

# 盛德人

  
盛德基业  
SEDANT

005期  
2016年01月

盛世华章

德缘万家

基石永固

业精于诚



## 精彩视界 Wonderful Vision

如何开展系统化绩效管理  
浅谈销售人员的薪酬与激励  
解读apt "24- 2gether4future"

## 特别报道 Special Report

廊雪归来

## 领导风采 Leadership

王之道，兵之刃  
——访商贸物流集团总经理王兵

## 盛德心语 Sedant Talks

从“大学”到“企业”  
让绿色点缀你的“心灵”  
盛德时光

# 桑梓耕耘十五年 未雨绸缪二十载

随着 2015 羊年的旅途结束，盛德基业陪着岁月度过了十五个春秋，见证了我们强大的祖国十二五的规划的全面收官。我们企业和祖国一样，在这十五年里也走过了不平凡的坎坷路，但最终都以平稳圆满的结局向世人展示正义的力量、团队的力量、人民的力量是最伟大的。

自 2000 年成立，盛德基业历经三个五年的发展，从霸州到廊坊、从廊坊到北京、从北京走向世界，这些都记载着 1800 名盛德人的智慧和辛酸，从低碳置业到商贸物流到节能环保科技再到高端制造转至金融投资，从金融投资和科技型实业及资本市场相结合精炼出盛德基业的核心竞争力并摸索出一条适应国际化发展的创新之路，响应了国家转型升级的战略要求，锻炼我们的团队适应能力。

一路前行，盛德人没有停下自己发展的脚步，没有因为取得一点成绩而骄傲，而是分多次对前期的经营进行认真深刻的反思。从人力资源管理、战略目标确定、风险防控管理、规范财务经营、成本合约控制、行政后勤保障、团队建设、企业文化品牌建设等方面模拟反思，总结出原有经营的优点和不足，提出改正的措施和办法，伴随着市场的脉搏摸索前



行，我们同样经历了市场不景气、经济下滑、金融危机等恶劣的环境，同样也跟其他中小企业一样经历了融资难、销售难等多种经营困境，也经历了无数次与死神擦肩而过的险情，盛德人在蚂蚁精神的感召下，靠着美国西点军校22条军规的强大执行力，有盛于德德行天下的崇高愿景和理念，在政府的坚强领导下，在金融机构和广大的合作伙伴的支持下，我们一次又一次的克服困难平稳过渡，这就是盛德团队，这就是盛德这个大家庭，让我们大家无怨无悔去追随她——没有理由只有信念。

## 未来战略发展目标

谈及2016年-2020年的战略发展目标，我们首先做的就是“改革”，第一、随着国际国内的经济形势的变化，随着盛德第四个五年规划的确认，随着我们对原有经营模式的总结和教训，在2015年四季度就开始对组织架构、治理结构、激励机制、标准化管理、风险防范、资本化结构等十几项制约企业发展的根源问题进行解剖，研究出台了一系列的制度、标准、流程、绩效、奖惩、审计等措施，逐步在战略目标确定分解、绩效考核随时跟进、预算收支合理可控、提高项目利润率等问题上达到精准解决，实现了盛德基业控股的四个业务集团，即低碳置业集团、商贸物流集团、环保科技集团、金融投资集团的科学布局，实现业务独立、法人独立、经营独立、自负盈亏、利益共享的管理机制，在未来的五年发展中共同验证其市场适应性。第二、未来五年我们将打造以节能环保科技为引擎，以实业与资本相结合的盈利模式为重点，以境内外重组并购“隐形冠军”的创新科技企业为基础，联合金融投资集团下的国际贸易和国际资本，全面实现盛德基业整体利益链的合理循环、产业优势互补、产权债权清晰、风险可控的科学发展之路，实现真正意义上的转型升级，在我们清晰的战略思路规划下，到2020年末控股所属产业实现销售规模200亿元，预计实现利润率10%—15%的目标，为盛德基业再次腾飞助推加力。第三、我们从战略目标上找

准方向，在企业的细节管理上做足功课，随着中国2025年实业管理网络信息化，我们的生产、财务、办公、预算、法务、成本、供应、销售、大数据使用等环节的互联网自动化控制也进入了逐步推进的阶段，到第四个五年计划收尾时我们的ERP网络管理自动化系统也同时全面验收投入使用，让实践证明提高工作效率、提高企业的净利润率、节约各项开支的举措靠的是科技、是精细管理。第四、我们还从激励机制上给高管人员一个真正成为企业主人的机会，在分清责权利的基础上，在合理授权、充分信任、科学监督的基础上开展工作，从员工到中层，从中层到高管都制定了切实可行的政策，做到奖惩分明，与企业共生共存荣辱，为盛德实现未来五年战略发展目标和未来五年的教育公益爱心事业奠定基础，用我们的实际行动来践行我们的宗旨“盛于德，德行天下”。

## 展望未来

十五年的发展让我们随着祖国的日新月异的变化而成长，盛德基业将在各级政府的指导下，在各界同行领先企业带领下，在全体合作伙伴的支持下，遵循诚信经营、守法经营、感恩经营的理念，走出一条适合盛德基业发展的新路和模式。

在新春佳节到来之前，祝支持帮助盛德基业发展各级政府、各界友人、海内外朋友、各位伙伴节日快乐！幸福安康！

盛德基业控股股份有限公司

王旭东

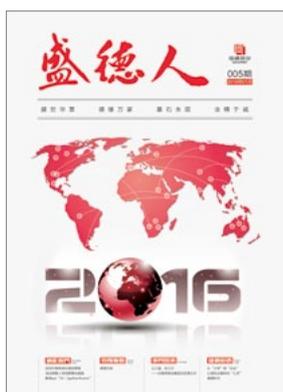
# 盛德人

## 卷首语

PROLOGUE

1

桑梓耕耘十五年，未雨绸缪二十载



主办：盛德基业控股股份有限公司

总编：丁楠

主编：滕华华

地址：北京市丰台区南三环东路 23 号

电话：010-57790266

本刊图片和文字未经允许，不得以任何形式或方式转载或使用。



weibo.com/sedant



微信公众号：sedant

## 精彩视界

WONDERFUL VISION

4

如何开展系统化绩效管理  
基于商业视角的公司法治建设  
关于廊坊区域城镇房地产开发项目定位的思考  
浅谈销售人员的薪酬与激励  
愚公传承谋万世 众志成城山筑基石  
解读 apt “24-2gether4future”

## 盛德资讯

SEDANT NEWS

32

集团要闻回顾  
低碳置业集团要闻回顾  
环保科技集团要闻回顾  
商贸物流集团要闻回顾

## 特别报道

SPECIAL REPORT

38

廊雪归来

## 领导风采

LEADERSHIP

48

王之道，兵之刃——访商贸物流集团总经理王兵

## 盛德心语

SEDANT TALKS

54

从“大学”到“企业”  
让绿色点缀你的“心灵”  
盛德时光

## 法制天地

LEGAL WORLD

62

某公司新三板挂牌股改律师手记  
阴阳合同的风险防范

## 乐活家园

HAPPY LIVING

66

生日会回顾  
团建略影



廊雪归来

38



王之道，兵之刃——访商贸物流集团总经理王兵 48



某公司新三板挂牌股改律师手记

62



团建略影

70

# 如何开展系统化绩效管理

How to develop systematic performance management



文 | 罗宝 李波

为了改进员工绩效乃至企业绩效，不少企业把绩效评估从一年一度，改为每半年或每季度做一  
次。缩短绩效评估的周期，能够增强员工的紧迫感，及时发现和解决员工工作和企业运营中的突出问题，但是也会因为时间  
仓促而导致绩效评估没能发挥应有的效果。

员工绩效管理流程的起点是清晰地记录下每个岗位的角色和职责。从入职第一天开始，公司就应当为员工个人搭建一个成功框架，向其解释岗位职责、公司对他的期望以及与工作相关的行为。最后，公司应当向员工简要说明企业文化，让他们了解新单位对于成功有何愿景。

绩效管理要求企业持续关注每一位员工，根据岗位要求和成功标准对他 / 她的绩效进行监管和评估。这包括记录和确认全年发生的所有事件（不管是正面还是负面的），处理需要进行调整或改进的情况。在企业对员工进行常规的绩效评估时，因为上述持续进行的做法，所以一切都能顺利进行，不会出现什么意外情况——前提是该组织会实际开展绩效评估。

绩效评估能回答一个对员工十分重要的问题：“我干得怎么样？”人们希望获得反馈，还有些人希望获得反馈的频率高于其他人，因为反馈可以让他们：确信自己有所贡献，做了正确的事情；认识到

个人绩效将如何影响企业所期待取得的成果（例如客户满意度）；评估绩效评估系统的充分性（质量、数量、速度等）；知道组织认可其绩效的重要性和价值。



## 制定关键目标

未来的方向、所期待的结果都依绩效评估的目标而定。要让这些目标发挥效果，就必须使其与团队、部门和公司的目标保持一致。

妥善制定的目标会使用动词清晰地表明要完成

的工作和所预期的成果；包含可量化、可观测或可验证的成果；包括由员工掌控开展的活动以及这些活动获得的成果；确保目标既实际又有一定的挑战性；支持公司的长期目标；涉及有助于岗位职责拓展或满足员工发展需求的任务；使用时间线或里程碑来评估进度。

妥善制定的目标具有五个特点，简单地说就是 SMART：

详细具体 (Specific)、可衡量 (Measurable)、可实现 (Attainable)、相关 (Relevant)、可追踪 (Trackable)。应当制定多少目标？能做到有意义且可实现就够了，目标太多会令员工应接不暇，且打击他们的积极性。

## 启动绩效评估流程

当你设计和实施绩效评估流程时，应该考虑：

### 01 绩效评估流程是否与其他 HR 系统一致？

考核的绩效因素、员工行为和能力是否与在招聘、人员安排和员工发展计划中所列的相同？

### 02

### 03 是否有重要人员参与了该流程的设计？他们是否会参与实施的过程？

你是否进行了先导测试以评估和改进该流程？

### 04

### 05 你是否就员工和主管的角色和职责给予他们培训？

对员工和各级主管进行培训，能鼓励他们积极、有效地使用绩效管理系统。培训的主题可包括角色和职责、设定目标、提供和征求反馈以及绩效评估工具或自动化绩效管理系统的用法。课堂培训是一种较为可取的形式，因为这可以让员工和主管两个群体学会如何有效地提供和接受反馈，并让他们有机会开展实践。

## 将绩效评估整合到绩效管理系统中

一旦设计和实施了绩效评估工具，它就成为了整个流程的一部分。绩效管理是周期性或环状的，不是线性的。当管理者必须评估员工的绩效，或给予对方正面或负面的绩效反馈时，就可以使用绩效管理。一年一度的绩效评估标志着上一年工作周期的结束和下一年新工作周期的开始。绩效管理流程有三个阶段（或步骤）：绩效规划、绩效评估以及绩效反馈和指导。

### (1) 绩效规划

绩效规划是筹备阶段，主管应当检查岗位要求和岗位说明、当前员工的上年绩效和成果（已经定下的目标是否已完成？）、员工的绩效记录以及下一年所预期的绩效和成果。

这一检查除了能向全公司员工显示出大家在效率等级上的差异（从而帮助主管解释为什么会给予员工某种具体的评估或评价），还让公司得以宣传重要的绩效因素和期望。此外，这项检查工作还为员工绩效评估提供了与职位相关的基准，包括公平度和尊重。

筹备阶段还给了主管一定的时间去准备给员工提供的反馈。主管应当将绩效与企业目标和计划挂钩，总结绩效改进的需求，记



## 什么 What? 1

- 什么是不适当的行为?
- 什么是适当的行为?
- 有什么预期未能达到?
- 有什么预期已经达到了?

## 2 然后呢 And then?

- 有什么影响?
- 为什么会有问题?
- 为什么会有好的影响?

## 现在怎么样 Now? 3

- 员工个人能做出怎样的改变以达成所期待的成果?
- 如果不能, 会有什么样的后果?

录下改进和发展需求。除此之外, 这一阶段能帮助主管预测员工可能出现的任何反应, 并为之做好准备。主管必须准备好应对这一切, 如果员工出现抵触心理, 你要准备好去倾听, 而不是措手不及。另外, 你还应事先想好如何处理这类情况。

### (2) 绩效评估是分析阶段

需要找出当前或未来的职位 / 绩效要求, 以及实际绩效与预期绩效之间的差距。这一阶段是规划阶段的延续, 需要收集与职位和员工在该职位上的绩效相关的信息。主管在这一阶段将对照企业的目标和预期 (例如行为预期) 对员工的绩效进行分析; 就员工的表现是否符合岗位要求 (与职位相关的、可衡量的标准) 进行衡量; 找出员工发展 / 改进的需求; 检查员工的绩效改进计划完成情况。

对行为预期进行评估指的是主管要评估员工的表现情况。如果制定的标准与绩效评价相符, 就能实现客观评估, 最大限度地避免偏见, 并且给员工提供有意义的反馈信息。

对成果进行评估指的是主管要评估员工取得的工作成果。需要评估的成果会随着岗位性质的变化而变化。比如说, 对销售员工评估的是他是否达到了特定的销售量或金额, 对客户代表可以评估其客户满意度是否达到一定水平, 对技术顾问可以评估他是否成功开发和部署了新的系统。

### (3) 绩效反馈

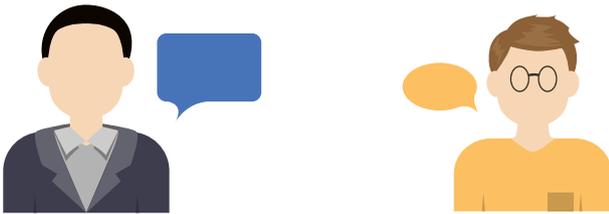
绩效反馈是评估流程的执行或实行阶段。在反馈阶段, 主管应当提出和回答以下问题:

反馈是一个持续进行的过程。主管除了要对表现杰出者或绩效极低者提供反馈外，定期就员工每天完成的任务和作出的贡献进行反馈也是非常有价值的。要进行有效反馈，就必须开展双向的沟通流程：

- ①管理者的职责包括提供有建设性、真诚且及时的反馈；
- ②员工的职责包括征求反馈以确保他们了解自己该如何履行职责和根据所得到的回复作出反应。

在管理者和员工之间进行高效、持续的绩效对话或许是绩效管理系统是否能发挥最大效用的最重要的决定性因素。

下面这些指导原则可以帮助你进行绩效反馈沟通：



- ①创造积极、易于沟通的氛围。
- ②提前数天安排常规评估会议的议程。
- ③让员工有机会准备发言内容。
- ④确保给会议留出足够的时间。
- ⑤安排你的日程，避免在会议中途受到打扰。
- ⑥会议一开始必须先给出正面的反馈。
- ⑦不要一次给予员工过多反馈。
- ⑧展开对话，倾听员工的想法。
- ⑨表现出同理心。承认改进不可能一蹴而就，并且会有一定难度。



### 【开辟改进之路】

在许多组织中，如果员工的整体绩效评估低于预期，他就会被列入绩效改进计划名单中。这些计划对员工、企业都是有利的，应当随时执行。计划执行者会重点关注在评估的过程中发现的具体差距或机会。当员工得到的是评分表上最差的评价时（比如说“绩效低到无法接受”），那么改进的时机就已经错过了。

绩效改进计划要求员工完成三至五个任务。每一个任务都应当包括：任务定义，具体说明需要完成的内容；行动计划，说明如何完成任务和如何衡量成果；以及完成任务的预期期限。

但员工犯错时，组织倾向于重点关注员工犯错的具  
体环节，而不是导致这种问题出现的其他因素。这些因  
素包括：

#### 培训 .....

是否有非常优秀、经验丰富的员工果断采取措施并  
归纳重要信息，从而为新员工进行培训？新员工是否太  
害怕以至不敢问问题？培训人员是否一边开展培训，一  
边为了在最后期限前完成任务而赶工？换句话说，培训  
的任务完成了，学习的效果却没达到。

#### 同事和团队成员 .....

其他人是否履行了其职责，是否错过了会议或忘记  
完成某些任务？

#### 客户 .....

客户可不是完美无瑕的。他们是不是也属于让员工  
出错的原因之一？

#### 生活 .....

有没有其他因素（家庭、疾病或宠物等）影响员工  
专心完成当前任务的能力？

这些变量并不能免除员工未能达到预期绩效的责  
任。它们影响的是管理者处理绩效问题的方式，在让员  
工承担全部责任前必须考虑到这些因素。在分析未达标  
的绩效时，管理者应当问这样几个问题：

①工作任务的分配是否清晰？

②在当前情况下，顾客或客户的预期是否合理？

③员工需要我时，我是否到场处理了？

④员工是否拥有完成任务的必要资源？

⑤员工需要我给予哪些帮助，才能成功完成工作任务？

⑥员工达成绩效的能力是否有赖于其他员工、部门或供  
应商？

⑦我是否建立了可行的流程来追踪员工完成工作任务的  
过程？

⑧我是不是在考虑过员工工作负荷后，合理制定了最后  
期限？

⑨当员工需要我的帮助或意见时，我是否能站在鼓励的  
角度助他们一臂之力，从而支持这一流程？



总之，改进之路并非只适用于绩效处于标  
准之下的员工。绩效改进或强化措施能用来帮  
助员工从达成预期绩效目标变为超出预期。管  
理者也能利用这些工具让有潜质的员工承担更  
大的职责，并鼓励员工挑战更高难度的任务或  
面对更多挑战。

# 基于商业视角的公司法治建设

文 | 控股总部 李秀君

“物有本末，事有终始，知所先后，则近道矣。” —— 孔子 《大学》

“不知疾之所自起，则弗能攻。” —— 墨子 《兼爱》

不论是中國民营企业还是外国私企，其管理精细度、风控水平、制度建设标准等都是随着公司发展阶段和需要而逐渐完善的，中国民企尤其如此。一般来说，民企在经历了初创期、发展期两个阶段之后，才进入了第三个阶段，那就是规范化管理时期，包括内控治理规范、运营管理规范、风险控制规范、制度建设规范等等。



## 何时做？



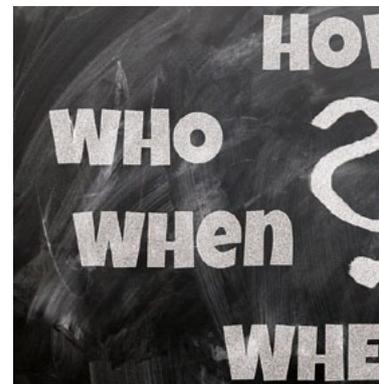
俞敏洪说：“马云如此的盲目自信，他能飞快地从挫折和自卑中间走出来，以至于盲目自信自己的东西变成了现实。”

在公司初创和发展初期，生存为要，风险管理无从谈起。从发展期到规范化管理期会有一个渐进的过程，而规范化管理本身又往往随着企业的发展要经过几次大的变革和不断的完善。

 初创型	 发展期	 规范化管理
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 人员少</li> <li>· 一人多职，无清晰组织架构</li> <li>· 资金少</li> <li>· 效率高</li> <li>· 主要是商业决策风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 团队组建</li> <li>· 职能分化</li> <li>· 管理宽度和深度变大</li> <li>· 效率优先</li> <li>· 风险部分可控，可能存在隐性风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 业务规模化（事业部）</li> <li>· 资金流额度与频率高</li> <li>· 风险代价高</li> <li>· 风险控制与有效管理相辅相成</li> </ul>



◆美国管理专家斯蒂芬·P·罗宾斯认为，描述组织结构特征的指标有三项：复杂性、集权度和正规化。



## 做什么？

### 1. 制度建设

民营企业在创立初期，是不需要太多制度的，制度多了搞不好反而会成为这个时期的障碍。但是，企业在进入规范期之后，如果没有完备的规章制度，一定会严重制约企业的发展。

企业制度一般包括基本制度、专业制度、岗位责任制度三个部分，在规范期的不同阶段，三大类制度下的具体分类和内容也繁简有别，标准各异。判断制度的好坏不应单纯看数量和薄厚。联想集团在 1984 年成立之初只是 11 人的“平底快船”，在 1990 年“孙宏斌事件”后才开始第一批公司规章制度建设，被称为联想“制度建设年”；1996 年“杨元庆事件”后才搭建总部组织框架及相关配套制度，此后的制度建设也都相应配合于其发展进程中复杂性、集权性和正规化的程度而适时丰富与完善。

### 2. 流程建设

规章制度的本身就包含着对运行程序的基本要求，因此，可以针对各项专业规章制

度对流程做进一步明确，使之条理化，并辅之时间控制点和具体要求。

当企业进入规范期之后，从强化管控和提高效率的角度出发，必须对内部流程进行全面梳理，不仅包括审批流程，更重要的是业务操作流程、风险预警机制及突发事件流程等。流程的科学设计一是解决权责体系；二是进行效率优化；三是以流程串连岗位，将制度 & 流程 & 岗位建设相结合使企业有机化运转，摆脱对具体岗位和个体人员的依赖和被动影响。

流程建设包括线下流程和线上流程（管理信息系统）建设两个层面。当企业发展到一定阶段或者具有这样的管理意识时，先进的管理信息系统可以实现流程建设质的飞跃，尤其是在效率提高和数据电子化两方面。

### 3. 监督与风险控制管理

监督与风险控制实际上是风险管理的一部分内容，风险管理是战略层面的系统工程，包括战略风险、操作风险、运营风险、财务风险、法律风险、市场风险、技术风险、

联想公司成立“平底快船”

1984 年

“孙宏斌事件”后才开始第一批公司规章制度建设，被称为联想“制度建设年”

1990 年

“杨元庆事件”后才搭建总部组织框架及相关配套制度

1996 年



政治风险等各种内外部风险；不仅包括事前评估、事中控制 / 监督，还包括事后处理及审计，因此，这项系统工程必须是公司自上而下的战略决策和实施。

◆联想集团于 2000 年上马运行了 ERP 新系统后应收账款周转天数缩短 8 天，订单人日均处理量增加 20 几倍，订单周期由 75 小时缩减到 58 小时，加班人次减少 10 倍，财务报表从 30 天缩至 12 天。

#### 4. 绩效考核体系



有奖有罚，奖罚分明，制度才是完善的，否则有失公平，是起不到其积极作用的，甚至可能与其初衷背道而驰。绩效考核体系应当配合制度建设的需要合理调整考核权重分配和指标等，以保证制度执行的力度和效果。

### 怎么做？

#### 1. 无破不立

“破”与“立”意味着变革与创新，意味着对现有秩序和利益格局的或有推翻或调整。这就涉及到战略变革与公司稳定的二维关系，二者之间需要有一个取舍和平衡。除非基于现实的评估衡量，需以公司稳定优先而不得不暂时全盘放弃，否则就需要有“破”的决心和力度，从而才能有“立”的可能和实现。

#### 2. 实事求是

“破”与“立”并非脱离实际好高骛远，而是应基于企业的发展程度、企业文化和资金规模等作现实的评估和建设规划，否则只能是停留在纸面上的美好蓝图。

#### 3. 要事优先

管理大师德鲁克在《卓有成效的管理者》中讲到“要事优先”的原则，虽然是针对企业管理，但在法治建设上同样适用。在相对有限的既定条件下的期间内，应理性判断优劣权重，对建设工作的先后次序作出有效计划。



## 关于廊坊区域城镇房地产开发项目定位的思考

文 | 廊坊区域 崔广宇

“全国房地产项目行业开发大浪潮已走过黄金 10 年，步入微利时代，国内外投资规模也从繁荣鼎盛时期的见地就拿阶段开始步入定点定性的理性投资阶段。”

房地产开发项目也由以住宅地产项目为主的产业向综合型产业开发转变，随着一线城市及大中城市房地产行业的饱和，房地产企业纷纷向综合型转变，寻找新兴市场。而习总书记提出的京津冀一体化的思路与构想，也为京津冀及周边的城际中间城镇的房地产开发打开了极为广阔的前景。在这个宏观政策提供的发展方向上，缓解京城压力，疏通京城与津冀两省的链接，在这个链条上房地产企业扮演着不可或缺的重要角色。而我们公司在廊坊起家，深耕廊坊市场十多年的时间，恰逢京津冀一体化的政策出台，为我们公司地产板块的业务可持续发展提供了有利的时机。围绕着北京周边深度发掘区域土地价值，做好项目定位分析，科学拿地，才能有效促进我们公司的快速发展。

无论时代如何更替，房地产企业与消费者的交易取得成功的因素是房地产企业研究的首要命题，本文将根据本人所在的工作区域利用逻辑方法和策划理论知识进行探索，结合本人的理解及思考，找出在目前项目的定位，运用科学的方法进行市场调查，运用科学的定位策略方法，分析目前廊坊区域房地产市场的定位问题以及目前市场空缺的市场定位，分析出廊坊区房地产差异化的市场定位，构建本企业廊坊区房地产项目定位程序，希望能为本企业提高竞争力有所助益。

## ◆ 关于项目市场定位方面的思考

市场定位要具有差异性、可衡量性、可占领性、稳定性、可行性等要素。

首先要进行市场细分，细分市场与消费群体之间要有明确的差异性，以及消费群体的基本情况（除少数特殊情况外）是具备可衡量性的，比如说年龄、收入、职业、家庭情况等。可占领性包括可行性，细分市场、目标市场的选择、企业自身的开发与营销活动能力、地区性、目标市场大小等的因素，必须具有可占领性才能保证企业能够顺利地占领这块市场和以后的宣传、销售等活动。项目具有可行性是基础，企业的主要目的就是为了赢利，必须保证项目的可赢利性。而市场是变化多端的，市场不仅要足够大、有可占领性还需要有稳定性，市场的变动可能会给企业带来损失和风险，必须把目标放长远，随着市场客观环境的变化，企业也应该及时顺应市场的变化。房地产开发切忌盲目地利用规模效应进行开发，最后由于根本没有那么大的需求导致产品滞销，对企业赢利产生巨大的影响，一个理想的市场必须具备一定的规模和一定的发展前景。而我们廊坊区域地处天津及北京之间，借着京津冀一体化的东风，正是我们大展拳脚的好时机。

## ◆ 关于细分市场的方法

### 1. 市场基本细分结构

廊坊区市场	有竞争者	分析竞争者战略方式	竞争不激烈 无需细分市场
		产业竞争结构	
		竞争者变量分析	
		分析竞争者 SWOT	
		分析竞争者市场定位	
	其他竞争者能力分析	竞争不激烈 进行细分市场	
无竞争者	无细分市场		

## 2. 细分程序七步法

列出所有潜在顾客的所有需求：确定产品市场范围之后，从地理、人口心理、城市规划方面列出目前的消费需求 and 潜在的消费者需求，为市场细分提供充分的可变量。



### 3. 目标市场的区域分析和客户分析

主要分为三个因素：地理因素、人口因素、心理因素。

#### 地理因素

城市状况	经济发展、家庭住房情况、家庭就业情况等
人口密度	该市人口密度
区位和环境	所在县城的方位和当地的政治等环境
地形地貌、气候特点	当地气候，冷热等情况
土地资源情况	土地价格、区位等一系列因素

#### 人口因素

年龄	根据年龄划分
收入	城镇居民平均年收入、目标群体年收入
家庭	家庭人数及家庭的结构

#### 心理因素

社会阶层	社会阶层数据分类统计
生活方式	可以根据地区的人民生活习惯判断
个性	所购买的人的年龄，教育，职业
购买动机	购买后的用途，转手、居住、出租



#### 4. 影响置业的政策因素

影响市民购房计划的主要政策因素是限购令，受影响的比例分别为 30.60%、24.78%，有些城市在购房时需要满 4-6 年的居住时间才能购买当地的房，在购买第二套房时税率提高，其次是贷款利息升高导致购房更加困难。

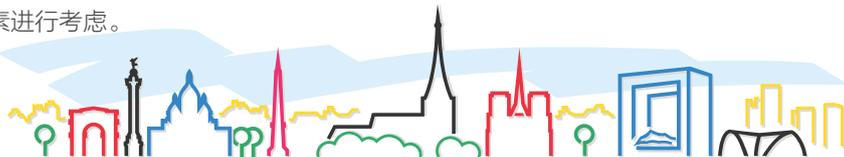
#### 5. 波特五力分析

波特五力即可赢利性分析，用来排除一些对企业构成威胁的因素，这些都威胁到企业后期的市场营销活动，极有可能导致策划预测运作的顺利进行，只有把目标放到后期工作中，做好前期工作，才是最有效的避免威胁。

威胁（波特五力）：现有竞争对手的威胁，潜在新加入的竞争对手威胁，替代品的威胁，消费者的讨价还价能力，供应商的讨价还价能力。

#### 6. 根据马斯洛需求层次理论分析购房用途

房子的**核心价值**是居住，商业地产是用于投资，在市场上大部分人是居住使用，另外还有许多购房当做商业投资项目，现在的人们除了安全上的需求是最基本的需要外，对于该地区刚性需求大小等，前人的马斯洛理论对楼盘多个因素进行考虑。



##### 生理需求

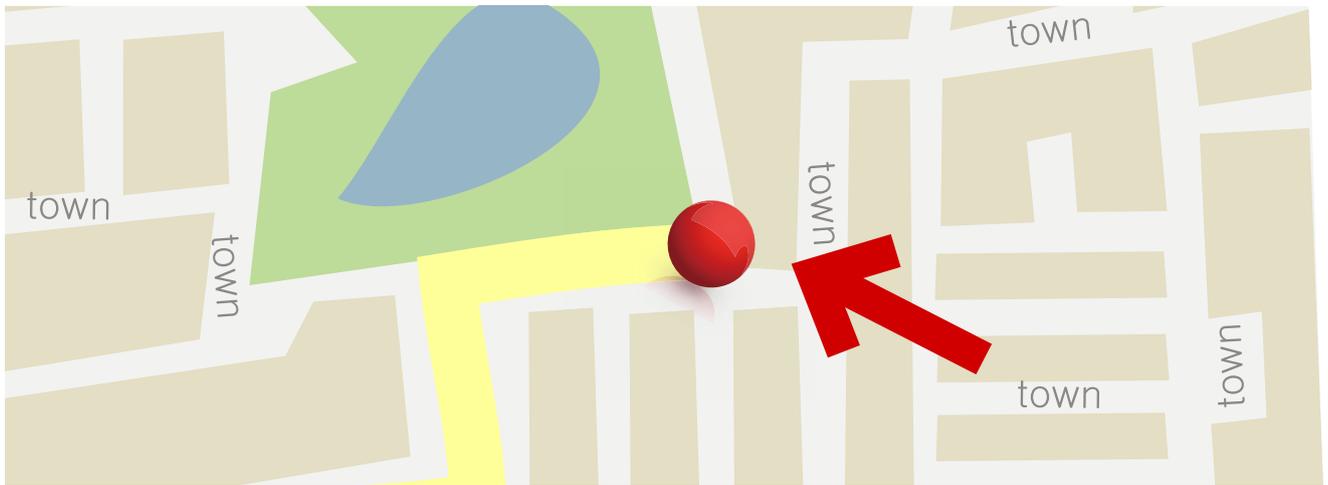
用于自住及改善性需求的购房者比例一直居高不下，据统计比例一直都在超过 60% 左右。

##### 社会需求

用于投资出租、转手销售和商业用地，根据他们的购房原因来看，炒房者的注重在价格、收益与风险这三个方面，有些是用作自用办公室或者销售产品的店面的商业用途。

##### 尊重与自我实现

当楼盘定位于高档级别的时候，目标消费群体更侧重于自己的形象，其中主要包括了消费档次、楼盘档次、楼盘质量、在楼盘内的住户消费能力。



### ◆ 产品定位的方法

我重点从以下几个方面探讨产品定位方面的思考：

#### 1. 地理位置选择定位

 交通情况	<p>现在的许多家庭因为孩子上学，大人上班对公共交通非常重要，有关的车流情况、道路的宽度对交通的通畅有极大影响，人们的生活时而使用物流，不少人都喜欢网上购物，较为明显的是快递，所以开发商必须对目标消费群体情况进行研究，这也可以成为行业的竞争优势。</p>
 周边景观	<p>自然景观、人文景观、遮挡物和可能造成的破坏。</p>
 商务区	<p>百货商场等购物上锁，写字楼、厂房、各种企业等的数量、等级以及周边人口的特性、生活、收入、性别、年龄、消费能力等。</p>

#### 2. 利用 USP 理论定位

房地产行业也像其他行业一样，不管竞争的是否热烈，都会给自己的产品创造卖点，和市场联系起来，给品牌创造优势与机会，才能在市场上划出一块属于自己的领域。

楼盘硬件	建筑风格	园林主题	自然景观	区位价值	消费者的知情权
人以群分	原创概念	功能提升	产品嫁接	楼盘软性附加价值	楼盘可感受价值
概念销售	情感	升值潜力	创意促销	地域性因素	阳光、空气、水
科技设备	户型	成本与物业	境外设计	数字化社区	居住文化生活方式
产品类别	高使用率	环境景观	社区		

◆ 房地产寻找卖点因素参照表

以上为目前房地产企业所运用的卖点，企业不能盲目的创造卖点，卖点少不能满足消费群体的需求，卖点过多的话，生产成本增加，卖点的多少要依据产品目标消费群体而定，并根据经济发展趋势设法创造新卖点。现在人们选择生活的方式，已经发生了翻天覆地的变化，由传统需求上升到了求创新、寻刺激，注重感受和体验的舒适度消费层面，这是我们现在和未来都无法忽略的改变，更是值得我们去挖掘的深层次需求，也是我们未来作分析工作的重点所在。

### 3. 功能差异化定位

核心价值为主，附加价值为辅，楼盘综合一体化已经成为房产发展的主流，复合型的楼盘更加有利。所以在保障产品的核心功能的情况下，利用便捷的互联网+为消费者提供便捷舒适的体验式消费，并完善其对精神世界规模化的追求。

	教育功能	有名校，儿童及青少年品牌培训机构及儿童休闲娱乐的汇集地
	休闲功能	综合型健身场馆、单项羽毛球馆、游泳馆等具有一定规模的场馆也是必备
	购物功能	至少有一个大型综合商场，各种行业品牌汇集地
	娱乐功能	附加功能，台球室、溜冰场、电影院等一系列的配套设施地
	商务功能	商务服务中心
	餐饮功能	快捷早餐、规模化中、西餐、特色烧烤店、咖啡店、具有浪漫情调的酒吧等等
	修理功能	家电维修、车辆维修等基础服务
	服务功能	物业管理



教育功能



休闲功能



餐饮功能



#### 4. 重要的价格定位

价格定位是我们最需求探讨的关键定位，价格定位理论上一般可分为：高价定位、低价定位、中价定位、固定价格定位。房地产开发项目的销售价格定位比较特殊，不宜使用高价定位和固定价格定位，高价定位可以很快的回收成本，但是对于已购房消费群

来说，谁都不希望自己的房子贬值，而且易受周边其他开发商的价格影响，造成销售部门举步维艰。从购房者的角度来说，购房者认为房子的增值保值是购房的关键因素之一，如果价格一直不变，就会让购房者的观望情绪大增，无法激发消费群体购买的急迫性，所以售楼前期固定价格定位也不适用。目前企业通常开盘售楼时使用成本核算基础上具备微利的低价定位销售策略，楼盘位置及朝向方位楼层等等因素都是产生价格差异的因素，造势后再逐渐使用固定价格或者拉高价格，随着时间的流逝，让市场说话，让购房者切身感受到楼房的升值走向及空间。

# 浅谈销售人员的 薪酬与激励

文 | 廊雪 李永岐

“薪酬与激励是现代企业管理的重要内容之一，它也是企业生存与发展的关键所在。企业的发展与壮大离不开员工的努力工作，薪酬与激励对于员工的努力工作起着决定性的作用。”



## 薪酬的定义

美国学者布鲁斯认为，薪酬即整体薪酬包括显性薪酬和隐性薪酬，显性薪酬即是工资，而隐性薪酬包括工作环境、发展的机会、工作中所学到的知识、工作被认可的程度，薪酬包括5个基本要素，工资、非现金报酬、员工福利、长期激励、短期激励。本文中的薪酬概念是广义上的薪酬概念，它是由非物质报酬与物质报酬两者组成，是企业员工为企业提供劳动而得到的回报。销售人员的薪酬指销售人员为企业开拓市场、销售产品、创造价值而获得由企业提供的物质报酬与非物质报酬的总和。



## 目前销售人员主要的薪酬模式



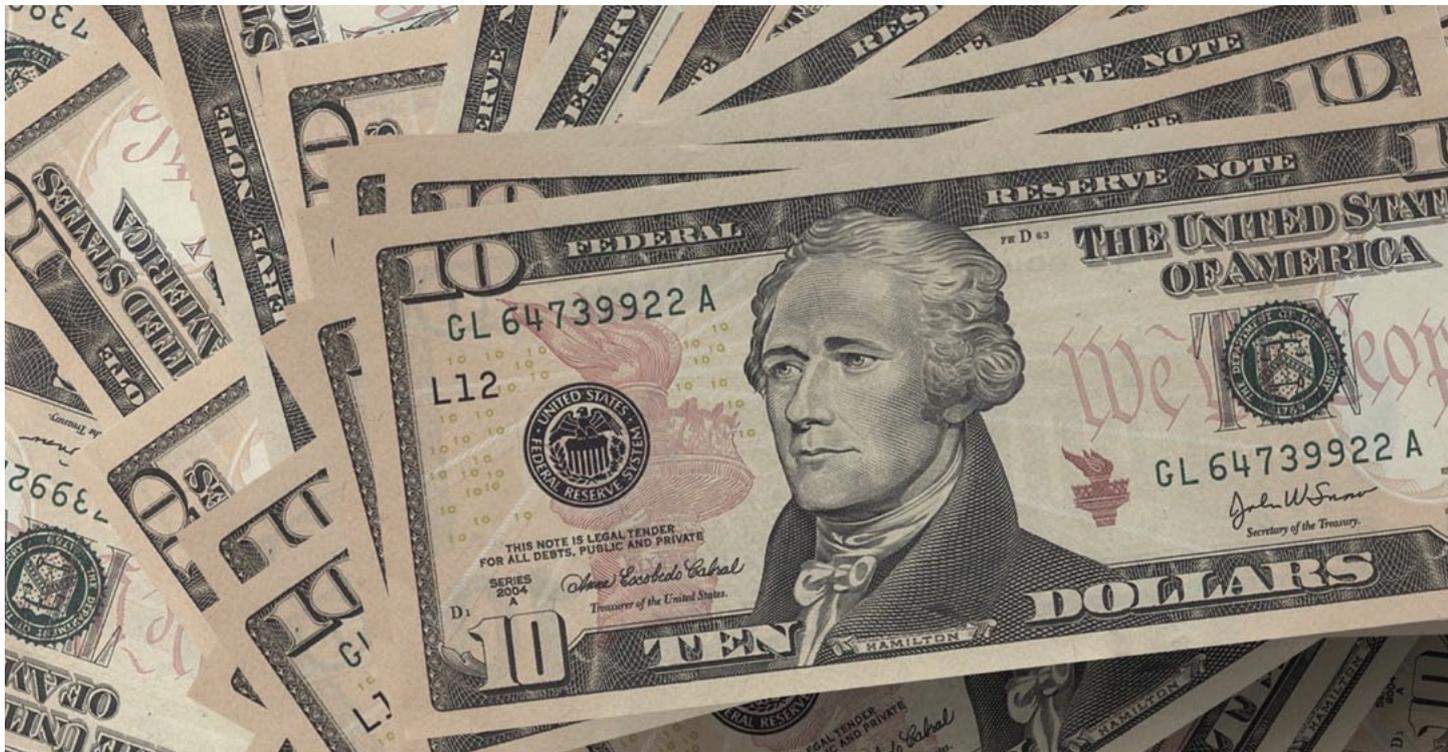
企业的生存与发展必须依靠销售人员辛勤努力的工作，薪酬是激励企业员工努力工作的主要因素之一，同时薪酬与激励引导并调节着销售人员的努力方向和程度，使销售人员朝着企业所期望的工作行为上去努力工作。企业选择不同的薪酬模式对销售人员的激励效应也不同，目前，除福利外，企业销售人员的薪酬模式主要有五种：1. 纯薪金制；2. 佣金制（纯销售提成制）；3. 基本工资 + 佣金；4. 基本工资 + 奖金；5. 基本工资 + 佣金 + 奖金。

## 激励理论简述

### 马斯洛的需要层次论

需要层次论是马斯洛博士在1943年提出的，在他的著作《调动人的积极性的理论》中，他认为人都要有五种需要，这五种需要从低级到高级、从次要到主要依次为生理需要（维持生存所需的衣、食、住等）安全需要（工作、医疗、住院、退休、福利等）社会需要（友谊、感情、归属）尊重的需要、自我实现的需要（成就、自我实现等）。

马斯洛博士的研究抓住了从人需要的角度来研究人的行为这一关键问题。他认为人的需要的基础是人的物质需要，同时人的需要都是从低级向高级发展的，这非常符合人的心理特点和行为规律。我们在管理中要认真研究这些需要，我们只有把激励建立在调查员工的需要、分析员工的需要、解决员工的需要的基础上，才能充分调动员工的积极性。



## 亚当斯的公平论

公平理论是美国的亚当斯在1956年提出来的，他认为：员工对薪酬是否满意，不仅取决于薪酬的绝对数字，更取决于薪酬的相对数。相对数字来自纵向与横向方面的比较。

①**横向比较**。把自己的劳动报酬与劳动投入的比率同别人的比率进行比较。当两者比率相等，员工就会感到很公平。当两者的比率不

相等，特别是报酬的比值小于劳动的投入时，员工就会感到很不公平，他们会感觉非常不公平、不合理。这种不公平感会使员工消极工作，甚至会消极怠工劳动时出人不出力。

②**纵向比较**。就是把自已现在的劳动报酬与劳动投入的比率同自己以前的比率进行比较，如果这两个比值比较后是现在的比率大，员

工就会感到非常满意，反之，他们就会产生不满的情绪。

薪酬制度不合理，领导的偏心或分配不均，员工个人判断的错误都会使员工产生不公平感。

消除不公平的方法有很多，如奖惩制度透明公开，员工能参与薪酬的制定，建立以绩效考核为基础的薪酬制度，薪酬制度建立在利用相关技术对岗位进行评价的基础上。

在计划经济的年代，企业员工的工资是按岗位和工龄来发放的，企业没有一个科学的薪酬管理体系和激励制度，从激励的角度来说，更多的是精神上的激励，宣传与引导企业职工的奉献精神，评选先进个人和红旗班组等措施来达到激励员工的目的，可以说，计划经济的年代，精神上的激励是企业员工的主要激励方式，在一定程度上它忽视了物质薪酬激励对员工激励的巨大作用。在市场经济年代的初期，有的企业又过分重视物质薪酬激励，认为只要不停地发奖金给员工，他们就会努力工作，就会起到非常好的激励作用。从科学的薪酬体系和激励制度来讲，上述两种不同年代的激励员工的观点都是不完整和片面的。随着激励理论的不断发展与完善，我们逐渐认识到，激励的内容、激励的形式、激励的方法是多种多样的，我们要根据企业的具体情况，制定出适合本企业的激励制度。

销售是企业生存与发展的生命线，也是企业最为重要的经营环节。随着经济全球化的步伐在逐渐加快，市场竞争越来越激烈，企业的收入越来越依赖于销售工作的顺利完成。因此，如何激励企业的销售人员，制定完善的薪酬体系，使他们发挥最大的潜能，出色的完成销售任务，将是企业领导所思考的重点内容。而薪酬外行业是市场经济中的完全竞争行业，属于快速消费品行业，市场竞争非常激烈，这就要求销售人员必须非常努力地工作，发挥最大潜能，才能达到销售的目的，所以，用一套完善的薪酬制度，来激励销售人员，使其发挥最大潜能，出色的完成销售任务就非常重要了。一套适合企业的、具有内部公平性的薪酬体系与激励制度可以使企业留下需要的人才；而一套适合企业的、具有外部公平性的薪酬体系与激励制度可以吸引企业需要的优秀人才加

盟公司。

企业的竞争归根到底是人才的竞争，销售人员的薪酬与激励研究就是要吸引与留住企业需要的销售人才，让他们创造良好的销售业绩，为公司创造更多的利润。企业需要真正的了解与满足销售人员的真实需求，设计适合企业的、科学的销售人员的薪酬与激励制度，这样才能充分地调动他们的工作积极性、主动性。才能使企业不断的发展与进步，提高其竞争能力。

# 愚公传承谋万世 众志成城移山筑基石

文 | 控股总部 杨松

时光荏苒，当盛德人站在 2015 年年底回首来路足迹深深，我们的发展历程铭刻着时代的精神、产业的变革、创业者执着坚守的烙印。15 年的努力，我们取得了骄人的成绩，取得了稳定而持续的发展，集团经营战略、商业模式也已形成并快速推进中。同时国家战略、走出去战略给中国经济发展带来的新进程，也为盛德控股跨跃发展提供了战略机遇。“谋万世筑基石”是我们所有盛德人的战略抉择，我们应不断夯实基础，练好内功、培养后劲，将“以实业为基础、科技研发为核心、资本运营为手段、公司为产品”资本 + 实业的经营思想形成可持续发展的商业模式，打造坚如磐石的核心竞争力。今天，面对集团战略机遇期，我们更需要学习和发扬蚂蚁精神，敢于直面困难，对标一流企业，超越现在，突破自我。作为蚂蚁精神“未雨绸缪、团结协作、永不放弃”最生动的体现，现阶段愚公移山又更像是盛德人文化信仰的一面旗帜、我们通过解读蚂蚁精神，诠释我们文化精神主旋律，用共同的信念与价值观创造所有盛德人的精神财富。

《孙子兵法》云，“不谋万世者，不足以谋一时；不谋全局者，不足以谋一域”。我们现在所经历的是盛德重要的战略谋划期与实施推进期，面对企业发展的第四个五年计划，我们将分阶段、分步骤、分层次实现我们清晰而连贯的阶段性战略目标，奠定发展的基石和统一的行动纲领，并通过“资本 + 实业”进入全面的市场

扩张，确定我们行业引领地位，实现控股集团四大产业集团品牌联动和未来产业链的进一步延伸，进而使集团品牌成为品牌溢价、资产增值的战略驱动，提升盛德商业模式的影响力和竞争力，打造核心竞争力突出、商业模式独特的多元化的控股集团。未来，盛德控股将成为国内瞩目的产业领袖，新的五年计划的战略实施将推进盛德跨越新的发展阶段，谱写企业新的篇章。

## 志不立，天下无可成之事

我们需要发扬愚公不畏难的勇敢精神，“太行，王屋二山，方七百里，高万仞”，与人类相比，两座山可谓高大巍峨，凭借愚公一家人锄挖肩挑的力量去搬走两座大山，那真是难于上青天。何况，挖出的土石还要“投诸渤海之尾，隐土之北”，路途遥远。但是愚公瞄准目标后毫无畏难情绪，反而满怀必胜的信心，认为即使自己这一辈子完不成，还有子子孙孙，“而山不加增，何苦而不平？”

愚公精神需要与时俱进，需要具有鲜明的时代特征，需要结合盛德全局战略和盛德精神赋予新的内涵。盛德战略实施的时间之紧迫、目标要求之高，前所未有的。但是我们敢于提出这个目标，敢于挑战我们事业理想的顶峰，既是因为 15 年的高速发展，盛德积累了雄厚的实力，盛德有超跃自我的胆略和勇气，更是因为集团已将长期战略目标细化为具有高度可操作性、可实现性的阶段性目标，未来的五年战略规划已在我们面前铺陈开来。

## 工欲善其事，必先利其器

### 信念之器

愚公移山精神的精髓，就是信仰、信念。无论多么周密的规章制度和纪律规范，都无法替代员工的积极性、主动性和创造性对集团创造的价值。某种程度上，信仰、价值观念比物质和金钱更具威力，它是一个成熟、成功的企业所具备的顶级竞争力，它规范着人们的行为，统率着人们的灵魂。信仰的管理思想是需要由理性模式向非理性模式转变，即向建设品牌、树立文化精神、培养共同价值信念方向转变。人心齐，泰山移，辉煌领袖的企业缔造者就是一群具有相同使命感和共同驱动力的人，企业有了忠诚善战的信徒，在企业成功的诸如资本、项目、渠道、管理体系等要素中，人是其中的灵魂，所有问题都归结于人，每个人都有自己的意愿，企业文化就是研究人，研究人的意愿，人的心智，人的思考方式，如果员工本身没有被充分激励去向目标的挑战，当然不会有企业的成长。而品牌与文化则是无数个人组成的团队的灵魂。

随着盛德品牌的战略提升、企业经营理念的不断丰富、文化精神的统一传承，会持续形成盛德人的职业信念与工作操守，在精神上得到升华。在即将到来的2016年既是盛德的传播年、又是盛德文化年，集团将策划实施一系列塑造品牌、传播理念、模式输出的战略规划，并以提升核心竞争力、提升品牌知名度为目标，进一步形成较为系统的品牌建设与运营组织体系，搭建多元化、立体化、扁平化的运营平台，一切以市场经营为导向通过品牌驱动战略执行，与企业运营紧密关联，统筹发挥品牌文化的杠杆价值，最终推动企业取得更大的成绩。

### 尽责之器

信仰正确、信念坚定、信心充足，才会为伟大基业和人生事业为之奋斗终身。事业的成功与实干密不可分，弘扬愚公精神，像愚公一样直面困难，不躲不避，不等不靠，求真务实，埋头苦干，坚持不懈。有了这样一股劲头，就没有克服不了的困难，没有干不成的事业，没有实现不了的理想和愿望。

“心怀高远，脚踏实地”尽责者不找借口，尽责者提出问题，但更能解决问题；尽责者总是主动多做一点；尽责者以达到目标、实现成果为己任，而不是以讲求条件为己任。解决问题的方法没有最好，只有更好；要积极思考，勇于尝试，而不是简单不加思考的简单执行；要复杂的事情简单做，简单的事情认真做，认真的事情重复做，重复的事情要创造性的去做。优秀的文化精神不是伟大的思想或响亮的口号，而是持之以恒、尽责实践的精神。“报以忠心、奉献诚心、坚持仁心、留下信心、守住良心”，通过盛德核心价值观、企业愿景、企业理念的树立，聚焦文化，引领思想，使团队的价值取向和组织的愿景保持高度的一致。

十五年的风雨征程，十五年的沧桑巨变，十五年的信念坚守，十五年的创新求变，造就了今天这样的盛德人，我们睿智、平和，处心有道，行己有方。我们乐观，豁达，积极向上，充满激情。我们意气风发、斗志昂扬地走过了十五年，未来向我们翘楚，我们现在前进方向就是后人的路标，让我们这一代盛德人一起成就辉煌！



2gether 4 future

科沃斯先生在上一次的方针描述中介绍了 apt 集团的新战略方向。自此我们便总能与“24”碰面，有可能在会议当中，有可能是张贴的宣传画中，有可能在餐盒上，当然也在我们实施了“24”策略的很多项目当中。

# 解读 apt “24 - 2gether4future”

——摘自 apt 集团《profil》2015 年第 33 期

---

文 | 控股总部 陈佳祥译

在过去的一年，蒙海姆 / 鲁尔蒙德和爱肯塔尔 / 海布的管理团队聚在了一起并且考虑，如今 apt 应当处于什么样的位置，并且在挤压型材和深加工方面接下来的战略方向应该是怎么样的。挤压型材和深加工方面的讨论结果我们同一形成了一个概念，这一概念我们在 2015 年 6 月 1 日及 2 日在诺伊斯举行的所有区域范围内领导层的战略会议上提了出来，这个概念便是“2gether4future”，简单来说就是“24”。

“24”是什么意思呢？我们已经逐渐地往这个战略靠近并且首先考虑了如今 apt 所处的位置。科沃斯先生将此总结如下：

apt 具有对铝行业及根据要求将材料使用于每个应用和行业中的解决方案的足够热情。apt 及铝制产品由此在节能及可持续经济发展中做出了重要的贡献。



apt 致力于与顾客保持一个紧密、长期的合作关系，并且为顾客在发展过程中提供技术上的专家鉴定。apt 为很多应用进行研究、设计并最终完成、提供产品。我们的专业集中于汽车行业、运输行业、建筑及机械制造行业。

apt 的目标首先在于通过工厂和设备能力，生产过程能力以及强大的顾客服务达到西欧市场的领先地位。

apt 雇佣了将近 1000 名有事业心并且有资质的员工，年营业额超过了 2.3 亿欧元。这相当于西欧市场的 7% 的份额。

apt 是一个带有企业特色的集团并且对于后续的国际化发展已经做好了定位。

apt 是一个中型企业，于 1972 年成立，在超过 40 年的时间里都有着持续的盈利增长。

虽然有着出色的开始，但我们在最近这几年也遇到了很多挑战——也就是压迫着我们并且需要我们去解开的那个结。

吉祥物 Alux 作为员工代表也参与在诺伊斯举行的战略会议，以此明确说明了改变的必要性。很感谢 Bohumil Cejka 所做的这么棒的 Alux 道具服装，感谢来自蒙海姆的 Birgit Hayn 将 Alux 展示了出来。





一个结同时也可以联结起来并且产生强大的力量，例如：

四个地点的两个结 2gether4future

而在此之中，特色是不会丢失的。

所有的项目，所有的活动都是战略的一部分并且可以归入一个或者多个的使命当中，就如同您所看到了如下的说明。但起决定性作用的是我们一起 (2gether) 为明天 (4future) 而工作，并且每个人都贡献力量，这样从一块拼图出发也能产生一个整体！

#### ◆我们的使命

- ①我们在技术上是市场引领者，我们的产品只是有选择的供给一些行业。
- ②我们为顾客研发创新性产品，研发速度比其他厂商快。
- ③我们有着完美的流程并且业务卓越。
- ④我们的财务有一个强大的位置。
- ⑤我们鼓舞着我们的顾客。我们是所做的最棒的。
- ⑥我们是国际化的状态。
- ⑦我们的员工文化使得有突出贡献的员工牵引着我们。
- ⑧我们对费用和其他所有相关数据保持透明。

## 集团要闻回顾

### 盛德控股又添新成员

2015年6月19日，德国当地时间15:00在杜塞尔多夫见证了一个历史时刻，德国盛德罗宝科技有限责任公司并购德国APT HILLER GROUP的交割仪式正式举行，从此APT HILLER GROUP成为盛德控股子公司，也成为盛德的一名国际新成员，签字交割仪式在友好和谐的气氛中圆满完成。



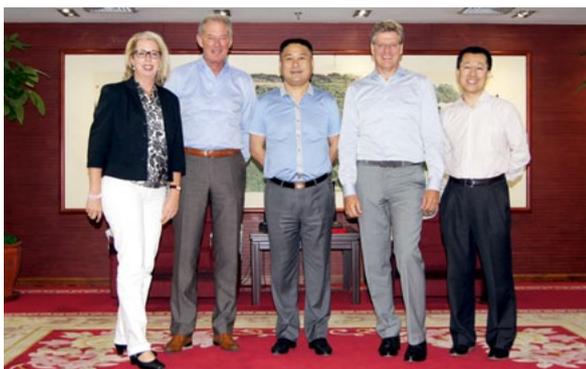
### 1 盛德基业 2015 年年中总结会成功召开

7月9日至11日，盛德基业“两会”之一——承前启后的半年总结会在北京蓝调薰衣草庄园举行。90名中层及以上管理人员齐聚一堂，共叙总结，齐齐规划，鼓足信心。



## 2 apt SEDANT Group 第一次股东及董事会在京召开

7月28日至29日，盛德基业控股股份有限公司收购 apt 海勒集团后的第一次股东会议暨 apt SEDANT Group(以下简称“apt”)公司董事会在北京顺利召开。控股公司董事长王旭东先生、apt 集团股东科沃斯先生、控股公司CFO及 apt SEDANT 集团 CFO 出席了会议。控股公司高管人员及德国立石合伙人咨询公司管理人员列席本次会议。会议针对 apt 经营方针进行了探讨。



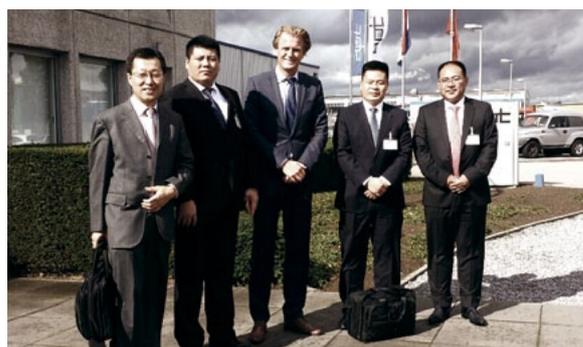
## 3 盛德基业控股股份有限公司聘任科沃斯先生为副总裁

7月29日，经盛德基业控股股份有限公司董事会批准，决定聘任科沃斯 (Frans Kurvers) 先生为控股公司副总裁，负责 apt SEDANT Group 的全面工作。



## 4 盛德代表团走访 apt 之行圆满结束

9月13日，由盛德控股公司 CFO 付华先生带队的代表团一行顺利抵达德国 apt 集团，进行为期七天的走访。这是继完成 apt 交割并召开第一届股东大会后，盛德代表团第一次代表董事长王旭东先生与 apt 全体员工见面并进行面对面的交流。他们带去了董事长的问候并深入了解基层员工的需求和期望。



## 5 廊坊市第八小学举办“盛德小学”揭牌仪式

12月2日上午，河北廊坊市第八小学举行了“盛德小学”揭牌仪式。广阳区副区长赵玉、广阳区教育局局长唐国栋、广阳区教育局科长李万祥、廊坊第八小学校长钱文标及盛德控股公司副总裁崔永涛、廊坊区域总经理崔广宇、常务副总王秀东、营销副总许鹏参加了揭牌仪式。



## 低碳置业集团要闻回顾

### 1 盛德·紫阙客户尊享之夜暨新品发布仪式于北京国家会议中心隆重开启

8月1日，“紫阙东来，更上层楼”盛德·紫阙客户尊享之夜暨新品发布仪式于北京国家会议中心隆重开启。活动当天诸多业界名流、明星嘉宾、客户嘉宾齐聚一堂，共同见证盛德·紫阙热销破冰 12.8 亿及新品发布荣耀时刻。明星演绎、大型舞蹈表演、战略合作签约、百万豪礼大奖、饕餮美食……共同谱写一曲气势恢宏的盛世赞歌，回馈给客户嘉宾一场前所未有的撼世盛宴。



### 2 盛德置业廊坊区域公司针对“执行力”举办系列培训

① 9月9日，廊坊区域四楼多功能厅座无虚席，以“给我结果”为主题的意在提高员工执行力的培训活动在此举行。



② 9月16日，盛德置业廊坊区域公司工程系统系列培训——“工程质量管理”主题培训交流会在会议室拉开了序幕。本次培训由控股公司工程管理部经理白明伟担任讲师，工程管理部总监杨恺就相关课题做了延展交流，廊坊区域公司工程系统全员参加。



③ 9月24日,以“有效沟通”为主题的意在加强员工内外部沟通,提升公司整体组织效率的培训活动成功举办,各部门员工均悉数参加。



④ 11月27日,在盛德置业廊坊区域四楼多功能厅,以“全员参与,全程管控”为主题的,意在提升员工精细化成本管理意识的培训活动成功举办,各部门员工均悉数参加。



### 3 无锡明大进行“打造高绩效卓越团队”的拓展训练

8月7日—8日,无锡明大置业有限公司组织主题为“打造高绩效卓越团队”的拓展训练。置业公司全体员工和物业管理参加了此次拓展。



### 4 龙玺太湖湾一期完美交房

国庆期间,龙玺太湖湾别墅正式交房,一期业主顺利完成入住。



## 环保科技集团要闻回顾

### 1 盛德罗宝 2015 半年营销述职会议暨团队培训拓展活动顺利开展

8月5日，盛德罗宝顺利开展了2015年半年营销述职、培训暨团队拓展等一系列活动，主要包括述职、培训、拓展三大篇章，历时一周。主要对上半年的营销工作进行了总结梳理，同时对下一步的营销推广工作做了详细的部署。

### 2 盛德罗宝荣获首批“全国建筑保温隔热行业质量检验合格产品”荣誉称号

8月27日下午，盛德罗宝聚氨酯保温装饰一体化板、聚氨酯保温复合板两大产品体系荣选为首批“全国建筑保温隔热行业质量检验合格产品”。

### 3 盛德罗宝助力商务部幼儿园换新装迎新！

盛德罗宝公司凭借十年一贯坚持的质量与诚信，以及产品系统同时兼具装饰保温、节能环保等性能在开学之前八月下旬顺利完成商务部幼儿园的抗震加固、节能改造综合工程。



改造前

改造后

### 4 盛德罗宝成功开启与苏宁置业战略合作新篇章

日前，盛德罗宝华东大区喜讯回传，公司成功与苏宁置业达成战略合作。未来两年，盛德罗宝将为苏宁置业全国各地工程项目提供聚氨酯系列保温材料及外墙保温整体解决方案，并同步提供专业的售前、售后一站式服务！

### 5 盛德罗宝荣膺“全国建筑建材优秀民营科技企业”

11月21日，全国建筑建材民营企业科技发展暨优秀企业表彰大会在北京顺利召开。盛德罗宝作为国内聚氨酯行业的优秀民营企业代表，凭借一如既往的优质产品质量与服务内涵、良好的行业市场口碑，荣膺“全国建筑建材优秀民营科技企业”称号，总经理马刚获评2015年度优秀民营科技企业家，同时入选中国民营科技促进会建筑建材专家委员会专家。

### 6 盛德罗宝与武汉伟鹏地产达成战略合作

12月，盛德罗宝成功开启与武汉伟鹏地产的合作之路，为武汉·鹏湖湾二期项目的提供外墙保温服务。

### 7 盛德罗宝同日力揽中国雇主品牌两大奖项

12月19日，由中国雇主品牌论坛组委会、国际人力资源协会、中国雇主品牌网共同发起，主题为“互联网+雇主品牌”的“第十届中国雇主品牌论坛暨2015中国最佳雇主评选颁奖盛典”在北京外国专家大厦顺利

召开。盛德罗宝公司荣膺 2015 年度“中国最佳雇主”，总经理马刚获 2015 年度“中国杰出经理人”荣誉称号。

## 8 apt 员工参加十公里长跑并取得优异成绩

6 月 12 日，apt 员工在蒙海姆参与了十公里长跑活动，此次活动 apt 参与员工取得了很好的成绩。2016 年，apt 将会再接再厉，在长跑项目中取得更优异的成绩。

## 9 apt 欢送创始人海勒先生

8 月 16 日，海勒先生在 apt 总部蒙海姆与他的同事进行了告别。在这次告别会上，apt 把海勒先生在 apt 工作历程制作成照片墙，以此作为礼物赠送给海勒先生。据悉，海勒先生将会把照片墙放在海勒基金新办公室里。

## 10 apt 获得西门子“最佳研发设计及创新供应商奖”

西门子从全球 360 个供应商评选出 25 个到纽伦堡出席了供应商表彰大会。apt 成为了西门子全球最佳 25 个供应商之一。



# 商贸物流集团要闻回顾

## 1 廊雪“5S”管理项目启动会顺利召开

9 月 16 日下午 2 点，廊雪“5S”管理项目启动会在廊雪公司三楼会议室顺利召开。会议由廊雪总经理孙海东主持，参加会议的有盛德集团分管副总裁王兵、上海阳成咨询刘世召老师、廊雪经营团队及相关责任人。



## 2 霸州汽车宿舍楼成为一道新风景

日前，为进一步加强企业文化宣贯。霸州汽车按照贴近工作、贴近生活的原则，通过对楼道文化进行装扮，让楼道成为陶冶思想、传播文化、宣传制度的园地。



# 廊雪归来

## FLOURESS BACK



文 | 廊雪 马小静 王红茹

### 品牌故事

一粒粒普普通通的小麦变成人们餐桌上的美食，也可以诉说出一段漫长而悠远的故事。

位于京、津之间廊坊市的河北廊雪面粉有限责任公司，其前身是廊坊市等级面粉厂。1986年由廊坊市粮食局出资征用中所、彭庄土地1.7万平方米开始土建工程。1988年全套引进意大利奥克利姆公司日加工小麦200吨的生产线，由意大利专家指导安装，10月投产，这是河北省首家规模较大的进口设备面粉生产厂家。那时信息相对闭塞，以为面粉厂像农村的小磨一样简单，却原来把小麦磨成面粉也可以做得很专业、很科学，生产线装满整整一幢六层楼房，工艺设备在外行看来是眼花缭乱，初到车间参观的人惊叹于人的聪明和伟大。所谓等级面粉是按照小麦粉的加工精度，利用各系统生产出的基础面粉，按照一定的等级标准，进行粉流配粉，就得到了质量不同的等级面粉，厂名由此而来。面粉厂投产后，销售非常好，很快得到京津河北用户的好评。1989年12月，廊坊市粮食局将同样其产权的北侧毗邻廊坊市粮食局直属库即现在的廊坊市兴邦国家粮食储备有限责任公司与面粉厂合并，这样厂库合一，拥有两个法人单位，一套管理队伍。占地面积扩大了10万平方米，拥有



引用时下最流行的一句话：时间都去哪儿了？

时钟滴答滴答摆动，流淌过慢慢的悠悠岁月，在日复一日的时光中，人们感受生活的绚丽多彩，品味各不相同的人生经历。时间凝固成如诗如画的岁月，沉淀下异彩纷呈的故事。

了 21 栋仓房和 6.5 万吨仓储能力，院内两条 2.4 千米的铁路专用线贯穿其中，具有较强的装卸吞吐能力。这样资源共享，形成集面粉加工、粮食储存、中转于一体的工商合一的新型国有粮食企业。合并后的企业更是欣欣向荣、蒸蒸日上，经济效益在廊坊首屈一指，廊雪成为廊坊的明星企业。1992 年公司将“廊雪”注册为商标，虽然图案简简单单，但往往平凡中可以走出辉煌的业绩。从此“廊雪”不但叫响河北，而且成为全国知名品牌。

1997 年公司再次引进意大利奥克利姆公司的制粉、配粉设备进行技改扩产达到日处理小麦 320 吨，设备与工艺达到 90 年代中后期国际先进水平。随着销售范围向全国的推广和品牌知名度的不断提高，公司产品供不应求。2002 年公司引进意大利 GBS 公司 21 世纪最新技术的制粉设备，

新建一条日加工小麦 320 吨的生产线，

**320**吨

两线同时运行达到日处理小麦 640 吨、

**640**吨

年产面粉 16 万吨的生产能力，

**160000**吨

生产过程全部 PLC 控制，技术水平居领先地位。公司引进德国、法国、瑞典的先进检测仪器，检测水平不仅在国内居领先地位而且达到国际先进水平，是全国 500 家最大的食品工业企业之一。

早在 1995 年廊雪商标就被评为河北省著名商标。廊雪牌系列面粉以稳定的质量、卓越的品质、到位的服务赢得了广大顾客的好评。产品销往全国二十多个省市和地区，食品专用粉在华北地区的市场销售占 30% 以上，深受广大顾客的欢迎，尤其是烘焙类面粉具有其它厂家无可比拟的竞争优势。“廊雪”是面粉行业的优秀品牌，曾获得省重点名牌产品、国家免检产品、全国用户满意产品，2005 年廊雪品牌发展到巅峰阶段，获得了中国名牌产品称号。到 2007 年廊雪发展成为高端民用粉和烘焙专用粉行业的知名品牌。

此后由于种种原因，企业走上下坡路，效益连年下滑，以至产生近四千万外欠款，资金链断裂，难以为继。2010 年企业停产，运作改制。企业于重重危机中孕育着巨大的变革。





## 旧貌焕新颜

2013年3月21日经廊坊市国有企业改革工作领导小组办公室批准，原廊坊市粮食局所属企业河北廊雪面粉有限责任公司和廊坊市兴邦国家粮食储备有限责任公司整体产权出让于盛德基业控股股份有限公司。新公司规划建设集面粉加工、粮食储存、小食品加工、旅游观光、商贸物流等综合性文创产业园区，打造一个具有国际化品牌的面粉加工及绿色食品加工企业，迅速提高新廊雪的国内、国际知名度，实现新廊雪的新梦想。

梦想的起点从厂区改造开始。按照厂库区整体规划将废旧闲置房屋全部拆除，其余房屋全部进行了粉刷。南北两座办公楼、车间、仓房、物资库全部更换了门窗。厂库区一人多高的杂草、多年累积的垃圾全部得到清除，漫步院内俨然一派现代化工厂面貌，视野格外开阔，空气也觉得清新，原来破败、荒芜、压抑的氛围消失得无影无踪。

厂库区破损路面重新修葺，电网入地，主路全部重新铺设。车间、办公楼、会所等场所装修后焕然一新。两条铁轨横贯院内东西，展示出廊雪独有的如虹气势。消防水池经过修整，撒上鱼苗，重现生机。象征着扬帆起航的新大门也已落成。厂区花坛、草坪、树木种植完毕，虽已冬日仍绿意盎然。泛光照明设施在夜晚勾勒出廊雪主体建筑的优美线条，廊雪重现往日繁荣景色，焕然一新的廊雪以更加整齐、清新、靓丽的姿态展现人们的视线里。

5月底，谷立方（北京）粮食工程装备股份有限公司技改维修人员正式入场，拉开了廊雪公司生产车间维修技改的序幕，同期车间消防工程和高压配电改造工程开始并如期竣工。生产车间技改维修工作也进入尾声，正在进行生产线整体调试，即将达到实际运行状态。

廊雪开工复产的前提条件是取得生产许可证。随着国家对食品药品监管力度的加大，取证资格要求不仅苛刻而

死板，而且多变。QS 资料申请和文件准备工作正式开始于初夏，经过大量艰苦的编辑、修改工作，最终形成了一本手册、二十四个制度、六十个作业文件、八十二个表单，这样一套体系文件覆盖了公司从原料入厂、生产检验、到产品储存，直至销售服务等一系列与产品有关的过程。11月初，车间、库房等场所终于初步具备生产条件，公司正式向食品药品监督管理局递交了申请材料。11月8日审核组人员到现场审核，提出一些整改事项，公司紧急调动一切资源，日夜兼程整改不合格项。11月12日不符合项顺利关闭，公司获取了生产许可证号码，意味着廊雪公司停工多年终于重新具备了生产资质。12月10日公司取得生产许可证，开工复产指日可待。

经过一年多的整新和改造，廊雪已蓄势待发，渴望勃然而兴。

## 未来经营战略

产权的改变带来企业创新的经营模式，赋予企业新的生命，现代化企业制度将重唤企业勃勃生机。盛德集团考虑廊雪停产多年，设备厂房陈旧，并考虑粮油、食品行业这几年格局发生重大变化，对廊雪与兴邦重新进行战略定位，廊雪走差异化竞争路线，不求大而全，只求精而深。重塑廊雪品牌优势，并以面粉加工为着眼点，逐步向上下游延伸，拓展深加工领域，同时引进台湾文创产业思路，充分挖掘其原生态文化元素，提高廊雪的品牌价值与生产附加值。后期将引进台湾基于面制品为主的休闲食品强势品牌厂商，充分利用铁路线资源优势并加大对周边区域的征收与扩充，发展粮油仓储业务，争取五年内发展成为华北最大的粮油仓储基地。

廊雪面粉即将复工生产，将以全新的面貌亮相上市。几年的停滞，我们将以零起点去面对挑战，以感恩的心态去面对市场。针对廊雪不在原粮产地、生产规模小、生产工艺和设备先进、距离京津市场近的特点，公司决定走精品战略，打造自己的专有产品，以高质量、高定位、高利润进入市场，打造廊雪的品牌特点，适时切入市场。

渠道精确化、面粉专用化、竞争品牌化是现今及未来面粉行业竞争的趋势。企业应根据可以使用原粮的特质、生产工艺、结合销售资源来确定适合自己的优势渠道，并在此渠道精耕细作，不断扩大市场份额，以确定在该渠道的主力企业位置。

随着经济的发展和人民生活水平的提高，人们对面食的要求越来越高、越来越细、越来越专业。这就对制粉企业提出更高的要求，只有满足消费者的需求，消费者才会给予你市场，才会给予企业生存的机会。

现在的面粉行业竞争已经跨过价格竞争的初级阶段而进入品牌与价格双重竞争的节奏。生产规模小、产品大众化、渠道模糊化的面粉企业将会退出舞台。市场上将形成全国性品牌和地方品牌，用户和消费者对品牌的认知度越来越高。

廊雪公司将继续利用专用粉的传统优势，对面包粉、糕点粉渠道进行精确的产品定位包括产品价格、质量、促销政策等，争取短期内快速产生销量。同时研发适应北方家庭的中高端家庭用粉和民用专用粉，以“健康”“家庭”为主题全力打造产品，主销区域围绕京津、廊坊、河北，在家庭用粉市场做出渠道名牌，形成市场影响。

经过一年的整理市场调研、经销商走访和销售区域的拓展，我们已掌握大量的客户资源，目前已储备意向客户 130 家，其中有相当一部分老顾客，对廊雪品牌的忠

诚度较高，只要我们能生产出稳定的高品质的面粉，愿意继续合作实现双赢。



市场布局：

东北、北京、河北、天津

山西、内蒙、华东、西南、陕西、河南

为此，为了快速开拓市场，我们厘清并确定了销售思路，传统渠道和新兴渠道同时运作，实行多渠道、多经销商制。在传统粮油销售渠道，根据公司产品的差异或者根据营销区域的划分设立不同的经销商；开辟电商渠道，在阿里巴巴、天猫、淘宝建立直营旗舰店，在京东、1号店、中粮我买网实现第三方销售，通过电商的多平台运作来重塑廊雪的品牌和公众形象；拓展大客户渠道，与知名食品行业协作，成为他们原料的供应商；鼓励全员营销，利用每名职工的人际关系网络，供货给行政、军事、事业等机关单位。销售区域和目标已经分解，销售和促销方案也已经制定，廊雪已箭在弦上，蓄势待发，要用廊雪面粉的原味和品质再次一鸣惊人。



销售平台：

京东、淘宝、1号店、我买网、天猫

## 绿色面 放心粉

### ◆ 辨别面粉种类

面粉有多种分类方法



#### 1. 按性能和用途分为：

- 专用面粉（如面包粉、饺子粉、饼干粉等）
- 通用面粉（如特一粉、标准粉、富强粉）
- 营养强化面粉（如增钙面粉、富铁面粉、“7 + 1”营养强化面粉等）

#### 2. 按精度分为：

- 特制一等面粉      · 特制二等面粉
- 标准面粉          · 普通面粉等

#### 3. 按蛋白质含量多少分为：

种类	低筋面粉	中筋面粉	高筋面粉
蛋白质	7% - 9%	9% - 11%	12% - 15%
湿面筋值	25% 以下	25% - 35%	35% 以上
产地	英国 法国 德国	美国 澳大利亚	加拿大
用途	蛋糕 甜酥点心 饼干等	包子 馒头 饺子 馅饼等	面包 起酥点心 泡芙 点心等

绿色安全食品引领者是我们的企业愿景，绿色面、良心粉是我们的产品基准，生产卫生安全的放心面，营造健康时尚的新生活是我们的质量方针，产品不安全事故 0 件、顾客投诉率 ≤ 5%、顾客满意率达到 95% 以上是我们的质量目标。

为了实现企业愿景，贯彻质量方针，达到质量目标，公司全方面严格管控从原料进厂到产品出厂的各个环节：不符合检测标准的原料绝不进厂，不符合标准的包材辅料绝不予采购，不符合国家标准、行业标准的面粉绝不出厂。

首先，严把原料采购关：对小麦的原产地进行严格的筛选，小麦产地一定是绿色生产基地，使用的小麦农药残留量一定达标。

第二，严把原料检验关：对购入的小麦严格进行检验。先对小麦的样品进行检验不达标者绝不订货。对大宗到厂的小麦，逐车进行抽样检验，不达标的坚决退货。

第三，严把过程检验关：对生产过程中的半成品分时段进行检验，发现不达标项及时进行反馈，制粉工及时进行调整。对进入到打包环节的产品进行检验，发现不达标项及时进行反馈，针对不达标项通过配粉环节进行调整。

第四，严把成品检验关：对成品进行检验，不达标的及时进行反馈、标识，做回机处理，坚决不放行出厂。

第五，严把添加剂检验关：对生产过程中所需添加的营养物进行检验，严格按照添加标准进行添加，发现超标的及时在配粉环节进行调整。

第六，严把包材检验关：对所使用的包装材料索取卫生指标的检定证书，对不符合卫生指标的包装材料坚决不予采购。

生产绿色面、良心粉是我们永恒的理念，满足消费者需求是我们永恒的目标，建立自己的绿色原料基地是我们永恒的追求，严格执行生产加工标准、检化验标准是我们的行为准则。

廊雪面粉绿色面、良心粉，吃廊雪面粉是您正确的选择。

## 面粉知识小讲堂

### ◆ 教您识别面粉

面食对于广大城乡居民来说是餐桌上不可缺少的主食。随着人们生活水平日益提高,各种副食品花样繁多,但主食仍以其他食品无法替代的优势成为老百姓餐桌上的"主角"。可以这样说,面粉是人们生活重要必需品,与老百姓的生活息息相关。当前人们对面粉消费存在两大误区:一是认为面粉越白越好,其实这是不对的。由于面粉中含有胡萝卜素,正常的色泽应该是白色略带微黄。另一个误区是认为面粉越筋道越好,这也是不准确的,不少面粉生产加工企业常在面粉里添加强筋剂,这对人体健康也是不利的。所以,普通百姓识别面粉的好与坏应该主要看其水分、颜色、面筋质和新鲜度四个方面。



消费者在购买面粉时,可以用看、闻、捏、捻四个方法来识别其真假。

### 看

第一,看包装上是否标明厂名、厂址、生产日期、保质期、质量等级、产品标准号等内容,尽量选用标明不加增白剂的面粉。正规的面粉生产厂家包装袋标识严格依照国家标准规范的要求设计包装,标识完整。建议不要购买散的面粉,而是选择袋装的较好。

第二,看包装封口是否有拆开使用的迹象,若有则为假冒产品。

第三,看面粉颜色,面粉的自然色泽为乳白色或略带微黄色,若颜色纯白或是灰白、发暗,则为过量使用增白剂所致。应选择色泽为乳白色或淡黄色,色泽正常的面粉。

### 闻

闻面粉是否具有麦香味。若有异味、霉味或是酸败味,则为增白剂添加过量,或是面粉超过保质期,或是遭到外部环境污染,已发霉、酸败变质。

### 捏

第一,捏水分。用手抓一把面粉使劲一捏,松开手,面粉随之散开的,是含水分标准正常的好面粉;如果面粉抱团不散开,说明水分超标。水分超标的面粉很容易在储存过程中霉变和酸败,影响面粉的品质。

第二,手捏一点干面粉放在嘴里,如果有牙碜现象说明面粉含沙量高,如果味道发酸,判断面粉酸度高。

### 捻

凡符合国家标准的面粉,手感细腻,有绵软的感觉,粉粒均匀。劣质面粉则手感粗糙。若感觉特别光滑,也属于有问题的劣质面粉。

## ◆ 家庭自制健康油条



油条作为国民早点，这年头真心不敢买外边的，所以自制吧，也很方便美味哟。

### 材料

普通面粉 500g，油条膨松剂 20g（超市有卖，安琪酵母公司），食盐适量，白糖少许，牛奶 500ml 或水 500-600ml。

### 做法

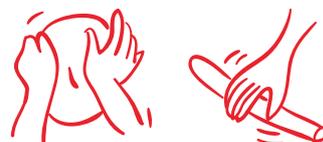
- 1 用温水将面粉、油条膨松剂、食盐、白糖、搅拌，和成面，面团一定很软。为了油条香甜好吃，用牛奶代替水和面。也可和入一个鸡蛋，油条更酥脆；如适当和入一些糯米粉，则油条更松软不韧。



- 2 盖上盖醒面，静置半个小时以上。



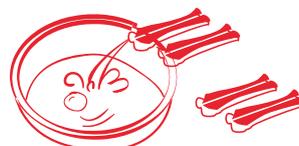
- 3 将醒好的面团稍揉均匀，擀成长条的面片。



- 4 用刀将其切成 2cm 的面坯，两块面坯叠在一起，中间用筷子压一下待用。



- 5 油锅烧至 7-8 成热，将油条坯子拧一下，放入油锅，一面变色后翻动，炸至表面金黄色时取出即可。



- 6 美味早餐出锅了。



实景别墅现买现住

只谈性价比

垂询热线:

(0510) 8715 9999





# 王之道，兵之刃

——访商贸物流集团总经理王兵

## 编者按

2015年，盛德控股顺利完成三个五年计划的战略目标，正式转型升级成四个业务集团的经营模式，王兵正式被任命为商贸物流集团总经理，负责商贸物流集团的运营管理。

从全国汽车范围看廊坊，这个市场存在的机遇和挑战根本就是一对孪生兄弟，复杂而多变，还不够成熟。但作为大众汽车在廊坊设置的第二家汽车 4S 店，虽然规模不是最大，但全年销售额的完成率却遥遥领先。这都缘于王兵先生常年坐镇廊坊汽车，他关注着汽车市场的一举一动，他深信每一项市场举措在汽车市场布局中至关重要。



**《盛德人》：**7月10日，年中总结会上您在汇报中提到汽车已经完成了2015年全年销售任务。有数据显示，2015年汽车销售业绩下滑，您认为盛德汽车逆流而上，取得辉煌业绩的关键因素是什么？

**王兵：**2015年确实是汽车业的寒冬，从年初开始我们就感觉到了市场的严峻，相比去年市场同比销量就出现了负增长现象。所以从春节后，我们就针对现有工作进行了梳理。首先根据公司经营目标和上海大众总部政策，及时调整月度和季度目标，开展市场活动，增加新增潜在客户，为完成销量打好基础；其次是对进店潜在客户和来电潜在客户的信息留存率进行分析，确定客户信息留存率必须保持在90%以上，以增加我们的有效潜在客户资源；最后把握过程，针对客户的电话预约率和再回展厅率进行了目标设定，确保将客户约到展厅，增加成交机会；以汽车销售、售后服务为主体，发展相关延伸项目，如：保险、装饰、金融服务产品的开发，将汽车的利润放在相关增值产品上，从而保障汽车公司利润的稳步增长与实现。

**《盛德人》：**如何看待汽车销售和售后服务的发展现状？有哪些满意，有哪些不满意？

**王兵：**先说销售吧，目前在新车销售市场是合资车群雄逐鹿，国产车来势汹汹，新车销售的竞争是越来越激烈。各品牌各厂家不断推出各种促销政策，所以销售方面只有不断细化工作，随时把握市场动态，才会在这场白热化的战争里生存下来。售后方面同样面临诸多挑战，连锁汽修公司和汽配城较4S店较低的保养费用也对我们形成了一些冲击。对于我们公司方面满意的地方就是大家的坚持，正是有了这种坚持的信念，我们才会走过今年，才会走过寒冬。不太满意的地方就是我们的团队其实还有很多需要调整和提升的地方，如细节创新、新项目开发等。虽然2015年在大家的努力下取得了一些成绩，但未来依然存在一定困难，如何克服是我们团队应考虑的问题。

《盛德人》：在未来 1-3 年，盛德汽车在汽车产业链市场上，要把握的关键机会和需要应对的挑战是什么？

王兵：说到把握的机会呢，我认为在今后一段时间内，要想在汽车产业活下去，必须做到四个字一精耕细作。因为现在信息越来越发达，客户了解信息和选择的机会也越来越多，我们只有做到了精细化服务才能立于不败之地。精细化服务包括在新车销售领域为客户提供个性化服务，针对不同需求的客户提供不同类型的服务，在适当的时间我们还会开展上门服务，比如为客户上门推荐购车方案、上门试乘试驾、上门交付车辆等服务，在售后服务领域同样是这个道理，除现在正在开展的保养提醒、保养预约、等服务外，我们将来还计划对个别客户提供上门保养和免费检测等相关服务。只有把握住这些关键机会才会越做越好。当然我们的面临的挑战也很多，市场是相当残酷，销售方面包括了同城其他品牌和同城同品牌的竞争，还包括了二级汽贸、周边市场的竞争，售后方面包括了汽配城、连锁汽修公司、城市快保店这些方面的竞争和挑战，所以相关汽车新项目的开发是我们要持续开发的课题，只有不断创新才有更好的发展。

《盛德人》：汽车在计划开发汽车附属品市场面对的最大竞争对手是谁？有何潜在竞争威胁？

王兵：在这个市场面临的最大竞争对手有两个：1. 传统汽配城和汽车装饰店；2. 电子商务。以上两个渠道有一个共同特点，就是便宜。所以我们想在这个市场做的话，可以从一些高技术含量的附属品入手，因为做一些基础性的附属品已经没有利润和优势可谈，而在汽车高端附属品市场，据我预测还是有资源可挖掘的。因为在我们今年的成交客户中，80 后和大学以上学历的车主比重较原来有所提升，这部分客户由于受教育水平和学习能力、理解能力较高，所以他们的消费方向更偏向于电子类、高品质、个性化，将来会是我们的消费主力军。我们只有把附属品做到了以上几点，才会在这块市场闯出一片天地。

《盛德人》：请给我们介绍一下盛德汽车会员的经营体系？

王兵：目前公司会员方面招募以新车和售后客户为主，以

带动客户维修保养、续险、附件销售、转介绍、增购、二手车置换为目的。通过会员政策如组织自驾游活动，续险赠送储备金与工时 7 折配比使用，自费抵 200 元喷漆使用，配件附件 1 元积 1 分，随时兑换上海大众原厂附件礼品，达到增加售后客户粘性、提升客户的满意度和忠诚度，从而提升我店可持续性发展。



《盛德人》：如何利用盛德汽车会员去驱动消费者？并驱动商贸物流相应产业的发展。

王兵：首先会员是门店赖以生存和发展的重要资源！在成本方面：吸引一个新顾客的成本是维系满意老客户成本的 5 倍；吸引一个新客户与丧失一个老客户成本相差 15 倍，维系一位老客户比维系新客户成交率高出 80%，所以，吸引新顾客比维系老顾客，常常要花更多的成本，可见维系老顾客比吸引新顾客更加重要。将汽车会员、房地产客户、廊雪客户有效整合，以驱动商贸物流相应产业的发展是我们发展的方向。

2010年，廊雪停产。2013年3月21日经廊坊市国有企业改革工作领导小组办公室批准，原廊坊市粮食局所属企业河北廊雪面粉有限责任公司和廊坊市兴邦国家粮食储备有限责任公司整体产权出让于盛德基业控股股份有限公司。2015年年底，经过系列改制，廊雪具备了投产能力。至此，商贸物流集团食品板块正式面世。



《盛德人》：对廊雪在面粉行业的品牌塑造有什么期望？

王兵：打造行业高端品牌形象，成为中国制造的高端面粉楷模。

《盛德人》：希望廊雪发展成为一个什么样的品牌？

王兵：走精品战略，打造自己的专有产品。以高质量、高价位、高定位、高利润进入市场，打造廊雪的品牌特点。以中高端产品为主体，不断研发新产品，引领市场消费新趋势。

《盛德人》：廊雪的下一步发展计划是什么？

王兵：改制后的廊雪和兴邦，不但改变了产权结构和机制，还应该创新企业的经营模式和管理制度，赋予企业新的生命。现在的廊雪和兴邦经过一年多的整修，厂库区面貌已经焕然一新，重现了勃勃生机，产品上市指日可待。考虑廊雪停产多年，食品行业格局发生的重大变化，对廊雪与兴邦重新进行战略定位，廊雪走差异化竞争路线，不求大而全，只求精而深。重塑廊雪品牌优势，并以面粉加工为着眼点，逐步向上下游延伸，拓展深加工领域，同时引进台湾文创产业思路，充分挖掘其原生态文化元素，引进台湾基于面制品为主的休闲食品强势品牌厂商，提高廊雪的品牌价值与生产附加值。

《盛德人》：你认为廊雪在完成设定的品牌目标的发展过程中面临的瓶颈和核心挑战是什么？

王兵：面临的瓶颈一是生产规模小，二是生产工艺和设备相对老化，三是产地不具备优质麦源。

企业面临的核心挑战就是产品质量，因为停产几年，市场仍然存在大量关注廊雪品牌的忠诚用户，所以一旦产品上市，质量是第一位的，只有品质有保障，才能唤起用户对廊雪的原有记忆，从而建立和巩固市场地位。有了一定市场基础之后面临的挑战就是产品研发，加强研发力量，开发具有绝对竞争优势新产品，脱离依靠大众化产品占有市场的套路。

《盛德人》：关于粮食储备和运输，你的经营体系是什么样的？

王兵：（1）依托廊雪与相关食品产业，推动物流的发展；

（2）充分利用铁路线资源优势并加大对周边区域的征收与扩充，发展粮油仓储业务，外延内联，兼并重组，做大做强，争取五年内发展成为华北最大的粮油仓储基地。

（3）对外业务开发涉足物流行业，承接京津冀物流配送业务。

《盛德人》：在每一个环节，廊雪兴邦如何发挥独有的优势？

王兵：廊雪的优势就是品牌，经过二十多年积累，廊雪品牌具有的无形资产已深入人心，只有做强做硬产品，要用廊雪面粉的原有味道和品质再次站稳并扩大市场，才能唤醒用户的品牌意识，才能再次一鸣惊人。

兴邦的优势就是仓容、铁路专用线和占地。库区拥有6.5万吨仓容，可以存储、代储大量粮油产品，也可对外出租仓房。铁路专用线可以中转、运输各种物资，费用相比汽车低廉很多。库区有大片闲置土地，可以上马与食品相关的生产线，拓宽深加工领域，提高产品附加值。廊雪和兴邦可以资源共享，优势互补。

《盛德人》：请用一句话形容一下廊雪品牌。

王兵：做中国制造的绿色、优质、放心面粉。

65000 吨仓容



2015 年底，盛德整合旗下汽车、物流和食品板块，成立商贸物流集团，并以此作为盛德控股重要战略布局之一。该集团将以始终加快推进现代物流产业为目标，聚焦汽车产业全链条服务、绿色安全食品生产、物流运输服务等几大产业领域，注重企业发展的内涵式增长，发挥区域专业市场优势，利用盛德控股产业资源支撑，集群式平台联动，培育行业规模化龙头企业。

《盛德人》：商贸物流产业的品牌愿景是什么？

王兵：多元化发展，成为京津冀地区优秀企业。

《盛德人》：商贸物流产业依靠什么样的经营战略去一步步达成这些目标和品牌远景？

王兵：（1）发展汽车相关服务延伸项目（2）着重抓好汽车后市场开发（3）将廊雪品牌塑造成高端品牌（4）依托食品产业与铁路的优势发展物流产业。

《盛德人》：商贸物流产业的经营体系包括哪些关键的环节？

王兵：（1）前期市场开拓；（2）产品质量把控；（3）廊雪品牌塑造；（4）物流公司运营；（5）食品产业延伸。

《盛德人》：在每一个环节，盛德商贸物流如何保持优势？

王兵：通过构建汽车销售、汽车后市场服务、食品产业、仓储物流等专业体系，逐步塑造京津冀地区廊坊区域物流中心城市地位。

《盛德人》：如何看待商贸物流产业在中国的发展机会和前景？这个产业发展的趋势是什么？

王兵：商贸物流是商品流通的重要组成部分，是城市物流配送的主体。商贸物流业快速发展对促进商贸繁荣、服务民生、改善消费环境、推进流通方式升级和转变经济发展方式发挥了积极作用。在信息化时代，随着网络技术、电子商务、交通运输和管理的现代化，现代商贸物流配送也将在运输网络合理化和销售网络系统化的基础上实现整个物流系统管理的现代化，配送各环节作业的自动化、智能化。其主要发展方向是：物流配送模式由生产者和销售商自己组织物流配送转变为第三方物流配送为主；物流配送呈现共同化和计划化，从无序走向有序；物流配送运用现代技术和方法，与电子商务发展相融合；物流供应链采用先进的系统模式。未来几年，我国商贸物流业的发展趋势是：首先，农村商贸流通体系建设加快；其次，“四流融合”，产业联动；再次，现代流通方式迅猛发展；最后，扩大规模和调整结构。

# 从“大学”到“企业”

文 | 廊坊区域 刘东海



如果说上大学是我们人生的第一个转折点。那么从大学走向企业则是我们人生的第二个转折点。如何减少这个拐点处的落差，尽快地找到自己的职业定位，顺利展开自己的职业生涯，将是摆在我们面前的一大问题。由于学校和企业 在培养人和使用人等方面都存在不同的理念与价值观，因此要从以下四个方面，浅谈我对这一转变的理解。

## 个体导向向团队导向转变

所谓团队，就是由技能互补，愿意为了共同目的、业绩目标相互承担责任。通过一定的方法和规则来实现这个目标的人们组成的群体。

学校里讲个人独行，信奉个人英雄主义，个人独立时机。企业里更重要的是讲团队合作，发挥集体的协作、配合、沟通的力量。学生时代主要是以个人导向为主，相应

地依托个人自己的资源来生存和发展；企业里主要依靠组织、企业这个平台，发展、发挥、展示自己。用集体的资源、平台、品牌、形象与外界交往，实现价值、利益最大化。在企业里不可能单打独斗，加入一个企业。如果想成功就要学会尽快融入进去，在这个团队里找到自己的角色和职责。

## 性情导向向职业导向转变

大学里的生活，催使我们大多是性情中人，生活方式比较自由，组织纪律性弹性较大；而企业里相对是被约束的，是在某一职业是受纪律、规范、规则、客户要求等约束的人，所以要为学生提供更多、更全面、更及时的信息，缩小求职者与用人单位之间的距离。从学生人转变成职业人的第一步，应从企业文化、业务流程、公司制度、仪态仪表、待人待物、为人处世等多个方面进行了解，企业需要的是什么样的人员，什么职位应该具备什么样的素质，如何能够更好地发挥自己的潜力。

## 从单纯的处理问题方式向复杂的人际关系转变

新到一个公司，崭新的生活方式、陌生的社会环境、复杂的人际关系，都让我们感到不习惯。没有耐心去思考一些细节上的问题，因此，难以适应、四处碰壁。

在做人方面，首先要揭掉自我标签，低调做人。现代大学生的特点是张扬个性，彰显自我风格，追求与众不同。这种风气与氛围培养了不少“特别”的大学生。但工作岗位不是上演个人秀的舞台，因此，做事一定要低调。

## 从系统的理论学习向多方位的实际应用转变

学校里学习，都是系统的理论，一科连接一科，科科有现成的教科书，有教授讲解，有助教辅导。到了工作岗位，实际动手能力靠培养、练习，而且，实际应用是多角度、全方位的。没有人告诉你哪个该学，怎么学习，知识积累全靠自己探索。从而导致做了事却没有实现目标，甚至偏离了目标。或者不知从哪里入手，学些什么。

刚刚投入工作缺乏实践经验就很难提到发展，公司的人都服有经验的人，没有经验，则只能打下手，心理又不平衡。就会越搞越糟，使自己境地尴尬，甚至不懂装懂，让人笑话。以谦逊的态度去向别人请教，这并不是什么难事，放下架子，虚心请教，就会发现别人身上值得我们学习的地方有很多。虚心求教，进步很快，又能建立良好的人际关系，把自己很快融入到集体中去，将会让我们受益匪浅。

以上就是我对从大学走向企业，如何进行转变的理解，希望将它分享给更多和我有过同样经历的朋友，最后，我相信，通过不懈的努力与探索，在实践中不断的总结与创新，我们的工作肯定会做的越来越好。一定会有个完美的人生职业规划。



# 让绿色点缀你的 “心灵”

文 | 廊坊区域 任乐乐



寒冷的冬季就要来啦，眼看窗外满眼的绿色就要被寒风吹谢，办公桌上除了文件就是电脑，单调呆板，上班都没有了心情，感觉整个人都不好了，电脑辐射怎么办，脸上整天都是油油的，眼睛里除了灰色就是黑色……所以，办公桌上少了一盆绿植怎么能行，但是究竟什么样的绿植适合摆放在办公桌上？今天就跟大家分享一点关于办公室选种植物的一些小知识吧。



首先就要先介绍一下在办公室中出镜率最高的绿萝。绿萝的生命力很强，吸收有害物质的能力也很强，不仅可以帮助不经常开窗通风的房间改善空气质量，还能消除甲醛等有害物质。绿萝有很多品种，最常见的是小叶绿萝，可以土培也可以水培，水培非常的赏心悦目。需要注意的是绿萝怕阴冷，忌阳光曝晒，偶尔办公室喝剩的茶水、牛奶、啤酒给绿萝施肥就可以长的很好，但是不要过量。如果是水培，2-3天后记得换水。

其次就要介绍一下另一种出镜率相对较高的绿植——吊兰。吊兰的品种有很多，常见的是纯绿色和银白色镶边的吊兰。吊兰也是可以水培或土培，吊兰净化空气的效果非常棒，对于办公室不常通风的朋友来说是非常不错的选择！需要注意的是吊兰不是喜光植物，不要让阳光直射吊兰，适宜吊兰生长的温度是15-25℃，一般的办公室都能满足；春夏的时候多给吊兰浇水，室内空气干燥的时候还可以喷一下水，秋冬浇水少一些；至于肥料，就学绿萝吧，茶水、牛奶、啤酒等，或者买点氮肥。

再有就是芦荟。芦荟好养活，实用价值还高，更有空气净化专家的美誉。一盆芦荟就等于九台生物空气清洁器，对净化居室环境有很大作用。当室内有害空气过高时，芦荟的叶片就会出现斑点，这就是求援信号。只要在室内再增加几盆芦荟，室内空气质量又会趋于正常。芦荟喜光，耐半阴，忌阳光直射和过度荫蔽；适宜生长环境温度为20-30℃，低于10℃基本停止生长，低于0℃芦荟叶肉受冻全部萎蔫死亡；芦荟有较强的抗旱能力，离土的芦荟能干放数月不死，但不耐涝。

类似于上面这几种特别接地气的植物还有仙人掌、虎皮兰、万年青、富贵竹等，大家都可以根据自己的喜好选择养殖，再有就是一些高大上的绿色生灵，例如：发财树，它四季长青，能通过光合作用吸收有毒气体释放氧气，能比较有效的吸收一氧化碳和二氧化碳的污染，对抵抗烟草燃烧产生的废气有一定作用；龟背竹，龟背竹对清除空气中的甲醛的效果比较明显，另外，龟背竹有晚间吸收二氧化碳的功效，对改善室内空气质量，提高含氧量有很大帮助，加上龟背竹一般植株较大，造型优雅，叶片又比较疏朗美观，所以是一种非常理想的室内植物；此外还有龙血树、绿宝、一帆风顺等。

## 说了这么多再聊一聊办公室花卉的禁忌：

**忌香：**切忌花草香味过于浓烈，如夜来香、郁金香、五色梅等，会让人难受，甚至产生不良反应。

**忌过敏：**有些花卉，像月季、玉丁香、五色梅、洋绣球、天竺葵、紫荆花等，会让人产生过敏反应。如果碰触抚摸它们，往往会引起皮肤过敏，甚至出现红疹。

**忌毒：**有的观赏花草带有毒性，摆放应注意，如含羞草、一品红、夹竹桃、黄杜鹃和状元红等。

另外几种具有美丽的外表和浓郁的香气，但如果不当接触，却会成为潜伏在室内，危害人体健康的“隐形杀手”，我们要格外小心，这里给大家特别提出的是：

**水仙：**水仙的鳞茎中含有拉丁可毒素，人误食后会引发呕吐、肠炎等，因此要切记不要触摸水仙鳞茎，更不能误食。

**滴水观音：**滴水观音茎内的汁液有毒，如果茎破损，误碰或误食其汁液，会引起咽部和口部的不适，并且胃里会有灼痛感。

**含羞草：**该植物体内含有一种物质叫含羞碱，是一种毒性很大的有机物，人接触多了以后会造成头发脱落。

总结了这么多希望对大家在办公室绿植选择有所帮助，愿大家每天都有一个美好绿色的心情。



# 盛德时光

## ——人生最重要的五年

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已；五年匆匆时光，却今非昔比，意味深长！

自2010年11月入职盛德以来，我从当初初入社会的茫然小青年历练成了有责任、有担当的盛德一分子。五年盛德的时光，说长不长，但却让我丰富了人生，伴随着我每一步的成长。

文 | 霸州汽车 陈克滨

当时步入公司，还是一个刚刚毕业一年多，未经社会洗礼的小青年。那段时间，和大学同学们一起上班，一起生活，虽然日子清苦，但也乐得自在。在北京工作了一段时间之后，体会到了工作之艰辛，挣钱之不易，原来在社会上闯荡是那么难，虽然时间很短，但也为我的思想意识寻找到了一个正确的方向。

后来由于家庭原因，只能辞掉当时的这份工作回到霸州，寻找着自己的未来，不得不说，塞翁失马，焉知祸福。偶然的一次路过，让我看到了霸州有一个汽车品牌——上海大众（由于在北京从事汽车行业，所以对于汽车行业比较敏感），经多方了解，上海大众在霸州地区算是最好的家用轿车品牌，于是在鼓起勇气之后，来到公司，经过了严格的面试、复试，终于迈进了盛德的大门。

进入盛德，是我人生中的一次重大转折。在这里，我懂得了很多。

### 我明白了态度积极、踏实工作的重要性

看着“前辈们”精神百倍、孜孜不倦、认真踏实的面对每一天的工作，心中充满了对未来工作的向往。最初我是从销售顾问做起，每天都尽可能的保持以最高昂的热情去迎接每一位进店客户。慢慢的我也成为了“前辈”。在盛德的这几年中，经历了来来往往各种各样的员工，有优秀的，有普通的，但是大部分人在离开的时候是因为知难而退，偶然遇到一点点的挫折就退缩了；要么就是好高骛远，听别人说哪里哪里薪酬多高，待遇多好，一山望着另一山高。但是在离开之后，绝大部分人却并没有得到自己

想要的那种工作。这让我意识到，做事要踏实，不能随便受到别人的蛊惑。这些人可曾想到，外面有多少人、多少同行对盛德也是羡慕不已，而当时自己身在一个很好的平台却不知道珍惜。

### 我学会了做事要严谨，不能得过且过

每一次人与人的接触都是一次很好的学习机会，不管是同事、领导，每一件事的经历都可以让自己成长，取其精华，去其糟粕。我们甚至可以从别人成功案例的言行举止中学习，哪些适合自己，然后加以改进并学以致用。盛德霸州的每一位员工都非常优秀，每天都是以打满鸡血的状态迎接新一天的挑战，在与各级领导接触的同时，甚至小到每一句的对话，其实都可以看到逻辑的重要。我要达到某一个目标，我要如何分解，如何去和他人沟通，如何去制定计划，如何去把控过程，如何去检测目标，如何持续跟进。可能对于别人而言，只是一个会议，一次谈话，但是对于我来说，这是最宝贵的经验。正所谓“三人行，必有我师焉”，我们可以从各个方面去充实自己，使自己变得更加饱满。

### 我学会了低调做人，高调做事

其实，我认为，不管是在生活中，还是工作中，好多道理都是通用的。人外有人，天外有天，要学会谦虚，懂得谦让，不能因为自己暂时取得的成绩、地位而骄傲。在盛德工作的这几年中，我觉得不光光是体会到了应该以什么样的心态去面对工作，更重要的是领会到我们应该以什么样的态度去面对人生。

### 我明白了要善待他人

在工作中，可能会遇到各种各样的阻力和麻烦，而也会有很多人把自己的这种不悦发泄出来，而这些不悦的心情和态度就像是一种病毒，在人群之间传染、扩散，导致他人心情一落千丈，工作效率降低，一传十，十传百，造成恶性循环。如果我们学会控制自己的情绪，“不

以物喜，不以己悲”。相互沟通，友善、和谐、礼貌，这样不仅使他人的心情愉悦，就算自己有负面情绪，最终也会在这种环境中烟消云散，正所谓“送人玫瑰，手留余香”。真诚相待，善待他人，每天以一种轻松愉快的心情来工作，必定会事半功倍，达到超出预期的效果。这样，才是良性循环。

### 我懂得了千里之行，始于足下，细节决定成败

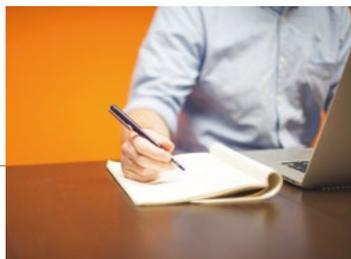
就像我经常会和我们的销售顾问说“成功，在于对每一个细节的把控”，把别人做不到的做到，把别人能做到的做好，这样不管是成交数量还是客户满意度，都会有一个质的提高。从量变到质变，需要不断的积累，而不是三天打鱼，两天晒网，也不能一口吃个胖子；不积跬步无以至千里，不积小流无以成江海；不能因为一点小小的成功而沾沾自喜，更不能因为小小的成功而停下前行的脚步。

### 我懂得了要学会感恩

我们要以感恩的心态去面对每一个人。身边的每一个人，经历的每一件事儿都在让我们成长，而好多在日常工作中的沟通交流，往往也超出了工作的范畴。同事之间的互帮互助，领导的一句嘘寒问暖，都是一种爱的体现。原来我们经常会说“帮你是人情，不帮你是本分”，谁都有责任去做好属于自己的工作，但是从某种角度来说，没有工作交接的另外一个人并没有义务去帮你完成属于你的本职工作。当然，不管在什么时候，我们还是鼓励互相帮助，但是我们一定要怀着感恩的心去工作，而不是每天嘟嘟囔囔，怨天尤人，更不应该认为别人帮你就是应该的。

### 我学会了团结互助，同心协力

一个人的力量再强大也只能体现个人，而优秀的管理者往往能通过自己的言行举止影响他人，促进团结，体现团队价值。就像《速度与激情7》里展现的一样，再



强大的个人也难敌一个优秀的团队。而只有发挥出团队精神，才能促使团队中的每一份子为了共同的目标而努力奋斗。

在盛德的这五年当中，我得到的不仅仅是工作经验、技巧的积累，更重要的是盛德像一盏明灯，在人生道路中为我指引了方向。我见证了盛德的成长，盛德也陪伴了我人生中最重要五年时光。伴随着盛德的成长，我从单身、恋爱、娶妻、生子直到现在。曾经有为工作进度苦恼过，有为取得骄人成绩兴奋过！而当在听说我店被评为 2014 年度六星级特许经营商，并且是全国唯一一家县级六星级经销商时，做为一位老员工，我深深地体会到了这来之不

易的荣誉，所有的一切都是霸州汽车所有员工用血与汗换来的成果！总之，身为盛德人，我骄傲！

每天清晨，看着还在熟睡中的儿子，就仿佛看到了阳光，看到了希望。步入盛德大门我仿佛见到了蔚蓝的天空，看到了美好的未来。其实每个人亦是如此，只要有憧憬，只要有希望，我们就可以奔着前方策马扬鞭，乘风踏浪！

感谢霸州盛德所有领导对我工作的支持和鼓励，也感谢集团能够为我们提供这样一个广阔的平台，供我们尽情发挥，施展才华，实现理想。



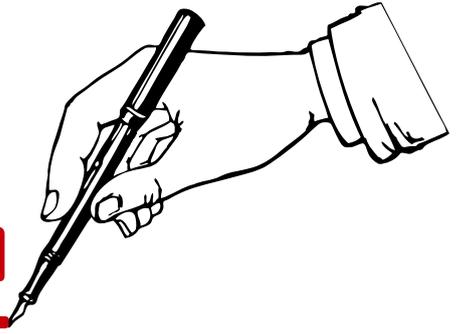
引用《钢铁是怎样炼成的》书中一句名言：“人生最宝贵的是生命，生命属于我们只有一次，人的一生应该这样度过：当他回首往事的时候，不因虚度年华而悔恨，也不因碌碌无为而羞愧，这样在临死的时候，他能够说‘我整个的生命和全部精力都已献给世界上最壮丽的事业——为人类的解放而奋斗’。”虽然我们没有如此伟大，但相信每个人都想证明自己的优秀，体现自己存在的价值，比你优秀的人永远比你更努力！趁我们还年轻，趁我们还有拼劲儿，勇敢的闯一闯！

星光依旧灿烂，激情仍在燃烧。因为有梦想，所以我存在。你在你的领域里不惜青春，我在我的道路上不知疲倦！

最后，祝福所有盛德同仁：身体健康，工作顺利！



# 某公司 新三板挂牌股改 律師手記



文 | 控股总部 李靖

2013年7月中旬，某公司委托某律师事务所主任某律师作为该公司的法律顾问，具体处理关于该公司进入全国中小企业股份转让系统相关法律事务。某律师受到该公司委托后，与该公司股东、高管就该公司拟在全国股份转让系统挂牌事项进行初步的沟通，并对该公司进行尽职调查。律师尽职调查的目的是尽快了解企业的基本情况，找出企业存在的问题，为拟定改制方案奠定基础。

要想进入全国中小企业股份转让系统，企业必须是股份公司的组成形式，因此改制为股份公司是企业走进全国中小企业股份转让系统的前置程序。2015年10月27日某公司召开临时股东会议，审议通过了《关于公司整体变更为股份有限公司的议案》，同意公司的企业类型由有限责任公司整体变更为股份有限公司，同意公司以现有10名股东作为共同发起人，依法将公司



整体变更为股份有限公司；公司名称变更为“某某股份有限公司”；改制基准日为2015年9月30日。

在某公司召开第一次股东大会前，某律师完成股份公司创立大会的相关法律文件及“三会”议事规则等，核查拟任董监高的任职资格，对股份公司章程、三会议事规则进行讲解，帮助公司股东及高管知悉股份公司治理要求。该公司于2015年10月29日召开创立大会暨第一次股东大会，经大会审议和表决，通过了《关于公司整体变更为股份有限公司的议案》、《某某股份有限公司章程》、《关于选举股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举股份有限公司第一届监事会股东代表监事的议案》等，在公司股改的道路上迈出了一大步。

2015年10月29日某公司召开第一届董事会第一次会议，大会经过审议，选举出该股份有限公司的董事长，任命总经理、副总经理、财务总监及董事会秘书。同日，召开了该公司的第一届监事会第一次会议，大会经过审议，选举出监事会主席。

2015年11月5日，某律师协助该公司向市工商行政管理局提交股份公司变更登记资料。于2015年11月7日，市工商行政管理局出具了《名称变更核准通知书》，核准该公司的变更登记申请，准予将公司名称变更为某某股份有限公司。同月，取得股份公司《企业法人营业执照》。某有限公司改制成功，变为某某股份有限公司。

股改的关键工作是前期整改，主要是股权调整和财务理账。某律师认为，从专业和法律角度讲，新三板挂牌业务中，券商未进场前，律师、会计师可以协助企业先行进行股改。

企业改制不仅是企业形式的简单改变，它更是一个复杂的系统工程，律师在这项工程中要对企业历史沿革的合法合规性问题进行梳理，对企业历史经营过程中的法律瑕疵提出规范解决方案，对企业改制总体方案的合法合规性进行分析评价，对企业整体折股变更为股份公司的程序合规性进行质量把关，指导企业股份改制相关文件的起草，指导企业办理股份改制相关事项。这项系统工程将深远的影响企业的后续发展。

# 阴阳合同的风险防范

文 | 控股总部 李秀君

## 摘要:

在中国目前的《建筑法》、《招标投标法》及政府主管机构行政干涉的法制环境下，房地产行业的阴阳合同仍然普遍存在。对于开发商而言，被动僵化地执行政策法令是不现实的，但无视法律现状和阳合同的存在，随意签署阴合同也是不审慎的做法。本文以一起案例提示说明几个重要的风险点。

## 案例简介

本案发生在天津市。2005年10月21日，建设单位天津某投资公司（下称发包人）与施工单位北京某大型国有建筑公司（下称承包人）经招投标签订了计价方式为固定总价的《天津市建设工程施工合同》（“阳合同”），并在合同管理部门备案，备案后又签署了《某住宅小区I标段施工总承包合同》阴合同。阴合同在工期和造价上少于阳合同，但施工面积大于阳合同1万平方米，二者均规定为固定总价合同。后因发包人未及时支付工程款发生纠纷，承包人提前撤场，双方未竣工验收，双方并于2008年诉至法院。案件先后经过天津市第一中院和天津市高级法院二审审理后终审判决结果为：

1. 认定阳合同有效；
2. 支持1万平方米工程量增加的造价；
3. 认定工期顺延及相应造价调整。

## 案例评析与实务风险提示

### ◆ 阴阳合同的效力认定

有两个主要的判定因素：1. 签署时间；2. 是否构成实质性内容。

· 关于签署时间，要么【阳合同签订在先，阴合同签订在后】，要么【阴合同签订在先，阳合同签订在后】。如果是前者，通常判定阳合同有效，阴合同中与阳合同实质性条款不背离的内容可以认定有效；如果是后者，法理上有“无效说”和“阳合同有效说”两种观点和争论，但实践处理上以无效判定居多。

· 关于合同的“实质性内容”，在《建筑法》、《招标投标法》及高院司法解释上都没有针对性的细化规定，但是，根据合同法理论及《合同法》第30条的规定：

“有关合同标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限、履行地点和方式违约责任和解决争议方法等的变更，是对要约内容的实质性变更”。

在本案中，阳合同签署时间在先，且法院认为有关付款进度及材料价格的调控等约定属于结算内容，与备案合同相悖，最终判定应以备案合同的约定为结算依据。因此，在司法实践上，对于工程合同，有关工期、工程量计量、付款、变更及调价等均应构成实质性内容。如果阳合同有效，且阴阳合同在实质性内容上存在冲突，则以阳合同为准。

### ◆ 实务中的风险防范

#### 阴阳合同的文本评析

在政府尚未取消强制备案和备案文本强制适用的环境下，阴阳合同的实质性条款冲突不可能完全避免。并且，目前推行的备案文本是建委2013版，这一版本尽管在版本形式和架构上借鉴了FIDIC文本，但仍然是沿袭承包方利益导向的条款理念，在监理权利、工期计算、计价规范、变更和索赔规则等方面仍然不利于发包方。例如工期计算，建委备案的工期仍然强制适用工期定额计算，长于



阴合同的实际工期，但工期属于实质性条款。再比如计价规范，阴合同不论是固定单价还是固定部份，通常都是风险包死的，除钢筋、计日工等特别约定的以外，对于安全文明施工费、规费等均是包死不调的，但备案阳合同文本强制可调。有关法律变化、市场变化、政府行为等导致的风险承担规定上，阳合同也倾斜于承包方的利益保护。

### 风险防范建议

阴合同先签，阳合同后签。这样的设计有二点考虑：第一，公司实务上，阴合同发生在先，合同用章和归档部门如果在盖章时不签署日期，就导致“合同日期缺省”，以后无法追溯和确定实际签署日期，不利于实际履行适用和续签等跟进事务的处理；第二，不论条款上如何设计和防范，阳合同毕竟是框架既定、红线既定的强制文本，如果阳合同有效，则一旦发生纠纷，有一些“实质性内容”的条款无法对抗阳合同。如果阴阳合同均无效，无纠纷时双方当然按阴合同履行；即使发生纠纷，开发商也不会完全受制于阳合同。

尽量控制阳合同总额低于阴合同总额。当然，由于阳合同备案还需要囊括二级分包备案的一些工程项目，因此对阳合同的总包范围、清单及暂估价构成等，还需考虑减少分包备案的需求而作出一些操作上的调整。

之所以考虑作金额上的设计是因为，“无利不起早”，如果阳合同在金额、计价等关键商务条件上均对其没有好处，那么即使双方发生纠纷，施工方也不会乐于以阳合同作为依据。

◆《最高人民法院关于审理建设工程施工合同纠纷案件适用法律问题的解释》（下称司法解释）第21条规定：“当事人就同一建设工程另行订立的建设工程施工合同与经过备案的中标合同实质性内容不一致的，应当以备案的中标合同作为结算工程价款的根据。”

尽管阳合同强制要求使用备案文本，但也并非所有条款绝对不可修改或增加。除了一些“红线条款”，很多内容还是可以通过留空栏补充或通过专用条款修改或增加的。例如关于计价与变更，由于其对工程最终结算金额有重大影响，因此还是要尽量争取保持与阴合同表述一致。

### 结语

阴阳合同是个老生常谈的话题，中国的地产公司对于阴阳合同的认识和处理也各不相同。总的来说有几类：第一种，阳合同就是实现备案，公司完全不管，只审核控制阴合同，只要施工方成功备案即可；第二种，不论阴合同阳合同均按照国标版本签署，即阴阳一致；第三种，阴阳两种版本，但关注二者的区别并尽量争取风险规避。

哪种处理最优？我认为不可一刀切，因为开发商情况不同。例如，有的开发商是国企，那么通常阴阳一致；有的开发商是自有施工队伍，那么其阴阳风险可控；还有的开发商，因为有滚动项目和商业牵制，施工方愿意作让步和保持友好履约而实现战略上的长期商业合作。公司需要根据自身实力、企业性质和现金流状况等理性评估和文本设计。

◆2013年建设部颁布执行的《建设工程工程量清单计价规范》相对来说对承包方有利，本文第二点之2.1中所述的情况出现时，按照该规范规定合同价格均可调整。但是，该规范对于全部使用国有资金投资或国有资金投资为主的工程建设项目是强制适用的，对于非国有资金投资的项目并非强制适用。

# 生日会回顾



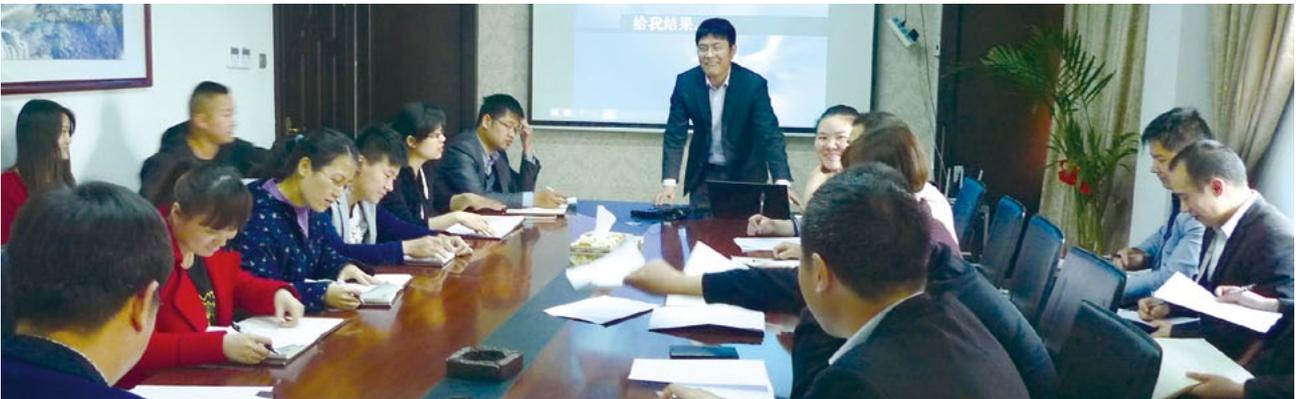






# 团建略影







盛于德 德行天下

THRIVE FROM MORALITY  
WIN THE WORLD WITH MORALITY

盛德基业控股股份有限公司  
SEDANT FOUNDATION HOLDING CO., LTD.

**中国区总部**

地址：中国北京市丰台区南三环东路23号天创盛方中心A座501 邮编：100078  
电话：010-57790266 传真：010-87612836 网站：[www.sedant.com](http://www.sedant.com)