

赛恩特稿

说你 说我

——写在司庆五周年之际代创刊辞

董事长 左晔

1

一个目前年销售额二、三千万元，百余人的小企业，有没有必要办一张内刊？这个动议在我心头缠绕许久，恐被人讥为附庸风雅，邯郸学步，但踌躇再三，还是决定：办。

为什么？其实很简单。人需要交流，需要沟通，只有交流了，沟通了，才能得到理解，才能达到共识，才能众志成城，才能事业成功。意义重要的很！

2

为什么取刊名为《赛恩人》，用毛泽东的话讲叫“决定一切的因素是人”，用MBA企业管理课程的理念叫“以人为本”。

正是遵循这一理念，所以取名突出人字，意在给公司同仁开辟一个园地，围绕着公司每一个人做文章。让大家事有记的地方，话有说的地方，怨有吐的地方，气有撒的地方。当然，作为公司最高管理者，肯定希望这张小报能成为公司发展业绩的备忘录、员工真知灼见的用武之地、情怀品味的表现窗口等。同时，我也欢迎看似消极的意见、牢骚，甚至怪话。

记得看过这样一则报道，讲的是西方某大公司，把老板和高级管理人员的橡皮模型，摆在一间封闭的屋子里，如果员工对谁有意见，可以进屋后对橡皮模型大打出手，以解心头之恨、之怨。打够了、骂够了，再出屋后便有一种发泄后的雨过天晴的感觉，这时人的情绪是稳定的。这一招，看似滑稽，其实聪明。与其让怨言牢骚在员工中非正常传播，影响工作，不如找个正规地方让他倒出来，据说心理医生就拼命启发病人让他讲出来。倾诉是很重要的，一吐为快嘛。更何况意见牢骚中，还有有益的东西，更能对老板对干部有制约监督作用、促进作用。所以提议大家给内刊写稿，什么都可以说，不署名也可以，不投给编辑部也可以，可直接投放在董事长信箱，这样既安全，又稳妥。

3

现在公开发行的报刊林林总总，如要算上大大小小的内部交流用报刊，可谓不计其数。如何让赛恩员工自己喜欢看，这是我们的第一目标，更长远说，应力争让知道一点赛恩的人士，比方说客户、政府主管部门的官员，方方面面的朋友都愿意看一看，那就更好，如果让一位不知赛恩何物的人士，拿这张小报看一会，觉得有读头，那真是要下点功夫了。

记得春节后，我在曼谷飞往北京的班机上，看到中国航空公司办的小报，图文并茂，非常好看，下飞机后我带回了公司，交给了企管部，因为那上面有的文章值得保留或转载，这就叫可读性强。记得去年在南京，我和新闻界的几个朋友，与万通集团的董事局主席冯仑在酒店的咖啡厅一直聊到凌晨三、四点，大家都觉得过瘾，但分手后，各忙各的，哪有那么多时间聊天？后来，万通集团定期给我寄他们公司的《万通》内刊，闲暇时我也愿意读，因为通过它可以了解万通的实际情况、运营、理论观点和实战总结，仿佛让我就跟冯仑聊天一样。有了这种感觉，就说明万通小报与其公司实际贴行很近，很直接。可读性、实效性，这就是我们追求的风格。

有人撰文说，如今企业内刊是报刊界一道亮丽的风景线，其实很有道理，因为，没有硝烟的和平年代，企业界发生的故事最多，尤其是一些知名企业，他们的经营与运作，老总们的论道与谈经，无不给我们有益的启示和借鉴。办一张内刊与己与人都有益，岂不乐哉！

4

七月十八日，对于赛恩来说是一个值得纪念的日子，因为她五周岁了。

繁忙的商务工作，似乎只有到了这个日子，才让我们想起了从前。五年前电表立项，那时的情景，我有句笑谈叫“大炼钢铁”。生产第一批表的时候，连司机、出纳都去拧螺丝。如今许多老赛恩人谈论以前的时候，总是唏嘘感慨，认为公司发展到现在的样子不容易，的确不易！但是好在我们大脑还算清醒，因为与自己比值得骄傲，如果与别人比，则应发奋。

发奋是什么？发奋是激情。赵忠祥在《岁月随想》里说，一个人重要的是激情，如果你没有激情，那你就完了。我深知这一点。企管部在五周年司庆之际，搞了一个“赛恩，我想对你说”征文活动，我非常支持，因为这是个寻找、发扬或激发激情的举措，我希望大家都参加，其实，激情是一个热最难能可贵的东西，她会使人活得“有劲”。你去想吧，有没有道理。

英文经典歌曲里有一首叫《说你、说我》，五周年司庆征文叫《赛恩，我想对你说》，这里都有一个“说”字。作为董事长我先说。一篇“说你、说我”算是创刊辞，也算作抛砖引玉，希望大家都在内刊上：SAY YOU ,SAY ME ,SAY

□ 5月10日，反映赛恩发展及员工风貌的“赛恩风采”专题片拍摄完成。

□ 5月12日至5月15日，我公司参加在天津举行的“第三届国际区域供暖暖通空调展览会”。

□ 6月22日，赛恩公司北京办事处在朝阳区竞标中取得成功。

□ 6月30日，公司的ISO9001质量保证体系认证工作已经进入了第三层次文件的编写阶段，预计在7月底将进行质量保证体系的试运行阶段。

□ 7月5日至7月12日，庆祝公司成立五周年，举行了乒乓球、麻将、拱猪、象棋、台球等比赛。

永载司史的消息

5月12日至5月15日在天津国展中心召开的“第三届国际区域供暖暖通空调展览会”上，我公司推出的IC卡预付费热计量表引起了政府官员、专家及众多客户的浓厚兴趣。王德惠副市长、市建委王家喻主任、市供热办崔志强主任在展位前，亲切询问了热计量表的详细情况，给予了充分肯定和高度评价。

艰苦奋斗 求真务实 ——庆祝公司成立五周年

7月18日是赛恩公司成立五周年纪念日。全体赛恩人满怀胜利的喜悦欢庆公司的五年华诞。五年来，艰苦执著的探索，锲而不舍的追求，倾注着赛恩创业者、决策者的全部心血，浸透着群体赛恩人的汗水和智慧，凝聚着社会各界的关爱和支持。赛恩由一个“幼儿稚童”成长为“青春少年”，靠的就是“艰苦奋斗，求真务实”的赛恩精神。

艰苦奋斗是企业兴旺发达的根本。赛恩是靠艰苦奋斗起家的，也是靠艰苦奋斗发展、壮大的。赛恩人从决策者、管理者到每一个普通员工，都有一种百折不挠、永不言败、顽强拼搏的艰苦奋斗精神，这种精神已成为赛恩人特有的气质。当年，一些红极一时的民营企业现在走下坡路甚至倒闭的教训，从反面告诉我们：艰苦奋斗这种精神不能丢，它是民营企业的看家本领。尽管赛恩已不是五年前的赛恩，但我们没有任何理由讲排场、摆阔气、图享受。即使将来有更大的发展，仍然不能忘记“奢侈之费甚于天灾”的古训。我们要时刻告诫自己：赛恩虽然取得了初步的成功，但与我们的远大的目标相比，还存在很大的差距，还需要我们付出十倍、百倍的努力。

实现赛恩的宏伟目标，不但要发扬艰苦奋斗的精神，还要有务实求真的态度。赛恩的发展顺应了市场经济的潮流，代表了一个领域的发展趋势，越来越显示出旺盛就是我们赛恩人讲求的“真”和“实”。一个企业的实力并不是看它的体形大小，而是看它的产品适应市场需求和对行业的控制程度。董事长高瞻远瞩，在产品定向、市场定位上已经赢得了先机。那些靠各种“泡沫”的方法发展起来的经济看似惊人却都是短命的，迟早会垮掉。东南亚金融危机，韩国企业的经济滑坡，国内不少企业的破产，都不同程度地存在上述因素，教训是极其深刻的。求真务实还表现在工作方法上。应该说，绝大多数同事在赛恩这些年来是勤恳踏实工作的，但也有极少数人喜欢做论空谈，偏爱花拳秀腿，做表面文章，搞形式主义。这些都是必须认真加以克服的。在公司成立五周年之际，不借机大肆张扬，而是强调求真务实，埋头苦干，目的是要求全体员工不沉醉于以往的成绩，是要找差距、快行动。

艰苦创业，奢侈丧志，务实兴企，空谈误国。我们要在不断创新中继承发扬艰苦奋斗、求真务实精神，为创造更加辉煌的赛恩事业而不懈努力。

赛恩公司发展的V型战略

董事长兼总经理 左晔

所谓“V”型战略，就是指由三要素组成的“V”字型，或者说是三角形。“V”型战略是赛恩公司在近五年的市场磨练中摸索总结出来的。区别于社会上流行的各种管理模式，或MBA课程上的成型定式。

这三个要素是：新产品开发、市场营销、人力资源和企业文化建设。

先谈新产品开发：作为一个生产型的高科技企业，产品是灵魂。我们在新产品的开发上，主要遵循以下几点：一，要有较高的科技含量；二，有较强烈的市场需求和市场潜力；三，加工环节尽可能简练，这里面包括加工设备方面避免投资过大，同时也避免劳动密集型的生产加工；四是，强调工艺的高档次，外形设计和包装上强调CI设计，在高级境界上讲，最好赋予产品一定的文化色彩和社会心理学内容；五是，遵循“T”型产品开发战略，这个概念不是我们的发明，这是海尔集团总裁张瑞敏讲的。所谓“T”型就是遵循专业化发展，海尔就是先做了七年的冰箱，然后进入空调领域，二、三年后当他把白色家电产品基本搞齐了以后，又进入黑色家电，即彩电、音响、VCD等，始终没有离开电子行业，说的再准确一些，就是家电行业。这样可以最大限度地发挥技术、设备、市场、人才等企业原有资源的优势。试想明天商场柜台上突然摆了一个海尔方便面、海尔口红、洗面奶，消费者恐怕要迟疑下才敢买。前一度，大家争论民营企业在发展中是专业化好，还是多元化好，企业老板、经济学家、新闻界高手、甚至政府官员都见仁见智、莫衷一是。其实，海尔已经做出了证明，企业发展到一定阶段，必须向多元化发展，但不是天女散花，不是十项全能，而应遵循“T”型战略，搞“近亲繁殖”。所以，赛恩公司就是要在住宅能源计量上下功夫，用最快的时间完善“水、电、企、暖”智能仪表一卡化管理，有利配合房地产的蓬勃发展。然后，沿这一领域从建筑保安、消防、综合布线、净水装置、停车场管理等等，在智能建筑、高科技住宅方面，把文章做足、企业做专、市场做大。

第二个要素是市场营销：

产品是灵魂，营销是保证，就像人的两条腿，鸟的两只翅膀，缺一不可。赛恩公司之所以能实现成倍的增长，主要得益于市场营销上下的功夫。市场营销，我们主要遵循以下几点：

1、市场定位准确，细划市场严谨。

九七年我们提出的口号是“远交近攻，农村包围城市，做好缝隙市场”，现在取得了明显的效果，对整个电卡表行业产生了不小的引导作用。

2、制定整体营销方案，避免赚眼前的小钱，解决好先要鸡，还是先要蛋的问题。在吃透市场情况的同时，整体把握市场，合理配置营销资源，不依赖一时的灵感和点子，强调整体营销方案的实施。营销与点子的根本区别是科学严谨，具有持久性。九八年执行的“C”计划营销法案是一个很好的范例。

第三个要素，我认为是最重要的，即人力资源与企业文化建设，这是做好上述两点，或者说是做好一切工作的基础，是根基。这个要素，我们强调一点，即“机制”。没有一个好的“机制”，“以人为本”的理念是空谈，紧紧围绕这一点我们要制定出一整套选人才、留人才、用人才的方法，要具有我们公司明显特色的用人方案。这个方案最显著特点就是：给人才一个内部创业的机会。

最后是企业文化。我认为组织员工开展一个卡拉OK比赛，搞个宣传栏，充其量是一种最初级的企业文化活动，企业文化的高境界应是精神上的。这是一门大学问，在经济飞速发展，观念更新，物质发达的今天，如何把企业管理和人的精神结合起来，使之产生巨大的能量，这是个大智大慧的创造性工程。我们不敢奢谈企业文化，但我们决心从初级做起，朝这个方向努力：做一个有思想的企业。

总经理强调进一步加大工作计划考核力度

总经理最近在公司中高层会议上强调，要进一步加大计划考核力度。他指出：赛恩员工对制定工作计划的观念比较淡薄，对工作计划的考核重视不够，鉴于市场竞争的外在压力和管理规范的内在要求，必须制定工作计划，必须对工作计划的实施效果进行考核。人力资源不要加强这方面的工作。为什么要制定计划，为什么要对工作计划进行考核，主要是为了用最少的人、最短的时间、最省的费用、最佳的方法，办成最好的事情，用尽可能少的投入取得尽可能好的效益，计划的核心是科学安排好、人、事、物、时，少走弯路，提高工作的效率和准确性。考核工作计划目的是检验每个部门、每个岗位的工作效果，是否达到了“人人有事做，事事有人管，件件都有最终负责人”的要求。考核的绩效要切实与分配挂钩。

创新 细化 监控 务实

——人力资源管理制度改革访谈录（一）

今年八月一日起，公司将实施新的人力资源管理方案。改革后的制度主要有哪些内容？其突出的特点是什么？新的规则如何实施？日前本报记者就大家关心的问题采访了公司人力资源部经理宋非女士。

问：新的人力资源管理制度有哪些主要内容？

答：新的人力资源管理制度与员工利益密切相关，主要包括以下三部分内容：

1、劳动合同。新的劳动合同从公司实际出发，强调细化管理和宏观调控，并增加了担保制度，加强了劳动合同对劳资双方的约束力。这里需要解释一下，所谓担保，是指在本公司工作的员工，除总经理外，均需提供至少一名担保人并办理担保手续后方可定编定岗，成为赛恩公司的正式员工。担保人必须是我国成年公民，有天津市正式户口，有正当职业和独立经济能力，就好像在银行办理牡丹卡要找人担保一样，其目的是提高风险防范意识。在竞争机制的市场经济下，防范了风险，就等于把握住胜机。因此，选一个担保人，可以是您和公司共同维系一份责任和义务，只会使您的心和公司贴得更紧。

2、激励导向式的薪资方案。公司本着对内具有公平性，对外具有竞争性的薪酬设计原则，确立了激励导向式的薪资策略与薪资发放管理办法，强调了薪资的激励功能。赛恩公司员工的薪资由四部分构成，即薪资=底薪+考勤奖+职务津贴+奖金，降低底薪，提高职务津贴和奖金在薪资总额中所占的比例。并细化了职务津贴分配等级，这就加大了薪资发放的弹性，从而在薪资的设计上纳入绩效与技能等激励性要素，使高素质、高技能的人才获得高报酬，充分体现人才的价值，发挥了薪资应有的策略性功能。

3、目标导向的绩效评估体系。新的绩效考核方案采取立体考核方式，摆脱了以往仅就态度或评估的模式，而以员工期初拟定的计划目标为准，定期评估与检察员工的工作表现，使绩效评估更为客观和量化。同时，新的绩效评估实施细则强调建立良好的绩效评估反馈体系，确保了绩效评估的可操作性和实效型。

问：认为新的人力资源管理制度有什么特点？

答：新的人力资源管理制度有以下四个方面：

1、创新。新的人力资源管理制度的特点之一突出创新。它突出了以往管理制度的繁文缛节，特别是引入了担保制，使制度本身更加严谨。

2、细化。新的人力资源管理制度的特点之二是细化管理。做到警告在先，实现自治，使人人有事做，时时有人管，每件事都有最终责任人。

3、监控力度加大。新的人力资源管理制度加大了监控力度尤其是将奖励与处罚条例表格化、使管理人员的工作更顺。

4、务实。新的人力资源管理制度是从公司的实际出发，具有很强的实用性和可操作性。

问：看来，新的人力资源管理制度内容详实、具有新意。那么，为什么现在出台这套制度？

答：一个组织的素质高低，在很大程度上是所聘用和保有的人员素质的一种总括反映。赛恩一直本着以人为本的宗旨，非常重视企业人力资源管理的开发和管理。随着企业规模的扩大，得到并保有高素质的员工成为可持续发展的必要。当然，没有任何一种制度是完美的，可以预测和衡量所有的事务。希望员工在制度颁行后自觉遵守，并多提建议，逐步完善和规范我们的人力资源管理制度。

赛恩公司管理人员廉洁自律承诺书

作为公司管理人员，不仅要一心扑在赛恩事业上，全力以赴做好本职工作，还要在公司精神文化建设中起模范表率作用。为求取有效监督，特向公司董事会及全体员工工作如下承诺：

一、不滥用职权。不利用权力欺上压下、打击报复；排斥异己、培植亲信；拉帮结派、营造权势；耍弄大牌、争名夺利。坚持实事求是的作风，做到相互补台不拆台，工作到位不越位。

二、不以权谋私。不以公司的名义或工作上的便利搞权钱交易，采取不正当的手段，谋取个人私利。不向下属员工、同事、关系单位、客户、供应商等授受或索要人情、吃请、钱物或礼品。

三、不损害公司利益。不参加任何与公司利益相冲突的活动。不兼任与公司业务有关或竞争机关的员工、代表、顾问等；未经公司批准，不兼任其他机构受益的服务。

四、公道正派不徇私情。不以个人好恶和偏见处理公司的人和事。不违规安插自己的亲友到公司任职。举荐人才必须经过董事会的同意，并严格履行招聘、评估、录用等手续。不袒护在公司工作的亲朋和为亲朋说情打招呼、提拔、增资或调换工种等。

五、节约开支不乱花公司款。不拿公司钱买个人人情；不假开展业务之名，行自己娱乐性消费之实；不滥用公配手机、车辆；不公物私用、公款私花。

六、模范遵守公司《员工手册》和各项规章制度。要求员工做到的，自己首先做到；要求员工不做的，自己决不做。

以上承诺，立书为证，视做个人信用、责任状及考评标准。如有违反，不论发生直接责任或连带责任，都愿接受公司规章制度和国家法律法规规定的应有处罚。如有违纪者，全体员工均可向董事长提案箱署名或不署名投诉。

海尔集团 内有文化 外有市场

青岛海尔集团总裁张瑞敏把“内有文化、外有市场”看作“海尔制胜之利器”。赢利是企业的宗旨，但知其然而不知其所以然、只知“利”而不知怎么去“赢”，这样的企业就是没文化。没文化的企业要想长久地赢下去、长久占领市场是不可能的。

1984年，张锐敏走进海尔前身的青岛电冰箱总厂时，该厂亏损已达147万元。在家电大站中，这样的竞争起点是很低的。然而，张瑞敏这位信奉孙中山“要做大事，不做大官”格言的企业家却给企业制定了一个很高的目标制高点、管理制高点、文化制高点。他到企业后不久，发生了一起76台冰箱检验不合格被退回的事故，张瑞敏含泪命令责任人当众用大锤砸毁了这些冰箱，也在员工心中砸出“质量是企业生存之本”的意识。

海尔文化的核心是“追求卓越”：卓越的产品质量、卓越的服务、卓越的企业形象，而这一切都必须通过卓越的管理来完成。张瑞敏认为，抓管理不像“搞运动”那样，热衷与这个“月”那个“日”，搞的时候是“一阵风”，轰轰烈烈，但很快就恢复到原点，冷冷清清。管理的关键是充分到位。为此，海尔形成了独特的OEC管理模式，也就是全方位地对每天、每人、每事进行清理，迅速反应，马上行动，做到“日日清、日日高”。所谓“日日清”，就是上至总裁下至清洁工，对每天甚至每小时的工作目标、绩效、出现的问题、原因和责任都要清楚无误，当日事必须当日毕。所谓“日日高”，就是从下到上，不断自我超越，自我提高。在海尔，就连一个走道里的电源开关都有责任人、检查人。在“车间日清栏”里，将每天的质量、劳动纪律、工艺、文明生产、设备物耗都进行公布，其中“质量”状况两小时公布一次。

在某种意义上，企业管理的过程是非常枯燥的，张瑞敏常说，“在一个管理优秀的企业里是没有任何激动人心的故事发生的”，必须有“十年磨一剑”的平常心。

在海尔，每一个口号的背后都是制度化的实践，是每天都在发生的行动，是员工发自内心的贯彻。比如“用户永远是对的”，生产车间牢记“下道工序是用户”，科研开发“以用户为师”，售后服务“解除用户的烦恼为零”，“先卖信誉，再卖产品”，真正把文化落实为行动中的自觉。又比如海尔的用人机制，张瑞敏提出海尔用人的原则是“赛马”而非“相马”，“作为一个企业的领导者，你的任务不是去发现人才，今天看看培养一下张三，明天考虑一下培养李四，你的职责应该是建立一个可以出人才的机制，这种机制比领导具有敏锐的发掘能力更重要”。海尔选拔人才的透明度极高，选用标准和程度都贴在食堂里，而且在用人过程中贯彻“在位要受控、升迁靠竞争、届满要轮岗”的原则。

正是由于一整套海尔文化的确立，当海尔近年来踏上资本经营之路、先后兼并了15家外部企业之时，海尔总是先将自己的“文化基因”植入被兼并企业，无一不取得成功。滑坡严重的青岛红星电器公司被划入海尔集团后不足两年，便成为中国洗衣机行业的骄子；海尔控股顺德爱德洗衣机厂后不足三个月，就形成批量生产、重新挂牌。也正是出于对海尔文化和海尔品牌的自信，张瑞敏敢于踏入彩电领域，他说：“企业规模大不一定代表竞争力强，大和强是两个概念，只有拥有一流的管理、一流的市场、一流的质量才是真正的强和大。问题不在于企业需不需要搞多元化。我们的原则是进入一个新的行业，做到一定规模之后，一定要做这个企业的‘前三名’。”

日本松下公司的管理人员参观海尔后，到海尔大嫂面馆吃工作午餐。这一连锁型的面馆目前在青岛已开了9间。日本客人捧起一碗品尝后，说了这样一席话：“这面是用心做出来的，一吃就知道。日本的快餐只快不好吃，大嫂子面又快又好吃。”当日本人得知大嫂面馆开业之初，嫂子们为做好一碗面，都拿自家的东西在家做好了带来让客人品尝提意见时，感动地说：“松下公司就提倡这种每个人都关心自己的工作、千方百计想办法把他做好的精神。海尔已经做到了，怎能不发展？”

“文化不变原地转，文化一变天地宽。”从1984年到1997年，13个年头，一个亏损147万元的企业发展成销售额达108亿元的大型军团。面对这样一个连一碗面都用心去做的企业，松下人感慨地说“在海尔这样的好企业谈文化，我感到紧张和缺乏信心……”

民企管理三要素

我觉得作为一个民营企业家，对于民营企业的外部环境问题要去呼吁，去改进，但更为重要的是，要发展成为一个大企业，就必须认真研究企业发展的规律和周边的环境情况，要有一个系统的分析。我们听到不少企业家谈其成功与失败，我感到，他们谈的在某一点上很深入，但不系统、不全面，注意了某一点，而没有注意其它。

我们感到，要想做一个长期发展的企业，必须在管理上有更深透的了解。我们制定了一个管理三要素。第一，是建班子。要把企业做大，即使家族企业也要有班子。班子怎么建，第一把手、第二把手怎么选等等，这一套东西应该形成科学化的分析。第二条是定战略。公司总体的指导思想是什么？联想想作一个长期有规模的高科技企业，在这个指导思想之下有目标，有了目标还要有实现目标的战略路线，再把目标分解、实施，进行检查，各个部门都有这一套东西。第三条是带队伍。这包括了企业的组织架构、激励方式、规章制度、企业文化等。我们在过去公司小的时候是“大船结构”，要把权力都集中到上面，而公司发展到了以后，在财力监控成熟了，企业文化形成了，成熟的领军人物出现了的时候，我们就要实行“舰队模式”，比如下面设事业部，由年轻人掌帅印。各个企业的情况虽然不同，但一定要有自己的管理理念，不然做不大，做大了也会散，我们对这个问题特别重视。

我觉得中国经济发展是个有希望的，原因有两点，一是中国有共产党的有力领导，现在政府务实、团结有力量，这点相当重要。第二点是民营企业家的出现和中国老百姓的潜力之大。关于民营企业的发展，我想今后这几年会不停地往好的方面走。中国劳动力便宜，潜力也是非常之大，今后经济会大幅度往前发展。我们要把自身规律研究透，这样才能发展得更好。（作者系联想集团总裁。标题编者另加。）

谁能抗拒赞美

美国著名的柯达公司创始人伊斯曼成为美国巨富后，不忘社会公益事业，捐赠巨款建造音乐堂、纪念馆和剧院。为承接这些建筑物内的座椅，许多制造商展开了激烈的竞争。

但是，找他谈生意的商人无不乘兴而来，败兴而归，毫无所获。

正是在这样的情况下，优美座位公司的经理亚当森来会见他，希望能够得到这笔生意。

秘书在引见前就对亚当森说：“我知道您急于想得到这批订货，但如果您占用了伊斯曼先生5分钟以上的时间，您就完了。”

亚当森笑着点头称是。

办公室里伊斯曼正埋头于桌上的一堆文件，亚当森于是静静地站在那仔细地打量起这间办公室。

过了一会儿，伊斯曼抬头发现了亚当森，便问：“先生有何见教？”

简单的介绍后，亚当森没有谈生意，而是说：“伊斯曼先生，我仔细地观察了您的这间办公室。我本人长期从事市内的装修，但从来没见过这么精致的办公室。”

伊斯曼回答说：“您提醒了我，这间办公室是我亲自设计的，我喜欢极了。但后来忙，都没机会仔细欣赏一下这件房间。”

亚当森用手在木板上一擦，说：“这是英国橡木，是不是？”

“是的，”伊斯曼高兴地站起身来回答说，“那是从英国进口的橡木，是我的一位专门研究室内细木的朋友专程去英国为我定的货。”

伊斯曼心情好极了，带着亚当森仔细地参观起办公室来了。

他把办公室所有的装饰向亚当森介绍，又详细介绍了他设计的经过。此时，亚当森笑着聆听，饶有兴致。亚当森看到伊斯曼谈兴正浓，便好奇的问起他的经历。伊斯曼便向他讲述了自己苦难的青少年时代，以及自己打算位社会所做的巨额的捐赠……

亚当森由衷的赞扬他的功德心。结果，亚当森和伊斯曼谈了一个小时，又一个小时，直到中午。最后，伊斯曼对亚当森说：“上次我在日本买了几张椅子，由于日晒，都脱了漆。昨天我打算自己把他们重新油好，您有兴趣看看我的表演吗？好了，到我家和我一起吃饭，再看看我的手艺。”

午饭后，伊斯曼便动手把椅子漆好，并深感自豪。

直到亚当森告别的时候，两人都未谈及生意。

最后，亚当森不但得到大批的订单，而且和伊斯曼结下了终生的友谊。

亚当森的诀窍，就是在于他了解谈判对象，巧妙的赞扬了伊斯曼的成就，是伊斯曼的自尊心得到了极大的满足，把他视为知己。这笔生意当然非亚当森莫属了。



难忘的香港之行

香港的地铁是自动售票无人管理，人们通过一个机器购票后便可通过一个约六十公分高的闸口，大家都自觉的购票进入闸口，虽然闸口很低一抬腿就可以迈过去，但我们始终没有看到一个人没有购票就通过闸口。

这一件事虽然很小，但都体现了香港人高度的自觉性、责任感和爱港精神。试想，如果，如我们公司的每一位员工都能具备这样的精神，从小事做起，能处处为公司的利益着想，具备高度的责任感和自觉性，那么我们的博大发展将指日可待。

香港是座美丽的城市，回归祖国后的香港更加美好。在香港虽然只是短暂的逗留，然而，她美丽、繁荣及港人的热情、高素质、讲卫生、有秩序……都给我们留下了非常深刻、非常美好的印象。这一难忘的旅行，使我受益非浅。

（原市场部 米宗华）

男人真累

对于女人来说，“结婚，就像下馆子，她要的是她喜欢的，而当她看到别人点的东西时，她又觉得应该选择别人选择的。”

这山望着那山高是人的共性。尤其是婚姻，总感觉自己拥有的不是最好的，别人手里的才是心中渴望的。

所以对我们男人来说，要求多多，标准高高。

作为男人，要会赚钱，这样含金量高，有稳定感；要谈吐幽默，生活才有情趣；要会在生活上体贴人，关心人，最好也能在家务活上露一手，让女孩子倍感家庭的温馨。

有情无金，女孩就会对你说，对不起，生活是实际的，爱莫能助，好一点的，就痛洒分别泪吧！

有金无情，那就吃你你宰你没商量！

男人要会的实在是太多了，否则一不小心，就被列为若干等外，沦落孤家寡人。哎，男人真累！



赛恩 我想对你说

在炎炎夏日，我们怀着同骄阳一般火热的心迎来你的生日。在此我由衷的说一句：生日快乐。

细想起来，今天应该是我与赛恩共同的生日，两年前，当庆祝你的生日的时候，我加入了你，成为了赛恩公司的一员。那时候，我刚走出校门，手中攥着几乎是零的工作经验和社​​会经历叩开了你的大门，而你欣然的接纳了我，给予我新的生命，让我惊喜之余，对你凭添了几分好感和敬意。从此，我们的命运就连在了一起。

两年来，我在工作中学到很多新知识，也积累了一些经验，而赛恩也有着很大的发展变化，记得那时赛恩只是一个有几十个人的作坊式的小公司，生产力水平还停留在手工操作阶段，产品销路也不理想，而在这短短的两年时间内就发展成为一个拥有一百多名员工，三条生产线，日产电表几百具，年销售千万元以上的中型企业，产品也从单一的 IC 卡电表发展到 IC 卡系列智能表，这些都是全体赛恩人团结努力，携手共创的。企业的效益和凝聚力成正比，而员工的利益和企业的效益也是成正比的。虽然我们来自不同的地方，虽然我们从事着不同的工作，但我们有着同样的目标和心愿，那就是希望公司能发展的更快、更好。

我相信在公司的决策者的正确领导和全体赛恩人的共同努力下，不久的将来会向世人展现一个更加强大、团结的赛恩公司，永远屹立于市场经济的潮头。

(原售后部 俞兰)



姓名：马靖

个人展望：一名称职软件工程师

籍贯：辽宁营口

人生信条：问心无愧

出生年月：1975.2.6

最喜欢的运动：羽毛球

职务：研发部工程师

最喜欢读的书：《三国演义》

专业兴趣：计算机

最喜欢的颜色：黑色

最喜欢的艺术：流行音乐

最难忘的时光：大学时代

勉自我的座右铭：三人同行，必有我师

一支动人的歌曲：《yesterday once more》

一部很好看的影视：《狮子王》