应有作用，扩大多种经营规模和营收能力。

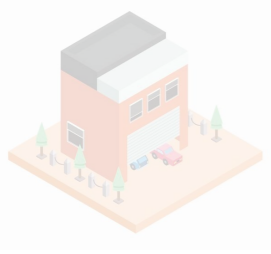
物业资源的界定是指已经建成并竣工验收投入使用的各类房屋建筑及其附属配套设施与场地。物业资源经营的含义分为：一是在物业的所有构成内容中，除充分发挥它原有设计功能外，还可通过经营及其他方式产生新的价值，如电梯广告；二是物业及其配套设施设备在流通过程中产生价值，如物业销售和租赁业务。应遵循的经营原则主要有：一是不侵犯所有权人的利益，在取得相关权益人的授权后再进行开发经营；二是不违背物业管理主业的发展；三是合理规避经营活动中的风险；四是经营活动要符合物业的整体风格及业主群体特征；五是由企业对物业资

源进行统一的经营和管理；六是要对物业管理中存在的很多不确定性和标准的模糊性有充分的认知。

寒冬过后终将迎来绚烂的春天，在经济下行与危难时期，企业要熬过寒冬，争取活下来，借用彭剑锋教授12字“活命”方针，即“现金为王、内功为要、人才为本”。这12个字既是一个企业生存的常识，也是应对困境之策。物业公司只有从本质上认清当前形势，从传统型物业服务向经营性物业管理转型，最大限度的利用周边资源，扩充自己的经营范围，无限盘活现金流量，才能在全球经济低迷时期脱颖而出、绝地逢生！

最后，相信疫情、洪灾终将过去，房地产市场容量还在，仍然有结构性机会，金秋集团在经历了一场漫长的严寒之后，也终将会迎来属于自己的机遇和更大的挑战，经历浪潮，未来仍可期！





地下车库地坪解析

/ 金秋集团成本部 刘龙轩

进入 21 世纪，伴随人口数量的增长，大大的促进了城市化进程，加上经济的快速发展，汽车已经成为了大多数家庭出行的主要交通工具，有了汽车也就有了停车位的需求，一个小区如果小区用户的汽车持有率到达一定量的时候，地上停车场普遍是不能满足住户停车需求的。为此，地下车库的出现就显得十分重要了，但是相对地上停车场，地下车库由于其本身环境的特殊性，有着更高的要求，不只是简单的画一个车位，它更多的是涉及到地坪、灯光、通风和消防等问题。

我公司目前已交付使用项目地下车库项目滑县金秋华城、金秋假日酒店使用普通混凝土地坪；金秋企业总部基地金秋企业总部基地使用金刚砂地坪，项目使用情况均不理想。小区拥有一个好的地下停车场会成为众多用户选择的首要标准，地库的交房标准已经提升至整个小区的交房品质。我公司现阶段迫切需要制定经济实用的地库交房标准及施工管理方案，从而提升产品的品质及竞争力。

在以往的地下停车场地面设计常使用的为：混

凝土地面、水泥砂浆地面、环氧地面、耐磨地面、水磨石地面等，在我们经过对以上地面使用 1-3 年后的调查，都出现不同程度的起尘、起砂、脱落的现象，以至于影响地面的正常使用。出现这些问题的主要原因为：施工质量和产品本身的使用寿命问题。下面是我们对几个主要地面的性能的比较：

一、环氧地坪

环氧地坪技术的是指在已经凝固好的水泥坪上覆涂环氧树脂涂料，覆涂厚度在 1-5mm 左右，形成一个密闭的有机物保护层。由于环氧树脂是有机物，所以这个保护层具有良好的表面耐水性、耐油性、耐酸碱性、耐盐雾腐蚀性等化学特性，且平坦无缝、易清洁，是现代工业广为使用的长效地坪材料，广泛用于医药、食品(无菌生产)和电子、化工(防静电)等行业。但是，有机物保护层有几个致命的弱点：

1、硬度与耐磨性：有机材料在物理性能上不可能与无机材料相媲美，最坚硬的树脂莫氏硬度为 2-3。生产车间、停车库、制造业等场所由

于重的移动荷载比较大且频繁使用如汽车、叉车、移动小推车等，因此环氧树脂地面也常常遭到严重划伤，引起起壳、脱落的现象；或者因地面返潮而鼓泡。

2、使用寿命：有机材料都是高分子聚合物，这就是说在辐射、光照、温度等正常条件下，高分子链会发生断裂，这就是人们常说的老化！最好的环氧树脂材料（环氧自流平）使用寿命可达 5-8 年，一般的工业环氧地坪使用年限约为 2-5 年。

3、维修保养：因其容易出现起壳、鼓泡、剥离等现象，所以维修起来非常困难，要把破损之处全部铲掉再清理基层重做，并且会出现色差。

二、耐磨地坪

硬质地坪技术的是指：在用水泥或混凝土浇筑过程中掺入金刚砂或其它骨料，整体凝固而成。加硬层厚度在 3-10mm 左右。由于金刚砂等骨料硬度极高，所以硬质地坪的莫氏硬度为 6-7，常见物质中基本没有什么东西能划伤其表面，所以硬质地坪坚硬、耐磨、平坦无缝，除了可以用作工业厂房地坪以外，还可以用于仓

库、车库、广场等辅助设施地面。但是，采用这种技术生成的地面是用水泥作粘合剂粘合金刚砂而成，所以还具有水泥制品的特性 ---- 表面势必形成大量水分蒸发后遗留的毛细孔，这些微孔对地面效果造成两种负面影响：

1、对光线产生漫反射，使光泽度大大降低，如果不打蜡养护，就没有良好的视觉效果。

2、吸纳污水与粉尘，不利于创造洁净生产环境，不适宜在制药等行业应用。

3、随着时间的推移，水泥制品表面风化现象的发生，出现起尘、起砂的现象，一般使用寿命在 5-8 年，短的 2-3 年。

三、水磨石地坪

水磨石是一种水泥型人造石材，具有价格低廉，整体性能好、形状颜色可控等优点，因此广泛用作公共建筑、生产车间等的地面材料。但是，由于磨损与污渍浸润等原因，其表面很快风化、剥离、污染，失去应有的建筑工艺特征。养护水磨石地面的主要手段是每天清洗和打腊抛光，操作复杂且成本较高，从而造成水磨石表面粗糙和陈旧，使得水磨石只能作为低端产品使用，对于创

造洁净工作环境显然是一个隐患。

四、混凝土密封固化剂硬地坪

混凝土密封固化剂是一种环保型的化工建材，它能弥补水泥制品地坪的缺陷。应用于混凝土地面、水泥地面、水磨石地面，使表面形成一个 7-8mm 的保护层，使用寿命在 30 年以上。

混凝土密封固化剂硬地坪具有以下特点：

- 1、高亮度：可达 90 度光泽单位，超过环氧树脂，相当于大理石。
- 2、高硬度：莫氏硬度为 8-9（钻石莫氏硬度为 10）。
- 3、抗渗透：耐水耐油、耐弱酸碱，且平坦无缝、易清洁、易维修保养。
- 4、长寿命：使用年限达 30 年以上。
- 5、范围广：对旧地面作翻新，这是环氧地坪与耐磨地坪不可比拟的。

各类地坪性能对照表：

产品/项目	环氧树脂	金刚砂耐磨地坪	混凝土密封固化剂地坪
防尘效果	无尘	减少灰尘	无尘
耐磨性	2--3	4--6	6.3以上
莫氏硬度	1--4	4--6	8以上
抗渗 (/m2)	0毫升/小时	200毫升/小时	0.09毫升/小时
抗老化	3—5年	3—8年	30年以上
保质期限	1年	2年	15年
施工方法	多层多次涂覆	抛洒、机磨	渗透、机磨
工期条件	地坪必须干燥，每天约2千平	与混凝土浇筑同时，每天约1千平	混凝土终凝后即可，每天约1千平
安全、环保型	有轻微刺激性，施工需防火	安全、环保	符合VOC标准，无毒、不燃、环保
基本要求	需做防水层否则易脱层	适用新地面	新旧地面都可使用，无防水要求
清洁度	易有划痕脱层清洁一般	油污易渗	不渗油污易清洁
易助成度	易有划痕，脱层、起皮	易留划痕，黑迹，维修麻烦	抗磨损抗污染越用越光亮
使用年限	2—5年	3—5年	半永久性性与建筑物同期
单平米造价	35元	15元	15元

希望集团各项目公司结合市场情况及项目定位，综合考量选用经济合适的地坪工艺，为客户创造一个实用整洁的车库环境。

浅谈企业基层员工素质模型

/ 刘 静

企业战略的落地和实施，更多的需要组织能力的提升和人才竞争力的打造。构建素质模型为组织能力提升和人才竞争力打造的第一步，进而在此基础上建设科学的人才管理体系，为企业发展提供源源不断的优秀人才。素质模型是镜子，员工可以通过自我对照改进提升的工具；素质模型是尺子，找到统一衡量的标尺，外部招聘和内部人员评价的标准；素质模型是梯子，了解更高级别的素质要求，做好提升准备和自我修炼的工具。

做为地产企业，我认为企业所有员工都应具备的素质模型有：高效执行、客户导向和学以致用。

高效执行：坚持铁军精神，高质量、高效率地完成所担负的任务。

正向行为展现 +：

- 主要行为：
- * 狼性思维：拼搏进取、迎难而上、不折不挠，对任务和指标富有开拓和进攻精神。
 - * 使命必达：敢拼敢当、以责任和使命为驱动，不上交问题，不寻找借口，不达成任务誓不罢休。
 - * 以终为始：以结果为导向，目标指导行动，分清优先主次，抓住关键点，高效完成任务。
 - * 用心用脑：关注细节、精益求精，想尽办法找到最佳方案，不断提升工作交付品质。
- 补充行为：
- * 关注进程和节点，跟进计划实施和落实，严密监控，根据变化及时做出调整。
 - * 意识到承担和完成任务是自己的岗位责任和使命。
 - * 及时汇报和修正任务执行过程中产生的偏差。
 - * 在任务执行过程中不断优化工作流程、方法。
 - * 注重在任务执行中不断进行资源的维护和积累。
 - * 敢于坚持自己客观求证的观点。

负向行为展现 -：

- * 理清不清工作任务重心和目标。
- * 只是照章办事，没有责任意识。
- * 常抱有畏难、消极情绪，认为困难、阻力太多，难以达成。
- * 强调职责清晰划分后才能执行，不愿意主动推动。
- * 完成任务时片面追求时间、成本质量中的某方面。
- * 只考虑把事情做完，没有关注把事情做好。
- * 做事虎头蛇尾，只考虑完成当前的目标，不能善始善终。
- * 完不成任务和目标找借口，强调非自我原因，不能从自身找问题和差距。

客户导向：终端消费者及需求为核心，努力提供性价比卓越的产品和服务，达到甚至超出内外部客户期望的能力。

正向行为展现 +:	负向行为展现 -:
主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 客户为先：明晰内外部客户，遵循外部客户优先于内部客户、一线客户优先于后台客户的工作原则。* 全员营销：始终围绕终端消费者需求和营销目标实现开展工作。* 反应灵敏：敏锐捕捉市场和客户需求变化，识别客户真实需求，分析和理解客户产生需求的原因。* 快速响应：根据客户真实需求，迅速调整工作思路和方法，以最高效率、较低成本达到甚至超出客户期望值。* 互惠共赢：积极维护客户关系，挖掘客户潜在需求，将客户满意度作为衡量个人工作价值的前提，与客户实现长期信任共赢。 补充行为: <ul style="list-style-type: none">* 准确把握公司及部门产品和服务的特点。* 基于对客户理解，与客户探讨可能存在的隐性需求。* 总结与客户接触中遇到的问题，提出优化产品的方法或建议。* 对客户的咨询、要求不能理解时，及时寻求相关人员的支援。* 发现并提前告知客户面临的风险，并采取相应的措施。* 理解客户的需求是动态的，及时调整跟上这一变化。	主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 认为只有直接交付成果的是客户。* 认为只有上司才是客户。* 认为管理者是发号施令者而不是服务者。* 认为客户说出来的就是需求。* 采用“一刀切”方法满足不同客户的需求。* 盲目地接受客户所有的诉求。* 对客户过度承诺。* 急功近利，做一锤子买卖。* 不主动联系客户，总是等着客户有了问题来找我。* 将服务客户过程中出现的问题当做麻烦。

学以致用：认同学习型组织文化，正确认知自我，在学中干，格物致和。

正向行为展现 +:	负向行为展现 -:
主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 自我认知：客观、全面地评判自我的优势和不足，主动思考在工作中仍能提高的地方。* 建立对标：持续借鉴和吸纳公司内、同行业甚至跨行业先进经验，并应用于改善工作业绩。* 自主学习：有强烈的学习欲望，学中干、干中学，主动有针对性寻找资源和途径以学习新知识、技能、思路，并运用实践于工作，加以检验。* 持续改进：不断总结工作经验和教训，提炼形成新的标准、方法、制度、流程、操作指引和工具模板并持续改进。 补充行为: <ul style="list-style-type: none">* 根据自身特点以及工作需要制定学习计划，并能严格执行。* 主动、有针对性地拓宽学习途径。* 从经历过的事件中，总结经验形成方法论。* 能积极参加相关的培训课程以提高自己的专业能力。* 深入钻研自身的专业，明确专业在公司内外部的竞争力。* 注重与他人分享并借此巩固提升学习成果。	主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 认为自己的工作无可挑剔，满足自己现有的能力，不反思自身不足。* 等待被安排培训，很少主动学习。* 对新的思想、观点与方法采取怀疑和抗拒的态度。* 学习与工作实践相脱离。* 不善从成功与失败中总结经验和教训，多次犯同样的错误。* 只是关注表面知识，没有深入思考和总结其内在的规律。

除此之外,普通基层员工还应具备的素质模型有: 协同合作、阳光开放和自我驱动。

协同合作：将集体利益放在首要位置，团结互助，同舟共济，推动目标实现。

正向行为展现 +:	负向行为展现 -:
主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 集体第一：强调集体利益高于个人利益，“我们”比“我”更重要。* 求同存异：认可他人在合作中的价值，探讨共同目标并达成共识，包容个体差异。* 主动支援：主动询问合作伙伴需要的帮助，提供相应的支持。* 真诚求助：将合作伙伴看成是力量的来源，真诚寻求他人的建议和支援。 补充行为: <ul style="list-style-type: none">* 在坚持原则的前提下，懂得并愿意妥协。* 及时分享内部的重要信息（对合作有积极贡献）。* 鼓励其他伙伴提供建设性建议。* 以平和的心态看待自己在合作中的角色安排（领导者或支持者）。* 及时向合作伙伴提供有建设性的反馈（以积极的形式反馈负面意见）。	主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 认为自己的工作无可挑剔，满足自己现有的能力，不反思自身不足。* 等待被安排培训，很少主动学习。* 对新的思想、* 以自我为中心，认为只有个人利益实现了，再谈集体利益才有意义。* 在合作过程中较被动，更多的听别人的想法而较少袒露自己的想法。* 在合作中较少控制个人的负面情绪。* 夸大自己在合作中的贡献。* 经常拖延自己的工作，完成质量不高，给其他合作成员带来困扰。* 对于其他合作成员的求助表示推诿。* 合作过程中没有反馈意识，即使有改进空间，也不会向合作伙伴表达自己的看法。* 将个人作为孤立的工作者，遇到难以克服的困难和挑战也不愿意向他人寻求帮助。观点与方法采取怀疑和抗拒的态度。* 学习与工作实践相脱离。* 不善从成功与失败中总结经验和教训，多次犯同样的错误。* 只是关注表面知识，没有深入思考和总结其内在的规律。

阳光开放：保持开放的心态，积极看待、维系企业内部人与人之间的联系，维护“简单、透明、阳光、开放”的企业文化。

正向行为展现 +:	负向行为展现 -:
主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 真挚待人：真诚对待同事，不搞复杂人际关系。* 积极工作：感恩生活，积极工作，主动发现工作中的快乐和收获。* 传递正能量：在工作中主动做正确的事情，放大正能量。 补充行为: <ul style="list-style-type: none">* 接纳不同观点的冲突和碰撞。* 快速接纳新同事，并帮助他们适应新的工作环境。* 主动调适个人负面情绪，保持平和心态。* 通过公开渠道与同事分享，不传播小道消息、负面信息。* 处事坚持既定的原则和机制。* 不畏权威，积极思考，善于向上级提供正面建议。* 及时指出不足或待改进的方面，提醒大家共同思考和改进。	主要行为: <ul style="list-style-type: none">* 固步自封，对于新事物和新观点采取防御的心态。* 总抱怨工作和生活不顺心，时常流露负面情绪。* 随意承诺但又不兑现。* 说一套，做一套。* 盲目迎合领导的想法，明知行不通还表示支持或不表达意见。* 搞小团体，拉帮结派，破坏团队氛围。* 冷嘲热讽，抵触积极与进步。

售楼处设计中的设计

/ 金秋集团设计中心 胡云峰

自我驱动：要求自己做的更好，自主思考和开展工作，始终保持超乎寻常的工作激情，取得瞩目业绩。

正向行为展现 +:

主要行为:

- * 追求卓越：始终不满足于已有的工作成绩，渴求职业生涯的不断进步。
- * 争当第一：学习企业内部标杆及先进，设定个人的高标准，争当第一。
- * 勤勉实干：督促自己思考如何超越工作要求，鞭策自我苦干、实干。
- * 保持激情：高度专注当下工作，敢于正视挫折和挑战，不抛弃，不放弃。

补充行为:

- * 客观评估自己的现状，积极向标杆看齐，并努力赶超。
- * 积极看待工作中的起伏，消除不良情绪。
- * 追逐目标，抱有必赢的信心和决心。
- * 关注工作本身所带来的乐趣。
- * 时常暗示自己可以做得更好。

负向行为展现 -:

- * 过分强调职业生涯的平稳，对取得成功没有太多的想法。
- * 不喜欢给自己设定挑战目标，凡事以过得去为标准。
- * 对他人提出进一步要求和标准感到不适甚至抵触。
- * 依赖于群体决策，不愿自主地推动工作的开展。
- * 说的比做的多。
- * 缺乏工作的激情和活力，回避挫折或挑战。

我上大学的时候所学的专业叫做：环境艺术设计。我想这个专业之所以取这个名字，就是当年的教授们认为这个专业的工作对象就是：环境。而工作内容是：把环境“艺术化”。事实却是如此，一直以来我的工作主要是在处理“环境艺术化”的问题（通俗一点就是装修问题），所以我的工作就是跟客户聊风格，唠装修，谈审美，凹造型，选材料。某种意义上说，“环境艺术”就是我对室内设计专业的认知模型。既然是环境艺术，那么审美就是我的一个重要的工作抓手。但是由于接触了一些商业空间项目之后，这种以审美为基础的工作落脚点，给我带来了一个痛苦的问题。

商业项目的客户不会单单因为我把空间处理的艺术化而买单，可能客户因为上午心情好所以觉得我的设计很好，下午由于他心情不好，就觉得我的设计狗屁不如。在这种取悦于甲方的过程中苦苦挣扎的我，静下心来思考才发现，人的行为是由这个人的个人因素，包括当下的心情，过往的生活经验，甚至基因喜好，和当下所处的外部环境，如光线、触感、声音、视觉信号等外部因素共同决定的。这意味着：环境可以极大地影响人的行为！反过来说就是：通过环境我们可以操控人的行为！

一个人会因为所处时间和环境的不同对同一个空间或者同一个事务有着不同的看法，可见审美是主观的，所以审美对于我设计的项目是否能落地不是“基于不可辩驳的理由”。为了给自己的设计寻找一个更坚实的基点，找到那个不可辩驳的理由，我接触了很多出设计以外的东西，得出一个现在看来很简单明了的答案：设计的本质是解决问题。

那么对于售楼部来说，设计需要解决的本质问题是：帮助地产商营造一个可以把产品卖出去的空间。这个问题其实有类过似项目经验的设计者了解售楼部的功能需求之后很好解决，但面对地产行业利润下行的当下，地产商所有的产品努力，营销努力，最终都是导向行为的。也就是说地产商和设计者所有的努力和所有的商业成就，都是期望潜在客户产生某种我们期望的行为。那么如何帮助地产商快速完成商业变现，让潜在的业主朋友认可公司，愿意交钱认购这一问题似乎更需要设计师深入研究。

结合之前的认知，我觉得对于售楼部来说，设计的问题不仅仅是帮助地产商营造一个把产品卖出去的空间，而是：如何帮助地产商营造一个可以影响甚至操控潜在客户交钱认购的空间。

面对这一新问题，我觉得单单把售楼部打扮的更漂亮只是基础。让客户踏进售楼处到离开，从视觉、嗅觉、触觉、听觉甚至到味觉，每一个细节都能体会到惊喜，为客户提供最佳购房体验才是需要深入考虑的。结合公司华府项目售楼部设计启动，我做了一些思考。首先在售楼部功能动线问题上，我觉得要通过动线的设计和一些小技巧让现场显得很有人气。所以我认为动线规划只设置一个出入口即可，第一这样无论营销中心是否举

办活动，不必担心由于人员出入太多，而导致置业顾问照顾不到，白白流失可能存在的销售机会。第二即便平时没有活动，到店客户没有那么多，由于出入口只有一个，出入的客户都能相互看见，避免冷清的场面尴尬，来来回回的人不停的游走，给人心理上客户量也不少。第三，置业顾问要显得很忙碌，不能无所事事，让潜在客户进入售楼处大厅时看到售楼处内坐着一排无所事事正在玩儿手机的销售人员，这样客户无形中会给客户一种“这个项目卖得不咋地”的感觉。所以，接待前台最佳位置不能正对大门，而是在大门左侧或右侧。这样客户在进门时候不会直接面对一排坐在前台后的接待人员，而是会首先看到景观或企业文化形象，侧面的接待人员可以主动出来问好并进行登记。完整流畅的动线，可以很好的引导客户纳入置业顾问的销售逻辑里。

二、深 / 浅度洽谈空间是整个售楼部最重要的功能区域，座位布局就显得尤为重要。首先浅度洽谈区最好选择紧凑的一桌四椅。很多售楼处内喜欢摆放大沙发和大茶几。从设计视觉来看，大沙发和大茶几更能凸显建筑和家具的视觉冲击，从观感上提升价值感。但这个设计最大的问题就是谈判双方距离过远，声音大了会与隔壁区域产生隐私担忧，说话声音小了又听不见。销售人员无法亲密地和客户解释户型图和计算费用的工作，而

且瘫坐在沙发中的客户没有谈判的紧迫感，谈判注意力也不会集中；但是看似拥挤的一桌四椅则全然没有这个问题，椅子上的客户则会在销售人员的一步一步引导下越发紧张。其次，座椅的选择应为靠背宽而后仰的，这样的座椅看似优雅，坐的人却很难舒舒服服地把后背靠上去，身体只能不自觉地前倾，不得不全神贯注地盯着置业顾问的讲述。第三 VIP 洽谈区要有封闭感。现在很多 VIP 洽谈室会半围合起来，形成一个相对独立、封闭的空间。一方面是为了避免被打扰，另一方面是方便逼定。当客户处于一个封闭空间时，更容易进入感性的瞬时思维。比如电视购物为什么能成功，就在于营造出了一个封闭的信息空间。

三、售楼处最好设置背景音乐。个人认为售楼处音乐是很重要的销售道具。据说有美国学者做过研究，音乐对于客户买买买有很直接的助攻作用。所以不同项目不同销售节点不同场合，所播放的音乐都有很大差异。比如当项目处于平销期，播放的音乐就应该比较轻缓，这样可以延长客户在售楼处的停留时间。当项目处于强销期，则更适合快节奏的音乐，据资料统计当音乐节奏加快每分钟到达 108 拍的时候，顾客成交频率会加快。

当然，我个人认为背景音乐还有一个不足为外人所熟知的秘密。无论项目处在何种销售期，置业顾问与潜在客户进行项目强制输出时，客户对此的



接受度显得尤为重要，因为我们没办法让客户像小学生一样排排坐听置业顾问讲，但是如果预设的舒缓音乐能够调节客户心理，让他们能够沉下心来听置业顾问强制输出。尤其是对有潜在意向的客户，想增加他们对置业顾问的专注度，最好的办法是给他们一些外界的干扰，从而使他们更专注于置业顾问的思维体系里。

四、气味，制造独特的品牌记忆。曾经有人研究过味道对于赌场的影 响，两种被公认为“令人愉悦”的味道被分别释放在赌场不同的老虎机区域，以另一个没有味道的老虎机区域作为对照。实验结果表明，第一种味道所在区域的回头率增长了 45%，而第二种气味所在区域和对照组所在区域的回头率没有变化。

这一实验虽然不能以偏概全，但论商业空间中对嗅觉记忆的营造非星巴克莫属，星巴克店面整个空间弥漫着一股醇厚的咖啡香味。为了保持这种嗅觉体验，星巴克有个四禁政策，禁烟、禁止员工用香水、禁用化学香精的调味咖啡豆、禁售其他食品和羹汤。这么做的目的其实只有一个：让你闻到的只有咖啡香。加深客户对企业的品牌印记。

同样，对于售楼处来说嗅觉营销的作用也是非常巨大，香氛可以降低客户的焦虑，提升服务体验，并有助于产生独特的品牌认知和 品牌记忆，进而维护客户关系提升销售业绩。最好客户一进入售楼部，就能感到到这种香味，香薰

不要用自然挥发的，最好用香薰灯，香薰灯要选电的，防止明火着火。

五、暖调灯光，有效缓解客户紧张心态。根据心理学分析，空旷冷寂的环境会让人在无形中产生紧张、抗拒心理，这样客户会在不自然中对销售的交流产生戒备抵触。所以售楼处的灯光部分功能区，像沙盘、洽谈区等都应选用暖色调投灯、射灯，通过暖色调柔和的灯光，缓解客户的紧张，放下对销售的戒备。

六、售楼部要美得 有特色、有辨识度。我们都知道娱乐圈那些红的发紫的明星，永远不是长得最美的人，而是辨识度 高的人。在地产行业，前几年流行新中式，这两年流行现代风格，售楼处也长得越来越像，美则美矣，没有灵魂。所以，售楼处的设计要让客户眼前一亮，除了极致美，还要有差异化形成记忆点。因此现在的售楼处都在努力让自己成为网红打卡点，根据项目定位群体，量身定制确定独特的空间体验和服务体验，增加客户的停留时间。这样不仅可以为营销引流提供一些帮助，同时可以给人更好的情景体验，帮助地产商完成商业目的。

这些思考很多乍一看不在售楼处空间设计的范畴，但对于丰富和完善售楼处空间环境却息息相关。售楼处想要完成它的商业目的和商业价值除了要设计出好看的皮囊，更应该设计好这些东西才能营造出一个是 可以操控人行为的环境。

近几日学习由集团公司编撰的《河南都帮建筑工程有限公司安全文明施工标准化手册》《施工质量标准化图册》并于 2020 年 3 月 14 日周口项目工程部集中学习。时至今日，健康城项目建设第一批次楼号已经有个别具备预售办理条件。回首望望，深刻思考。一路走来，与集团公司的“标准化要求”差距甚远。从 210 土地摘牌，筹备地块围挡闭合，冲洗平台冲轮池投入使用，到 510 健康城土方大开挖，直至 913 部分楼号进入六层具备预售办理，虽然我们当初起步就是按照九字方针“即：立标杆、树形象、传口碑”制定我们健康城工程管理的战略部署，但结果令人汗颜，需要提升的空间太大。

第一，从工程管理内控而言，伴随着金秋事业的发展，个人也随之成长，从金秋安东项目建设，到金秋健康城项目建设，自我总结了指导自我工程管理的工程管理思路，即“1244123 工程管理思路”从而将工程管理标准化在日常工作中得以运用。如下小解何为“1244123 工程管理思路”。

首先，管理宗旨：

秉持“谁主管、谁负责”的工程管理原则，采

浅谈工程管理之——

如何确定管理思路及带工程管理团队

/ 杜红宇

用标段主管负责制，全面负责工程管理，涉及(1) 进度节点 (2) 质量细节 (3) 安全措施 (4) 文明落实 (5) 扬尘管理 (6) 资料同步 (7) 施工方案 (8) 整改通知回复等八个方面的工作制定该管理思路。

其次，管理思路数字分析

管理思路：1、2、4

“一个中心”即：以合同为中心，完成合同交底及开工通知单；

“两个基本点”即：质量 + 安全 = 零容忍，两手抓、两手硬；保节点。俗称“两抓一保”。

“四项基本原则”即：方案先行、样板引路、报验制、庭院式管理；

管理依据：4

“四件法宝”即：合同、图纸、管理手册、规范图集。

管理方法：1、2

“一表二标准”，即：（1）工程管理运营表【周、月】；（2）安全管理标准；（3）质量管理标准。

管理手段：3

“乐捐三支箭”，即：

第一支箭：告知，已违规，须整改到位，6小时内必须整改到位；

第二支箭：提醒，快整改，立马确保落地，12小时整改并回复；

第三支箭：过12小时仍未整改，乐捐，处罚并整改，确保落地。

特别提醒：

安全管理“零容忍”

“质量事件”+“安全事件”=零容忍

分享：主体施工质量管控小插曲“主体阶段工程管理五不验”即：

混凝土龄期不到位不验【48小时揭膜放线72小时集中吊运材料】

安全防护不到位不验【无论是作业层还是其他楼层，防护按规范必须到位】

文明干净不到位不验【模板拆除清理干净并出楼层】

实测实量不上墙不验【固定格式每道墙进行实测实量】

下隔一层问题不处理不验【清理干净和防护到位的楼层质量和安全问题处理】

第二，关于工程管理队伍建设事宜，总结出，无论是工程部人员还是监理部人员，总结出“工程管理人员十要求”

1) 打造一支“会打硬仗、能打苦仗、善打胜仗”的“工程管理铁军”。

2) 施工管理过程中“敢管、会管、能管”，不能失控，严格落实“精细化施工、规范化管理”的工作思路。【即以五最工作法作为总保障：最高的标准、最硬

的措施、最快的节奏、最严的要求、最好的效果】。

3) 工作中要“勤沟通、会沟通、善沟通”，不能不沟通。

4) 工作中要“打铁必须自身硬”“苦练内功才是真”，练就过硬的本事，对图集、规范、图纸等要吃透，不能凭经验处理问题，要做到“有力、有理、有礼”。

5) 工作中要“心底无私天地宽”，不能“束缚”自己的手脚。

6) 工作中“干完≠干好”，注重事前控制，“质量取决于细节、安全取决于过程、进度取决于节点”。

7) 工作中要协调好公司各部门的工作关系，目的是解决问题，推进工作节点的落实。发挥主观能动性，积极的完成公司既定工作任务。

8) 工作中，一多“即：多做事”、二少“即：少打听、少说话”、三不“不传话、不传谣、不嚼舌”、四会“即：会写总结报告、会做PPT、会拍照摄影、会开车”。

9) 工作中，一个基础“即：以管理手册（制度）为基础”、两个提高“即：素质提高、管理水平提高”、三个抓手“即：抓质量、抓进度、抓安全”、四件法宝“即：合同、手册、图纸、规范”。

10) 无论哪家公司、哪个岗位？如果不被淘汰，则需遵守如下六点：①工作岗位定位要准；②工作思路清晰明朗；③工作节点积极完成；④工作之余多做少说；⑤工作过程效率至上；⑥工作责任敢于担当。

多年来，自认为，想要带领团队做好工程管理工作，一是管理思路，如何明确并执行，另外就是管理团队，如何打造出具有执行力的工程管理团队，这，真的还需认真值得我去学习和探索。

个人成长与企业发展

/ 刘龙轩

相传佛祖释迦摩尼曾考问弟子：“一滴水要怎样才能不干涸？”弟子冥思苦想：孤零零的一滴水，一阵风能把它吹干，一撮土能把它吸干，其寿命几何？弟子们百思不得其解。释迦摩尼说：“把它放入江河中去”。我们赞美江河的辽阔、壮观。殊不知浩荡的江河是有千千万万的小水滴组成。小水滴也在组成江河时找到了自己的位置，感受到了来自江河的温暖与力量。二者共生共荣，密不可分。个人与企业的关系被水滴与江河完美的展现了出来。

个人的成长需要企业的支持。任何人的成长与发展离不开企业的支持与鼓励。有甲、乙两名能力相差不大的大学毕业生应聘到同一家单位，两个人都胸怀大志，希望在企业中创造出属于自己的天地。在一次新产品的研发中，他们被分到了不同的两个小组中着手研制同一款产品。甲在研发的过程中很善于向别人请教，能较好地利用厂里的各项资源，同时得到了厂里的大力支持。乙却不太善于向别人请教，也不主动去利用厂里的各项资源，整天在实验室中独自拼搏。半年时间过去了，甲成功的研制出来了新产品，虽然乙也是废寝忘食的工作了半年，却收效甚微。由于在这次研发过程中，甲表现得相当优秀，不久就被提拔为部门经理，而与他同时进场的乙却还是一名技术员。事后，已向甲请教到：

“在这半年的时间里，我已经够努力的了，但是却是一事无成，你能告诉我你是怎么成功的吗？”甲笑了笑说：“我是站在了巨人的肩上，如果没有企业的支持与前辈们的帮助，新产品我是肯定做不出来的”。是啊，企业的支持与鼓励对个人的发展确实有着不可或缺的作用，像天空一样广博，像海一样深邃，像妈妈对孩子的肯定一样温暖。

企业的发离不开个人的支持与奉献。创新是企业发展的必由之路，是企业永恒的主题。企业只有创新才能买足不断变化的消费需求，只有创新才能满足日益激烈的市场竞争的要求，而人却是创新的根本，只有个人的思想新，企业的思想才会新，只有个人创新，企业才能创新。胡锦涛总书记在全国科学技术大会上的讲话中指出“在社会主义市场经济条件下，企业是市场竞争的主体，也是技术创新的主体。我们必须培养出一具有自主创新能力，拥有自主知识产权的企业”。在市场竞争日益激烈的今天，企业必须有一批能够自主创新的人才能生存，才会发展。所以说企业的生存与发展离不开个人的支持于奉献。



人的价值首先在于贡献而不是索取。一个人对企业作出了贡献，企业就会给他以肯定的评价，贡献越大，评价越高。相反，如果一个人只知索取而不贡献，甚至给企业造成某种危害，其人生就没有意义、没有价值。

职业规划在人生中有很大的作用，职业生涯规划一旦设定，它将时时提醒你已经取得了哪些成绩以及你的进展如何。根据职业方向选择一个对自己喜欢的职业来实现自我价值，但这一步的迈出要相当慎重，在职业生涯中要制定一个长远的规划显得不太实际，因而有必要根据自身实际及社会发展趋势，把理想目标分解成若干可操作的小目标，灵活规划自我。

提高自己的职业素养，应该做的变成你喜欢做的，要做最有价值的事情，每个人都有不可替

代的核心专长，每个人都有擅长的一面，可能是技术专长也可能是个性专长，核心专长是你独有的，并且对创造价值有着决定作用的特长。要时刻给自己充电，并且要善于运用刚学到的知识，还要养成勤思考的习惯，只有这样才能不断地提高自己。

海是由一滴滴水组成的，没有水也就不存在所谓的海，一滴水看似不起眼，但是却能汇聚成广阔的海洋；海洋之所以美丽壮观也正因为有无数的水滴。我想个人与企业的关系也应如此，相互依存，共生共荣，密不可分。

希望同仁们搭载着公司这艘航船，齐心协力，做好本职工作，不断完善自身，与公司一同乘风破浪，风雨兼程，不断挑战，创造辉煌！

用心生活，用心做事

/ 刘龙轩

在我看来，一个人如果凡事能做到不敷衍、不糊弄，那么结果往往不会差，是能被厚待的。反之亦然！不敷衍生活，生活才真正美好，很多人总是感叹人生无趣，生活好没意思，在叹息人生平淡无奇的同时，又挺羡慕为什么别人活得那么多姿多彩。原因出在哪里呢？难道有些人的生活里尽是阳光明媚，春暖花开，就没有狂风暴雨吗？答案很显然不是的，没有人的生活会是一直风调雨顺，这两种人生最大的区别，其实是彼此对待生活的态度不同，有人是认真且热爱，有人却是敷衍了事，由此才会有不同的结果。

村上春树说，一个敷衍了事、平淡无趣的态度，怎么能期待拥有一个趣意盎然的生活呢。那些感到生活无趣的人，通常对生活都是比较敷衍的，得过且过。

们往往并不是没有机会和能力拥有美好且有趣的生活，而是缺少一双发现美好的眼睛和一颗感受乐趣的心。

我喜欢读一些人物传记类的书，我发现那些真正的世家和名门望族，他们即便到了很落魄的地步，也依然不会对生活有所敷衍和糊弄，还是一如既往的讲究和热爱，将困苦的生活硬生生地活出了诗意。

人活着，就该有人的样子。一个人只要不敷衍，不将就，认真生活，保持好奇，用心去发现和感受，那么哪怕生活再难，他也能活得有滋有味。反过来，即使拥有再多的美好，可能也无法感知到美好。不敷衍工作，才能真正向上走，很多人总是抱怨工资太低，却很少思考自己为什么工资低，为什么有些人升职加薪会那么快。这其实是问题的关键所在，如果不去正视和面对，那就可能永远也无法改变这样的局面。

为什么有人一直在往上走，成长速度非常快，而有些人总是停留在原地，甚至是越混越差呢？造成这种结果的因素是多方面的，比如遇人不淑，遇到的老板不靠谱，公司比较差劲等等，这些情况都是客观存在的。但最主要的原因，往往还是在我们自己身上，我们之所以没有被升职加薪，说白了就是不配，没有足够的能力和理由被升职加薪。而造成这种尴尬局面的原因，通常就只有一个：对工作敷衍了事，没有把自己正在做的事当回事。

很多时候，我们想问题一定要学会换位思考，只有这样，你才会真正看透一些事情。我们做一个假设：如果你是公司的老板，对那些工作上不上心，做起事来总是敷衍了事的人，你会给他涨工资吗？老话说，态度决定高度，这句话



放到职场上，再合适不过了。你对工作什么态度，最终就会站在什么样的高度，越是努力向上，就自然越容易站在高处。

千万别敷衍工作，否则真的会吃大苦头的。不敷衍感情，才会收获真心和幸福。在小说《三国演义》里，刘备之所以能从一个织席贩履的街头小贩成长为雄霸一方的诸侯，得益于一个字：情。诸葛亮曾在《出师表》里这样说道，臣本布衣，躬耕于南阳，苟全性命于乱世，不求闻达于诸侯。先帝不以臣卑鄙，猥自枉屈，三顾臣于草庐之中，咨臣以当世之事，由是感激，遂许先帝以驱驰。

哪怕不熟悉《三国演义》的人，往往也知道“三顾茅庐”的故事，这段主臣之间的千古佳话，一直以来都被世人所津津乐道。刘备在得到诸葛亮以后，才有了打胜仗的文化，逐渐有了自己的地盘，最终才有了和曹操、孙权三分天下的局面。不仅如此，在刘备死后，诸葛亮还辅佐刘备的儿子刘禅多年，鞠躬尽瘁，呕心沥血，直至人死灯灭，耗尽最后一点力气

没有三顾茅庐的深情，就没有魏蜀吴三分天下的格局。再说关羽和刘备，很多人应该都听过“身在曹营心在汉”，这典故其实说的就是关羽。关羽为了保护刘备的家小，被迫投降曹操，曹操想招募关羽至自己麾下，对他可谓是百般照顾，送金银珠宝，送美女，还送他赤兔宝马。最终，关羽在得知刘备下落后，毅然离开曹操，过五关，斩六将，远走千里护嫂寻兄。而在多年后的赤壁之战中，镇守在华容道上的关羽，面对兵败的曹操，感念昔日恩情，放走了曹操。

讲这些故事，我想说的是：将心比心，方得人心。不管是爱情、亲情，还是友情，任何一段关系和感情，你只有不敷衍，用心对待，才会收获到真心和幸福。反过来，一段感情的终结，往往就源于敷衍，再好的感情，也经不起这样的折腾和打击。

其实，人生就是如此，工作也好，生活也好，感情也罢，乃至我们的身体，你用心对待，它也会用心待你，你若敷衍，它定也会不把你当回事。

共勉之！

幸福的味道

/ 金秋物业 王静

世间无事，烦恼来自逞强。所求太多，心就无处安放。

很多烦恼，往往源于我们的比较和不知足，看淡一点，烦恼就少一点；看开一点，幸福就多一点。

对于幸福，每个人都会有不同的答案，很多人或许终其一生也不得而知。

为什么我们一直仰望着别人的幸福，总感觉自己的不幸？

一生中烦恼太多，但大部分担忧的事情却从来没有发生过。

很多烦恼，其实都是自寻烦恼。你有你的苦，他有他的烦，我有我的累，每个人都有自己的路要走，不管是笔直的坦途，还是曲折的小道。

每个人都有自己的事要做，不论是悦心的好事，还是无奈的烦琐。每个人有每个人的生活难题，每个人有每个人的心情纠结，每个人有每个人的人生答案。



没有谁的生活里都是幸福，没有烦恼。一个人的不幸，是从羡慕别人开始的。

我们没必要效仿别人，管好自己的嘴，守住自己的心，羡慕别人的生活，只会给自己带来混乱和迷茫。

我们羡慕别人的快乐，总觉得自己笑声太少，其实你哪里知道别人的烦恼，或许别人的笑颜下，隐藏着比你更深的苦痛。

我们仰望别人的幸福，总以为只有自己与不幸为伍，其实别人何尝不是这样看你，只是你觉察不到罢了。

你以为你没有的，可能在来的路上；你以为别人拥有的，也可能在失去的途中。

所以，别只羡慕别人表面的风光无限，也许你拥有的比他更多，幸福一直都在你身边，只是你没有发现而已。

不必仰望别人，自己亦是风景。别去抱怨自己的一事无成，别因为羡慕别人的幸福，而忘记过好自己的人生。🔴

全龄社区

——适合业主终生居住的幸福社区

以全生命周期为线，为社区居民和家庭在不同的成长阶段，提供各种类型的居住产品，实现与老人之间“一碗汤的距离”，同住一个社区，既有各自独立空间，同时能得到彼此照顾，解决社会家庭生活中的矛盾。

社区中空巢、失能、失独、失智等需要照料的老人可入住日间照料中心或养老机构，为入住长者提供高标准的医疗护理、康复养生、生活照料、营养配餐、心理慰藉、临终关怀、文化娱乐、学习修行、旅游度假、慈善救助等全方位的“医养结合”养老服务。让所有老年人都能“老有所养、老有所依、老有所乐、老有所安”。





☎ 金秋热线

010-5793 3453 / 0372-3798 980

地址：北京市海淀区亮甲店130号华玉大厦三层



JINQIU WORLD