

全员征稿

鼓励全员在所属岗位基础上，深入思考，创新钻研，为公司发展积极建言献策，贡献才智；稿费30-500元/篇不等，公司也将结合《俊发VOICE》员工发稿质量，发现人才，晋升人才。

根据稿件数量、质量、影响力，将每半年评选一次“企业文化建设突出贡献奖”，获得者将获得荣誉证书及奖金1000元/人。



征集对象：俊发集团及旗下公司全体员工
征集方式：联系集团品牌部，接受一对一采访；或将您的投稿发送到编辑部邮箱内。
截止日期：2016年10月20日
联系方式：请添加编辑部QQ:2322570215；或投稿至邮箱2322570215@qq.com
联系人：品牌部 郝冬雨
即日征稿，欢迎大家踊跃投稿！

《俊发VOICE》编辑部

VOICE



2016云南非公企业100强企业授牌仪式



“2016云南省非公企业100强”名单发布，俊发第一
俊发地产40亿品牌价值三年蝉联西部第一
俊发“一对一帮扶”：与爱同行的十年
践行公益，挑战昆明十峰，俊发户外正青春！
开学来临，俊发基金会20万元筑梦贫困学生
最美俊发家宴 带你一起感受家的味道……



PREFACE | 卷首语

客户满意才是生存的根本

“以客户需求为导向”是俊发一直以来所秉持的初心。因为任何品牌，一旦失去客户的认同，都是无源之水，崩塌只在朝夕间。如果不能满足客户的需求，任何产品和服务都无存在的价值，这不是停留在纸面上的空谈，而是事关企业生存与否的根本问题。俊发当然也概莫能外，想当初翠湖俊园，正因坚持“一切以客户需求为导向”的品质雕琢，俊发立足昆明、扎根云南，成为21万新老业主所选择和信赖的品牌。正因如此，俊发才能主导云南市场18载，才能走出云南，布局中国。

在市场竞争越发激烈的当下，我们更要把客户满意度放到事关企业未来战略的重要位置，自上而下

地予以重视和贯彻，夯实俊发品牌根基，增强市场竞争力，积蓄发展势能。如何有效提升客户满意度？过硬的产品质量是核心依托，优质的服务是情感粘性，良好的品牌形象是信心之源，三者缺一不可。随着俊客会、俊之家等客户服务平台的推出，随着精细化管理的贯彻实施，随着产品品质的提升改善，俊发的客户满意度正在快速提升中。

我们深深懂得，业主所需要的不仅是一所能遮风避雨的空间，而是有情感温度、能放心依靠、承载了幸福和梦想的家。而俊发正在做的，正是同步业主所需，以客户满意度为准绳，在产品和服务上下狠功夫，为俊发未来筑就永恒之基！

《俊发VOICE》编辑部

CONTENTS

目录

RESTRICTED PUBLICATION 2016年 总第117期

NEWS POLICY 04

新闻政策

JUNFA NEWS 06

俊发广播站

俊发地产40亿品牌价值 三年蝉联西部第一

最美俊发家宴 带你一起感受家的味道

俊发“一对一帮扶”与爱同行的十年

回家的路平了 我们的心更舒坦了

俊发·生态半岛“亚洲梵音荟”
筹善款捐助自闭症儿童

俊发物业外拓获好评
仅接管一月获四面锦旗

开学来临
俊发基金会20万元筑梦贫困学生



REPORT 18

深度报道

以客户需求为导向

2亿背后的品质匠心 只为让客户满意

PLANNING 26

特别策划

“2016云南省非公企业100强”名单发布俊发第一

2016云南省非公企业100强发布报告

RESEARCH 32

专研

《昆明市城乡规划管理技术规定》
2016 与2012 版主要差异对比分析（下）

物管3.0时代兵临城下 升级转型势在必行

NEW POWER 40

俊发新动力

志存高远 博雅谦逊

用你的经历 定义自己

设计师排版的SECRET

新动力编辑部成员微谈

ELEGANT APPEARANCE 42

员工风采

JUNFA HEALTH CLUB 54

俊发健康俱乐部

践行公益 挑战昆明十峰 俊发户外正青春

为健康 一起行动 俊发业主羽毛球赛落下帷幕

俱乐部之星



主办：俊发地产有限责任公司

顾问：许斌 李琦

主编：王宁

责任编辑：郝冬雨 胡艳芳 谭雅文 赵子玉

视觉创意：Birthidea 博思堂®

设计：李举 代强 黄珂

出版：俊发地产有限责任公司

地址：云南省昆明市北京路987号俊发中心23楼

电话：0871-657 33333

传真：0871-657 14433

主页：<http://www.ynjunfa.cn>



NEWS 新闻政策
NEWS POLICY

新闻政策

【市场部】

NEWS POLICY / 新闻政策

【国土部：产能过剩行业新增项目用地不再审批】

为了贯彻落实国务院关于化解钢铁、煤炭、石化行业过剩产能和促进煤电有序发展的决策部署，坚决遏制过剩产能行业用地，加大稳增长建设项目用地保障力度，国土部办公厅印发《关于落实国家产业政策做好建设项目用地审查有关问题的通知》。国土部表示将严格执行产能过剩行业项目用地预审与审查。其中，在用地预审方面，对于产能过剩的钢铁、煤炭等行业新增项目，一律不再受理用地预审。

【国土部住建部联合推出新政：停车场允许配建20%商业】

住建部、国土部近日印发《关于进一步完善城市停车场规划建设和用地政策的通知》。通知要求，城市依据土地利用总体规划、城市总体规划和城市综合交通体系规划，编制停车设施专项规划。充分结合城市地下空间规划，利用地下空间分层规划停车设施，在城市道路、广场、学校操场、公园绿地以及公交场站、垃圾站等公共设施地下布局公共停车场，以促进城市建设用地复合利用。

【昆明出台土地新政 城改项目均可调容一次】

日前，云南省昆明市出台了《关于进一步做好土地供应服务保障工作的实施意见》。《意见》明确了对已经完成土地出让的城改项目，在不突破容积率上限的前提下，均可申请一次容积率调整；《意见》还提出对于已经建成的商业用房改变为租赁住房，土地用地可变更为居住用地，但土地年限和容积率不变；为盘活存量土地，鼓励开发商收购相邻的多宗国有土地进行成片开发，以及取消缴纳开竣工履约保证金制度等。

【昆明城市总体规划获批 禁在规划外另设开发区、新区】

9月21日，中国政府网发布国务院关于昆明市城市总体规划的批复。批复显示，国务院同意《昆明市城市总体规划（2011—2020年）》，要求严格执行该总体规划，并就城市空间布局、城市规模控制、人居环境建设等方面提出要求。

【统计局：房地产库存继续下降 调控要因城施策】

2016年9月14日上午，国家统计局公布了2016年8月份国民经济运行情况。就大家最为关注的房地产市场，国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长盛来运介绍，房地产库存继续下降，商品房待售面积连续6个月减少；房地产市场分化调整是今后一个时期的主基调，调控政策一定要因城施策。

【量在跌、价仍飞，“金九”似乎指望不上】

当9月份楼市传统销售旺季遭遇热点城市政策收紧，房企积极推案、营销。武汉、厦门、郑州、杭州分别限贷、限价、限购，导致一二线城市成交量环比均有不同程度的回落，三四线城市略好于市场预期，同、环比均实现正增长。9月前18天，一线城市商品住宅成交面积180万㎡，同、环比均有所回落，跌幅分别为8%和11%。二线城市合计成交692万㎡，环比下降7%，同比增长13%。三四线城市合计成交390万㎡，环比微升9%，同比增长26%。



俊发地产40亿品牌价值 三年蝉联西部第一



9月6日，中国房地产品牌价值研究成果发布会，暨第十三届中国房地产品牌发展高峰论坛在北京举行。

报告显示，2016年区域品牌企业品牌价值均值为32.83亿元，同比增长19.15%。其中华北、华南、华东、中部、西部五大区域品牌企业的品牌价值分别为36.61亿元、48.57亿元、30.06亿元、28.73亿元、20.18亿元。俊发以近40亿的品牌价值连续三年蝉联“中国西部房地产公司品牌价值TOP10”桂冠。同时，俊发物业荣获“2016中国西南物业服务领先品牌”殊荣。



俊发18载，知行合一，始终坚持“品质筑就生活”的理念，截止目前，已开发40余高品质项目，已交付使用面积1216万㎡，土地储备1500万㎡，服务于7万户家庭21万业主。已成功布局昆明、成都、贵阳、海南、丽江、大理、上海等城市，同时在新加坡、泰国等海外城市开发项目。

销售业绩方面，2016年上半年，俊发地产以75亿销售额，位居全国百强排行榜，也是云南省唯一上榜的房地产企业；在云南市场销售额逾40亿元，斩获“2016上半年昆明楼市销售金额”桂冠。拿地布局方面，2016年8月19日，俊发地产近29亿拿下昆明主城16宗优质土地资源，可建面积230万㎡。在物业方面的表现也十分抢眼，从2016年7月开始，已外拓接管了两个物业项目，并获得了“金钥匙联盟的创新奖”和“服务奖”两大奖项。

稳居“西部品牌价值”榜首，俊发变革促发展

近两年，经济下行，影响了诸多行业的发展，房地产行业也面临优胜劣汰，品牌房企的优势力量逐渐凸显，众多小型房企渐渐淡出市场。

在这种环境下，众多房企都在谋求“突变”。

2016年，俊发提出“精细化管理年”，从客户需求、战略投资、企业管理、制度建设、产品研发、服务质量等全方位，提出了严格的“精细化”管理标准。

同时，基于这样的决心和期待，俊发近两年动作频频，从去年八盘如期交付，到教育资源陆续落地并开学，业主适龄子女全部入学，俊发用辛勤和汗水，努力兑现了业主承诺；从成立健康俱乐部，传递健康生活理念，一个活力、激情的俊发展现在大众面前；再到26亿拿地扩张，人才战略起步，1000万打造明源ERP信息化系统……这一切都彰显出俊发变革的力度和决心，也是俊发能够稳居“中国西部房地产品牌价值TOP10”榜首的一个重要原因。



外拓捷报频频 俊发物业领先“西南品牌”

今年6月，俊发物业接手昆明市农村信用社业务经营大楼的物业服务；7月29日接管奥斯迪伯爵地产万宏国际小区；8月1日，接管贵研自然界小区的物业服务……

“2015年年底，我们发现自己不管是从规模还是专业程度上，都已经具备了对外拓展的能力。”俊发物业总经理苟文劲曾表示。

继俊发物业十大基础服务、3000余条物业标准服务白皮书发布，俊发物业以其专业性、创新性服务，逐渐形成了自己的特色以及“核心竞争力”。2013年，俊发物业已推出了“俊之家”微信公众号，并在这一平台上开展了衣物代洗、鲜奶配送、速递易等增值服务，2016年增加了在线缴费、二手房房屋中介、在线报修、在线看房等多种服务，未来还将增加团购、无公害蔬菜配送等服务，实现线上、线下的物业增值服务联动。其中，无公害蔬菜，成为近期最大的亮点，目前基地正在建设中。此外，基于客户需求，俊发物业还开启了“旅游团享”和“拎包入住”两项服务……

服务无止境，俊发物业正以敏锐的洞察以及详细的客户调查，围绕“客户需求”不断创新和优化。并以实际行动，取得业主的赞许。而对于俊发物业来说，这才是最大的荣誉。

发展不忘本，用行动践行公益

在18载的发展历程中，俊发始终以实际行动，积极践行企业公民的责任。致力于教育扶贫、环境保护、城市建设、灾难援助、敬老爱老等公益事业，累积为社会捐助善款3.25亿元。

2007年成立了“云南省俊发教育扶贫基金会”，修建东川俊发希望小学、峨山塔甸俊发希望小学、红河临沧凤庆县桃花希望小学等5所希望小学；出资1000万打造学生营养保障工程，为贫困山区学生合理配置营养；多次举办“俊发扬帆”贫困大学生帮扶活动，出资155万元为昆明理工大学、云南省财经大学、云南大学共268名贫困生，提供助学基金……

公益之路无止境，俊发不仅自己努力践行，更带领业主、合作伙伴一起参与公益，让爱心影响更多人。

9月11日，第十届“一对一”帮扶活动拉开序幕，俊发与员工、业主、合作伙伴一起，亲赴山区为贫困儿童进行捐赠，并开展中秋联欢活动，用爱与温暖，为山区贫困儿童撑起一片蓝天。

最美俊发家宴 带你一起感受家的味道

中秋团圆，千里共浓情。俊发的一顿家宴，带来家的温暖和团聚。一年一度的重逢，一年一度的浓情时刻，俊发一直陪在您身边……

中秋是团圆的时刻，无论您是归乡的游子，还是他乡的异客，在俊发，您都能和所有的家人们一起感受“家”的味道。今年俊发物业结合各个小区特色，在30多个小区举办了欢度中秋系列活动。浓浓的邻里乡情，和美的欢声笑语，久久弥留在这个和睦友爱的俊发大家庭里……

今年滨江俊园、星雅俊园、九夏云水、风华俊园、七彩俊园、金色俊园、水晶俊园等小区都举办了中秋晚会，虽然晚会的内容，主题各不相同，但每个小区都有一个共同的特点，业主们作为晚会表演的主力军，可以尽显才艺，展示风采。

俊发城“民国中秋宴”

为举办特色的中秋家宴，俊发城将营销中心打造成“穿越”民国的时空之门。所有的家具摆设均是民国时期的风格调性，无论是老式的桌椅，壁炉，风琴，还是闻一多先生用过的书桌、林徽因女士的收音机柜子，都尽力还原历史街景，打造一个原汁原味的“民国中秋夜”。



本次俊发城的家宴，给业主们带来别具一格“龙腾四海宴”。此宴席采用广东海鲜大锅菜形式

进行摆盘，以多种海产围绕一只龙虾的形态组成，拥有“四海归一，家族团圆”的美好寓意。值此花好月圆之时，与邻里乡亲，家人朋友欢聚一起，寄寓美好期许。



风华俊园

在小区中秋晚会这样亲民的舞台上，有不满10岁的孩子，也有年近八旬的老人，他们卖力的表演歌唱、舞蹈、小品、乐器……整个晚会，其乐融融，精彩纷呈，台下的观众也是欢声一片，掌声此起彼伏。

盛唐城

“猜灯谜、夹弹珠、水摸鱼、青蛙跳水、你比我猜……”一个个经典的游戏，让小区里充满了欢声笑语。今年，世纪俊园、盛唐城、金盾俊园、香樟俊园等物业中心以游园的形式同业主们欢度

了中秋。业主一旦参与游戏，就能获得一份精美的礼品。许多的业主，基本是全家出动，丰富的活动内容，给现场的大小朋友们感受到了浓浓的节日氛围，大家都是全家出动参与游戏，尽情享受节日的快乐。

水岸家园

其中，富民水岸家园，举办的新老业主中秋大联欢活动，大家一边欣赏业主精心准备的才艺表演，一边抽取精美奖品，洗衣机、电饭煲、热水壶……上百份奖品回馈，让业主开开心心过中秋。



世纪俊园

此外，世纪俊园物业中心，也将月饼，橘子，糖果送到独居老人及残疾人的家中，让特殊业主也能感受到节日的气氛。



新拓小区

作为新加入俊发大家庭的“贵研自然界”、“万宏国际”小区，中秋长街宴活动受到了业主们的大力支持。在贵研自然界小区，大家一边准备菜品、一边紧锣密鼓的准备才艺表演，在活动开始前已忙得不亦乐乎……



家宴开始后，上百道由业主亲手制作的家常菜被纷纷端上桌，伴随着月饼、水果的香气，让人垂涎欲滴，倍感温暖。一桌桌相依相偎的俊发家人，一声声亲切和蔼的祝福问候，伴随着小区老年艺术团的精彩表演，整个家宴，洋溢着温情与喜悦。万宏国际小区除长街宴外，还加入了猜灯谜等智趣游戏，让业主吃喝玩乐一步到位，欢度中秋佳节！



“家”是承载爱与希望的港湾，俊发集团，风雨兼行十八载，用品质的真心服务21万业主，致力于为业主打造一个温馨舒适有品质的“家”。一直以来，俊发对业主的关怀与牵挂始终如一，曾经一起走过的路，一起经历的风雨，满满信赖的托付，不经意间的关怀……俊发与你同呼吸共成长，感谢你一路上不离不弃的陪伴，和始终如一的信赖，值此中秋之时，祝愿大家阖家幸福，中秋快乐！

俊发“一对一帮扶”与爱同行的十年

9月11日-9月13日，云南省俊发教育扶贫基金会第十届“一对一帮扶”活动在红河华林武校、东川俊发第一希望小学、峨山塔甸俊发希望小学，相继举行。通过三次帮扶活动，俊发教育扶贫基金会累计捐助35位贫困学生，送达每人700元的爱心资金，帮助他们完成学业，保障基本生活。此外，基金会还给学校师生发放了月饼，并捐赠了文具、魔方、国际象棋等物资。

9月11日，志愿者团队赴华林武校，19位贫困学生顺利与俊发员工和业主，结成“一对一”帮扶对象。每人700元的爱心资金，使孩子们新一年的学习及生活得到基本保障。志愿者还开展了中秋联欢活动，给孩子们送月饼、文具、玩偶等，并与孩子们一起，进行制作灯笼、猜灯谜等游戏，还送出了魔方、国际象棋、跳棋等小礼品。

9月12日，云南省俊发教育扶贫基金会的工作人员，为东川俊发第一希望小学送去了文具和月饼。



基金会工作人员为东川小朋友发放月饼、文具



小朋友排队领月饼



收到文具及月饼后的小朋友



放学后，小朋友仍在分享收到的文具

9月13日，基金会工作人员带着员工、业主、合作伙伴的捐赠资金，对峨山塔甸俊发希望小学的16位贫困学生，进行了“一对一”帮扶。



2008年4月，俊发修建峨山塔甸俊发希望小学



现场捐赠每人700元爱心资金



小朋友排队领月饼

俊发“一对一帮扶”活动已持续10年，该活动由云南省俊发教育扶贫基金会牵头，俊发员工自主发起。每年，基金会号召俊发员工为希望小学的贫困学子进行捐助，员工可以自愿选择一个或多个孩子，结成帮扶对象，向每个孩子捐助700元费用帮助他们完成学业，保障基本生活。捐款由基金会工作人员亲自交到孩子和家长手中，并签订确认收款明细单。

截止目前，俊发地产公益捐款累计达到3.25亿，并于2007年成立云南省俊发教育扶贫基金会，专门用于教育扶贫工作。除了已修的5所希望小学外，还出资1000万打造学生营养保障工程，为贫困山区学生合理配置营养；多次举办“俊发扬帆”贫困大学生帮扶活动，出资155万元为昆明理工大学、云南省财经大学、云南大学共268名贫困生，提供助学金，帮助他们完成本科阶段的学业。

未来，我们将携手更多的爱心人士，用爱为孩子们梦想护航。

回家的路平了 我们的心更舒坦了

曾经，俊发·七彩俊园外围这条坑洼的道路，给许多业主的出行，带来了困扰。乘车时的颠簸，下雨时的泥泞，总让业主心塞不已……

然而，业主出行的种种不便，俊发物业人员看在眼里，记在心里。虽然，俊发·七彩俊园于2010年交房，已经过了房屋质保期，但是作为俊发的业主，物业人员依旧感同身受，希望给业主更好的生活体验，解决业主后顾之忧，于是，一个旧路换新颜的计划正式开展了……

在整修工程启动之前，贴心的物业人员就提前发放了相关的修路信息通知，粘贴在小区各个单元门口以及负一负二层楼，提前告知业主，让他们做好出行调整。同时，根据具体情况制定了相关小区交通疏导方案，为了分流，物业分别为业主以及周边的交通银行开设了绿色通道，将道路施工对业主生活的影响，降到最低。

经过物业细心的准备后，9月5日，俊发·七彩俊园外围道路整修工程正式启动。此次道路改造，不动用业主一分维修基金，全部由俊发地产出资，整修范围涵盖七彩俊园小区外围近千平米道路。

整个改造工程，为了尽量减少给业主们带来的不便，物业共出动20多名工作人员，前期派遣10辆施工车辆，出入频次30多次，清除建筑垃圾5车，后期又出动10多人进行道路的平整以及

铺沥青等工作，仅用4天时间，一条宽阔、平整、干净的柏油马路展现在业主眼前。

旧路换新颜的背后，离不开俊发工作人员的辛勤付出以及业主的理解与支持。业主们纷纷表示，“感谢俊发物业的这条路，回家的路平了，我们的心也舒坦了……”

“服务美化生活”是俊发物业成立17年来一直秉承的宗旨，每一位生活在俊发小区的业主，俊发物业都有义务让他们更幸福、更开心。想业主之所想，急业主之所需，是每位物业人员的努力的方向，未来，俊发物业将秉承初心，将更优质的服务带给业主，共建和谐温馨幸福的俊发社区。



“10栋铺路”
七彩俊园



“10栋门口修路”
七彩俊园



俊发·生态半岛“亚洲梵音荟” 筹善款捐助自闭症儿童



9月10日，台湾著名宗教音乐制作人与唱诵家徐青原先生，将再次赴俊发·生态半岛瑞士园湿地公园，举行“亚洲梵音”唱诵会。

由于正值中秋来临之际，唱诵会开始前将举行放生仪式，并进行中秋祈福。舞台设置于天然湖泊中央。届时，听众便可感受大自然与天籁梵音的完美融合。

本次唱诵会将出售门票，并将所得款项，全数捐赠给云南省自闭症儿童。此外，活动现场还将设置募捐箱，所募集到的善款，也将一同进行捐赠。让我们一起，感受天籁之音的同时，为爱行动。

公益是一种源源不断的力量与关怀，俊发自成立以来，始终积极践行企业公民的责任，希望通过以实际行动，影响更多的业主、市民参与到公益爱心的行列中来，汇聚成强大的社会力量，为需要帮助的人送去源源不断的关怀和温暖。

此外，俊发还于2007年成立“云南省俊发教育扶贫基金会”，旨在为更多贫困地区的孩子解决教育问题，改善他们上学难、生活难现状，为他们营造良好的教育环境，促进贫困地区教育事业的发展。

未来，俊发也将持续公益之行，将爱心传递给需要帮助的人。俊发希望，有更多的业主、合作伙伴，能一起参与进来，传递“爱”的正能量。

俊发物业外拓获好评 仅接管一月获四面锦旗

还记得那个深夜时分，小区业主用热烈的鞭炮声、欢呼声迎接俊发物业入驻的震撼场面吗？还记得业主们自主排成人墙、拉起横幅拥护物业人员进场的激动场景吗……



距8月1日俊发物业入驻贵研自然界小区已一个月时间，承载业主满怀期待，在为业主服务的这一个月时间里，俊发物业针对小区前物业遗留的一系列问题，作出了初步整改，并受到广大业主及业委会的认可。

昆明贵研自然界小区于2010年交房，建设用地面积约87500m²，业主1070多户，是多层洋房园林小区，先天条件十分优越。由于前期物业疏于管理，导致小区内偷盗事件频发，景观设计破损。贵研自然界小区的业主对俊发物业的入驻寄予了厚望，俊发物业在入驻后充分听取业主的意见，制定了从安保、绿化、保洁各版块一系列整改的方案。

小区整体卫生是业主最为关注的方面，俊发物业特别增派保洁人员，对小区道路、业主日常休闲娱乐的

场所做了全面的清洗；原本已经落满灰尘的消防水泵房，在工程师的打扫下焕然一新。小区照明问题，是业主到物业中心反映最多的问题，不但夜晚走路容易摔跤，还有方便不法分子潜入小区的隐患。物业中心购买新的节能灯，对已损坏的照明灯——作了更换。同时也增派保安，在夜间进行拉网式巡查，彻底确保小区无可疑人员出入。



8月期间，贵研自然界的业主、业委会和艺术团先后送来四面锦旗，感谢俊发物业入驻以来对业主生活的改善以及小区环境的维护。好服务带来好口碑，俊发物业经过多年的历练，积累了丰富的丰富和切实有效的物业服务经验，为外拓服务奠定了坚实的基础。不管是新入住的小区，还是已服务多年的项目，俊发物业都将秉承初心，坚持以“服务美化生活”的理念，让更多的业主享受优质的物业服务、用心为业主创造幸福生活。



开学来临 俊发基金会20万元筑梦贫困学生

9月，本应该是孩子们高高兴兴背上新书包去上学的日子，但是很多身处贫困山区的学生，却还在为学费发愁，他们或许没有新书包、新课本，但是他们渴望学习、渴望知识的力量，足以让每一个人伸出援助之手，去帮助他们，给他们创造一个良好的教育环境。

成立于2007年的“云南省俊发教育扶贫基金会”，旨在为更多贫困地区的孩子解决教育问题，改善他们上学难、生活难的现状，为他们营造良好的教育环境，促进贫困地区教育事业的发展。



10万元捐赠“禄劝县则黑乡残孤、贫困失学儿童”

今年8月，俊发教育扶贫基金会捐赠10万元，携手昆明宝海慈善基金会，用于禄劝县则黑乡助残、济孤、救困的帮扶工作，有效解决则黑乡残疾、孤儿、贫困学生的学习及生活困难。



则黑乡网络图

本次捐赠对象包括则黑乡则黑中学、则黑中心小学、检察希望小学、民安乐村委会小学、万德村委会小学、贵城村委会小学、炭山村委会小学、登子山村委会小学在校的残疾、孤儿、贫困学生，以及家在当地的贫困高中、大中专院校学生。基金会针对捐赠情况，进行跟踪管理，及时掌握捐赠帮扶进展。



则黑乡网络图

则黑乡地处云南省禄劝县东北部，位于金沙江与普渡河交汇的三角地带，有省级重点贫困村2个，市级重点贫困村5个。由于则黑乡贫困区域大，贫困程度深，部分贫困学生，往往要徒步四、五个小时去上学，既危险又劳累；更有部分贫困学生缺少衣食，身单体弱，不能专心学习；甚至出现了考取大学却无力上学的现象，丧失了接受良好教育改变命运的机遇。俊发教育扶贫基金会得知则黑乡的困境后，积极伸出援手进行帮扶改善工作，希望以绵薄之力尽力改善则黑乡贫困学子上学难的问题。

10万元捐赠“昆明滇池国家旅游度假区贫困学生”

今年“六·一”，俊发教育扶贫基金会携手度假区慈善总会组织“大手拉小手，六·一送温暖”公益活动。对昆明滇池国家旅游度假区辖区2个街道、17个社区、5所学校和2家企业贫困家庭的学生进行慰问。

去年，昆明滇池国家旅游度假区内考上大学且家

庭困难的学生有10名，在校残疾学生22名，低保户70户。有许多家庭贫困的孩子，无法报到上学。为此，俊发教育扶贫基金会捐赠10万元，携手昆明滇池国家旅游度假区慈善总会，对度假区内63名贫困失学学生、残疾儿童开展“助学”慈善救助。分别给予每名贫困学生1000元的慰问金，合计慰问经费63000元，剩余善款37000元，将用于后续的慈善救助。

大爱无界 筑善无疆 俊发用爱心托起教育脊梁

俊发集团自成立以来，以实际行动践行“企业公民”的责任，致力于教育扶贫、环境保护、城市建设、灾难援助、敬老爱老等公益事业，累计捐赠3.25亿元。

其中，2007年，投入8855万元修建“席子营小游园”；持续10年，累计捐助100万元，用于阿拉善SEE生态协会沙漠治理；在滇池边打造3000亩湿地公园，建立“环境科研教育基地”，让更多市民加入到环境保护中来；带领业主、战略合作伙伴一起，参与捐赠“5.12汶川地震”162万元，“鲁甸地震”5011728元；捐赠云南抗旱救灾行动302万元……



俊发集团希望通过以实际行动，践行公益，并影响更多的业主、市民参与到公益爱心的行列中来，汇聚成强大的社会力量，为需要帮助的人送去源源不断的关怀和温暖，让奉献成为社会和谐发展的新纽带，用爱心扶起贫困家庭孩子的精神脊梁，建设城市更美好的未来。





以客户需求为导向

——对话客服管理中心经理 张含蕴

品牌部 郝冬雨

“以客户需求为导向”是俊发一直以来所秉持的初心，提供满足客户需求的产品和服务，才能够最终得到客户的认可，赢得市场的青睐。客户类风险的预防、客户关系的管理与维系以及缺陷数据的收集和反馈，已成为客服部门最为重要的工作内容，并对持续提升客户满意度起到推动性的作用。



俊客会一切源于关怀

俊客会成立于2007年，是俊发地产旗下的业主会员俱乐部组织，到明年将迎来10周年。俊客会规定只需年满18周岁，无论性别国籍，在有效填写一张包含姓名、性别、年龄、工作单位、教育程度等内容的个人资料表格后即可入会，目前“俊客会”已拥有万余名的业主及非业主会员。自俊客会成立至今，已为公司销售贡献上亿元销售额，每年会员的推荐及再购买比率达30%左右。

成为俊客会的会员可提前获得俊发地产推出的楼

盘资料和最新销售信息、再购置俊发旗下房产时可以享受会员优惠、参加各类由“俊客会”组织的联谊活动和社会活动等，而服务都是免费的。

俊客会的服务理念是“一切源于关怀”，秉承对品质和服务精益求精的原则，我们所举办的每一场活动，从活动的策划、整体宣传、物料准备，一直到活动结束，每一个细节都凝聚了工作人员大量的心血和精力，为的就是让我们的会员满意。至今已策划组织了大小活动近百场，如：观影、骑行、摄影、送水公益、欢乐旅游季、积分换购等活动。这些活动不仅丰富了会员的休闲生活，也培养了业主对俊发服务的信任与归属感。



“俊之家”俊发资源整合的平台

去年10月，“俊发地产”与“腾讯”合作开发的“互联网+”模式智慧社区O2O项目“俊之家”正式上线，成为房地产行业首例“互联网+”模式下的智慧房产新标杆。“互联网+”最根本的价值所在是“客户思维”，着重于满足客户的需求，释放深层人性，创造全新价值。我们对所有与客户相关的版块进行了整合，包括客服、物业、营销、商业、酒店等，通过“俊之家”平台，进行企业信息的完整输送。

现阶段“俊之家”可以实现全项目销售展示，客户通过手机端的3D实景样板房便可身临其境，还有俊发旗下自持商业展示，如滨江俊发广场、金尚俊发广场等的信息展示……除此之外，考虑到客户享受服务的便捷性，我们计划与物业版块联手，将商城、二维码门禁等服务，通过专门的APP实行。而“云之家”平台则专注于提供物业的基础性服务板块，包括缴纳物业服务费、意见征集、物业服务中心电话直播等，为业主解决日常生活中的问题，打通反馈渠道。

每个月“云之家”平台都会及时发布“工程进度播报”，展示在建项目的最新工程动向、完成情况等，让业主能第一时间了解所购买项目的状态。在目前，市场上很多房地产项目纷纷烂尾的情况下，“工程进度播报”让客户感觉到实实在在的安稳和放心。“俊之家”平台还将从“以客户需求为导向”出发，逐步实现微信投诉、微信报修、查询房产证办理的进度等。深入了解客户需求，提供相应的增值服务，进一步提高客户的满意度。



客户服务连接客户与企业的桥梁

我们1%的失误，对于客户而言，可能会造成巨大的损失，作为连接客户与企业的桥梁部门，我们注重客户体验、关注缺陷反馈、致力客户满意度提升，通过梳理客户咨询、投诉等内容发现不足，为提升产品质量，改善服务提供坚实有力的依据。公司客户服务体系主要涉及“客户投诉处理跟进”、“客户满意度的监控监管”、“业主调研”、“风险排查”等几大版块。

今年，我们在原有的客户投诉处理分工基础上制定了“客户投诉管理办法”，以完善“投诉——解决反馈机制”，明确相关职能板块的责权划分，实现客户投诉有效处理，并执行相应的奖励措施，从接到有效客户投诉的第一天起，开始计算投诉处理时间，“一般投诉”须在7天内解决，“重大投诉”20天内解决。参照投诉内容，未按期解决投诉的职能部门、部门负责人、项目总经理，将根据逾期时间受到不同程度的处罚。这一“管理办法”的实施，加快了客户投诉的处理进展，让业主所反映的问题得到及时有效的解决。

除此之外，客户访谈机制”也在推进当中，针对已经交房入住的业主进行调研，了解客户在入住后对项目的整体感受，包括项目规划、景观设计、施工质量以及物业服务等方面的意见和建议。通过业主的真实体验和感触来反映所存在的问题，以此不断完善我们的产品，做出满足客户需求的产品。对于销售服务质量的检查，我们还启动了第三方的神秘客暗访以及实行“明访”，为的就是督促销售部门去改进和提升，保证我们的服务让客户满意。

未来，“风险排查”工作将是客户服务工作的重中之重，从问题源头抓起，通过在销售、交房环节前的排查，将可能会出现的问题提前解决。而非作为救火队员，在事情发生之后处于填补漏洞的被动状态。就进展效果来看，推行风险排查的项目在交付之时，发生群诉的可能性大大降低，风险的非查工作已走出了规范性成体系化的道路。客户服务的目的就是增加用户对企业的信心和忠诚度，从而提升企业的信誉和口碑，提升企业的业绩增长，客户服务对企业的长期发展有重要的作用。

2亿背后的品质匠心 只为了让客户满意

——金尚俊园项目营销经理 张艺馨

品牌部 郝冬雨



顾客需要的不仅是一所能遮风避雨的空间，而是一种以人为本的生活方式，广厦千万间，每扇窗户后都承载着关于“家”的美好梦想。金尚俊园从2011年首次开盘，便创造了逆势而上的昆明销售奇迹，五年时间匆匆而过，金尚俊园已为5000余户业主实现置业梦想。9月18日晚，在大家的期待当中，“金尚二期”于夜间盛大开盘，短短一个小时，销售额便达2亿。能获得这一傲人的成绩，源自于我们对“客户需求”的多方位探索与分析，从前期设计、案场销售、物业服务等细节发掘客户需求，打造属于金尚业主独特的生活方式和氛围。

金尚首期开盘 激活市场动力

12年年初，房地产发展处于低迷、疲软的状态，消费者信心有待加强，整体市场处于严重的观望状

态。正值此时，金尚俊园以7800左右的均价，一举打破昆明房地产市场僵持的局面。作为一二环之间最具性价比的楼盘，开盘信息一经释放，客户便纷纷前来咨询排队。期间发生了很多温馨的小故事，一位香樟俊园的业主自发组织起秩序小组，在连续三天三夜的排队过程当中，充当秩序维护者的角色。由于销售现场抢房十分激烈，虽然最终并未抢到合适房源，但她仍表示会继续支持俊园！在此，非常感谢俊园的业主们，多年以来对俊发的支持，这些点点滴滴的小事不让我们感动与鼓舞。

那段时间，金尚俊园的开盘相对密集，首次开盘便于三个小时内售罄全部的268套。三天后的第二次开盘，当日销售量也达到90%，业主连夜排队购房的现象也一直持续到半年后。金尚在房地产发展如此低迷的时候，重振信心，如同给市场注入的一剂强心针，引爆消费者购买力。

发掘客户需求 精确市场定位

随着《蜗居》、《裸婚》等电视剧及文学作品的热播，引起无数人的共鸣和讨论。房价、物价的攀升，让买房置业成为很多刚踏入工作岗位的年轻人遥不可及的梦想。针对这样的年轻群体，金尚充分发掘客户需求，精确市场定位，推出56平米的一室一厅。总价低、首付低、月供低、位于二环以内、拥有便利的地铁交通，这些优势完全符合年轻人的生活工作所需。销售信息一经发布，每个置业顾问的手机都处于

忙碌状态，这300套小户型在未集中开盘的情况下，于两个月之内全部售罄。

同一时期，市场上相同面积段的小户型产品有很多，但销量并不理想。为保证其投资回报率，很多其他项目在销售阶段便与酒店公司签约合作，进行出租。而金尚俊园在未投放户外、街面广告的情况下，该类型产品均销售给了单身贵族、年轻白领等群体，并未与任何酒店进行合作，凭借设计优势和良好的居住感，赢得了客户的信赖。直到现在，还不断有客户询问，后续是否会推出类似的小户型产品？

创意宣传片 荣登美国《时代周刊》

现在年轻人的阅读习惯，不再是读书读报，而是通过手机端来浏览新闻、微信、微博。什么样的宣传方式能契合年轻人的心理并使其产生阅读兴趣，是我们一直在思考的问题。经过多方面的尝试之后，融合了诙谐语言、夸张表现手法、时尚画面感的《晒晒舞》应运而生，视频巧妙嫁接了金尚俊园的广告和项目场景。虽然在视频发布前，大家的心情十分忐忑，如此的话题带入及呈现方式是否会被大家认可？最终该视频的单点推送量达到70000+，连续两个月占领腾讯新闻头条，让大家的心情为之振奋。后来，还有网友专门截图发送至金尚微博，《晒晒舞》的画面被美国著名杂志《时代周刊》刊出，用于诠释中国新一代年轻人的生活方式。

风雨同行 心怀感恩

从08年加入俊发，截至目前已有整整8年时间。那时正值公司的转型时期，我有幸见证了公司逆势而上，突飞猛进的发展阶段。刚进公司，房地产市场并不景气，很多人觉得进入地产行业实非明智之举。但我坚信金色俊园的产品在昆明市场上处于领先地位，没有项目能与之相比，后来的销售情况也证明了这一点。这八年来，从初出茅庐、没有经济基础、没有工作经验的毕业生，到现在一路成长，感谢公司给予的平台和机会。不管成长过程中遇到多少困难，只要大家不放弃，俊发就不会让我们掉队！





PLANNING
特别策划

“2016云南省非公企业100强”名单发布

俊发第一

品牌部 胡艳芳

9月20日上午，由云南省工商业联合会主办、中国银行云南分行协办的“2016云南省非公企业100强发布会”在海埂会堂举行，俊发地产凭借稳定的综合实力，荣获“2016云南省非公企业100强”第一名。



非公企业，是“社会主义市场经济体制”的重要组成部分，在促进经济增长、增加就业、维护社会稳定和实现中华民族伟大复兴方面，发挥着重要作用。

据报告显示，2015年，面对经济下行压力持续加大的困难和挑战，全省民营经济围绕全面深化改革及转变经济发展方式这条主线，坚持改善环境，促小扶微，创新驱动、提效增值，全省民营经济缓中趋稳，稳中有进。其中，云南省民营经济户数达225万户，比上年底增长12.1%，全年累计新增就业124.7万人。预计完成增加值6389.7亿元，同比增长9.3%，占全省GDP的46.6%，对全省经济增长的贡献率达49.5%。

发布会现场，俊发集团副总裁彭后熊，作为非公企业代表上台发表讲话，他谈到，十八大以来，习总书记提出“亲”“清”两字新型政商关系，为非公企业的发展减少了阻力，创造了环境，大大提振了非公企业的信心。俊发受益于政府政策的扶持，积极优化变革，不断升级创新，始终坚持扎根城市、精耕细作的运营思路，坚定“城市更新综合服务商”企业定



授牌仪式现场

位，积极参与城市发展过程，助推城市更新升级。

他表示，当前，中国经济正处在转型机遇期，俊发正以“深耕云南、立足昆明，进驻长三角、珠三角经济带”的发展战略，稳健成长。2016年，俊发预计在全国投资217.59亿元，目前已投资115.81亿元；其中，云南地区预计投资201.4亿元，已投入107.61亿元。同时，俊发也将把握机遇，积极参与到国家PPP项目建设。



俊发集团副总裁彭后熊代表“云南省非公百强企业”上台讲话

本次云南省非公企业100强发布评选，引发了社会各界的高度关注，产生了极高的影响力价值。今年发布会由云南省工商联主办、中国银行股份有限公司云南省分行协办，并取得省工信委、省商务厅等各级政府部门支持。同时，发布会现场，中国银行股份有限公司云南省分行针对本次非公企业百强，集中授信300亿元，进一步为上规模及百强企业增信，为非公企业开辟更便捷的服务绿色通道，助推企业做大做强。



中国银行云南省分行
为非公企业百强集中授信300亿元

俊发集团作为优秀的社会企业公民，十八载，始终坚持“品质筑就生活”的理念，以客户需求为导向，秉承初心，致力于成为城市发展的贡献者，从单一的房地产开发公司，逐渐发展成为集地产、建筑、物业、商业酒店、汽车销售等为一体的综合集团公司。截至目前，地产已交付商业使用面积1216万㎡，土地储备1500万㎡，在昆明、成都、贵阳、海南、丽江、大理、上海、新加坡、泰国等多地，开发40余精品项目，服务着7万户家庭21万业主。

俊发一直扎根云南、深耕昆明，坚定“城市更新综合服务商”企业定位，开创独特城中村开发模式，极大地改善了市民的居住环境，美化了市容市貌。并凭借特有“城市更新”模式成功布局贵阳，上海，成为云南首屈一指的外拓房企。在项目开发同时，俊发更加注重“历史文化遗产”、“城市循环可持续发展”，打造龙泉古镇，保护历史文物，建设3000亩滨湖湿地，参与城市公共绿化建设……



饮水思源，俊发在发展壮大的同时，也不忘回馈国家和社会，俊发自觉承担和履行企业的社会责任。截止目前，俊发集团实现纳税71亿元，创造就业近万人。致力于教育扶贫、环境保护、城市建设、灾难援助、敬老爱老等公益事业，累计投入3.25亿元。其中，2007年成立“云南省教育扶贫基金会”，累计捐款4469万元。

当下，云南作为我国“一带一路”战略重要的陆上交汇支点，为企业的发展打开了广阔的战略空间；昆明提出建设区域性国际中心城市，对城市形态、城市功能、城市体验，提出了更多更高的要求。未来，俊发集团将与广大非公企业一起，不忘初心，砥砺前行，为区域经济发展注入强大活力，为城市建设贡献力量！

2016云南省非公企业100强发布报告

2015年世界经济复苏不及预期,全球经济增速为6年来最低,国内经济步入“三期叠加”的新常态,深层次矛盾凸显,云南经济下行压力持续加大。在此背景下,作为云南省非公经济排头兵的非公企业100强,迎难而上、主动作为,加快转型升级步伐,积极培育新的增长动能,坚持稳健发展,确保非公经济整体运行保持在合理区间。

一、百强企业出现结构性调整

在宏观经济增速放缓、市场环境波动加剧的大背景下,我省非公经济同样面临调整压力,百强企业总体规模出现下滑,但仍然保持相对平稳的发展态势。百强企业出现结构性调整,行业发展走势出现分化,部分传统行业处于转型升级的阵痛期,其加速调整成为2016年云南省非公企业100强整体规模下降的主要因素。

(一)百强总体规模趋降

2016年云南省非公企业100强入围门槛43269万元,较上年出现小幅下滑,百强企业合计实现营业收入1983.11亿元,较上一年度百强营业收入总额减少427.13亿元;企业资产总额2774.81亿元,较上一年度百强资产总额减少754.39亿元。



(二)传统行业调整加速

在全省加快推进经济发展方式转变的过程中,非公经济领域的部分传统行业去产能、去库存压力较大,行业发展受到较大冲击。从榜单变化情况看,去年的百强

企业中,有35家落榜,其中属于房地产、有色、煤炭、化工行业的达到20家,从今年的榜单情况看,房地产上榜企业从去年的7家减少到3家,营收总额从580.3亿元减少至253.6亿元,资产总额从1388.65亿元锐减至654.43亿元;传统资源型的上榜企业从去年的30家减少到21家,营收总额从732.12亿元减少至540.35亿元,资产总额从864.31亿元减少至635.49亿元,采矿业企业上榜家数从两年前的8家骤降至1家;而水泥制造业中已无企业上榜。



房地产及传统资源型企业营收总额及资产总额较上一年度合计减少518.47亿元和963.04亿元,这与百强企业整体营收总额及资产总额缩水的427.13亿元和754.39亿元形成较大相关性,传统行业加速调整成为2016年云南省非公企业100强整体规模下降的主因。

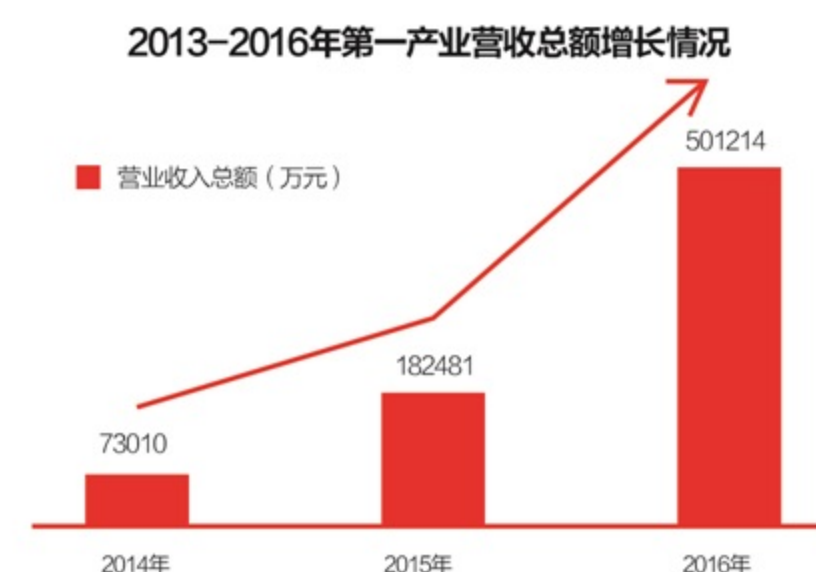
二、新的增长动能逐步形成

(一)非公经济领域供给侧呈现积极变化

百强调研数据显示,面对经济下行压力加大、全球经济发展不确定性因素增加等不利条件,在全省化解过剩产能的同时,非公经济领域供给侧呈现积极变化,新的增长动能逐步形成,在省委省政府着力培育发展的八大重点产业中均出现了非公100强企业的身影,2016年云南省非公企业100强中属于八大产业的企业达到61家,实现八大产业全覆盖,这些企业将成为拉动非公经济持续健康发展的新兴力量。同样,今年新晋上榜的35家企业中有28家属于八大重点产业,占比达到80%。

(二)产业始构单一困局出现改观

从三次产业上分析,2016年云南省非公企业100强共涉及三次产业的37个行业,其中第一产业经营数据增长强劲,其营业收入总额已连续第二年以≥150%的速度实现增长,高原特色农业成为增长引擎较好地带动了产业链上下游的多个行业及企业发展。本次榜单中第二产业,第三产业中以农副食品加工业、食品制造业、酒、饮料和精制茶制造业,农、林、牧、渔服务业等行业为代表的涉农企业入围数也出现较大增幅,达到24家,合计实现营业收入250.73亿元,较上一年度净增43.29亿元,增幅达20.87%。



第二产业、第三产业入围企业数量变化不大,但其产业结构呈现良性发展趋势;一是行业多样化特征凸显、代表性增强。2016年云南省非公企业100强分布的行业达到37个,大大高于2014年的25个和2015年的28个,上榜企业所涉行业更加多元化,企业长期以来过于集中在少数行业的现象发生变化;二是多个新兴行业涌现出龙头企业,其中制造业中首度出现专用设备制造以及计算机、通信和其他电子设备制造业等龙头企业,服务业中首度出现互联网和相关服务业、资本市场服务业、租赁业等行业龙头。

通过榜单变化情况可以看到,长期以来我省非公经济领域中产业结构过于单一的困局已出现一些积极变化。

(三)新增动能对非公经济的支撑还不够充分

2016年云南省非公企业100强中第二产业仍占主体地位,上榜企业66家,实现营业收入占比63.22%,其中制造业上榜企业56家,实现营业收入1047.82亿元,占比52.83%,较上一年度上升4.3个百分点,第二产业以及制造业营收总额占比呈逐年递增趋势,主体地位更加强化。

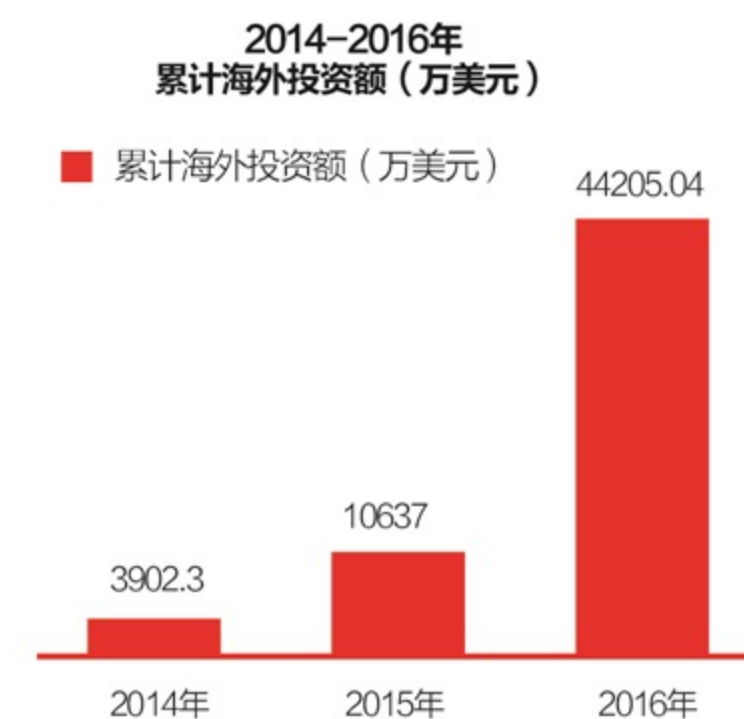
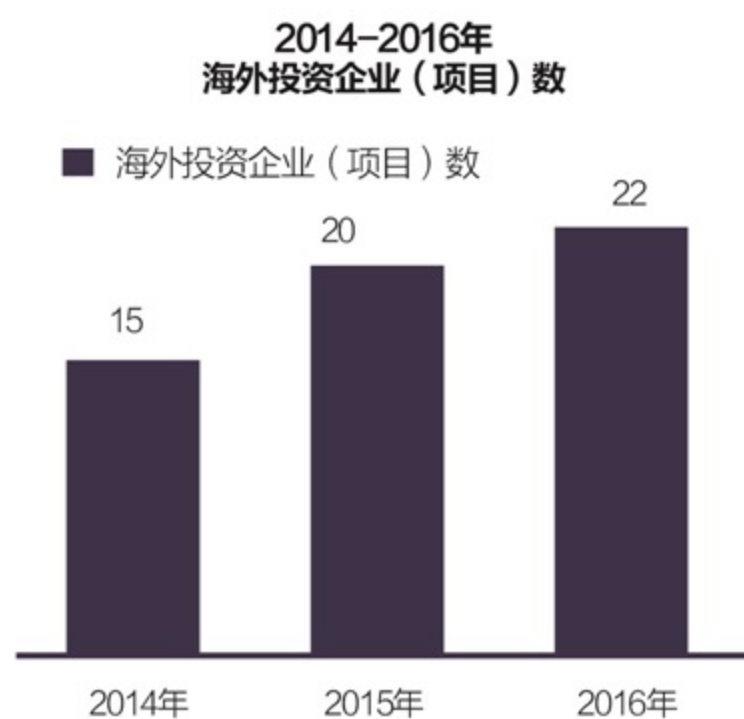
2015-2016年云南省非公企业100强产业分布比较

指标	一产		二产		三产	
	营收总额 (亿元)	占比	营收总额 (亿元)	占比	营收总额 (亿元)	占比
2016年	50.12	2.53%	1253.88	63.23%	679.11	34.24%
2015年	18.24	0.76%	1408.26	58.43%	937.81	38.91%
2014年	7.3	0.28%	1484.96	56.18%	1151.08	43.55%

然而从榜单数据变化看,非公经济领域行业发展出现较大分化,其中一般制造业、传统服务业降幅巨大。以房地产、钢铁、化工3个传统行业为例,三年来上榜企业营业收入占比逐年下滑,从2014年占比接近五成,下降到2016年的35%。另一方面,我省非公经济领域新兴产业培育还处于起步阶段,今年上半年,我省战略性新兴产业增加值仅占规模以上工业增加值的9.8%,而2016年云南省非公企业100强中属于八大产业的61家企业,其营收之和也仅927.44亿元,营收占比不足五成。现阶段,我省新的增长动能仍难以对冲传统产业调整压力,而传统行业虽然增速放缓,但依然有较大的潜力,工业化、城镇化、扩内需所带来的有效投资需求仍将持续释放,产业升级仍有空间。

三、企业走出去步伐不断加快

与民间投资增速下滑形成巨大反差的是，云南省非公企业100强对外投资增速强劲。数据显示，2016年云南省非公企业100强共有18家企业“走出去”进行海外投资，海外投资项目(企业)数22个，累计投资额达到44205.04万美元，投资项目数实现三年三连增，投资额更是以每年300%的速度跳升。百强企业海外投资已遍及全世界六大洲的58个国家(地区)，其中亚洲国家(地区)15个，欧洲、北美、南美、非洲、大洋洲国家43个。主要投资国仍集中在东盟十国，其中，除文莱以外，已实现对东盟其他国家的投资全覆盖。百强企业中，有8家企业在“一带一路”有投资项目或承包工程，有6家企业已加入境外中资商(协)会，未来三年在“一带一路”有投资意向的企业达到37家。



同时，百强企业出口总额、海外收入同样增长强劲，2016年云南省非公企业100强共实现出口总额165586万美元，较上年增长51.2%，实现海外收入41028万美元，较上一年的397万美元实现大幅跃升，百强企业海外雇员数量也实现倍增，数据反映出非公百强企业海外投资、经营发展的扩张。

数据显示，拓展国际市场，获取品牌、技术、人才等战略要素，优势产能转移成为非公百强企业对外投资的主要动因，而获取国外原材料资源从两年前企业走出去的最主要目的下滑到企业对外投资动因的最末位因素，显示出云南省非公企业对外投资的动因正从过去简单追求境外原材料资源逐步转向境外市场、品牌、技术、人才等多重目标。

四、企业社会贡献继续加大

(一)缴税总额继续增长

2015年全省非公经济上缴税金500.6亿元，比上年减少4%，而百强调研数据显示，2016年云南省非公企业100强纳税总额为883071万元，比上一年度增长2083万元，占2015年全省税收收入的7.29%，占全省非公经济上缴税金的17.64%，纳税规模上亿元的企业达21家，百强企业在全省非公经济税收贡献方面起到了主力军作用。

(二)吸纳就业能力逐年提升

2015年经济下行压力加大、产业结构调整，就业形势更加复杂严峻，全省城乡总就业人数比上年减少19.75万人，但在此背景下，非公百强企业吸纳就业的数据仍然实现了逆势增长。2016年云南省非公企业100强员工总数为199913人，较上一年度新增就业7395人，增幅3.84%，员工总数上万人的企业有3家。云南省非公企业在拉动就业方面的稳定表现在很大程度上缓解了全省的就业压力，为全省求发展、惠民生、保稳定、促和谐，实现全面建成小康社会目标做出了积极贡献。

(三)履行社会责任意识不断加强

履行社会责任已成为百强企业发展、创新、增强竞争力和促进企业与员工、社会和谐共生的内生动力，企业开始更加注重保障职工基本权益、构建和谐劳动关系。2016年云南省非公企业100强与员

工签订书面劳动合同并为员工缴纳“五险”比例全都达到100%的企业达到48家，较上一年度增加2家，百强企业与员工签订书面劳动合同占百强职工总数据的比例达到93.66%，连续三年持续提升。

2014-2016年云南省非公企业100强与员工签订劳动合同占比情况

指标	2014年	2015年	2016年
与员工签订劳动合同占比情况	86.87%	93.27%	93.66%

此外，2016年云南省非公企业100强有24家企业发布社会责任报告，较上一年增加6家；有85家企业参与社会捐赠；有59家企业参与扶贫开发。数据显示，有越来越多的非公企业投身光彩事业及其他社会公益慈善事业，并将其视为企业的一项光荣使命。目前，非公企业捐赠规模逐步扩大，大额捐赠逐步成为常态，非公基金会迅猛发展，企业新兴慈善模式不断涌现，有更多的企业家主动到贫困地区投资开发帮助当地群众脱贫致富，踊跃参与产业扶贫，积极投身全省扶贫攻坚主战场，力所能及地为云南社会稳定进步做贡献。

五、转型升级持续提速

(一)加快布局战略新兴产业

百强企业充分发挥市场敏锐性，抢先布局，在战略新兴产业领域的投资持续加大。数据显示，投资节能环保产业的企业数量由25家增加到33家；投资生物产业的企业数量由16家增加到20家；投资高端装备制造产业的企业数量，由3家增加到8家。今年省委省政府做出着力培育发展八大重点产业的决策部署后，广大非公企业聚集政策导向、结合自身发展、加快行动步伐。以生物医药和大健康产业为例，今年榜单中上榜企业达到10家，营收总额达到221.64亿元，较上一年度增加19.52亿元，其中不乏昆药集团、一心堂、龙津药业等上市公司，在百强榜单中，成为上市公司比例最高的行业，广大非公企业在资源配置方面正积极主动的顺应我省产业结构调整方向，努力地将过

去的资源优势转变为经济优势，在我省重点培育的战略性新兴产业和具有发展潜力的产业中，已具备一定规模和竞争优势。

(二)创新能力持续提升

2016年云南省非公企业100强品牌建设加强，创新成果显著，不断提升企业及其产品的知名度和影响力，注重技术创新，不断加大研发投入，品牌、技术对支撑企业发展作用明显。2016年云南省非公企业100强中有83家企业拥有2725个国内注册商标，同比增加506个；15家企业拥有226个国外商标，同比增加128个；企业自有商标产品在2015年产品总收入中占100%的企业数达到49个，同比增加14个；有36家百强企业被认定为高新技术企业，认定个数(含下属公司)达到69个。截至2015年底，共有51家百强企业拥有国内有效专利2841个，同比增加1893个，增幅达200%；4家企业拥有5项外国有效专利。

2016年云南省非公企业100强中，有2家企业技术中心被认定为国家级企业技术中心；8家企业设立博士后工作站，同比增加4家；2015年当年获得国家科学技术奖的企业2家，实施了技术创新的企业56家，管理创新的企业17家，产品创新的企业11家；牵头制定国际、国家或行业标准的8家，参与制定的20家。在产学研合作方面，与科研院所、高等院校开展合作的企业58家。通过电子商务(B2B、B2C)取得的营业收入占比超过10%的企业10家；新产品(新服务)或采用新工艺带来的销售收入占当年主营业务收入比重超过30%的19家。

(三)积极参与混合所有制经济发展

去年到今年，我省非公企业参与混合所有制改革继续保持稳健的步伐，且参与路径呈现多样化趋势。数据显示，2016年非公企业100强中，与国有企业共同发起设立新企业的有6家，较上一年实现倍增；已参股国有企业的从去年的2家增加到6家；有国有资本入股的企业数从去年的4家增加到8家；已控股国有企业的有2家，实现了零的突破；尚未参与混合所有制改革的企业中也有30家有参与混改的意向。



《昆明市城乡规划管理技术规定》 2016与2012版主要差异对比分析(下)

设计管理中心



五.《规定》第四章 建筑退让

2012版

第二十四条 (四) 地界另一侧为公共空间的, 本市的城市道路不设日照要求规定, 但其两侧的新建、改建或扩建建筑退让城市道路的应遵照本章中的城市道路退距条款执行。

建设地块边界另一侧为城市规划确定的公园绿地、防护绿地、城市广场的, 其退让地界的距离不小于6米, 并有不少于1/3面积的公共空间满足冬至日一小时日照时间。重要的城市广场或其他开放空间应依据批准的修建性详细规划或城市设计方案确定其四周建筑的退让距离。建设项目地块内设置的附属广场或开放绿地不受以上规定限制。

第三十一条 新建中小学、幼儿园教学楼及医院住院部等建筑, 应当距同侧公路边缘(或规划控制红线)以及30米以上(含30米), 城市规划道路控制红线不少于30米。

第三十二条 建筑退让城市道路交叉口红线, 满足相邻两条道路退让要求且不小于5米, 特殊区域按批准的详细规划和保护规划等执行。

2016版

建筑退让规定有明显变化。2016版《规定》表达上简化了些;

增加了高速铁路退让规定;

对退让道路交叉口距离做了修改;

对地下室退让河道的距离没有细化规定。

第十七条 (三) 地块边界另一侧为城市规划确定的公园绿地、防护绿地、城市广场的, 其退让地块边界的距离不小于6米, 并有不少于1/3面积的公共空间满足冬至日一小时日照时间。重要的城市广场或其他开放空间应依据批准的修建性详细规划确定其周边建筑的退让距离。

第二十条 高速铁路不小于50米。

第二十四条 中小学、幼儿园主要教学用房设置窗户的外墙与铁路轨道的距离不得小于300米, 与高速路、地上轨道交通线或城市主干道的距离不得小于80米。当距离不足时, 应当采取有效的隔声措施。

中小学各类教室的外窗与相对的教学用房或室外运动场地边缘的距离不得小于25米。

第二十五条 建筑退让城市道路交叉口红线距离, 按两条相交道路中退让道路红线较宽的距离进行退让, 且不小于5米。

六.《规定》第五章 建筑高度与景观

2012版

第四十条 建筑物的面宽, 除经批准的详细规划或城市设计另有规定外, 按以下规定执行:

(三) 建筑最大面宽一般不宜大于60米; 高层

居住建筑的最大面宽不宜大于45米; 有特殊功能要求的公共建筑与超高层建筑的最大面宽应根据相关规范通过设计合理确定;

(四) 高层居住建筑原则上宜设置凹阳台或封闭式凸阳台。

第二十一条 建筑的间距在满足日照、消防、疏散及相关建筑设计规范等的控制要求同时, 还须不小于表3-1、表3-2和表3-3中规定的最小值, 有建筑间距与较高建筑高度之间比例控制要求的, 同时执行表3-1、表3-2、表3-3中的相关规定。

医院、疗养院、中小学、幼儿园等有日照要求的非居住建筑, 在退让中视为居住建筑。

2016版

居住建筑面宽适当放开;

其它建筑面宽未专门规定;

高层居住建筑阳台未再规定形式;

高层群体建筑须组织高低错落;

商业裙房(商铺)未专门规定, 可以理解为适当放开;

居住项目应按《城市居住区规划设计规范》设中心绿地。

第三十条 建筑物的面宽, 除经批准的详细规划另有规定外, 应当按以下规定执行:

(三) 居住建筑布局应当高低错落, 点板结合, 使城市景观多样化, 空间层次丰富, 并满足以下规定: 临规划宽度30米以上(含30米)道路、主要出入滇河道、公共广场和公共绿地的第一界面的高度24米以上的以居住为主的建筑, 其主要朝向面宽不宜大于45米; 高度24米以下居住建筑和配套临街商铺的面宽不宜大于60米。

主体建筑3栋以上(含3栋)的地块, 主体建筑应采用2种高度变化; 主体建筑5栋以上(含5栋)的地块, 主体建筑应采用3种以上(含3种)高度变化。主体建筑高度差应大于最高建筑高度的10%。

七.《规定》第六章 道路交通与停车设施

2012版

第五十条 各类建设项目停车泊位数最小值依据表6-1的规定配建。

建筑物配建的停车设施原则上设置在建筑项目

规划允许用地范围以内; 情况特殊的, 可设置在项目用地周围200米范围以内且不跨城市主、次干道(特大型公共建筑可另作特殊处理)。建筑物的使用性质发生变化时, 须按本规定要求增配停车位。

表6-1 停车泊位配建指标最小值

建筑类型	建筑类型(小类)	单位	机动车	非机动车
住宅	商品住宅	车位/100m ² 地上建筑面积	1	1
	廉租房	同上	0.4	4
	公租房经济适用房	同上	0.7	2
行政办公及文化设施		同上	1.0	1
商务办公及商业设施(含宾馆酒店)		同上(含地下商业面积)	0.8	2
医院		同上	1.0	1.5
展览馆		同上	0.8	1.5
其他办公(科研、工业)		同上	0.5	0.5
体育场馆	一类	车位/100座位	4	20
	二类		3	
一般性城市公园		车位/公顷游览面积	4	30
学校	小学	车位/100m ² 建筑面积	0.3	1
	中学	同上	0.4	6
	大中专院校	同上	0.2	1

注:

8.其它未涉及的建筑类型、主干道附近和交通敏感地区的建设项目、人流物流较大的建设项目、重要交通基础设施(停车场、交通枢纽等)及轨道交通站点周边地区建设项目等需在表6-1的基础上, 按照交通影响分析确定配建车位数。

2016版

在二环路内、呈贡核心区等区域商业办公项目停车泊位标准有较大调整;

取消部分项目经交评后可核定泊位的注释;

取消泊位跨路漂移的规定;

街坊超过1500个泊位的, 须增设与城市道路联通的内部道路;

启用新版《车库设计规范》, 部分减少了车库出入口和车道数量。

第四十条 各类建设项目停车泊位数最小值按照表6-1的规定配建, 停车泊位面积最小值应当满足表6-2的规定。

配建的停车设施应当设置在建设项目用地范围以内。建筑物的使用性质发生变化时, 应当按本规定要求增配停车位。

表6-1 停车位配建指标最小值

建筑类型	单位	机动车(个)	非机动车(个)
商品住宅	车位/100m ² 地上建筑面积	1	1
廉租房	车位/100m ² 地上建筑面积	0.4	4
公租房、经济适用房	车位/100m ² 地上建筑面积	0.7	2
行政办公及文化设施	车位/100m ² 地上建筑面积	1.0	1
商务办公及商业设施(含宾馆酒店)	车位/100m ² 地上建筑面积(包括地下商业建筑面积)	0.8	2
医院	车位/100m ² 地上建筑面积	1.0	1.5
展览馆	车位/100m ² 地上建筑面积	0.8	1.5

注:

2. 新建住宅配建停车位应100%建设充电设施或预留建设安装条件,大型公共建筑物配建停车场、社会公共停车场建设充电设施或预留建设安装条件的车位比例不低于10%。

4. 主城二环路范围内、呈贡区核心区范围(具体范围见附图)内的行政办公、文化设施、商务办公及商业设施(含宾馆酒店)建设项目配建机动车停车位数量可按不少于表6-1的0.75倍设置。

5. 混合用地停车位按建筑类型分别计算。

第四十二条 (三) 每个街坊最大停车位设置不宜超过1500个,若超过1500个,则须要增加不小于12米宽的车行通道与规划道路相连通。

(四) 机动车库出入口和车道数量应当符合《车库建筑设计规范》(JGJ100) 4.2.6 的规定。车辆出入口宽度应当符合《车库建筑设计规范》(JGJ100) 4.2.4 的规定。

摘录2《车库建筑设计规范》(JGJ100)

4.2.4 车辆出入口宽度,双向行驶时不应小于7M,单向行驶时不应小于4M。

4.2.6 机动车库出入口和车道数量应符合表4.2.6的规定,且当车道数量大于等于5且停车当量大于3000辆时,机动车出入口数量应经过交通模拟计算确定。

表4.2.6 机动车库出入口和车道数量

规模	特大型		大型		中型		小型	
	出入口和车道数量	出入口和车道数量	出入口和车道数量	出入口和车道数量	出入口和车道数量	出入口和车道数量	出入口和车道数量	出入口和车道数量
出入口和车道数量	>1000	501~1000	301~500	101~300	51~100	25~50	<25	
机动车出入口数量	≥3	≥2	≥2	≥2	≥1	≥1	≥1	
非居住建筑出入口车道数量	≥5	≥4	≥3	≥2	≥2	≥2	≥1	
居住建筑出入口车道数量	≥3	≥2	≥2	≥2	≥2	≥2	≥1	

八.《规定》第七章 地下空间开发利用

2012版

第五十六条 为提高土地开发效益,节约土地资源,鼓励地下空间的开发和利用。

第五十七条 地下空间开发应结合主体项目配套功能需求及城市环境容量等因素,确定功能配置及规模。避免设置与用地功能无关的建设内容。

第二十一条 建筑的间距在满足日照、消防、疏散及相关建筑设计规范等的控制要求同时,还须不小于表3-1、表3-2和表3-3中规定的最小值,有建筑间距与较高建筑高度之间比例控制要求的,同时执行表3-1、表3-2、表3-3中的相关规定。

医院、疗养院、中小学、幼儿园等有日照要求的非居住建筑,在退让中视为居住建筑。

2016版

两版差别不大;

2016版《规定》细化和补充了地下功能的引导控制。

第四十五条 地下空间开发应当结合主体项目配套功能需求、城市环境容量等因素,确定功能配置及规模。

地下空间开发利用应当考虑到地块地质条件、结构安全、施工难度等因素的限制,不得破坏周围建筑和市政设施。

地下空间使用功能应当按照控制性详细规划确定的用地性质进行明确,市政道路地下10米范围内应当优先保证市政工程通道。

地下功能按照表7-1的引导控制进行设置。

表7-1 地下功能与地上功能对应引导控制表

地下功能/地上功能	停车	管线	商业	公共设施	仓储	通道	地铁及地下道路	市政设施
居住用地	●	○	○	○	×	○	○	○
公共管理与公共服务设施用地	○	×	×	○	×	×	○	×
其他	●	×	●	●	×	○	○	×
商业服务业设施用地	●	○	●	●	×	●	○	×
工业用地、物流仓储用地	○	×	×	×	●	○	○	○
道路与交通设施用地	○	●	○	○	×	●	●	○
公用设施用地	○	×	×	×	●	×	○	●
绿地与广场用地	○	○	○	○	×	○	○	○
公园绿地	○	○	○	○	×	○	○	○
广场用地	●	○	●	●	×	○	●	○
水域	×	○	×	×	×	×	○	×

注:●为允许建设;○为规划部门根据具体情况确定是否允许建设;×为不允许建设。

九.《规定》第八章 市政工程

2016版

总体差别不大,内容适当增加;

条文表达做了较大简化,凡是国家规范有的,都作了简化,如涉及《城市道路交通规划设计规范》的有关内容;

将2012版《规定》中位于建设用地规划管理第十六、十七、十八条的有关再生水、雨水收集和公厕等内容移到了本章中。

排水的有关规定进一步细化,雨水排放提高了标准;

增加了城市轨道交通工程涉及的有关内容。

第五十三条 排水工程的规划建设应当符合以下规定:

(一) 城市规划区范围内的排水体制采用雨、污分流制,在近期难以实现分流制改造的建成区,应采取合流截留式改造。

(二) 因外围城市管线还未配套,建设用地内部污水不能进入污水处理厂处理的,应当自建污水处理设施,将内部污水全部处理达到《城镇污水处理厂污染物排放标准》(GB18918)的一级A标准后再生回用,剩余部分方可向外排放。

(三) 雨水管渠设计应当采用昆明市暴雨强度公式(2015版),新建管渠设计重现期不低于5年,中心城区地下通道和下凹式广场等雨水管渠重现期不低于20年。

第六十二条 城市轨道交通工程的规划建设应当符合以下规定:

(一) 在城市轨道交通控制保护区和特别保护区内进行的建设活动应满足《昆明市城市轨道交通管理条例》要求,保护范围具体如下:

控制保护区设置范围为:地下车站和隧道结构外边线外侧50米内;地面车站和地面线路、高架车站和高架线路结构外边线外侧30米内;出入口、通风亭、冷却塔、主变电所、残疾人直升电梯等建(构)筑物外边线和基地用地范围外侧10米内。

特别保护区设置范围为:地下车站和隧道结构外边线外侧5米内;地面车站和地面线路、高架车站和高架线路结构外边线外侧3米内;出入口、通风亭、冷却塔、主变电所、残疾人直升电梯等建(构)筑物结构外边线和基地用地范围外侧5米内。

(二) 城市轨道交通车站规划应根据车站附近未来交通需求及发展趋势,预留换乘枢纽、停车场

和人行地道等设施用地;车站非付费区和与车站公共通道相连的建筑物应规划有公共区域,满足行人的过街通行需求。

(三) 与城市轨道交通车站相连接的地下街以及大型公共建筑地下室的标高宜与车站站厅层标高一致,如因特别需要而出现较大落差,应设置自动人行道。

十.《规定》第十章 附则

2012版

第八十七条 在本规定施行前已取得城乡规划主管部门规划设计条件、批准详细规划,或已取得《建设工程规划许可证》的建设项目,仍按照原批准的执行。

第八十八条 本规定的表格、附录、附图与本规定正文具有同等的效力。

第八十九条 本规定由市城乡规划主管部门负责解释。

第九十条 本规定自2012年8月10日起施行。2005年11月15日昆明市人民政府以昆明市人民政府令59号形式批准的《昆明市城市规划管理技术规定》同时废止。

2016版

根据市规划局2016年6月13日局长办公会审议通过并报市政府待批的“《规定》施行有关时间实施细则的规定”:

1. 规划条件已纳入土地出入合同且不调整原批准方案的项目,在2016年12月31日内,由建设单位自行选择采用的《规定》的版本;

2. 对三旧改造项目,在2016年6月10日前修规方案已通过市规委审议的,无论规划条件是否颁发,均同意按《规定》2012版执行。

第七十二条 在本规定施行前已取得城乡规划主管部门核发规划设计条件、批准详细规划或取得《建设工程规划许可证》的建设项目,仍按照原批准的执行,若调整的应当符合本规定的要求。

第七十三条 本规定的表格、附录、附图与本规定正文具有同等的效力。

第七十四条 本规定由市城乡规划主管部门负责解释。

第七十五条 本规定自2016年6月10日起施行。2012年8月10日起施行的《昆明市城市规划管理技术规定》(昆明市人民政府令第114号)同时废止。

附录一、二、计算规则 主要差别

2016版

用的国家建筑面积规范已更新；

1. 可不计容积率的范围：

①套内跃层中空允许不得超过30平方米，且不得超过单套建筑面积的30%；

②地下室和半地下室（包括坡地核定为地下室、半地下室）；

③建筑之间作为单纯交通联系功能的宽度不大于9.0米的空中连廊；

④超高层建筑的避难层不再扣除；

⑤坡屋顶建筑高度计算调整为“按建筑物室外地面至屋檐和屋脊的平均高度计算；当同一座建筑物有多种屋面形式时，建筑高度应按上述方法分别计算后取其中最大值；

⑥绿地率计算增加屋顶绿化、植草砖、底层公共开放架空层等的折算比例。

2. 容积率计算

(1) 计入容积率的建筑面积

多层、高层住宅建筑的层高不得超过3.6米，跃层住宅单套户型内室内中空部分面积不得超过30平方米，且不得超过单套建筑面积的30%；办公建筑的层高不得超过4.5米；商业建筑及商业服务网点的层高不得超过5.4米。

以上各类建筑凡层高超出上述规定的，计算容积率指标时，每超出1.5米则该层建筑计容建筑面积按该层实际建筑面积增加1倍计算；超出高度不足1.5米的则该层建筑计容建筑面积按该层实际建筑面积增加0.5倍计算。

(2) 不计入容积率的建筑面积

①地下室与半地下室的建筑面积不计入容积率。

②净高不小于3.5米且无围护结构只作为公共活动、绿化用途的底层架空部分的建筑面积不计入容积率。

③建筑之间作为单纯交通联系功能的空中连廊，且宽度不大于9.0米的，其建筑面积不计入容积率，大于9.0米的整体计入容积率。

④本规定第六十四条中的市政公共设施点位的建筑面积不计入容积率。

(3) 坡地建筑容积率计算

利用自然坡地、台地进行建设的，按建筑露出地面部分最高点与最低点的地面高程平均值作为室外设计地面，属于地下室与半地下室的部分

不计入容积率。

4. 建筑高度计算

(1) 在计算建筑间距时，建筑高度按下列规定计算：

平屋顶应按建筑物能作为人员疏散及消防扑救场地的室外地面至建筑女儿墙顶点的高度计算，无女儿墙的建筑物计算至其屋面檐口；坡屋顶应按建筑物室外地面至屋檐和屋脊的平均高度计算；当同一座建筑物有多种屋面形式时，建筑高度应按上述方法分别计算后取其中最大值。

5. 绿地面积计算

(1) 计算绿地率的绿地面积，包括用地范围内的集中绿地面积和房前屋后、街坊道路两侧、建筑间距内的零星绿地面积，以及屋顶绿化、底层架空绿化和植草砖折算的绿地面积。

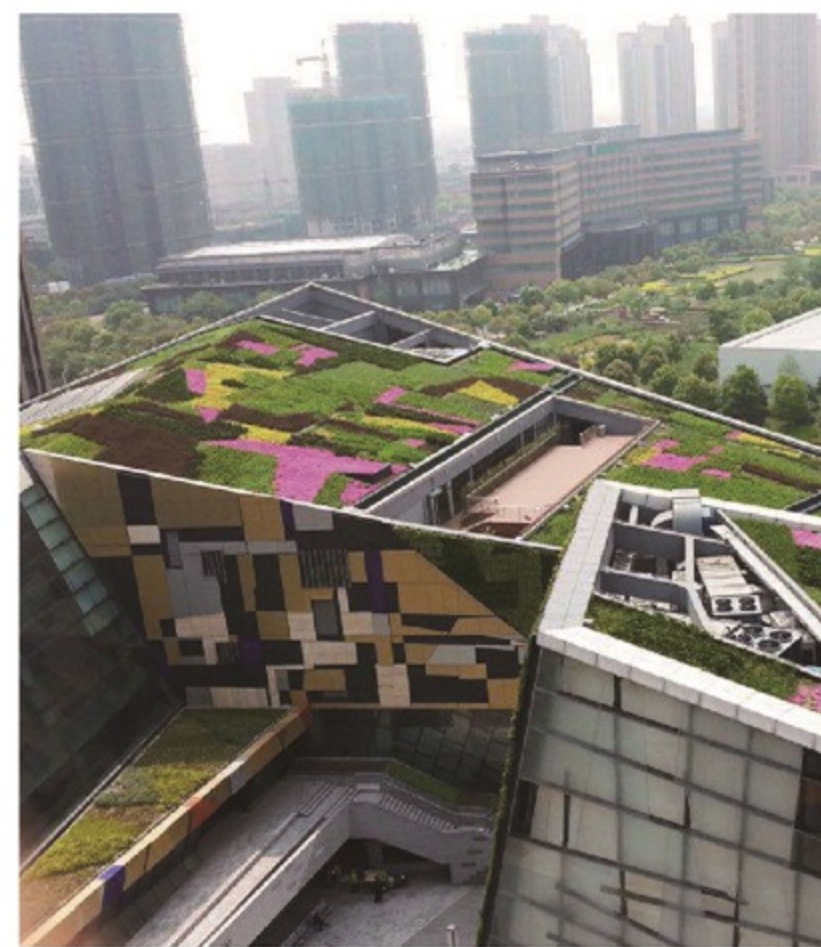
(2) 地下室及半地下室顶板覆土深度大于2米且按要求实施绿化的部分计入绿地面积。

(3) 屋顶绿化、底层架空、植草砖绿化折算

①具有公共开放功能的屋顶绿化，覆土深度不小于0.5米部分面积的20%可计入绿地面积，折算部分建筑高度应当不大于24米。

②具有公共开放功能的底层架空绿化，架空净高不小于3.5米且覆土深度不小于0.5米部分面积的40%可计入绿地面积。

③地面设置的停车场采用植草砖铺设的，铺设面积的20%可计入绿地面积。



物管3.0时代兵临城下 升级转型势在必行

谭人凤

偶不是物管方面的专家，这篇东东只是站在客户角度，探究一下对于物管的浅显感知，如有不当之处诸位请笑笑而过且无视之。如果各位对物业管理的概念认知还停留在，“保安、保洁，保修，园林”四大块，那说明你们思维还停留在物管1.0时代，因为这只是物管最基础最原始的功能服务，远远不能满足时下业主的复合生活需求。

那么物管2.0时代是怎样的呢？其标志是生活便捷度和功能多元化的极大提升，提升到什么程度呢，且以笔者最为熟悉的星雅俊园为例，在传统物管服务的基础上，嫁接了与业主息息相关的生活配套资源，小区门口旁边的俊发租售服务中心，就极大满足了业主房屋租售方面的需求，更是有利于俊发项目销售的一大窗口平台；加入社区超市，让小区业主足不出户就能满足日常购物需求；净化水站、饮料自动售卖机的引进，也是一大亲民便民举措，切切实实让业主享受到便利的生活。当然这些还不够，还需要嫁接更多生活配套资源，在此，笔者很是期待俊发正在推进构建的俊之家商家联盟，相信到时俊发社区生活将有一个质的飞越。

接下来说重点，何谓物管3.0时代？如果说2.0时代最大特点是优质生活配套的多元化组合嫁接，那么3.0时代最大的特点是以“智能化、数据化、网络化平台”为灵魂中枢，桥接基础物业管理、商家配套集成、业主档案数据、社区互动交流等板块，形成真正意义上的虚拟社区生活平台。不妨展望一下物管3.0时代的生活情景：在下班路上，进入手机APP，就能选好晚餐的食材肉菜；一到家打开电脑，进入俊发虚拟生活平台，看看本月的水电气账单，了解社区新闻公告和健身俱乐部本



周课程，顺便买好周末热映的电影票，和邻居互动交流之后，下单预定几款好评度不错的炭烧……

看似很梦幻遥远，随着智能虚拟科技的进步，3.0时代已经兵临城下。从已经成功上市的花样年彩生活为例，以机械化、科技化管理解放简单劳动岗位上的劳动力，优化大量保安、保洁、保绿等岗位人员，转而招入学历、文化程度和服务意识等能力都相对较高的人员，成为彩生活社区的“生活管家”；以B2F商业模式创新，与小区周围500米范围内商家进行合作，将其引到线上构建500米商圈，业主通过彩之云平台就能享受商家服务；彩之云(即彩生活社区服务平台)，利用互联网平台及彩之云APP系统，以社区为中心辐射一公里微商圈，集成包含衣、食、住、行、娱、购、游在内的各领域商户服务资源，时时推送更新活动资讯。当然，这离物管3.0的终极形态还很远，彩生活还有很长的路要走。



俊发 “新动力”

“新动力”是俊发人才选拔、储备、发展和培养的重要举措之一。通过从全国高校招聘优秀大学生，进行有计划的梯队培养，使其成为公司未来发展的储备型人才力量。自2006年运营至今，第一批“新动力”成员，已经成为俊发中、高层核心管理团队，为公司的发展发挥重要作用。未来，俊发也将持续和提升“新动力”培养体系，为俊发稳健长远发展，培养源源不断的新生力量。



志存高远 博雅谦逊

——对话2016级“新动力”师傅 张柔鑫

整理：陈冠霖 编辑：洪巧丹 郝冬雨

上个月“新动力”版块首期内容的呈现，让大家感受到了来自编辑部小伙伴的青春和力量。随着9月教师节的来临，我们荣幸邀请了工程管理部工程主管——张柔鑫（16级学生兵苟华平的师傅）作为采访嘉宾。希望能借此让大家了解到学生兵与师傅在平日工作中的状态。在编辑部的伙伴们的期待当中，采访正式展开……



亲力亲为、勤于实践、勤于总结

“学生兵刚踏入工作岗位，必须做到亲力亲为、勤于实践、勤于总结。”这是张柔鑫对工程口学生兵在日常工作中提出的建议。“作为甲方，必须要提高自己对事物的认知能力才能较好的把控现场。在此过程中，需怀有空杯心态，敏而好学，不要顾及面子的问题，犯错并及时改进才是获得成长的最快捷途径。每天制定一个小的目标计划，不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。并不断强化自己的执行力，当日事，当日毕，实现自己在工作当中的价值。”张柔鑫积极的心态和充满正能量的语言感染了我们在座的每一个人。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行

工程管理中心的“16级新动力”学员均被派往乙方单位进行充电和学习。张柔鑫认为这样的方式，能丰富学生兵的专业基础知识；其次通过现场实践提高了大家的专业操作技能；深入理解甲方、乙方不同的角色定位，熟知乙方在日常工作中的流程、环节，充分把握其心理活动，以便更好地开展工作。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。这其中最关键的还是实践经验和专业技能的提高，只有理论知识的积累

都是纸上谈兵。他劝诫我们：“进入工作岗位，便与学生的角色不同，学习不再是为了应付考试，而要真正应用于工作当中。知其然，并知其所以然，是关键核心。做每件的目的都要奔着成就感而去，如果只是抱着应付的心态，内心将会终日彷徨不安。”最后他还强调，公司非常重视人才的储备和培养，一定要对自己有信心、对公司有信心。此时他的谆谆教导，让我们的目标更为明确，信心更加坚定。

志存高远 博雅谦逊

作为“16级新动力”苟华平的师傅，张柔鑫对徒弟的成长也有很多话要说。他说工程管理中心非常重视每一位学生兵的成长，自己对华平寄予了许多希望，要求他能逐步强化专业知识的学习、具备相应管理技巧、拥有分析和处理事情的能力，拥有全维度思维。接下来的时间里，将安排华平前往省四建施工单位进行锤炼，提升工程业务技能，并希望无论是面对什么类型的项目，都能有良好的心态。“志存高远，博雅谦逊！要有远大抱负，同时放低姿态、脚踏实地的做好每件事”。这些语重心长的话语，不仅仅是一位师傅对学生兵的要求，也是公司前辈给予“新动力”的希望，相信在各位师傅的引导和带领下，“新动力”将不断成长，为公司发展贡献出一份自己的力量。



采访快结束之时，编辑部的伙伴们为即将过生日的张柔鑫准备了一份惊喜，感谢他对“新动力”的支持和鼓励，也感恩每天像他一样忙碌在工作岗位上的“师傅们”，我们的成长之路因为您的付出而更加坚实！



用你的经历,定义自己

——对话2016届“新动力” 苟华平

整理: 陈冠霖 编辑: 徐光炜

“2016届新动力”正式到岗已有三月,时间不长也不短,但足够一个人去成长,尤其是在公司的高度重视和领导的殷切关怀栽培下,我们如一棵棵小树在俊发的沃土里茁壮成长。在新一届学生兵当中,不乏多才多艺者,他们能歌善舞,热情直率,执行力强;也有擅长运动者,他们朝气蓬勃,崇尚健康的生活方式;还有高学历者,他们精于术业,见识广博,谈论起问题来旁征博引、口若悬河……显然,本期采访对象苟华平属于后者。



初识俊发: 激情、变革、扩张

我们认识的苟华平,内敛中带有一点张扬,沉稳又不失爆发力。私底下有过很多交流,但像这种正式的采访还属首次。当我们问及对俊发的感触的时候,他用了三个词来表达: 激情、变革、扩张。随即他又解释到:

激情 公司对年轻人的吸纳和包容让公司拥有了一大批有活力的年轻人,而对于年轻人,最不缺的就是激情、干劲和活力。因为这些年轻人,公司都变得更“年轻”了。年轻除了有激情,还有不怕输和不服输的勇气,总是不畏艰难,勇往直前。

变革 近些年整个行业从黄金时代过渡到白银时代,现在开启财富之门需要的是思维和创新。俊

发18载,在机遇和挑战中不断成长和壮大,一路向前,而这两年行业的萎靡让市场危机重重。危机来临之时,最好的方式是通过变革,蜕变重生。最近半年来,公司详细梳理各部门的业务流程、完善相关制度,人资展开员工的绩效激励机制,工程中心更新建筑工程企业标准等,这些都让我们看到了俊发变革的信心和决心,未来定将更加更好。

扩张 18载,俊发正值青春年少,江山如此多娇,正等着我们去探索和征服。随着上海项目的顺利进展,我们获得“2016云南省非公企业100强”第一,并以40亿品牌价值连续三年蝉联西部第一。

项目管理是一种服务

一直以来都以为在学校里学的专业知识转身就丢掉,直到苟华平滔滔不绝的讲项目管理的时候,才发现专业知识是要随时携带的。在大家的认识中,项目管理就只是某个参与方对参与的阶段进行管理,比如招标代理公司主要在招投标阶段、设计阶段、施工在运营阶段、物业公司在运营阶段对相应阶段进行项目管理。其实则不然,项目管理它是由业主方主导将各参与方的资源整合在一起,以实现项目的增值的一种管理。在项目的全过程中,业主会涉及到每个阶段,把各个组织,组织的资金、人员、关系整合在一起,以达到目标。项目管理是一种服务,有责于项目拥有者以实现项目最终目标的服务。在国外,项目管理已成为一种新兴的服务,服务于需要管理配合的企业以完成某个项目。而在国内,这样的项目管理服务企业还没有被大众重视,认为该类型公司只是扮演着幕后业主代理人的角色,这种固化的思想也导致了项目管理企业不能成为专业的管理服务企业。

从讲解的语气当中可以肯定,他在日常项目管理学习过程中的积累,虽刚从学校进入社会,能够不断的学习和钻研,是难得可贵的。尤其是作

为工程口的学生兵,更是要精于技术,长于专业,不断探索。

放低姿态 迎接挑战 奋发有为 不辱使命

作为一名助理土建工程师,很多“新动力”成员都去到项目学习现场管理和专业技术,而苟华平目前仍留在中心,我们很好奇工程管理中心一般都做些什么工作。“目前主要工作就是更新“俊发建设工程企业标准”,有时候也会排项目卡片或随质量检查组去项目学习,对接收集相关工程资料。在工作过程中,会遇到很大的挑战,其一是专业知识的匮乏,作为“新人”,有很多专业上不懂的东西,化解这个挑战最好的方式就是学习;其二是与各项目工程经理对接工作的时候,担心自己会因为经验不足而导致工作没做好。尽可能的放低自己的姿态,本着学习的态度,去面对每一项工作细节”。

在提到关于总经理年初“11大精神纲领”的理解时,“对我感触最深的是企业家精神,我认为企业家精神不仅仅针对某一个创业者或者某一个高管所提出,它是针对公司里的每一位员工。企业家精神强调的核心思想是责任、担当以及使命感,我们在自己的岗位上把应做的事情做好那是责任,遇到问题的时候不推诿那是担当,责任是一种被动去承受,而担当则是一种主动的去承担。我们工作中每一个细节都关乎公司的利益,把自己的命运和公司的命运联系在一起,荣辱与共;第三个是使命感,而作为公司的员工,工作不能得过且过,要肩负使命去实现公司的愿景”。

提高凝聚力、优选战略伙伴、加大对龙头企业的学习

谈到就公司目前发展提一些建议的时候,他仿佛早已酝酿了很久。“首先是关于凝聚力,作为一个工程人,他深知由于项目的分散以及项目上工作的繁重,让很多同事都疏于交流,甚至对其他项目的同事都不认识,这就需要各项目之间多交流多沟通,领导多关心下属以提升基层员工的归属感;同事之间多沟通以提高凝聚力,以保证大家都心往一处想,劲往一处使,提升企业凝聚力。

其次是战略伙伴的选择,公司在很多项目战略定位、质量管控、销售策划等方面都进行了精细的

规划,但是因为合作单位的原因,过程中会出现了一些负面现象。所以引进更多优秀的合作单位,通过资源共享、相互促进,能有效的加快公司发展的进程。据了解,目前“俊发·逸天峰”项目引进了省四建,而且还准备创优工程,愿以后可以在不同的领域比如营销、融资等方面引入一些强有力的合作伙伴,共同成长。

最后就是要有一颗接纳的心,向优秀的企业学习。向万科、中海等一些行业龙头房企学习他们的经验教训、专业技术等,去了解他们在昆明市场新推出的楼盘,从设计、工程、营销等方面,取其精华,甚至还可以采用合作的方式,增强公司与公司之间的交流。

用你的经历定义自己

苟华平说他给自己定一个半年规划、三年规划、十年规划,他希望三年后能够在这个行业里变得成熟一些,懂施工的专业技术、现场管理。在他的计划中,学习一直都排在第一位,他担心落后,害怕被淘汰。我们都应该有这种居安思危的心态,只有这样才会逼着自己去学习你未曾涉猎的知识,去经历你未曾体验过的经历。可能这样确实会很辛苦,但是某个时间以后再回头,一定不负初心。

人生不是走完的,是跑完的”,苟华平说这是他研究生三年学到的最重要的一句话。学习如逆水行舟、不进则退,只有不断的前进,才代表你在成长。用你的经历,定义自己,才能让自己变得更强大。



设计师排版的 SECRET

——“VOICE·新动力编辑部”首期线上分享

首期活动，我们邀请到“博思堂·BIRTHIDEA”的资深设计师强哥，通过线上微信群交流的形式来进行。为大家进行版面设计的分享，了解“设计师排版的SECRET”。

排版设计就是在有限的版面空间里将版面构成要素、文字字体、图框图形、线条线框和颜色色块等根据特定要求进行排版。并运用造型要素及形式语言，把构思与计划用视觉效果表达出来，也就是寻求艺术手段来正确的表答版面信息。

LAYOUT DESIGN

排版设计 6 原则

对齐 聚拢 留白 降噪 重复 对比

一、版面设计的六大原则

1、对齐：相关内容必须对齐，形成整齐的块状；方便阅读者视线快速移动，一眼看到最重要的信息。对齐的文字可以在版面中形成画面分割，与画面相互呼应。



“VOICE·新动力编辑部”线上活动
本期主题：
设计师排版的 SECRET
博思堂 Birthidea × 新动力
特邀嘉宾：【博思堂·Birthidea】资深设计师 强哥
活动时间：9月8日 21:30
本期活动有幸邀请到设计师强哥进行设计方面的分享，欢迎“2016新动力”有备而来！
参与方式：扫描二维码加入活动群，备注“姓名+部门”（活动结束后群解散）

本期海报设计：陈泰丰

俊发集团 | 品质筑就生活
JUNFA GROUP

设计师排版的 “SECRET”

邀请函

分享主题
设计师排版的“SECRET”

邀请【博思堂·Birthidea】资深设计师强哥进行设计方面的分享
活动时间：9月8日 21:30开始
参与方式：扫描二维码加入活动群，修改备注名“姓名+部门”（活动结束后群解散）

本期海报设计：洪巧丹

2、聚拢：将内容分成几个区域，相关内容都聚在一个区域中。段间距应该大于段内的行距，便于阅读。

3、留白：千万不要把页面排得密密麻麻，要留出一定的空白，这本身就是对页面的分隔。这样既减少了页面的压迫感，使得内容通透，又可以引导读者视线，突出重点内容。



4、降噪：颜色过多、字数过多、图开过繁，都是分散读者注意力的“噪音”。

5、重复：多页面排版时，注意各个页面设计上的一致性和连贯性。另外，在内容上，重要信息值得重复出现。

6、对比：加大不同元素的视觉差异。这样既增加了页面的活泼，又方便读者集中注意力阅读某一个子区域。

二、字体

1、根据实际情况给字体与版面整体恰当的颜色搭配。比如说版面表现的风格是小清新、有朝气、蓬勃之类的风格，那字体颜色与版面颜色一定要色调，不建议用生褐色，咖啡色比较深沉的颜色，可以采用比较活泼的颜色。2、另外字体的颜色与背景颜色一定要拉开足够的对比度。3、整个页面的字体不易超过三个，否则整个页面就会显得杂乱。4、比较常用字体：宋体，横细竖粗，称其为衬线体，起笔和收笔都有装饰，字形具有优雅、文艺气息文化味比较浓；黑体，非衬线体，特点是笔画横直均匀，粗黑突出醒目，硬朗稳重，常用于标题、封面；细黑纤细秀气，常用于内页排版，属于百搭字体。

互动环节：

1、在版面设计中，字体颜色和版面整体如何进行搭配？

答：我们之前的6个原则都可以在任何页面的排版创作上面，但是移动端的排版还要重点注意的是阅读的舒适度，每个移动端的显示设备不一样，所以我们就要选取阅读比较舒适的字号和对齐方式。

2、微信排版和平面设计上的区别，有没有一些好的建议，能让其更有趣味性，可读性？

答：一般的微信页面排版使用的是14磅字，还有人用12-13磅的小字进行排版，觉得版面更精致，其实阅读起来比较费眼睛，看一会就不舒服，15-16磅阅读舒适度会好一些。



新动力编辑部成员微谈

无所畏惧，勇往直前
变革是强大的必经之路，作为“2016届新动力”成员，作为新动力编辑部成员，即使成长的道路挑战重重，我们都将无所畏惧，勇往直前！

徐光伟

“新动力”，顾名思义，就是要给公司注入新血液、新力量。2016届的学生兵中不乏有高学历、高智商者，他们毕业于重点高校，接触过一线城市的设计单位或房产企业，对专业知识有着扎实的功底，对行业发展动态有着灵敏的触角，也接触过一些国内先进的施工工艺，他们的到来无疑为公司带来了强劲的动力；“新动力”里也不乏才艺超群、技艺高超者，他们多才多艺，能歌善舞，还有许多是运动达人，他们性格爽朗，执行力强，在工作和生活中能保持激情和热情，更能感染同事，营造良好的工作氛围。总之，“新动力”已经在不知不觉中影响着俊发，注入了“新动力”的俊发已经在慢慢改变。



汤国林

进入俊发后了解到的种种数据表明，俊发的平台非常大，资源非常丰富，或许是专业使然，我更喜欢用数据说话，从那一刻开始，觉得这里很适合我，也非常庆幸我也是其中的一员。

公司把我们学生兵比作“新动力”，因为我们的可塑性很强，我们的思想创新，我们胸怀梦想，我们“身手敏捷”。我深知融入一个集体的最好方式是参与，适逢公司俱乐部成立，所以加入了“户外俱乐部”，并当选了会长，如今《俊发VOICE》新动力版块招募，我以“版主”的身份加入，跟小伙伴们一起建设这个新动力版块。我认为，该编辑部是用来“挖掘每位新动力的潜力，记录每位新动力的成长，激励每位新动力奋勇前行”。我作为编辑部的一员，任重道远，义不容辞。



包孟婷

三月，2016届“新动力”来到俊发，满怀热血和激情。俊发需要的正是这样一群不被周围环境改变的创新者们，我们将对新鲜事物的独特见解融入企业，时刻带着笑脸去克服困难，与企业一起共进退；我们想要收获的，则是一份满意的工作，交几个知心的朋友。

我是一个商业职场小白，几个月的锻炼让我对自己的工作有了一些片面的见解。对于滨江·俊发广场来说，为打破互联网商业对传统商业的冲击，进行一些线上的相关拓展是十分有必要的。现在是个人媒体爆炸的时代，每一个人都是消息的发出者和传播者。商场如果能够利用新媒体的传播特性成功打造高质量的商品活动和品牌宣传，会形成传统广告无法达到的效果。

团队的激情与活力，对企业而言是不可或缺的，而“新动力”编辑部，正是庞大的俊发团队中，一个满载热血，书写青春斗志的代表群体，我们用不同的视角来看俊发，我们用自己的笔触，展示着一个与时俱进的俊发。



何剑

作为2016届“新动力”学生兵中的一员，来俊发后体会最多的是公司给予的关怀。从公司精心准备的为期一月的培训，到各项目领导和前辈给我的鼓励与教导，以及无所不能、充满激情的学生兵小伙伴的和谐相处，都让我感受到了公司的温暖。尤其是总经理百忙之中仍亲自与我们交流，了解各岗位、各项目的学生兵在工作及生活中的状态，这样的环境让独在异乡奋斗的我，有了一种家的归属感。

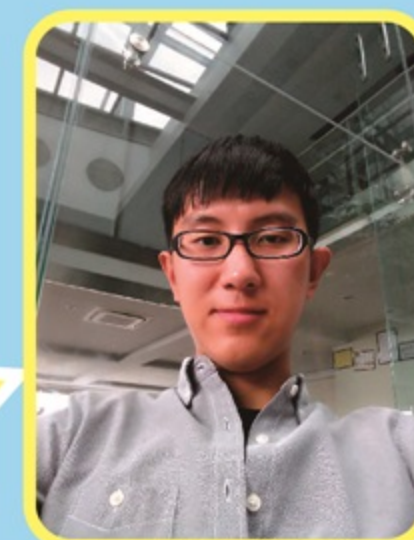
在俊发高速发展与变革的历程中，新动力必然要担当起自己的责任。现在的新动力有着一种拼劲、一种闯劲，同时还具备一种踏实学习，踏实工作的感觉。而新动力编辑部，作为展示新动力才华的一个平台，将使我们更自由地提出对自身工作，自身岗位的思考，这就是所谓的自由规整、兼容并包。新动力编辑部不仅可以成为一些创新想法的发布平台，还可以成为公司培养后届新动力的模板之一，让后来者了解往届新动力的成长轨迹，做到后继有续。



寇秀峰

作为新生代的力量，作为“俊发 2016届新动力”的一员，我们的到来既能增加创新力，又能提高公司的整体活力。刚毕业的大学生，可塑性较强，工作态度较好，能够较好的融入公司的企业文化，在自身专业知识得到充足实践和锻炼的情况下，能够胜任工作，并提出自己的思考。

进入俊发，作为一名身在一一线岗位的助理土建工程师，结合这半年的工作经历，我认为我们首先应该树立强烈的合同意识，对合同进行深入细致的研究，对重要条款、存在漏洞及可能产生的变化做到心中有数，以此为依据进行项目管理；其次应该加大标准化工艺的推行力度，全力落实标准化施工做去；第三，应时刻强调全员大局意识，以主人翁的精神投入到工作当中；第四，应该树立节约观念，从岗位做起，提高资源利用率。

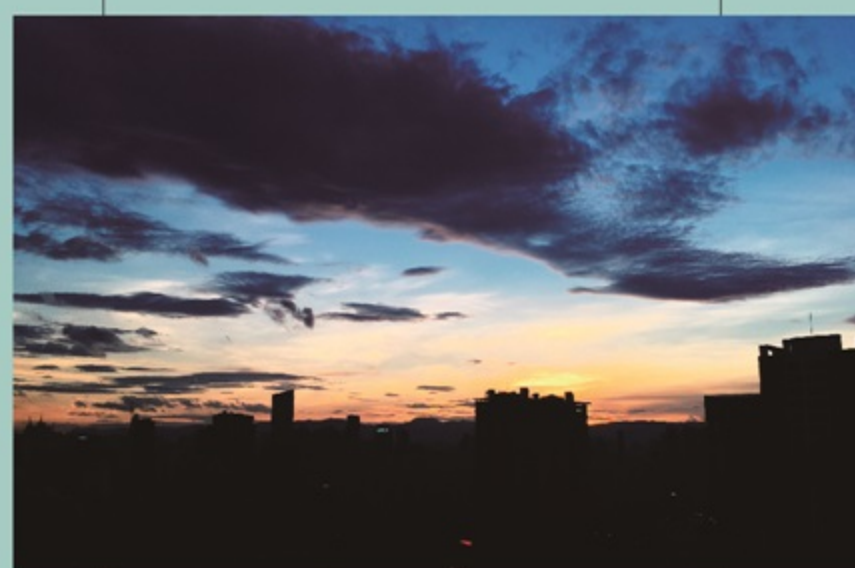


ELEGANT
APPEARANCE
员工
风采 





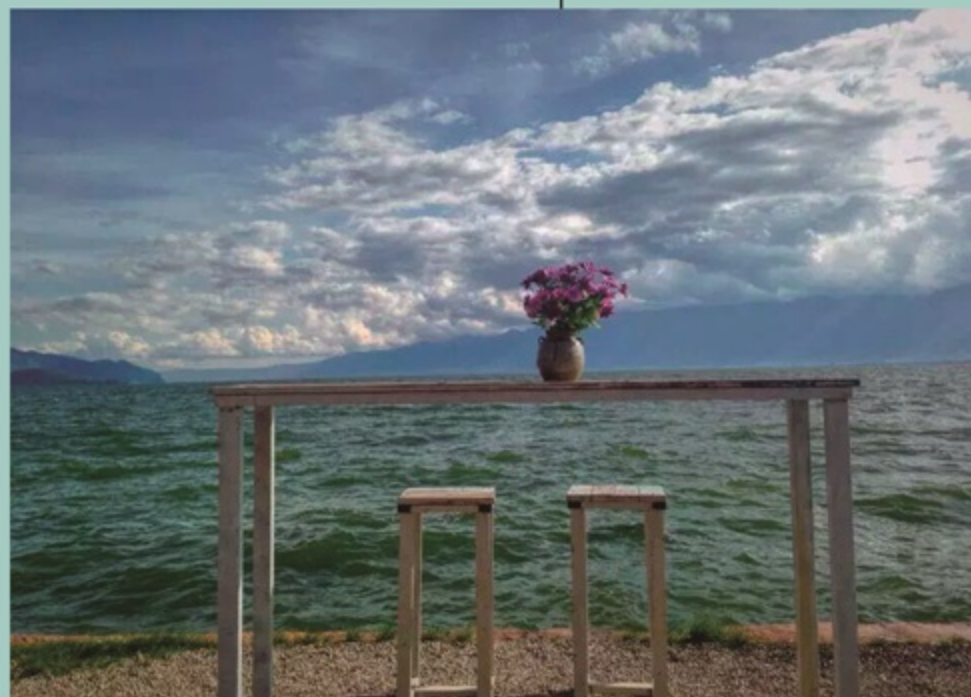
《同一片天空》



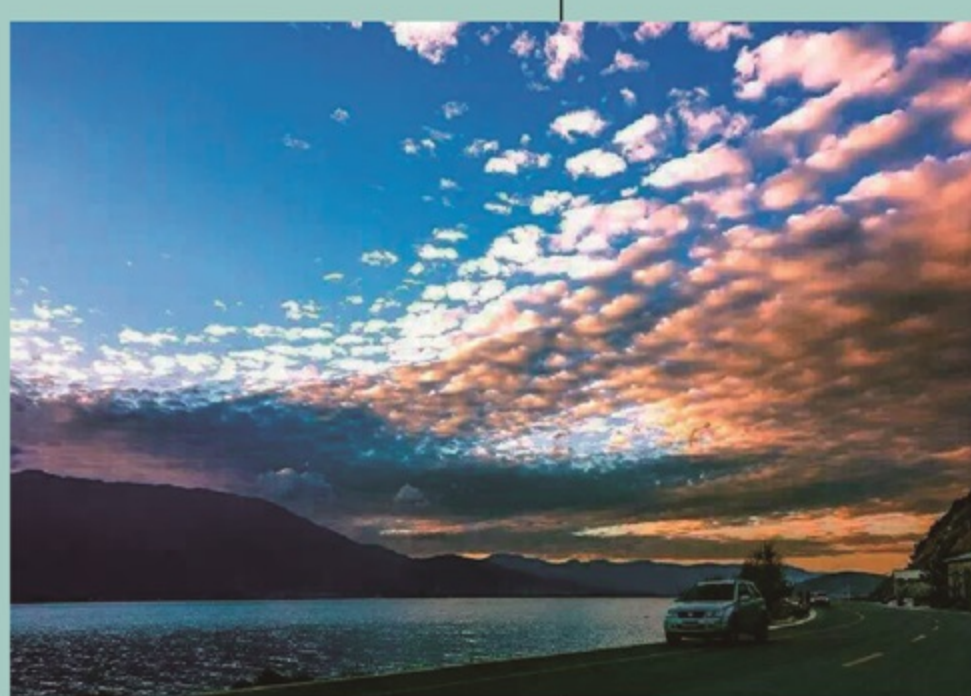
工程管理部 苟华平



《海心》



《天生一对》



《羽化》
成本管理中心 苏晨



总经办 李琦
《美好一天从早餐开始》



《秋日星雅俊园·成都》



总经办 陈思聪



《仙湖日出》

《金晏夕照》



设计管理中心 陈泰丰



设计管理部 徐光伟
《花开此时》



工程管理中心 黄雯雯
《生活不会辜负热爱它的人》



项目销售 吴光远
项目销售 吴光远《虹桥》



审计部 贺正俊
《爽爽的贵阳 美美的俊发城》



工程管理部 王宏兵
《俊发人》



品牌部 郝冬雨
《水天一色》



运营管理部 陈冠霖
《水中仙子并红腮，一点心两处开》



工程管理部 武文丽



《苔痕上阶绿，草色入帘青》



俊发健康
俱乐部



JUNFA
HEALTHY
CLUB

践行公益，挑战昆明十峰 俊发户外正青春!!!



“无限风光在险峰”！嗅着清新的空气，和着泥土的清香，顶着绵绵细雨，背上登山行囊，征服昆明十峰之一老爷山，9月10日，俊发户外俱乐部公益探险之旅正式开启啦！

老爷山，原名乌纳山，是昆明十峰中第七高，海拔2730米，位于阳宗海汤池镇北部。每年农历六月十三，周边的村落会组织庙会，村民们纷纷上山宰羊，烤鸭子，供奉神灵，祈求来年风调雨顺，五谷丰登。然而，庙会过后，成堆的垃圾，使得原本秀丽的山景，变得垃圾遍野，这也让老爷山成为昆明十峰中污染最严重的一座山峰。

因此，本次俊发俱乐部携手远山国际探险组织，共同发起公益探险登山之旅，希望将环保公益与运动相结合，感受“人与自然”和谐共处的洗礼。58名登山环保卫士积极参与其中，经过16公里的徒步攀登，拾获垃圾28袋，捡尽老爷山的遗留垃圾，彻底还山林以清朗秀丽。

活动当天，虽然小雨淅沥，但依旧没有影响大家



对本次公益登山的热情。户外俱乐部给大家发放登山T恤、头巾、手套，同时并带领大家做登山前的预热准备活动。

一路上，泥水顺着山路缓缓流淌，夹杂在泥缝中的塑料垃圾也更多的暴露在大家眼前，大家以小组为单位，分发垃圾袋，将各种不同垃圾装袋，集中处理。

公益登山之路，必有重重阻碍，但凝心聚力，必能扫清垃圾，成功登顶。虽然下雨路滑，但有了同伴的相互搀扶，畏惧的双腿终于敢迈出那勇敢的一步；山路崎岖，但伙伴们前拉后护的相助，踉跄的面庞终于舒展笑颜。每一次的用力托举，每一声的暖心慰问，团队的力量足以让巍峨的山峰毅然踏于脚下。

站在山顶，感受登顶之后的酣畅淋漓，欣赏秀美壮阔的山林景色，每一位登山者洋溢着征服山峰的喜悦。同时，还获得成功攀登昆明十峰的公益证书，更让大家欣喜不已。

户外运动，是与大自然的一种亲密接触，同时也是“人与人”之间一种团结互助，锐意进取的精神体现。俊发集团一直以来，积极担起企业公民的社会责任，积极投身社会公益，同时成立七个俱乐部，将“运动”、“健康”的意识传递给21万业主，让每一个人都能够在运动中收获快乐、健康的体验。

为健康，一起行动 俊发业主羽毛球赛落下帷幕

为了传递“运动、健康”理念，打造“健康社区”，俊发集团一方面正在筹备为新、老小区升级运动健康设施，另一方面，通过组建员工健康俱乐部，借此带动更多业主参与进来，迎接更加健康、快乐的生活。

自俊发七大员工俱乐部成立以来，长跑、羽毛球、游泳、户外、篮球、足球等俱乐部，陆续举行活动，不仅使员工自身收获了健康的体魄，快乐的心情，更有业主积极主动参与其中。有业主在俊发地产官微后台留言，希望与俊发一起运动。

8月27日，为期两天的“活力盛唐，谁与争锋”的羽毛球赛，在昆明市457运动公园拉开帷幕。参加本次角逐的有百余位盛唐城业主，及3位俊发健康俱乐部会员。

比赛秉承着“相互理解、友谊、团结和公平竞争”的原则，特别邀请了12位专业裁判。队员们都拿出了看家的本领，发球、扣杀、跳跃、回击，每个动作都牵动着观众的心。

8月28日，经过激烈的角逐，男单、女单及混双三强诞生，并将获得1000元、500元、300元的现金奖励及奖杯。此外，在“羽林人气王”评选中，票数最高的前三名，还将获得500、300、200元的购物卡。

运动，体现自由、竞争、拼搏、开拓、进取、尊重的精神。俊发不仅希望将“健康”意识传递给21万业主，更希望传播运动的真正内涵，让每一个人都能在运动中，收获快乐、健康的体验。

从参加“中国房地产行业绿色供应链行动”打造绿色健康产品；到社区运动设施配置的优化升级；再到传递“运动、健康”理念，成立健康俱乐部，举办一系列健康活动，打造“健康社区”；再到俊发物业筹备开展“无公害净菜”配送服务……俊发正用实际行动，传播健康生活态度，践行健康理念。

希望，未来有更多的业主或合作伙伴，与俊发一起参与运动，让健康成为一种共识，运动成为一种习惯。





西山户外游

途中几位小伙伴几次摔倒、崴脚,即使身体不适,尽管有种种困难,但我们依然“坚持不懈——超越自我——坚持前行”,经过一个多小时泥泞坎坷的攀登,终于登至目的地,完美收官!

随后“大自然风情庭院烧烤”听着烧烤棚外滴滴答答的雨声,也许运动的美就在于运动消耗脂肪后,吃再多美食也不怕长胖,棚外天气时而放晴,时而阴雨连绵。刚下过雨的草丛中身上还披着雨露,搭配俱乐部的帽子还挺有情调,有点小浪漫,别有一番风味……

——陈玲丹



登滇池西山抚龙门



虽无“落霞与孤鹜齐飞”的唯美诗意,但这烟波浩渺般的“秋水共长天一色”着实令人痴醉。当我站在壁立千仞处的孤崖上倚栏远眺时,君不见,容乃大,腹中天地宽!

当时钟滴答到九点整,我们从“龙门村”顺着栈道,蜿蜒而上。龙少一马当先,扛着俱乐部大旗,开山斩水,翻槛跃石。登高处处现梯,朝露蓝茵自绕篱;唯有楼中好山色,稻畦残水入滇池。历经两个小时,整个登山活动完美落幕,十二点的风情烧烤活动如约而至。大半个C区都是我们俊发小伙伴忙碌的身影和欢声笑语。

——汤国林



小小羽毛球, 带动健康新生活

又是一个周末的午后,只听从“457 运动公园”传来一片俊发员工运动中的欢声笑语。

这是俊发羽毛球爱好者的新聚点,自从公司组织成立运动俱乐部以来,各大俱乐部的活动都如火如荼地开展。羽毛球俱乐部作为公司参与人数最多,正式会员破百的超人气队伍更是不甘落后,从场地选择到活动开展都尽量照顾到大多数员工在交通上的便利。

羽毛球俱乐部秉承“快乐生活,健康运动”的宗旨,着力让更多的俊发员工参与到运动中来。

“每次打完球都好累,但是超爽!”

“周末终于找到了一个运动的好去处!”

“来羽毛球俱乐部交到了好多爱运动的好朋友!”

这都是俊发员工参与到羽毛球运动后的真实感触。这样一个全员运动的场地虽不大,却是大家挥洒汗水、释放热情、凝聚友情的大平台,愿更多俊发人参与到羽毛球运动中,用健康的身心迎接每一天的工作与生活。

——姜美艺



游泳, 和自己的一场对话

每天清晨,当阳光照进了俊发中心,清澈平静的水面预示着新一天的开始,

公司特意安排,将俊发中心五楼会所的游泳场地向俱乐部成员开放,在感受到领导的重视、关心的同时,也体会到了运动对于俊发人的重要意义。不论是刚入职的学生兵,还是已经在职场奋斗了半生的老司机,每个人对于游泳的热爱和渴望都是一样的,在这样的氛围下,每次活动都充满了快乐与和谐,与年龄职位无关,只有对游泳的激情热血。

运动,贵在坚持。我们拥有一万个理由让自己停滞不前,但是总会有一个理由让你放下懒惰、勇往直前。也正是因为这样,游泳俱乐部从开始到现在,所开展的活动一直受到了成员的热捧。相比起其他运动而言,游泳总带着一份不同的意味。从母体开始,水就伴随着每个生命,在人和水相互交融的同时,除了运动带来的快乐,我想,更是人们回归本源的一种渴望。

——包梦婷



晨光下矫健的身影

俊发足球俱乐部成立一个月以来,每月各两次的内部对抗和对外比赛形成常态化,队员们积极参与到俱乐部的活动当中,释放了平日里工作的压力,运动也逐渐成为打发周末时光的一种新选择。

九月十一日,为促进集团和战略合作单位之间的交流沟通,球队在俊发城中学运动场与昆明新正东阳建筑设计公司足球队举行了一场友谊赛。比赛在深秋的早晨打响,一开始双方就进入到快节奏的攻防转换中,



进攻队员与防守队员互不相让。凭借配合上的优势,我方八号前锋董晖在大禁区外围一脚远射,皮球直挂死角,我方拔得头筹。眼见比分落后,对方加强了进攻节奏,并连获两粒进球,将比分反超。中场休息过后双方易边再战,我方队长谢林锦一上场就带球杀入对方禁区,盘过对方数名防守球员,打入一粒漂亮的单刀球,将比分扳为二比二平。此后比赛进入白热化阶段,双方拼抢激烈,体力急速下降,虽各有多次进攻机会,最终仍未能转化为进球。临近最后终场,我方两名主力后卫带球大举进攻,力压对方多名后卫,连续斩获两粒进球。终场哨响,我方以4:2的比分小胜对手。

——陈泰丰



中秋·月圆跑

2016年9月13日,中华民族传统节日——中秋节前夕,对于昆明这座春城而言秋意渐浓。俊发长跑俱乐部在云南师范大学附属俊发城中学的田径场,举行了“中秋·月圆跑”5公里赛跑,比赛分男子组和女子组进行。俱乐部的会员们积极响应此次活动,纷纷报名参加。

为了回馈会员们对俱乐部的支持,长跑俱乐部为大家准备了中秋月饼作为节日的礼物,除此之外,每组前三名分别获得了“冠军”“亚军”“季军”奖牌,其余选手也均获得了完赛纪念奖牌。

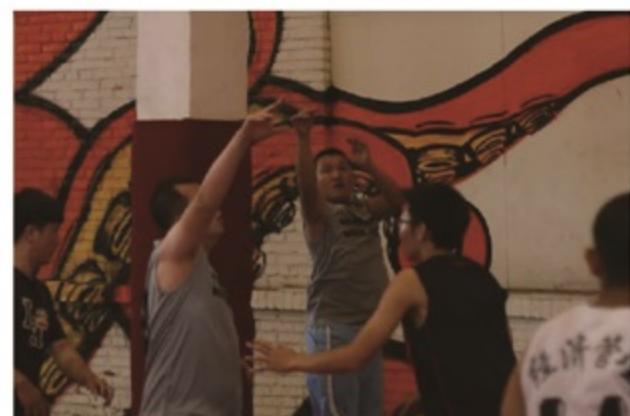
——徐源



俊发集团 VS 广联达篮球友谊赛

为丰富广大员工的文体娱乐生活，充分发挥员工们的团队协作精神，增强员工之间的团队凝聚力和自豪感。俊发集团篮球俱乐部于8月27日下午，由俊发集团篮球队与广联达篮球队进行了一场篮球友谊赛。公司广大篮球爱好者积极响应，积极报名参加比赛；场外拉拉队更是热情高涨，欢呼声、呐喊声让篮球比赛气氛不断升温。全体运动员、裁判员、工作人员及现场观众表现积极，裁判员公正无私，俊发集团全体运动员真正发挥了友谊第一、比赛第二的精神，赛出了风格、赛出了水平。

经过四节比赛的激烈较量，最终俊发集团篮球队以较大比分的优势战胜了广联达篮球队。在大家期盼的目光和友谊的呐喊声鼓励下，场上的运动员挥洒汗水，展现自我，充分展现俊发永争第一的团队精神。



不积极参加体育锻炼的员工
——不是好员工！
——教练

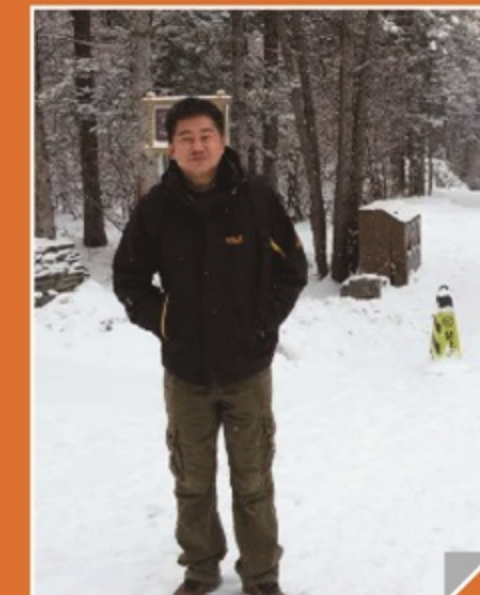
此次篮球比赛不仅丰富了员工们的业余文体生活，更燃起了广大员工加强体育锻炼，强身健体的激情，以更好的状态投入工作。体现了我公司一直提倡的注重培养员工综合素质的企业精神，增进了员工间、合作伙伴间的友谊，培养了团结协作的精神。比赛达到了预期效果，同时凭借篮球的独特魅力也向我们展示了俊发集团员工们朝气蓬勃的青春气息。

今后，俊发集团篮球俱乐部将继续本着丰富员工们的文体生活为目的，从促进员工身心健康角度出发，更多更好地举办丰富多彩的文体活动，充盈我公司企业文化建设，加强俊发集团员工团队凝聚力。



龙燕清

户外俱乐部
获奖理由：
大力支持俱乐部活动，为建设户外俱乐部做出了卓越贡献！



薛伟

足球俱乐部
获奖理由：
积极参加俱乐部活动，赛场上体现了完美的拼搏精神和竞技精神，是球队的后防核心。



张天圆

篮球俱乐部
获奖理由：
1、狂热的篮球爱好者；2、每场比赛都积极参与；3、为俊发篮球队带来了许多新鲜血液。

俱乐部之星 CLUB STAR



洪巧丹

羽毛球俱乐部
获奖理由：
积极参赛，勇于挑战自我，热情活力！



石奇川

长跑俱乐部
获奖理由：
积极参加每一次俱乐部训练、比赛，热爱跑步。



刘锐

游泳俱乐部
获奖理由：
热爱运动，在球类、田径、游泳方面都有涉足，擅长长距离耐力游泳，积极报名参加游泳俱乐部每次活动，平时自身也积极锻炼身体，强健体魄，给俱乐部会员树立积极向上的榜样。

1号

包孟婷 酒店
鲍秀楠 设计管理中心
李莹 营销管理中心

国庆节

2号

宋建磊 工程管理中心

3号

李佳渝 核算管理中心
晋方波 核算管理中心
方奎 工程管理中心

4号

潘乐伟 工程管理中心

5号

刘科宏 工程管理中心
巴瑀 工程管理中心
赵映 营销管理中心

6号

陈超 战投管理中心
张英 设计管理中心
刘云凯 审计部

7号

李寿林 设计管理中心
陈璇 工程管理中心
王学超 营销管理中心
王瑶 营销管理中心

8号

赵春松 财务运营管理中心

寒露

9号

齐博恒 战投管理中心
谢林锦 战投管理中心
刘曼 工程管理中心
蔡勇 工程管理中心
洪丽 核算管理中心
杨明睿 成本管理中心

重阳节

10号

何亮 核算管理中心
朱英杰 营销管理中心
洪巧丹 设计管理中心
王燕 核算管理中心
赵媛 营销管理中心
赵剑坤 高管

11号

黄斯 成本管理中心
陈柳燕 营销管理中心
方鹏 营销管理中心
吴朋 工程管理中心

12号

龚桂芳 营销管理中心
王莎莎 营销管理中心
陈洁 工程管理中心
谢焕平 工程管理中心

13号

王大鹏 营销管理中心

14号

张雪松 设计管理中心

15号

邓义丁 核算管理中心
陈泽梦 工程管理中心
杨晓红 营销管理中心
马谷苍 营销管理中心

16号

付荣 财务运营管理中心
胡家潮 营销管理中心
黄德琼 核算管理中心
周明鹏 工程管理中心
郭峰辰 高管

17号

方彦厚 营销管理中心
李蓉 营销管理中心
王茜倩 酒店
肖倩 总经办
穆海峰 设计管理中心

18号

19号

董丽媛 财务运营管理中心
栗琴 核算管理中心

20号

杨家顺 工程管理中心
王伟 工程管理中心
王玮华 酒店
王建勋 工程管理中心

21号

李周顺 工程管理中心

22号

胥文浩 核算管理中心

23号

周祥 客服中心
徐斌 工程管理中心
李本林 工程管理中心

霜降

24号

黄碧清 工程管理中心
张旺 工程管理中心
冯波 工程管理中心
方福志 项目管理
陈宏 工程管理中心
张七清 工程管理中心
王柳 营销管理中心
许鹏娟 投融资管理中心

25号

祁应春 工程管理中心
耿蓉 核算管理中心

26号

李锦艺 核算管理中心
李斯琪 营销管理中心
印超 工程管理中心

27号

蒋江红 工程管理中心
王寿春 设计管理中心

28号

彭建梅 项目管理
张天黎 营销管理中心
刘李琳 成本管理中心
杨忠艳 营销管理中心
马俊 营销管理中心

29号

自佳波 工程管理中心

30号

雷潇 人力资源中心
林琳 人力资源中心
赵怡 营销管理中心

31号



HAPPY BIRTHDAY

拾

OCT
HAPPY BIRTHDAY