

### 集团公司为各级干部充电

本报讯 5月17日,一场别开生面的培训会在集团公司三楼会议室举行。集团公司执行总裁许尚志、副总裁程国梁、丁凌哲,以及集团公司主管以上员工、部分所属公司主要负责人共30余人接受培训。培训会由集团公司组织,以“如何提升企业业绩,打造一流管理团队,提升团队执行力”为培训的主要内容。讲课老师是来自汇泰国际教育集团的赵国时,赵老师具有感染力的语言、列举的典型实例、生动有趣的互动方式使培训活动别开生面。最后,集团公司副总裁丁凌哲、总工程师宋宇光、开发部经理史吕忠、物管公司总经理何斌等走上讲台,结合自身工作谈了感想和所受启发,与大家作了分享,执行总裁许尚志作了总结发言。整个培训过程气氛热烈,掌声不断,取得了理想效果。(方涛)

### 《新南北报》获省房协肯定 采编受邀参加相关会议

本报讯 《新南北报》自创刊以来,一直和省房地产协会、《浙江房地产》杂志保持密切交流,并得到了他们的肯定和支持。5月13日,浙江省房地产协会在临平贝利集团召开《浙江房地产》编刊工作会议。省房协会长唐世定(原建设厅副厅长)、《浙江房地产》副主编潘战波、资深顾问的总顾问何师黄连友、贝利集团董事长、金都集团总裁、浙江各市、县(区)房协相关人员等参加会议,一起探讨了《浙江房地产》杂志的编刊工作思路。据悉,此次会议只有包括本报在内的极少数几家省内房报采编人员受邀参加。会议期间,我们与同行及各级房协宣传人员进行了沟通交流,为下一步更好地编辑《新南北报》汲取了一些有益经验。(方涛)

### 德雅花园 加大剩余商铺促销力度

本报讯 为了促进德雅花园剩余商铺的销售,苍南公司领导高度重视,决定实行公司全员销售,销售部想法设法加大促销力度。首先是对外墙广告进行了认真策划,并专门到杭州等地拍摄了一组外墙广告照片,借势杭州大学、蓝色港湾等楼盘的外墙广告宣传模式,对德雅花园17个商铺做了广告宣传,并在项目现场树立了大幅户外广告景观牌,以吸引路人眼球。其次,公司专门聘请了专业的策划人员,根据自身目前的房地产市场情况,结合德雅花园商铺自身特点为商铺销售制定详细计划,将商铺的专业业态定位为针对性强、专业化程度高的专业性精品商业模式上,发展珠宝、红酒、高档家居饰品等专业精品商业模式,使之区别于周边其他项目。在“五一”劳动节期间,公司与本地其他购物商场联手搞活动,推出德雅花园贵宾卡,让拥有德雅花园贵宾卡的客户,在购买商业地产时可享受优惠。促销力度加大后,销售工作取得一定进展,现已有多个商铺意向购买者正在洽谈中。(邵孝生)

### 细节服务打造公司品牌

本报讯 为充分体现新南北物业的企业精神及服务理念,进一步打造公司品牌,在公司领导的指示下,蓝天商务中心制作了160张遮阳板,用于汽车挡风玻璃上,起到防晒、隔热的作用。只要有车子驶停在大厦内,秩序维护员就会主动为物业使用者车上这块隔热垫。使用者看到此举都很感动,对蓝天服务中心的这种做法很满意,认为这才是真正为业主或物业使用者所想,并向我们表示了衷心的感谢。蓝天是公司的第一个试点,所达到的效果已超过预期,公司现已加大制作力度,将全面进行推广,让公司其他所属楼盘的业主及物业使用者享受到我们的细节化服务。(韦的)

### 警民合作共创和谐家园

本报讯 5月4日午夜时分,兰韵天城小区内,有个穿白衬衣的男子从小区3号岗前的草坪穿过,快速向河边走去。这一反常情况引起了当班秩序维护员黄真昌、曹磊和孙金辉的注意,他们立即上前询问。这时,另一边已有派出所警员追过来,白衣男子见此拔腿就跑。秩序维护员留下一人值岗,另两人马上同时奋力追了上去,得知情况的9号岗龚斌也迅速从前门拦截,大家包围50米左右,终于将白衣男子抓住。据了解,该人是偷盗嫌疑人。整个追捕过程中,我们的秩序维护员反应机警,配合默契,顺利地协助公安机关将犯罪分子抓获。公安机关对此表示了赞扬和谢意,秩序维护员们也说:维护小区安全是我们的职责,同时协助公安机关工作我们也义不容辞。(兰韵天城服务中心)

# 科技提升西岸人居质量



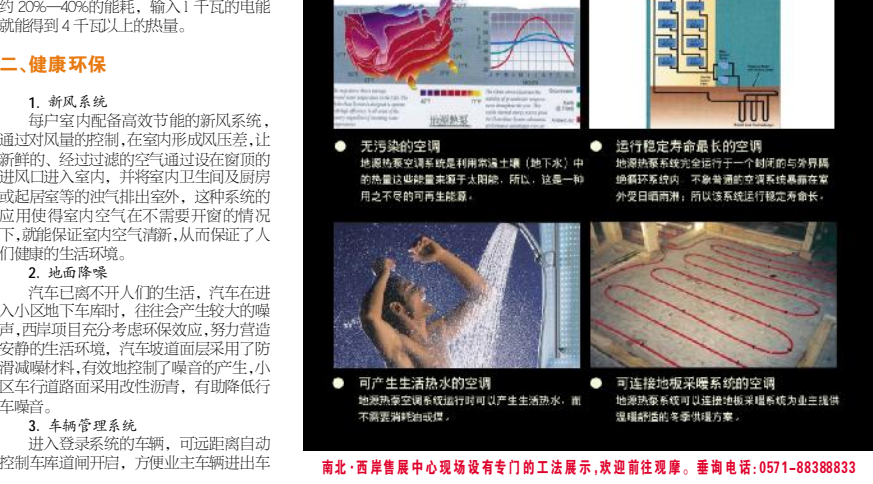
科技是社会每一个领域发展的必要条件,房地产业也不例外。今天南北·西岸的建设在更加尊重住宅文化属性和秉承运河历史文化的同时,充分运用现代科学技术,提升人居质量。下面就南北·西岸采用的新技术、新材料作一系统介绍:

#### 一、节能技术

1. 断桥铝合金门窗 门窗设计型材采用断桥铝合金,中空玻璃,其中外层玻璃采用LOW-E玻璃。LOW-E即“低辐射”之意,它是在玻璃表面镀上多层化合物,形成一层膜,其膜层具有高反射和高透光之作用。它的功能为夏季防止过多的太阳辐射热进入室内,冬季阻挡室内热能外溢,从而降低空调能耗,达到节能目的,同时又具较高的透明度,不影响采光。 断桥铝合金型材,即铝合金窗框分为内外框,二者用低传导的高强度塑料连接,从而阻隔了外界热源向铝合金框内传导,起到了保温隔热的作用。 2. 外墙保温 建筑的外墙面前在外装饰施工前,在墙体上用胶粉聚苯颗粒砂浆粉刷成30mm厚的保温层,然后再进行外饰面施工,起到了对墙体的保温作用。 3. 屋面保温 在屋面防水施工完成后,再做一道25-40mm厚的挤塑板保温层,对屋面进行保温,使夏天高温无法传递到室内,从而减少空调的能耗,达到节能效果。 4. 地热热泵系统(仅用于排屋) 地热热泵系统是利用岩石体、地下水或地表水为低温热源,通过地埋管由水源热泵机组、地热能交换系统、建筑物内盘管风机系统组成的空调系统。是目前最具节能与环保的技术。据专家介绍,利用地源热泵系统采暖可节约30%-70%、制冷可节约20%-40%的能耗,输入1千瓦的电能就能得到4千千瓦以上的热量。

#### 二、健康环保

1. 新风系统 每户室内配备高效节能的新风系统,通过对风量的控制,在室内形成负压差,让新鲜的、经过过滤的空气通过设在窗口的进风口进入室内,并将室内卫生间及厨房或起居室的油气排出室外,这种系统的应用使得室内空气在不需要开窗的情况下,就能保证室内空气清新,从而保证了人们健康的生活环境。 2. 地面降噪 汽车已离不开人们的生活,汽车在进入小区地下车库时,往往会产生较大的噪声,西岸项目充分考虑环保效应,努力营造安静的生活环境,汽车坡道面层采用了防滑降噪材料,有效地控制了噪声的产生,小区车行道路面采用改性沥青,有效降低行车噪音。 3. 车辆管理系统 进入登录系统的车辆,可远距离自动控制车库道闸开启,方便业主车辆进出车



南北·西岸营销中心现场设有专门的工法展示,欢迎前往观摩。垂询电话:0571-88388833

### 情系灾区爱心名单

集团公司 盛德公司、陈烟土、许尚志、李宝璞、丁凌哲、史吕忠、黄碧宇、虞谷音、严冰、江江、张莹、黄贤林、张忠华、秦丽晶、谢卫民、竺天放、姚阔、王振辉、张克华、徐文晓、宋笑、葛军霞、付成峰、郭勇、卢美君、朱宇光、高中华、曹平、李桂荣、张松琴、谢向民、陆达勋、马爱林、曾军、蒋琛、李静、周娟、蒋秀文、周颖、朱青、胡晓青、许春林、李祖辉、凌剑英、翁建理、李秀娟、宋晓平、孙小红、吴珂蓝、郑英、王瑾、李峻峰、符育新、张博、王格、傅音、戴丽、麻斐、杨庆文、吴珊民、方涛、刘大梦、杨新君、杨敏

#### 青枫公司

金剑、张晓成、徐国超、赵妙龙、郁振祥、徐品、刘诗兵、周松林、王峰、徐文鸣、刘大平、雷红斌、虞爱民、冯若稼、郑杰、邵刚、薛俊侯、侯鹏、徐姚泰、童昌盛、沈永祥、丁玲玲、朱敏燕、陆振、钱海豹、童枫、陈英、周吉、胡仲响、张淑南、朱慧群、朱敏芳、盛林玉、宋琳、蔡毅玲、黄晋荣、金徽、沈军

#### 欣北公司

余耀松、许新胜、王珍雅、王尚凤、毛霞、沈国华、胡虹洁、楼华、魏国强、王显超、黄健、杨秋雯

#### 矿业公司

李清江

#### 物管公司

公司领导及本级各部室、红石商务大厦管理处、兰韵天城管理处、蓝天商务中心管理处、盛德欣管管理处(筹)、南北商务管管理处、南北·西岸管理处(筹)、新青年广场管理处、富阳分公司、盛德嘉苑管理处、好心市民(匿名)

#### 杭州南北公司

蒋可扬、叶松有、王跃进、王慧、陈瑞青、林毅、徐荣祖、谢晓华、张英、孙巧颖、吴程、何燕、陈群英、陈士龙、周连新、陈义子、邵惠英、罗晋、刘义健、姚其芳、方林波、潘福忠、何荣章、章玉娟、李仁儿、石火英、陆亚芳

#### 建德公司

程国梁、潘向明、程工平、程敏、苑梅贞、韩祥菊、杨建刚、邓正坤、张银蛟、金云飞、陈涛青、李建新、陈庆兴、许跃华、游红珍、许莹娟、洪波

#### 宜昌公司

韩宇文、邵国梁、姜峰、沈忠良、张德芹、闫协群、夏冰、谢涛、黄华胜、熊超、冯万明、陈祖刚、王艳丽、许秀虹、邓巧娟、谢春雨、汪陈春、邹昌勇、潘大伟、吴云、贺涛、邹旭东、万国天、罗家喜、赵利军、彭学兵、李福玉、蒋红卫、张群群、陈红、向家美、王聚翠、张桂芝、乔世涛、赵贤春、侯俊林、夏金敏、胡莉美、田新、陈光建、蒋运杰、黄代华

## 新南北报 2008年5月30日 3

### >>> 南北论坛

“软实力”,是一个被企业界频繁提起的词。本期“南北论坛”探讨的主题就是企业的“软实力”,公司的一些员工就这个话题谈了自己的认识和想法,可能他们的论述还不够专业和深邃,但是希望能引起全体员工对企业“软实力”的思考,并力争为提高新南北的企业软实力作出探索和努力。



## 提高软实力需要“统一军心”

集团公司执行总裁 许尚志

一家房地产企业的“硬实力”和“软实力”同是企业核心竞争力,对企业来说,是同等的重要。“硬实力”主要指资金实力和土地储备量。如果没有资金和土地,就像巧妇难为无米之炊,演员没有表演舞台一样。“软实力”主要指企业的管理能力,是企业生存和发展的灵魂。一个房地产企业有高效的领导机制,完善的团队结构,强大的社会资源整合能力和优秀的企业文化,那么它的“软实力”是强的。

## 品牌和创新——房产企业软实力的重心

集团公司销售总监 马奔林

对于房地产开发企业而言,我理解的软实力,最重要的就是企业的品牌形象和企业的创新能力。企业的品牌形象直接关系到客户的产品认同度和品牌忠诚度,需要一个脚踏实地的塑造过程,是通过一个个项目的成功运作积累起来的(例如绿城)。当然也不排除通过成功开发焦点项目,成功参与焦点事件等方式引起公众和媒体的高度关注,从而实现短期内迅速提升品牌形象的效果(例如万科杭州)。撇开万科的品牌不谈,通过成功收购南都,高调进入杭州市场,本身就是一次成功的品牌形象提升过程。

## 怎么使用人才也是软实力的体现

苍南公司副总经理 陈卫东

对于企业软实力核心之一的企业人才使用上,我讲自己的想法。众所周知,人才是关系企业生死存亡的事情,人才资源战略作为企业发展战略的重要组成部分,对实现企业发展的总体战略有巨大的支持和推动作用。在有一定规模的成熟企业中,对于中高级管理人员人才引进使用中我觉得应该在本企业人性化的管理前提下通过合理途径,内部选拔人才,做到人尽其才,才尽其用,建立一支高效能作战团队。因为员工有一一定的升迁至中高级管理职位的空间希望时,更能发挥自己的积极性和工作上的主动性、创造性,更能增加对企业的感情、责任心和忠诚度,更加珍惜这份工作通过自己多年不懈的努力才得到的来之不易的岗位职务,从而更加努力地为产品服务。相反企业如果在中高级管理人员的使用上经常从外面引进一些“空降兵”型的人才,在工作中可能胜任则罢了,反之会严重挫伤和打击企业员工。特别是年轻员工的积极性,因为他们失去了奋斗的目标,会觉得自己在企业中发展空间和机会没有了,从而在工作中出现互相推托,只做自己份内的工作,甚至会企业有能力的人员大量流失,同时会有其他一些负面作用,从而阻碍企业的发展。

## 提高软实力需要“统一军心”

集团公司执行总裁 许尚志

一家房地产企业的“硬实力”和“软实力”同是企业核心竞争力,对企业来说,是同等的重要。“硬实力”主要指资金实力和土地储备量。如果没有资金和土地,就像巧妇难为无米之炊,演员没有表演舞台一样。“软实力”主要指企业的管理能力,是企业生存和发展的灵魂。一个房地产企业有高效的领导机制,完善的团队结构,强大的社会资源整合能力和优秀的企业文化,那么它的“软实力”是强的。

## 优质的客户服务——提高软实力的良方

物管公司总经理 何斌

对于房产企业来说,企业开发的效益、规模、资金链、建筑设计、市场占有率等等,就是“硬指标”。而企业的软实力则包括:市场美誉度、客户忠诚度、企业文化、社会责任感等,其中,市场美誉度和客户忠诚度显得至关重要,甚至能决定一个房产企业的存亡。那么,企业如何去创造市场美誉度和客户忠诚度呢?我认为除了提供过硬的产品外,还要提供优质的客户服务。优质的客户服务不仅仅能弥补产品的不足,而且能增强客户的信任和依赖,让他们赞替我们的品牌,忠诚于我们的品牌。因此,我们可以从良好的售前服务、优质的物业管理和及时客户关系维护三个方面来提高我们的服务水平。首先,良好的售前服务能以春风化雨的形式在公众中树立企业和产品的良好形象,融化消费者的层层心扉,刺激他们的购买欲望,从而提升产品的销售。做好售前服务,最重要的是树立一个好的房产品牌。品牌的建设,不是

## 公平 沟通 关爱——增强企业凝聚力

欣北公司财务部经理 沈国华

“凝聚力”是企业软实力的体现之一,增强企业凝聚力,我认为要从“公平”、“沟通”、“关爱”几个方面着手: (一)满足员工基本公平要求 实现自我价值,得到相应公平的回报是每位员工所希望的。新南北公司已经制定了科学的人事任命制度、劳动薪酬制度、绩效考核制度,并在实际工作中严格执行,调动了员工工作的积极性。当然公平还体现在选拔机会的公平、各种奖惩制度的公平、劳动纪律及其它管理制度的公平,甚至包括企业辞退员工、员工正常离职时的公平等等。如果公司在各个方面的管理都能做到公平与公正,将大大提高员工满意度,使员工真正体会到他的付出和回报是公平的。

## 集团公司规划发展部副经理严冰说:

产品生产者生活理念将直接影响产品的品质和居住者的生活方式。我们强调比昨天做得更好的理念,在居住设计一套房子时,我们都充分考虑居住者新的居住理念、新的消费意识、新的生活行为、新的交往形态、新的管理模式等要素,为更多的家庭提供人性化和高品质的生活空间,为城市增添新的容颜和活力。在设计产品和提供服务时,充分考虑人性化需求,把居住的内在在产品设计中予以释义。高品质的服务是产品价值的延伸,我们不但建造美丽舒适的住所,而且要向客户提供满意的高品质服务。另外在品牌建设方面,通过持续性、有策划的投入公益性事业来提升我们的品牌价值是一条值得考虑的路子。

## 建德公司总经助理潘向明的观点:

企业发展之初,由于受规模、资金等因素影响,企业的软实力主要体现在企业决策者的个人魅力上,具体细化为企业主的经营决策、人力资源等方面的运用。企业具备了一定的规模后,软实力不仅仅体现为某个人而是一个以企业决策

者为核心的决策团队。这个阶段,由于核心决策团队的建立以及具备良好执行力的经营团队,企业的软实力较创业初期有了长足的发展,建立了优秀的经营团队,在企业的发展过程中,符合企业实际的企业文化也逐渐建立,人性化的管理模式逐步完善,在企业软实力的促进下企业的凝聚力进一步加强,促进了企业经营决策的进一步合理和规范。 南北·西岸服务中心姚晓君认为:“软实力”那能很广,包括意识形态和道德价值的吸引力、文化感召力等,任何企业的“软实力”都像价值一样,累积起来需要很长的时间,但丧失却很快。企业文化是企业的软实力,而企业“软实力”直接关系到“硬实力”的运用和有效发挥,企业文化是企业的基石和人文底蕴,培养和有什么样的职工,职工有什么样的理想信念,都将直接体现在企业的产品和服务上,没有好的、深厚的文化底蕴,企业是不可能做强做大。说到底,企业软实力是一个宽泛的概念,企业软实力的打造和提升,需要企业文化和建设及政治工作、企业管理工作等各项工作来支撑、增强和延续。