

感恩18^载

俊发再出发

十八岁，是一个人激情与奋进的开始。2016年，是俊发的十八岁，也是一个全新的开始。回顾成长的匆匆脚步，一定有那么几件事情是值得记录与书写的，将与你成长有关的深刻记忆写成文字发给我们吧！

Thank You!

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11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



俊发集团2016秋季专场招聘会启动

中国十大城市豪宅 俊发·逸天峰隆重面世

沙漠情缘，十年之约俊发公益之路任重道远！

俊发圆桌：一场由董明珠演讲引发的思考

从法务的角度谈谈《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》



PREFACE | 卷首语

争当俊发战将，看谁横扫八方

常言道，不想当将军的士兵不是好士兵。何谓战将？统领千军、一马当先、冲锋陷阵者为战将；独当一面、用我必胜、封狼居胥者为战将；对敌人狠、对自己更狠、坚韧不拔者为战将！敢于表率，勇担责任，严于律己，一身正气，是为战将精神。竞争加剧的当下产业环境里，正在变革和转身的俊发，尤其需要这种战将精神。

想当初，翠湖俊园时代，俊发领导人必躬亲、以身作则，团队上下一心的执行力和凝聚力堪称无懈可击，全员都为了同一个目标而奋战在第一条线，那股全力以赴的冲劲和干劲，至今仍令人动容和鼓舞。在那段激情燃烧的岁月，每个俊发人都是

冲锋一线的战将。正是俊发人的凝聚力、执行力才使俊发集团走到了今天。

时至今日，新时期的战将精神不只是骨子里澎湃涌动的精气神，更是需要去秉持恪守的信念。首先要对自己狠，不给自己设限，不断地自我提升；其次管理要狠，团队才稳，要对企业负责，与企业荣辱与共；其三不应拿权力为自己谋福，要创造公正的竞争环境，以一身正气赢得尊重。我们要相信：一个人一生中最大的价值不在于你多么富有，而是回首的时候能做到问心无愧。时代呼唤战将精神，俊发需要一个个战将挺身而出，在百舸争流的行业舞台上长刀所向、横扫八方！

《俊发VOICE》编辑部

CONTENTS

目录

RESTRICTED PUBLICATION 2016年 总第118期

NEWS POLICY 04

新闻政策

JUNFA NEWS 06

俊发广播站

俊发集团2016秋季专场招聘会启动

中国十大城市豪宅
俊发·逸天峰隆重面世

昆明规划局局长一行
莅临俊发城考察“龙泉古镇”

沙漠情缘，十年之约
俊发公益之路任重道远！

俊发·滨海俊园“一呆公寓”试营业

俊发·九夏云水如期交房，恭迎业主回家

薪火传文明，奠基大未来



REPORT 16

深度报道

十二载凝心聚力 砥砺前行

聚焦项目价值 直击客户需求

PLANNING 22

特别策划

格力集团董事长董明珠的真面目
她到底有多狠

俊发圆桌
一场由董明珠演讲引发的思考

RESEARCH 30

专研

从法务的角度谈谈
《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》

我国住宅产业化发展面临的问题及对策研究

NEW POWER 38

俊发新动力

我们心中的家

Loft公寓 给你一个双倍的家

一室之不治，何以天下家国为？

ELEGANT APPEARANCE 44

员工风采

置业顾问是购房者的资产配置专家

Forever Young 永远青春



JUNFA HEALTH CLUB 52

俊发健康俱乐部

俱乐部之星



主办：俊发地产有限责任公司

顾问：许斌

主编：王宁

责任编辑：郝冬雨 董嫣红 胡艳芳 谭雅文

视觉创意：Birthidea 博思堂®

设计：李举 代强 黄珂

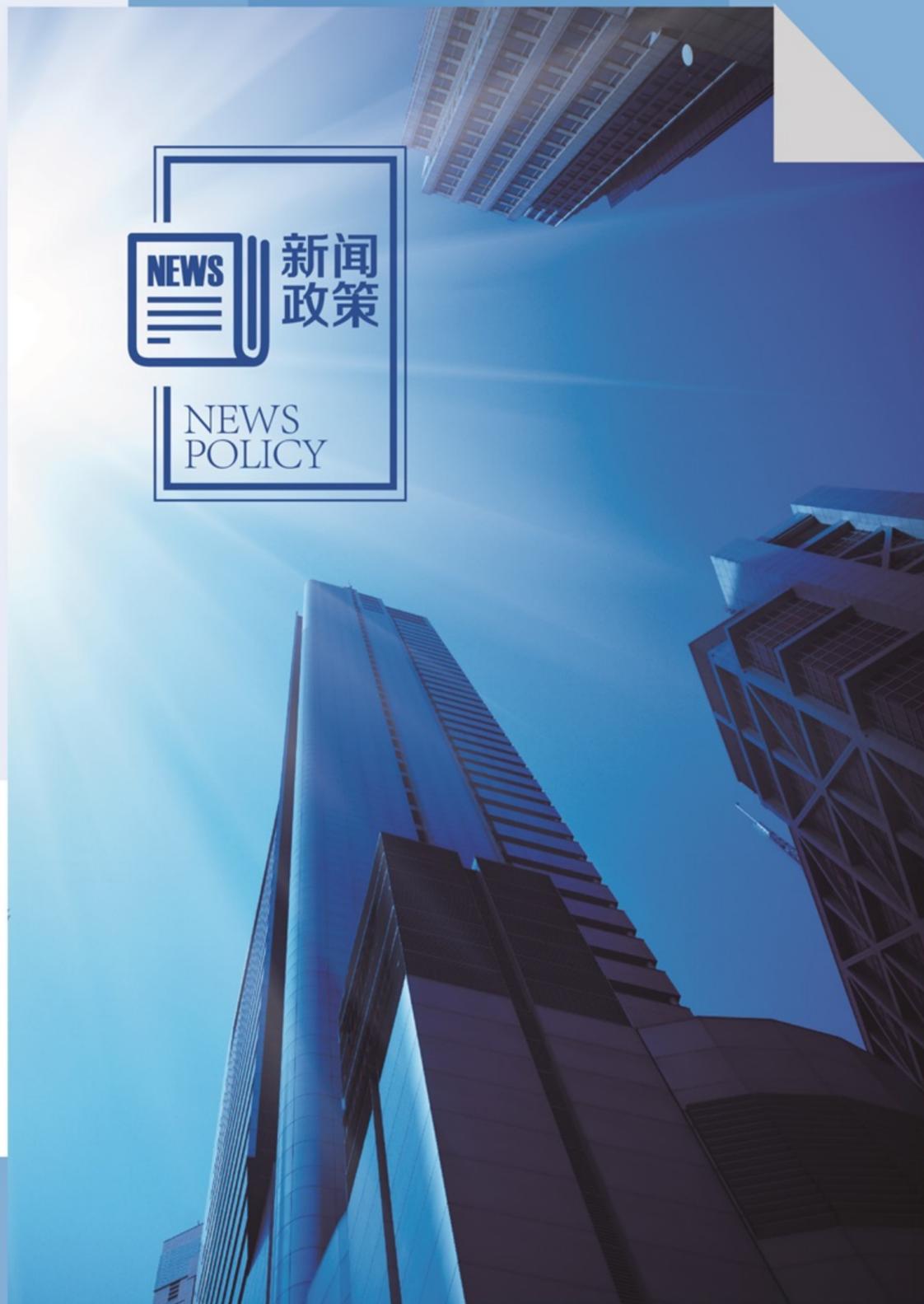
出版：俊发地产有限责任公司

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>



新闻政策

【市场部】

NEWS POLICY / 新闻政策



【9月成交量价齐升超预期 紧缩调控持续蔓延】

9月份,大部分热点城市成交环比上行,房价依旧节节攀升,土地市场仍是地王频出,并有更多的次热点城市成交创下年内新高。在此背景下,郑州、杭州、济南等市发布了调控新政,南京、苏州等市进一步升级了限购范围。

【热点城市房价快速上涨 专家建议推进“特大镇改市”】

近来,我国部分城市房价较快上涨,这一现象引发公众关注。在最近举行的“中国宏观经济论坛”上,业内专家表示,一二线城市房价上涨原因之一在于城市化失衡。有序推进“特大镇改市”,吸引要素从大城市回流,将是促进房价回归理性的重要举措。

【住建部暂不会出台房价调控政策 国务院更不会出】

记者向住建部咨询其是否将出台新的调控政策,住建部多个部门包括房地产司和住房保障司均三缄其口。“现在不是出不出新政策的问题,现在的任务是如何将现有的政策执行到位。”住建部内部一位官员对《华夏时报》记者表示。

【国土部:土地供应可满足1亿人口进城落户用地需求】

国土资源部规划司副司长周建春表示,2015-2020年全国新增建设用地总规模约3900万亩,其中包含了进城落户1亿人口各类用地需求,初步估算为1200万亩。从现行规划看,土地供应方面可以满足进城落户人口发展用地需求。

【国务院:大中城市不得采取购买房屋方式设置落户限制】

10月11日,国务院办公厅发布关于印发推动1亿非户籍人口在城市落户方案的通知。方案提出“十三五”期间,城乡区域间户籍迁移壁垒加速破除,配套政策体系进一步健全,户籍人口城镇化率年均提高1个百分点以上,年均转户1300万人以上。到2020年,全国户籍人口城镇化率提高到45%,各地区户籍人口城镇化率与常住人口城镇化率差距比2013年缩小2个百分点以上的目标。

【国土资源部:全国将停止别墅类用地的土地供应】

近日,国土资源部召开新闻发布会,表示将进一步从严土地管理。全国各地将停止审批别墅类供地和办理相关用地手续,对联排别墅、低密度花园等类别墅项目的审批也将进一步控制。同时,全国要严格限制低密度、大套型高档住房的土地供应,从而进一步调控住房供应结构。

俊发集团2016秋季专场招聘会启动



10月22日、23日，俊发集团2016秋季专场招聘会将在俊发中心14楼举行。本次招聘围绕地产、建筑、物业三个板块进行，涉及运营、设计、工程、财务、行政等56个岗位类型，提供从技术人员到高层管理人员约150个的就业机会。

经过两天的集中招聘，共有2600余人投递简历，893人通过筛选进入面试环节。经过严格的审核，294人通过初试，通过率为33%，138人通过复试，通过率为47%，最终，这138名优秀人才将参加笔试。

俊发2017届校园招聘，已于10月30日启动，本次校招将在北京、上海、武汉、长沙、广州、成都、昆明7个重点城市进行招聘选拔，战略性培养职业化、专业化、年轻化、充分融入俊发文化的储备型管理人才。



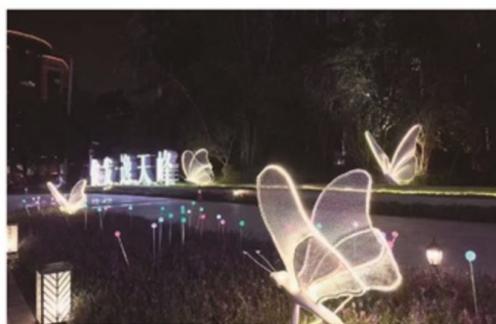
JUNFA
NEWS
俊发广播站



扫描二维码观看视频
“求职者眼中的俊发”



中国十大城市豪宅 俊发·逸天峰隆重面世



10月15日，“中国十大城市豪宅”——俊发·逸天峰售楼部隆重开放，吸引了百余位各界精英人士到场，共同见证它的诞生。

项目位于昆明市白塔路与白龙路交汇处，是昆明市一环内高端房地产综合性项目，项目周边汇聚了商业、商务、居住、购物、餐饮、休闲、娱乐等多种业态。项目总建筑面积42万平方米，总投资49亿元，目前已投资17亿元。

仪式上，俊发集团营销总经理黄浩在致辞中强调，项目团队经过历时五年的探索与开发，足迹遍及纽约、香港、上海、深圳、北京等地，认真研究纽约ONE57、伦敦海德公园一号等20余个稀缺精品豪宅，才使承载了众多期许的逸天峰最终隆重面世。



俊发集团营销管理中心总经理黄浩致辞

项目总经理刘航向来宾讲述了项目背后的故事。该地块原是昆明纺织厂旧址，2005宣布破产，

俊发于2006年正式进驻，投资13亿，建设回迁房，已安置职工7000余名。成立俊兴门窗、俊兴塑胶等公司，充分解决职工的再就业问题，不仅维护了社会的稳定，更改善了职工的生活。他表示，这个项目从公司介入到现在，已经有十年之久，十年磨一剑，整个俊发集团及团队，都为此付出了艰辛的努力。从项目规划设计源头反复推敲，反复比对，充分研究客户需求，重塑昆明豪宅新标准。



逸天峰项目总经理刘航致辞

项目以103-450㎡城市大平层为核心亮点，坐享昆明一环绝版地块，其大开间、大尺度的超大空间享受，开启了城市生活与景观资源兼顾的一扇大门。地下室的入户大堂和会所式的地上入户大堂，双大堂设计给人奢华的居住体验。引入梁志天设计团队，让室内每一个细节，都尽量符合人体工程学。打造社区智能、家居智能，将科技带给生活。提出“私享豪宅主题区”的景观概念，以高绿量的组团空间，打造院落生活的品质感……



项目自身带有1.9万方商业配套、6万方国际顶尖商务办公配套。同时，周边环绕七彩Me Town购物中心、北京路金格、汇都金格等高端顶级购物中心；昆明市第一幼儿园、北京路小学、昆十中等十余所学校从幼儿教育到高等教育一应俱全；延安医院、红会医院、市第一人民医院等医疗配套完善；另外，交通银行、农业银行、中国进出口银行等金融机构云南总部均坐落于此，给业主财富增值带来便利。



专业销售团队为客户介绍项目

昆明规划局局长一行 莅临俊发城考察“龙泉古镇”

10月13日，昆明市规划局局长李亮，盘龙区副区长段超一行莅临俊发城，在俊发集团运营副总裁叶文武等相关人员的陪同下，对俊发代修缮的登记文物“晋氏宅院”进行了考察。



李亮局长（左）与段超副区长（右）

实地考察晋氏宅院后，李亮局长对修缮工作提出了建议，并表示晋氏宅院等文物，是昆明抗战文化的一个重要板块，体现着一大批爱国学者的精神风貌。同时，俊发对晋氏宅院等文物进行代修缮，也是其在文化地产方面做出的努力。

作为具有独特内涵的历史文化村镇，龙泉宝云片区有着梁思成、林徽因故居，闻一多、朱自清故居，晋氏宅院等大量名人故居和“一颗印”式昆明传统民居，它不仅是昆明保存最为完整的古镇，其规模和文化内涵在全国都很少见。

目前正在修缮的晋氏宅院，既是盘龙区第一个代修缮的文物，也是俊发进行文物修缮的首次尝试。因此，俊发多次邀请文物管理部门及相关专家，对修缮过程中的文物安全问题进行咨询，对修缮的每一个细节进行研讨，尽可能以原有的工艺和材质，保护文物的原有构建，

重现昆明一颗印特色建筑的历史风格，并以此为样板，带动整个片区的文物修缮工作。



反复讨论、现场勘查，确认修缮方案

以城市更新综合服务商为愿景的俊发，生根于昆明，成长于昆明，致力于昆明的建设，其企业文化早已与昆明血脉相融。在进行城中村改造，推动城市发展的过程中，俊发始终不忘传承历史的重任，将企业发展与城市脉络紧密结合，在保护的基础上进行开发。而龙泉宝云片区保留完好的文物旧址和深厚的历史底蕴，无疑为俊发城“龙泉古镇”的构想奠定了基础，也为俊发集团打造中国真正的文化城市梦提供了现实依托。

晋氏宅院的修缮，只是俊发传承、保护昆明记忆的一个开始，俊发还将陆续推进闻一多、朱自清故居修缮，闻一多纪念馆建设等工作，以积极保护、整体创造的思想激活历史地段，打造中国第一个活的、有灵魂、有心跳的古镇，并向昆明市民提供未来美好的生活模式。



闻一多、朱自清故居

沙漠情缘，十年之约 俊发公益之路任重道远



10月11日，由阿拉善SEE生态协会主办的第一届“阿拉善论坛暨内蒙古生态修复与产业化发展论坛”在内蒙古自治区阿拉善左旗召开。来自各级政府、科研机构、阿拉善SEE生态协会企业家会员及荒漠化防治领域专家等近300人参加了此次论坛。



俊发集团董事长李俊先生成为阿拉善终身会员

凭借连续十年坚守对阿拉善沙漠治理所作出的贡献，俊发集团董事长李俊先生成为阿拉善终身会员。其名字也与其他60余位阿拉善终身会员一起，永远铭刻在阿拉善自然历史博物馆中。

开幕致辞时，阿拉善盟盟长冯玉臻在致辞中讲到，“阿拉善SEE生态协会以‘凝聚企业家精神，留住碧水蓝天’为使命，高度关注阿拉善地区的生态环境，致力于植被恢复、防沙、治沙以及地下水保护，建立了1.5万亩公益治沙基地和节水农业示范基地，启动了‘一亿棵梭梭’种植项目，推广了沙漠节水小米等节水作物的种植，为改善地区生态环境和调整农业种植结构做出了积极贡献”。

本次论坛，通过精彩的演讲和主题对话的形

式，围绕荒漠化的认识、荒漠化防治的有效措施、荒漠化与产业化进行了有效的沟通和讨论，旨在推动环保企业、科研机构与环保项目的有效对接，提升环保项目的科学性和高效性，实现经济效益与生态效益的有机结合，推动阿拉善盟生态和经济建设的可持续发展。

阿拉善SEE生态协会钱晓华会长在致辞中说，“12年来，SEE一直坚持探索和尝试各种荒漠化防治办法，由最初的沼气池、奶牛小区等项目的模式探索阶段，到飞播、植被恢复和保护区探索等项目的战略调整阶段，再到开展一亿棵梭梭和沙漠节水小米可持续项目的规模化发展阶段，一步一步坚持不懈的走到了今天，积累下宝贵的治沙经验”。

为了将荒漠化防治问题引向新的高度，会上发起共同行动倡议：关注荒漠化地区植被覆盖和可持续发展问题，坚持完善以梭梭为主体，多种本地沙生植物相结合的“阿拉善荒漠化防治模式”，以企业为先导，社区为核心，农户为基础，社会组织为枢纽，打通“企业、社区、农户、社会组织”四方合作，探索以可持续发展为目标，社区综合发展为中心的产业化模式，实现荒漠化防治与社区综合发展相结合。



荒漠化防治共同行动倡议书

阿拉善SEE生态协会成立于2004年，是由中国近百名知名企业家出资成立的公益性环境保护机构，致力于保护中国的生态环境，减缓或遏制沙尘暴的发生，促进人与人、人与社会、自然的和谐。俊发集团自2006年成为阿拉善会员，积极担起企业

公民的社会责任，已连续十年，累计捐助100万元支持阿拉善开展生态化研究与治理。

12年来，阿拉善SEE在阿拉善地区已引导牧民种植以梭梭为主体的荒漠植物44万亩，科学指导牧民接种肉苁蓉和锁阳，建立起植被保护的可持续发展与牧民经济增收的双赢模式；同时，沙漠节水项目的推广，不仅节约了地下水资源，促进了当地种植结构的调整，帮助当地农牧民增收，同时也提高了当地农民专业合作社的发展能力。截至2016年，参与沙漠节水小米项目的合作社共计15家，参与农户达200余户，累计种植面积近万亩，节水500万立方米，亩均增收500元。



10月12日，阿拉善SEE自然历史博物馆，在内蒙古阿拉善腾格里沙漠月亮湖畔正式开馆，它是中国第一个由企业家发起，以生态和环境教育为主



阿拉善SEE自然历史博物馆

题，记载着阿拉善SEE12年公益历史的博物馆。

一直以来，俊发集团积极践行企业公民的责任，致力于公益事业的发展，累计公益投入3.25亿元。在环境保护方面，连续十年捐赠100万元投入阿拉善沙漠治理、濒危地区环境保护；累积投入200万元用于昆明滇池污染治理防护研究；参与保护滇池红嘴鸥；在昆明滇池畔建设3000余亩西亮塘、海东湾湿地公园，净化滇池水体机制；连续7年举办“地球一小时”环境保护活动，每年组织业主、市民参与熄灯环保活动……除此之外，俊发在教育扶贫、敬老爱老、灾难援助、城市建设等方面均做了一系列的公益贡献，传递爱心与力量，俊发集团一直在公益之路摸索前行。

在生态环境日益恶化的今天，我们面对经济与生态的双重压力，必须正视环境问题，动员社会各方面的力量，做好环境的保护与防治工作。这也是俊发坚持十八年投入公益事业的决心。未来，俊发也将继续关注并投身更多的公益事业，同时，也带动影响身边更多的人加入其中，践行责任与担当，为促进和谐社会建设贡献力量。



海东湾环湖湿地公园



2016地球一小时“我和湿地有个约会”公益活动

俊发·滨海俊园“一呆公寓”试营业

穿梭于苍山的清秋里，徜徉于洱海的碧波中，踏过青石板小路，在这座时光流转的小城，总有一盏灯，为你而亮；总有一个家，为你守候。



俊发·滨海俊园外景

10月1日，俊发·滨海俊园五栋一呆公寓约60间房试营业，除了几乎天天满房的运营佳绩外，这方临山靠海的乐土，也为出行在外的旅客提供了一份惬意与温馨。未来，公寓约390间房将陆续投入运营。



俊发·滨海俊园室内景观

此次俊发集团与一呆集团强强联合，全面引入中国度假公寓管理服务。作为投资者，除对公寓享有70年产权外，还可享受5年每年7%的投资回报率，且自购买日起，可提前收入三年租金。此外，公寓业主享有每年20张200元抵用券，可入住任意一家一呆公寓中国酒店。

为确保投资者权益，一呆集团APP系统将开通滨海业主板块，让公寓收益透明化，让投资者及时了解收益情况。另外，对于商务、旅游度假人群，一呆公寓更提供了便捷高效、物超所值的在线租赁平台，以及“高端+家庭+度假”的线下体验。



作为滨海俊园的高端度假投资产品，一呆公寓紧邻洱海，团山公园、洱海公园、奥林匹克休闲广场等，拥有大理最优越的景观资源。同时项目位于滨海路上，大理港旁，交通便利，出行快捷。

俊发·滨海俊园五栋酒店式公寓，与一呆“互联网+”的模式相结合，将使互联网气息融入高端家庭式度假生活中，在保障四星以上房屋品质的同时，提供三星的价格和五星的服务，为俊发的业主、一呆的客户及游客们，营造最温馨、难忘的高端度假体验。



俊发·九夏云水如期交房，恭迎业主回家

9月28日，俊发·九夏云水2号地块1-10栋292套洋房住宅按时交付，工作人员现场办理交房手续，欢迎业主回家。



九夏云水如期交房，恭迎业主回家

近两年来，房地产市场受经济下滑影响，“烂尾楼”事件频发，让许多购房者忧心忡忡、望而却步，但俊发始终踏踏实实、保质保量完成广大客户的嘱托，按期甚至提前交房，让业主尽早回家。



2015年6月27日，贵阳俊发城提前4个月交付

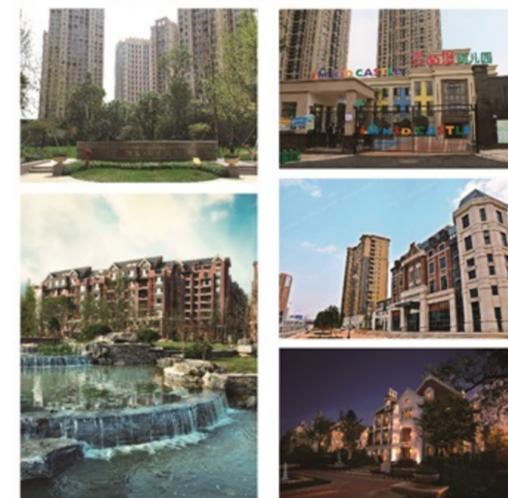
2015年，俊发交付8盘，其中，贵阳俊发城首批公园洋房提前4个月交付，金尚俊园一期7-9栋提前2个月交付。



2015年10月20日，金尚俊园提前2个月交付

2016年，截止至目前，俊发成都星雅俊园、贵阳滨湖俊园苹果公寓、俊发城百合苑、贵阳俊发城、时代俊园、大理滨海俊园、九夏云水等项目交房。

- ① 1月18日 成都星雅俊园3栋、7栋提前70天交房
- ② 2月29日 成都星雅俊园1、2、4、8、9栋如期交房
- ③ 3月14日 昆明市第一幼儿园·湾流海校区正式开学
- ④ 3月28日 贵阳滨湖俊园苹果公寓首批如期交房
- ⑤ 4月30日 俊发城百合苑3、4、5栋如期交付
- ⑥ 5月27日 俊发幼儿园（吉的堡）如期交付
- ⑦ 6月28日 贵阳俊发城锦澜郡组团如期交房
- ⑧ 6月30日 时代俊园A1-A6地块市场住宅197户如期交房
- ⑨ 8月29日 大理滨海俊园一期如期交房
- ⑩ 9月28日 九夏云水292套洋房如期交房
- ⑪ 10月30日 金尚俊园二期1、2、3、4、5栋交房



薪火传文明，奠基大未来



9月23日，云南师范大学附属俊发城实验小学奠基仪式，在俊发城隆重举行，该小学预计于2017年9月开学，并将配有36个班级。

截止目前，云师大附属俊发城小学和俊发城中学（含初高中），已于2015年9月开学，俊发城适龄业主子女全部入学。吉的堡双语幼儿园也于2016年9月开学。本次奠基的小学，是新一批俊发城全系教育资源之一。随着俊发城业主不断增加，新一批教育资源也将应运而生，俊发城业主家庭无后顾之忧。



云师大附属俊发城小学



云师大附属俊发城中学（含初、高中）

吉的堡双语幼儿园

现场，俊发城项目总经理王开锋先生表示，俊发集团与云师大的强强联合，解决了众多家庭孩子的教育问题，未来希望通过全方位合作，推动北部山水新城乃至整个昆明的教育事业。云师大基础教育集

团冯东黎书记谈到，俊发与基教集团将一起为当地的基础教育、为老百姓服务，办人民满意的教育。



俊发城项目经理王开锋

师大基教集团书记冯东黎

“兴来探马策，俊发抱龙泉”，一首唐诗，道出俊发与龙泉片区的“渊源”。而“西南联大”的一段历史，也注定俊发城古今文脉相承。



抗战时期，一大批文人学者前往昆明



名人故居

79年前，为躲避战火硝烟，北大、清华、南开三所高校一路南迁至昆明，成立“国立西南联合大学”，梁思成、林徽因、闻一多、朱自清等一大批英才，也相继汇聚于龙头街。

自此，历史便将中国教育的火种托付给了昆明。而为了躲避轰炸，这批学者，纷纷迁居昆明郊区，也就是“俊发城”的所在地。梁林故居、闻一多朱自清故居、历史语言研究所等旧址依旧保留完好，这也为俊发城“龙泉古镇”的构想奠定基础。



李祖元团队执笔俊发城，两岸三地文化融合

俊发集团有一个梦，这个梦是打算结合两岸三地打造一个中国真正的文化城市。昆明是一个最美丽的城市，所以俊发城并不是卖房子，俊发城项目设计团队（台北101大厦李祖元设计团队）创造一种新的文化态度。第一，要打造中国真正第一座活的古迹，活的古镇；第二，要提供给昆明市民未来最美好的生活模式。中国活的古镇，龙泉古镇，它位于基地的中心，古镇就跟人一样，是有灵魂，有心脏会跳，要把这个古镇做活，让它把人们生命给激活。所谓龙泉古镇就是我们的魂，它代表曾经有过最美的中国梦，这样的名城是两岸三地共同有的脉络。



龙泉古镇效果图

以龙泉古镇为核心建立起来的俊发城，作为昆明历史与现代的交汇之地，依然承续着西南联大时期的教育荣光。在进行物质文化保护的同时，俊发城还将配置11所名校资源，并与西南联大在昆的唯一遗脉——云南师范大学合作，引入15年云师大全系教育，传承联大时期的教育文化，将这条历史赋予的“中华文脉”传承下去。





战将精神

何谓战将？

统领千军一马当先冲锋陷阵者为战将，

独当一面用我必胜封狼居胥者为战将，

对敌人狠对自己更狠坚韧不拔者为战将。

敢于表率，勇担责任，严于律己，一身正气，是
为战将精神。

竞争加剧的当下产业环境里，正在变革和转身的
俊发，尤其需要这种战将精神。

本次“深度报道”专题，特别采访了两位奋战在
一线的俊发人，从不同的角度，为您阐述他们的
“战将精神”。

十二载凝心聚力 砥砺前行

——专访俊发集团销管部经理 王霞

品牌部 董嫣红

在和俊发集团一起走过的十二年时间里，销管部经理王霞待过很多岗位，做过很多工作，但始终奋战在销售的第一线。作为俊发集团的老员工，她一步步成长的同时也见证了俊发集团势如破竹般拓展商业版图的丰功伟业。在采访中，王霞字里行间反复强调的执行力、坚韧不拔等关键词都透露出在十二年的工作中历练而出的俊发精神。



时光回溯，不忘初心

十二年前，王霞来到俊发集团，成为了一名销控师。“我入职的时候正值俊发集团重新起步，虽然团队规模不是很大，工资待遇也不是最可观的，但大家都有着全力以赴的冲劲和干劲。给予我们极大鼓舞的是事必躬亲的董事长，项目的重要流程节点董事长都会亲自过问、督办。而每当楼盘开盘，

董事长也一定会到场，正是因为他的以身作则，整个团队的执行力和凝聚力都无懈可击。”2004年水晶俊园开盘，作为俊发集团重新出发的一步，全公司上下都严正以待。在开盘前夜，整个团队都没有回家，大家住在楼盘附近的宾馆里，以便第二天能够尽早到场地进行最后的准备。即使现在集团的发展已经不可同日而语，楼盘开盘也不再需要全公司出动，但是回想起来，公司全员都为同一个目标而奋斗在第一线的经历依然让人动容。俊发团队上下一心的执行力是王霞的归属感来源，虽然自己所从事的是销控岗，不需要像销售人员一样冲杀在一线，但王霞表示“销控的工作是直接影响销售去化和收入、以及调动销售员积极性的，所以销控无小事，越是简单的活儿，越要细致认真地去完成。对工作负责，对顾客负责，也就是对自己负责。”

勇担责任，感恩成长

2008年全球金融危机，全国房地产市场一片萧条，俊发地产也遇到了发展中的危机。王霞临危受命，成为了金色俊园的销售经理。在楼盘销售状况不好的情况下，集团首次引入了代理公司，这也意味着王霞所带领的销售团队将与代理公司的销售团队进行合并。“团队的磨合过程十分艰辛，同时因为楼盘的销售情况并不乐观，金色俊园由6500元/平方米的均价，降到5700元/平米，在降价的同时，俊发集团也向老业主进行全额差价补偿。这一举



一年内推出七个楼盘，动工面积逾百万平米
“俊发七星”力撼昆明楼市

俊发战略版图 震撼昆明

年内连推7楼盘，占据市中心至二环沿线，直指28亿销售额



措，广受老业主赞誉，同时也获得了业内的好评。这也让我们这些奋战在一线的销售人员士气大涨，2009年市场回暖，俊发的“七星战略”大为奏效，从星雅俊园到香樟俊园、SOHO俊园、七彩俊园……每月一新盘、推盘即清盘，创造了昆明楼市从未有过的推盘速度，帮助我们打了一个漂亮的翻身仗。”在这个事件中，王霞深刻地认识到“俊发业主的利益就是俊发的利益。”企业不仅仅是谋取自身利益最大化的经济体，更是社会的参与者，规

模越大的企业所担负的社会责任势必越大，这是职责所在，更是道义使然。俊发“兼济天下”的社会责任感也为每一位员工树立了“企业家精神”的标杆。2011年王霞参与盛唐城项目，从前期售楼部建设就开始跟进，到后来全盘接手，在项目上一待就是三年，辛苦之外王霞更多的是感恩“在十二年的工作生涯中，在盛唐城的三年，是我学习成长最快的三年，除了营销，更学到了营销之外的东西，这对我之后的工作有着非常大的帮助。”



共聚英才 展望未来

王霞在俊发集团走入了第十三个年头，作为资深的员工，对集团自然是有着非常多的期许。现在俊发正处在一个变革的阶段，在她眼里，正是俊发人的凝聚力、执行力才使俊发集团走到了今天。“公司规模越来越大，不可避免的在流程和执行力上就会出现一些问题。以一个管理者的角度来说，强化执行力能够让的团队和公司高效运转起来，同时也需要其他部门能够给予协调配合，推进集团标准化进程。”同时作为集团人才储备和新生力量而重点培养的“新动力”学生兵，王霞对他们寄予很高的期待。“学生兵们思维活跃、敢想敢做，前途不可限量，但同时浮躁、没有养成职业习惯也是他们的硬伤，希望他们能够多多静下心来学习、沉淀，俊发是一个非常大的平台，只要你肯学习，时间自然能够给予你证明”。

聚焦项目价值 直击客户需求

——专访俊发城项目策划 周宇

品牌部 郝冬雨

俊发城位于昆明北市区龙泉宝云片区，这里曾是抗战时期冯友兰、梁思成、林徽因、朱自清、闻一多等多位名人大家躲避战乱之地，这些名家们在战火中著书立作并创造了中国教育史上的奇迹“西南联大”，也正是因为有了这些情怀和人文的沉淀，俊发城从规划之初，便有了这样的梦——打造中国第一座真正的、活的古镇，承接上一辈的中国梦。作为俊发城的项目策划，周宇非常认同俊发城的核心文化价值，更希望能够通过自己的策划和表达，让更多的人认识、认同俊发城。



洞察市场信息 明确项目定位

作为策划人员，除了充分利用独特的项目优势，还应从客户需求方面来思考策划推广的整体呈现方式。相比文化价值，实实在在的产品设计、户型、采光、配套等对客户更有吸引力。客户需求会随着环境在不同时期产生不同变化，比如已婚人群更为关注下一代的教育问题，此时项目周边的教育资源将成为客户更核心的需求。通过大量市场调研，我们发现北市区的教育资源是非常缺乏的，所以当“云师大”携附幼、附小、附中15年基础教育资源入驻俊发城，就能够切入客户的核心需求点，也将带来较好的销售业绩。

俊发城拥有如此优质的配套教育资源，接下来我们面临一个问题，如何让更多有需求的客户了解“俊发城”项目，并最终促成销售？在目前的市场环境下，过多的硬性推广，非但起不到宣传作用，反而会让客户产生排斥和抵触心理。所以我们需要策划更加巧妙的思路，来引起业主和客户的共鸣。教育是影响子女未来发展的头等大事，少年强则国强，在习近平总书记提出“强国富民、育人为先”的大背景下，我们举办了“少年中国梦”大型公益活动。参加活动人员的年龄设置在4—16岁，这部分家庭的需求和优质教育资源是非常吻合的。通过在活动中植入软性项目信息，可以快速且有效的被大家所接受，获得更好的宣传效果。在推广媒介方面我们选择了电视媒体，因为其具有相对稳定的公信力及大批忠实观众，这其中必然包含项目潜在客户群体。其次，通过纸质媒体的多维度宣传，结合阅读者的特征，将项目的宣传覆盖了多个年龄阶段和不同群体，更能够达到全城热议的效果。

少年中国梦 践行梦想的力量

每届“少年中国梦”从前期筹划到活动结束，都要经历长达半年的时间。首届“少年中国梦”于2015举办，有近20000人参加到海选当中。在第一届活动积累了人气和认知度之后，如何持续发力，继续扩大影响，最终促成销售是我们今年面临的问题。首先推广方面需要不断推陈出新，线上线下结合，不断制造新鲜点来吸引顾客参与、上访，最终达成销售的目的。



今年的“少年中国梦”从4月份开启截至目前，通过昆明、昭通两大赛区的海选、举办《大师公开课》、《梦想演播室》、《圆梦校园行》等活动，共发放俊发城梦想许愿卡10000余份、俊发城圆梦书包5000余个……全省共计50余所幼儿园、小学、中学联动，逾15000名幼儿、青少年来到《少年中国梦》的舞台展示梦想与活力，造成了全城热议的裂变效应。“每个人都有感性的时候，每个人都有深藏在心底的梦想，我们所做的就是将其挖掘出来，提供一个梦想的舞台，而这也是我们一直在挖掘的打动人心的销售点”。

紧随消费趋势 推陈出新

结合目前俊发城的项目实际，在之后的推广中我们将以两条线为主要策划思路，一条是历史人文线，结合龙泉古镇丰富的历史文化价值与独特的地理优势进行宣传推广；另一条是教育资源线，依托所引进的优质教育资源来进行推广。两条线路相辅相成，可以满足不同人群的差异化需求，同时也符合目前趋于年轻化、注重精神文化的整体消费趋势。让消费者一举多得，这就是我们的核心竞争力。我们还将开展“业主运动会”活动，除了让业主拥有良好的居住体验，同时积极传递集团提倡的“健康社区”理念，增加与业主的沟通，形成与业主良好的互动，让健康的生活方式和俊发的品牌理念影响越来越多的人。





PLANNING 特别策划

一场关于管理的演讲，

“先要对自己狠，不给自己设限，不断地自我提升”；

“管理要狠，团队才稳，要对企业负责，与企业荣辱与共”；

“不应拿权力为自己谋福，要创造公正的竞争环境，以一身正气赢得尊重”。

本次特别策划，为你展现一场高层间的头脑风暴。

格力集团董事长董明珠的真面目 她到底有多狠

我很高兴站在这里，和大家来分享！可以这样骄傲的说，格力电器是一个专业化的企业，一个只做空调的企业。能够在二十年的时间里，从两千万做到一十亿；从两万台做到四千万台，这样的成绩来自于哪里？不是靠我一个人，是靠我们所有的员工。大家都对自己够“狠”，才能将产品做得越来越好。

故事 1 对企业负责，40 天追债 40 万；

记得初到格力的时候，我是一名基层业务员，当时对于空调一无所知。那时遇到一个最大的问题，上一任的业务人员留下了一笔40多万的债务，很多人说董明珠你不用去追债了，那跟你没有关系！但我作为一名格力的员工，既然接替了他的位子，就要对企业负责任。这一笔债，我追了40多天，天天堵在对方领导门口，他到哪，我就跟着去哪！最后他终于同意退货，但是第二天又爽约。我又找了其他员工，动之以情，晓之以理。让他们站在另外的立场来理解我的难处，他们听了很感动，等第二天领导来公司时，便第一时间通知我，让我顺利地拿到了退货。我当时心情很激动，虽然是一个人在搬那些非常沉重的空调，但是我不管，就是拖也要把它拖上车去。担心这位领导会反悔，所以当车子发动的那一瞬间，我流下了眼泪，我跟他讲“这一辈子都不会和你做生意！”

身为员工，就该对企业负责，很多人不理解这件事情，这不是你个人的东西，干嘛这么较劲！我觉得作为

一个人来讲，一定要有做人的原则。要对别人负责，你是这个企业的员工，就要对企业负责。失去平台，你将什么都不是。

在这个情况下，大家说董明珠你回来当部长吧。当时我当业务员的时候，收入最高时可以拿到一百多万，而作为总经理才能拿到几万块。但从这个数字的变化来看，我觉得不想回来当部长，还是当业务员好。但是反过来想想也应该回来，因为一个人再有能力，如果企业真的垮掉了，你还能存在吗？

故事 2 滥用权力，收受回扣，“别人如何看待格力”；

做部长以后，我用两个例子来说明，对自己“狠”的好处。首先，销售有淡旺季，到了旺季大家都来催货，一位经销商就找到我哥哥，想帮忙拿一百万的货，可以给我哥哥两三万块钱的提成。所以我哥哥很高兴便打电话告诉我这件事情，一听我就把电话挂掉了。然后马上打电话给那个经销商，我说，现在开始通知你停货。他觉得不可理解，因为格力厂没有任何损失，而且通过你哥哥拿货，他也能得到提成，于公于私都有好处，何乐而不为呢？我哥哥也不理解，他说你手上有这个权力，又不让你违法，就为家里做一点点事，让我们有一点点发财的机会，你为什么不给？我跟他讲“一个人你拥有权力的时候，这个权力不是为个人服务的”。那次之后，那位经销商写了保证书给我，那一年他的销售达七千万，如果按照百分之二的提成，我哥哥当年就

可以拿到一百几十万的提成，我哥哥确实发了财，但其他商家如何看待格力电器，他们以后还会用心做市场吗？在后来的日子里，哥哥渐渐理解了我为什么要对自己这么“狠”，这是我们应该去做的一件事情，狠下心来，为建立规范的管理制度。

故事 3 管理层是“风”，风往哪里吹， 树木（员工）就会往哪里倒；

给大家分享第二个“狠”的故事：我回公司当部长后才发现，公司里面有那么多的问题。到旺季的时候，不要说开票的人有权利，连我们搬运工都有权利！你想先上货吗，那先送我一箱水。甚至于发展到后面，你可能要送点好处给对方，谁给的好处多就先发货。想想当时这样的状态，你觉得这个企业还能不能有生命力？大家说董姐原本非常好说话，但怎么当了部长，摇身一变对我们这么狠！厉害到什么程度，所有女性不准带耳环、戒指；要求留短发、如果是长发必须盘起来，否则不可以上班。大家都觉得很奇怪，你董明珠有什么理由要这样做！因为在当时一盘散沙的条件下，要让大家有一种集体的观念，当时还规定上班不允许吃东西，不准窃窃私语，管理不“狠”，团队不稳。

如果工作时间没事做，可以看书，但是不准互相交流讲话。有一次我从别的办公室走过，离下班大概只有五秒钟的时间，我想看看员工们在干什么？结果发现有人吃东西，我当时就罚了他们的款。他们找了一个理由说，是某某人带给我们吃的，你要罚不能罚我们。我说那更好，罚你们50，罚他100。当时被罚了100块的那个员工，家庭条件是非常困难的，那时做后勤的工资一个月只有八百块钱，所以100块钱对他来说是很大的一个数字。下班以后，我从口袋里拿了100块钱给他，告诉他罚款跟我这100块钱不是一回事，罚款已经上交了，这是我个人给你的100块钱，并不等于是把罚款还给你，而是出于你家庭困难我给予你的帮助。通过这样小小的惩罚，大家意识到了应该严格遵守制度。2001年，我当总经理的时候，出现了一个很奇怪的现象，格力电器也出现了罢工现象，大家开会的时候会讲，现在的员工太难管理，现在的员工太刁蛮。但是我认为员工是很可爱的，他没有权力，是被动的。而我们的干部是风，干部的风往哪里吹，草就往哪边倒！我觉得出现了这么多不好的现象，原因来自于管理者不好，员工才不好，基层不好管，一定是干部队伍出了问题。所以我当总经理的那一年，做的第一件大事就是干部作风

整顿。很多人都说董明珠管营销很厉害，但是希望你光打雷不要下雨，过去的就过去了，从现在开始严格要求行不行！不行，因为你们侵吞了企业的国有资产，变为自己的。领导者不应拿权力为自己谋福，通过手上的权利将个人利益最大化，而伤害企业利益、伤害了员工的感情，是绝对不允许的。所以干部作风整顿后，要想知道更多的情况，听到一线工人的声音，我就把食堂、厕所，全部都挂上了总经理信箱，最高的时候收到过700多封总经理投诉信，群众的意见是必须要听的。我们根据700多封投诉信，找出存在的问题，从而练就了一个优秀的干部队伍，这些都属于我们讲的“狠”。在这个过程中，狠不是为难别人，而是为难自己。

故事 4 以一身正气，赢得尊重； 做到问心无愧，彰显你的价值。

格力电器二十二年，我为其付出的，是值得的！因为从格力，我走到了全世界。甚至这次在台湾过安检的时候，一个安检员看到我说“你是董明珠！”我笑一笑，他会把格力和董明珠联系在一起，这种尊重是无价的！所以我觉得一定要追求一个人生价值，不要只考虑眼前的利益，或者不要为钱而活，赢得社会尊重，比赚取财富更重要。

我觉得人一生中最大的价值不在于你多么富有，而是你回头再看的时候，能问心无愧，那就是你真正的价值！我曾经在很多场合演讲的时候说，别人通过奋斗获得成功，大家会说是因为他现在已经是多少亿的身价。我并不是这样，我觉得幸福是因为我造就培养了千千万万的千万富翁、亿万富翁，我的价值就在于得到了社会的认可。





俊发圆桌

一场由董明珠演讲引发的思考

品牌部 郝冬雨 董嫣红

“财务人员不对自己狠，最终痛苦的还是自己。”

俊发集团首席财务官——王磊

对于从事财会工作的人员来说，在实战中积累经验是非常重要的。俊发集团产业链复杂，日常工作的精益求精对每个财务工作人员的业务能力都是挑战和锻炼。而且俊发这个平台，除了锻炼你的职业技能，更能够让你见到、学到很多在其他企业无法接触到的事情，这就是平台的重要性。曾经我跟一位即将离职的员工这样说：“当年你进入俊发时，就像一个待存储的空磁盘，如果现在你觉得磁盘装满了，那可以信心满满地去问一问；如果还有很多需要学习的地方，一定要沉下心来。”

对于我们这些财务工作者来说，我们的职业操守和专业知识从进入学校的第一天就已经开始培养了，但是真正的考验则是存在于实际的日常工作中。之前财务中心出过几起事故，正是由于财会人员各自为阵，在完成自己的分内工作之外，相互之间并没有形成相应的监督意识而造成的。作为财务中心的负责人，因为员工工作不到位而伤害了公司的利益，也是我工作的失职。所以我非常赞同董明珠的管理理念，对自己的工作负责，对企业负责，不按规矩来做事，没有好的行为规范来规范自己，对财务人



员来说最终痛苦的也是自己。

今年是俊发的变革年，为了集团更好更快地发展，集团内部进行了大刀阔斧的改革，进行了较大幅度的人员变动。但对于财务中心这一职能部门，培养一个财务人员从入门到熟练操作，需要花费大量的时间和精力成本，因公司的部分调整而造成人才流失是非常可惜的。因此，是否能够从薪酬制度上做一些改善，在变革的同时，为企业留住人才。

“为了促进公司制度的完善而锱铢必较。”

俊发集团审计部经理——朱鹏

审计部门在企业日常运营过程中，扮演着啄木鸟驱虫除害的角色，担负集团监督检查的职责。

作为公司的一员，需要有强烈的责任感，不管是否为分内的事情，既然接手了，就应该负责到底。这一点具体到审计部门的工作中，我感同身受。一次执行工作检查过程中，无意间听到业主关于产权证办理时被索要好处费的怨言，我们便积极从信息来源处进行对接和求证。但业主由于诸多顾虑，一开始就不愿意进行配合，并表示对此事不追究。在随后我们查证的过程中发现，此类现象不止一例。于是采取各种办法，通过与业主的亲友、物业人员、村委会领导的多次协调，最终使当事人愿意配合我们的工作，将此事查得水落石出。原产权组负责办理产权证并借此收取好处费的员工被当场抓到现行。一个人只要有很强的责任心，愿意为企业、为业主去服务，那么解决问题的办法总比困难多。

一直以来，我们秉持着独立、客观公正的行事原则。审计部直属董事会管理，而非隶属于某个部门，这保证了我们行使职权的独立性，不受其他因素的牵制。同时，以国家相关法律法规、企业规章制度为准绳，确保了我们在行事过程中公正客观的态度和原则。

每当国家出台与公司业务相关的新的法律法规、公司开展新的业务、发布新的规章制度，审计部都会组织培训学习。涉及到专业层面上的相关知识，会邀请专业部门的同事来进行专业的培训。目的就是要求审计部门的同事都能够及时掌握判断事务的标尺，以此来检查梳理本部门以及其他部门的日常工作。做到对自己负责、对他人负责、对企业负责。在遇到具有特殊性的事件时，我们会及时审视制度中不

完善的地方，并提示弥补相应的漏洞。比如在采购审计过程中，我们发现企业员工利用职务之便，通过跟亲属开办的公司合作获利，导致对此项工作的监督产生不利影响。在调查结束后，我们立即上报公司并发布“禁止与员工及其亲属开办的公司合作的通知”，保证采购过程中的客观公正性，维护企业利益不受损害。审计检查部门不是以处罚员工为目的，在不违背原则的情况下，一些小的工作瑕疵，我们更多的是以提醒建议为主，目的是共同促进日常工作的完善和公司的良性发展。

谈到对于企业发展的建议，我们希望随着公司业务的发展，除了需要对相关规章制度进行及时修订和完善之外，更要把这些制度、政策在公司的共享平台上及时上传、发布，以便于全体员工，特别是异地公司同事的及时了解、学习，并按照公司要求规范自己的行为，也便于监督检查工作的开展。



“木秀于林，强大的平台孕育有能力的人”

俊发物业总经理——苟文劲



俊发18年风雨兼程，一路走来非常的不容易，木秀于林、风必摧之，要不停地去面对来自外界的质疑和议论。而为什么一直会有这样的议论？我想是因为“树大”，对企业来讲，树大是一个褒义词。“树大”不仅仅是规模大，更是品牌的影响力和号召力的体现。俊发的平台是有光环的，这个可以从两个非常具体的方面来体现。

以本期的学生兵为例，在和他们沟通的过程中我了解到，当其他同学知道“学生兵”在俊发实习，之后更

有机会成为俊发的正式员工时，他的舍友、同学纷纷投来羡慕的眼光，而老师也会觉得这个学生非常有能力，这说明进入俊发，本就是对个人能力的认可。另一方面也说明俊发是一个非常好的平台，才能吸引到这些优秀的新鲜血液来充实集团，增加我们的能量。另外每年春秋两季招聘时，也可以从猎头公司给俊发中高层管理者开出的条件反映出俊发的影响力。这并没有什么需要避讳的，恰恰是这种来自专业领域，或是同行的认可更为客观和珍贵，更能体现集团平台的优势。

于此同时，公司也为大家提供了很多学习发展的机会，无论是去国外进修、参观学习，还是公司完整规范

的晋升制度，都能够让员工在这个平台里充分展示自己的能力和、获得更快的提高。当然，既然有那么好的平台提供给大家，所有员工也应做出相应的成绩，为企业负责，这才能不辜负初心。

从管理者的角度上来说，首先要进行严格的自我要求，端正自己的职业操守，因为管理者就是员工的镜子。同时针对物业口来说，整个物业团队非常庞大，所以我非常赞同董明珠所说的“管理不狠，团队不稳”，用最简单直接的制度来进行人性化的管理，也就是我所信奉的“慈悲心态，霹雳手段。”

“不断的寻求突破和发展，正是俊发的魅力所在！”

——人力资源管理中心总经理 张婕



“管理者不好，员工才不好”这句话，每个人所站的角度不一样就会有不同的理解。我们从学生兵培养的角度谈起，对于刚走入职场的毕业生，他的第一任领导或师父是非常关键的，能使其在职业生涯的开始阶段便获得正确

的职业方向，良好的价值观、工作态度以及工作思路。大量案例表明，最终成长为项目总、职能总的这批学生兵，其发展均与第一任领导或师父有非常大的关系。

从翠湖俊园时期开始，不怕吃苦、敢闯敢拼的基因便根植于俊发。近期我们举办了面向全社会的大型招聘活动，现场求职者络绎不绝，为什么大家会看好俊发？很多面试者在沟通过程中谈到，俊发多年来不断的寻求突破和发展，为大家提供了良好的发展机会。这正是俊发的魅力所在，在俊发这个大平台上，通过积极工作学习，不断积累沉淀，获得人生的价值。10月底，2017届校招第一站于中国人民大学启动，校招是一种企业文化的体现，更是企业展示的平台，无论企业人力资源储备充足与否，都应该向全国985、211等知名高校传递出俊发的品牌文化。本次校招重点在综合管理类，按照综合素质强、愿意回云南发展，能为公司带来改革和创新的标准来执行。欢迎更多有志之士，加入俊发，一起成长！

“善待自己手中的权力。”

俊发集团总经办主任——许斌

看完这篇文章，我最大的感触就是“有权力的地方就会有腐败，管理层和员工都应该善待自己手中的权力。”前一段时间，公司也一直在做一些“树正气”的动作。从外界我们也听到了非常多积

极的反馈，大家都在说俊发非常积极地直面企业内部贪污腐败问题，大刀阔斧地去毒瘤、去臃肿，建立健康有序的企业秩序。

而作为一个管理者，如何进行团队管理？首先

要以身作则，上梁不正下梁歪，管理层的风气必然会影响员工的风气。无论能力高低，首先要树立标杆，手底下的员工才会有个参照，才会知道怎么做。我所管理的总经办，是一个由好几个专项部门组成的团队，毫不隐讳地说，总办各个部门的工作都并非我的专业长项，但作为集团的后勤服务部门和中枢机构，如何让总办的工作持续高效运转？首先自己要做自我定位，总办是做什么的？我们要怎么做？在工作中出现了什么问题？怎么解决？在这个大方向定下来的基础上，多去向手底下的员工学习，无论是品牌、会务还是法务等等，这些部门的员工们都非常的专业，多去和他们沟通请教，自然

也就弥补了自己对于这些工作业务知识上的不足。从11年入职至今的五年时间里，我始终相信，只要尽心尽力去做，没有什么是不能完成的。



“领导要成为一阵正确的风。”

建设集团常务副总经理——周琦



作为管理者来说，首先要成为一阵正确的风，与职能、专业相关的事情，必须事无巨细的梳理清楚，这样才能够预判并及时处理各环节上可能发生的问题，保证团队整体方向的正确性。同时管理者还需要及时了解每一个相关岗位的业务流程，通过开展晨会、培训等方式来进行沟通，了解员工们的真实想法及大家在工作中遇到的问题。这样才能够保证整个团队的统一性，管理者吹正确的“风”而员工也会倒向正确的方向。

董明珠在演讲中说到：“身为员工，就该要对企业负责”。关于这个观点我是这样认为的，这体现了员工对企业的忠诚度和归属感，除了认真工作，还应积极提出工作过程中发现的问题，甚至包括岗位之外一些亟待完善的地方。只要能对企业发展产生积极有益的影响，那这就是对企业负责。但是这同时会产生一个悖论，做事情越多的人受到的处罚可能越多，反而做事越少人，犯错的几率越小。如果没有相关机制来解决此类问题，员工的积极性便会逐渐消磨殆尽。所以相应机制的建立是至关重要的，无论是从经济上，还是精神上都要让员工感受到，企业的公正和认同感。

现因集团发展的需要，很多部门的员工需经常加班，但并没有相应的补助。这一问题的关键点是对加班内容的评定，是因为员工本身工作效率低，还是工作量较多而导致加班？这是否需要一个考评规则，来对工作量、完成的情况进行评定，从而实施相应的补助或补休制度？在此提出这个问题，希望大家来共同探讨。



※本版块文章为员工个人观点。

从法务的角度谈谈 《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》

■ 法务部 汤名哲



根据公司安排，就中央深改组近期通过的一些重要文件和习近平总书记提出民营企业要“做到遵纪守法办企业、光明正大搞经营”的要求。我们从法务的角度谈谈认识和今后的发展方向。

今年8月30日中央深改组第二十七次会议通过了《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》，该意见明确了遵循法不溯及既往原则处理民营企业不规范问题的原则。这一原则的确定，对民营企业在过去经营活动中不规范的行为进行了松绑，但是以后企业，特别是针对我们民营企业，如何经营，如何发展，这一问题我们必须进行思考，那就是以后企业必须在合法，合规的范围内进行经营活动。那么法务部的作用如何体现？具体如何做呢？我想从以下几方面说说我的认识：

一、法务部目前的定位和职责

法务部以往在企业中的定位属于服务部门，给人的感觉就是批批合同，打打官司。

二、存在问题

但就是批批合同，打打官司，也存在问题。目前，公司法务对内工作这一层面，法务不能适应新形势下的要求，法务没有业务人员的经营思维。同样，一个合格的业务人员也要有相应的法律知识，在商业运作中，还要用法律思维来考虑问题。

公司法务对外工作这一层面，主要还是放在事后补救这一块，这就是大家所熟悉的打官司。“补救”，当从字面上看，就可以得知前面的基础或者说已经确定，能挽回的余地有限，操作面不大。所以在官司中，受限于证据的收集、认定、法院的认识等各因素的影响，最大限度能把损失降到最低已经是最好的结果。所以公司法务工作不应把打官司作为工作重点。

那工作重点应放在哪一块上呢？我认为事前防范比事后补救要重要。

三、如何改进

公司目前和“中伦律师事务所上海分所”达成战略层面的合作意向，要聘请中伦律师事务所上海分所主任、合伙人乔文骏律师担任公司担任战略咨询委员会的高级顾问，“中伦律师事务所”是中国司法部最早批准设立的合伙制律师事务所之一。经过数年快速稳健的发展，现已成为中国规模最大的综合性律师事务所之一，而乔文骏律师也是中国知名的大律师之一，从这么高层面的合作，说明了公司对合法、合规的重视程度达到前所未有的高度。

公司决定，今后，公司的并购、收购项目，其合同要先通过中伦律师事务所的审核，有乔律师通过的签字，才会到公司法务，最后才到李总这里审批。

第二、重大合同在开始谈判时，法务就应该及时参与跟进，以便后期合同的拟定和审批。

第三、加快公司合同模板的审定和修改。

第四、法务全面和审计加强合作，增加监督职责，完善公司制度的制定、落实公司制度的执行。

第五、全面梳理公司架构，加强公司内控，公司董事会，监事会要按章程的约定，切实履行并承担责任。

各位领导，各位同事，中央深改组成立以来，法治不仅是历次会议都涉及的内容，也是讨论最多的议题。而今依法治国理念越来越深入人心，守法已渐成全民共识。伴随公司对法律的重视，相信公司会越来越规范，制度将越来越健全。法律人希望“天下无诉”，我们也希望，公司最终达到少诉、无诉的状态，愿这一天早日到来。谢谢大家！

我国住宅产业化发展 面临的问题及对策研究

■ 工程管理部 苟华平



1、引言

住宅产业化是我国住宅业发展的主要趋势，采用住宅产业化的模式符合绿色建筑及节能减排的指导方针。有关研究资料表明，建筑能耗占我国总能耗的1/3左右。据统计，采用工业化施工与传统施工相比，节约用电31%，减少建筑垃圾2t/100m²。表1为万科建筑研究中心针对2013年万科采用工业化施工的住宅的能耗与传统施工的能耗之比，从数据中看出，住宅产业化能降低垃圾排放量，减少资源的占用和能源消耗，有效的减少环境污染。此外工业化建筑通过流水化施工，能提高建设效率，缩短建设工期。

表1 工业化施工与传统施工能耗比较

统计项目	工业化方式	传统施工方式	节约比例
每平米能耗（千克标准煤/平米）	17	19.11	11%
每平米水耗（立方米/平米）	1.2	1.5	20%
每平米木模板量（立方米/平米）	0.004	0.005	20%
每平米产生垃圾量（千克/平米）	40	50	20%

来源于万科建筑研究中心2013年数据

2015年底我国城镇化率已经达到56.1%，大量人口涌入城市，城市住宅需求加大。2015年全国在建住宅73.57亿平方米，新开工面积15.45亿平方米，竣工10亿平方米，房地产行业投资总额9.6万亿元，大量的资金涌入房地产行业，但是，几乎全部住宅均采用了传

统的粗放式生产模式。我国住宅产业化提出20年来，仍处于起步阶段，整体发展水平一般，相比于欧美、日本等地的产业化发展程度有巨大的差距。目前我国住宅产业化发展面临着许多问题及挑战。

2、国内外住宅产业化发展的现状

2.1 国外住宅产业化发展

2.1.1 欧洲

工业革命之后欧洲的工业发展迅猛，工业技术得到更新，制造业领先于全球。瓦尔特·格罗皮乌斯（Walter Gropius）受到福特T型车的影响，于1910年提出了住宅工业化的思想。“二战”后，欧洲对住宅需求巨大，为了尽快解决战后住房问题，各国开始发展装





装配式建筑，将建筑构配件转入工厂生产，并形成了一套系统的、完整的、标准化的工业化建筑体系。进入20世纪80年代以后，欧洲的住宅工业化发展开始转向注重住宅的个性化和功能性发展。法国、瑞典、丹麦、前苏联等国，在住宅产业化发展都已经达到了一定的水平。

法国1977年成立了构件建筑协会（ACC），90年代编制了住宅通用构件C5软件系统，是推行住宅工业化最早的国家之一。法国工业化住宅主要采用全装配式大板和工具式模板现浇工艺，并逐渐在欧洲推广使用。目前，法国建筑工业化体系发展成熟，已开始从住宅向学校、医院等一些公共建筑发展。

瑞典主要是通过轻型钢结构，结合混凝土结构的方式生产通用部品形成装配式建筑。瑞典的住宅工业化是世界上最发达的，其住宅工业化率达到了80%，主要用于别墅、普通住宅。

丹麦的住宅产业化是以“模数”法制化开始的，发展住宅产业化的方向是产品目录设计。国际标准化组织的ISO模数协调标准就是以丹麦的标准为蓝本的。

前苏联以及其他欧洲国家依据本国的经济情况和社会基础，发展住宅工业化的方向主要是以推广预制构配件及通用部品的工业化生产。通过制定国家标准，限定质量要求，采用定型设计代替个性设计，以此提高建造效率，降低建筑造价。

2.1.2 美国

美国住宅产业化发展与欧洲不同。由于本国受到“二战”的影响很小，“二战”结束后也没有出现突飞猛进的住宅需求量，美国主要追求住宅的个性化、功能化发展。美国住宅产业化发展多以别墅住宅、单体低层木结构为主，通过在工厂采购通用构件，现场机械化施工的方式建造住宅。美国住宅产业化市场完善，发育良好，通用部品的标准化程度高、商业推广好。其优点是建筑功能满足用户需求，效率高，资源利用率高，能

源消耗低，价格实惠。

2.1.3 日本

战后的日本国内一片狼藉，政府发布了相关政策恢复经济，大量人口涌入城市加大了住房的需求。1955年日本政府制定了住宅建设10年计划，日本的集合住宅的工业化开始萌芽。1968年日本专家提出住宅产业化的概念，同时日本住宅公团开始普及KJ(Kokyo Jutaku)部品，并发展到洗脸间、浴室等排水系统的部品化。日本住宅产业化先后经历了由KJ部品到BL(Better Living)部品，从美国引进了PC(Prefabricated Concrete)施工法到自己开发出HPC(H型钢加PC板)施工法，发布了SPH(Standard of Public Housing)设计标准和NPS(New Plan System)设计标准，研发了KEP(Kodan Experimental Housing Project)和CHS(Central Housing System)住宅建筑体系。

日本政府通过不断的投入研发和更新技术，住宅产业化发展迅猛。通过30年的发展，到1985年，日本几乎所有住宅都采用了新技术、新材料，且采用工业化方式生产的住宅占竣工住宅总数的25%~28%[7]。日本住宅产业化发展进入了成熟阶段。

2.2 国内住宅产业化发展

建国初期，我国经济水平较为落后，建筑行业对新型技术的引入也较少，大部分建筑仍采用传统的施工方式，住宅产业化技术基本处于停滞状态，直到1994年国内才首次提出住宅产业化的概念。1999年，国务院



发布了《关于推进住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》(国办发[1999]72号)文件，开始大力推广产业化住宅。2006年建设部颁布了《国家住宅产业化基地试行办法》，之后几年内，先后批准了由政府主导的3个产业化试点城市深圳、沈阳、济南，以及两个产业园区合肥经济技术开发区和大连花园口经济开发区。



2014年，北京和厦门先后入选现代产业化综合试点城市。通过设立试点城市，提供一些政策优惠，鼓励发展产业化住宅。目前我国产业化建筑比例为7%左右，不到10%，远远低于发达国家水平。我国住宅产业化发展之路任重道远。

3、我国住宅产业化发展面临的主要问题

3.1 住宅产业政策支持体系不完善

3.1.1 政府对企业的扶持不足

“国家住宅产业化基地”从2001年试点以来，住建部先后批准了46个住宅产业化基地，并于2011年9月28日成立了国家住宅产业化基地技术创新联盟。期间还颁布了一些政策法规，如国发[2003]18号文和建科[2004]72号文。通过这些措施对住宅产业化有一定的推广作用，但远远不够。

住宅产业化基地批准以后，政府没有对企业进行相关的政策扶持，鼓励企业在住宅产业化发展方面做科学技术的研究；此外，企业缺少来自政府的政策支持，不能有效的结合国内高校的科研实力，建立重点实验室发展相关技术。政策的不力阻碍了企业走产业化住宅的道路。

3.1.2 政策吸引力有待提升

建科[2004]72号文，作为住宅产业化政策推广的纲领性文件，仅仅对住宅产业现代化发展方向有具体的规划和要求；《国家住宅产业化基地试行办法》提出要建立住宅产业化基地，并阐述了其目的、任务、申请条件、申请程序，但对于优惠政策及扶持力度却没有提及，以及后来发布的文件中也很少提及到经济、技术政策优惠。住宅产业化相应的政策体系不完善，政策支持没有落到实处，不能有效的吸引地产企业走新型现代化住宅建造之路。

3.2 住宅产业化相关技术落后

3.2.1 缺乏一套完整的住宅产业化标准体系



欧洲提出住宅产业化之前就标准化做了大量的研究，并在住宅产业化提出以后，制定了产业化建筑和通用部品的标准。日本提出住宅产业化以后成立了日本住宅公团，归纳了大量的通用部品的标准设计，并制定了公共住宅设计标准以及开发了标准住宅建筑体系，用以服务住宅产业化发展。我国从1994年正式提出住宅产业化以来，没能制定相应的标准规范，导致目前我国产业化住宅行业仍缺乏完整的、通用的、系统的工业化住宅建设体系。

3.2.2 通用部品标准缺失及生产工艺落后

通用部品是住宅产业发展的前提。目前建筑通用部品主要有结构部品、外维护部品、内装修部品、厨卫部品、设备部品、小区配套部品等类别。日本目前已建立了10000种通用部品库，每一种通用部品都有相应的标准规范，部品厂商可以按照规范进行生产，以供应用于建筑市场，而国内目前只有大约2000种通用部品库，仍集中于一些大型房地产企业自身建立的部品标准。我国通用部品标准的缺失阻碍了部品生产工艺的进步和新型技术的资源共享，不利于住宅产业化发展。

3.3 建筑企业对住宅产业化响应不足

3.3.1 建筑企业不愿意承担新型技术应用的风险

新型技术在应用过程中存在一定的风险。对于建筑企业，虽然明白建筑行业终究会走向工业化的道路，但是没人愿意迈出第一步。其主要有两个原因：1) 对新技术的掌握和应用需要一定的时间，企业不愿意承担学习新型施工工艺所花费的时间；2) 由于技术革新，将需要相应专业的技术工人。劳务成本占建筑总造价的很大一部分，技术更新之后，新型技术人员短时间内不能得到补给，根据供求关系劳务成本会随之上涨，企业不愿意承担因技术更新造成成本上涨的风险。

3.3.2 地产企业对住宅产业化研究缺乏投资

国内只有少数几家地产企业开始投入资金研发住宅产业化技术并进行实践。目前，产业化市场中只有万科

借助于香港和日本的技术和经验并结合自有技术进行研发,成功的将产业化住宅投入市场,并且投入市场的住宅都能被消费者接受。根据万科的数据显示,由于产业化住宅体系的不完善,初期将投入大量的研发资金,导致使用工业化修建的住宅项目成本普遍高于传统技术施工的项目。初期高额的研发成本阻碍了企业进行住宅产业化的投资。

3.3.3 缺乏通用部品生厂商

住宅产业化面临的另外一个严重障碍就是国内缺乏有专业技术的通用部品生厂商。产业化住宅建造是一个建筑生态系统,需要构建上游到下游的生态环境。住宅产业化和通用部品生产商存在着互相促进的关系,住宅产业化推动通用部品厂商的发展,住宅产业化又依靠通用部品厂商进行发展。目前,通用部品标准的缺失、通用部品生产体系的不成熟导致企业不愿意投身于通用部品的生产,从而导致通用部品的成本居高不下,通用部品的高额成本也阻碍了建筑企业选择工业化的方式建造房屋。



3.4 传统观念对产业化住宅存在偏见

传统观念认为:采用预制结构建造的建筑物缺乏安全性和稳定性,且抗震性能和耐久性不足。如此,一般设计人员不会主动采用预制结构,研究人员也不会从事预制结构方面的研究。此外国内产业化住宅还没有大量推广,消费者对其了解不足,很难接受这种类型的住房。相对使用传统工法的建筑,产业化住宅的功能性和个性化也不能达到部分消费者的满意度。传统观念的偏见阻碍了我国住宅产业化发展及推广。

4、发展我国住宅产业化的措施

对于我国产业化住宅的现状应结合以下方针发展:

- 1) 政府政策扶持是引导;
- 2) 相关技术支持是促进;
- 3) 建设单位响应是支撑;
- 4) 消费者接受是目标。

4.1 制定相关标准,实施扶持政策并加大扶持力度

4.1.1 成立产业联盟,完善住宅产业化结构体系

由政府引导企业成立产业联盟,整合大型企业现有资源,加强技术交流。组织专业人员进行市场调研,了解消费者可接受的基本户型,按要求设计需要装配的部品尺寸、形状等,编著产业化住宅规范、通用部品规范,完善住宅产业化结构体系。



4.1.2 提供政策支持,促进住宅产业化发展

政府机构可以实施下列政策推行住宅产业化: 1) 对申请住宅产业化基地的企业进行政策扶持如降低地价、帮助市场推广等; 2) 通过优惠政策吸引地产企业走住宅产业化的道路,提供住宅产业化技术研发补助基金; 3) 鼓励金融机构对实施住宅产业化项目的企业提供低息贷款; 4) 降低购买产业化住房的首付比例,降低购房贷款利息,吸引消费者对产业化住宅的关注; 5) 设立住宅产业化重点学科,政府投入一定资金资助高校住宅产业化研究,提供技术支持和人才储备。

4.2 应用新型技术,加大对技术的投资

4.2.1 加强合作,结合自有资源创新发展

加强与高校、科研机构合作,借鉴国外先进技术,创新发展,积极推广新技术,建立信息平台共享研究成果,走出一条适合我国房地产行业的住宅产业化发展道路。如万科与清华大学、同济大学建立合作项目,结合自己建立的住宅产业化研究中心,投入大量资金开发新型技术,吸收日本和香港的技术,开发出自己的VSI工业化住宅技术体系,并应用于在建项目。

4.2.2 运用BIM技术,整合全过程的管理

BIM技术主要用于建筑全生命周期的管理,它能够对建筑物进行模拟、分析、计算、3D视图等工作,将建设项目的各个阶段整合到一个信息平台,帮助用户提高效率,降低建筑成本。经过最近几年的发展,BIM技术在建筑行业广泛应用。

使用BIM技术能够有效实现模块化设计和通用部品

的零件库。住宅工业化的住宅具有结构简单,户型单一且模块化等特点,这使BIM建模简化了工作并降低了难度。工业化的住宅也要求实现部品的信息化,进行全生命周期的管理,这种生产模式与BIM技术理念不谋而合。目前广联达旗下的BIM软件能实现建筑全生命周期的控制和项目各阶段的管理,对成本控制具有一定的效果。但对施工阶段和通用部品的制造运输装配过程实现建筑建造的全过程动态可视化管理,还有待进一步研究。

4.2.3 IPD模式应用

IPD模式是一种整合体系,能够将项目全生命周期下所有参与方高度密切的整合在一起。它主要优点是: 1) 有效的缩短项目工期; 2) 降低项目成本; 3) 提高产品质量; 4) 降低项目风险。对工业化住宅建设过程中,建设单位、设计单位、施工单位、部品生产厂商等参与方需要高度的信息交流才能减少施工中出现差错,为此可以通过BIM技术平台进行IPD模式交互,解决建设中可能出现的问题。美国和澳大利亚等国对IPD模式在建筑行业的应用都已经到达了一定的水平,并发布了IPD指南,而国内IPD交付模式在建筑行业应用寥寥无几。将IPD模式应用到住宅产业化过程中,能进一步推动住宅现代化的发展。

4.3 企业积极响应,推进住宅产业化发展

4.3.1 建筑企业积极求变,采用新型技术施工

建筑企业应打破传统思想改变传统施工工艺,积极的引入国内外新技术,应用推广。尽可能的进行建筑部品工业化,提高住宅质量,缩短交付工期,降低环境污染和建筑垃圾的排放。

4.3.2 大力发展通用部品生产商

通用部品厂商在推动制造业下游的发展起到了关键的作用。建筑部品生产商可以借鉴于制造业发展模式,由政府牵头组建大型企业,结合部品标准规范,从事建筑通用部品的生产,既能保证部品质量又能满足资金运转的要求,以此完善住宅产业化的生态系统。

4.4 转变消费者观念,通过保障性住房推进产业化住宅市场化

4.4.1 提高消费者对标准化住宅的认知度

住宅产业化发展的障碍之一就是消费者对产业化住宅的认知度不足,对采用新技术修建的住宅缺乏信任。尤其是当消费者对产业化住宅的安全性、实用性、质量、功能、个性化等方面缺乏了解,就很难去接受产业化住宅。通过政府和开发商对产业化住宅的

优点进行宣传,提供消费者优惠购买政策,让更多的消费者了解到产业化住宅的益处并愿意接受住宅产品。

4.4.2 在保障性住房中推进住宅产业化

“十二五”期间,我国将建设3600万套保障性住房。由于保障性住房对个性化和功能化要求较低,可以优先采用标准化和通用化的部品进行大规模的工业化生产,开发系列具有标准化的部品,根据要求进行现场装配。在保障性住房中推行部品化、产业化生产,能有效的推进我国住宅产业化发展。

5、结语

住宅产业化是建筑行业的必然趋势,目前我国住宅产业化发展与发达国家还存在很大的差距,形成差距的主要原因是我国住宅产业化发展起步晚,此外政府政策不力、住宅产业标准化技术落后和通用部品标准的缺失等因素也对住宅产业化发展造成了极大的阻碍。我国住宅产业化发展应由政府政策引导并加大扶持力度,拉拢大型企业成立住宅产业联盟,加大技术研发投入,并将新型技术如BIM技术和IPD交付模式应用于施工过程中,积极宣传改变传统观念,推动产业化住宅被消费者接受。通过采用以上措施来解决我国住宅产业化发展的问题,加速住宅产业化发展进程。



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。



※本版块文章为员工个人观点。

我们心中的



家是当你难过、失望、受伤的时候，最想要依靠的地方，也是有些人奋斗大半辈子，一直努力拥有的住所。我想要的家，不必很大，要有阳光，有微风吹动家里摆设的绿植，容纳得下朋友小聚，格局精巧，设计用心。

——包孟婷

小时候，宽宽的阳台是家最具乐趣的地方，花盆里的蚂蚁就能陪我玩一个下午。后来，对家记忆最深的地方当属客厅，那时家很小，一家人聚在客厅里，吃饭，看电视，夏天铺上地铺打滚，冬天围在火炉边聊天。如今长大成人，家不再是那一块块分割出来的区域，它是感情的归属地。家里的每一块区域，每一个角落又都被赋予了生命，等待着我们去发现。

——何剑

以前觉着外面的世界很精彩，总想去离家远一点的地方，直到独自在外奋斗，才明白身居之所不能为“家”。家，是休憩养心的地方，是亲人围绕的乐土，是香气四溢的饭菜，是遮风挡雨可以避寒消暑的地方。广厦千间，夜眠不过三尺。我想要的家，不用很大、很豪华，但要有贴心的格局，暖心的布置，它最好有72变，容得下一家人围着电视其乐融融，也容得下三两好友小聚品茶。

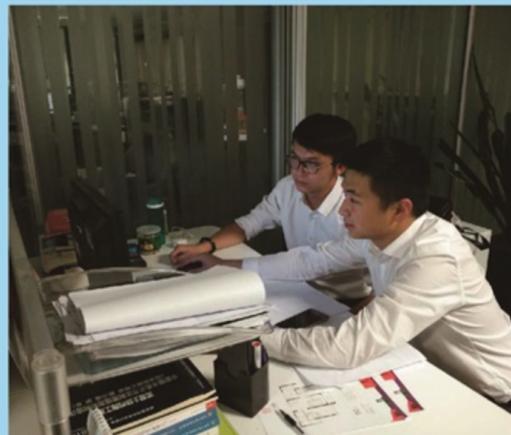
——徐光炜

在人们看来，家是温暖的港湾，是心灵的慰藉。对俊发而言，家是一份承诺，一份守护，一份责任。家可以宏伟到高楼林立，也可以简洁成一幅充满真诚的设计图纸。

俊发18载，始终秉持“以客户需求为导向”的初心，随着90后逐渐走向社会，这一群体无疑将成为俊发未来的客户。于是，我们站在客户的角度，结合销

售过程中得到的反馈，亲手绘制出我们心中的家。

每一次尝试，都将是一次进步。来自不同职能中心的我们也许不够专业，甚至从未设计过户型、绘制过图纸，但我们愿意付出更多的时间和努力，与俊发这个大家庭共同成长。愿我们心中的家，总有一天能成为给你感动于惊喜的家。



Loft 公寓 给你一个双倍的家

何剑 陈泰丰 苟华平

LOFT公寓最早出现在20世纪40年代的美国纽约，通过对废弃工业厂房进行改造从中分割出来的一种供娱乐、社交、办公的居中所。我国最早出现在上海、北京、广州主要的一线城市。LOFT公寓总会与时尚、前卫等词挂钩，独特的设计广受青年的欢迎。

一、设计定位

双倍空间，满足你对生活所有的想象

房价的不断飙升，让城市的年轻人很难拥有一套属于自己的房子，高房价让他们在一座城市里举步维艰。LOFT公寓的诞生，实现了更低的总价购买更大的面积，两层的复式设计能够更充分的利用居住空间，而价格仅仅为一层的价格，实际单价更加亲民，多功能的布局让你不管是居住、休闲娱乐、办公等方面自由切换，从而满足年轻人对生活所有的想象。

双倍时尚，5.9米的层高LOFT时尚公寓+SOHO居家办公

LOFT公寓总会与时尚、前卫挂钩，内部空间的多重DIY，能充分发挥你的想象，设计出最具时尚的居住空间。

双倍幸福，LOFT生活的“甜”+SOHO创业的苦

双层设计，LOFT公寓能够将你的生活和工作集中在一套房子里，让你对生活充满希望，对工作充满期待。

双倍收益，一层投资，两层价值，未来前景无限

LOFT公寓，用一层的价格购买两层的价值，在一线城市，房价有升无降，低价格的小户型LOFT公寓，最具投资价值。

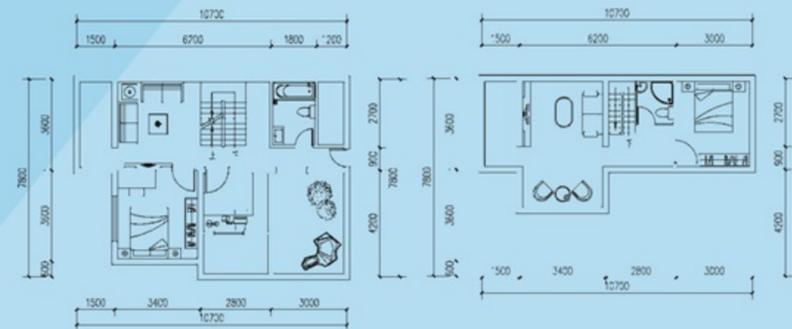
二、户型布局

本案根据LOFT的特征，结合年轻人的居住环境和习惯，最大可能的利用建筑空

间，设计成3室2厅2卫1厨。户型最大的特征就是高赠送和多功能布局，赠送主要包括二层的全部赠送和一层的阳台赠送。一层以起居为主，二层设有1个大阳台和两个洽谈室，根据需要可进行多功能布局，除可以用来办公以外，还可以设置成书房、电脑室等，通过独具特征的个人DIY，满足自己和家人的需求，呈现出最具个性的居家环境。

三、装修效果

装修主要展现个人特色，按照自己喜欢的风格对各空间进行独立布局，以满足90后个性时尚的性格。



一室之不治，何以天下家围为？

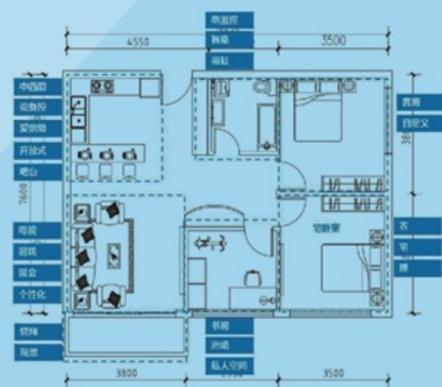
徐光伟、陈冠霖、谭雅文

过去蜗居在拥挤简陋的小屋，一家人其乐融融，有着总也说不完的话；如今搬进宽敞明亮的大公寓，却只剩下匆忙的脚步声。即使怀抱改变世界的梦想，也离不开供给能量的家。一室之不治，何以天下家围为？总要有一个没有后顾之忧的家，才能无所畏惧地披荆斩棘。

设计理念

根据90后的喜好和需求，打造一个舒适、智能，具备娱乐感的家，使其在有限的空间中享有无限自由，做回自己，补充能量，然后整装待发。

户型展示 (三室两厅一卫 77.9m²)



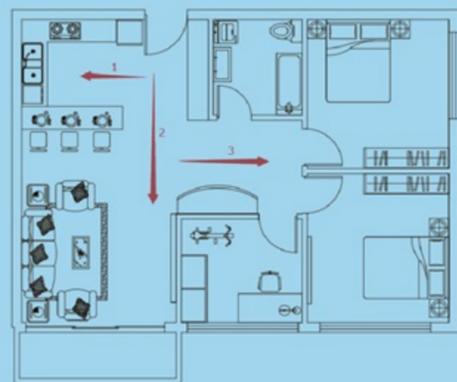
全屋智能化

使用手机或遥控完成全屋操控，如不同时候灯光亮度的调节，空气指数和水温的调节，窗帘的开合，电视、音乐的播放，以及远程煮饭、远程监控等。



户型路线优化

进门即可到厨房放置、清洗购买的水果、食材，随后到客厅或阳台休息；
书房介于客厅与卧室之间，形成娱乐-工作-休息的流水线；
卫生间靠近入门和卧室，方便使用；



餐厨空间

中西厨结合，多元功能。可做简餐、可烘焙。便捷、专业、有格调，易于清理；
嵌入式厨具与独立厨具相结合，节约空间，考虑成本的同时，满足90后的设备喜好；
采用对开门冰箱、三合一洗碗机等集成化设备，提高空间利用率，使操作更为便捷；
餐厨合一、开放空间，餐桌与厨房操作台和吧台结合，将用餐、交流、厨房工作合为一体，增加趣味性。



客厅

集电视、游戏、聚会为一体的多功能客厅；
嵌入式智能电视、综合娱乐设备及投影设备，居家享受家庭观影、聚会娱乐，体感游戏；
与观景阳台相邻，开间大，通透感强，采光好，可在阳台烧烤；

90后生活	90后需求
居家放松	家庭观影
娱乐体验	体感游戏
社交聚会	小型聚餐及游戏

推荐设备：乐视 TV、全 3D 短焦投影机、Xbox one 无线游戏手柄、超级歌王……



书房

集工作、阅读、运动于一体的私人空间；
多功能办公桌，满足基本工作要求及文件摆放需求；
落地凸窗+软榻，享受窗边阅读的舒适感；
自由空间，可摆跑步机、可进行日常瑜伽、平板支撑等……



卧室

凸窗设计，采光好；
收纳隔墙，拥有更多的衣帽摆放空间，提高空间利用率，增加使用范围；
多功能床头柜，方便收纳零散杂物，易于取放，附带可活动桌板，满足90后在床上使用笔记本电脑的需求；
床+收纳，充分利用床下和床周围的空间，扩充收纳空间；
自定义客房，可供父母、亲友小住，可作为家庭影院，或将来改造为儿童房。



卫生间

洗漱台：洗脸，刷牙，基础护肤，取戴隐形眼镜；
沐浴区域：沐浴泡澡合一，香薰、听音乐，采用恒温水龙头和热水系统，避免反复调节水温的困扰，自动净化水质；
如厕区域：看杂志，玩手机、IPAD，智能马桶；
个人护理：称重，按摩，健康护理；
卫浴装配易安装、易改造、提供自由产品组合搭配。







置业顾问是购房者的资产配置专家

——入职半年的拙见

项目销售 何剑



入行已近半年，在和其他岗位的同事交流学习时，常发现其他岗位的专业性非常明显。工程岗有专业化的施工标准、设计岗有专业化的工具及设计规则、财务岗有标准的工作流程和思维逻辑。那作为房地产置业顾问呢？

首先，置业顾问是购房者的资产配置专家，用这句话来定义最好不过了。目前，较流行的资产配置方式有如下几种：股票，黄金，置业……如果我们要给客户恰当的配置意见，那首先应该自己熟练掌握这几种投资的基本信息，如投资回报率、周转期、周转率，基本金等。能为客户做出比较客观的分析，如买房与租房之间的资金差异，买房具有稳定性和可预见性，并且在后期，只需花很少的时间租房或者出

售就有收益，而不像炒股这类的投资方式需要大量的时间和精力去经营；又比如购买一套学位房，可以节省接送小孩的时间、小孩的安全有保障、拥有良好的成长环境，同时房产本身就具有很高增值空间，并且可以通过比较准确的数字来呈现。掌握了这些相关信息和思维方式便是置业顾问专业性的一种体现。

其次，我们的销售和银行理财经理出售理财产品具有类似性，一个有形，一个无形。理财产品强调利率、分红、周期；住宅或商铺则注重地段、户型、配套等。好的理财经理在推荐理财产品时，会告诉你收益多少，为客户描绘出一副美好的收益图景。同理置业顾问除了在给客户介绍我们的开间、进深，绿化率等数据时，还应该在这些专业词汇中加入我们对生活化场景的真实感受。这就需要我们本身的专业性，除了暗踩、对比销讲之外，最重要的还是深入项目当中，去感受和发掘，去想象自己的如何在这样的环境中生活。

在日常工作中，我们感受到某岗位的专业性最直观的是通过他们的工具、术语以及工作流程规则。而置业顾问在销售一套房屋的过程中，要和案场管理、报备系统、财务、银行按揭、公积金提

取、公积金贷款、签约管理、产权知识、物业管理、优惠申请、特殊流程等一整套系统进行对接。每个相关部门所需的资料和审批流程都不相同。对这一整套业务掌握的越熟练，越能为业主提供更加优质的服务，同时公司营销运营的效率也会越高。虽然这一块业务体系庞大，种类繁多，但是绝大部分都可以通过用心和实践来掌握。

当我提到军人，我们会想到忠诚、守纪；当我们提到检察官，我们会想到铁面无私、严格执法；当我们提到银行工作人员我们会想到严谨不苟。这些都是因为岗位需求所外放的专业化精神，那么做为置业顾问应该具备哪些基本置业精神呢？

第一、遵守规则

遵守规则应当是置业顾问最重要的精神之一，因为在销售过程中牵涉面广，对接部门众多，且买卖双方处于信息不对称的情况。所以当我们极容易做出过度宣传，这种办法只能暂时的解决销售问题。但是交房之后，实物和置业顾问承诺的出入巨大，容易导致客户维权、退房，会给公司造成永久的损失。遵守规则还体现在提交材料、申请优惠等方面。虽然在当时能完成销售任务，但是因为缺失资料或者隐性违规操作导致无法在后期通过审批，整个流程又必须打回重走，从而导致运营成本加大。这些问题大多是在销售的源头上就没有按照规则来办事。

第二、踏实严谨

一整套销售环节走完直到客户接房入住，至少需要和6个以上的部门对接，每一个部门平均有3份以上的表单或文件要填写。每一份表单都可能涉及金额、面积、房号等关键信息。只每一个部门的工作完整无误的完成之后，下一个部门才能够进行工作。所以一个置业顾问的工作做的够不够好，够不够专业，就是看他在处理这些繁杂的业务时会不会犯错，就是看他在处理一个又一个流程时有多细心，是不是把每一个环节都考虑到位了。

第三、勤奋踏实

置业顾问就像是农夫，接待的每一位客户就是一粒粒种子。收成好不好，一分看天，另一部分完全取决于个人努力。客户维护的越好，种子就越容易结果，种子种的越多，那在旱季也能有所收获。

此三点专业要求和三点专业精神应该就是我心目中的专业性体现了，这些东西应该是置业顾问的标签和面貌。但是还只是硬件部分，软件部分都来自于一个人的三观、修养、和工作习惯，这些才是最核心的竞争力，也是最难做好和最难持续发展的地方，也是作为一个新入行的置业顾问往后不断发展的地方。



Forever Young 永远青春

■ 工程管理部 黄雯雯

这一天醒来 忽然发现自己不是学生了
二十岁的时候曾经以为毕业离自己那么遥远
可以无忧无虑的蹦跶 快乐或者悲伤
可现在好像二十岁的蜡烛还没有熄灭
毕业的蛋糕就已经摆在了我的面前

大家都说 毕业就该现实
我翻了翻百度 解释很多 但总结就一句话
毕业了 人应该能坦然面对一切困难了

我能做到吗 我不知道
所以就回头看看一路走来的自己
我想对自己说
毕业了 别傻笑了
毕业了 别胡闹了
.....
可是能做到的吗?

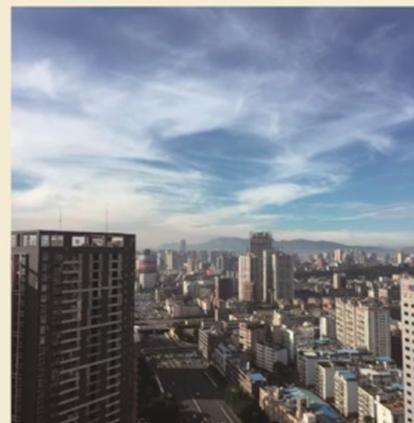
我敬畏毕业带给我的恐惧
却也毫不畏惧的背负它给我的希冀

毕业
教会了我责任和担当
教会了我珍惜和坚强
也教会了我做饭和煮汤

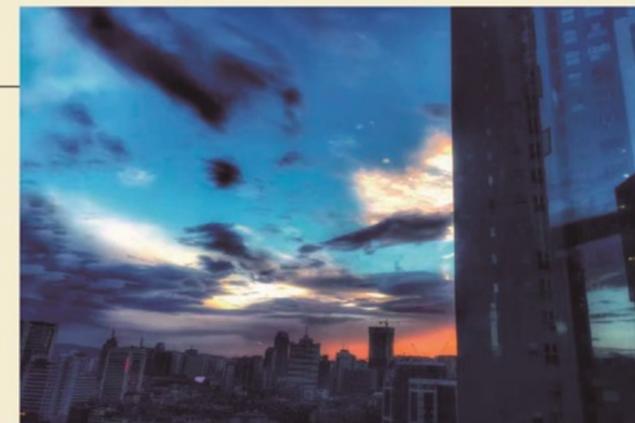
前些天看到有朋友把我比做一道光
是生活态度的榜样
我的确想做一道阳光 却没有那么伟大的目标
只希望喜欢我的人能感到快乐 明亮

今天 是我工作满七个月的日子
送自己一个礼物
是一份好的心态

Forever Young!



《You are beautiful! 》



《七彩俊园窗外的蓝》

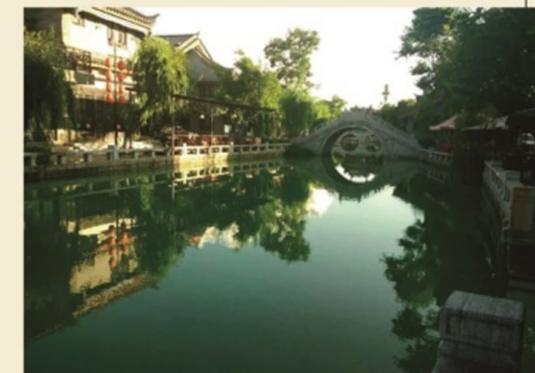
总经办 李薛



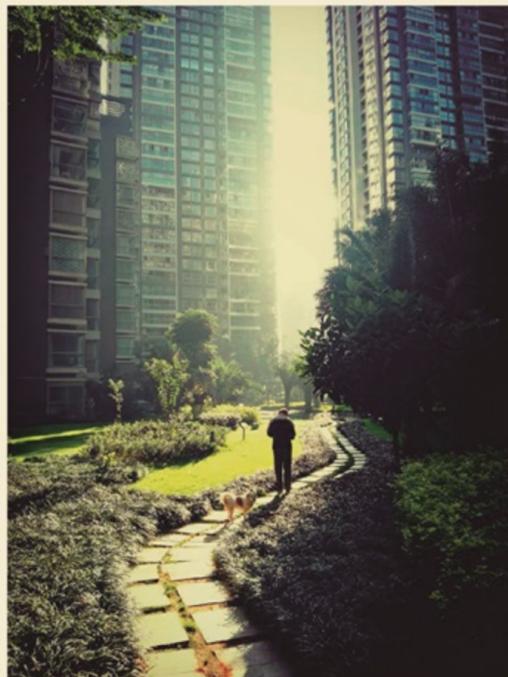
《华灯初上,皓月当空,大美俊发系》 营销管理中心 吴世宏



《金盾双层彩虹》
运营管理中心 陈冠霖



《亭台水榭》
成本管理中心 汤国林



《回家的路》



《晨光》

代强



《霞光万里》

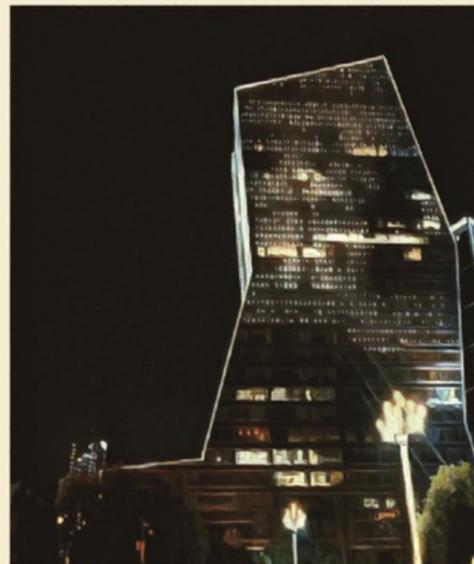


《远望》



《绽放》

研发部 陈泰丰



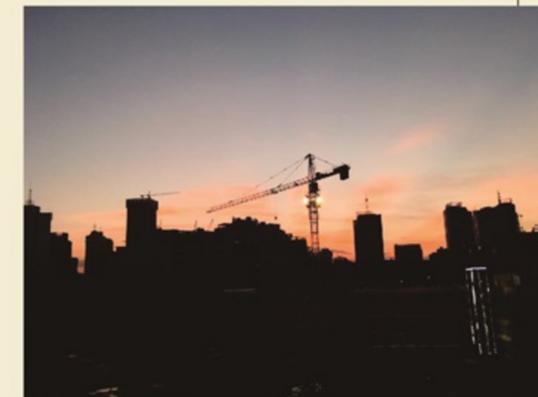
《油画中的俊发中心》
品牌部 郝冬雨



《此时、昆明》
项目策划 颜境良



《兴来探马策 俊发抱龙泉》
战投部 詹玉斐



三个月的实践学习，能让作为工程口的学生兵快速的成长，每天面对工地、塔吊、钢筋混凝土，看到的不是枯燥而是未来，方案中的大楼终将拔地而起，梦想终将呈现在眼前。

工程管理部 苟华平



运动、美食、公益 — 我们活动的轨迹

— 核算管理中心 揭应行

运动篇

要么户外，要么读书，身体和灵魂，总有一个在路上！

读书，怎么想都觉得是孤独的事情。平时想找什么地方好好看一本喜欢而又一直没时间看的书，便会在一个地方静静的阅读。但是车水马龙，静静的看书，毕竟不是人人都能做到的，于是更多的人远离了读书的快乐、阅读的幸福；被网络、电话禁锢，确实是无可奈何。那么让我们去参加户外吧，说走就走，不管远近、背上背包，肆无忌惮，欢声笑语……

犹记得2016年7月30日，户外俱乐部首次长虫山活动，飘飘洒洒的小雨考验了大家的运动激情和不屈不挠的意志，长达一个多小时的攀登过程，道路的泥泞、狭窄、崎岖让我们感到登山的不易，汗水和雨水混合在一起，随手挥洒而去，率性洒脱。人生有时候就是要这样折腾，晃晃悠悠、跌跌撞撞，一路前行，山顶就是在这样的过程中到达的，犹如你人生中的一个小小目标，只要你一直走，总是可以完成的。



美食篇

我们户外俱乐部除了能享受到运动带来的乐趣，还能享受到美食带来的好心情，2016年8月20日，俱乐部第二次登山+自助烧烤活动圆满结束。登滇池西山抚龙门，享大自然风情烧烤，除了运动，我们还有美食，如果你也是吃货一枚，那请放下你手中的手机，自己动手，享受劳动带给你的满足感，享受美食带给你的愉悦。那如果要是吃胖了怎么办？那就继续参加咱们的户外运动吧！



俊发健康俱乐部



JUNFA HEALTHY CLUB

公益篇

践行公益，挑战昆明十峰！2016年9月10日，“俊发户外运动俱乐部”携手“远山国际探险组织”将户外登山与环保公益相结合，成功完成老爷山登山挑战。虽然天空下着蒙蒙细雨，各位环保卫士们还是不辱使命，在辛劳的登山过后收拾老爷山遗留的垃圾，还大自然一片洁净。也许一次活动的力量还不够大，但是每次的活动都将凝聚公益的力量，慢慢地，每次活动种下的环保之花，将会铺满春城大地。

户外有我，健康同行，“俊发户外运动俱乐部”虽然成立时间不到一年，但是有着成员们的积极支持，会长及后勤人员的默默奉献，相信会越来越好。因为我们有俊发人坚持的信念和不懈的努力，就如俊发地产从1998年成立至今，18载知行合一，坚持以品质筑就生活，终将铸就更多辉煌！



来自羽毛球俱乐部的力量

对于羽毛球的喜欢是从小就开始的，从打野场到看比赛再到自己练习。幸运的是，来到俊发没多久，公司就组织成立了羽毛球俱乐部。

俱乐部的活动总是如火如荼地开展，每次活动报名，身边的同事都会三两相约。

“这周活动去么？快！我帮你报名。”
 “好！再叫上谁谁谁！”
 “好！大家一块去。”

热情和活力总能横扫工作时的沉闷，办公室里立马又充满着能量。大家有说有笑，期待着羽毛球场上拼搏的痛快和大汗淋漓的畅爽。

公司于8月举办了“谁羽争锋”盛唐城业主羽毛球比赛。在俱乐部会长、成员的鼓励下，许多俱乐部成员都报名了比赛。那天我怀着无比忐忑的心情，来到比赛场地。俱乐部的伙伴们、同事们热情地给我指引，沟通比赛时间、赛制情况，熟悉场地，让我紧张的心慢慢恢复了平静……

比赛开始，同事们有的分析战略、有的积极拍照、有的加油助威、还有参赛的同事沉着应战。专注和拼搏是他们的状态，似乎能让人看到工作时，他们认真、积极地在不同岗位上用自己不同的方式展示着身为“俊发人”的精神和力量。

对于我们学生兵，来到公司收获的东西很多，而我认为俱乐部带来的感动和力量就是其中很重要的一部分。大家通过参与俱乐部的活动，认识不同部门的前辈和同事，在轻松的气氛中谈生活，聊工作。而对于羽毛球俱乐部的感情，也从每一次俱乐部大旗挥舞开始，从每一次球场上欢笑、每一次大汗淋漓开始、每一次“俊发人”的大合影开始。

——洪巧丹



做为俊发人，我幸运，我骄傲！

运动是生命的不老秘诀，能让人在享受青春活力的同时收获健康与愉悦。无关性别，不论年龄。运动的过程是活力迸发、压力消散的过程，这里没有办公环境里紧凑的节奏和严谨的氛围，只需放松身心，让水花肆意洗涤身心的疲倦，就能在奋勇向前的过程中积蓄青春，积攒健康。

众人拾材火焰高，在当今日益激烈的社会大环境下，整个团队协作的重要性已远远超过个人能力的突出与否。由于区域职能等的不同，我们平日里接触到的同事相对比较固定；而现在，有了“游泳俱乐部”，使得大家有了“游”在一起的可能。即使有些人在工作中不会有业务交叉，但一声再普通不过的问候：“你好、游了多少圈啦？”，增进了我们俊发大家庭的和睦、团结。

都说游泳是“季节性”运动，却不大赞同。俱乐部刚成立那会儿，炎炎烈日，大家热情高涨，踊跃报名，以至于非会员报名不得不采用限制名额。而最近两次活动，平均人数固定在十人左右。原因真的是大家所说的“温度”么？不！游泳馆水温常年都是：26.5℃。或许季节变换、阴晴不同会导致轻微的体感温度差异，但主要原因还是心态。别再让他人口中的“我认为”定义你自己，记住每个周五下午七点，我们准时在财大游泳馆门口欢迎你们的到来！

——杨慧杰



挥洒汗水 拼搏向上

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；场外啦啦队更是热情高涨，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。

——周文韬





我们想要给俱乐部成员带来什么

S' Club的成立从前期一支啦啦队的构想，到后期想要服务于全公司喜爱室内运动的员工。不论是从受众范围，还有俱乐部活动形式都有着很大的跨越，这对我们几位俱乐部工作人员都是一种挑战。随着第一期活动的成功举办，获得了参与人员的一致好评，作为俱乐部工作人员的我们，很开心能够把快乐健身这样的理念和大家分享，更希望大家能继续支持我们的后续活动，一起见证这个俱乐部的成长。

作为瑜伽活动的领队，我虽然有四年的瑜伽练习经验，但第一次带领这么多人一起练习，心情还是很忐忑。瑜伽对于初学者来说是一种很有挑战性的运动，并且一些中高阶动作需要较好的身体柔韧性来支撑，这就导致大部分人在初期练习之后就放弃了。所以在这里给大家分享我从瑜伽运动中学习到的一种精神——自律。

自律体现在生活方方面面，比如说运动后的饮食是否健康，有没有忍住不吃高热量的食品、是否每天都坚持练习，这些都是需要自我控制的事情。我们相信，大部分人都希望拥有健美且肢体匀称的身材，所以在俱乐部推广中也打出了塑造身形的口号，而如何实现这一口号，将成为我们的目标，努力让每次锻炼成果产生从量变到质变的飞跃。

我坚信，不管环境怎样变化，都要对自己有严格的要求，保持一种自律的气质。或许不能改变你暂时的现状，但假以时日，它终将回馈巨大的惊喜给你。

—— 李想



长跑俱乐部首创打卡积分跑

俱乐部成立至今三月有余，无论哪个俱乐部都面临这同样的问题：会员参与的积极性随着时间的流逝渐渐消磨，这一点不可否认也并非偶然。出于客观原因，光靠每月组织一两次集体活动也难以让每个人都参与，并且俱乐部的本质并非只是搞集体活动，而是激发大家的运动积极性，让运动成为每位会员日常生活中的一部分。这正是考验会长们如何引导俱乐部向着健康方向发展的时候。为了重拾大家的热情，秉承创办俱乐部的初心。长跑俱乐部一马当先的提出了奖励性的“打卡积分跑”。

那究竟是个什么样的“打卡积分跑”呢？且听我为您慢慢道来：以一个时间段为区间，在这个区间内的跑步总里程排出名次，根据排名的先后顺序分别给予差异化的奖励。具体办法是：2016年10月10日起至2016年12月31日这段时间内，会员每次跑步通过悦跑圈、Nikeplus等APP记录之后将跑步情况（包括里程、时长、平均配速、线路地图等信息）截图发至长跑俱乐部微信群中完成打卡，由会长负责逐一记录，并定期将记录结果发至群中接受会员核对监督。为公平、公正、公开，打卡只以在群里公开发布的为依据，每次记录可查，所有人都可见。

自活动开展以来截止目前，已统计到14位会员的打卡情况，其中不乏几位几乎每天坚持打卡的会员，并且不断有会员参与进来。累计打卡里程已超过330公里，日均30公里。值得一提的是会员陈晓鸣先生和宋志菲女士几乎每天都坚持晨跑，这是一种非常健康的生活方式，不仅保持早睡早起还锻炼身体！笔者个人觉得，无论是不是长跑俱乐部会员，无论是否喜欢跑步这项运动，我们都应像他们学习用自己喜爱的方式坚持锻炼身体，享受健康生活！

—— 徐源



揭应行

户外俱乐部
获奖理由：
积极响应部落号召，应为真正户外人！



杨思远

足球俱乐部
获奖理由：
积极参加活动，在比赛过程中起到带动气氛、控制活动节奏的关键性作用，关心照顾新人。



索建臣

篮球俱乐部
获奖理由：
宝刀未老，在赛场上挥汗如雨，体现俊发勇于拼搏的精神！



王磊

羽毛球俱乐部
获奖理由：
技术精湛，积极参加运动，对全员有模范带头作用。



张鑫

长跑俱乐部
获奖理由：
无论身在何处，工作繁忙仍坚持跑步，是我们学习的榜样！



包孟婷

游泳俱乐部
获奖理由：
每次参与活动，主动承担俱乐部活动稿件收集、编辑、写作的任务，为俱乐部活动的对外宣传做出了突出贡献！



李想

S'club舞力俱乐部
获奖理由：
全力支持前期俱乐部筹备工作，任瑜伽老师，辛苦教学，备受会员们热爱。

1. 设计管理中心
甘国涛
工程管理中心
蔡宝仪
熊伟

2. 营销管理中心
郭金春
成本管理中心
赵文润

3. 营销管理中心
叶正芬
陈雅琪
核算管理中心
许一名

4. 工程管理中心
陈元平

5. 酒店
张卿玮
陈思聪
李博
马恩宇
吴莹
设计管理中心

6. 设计管理中心
沙玉
张蓉
马德良
柴雨
蒋典旭
文梦婷
段伟
文梦婷
核算管理中心
文梦婷
设计管理中心
沙玉
张蓉
马德良
柴雨
蒋典旭
文梦婷
段伟

7. 营销管理中心
李雪梅
张群

立冬

8. 工程管理中心
王东
核算管理中心
木晓燕

9. 营销管理中心
曹春琼
张永坚
马思圆
胡艳芳
邬俊伟

10. 战投管理中心
冯清勇
詹敏
苏俊杰
李晓艳

11. 设计管理中心
罗扉
蒲静

12. 营销管理中心
刘红波

13. 封佳宝
封佳宝

14. 营销管理中心
王梅芳
唐源
任燕利
田莉

15. 营销管理中心
吴世宏
周宇
彭钊

16. 营销管理中心
胡勇
陈婷
何剑

17. 工程管理中心
罗志强

18. 高管
任晓丽
胡亚萍

19. 林巧丹
徐坤

20. 营销管理中心
杨豫川
陈彦
赵秋萍

21. 核算管理中心
罗娜
苏超菱
李梓瑜
刘国江
严永骏
李婷
杨扬
王娇
普澎坤

22. 营销管理中心
王媛
虎荣莲
吕晓娟
郭帆

小雪

23. 工程管理中心
龙燕清
孙金坤

24.

25. 营销管理中心
赵薇
余旭
赵欣琛
卢冬姣

26.

27. 酒店
牟嘉骏
范志才
金彦徽
朱建平

28. 设计管理中心
张善书
李盛情

29. 高管
张福勇

30. 营销管理中心
吴光远
杨社全



HAPPY BIRTHDAY

拾壹

JAN
HAPPY BIRTHDAY