

# VOICE



四月征稿主题 世界读书日

## 不做蝼蚁不做神 只做一个读书人

2017年4月23日是第22个世界读书日。读书日的主旨是“希望散居在世界各地的人，无论你是年老还是年轻，无论你是贫穷还是富裕，无论你是患病还是健康，都能享受阅读的乐趣……”

那么本期《VOICE》就请与我们分享你和阅读之间的故事，喜欢读什么书、喜欢什么时候读书、喜欢在哪里读书、最想推荐的一本书都可以是分享的内容。（PS：图文并茂是一种美好的品德，请在分享内容中附上照片）

以分享内容交换心仪的书，每一位分享者的分享内容一经采用，都可以到《VOICE》编辑部登记你心仪的图书，编辑部为您买单。

最后，祝大家都能够阅读中永远进步！

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：2017年4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 董嫣红  
即日征稿，欢迎大家踊跃投稿！

《俊发VOICE》编辑部

### 总经理语录

解读两会·运筹未来

地球一小时，俊发一直在行动

## 关注外界变革 为企业发展注入全新动力

——集团高层近期走访心得分享





## PREFACE | 卷首语

---

### “火车头”变“动车头” 员工被动变主动

从火车的提速进化史看公司的发展，第一次提速是蒸汽机车变成内燃机，动力源增强，但只有一个；第二次提速是短铁轨变长铁轨，减少摩擦力，优化机制；第三次提速是动车在每节车厢上增加动力源，动力源多元化。

作为一个企业,如果只有领导充当火车头,虽然开足马力跑,但动力始终有限。俊发即将推

行落地的事业合伙人制度,实现了“共创”、“共担”、“共享”的机制,让员工都成为动力的来源,增加正能量,增强积极性,化“被动”为“主动”,把个人的工作当做自己的事来做,彻底改变之前事事都围绕着“老板”转的固有习惯,实现员工主动工作,主动担当,主动行动,主动创造。

---

《俊发VOICE》编辑部

# CONTENTS

目录

RESTRICTED PUBLICATION 2017年 总第122期

QUOTATION 03

总经理语录

JUNFA NEWS 05

俊发广播站



REPORT 11

深度报道

解读两会·运筹未来

思则有备，关注全国两会十大房地产热点话题  
认清形势，把握趋势，危中求机

PLANNING 17

特别策划

钢铁中枢  
如何炼成

——俊发建设集团中层管理者系列培训心得分享

术业专攻和大公无私的心

——建设集团人力资源中心总经理 张婕

从“要我做”到“我要做”

——建设集团宏仁村项目负责人 谭志友

树团队先树人，树人先树心

——建设集团运营管理中心、房建管理中心总经理 许斌



八载助力地球一小时，俊发一直在行动  
保护地球不只一小时

BROWSE 31

博览

关注外界变革为企业发展注入全新动力

——集团高层近期走访心得分享

用数据实现对用户的“万有引力”

——链家网考察分享

JUNFA  
HEALTH CLUB 42

俊发健康俱乐部

我的十峰之五——金铜盆山之旅

芳草绿野恣行事，春入遥山碧四周

ELEGANT  
APPEARANCE 47

员工风采

像遇见了很久



主办：俊发地产有限责任公司

顾问：李琦

主编：王宁

责任编辑：董嫣红 胡艳芳 谭雅文

视觉创意：Birthidea 博思堂®

设计：代强 李举 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>

有思想  
就有明天  
有梦想  
就有未来

总经理  
语录



QUOTATION

1、打破过去“闭门造车”、“固步自封”的闭塞状态，用更开放、更专研的姿态去探索学习业界优秀经验，结合自身实际，用好“拿来主义”；营造良好的工作氛围，激发员工的创造力，实现“火车头”变“动车头”，员工被动变主动，整体提升团队的战斗力。

2、过去是总经理一个人充当火车头，虽然开足马力跑，但动力始终有限。现在俊发实施了事业合伙人制度，实现“共创”、“共担”、“共享”的机制，让每一位员工都成为动力的来源，让每一节车厢都充满动力。

3、俊发提倡业务创新和管理创新，每个职能口都要认真思考，明确“抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来”的发展思路，不断寻求新方法、新手段，打破现状瓶颈；改变办公室现有格局，增加3-5人小型议会场所和休息室、茶水间等多功能室，营造活跃的工作氛围，激发员工的创造力；让员工少开“大会”，多开“小会”，通过小型讨论，碰撞出创新的火花，实现有问题及时沟通，点对点高效解决……

4、当下是互联网的时代，是共享经济的时代，信息共享的价值日趋凸显。要做到信息共享，就要做好信息沟通。不仅要纵向沟通，更要加强横向沟通，让所有的业务端口信息都高度互通，高度对称。

5、做好数据管理工作，每个职能口都有各自的数据需求，只有分析有需求价值的的数据样本才具有指导意义，才能有效防范风险，支撑决策。因此每个业务端口都要清楚的了解目标是什么，要实现目标需要怎样的数据支撑，增强自身数据筛选的能力，及时有效掌握有价值的信息。

6、做产品需要我们“以客户需求为导向，客户满意为宗旨”，这里所说的“客户”不仅仅是我们的业主，还包括银行、政府、合作伙伴……这就要求我们要明确对方的需求，将所有的业务当成“产品”去“推销”，做好宣传包装，做好品牌展示，提升“产品意识”。



## 俊发中心荣获“昆明市盘龙区星级商务楼”称号

3月1日，昆明市盘龙区召开2017年楼宇（总部）经济、纳税大户表彰奖励暨招商引资大会，俊发集团副总裁苟文劲、盘龙片区运营副总经理王开峰应邀参加会议。会上，“俊发中心”荣获“昆明市盘龙区星级商务楼”称号，同时，俊发集团也被授予“纳税杰出贡献企业”的荣誉奖项。



## 俊发“开弓跑”，唤醒整个春天



3月5日，俊发长跑俱乐部“开弓跑”，在俊发·生态半岛瑞士园火热开跑，俊发集团董事长/总裁李俊，带领60余名俊发员工及家属，分为5km组、6km组和12km组，享受乐跑，尽情展现俊发人健康、阳光、蓬勃向上的姿态。

## 海南省万宁市委书记一行莅临俊发集团招商考察

3月8日，海南省万宁市委书记张美文一行莅临俊发集团云南总部，开展为期2天的招商考察。张美文书记一行，对俊发在城市更新中取得的成绩表示了肯定，并邀请俊发到万宁进行考察，加深双方合作，希望以“共享”的理念，推动万宁的城镇化建设，实现政府与企业的共同发展。



## 俊发社区昆明主城区将实现摩拜单车全覆盖

3月10日，俊发与摩拜单车正式达成合作关系，摩拜共享单车进驻俊发社区，并将陆续实现俊发社区昆明主城区的全覆盖。目前，120辆摩拜单车，已进驻俊发·盛唐城、金尚俊园、俊发城3个社区4个停车点。俊发物业还将携同摩拜单车，对小区停车点进行实时监测，及时补给车源，确保单车的数量和质量，同时规范单车停放情况，为业主提供高质量的低碳出行选择。



## 2017 品质提升年 “俊发·艾佳全品家品牌发布会” 开幕



3月15日，俊发集团2017品质提升年，暨俊发·艾佳全品家品牌发布会，在万达文华酒店举行。俊发集团董事长/总裁李俊及其管理团队，一德集团创始人、董事长，中城联盟第八任轮值主席陈俊，艾佳生活CEO潘定国等，以及俊发的业主代表，云南媒体记者等近200人参加了发布会。发布会上俊发集团和艾佳生活达成战略合作，一起打造“全品家”品牌，将掀起的颠覆式创新风潮。

## 俊发集团八年蝉联中国房地产百强企业 综合指数排名 55 位

3月16日，2017中国房地产百强企业研究成果发布会，暨第十四届中国房地产百强企业家峰会在北京召开，俊发集团连续八年登榜“中国房地产百强企业”。



## 昆明市规划局局长李亮、 清华大学教授王丽方一行莅临俊发城考察

3月18日，昆明市规划局局长李亮、盘龙区常务副区长段超、清华大学教授王丽方一行莅临俊发城，在俊发集团副总裁彭后熊、余志岗等相关人员的陪同下，对闻一多朱自清故居、晋氏宅院、梁林故居等文物进行了实地考察。



## 上海人寿董事长密春雷莅临俊发海南项目考察



3月18日，俊发集团董事长/总裁李俊，陪同上海人寿董事长密春雷，前往俊发海南项目进行实地考察。考察中，李俊董事长/总裁对俊发海南项目的规划及建设进度，进行了详细介绍，双方就进一步的合作进行了深入的沟通与交流。

## 俊发·丽江四季酒店项目启动会如期召开

3月20日，俊发集团丽江四季酒店项目启动会，在云南丽江如期举行。俊发集团设计管理中心总经理粟敏、酒店管理中心总经理罗灏洁、四季酒店管理集团高级副总裁Mr.John、设计与建筑经理Mr.Ivan、SCDA建筑设计事务所董事Mr.Jin、建筑设计师Ms.Biwen以及Bensley景观设计事务所Mr.Brain、景观设计经理Mr.Moo等参加了会议。



## 俊发集团标准化领导小组展开项目巡查 落实产品品质提升

3月21日，由俊发集团副总裁张福勇带队的标准化领导小组，对俊发昆明地区的项目展开全面的标准化巡查。本次标准化巡查从河畔俊园、滇池ONE、海东俊园开始，并将陆续深入昆明各区域十余个项目，进行工程、设计、成本、营销等方面的现场巡查，检查督促项目建设进度，了解和帮助解决具体问题，全面落实品质提升。



## 俊发集团获 “2017中国房地产开发企业500强”，位列73名



2017年3月22日，由中国房地产业协会、中国房地产测评中心联合主办的“2017中国房地产开发企业500强测评成果发布会”在北京隆重召开。俊发集团被中国房地产业协会、中国房地产测评中心联合评选为“2017中国房地产开发企业100强”，位列73名。

## 顺势而变 俊发集团管理咨询项目启动

3月22日，在俊发中心5楼会议室，举行了“俊发集团管理咨询项目启动会”。赛普咨询联席董事长李向军、中西部区域副总经理史亚芬，分别就典型房企组织架构案例分析、俊发地产集团化组织架构方案及本次咨询总体规划实施要点，进行了详细阐释。会议还通过成立了管理咨询项目领导小组和项目工作小组，以确保该项目的有序开展并取得成效。



# 解读两会·运筹未来



3月3日全国政协会议召开，3月5日  
全国人大会议召开，3月5日李克强总理作政府  
工作报告，3月15日李克强总理举行记者招待会，  
两会正式结束。两会期间，房地产市场调控、房地产  
税、70年住宅产权到期等话题成为备受关注的焦点  
问题。在此，对两会期间相关房地产的十大热点  
话题进行全面梳理，以便于学习和思考，  
做到“思则有备”！



## 思则有备 关注全国两会 十大房地产热点话题

### 01 因城施策去库存，加强房地产市场分类调控

3月5日，国务院总理李克强政府工作报告，对  
于2017年房地产方面的工作部署，共近两百余  
字，主要包括四个发展方向：因城施策去库存、坚  
持住房居住属性、加强房地产市场分类调控、棚户  
区改造再完成600万套。

购房需求。坚持住房的居住属性，落实地方政府主  
体责任，加快建立和完善促进房地产市场平稳健康  
发展的长效机制，以市场为主满足多层次需求，以  
政府为主提供基本保障。加强房地产市场分类调  
控，房价上涨压力大的城市要合理增加住宅用地，  
规范开发、销售、中介等行为。

2017年要因城施策去库存。目前三四线城市  
房地产库存仍然较多，要支持居民自住和进城人员

3月，全国最重要的两会召开，两会政府工  
作报告将确立未来一年的政策方向。李克强总  
理在政府工作报告中强调，要因城施策去库存，  
目前三四线城市房地产库存仍然较多，要支持  
居民自住和进城人员购房需求，这顿时让地产  
走出了自中央经济工作会议以来“房子是用来  
住的”调控阴影。

然而，房地产行业的欢欣并没能维持几  
天，两会刚刚闭幕，包括北京、广州、青岛、郑州  
在内的近二十个城市接连发布调控政策，限购  
限贷不断加码，比之前所谓的“史上最严”更加  
严厉，热点城市成交量堪忧，乌云密布，就算是  
像昆明这样尚未出台调控政策的城市，也是“山  
雨欲来风满楼”。

居安思危，思则有备，有备无患。历数自  
2003年以来的房地产政策，调控是常态，楼市  
随之起起落落，在这过程中，很多房企因楼市寒  
冬而覆亡，但也有不少房企抓住时机，在楼市低  
谷完成扩张或扩张前的布局，在旺市来临时爆  
发，成功逆袭。俊发地产是逆袭者之一。俊发集  
团于2016年明确了从传统的房地产开发商朝  
着技术服务型企业转型的目标，2017年，俊发  
集团将坚定转型，迎接下一个风口。



## 02 大力推行棚改货币化安置

3月15日，第十二届全国人民代表大会第五次会议举行闭幕会。会前，住建部部长陈政高回答棚户区改造相关问题时表示，从今年准备情况看，项目好

于往年，中央的资金支持力度大于往年，今年更有条件全面完成棚改任务。同时，在整个棚改的安置过程中，国家大力倡导、大力推行货币化安置。

## 03 制定房地产平稳健康发展的基础性制度

两会期间，住房和城乡建设部部长陈政高做客新华网《部长之声》时表示，中国经济长期向好的基本面没有改变，这个基本面和房地产市场紧密相关，只要这个基本面不改变，房地产市场就不会改

变。陈政高称，正在根据中央要求制定房地产平稳健康发展的基础性制度和长效机制，这个基础性制度长效机制出台以后，对房地产会起到一个保障作用。

## 04 楼市调控关键词：稳、打、去

楼市调控是两会代表委员热议的话题，在他们看来，今年房地产调控可能呈现三个特点：稳，稳住市场，避免大起大落；打，治理市场秩序，重点

打击各类扰乱市场秩序行为；去，三四线城市重上去库存。

## 05 房地产税法不会在本届人大任期内出台

3月4日，十二届全国人大五次会议大会发言人傅莹在4日举行的新闻发布会上说，房地产税法的确列入本届人大五年立法规划，但今年没有把房地

产税法提请人大常委会审议的安排。这意味着外界关注的房地产税法不会在本届人大任期内出台。

## 06 坚持去库存与防过热并重，一城一策

3月8日，第十二届全国人民代表大会第五次会议举行第二次全体会议。国土资源部部长姜大明在“部长通道”上接受采访时表示，国家制定宏观调

控政策，地方因地制宜来组织实施。坚持去库存与防过热两者并重。对于不同的地区采取分类指导、因城施策，对重点城市，一城一策、靶向治理。

## 07 房贷估计会适当放慢，多地现收紧信号

3月10日，中国人民银行行长周小川在全国两会上表示，2016年房地产贷款里增长比较快的主要是个人购房贷款。这有助于居民买房，有助于三、四线城市去库存，但容易使一、二线城市房价

上升。今年房贷还会以相对较快的速度发展，但确实要适当平衡，随着政策调整估计会适当放慢。事实上，多个城市已经出现房贷收紧信号，房贷利率打折取消，审批周期延长。

## 08 支持中小城市和特色小镇发展

3月5日，李克强政府工作报告中提出优化区域发展格局。扎实推进新型城镇化。支持中小城市和特色小镇发展，推动一批具备条件的县和特大镇有序设市，发挥城市群辐射带动作用。推进建筑业改革发展，提高设计水平和工程质量。

地特有资源做全方位的产城开发和建设，要让当地百姓成为“特色小镇”之主体和最终受益者，而非开发商。

全国政协委员朱鼎健认为，特色小镇不应被曲解成房地产的“圈地项目”，应多规合一，结合当

3月6日，全国政协委员黄其森近日接受媒体采访时，谈到对国内“特色小镇”建设风潮的看法时说：“很多地方‘一哄而起’做小镇，难免一窝蜂，特色小镇应重在‘特色’。”

## 09 70年住宅产权到期续期：请大家放心

3月8日，国土资源部办公厅发布国土资源部部长姜大明在全国两会“部长通道”中回应的社会热点问题。对于住房土地使用权到期后续期的问题，姜大明回应称，“有恒产者有恒心”，对70年住宅土地使用权到期后的续期问题，正在深入研究调查，并将积极提出相关法律安排建议。“请大家放

心，居民购买住房，其财产一定会受到法律的充分保护”。

3月15日，李克强在回应相关问题时进一步强调：可以续期，不须申请，没有前置条件，也不影响交易。国务院已经责成相关部门就不动产保护相关法律抓紧研究，提出议案。

## 10 再次强调“房住不炒”

3月5日两会的政府工作报告再次强调，坚持住房的居住属性，对于房价上涨压力大的城市要合理增加住宅用地，规范开发、销售、中介等行为，真正实现房住不炒。两会期间，“房住不炒”成为新热词，很多代表就此发表了看法和建议。

国土资源部部长姜大明8日下午在“两会部长通道”上表示，房价上涨压力大的城市要合理增加住宅用地供应，去库存任务重的城市要减少以至暂停住宅用地供应。

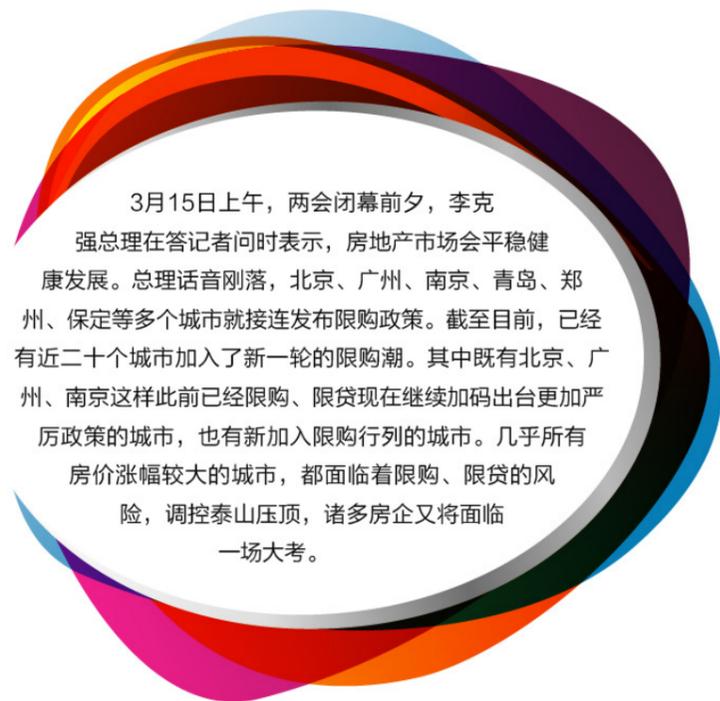


# 认清形势， 把握趋势， 危中求机。

## 反趋势操作，危中求机

从过去很多轮的调控结果来看，随着限贷、限购等政策出台，市场遇冷，房地产行业便会面临一轮洗牌，很多中小房企逐渐退出市场，但更主流的是，有实力有远见的大型房企抓住机会，在楼市低谷时并购、拿地，实现低成本扩张，在旺市时来临时卖房，反趋势操作，成功实现逆袭。市场整体呈现的是，行业集中度进一步提升，强者愈强，全国百强的销售额门槛越提越高。

俊发集团也是反趋势操作的受益者。最典型的一次是在2007至2008年全球金融危机背景下，众多房企的选择收缩战线、保存现金流，俊发反其道而行之，进行逆势扩张。仅在2007年内，在昆明市主城区核心地段大规模储备土地，将金色俊园地块、昆纺地块、五一路空间俊园地块、矣六乡地块等纳入囊中。2009年市场回暖，由于准备充分，俊发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，销售业绩创下新高，实现了企业发展历史上最重要的一次跨越。



3月15日上午，两会闭幕前夕，李克强总理在答记者问时表示，房地产市场会平稳健康发展。总理话音刚落，北京、广州、南京、青岛、郑州、保定等多个城市就接连发布限购政策。截至目前，已经有近二十个城市加入了新一轮的限购潮。其中既有北京、广州、南京这样此前已经限购、限贷现在继续加码出台更加严厉政策的城市，也有新加入限购行列的城市。几乎所有房价涨幅较大的城市，都面临着限购、限贷的风险，调控泰山压顶，诸多房企又将面临一场大考。



当下，在两会“坚持住房的居住属性”这个大前提下，调控层层加码，出台限购、限贷政策的城市越来越多，市场遇冷是大概率事件。危中求机、反趋势操作的道理和好处很多人都懂，难点在于，市场瞬息万变，机会稍纵即逝，有一些才是有利于企业可持续发展的真正的机遇？企业有没有做好了充分的准备，有充足的实力来抓住这些机遇？

## 做有准备的事，打有把握之仗

限购、限贷政策出来之后，带给房企最直接的后果就是销售受阻，资金回笼困难，这相应地对企业的资金实力和管理水平都提出了较高的要求。

2016年，俊发集团经过大刀阔斧的变革，实行精细化管理，在多方面取得很大成效：集团的债务结构得到优化，运营成本压缩，存货周转速度加快，全年实现销售收入265亿元，其中，房地产业务收入190亿元，同比增长45%。总资产规模同比增长超过20%，净资产规模同比增长超过30%，净利润同比成倍增长，远超出行业平均水平。

2017年，在多城市出台调控政策的背景下，俊发集团加快了推盘节奏，一季度签约金额34.08亿元，同比增长36.9%，昆明俊发城、河畔俊园等项目开盘均受到市场热捧，单盘单日销售金额接近2亿元。

旺市热销，为俊发集团未来可持续发展奠定了坚实的基础。同时，围绕着“住房的居住属性”，俊发从户型设计、景观、配套打造等方面加大投入力度，确保在品质和居住舒适度方面具有足够的市

场竞争力。俊发集团加大服务方面的投入，与时俱进地打造智慧社区、健康社区，引进摩拜单车、充电汽车等，让业主体验居住舒适感的同时，对俊发生活圈产生家的归属感，30万俊发业主就是俊发口碑传播和影响力的基础。

2017年，俊发集团更将围绕“品质提升年”的主题，全面提升产品品质、管理品质、服务品质和员工队伍，继续坚持“城市更新综合服务商”的定位，以客户需求为导向，以客户满意为宗旨，结合城市生态环境改善、历史文化保护、公共设施配套完善、产业结构调整等多种方式不断创新和变革。为城市、为客户提供更加丰富多样、更加有品质的产品及服务，实现从传统房地产开发企业到技术服务型企业的转型。

认清形式，也有能力把握趋势，管理好现在，更要运筹未来，俊发集团不仅要变化的市场当中平稳健康发展，更要为业主和客户、为股东和员工、为企业和社会开创一个辉煌灿烂的明天。





企业的中层管理者是企业中重要的中枢系统，是企业文化的传播者与建设者，其在决策层与执行层中间具有桥梁作用，因此中层人员的素质、管理能力都不能忽视。3月6日俊发建设集团中层管理者系列培训正式开启，在培训之后，我们就本次培训内容对建设集团的几位中层领导进行了采访。本期《特别策划》就与你一起分享钢铁中枢是如何炼成的？

# 钢铁中枢 如何炼成

——俊发建设集团中层管理者系列培训心得分享

中层是企业乃至所有组织的核心力量，如同连接头脑和四肢的脊柱角色，如何提高企业的中层领导力不容忽视。为了进一步提升中层管理人员的科学化管理水平，一系列密集的中层管理者培训活动贯穿了俊发建设集团的火热三月。钢铁中枢，虽然非一朝一夕可以炼成，但是淬炼的火焰不能停歇，提升和学习不能止步。

## 术业专攻和 大公无私的心

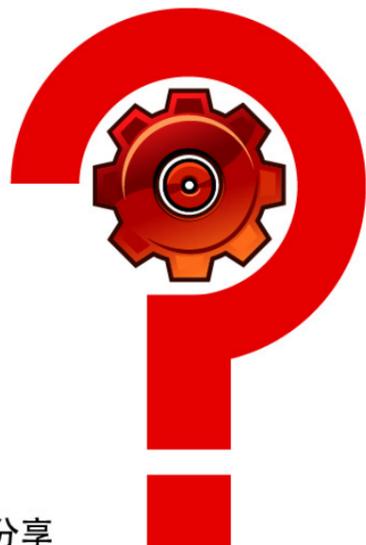
——建设集团人力资源中心总经理 张婕



**Q:** 请问为何会针对企业中层进行这么密集和系统的培训?

**A:** 虽然我刚调到建设集团开展工作，但是我认为任何业务任何板块都有挖掘的潜力，我要从自己工作的板块入手去挖掘人才并开发人才潜力。在目前的培训市场中，中层的培训日益多了起来，一方面是中层涵盖面太广，一方面是中层管理确实需要不断学习。对于建设集团来说，综合项目部成立后被提升的项目负责人中大多数是没有管理经验的，而

原来地产我们的项目负责人培养已经持续很多年了，现在建设集团要从基础开始进行培养计划，让项目负责人早日具有综合管控的能力，这是我们今年抓的一个重点，所以2017年开年就开展了这次针对中层的密集培训，意在灌输管理思路和理念知识，然后再让他们带着理论结合实际去对自身工作进行思考，看看如何去结合和落地。



当然，这样的培训是远远不够的，目前在进行的是综合管理思路的培训，接下来我们还会组织一系列内部培训，比如成本如何管控、财务如何管控等，在培养中还会不断推出监督和考核体制去实检工作成效，如果有进步的员工，我们乐于加大资源培养，如果是没有进步和不愿意进步的人，我们会替换和淘汰。



俊发建设集团“健康生活、快乐工作、勇攀高峰”户外登山活动

**Q:** 在您看来，企业中层身上具备的最重要的素质是什么?

**A:** 首先，最基本的素质是要实实在在从基层干起，中层需要具有非常丰富的实践经验，因为没有经验就不具备指导和带领的能力。指导和带领非常的关键，作为中层他应该是高层和基层的衔接，高层的工作命令需要通过中层下达，中层如果没有实践经验，那么他就不知道工作应当如何开展，所以中层最基本的素质就是：他应该是领域内的专家。

第二，中层应该具备一颗大公无私的心，要对所有员工的公平评估，不偏不倚，并运用到员工的优势和长处。作为一个中层管理者，要有能力去用人、识人，因为很多工作他不可能亲自去操刀，所以他要尽心培养员工，如果他不具备宽阔的胸怀，就无法去带领一个团队。

第三，中层要有高层视角，也就是从高层的角度考虑问题，说白了就是要有一个全局观。如果他缺乏全局观，只狭隘地考虑自己一小片天空，那么他将无法跟自己的团队、跟别人的团队合作，工作将无法开展。

另外，中层管理者一定要具有将决策层的决议进行消化和转换的能力，因为如果不具备这个能力，直接把决策层的决策下达，那么执行层不能够理解。中层管理者不仅要正确理解决策，还要增加自己的方式和想法，再下达具体的工作任务，这样工作才能实现落地。在工作落地的过程中，中层必须要辅助执行层，可以多问几个为什么，多问几个你是否理解，直到执行层可以说清楚他的理解、他的想法，这样才能保证这个事情准确落地。



建设集团《中层管理干部如何带团队》系列培训



## 从“要我做” 到“我要做”

——建设集团宏仁村项目负责人 谭志友

**Q:** 作为项目团队的领导，如何将企业文化传播到项目团队中，如何影响项目团队的职业行为？

**A:** 企业文化传播要从自身观念树立做起，首先，我们必须坚定自己是一名“俊发人”的观念，以身作则，做好“领头羊”的角色。在日常工作开展过程中，要立足实际，解决项目存在的实际问题，用“走心”的方法来传播企业文化，杜绝表面工作，一定要让项目团队人员有使命感，知道自己在

做什么，以及这样做的意义。要知道，一个工程项目上所有人员的存在，并不仅仅是为了自身的生存，而是为了企业的发展 and 壮大，企业的明天也承载了我们每个人的明天，在实际操作过程中，我们可以通过运用公司的典型案例、身边发生的人和事，现身说法，激励团队成员。

**Q:** 作为项目团队的领导，身上肩负着对整个项目安全、质量、进度把控的重担，您认为应该如何提高团队全员的安全质量意识？

**A:** 安全质量意识的全员思想建设十分重要，而且这项工作贯穿了整个施工过程。在施工前，要将项目的各项指标落实到每一个人，按月进行考核评定，对项目团队分层级进行安全、技术交底和样板引路制度，让工地上的每一个人，包括农民工，都知道自己的本职工作该怎么做，操作要点是什么，标准是什么。

在施工过程中，实行质量、安全一票否决制，加强监督、检查力度，发现违规、不合格的，要坚决整改。并且要切记做好工序交接检查、隐蔽验收等工作，

管理上严格和高标准要求，才能让团队成员对于安全质量问题紧张不懈怠，然后再通过对各项指标的考核来打破大锅饭制度。

另外要制定《安全质量责任制》，下发并组织全体项目成员深入学习并贯彻，使得各项工作有章可循，实施责任追究和分责管理，严肃制度，加大考核，提升管理水平，使项目成员在思想上逐渐完成从“要我遵守”到“我要遵守”的升华，在行动上实现从“要我做”到“我要做”的跨越。



## 树团队先树人 树人先树心

——建设集团运营管理中心、  
房建管理中心总经理 许斌

**Q:** 在您看来，应该在哪些方面加强或改进，来打造出一个钢铁品质的中层团队？

**A:** 如果想要打造出一个强有力的中层管理团队，我认为有几点要坚持和强化。第一，思想贯彻。树团队先树人，树人先树心，一个钢铁团队首先要思想统一、目标一致，只有劲往一处使，才能凝心聚力，达成目标。第二，超强的执行力。一个好的政策、意

见、措施归根结底都要落到实处方可产生生产力。第三，制度保障。所谓“无规矩不成方圆”，再好的标准、路线、政策没有制度的约束都不能持久。第四，激励政策：完善、考核评价机制有利于激发团队斗志，优胜劣汰才能促进团队良性发展。

**Q:** 今年是俊发集团品质提升年，你认为建设版块应该如何提升自身来助力集团的品质提升？

**A:** 我认为，建设版块助力俊发集团品质提升的关键在于一定要把产品质量做好。建筑是手工作业，手工作业由于各个操作工人的思想认识和手艺不同会造成差异，鉴于此，我认为要把质量做好可以从以下几个方面入手：

第一，树立标准，制定制度。因为操作工人的差异性，只有建立统一的施工标准、不断的培训学习，制定适宜的奖惩制度，方可提高效率、快速复制。

第二，保障工人权益，创造良好环境。目前从国家到地方劳动保障部门，工人的地位和权益都得到

较高重视，我们应该清楚认识到工人最需要的是什么呢，无疑是付诸劳动、得到报酬，还有就是作业环境是否安全、卫生、方便，只有保障权益和创造好的条件才能稳定工人队伍，降低成本，长久发展，如此工人才能理解公司的理念，整体质量才会得以提升

第三，尝试新工艺，我们应该认识到未来建筑行业的走势，工人越来越少，要求越来越高，一家好的施工企业应该从减少依赖人工，从机械化、工厂化下功夫，走装配式道路。





## 八载助力地球一小时 俊发一直在行动

从积极响应号召举办熄灯仪式，一步步发展到渗透衣、食、住、行等方面的环保行动，通过盘点我们可以看到，俊发在助力地球一小时的道路上，愈加务实和成熟。

### 2010年

在2010年地球一小时当天，在俊发中心及所有俊发系社区的外立面，采用熄灯一小时的方式，响应WWF发出的“采取紧急行动，应对气候变化”的倡议。



### 2011年

2011年3月26日，俊发集团发起“地球一小时”的倡议，希望每个人都能够踊跃的加入进来，为保护地球尽一份力量。俊发集团呼吁每个人，每个企业和社区都积极采取措施，投身其中，承担应尽职责，为创建一个可持续发展的明天而行动起来。并在俊发中心一楼诚邀热爱环保事业的业主及社会同仁一起共度难忘的“地球一小时”。



### 2012年

2012年3月31日晚上8点，俊发集团员工及各小区业主准时相约俊发中心一楼，共同见证地球一小时熄灯活动。除了用熄灯仪式来响应地球一小时的号召，本次活动还将关注点放在了如何在熄灯的这一个小时里深植保护环境的理念。在熄灯之后，不插电原生态乐队哼唱起民族歌谣，大家安静地聆听来自大自然的最淳朴的声音。体现健康生活的静态瑜伽表演、废物利用的环保时装秀接连上演，此外，俊发还在现场设置了“碳足迹计算器”体验应用终端，到场的嘉宾们只要在上面输入包括个人基本信息、生活习惯等数据便可计算出每个人的排碳量。在熄灯的一个小时的时间里，大家在黑暗里聆听关于环保的声音，感受关于环保的行为，体验计算排碳量，俊发与大家共同为环保尽自己的一份心力。



2013年

比熄灯仪式更重要的是通过仪式唤醒人们对于自然的保护意识，俊发集团也一直倡导践行可持续的生活方式。因此，2013年的地球一小时，俊发集团提出以“我做绿V客”为主题，倡议大家参与“我做绿V客”行动，在一周的七个环保改变中选择其中一个，并在每周的那一天坚持下去。星期一：多吃菜，星期二：环保袋，星期三：不开车，星期四：自带筷，星期五：不剩饭，星期六：爱动物说出来，星期日：走进户外放弃宅。希望大家从点滴做起，身体力行的为环保贡献力量。



2016年

“气候变化并不仅仅是远在各国政府谈判桌上的政治议题，它正以各种方式影响到大自然和人类自己。”2016年“地球一小时”以“为蓝生活”为主题发出倡议：“我们每一位公民都可以在生活中做出改变：绿色出行、理性消费、循环利用、购买可持续认证的商品，活出蔚蓝。”在这个倡议之下，俊发集团在2016年3月19日，开展了“我与湿地有个约会”地球一小时主题活动。活动地点在西亮塘湿地公园环保科普教育基地，由俊发集团于2010年耗资2.5亿元修建而成。活动组织人员通过科普教育、趣味问答等环节，将一颗颗环保的种子植入了参与活动的孩子心中。



2014年

与过去四年相比，2014年的“地球一小时”行动有了三个非常显著的变化。在时间上，除了在地球一小时活动当天进行熄灯仪式，更是将活动时间延长至4月29日，希望能够通过一系列的活动来扩大影响力，号召更多的业主参与进来；二是活动形式的创新，俊发发起了“废旧电池全民搜集行动”，将“回收废旧电池”和“赠送节能灯、绿色植物等礼物”结合在一起，既解决了家庭中处理废旧电池渠道难的问题，又让越来越多的人参与到地球环保和“蓝天再造”的计划中来。三是四城联动，扩大影响范围。本次“地球一小时”涉及到俊发集团在昆明、成都、贵阳、大理四个城市，共计16个旗下项目，通过俊发的力量向外传递积极地环保信号。



2017年

2017年3月25日，在“地球一小时”到来之际，俊发集团“相约湿地，一起跑进蓝色WE来”活动暨俊客会发烧集中营跑友招募仪式在俊发·生态半岛举行。包括俊发业主、员工及合作伙伴，以及其他昆明市民在内的200余人参加了活动。活动特别设置了10公里个人挑战跑、3公里携手耐力跑与1公里亲子趣味跑等三个赛制。号召更多人参与其中，用脚步丈量美景，共同保护美好的家园。



60+

地球一小时

# 保护地球 不只一小时

一个简单的环保想法，变成一场公益行动，在随后的10年时间里，以不可思议的速度席卷全球七大洲，超过150个国家，7000多个城市，18亿民众参与其中。地球一小时现已成为世界上规模最大的自发性环保活动，从国家领导、政府机构、企事业单位、国内外明星再到普通民众，有史以来第一次，我们拥有为共同目标而连接起来的意愿，并具有连接起来的能力。



## 践行环保，不仅仅是“地球一小时”



俊发集团对于生态环保方面的作为远不止于一场活动这么简单。多年来，俊发用不同的方式参与到环境保护当中。8年来，在号召更多的人关注环保的同时，俊发身体力行，投入财力和精力，在俊发·生态半岛，规划建设湿地3000多亩，其中，先期已经建成并向市民开放1000亩海东湿地公园，500亩西亮塘湿地公园，今年还将开放1400亩海东主题运动公园为净化入滇水源，保护环境持续贡献力量。；与此同时，俊发还与全国49家房企共同发起“绿色供应链行动”，推行绿色供应链管理，旨在以市场化方式带动绿色生产。

俊发相信房地产业走绿色低碳发展道路是大趋势，俊发不仅在项目研发层面最早引进中水处理系统，扩大了太阳能使用覆盖领域，同时环保还从公司内部开始做起，通过倡导员工自带水杯，取消一次性水杯，大力提倡无纸化办公，公司采购车辆改为油电混合车等方式。从细节之处身体力行地做一个环保者，并积极影响业主、客户、环保组织、社交媒体，每个关注环保的人都是俊发发动的对象，积极倡导绿色健康生活。



## 活出WE蓝，让生活更加美好

通过以上盘点不难看出，俊发在积极响应“地球一小时”熄灯活动的号召之外，更是从生活点滴出发，去思考如何运用企业的力量和影响力去号召更多的人践行可持续的生活方式。俊发围绕“地球一小时”所开展的一系列环保活动，不仅是号召业主去保护环境，更是带动业主们行动起来，运动起来，以更加健康的体魄加入到践行绿色可持续生活方式的行列中来。



为了践行绿色环保的出行方式，俊发与摩拜单车正式达成合作关系，摩拜共享单车进驻俊发社区，并将陆续实现俊发社区昆明主城区的全覆盖。实实在在为业主提供了绿色出行的便捷服务。

2016年，为传递“快乐工作、健康生活”的理念，俊发集团成立长跑、篮球、足球、户外、游泳等七大员工健康俱乐部，旨在让员工通过运动，永葆健康体魄和拼搏上进的激情。与此同时，俊发一直期望以实际行动，带动更多的业主参与到“健康运动”的行动中来，俊发2017地球一小时“相约湿地·一起跑进蓝色WE来”主题活动便是一次成功的尝试。在未来，俊发还将着力打造健康社区，通过一系列举措，让生活更加美好。



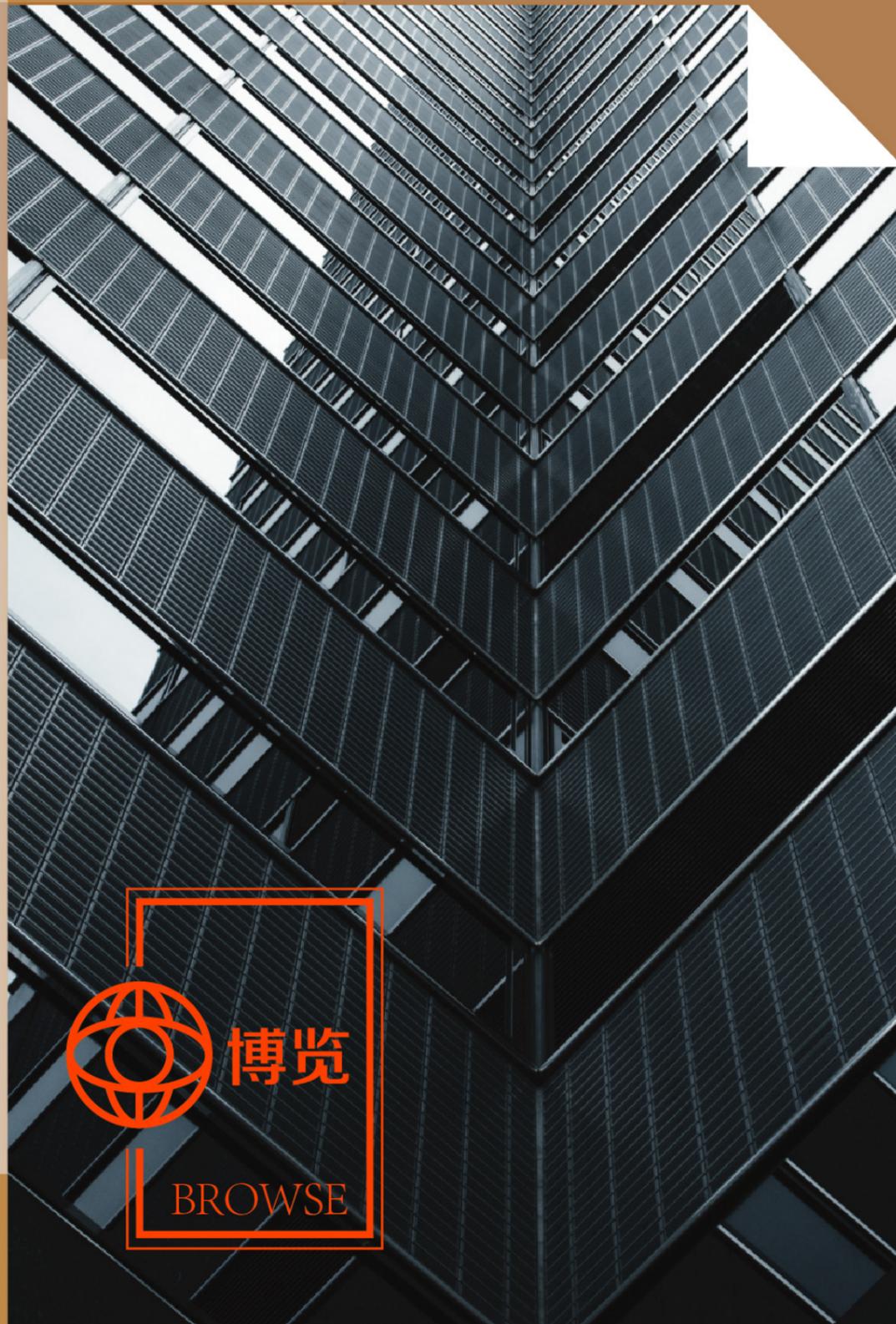
在业界，俊发一直走在前沿。作为绿色环保的忠实践行者，在地球一小时进入中国后的第二年，俊发便积极响应WWF的号召。自2010年开始，俊发集团已经连续第8年参与到“地球一小时”全球节能环保活动中，用熄灯一小时的实际行动践行低碳宣言。俊发集团不仅在自己从事的领域内积极推进低碳环保事业建设，更希望通过开展各种各样的活动呼吁更多的人加入到践行可持续生活方式的队伍当中。俊发相信，改变，应该从生活点滴出发。



三月以来，俊发集团董事长/总裁李俊率队前往上海、南京等地，对易居中国总部、世联行、一德集团总部、链家网、优客工场等优秀企业进行深入交流和探讨。考察结束后，俊发集团董事长/总裁李俊，主持召开二月第四周办公会，针对近期的考察情况在集团内部进行交流分享。总经理向各个部门提出要结合自身实际用更开放、更专研的姿态去探索学习业界优秀经验，加快自身的成长。同时，营造良好的工作氛围，激发员工的创造力，实现“火车头”变“动车头”，员工被动变主动，整体提升团队的战斗力。以下内容为会议录音整理，以供全员学习。

# 关注外界变革 为企业发展注入全新动力

——集团高层近期走访心得分享





# 服务 让中国人住得更好

易居中国作为中国领先的房地产全产业链服务商。围绕房地产产品端和消费端的需求，依托现代信息技术，易居中国的业务已经渗透到围绕置业、居住服务的主要环节，已构建起房地产营销、房地产互联网及电商、房地产信息咨询、房地产金融、社区增值服务多纬度纵深发展，并覆盖房地产全产业链的现代服务体系。其核心业务大数据服务从行业数据到客户数据，实现了房地产大数据的闭环构建，能够为企业提供企业数据、行业数据、客户数据、建筑建材数据、人力资源数据。为企业在开展拿地、投融资、销售等业务时提供数据支持和指导。



让我们先来看看它的业务体系，上图很清楚的展示了它的3-4-3业务阵型，第一层基于房地产交易而产生的线上电商、数据服务和发债投资业务。中间的梯队是通过创新研发而衍生出的一些产业，最后一层则是社区生活服务和文化产业服务。由此可以看出，易居的业务范围已经覆盖到了和房地产相关联的很多产业，并形成了环环相扣的产业链条。另外，重点要和大家介绍的是易居的全城营销代理业务，首先易居把成交量换成了来访量和转化率，其次它的所有业务都做了细分。以结果为导向往前推，以此来完成品牌影响力的提升、精准客户的控制、销售的执行、合理的定价等。



## 3-4-3阵型 业务全覆盖



## 房地产交易服务链的全覆盖



## 战士文化 硬仗队伍

另外，易居的企业营销文化也是让人非常印象深刻的。不管哪家房地产公司，都需要营销团队是有狼性的，融创的营销团队就是以狼性著称。而什么是狼性文化？必须要有严格的执行力、要有狼的“狠”和果断。要敢去冲，软弱的营销肯定不行的。因此对于营销团队或者说其他团队的打造，我们应该倡导战士文化和硬仗队伍。

## 战士文化 硬仗队伍 特训文化，作风硬朗，执行雷厉，狼性营销



## 强大的数据分析

在这里，还要和大家分享一下易居在数据分析方面的经验。易居有着中国首家房地产数据营销系统——CRIC数据营销服务，帮助开发商通过数据分析，挖掘核心购买群体，根据客户的差异化特征（教育背景、生活习惯、消费习惯、消费水平等）生成客户画像，进而提供营销策略、运营方向、推广支持，从而全面提升项目的竞争力与影响力。这一个板块的工作，其实我们是不够成熟的，这也是为什么这些数据分析做得很成熟的公司要来与我们合作的原因，因为我们有他们最需要的客户资源。



## 总经理点评

1.数据共享的价值非常之大，无论是融资、设计还是其他部门都要下去钻研这件事。要知道我们的价值在哪里？为什么艾佳、世联和我们都有合作的意愿？那是因为我们掌握着27万业主资源，这是我们的立身之本和真正价值所在。

2.数据分析从根本上来说就是“以客户需求为导向”。针对业主，要深入研究客户需求，设计出有精准客户定位的产品。针对政府、银行或是其他合作伙伴，也要有客户意识和产品意识，按照他们的需求，推销我们的业务，才能做到量身定做，精确打击。



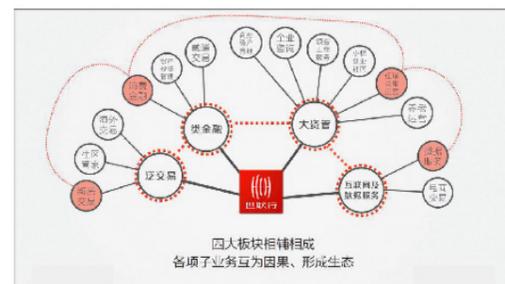


## “让更多人享受真正的地产服务”

世联行是境内首家登陆A股的房地产综合服务提供商，至今拥有66家分支机构，服务遍及164个城市、5个国家。从成立初期的专业估价、咨询，到交易、金融、资产运营等多项业务为一体的房地产全生命周期服务。经过23年的发展，世联行形成四大业务板块：泛交易、类金融、大资管、互联网与数据服务。



就提供教育贷等一系列的金融产品，其实无论是在购房、装修还是其他的相关房地产业务中，客户都会有一些资金的需求，他把本来客户和金融机构、和银行应该发生的业务抓在了自己的手中。其实这些业务的本质都是抓住了客户，按需定制。



### 房地产全生态链服务商

世联行的最大特色就是它高效的运营体系，大家可以看到上面的这个图。这是世联行的四大业务板块，各项子业务之间互为因果、形成生态。以新房交易-消费金融-红璞公寓运营-数据服务为例：基于全国1628个案场，根植于新房交易的世联行，为交易后金融服务的开展创造场景，金融业务为有资产运营、托管需求的客户提供资金支持，过程中产生的交易记录进入数据库，为后续资产服务奠定了数据基础。同时，这四个模块也是针对房地产业务进行的延伸。比如在开展装修业务时，客户会产生贷款的需求，世联行就可以为客户提供贷款业务，如果买车位就会提供车位贷，有上学的需求

### 总经理点评

世联行的运营模式非常值得参考，其实一旦成为我们的业主，就能够和我们的业务链产生联系。举例来说，我们的装饰公司就应该去做业主样本分析，无论是新房还是二手房，业主都一定有装修的需求，这是一个遍地黄金的市场，只要好好研究就能够转化为收益。



针对一德集团的走访，在这里要和大家分享两个重点。首先是我们参观了一德集团的江北小镇。这里有两个关于小镇的概念首先要和大家分享。

**互联网+时代的关注点已经不是“衣食住行”的单纯满足，而是大众旅游和国民休闲对“文旅康养”的体验诉求。**

**休闲度假与健康养生在20年以前是生活元素，10年以前变成生活要素，如今休闲度假与健康养生已经是刚性需求。**

### 生活需求的改变



一德集团的小镇开发正是基于生活需求的改变而带来的新产业。他们研究了都市阶层的休闲行为的时空关系发现，周一到周五晚上18点至24点是都市的休闲时间，对应的行为就是逛街、看电影之类的都市休闲行为，而载体就是都会文化商业街。而在周末，从周六早上10点到周日的下午16点，则是开启了轻度度假模式，而载体就是小镇。本次我们参观的不老村项目就是利用了周末的这三个小时。

### 总经理点评

不老村案例对于我们的特色小镇开发模式很有参考价值，在小镇的选址上要注意区位因素和村子本身的文化属性，借助这个文化属性，不改变土地的性质，只做村内的配套完善和提升。

在这里要用一个故事引出“不老村”。“传说很久以前，玉皇大帝感念于老山脚下一对恋人的爱情，于是设法让老树不老、泉水永不干涸。居住在这里的人们，渐渐发现自己的身体越来越好，生活也越来越幸福。消息传开，许多人都慕名而来。据说，凡是看过不老树、饮过不老泉的人都会延年益寿、幸福美满，“不老村”也由此得名。”根植于不老村的文化概念，不老村以主题客栈为核心，开发了集食宿游购娱一体的一站式度假解决方案。成为了未来南京及周边关注健康、喜欢文化艺术氛围的城市家庭最理想的度假社交空间。

不老村的优势在于其区位离市区很近，交通非常方便。其次，不老村里的产业链是非常丰富和完善的。不老村中有非常多风格迥异的主题酒店，可以满足不同人群的住宿体验需求。其次，不老村中也配备了会议室或者做团队拓展的地方，这又满足了不同类型客户的需求。

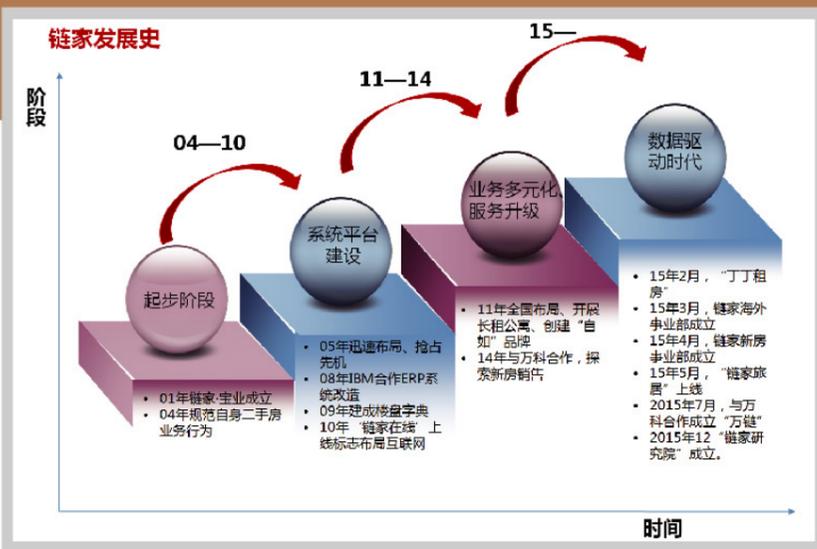


链家网是集房源信息搜索、产品研发、大数据处理、服务标准建立为一体的以数据驱动的全价值链房产服务平台。本次考察主要针对链家的大数据驱动进行了学习交流，以下是分享内容：

# 用数据实现对用户的“万有引力”

## ——链家网考察分享

流程与信息中心总经理 赵洪庆



### 链家发展史

上图是链家从2001年成立至今十几年时间里的几个重要阶段，需要和大家重点分享的是2004年的动作。2004年在整个房产经纪公司还是一片鱼龙混杂的阶段时，链家就开始了自身业务行为的规范，这为链家后期的发展和发力打下了非常好的基础。2008年链家和IBM合作，做定制化的ERP系统，以此完成数据积累。2009年链家建立了楼盘字典，2010年的链家在线正式推出，标志着链家开始往互联网方向布局。通过2010年到2014年的蓄力，2015年是发力的阶段，推出了很多的新业务，丁丁租房、海外、新房、旅居万链。特别是链家研究院的成立，标志着链家从一个劳动密集型的行业，转向一个知识输出和知识密集型的行业，这个就是一个从量的层面到质的层面的变化。

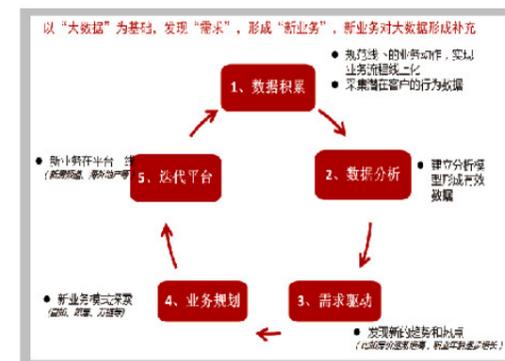
IBM：全球信息产业领导企业，为中国客户提供领先的的硬件、软件、企业咨询和技术服务，助力中国各行业持续创新转型。

楼盘字典：用于收录包括房源房间门牌号、标准户型图、属性信息、配套设施信息、历史业务数据等多维度信息，能够为每套房子建立数据库，从房源录入的第一步便智能判别真实房源，确保房源真实性。

### 链家现状

链家目前所取得成绩是非常让人震惊的，目前它已经在28个城市，布局了8千家门店，有13万名二手房经纪人，员工规模已经达到15万，目前它在北京市场的份额占到了60%。通过代理、联动、直

销、电商四大线下营销模式开发出了包括链家网、自如、万链、海外地产、城市更新、旅居、链家研究院七大业务版块。下面我给大家分析一下这些业务开展的内在逻辑。

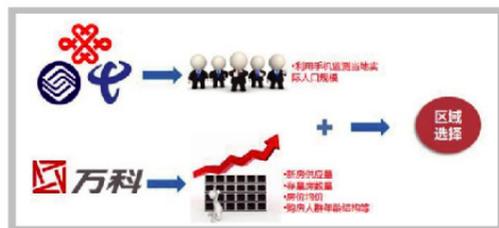


首先，通过基础数据规范完成了数据积累主要通过这几个动作来实现，第一个是规范了自己的业务动作，用链家自己的话来说叫作“强制性地线下流程的线上化，把这些数据变成可追溯和可积累的。”另外链家网还非常注重采集潜在客户的行为数据，对大数据积累形成了非常好的帮助。

第二个阶段建立了有效的分析模型，在后面会给大家详细介绍。这个模型的建立让链家可以很快地发现行业的趋势和热点，我们可以理解为需求驱动。在这个基础上探索出新的业务，例如自如、旅居等等，在分析模型指导之下完全以需求为导向来进行业务的开展。业务开展之后就逐步完善链家平台，比如新房频道、海外地产频道。而这个频道一旦完成以后，它其实又是一个数据积累的过程。

链家大数据现状	
数据	计算能力
1.34PB存储总量	2TB/天数据增量
273+个业务场景	数据维度43806个
1381条元数据信息	3000万/天元数据增量
7000万房屋数据	31.9亿房屋数据总量
2000万用户数据	11.1亿用户数据总量
	集群规模 100+台
	处理能力 4800运算核/121内存/2.6PB存储
	运算数据吞吐 3500TB/天
	计算规格 25000规格任务/天
	计算产出 1500报表量/天





### 大数据案例解析——产品定位

大数据的产品定位都是基于客户行为分析的基础之上，通过类似城市规模、类似经济指标、类似区位特征、类似配套楼盘的历史销售数据，或者通过物业、整合互联网上人们在各种场合对这些楼盘留下的对建筑风格、景观、户型、环保、智能化、商业配套等方面的评价和期待信息，为客户实现产品定制。

例如万科主要是借助物业管理来获取客户的生活习惯，购买需求等数据，并通过这些数据去开发产品。

产品定位	传统定位依据	大数据定位依据
物业类型	物业类型历史成交数据	当地客群行为（购物、生活偏好）
物业档次	数据	客户行为（对生活品质的要求）
户型	市场面积、其他项目数据对比	客户评价
景观	项目借鉴	客户评价
内部配套	小区品质定位	客户喜好（健身、游泳、聚会）
装修情况	项目成本和市场对比	个性化客户

早在2002年，万科就引入了客户满意度调查，对年度客户满意度调查的结果进行分析，确定下一年度的客户满意度提升工作计划，并聚焦围绕客户展开的一系列工作，进行针对客户不同属性的交叉分析，这些数据分析结果，将指导产品的设计和配套建设，包含户型，景观，住宅性能和邻里空间等方面。

## 思考与总结

无论是易居还是链家，都是把房地产数据知识的输出变成产业在做。其实一些更大的数据存量商，比如说像淘宝、京东、百度等已经把这种数据服务的业务变成主营业务做。我们将来做商圈、项目规划或是商业品类占比规划的时候，可以完全借助他们的交易数据。淘宝、京东、百度等的数据存量，至少是链家的几十倍甚至上百倍，并且每天的增量大的惊人。同时这些存量商对客户分析标签，最极致的已经做到五百多个标签，就是除了个人隐私、法律法规方面的东西不能提供，其他的基本需要他们都能满足。所以在之后的工作当中，也希望能够和各中心、项目的领导保持密切的交流，知道大家需要什么，以此去开展我们的工作，同时为各位的工作也提供支持。

### 总经理点评

1. 大数据时代，传统企业相比互联网企业，最大的劣势是没有足够的数据存储，而互联网企业是将所有业务过程数据化，让一切业务变得可分析、可预测，从而更好地掌握市场和用户。数据最大的特点就是需求才有价值。所以希望每个职能端口都认真思考我们在开展业务前需要什么样的数据支持，并及时与信息流程中心交流，为我们的业务开展提供支持。

2. 选择跟大型公司合作学习，强强联合，借鉴别人先进的管理理念和方式，采用别人的已有的数据分析成果，指导俊发新一轮战略布局，加快俊发千亿规模脚步；

3. 希望所有部门都应该做公司的眼睛和耳朵，不断发现市场上其他公司好的模式、业务、产品和理念，不断保持俊发“勇于创新”、“不断创新”的初心；

# 招募令

心跳180的冲刺  
激情360°的“一颗赛艇”



缘起英国，绅士竞技，专业指导，趣味学习，完善的活动体系，全面的安全保障，最刺激的挑战，最实在的健康。

**招募要求：**  
有一颗爱自由敢突破的心即可，无需会游泳。零基础也能驰骋水域。  
**截止日期：**  
2017年4月30日（名额有限，先到先得）  
**报名方式：**  
将报名表通过云之家发送至人力资源管理中心 马佳 詹玉斐

未来拟加入全国赛艇协会，与专业高手一决高下，制霸全国。



## 初夏，与你相约S' 俱乐部

春天带走了冬日的寒气，天气渐渐暖起来，跟着阳光一起迎接初夏，体会运动带来的快乐。

俱乐部成立以来，每周二周四例行的活动，S' 俱乐部已经有了一批坚持训练的会员们。肚皮舞老师每次课都根据大家的实际情况来确定上课的难易程度，瑜伽老师上课久了，也了解了大家身体的承受程度，他们专业和专心的态度赢得了大家的喜爱，学员们都表示收获了很多。课堂的氛围很好，有很多互动，学员之间的关系很好，想必这也是运动收获的一种欢乐吧。



参加S' 俱乐部的几大好处：

- 1、响应公司号召，带动身边的同事健康运动；
- 2、劳逸结合，才能高效率的工作；
- 3、运动减脂，健身塑形；
- 4、享受运动带来的美好时光。

为了迎接即将到来的初夏，S' 俱乐部还为大家准备了惊喜，为了让俊发的同事们更加职业化，拥有更好的精神面貌，我们会开设职业妆容教学课程，专业的老师为我们指导日常职业的淡妆技巧。相约在S' 俱乐部，一起精彩吧。

## 科普贴，如何防止膝盖受伤



有人说打羽毛球百利唯伤一膝，这话是有一定道理的。大多数坚持打球的人都或多或少受到过膝伤的困扰。今天就给大家说一说在打羽毛球的时候如何防止膝盖受伤。

**充分热身：**在打羽毛球之前，进行充分的热身运动，避免膝关节因没有准备好突然进行运动而发生膝盖肌肉拉伤的情况，像膝关节环绕运动、高抬腿、慢跑等都是可以作为热身运动的。选择合适的场地和鞋子在打羽毛球时，尽量选择弹性比较好的鞋子和专门的场地进行羽毛球运动。

**控制运动量：**把握好运动量，控制打羽毛球的运动强度，不要每天都去打羽毛球，最好是一周只打2-3次，这样能给膝盖有休息恢复的时间。

**佩戴护膝：**在打羽毛球时，可以选择佩戴护膝，对于保护膝关节能起到一定作用，特别是那些本身膝盖不好或膝盖有伤的人。



## 跑步吧，从现在开始！ ——品牌部 郝冬雨

跑步时不需要和任何人交谈，不必听任何人说话，只需眺望周围的风光，凝视自己便可。这是任何东西都无法替代的宝贵时刻。  
——村上春树

清晨的阳光还未从云层里绽放，道路还未开始川流不息，整座城市刚从黑夜中睁开惺松睡眠，喜欢跑步的人早已在路上。用脚步丈量光影的变化，感受树叶轻轻拂动，看鸟儿在天空中飞来飞去，云朵悄无声息的变换。伴随着深呼吸，将新鲜氧气注入身体的每一个细胞，发动源自机体最深层的潜力和能量。

当别人焦虑的起床，匆匆忙忙赶着上班时，跑步者已经完成了这一天里尤为重要的一件事情——跑步。他们掌控了自己的身体，掌控了时间和空间，还有什么是他们做不到的？

跑步是如此简单，只要你想开始，任何地方都是起点，星空下的露台、雨后的街道、冬雪里的小道上、盛夏的河边……

用跑步，寻找与自己相处的方式。虽处身体于不断运动的状态，但精神和意识却愈加清静。没有手机电脑，不用想太多事情，心完全解脱出来。焦虑、烦躁、消极情绪逐渐退却，只剩下那个真实的、比镜子中还清晰的自己。

就这样，重新梳理生活，调整心绪，体会每一丝的细微变化。日积月累，这些变化和进步，终将成就一段不同的人生。

跑步吧，从现在开始！



如果用一种运动来形容速度、力量、技术、意识、战术、创造力、勇敢、团队精神、永不放弃等关键词，那必然是足球运动。2017年3月18日，俊发足球俱乐部与友邻单位——盘龙建投进行一场激烈的友谊赛。两队充分展示了团队协作、制约与反制约的战术，球员在场上各有分工，位置感明确，球员之间积极配合，思路清晰，不时有精彩进球，带来阵阵欢呼。通过这场友谊赛，俊发和盘龙建投员工在激烈的对抗中更加了解、尊重对方，同时也增进了双方的友谊。



# 俊发户外运动俱乐部 JUNFA OUTDOORS CLUB

## 我的十峰之五——金铜盆山之旅

——汤国林



三月的雨，柔中带刺，撩意十足，空气中混合着些许泥土的气息，春风拂过，万物复苏。

前天刚下过一场雨，身体周围绕着几圈寒意，我哈一口气，搓搓手，拎着背包，一脚踩进了晨雾里。今天，我们户外俱乐部组织去那充满神秘色彩的富民最高峰——金铜盆山。关于金铜盆山的传说层出不穷，主要有三：其一，相传主峰脚的低洼处曾有一金盆，盆里的水常年不会干涸，是周围老乡的饮用水源，后被一贪财的人取走了金盆，从此水源也断了；其二，金铜盆山因山形像一个倒扣的金铜盆而命名；其三，据当地老乡讲，金铜山因有人在山顶挖出一只金铜盆而得名。今天，我们亲自去掀开金铜盆山的神秘面纱，见证美丽传说。

按照预定行程，我们准时到达富民西华寺，做准备活动，热身之后就浩浩荡荡的冲上山了。而向来冲在最前面的我，因为不慎患了肠胃感冒，身体非常不舒服，自然也没有力气向前冲，才一小段路程，就被落在了队伍后面。因为身体不适，在途中有无数次都想放弃。幸好在同行的小伙伴的鼓励之下，又走走停停地一直紧跟着大部队。

两个小时后，我终于还是爬完了这三公

里的山路，到达了马鹿塘村做中途休息。因为长时间的身体不适和滴水未进，我一到休息的地方就躺下了，虽然身体很不舒服，但是同事们的关心和嘘寒问暖让我心中觉得非常的感动。

稍作休息后，第二梯队也与我们汇合了，我也强打精神，再次出发。又坚持了一个半个小时，我终于爬上了山顶！踉踉跄跄地坐在就近的一个石头上，看着石碑周围那些布满神秘文字的五颜六色的布块飘来飘去，眼神迷离，如梦如幻。当同事徐哥在拗口拿着手机趴在地上给远处那些跳向天空的勇士们拍照的时候，让我想起了去年在轿子雪山顶，奋力跳向更高的天空时的那种喜悦与欢快的感觉，不禁十分怀念。

拗口风特别大，当领队颁发完登山证，我立即辗转到了背风处，看着他们手拉手围着那个“大风扇”合影留念，充满欢声笑语，此时的我好像身体上的不适也消减了很多。

下山的时候，双腿飘着，我差不多是“滚”到马塘村钻到“救济车”里的。这车是专门给那些出现意外状况或体力透支的人服务的，没想到我第一次用上了。

我在山下的农舍喝了四杯刚熬出来的红糖水，终于恢复了几分元气。今天真是不同



寻常的一天，也算是一次别样的户外体验吧。

身体才是革命的本钱。我自认为身体素质不差，但还是不小心生病了。所以当工作压力大的时候更要抽出时间去锻炼，提高身体素质。所以，再次号召大家，为了自己的健康锻炼起来吧。



## 芳草绿野恣行事，春入遥山碧四周 ——揭应行



一路走来四周植被茂密，先是通过密密麻麻藤林区，肆意而行，顺着藤条编制的通道一路而上，大约半小时后周围的植被开始逐渐变高，茂密程度依旧不变，林中小道更适宜漫步而行，此时你可能会觉得来首轻音乐会更惬意，但林中的百鸟奏乐可能更适合你。

大约中午一点十分左右我们便成功登顶了，吃过午饭后，大家拍了集体合照，也宣告本次活动即将结束，下行过程中我们俱乐部的另一永恒课题——环保卫士也在进行中，返回途中大家拿着一个个大袋子一路捡拾各种垃圾，想要留住这一山美好的景色，还是离不开每个人的自觉，俱乐部也呼吁大家，环保从我做起！芳草绿野恣行事，春入遥山碧四周，把时间浪费在美好的事物上，我们期待下一次的相遇。户外有我，健康同行！



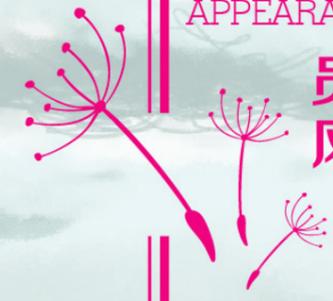
亲爱的小伙伴们，大家好！俊发户外俱乐部开年的第一次登山活动圆满结束了，在新的一年里希望大家继续关注俱乐部，积极参与，也希望俱乐部在接下来的2017年越来越壮大。

本次活动为登“石林县老圭山”，老圭山：滇中佛教名山，中国阿诗玛文化发祥地，石林县最高峰。也算是整个四海八荒植被覆盖最广的山了吧，我们不求在三生三世登完所有的山峰，只求一座一座的攀登下去，只到不能在攀爬的时候还有那些永不泛黄的照片记录着过去的时光。

2月18日早上八点半成员们陆续抵达俊发中心，开年的第一次旅途随着发动机响声渐行渐远了。大约中午十一时我们抵达了老圭山山脚，由于天气原因，刚开始登山不久就能看到整座山仙雾缭绕，真是美不胜收，

ELEGANT  
APPEARANCE

员工  
风采



# 像遇见了很久

——品牌部 晋雯

网上很多人写最好的爱情是什么状态，朋友间的相处最好的是什么样，却很少有同事间最好的关系是怎么样的。这些每天我们要见8个小时以上的人，才来的第一天，就感觉对了。

新加入一个团体，心里难免忐忑，但是部门每个人都热情地向其他介绍着“嘿，这是我们品牌部新来的小伙伴”，顿时有了强烈的归属感。



## 我们之间的距离是一顿火锅

如果说之前“还不熟”，那经过一顿火锅之后就好了，知道了部门八卦，GET了大家的笑点，熟悉了每个人。也像火锅一样，每个菜都有自己独特的口味和涮法，我们都有着自己的特点和偏好，怎样才能更好的共事，吃一顿火锅就知道了。心照不宣的默默配合，我一抬手，你就知道我要的是什么。

## 快速熟悉公司和互作

初入职对公司及工作平台、流程都不是很熟，大家细心地一点点教、有问题及时帮忙，让我能够快速上手并高效工作。



## 中午一起吃饭的情谊

饭点不知道吃什么，是每个人最纠结的问题，还好俊发提供员工食堂，每天我们一起相约去吃饭，看着窗外的景色，一起聊天瞎扯，也是另外一种快乐。



## 美好的生活向往

部门每个人桌上都放着花，每天带着好心情工作，充满活力。不定时换水，亦或直接换一束花，一起过着向往的生活。

遇见这些可爱的人，共同壮大品牌之力，很幸运。

1. 罗长海  
盘龙片区  
张春刚  
官渡片区

2. 刘伟  
官渡片区  
何佳蓉  
官渡片区

3. 陈璐  
杭州公司  
张英  
盘龙片区  
张靖云  
地产集团总部  
建国琴  
地产集团总部

4. 谢喆  
杭州公司  
杨发会  
官渡片区  
秦瑞卿  
地产集团总部

5. 张高  
盘龙片区  
沈卫国  
官渡片区  
谭宇  
地产集团总部  
惊蛰

6. 周榕  
地产集团总部  
同明明  
盘龙片区

7. 刘静雯  
盘龙片区  
赵小雪  
大理公司  
毛小艳  
盘龙片区

8. 孙应锐  
盘龙片区  
妇女节

9. 王珊  
官渡片区  
李佳  
官渡片区  
杨晓云  
地产集团总部  
孙宏伟  
地产集团总部

10.

11. 鲁莹  
地产集团总部  
胡阳伟  
上海公司  
许菲菲  
地产集团总部  
王文婷  
地产集团总部

12. 刘娴  
盘龙片区  
黄艳芳  
成都公司  
吴炜之  
官渡片区  
植树节

13. 王礼  
成都公司  
高发明  
官渡片区

14. 严柱  
地产集团总部

15. 李坤明  
盘龙片区  
刘顺江  
官渡片区  
陆极华  
地产集团总部  
朱兴乖  
盘龙片区  
权益日  
消费者

16. 封泽畅  
盘龙片区  
诸乔彦  
盘龙片区

17. 彭迪  
盘龙片区

18. 保纪林  
官渡片区  
何娇  
官渡片区  
刘坚  
地产集团总部  
宋敏  
地产集团总部

19. 栾勇  
盘龙片区  
徐丽华  
盘龙片区  
朱念  
盘龙片区

20. 徐洪元  
盘龙片区  
罗燕  
地产集团总部  
春分

21. 宁春燕  
成都公司

22. 雷伟  
盘龙片区

23. 刘兵  
盘龙片区

24. 25. 26. 27. 肖颖  
地产集团总部

28. 张辰阳  
盘龙片区

29. 陈俊朋  
官渡片区  
张树华  
杭州公司  
杨昌立  
贵阳公司  
刘明  
盘龙片区  
钱雪伟  
盘龙片区

30. 吕林忆  
盘龙片区  
王建  
成都公司

31. 樊恩宏  
官渡片区  
李泓君  
盘龙片区  
陈纪廷  
地产集团总部



Happy Birthday

叁月

MAR  
HAPPY BIRTHDAY