

中国铁建地产:传承文化经典 智造美好生活

一砖一瓦皆是诗，一草一木总关情。

日前，中国铁建地产“遇见美好”国企开放日“媒体行”参访团走进中国铁建地产华东公司，深入了解中铁建地产深耕市场和产品创新实践，感受新时期建设者的使命与担当。

深耕区域市场坚持“收敛聚焦”战略

近年来，随着城市化进程的加快，地产市场的竞争愈加激烈。作为国资委批准的 16 家以房地产为主业的央企之一，中国铁建地产以价值创造为核心，着力打造“好产品、好设计、好模式、好品牌”，助力人民美好生活。

据悉，中国铁建地产华东公司成立于 2016 年，目前布局江浙沪津黑吉辽等五省市，开发了 70 多个房地产项目。

“我们把上海作为企业发展最重要的战场，持续巩固提升投资能力。”中国铁建地产集团华东公司总经理、党委副书记廖珍辉表示，从 2021 年开始，企业在投资布局上坚持“收敛聚焦”的战略，在华东深耕房地产住宅开发主航道。

从 2012 年进入上海市场，到 2021 年开始实现规模与效益的跨越式发展，中国铁建地产品牌在上海进一步落地生根。据介绍，2021 年 6 月至今，中国铁建地产华东公司在上海新获

取招拍挂用地 12 宗、TOD 综合开发项目 1 个，有效地支撑了中国铁建地产在 2022 年、2023 年连续两年销售金额位列上海市前十名。

今年 3 月，中国铁建地产与厦门国贸联合体竞得上海浦东新区北蔡优质地块(项目推广名:国贸中国铁建·上海西派海上)，中国铁建首次进驻上海中环内，城市深耕战略又迈出坚实一步。该项目与 2023 年落地的澄江路 TOD 综合开发项目在中国铁建地产“一体两翼”发展战略的不同业务领域内共同承载着深耕上海的历史使命。

根据克而瑞数据显示，2024 年 1 月至 9 月，中国铁建地产在上海、成都、西南、广州多地的销售额均稳居前十。其中，中国铁建·上海朗拾花语、花语湾湾销售套数分列位列上海第三、第七;中国铁建·上海熙语位列上海市奉贤区 2024 年第三季度销售金额、销售面积和销售套数“三冠王”(总价 300 万~500 万级)。

传承文化经典打造城市封面之作

在世界古代三大建筑体系中，唯有中国建筑体系首尾相贯、一脉相承，延续了 3000 余年。中华文化的刚柔相济、虚实相生、情理相依、礼乐相和，在建筑的形制法式、空间尺度、园林形式上展现得淋漓尽致。

传承文化经典，中国铁建在产品上不断思考与革新，通过创新的设计理念与深厚的文化底蕴融合，打造出不仅仅是房屋，更是承载着文化记忆与历史传承的高品质生活空间。

以拙政江南产品为例，其开创了“先造园，后造房”的理念。在园林空间构图上，参考文徵明《拙政园三十一景图咏》;在造园手法上，选取吴门画派 8 幅经典古画作为蓝本，为拙政园林意境，达到宅园一体、天人合一。整体建筑形式灵感于明末，汲取建筑精粹，采用中式传统建筑三段式立面构成，还原了中式古典的魂魄，做到神似而非形似，营造了“可居、可观、可游、可赏”的江南园林秘境。

“中国铁建地产目前已形成了品牌口碑誉满全国的‘西派系’‘语系’‘铁建城’等三大主流住宅产品系。”廖珍辉表示，华东公司作为中国铁建地产“语系”产品最为集中的区域公司，先后在上海、嘉兴、常州、苏州、绍兴、南京、宁波、杭州等地打造了 18 个“花语”作品，拙政江南、花语江南、花语天境、花语堂等明星产品更是成为所在城市的封面之作。

据了解，“花语”作品以江南文化、园林美学为底蕴，融入国际视野，东溯西溯，用现代手法构建“静谧、优雅、隐逸、美学、平衡”的生活场域，在产品品质、空间尺度和生活美学营造



等方面建立起独有的体系，从产品引领到生活方式引领，让“花语”跳脱出行业属性性成为生活方式品牌。

截至目前，中国铁建地产多个“花语”作品已先后揽获“国际 WELL 金级预认证”“广厦奖”“中国房地产名盘奖”等众多行业权威大奖，成为长三角市场上高端品质人居的代表。

智领绿色潮流服务人民美好生活

立足中国铁建全产业链经营模式，中国铁建地产 2023 年 12 月成功获取了上海市澄江路 TOD 项目。

据介绍，该项目总占地面积 54 公顷，拟规划总建筑面积 138.1 万平方米，涵盖 10 余幅地块开发，其中逾 60%为居住配套。不同于以往的住宅开发项目，这是中国铁建地产在上海

拿下的首个 TOD 项目，标志着中国铁建地产推动创新业务特别是在 TOD 开发方面进入全新阶段。

作为该项目的操盘方，中国铁建地产围绕低碳示范、生态示范、创新示范、未来示范四大战略目标，将该项目作为智慧社区试点项目，着力提升传统开发业务的高端化、绿色化、智能化水平。

在绿色化方面，澄江路项目目前已经拆解出 97 个可持续示范的微场景，零碳建筑、阳光车库、无人接驳、智慧停车、无人配送等场景的技术路线正在有序研发中;在智能化方面，搭建了全域综合运营管理平台、全域智慧服务体系两大配套平台，可对社区进行交通实时管控、安全消防智慧感知等。

“我们以智慧化、绿色化为代表，将澄江路项目打造成为以‘智领绿色云城’为主题的绿色化智慧化标杆城市，通过‘智领未来’‘绿色永续’的技术措施来实现‘美好生活’的目标。”中国铁建地产华东公司党委书记、执行董事周斌表示。

凭借对城市生活趋势的解读，中国铁建地产不断探索高品质的产品和服务，在上海的城市深耕、城市焕新、城市生活中贡献着更多铁建力量。

(钟新)

探索母婴市场新机遇 传播科学育儿新理念

——记九畹文化总经理马李兰

随着新生代父母的育儿理念从传统的粗放式“养大养活”走向细致化“养精养好”，消费者对母婴品牌的内容能力提出了更高要求，需要围绕好产品，传播科学育儿理念、输出科学养育知识，但另一方面碎片化的媒介渠道、同质化的内容，也让母婴品牌触达用户的成本越来越大。在此背景下，马李兰，母婴亲子行业头部达人、母婴教育营销推广专家，以其深厚的专业知识和独特的行业见解，成为众多家长信赖的母婴教育博主。本硕博毕业于清华大学经济管理系的马李兰，也将自己对母婴教育的热爱转化为实际行动，为万千家庭带去科学的育儿理念和优质的教育资源。

马李兰在母婴领域的深耕始于 2014 年。彼时，她作为国内某知名投资机构的一名投资经理，凭借敏锐的市场洞察力和扎实的金融背景，在母婴亲子等消费领域的投资工作中取得了显著成绩，参与并主导了多个

重要投资项目。然而，她并未满足于现有的成就。2020 年，基于对互联网文化产业与新媒体行业的看好，马李兰决定亲自下场，策划并运营自己的自媒体账号“清华妈妈马李兰”。短短一个月时间，她的账号便收获了 100 万粉丝，迅速在母婴亲子与教育培训领域崭露头角。

“我希望通过我的努力，能够让更多的家长了解到科学的育儿方法，同时为他们推荐优质的教育资源。”马李兰如是说。她的账号内容涵盖了母婴教育、亲子阅读、益智玩具推荐等多个方面，旨在帮助家长在育儿过程中少走弯路，让孩子在快乐中成长。随着账号影响力的不断提升，马李兰开始涉足自媒体电商领域，为粉丝提供更多元化的产品和服务。

凭借对流媒体及产业生态的深刻理解，以及对产品定位和营销推广的独到见解，马李兰在亲子母婴及教育行业自媒体和产品

营销领域取得了突出成绩，目前是抖音平台唯一“教育+图书+玩具”三大行业 top 达人，覆盖母婴、图书、玩具、教育、女性等 5 大领域，全网粉丝超 500 万。

马李兰带领团队不断优化短视频和直播内容，提升用户体验，同时积极与各大品牌合作，为粉丝和产业客户提供更优质的服务和价值，成功完成了包括叫叫阅读、小小优趣、纳米盒等多个知名教育品牌核心产品的首发营销，赢得了市场和用户的广泛认可。

“无用知识的有用论，是我在清华大学学到的，也是我一直秉持的理念。”马李兰表示，“我认为每一个领域的知识都有其独特的价值，即使现在看起来可能没有用，但在未来的某个时刻，它可能会成为你解决问题的关键。因此，我希望能够尽可能多地体验更多的不同领域，不断拓宽自己的视野和知识面，我也是基于此理念做出了很多发自内心的分享。”

马李兰的真诚分享不仅得到了用户的高度认可，她在母婴教育营销推广领域的杰出表现也收获了行业众多荣誉和奖项。她曾荣获由中国网络社会组织联合会颁发的“优质直播间(主播)”证书，以及上海书展“年度新锐知识博主奖”、蝉联抖音电商亲子生活行业年度 TOP 达人等多项殊荣。此外，她还受邀参加了《阅读阅中国》融媒体公益活动目录录制，以及 CBME 孕婴童产业发展大会等多个行业盛会，并作为重要嘉宾发表了演讲，现场反响十分热烈。

“对我来说，这些都是不断迎接挑战、突破舒适区的经历，让我和团队都得到了成长。”马李兰如是说。也正是这种不惧挑战和对行业的热爱，让马李兰在母婴教育营销推广领域不断前行，她表示，还将继续深耕母婴教育领域，为更多的家庭提供优质的教育资源和服

务，推动母婴教育行业的繁荣发展。

(陈胜伟)

山东能源蒋庄煤矿以成本“减法”换增效“加法”

山东能源枣矿集团蒋庄煤矿坚持以“两增三降四提升”“六精六提”融合管理为引领，突出“成本制胜”，充分激发各层级价值创造、管理提效的内生动力，打好提质增效组合拳，以成本“减法”换增效“加法”，着力提升各项运营管理质效。

该矿坚持“能自修不外委”，加大外委转内修力度，加强设备修复流程环节管控，全力做好采煤机、综掘机、刮板输送机、永磁电动机滚筒等设备的自行修复，在满足矿并生产需求的同时，截至 10 月底累计节约修理费用 833.5 万元。

“我们加大‘外委转内修’力度，不断将井下的零部件功能最大化，节省各项支出，

让肥水流进‘自家田’。”该矿机电设备制修厂综修车间技术员徐涛说。

据徐涛介绍，井下采煤机设计标准要求滑靴磨损厚度不能超过 5mm，井下综采工作面生产时，采煤机滑靴达到磨损界限时，需要重新更换新的滑靴，而磨损后的滑靴只能按照废料进行处理，大大增加了生产成本，且新导向滑靴加工周期长、价格高，如果采购新的，每件新导向滑靴价格达 3 万元。

如今，我们开展外委转内修行动，采用 DG09 耐磨气保焊丝堆焊，对已磨损的滑靴进行焊补耐磨层，焊补完成后，对焊补不平整的部位进行打磨，然后重新投入使用。修复后的滑靴无论从强度、硬度、耐磨度均达到使用要

求。每修复一件滑靴就可节省 3 万余元。

该矿弘大公司修理厂坚持能用旧不领新，能修不舍弃，大力推行修旧利废、降本增效活动。他们严格按照“省下一分钱，就增一分利”的理念，严格控制生产成本，千方百计节支降耗，加强成本控制，对阀类、管件、安全锁等配件进行加工复用，既解决了配件短缺的问题，又节约维修成本近 20 万元。近日，弘大公司修理厂维修交货 60 台液压支架，刷新了月度维修液压支架数量的新纪录。

不仅如此，该矿狠抓闲置积压物资动态清查，充分发挥物资超市调剂职能，确保各类物资管理的数据化、透明化、共享化，有效盘活库存物资，避免物资积压浪费。合理编

排生产接续计划，用好现有矿有设备资源，减少新增租赁设备数量和租赁费用。推行物资全生命周期管理，大力实施修旧利废、交旧领新、废旧设备拆解，采取“用旧修旧”“组合拼凑修旧”等方式，将每一件物资的潜在价值“吃干榨净”。

同时，该矿根据生产用电负荷，采取合理措施错峰填谷，并充分利用集控系统、优化设备启动顺序、减少设备空载运行，实现节电最大化。

“我们牢固树立过紧日子就是过好日子思想，不断在‘省’字上做文章，做实做细成本管控，不断寻求矿并新的效益增长点。”该矿矿长王成说。

(李平)

浙商证券:以“三同文化”为引领 深入推进企业文化建设

在证券行业日益激烈的竞争环境中，浙商证券作为浙江省首家国有控股上市券商，始终坚持“打造与浙江经济地位相匹配的本土券商”的使命，并以“同创、同享、同成长”的文化纲领为引领，不断推动企业文化建设，全力冲刺中大型券商目标，服务实体经济，发挥金融使命。近年来，浙商证券高度重视人才队伍建设与业务赋能培训，注重“人才、业务、文化”合一的培训模式，不断创新举措，为公司的高质量发展注入了强劲动力。

构建同创的多层次培训体系 推动改革转型和业务发展

为提升核心竞争力和市场占有率，浙商证券紧紧围绕集团和公司战略，以“深度融合、培训主导、战略合作”三大培训运行模式为支撑，各部门条线、总部分支上下协同，同创人才发展与业务赋能相结合的多层次培训体系，推动全公司有组织地开展学习，助力员工队伍整体学习能力和专业水平提升。

“重要项目深度融合”。在培训过程中，浙商证券注重与公司重要战略、重要业务推进和重要管理项目的深度融合，通过业务协同赋能、区域转型发展、三支队伍建设等重点培训项目，成功引发了整个体系的能力建设，实现了生产力的有效转化。今年以来，浙商证券培训中心联合 10 多个条线板块，共同举办 30 余场专题培训，内容涵盖“宁心聚力”研究财富业务培训、全业务链认证培训、新任经理室成员培训、前台管理干部培训、“双百行动·三千工

程”培训等系列内容，这些培训项目进一步提升了队伍的专业技能和管理水平，增进了团队的凝聚力和执行力。

“定制项目培训主导”。为确保紧跟行业动态，适应市场变化和客户需求，浙商证券还组织策划开展分支转型发展、专业人才、业务速递、制式培训、数字化学习等多个培训项目，通过这些培训的组织，员工不仅掌握了最新的业务知识和技能，还提升了业务素养和服务水平，为业务发展提供了有力支持。

“日常项目战略合作”。为推动业务条线发展和中后台支持，浙商证券还通过将专业素养与岗位技能培训相结合，构建了有力的业务和服务保障体系，推动了各项运营精细化管理升级。这种战略合作不仅提升了员工的综合素质和业务能力，还促进了公司内部各部门间的协同合作，提高了整体运营效率。

构建同享的数字化培训体系 推动学习型组织建设

在数字化转型的大潮中，浙商证券积极探索数字化培训新模式，让培训插上数字化翅膀。为此，专门建设浙商知鸟数字化学习平台，设立全面的数字化课程体系和学习激励机制，实现便捷高效、资源共享的学习生态环境，为打造数字化学习型组织奠定了坚实基础。

“知识传导快”。针对所辖分支机构分布广、难集中的实际，浙商证券充分利用数字化学习平台的直播系统，灵活开展网上培训，让最新业务知识第一时间传递到业务一线。据统

计，今年以来，共组织网上直播培训过百场，吸引了 3 万余人在线观看，营造了浓厚的学习氛围。

“业务门类全”。为丰富数字化平台内容，浙商证券培训中心专门联合各业务条线开辟网络课程专栏，内容涵盖机构业务、信用业务、投行业务、私募业务、财富管理业务等当前资本市场重点业务板块，并及时录制和引进最新的优质课程，不断更新培训资源，完善知识体系。今年以来，平台新上线课程 280 门，学习人次逾 16 万次，充分展现了广大员工学习的主动性和参与热情。

“教学案例真”。为确保培训的实用性，浙商证券注重从实践中总结经验，定期收集一线业务精英成功案例，将知识要点、技能要点、操作流程要点拍摄制作成短视频和教学片，并进行推广复制。同时，还应运用“数字化培训全景图”，通过大数据分析，实现培训“教、学、研、考、管”全流程智能化管理，进一步提升了数字化培训的质效。

“岗位培训准”。为更好地满足员工个性化学习需求，浙商证券还根据员工岗位和职级特点，制定专属的学习地图，构建一岗一学的学习标签，为员工提供了全程支撑、精准化培养、全职涯能力提升的学习路径。同时，还建立起一支覆盖总部各部门、各分支机构、各子公司的兼职培训管理员队伍，经数字化培训认证，各兼职培训管理员能熟练运用数字化平台开展自主培训，确保了各单位日常培训工作的有效落地。

构建同成长的人才培养模式 推动高质量人才队伍建设

为培养一支能够承载公司经营发展目标的专业化班子和有市场竞争力的业务团队，浙商证券注重抓好“新、尖”群体和讲师队伍的培养，以“两新一链”“两师一专”队伍建设为重点，促进人才队伍共同成长。

抓两头两新队伍培养。注重抓好分支机构新入职经理室成员和新员工培训。为让分支机构新入职经理室成员全面、系统学习公司企业文化与发展战略、规章制度与业务流程，推动财富管理、机构业务双轮驱动发展，浙商证券通过组织到优秀网点学习交流、到总部业务部门跟岗代培、到当地企业走访洽谈等方式，协同开展培训，进一步提升了分支机构的管理效率和业务拓展能力。为助力新员工尽快融入公司文化，适应工作岗位，了解业务流程，构建证券行业知识体系，提升展业技能，浙商证券通过网点培养、线上学习、线下培训、岗位实践相结合，专业知识与业务实践相结合的培训模式，全面提升新员工的职业素养和综合能力。

抓全业务链全能型队伍培养。注重抓好业务尖子队伍中全业务链全能型骨干培训。为应对行业挑战、推动业务生态链重构，提升分支机构队伍专业素质和核心竞争力，为客户提供全业务链、全生命周期综合服务，浙商证券特地举办全业务链认证培训，培训包含上市公司服务、私募、信用业务等多个专题模块，培养了一批具备全业务链、全生命周期服务能力的综

合服务金融队伍，进一步探索了分支机构业务发展模式，推动了公司改革转型发展。

抓两型两师队伍培养。注重抓好业务型讲师、案例型讲师培训。为有效开发和利用公司内部智力资源，促进专业知识、技术技能和企业文化的传承与发展，浙商证券大力加强以内部培训师、精英讲师为主的内部双师队伍建设，注重选拔和培养一批业务型、案例型讲师，他们不仅具备丰富的专业知识、实践经验，同时还具备出色的教学能力和表达能力，较好地发挥了业务上的传帮带作用，成功带动了各条线整体专业水平提升。

抓专业专家型人才培养。注重抓好行业专业型、领域专家型人才培养。分批次对投行、投资、投研“三投骨干”和自营、资管骨干开展综合性展业技能和专业技能训练，多角度提升专业能力，通过系统的培训和实战演练，进一步提升了专业人员队伍的业务水平和综合素质。

通过上述一系列创新举措和扎实工作开展，浙商证券在人才培养、业务推进和企业文化建设方面取得了显著成效，有效促进了“三同文化”扎根落地。浙商证券培训中心负责人表示，未来，公司将继续坚持“三同文化”理念，不断完善培训体系，深化企业文化建设，为公司的高质量发展提供有力的人才保障和智力支持。

据悉，2024 年前三季度，浙商证券积极抢抓业务机遇，逆势布局，保持了较为平稳的经营业绩，尤其是第三季度净利润同比和环比均实现较大幅度的增长，为更多更好地服务国家战略发展和行业高质量发展贡献了浙商证券案例。(李超)