把用户痛点变成创新亮点

■ 本报记者 张建忠

在互联网时代，强调的是用户至上的思维。那么如何找到用户需求？也就是用户痛点，然后对症下药成为众多企业创新的突破口。可以说，只有找到用户痛点才能变成企业创新亮点。

找痛点是一切创新的基础。创新是一个企业生存和发展的基础，但如何创新？有的企业感觉无从下手，或者做了很多努力，但收效甚微。在互联网时代，创新就要求一定要找到用户痛在什么地方，有痛才会有需求，有需求才会产生消费，而这个痛点，也正是企业创新的基础。洗衣机的痛点是什么，不再是衣服是否能洗干净、洗后衣服能否烘干，而是洗衣机自身的清洁问题，海尔集团就针对这一用户痛点，开发了海尔免清洗洗衣机，市场好评如潮，也使其从用户痛点到产品爆发点的跨越。

抓住痛点，打造让人尖叫的产品。解决用户痛点，并不意味着复杂。企业要紧紧抓住用户的痛点，用最极致、最低成本的方法帮助用户解决问题。有时就一个小点的改变，就可以使您的产品引爆市场。小米手机的成功，就是在于他们抓住用户痛点，不断创新，提供了以用户体验为核心的极致手机产品，他们持续提升核心手机产品性能，打造产品性价比第一标杆，为用户提供更为便捷与智能化、兼备趣味性与易用性的产品。红豆集团也从用户痛点入手，针对目前保暖内衣要么保暖不透气，要么透气不保暖的现状，以保暖又透气为创新点，经过潜心研究，开发了一款新型红豆绒内衣，掀起了一场内衣革命，该内衣以进口优质澳棉为原料，创新采用柔绒工艺，面料柔软似“羊绒”、穿着显身材、聚热堪比保暖内衣，受到市场热捧，在今年十一黄金周天气还未冷的情况下，红豆绒内衣销售火爆，同比增长 37.2%。在这个创新为王的年代，没有创新，企业寸步难行。但不会创新，同样企业同样会步履维艰，只有牢牢抓住用户的痛点，把其变成企业创新亮点，企业才会有更好发展。

十堰部件厂举办三人篮球赛

“加油！”“好球！”……连日来，在东风德纳车桥十堰部件厂家属区篮球场上掌声雷动、喝彩不断，加油声、呐喊声此起彼伏，原来是该厂“安康杯”员工三人篮球赛在此隆重上演。

为了进一步加强企业文化建设，丰富员工业余文化生活，促进员工之间的沟通和交流，营造良好的企业文化氛围，该厂工会特举办了首届员工三人篮球赛，同时还重新修建篮球场地，架设钢构球架，安装照明灯，为篮球赛的顺利举行做好了充分的前期准备工作。

本活动得到了该厂员工的良好反响，各单位纷纷踊跃报名，基层分会共有 9 支男队、3 支女队共 60 名队员参加。比赛现场气氛热烈，场上选手奋力拼搏，场下观众热情高涨，该厂领导也亲临现场为选手助威打气。在四天的比赛中，各队队员不骄不躁、斗志高昂、敢打敢拼，发挥出了最佳水平。默契的配合、准确的投篮不时引来全场观众的阵阵喝彩。精彩的比赛让观众们大饱眼福，直呼过瘾。

经过 39 场次紧张激烈地角逐后，最终该厂质检科男队、宝轮公司女队摘得桂冠，三车间男队、宝轮公司男队分别获得亚军和季军。

（艾保国）

潘石屹称 SOHO 将推出互联网融合计划

经历两年多转型之后，SOHO 中国走向转型的快车道。SOHO 中国董事长潘石屹表示，2014 年公司有多个项目交付使用，明年租金收入将有大幅提高。SOHO 中国将于 2015 年 2 月推出房地产与互联网融合计划。

租金收入会大幅提高

2012 年，SOHO 中国便宣布在 3 年内逐步告别散售的商业模式，改为持有出租物业。对于这家销售见长的地产公司，转为挑战更大的持有模式，潘石屹坦言，当时对 SOHO 中国是一个重大挑战，市场并不看好。

位于北京 CBD 核心区域的光华路 SOHO 二期项目近期建成并交付使用，多个自持物业陆续建成。仅 2014 年，北京望京　SOHO、光华路 SOHO、上海复兴路项目、上海凌空 SOHO 便相继建成交付。“这四个项目交付使用后，明年公司的租金收入会大幅度提高。”潘石屹表示。

9 月 29 日，SOHO 中国发布公告称，集团与携程上海和携程关联公司于 9 月 26 日就出售凌空 SOHO 若干物业及配套设施订立框架协议，总对价约为人民币 30.5 亿元（约合 38.5 亿港元）。该等物业包括总可售建筑面积 10.02 万平方米的物业及若干配套设施。

对此，潘石屹解释称，在投资设计上，北京和上海是 1:1 的，但后来发现上海投资超过了 500 亿元，所以卖掉了一部分物业。而对于凌空 SOHO 销售了部分物业的做法，潘石屹称，其实本不想销售，但携程网能够为项目带来更多人流和活动，进而可以促进项目租赁。潘石屹强调，明年基本上已经没有销售，“租金收入会大幅提高，将彻底超过销售（收入）”。

控制净负债率水平

在经营模式转型后，SOHO 中国的拿地策略相应发生转变。“目前的拿地策略是尽量少拿地，主要还是将现金转换成项目，控制净负债率水平。”潘石屹表示，SOHO 中国目前的净负债率水平为 15%左右，未来账上现金规模将超过 200 亿元，净负债率控制目标将维持在 50%左右。

对于两年多来 SOHO 中国转型运营心得，潘石屹表示，精细化管理是公司花费最多精力做的事。“过去购买 SOHO 中国写字楼的人平均支付 5000 万元，现在每个租赁 SOHO 中国写字楼的客户每月支付 10 万元-20 万元，这中间的差距很大。”潘石屹表示，所以公司转型两年半以来，尽管市场压力很大，但回过头来看，转型是对的。

SOHO 中国经营模式从散售转为持有的同时，产品概念也在加速升级。据悉，在今年 SOHO 中国建成的多个项目中，节能、空气及水净化成为亮点。潘石屹表示，“我们现在建筑的能耗为 55.7 度/平方米/月，而中国办公楼建议的能耗标准是 85 度/平方米/月。SOHO 项目每天的室内空气质量都能达到中国国家标准，即 75 微克/立方米，90%以上的天数甚至在 35 微克以下。”

用互联网改造项目

互联网思维方面的变革也将成为 SOHO 中国未来变革的方向。潘石屹透露，预计在明年 2 月 1 日，SOHO 中国将正式推出与互联网合作的平台，届时会有二三十个项目参与其中。

潘石屹透露，第二步转型并不需要投入太多资金，而是用互联网计划对项目进行改造，使空间符合互联网时代的办公需求。目前已经从互联网公司挖了一些技术人才，但暂时没有考虑与互联网公司合作。据了解，这次转型涉及到 SOHO 中国的所有环节，从管理开发到出租，也会扩展到新的城市，所有的业务都会涵盖。具体细节明年 2 月 1 日将对外公布。

对于目前经济与政策，潘石屹表示：经济能否恢复，影响因素很多，不光取决于降息，其实从办公楼出租行业就可以看出来。早些年，“我们的项目中的建外 SOHO、现代城的主要客户是煤老板，现在哪有煤老板？紧接着是钢铁企业，当时唐山钢铁企业老板买我们三里屯 SOHO，随便就花 3 亿元、5 亿元。但现在我们的办公楼，尤其是望京 SOHO，超过 90%的客户都是互联网企业”。

（邢飞）

野营房里飘书香

“读一本好书可以改变人生，具有正能量的励志书更是能够激励我们奋发向上，这本书就具有这种魔力，我发自内心地喜欢。”11 月 23 日，西北油田雅克拉采气厂桥古班组青工郑晓阳从厂团委书记龚雪琦手中接过新书《唤醒心中的巨人》，满脸喜悦。

“青工爱看什么书，我们就送什么书。”龚雪琦微笑着说。

十八大召开后，对共青团工作提出了新的要求。这个厂团委向一线青工下发了“青年励志”好书推荐表，团员青年根据自己的喜好和参考网络上畅销书排行榜，每人推荐 3 至 5 本思想性、可读性较强的书籍。根据职工开出的“菜单”，为青工网购了《从容一生》、《不抱怨的世界》、《从你的全世界路过》、《自由》、《沉默的大多数》、《唤醒心中的巨人》、《风雨哈佛路》等书籍。这些书籍具有统一的标签，那就是励志向上，能够激发正能量。

考虑到基层班站点多面广，一线员工工作环境艰苦，这个厂团委采取“流动书箱”的形式，定期将优选的励志书籍分别送到巴楚、玉北、桥古、轮台 S3 班组职工手中，让更多的青工爱岗敬业，励志向上。

环境艰苦，思想不能落伍，为了让守护偏远井的青工能够及时了解采气厂和局、分公司发展形势，厂团委在送去励志书籍的同时，还将近期的《西北石油》报、《中国石化报》和内刊《雅风》送到偏远井站现场。

桥古班组远离雅克拉采气厂厂部 50 公里，管理着 4 口油气井，共有职工 7 名。班组职工每次在偏远井站工作一个月才能够倒休。冬季的生产现场，冰冷刺骨，班组职工居住的营房车内却很温暖。走进营房车，青工们围坐在一起，正在聚精会神地阅读厂团委刚送来的新书。“以前业余生活很单调，现在有了‘流动书箱’，闲暇时我们可以为自己充充电，不仅增长了知识，丰富了生活，人也变得自信了。”青工张浩高兴地说。

（蒋庆　李农光）