

wen yithome
文一家

ISSUE: 61 | 2013 07/08

包河酒回来了

SPECIAL REPORTS | 专题报道





名门首府
NOBLE MANSION

NOBLE MANSION
The study of residential building master of life

文一地产 让生活更精彩
WENYI THE REAL ESTATE

文一地产 缔造名门传奇

2013`文一名门系列产品 闪耀庐州

文一·名门首府

6517 1111/0000
项目地址
政务区集贤路与合欢路交口



文一·名门御府

6281 0999/8666
项目地址:玉兰大道与铭传路交叉口东500米

文一·名门华府

6576 5555/6577 5555
项目地址:庐阳区阜阳北路与涓阳路交叉口



决 断

文 | 集团财务总监兼建工集团副总裁 陈忠



人生得意与否、企业成功与否、国家兴盛与否，其实就是诸多决断的综合体现。决断过程也是一个缜密思考和内心斗争的决策过程，而正确做出意义重大的决断则需要具备丰富的阅历、渊博的知识和过人的胆识。

相对于企业发展而言，人、战略、危机的三个富含决断的领域显得尤为重要，其中关于人的决断也最为困难、最为关键，因为人是战略实施和应对危机的执行者。从企业长远发展来看，需要提高团队的整体决断能力，培养和帮助团队中各个梯队的管理者学会做出成功的决断。

诚然，人生得意、企业成功、亦或国家兴盛，都取决于正确完美的决断，而决断正确的结果则依赖于高效率的执行力。



SPECIAL REPORTS | 专题报道

包河酒回来了

2013年8月16日，在市县领导、江南大学中国白酒泰斗徐岩教授、安徽省酒业协会李副会长等各界嘉宾的祝贺下，安徽包河酒业成功举行了“老窖泥迁徙典礼”，正式启动了包河酒业前身1949年7月成立的原国营肥东酒厂老窖泥的迁徙工程。

ISSUE: 61 / 2013 07/08



《文一家》编辑部成员

主办：安徽省文一投资控股集团
ORGANIZERS: ANHUI PROVINCE WENYI INVESTMENT HOLDING GROUP

名誉主编Honorary Editor	朱红敏Zhu Hongmin	赵璐璐Zhao Lulu	郭海静Guo Haijing
韦存华Wei Cunhua	陈 忠Chen Zhong	特约通讯员Reporter	张倩倩Zhang Qianqian
主编Editor-In-Chief	周文锁Zhou Wensuo	张慧君zhang Huichun	梁 冬Liang Dong
薛英姿 Xue Yingzi	兰家弟Lan Jiadi、	杨 寅Yang Yin	刘 陶Liu Tao
特别顾问Special Adviser	周 昕Zhou Xin	冯 威Feng Wei	(排名不分先后)
周 文Zhou Wen	编辑Editor:	熊晓明Xiong Xiaoming	

编辑部地址：安徽省合肥市长江批发市场对面文一企业园（邮政编码：231633）
联系电话：(0551)64327670 64327079
<http://www.suning.cn> E-mail: wenyiqiye@126.com

郑重声明：本刊不作任何商业用途，属于企业内部刊物，稿件文责自负，若有侵犯他人权利文学和图片，安徽省文一投资控股集团不承担连带责任。此外，未经书面许可，不得以任何形式复制、使用、翻印《文一家》的任何图文。（内部资料 免费交流）



P08



P10



P34

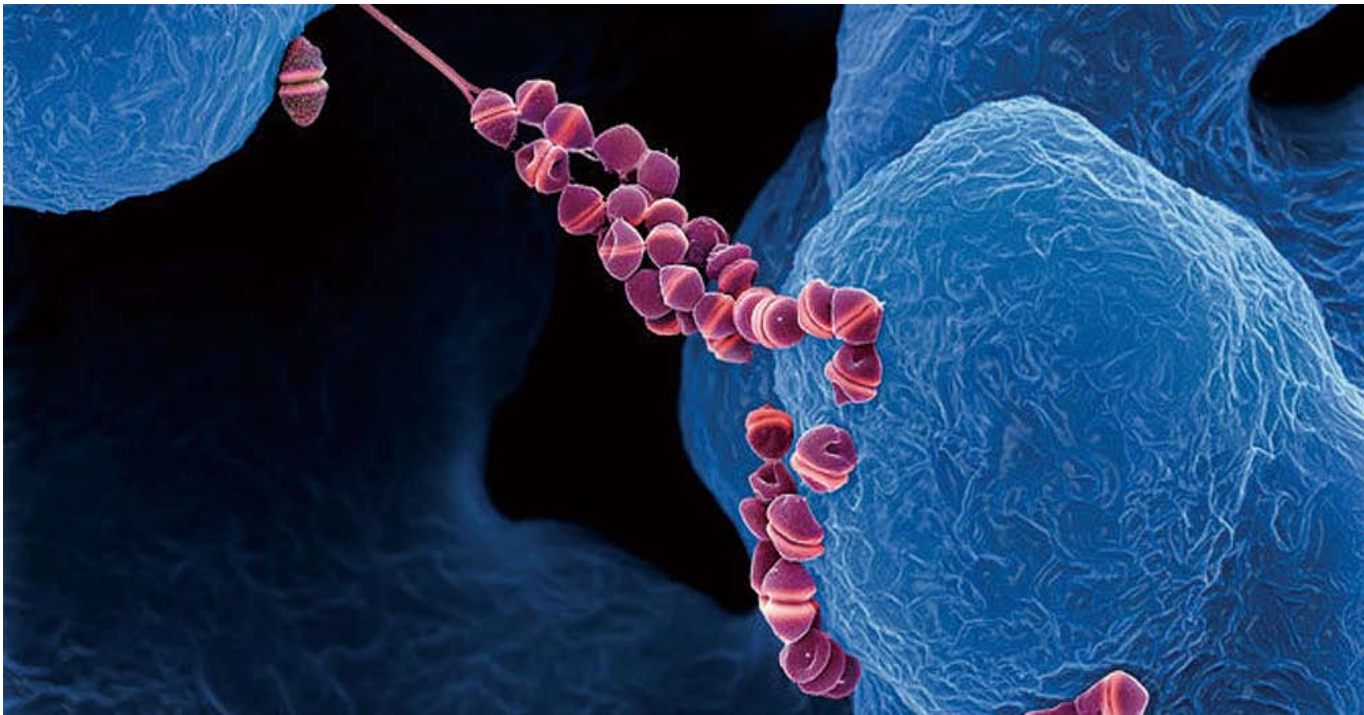


P40



P42

FOREWORD 卷首语	
P01 决断	
KALEIDOSCOPE 万花筒	
P04 万花筒	
NEWS 大事回眸	
P08 强强联手 缔造传媒新辉煌——文一集团旗下科大万维与中科大、合肥电视台成功签约	
LEADING CARE 领导关怀	
P10 合肥市委组织部调研组莅临文一企业调研非公企业党建工作	
WENYI NEWS 文一视窗	
P11 “学好开发报建，掌握规划通则”——文一企业大讲堂2013年度第二期开课	
P12 文一集团荣膺2012年度安徽省民营企业10强称号	
P12 5.3亿元竞得庐阳N1307地块 文一集团强势挺进北城	
P12 文一集团PK地产大鳄 2.6亿摘得肥西【2013】25号地	
P13 合肥东城宜居的幸福社区 “文一•云河湾”捧得销售冠军	
——文一•云河湾获得2013年上半年合肥市住宅销售套数第一名	
P13 天公作美好景色，正是葡萄采摘时	
P14 百亿文一 领舞安徽	
——“政务十年，幸福合肥”高峰论坛暨“名仕入名门，妙笔写文一”盛典精彩举行	
P15 “Talk”——文一对话政务区：强势挺进提升品牌 未来布局全国	
P16 文一•云河湾营销中心盛大开放现金卡遭疯抢	
P17 文一地产，红色大地续写热销传奇	
——六安【文一•云河湾】8月10日盛大预约	
P18 文一集团在建项目工程进度	
SOCIAL RESPONSIBILITY 社会责任	
P20 公益事业 文一地产再行动	
P21 定远县创建文明县城 “文一•托斯卡纳公馆”杯 夏季篮球联赛盛大开幕	
MEDIA FOCUS 媒体聚焦	
P34 横空出世，从“一”开始	
——合肥晚报采访文一集团副董事长常务副总裁周文	
STAFF CORNER 美食美客	
P36 文一戴斯大饭店全球招聘总经理	
P37 一品宴私房菜：“私”得有理由	
P39 金榜题名鱼化龙 欢腾锣鼓庆登科	
——记文一和平大酒店2013年谢师升学宴市场拓展简况	
EXCELLENT EXPERIENCE 员工风采	
P40 寻红色印记 览独山之美	
P42 “阳光足球，活力文一”——文一企业首届四人制足球赛圆满结束	
P44 文一家人大圩游水上乐园欢乐多——记文一集团2013年摘葡萄、水上乐园活动	
EXCELLENT EXPERIENCE 他山之石	
P45 雀巢跨国并购三部曲	
COFFEE TIME 咖啡时间	
P48 快乐采摘、微笑满园	
P50 游云南之美景 聚企业之精神	
P52 纸上谈计划	
P54 书店和书	
P55 为青春而奋斗为青春而奋斗	
P56 一路上有你	
P57 我向天空说爱你	
P58 唐师曾：开学致儿子的18句掏心话 ——摘自《文摘周刊》	
MOVIE & BOOKS 悦读视界	
P60 悦读视界	



Vision | 视野

神秘微观世界



据美国国家地理网站报道，在我们所熟悉的世界之外，在看不见的微观尺度上存在着另外一个欣欣向荣的神秘世界。图为实验室电镜下拍摄的样品中链球菌彩色图像。尽管链球菌感染在某些情况下会致命，但在大多数情况下都是无害的，它们和其它数千种细菌一起生活在我们的身体内部。

佩罗家族的生意经

EDS创始人、两度以独立候选人竞选美国总统并获得高票的老罗斯-佩罗是著名的自由贸易和政府赤字反对者，但他的儿子小佩罗却利用自由贸易和政府举债赚得盆满钵满。最新一期《福布斯》封面文章介绍了总身价50多亿美元的父子俩紧跟政府开支重点的经营之道。

1982年小佩罗(H. Ross Perot Jr.)成为直升飞机环游全球第一人，如今仍然保持每个月大约10小时的飞行记录。在心满意足地“飚机”20分钟后，小佩罗来到AllianceTexas工业园上空，这是他在德州沃斯堡市北郊的商业、交通和房产开发项目，占地1.8万英亩。

联邦快递(113.57, -1.15, -1.00%)每周在其区域分拣中心附近的沃斯堡市联盟机场降落数百架飞机。伯灵顿北方圣达菲公司(BNSF)巨大的铁路场把到达的成千上万货物集装箱(很多是加州长滩转运过来的中国货)装上驶向35号州际公路的拖车，或就地运进3000万平米英尺的仓库。此地是J.C. Penney的最大配送中心，iPhone全球最大发货中心也在此。通用电气(24.23, -0.09, -0.37%)在此制造机车，不远处摩托罗拉[微博]即将生产自己的Moto X手机。

“这是美国经济增速最高的地区之一，”小佩罗通过直升机的麦克风解释道。“我们拥有让

经济再次发展的一切手段。”天空让小佩罗得以逃避他成长的一本正经世界，这片土地给了他作为一个商人摆脱父亲阴影的机会。30年前小佩罗买下这片当时全是“牧场和麦田”的地块。现在他的房地产开发公司Hillwood可能是德州地产界的最重要力量。

小佩罗在这里取得成功十分自然。由于墨西哥经济的崛起和德州成为涵盖整个北美的物流链中心，他获得了房地产的终极资产——地段。20年前《北美自由贸易协定》签订时，老佩罗指责它让美国就业流失到墨西哥。20年后的今天他的儿子掌控着北美大陆最大的“内陆港”。小佩罗说，只要

大家齐心协力，北美自由贸易区无可匹敌。AllianceTexas是美国最大自由贸易区，每年进口货物价值超过40亿美元。



Trend | 趋势

三大电信运营商下半年4G建设加速

[证券时报]中国移动超过200亿元的4G(第四代移动通信)招标结果即将出炉，给国内通信厂商带来巨额订单的同时，也预示着下半年LTE(3G向4G演进的一种通讯制式)相关投资将迎来加速释放。

记者从国内三大电信运营商中报数据中看到，上市公司上半年资本支出共计1116.62亿元，占预算总额的比例为32.53%。较去年同期下降14.49个百分点。

分运营商而言，2013年上半年三大运营商资本开支完成度均要低于去年同期

的水平，执行进度明显慢于往年。长江证券分析师陈志坚认为，展望下半年，随着“宽带中国”战略发布及4G牌照发放预期的明确，下半年的投资重点仍然会围绕着宽带网络、LTE及与之配套的传输网建设等部分来进行。

考虑到2013年上半年较低的资本开支完成情况，这意味着2013年下半年无线网络、传输网等投资增速将明显提升。据通信行业业内人士分析，上半年三大运营商资本开支计划完成均不足50%，这也符合电信运营商资本开支执行前低后高的惯例。陈志坚称，自7月份以后，无线射



频器件、光模块、无线配套设备等相关器件及配套设备厂商需求大幅增长，侧面表明电信运营商资本开支正处于明显提速状态。

可以确定的是，未来两年，中国LTE建设的大规模展开将推动通信行业基本面持续向上，而下半年资本开支则会迎来加速释放。



· 雷军 ·

从小开始，每个老师都会用爱迪生的这句话教导我们好好学习，爱迪生确实说过“天才那就是1%的灵感加上99%的汗水”这句话。但是，老师偏偏每次都漏掉爱迪生后面最关键的话：“但那1%的灵感是最重要的，甚至比那99%的汗水都要重要”。勤奋和努力只是成功的必要条件，运气很关键！



· 朱骏 ·

互联网时代带来的是内容的极大丰富，有传统媒体来的，有网民来的。网民分两种，一种是精英人士，本身创造的是很有价值的内容；还有一个是草根内容，“但是真正有传播力的、有商业价值的，大部分还是精英内容，包括精英媒体、精英人士创造的。真正有价值的内容，百分之八九十还是精英媒体跟精英人士创造的。



· 李开复 ·

中国社会有个通病，就是希望每个人都照一个模式发展，衡量每个人是否“成功”采用的也是一元化的标准：在学校看成绩，进入社会看名利。成功可能是你为他人带来了快乐，可能是你在工作岗位上得到了别人的信任，也可能是你找到了回归自我、与世无争的生活方式。每个人的成功都是独一无二的。



· 李彦宏 ·

你将来想做什么，可能很多人能够说出来，我想做什么，成就什么样的事业，是能够说出来的，但是从现在的状态到最后实现理想，这个过程当中，可能会发生各种各样的变化，市场会在变，想法有可能会在变，就是说可能现在的状态跟你想要达到的状态，差距很大，是不是有信心，当你遇到大的困难的时候，当你有很强大阻力或者强大敌人、竞争对手的时候，是否还会坚持，当你有很多诱惑的时候，是否会改变自己的想法，这些因素在人生成长过程中，每个人都会遇到。



· 唐骏 ·

世界上有两种人不要跟别人争利益和价值回报。第一种人就是刚刚进入企业的人，头五年千万不要说你能不能多给我一点工资，重要的是能在企业当中学到什么，对发展是不是有利。另外一种就是金字塔顶上的这批人，也千万不要跟你的老板来那一套。你把这个球踢给他，让他来决定，其实他更难。你提出了反而他会认为你这个人怎么这样？其实他心里已经有一杆秤了。



Cover Show | 封面秀



Estate | 房地产

胡润发布房地产富豪榜
王健林以1010亿蝉联首富

[新华网]继9月11日《2013雅居乐海南清水湾胡润百富榜》在北京发布之后,其子榜之一的《2013胡润房地产富豪榜》也于9月24日在上海发布,这是胡润研究院第八次发布“胡润房地产富豪榜”。上榜富豪上市公司财富计算的截止日期为2013年8月15日,上榜富豪财富数字与百富榜总榜上的不同,原因是子榜只计算富豪房地产部分的财富,如:王健林的房地产产业财富为1,010亿,而在百富榜总榜上财富数字为1,350亿。

“地产大王”王健林以财富1,010亿元蝉联“胡润房地产富豪榜”首富,这是王健林四年内第三次名列房地产榜首富,财富比去年上升124%。截止到去年底,万达持有的1,290万平米物业包括万达广场部分商铺、旗下的五星级酒店、度假村、万达城、KTV、百货和写字楼等各大投资项目。万达并计划于2015年将持有物业规模达到全球第一。2013年3月,万达商业地产收购香港恒力,成功借壳登陆港股市场。目前中国新首富王健林直接及间接持有万达商业地产61%的股份。地产占他个人财富的80%。

07、08年的地产首富杨惠妍家族以财富425亿排名第二,比去年上升3位,财富比去年上升70%;陈丽华以财富350亿保持第三,财富比去年上升6%。前三名中有2位女富豪。《2013胡润房地产富豪榜》共有50位富豪上榜,上榜门槛比去年提高25%,达到75亿元。

Construction | 建工

行业增速有所放缓
盈利水平略有提升

[证券之星网]全建筑行业增速持续回升,利润增长快于收入。全行业2013年上半年收入达到1.35万亿元,同比增长16.94%,其中2季度单季度同比上升15.33%,2季度增速有所放缓。净利润达到389亿元,同比增长29.45%,其中13年2季度季度单季度的同比增长31.29%。两铁去年上半年基数较低,中国中冶上半年通过计提转回实现大幅扭亏,若剔除这三家公司的影响,上半年全行业收入同比增16.64%,净利润同比增长18.65%,其中2季度收入同比增长15.59%,净利润同比增长16.44%,增速较1季度有所放缓。

行业现金流温和好转,而整体回款压力依然较大。上半年全行业(存货+应收账款)收入的比例为124%,较2012年上半年增加了9个百分点,全行业的资金占用情况处于高位。上半年行业经营现金净流入为-519亿,较2012年同期-542亿有所好转,其中13年2季度现金流为-95亿,相较于1季度的-424亿环比改善明显。上半年收现比为98%,较去年同期持平。说明在下游存量占款较大的情况下,当期回款维持未定,建筑公司将回款压力传导到了上游的材料商,占用上游资金,因此经营现金流略有好转。

Catering | 餐饮

八项规定冲击合肥餐饮业奢华风
高端酒店扎堆办团购

[万家热线]与前几年常见诸于媒体的“餐饮业用工荒”、“招聘难”截然不同, 2013年上半年安徽餐饮企业基本都在“裁员”, 用工人数及招聘人数出现双下滑的局面。

更为明显的是餐饮酒店业营业额的变化。2013年5月, 安徽省商务厅服贸处副处级调研员张红平在一次餐饮企业转型论坛中披露出一组数据: 安徽省餐饮业2012年营业总额达680多亿元, 同比增长16.2%, 但2013年1-2月份同比下降了17.1%。

对此, 安徽省餐饮协会在其官方网站上发文称, 这组数据说明餐饮酒店业尤其是那些高度依赖公务消费而畸形发展的高档酒店, 的确受到了相关政策的影响。

餐饮行业整体下滑的大环境中, 合肥地区餐饮收入增速也在放缓, 且有6家餐饮企业跌出餐费收入超千万元的大企业行列。

2013年8月2日, 合肥市商务局发布数据显示, 上半年合肥市餐饮收入44.11亿元, 同比增长7.8%;增速比上年同期下降6.4个百分点。餐费收入超千万元的企业有33家, 比上年同期减少6家, 所占比重不足两成, 仅为15.38%。

其中, 大型餐饮企业由于规模大、人才多, 适应市场能力强, 经营情况已逐渐摆脱下滑, 上半年, 限额以上企业(单位)餐饮收入19.64亿元, 同比增长1.4%。

对此, 合肥市商务局在官网上发文称合肥大型餐饮企业已经逐步逆转, 实现平稳增长。

团购目前已经成为一种时尚消费方式, 成为餐饮业吸引人气的主要方式。合肥市政务区一些五星级酒店以及市区高档酒店等也都放下“高姿态”, 开始办起团购。

Chinese Spirits | 酒业

白酒业利润大幅下降
酒企“傍”电商度严冬

[中国酒业新闻网]中秋佳节刚过, 十一长假又至。“双节”历来是高档白酒的黄金销售期, 但今年的这个档期, 狂飙突进了十多年的白酒行业, 却遭遇到了前所未有的“寒冬”。哆嗦之余, 众多白酒企业纷纷依“傍”风头正“火”的电商, 以期度过才刚开头的严冬。

白酒业利润大幅下降
一年多前, 一瓶53度飞天茅台被炒到近3000元, 甚至有人提出茅台是“奢侈品”, 只涨不跌。但今天, 这种茅台已经跌至1000元。茅台只是一个缩影。中国副食流通协会提供的数据显示, 2013年上半年, 中国白酒销售收入2402.1亿元, 实现利润399.1亿元, 增速较上年同期分别下降18.2和54.5个百分点。

在中央政府“限制三公消费”政策作用下, 高端白酒行业普遍表现不景气, 加上市场资金打压, 令整个行业几乎走入寒冬。五粮液、泸州老窖、洋河经典、郎酒红花郎等高端酒的需求减少, 价格慢慢被压缩。

向普通消费者群靠拢
除了自降身段向普通消费者靠拢外, 众多白酒企业纷纷向电商伸出橄榄枝, 意欲通过风头正“火”的电商, 来抵御市场的严寒。

从2010年起, 茅台就已尝试开设销售网站。去年8月, 茅台成立电子商务有限公司, 负责茅台酒及系列酒的网上销售业务, 茅台网上商城正式上线。今年7月9日, 茅台携手酒仙网, 宣布进行战略合作。此外, 今年8月20日, 贵州酱领酒业与酒仙网在北京举行战略合作签约仪式, 建立“直销·直送”体系, 缩短中间环节, 挤压价格泡沫。

一时之间, 以酒仙网为代表的电商平台成了众多酒企竞相依“傍”的对象。当头棒喝式的市场严冬, 让一些企业开始理性回归。茅台下调旗下多个子品牌终端价, 最高降幅超过50%; 五粮液推出三款新品, 价格集中在200元-480元; 泸州老窖也认为, 中端产品是公司的强项, 今后将主推这些产品。

业内人士认为, 电商模式从根本上改变了现有酒类流通格局, 虽然触及了一部分企业和渠道的现实利益, 但是从长远看, 这无疑是挤掉酒价虚高、迎接行业新生的必经“阵痛”。

Education | 教育

合肥重金支持民办教育
2013年预算奖补3600万发展资金

[合肥晚报]对民办教育, 教育部门一直都是大力扶持的, 办得好将可享受真金白银的奖补。昨天记者从市教育局了解到, 2013年部门预算安排合肥市促进民办教育发展专项资金3600万元, 用于奖补民办学校实施校安工程、中职学校发展等。

昨天, 市教育局公布了《2013年促进民办教育发展专项经费的实施方案》。根据该方案, 2013年部门预算安排合肥市促进民办教育发展专项资金有3600万元。

其中, 将安排民办学校实施校舍安全工程奖补经费1200万元, 用于加固和重建的校安工程项目校舍抗震鉴定、加固设计、监理、施工、审计及银行贷款贴息等奖补;此外2400万元将用于支持和奖励社会效益和办学成效明显且已完成校安工程的民办学校。

在今年的奖补政策中, 将继续对民办基础教育学校进行奖补。相关负责人表示, 将安排支持民办基础教育发展专项资金800万元, 推进民办基础教育(含小学、初中、高中)优质发展。

对民办中等职业学校的奖补力度非常大, 今年将安排专项奖补资金1600万元。

“获得国家及省级示范(重点)学校的民办中等职业学校;获得国家级或省级支持的‘三重’建设项目(重点学校、重点专业、重点实习基地);获得市级示范学校和示范专业的民办中等职业学校, 均可享受奖补”, 相关负责人举例说, 当年获得国家级示范(重点)学校称号的, 一次性奖补学校200万元;获得省级示范(重点)学校称号的, 一次性奖补学校100万元;获得市级示范学校称号的, 一次性奖补30万元;获得市级示范专业称号的一次性奖补10万元。

2013年1月, 合肥市十五届人大一次会议召开第四次全体大会, 通过了《关于合肥市2012年预算执行情况和2013年预算的决议》。其中明确提出, 今年合肥的市级财政预算方案中, 包括公务接待、公车购置及使用、因公出国(境)在内的“三公消费”, 将继续实行“零增长”, 而且将不购置任何公务用车。

按照2013年合肥市财政预算, 市本级公共财政预算收入计划是459.8亿元, 比2012年实绩增长10%。

在民生福利和社会事业发展支出方面, 市本级财力将在教育、科技、社会保障和就业、医疗卫生等十个主要领域, 投入213.5亿元。

在教育支出方面, 合肥市将投入1.2亿元扶持民办和学前教育。

强强联手 缔造传媒新辉煌

——文一集团旗下科大万维与中科大、合肥电视台成功签约

Joined Forces To create New Glory Media



7月11日下午,由中科大校友会、安徽省文一投资控股集团旗下的安徽科大万维传媒有限公司与合肥广播电视台、中科大管理学院就电视媒体制播分离及扶持文化产业项目三方战略合作在合肥举行了签约。中国科技大学管理学院执行院长梁樑、中国科技大学管理学院副院长赵定涛、合肥广播电视台台长王节、合肥广播电视台副台长左军、安徽科大万维传媒有限公司董事长周文育以及安徽科大万维传媒有限公司总经理刘宏宇等嘉宾出席了签约仪式。

随着网络和手机等新媒体的兴起,传统的电视媒体行业正遭受着强烈的冲击。有专家预测,未来电视节目内容生产已不再是媒体的专门职能,而成为品牌企业展现优秀价值观的一项基础工作。

为适应产业结构的转变,谋求更大发展,合肥广播电视台与中科大校友会旗下的

安徽科大万维传媒有限公司,以合肥广播电视台与中科大管理学院联合制作的传承徽商文化精神为主旨的大型创业电视访谈栏目《新徽商》为桥梁,合作搭建了一个资源互惠,制播分离的平台。

此次合肥广播电视台与中科大管理学院以及安徽科大万维传媒有限公司的强强联合,不仅实践着电视节目的制播分离,扩大未来的电视节目品牌效应,为传统媒体注入了新的血液,同时也为中科大管理学院的校友们提供了一个宣传和展示的平台,创造了一个进入文化产业的良好通道和机遇。

据悉,双方实现优势资源融合的同时,也将地域文化逐步发扬光大,走向全国,为文化与经济的融合提供了一个更为广阔的发展空间,成为高校与传媒进行跨界合作的新型尝试。

“有专家预测,未来电视节目内容生产已不再是媒体的专门职能,而成为品牌企业展现优秀价值观的一项基础工作。”



合肥广播电视台台长王节



中国科技大学管理学院执行院长梁樑



安徽科大万维传媒有限公司总经理刘宏宇



中国科技大学管理学院执行院长梁樑与安徽科大万维传媒有限公司董事长周文育进行合作签约



合肥广播电视台副台长左军与安徽科大万维传媒有限公司董事长周文育进行合作签约

合肥市委组织部调研组莅临文一企业 调研非公企业党建工作

Hefei Municipal Party Committee Organization Department
Research Group Visit WENYI Enterprise Private Enterprises In
research Work Of Party Building



8月21日下午3时，合肥市委非公经济和社会组织工委专职副书记、市委组织部组织综合处处长李大勇，市委非公经济工委办公室主任、市委组织部城市组织处副处长王旭东，市委组织部组织综合处副主任科员尤惠，区委组织部副部长李明，龙岗开发区党工委副书记、管委会副主任张金平等一行莅临我集团调研非公企业党建工作。集团副董事长、党委书记韦存华，集团副总裁、党委副书记朱红敏，集团工会主席周文锁进行了热情接待，并作亲切交谈。

李处长一行首先观看了文一企业党群工作PPT汇报材料，并给予了高度评价。他说，作为一个民营企业，能对党建工作如此重视，并把党团、工会工作做到有声有色、赋有成效，实在难能可贵。

会上，集团副董事长、党委书记韦存华向各位领导详细介绍了企业近年来的发展状况和取得的成绩。并说到集团党建工作之所以有今天的成绩，离不开集团董事长的高度重视，更离不开各级党团组织的支持。企业每前进一步，都有党团组织的激励和帮扶。一个责任企

业，就要有高度的政治责任意识，在思想上与党团组织保持高度一致，在情感上血脉相连，多做回报社会的事，多做有益于党团组织事业的事，发自内心地履行企业的政治责任，自觉提高企业政治素质，企业的发展必将使国家和社会变得更加强盛和谐，企业的经营价值将得到最大限度发挥。

李处长对企业近几年的发展和集团的党建工作给予充分肯定，并强调：开展非公党建工作必须要和企业实际相结合，要始终坚持服从和服务于企业发展这个前提和根本，要始终坚持围绕“抓党建促发展”这个目标，要始终坚持求真务实这个方法，在创建基层服务型党组织建设中，紧紧围绕党组织、党员开展工作，通过党组织的凝聚力和党员的先锋模范作用促进企业发展。

最后，李处长对集团党组织寄予了厚望：希望文一集团全体党员干部再接再厉、创新思路，力争成为合肥市非公企业党建工作的旗帜和标杆。

“学好开发报建，掌握规划通则”

文一企业大讲堂2013年度第二期开课

Learn Real Estate Development And Construction Permit
Applications, Proficient in General Construction Planning



文一人力资源部 张慧君



2013年8月3日，“文一大讲堂”第二期课程正式开讲。本次课程主要针对房地产开发报建流程以及规划相关内容，集团从事报建、规划相关工作的150余名员工参加了培训。

本次主讲老师有：集团董事长周文育、开发办总经理胡明龙和总工办副主任石云志。

胡明龙：2009年加入文一企业，现任房地产集团开发办总经理。入职以来一直从事开发报建相关工作，具备丰富的报建工作经验。8月3日上午，他结合自己多年的工作经历以及工作实际，对开发报建流程进行了详细讲解：

- 一、报建工作的重要性、时效性、协调性、精准性以及报建人员素质的综合性。
- 二、各部门、单位在报建流程中主要工作内容。
- 三、合肥市、滁州市、六安市各房地产区域指标、经济指标规范内容。
- 四、房地产项目开发报建的关键节点。

石云志：2013年2月加入文一企业，合肥工业大学硕士，2001-2009年在高校担任讲师，后从事房地产规划设计管理工作。对房地产行业状况、方针政策、管理流程和工程管理有较深研究。本次培训石老师主要对《合肥市控制性详细规划通则》的内容结合文一楼盘实例做了详细解说，让我们对合肥市房地产规划相关规定有了初步的了解，便于今后工作的高效开展。

最后，作为集团绩效考核方案的创始人--周文育董事长向广大员工详细解说了集团绩效考核方案，使大家充分了解了绩效考核的制定原则、考核方法，董事长最后言简意赅的总结道：“绩效考核的原则就是让广大员工能多拿点”。

“文一大讲堂”已经进入正式运转状态，在文一集团高速发展的今天，人才和知识的储备凸显的尤为重要，集团领导高度重视人才的培养，鼓励与培养内训师，为集团持续、稳定、高速的发展打下坚实的人才基础。



文一集团荣膺2012年度安徽省民营企业10强称号

WENYI group won the 2012 annual Top 10 private enterprises in Anhui province.

2013年9月5日，由省工商联等部门推出的“2012年度安徽省民营营收百强名单”中，文一集团以营收60亿元，利税3.5亿元，荣膺2012年度安徽

省民营企业10强称号。

我集团将继续以科学发展观为指导，发挥带头示范作用，抓住机遇，锐意进取，积极推进产业升级和经济增长方式

的转变，为促进安徽省经济社会快速持续发展做出新的贡献。

5.3亿元竞得庐阳N1307地块 文一集团强势挺进北城

530 million yuan was competing plots Luyang N1307
WENYI Group strong advance North City

8月8日上午九点，庐阳北城区N1307地块108亩居住用地在合肥招标投标中心拍卖。经过激烈角逐，最终我公司以485万元/亩地王价成功竞得。

该地块位于庐阳区阜阳北路以西，涡阳路以北，规划为108.71亩的居住地块，出让年限为70年，容积率 $1.0 < R \leq 2.5$ ，绿化率 $\geq 40\%$ ，建筑密度 $\leq 22\%$ ，参考单价260万元/亩，竞买保证金为6400万元。

2013年，文一地产依旧是土地市场的常客，该地块乃是文一集团2013年度第六次成功拿地：

1月29日，文一地产拿下瑶海区龙岗开

发区157.37亩的纯居住地块E1312地块，单价358万元/亩，总价合约5.43亿元。【文一国际】

2月21日，以318万元/亩的单价竞得肥FD187地块，总价合约2.53亿元。

3月8日，文一集团在激烈角逐中成功拿下位于六安经济技术开发区皋城东路以北、经二路以西地块的国有建设用地使用权。【文一·云河湾】

4月27日，文一集团以800万/亩，总价9.9亿元力挫中海、万科、国贸、旭辉等一线房企，竞得占地124亩的政务区ZWQTB-041地块，强势挺进政务区。【文

一·名门首府】

7月12日，2.6亿摘得肥西【2013】25号地。

8月8日，文一集团5.3亿元竞得庐阳N1307地块，强势挺进北城。

北城作为政府141城市空间发展战略重要组成部分，紧邻合肥市主城区，是合肥经济圈北向发展和构筑“两淮一蚌”城市经济带的战略高地，它更是一个地域广阔、环境优美、适宜人居的生态型城市副中心，也是一个政策宽松、商机无限、优势独特的投资乐园。无疑为文一成功运作该项目奠定了坚实基础。销售热线：65721555/65775555

文一集团PK地产大鳄2.6亿摘得肥西【2013】25号地

WENYI GROUP PK large real estate companies 260 million purchase FEIXI [2013] 25# land

2013年，在成功进驻政务区之后，文一地产依旧是土地市场的“常客”。

7月12日下午，在合肥市招标投标中心肥西【2013】25号地块拍卖现场，文一集团竞买代表实行“快举”战术，“势在必得”击退其他竞买企业。最终以396万/亩成功摘得，总价为2.6亿，楼面价为2121元/m²，溢价率为98%。

肥西[2013]25号地块(案名为：文一·

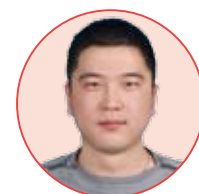
名门御府)，位于桃花镇翠竹路以东、铭传路以北，面积65.8亩，规划为居住用地，出让年限70年，容积率 ≤ 2.8 且 > 1.0 ，建筑密度 $\leq 24\%$ ，绿化率 $\geq 40\%$ ，参考地价200万元/亩，竞买保证金3000万元。

此次拿地，再次展现了文一集团谋求发展壮大的决心和信心。2013年，文一地产以长跑者的姿态，开疆拓土，勇于超越，向一线房企的目标坚定迈进！

销售热线：62810999/62818666



合肥东城宜居的幸福社区 “文一·云河湾”捧得销售冠军 ——文一·云河湾获得2013年上半年 合肥市住宅销售套数第一名



文一·双锁销售公司 陶涛

WENYI · YUNHE BAY, get the first
half of 2013, Hefei residential sales suite NO.1

日前，由合肥市房地产管理局、合肥市家园网唯一官方网站公布的2013年上半年合肥市住宅套数评比中，合肥东城宜居的幸福社区“文一·云河湾”捧得销售套数第一名的金字招牌。

从2012年云河湾的入市，受到市场的一致热捧，取得了由合肥报业传媒集团·合肥晚报举办的2012合肥市楼市年度畅销楼盘称号，云河湾的成功并非偶然，位于通达路与明皇路交汇处，是文一集团在安徽省内开发的第19个项目，气势恢宏的Art_deco风格建筑，高层、小高层、风情商业街等多种物业形态，全明户型，户户观景，社区亲情中央广场、大面积阳光草坪，享受着出则繁华，入则宁静的生活环境。云河湾系列的成功，是文一人辛勤劳动，智慧的结晶，文一云河湾受到市场的热捧，是对所有文一人最大的回报。



天公作美好景色，正是葡萄采摘时

Beautiful scenery, During the season of picking grapes



文一地产集团综合事务部 熊晓明

台风“潭美”吹走了高温，退去一夏燥热。天气凉爽宜人，文一地产一行50余人走进大圩，畅享绿色美景，亲品沁甜葡萄。天公作美，阳光正好，合肥“吐鲁番”的葡萄让同事们大快朵颐。绿的、红的、青的、紫的，串串颗粒饱满，十分诱人。都说乱花渐欲迷人眼，在大圩，当真领略了串串葡萄迷人的别样风情。

果粒细长的是美人指，远远望去像纤纤玉手上涂了点点油红。醉金香最甜，皮薄多汁肉质细密。夏黑颗粒紧蹙，入口味道更佳。最大众的还属巨峰，穗大粒大汁甜肉厚。同事们围桌而坐，玩桥牌的间隙品各种葡萄，说说笑笑，好不热闹。“葡萄美酒夜光杯”，古人的浪漫今人难以领略，即使没有夜光杯倒也不妨得品饮葡萄美酒的乐趣。小抿一口，味蕾开始在舌尖上跳舞，辣的浓厚，甜的清淡，不得不感叹自然发酵的神奇魔力。离开葡萄园，来到农家饭庄，美食的魔力开始席卷各个餐桌，觥筹交错，热闹非凡。农家味十足的粗粮，新鲜的河鱼，流油的鸭蛋黄……家常的味道最动人。

活动准备前夕，天气预报说会有中雨，天公作美，直到活动

结束回到公司，瓢泼大雨才从天而降。同行的大巴司机张师傅说道“你们集团的福利真不错。”这句话让我想起了新员工入职培训时公司领导的讲话，“文一善于用人，也会用优厚的福利待遇留人。”听到这样的话，陆陆续续也看到了与之相应的实际行动，这样的承诺最务实也最真诚。感谢文一，也感谢为之奋斗的我们。活动是短暂的，工作日复一日，将活动中收获的乐趣与感动高效率转换成工作时的责任感，这才是企业和员工的共同任务，如此这般，才能实现双赢。





百亿文一 领舞安徽 “政务十年，幸福合肥”高峰论坛暨“名仕入名门，妙笔写文一”盛典精彩举行 Ten billion scale WENYI GROUP,lead dancer Anhui

2013年，合肥市政务新区建区整整十周年。
政务区的十年，是励精图治的十年，也是见证合肥大发展的十年。如同政务区沧桑变化的十年一样，成立于2004年的文一集团自建立以来，披荆斩棘，在风云变幻的时代里成就一段不朽的徽商传奇。而如今文一强势挺进政务区，文一名门首府项目是其厚积薄发之作。

7月19日，“政务十年，幸福合肥”高峰论坛暨“名仕入名门，妙笔写文一”盛典在天鹅湖大酒店精彩开幕，合肥地产界领导、16地市主流媒体代表以及房地产行业的专家们共聚一堂，与文一一同探讨政务区的发展和未来。

下午2点30分，高峰论坛活动现场就已座无虚席，本报等在内的多家主流媒体以及合肥多家房地产企业和房企代理机构的嘉宾都来到了现场。

随着韵律动人的《女子十二乐坊》开场舞的精彩表演，本次活动拉开帷幕。文一地产集团董事长兰家弟首先致辞，他表示文一地产十年来深耕合肥，以开阔的视野，砥砺前行。合肥瑶海、新站、政务、肥东、肥西、滁州、六安、长三角扩张的足迹绘就成一幅幅壮丽的版图。从未间断过规模化新项目的上市，先后投资开发了瑞泰园林系列、文一托斯卡纳系列、文一云河湾系列等三大产品体

系，26部城市作品。其中文一托斯卡纳小镇、文一云河湾、文一翰林水岸上园等在售项目始终保持区域销售冠军。

十载中，文一地产秉承“砖瓦精神”贡献社会的企业使命，精心耕作每一块土地，细致雕琢每一个项目，将完美人居品质呈现给安徽人民，赢得民心 and 口碑。

文一名门首府近接百米宽匡河景观带，远眺天鹅湖碧波万顷，住在名门首府，尊享文人笔下的城市风景;名盘云集周边，高端氛围成熟;合肥大剧院、天鹅湖万达、合肥八中等丰富极优资源汇聚。文一名门首府，世袭政务名门之根，贵墅府邸，22万方贵墅大宅生活即将呈现。

作为本次高峰论坛的协办单位代表，合肥报业集团领导陈军也对政务区这十年的发展报以肯定态度，对文一集团深耕合肥这些年来，为这个地区乃至整个安徽带来的促进作用表示了充分肯定。

他认为政务区不仅仅是天赋恩赐，更是见证合肥十年发展的纪念碑，无论是政治、文化、交通、环境，没有哪个区能与政务区相比。一个国级际的城市价值中心清晰可见。

文一集团以每亩800万价格强劲挺进政务区，文一绝对是合肥楼市一匹发亮的黑马。见证本土企业崛起，纪录本土板块发展，合肥晚报坚持本土办报的原则，经营广告收入屡创新高。

如同所以快速发展的城市一样，大合肥需要政府、媒体、企业有效紧密合作。今天有幸邀请到安徽16家主流媒体的负责人，期待大家用手中的妙笔用心中的激情写下合肥大湖名城发展的美好时刻。

随后，文一地产集团政务置业公司领导向大家介绍文一强势进驻政务区打造的精品项目名门首府。他表示文一地产选择挺进政务

“Talk”

文一对话政务区：强势挺进提升品牌 未来布局全国

启动仪式之后，为让更多的人了解文一集团，了解政务区，地产界、媒体界、代理商代表以及地产专家们开始了交流互动环节，大家一起畅谈政务区以及文一地产的过去、现在和未来。以下是精彩的提问与嘉宾妙语问答。

1、文一集团此次强势挺进政务区，在文一集团整体战略布局中占有什么样的地位？

2004年安徽省文一投资控股集团前身“安徽瑞泰置业有限公司”正式注册成立，自成立以来文一企业迅速扩大。这10年的时间里，文一地产共投资开发项目26座，开发面积逾300万平方米。此时文一地产选择挺进政务区，也是希望依托政务区召唤力及区域认可，将文一版图扩大至合肥西南核心，将品牌全面升级，品牌重塑将成为核心价值。文一人旨在将一个深耕合肥的本土品牌全面升级，使文一地产向着一线房企的目标继续努力。

2、如何看待政务区未来的发展趋势？

政务区自建立以来，便因其特殊的功能规划而引起各方关注，10年发展，如今的政务区以行政办公、文化体育、商贸金融、生活自住、旅游观光等城市要素布局的网络型城市结构已经形成，区域配套日趋成熟，目前已建成

6个大型商业综合体，优美的环境、繁荣的商业，政务区已经成为合肥最具国际化气息的区域。在2013年合肥市与央企合作项目对接会上，政务区推出了3个重点项目。根据规划，未来政务区将形成以天鹅湖为中心，二环路、怀宁路、祁门路、生态绿洲等四大现代服务业板块并举的商业格局。区域梦想正在逐步实现，区域价值持续上升。

3、文一集团的企业文化精髓是什么?是怎样用企业文化去促进团队为企业带来更大的效益？

文一核心价值观“文启心智 仁德合一”，文一的人才理念：人力资源是企业最大的资源，给能干事的人加大激励力度，给想干事的人提供事业舞台，给敢干事的人创造宽松的氛围，以事业凝聚人，以发展吸引人，以任务培养人，以待遇留住人。

区，也是希望依托政务区召唤力及区域认可，将文一版图扩大至合肥西南核心，将牌全面升级，品牌重塑将成为核心价值。

15: 45，本次高峰论坛最激动人心的一刻终于到了，文一集团董事长周文育、合肥晚报总编辑陈军等领导一同上台，开启文一名门首府项目启动仪式，共同见证政务区和文一集团未来的腾飞。



4、畅谈一下您心目中中文一集团是什么样子的？

首先感觉文一集团是本土房企的骄傲。在合肥一说到大企业就是全国一流的万科、万达、绿城、绿地等，我们本土企业也有比较强的。文一集团准备在政务区开发名门首府的项目，我更感觉文一集团是要借名门首府的项目，来提高文一地产的品质。

今年也是政务区成立10年，10年来政务区的发展变化，也见证了合肥地产10年的发展。一开始政务区道路宽、绿化非常好、大楼比较高，但是人气不足，但现在的政务区人气也非常高。是合肥目前最好的宜居、环境最佳的区域之一。政务区在开始建设的时候，先建基础设施、道路和绿化，人居环境好，而且这里聚集政府机关，大量商业地产也来到这里。

国家现在提倡新型的城镇化，它的一个显著特点就是人的聚集、产业的聚集，主要看他的人是不是往这里聚居，政务区经过10年的发展，区域优势已经彰显。

5、为什么文一名门首府会成为地产界的翘楚呢？

文一名门首府近接百米宽匡河景观带，远眺天鹅湖碧波万顷，住在名门首府，尊享文人笔下的城市风景;名盘云集周边，高端氛围成熟;合肥大剧院、天鹅湖万达、合肥八中等丰富极优资源汇聚。名门首府项目是针对社会广大需要做了精装修，我们的基本户型是首置和首改。合肥房地产发展到今天，不少人手中有几套房，很多人也处于改善居住环境的状态，合肥房地产十几年的发展，已经是安徽省房产发展的中心地带，我们在这里，将针对社会需求做精装，也涉及一部分的刚需型别墅，关于特色请大家到时再去欣赏。

6、文一地产是否会走出安徽，布局全国？

随着企业的发展是一定会走出去的，因为产业的布局必然会随着资本的运作而发展的，什么走出去？也是文一人考虑很久的问题。用资本去运作房产，今年内是可以做到的。

文一·云河湾营销中心盛大开放 现金卡遭疯抢

WENYI • YUNHE BAY Marketing Center grand opening
Cash cards are buyers berserk



文 | 六安置业公司 张盼宇

2013年7月13日，六安文一·云河湾营销中心盛大启幕，活动以“2013 文一幸福六安”为主题，重磅推出城东核心30万方原味法兰西风情城邦。伴随着欢快的锣鼓声奏起，文一·云河湾营销中心开放活动正式拉开序幕。

上午8时左右起，虽然天气炎热，但营销中心内依然人潮涌动，炙热的阳光难以阻挡客户看房的热情，办卡工作人员应接不暇。

9时58分，随着文一地产集团董事长兰总宣布营销中心正式开放，在一片欢呼声中，营销中心大门的幕布徐徐展开，文一·云河湾营销中心正式全城公开接待客户。

此次文一·云河湾营销中心开放活动2000万现金卡全城派发，据不完全统计，活动现场有近千客户热情参加，当场办理现金卡400多张。

文一·云河湾是由安徽文一投资控股集团斥巨资在六安皋城路核心区打造的30万方原味法兰西风情城邦，项目涵盖小高层、高层、风情商业街多种物业类型，同时配合中央景观广场、大面积阳光草坪、主题式景观绿化等，构建城东最适宜居住的标杆幸福社区。

项目周边名校林立，省重点院校六安一中东校区、六安中学、十里铺小学环伺左右，轻松享受政府公办教育资源。周边大型超市及各类专业市场云集，生活、教育、医疗等配套一应俱全。

因为稀有，所以高贵；因为高贵，所以值得您一生拥有！文一·云河湾必将成为皋城路一颗璀璨的明珠。

现场销售中心：六安市皋城东路与经二路交汇处(金领欢乐世界旁)

品鉴专线：0564-392 0000



文一地产，红色大地续写热销传奇 ——六安【文一·云河湾】8月10日盛大预约

WENYI • YUNHE BAY Marketing Center grand opening
Cash cards are buyers berserk



文 | 双锁销售公司 汪海波

8月10日上午，六安文一·云河湾一期预约活动在现场售楼中心盛大开启，数百名意向客户纷纷前来活动现场办理预约，整个售楼现场一片火爆。

虽然本次预约活动通知是从上午八点半开始，但在上午七点左右就已经有客户陆续赶到活动现场，随后数百名意向客户接踵而至，营销中心顿时热闹非凡，火爆场面一直持续到当天下午。文一·云河湾此次预约创造销售佳绩，是与文一·云河湾的自身优势是密切相关的。文一·云河湾是百亿房企文一集团进驻六安打造的首席巅峰巨著，在沿袭合肥文一·云河湾优良品质的基础上进行了华丽升级，高端品质不彰自显，性价比优势明显。在2013年7月13日营销中心开放便引起轰动，当天办卡量即创六安房地产销售业绩之先河。

文一·云河湾位于皋城路核心，东部新城未来轴心所在，是六安城市东扩的排头兵，也是六安东城CLD的起点。地理条件优越，交通便利，文化底蕴深厚，是东部难得的高品质社区。文一·云河湾首期推出主力90-110平米宜居三房，布局方正，南北通透，户户赠送超大空中花园，得房率超高，多样化户型，能够满

足您的不同需求。社区门口即有公交站台，10路、15路、19路脉通全城，保证业主轻松便捷的生活，因此倍受市场的追捧，当天预约达百余组，再创六安楼市销售神话。

销售地址：六安市皋城东路与经二路交汇处

预约专线：0564-3920000



瑶海星河港湾



工程进度

2#楼 竣工交房;
3#楼 初验准备
地库 设备安装



肥东瑞泰尚园西区



工程进度

1#楼 竣工验收
2#、3#楼 竣工交房



肥西翰林水岸•上园



工程进度

A1#、A2#、A5#楼结构封顶,
A3#、A6#、A9#、B17#楼 十七层结
构, A7#楼砌筑工程, A8#楼 三十层
结构;
B10#楼九层结构, B12#楼 五层结构, B13#楼 十一层结
构, B11#、B19#楼 二层结构, B15#、B16#、B18#楼 基
础工程;
1#地库 细部构造, 3#地库 底板结构。



瑶海云河湾



工程进度

SY-9#楼五层结构, A-1#~9#、
B-11#~13#楼结构验收, A-10#楼
结构封顶, B-15#楼二十六层结构,
B-16#、B-17#楼十六层结构, B-18#楼 砌筑工程, C-19#楼十八
层结构, C-20#楼二十六层结构, C-21#、C-25#楼十二层结构,
C-22#、C-26#楼基础工程, C-23#楼十五层结构, C-27#、C-28#
楼九层结构, C-29#楼七层结构, D-30#楼十七层结构, D-31#楼
二十六层结构, D-32#楼结构封顶, D-33#、D-35#楼基础工程,
D-36#、D-37#、D-38#楼 三层结构, D-39#楼 一层结构。



文一集团在建项目工程进度 Project Schedule

(截止2013.8月份)

肥东托斯卡纳小镇



工程进度

A区: A1#~5#、A7#~28#、
A31#~A33#楼初验准备, A6#楼 结构封
顶, A29#、A30#、A38#、A39#楼 内外装
饰, A35#楼八层结构, A36#楼 四层结构, A37#楼 十一层结构
B区: B1#、B2#、B5#、B6#、B7#、B9#楼 结构封顶,
B10#、B11#楼 结构验收, B12#楼 内外装饰, B13#楼 二十层
结构, B15#楼 十九层结构, B16#楼 二十四层结构
C区: C1#~C3#楼 二十四层结构, C5#楼 十四层结构,
C6#、C7#、C10#楼 三层结构, C8#、C9#楼 二层结构



六安云河湾



工程进度

3#楼 土方回填
5#楼 桩基工程



肥西翰林水岸



工程进度

1#~13#楼及幼儿园 内外装饰



全椒托斯卡纳公馆



工程进度

1#、2#、5#~8#、10#-22#楼内外装饰
3#楼十二层结构
9#楼十九层结构
10#、11#楼竣工初验
25#楼二十八层结构
23#、24#、27#楼四层结构
26#楼一层结构
人防车库 结构封顶



定远托斯卡纳公馆



工程进度

1#、2#、7# 8#楼 屋面工程
6#楼 十七层结构
12#、23#楼 十六层结构
18#楼 十五层结构
13#、19#楼 四层结构
15#、20#、27#楼 二层结构
25#楼 砌筑工程
26#、28#楼 十层结构
地库 基础工程



公益事业 文一地产再行动

WENYI real estate company has been vigorously support for public welfare



文|双锁销售公司 陶涛

继去年春节文一地产在肥西为孤寡老人送温暖后，今年6月份文一地产再次积极投入到社会公益事业中----资助农村贫困学子。

本次活动由共青团合肥市委、市教育局、合肥广播电视台共同主办，合肥广播电视台新闻频道、合肥广播电视台广告中心、合肥电视广告有限公司共同承办。活动的亮点是多形式、多角度宣传，采用“真人秀+新闻报道”的形式，吸引更多目光关注，让公益行动在潜移默化中深入人心。活动主要内容通过新闻节目、网站、新闻频道及活动官方微博面向全市征集爱心企业，为希望暑期打工的准大学生提供打工机会。

文一地产为贫困学子提供了为期四十五天的打工生活，工作中对学员进行相关知识的培训，培养学员的主动动手能力和处理问题的灵活性，学员认真学习，工作态度端正，寓教于乐中，为他们踏入社会点亮了一盏明灯。开学将近，为了让学员们更好的投身到学习中，文一企业为学员提供了壹万元的爱心奖学金，帮助他们顺利走进大学校园，并希望所有想学习、爱学习的同学能够成人、成才、成功，在未来的生活学习中能够将爱心传递，为社会的和谐发展添砖加瓦。



定远县创建文明县城 “文一•托斯卡纳公馆”杯 夏季篮球联赛盛大开幕

Dingyuan county to create a civilized city
"WENYI Tuscany mansion" cup
Summer Basketball League grand opening



文|定远分公司 李文娟

2013年6月28日下午，由定远置业有限公司独家冠名的创建文明县城“文一•托斯卡纳公馆”杯夏季篮球联赛胜利开幕。出席当天开幕式的县领导有：县委常委宣传部部长张子非、县宣传部副部长、电视台台长蒋兵斌，县文明办主任王虎平，县园区管委会副主任刘大康，定远分公司总经理童乃兵、肥东分公司副总经理韦继松、定远分公司副总经理杨平陪同出席。

开幕式上，定远分公司副总经理杨平代表独家冠名单位做了精彩的发言，她表示文一集团长期以来支持公益事业的发展，并且在合肥、肥东、全椒、六安等地相继冠名篮球赛事，此次在定远感谢地方政府给到文一集团的机会，参与此次赛事，希望通过此次赛事传播文一人团结奋进的精神，增加和定远人民的交流，同时预祝此次篮球联赛圆满成功。随后，由县文明办主任王虎平发言，他表示定远此次创建文明县城“文一•托斯卡纳公馆”杯夏季篮球联赛得到各级领导的支持，尤其对文一集团的独家冠名表达了感谢，希望通过这样的赛事增强企业和政府的交流，增加篮球爱好者的交流、激发全民健身的热情。县委常委宣传部部长张子非宣布开幕式开幕。开幕式上还邀请了全民健身爱好者做了精彩的表演，他们是一群年近花甲的老人，但表演起来有模有样，有太极、鞭子舞等，博得现场阵阵喝彩。

此次“文一•托斯卡纳公馆”杯夏季联赛历时2个月，共有12只球队参加：定远县各机关，企事业单位及篮球俱乐部等。开幕式揭幕战由文一企业PK定远县二中，最终文一企业通过四局苦战，赢得首战大捷，整个开幕式在热烈、祥和的气氛中圆满结束。



■ SPECIAL REPORTS | 专题报道

包河酒回来了

Baohe Liquor Come Back



续百年窖泥传奇 创新派徽酒华章

包河酒厂老窖泥迁徙典礼

缘起

一杯包河酒
千年不了情

当日活动现场真情涌动、气氛热烈，布局简洁典雅、隽永大气，配合原国营肥东酒厂珍贵的老照片与老窖泥散发出的缕缕窖香，整个典礼现场都弥漫着往日的温情与历史的醇香。

1949年7月，在整合明清时期传承下来的八大私营老酒坊的基础上，国营肥东县酒厂，也就是包河酒厂的前身，就诞生在这片热土上。国营肥东县酒厂是1949年新中国成立的首批国营酒厂之一，在当时，肥东酒厂的技术实力与酿造规模在皖中地区都是首屈一指，堪称皖中“国营徽酒第一家”。所创的包河牌白酒更是赢得了众多的荣誉，中国首届食品博览会铜奖、中国科技之光成果博览会金奖、北京博览会银奖、轻工部优质奖等等。包河酒在1988年中国首届食品博览会上与茅台等名酒同台竞技，赢得了一枚宝贵的铜奖。自此，肥东父老乡亲便以“小茅台”来礼赞包河美酒，这一荣耀更是写进了《肥东县志》。包河酒对于安徽人民而言是一份值得永远铭记的荣耀，是一份千年历史的传承，更是这方热土之上的人民一份难以割舍的情感。

2012年7月，本着“传承肥东酿酒史，振兴肥东轻工业”的宗旨，由肥东县人民政府牵头启动了包河酒品牌复兴与包河酒厂重组搬迁的工程。同年底包河酒厂启动了以“包河酒回来了”为主题的包河酒厂历史线索征寻活动，在活动过程中提供老酒、老照片、老物件，讲述老故事等包河酒厂历史线索的热心消费者络绎不绝。每一瓶老酒、每一个老物件、每一段回忆都让我们深刻的感受到“故乡

酒，故乡情”的浓郁。

“原厂老窖泥依旧被完好的尘封于旧址之下”就是其中的一条宝贵的线索。据住在附近的原肥东酒厂的酿酒师——孔工说：“随着风的吹动，附近的人们时不时的都能闻到那缕缕的老窖泥香。”依循这一线索，在肥东县人民政府的大力支持下，经过包河酒厂国家级白酒评委专家总工与江南大学白酒酿造专家团队的多轮实地考察与勘探，这尘封的老窖泥最终得以成功发掘。

中国白酒不仅仅是物质的产物，更是情感与文化的载体，而窖泥则是一个白酒品牌历史与技艺最核心的传承与体现。



2013年8月16日，在市县领导、江南大学中国白酒泰斗徐岩教授、安徽省酒业协会李副会长等各界嘉宾的祝贺下，安徽包河酒业成功举行了“老窖泥迁徙典礼”，正式启动了包河酒业前身1949年7月成立的原国营肥东酒厂老窖泥的迁徙工程。当日在与会领导、行业专家学者、各界新闻媒体的共同见证下原酒厂老窖泥已正式入窖。在8月中下旬，源于原国营肥东县酒厂的百年老窖泥，还将会陆续的迁徙至位于肥东县梁园包的包河酒业生态酿造基地。百年窖泥今迁徙，这在合肥酿酒史上是一个具有里程碑式意义的事件。

本次“老窖泥迁徙典礼”得到了安徽商报、新安晚报、肥东日报、安徽电视台、合肥电视台、合肥交通广播、合肥热线、新食品杂志、糖烟酒周刊等多家媒体的争相报道。

发现

开启尘封历史
唤醒百年窖泥

在典礼现场，肥东县人民政府副县长顾义勇、江南大学中国白酒泰斗徐岩教授、安徽文一投资控股集团董事长周文育共同为老窖泥进行了揭幕。随着红色丝绒幕布的掀起，展示柜中的老窖泥迅速吸引了现场领导、嘉宾与记者的目光。老窖泥呈现出乌黑发亮的色彩，静谧之中仿佛在述说着过去的往事，也似乎是在酝酿着再次创造品质传奇的神秘力量。江南大学徐岩教授在现场还对包河酒厂老窖泥做了解读，并宣读了江南大学对老窖泥所作出的检测报告。

徐岩教授指出，“窖泥老，酒才好”。窖泥是白酒酿造历史最好的物质传承与体现。历史悠久的老窖泥，其价值远远高于黄金，享有“微生物黄金”的美誉。窖泥中含有大量酿酒所需的微生物，窖泥是决定酒质的关键元素，其活力的大小、能力的强弱对酒体风格的形成以及酒质的优劣有着举足轻重的作用。从国营肥东县酒厂到后来的包河酒厂，“手工酿造、纯粮泥池发酵”一直是这个酒厂两大特色。泥池发酵的关键就在窖泥，包河酒厂原先的窖泥都是采取天然老熟的藕塘泥培育而成，本身就具有着较高的活力。在酒厂原址改造开发期间，原先的老窖池没有被破坏，只是被两米厚的土层所掩埋。也正是由于这两米厚的土层保护，这些老窖泥的活力与价值被完好的保留了下来。

今天展示在现场的这一老窖泥样本，就是在原厂老窖池旧址上成功挖掘出来的。经过江南大学对这一窖泥样本的详细检测，这些窖泥由酒糟和黄泥窖池经过数年的接触和渗透老化才形成，有着丰富的微生物群，是绝佳的酿酒材料，对生产浓香型白酒具有极高的价值。





传承

续百年窖泥传奇
创新派徽酒华章



包河酒品牌的复兴不仅仅是情感与历史的延续，更是品质与责任的传承。迁徙典礼中，记者了解到文一集团为包河品牌的复兴与包河酒厂的重组搬迁，从白酒生态产业链上做了详细充分的规划。四大重点工程将为包河品牌复兴奠定坚实的基础，今天的老窖泥发掘与迁徙工程就是其一，另外三个分别是万亩生态酿造厂区建设工程、包河酒厂生态水源保护工程、白马山洞藏基地工程。另外，包河酒厂不仅仅在硬件上做充分的投入与准备，在人员上也同样是做了充分的投入与准备，为了包河品质的再现与超越，文一集团遍访全国国家级的以及民间的酿酒大师，并力邀大家共同加盟包河酒业的大事业。

刘兴禹，就是被文一力邀加盟的白酒专家，现任包河酒业技术总工。刘工是全国100多位国家级白酒评委之一，先后担任山东兰陵、湖北黄山头、福建福茅等多家知名酒企的技术总工。在典礼现场，包河酒业董事长兼总经理薛英姿与总工刘兴禹做了“品质宣言”。从宣言中我们深刻的感受到了，新一代包河酒业人身上以“品质为立身之本”的那份恪守与追求。包河酒业领导在接受记者现场采访时说“这次老窖泥的成功挖掘，为包河酒厂传承当年的品质提供了宝贵的资源，更为包河酒做“新派徽酒”这一目标提供了十足的底气，这些老泥聚新泥的培育与目前包河酒厂所秉承与创新的“圆窖酿造”技艺相得益彰，新老窖泥的活力、圆窖酿造传统与创新的工艺形成了珠联璧合的完美酿造组合”。

迁徙

传承肥东酿酒史
振兴肥东轻工业

肥东县人民政府顾义勇副县长，更是代表肥东县人民政府对包河酒厂老窖泥的成功挖掘给予了关怀与祝贺。顾县长指出，肥东有着千年历史文化积淀，享有“吴楚要冲、包公故里”的盛名，更有“襟江近海、七省通衢”的美誉。物阜粮丰，物华天宝的自然山水，造就了这一方水土由来已久的酿酒习俗，而自三国以来的军事、政治、经济的人文历史更是传承与谱写了这方水土深厚悠久的酿酒史，唐宋时期肥东酿酒已是久负盛名。今天的老窖泥迁徙典礼对于包河酒复兴无疑是一个宝贵的时刻，对于徽酒发展更是值得铭记的神圣一笔。这些老窖泥的成功挖掘，为复兴“包河”这一高品质品牌白酒奠定了坚实的物质基础，是肥东酿酒史上又一个里程碑，是包河酒再创辉煌的新起点。

肥东县人大党组书记黄永伦、肥东县政协党组书记王盛水、安徽白酒行业协会副会长李文汉、安徽包河酒业董事长薛英姿共同为“老窖泥保护遗址”揭牌，并宣布老窖泥迁徙工程正式启动。随着启动典礼的落成，当日第一批老窖泥运输车辆由包河酒业锣鼓队开道，经肥东县城主干道，在人山人海之中，在万众瞩目之下，缓缓驶向包河酒厂位于梁园古镇的包河酒生态酿造基地。

与会嘉宾不顾炎炎酷热，随同车队一起莅临包河酒厂生态酿造基地。此时此刻包河酒厂酿造车间的酿酒师傅们，早已迫不及待的在窖池边等着迎接这珍贵又鲜活的老窖泥。

在众位嘉宾的见证下，各位领导从迁徙车上铲下了第一锹老窖

泥，递给窖池底下的酿酒师傅。细心的记者发现，老师傅在接过贵宾递来的窖泥时，手有些微微颤抖，眼眶也噙满了泪水。领导亲切的对老师傅说：“我们相信有了这些宝贵的老窖泥，你们一定酿造出优质的包河好酒。”

最后，包河酒业董事长薛英姿向莅临酒厂的观礼嘉宾发出了倡议：今天我们诚请各位来宾，各位媒体记者共同见证了——包河酒厂老窖泥成功迁徙入窖，未来还请大家持续关注、关心、关怀包河酒业，并共同见证属于肥东百万人民的家乡酒——包河酒，开启“新派徽酒”——包河酒的复兴之路，创造“新派徽酒”的大未来！



《新徽商》 结缘新派徽酒

包河酒业董事长薛英姿做客《新徽商》 畅谈新派徽酒构想

“传承老徽商的精神，弘扬新徽商创新之道”秉持这一共同的价值理念，安徽包河酒业正式冠名由合肥电视台与中国科技大学管理学院联合制作的大型企业家创业类访谈节目《新徽商》。

《新徽商》栏目2010年开播，2011年节目获得了中广协全国城市台社教类栏目二等奖，2012年又收获了安徽省广播电视新闻奖年度名栏目殊荣。2013年9月1日历经半年调整后的《新徽商》将全新开播，这与包河酒今年的全新回归可谓是不谋而合。

应《新徽商》栏目的力邀，8月22日包河酒业董事长兼总经理薛英姿做客《新徽商》栏目，在现场访谈中畅谈包河酒“新派徽酒”的构想与未来。

新徽商主持人：包河酒是合肥的老品牌，在很多合肥人中留着磨灭不掉的印迹。包河酒回来了，这样一个充满回忆而又温情的广告语让我们对这样一个老品牌怀念至于也充满了很多的期待。但是做生意都要讲究商机，有人说，在这个时候这个年代，进军白酒行业并非是个好时机。对这一点薛总您作为包河酒业的掌舵人、一个资深的白酒人，您是怎么想的呢？

薛英姿：每一个行业10年都会面临一轮变化与转型。白酒在经历了前10年一个裂变式的发展期之后，当下正处于行业的调整与转型期。在这个时期无疑挑战会很大，但是挑战的背后总是站着机遇。在行业的转型期，我们更应该看到的是消费者对这个行业的重新认知与审视，以及他们新的消费观念与行为的形成。我们认为消费者意识与行为的转变，恰恰就是再度成就包河品牌的好时机。有一句俗话，没有不景气的行业，只有不景气的企业。能否赢得消费者、赢得市场关键还要看企业本着什么样的目标与观念去做事儿。白酒当下转型调整期，并不意味着这个行业的发展到头了，这轮调整的最终结果必将是挤掉虚假的、不合理的泡沫，那些本着投机心态、缺乏品质信念的企业自动出局。包河酒曾经是合肥的荣耀，我们此番投资白酒行业并非单纯的利益角度作为考量指标，从某种程度上看重塑家乡酒的情感与责任在当初的决策中要占很大的比重。我们要做的不仅仅生意，我们期望将包河酒未来打造一个紧随合肥发展的品牌、成为合肥文化与情感的代表，我们坚定信念走品质塑品牌、真情塑品牌的道路。

新徽商主持人：包河酒回来了，也不禁让我们想到过去很多的老品牌淡出市场就再也没有回来过。对老品牌的回归也是有人乐，有人

忧，薛总您是怎么理解“回归”呢？

薛英姿：包河酒厂的前身原国营肥东县酒厂，是1949年10月在整合明清时期传承下来的八大私营老酒坊基础之上建立的，是解放后的第一批国营酒厂。包河酒一直是这个酒厂的主导品牌，它在过去的历史中为家乡赢得了诸多的荣耀。中国白酒不仅仅是物质的产物，更是情感与文化的载体。我们从去年年底开展的以“包河回来了”为主题的包河酒厂老照片、老故事、老物件的征集活动，让我们深深的感受到“包河酒作为我们的家乡酒不仅仅是过往的记忆，更是一段需要被传承的历史、一份需要被延续的情感”。我们为很多老照片、老故事、老物件背后那些真实的人、真实的情感所打动。我们深深感到包河酒回来了对于很多人而言并非只是一瓶酒那么简单，更意味着“那一刻的荣耀回来了，那一刻的温暖回来了，那一刻的青春回来了，那一刻的激情回来了。因此，我和我的团队对于“回归”是这样理解的，“首先是传承，传承历史、传承情感、更传承品质与责任；其次是超越，超越过去创造更新的荣耀与未来”。

新徽商主持人：薛总听了您的阐述，我们有了这样的一个认知，那就是“包河回来了”——“带着荣耀而归，也更意味新荣耀的开始”。那么包河酒有过什么荣耀呢？这其中有这样的故事呢？

薛英姿：包河酒当年所获的具体奖项很多，这里我就重点讲下1988年的那段故事吧。包河酒在1988年中国首届食品博览会上与茅台等名酒同台竞技，赢得了一枚宝贵的铜奖。自此，父老乡亲们便以“小茅台”来礼赞包河美酒，这一荣耀在《肥东县志》中有明确的记载。



新徽商主持人：薛总据我们了解，在您到我们栏目访谈现场的前几天包河酒业举行了一场盛大的“老窖泥迁徙典礼”，这老窖泥的背后又有着什么样的故事呢？

薛英姿：老窖泥，是我们在包河酒厂老照片、老故事、老物件的征集活动中得到的最为宝贵的历史线索之一。老酒厂的酿酒师告诉我们“原厂老窖泥依旧完好的尘封于旧址之下。有风的时候都能闻到窖泥香。”依循这一线索，我们与江南大学白酒酿造专家团队进行了多轮实地考察与勘探，最终确认了老窖泥的存在，并对其进行了挖掘与迁徙。也就是大家看到的8月16日我们举行的老窖泥迁徙典礼。现在这些老窖泥已经在包河酒业生态酿造基地正式入窖了。这些老窖泥是包河酒历史最宝贵的传承，必将让包河酒带着“小茅台”的荣耀归来。

新徽商主持人：这个老窖泥和我们说的好酒有什么关联吗？是不是有了这些老窖泥包河酒就会有着与众不同的品质呢？

薛英姿：我打一个简单的比喻，大家想一想庄稼在什么样的土地上长的好。没错是肥沃的土地。老窖泥对于白酒酿造而言就像是沃土对于好庄稼是一样的，也就是俗话说的“窖泥老，酒才好”。历史悠久的老窖泥，有着“微生物黄金”的美誉。老窖泥中含有大量的微生物群是白酒发酵“生香”的关键。我们挖掘出来的老窖泥，经过白酒最高研究机构江南大学专家的检测，窖龄最低的都在60年以上，有着非常高的酿酒价值。这些老窖泥是包河酒未来卓越品质的坚实基础。

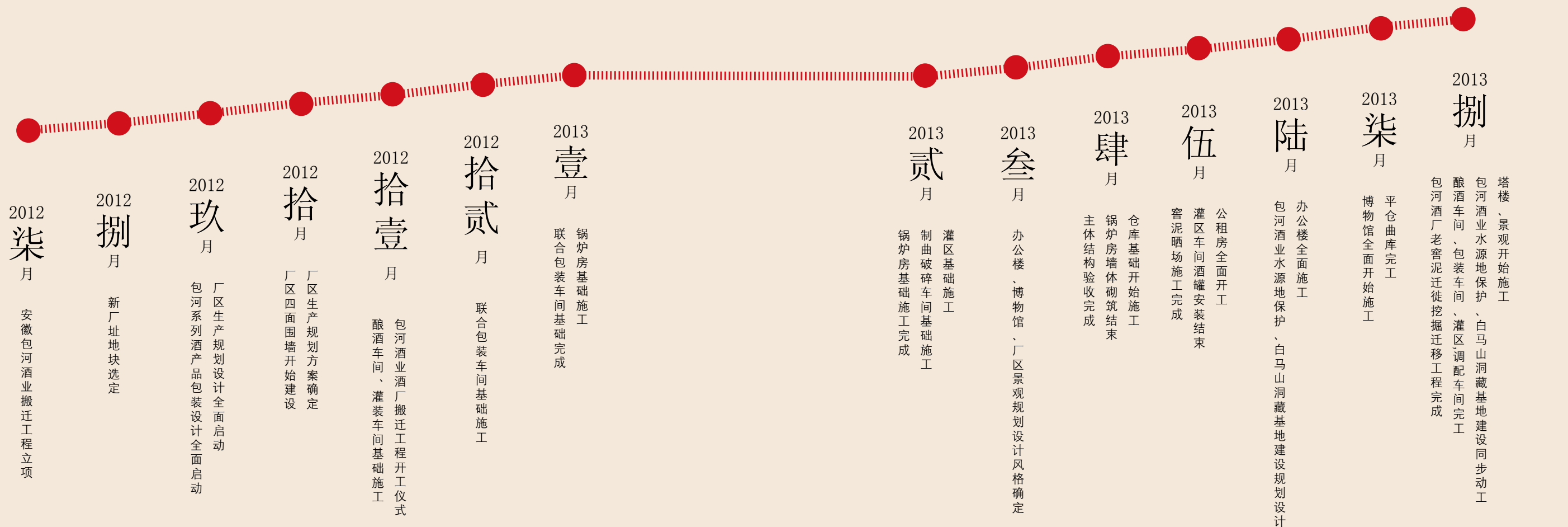
新徽商主持人：新徽商主持人：记得典礼那天我们新闻台的记者在采访您的时候，您提出了包河酒要做“新派徽酒”的说法，那么

“新派徽酒”的“新”将会体现在哪些方面呢？

薛英姿：首先是新理念，从产业链的角度构建品牌硬性保障，百亩生态酿造厂区建设工程、原厂老窖泥挖掘迁徙工程、包河酒厂生态水源地保护工程、白马山洞藏基地工程四大工程进行白酒全产业链构建。其次是工艺新，我们在传统老窖泥的基础之上，创新性传承启用宋代“圆窖酿造”工艺，让老窖泥的活力与圆窖池发酵充分的特征形成完美酿造组合。再次是体验新，我们在厂区与包装的设计上秉持了“让传统的更传统，让现代的更现代”的观念，厂区包括水源地保护区、白马山洞藏区，我们都是按照4A级景区标准建设，未来将形成从白酒本身到白酒文化、白酒工业旅游的全新体验。最后是营销新，我们未来会注重有别于传统白酒的销售模式，开创一条个性化发展的营销之路。会注重各个消费层次的个性化需求，提供不同的产品与服务。

后记：1999年开始，薛英姿踏进白酒销售的一线，在见证了中国白酒的黄金十年发展的同时她也感受到，如今的白酒行业太需要一份虔诚，需要时间去见证文化和情怀。同时，经过在科大MBA和EMBA的不断深造，理论与实践的磨合更让她愈发意气风发。一张始终微笑的娃娃脸、一副多年操劳而略显沙哑的嗓门、一股朝气蓬勃风风火火的正能量。薛英姿总觉得自己是个打拼在男人战场上的“女汉子”。而我们看到的是她既能管得了品质、又开拓得了市场，既深知传统白酒行业利弊、又对新派徽酒有着独到见解与实践能力。肥东县女企业家协会副会长、合肥市女企业家创业之星、安徽包河酒业有限公司董事长兼总经理薛英姿女士此番做客《新徽商》是新派徽酒蓝图的开始，也是包河酒新徽商之路的开始。新派徽酒注重一个新字，新徽商也注重一个新字。我们相信新派徽酒与《新徽商》此番战略合作关系的确立也必将开启一个新的双赢格局。

包河酒业 大事记



包河酒业员工风采



薛英姿

坦诚阳光
放飞梦想！



张兴禹

业精于勤，荒于嬉；行成于思，毁于随。



张勇

不懈奋斗，生命才有辉煌；努力学习，思想才有灵光。



吴穷

共享丰盛人生。



唐思维

都市里没有地平线，与其在别处仰望，不如在这里并肩。



马玉明

生活就是舞台，来到包河，绽放你的光彩。



张严洪

品质第一，质量兴企，服务大众，成就辉煌！



郭海静

在顺境中感恩，在逆境中依旧心存喜乐，认真活在当下。



张红

多做事，能使自己的职业更安全！



张秋云

没有计划，就没有进度。



周鹏

人生不是赛跑,而是一步一个脚印的旅程。



凌宏斌

把时间分给靠谱的人和事。



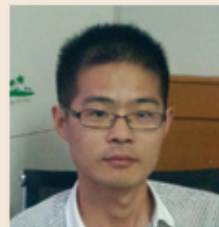
许海涛

不求尽如人意，但求问心无愧。



周攀

天行健，君子以自强不息。地势坤，君子以厚德载物。



丁小苗

心机简单，裸奔向前。



李涛

欲望以提升热忱，毅力以磨平高山。



刘秀青

做精致白酒，做精彩女人！



杨红旗

梦想是一种让你感到坚持就是幸福的东西。



陶辰

为梦疯狂就能创造辉煌.....



刘煜宇

哪怕只有一丝曙光，我也会把它当做太阳。虽然会有乌云，但是态度会是一阵凉风！



倪强

进德，弘毅，博学，善建。



魏小甜

人生不可能总是顺心如意，但持续朝着阳光走，影子就会躲在后面。刺眼，却是对的方向。



张婷婷

岁月静好，现世安稳；因为懂得，所以慈悲。



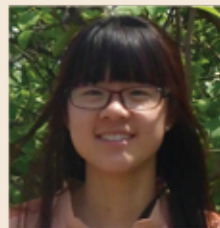
朱国庆

千磨万击还坚劲，任尔东西南北风。



徐文忠

不为失败找借口，只为成功找理由。



李慧子

走在一起是缘分，一起在走是幸福。



黄晓敏

希望一切如阳光般灿烂，生活工作美好！



刘若亚

慎独，重教，博学，笃行。



仲维民

万里寻山历百艰而无悔，一朝见井纵九死以何辞。



李阳

人生不如意的事十之八九，努力把握好那一两份难得的幸事！



郭宁宁

要有沉下去的勇气，浮上来的底气！



杨良森

做一名勇敢战士，倒下了也要留下站立背影。



桂花

用爱心来做事，用感恩的心做人。



周宇博

复杂的事情简单做，简单的事情认真做，认真的事情重复做，重复的事情创造性做。



梁雪

进退有度，才不至进退维谷；宠辱皆忘，方可以宠辱不惊。



魏波

乐于工作，笑对生活。



夏斌

卧薪尝胆，三千越甲可吞吴。



黄志霞

需要你的人，才是你需要的人。



卢家强

求知若饥，虚心若愚。



横空出世，从“一”开始

——合肥晚报采访文一集团副董事长/常务副总裁 周文

Turned Out, From The "ONE" Start

Hefei Evening News Interview WENYI Group Vice Chairman / Executive Vice President Zhouwen

本文转自《合肥晚报》

太阳底下无新鲜事，房地产市场令人目光迷乱，也让人审美疲劳。一个房产企业，只有做出了足够漂亮的业绩赢得了相当良好的口碑，才可能引发关注，成为一件有正面影响力的事件；只有一系列的令人瞩目的事情的连锁发生，才有可能形成一个现象。文一，作为一家本土房产企业，无疑是2013年合肥楼市难忘的行业现象。文一的崛起，有横空出世的戏剧性，但稍加探究，不难发现，横空出世有着持久的能力蓄积和业绩铺垫，文一现象，是市场的偶然，却是一个快速成长中的房产企业的必然。

“横空出世”至少有三个含义，一则规模之大，二来发展速度极快，三来在公众眼中有超乎预期的戏剧性效果，这好比我们在海面上看到一个黑色的背影，以为又是一条海豚，忽然，这个海豚的脊梁轰然隆起，原来是一艘潜艇！

市场有如此惊艳感觉，首先来自文一集团近期在土地市场的连续

的大手笔大动作。

2013年1月29日，文一地产拿下规划为157.37亩的纯居住地块E1312地块，单价358万元/亩，总价合约5.43亿元；2013年2月21日，以318万元/亩的单价竞得FD187地块，总价合约2.53亿元。2013年3月8日，文一集团在激烈角逐中成功拿下位于六安经济技术开发区皋城东路以北、经二路以西地块的国有建设用地使用权。

3月21日E1301地块的竞买颇为业界津津乐道。在与保利地产奋战数十回合之后，终于宣布退出，虽然竞买结果不尽如人意，但拿地决心震慑到场所有房企，让更多房企关注到这个专注东城房地产开发的企业。

前不久，文一集团在天鹅湖酒店举办“政务十年，幸福合肥”的高峰论坛会，名门首府项目正式亮相，同时启动16地市媒体“名侍入名门，妙笔写文一”系列活动，更是将文一的“横空出世”的眼球效应体现

得淋漓尽致。

其实，文一集团已经在房地产领域默默耕耘了近十年。所谓“默默”二字，更多是针对合肥老城区局面而言，在合肥东片，文一早已是一块耀眼的金字招牌了。从2004年成立以来，文一以合肥东城、龙岗、肥东县城为主要舞台，先后投资开发了瑞泰城市家园、瑞泰中心家园、静安瑞泰、瑞泰和园、瑞泰江南、文一托斯卡纳小镇、文一云河湾等，一个项目接着一个项目，稳扎稳打，精彩不断。进驻政务区，开发高端定位的名门首府项目，则意味着文一集团终于走上了合肥房地产市场的中央舞台！文一集团在一如既往快速发展的过程中，2013年，开始了品牌战略的全方位提升。

人们总爱探究成功的秘诀，而名字与命运的神秘关联也是一个颇有趣味的角度。采访文一，对话文一投资控股集团常务副总裁周文，我就提出了这个问题。周文说，文一集团核心价值观是“文启心智，仁德合一”，文一企业以“砖瓦精神，贡献社会”，以品质回报社会，以“正、实、强、大、久”创造徽商新传奇。

其实，“一”在中国古典哲学语境中，有着更丰富的内涵。一生二，二生三，三生万物！“道德经”第39节讲：“昔之得一者，天得一以清……侯王得一以为天下贞，其致之一也。”我觉得这里讲的“一”，是讲规律，是凌驾于万物之上的主宰，是万物的基础，虽飘忽不定，而又无处不在。

当然，我们也可以依照我们的生活经验来理解，“一”是基础，是谦逊的姿态。有一部电影《太极1从零开始》，然后才有《太极2英雄崛起》，同样，“文一现象”的横空出世，不是无中生有，是从一开始，励精图治的必然结果。

记者：看到你穿的海魂衫，眼睛一亮。

周文：60后都有这样的怀旧情结。我们小时候，海魂衫是最时尚的，但同时也是没有选择的时尚，很神气也很无奈。谁能想象今天这样生活五彩缤纷，生命无限可能。

记者：可能是到了吃饭的时间了，走廊里飘着饭菜的香味。据说十几分钟一批，几百号人都在这里就餐。应该说文一的办公环境是相对比较简朴的。我想起电影《创业》里的一个争论，“先生产还是先生活？”，这是一个关乎革命成色的大是大非的问题。庆幸的是，现在，这是企业的自主选择。

周文：首先我要感谢我们文一集团的全体员工，感谢我们爱岗敬业的团队。他们理解公司的战略，也愿意和公司一同艰苦创业，这是分享共同价值观上的志同道合，我本人非常感动。2004年，周文育董事长收购了安粮公司旗下一家小企业，改造为安徽瑞泰置业，开始了创业之旅。我们这栋办公楼也是当初通过拍卖得来的厂房，目前，公司不停地开发项目，节奏非常之快，所以，暂时我们还在这里办公。好在市场凭产品和品质说话，不看你的门帘是否光鲜。

记者：我们知道，中国的一线大型房企都起步于上世纪90年代。所谓“正月迎春金样黄，二月杏花粉洋洋，三月桃花红千树，四月蔷薇

薇靠短墙”，房企的勃发期和自然界一样有其物候条件，相比之下，文一的起步没有赶上最好的时候。

周文：房地产有很强的地域性。大气候与小环境有差异，另外企业家个人的创造性非常关键。企业家的职责就是研判市场、整合资源。我们从2004年起步，有好日子，也有苦日子，但是在周文育董事长的带领下，在各界关心支持下，一步步发展起来了。我记得2008年下半年和2011年下半年调控之下，是房企最艰难的时期。“现金为王”

成为流行词汇和生存智慧。那时，文一旗下共有5个盘子，都卖不动。周董事长说，企业需要现金流，企业要活着！只要挺过来了，挨饿的经历就是一种精神营养。

记者：文一从2004年开始，从零开始，从“一”起步，今年的销售目前已达到32个亿，这个速度是否快得令人头晕？

周文：文一现在看起来扩张很激进，但我们不会冒进，只有谨慎进取。速度的前提是安全，是一个健全的企业系统的完善运转。刚起步的头一两年，我们的年销售额是几千万，近些年从十多亿到数十亿。我们争取在明年，也就是文一集团成立10周年的时候销售过百亿。今年我们全年的

目标是50亿-60个亿，目前看有可能实现。我们希望，两三年后，放眼全国，百亿俱乐部中安徽有三到四家，文一则成为地产行业里的新徽商典范。

记者：今年文一频频拿地，目前已经有5块地落袋。我们知道，房地产是资金密集行业，往往越大的房企扩张越厉害越是缺钱，融资难是一大行业问题。刚才听你打电话，又在安排舒城拿地的事宜。文一的开发资金有如源头活水，似乎没有穷尽？

周文：当然不是，文一的充足资金来自高效的资金运作。从拿地、规划设计、开工建设到清盘，通常2年左右，这在行业内部看来是非常之快的。目前文一在卖的项目，包括全椒、定远、肥西，八盘联动，错落有致，处在不同的开发与销售阶段，收支平衡，盈利良好，资金循环健康有序。另外，我们还有银行融资等补充渠道。

记者：在文一的众多产品中，文一集团对政务区的名门首府项目似乎寄予了很高的期待？

周文：名门首府项目是文一集团的高端产品。公司的产品分为几个系列：托斯卡纳系列，依据规模，以30万方为分界，又分为托斯卡纳小镇和托斯卡纳公馆，分布在全椒、定远、肥西。第二个系列是云河湾系列，包括合肥的40万方和六安的30万方。第三个系列，就是名门首府，还在成型凝固之中。这是文一产品从高性价比的刚需型产品层次向高端品牌市场升级换代的产品系列，我们会集中最优势的资源来倾力打造，不负众望。2013年文一地产选择挺进政务区，也是希望依托政务区召唤力及区域认可，将文一版图扩大至合肥西南核心，将品牌全面升级，品牌重塑将成为核心价值。文一人旨在将一个深耕合肥的本土品牌全面升级，使文一集团向着一线房企的目标继续努力！

文一戴斯大饭店全球招聘总经理

WENYI Days Hotel Global Recruitment Of General Manager



文 | 文一戴斯大饭店 严慧娟

8月7日，戴斯大饭店的筹建现场来了一位金发碧眼的外国人，引来了顶着酷暑奋战一线工人极大的好奇，难道戴斯大饭店的总经理开始视察工作了？

没错，文一戴斯大饭店开始全球遴选酒店总经理，这次来参观的外国人就是候选人之一。

从今年年初开始，文一戴斯大饭店的筹建工作就在有条不紊地进行，酒店筹备组尤其对全球招聘酒店总经理付出了极大的努力。由于文一戴斯大饭店是以超四星级标准筹建，所以对于酒店总经理的任职资格提出了不少的要求，不仅要求国际化酒店管理的背景，而且对于酒店筹备及运营都有非常强的实战能力。为了满足我们的要求，戴斯集团前期与酒店相关人员进行了几十封邮件的沟通，并安排了2名高管与酒店筹备组相关领导进行了详细的沟通，在其推荐的3名不同国家的总经理候选人中，戴斯集团与酒店筹备组共同选择了Mr Lucian来合肥面试。

8月7日来自罗马尼亚的总经理候选人MR Lucian、戴斯总部运作总监Sarn Lye Huat乘机来到合肥，在戴斯大饭店筹备组领导的陪同下，对戴斯大饭店项目进行了深度的了解和沟通。对于酒店的地理位置和酒店定位，MR Lucian和Sarn Lye Huat都给予了很高的肯定。MR Lucian还来到了戴斯大饭店的项目现场，就工程施工和装修设计的一些细节问题进行了深入的沟通，在看完酒店的施工图和酒店布局后，他也根据自身以往经验提出了中肯的意见。

之后一行人来到了一品宴酒店进行相关面谈工作，Mr Lucian非常认可文一企业在员工管理上的“以人为本”的管理理念，对于“文

启心智，仁德合一”的核心价值观他给了很高的评价，他的理解是Enlightened by Civilization, united by Commitment，认为我们集团很Humanization（人性化）。

最后，戴斯总部孙总也详细介绍了戴斯的国际品牌效应，以及多元的加盟连锁模式，并详细介绍了戴斯酒店的详细情况：戴斯酒店目前有42年的历史，是温德姆酒店集团旗下最大、最著名的酒店品牌。在全球5大洲拥有超过1,864间酒店和超过150,436间各式客房。每天有超过200,000位客人住宿于戴斯。分别名列《HOTELS'杂志》2012年度全球50强酒店第1位，全球50强酒店品牌第7位，全球10强特许经营酒店第1位。目前戴斯在中国已经开业酒店49间，分布在34个城市，发展空间巨大。

背景介绍：候选人Mr Lucian 于2007年进入中国酒店行业工作，具有非常丰富的酒店工作经验。其就职过洲际酒店管理集团、温德姆旗下豪生品牌等。Mr Lucian有创造力、精力充沛、责任心强、思路清晰，具有卓越的沟通能力、团队合作精神和以目标为导向，谙熟商业礼仪，能随时适应新的工作环境。有较好的组织能力并能很好地应对工作压力。在餐饮、酒店这样一个竞争激烈的行业中，能长久的保持清晰的思路和目标方向并推动业绩增长、维持盈利能力。擅长在服务行业营造团队合作、追求共同目标和追求卓越的企业文化精神。

其它专业优势还包括：策略规划及执行、进程分析和改进、团队建设和完善工作表现、不同文化背景的适应、决策制定和执行、问题分析和解决。



一品宴私房菜：“私”得有理由

YIPINYAN Private Kitchens Most Specialty

文 | 文一戴斯大饭店 杜丽艳

在餐饮市场如此低迷的形势下，如果说有一家酒店订餐至少需要提前5天，估计很多人都会难以置信，但事实的确发生，文一集团在肥东新开业的一品宴私房菜酒楼，自6月18日开业就一直保持着这样的餐饮神话。

现在，私房菜作为一种“高档”的生活方式在一线城市颇为盛行，“私房”两个字本身就包含了太多的隐秘，太多的诱惑和太多的期待，由于其奢侈与隐秘，一直为外界揣测却无法被解读。

其实，私房菜的精髓在于“私”，也就是小众，但在今天，私房菜不但声名远扬且有赶超大众之势。曾几何时“私房菜”的概念被炒得很热甚至有泛滥之嫌，路边随便一家饭馆也可自称“XX私房菜”。殊不知，要让“私房菜”的名副其实绝非易事。

《舌尖上的中国》顾问王喜庆列举了能称为私房菜的四个标准：第一要有“私”的历史记忆；第二要有“私”密的技术；第三则是原材料的“私”；第四是建筑的“私”。作为肥东首家真正的私房菜酒楼，一品宴私房菜自筹建以来，定位一直很明确，就是在“私房菜”下功夫，把这四“私”可谓做到极致。

“私”的历史记忆：每道菜都是当地说得出口叫得响，有的是当地过

年才吃到的传统美食，有的是在几十年前餐桌常见，现已失传或被忽视的菜肴，有的是原料罕见，却盛名在外的菜肴，总有一道能击中你的味蕾，让你吃前有期待、吃后有回味。

“私”密的技术：一品宴一品宴私房菜的厨师力量，均来自合肥某知名私房菜会所顶级技术，在汲取该私房菜精华的同时，一品宴私房菜在原材料选择和烹制上更是别具一格、自成一派，返璞归真，撇去当下烹调之浮华不实之功，繁杂调料之扰，以新鲜食材融合古法古方，将食材的味道发挥到极致，将众食家追求的原始、天然、原味、健康美食最高境界演绎到极致。

原材料的“私”：肉类均来自大别山农家散养的黑毛猪；蔬菜选自周边农家小院无污染、有机素菜；河鲜类则是购自天目湖、巢湖等淡水湖的无污染、纯天然河鲜；腌制类地方风味咸货，更有来自四川的青椒，来自云南鲜菇等，原料采集以新鲜、纯天然、无污染为依据，所以在一品宴私房菜哪怕一盘青菜也是鲜嫩清脆，纯正可口。

建筑的“私”：隐匿于瑞泰尚园小区的门面房，门头很小，低调含蓄，门前绿树成荫、竹木丛生、青石满地、风亭水榭、鱼游浅水，处处洋溢着绿色的生机和热情，不知道的还以为一座欧式别墅的庭院或





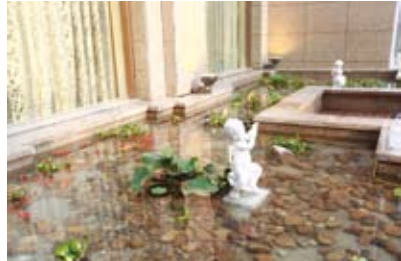
YIPINYAN
Private Kitchens
Most Specialty

是一家商务会所。

欧式庄园的魅力格调、原汁原味的私家美食以及温馨雅致的就餐环境，让宾客觉得新鲜舒适，吃着那些朴实无华、原汁原味美食，仿佛感触母亲亲手烹做美食的温馨气息，依稀重温童年畅享食物的纯美滋味，宾客们的健康、味觉包括怀旧的情绪同时照顾，这也正符合了现代人返璞归真，从张扬回归低调的精神追求。

一品宴私房菜原始的口味之所以能征服了食客们挑剔的味蕾，源于现时到处充满了一种新兴的气息，一种抛弃了过去浮华，开始讲究属于思想的味道，开始追求一种被称作清新未来的独特气质。

闲暇之余，约上好友来此坐坐，私房菜的柔情与蜜意，美食与美酒，舒适与浪漫，皆拥入怀，洗滤浮华，尽享美味，体味繁华背后的另一番情趣。



金榜题名鱼化龙 欢腾锣鼓庆登科

——记文一和平大酒店2013年谢师升学宴市场拓展简况

WENYI DaysInn exciting show at the end of year

文 | 文一和平大酒店 冯威



每年7、8、9月份是肥东谢师升学宴席接待高峰期，在当前餐饮消费市场格局更改的局面下，肥东县城内各餐饮商家与往年大不相同，不再是等客上门，而是纷纷推出各自惠利活动让利给消费者，加大宣传广度，力求在谢师升学宴席市场中，分得更多的市场份额。

“提升附加值含金量，是促进经济效益提升的有力法宝”。文一和平大酒店在这场市场竞争中一如既往的做好服务接待、保障菜肴品质、让利消费宾客，宣传方面则融入红火、锣鼓、欢腾等元素，烘托渲染出学子升学后谢师庆功答谢的主题文化氛围，通过以上举措，使得学子及家长们在在我店办宴不仅得到了实惠，而且也增加了荣誉感。正因为我店稳定了硬实力，另行做好了软实力，在同行业对手惠利政策和接待规模大致相同的情况下，提高了经营竞争力，从而赢得了市场占有率。



寻红色印记 览独山之美



文 | 集团人力资源部 张梦婕

Find The “Red Mark”, View The Beauty Of Dushan



七 一前夕，我们踏上了寻找历史的红色印记和皖西最美丽的红色裕安——独山，满眼的青山绿水，看不尽的美丽风情。这块深沉的土地上凝聚了红色革命历史的声音，一枝独秀大别山！

独山是将军的故乡，共和国的摇篮，中国革命的策源地，1955年被授予少将军衔的有16位，授予校官军衔的33位。这块红色的土地曾为中华民族的解放事业建立了不朽的功勋，六霍起义纪念馆和独山革命旧址群永远见证着那段血红的历史。独山革命旧址群在独山苏维埃城老街，这里完整的保存着清朝中晚期至民国初年的古建筑，气势恢弘，享有大别山的民居特色和徽州民居的建筑风格，有着“大别山区古民居博物馆”之称。导游细致解说六霍起义的经过和历史贡献，这里曾经取得了东西香火岭大捷、独山大捷和苏家埠大捷，粉碎了国民党反动派军队对鄂豫皖革命根据地的三次大规模“围剿”……留下了董必武、邓小平、李先念、刘伯承、徐向前、洪学智等老一辈无产阶级革命家的光辉足迹，诞生了16位开国将军，享有“一镇十六将，独秀大别山”之美誉。一路走来，一路感悟，一幅幅泛黄的照片，一件件珍贵的文物，一段段感人的故事，把大家的思绪，一下子又拉回到了革命战争年代的独山。战争的洗礼，血与火的考验，孕育和铸就了彪炳史册、光耀千秋的红色精

神。

午后游览了独山最美丽风景地——龙井沟，到达景区后导游介绍了著名画家《毛主席去安源》作者刘春华大师亲笔龙井沟三个苍劲有力的大字，使人耳目一新。步入广场台阶而上，两侧汉白玉雕柱提示游客回顾历史。正面竹海，让我们尽情领略龙井沟风光。竹海里有块大石头，号称“仙人脚”。据说这块大脚石有着特殊的意义，告知登山者走好登山的每一步，扎扎实实、一步一个脚印。再往前走，只见竹木葱茏，一沟清流，从花木深处曲折泻于石隙之下，这就是龙井沟啦！2.6公里的龙井沟，像一条苍龙，尾东首西深卧在丛山茂林之中。这里，明太祖朱元璋留下过云游四方行脚僧的足迹；这里，记载了农民起义军“黄巾军”领袖黄巢在此屯兵休练的许多传奇故事，一沟潜二龙由此得名。龙井沟的怪石千奇百怪，隐藏着说不尽的风韵，沿溪而上，看到“石佛听禅”一组石头坐、卧、立、躺表现的淋漓尽致，就像一群石佛，正在倾听这潺潺流水之声！沿沟有许多大小不等、形态各异的小潭，尤如一串绿色的珍珠镶嵌在沟内，潭水清澈透底，那些倒映在湖中的古树象一条条巨龙卧在湖底。爬累了歇歇脚，坐在抱云亭里，亭下峡谷中怪石嶙峋，不息的流水时而凿石而出，一段段瀑布犹如一幅美丽画卷印入眼帘。不远处的一座铁索晃桥——摇影桥，走在上面晃晃荡荡，真是



一步三晃，大有摇摇欲坠的感觉。漫步龙井沟，瀑布迭宕绵延，两岸峭壁林立，河床弯曲有致，怪石千姿百态，翠竹遮天蔽日，树木凿石而生。龙井沟虽然不太长，但是龙井沟的石美、水美、景美让我们大饱眼福、有着“青山绿水轻舟入画卷，天高云淡飞索舒情怀”的神仙境界。

短暂的红色之旅很快结束了，这块革命根据地，承载着深厚的革命历史记录着光辉的革命事迹，弘扬着灿烂的革命精神。历史的今天，崇高的理想、坚定的信念，是共产党员奋斗不息的精神支柱、永葆先进性的力量源泉。我们要继承和发扬党的优良传统，与时俱进、开拓创新、以更加饱满的工作热情投入到工作和生活中。

“阳光足球，活力文一”

文一企业首届四人制足球赛圆满结束

Sunshine Football, Vitality WENYI

Zhou Wenyu chairman awarded "2012 Anhui Professional Managers Special Contribution Award" title



文 | 党群工作部 吴槐轩



为丰富员工的业余生活，增进员工之间的友谊，活跃企业文化气息，文一集团于7月27日上午在肥西县四中举办了以“阳光足球，活力文一”为主题的四人制足球比赛。

27日一早，足球比赛在简短的开幕式后火热打响。集团董事长周文育，副董事长、党委书记韦存华，集团工会主席周文锁等相关领导

亲临现场观看比赛。

本次比赛共有十四支队伍参加：酒店联合队、瑶海置业公司队、全椒置业公司队、肥西置业公司队、定远置业公司队、华东物流队、包河酒业队、文建建安队、文一建安队、文一建材队、一文建材队、集团综合办队集团联合队。

尽管天气炎热，运动场上，我



们的球员们尽情挥洒汗水，施展球技，场外观众的加油声、喝彩声、掌声和欢笑声一阵高过一阵，球员们使出浑身解数，在烈日下愈战愈勇。带球过人，底线传中，头球攻门，双方奋勇拼搏、你攻我守，打出了一场精彩纷呈的高水平比赛。最终经过四轮共14场激战，酒店联合队夺得本次比赛的冠军，集团综合办队获得亚军，肥西置业公司和文建建安公司并列第三名。定远置业公司和文一建安公司分别获得道德风尚奖和最佳组织奖。

酣畅淋漓的比赛之后，球员们开心地说笑在一起，并留影纪念。大家纷纷表示希望文一集团足球活动能够长久的保持下去，为大家的工作之余提供一个愉快的业余生活平台。通过比赛不仅增强了职工之间的交流，培养了团队协作意识，展示了努力拼搏，永不言弃的精神。尤其是让职工既锻炼身体，增强体质，又加深了解和友谊，丰富了业余生活。



文一家人大圩游 水上乐园欢乐多

——记文一集团2013年摘葡萄、水上乐园活动

WENYI Group's Employees Play In Dawei, Water Park Fun And More
--Kee WENYI Group 2013 Grapes And Water Parks Activities



文 | 人力资源部 张慧君



夏末秋初，风和日丽，艳阳高照，又到一年葡萄成熟果香四溢的季节。8月11日，文一集团150余人前往素有“华东吐鲁番”之美称的大圩采摘葡萄，体验难得的农家乐。下午大家奔赴水上乐园，在炎炎夏日体验水上嬉戏的无穷乐趣。

早上八点，三辆大巴车从集团出发，沿途优美自然的农家风景让人倍感新鲜。乡村道路的两边是绿树成荫的垂柳，池塘里是成片成片的荷花，莲子也已成熟。风轻轻掠过，携带着淡淡的清香，给人一种沁人心脾的醉意。抵达目的地后，大家先到休息区品尝，各种口味的葡萄让大家眼花缭乱。品尝完毕大家迫不及待地提起篮子奔往葡萄园。葡萄园里行走的通道还算宽敞，两边的葡萄藤是自由生长的，主干壮实，枝丫蓬勃，间隔的水泥柱上攀着的铁丝牵引着不堪果实重负的枝蔓，藤下高高低低地挂着串串诱人的葡萄。阳光透过枝叶在园子里撒下无数的光影，透过包裹葡萄纸袋的底部小口，可以看到串串葡萄非常诱人，颗颗饱满，或翠绿或深紫，让人忍不住摘下来品尝一番。在一番“劳作”之后，大家的篮子里都装满了葡萄，真的是收获颇丰啊。

吃过中饭我们驱车赶往阿酋湾水上乐园。一进入园内就被园里的水声、笑声、尖叫声所吸引，争先恐后地奔向各个游乐设施。我们首先尝试的是霹雳瀑布，站在瀑布的底端等待大水桶里面的水“从天而降”，倾盆倒下的水将我全身淋湿，有一种从头到脚的清凉感。经过了瀑布的

“洗礼”我们通过海盗网爬上了水寨，从水寨封闭的滑道滑下，体验螺旋滑道的惊险刺激。出了水寨我们又被旁边的飞虹竞赛所吸引，我们连忙拿起滑毯爬上了飞虹的起点处。飞虹竞赛有四条滑道，可以容纳四个人同时滑下，比赛谁先到达终点，滑道总长110米，三段连续的落差高达17.6米，可以感受到从高空瞬间随水落下的刺激感。随后我们去玩了更加刺激的盘龙出海。这是双人玩的项目，我和同事同坐一只皮筏从10余米的高空盘旋落入水中，乐趣无穷。最刺激的要数大喇叭项目了。远远就听见撕心裂肺的尖叫声，就可以想象这个项目的刺激性了。我们一行四人坐上皮筏，双手紧紧抓住把手，心中也不免怦怦直跳。皮筏先经过一段封闭的滑道然后掉入一个大喇叭中，由于惯性皮筏将在大喇叭口中来回滑动数次，让我们瞬间体验超重与失重的感觉，尖叫声不绝于耳。

在炎炎的夏日体会水上嬉戏的乐趣真是一件美事，我们把园内惊险刺激的项目都玩了一遍之后才恋恋不舍的离开了。摘葡萄活动已经成为集团经常开展的项目之一，每年一次，每次都有新收获。今年不同的是除了摘葡萄还增加了水上乐园的活动。通过活动，让大家在欢乐的气氛中欣赏了自然美景，感受了水上嬉戏的乐趣，不仅加深文一人彼此间的相互了解，对团队协作精神的重要性也有了更深的认识，进一步增强了文一人的凝聚力和向心力，让大家感受到了文一集团浓厚的企业文化。大家满载而归，丰收的葡萄也预示着文一集团的明天将越来越美好！

雀巢跨国并购三部曲

Nestle transnational mergers and acquisitions Trilogy

并购重组是企业扩大规模、提升竞争力的重要战略手段，也是快速扩张最有效和便捷的途径，诸多企业希望通过并购提升自身实力，更有企业意欲通过跨国并购跻身国际企业的行列。但纵观企业跨国并购的历程，不少企业非但没有实现核心竞争力的提升，反而陷入了跨国并购的泥潭难以自拔。

国际食品巨头雀巢集团却有些例外。1867年诞生之后，它一路并购发展，迅速壮大，成为世界最大的食品制造商。在一百多年的发展历程中，并购已成为雀巢发展血液中的基因，被称之为“并购来的食品帝国”。

为何雀巢的跨国并购能“一路绿灯、屡战屡胜”？究其原因，笔者认为雀巢集团在并购之路上完美上演着“并购之乐”的三部曲：并购前对并购必要性分析透彻；并购中并购方向、策略明晰；并购后因地制宜，化解“水土”冲突。

1 并购前：目的明晰

对集团企业来说，任何一次并购行为都不是无本之木、无源之水，必然有着清晰的目的和意义，对跨国并购行为来说更是如此。跨国并购行为不但会投入的巨大的人力、财力，更会由于跨国企业间的文化、习俗之间的差异形成并购的障碍，因此，并购行为发生之前必然会经过翔实的论证，确保并购发生的必要性和可行性，否则就为并购失败埋下了隐患。

雀巢集团的并购除了当家掌门人（海尔姆特·穆歇、包必达等）是狂热的收购者之外，更重要的是雀巢的每一次并购都有着明确的目的和周密的考虑。纵观雀巢集团百年的并购历程，按照企业发展的阶段，可分为三个阶段，每个阶段都有着特定的并购意图。

第一阶段为发展初期阶段（从雀巢1876年诞生—20世纪初期）。这一阶段企业需要定位产品种类、迅速扩大规模，减少原始资本积累，缩短时间成本，增加资金资源和增强管理资源。并购是快捷的手段，1898年开始，雀巢先后在美国、英国、德国和西班牙等地收购和兼并了一系列牛奶公司。通过最初的资本运作，雀巢发展得小有规模，在行业有了一定的影响力。

第二阶段为快速成长期（20世纪初期—20世纪70~80年代）。这一阶段经历了第一次世界大战和第二次世界大战，雀巢集团需要快速成长，并在这一阶段制定了全球发展目标。

这一阶段集团发展的行业市场需求明显的扩大，利润增加较快，进入者迅速增多，竞争风险非常大。雀巢这一阶段的并购核心动因从战

略角度讲是希望尽一切可能缩小时间成本、快速成为垄断性企业，实现规模经济，降低交易成本；加强研发，构建核心竞争力；获得充足廉价的生产原料和劳动力，增强企业的竞争力。1905年，雀巢育儿奶粉公司与竞争对手英瑞炼乳厂合并为雀巢英瑞炼乳公司，竞争实力大增，联手开拓原有的欧洲市场，而且还向海外市场进军，成为当时世界级食品巨头。1947年，雀巢公司与瑞士美极公司(Maggi)合并，公司的销售额从8.33亿瑞士法郎提高到13.4亿瑞士法郎。

第三阶段为成熟发展期（20世纪80年代至今）。这一阶段的市场特点是原来集团的一些产品市场已经饱和，需求增长率不高，且技术成熟，竞争激烈，行业营利能力下降，利润结构脆化，发展潜力和空间十分有限。雀巢集团在此阶段的并购第一要考虑进入新的行业领域，保证产业的最优盈利组合，寻求新的利润点；第二要拓展市场，寻求原有产品价值链的不足，通过完善细分价值链补足短板，力争实现新市场的飞跃。

因此在这一阶段，雀巢的战略定位也调整为“拓展新兴市场。以增长为核心，打造全球规模”。在这一战略目标的指引下，雀巢将发展的目光聚焦在亚洲的新兴市场。中国作为投资热土，雀巢开始了一系列的“东进并购之路”。1997年，收购冰激凌生产企业上海福乐食品。1998年，购得国内鸡精行业第一品牌上海太太乐80%股权。1999年，收购广东最大冰激凌品牌广州五羊97%股权。2001年，收购国内第二大鸡精生产商四川豪吉60%股权。2010年，拿下云南大山70%的股权，补足矿泉水的短板，拥有了在中国的水源。2011年4月，拿下厦门银鹭60%的控股权。2011年12月23日，收购徐福记尘埃落定，并借此一跃超过玛氏成为中国糖果和巧克力行业的第一。2012年4月，雀巢公司再次“大手笔”出手，用并购方式确定自己地位，以118.5亿美元拿下包括惠氏奶粉在内的辉瑞制药旗下所有婴儿食品业务。若算上惠氏份额，雀巢在华婴幼儿配方奶粉份额将从原先的4.4%大幅增加到约14.4%，超过美赞臣的14%，名列首位。

通过在中国等新兴市场的“一路狂购”，雀巢集团在食品行业竞争惨烈的今天继续稳坐领头军的职位，亚洲等新兴市场更是超过发达和发展中市场，带动了雀巢新一轮的利润增长。资料显示，2011年，

雀巢在全球销售额达到836亿瑞士法郎。其中，发达市场新增销售额5%~6%，而新兴市场增长幅度高达13%。这一年，中国内地市场销售额接近50亿瑞士法郎，与2010年的28亿瑞士法郎相比，增幅高达78%。大中华区已成为其全球范围内业务增长最为迅速的区域市场。

2 并购中：策略明晰，稳扎稳打

雀巢集团在一系列的并购过程中有着诸多的独到之处。

首先是雀巢从不故意收购，遵循双方自愿原则。雀巢确认成功的并购前提是双方都有意愿从对方获得利益；其次是竞争优势原则，雀巢都把自己的优势带进每一次并购后的公司，也保留原公司的优势，形成优势融合；最后，产品同构原则，不盲目收购，保证产品序列在多元化的框架之内。

并购方向和举措是企业发展战略的映像

战略是企业发展的航向，任何发展举措都是围绕战略目标而展开的。雀巢发展中的一系列并购，都是围绕着战略不断转型而不断调整的。

雀巢发展初期，企业还处于发展壮大期，谈不上明晰的发展战略，主要的发展意图是通过资本运作快速发展规模，早期的并购基本是基于这样的战略意图进行了数家牛奶食品公司的收购。

在成长期，雀巢具备了一定的竞争力。这一阶段的战略目标为“全面进军食品行业，实现面上的覆盖，逐步实现全球化发展”。这一阶段的并购，雀巢也是围绕这一战略目标，并购产品范围扩大，产品领域拓展到咖啡、巧克力、快速食品、烹调食品、冰淇淋等，并购地域触角也不局限于本地，逐步延伸到英国、法国、美国、德国、西班牙等国家。正是这一阶段的快速并购发展，成就了雀巢食品帝国的地位。

在成熟期，雀巢积累了相当的规模和实力，但主要产品的行业发展潜力和空间也近乎饱和。这一阶段，雀巢的战略目标调整为“聚焦新兴市场谋转型，开拓新兴市场，以增长为核心，打造全球规模”。围绕这一战略目标，雀巢的并购视角转向亚洲的新兴市场，加大了在亚洲主要国家的并购布局。

并购标的精挑细选，瞄准行业翘楚，实现强强联合、优势互补

雀巢虽然并购得疯狂，但并不盲目，每一家并购的单位都是精挑细选出来的。细数雀巢的并购对象，基本上是行业的翘楚。1988年，雀巢并购了英国的Rowntree，后者为雀巢带来了最为著名的产品之一——奇巧巧克力（Kitkat）；2001年，以103亿美元兼并了美国著名的宠物食品公司普瑞纳(Purina)，雀巢一跃成为全球第二大宠物食品制造商；2003年雀巢收购的Henniez是瑞士传统的矿泉水生产商，成为合作伙伴的Pierre Marcolini是世界上最贵的巧克力制造商；在中国收购的银鹭、徐福记等品牌也是蛋白饮料和糖果领域的市场领跑者。

为什么雀巢的并购都会瞄向行业的尖端品牌呢？其背后的用意不可谓不深。

首先，收购行业内或当地非常知名且有潜力的公司，可以巩固雀巢固有的产品优势及地位，并带来新的衍生品，实现“强强联合”，提高知名度和市场占有率。2002年和2003年，雀巢分别购买了合作伙伴



HaagenDazs公司，还有德国的Schoellers公司以及美国第三大冰淇淋公司—Dreyers（德雷尔）公司。继“雀巢”出资并购“德雷尔”之后，在美国已经拥有“哈根达斯”、“德雷尔”旗下的“德里梅利”、“戈蒂瓦”和“星巴克”等高档冰淇淋品牌，迅速改变了美国高档冰淇淋“雀巢”、“德雷尔”、“联合利华”三分天下的局面，形成了“雀巢”与“联合利华”的分庭抗礼，雀巢的市场份额达到60%。

其次，收购成熟、知名的企业，可以延续原品牌所有的资源优势，迅速弥补雀巢跨国并购后渠道纵深不足的短板，与雀巢形成优势互补的局面。收购徐福记之前，雀巢在中国的糖果业排名远远落后于玛氏、卡夫和联合利华这三家国际巨头。收购徐福记以后，不仅可以提升在糖果业的排名，而且可以借助徐福记的销售网络向中国的二、三线市场进行延伸。徐福记也可以借助雀巢的研发创新力量来提高产品的营养价值和品质，还可以获得更雄厚的资金支持和更先进的管理经验。

最后，食品行业有明显的地域特性，即本土的消费者更适应本地的口味。本土品牌企业的现状已经充分说明该地区消费者对该产品的适应度和欢迎度。收购本土品牌企业后，基本无须进行产品调整或更改，就能快速地进入和融合当地市场，继续保持产品在本地良好的口碑和忠实的消费者。

并购要服从和服务于长线发展战略

雀巢在食品行业的每一个领域都秉持长线经营理念，立足于把细分市场做深做透，做到第一。因此，雀巢进行的每一次并购都具有承上启下的作用，再进入某一个行业后，仍然会不断收购有增长潜能的相关企业，以推动公司在该领域的进一步发展。雀巢在收购太太乐后第二年，又收购了四川豪吉60%的股权。后者当时已发展为中国第二大鸡精品牌，是西南市场的老大。自此，同时拥有太太乐、豪吉、美极三个品牌的雀巢，获得了中国鸡精市场的绝对话语权。其中，太太乐面向普通家庭消费者，渠道覆盖全国；豪吉是川味领导者，覆盖范围在国内仅限于西南市场；美极主打调味汁，主要针对五星级酒店等高端专业餐饮市场。这样就形成了一个市场互补、品牌互补的良性发展局面，保障了产业的长盛不衰。

3 并购后：整合有道

并购形式的完成，并不是一次跨国并购的结束，并购后的整合才是一次成功跨国并购的“七寸”。跨国并购后如何对产品、经营模式、人才团队、管理模式以及文化进行有效的整合，是跨国并购成功与否的关键。显然，雀巢集团深谙此道。

注重整合，实施本土化策略，防止消化不良

本土化策略是雀巢集团跨国并购后整合的精髓。组织整合上，雀巢集团一般会沿用被并购企业的组织结构，在此基础上优化对方的管理模式。雀巢还特别慎重地对待对方的管理者。安排好被并购方的管理层，尽可能地消除他们在被收购后的危机感与动荡不安，使得企业继续稳定发展。在并购银鹭的案例中，雀巢让银鹭的经营班子继续保持原来的经营管理团队，继续沿用“银鹭”品牌和银鹭农业产业化经营模式，继续聘用现有银鹭员工，以最大限度保证银鹭企业、广大员工和当地社会经济的利益。

在文化整合方面，雀巢打破了著名的“七律定律”：70%的并购未能实现当初设定和期望的战略目标，其中70%是由于文化整合不成功导致并购失败。雀巢一直奉行“创造共享价值”的价值观，坚持“永远不因短期利益而牺牲长远计划”的核心理念。由于食品与不同地域饮食和社会习惯高度相关，雀巢对不同地域企业的文化整合采取更多的整合方式是尊重，保留原企业好的企业文化，并尽可能地融入不同地域的文化和传统，与雀巢认同的价值观融为一体。

在品牌融合方面，雀巢集团在跨国并购后与其他企业将原有品牌雪藏或消灭的做法大相径庭，非但没有取消，反而将该品牌保持原有的状态，用“地区品牌战略”来管理。很多知名品牌如“美极调味料”、“丘比”以及中国的“银鹭”、“徐福记”等等，大家对这些品牌耳熟能详，却不知道是雀巢旗下的品牌。但这又怎么样呢？雀巢通过实行这种平行品牌策略，在实现部分品牌全球化的同时，仍努力维系品牌在原地的消费者对品牌的感情联系。大家了解以后，又增加了一分对雀巢包容性的敬佩。

共赢策略，谋取健康长远发展

雀巢在并购后虽尽量保持并购企业的原汁原味，但并不是其余一概不管，当起“甩手掌柜”。雀巢把更多的精力放在对企业人才团队建设、市场建设、原材料管理、财务管理上，保障企业在雀巢的大旗下实现高标准、高质量的发展，与国际接轨。雀巢选择行业内领先企业，不是为消灭对手，而是要借势本土企业的渠道优势和用户资源，快速提升市场份额，实现多方共赢。这种共赢的态度不但帮助雀巢在政府和消费者中树立了正面的外资企业形象，而且不动声色地化解了外资入主民族品牌常见的“水土不服”。

4 对中国企业的启示

明确并购目的，不能因为并购所以并购

国内很多企业集团在并购中有一个通病，要么是“行动跟着政策走”，要么是“跟风”，往往还不明白为什么并购，就开始大刀阔斧地买

这买那，很快就陷入并购泥潭，最终导致并购失败，资源浪费。

并购重组是一种战略手段，不是原因，也不是目的。对集团企业来说，任何一次并购的发生必然经过必要性和可行性的论证，每一次并购都有明确的目的和意义，“有的放矢”是“命中靶心”的前提。从真正意义上讲，“市场”是并购的指挥棒。它服务于企业的发展战略，决定于企业的战略导向，根本上是一种战略举措。如果说“并购”是“头”，“战略”就是“脖子”。“脖子”向哪个方向转，“头”才会向哪个方向偏。无论是国内并购还是去海外，中国企业应紧紧围绕企业的发展战略，擦亮眼睛，明确是否有必要并购，到底为什么而并购。

用国际化的眼光引导并购举措

跨国并购是中国企业做强做大、走向世界的重要途径，但是要真正成为世界级、全球化企业必须有国际化的眼光，用国际化的眼光引导合理的并购举措。

第一，要明确国际化的战略。雀巢公司在发展阶段制定了全球化的发展战略和目标，明确了清晰的产品定位和发展方向，全面发展食品行业。于是，经过阶段性的并购发展，产业布局遍布全球多数国家，完成了国际化的市场布局。第二，将多元化发展控制在合理的框架内，并购可以疯狂但绝不能盲目。雀巢虽然一路并购，但它的产品范围均在可控的多元化范围内，同时更多的基于产品互补或强强联合的战略意图。第三，企业战略和文化都应该国际化，要秉持“包容”的价值观。雀巢的销售额98%来自国外，被称为“最国际化的企业”。它秉承着“价值共享”理念，包容多种文化共存、多种经营理念存在，终极目标是适合本地企业和消费者的习惯，是不断攀升的营业额和国际竞争力。

最大价值地利用资本，适时“放权”

很多企业并购之后，或者生怕被并购的企业产生“二心”，不好管理，或者急于整合，统一集团管理方式和程序，从人、财、物各个方面加强控制和监督。这样不但束缚了企业本来的积极性，而且容易产生并购后的不安和动荡。事实上应该学会最大价值地利用资本，不必“事必躬亲”。每家企业都会有存在的理由，适当“放权”倒可以收到“无心插柳”的效果。雀巢“本土化策略”的成功就是典型范例。

整合是重中之重

随着中国市场与世界市场的融合，会发生越来越多的跨国并购事件，但“并购的成功”不等于“成功的并购”，顺利拿下一轮轮谈判，走完一道道手续，只是一次“并购的成功”，要想达到“成功的并购”必须完成并购后的整合。多数企业的失败就是因为没有及时完成有效的整合，倒在并购后的各种冲突上。

并购后主要涉及组织整合、业务整合、文化整合、品牌整合、人力整合、财务整合等等。获得并购成功的企业，如军工巨头洛·马、食品巨头雀巢等无不注重并购后的整合。只有通过有效的整合，才能达到两家企业的融合，实现竞争力的有效提升。对大型的企业集团来说，更是如此。

• 《国企》杂志，作者为：牛海蛟 肖斐。



文|人力资源部 张梦婕

快乐采摘、微笑满园 Happy Picking, Smiling Full Of Orchards

炎炎夏日，八月的太阳热情似火。大圩新鲜葡萄的上市拉开了绿色大圩第十一届葡萄文化旅游节的序幕。京亚、夏黑、醉金香、美人指巨峰等20多种品种的盛产吸引了我们再次采摘大圩葡萄的欲望，文一家人一起走进葡萄园，体验浓浓夏日采摘风情。

炎炎夏日，八月的太阳热情似火。大圩新鲜葡萄的上市拉开了绿色大圩第十一届葡萄文化旅游节的序幕。京亚、夏黑、醉金香、美人指巨峰等20多种品种的盛产吸引了我们再次采摘大圩葡萄的欲望，文一家人一起走进葡萄园，体验浓浓夏日采摘风情。

大圩葡萄园——秋后夏日一道亮丽的风景线，笔直的田垄，绿色的植物生机勃勃地生长着。看到诱人的葡萄，我们不顾自己还穿着高跟鞋就投入到了采摘行列。悠闲的提着小篮，亦步亦趋的探寻着又红又紫的果子，好似探宝一样。藤上悬挂着高低的被白色纸袋包的严实葡萄，透过纸袋的底部小口，红透了的果子就象紫色的宝石一样喜人，没成熟的绿色的果也如翠玉般晶莹剔透，串串饱满，让人心旷神怡！摘下尝一尝真甜、真棒，让人回味无穷！发现目标以后，轻轻用剪刀剪下又大又饱满的一串巨峰葡萄，满目的红艳，满心的欢喜……

采摘葡萄不仅可以欣赏田园风光，又有采摘的乐趣，自然会趋之若鹜。所以每年大圩的采摘季节，葡萄园里总是挤满了享受采摘之趣的文一家人。繁忙工作、生活之余，呼吸一下新鲜的空气，放松一下心情，体会田野乡间的淳朴风情。品尝自己亲手采摘的葡萄，熟了，渴了，吃串葡萄，快乐之声笑满园。

大圩葡萄已经成为文一家人的开心果。在这里——让我们感受到了文一企业浓厚的企业文化。在这里——让我们展现了文一企业的凝聚力、向心力；在这里——让我们拉近了文一家人彼此间的距离。共同体验、共同创造文一美好的明天！



游云南之美景 聚企业之精神



文|客服中心 杨晓凤

Enjoy The Beauty Of Yunnan, Unite The Spirit Of Enterprise

在果实累累的金秋八月，文一企业组织了第四批员工赴云南旅游。我们从合肥上空穿过朵朵白云，游过浩瀚的天空，飞翔至美丽的艳遇之都丽江。

在果实累累的金秋八月，文一企业组织了第四批员工赴云南旅游。我们从合肥上空穿过朵朵白云，游过浩瀚的天空，飞翔至美丽的艳遇之都丽江。

在那里，有蜿蜒崎岖的十八弯，有惊涛澎湃的虎跳峡；有梦幻仙境的香格里拉，有云雾缭绕的梅里雪山；有清澈碧绿的泸沽湖畔，有一望无际的大草原；有众多聚居的少数民族，有神秘风趣的民族风情.....

在那里，我们不仅观赏令人陶醉的大自然美景，还在藏民家访，品味清香的酥油茶，畅饮甘甜的青稞酒；唱着香巴拉，跳着巴扎黑。欢声笑语，异乡的民族风情让我们倍感兄弟姐妹是一家.....

在到达丽江的第二天，队员欢欢发烧了，这下急坏了领队梁叶主管，在问明欢欢不适后，找来药和热水给她服用。一路不停地关切问：怎么样？怎么样？到达目的地，一边安排同志们住宿，一边安排组长魏剑带欢欢到医院看医生，直至欢欢康复，他才安下心来，他一路走一路念道：一个不能少！

丽江古城的夜晚是那么令人陶醉，酒吧、茶舍、商家的霓虹灯分外妖娆。就在我们对此情景应接不暇时，不知是谁接了一个电话：“有队员走失”。这下在场的所有人都惊呆了，因为都知道走失的队员，她这次来没有带手机，无法与她联系。天黑、人多、商家多、道路蜿蜒曲折。怎么办？时间、空气、在场的人们都凝固了。周文胜总经理发出指令：发短信至各个组长，要求通知到每个组员紧急查找！看到同事们有的紧锁眉头，有的甚至流下了焦急眼泪。此情此景，我深深的感受到一个大家庭的兄弟姐妹情。十分钟、二十分钟...就在我们不停的询问时，桂花的一声：“找到了！”让在场的所有人悬着的心放下了。

古城是不夜的，我们也是不眠的。因为第二天到香格里拉，也是对我们的挑战。28号迪庆的5.1级地震，离我们去的

香格里拉有大约40公里。为了确保安全，周总召开紧急会议商讨分析，通过旅行社了解目的地的天气、地形等现状，调查同事们的意愿及身体状况，综合分析多方面情况，最终会议一致决定向目的地出发！并制定了应急预案，部署了行程注意事项，准备充足的水和饮食。我们接受了毅力和风险的考验，人定胜天，全体队员欣赏到了梦幻仙境的香格里拉。

在这次旅途，我们有喜有泪，有惊有险；这不仅让我们欣赏的是山川美景，更是对我们团队的考验。我们互相关心、帮扶、协助；不抛弃、不放弃；体现文一全体成员的向心力、凝聚力；个人的力量仅是草尖的露珠，集体的力量才是金沙江的流水！

文一企业的同仁们，让我们携起手来，共创我们辉煌的明天！



纸上谈计划

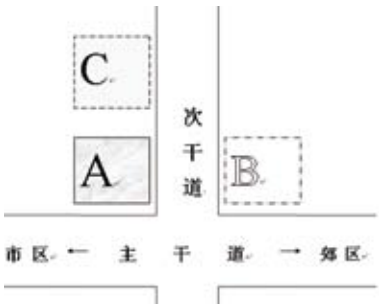
Talk About The Real Estate Project Plan



文I总工室 万光耀

房地产项目因其产业链条长、环节多、资金占用量大、周期长、区域和政策敏感等特点，决定了房地产项目的管理的复杂性和特定性，在计划方面，不能简单复制。以下通过一个假想的拟建项目来浅谈房地产项目计划方面的个人理解。

房地产项目因其产业链条长、环节多、资金占用量大、周期长、区域和政策敏感等特点，决定了房地产项目的管理的复杂性和特定性，在计划方面，不能简单复制。以下通过一个假想的拟建项目来浅谈房地产项目计划方面的个人理解。



拟建住宅项目A

虚拟竞争楼盘B

现实竞争楼盘C

- A: 自己即将拟建的占地120亩楼盘，位于主、次干道交汇处，占据地级市开发区黄金纬线，区位优势较明显，综合交通便利，配套一般。容积率2.8，建筑密度22%，3月份得地。
- B: 十大房企之一的XX郡，控规和现场条件基本与A同。
- C: 中型房企的XX园，控规和现场条件优于A，容积率1.8，住宅28万方，配套小商业1.3万方，已始建。

1、拟建A盘产品定位分析:

如果B是万科的楼盘，A还是走差别化吧，因为即使把A盘建设的和B盘一模一样，但不同的冠名，潜在客户对其的信任度和满意度已经不同，若同样的销售价格，A必然受控垫底。好在万科的产品通常针对的是接受教育较多的、接触外界信息较多的、收入较高的、思想开放有较高追求的人群，锁定在公务员、私营企业主、白领，此处无风景文化资源，且在连三级城市都算不上的地级市开发区内，无可行性，万科的B盘是虚

拟不存在的。

该地级市区域内官方公布的2011年和2012年住宅销售情况如下:



2011



2012



2012

结合市场行情，预估2013年下半年金九银十规律还会起明显作用。从开发商自身而言，面临年底资金压力，多会在九、十月份大幅推盘，量大而价优，各种促销手段和折扣都是吸

引购房者置业的最佳时机，而且银行放房贷前的审核时间要1-2个月，10月份以后的成交量很难保证年内能完成银行放房贷审批手续，年关的资金峰值压力山大；从当地购房者角度而言，农忙后已有农产品收入进账，外出务工青壮年在农历大的节日（端午、中秋及春节前后）取得部分工资返乡参加农忙并购置婚房情况较多，所以该市在2012年销售表里反映出3月和10月销量很大，也是地域潜在客户消费特点。A盘锁定的客户群体宜定为在刚需、88 89两房、三房户型，90-120做适当补充，外来务工青年在本地扎根和学区伴读、投资等潜在客户极少，不考虑小公寓。

2、周边竞争性楼盘:

有控规优势的C盘已开工，4月份已经开盘，首批交房时间为2014年底。C产品有联体别墅、多层、高层，类型丰富，已在建，经过2013春节前后长期的蓄水，4-5月份陆续推出沿次干道边两栋22层的高层（主户型88m2）进入正式预售。目的在于：第一展示楼盘红火的建设气息，让挺拔的楼栋成为免费的高炮广告牌，第二因为高层比多层能在短期能提供成倍的房源，第三潜在客户对高层还存在一定抗性的，先扩大高层宣传和试盘，同时也容易实施“低开高走”的销售价格策略，第四可能就是考虑到该组团的整体交付周期尽量压缩而采取先高后低方式，第五可能已经准备好下一步推出丰富产品来挤兑后进驻的房企。C确实是A的强劲竞争对手之一。

3、A盘的产品:

容积率决定了A盘产品是小高层、高层、配套小商业组合，可售面积20万。实现楼盘效益最大化也就是实现产品价值最大化，现在开始确定比例。为简便计算，楼栋方面假设：11层的共x平方，18层共y平方，27层共z平方，两层小商业（非底商）s平方，又关于商业占比规划要求或地域分析不宜超过6%，根据A盘开发公司的较强资金实力，不需要商业立即变现（商业去化慢），所以从发展眼光看，商业可以做足。另容积率和建筑密度也必须做足，假设从单方成本和售价归纳出11层、18层、27层分别每方能挣a（700,800），b（600,700），c（500,600）元，所以有:

商业面积: s=20*104*6%=1.2万方

住宅面积: x+y+z=20-1.2=18.8万方

占地面积: (x/11) + (y/18) + (z/27) =120*667*22%-(12000/2)=1.16万方

综合考虑到自身和周边日照、场地条件、排布等各种因素对abc取值的影响程度，求 (ax+by+cz) 最大时的x、y、z的值。答案可能一个或多个，从中选择一个符合房企发展战略的方案做重点细化。

注：a=11层的小高层销售单方均价(土地成本+前期费用+管理成本+建安成本+财务成本+小市政配套成本等/可售面积)

4、组团开发时序:

因B盘先进驻并已销售，有一定优势诸如客户关注度，但也有劣势，B已展现出的一切都成了A的参照物。A在市调过程中可充分掌握B的户型、配比、配套、规模档次、客户反馈等信息，可在A盘的设计环节做扬长避短、整体超越，甚至在销售说辞上已能做到更胜一筹。开发时序上小举一例，B如果卖高层时则A推出中高层，B卖中高层时则A推出小高层，B卖小高层和多层的时候，此时市场对高层的抗性已经降低，A推出的高层时的环境比B当时好很多，而且A可拿出当时设计上的种种超越表现形式作为卖点促进销售，即使第三回合稍逊一筹，也可发挥出田忌赛马的总体效果。

若要抢在金九银十的售房签约高峰期完成年度销售任务，并保年内回款缓解资金压力，则首批组团实体销售节点进度应在8-9月份陆续达到，倒排出7-8月份应破土动工，如有挖孔桩或地下室或有主体结构超过1/3方可预售的房管部门要求，则6-7月份应正式开工，立项、环评、设计、报建、审图等等前期工作和首批开工许可批文、证件应在5-6月份基本完成。另考虑到开盘前2-3个月的推广宣传和蓄水时间，售楼部、样板房、示范区等支持性实体应在6-7月份投入使用.....

5、抢进度的效益测算:

房地产商越来越被重视开发速度，抢进度也成项目管理的重要方面，如何抢的有效果出效益，就必须测算。我想到两个小方法，此处介绍一个简单的：全单位利润分摊法。假如全单位年利润8亿，四个盘子全年共销售100栋，则（8亿/100）/365，得每栋楼每天对效益的贡献度为2.2万元，机会成本也就是2.2万，对于单栋楼的关键线路工作来说，抢一天的代价在2.2万元以下都是可行的（前提是不产生自由时差并且带来的不利影响可忽略，但现实中的抢工产生的影响较复杂）；对一个组团（若共10栋）的前期任何关键线路工作来说，每提前一天的价值或者效益就是22万。

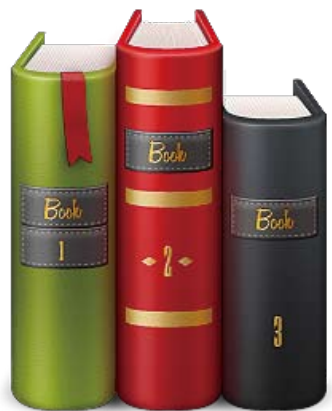
举例说明，为省一个建造师4万的年费用，而多花一天时间去办理放权手续，造成报建办证进度滞后一天，有点得不偿失了。另外，上班路远早上坐公交车的人都了解，如果7:10出门则7:55刚好能到单位，如果迟10分钟出门则8:20也不一定要到。这个规律同样适用于环节多、链条长的房地产行业，前置关键工作如果滞后1天，对后续工作的影响往往大于1天。总之在现实工作中，赶工本身就会增加投入，且容易带来较多负面的不利的影响，进度滞后则会带来更多、更复杂、更大的影响，计划的作用不容小觑。

结束语: 计划安排妥当否都在“计”上，没有较详细的计量和测算，计划就制定的粗糙，实施的时候问题也较多，但为了速度，计划必须要上，而且要尽量做到实际、细致。博志成的五月份《房地产行业动态周报》第三期提到“近30家房企年内海外融资800亿，意在扩张”，新一轮的房地产投融资高速发展期已蓄势待发。



书店和书

文 | 文一地产集团综合事务部 熊晓明



小时候喜欢读书，从书本里感知繁华世界和冷暖人间，生动的插图，简单的文字，足以让我手不释卷。而今回想，那些读书的日子也算是人生当中最自由最专注的时光了。所以，每当我在书店看见那些手捧书刊席地而坐的小孩子，都会不由自主的向他们投去艳羡的目光，不是羡慕他们读的书装帧的更精致，而是羡慕他们这个年纪正是读书的好时光，不为考试，不为分数，单纯的只为成长积累知识和见识。

我常爱去一家书店，一家由地下停车场改建的书店，书店的书不便宜，也鲜有折扣。在B2C这股大浪的席卷下，每天来光临书店的顾客不是那么多，却也从未间断过，当中很多都是老顾客。店里的装修朴实利落，简单大气的台灯点缀其间，恰到好处，书籍摆放的错落有致，你能看到时下最热门的小说，也能发现那些作家中的怪咖们所写的冷门书。舒适的椅子，厚重的桌子，微笑着却又一直轻声细语的店员，周遭的一切仿佛都是为了让你安心读书而存在的。我暗自庆幸，在这个浮躁的年代里，还有这样一处地方可以让我不忘安静，常思常想。

书店里的书种类繁多，专业使然，我比较倾向于新闻传播类的书籍，顺带着对媒体从业者所写的作品也饶有兴致。曾经拜读白岩松的《幸福了吗》，读罢此书，我更加的认同白岩松是一个有思想和善于思考的人，所以他的文字透露着思想的深度，可是我更期待的是他用犀利的话语来直指社会阴暗面，让人体会到针砭时弊的酣畅淋漓。

作为媒体人，作为舆论方向的潜在引导者，白岩松的话语体现着他自身的逻辑思维、认识问题的角度以及思考的过程，而对于被白岩松影响的受众们，无论是他的书还是他的节目，他所陈述的观点都在潜移默化的影响着别人。恰恰是这种影响，会减少不同声音的出现。整本书下来，我觉得自己之前太过于神话他，我以为他是我心目中理想、完美的新闻人——有担当，讲人性，说实话。然而作为全国知名的主持人，无论是被动或者主动，他都已经处在名利场中，作为这种环境下的既得利益者，他的收获源于自己的付出，同样也离不开无数支持他的受众。我理想中的他应该是“铁肩担道义，辣手著文章”，在自己的岗位上奉献着，像英雄一般来保护普通受众的合法利益。可我猛的又想起，这世间没有完美的人，职业是神圣的，并不能因为职业的特殊而去苛求他做到至善至真、将不美好变得美好。

每次去那家书店看书，我仿佛都能看到每本书的背后闪烁着智慧和人性的光芒。对于那些坐在地上，双手捧书的孩子们来说，互联网时代里，墨香和铅字构成的世界远比虚拟世界来的真切。在他们成长的日子，如果有那么一段时光是属于读书的，并且是读自己喜欢且有用的书，我认为这段时光里看到的一切足以让他们受用一生。作者的思想是书的灵魂，我们既是读书又是读作者的观点，想法。能公正的看待就做到客观，做不到客观就记住书中那些好的。人，多去书店，那是一个让人内心慢慢沉静的地方。多看看书，总有一些文字会触动你，改变你。



为青春而奋斗

文 | 文一建材 方晶晶

青春有如朝阳跃出海面，瑰丽壮美，犹如春笋破土层，生机盎然；犹如鲜花迎风怒放，绚烂芬芳。青春需要我们用勇敢和智慧去谱写这壮丽的诗篇，青春需要我们用自信和勇敢去攀爬艰苦的历程，青春需要我们无私的爱心去编织幸福的赞歌，所以我们要为青春而奋斗。

为青春而奋斗要树立远大的理想抱负。理想，是人生的奋斗目标和指明灯，是催人奋进的巨大力量。若没有了追求，就像鸟儿没有了翅膀，不能在天空自由地飞翔；就像大海里漂泊的一叶孤舟，永远也靠不了岸……追求给人激情，追求给人勇气。为青春而奋斗要抓紧每一分每一秒。

时间的脚步很快，为青春而奋斗的我们要珍惜时间，让每一秒都体现它的价值。勤奋有志的人，他们深深懂得时间就是生命，从不把今天的宝贵时光白白浪费。

为青春而奋斗要学会面对挫折。“艰难困苦，玉汝于成”，人生的道路并不是一帆风顺，繁花似锦的，而是布满荆棘，险象环生的。逆境使人成长，逆境是阻挡弱者的山，也是冶炼强者的熔炉，更是砥磨人才锋芒的砾石。诚然，面对挫折我们勿要害怕，更不要彷徨失意，我们要勇敢地面对挫折，不懈努力，想出解决问题的办法，相信自己，任何挫折都不足以为惧。年轻的我们像春天一样富有生机和活力，像夏天一样热情奔放，像秋日一般深沉忧郁，又像冬天一样冷峻和沉稳。

年轻属于我们，生命的海洋如此广阔。我们的青春，是一首永远也唱不完的歌，今天的拼搏奋斗定然在人生的史册上留下历史的痕迹。在浩瀚的理想之海中，扬起我们奋斗的风帆，为青春而奋斗，为青春乘风破浪奋勇前进！





一路上有你

文 | 建工集团 陈智俊

初进文一时，有些懵懂，在人生的站台上等着一班未知的公车，并不知道下一站将要去向何方。

光阴荏苒，转眼已是一年，一路上跌跌撞撞地走过，有眼泪、有欢欣。重要的是：命运眷顾，我搭对了车。我拥有了自己的第二个家和很多亲亲的家人。

浮躁，而且不自知，挨过批、捱过嘴，却经得起回味。这种回味便如冬季里的阳光，不耀眼却无比温暖，直照心底，我可以眯起双眼，轻轻地享受。站在此时的站台回望，自己一直被大家默默地包容、关心着，如春风化雨，滋润着我的心田，这种关心，既有生活中的和煦暖意，又包括工作中的严格要求，从不喧哗，高贵而亲切。记得从前看过一个小故事：一个笨小孩在海滩上蹒跚走过，不断遇到了很多坎坷，他问：上帝在哪里，为什么我需要他的帮助的时候他却不来？天空传来温暖的声音，让他回头看看走过的路，一路留下的两行脚印，上帝说：那是在托着你走。我便是那个幸运的笨小孩，来到了这个成长中的集体，受周围浓厚工作氛围的影响，使我的工作目标变得越发清晰起来，我本只想得到一片绿叶，可是却收获了大片森林，而我亦该将自己的辛勤汗水回报给这片森林，让他更加春意盎然。在不离不弃的温暖和引导中，不断成长，自我回望，天分、动作虽笨缓些，却始终走在前进的道路上。

一路上有你——文一！我愿与你相依相随，共享沿途如画般风景，我想：那是最美好的历程……。



又到了一年的七夕，一个传统意义上的中国“情人节”，不知怎地，自己就变得文艺起来，非常想和大家分享“爱情”的故事，下面就听我徐徐向你道来。

他只是个农夫，却用最浪漫的方式倾诉对亡妻深深的爱，17年前的一个念头，一瞬间变成永恒。他与妻子珍妮是在一个生日派对上认识的。跳舞的时候，珍妮的腰带突然断了，她尴尬地立于一旁，细心的他看到后，便解下自己的领带送给她。她把领带系在腰间，并在左侧打上个漂亮的蝴蝶结，这别出心裁的“腰带”把他窈窕的身姿衬托得更加迷人。“真美”他由衷地赞叹道。她羞涩地笑了，心里有浅浅的涟漪，柔柔地荡漾开来。

她是来看望姑妈的，她的家乡离这里有几百公里，但千山万水阻隔不了他们之间的爱。1962年，他迎娶了美丽的妻子。婚后几十年，二人的柔情蜜意并未被岁月的风尘冲淡，反而如陈年的老酒，随着岁月的沉淀越来越浓。每天结束劳作后，他最爱与妻子一起坐在温暖的夕阳余晖里，静静欣赏落霞满天、倦鸟归林。然而，不幸却过早降临到他们的生活里，1995年，50岁的妻子因病去世。痛失爱妻，他悲痛欲绝。她是他全部的天空，没有了她，他的天空从此塌陷。心中有化不开的浓情，却无处话凄凉。

一天，看见一个小孩手里的心形气球，顿时，他眼前一亮，他终于想到用何种方式纪念妻子，他拿着铁锹出了门。

他心里清楚，自己只是个农夫，没有万贯家财，最大的财富就是112英亩农场。他来到那片开闢地。此时，正是春暖花开的季节，原野上草长莺飞、蜂飞蝶舞。他脱掉外套干了起来。掘土、挖坑，再从远处的树林里运来一棵棵小橡树苗，种树、浇水、施肥，接连几天，他废寝忘食地做着这些。儿子迷惑不解，只不过是种几棵树，何需如此拼了命一般？十多天

又到了一年的七夕，一个传统意义上的中国“情人节”，不知怎地，自己就变得文艺起来，非常想和大家分享“爱情”的故事，下面就听我徐徐向你道来。

我向天空说爱你



文 | 文一 戴斯大饭店 严慧娟

后，他叫上了儿子，带他来到自己植树的地方。只见一棵棵小橡树错落有致地排列在原野上，别具一格地组成一个巨大的“心”形图案，而“心”的尖端指向西南方，那是妻子的家乡。

他指着“心”的西南方，缓缓说道：“你妈妈在天堂一定会看到我种的这些树，我会替她常去看望你年迈的外公外婆，她所想的，我都懂得，而我想说的，橡树会告诉她。”

儿子的眼睛湿润了，他轻声对父亲说：“爸，以后的事，让我和你一起做。”

此后，他和儿子在“心”形外围种上黄水仙——在英国，这种花被称为“春天的使者”。他像呵护自己的身体一般呵护着这些橡树。如今，6000棵橡树已长成大成林，日夜温柔地包围着那颗“心”。春天来临时，黄水仙开花了，淡淡的花香晨雾般弥漫开来，恍然间，他仿佛看到娇美的妻子浅浅一笑于水仙丛中，轻盈地旋起绝美的舞姿。

白发苍苍的他告诉儿子，他想在高空中看看自己种下的“心”，儿子答应陪他去。当他坐在飞机上俯瞰到自己的杰作时，泪水顿时如决堤的洪水汹涌而下。几千米高空处，唯有在这里，他才能最近距离地靠近天堂的妻子。他仿佛看到妻子就在窗外的空中，深情凝望着自己。他用脸颊贴着机窗的玻璃，轻轻说道：“珍妮，你向下看，看到了吗？那是我为你种下的。”

那是他为日夜思念远在天堂的妻子种下的情书，情书藏于大地的怀抱，繁茂生长，永恒不变。珍妮去世后的17年间，6英亩橡树林见证了他对妻子深沉含蓄的爱。轻风徐来，橡树叶沙沙作响，6000棵橡树，6000句话语，天与地的最美音符，那是他每天对妻子说的一句话：“珍妮，我爱你！”



唐师曾： 开学致儿子的18句掏心话

Ruitai Kindergarten Flag-Raising Ceremony Tangshizeng:

文 | 摘自《文摘周刊》

1.孩子，你一定要学会做饭。这与伺候人无关。当关爱你的人都不在身边的时候，使你能善待自己，独立生存。

2.孩子，学会走路之后，要学会爬树、上房、跳墙、开车。这与身份地位无关。这样在任何时候，你都能拔腿去任何想去的地方，不求任何人，自尊地自由行走。

3.一定要会游泳。游过大江、大海。

4.孩子，你一定要上大学，正规的大学（University），接受宇宙（Universal）教育。这与学历无关。人生中需要经历这几年，无拘无束又能浸染书香。一旦走进社会，就进入了商品市场，永无安静之日。

5.孩子，足迹有多远，心就有多宽。心宽，你才会快乐。万一无力远行，就让书籍带你走。拓宽视野，借助读书和常识让思想远行。

6.如果世界上仅剩两碗水，一碗用来喝，一碗要用来洗干净你的脸和内衣裤。保持自己脸和小JJ绝对清洁。自尊与贫富无关。

7.要热爱动物。

8.天塌下来都别哭，也别抱怨，平静地承受。否则只能让爱你的人更心痛。

9.就算吃酱油拌饭，也要铺上干净的餐巾，优雅地坐着。把简陋的生活过得很讲究。风度与境遇无关。

10.去远方的时候，除了相机，记得带上纸笔。风景是相同的，看风景的心情千差万别、永不重复。徐霞客之所以是徐霞客，不是因为走的路最多。随时观察自然、社会，绝不仅是游山玩水。要接近智者，逐渐培养希腊、罗马的“壮游”习惯。

11.一定要有属于自己的空间，哪怕只有5平米。它可以让你在和爱人吵架赌气出走的时候，不至于流落街头，遇到坏人。更重要的是，在你浮躁的时候，有个地方让你静下来，给自己的心一个安放的角落。人格独立，思想自由。

12.小孩的时候要有见识，长大的时候要有经历，你才会有个精致的人生！

读别人的经验，长自己的经历。

13.无论什么时候，都要做一个善良的人。帮助那些需要帮助的人，这样上天才能恩宠你。拥有善良，会让你成为最受上天眷顾的人。这种眷顾未必是财富与权势。善有善报，所报者，爱也。

14.儒以文乱法，而侠则以武犯禁。男人要有侠肝义胆，竹林七贤的士大夫情操。路见不平，拔刀相助。在齐太史简，在晋董狐笔。搁古代叫“仗义”，关公流芳百世不是因为有钱、官大，而是挂印封金，永不背叛朋友。

15.要相信常识，质疑一切。怀疑是科学的开始。

16.要严守国家法律，宪法、联合国宪章。遵从人类已有的法律道德。

17.必须有宗教情怀。有严密逻辑推理且能用试验重复的，是科学；有严密逻辑推理但不能用试验重复的，是哲学；既无严密逻辑推理又无法用试验重复的，是神学。

18.笑容、优雅、自信，是最大的精神财富。拥有了他们，你就拥有了全部。



金刚狼2

《X战警》系列电影改编自美国惊奇漫画出品的一个英雄系列作品，在全球拥有大量的爱好者，系列电影取得了非常好的票房成绩，金刚狼罗根是这套漫画英雄家族中的一员，拥有强大的再生能力，天生有一副骨爪，后来被灌注了金属，他是第一个被单独拉出来拍成电影的成员。2009年《金刚狼》第一部在全球上映，取得了3.73亿美元的票房，影片在中国内地也有上映，上映期间曾蝉联两周冠军。休·杰克曼在国内一直有超高的知名度和人气，他的招牌肌肉更是让他获得众多死忠女粉丝。

在《X战警3》结尾，金刚狼忍痛杀死葛雷琴。《金刚狼2》以此为故事开端，痛苦的金刚狼被矢志田家族头领派来的女保镖带到日本，这位忍者组织老大曾经被金刚狼拯救过，为了报恩，他一心想让金刚狼回复成一个有血有肉的平凡人。但这趟日本之行并不顺利，金刚狼被卷入了忍者组织的继位之争，失去超级自愈能力的他得面对一场接一场的恶战。今日发布的这支全球正式版预告，除了进一步透露了这一故事主线之外，也曝光了更多的动作场面，包括与忍者火拼、在高速列车顶上悬浮激战，与女反派“毒蛇”以及“银武士”决斗等，都非常震撼眼球。“银武士”在《X战警》中也是一位变种人，拥有一把传统的武士长剑，剑本身没有特殊，但银武士可以把自己的力量通过剑来使用。他是“毒蛇”的保镖，与金刚狼即将有一场巅峰大对决。

《X战警》系列以及《金刚狼》的成功，让13年来一直饰演金刚狼的休·杰克曼登上了世界顶级巨星之列。《金刚狼》第一集在中国上映也曾获得两周冠军。如今重新回归的《金刚狼2》依旧号召力十足，以目前国内网络上对该片期待来看，该片有望掀起新一轮好莱坞大片观影热潮。



美姐

导演: 郝杰
编剧: 郝杰/葛夏
主演: 叶兰/冯四/葛夏/马云等
类型: 剧情 / 喜剧
制片: 中国大陆
语言: 汉语普通话/晋语
上映: 2013-10-18
片长: 91分钟



特殊身份

导演: 霍耀良
编剧: 霍耀良
主演: 甄子丹/安志杰/景甜等
类型: 动作
制片: 中国大陆
语言: 汉语普通话
上映: 2013-10-18
片长: 120分钟



大明劫

导演: 王竞
编剧: 谢晓东/周荣扬
主演: 冯远征/戴立忍/冯波等
类型: 剧情/古装
制片: 中国大陆
语言: 汉语普通话
上映: 2013-10-25
片长: 110分钟

高效能人士的七个习惯



作者: 史蒂芬·柯维著，
译者: 高新勇，王亦兵，葛雪蕾
出版社: 中国青年出版社
出版时间: 2010-10-1
页数: 385
包装: 平装
开本: 大32开
定价: 49元
ISBN: 9787500695356

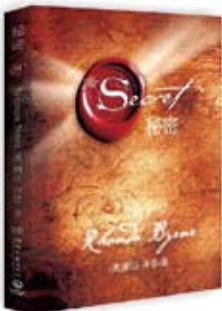
哈佛凌晨4点半

凌晨4点多的哈佛大学图书馆里，灯火通明，座无虚席……哈佛的学生餐厅，很难听到说话的声音，每个学生端着比萨可乐坐下后，往往边吃边看书或是边做笔记。很少见到哪个学生光吃不读，也很少见到哪个学生边吃边闲聊。在哈佛，餐厅不过是一个可以吃东西的图书馆，是哈佛正宗100个图书馆之外的另类图书馆。哈佛的医院，同样的宁静，同样的不管有多少在候诊的人也无人说话，无一人不在阅读或记录。医院仍是图书馆的延伸。于是，哈佛的诺贝尔奖得主有33位；哈佛产生的美国总统有7位。哈佛校园里，不见华服，不见化妆，更不见晃里晃荡，只有匆匆的脚步，坚定地写下人生的篇章。哈佛不是神话，哈佛只是一个证明，人的意志，精神，抱负，理想的证明。《哈佛凌晨4点半》从哈佛所具备的精神和气质出发，从培养青少年的品质切入，从理想志向、习惯、性格、情商等方面引导青少年从平凡走向卓越！



作者: 韦秀英 编著
出版社: 安徽人民出版社
出版时间: 2012-10-1
页数: 241
开本: 16开
印次: 1
定价: 28
包装: 平装
ISBN: 9787212053475

秘密



作者: (澳)拜恩谢明宪 译
出版社: 湖南文艺出版社
出版时间: 2013-6-1
页数: 198
开本: 大32开
定价: 29元
ISBN: 9787540461843
包装: 精装

被美国学界誉为“思想巨匠”和“最具前瞻性的管理思想家”的史蒂芬·柯维博士，他的集大成之作《高效能人士的七个习惯》已成为中国企事业单位和政府机关必备的最经典、最著名的一部培训教材；在美国乃至全世界，史蒂芬·柯维的思想和成就，与拿破仑·希尔、戴尔·卡耐基比肩。本书在每一章最后增加了一个“付诸行动”版块，精选柯维培训课程中的实践训练习题，以帮助读者加深对“七个习惯”的理解和掌握，使“七个习惯”成为属于每个人自己的行动指南，价值堪比18000元的柯维现场培训课。史蒂芬·柯维被美国《时代周刊》评为“20世纪影响美国历史进程的25位人物”之一，他是前总统克林顿倚重的顾问，《财富》杂志100强中的90%和500强中的75%的企业是他的直接受教者，AT&T、通用电子、全禄、可口可乐等大公司的高级主管都是他的学生，李开复等中国顶尖的企业家和管理者也深受其思想的启发。每年，来自全球的个人、家庭、企业、教育界及政府领导者的受教生更是高达百万人之多。



作者: (日)稻盛和夫 曹岫云译
出版社: 东方出版社
出版时间: 2012-5-1
页数: 214
开本: 大32开
定价: 27元
包装: 平装
ISBN: 9787506045025

此刻的我们处于一个“不安的时代”，极度混沌，看不清未来。理应丰富的心灵，却怎么也得不到满足。衣食无虞却少了些理解，看似自由却常感觉窒息。

这是因为许多人茫然不知生存的意义与价值，失去了人生的指南针。

身处这样的时代，最重要的是问自己一个根本的问题：“人活着到底是为了什么？”

IBM（中国）全球企业咨询部运营战略首席顾问白立新博士诚挚向您推荐本书：越接近真理，道理越简单，《活法》书系让你更接近真理。

特别提醒：《活法》系列这是一系列用来探讨自己一辈子的“活法”的书，是值得我们每个人静下心来阅读并思考的书。

本书作者稻盛和夫是日本的“经营之圣”，他创建了两家世界五百强的企业，在本书中他探讨了人的“活法”。因为如果我们不愿尝试彻底思考为人的活法，当今社会的混沌情况只会加深，未来更看不清，而社会的乱象也智慧继续扩大蔓延。本书作者正是通过自己的实践行动指导我们：如何找到生命的喜悦，享受幸福洋溢的充实人生。

十载文一 缔造名门传奇

2013年, 30亿手笔, 续写巅峰!

贺文一地产成功进驻庐阳区阜阳路版块

文一地产, 自2013年以来力压国内一线开发企业连续6次成功竞拍, 一举成为安徽本土最耀眼的房地产企业

2013年1月29日

文一国际

文一地产以345万亩, 总价5.43亿竞得肥东E1312地块, 吹响文一地产30亿布局的战略号角

2013年2月21日

文一地产以318亩, 总价2.53亿竞得FD187地块

2013年3月12日

文一·运河湾(住宅)

文一地产成功竞得六安【2013】10#地块

2013年4月27日

文一·名门首府

文一地产以3800亩, 总价9.9亿强势夺得政务区ZMQTB-041地块

2013年7月12日

文一·名门系列产品

文一地产再现实力, 最终以396万亩, 总价2.6亿摘得肥东【2013】25#地块

2013年8月8日

文一·名门系列产品

文一地产豪情不减, 以485万亩, 总价5.3亿顺利竞得庐阳区N1307地块



百亿文一 领舞安徽

2013年, 文一地产将斥巨资重点打造文一·名门系列产品, 开启尊贵级人生的专属礼遇, 缔造名门望族的不朽传奇

【蜀山南地块】

(文一·名门系列产品)

vipline 0551+6281 0999/8666

项目地址: 玉兰大道与铭传路交叉口东500米

【文一·名门首府】

vipline 0551+

6517 1111/0000

项目地址: 政务区集贤路与合欢路交叉口

【庐阳区新地块】

(文一·名门系列产品)

敬请期待

项目地址: 阜阳北路与涓阳路交叉口