



《诚信载道》连载四十三

□ 魏建国 著

(接上期)

真诚无私能使一个外表毫无魅力的人增添许多内在的吸引力。人格魅力的基本点就是真诚。待人心眼儿实一点、守信一点，能更多地获得他人的信赖、理解，能得到更多的支持、合作，因此获得更多的成功机遇。我国著名的翻译家傅雷说过：“一个人只要真诚，总是能打动人的。即使人家一时不了解，日后便会了解。我一生做事，总是第一坦白，第二坦白，第三还是坦白。绕圈子、躲躲闪闪，反易叫人疑心；你耍手段，倒不如光明正大、实话实说，只要态度诚恳、谦卑、恭敬，无论如何人家不会对你怎么样的。”诚实做人、做事守信，看似没有得到世俗的物质，可是从长远来看，必能从赢得的尊敬和荣誉中得到更多的合作与支持。没有哪个企业不明白诚信对于立企、兴企的重要性，但在具体实践中差异却很大。企业能不能在理念、模式和机制上保障并发展自己的诚信呢？海尔有一个很著名的广告语，叫做“真诚到永远”。海尔总裁张瑞敏解释说：“一个企业要永续经营，首先要得到社会的承认、用户的承认。企业对用户真诚到永远，才有用户、社会对企业的回报，才能保证企业向前发展。”张瑞敏说：“不管在任何时间、任何地点、发生任何问题，错的一方永远只能是厂家，永远不是顾客，不管这件事表面现象看来是不是顾客的错。”

有关学者经过深入、广泛的研究后指出，服务品质的主要决定因素有五方面：可靠度、反应度、保障度、同情心、有形化。可靠度是指可让人信赖准确地执行所承诺的服务的能力，它是最重要的服务品质决定因素，约占服务品质重要性的 32%；反应度是指员工愿意帮助顾客与提供及时服务的意愿，其员工提供服务 的程度，约占服务品质重要性的 22%；保障度是指员工的知识与文明礼貌、精神状况，以及给顾客一种信任感与信心的能力，约占服务品质重要性的 19%；同情心是一种“身临其境”、“感同身受”的情怀，也就是给顾客提供关心与个性化的服务，约占服务品质重要性的 16%；有形化是将无形化的服务以设施、设备、服务人员素质和各种传播材料等实际形式体现出来的，约占服务品质重要性的 11%。

这五个方面集中于一点，就是真诚。它着眼于“表层的热情”，升华到“内涵的真挚”，体现出“真诚的服务”，这样才能够从用户那里赢得对品牌的忠诚和信任。这方面，我国企业界也有服务品牌楷模，创出国际服务水准的海尔集团，就提出了“用户永远是对的”的经营理念 and “用户零烦恼”的承诺，倡导对用户

“真诚到永远”。无论是学者的研究，还是企业的实践，都明白地告诉人们：必须不断提高服务在营业额中的比重，建立自己的市场调研机构，强化售后服务，改进与用户的联系；持久地满足不同用户的特殊要求。

真正的道德行为是出自于诚的追求，信的言行。一切道德的品质和行为如果不是出自内在的“诚”，不体现为外在的“信”，就不是真正的有德之人，不是真正的道德行为。英国的一句谚语：“如果你想拥有一天的幸福，那么就去发廊；如果你想拥有一个星期的幸福，那么就去结婚；如果你想拥有一个月的幸福，那么就去买一匹马；如果你想拥有一年的幸福，那么就去买一栋华屋；如果你想一生都过着幸福的日子，那么就去做一个诚信的人吧！”对待工作有上进之心，对待同事有仁爱之心，对待顾客有诚挚之心，是为诚信的职业道德。诚信，是比智慧、纯洁更精粹的词汇，它不仅同生活中的面包与思想中的真理一样真实，而且能孕育出高贵且朴素的品质，并将使自我的心灵得到纯化和美化。

以定式彰显诚信服务之美

诚信实例

一言一行皆养成，一招一式有规范

“作为一名检查员，每一次为出入境旅客服务也就是几秒、十多秒，在这瞬间，我必须体现出高水准的职业素养、高质量的服务水平和优良的职业精神，给旅客留下温馨、快乐、愉悦的通关感受，将三尺验证台变成展示中华文明的窗口！”这是检查员李宇发自内心的话语。

“边检工作理念过去是以管理为中心，而现在转变为以服务为中心”，面对思想上的“急转弯”，该站深入开展提高边检服务水平大讨论、征文活动，组织“服务定式”专题研讨、“服务规范”知识竞赛以及“相聚短暂、真情无限”演讲比赛；组织观看香港同行《ID 精英》电视剧，近距离感受国际领先服务；组织官兵到驼峰纪念碑、云南省第一党支部、井冈山等红色教育基地参观学习，激励官兵爱岗敬业；开设边检文化论坛，编撰《服务文明公约》、《服务定式三字经》，使服务融入官兵生活，成为骄傲和自豪，成为修养和准则；网上“淘宝”广纳谏，在站局域网网页上开通站长、政委信箱，发挥官兵集体智慧，向一线执勤官兵广发“英雄贴”，开展“服务定式之我见”大讨论和边检职业精神征文等活动，使执勤官兵在讨论中升华了服务理念，在交流中巩固了服务定式，在互动中增强了职业认同感和自豪感，自觉用真心将证件送到旅客手心，使旅客暖心。

(待续)



理财有道 | LicaiYoudao

生存的压力让越来越多的国内光伏企业开始投资下游的光伏电站来寻找新出路。

海润光伏向下生长 14.9 亿布局电站“谋逆”突围

进入 9 月以来，作为国内 A 股最大的光伏企业海润光伏就屡屡出招，该公司先宣布将斥资 49 亿元来建设两个总计 40 兆瓦的光伏电站，随后又表示将与国电电力合资成立项目公司，投资建设共计 69 兆瓦光伏电站，投资金额达 10 亿元。

9 月 19 日，海润光伏 CEO 杨怀进在接受记者采访时表示，如今的行情下，卖组件远不如建电站赚钱，今后该公司重心将全面转向电站开发，“电站建得越多越好”。而杨怀进所想也代表了国内大多光伏企业的想法，阿特斯、英利、尚德等公司近期来纷纷加入到电站的开发中，从国内到海外，皆可见光伏企业在电站领域的身影。

建电站逆境突围

杨怀进素有“光伏教父”之称，曾先后参与创办了无锡尚德、南京中电光伏、晶澳太阳能以及海润光伏 4 家上市光伏企业，不过即便是教父也难以用一己之力对抗整个光伏行业的寒冬期，到目前为止，在海内外的所有光伏上市公司均已陷入亏损境地。

海润光伏也不例外，8 月中旬，海润光伏公布了 2012 年上半年营收报告，销售收入、利润总额、净利润等主要财务指标与去年同期相比均出现负增长，财报显示，公司 2012 年上半年实现营业总



收入 2541 亿元，归属于上市公司股东的净利润则亏损 1.34 亿元，而上年同期净利润为 2.30 亿元。

虽与其他企业动辄几十亿元的亏损相比，海润光伏亏损尚小，但杨怀进却已在去年下半年带领公司开始全面转型，重心已移到光伏行业下游的电站开发。他向记者表示，与在美国上市的光伏企业相比，在国内 A 股上市的海润光伏融资相对容易，这些融来的钱均会用于光伏电站的开发。

为投资电站，海润光伏今年以来资本运作频频。今年 5 月，该公司拟定向增发不超过 503 亿股，发行底价 7.56 元/股，融资约 38 亿元，分别用于投入罗马尼亚光伏电站项目、晶硅电池技术研发中心建设项目等，其中光伏电站拟耗资 198 亿元；今年 7 月，海润光伏拟向国家开发银行申请不超过 4800 万欧元中长期借款，以满足在海外光伏电站项目建

设的资金需求。

海润光伏的脚步仍未停止。9 月 17 日，该公司又宣布将与国电下属四家子公司成立合资的项目公司，将投资 10 亿元建设 69 兆瓦的光伏电站，海润光伏持股 35%，出资额度为 20%，为此该公司需出资 696304 万元。

向下生长

在杨怀进看来，国内的电池组件企业把业务延伸向下游的电站业务已成为行业趋势。据记者了解，到目前为止，海润通过股权收购、全资投资或者合作等方式投资光伏电站共计 41626 兆瓦，已有两家电站并网运营，初步已实现收益 540 万元。

“做光伏电站是目前行业唯一的出路。”杨怀进向记者表示，他认为，今年以来，几乎所有卖组件的企业都在亏本赚吆喝，即便这样有的企业还是销路困难，

总投资 170 亿元 平安“试水”新型养生养老社区

继泰康人寿、新华保险、合众人寿等之后，中国平安的养老社区项目也正式浮出水面。

9 月 23 日，总投资 170 亿元、总面积达 150 万平方米的桐乡平安养生养老综合服务社区落地浙江桐乡。该项目分为南(高桥)北(乌镇)两个板块，其中高桥板块总占地面积约 2800 亩，规划建筑面积约 80 万平方米，该板块毗邻高桥高铁站；乌镇板块总占地面积约 1200 亩，建筑面积约为 60 万平方米。

中国平安旗下不动产公司负责人透露，桐乡是其在长三角养老产业投资上的首个布点，除辐射长三角地区外，平安未来拟在环渤海、珠三角、西南部、海南岛进行养老产业布局，形成规模及连锁效应。

险企蜂拥养老产业

目前中国 60 岁以上的老年人口已经达到 1.85 亿，到 2050 年前后中国的老年人口将达到峰值的 4.8 亿左右，分别占亚洲老年人口的 2/5 和全球老年人口的 1/4。随着收入提高，家庭规模变小及社会观念转变，越来越多的老年人选择入住养老院，养老产业供需矛盾凸显。

养老产业给中国保险公司的二次发展带来了契机。一位财经人士在接受记者采访时表示，保险公司的资金属性

与养老产业更加匹配；同时，养老产业与保险业务具有一定的业务协同作用，向上衔接医疗保险、护理保险和养老保险产品，向下可带动下流的老年医学、护理服务、老年科技产品等相关产业，极大地延伸和扩展了寿险产业链。例如，在平安桐乡项目中，这一产业整合效应得到初步显现，在该养生养老社区建设中，前后引入三星生命、瑞金医院、耀华国际学校等合作机构。

平安不动产负责人表示：“为了打造桐乡平安养生养老综合服务社区，平安不动产将借助集团综合金融服务平台，整合优势资源，做好养老产业的产业研究和平台搭建工作，整合养老产业的上下游资源(如护理服务、老年医学等)，打造具有特色的新型综合养老示范区。”

在盈利模式上，平安的选择是“租赁+出售”，通过整合商业、旅游、度假、医疗、培训等上下游产业链，打造全龄化、一站式养生养老产业的综合平台。

业内人士表示，目前保险公司投资养老地产的渴望越来越强烈：打破寿险产品种类高度集中的现状；寻求新的投资产品；寻求具有长期稳定现金流回报的投资机会以及满足客户真正的保险需求。

不过，据普华永道咨询团队调研结果显示，中国高端养老地产市场只占整

个市场不到 1%的份额，未来高端养老市场具有很大的发展潜力。

养老地产仍存制度屏障

尽管险企投资养老产业的前景广阔，不过，目前保险资金进入养老地产开发尚需跨越部分制度屏障。

按照中国保监会《关于保险资金投资股权和不动产有关问题的通知(征求意见稿)》，保险公司投资养老不动产项目，应当明确定位，核清资产边界，不得自行开发建设投资项目；不得以分拆形式销售养老项目产权；不得利用销售养老项目产权获得销售收入；不得将保险资金挪作他用。

同时，上述意见稿要求，保险公司投资不动产，应当合理界定自用性不动产和投资性不动产属性，不得以投资性不动产为目的、以自用性不动产的名义变相参与土地一级开发。

不过，平安桐乡“养生养老综合服务社区”项目资金来自于集团的自有资金，在政策上不存在障碍。同时，平安不动产公司负责人也表示，未来会考虑吸引各方资金来共同参与相关项目开发。

业内人士认为，养老不动产项目对于促进地方积极转型升级具有积极作用，随着部分养老项目的落地，其带动效应将逐步呈现。

(每经)

中国南车 新增投资 100 亿元 打造四川产业基地

日前，四川省政府与中国南车股份有限公司战略合作框架协议签字仪式在成都举行，协议显示中国南车将对四川新增投资 100 亿元以建设“南车四川产业基地”。

中国南车股份有限公司是经国务院同意、国有资产监督管理委员会批准，成立于 2007 年 12 月 28 日。主要从事铁路机车、客车、货车、动车组、城轨地铁车辆及重要零部件的研发、制造、销售、修理、租赁，和轨道交通装备专有技术延伸产业，以及相关技术服务，信息咨询，实业投资与管理，进出口等业务。

四川省长蒋巨峰会见了前来参加第 13 届西博会的中国南车股份有限公司副董事长、总裁郑昌泓一行。郑昌泓表示，中国南车将在四川积极发展轨道交通装备、工业电机、发动机、新能源汽车、新材料等战略性新兴产业，打造“南车四川产业基地”，在现有项目基础上，新增投资 100 亿元。

据了解，本次签署项目主要集中在成都、资阳、眉山。在成都市将投资 80 亿元建设和和谐型动车组、新能源汽车等 4 个项目；在资阳市投资 15 亿元建设汽车、船舶发动机产业等 3 个项目；在眉山市投资 5 亿元建设铁路火车研发为主的 1 个项目。

(刘冰)

中联重科并购 CIFA 效益显著 向中西部市场进军

中联重科收购意大利混凝土机械企业 CIFA 的效应正在显现，兴业证券发布的一份研究报告显示，中联重科融合 CIFA 技术后在长臂架泵车领域的竞争力大幅增强，长臂架泵车的国内市场份额上升至 52%。

记者从中联重科相关负责人处了解到，我国西部地区对混凝土机械的需求仍将保持大幅增长，今年下半年以来，公司加大了对中西部和三、四线城市市场的渗透。

并购 CIFA 效益显著

中联重科混凝土机械业务今年再次延续高速增长，与 4 年前的一次战略并购休戚相关。中报显示，今年上半年公司混凝土机械实现销售收入 169 亿元，同比增长 51.85%。

2008 年 9 月，中联重科联合弘毅投资、高盛和曼达林三家私募基金，以 2.71 亿欧元收购意大利混凝土机械企业

CIFA100%的股权。CIFA 拥有混凝土机械全系列产品线，曾是意大利最大的混凝土机械制造商。

该项交易改变了全球混凝土机械市场的竞争格局。“现在，中联重科将 CIFA 优势技术完全嫁接到旗下全部混凝土机械产品中，不仅提升了产品品质和市场认可度，同时大幅增加了产品毛利率和利润。”中联重科战略投资者弘毅投资总裁赵令欢如是总结。

据了解，自 2009 年以来，中联-CIFA 复合技术创新平台上，诞生了众多引领全球混凝土机械发展潮流的前沿技术，其中之一为中联重科拥有全球专利的碳纤维臂架技术，该技术被认为是实现“制造最好泵车”的利器。

“中联重科碳纤维臂架泵车不仅是泵车历史上的一次革命，更是全球工程机械基础技术研究领域一项创世纪的杰作。”中国混凝土机械协会名誉会长陈润余这样赞誉。

向中西部市场进军

“2011 年我国商品混凝土率仅为 35%，远低于欧美主要发达国家 80% 以上的商混率水平，我国商混率还有很大提升空间。”银河证券机械行业首席分析师邱世梁分析。数据显示，从 2008 年到 2011 年，我国商品混凝土率分别为 25%、24%、31%和 35%，呈上升态势。

邱世梁认为，目前长泵车保有量占比在 10%-15%之间，未来几年将进入长泵车替代短泵车进程，在长泵车占比低于 50%的时候，行业是安全的，说明还有很多的市场替代空间。记者了解到，长泵车需求大幅增长，主要原因是对于设备商来说，竞争力加强，单价高；而对于业主而言，长泵车效率更高，大幅度节省工期和人工成本。

通常而言，城市化程度越高的地区，水泥散装率越高。最近公布的国家

统计局数据显示，2011 年中国的城镇化率依然只有 51%，西南、西北和华中区城镇化率均不到 45%，落后其他地区 10 个百分点以上。2012 年 1 月~4 月，我国东部地区水泥散装率为 58%，西部地区仅为 33%，西部地区在达到东部目前水平以前，混凝土机械需求将大幅增长。

在整个混凝土商品化产业链中，混凝土泵车只是其中一个节点，其他还有车载泵、搅拌运输车 and 搅拌站等，中联重科在除混凝土泵车之外的其他混凝土机械产品上，市场占有率目前在 30%左右，留有很大提升空间。

“深化以细分市场为核心的营销模式，进一步实施产品、服务、区域的差异化发展策略，加大对中西部和三四线城市市场的渗透。”中联重科相关负责人向记者介绍公司下半年的市场战略部署。

(文星明 邢云)