

# 西勘 空间

2019年第02期  
总第2期

# SW I&D SPACE

本期特别策划：

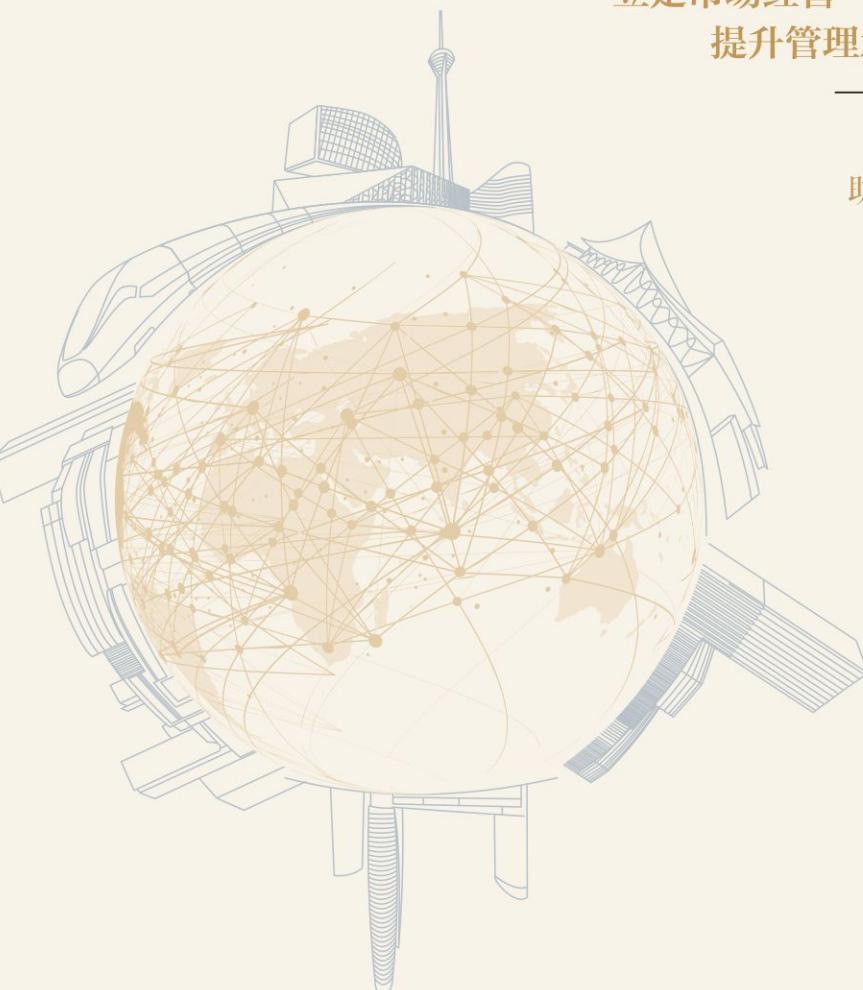
## 市场营销

立足市场经营 精准“公司化”认识  
提升管理水平 竞争行业未来

——新常态下企业健康可持续发展解析

助力新机场 启航西勘梦

——成都天府国际机场勘察项目全纪实



 中国建筑西南勘察设计研究院有限公司  
China Southwest Geotechnical Investigation & Design Institute Co.,Ltd

地址：四川省成都市成华区航天路33号  
电话：028-8288 8018  
传真：028-8288 8266  
网址：<http://swin.cscec.com>

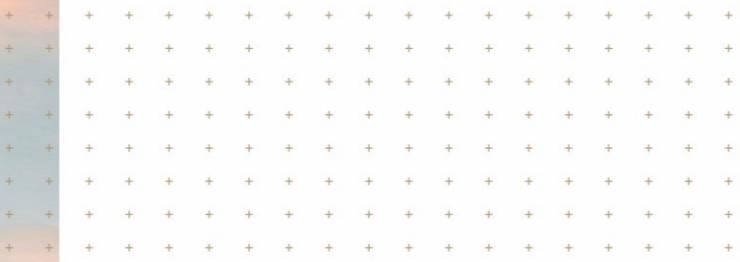


中建西勘院公众二维码

<http://swin.cscec.com>



一带一路大厦效果图



## 技术：打开市场营销天地的“金钥匙”

有这么一个耳熟能详的故事。日本著名的企业家、素有“经营之圣”、“人生之师”之称的稻盛和夫，在毕业之初进入濒临破产的松风工业公司。由于公司亏损严重，大部分同事见势不妙都纷纷辞职，只有他选择了留下，留下来做科研。后来，他研制出了新产品，并以此挽救了松风工业公司。

由此可见科学技术对松风工业公司的重要性。事实上，科学技术对任何一家企业的发展而言，其重要性不言而喻、毋庸置疑。为此在2019年的工作会上，朱文汇董事长重点提出，要落实三项迫切要求，其中之一就是：“强化技术撬动项目，用项目反哺技术的发展方式：基于技术保障的生产方式。”

我院的发展进程中不乏这样的事例。早在2002年我院参与上海迪士尼项目建设，就以优良的技术水平和服务态度赢得了迪士尼公司及美方的大加赞赏，遂为后来承接迪士尼系列工程奠定了坚实基础；作为成都第一高楼、中国西南地区第一高楼的绿地·蜀峰468项目，2013年，我院以出色的岩土施工方案摘取第一名的成绩，延续了与绿地集团的合作；同年，我院从多家单位中脱颖而出成功中标成都地标性建筑——ICON·云端项目，技术实力发挥了重要作用……

几乎所有市场营销成果的背后，都蕴含了这样一个不争的事实，那就是，技术是开展市场营销的底气和关键所在。经过60余年的发展，我院逐渐形成了智慧勘察技术、建筑地基综合勘测关键技术、深大基坑设计及优化关键技术、大直径素混凝土桩复合地基技术、山地地质灾害整治集成技术等技术优势，这些技术优势也成了我们闯建筑市场的“倚天剑”。

“现代营销学之父” 菲利普·科特勒认为，营销就是满足顾客的需求并获取利润。如果产品表现符合期望，顾客就会满意；如果产品表现超过期望，顾客就会高度满意和愉悦。这里的产品，对我们这样的企业来讲，其实就是“人无我有，人有我优”的技术。

不可否认的是，当下有部分人对营销的认识还存在误区，把营销过程中所谓的“吃饭喝酒”看得更为重要。基于此，我们很难想象，以此建立起来的合作关系将会持续多久，若无技术支撑，其作品成果又将会怎样。

就在不久前，华为创始人、CEO任正非针对中美贸易战热点问题接受媒体采访时表示，面对美国的“90天临时执照”，我们最重要的还是把自己的事做好。这一句“最重要的还是把自己的事做好”，体现了冷静睿智也道出了关键核心所在，赢得全国一片称赞。

是的，把自己的事做好，这个“事”仍然是技术。尤其是对于我们这样的企业而言，要想在激烈的市场中拔得头筹，技术永远是打开市场营销天地的“金钥匙”。

而随着营销环境的变化和来自项目中的实践，我们的技术也在不断地升级蝶变，更好地为市场营销“赋能”。实践也证明，新技术创造新的市场和机会，跟不上科技发展步伐的公司，也将失去市场机会。

“欲事立，须是心立。”无论是用技术撬动项目还是项目反哺技术，究其目的还是为了企业发展目标，为了心中的那份初心与使命：实现职工与企业共成长，实现企业健康可持续发展，成为行业的排头兵，为集团公司创建世界一流示范企业争光添彩。在通往这一初心和使命的路上，我们的技术任重而道远。

时代风云变化，市场波谲云诡，但不变的从来都是大家所认可、所需要的——实力。正如朱文汇董事长所言：“我们要有真功夫、真信誉，才能占据更多的市场份额。”

“莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行”。静下心来，做好我们自己的事，积淀强劲的技术实力，市场营销的天地才能“日出江花红胜火，春来江水绿如蓝”。

成功的背后，永远是艰辛努力。

市场营销的背后，永远是技术为要。

文 | 《西勘·空间》编辑部

# 目录 Contents

## 卷首语 PREFACE 01

技术：打开市场营销天地的“金钥匙”

## 企业要闻 NEWS 04-10



## 专题 SPECIALS 11-30

立足市场营销 精准“公司化”认识

提升管理水平 竞争行业未来

——新常态下企业健康可持续发展解析

长风破浪会有时 直挂云帆济沧海

——对中建西勘院走出海外的思考

吹响全面进军轨道交通市场的号角

——天津地铁7号线项目市场拓展工作侧记

岩土行业的低成本制造能力突破与运营精益化

浅谈市场营销『一体化』

严守底线应新规 优化布局拓融资



## 工程纪实 REPORTS 31-35

助力新机场 启航西勘梦  
——成都天府国际机场勘察项目全纪实



## 管理精英 MANAGEMENT 36-43

2019年上半年行业发展动态

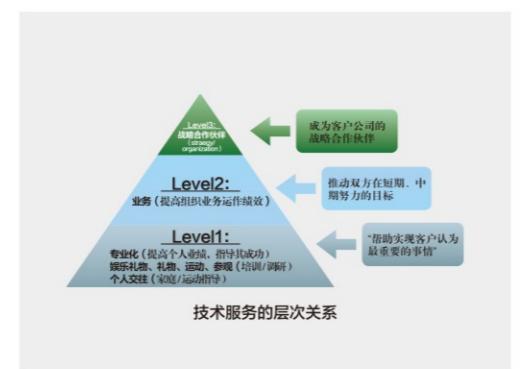
从全员营销到全面营销

不忘初心 坚守恒心

在干事创业中牢记使命 砥砺前行

## 技术论坛 TECHNOLOGY 44-48

解析新技术对营销的影响



## 先锋 VANGUARD 49-53

白驹过隙 滴水穿石  
——中建西勘院西安分公司市场营销纪实



## 悦享 ENJOY 54-57

最美的地方从来都在心底

西勘青年

书法绘画

## 有书 BOOKS 58

荐书&心得

## 茶座 CONVERSATION 59-61

“营销大家说”

内部资料 免费交流



中建西勘院公众二维码

本期特别策划：市场营销

## 2019年第02期 总第2期

编委会主任：朱文汇

编委会成员：王新 / 郑立宁 / 王亨林 / 刘宇 / 黄梦 / 谢新宇  
何志勇 / 范红接 / 莫测

总 编：牟铭

主 编：杨小陵

执行主编：刘婕

责任编辑：高鹰 / 冉莉琳 / 沈丹 / 邓萍 / 周其健 / 江小霞  
张海军 / 曾梓莘

本刊编辑电话：028-8288 8064 联系人：刘婕

投稿邮箱：46073192@qq.com

地址：四川省成都市成华区航天路33号

电话：028-8288 8018

传真：028-8288 8066

网址：http://swin.cscec.com

本刊声明

本刊所有文字图片的版权，均归本刊所有。

未经本刊书面明确许可，不得转载。

否则本刊必将追究侵权责任。

凡向本刊投稿采用，均视为作者同意授权本刊通过网络、电子杂志、结集出版等方式使用该作品，如有例外，请书面声明。本刊所付内容及其他使用报酬，不再另行支付。其中未署名图片、文字作者请与本刊联系，以奉稿酬。

期刊设计：四川瑞扬兴合文化传播有限公司

# NEWS

## 企业要闻

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD



### 我院召开“不忘初心、牢记使命”主题教育动员大会



6月14日上午，中建西勘院（地下空间公司）“不忘初心、牢记使命”主题教育动员大会在蓉召开。

中建集团“不忘初心、牢记使命”主题教育第四巡回指导组组长、中建股份助理总经理张翌到会指导。中建西勘院党委书记、董事长朱文汇就院“不忘初心、牢记使命”主题教育工作进行动员和部署。

朱文汇要求，要强化组织领导，确保主题教育务求实效；建立健全工作机构，全面落实工作责任制，党委书记为第一责任人，专职副书记负责日常工作，其他领导班子成员履行“一岗双责”。院党委成立主题教育领导小组及办公室，组建工作组，加强对工作开展的指导与日常管理；坚决防止形式主义，以好的作风开展主题教育；做好宣传舆论引导，及时把院主题教育的进展成效反映出来，做法经验总结出来，注重典型宣传，形成见贤思齐的良好风尚。

他指出，要把开展主题教育同深化巡视、巡察整改相结合，同集团创建世界一流示范企业和我院改革发展相结合，同推进“两学一做”学习教育常态化制度化相结合，同院年度中心工作相结合，同破解发展难题相结合。把主题教育成效体现到增强党性、提高能力、改进作风、推动工作上，通过扎实的可视化成果，推动中建西勘院健康可持续发展，为中国建筑创建世界一流示范企业贡献力量。

张翌对我院开展主题教育提出明确要求。他指出，要聚焦根本任务抓好落实。要把深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为做突出的主线，通过大讨论，推动广大党员干部全面系统学、深入思考学、联系实际学，加深对党的创新理论重大意义、科学体系、丰富内涵的理解，增强政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，筑牢信仰之基，补足精神之钙，把稳思想之舵。

**要把握“十二字”总要求抓好落实。**坚持教育为先和实践为要有机统一，坚持使命引领和问题导向有机统一，守初心、担使命；紧密围绕贯彻习近平总书记重要指示批示精神，围绕党中央赋予的使命任务，围绕集团党组的部署要求，围绕广大职工群众的期待，找差距、抓落实。

**要紧扣“五句话”目标抓好落实。**坚持主题教育与巡视巡察相结合，专项整治和全面整改相结合，解决思想问题和实际问题相结合，解决共性问题和个性问题相结合，着力解决制约企业转型升级、提质增效的短板弱项问题，解决领导班子和领导干部政治、思想、作风等方面的突出问题，解决职工群众反映强烈的热点难点问题。

**要坚持“四个贯穿始终”抓好落实。**把学习教育、调查研究、检视问题、整改落实贯穿始终，不划阶段、不分环节我们要把学和做结合起来，把查和改贯通起来，做到立行立改、即知即改，持续关注一时解决不了的问题，限时整改并落实整改。领导干部要走在前列、当好表率，在学习教育上做到先学、学深，深入调查研究，在检视问题上带头查摆不足、剖析根源，拿出实招、坚决彻底落实整改。

**要力戒形式主义、官僚主义抓好落实。**要坚持问题导向，坚持务求实效，把力戒形式主义、官僚主义贯穿始终，坚决避免学习浅尝辄止，坚决避免“作秀式”的学习和调研，坚决避免检视问题不仔细，以工作业务问题代替思想政治问题，坚决避免整改形式主义和落实不到位，坚决避免随意加重基层负担。

文 | 党建工作部 刘婕

▶NEXT

## 中建地下空间公司两大“核心利器”亮相全国科技活动周和世界智能大会

5月19日，以“科技强国 科普惠民”为主题的2019年全国科技活动周暨北京科技周在北京中国革命军事博物馆正式启动！5月16日-19日，在联合国教科文组织、世界工程组织联合会等支持下，国家发改委、科技部、工信部、广电总局、网信办、中科院、中国工程院、中科协与天津市政府，在天津市共同举办了第三届世界智能大会。

中建地下空间公司在综合管廊运维业务上自主研发的两大核心利器——综合管廊智能巡检机器人、综合管廊智慧运营管理平台集中亮相全国科技活动周国家科技创新成果展览和第三届世界智能大会。在世界智能大会上，中建第五季地下空间综合发展理念、综合管廊智能巡检机器人、综合管廊智慧运营管理平台，吸引众多政府官员、企业精英、市民代表关注！闭幕会前，在天津市政府相关领导的见证下，中建地下空间公司与华录集团、360等企业一起，与天津市住建委签订意向框架协议。

文 | 地下空间公司



### 我院成功举办 第八届工程勘察总工程师论坛

6月20日，由中国建筑学会工程勘察分会主办，中国建筑西南勘察设计研究院有限公司承办的第八届工程勘察总工程师论坛在成都顺利召开。来自全国各地的工程勘察企业总工程师、主任工程师等优秀技术和质量管理骨干人员参加论坛。会议旨在展示和交流近年来全国岩土工程勘察领域理论与实践方面的最新研究成果，共同研讨工程勘察领域的发展趋势及热点难点问题。

我院代理总工程师郑立宁作了主题为《地下空间创新产业方向》的报告，以我院承担的地下空间开发项目为依托，从立体地下停车库、地下综合管廊、地下物流、TOD、地下深邃等方向系统阐述了地下空间产业创新发展方向，引起场内专家热烈反响。

文 | 设计研发中心 纪智超

## 我院再次荣获“四川省2018年安全生产工作先进单位”称号

6月17日，四川省安全生产委员会办公室、四川省应急管理厅召开了全省安全生产综合监管暨清单管理工作动员部署会议，通报了2018年安全生产工作情况，我院再次荣获了“四川省2018年安全生产先进单位”。

文 | 安监部 李伟

## 院党委书记、董事长朱文汇一行赴三峡基地发展有限公司拜访交流

5月31日，院党委书记、董事长朱文汇率队拜访了三峡基地发展有限公司，与三峡基地发展有限公司董事长关柳玉等相关部门领导进行交流研讨。双方表示，将以本次交流为起点，通过加强合作、优势互补，共同推动长江流域生态环境保护工作。

文 | 市场营销中心



### 中建六局董事长张爱民一行赴我院 考察交流

6月18日，中建六局党委书记、董事长张爱明一行赴我院考察交流。

双方在人才运用、总承包管理模式、业务布局、基础设施业务、创新业务等方面展开了充分交流，表示将在传统业务、地下停车场、TOD、投资业务等方面开展深入合作，共筑美好未来。

文 | 市场营销中心

## 中建西勘院（地下空间公司） 召开2019年市场营销 暨一季度运营分析会

4月28日，中建西勘院（地下空间公司）2019年市场营销暨一季度运营分析会在蓉召开。

会议听取了2019年度一季度运营分析报告、市场营销报告。院市场营销中心、地下空间公司及院属单位共13名代表分别从海外业务、营销一体化等方面进行了经验交流。

会议期间进行了EPC培训，推介了地下空间创新业务。

院党委书记、董事长朱文在会上提出了三点要求：一是牢记营销是一项系统工作。是经过市场、业主分析，精准战略定位，结合项目终极模式EPC，做好策划工作，通过技术撬动项目及技术反哺项目的模式，来获得业主的长期认可，从而拓展市场；二是院属单位领导班子要以企业家的精神和要求进行公司管理，要高度重视商务精细化，以单项目核算为底线，项目目标责任制为抓手，严控公司运营指标；三是强体系、目标分解、抓落实，各单位、各部门要坚定目标，围绕目标真抓实干，确保全年目标的实现。

文 | 市场营销中心 邓萍

## 中信重工俞章法董事长一行赴我院会谈交流

4月27日上午，中信重型机械股份有限公司董事长俞章法一行4人赴我院进行会谈交流。院党委书记、董事长朱文汇，院副总经理荆伟，总经理助理郑立宁等参加了会议。

会上，双方就共同研发的竖井掘进装备下一步样机制造、产业合作及市场拓展等内容展开深入讨论，并表示将积极推进两家企业之间的合资公司组建、竖井掘进装备试验样机制作，同时在智能机器人、地下车库、军民融合等方面加强合作，互利共赢。

文 | 设计研发中心

## 院首届项目经理锤炼营成功举办



5月22日-24日，我院成功举办为期三天的“中建西勘院首届项目经理锤炼营”。锤炼营结合《项目经理如何快速掌握商务要点的技巧》、《如何当好项目经理》、《岩土工程一体化的理论与实践》三个课题，以项目商务管理为主线，从项目经理是什么样的岗位、该干些什么、又如何干三个方面拓展了项目经理的视角。

本次锤炼营课程结合了院现阶段项目管理体系建设的要求，以提高理论水平、明晰岗位权责、培养实战能力为目标，综合了专家授课、小组讨论、成果汇报等形式，内容丰富，安排紧凑，成果丰硕。

文 | 项目管理中心

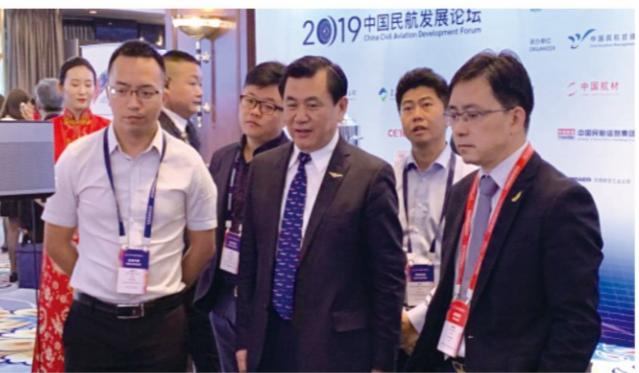
## 我院2018年度职称评审工作圆满结束



我院于4月-6月开展了2018年度职称评审工作，并于6月5日召开中高级职称评审会。评审会共21位评审委员参会，参评中级技术职务人员60人，高级技术职务人员59人。

本次专业技术职务评审，增加了笔试、课件评审、申报材料标准化评审环节，是继去年我院职称评审改革后又一创新尝试。

文 | 人力资源部



## 我院应邀参加2019中国民航发展论坛

5月16日至17日，2019年第十届中国民航发展论坛在北京举行。中建西勘院作为唯一一家实际参与机场建设的科技型参展单位应邀参加了本次论坛，论坛主题为“智慧民航——新一轮科技革命和产业变革进程中的民航高质量发展”。

我院通过设置展台、播放宣传视频、发放宣传资料及纪念品等方式，向来自13个国家和地区的400余名代表宣传了中建西勘院近年来在国家民航建设领域的业绩，以及在新时代下以“尚真有为”为品格内涵的企业文化。凭借机场建设方面的技术实力和具有技术特色的参展形式得到了现场民航业内各同仁的广泛关注与赞扬。

文 | 二公司 金星 / 陈欢

## 《西勘·空间》杂志创刊首发仪式暨成立尚真读书会活动圆满结束

4月25日，中建西勘院举办了《西勘·空间》杂志创刊首发仪式暨成立尚真读书会活动。

院党委副书记牟铭对《西勘·空间》杂志创刊首发和尚真读书会的成立表示热烈祝贺，并指出：要充分认识到企业文化建设的重要性。杂志要有“以奋斗的名义与时代同步”的观念，做到“文章合为时而著”，真正打造一本以奋斗为主题、与“尚真文化”精神相契合的刊物。要真正掌握“尚真文化”的丰富内涵，并将其运用到实际工作与生活中，围绕企业生产经营发展主题，坚持以广大干部职工为中心，充分利用好《西勘·空间》杂志这个平台，大力宣传我院，对内凝心聚力，对外打响西勘品牌，致力坚持以精品奉献企业；要发扬团队协作精神，提升责任意识，保证刊物充满源源不断的强大生命力。

活动中，大家欣赏了由院与地下空间公司青年员工代表共同拍摄的朗读视频；颁发了《西勘·空间》杂志和责任编辑聘书；与会者还就杂志创办与企业文化建设等方面的工作提出意见建议。

文 | 党建工作部 刘婕

## 院团委组织开展“青春心向党 建功新时代”五四活动



4月29日，中建西勘院团委开展了“青春心向党 建功新时代”五四青年节系列活动。

活动组织观看了由我院各支部优秀团员代表拍摄的视频，并为2018年度优秀团员、团干和团支部颁奖。活动还以“青春有我，救在身边”为主题，邀请了成都市成华区红十字会应急救护讲解师讲授心肺复苏培训与实操等相关知识，五十多名团员青年参加实践培训。

文 | 纪检监察部 李晨

## SW I&amp;D SPACE 中标快讯

近日，院市场营销中心牵头中标九寨沟全域旅游基础设施建设勘察、设计、施工总承包（EPC）项目，七公司协助投标及项目实施。

该项目是院第一次以非联合体身份独立中标的勘察、设计、施工总承包EPC项目，为院EPC市场开拓奠定基石。

项目位于九寨沟县，工程内容为九寨沟县域内旅游基础设施升级换代，包括店招、指示牌、停车场、厕所的新建及改建。项目着力提升九寨沟县旅游形象，创建九寨沟旅游标准，引领国际标准，为世界自然遗产、国家重点风景名胜区九寨沟顺利开园献礼。

文 | 市场营销中心 邓萍

5月28日，检测鉴定与加固中心中标锦江文化创意产业中心（一期）旋挖成孔灌注桩检测项目，此项目是锦江区打造的区域标志性文创项目，也是检测鉴定与加固中心中标的第二个采用“自平衡法桩基静载试验”的项目。

6月6日，深圳分公司再次中标福海街道富桥工业三区周边道路交通综合整治工程。

文 | 深圳分公司 蒋璇

六公司联合中建西南院、中铁建工集团中标成都城建投资管理集团有限责任公司“成都自然博物馆”勘察-设计-施工总承包（EPC）项目。该项目是成都市“中优战略”的核心项目之一，也是成都市重点工程。

文 | 六公司 张丹

近日，贵州分公司中标保利地产·贵阳保成企业管理有限责任公司“保利大国璟项目”二期详勘工程。保利大国璟项目建成后将为贵阳观山湖区注入新的城市活力，提升区域投资价值。

文 | 贵州分公司 吴琼

近日，重庆分公司中标重庆篆山澜岛房地产开发有限公司“华远·春风度（重庆）项目”503亩地勘和超前钻工程。项目位于重庆市江津区德感街道篆山坪公园旁，建设用地面积503亩。项目紧邻津马大道，周边有篆山坪公园、江津区中医院、江津区实验小学、江津火车站、江津区游泳馆等生活配套设施，生活交通条件便利。

文 | 重庆分公司 吴云龙

近日，中建地下空间公司上海分公司中标上海浦东土地控股（集团）有限公司“张家浜楔形绿地北界浜（北界浜-张家浜）河道整治工程”项目。该项目位于浦东新区张家浜以北，申江路以西，现状北界浜河道以南。河道总长度457m，中心线长约411m，为新开河道。主要建设内容包括河道开挖、新建护岸、景观绿化等。

文 | 地下空间公司

5月9日，二公司中标贵阳龙洞堡三期扩建工程T3航站楼桩基础施工勘察项目。该项目位于贵州省贵阳市贵阳龙洞堡国际机场内，T3航站楼南北全长522m，东西全长360m，总建筑面积为167460m<sup>2</sup>，屋面挑檐面积8143m<sup>2</sup>，主楼建筑高度为38.300m。

文 | 二公司 金星 / 杨鑫

SPECIALS  
专题

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD



立足市场经营  
精准“公司化”认识  
提升管理水平  
竞争行业未来

——新常态下企业健康可持续发展解析

引言：2014年5月，习近平总书记在考察河南的行程中，第一次提及新常态，中国经济进入新常态，从高速增长转为中高速增长，经济结构优化升级，从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。新常态下，中建西勘院正行进在转型升级征程中，走在“第三次创业改革”时期的中建西勘院如何实现健康可持续发展，笔者采访了院党委书记、董事长朱文汇，来听听他的看法。



**记者：在您看来，新常态下院面临的市场环境是什么？我们的总部部门和院属单位在围绕生产过程中面临着哪些困难？**

**朱文汇：**新常态下，我国经济正处于转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，着重提升经济发展质量和深入推进供给侧结构性改革成为当下经济发展的主题；科技引领创新驱动、规模化集中、一体化发展、绿色发展成为新形势下建筑行业发展的主要特征，政府部门对建筑行业的逐步简政放权意味着综合竞争将持续加剧。国家PPP业务的调整和固定资产投资放缓，基础建设作为经济托底，投入也有所减缓，根据对万科、恒大、碧桂园等十大地产商的调研显示，合同商务条件苛刻，垫资风险加大，形势更加严峻。

而我们的院属单位在组织生产过程中，要素资源（包括资金、技术、设备等）积累不足，因此导致了扩大再生产能能力严重缺乏；院总部作为“法人功能”的唯一平台，管控服务数十个院属单位、上千个项目，覆盖半径和精细化程度也严重不足；院属单位的干部梯队建设和项目功能延续也存在显而易见的问题。

**记者：面对困境，我们应该从哪些方面入手去改变现状？**

**朱文汇：**企业是现代经济的细胞，是市场经济活动的主要参与者。要让企业在新的经济浪潮中立于不败之地，对外，我们要做好经营工作，牢固树立“市场为先，经营为大”的理念，找到目标客户，占领市场份额；对内，结合院“1+3”健康可持续发展战略，做深做实“公司化”管理，持续管理提升，为院良好品牌不断注入新的形象。

**记者：**经过一甲子的风雨洗礼，院在勘察设计行业积累了良好品牌，但是在转型升级道路上仍然任重道远，面对市场，您认为应该如何实现高质量营销？

**朱文汇：**关于市场营销，我们要有这样清晰的认知：市场营销体现的是企业的经营思想，是企业经营者的市场攻击思路。市场攻击时要力大无穷，既来源于挑灯夜战的方案谋划，又来源于反复推敲的缜密细致，更是来源于协同合作的团结拼搏。

市场营销展现的是企业的整体实力，需要全院方方面面人员的有序参与，这种动员和部署本身不是一件小事。有时候我们会把市场营销工作、市场营销人员“狭义化”，认为市场营销就是联系客户，与之对接一下，但这就把市场营销简单化理解了。营销工作绝对不是“请客吃饭”这么简单的事，往大了说，要体现企业战略意图，要找准市场需求和行业演变趋势，使企业做该做的事，也就

是着眼未来想问题，围绕朝阳产业做事情，让生存空间越来越大。具体来说，营销工作要进行全面的市场分析、大量的客户研究和项目论证，是远有规划、近有计划，战略有逻辑、战术有想法的组合能力，同时也是以技术功底担当、项目管理保驾、企业品牌护航的系统工作。

**记者：EPC是我院的终极项目模式，围绕EPC，我们应该从哪些方面进行能力建设？**

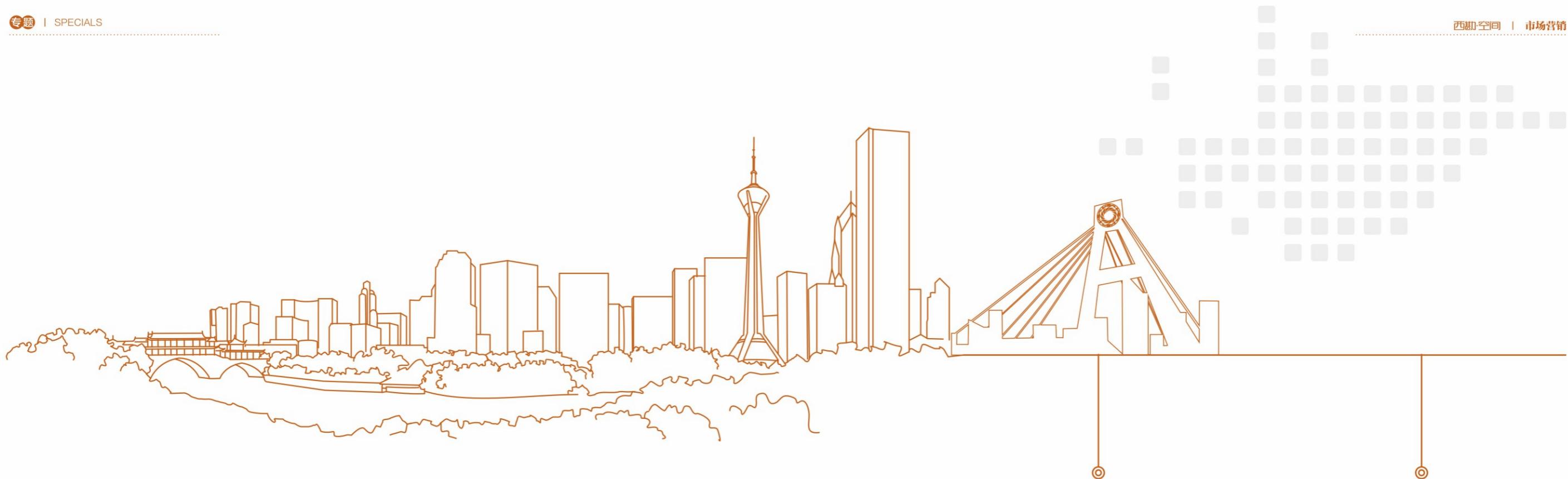
**朱文汇：**我们确定的终极商业模式是EPC总承包，就是说我们要围绕EPC项目模式来进行能力建设，去攻克市场，并在攻克过程中不断地提升企业自身能力。目前我们的能力提升主要表现在三方面：一是以设计为主业和主要能力的延伸、拓宽，包括市政设计能力、项目策划能力和方案设计能力；二是商务精细化能力，对外表现为低成本支持下的市场竞争能力，对内表现为项目目标责任制支撑下的项目盈利能力；三是总承包管理能力，主要是资源组装能力和计划管控能力。

**记者：对于技术与市场的关系，您的理解是什么？**

**朱文汇：**市场经济的特征就是竞争经济，效益经济。市场是只无形的手，用来检验企业的能力，技术作为最重要的能力因素，必须面对市场，赢得市场。在现代市场经济条件下，只有展示企业自身的“金刚钻”，才有可能揽得“瓷器活”，才能获得项目，这就是技术能力的增量贡献。技术是打开潜在市场大门的钥匙，只有我们的技术得到市场认可，才能参与市场，拥抱市场，拥有强大生命力。

技术必须服务于市场，这也是企业技术工作本身生存、发展的需要。假如一个企业失去了市场，那这个企业的技术工作也就失去了服务主体，失去了存在的意义。技术是提高市场占有率的有力保证，而市场占有率的提高又可以促进技术的发展和进步，这就形成技术撬动项目，项目反哺技术的良性循环。





当技术面对市场时，要牢牢把握市场命脉，根据市场需求，实时调整自己的技术软体，采用先进的技术工艺，培养高素质的技术人才，实现技术与市场的深度融合。

**记者：在“1+3”健康可持续发展战略引领下，院属单位开始了“公司化”进程，您认为“公司化”的真实含义及要求是什么？**

**朱文汇：**“公司化”是相对于生产部门而言的。院属单位的发展模式已不符合当前形势要求，亟待“公司化”体系建设。“公司化”即是用系统管理企业，其运作是以一套系统化、标准化、制度化、流程化的科学管理体系，让企业内决策、管理、执行相互贯通，让企业理念、行为标准化，用科学的制度体系管理企业，让管理高效而增值。

我们的公司管理者必须要有企业家精神，这是“公司化”的基本要求。管理者要能够统筹协调，掌握权益、现金余额、带息负债和两金余额四个关键指数，使企业能够扩大再生产、健康可持续发展。作为管理者，不仅要清晰地认识到公司的属性，合理配置资源，很好地适应市场环境，而且要做好组织建设和企业功能定位，做好班子建设，使人的自身发展形成梯队；要做好体系建设，使经营

有“力”，生产有“序”，技术有“能”，财务有“度”；要做好制度建设，重视企业品牌价值和团队力量；要做到统筹管理、资产积累、权益增长。完善“公司化”体系，做到技术、营销、管理的良好结合，提高企业攻克市场效率，实现公司效益的稳步发展。

**记者：企业发展，以人为本，在企业管理中，作为企业的引路人，您认为提升管理水平应从哪些方面着手？**

**朱文汇：**在企业管理中，领导是最重要的资源。因为事在人为，制度再好，也需要人去执行，企业再大，也需要领导驾驭前行，任何项目的日常工作都是不断“输入指令”的过程。领导可以将技术与经营相结合，更加准确的应用到市场中去。提升管理，就是提升领导者的自我管理，作为企业员工的带路人，领导者要从时间管理、目标管理和协同管理三个方面去提升自我，各级领导都要有“管理者，要先管理自己”的要求，形成“成为一个领导的前提是管理好自己”的思想。

在时间管理方面，作为任何一级领导，我们要时刻拷问自己，我们是否明晰自己一天的主要工作内容？有效的管理者要善于对工作日进行时间管理。我们应该清楚地认

识到自己的时间应该用到什么地方，对自己的时间做出规划，减少非生产性工作所占用的时间，分析自己的时间就是系统地分析自己的工作，我们应该做时间规划的主动者，做企业有效的管理者。

在目标管理方面，我们要扪心自问：是否经常会为完成了一件任务而如释重负？是否经常觉得自己有一件或几件大事缠身，压得喘不过气？当人产生某种需要未得到满足时，会产生不安和紧张的状态，当遇到能够满足需要的目标时，这种紧张的心理状态就会转化为动机，推动人们向目标前进。并不是有了工作才有目标，恰恰相反，因为有了目标才有了各自的工作，因此目标管理在自我管理中占有极其重要的位置，它既是出发点，也是最终归宿。从确立目标、分解目标到实现目标就是一个领导者的管理过程，各级领导者做好目标管理，更大程度地激励员工，企业才能搏击风云，开拓市场。

在协同管理方面，我们是否经常与团队成员或小组同事“密谋”工作？领导与下属之间是否了解彼此的工作信息？是否经常沟通？在复杂的经济环境下，协同管理在企业管理中占有越来越重要的地位。大到企业之间的协同合

作，可以开拓新的市场，提高生存发展的空间，小到企业内部生产、营销、管理各部门的协同合作，可以整合资源，提高效率，以取得更高的盈利能力和市场占有率。

### 后记

企业的经营管理必须以市场为导向，开拓思维，解放思想，尊重市场的优胜劣汰。新的市场环境造就新的发展形势，这就需要企业要有新的技术能力和新的管理模式，只有尊重市场，审时度势，企业才能实现长久、健康可持续的发展。

提升竞争力，着眼大市场；推动公司化，经营谱新章；机遇与挑战，责任与担当；磅礴创业路，未来更宽广。望浩瀚星空，踏万里泥泞，逐千年梦想，铸一企之光！

整理 | 邓萍/王飞龙



# 长风破浪会有时 直挂云帆济沧海

——对中建西勘院走出海外的思考

上世纪90年代，国家提出了“走出去”战略，鼓励企业跨出国门，涉猎更广阔的市场，在更市场化、更开发的经济环境中调整企业经济结构和资源优化配置，按照市场需求完善企业发展模式，以此获得更多的市场机遇。2013年底，习近平总书记访问哈萨克斯坦时首次提出共同建设丝绸之路经济带，“一带一路”构想逐渐成型。“一带一路”战略涉及65国（亚洲41国，中东欧16国，独联体7国，非洲1国），总人口约44亿，经济总量约21万亿美元，分别约占全球的63%和29%。“一带一路”倡议提出以来，沿线项目爆发式增长。2013年底，习近平总书记提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的国际倡议，核心内涵是“五通”：政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通及民心相通。截至2017年10月，“一带一路”沿线筹划、在建及竣工项目共计2934个，涵盖机械电子、建筑地产、交通运输、生态环保及冶金矿产等14大行业，其中国内项目2030个，项目金额合计约12万亿元，海外项目904个，项目金额5457亿美元（约合3.6万亿元人民币）。

国内经济经过数十年的发展，社会固定资产投资需求日渐萎缩。从国外建筑企业的发展历程来看，当国内建设市场增速趋缓时，走出海外是必然选择。当前，国内建筑企业一方面要加快对行业内的资源整合，另一方面也需要积极开拓新的海外增量建筑市场。和国内市场相比，海外建筑市场容量庞大，且大部分海外市场较为规范。然而，国内建筑设计企业独立开拓国际市场的案例尚属凤毛麟角，大部分建筑设计企业靠援外项目取得了一些海外项目经验，而真正凭借自身设计实力，在海外建筑设计市场竞争，并取得一席之地的设计企业少之又少。

近年来，中建西勘院统一思想，团结奋战，顽强拼搏，改革创新，不断加快企业转型升级，企业已经开始步入了快速发展期，实现了历史性的跨越，也呈现出健康发展的态势。为响应国家“一带一路”倡议，实现国有企业做强做优做大，在“1+3”体系制度下实现中建西勘院第三次创业改革和业务转型升级，积极开拓海外业务，加快“走出去”的步伐。“走出去”是中建集团的既定道路，在“大海外”战略的驱动下，集团公司海外业务“走出去”实力不断加强，对勘察、设计业务“走出去”的要求也不断加强，我院作为中建系统中唯一一家专注于岩土工程的二级单位，在海外业务拓展上具有独特的优势。

系统内单位在海外市场有多年打拼积累的经验、信誉和实力，在实践“走出去”战略的时候，我们应依靠中建

总公司的大旗，通过“借船出海”的形式，与兄弟单位紧密合作，形成战略联盟。同时，海外项目大多采用EPC总承包模式，因此要求建筑企业具有全面的勘察、设计、施工能力。国内走出去的大多数建筑企业拥有强大的施工能力，但在勘察、设计能力上稍有欠缺，特别在岩土工程技术方面，西勘院作为岩土工程技术全国领先的单位，为我们海外业务的发展上提供了巨大的发挥空间，利用技术优势，与国内建筑企业，特别是与兄弟单位强强联合，通过与各个工程局组成联合体，形成集团内全产业链优势。

在“借船出海”的同时，我们也应培养独立承接海外业务的能力，通过已承接的海外项目积累经验并培养海外专业人员，打造国际化团队，建设国际化的区域营销体系，从“借船出海”发展为“造船出海”，形成西勘院在海外市场的品牌影响力，增强集团公司海外业务核心竞争力，推动海外业务快速增长。

在海外市场拓展的过程中，要谨慎的进行市场前期开拓，甄选可靠的项目和含金量高的市场，将“做项目”和“做市场”有效结合，对重点市场加大投入。结合国际市场特点，我们在承接海外业务时应优先考虑具备以下条件的国家：一是国家政治稳定、总体经济实力较强，具有支付实力、并且对我国持友好政治态度的国家和地区；二是我国长期给予较大力度经济援助、优惠贷款以及签有“资源换项目”等协议的发展中国家和第三世界国家和地区；三是建筑市场具有活力和潜力、未来一段时间内国家政府有大资金投入建筑领域或基础设施领域的区域，或者是私人投资较为活跃的国家和地区；四是当地勘察、设计能力较低，国际知名勘察设计院及咨询公司进驻不多，且进入该地区市场限制条件少的国家和地区。

虽然海外市场前期投入较大、收益相对较慢，但“远着见赢”，我们需要看到海外市场的潜力，为了我院未来的发展加大对海外的经营投入，善于发现市场机会，积极的创造机会，并在“走出去”的战略发展过程中面对和解决外交、财政、技术标准、税收等一系列的问题。

发展海外业务需要我们长期坚持培育、持续努力经营，未来我们将在集团公司的领导下，在“一带一路”战略部署的中寻求突破，稳中求进，为实现中建西勘院和地下空间公司健康可持续发展和国有资产保值、增值作出贡献。

文 | 海外事业部



# 吹响全面进军轨道交通市场的号角

——天津地铁7号线项目市场拓展工作侧记

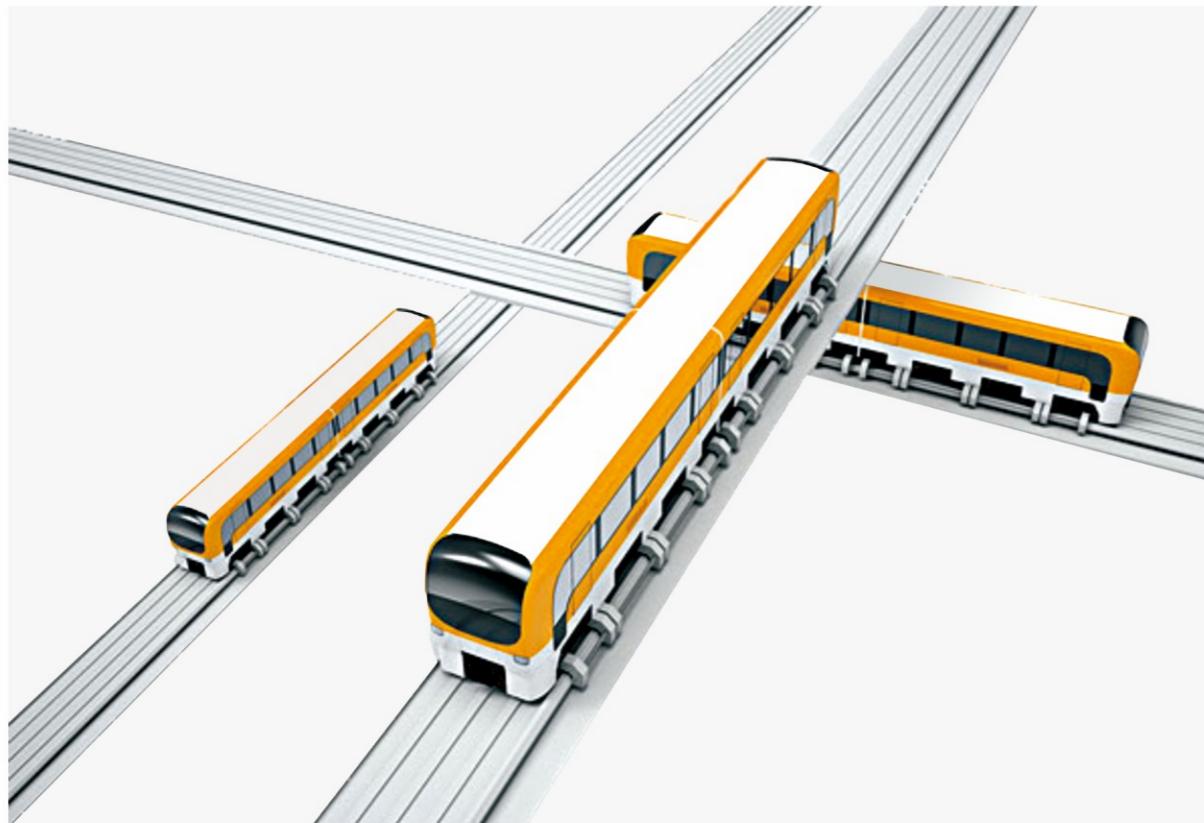
2019年5月29日，天津市住房和城乡建设委员会发布了天津地铁7号线一期工程PPP项目中标通知书，由中建地下空间有限公司与中建股份等组成的联合体中标该项目。

在此项目的营销过程中，面临了历时时间长，涉及方面广，协调难度大，投标过程参与人员多，专业要求高等难题，但公司上下勠力同心，最终打赢了这场至关重要的战役，正式吹响了进军轨道交通市场的号角。

## 聚焦主阵地 高举高打

2018年上半年，中建地下空间公司进入天津开拓市场，积极开展市场营销活动，提高了公司在津知名度和股份公司的认同，在树立品牌形象方面取得了明显成效。

一方面，在天津市密集开展高层对接活动。公司领导率京津冀营销中心先后拜访了与地铁建设、地下空间开发直接相关的单位，为其介绍公司主营业务，了解天津市地铁建设等最新情况，双方就加深合作、大力开发天津市市场达成共识。京津冀营销中心还与天津市市政建设集团、天津市城投集团等市属企业，以及和平区、河北区等相关部门进行积极对接，与此同时，公司还对天津市停车现状进行深入调研、对停车需求进行科学预测、对停车问题进行认真分析，在此基础上形成了《天津市公共停车整体解决方案与建议》，天津市委相关领导对该方案高度重视，并指示由市住建委牵头研究、推动落实。为协助天津市政府落实《关于加强滨海新区与中心城区中间地带规划管控建设绿色生态屏障的决定》，公司形成了《城市地下空间开发理念和规划建议》，并报送市政府。此举除了在全市层面树立了公司的良好形象，还发挥了重要的辐射作用。期间，红桥区政府、津投资本等市属平台公司主动与地下空间公司取得联系，寻求业务交流和项目合作。



另一方面，加强与股份公司基础部进行业务沟通。公司领导多次与股份公司基础部进行对接，介绍公司发展情况以及新理念、新产品、新技术，并就发挥各自优势、实现信息共享、共同参与有关重点建设项目等达成共识。京津冀营销中心分层级与股份公司基础部及其分支机构进行沟通交流，开展共建活动，多次在北京、天津、雄安等地进行座谈交流，沟通轨道交通、地下综合管廊、地下固废处理厂等重点项目。股份公司基础部表示高度认可地下空间公司的专业定位和发展成果，形成了支持专业公司进入地铁领域的普遍共识。在天津地铁7号线项目立项过程中，地下空间公司提前介入，主动沟通，实现了作为联合体成员参与投标工作的既定目标。

### 聚焦重点 深耕细作

理念营销。由于公司在津开展业务时间短，缺乏足够的落地项目，在营销过程中会遇到案例展示难的问题。为此，营销中心联合地下空间公司研究院采取了理念先行的方式，在深入调研的基础上，将中建第五季地下空间综合开发理念、城市静态交通一体化解决理念等与天津具体实际相结合，提出相应解决方案，得到了天津有关方面和股份公司的广泛认同。在天津地铁7号线投标过程中，这些理念在标书中得以体现，为标书质量增色不少。

借势营销。积极借助有影响力的平台渠道，开展宣传推介对接活动，提升企业形象，推动业务开展。今年5月，

由联合国教科文组织等支持，国家发改委等国家部委与天津市政府共同举办的第三届世界智能大会在天津市举办，京津冀营销中心主动作为，争取到了参会机会，并利用该平台最大力度地宣传和推介了公司的产品及理念。中建第五季地下空间综合开发理念和智能科技产品宣传片吸引了众多包括政府工作者、企业精英、市民代表在内的参观者的热情参与。与此同时，腾讯新闻也系统报道了地下空间公司专业化、智慧化、智能化的发展理念与成果，包括公司大直径竖井掘进机成套装备等创新型产品。通过参加此次活动地下空间公司还吸引到了一批优秀人才。

### 成果做支撑 水到渠成

通过一年多的深度营销，公司主营业务领域在天津取得阶段性成果，在天津各级政府部门、国有企业和中建系统内部树立了良好口碑，也为投标天津地铁7号线项目奠定了坚实基础。

今年3月开始，由中建股份公司牵头的天津地铁7号线项目投标工作组正式组建。全院上下对项目投标高度重视，在京津冀营销中心人员力量不足的情况下，西勘院上海分公司等院属单位和地下空间公司研究院、总工办、市场部、财务部、项管部等多方资源纷纷汇聚，共同支撑投标工作顺利完成，先后有20余人次在投标资信组、技术组、成本组、保障组、产业组等开展工作。

通过前期沟通推介，股份公司基础部对地下空间公司的专业能力充分认可，在标书编制过程中，特别将地铁沿线停车资源开发方案单独交由地下空间公司负责。公司研



究院和京津冀营销中心通力配合，集中开展了地铁沿线停车资源调研，在短时间内高质量完成了轨道交通与区域交通衔接和一体化发展研究，提出沿线停车资源开发利用及沿线公共停车场选址建议，得到了股份公司和各方专家的认可。产业导入板块，系统梳理总结公司在津推动城市公共停车、地下综合管廊、地下物流、天津市双城管控区域地下空间综合开发等产业发展、项目推动情况，对投资拉动、就业带动等进行预测分析，成为整个标书产业导入板块内容的亮点之一。而公司此前在天津所取得的营销工作成果，也成为产业组标书编写的重要支撑。

天津地铁7号线项目为地下空间公司进军轨道交通领域打下扎实基础，也成为开拓京津冀市场的桥头堡。作为联合体成员中标天津地铁7号线项目，充分体现了股份公司对地下空间公司专业化发展方向的大力支持，以及对地下空间公司开发建设运营能力和在天津市市场开拓工作的充分认可，为地下空间公司继续参与和独立开展相关业务增添了信心，标志了地下空间公司科技研发、项目策划、投资开发、施工建造、持有运营“五位一体”全面发展理念在地铁这一主营业务领域得以全面贯彻。

文 | 地下空间公司 薛杨

# 岩土行业的低成本制造能力突破与运营精益化

序：在中央财经领导小组第十六次会议中，习近平总书记强调，“我们要改善投资和市场环境，加快对外开放步伐，降低市场运行成本，营造稳定公平透明、可预期的营商环境，加快建设开放型经济新体制，推动我国经济持续健康发展。”

## 行业角逐白热化，成本把控当为先

近年来，随着岩土行业不断改革和发展，竞争越发激烈，岩土行业的成本控制随着经济形势的发展日益严峻。由于岩土行业门槛较低，导致大量中小企业涌入市场，加剧了行业竞争，低价中标等恶性竞争直接导致营销成本增加，同时各项经营期间的成本消耗居高不下，岩土企业的持续发展面临巨大考验。因此，通过改变管理方法、加强学习交流、研究先进可行的岩土管理方法等提高岩土行业经营绩效，已成为岩土行业改革发展的重要内容。

改革发展与经济密切相关。岩土工程的成本控制将直接影响项目乃至企业的盈亏，甚至会影响到整个企业的发展。岩土低成本制造能力是一个企业开拓业务和发展市场的保证，目的是为了提高公司的经济效益。

## 市场营销过程中的低成本把控

在市场营销工作中，客户关系管理是关键要素，良好的客户关系管理可以有效降低企业的经营风险，提高企业的经营利润。在市场营销方面，大业主是我们营销的主要方向，如绿地集团与我们共同合作了南充绿地中心项目、绿地航校项目、绿地国际花都项目和绿地东村项目等多个

具规模性的重点项目，达成了多年的项目年度合作协议，这离不开市场营销中对大客户重点维护工作。从投标到项目结算，整个过程中我们与客户进行了紧密跟踪与交流，深入了解客户需求，为客户解决问题，提高客户满意度。特别关注客户的需求上，做到了积极与客户沟通，分析客户诉求，用行动满足客户，不给客户造成浪费，为客户提供满足客户质量品质和成本要求的经济合理的岩土工程产品，从而改变在质量管理方面存在的追求绝对高质量问题，使质量成本与顾客需求相对应。以完美履约和二次营销作为最终目标，不仅降低了二次营销的前期成本，也巩固了业内口碑。

针对具体的岩土工程项目，从投标开始到项目完成，每个环节都必须事先进行预测、检查和控制。当然，营销最终要成交，达成的重点要约就是价格，没有低成本制造能力，盲目的投标就是有去无回。针对这一因素，要求我们要形成完善的商务资料库，明晰不同类别项目的价格体系，通过地区限价，防止高价陪标。

## 项目实施成本中影响因素分析

传统的岩土工程项目影响成本的因素主要包括价格因素、方案因素、质量因素、生产要素、施工风险要素、内控管理因素、信息技术管理因素等，具体分析如下：

### (1) 工程价格因素

工程的价格对施工成本影响巨大，工程的成本费用有三个重要的组成部分：一是工程建设费用，二是企业利

润，三是工程税费。上述三个因素中，最为重的影响因素是工程建设费用。建设项目的成本包括材料成本，人员成本，管理成本等。其中，材料成本在总成本中所占的比重很大，这一般是由于建筑规模较大，建设资金量大，价格过高。

### (2) 施工方案因素

大型的工程项目，施工方案的优化对降低工程成本有巨大的作用，工程施工期间，在庞杂的多种方案里选出经济合理的施工方案是对管理者的基本能力要求，合理的施工方案可以保障按期完工，进度保障是建设项目获得盈利的前提。同时施工方法和工艺会对工程成本产生间接的影响，最终影响整个项目的经济效益。

### (3) 风险控制因素

岩土施工最重要的就是进行风险预测，在风险识别的基础上，加强对危险源的管控力度，才能避免岩土施工中的风险，有针对性的采取相应风险控制措施，利用手中资源实现风险的合理分担，对于一些高风险的项目投标报价时应适当提高工程价格以减少后期施工中的不可预见性。

### (4) 项目内控管理因素

生产周期长、产品的个性化、生产的流动性等都是建筑产品生产的主要特点，这为生产的组织协调带来巨大的困难，但也为通过生产组织带来“速度的经济性”带来提高空间。利用采购价格、招投标比价等方法，预测管理上的定额消耗，达到施工现场的有效管理，同时与项目人员签署施工管理目标责任书保证成本管控，也可以对高风险、高难度的项目实现规避风险的目的，项目成本的管理是多角度、多方向的，有效的管理是切实的保障措施。

项目施工管理是一个系统工作，从设计协调、施工方案准备、材料设备的采购及进场、劳动力资源组织、现场规划、工序安排等工作都需要进行事先策划并组织协调。如果协调无法有序进行，必然会产生材料供应不足或供应过度的现象，甚至导致不同材料的积压和不足同时发生，出现停工待料和工序瓶颈，致使作业成本大大增加。

例如，与绿地集团合作的“蜀峰”468工程在开工前，项目负责人就对施工班组进行了细致的交底，保证交底落实到各班组施工人员，项目严格选取合格供应商，并报监理单位审查。468工程所使用的原材料严格执行见证取样及报审制度，对人工挖孔桩的扩大头部分开挖过程进行深化设计，交底到工人，保证工人落实设计要求。开孔后对每孔进行复测，现场实施中对每孔的模板在安装后由专业测量人员进行复测桩位。现场采用混凝土存料斗以保证人工挖孔桩护壁施工过程混凝土的集中供应，并对各组人工挖孔桩进行规划，保证分批次完成开挖及浇筑。对于施工材料问题，我们平整并硬化钢筋笼加工场地，防止钢筋笼污染，采用专用钢筋笼转运车辆，防止转运过程造成损坏。桩浇筑完成砼初凝后，工作人员立即对外露锚固钢筋刷水泥浆进行保护，防止锈蚀。项目部与土方施工单位进行细致的协调及规划，保证现场施工组织有序。对本工程施工过程发挥了作为专业勘察单位的优势，对每个桩孔进行了岩层编录、照相、比对地勘报告等，避免了因各类管理中出现问题生产速度受到影响而导致的成本增加，确保完成项目任务。

## 抓住岩土行业低成本制造源头，加强技术创新

在市场营销中，要获得最大利益，关键要拥有核心竞争力，也就是岩体低成本制造能力，这是企业核心竞争力的基础，也为企业发展提供了新方向。然而，复杂岩土工程低成本制造能力不光是以上几点要素的合理化管理以及机械设备的改良、传统工艺的改进，更需要在技术上创新，开辟新思路，岩土行业的竞争是动态的，要想在竞争中脱颖而出，以下两点至关重要：

(1) 技术机会：指在生产实际过程中创新的实践，创新出现的形式可能是新方法、新工艺或新服务，岩土行业建立竞争优势的机会主要在新方法和新工艺上。

(2) 施工速度：指在企业施工过程中调整内部运作节奏的速率。目前房地产开发领域时间就是金钱，如何缩短施工工期是企业在市场营销过程中必须面对问题和致胜的关键。



## 技术创新在低成本制造上的典型案例

## 案例1:

“ICON·云端项目”位于高新区天府大道东侧锦江北岸，交通方便。该工程项目包括1栋云端塔，46F，框架核心筒结构，结构高185.10m，建筑最高点191.55m，设3F地下室，采用筏板基础；1栋住宅楼（6~18F），剪力墙结构，高20.4~62.8m，设1层地下室，采用筏板基础；地下室3F（地面无建筑），为框架结构。



“ICON·云端项目”云端塔

本场地内的微风化泥岩富含石膏，呈斑状分布；特别是在基底下38.0~42.0m的石膏呈晶体状，为角砾岩，部分孔段（41.0m左右）发现有溶蚀现象，对该石膏岩和角砾岩进行腐蚀性分析，按环境类型对钢筋混凝土结构具有强腐蚀性，结合主体上部荷载要求，采用传统的桩基础桩端需要放至微风化泥岩层，而要消除对钢筋混凝土结构的强腐蚀性非常困难，在工程成本和工期上遇到极大的阻碍。

在该背景下，通过在技术创新、设计方法上开辟新思路，我们选择采用大直径素混凝土置换桩复合地基，置换桩的长度9m~19m，桩端只需要放至中风化泥岩，有效解决了腐蚀性的难题。最后与原设计桩基础方案相比较，节约基础造价28%，工期节约近20天。

正是通过技术创新，提升了岩土工程的低成本制造能力，使我们顺利承接了该项目的岩土设计、施工、监测等工作容，合同产值超千万元，并于2013年12月获得建设单位及监理单位共同颁发的“新技术攻关奖”荣誉称号。

以上案例说明了大直径素混凝土桩复合地基技术在岩土地基处理领域可适应市场需求变化、降低施工成本、扩大市场规模、提高市场份额和市场竞争力，保持和提高企业的利润和市场地位，对市场经营人员的经营能力起到决定性作用，在工程的可靠度和节约施工工期上也起到了创新作用。

## 案例2:

绿地中心468项目T1塔楼建成后高度将达到468m，根据目前已有的超高层建筑来看，建成后的该塔楼将成为世界第七西部第一高楼。该项目对工程勘察要求很高，基坑大面积开挖深度达37.5m，桩基单桩设计荷载4500吨，其基坑深度和桩基单桩承载力在成都乃至整个西南地区都绝无仅有。



T1塔桩基施工现场图

为保证建筑物或构筑物的安全和正常使用，要求地基必须有足够的承载力。绿地468超高层建筑将产生很大的竖向荷载。红层泥岩持力层的承载力不足以为此超高层提供足够的竖向承载力，因此需在红层泥岩地基上设计桩基础，以满足承载力的设计需要。按照常规设计方法，可设计超长桩基以满足上部荷载需求，然而绿地468超高层项目基坑开挖深度达到30m，周围地层基本为红层泥岩。故合理的进行红层泥岩扩底桩设计，对红层泥岩扩底桩承载性状开展全面研究，可为整个绿地468高层桩基建设节约钢筋、混凝土等材料，发展和完善扩底桩基设计及计算理论，为红层泥岩中扩底桩基础的工程设计、施工提供科学依据，使得桩基设计在满足保证安全可靠的基础上更加经济、节能和环保。



“蜀峰”468夜景图

针对T1塔楼桩基础埋深问题开展了深层平板载荷试验，通过试验更准确的掌握了深层地层的承载力特性。在试验之前，根据地层承载力经验值设计出的桩基需进入微风化泥岩，桩长超过30m，而现场试验之后认为中风化泥岩承载力即可满足要求，通过实验中风化泥岩端阻力相比传统经验值参数提高超过50%，桩长被减少至19m，仅这一项工程设计优化即节约了近两千万的工程造价，缩短了施工工期。

另外，在过去的勘察工作中，几乎没有开展过桩侧阻力的现场试验，桩侧阻力基本都根据经验来提，缺乏支撑数据。在绿地中心项目勘察工作中，以人工挖孔桩和旋挖桩两种桩型为研究对象，分别进行了全风化~中风化泥岩桩侧摩阻力现场试验，为更加经济合理的优化设计提供依据。

根据测试的结果来看，在全风化~强风化泥岩中，人工挖孔桩桩侧阻力可达300kPa以上，旋挖桩桩侧阻力约为150~200kPa左右，相比传统经验值参数提高30%，现场试验得到的侧阻力参数较目前常用的经验性参数更加经济。

通过以上技术创新和综合管理，我们顺利承接了该项目的桩基施工，合同产值近4000万元。

以上案例同样说明技术创新是提升岩土工程低成本制造能力的有效手段，使我们在岩土行业的竞争中处于绝对优势。

岩土的低成本制造涉及多个方面，作为西南地区岩土行业领军者，我们应把重点放在专业技术方面，只有从传统技术的升级和创新，才能抓住低成本制造的源头，提高施工效率，减少材料浪费，缩短项目工期，提高客户满意度。从战略角度思考，岩土工程作为核心业务和不可或缺的专业，只有加强岩土工程的运营管理，发展其低成本制造能力，才能使其发展得更好，效益更明显，基础更扎实，企业品牌才会更响亮，核心竞争力才会得到真正的提升。

文 | 五公司 邱宇 / 伍勃宇

# 浅谈市场营销 『一体化』

中建西勘院成立60余年，具备行业排头优势和完善的市场经营体系，中建地下空间公司成立5年时间，团队建设和营销体系亟待加强。为融合相互优势，形成强大合力，公司领导在去年提出市场营销“一体化发展”，地下空间公司积极响应，在一体化的道路上探寻更高远的发展。我们常常在思考，市场营销一体化究竟应该怎么做？基于此，笔者有以下思考。

## 优化区域布局，组织机构一体化

西勘院成立60余载，在全国9个城市设立分公司，地下空间公司作为西勘院转型升级的平台，成立5年来也从西南一隅拓展到京津冀、长三角、珠三角等重要经济带，公司在中建系统内外的影响力逐步提升。然而由于公司成立时间短、营销人员短缺，在异地营销方面时常捉襟见肘。要想在激烈的市场竞争中快速立足并抢占地下空间开发利用的先机，地下空间公司利用西勘院先发优势一体化发展是最佳途径。在布局过程中，立足国内经济高地和可持续发展地区，重点设立在长三角、珠三角、京津冀等区域，西勘院和地下空间双方整合现有分支机构，共建营销团队，利用现有资源在市场属地快速推进营销工作。组织机构、营销人员的互补协作是一体化发展的基础。

## 优化业态布局，业务板块一体化

西勘院专注于勘察、设计、检测、加固等业务领域，地下空间专注于地下空间的投资、建造、运营等业务领域，业务领域的差异化发展正是协同营销的最大优势。近



年来，建设单位为了最大化建设项目成本、工期、质量等方面的整体效益，更多采用EPC模式取代传统多次招标的建造模式。

在EPC模式中，设计、采购、施工等业务相辅相成，行程相互配合的统一有机体。对于业主来说，EPC模式有着与传统的设计与施工分开管理模式更大的优势：一是招标程序合为一体，合同关系简单，减少招标成本；二是合同总价固定，有利于控制总投资；三是降低多方管理难度，合同界面清晰；四是有利于提高建设工程的质量和效益。西勘院和地下空间公司的一体化营销，更是设计单位和建造单位的业态互补，在EPC项目上有着天然的配合度和竞争力。在设计阶段可充分考虑采购和施工要求，最大限度的发挥EPC模式优势，达到降低成本、缩短工期、保障质量的目的。

地下空间公司成立于建筑工程行业转型的十二五、成长于物联网发展的十三五，是致力于建设成为一家技术含量高、转化能力强的科技型专业公司。依托中建地下空间

研究院，整合BIM、GIS、物联网、大数据、云计算等信息技术，立足城市地下空间开发利用，以信息化管理平台及智能化运维装备开发为基础，着力打造地下空间“大数据+无人化”两大运营特色，极具市场领先优势。重点聚焦综合管廊运营、智慧停车、地下仓储及物流、站城一体化、地下深隧、水环境及河道整治等环境新兴业务，通过融合公司自有研发团队及中建西勘院设计研发团队，现已在六大创新产业方向形成了较强的项目策划能力，双方一体化的融合，力争领先发展，打造行业内最具名气的“地下空间品牌”。这是科技研发一体化推动下的市场业务融合。

## 优化战略客户维护，客户关系一体化

在过去的经营中，西勘院和地下空间公司沿袭各自发展的传统模式，从各大业主方承接了众多专业对口的项目，这些业主或是政府机构、或是平台公司、或是地产开发商，他们既需要勘察设计的服务，也会需要投资建造的服务。这时，“一体化”的优势即可体现，通过勘察设计

服务的履约或施工建造的履约，我们可以用“一体化”的“第二块牌子”来承接更专业的业务；通过某一个项目的优质履约，我们可以维系好战略客户，促进接下来的项目用更对口的“牌子”承接。肩负市场营销工作的我们，需要在思想意识上首先融合，这种融合需要市场营销团队掌握双方业务优势，共享市场优势资源、市场信息及市场平台。

从去年院领导提出一体化经营到目前为止，院和地下空间公司各市场机构积极响应、深抓落实，在一体化的进程中取得了一定成绩。

举个例子，深圳工作小组负责推进的深圳市机械式公交立体停车库建设项目就是其中的代表之一。该项目业主方为深圳市道路交通管理事务中心，总投资约2.63亿元，包括南山中心区公交总站、福田下沙公交总站、南山科技园公交总站机械式公交立体停车库设计采购施工总承包和运维一体化（EPC+O）招标采购。

项目实现组织机构一体化。项目推进依托于扎根深圳多年的西勘院深圳分院，由地下空间研究院、深圳工作小组，西勘院设计研发中心抽派人马，在办公场所、车辆配置、资源调集等方面均依托深圳分院，团队人马到深圳后可立刻着眼于项目，节省了时间、人力、财力的成本。

项目实现了业务板块一体化。该项目为EPC+O的模式，包含了设计和施工总承包部分，西勘院和地下空间公司各司其职，由西勘院负责方案设计、地下空间公司负责施工组织，分工明确，相互穿插，将EPC模式的优势体现得淋漓尽致。

项目实现了客户关系一体化。由于项目是地下空间公司与设备供应商深圳伟创一同获取的前期信息，得知采用EPC模式后，利用“两块牌子”的优势，联合西勘院共同推进，实现了共建共享共赢。该项目是今年“一体化”工作中的良好的开端，是西勘院与地下空间公司市场营销工作目前的努力方向。

正所谓大时代需要大格局，大事业需要大担当，“一体化”关乎西勘院和地下空间公司未来的发展方向，决定着企业发展道路的宽度与长度。让我们携手乘“一体化”的东风，凝心聚力，砥砺前行，将中建西勘院与中建地下空间公司一体化发展做深做实，不仅要做两者发展的参与者与见证者，更要做企业大跨越大发展的开拓者。

文 | 地下空间公司 郭竣瑛 / 侯思宇

# 严守 底线应新规 优化 布局拓融资



随着经济发展和社会进步，企业融资方式已经朝着多元化方向发展，中央开始推行基础设施投融资体制改革，鼓励社会资本参与到基础设施建设中，PPP模式自此走向历史舞台，并受到广泛关注。所谓PPP模式，即政府和社会资本合作，增强基础设施等公共用品的供给效率，是政府与企业之间达成伙伴式的项目合作关系，参与各方都能获取一定利益，受到一定约束的一种合作机制。

根据财政部公布的《全国PPP综合信息平台项目库季报》，截止2019年一季度末，管理库入库项目累计已达8,843个，投资额13.4万亿元，且相关数据呈稳步增长趋势。由此可见，PPP项目在我国有着极为巨大的发展空间，对于我院转型发展而言，开展PPP项目为主的融资业务，能有效带动我院业务发展实现质的飞跃。

西勘院紧跟政策导向，凭借地下空间公司在地下综合管廊业务的优势，成功承接了国家首批综合管廊试点项目——六盘水PPP项目、全国最大装配式管廊项目——绵阳科技城PPP项目等。今年5月份，在股份公司的引领下，成功中标天津地铁7号线一期工程PPP项目。

事实上，我院在近两年探索开展投资业务并非一帆风顺，面临PPP项目门槛高、跟进难等诸多困难，已实施项目的续投也存在不小风险。那么，如何在复杂的竞争环境下，利用我院有限的投资空间探索创新投资的合作模式，在发挥自身竞争优势的同时，有效参与PPP项目，通过投资拉动我院及地下空间主营业务，实现企业转型发展，成为我们急需解决的问题。

我院目前PPP项目困境主要来自于两个层面：

政策层面——

PPP法规细化完善

在2018年两会期间发布的《国务院2018年立法工作计划》中，PPP条例第二次列入立法计划。各部委2018年出台的有关政策文件，均在2017年年中及年末的多项约束性政策的基础上，细化对PPP的约束及规范要求，从对PPP项目的前期合规审查，逐渐转向PPP项目中后期的绩效考核、项目监管、资产移交等运作机制的完善。随着法规逐渐细化，对社会资本的资金实力和履约能力都提出了更高的要求。

严控财政红线

PPP项目的财政可承受能力分析能否通过评审是PPP项

目落地的先决条件，严控10%红线有利于控制地方债务风险。财办金〔2017〕92号明确未进入采购阶段，但所属本级政府当前及之后年度财政承受能力超过10%上限的，不适宜继续采用PPP模式。股份公司也针对政府财政能力重新制定并发布了相关文件，投资项目基本标准实施细则中对本级一般公共预算收入制定了更严格的标准，中建股投〔2019〕204号进一步推进PPP规范发展，列出“正负面”清单，强化财政支出责任监管。随着滥用政府购买服务行为被强力约束，地方政府违规举债被禁止，而之前大量PPP项目的落地，各地已基本逼近财政红线，西勘院开展新项目需要严控风险，坚守底线。

## PPP监管趋严

从2017年度开始，国家先后出台了系列PPP政策，对PPP发展进行约束与规范：财预〔2017〕50号文严禁地方政府变相举债，防止PPP项目异化；财办金〔2017〕92号文以规范项目库为手段，强化绩效管理与融资管理；财管〔2017〕192号文要求落实资金来源，着眼央企风险管控；资管新政致力于规范PPP项目资本金融；财金〔2019〕10号文要求付费与完全的产出绩效挂钩，严控债务，规范发展；《政府投资条例》明确规定政府投资项目不得垫资建设。各政策分别从项目流程、PPP项目合规性、项目融资等方面对PPP项目进行规范及管理，在明确PPP项目的边界与流程的基础之上，倒逼PPP发展方向和PPP的本质与目标相契合。政策法规不断提高项目融资标准，使得西勘院对很多项目望而却步。

## 市场层面——

### 存在内在风险

PPP项目由于规模大，周期长，影响因素多，项目的运营风险难以预估。地下空间类项目缺少实践经验，运作模式不成熟，风险难以预测和控制，继而降低西勘院投资意愿。

### 融资能力有限

PPP项目的优势之一，是利用社会资本进行基础设施建设，然而，我国金融产品和项目融资之间并不匹配。PPP项目融资主要依赖于银行贷款，大多为中期、短期类型，和项目建设的长期性不相符。金融机构在监管方面，对于项目风险的识别、预测不到位，只能采用担保的形式进行风险控制，而股份公司明确规定，不允许子企业对外以任何形式进行担保，由此PPP项目的融资方式面临新挑战。

## 融资悖论影响

PPP项目在融资上的耗费，从侧面增加了融资成本，政府在购买服务的同时将其转嫁到财政上，造成融资悖论：其一，项目融资需求越大，财政压力越大，必然推高债务风险。在高风险下为开展投资项目，需要面对更大的融资风险、更高的融资成本；其二，在地方政府中，存在新官不认旧账的现象，严重损害PPP项目的信用。

结合当前PPP市场的政策动向及未来发展趋势，西勘院应如何调整工作思路，开展PPP业务呢？

## 坚持合规底线，规范运作

财政部92号文的出台，确立了PPP项目合规的新高度。西勘院参与PPP项目，必须坚持合规底线，以规范运作为前提，控制投资风险，确保项目依法合规实施：一是不断完善投资管理各项制度、规范投资行为。应在国家政策文件的精神指导下，按照股份公司各项规定，捋清院及地下空间在投资领域的关系，进一步完善西勘院投资管理制度，以制度为准绳，规范自身投资行为，合理控制投资风险；二是科学决策，规范运作新项目。今后在进行PPP项目投资分析决策时，不仅要关注项目的内部收益率等指标的盈利能力分析评价，更要加强项目财务生存能力、偿债能力、抗风险能力等全面分析评价，严格按照企业决策流程、科学提高项目决策水平。

## 转变投融资合作模式，适应市场新形势

为适应新政规范要求、持续稳健开展投资业务，必须转变投融资合作模式，今后在运作PPP项目时，需作出以下调整：一是改变投资合作模式，整合资源、广结联盟、共享共存共发展。加强与中建兄弟单位、地方国企、转型后的地方平台公司、专业领域上市公司、咨询机构及专业运营商等合作。转变传统单打独斗的竞争观念，相互之间加强沟通合作，以期组成战略合作联盟和投资合作伙伴，发挥各自优势，实现互利共赢的合作模式；二是调整融资思路，精细化设计融资结构，突破融资难题。探索进行更精细更恰当的结构化设计，既能给予资金方一定的增信支持，同时也能避免违反资管计划新规；三是树立长线思维，积极引入优势互补、协同度高的真正股权投资方，形成长期战略合作伙伴关系。

## 优化投资布局和结构，紧跟政策支持项目

目前，建筑业央企PPP业务主要集中于市政道路、公路等基础设施领域，投资市场领域较窄，业务结构相对单一，缺乏整体全面竞争优势。为此，西勘院要想提升竞争优势，积累行业投资业绩，必须优化投资布局，强力开拓新兴投资领域，紧跟国家政策支持的新型城镇化投资领域。中建地下空间公司作为中国建筑旗下唯一专业从事地下空间和地下工程的子企业，可以从以下方面开拓布局：一是基础类产城融合，提升城市经济质量、优化城市地下空间布局、促进城市产城融合；二是高标准建设的城市基础设施、地下公共交通、地下仓储及物流、地下深邃、智慧停车、综合管廊等；三是绿色人文城市，包括水土壤环境治理、海绵城市、TOD站城一体化、资源循环利用基地，智慧城市等。

## 拓展融资渠道，优化债务结构

充分发挥金融机构的功能作用，对债务结构进行优化，从而确保融资期限和项目周期两者相匹配。应该健全各类资金的投资机制，在现有融资方式的基础上，加入基金、信托、股权融资等：一是积极了解长期债券，创新发债类型，争取放宽发债窗口限制；二是获得商业银行支持，和商业银行加强合作，开展新型融资业务，提高长期偿债能力；三是创新融资方式，从国家政策入手制定债权投资计划，保证项目顺利实施。

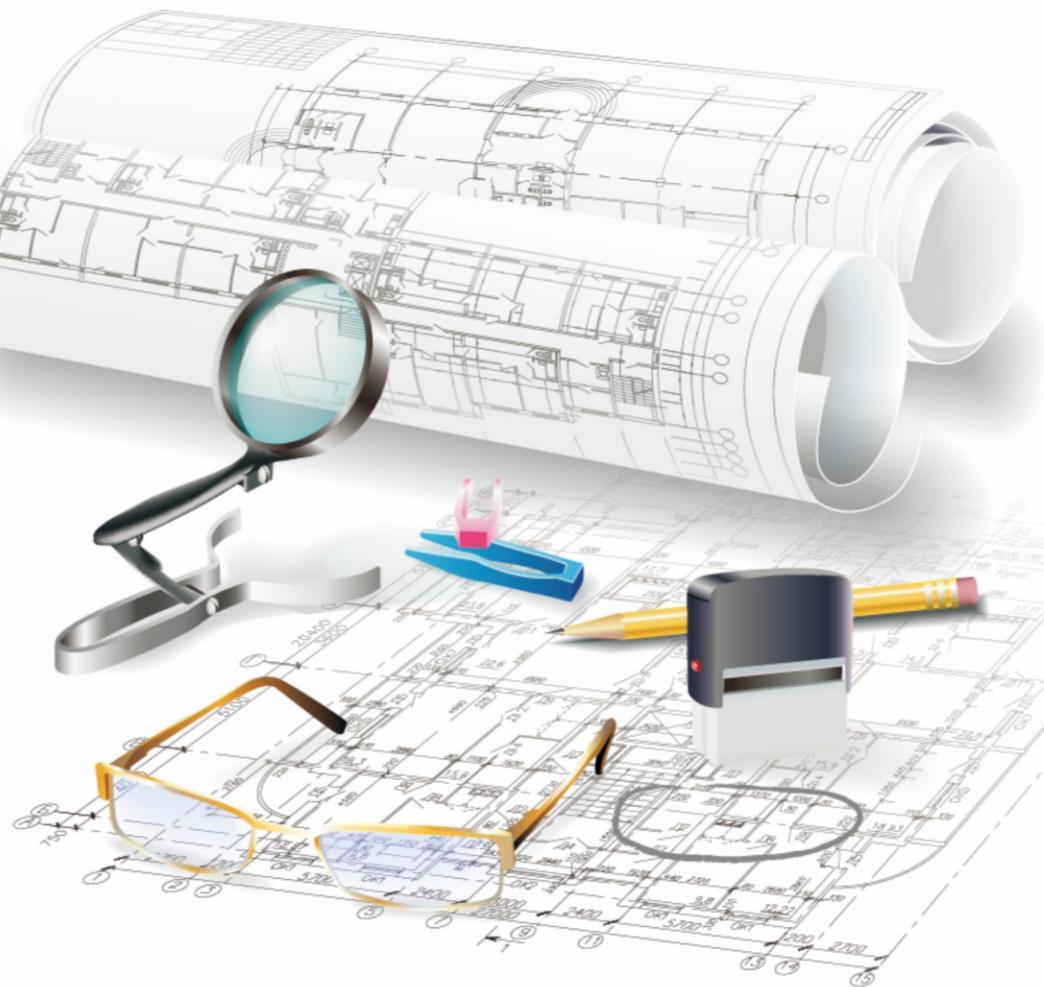
PPP的发展进程犹如一场“马拉松”，随着政策不断完善，PPP项目的质量会越来越高，发展会越来越成熟，市场投资信心会逐步增强，市场的两级分化将会更加明显，优质的资源会向强者集聚。在当前史上最严的政策形势下，西勘院将保持积极的心态面对和拥抱新政策，致力于构建咨询、规划、设计、投资建设、运营等符合市场新形势的综合实力，这样才能在投资发展的大潮中乘风破浪、披荆斩棘。

文 | 市场营销部 王瀚卿

# REPORTS

## 工程纪实

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD



# 助力新机场 启航西勘梦

## ——成都天府国际机场勘察项目全纪实

近年来，随着成都地区社会经济的飞速发展，成都双流机场的运力渐显吃紧，建设新机场的需求逐年升高。终于，在“一带一路”国家级顶层合作倡议下，成都迎来了面向世界的新机场——成都天府国际机场！

经过一系列周密的选址可研工作，天府机场最终选定在成都市简阳市芦葭镇，临近天府新区，距离成都市中心天府广场51.5km。机场两期规划总占地面积达到4830万 $m^2$ ，共6条跑道，包含4条主向远距离平行跑道+2条垂直侧向中距离跑道。其中第一期规划占地面积则有2020万 $m^2$ ，主要含西一、东一和北一三条跑道，以及中部两个单元式航站楼。

天府机场是国家“十三五”规划中计划将要建设的我国最大的民用运输枢纽机场项目，建成后，它将定位为国家级国际航空枢纽、丝绸之路经济带中等级最高的航空港，并负责成都出港的全部国际航线，最终打造成“国际一流、国内领先”的人文、智慧、绿色的现代化机场。

### ■ 坚韧意志渡难关，创意布局谋突破

中建西勘院凭借在西南地区丰富的机场勘察经验和合理精细的勘察方案，承接了天府机场全阶段、全场区的勘察工作。

该项目勘察面积近26km $^2$ ，勘察工作量巨大，工期却只有短短的90天。在天府机场勘察项目部的首次工作例会上，技术人员们面对这样的艰巨任务，难免心怀忐忑，而项目经理杨军慷慨激昂的战前动员令打消了所有人的顾虑，彻底吹响了冲锋的集结号。他说：“精诚石没羽，岂云惮险艰！只要有坚定的信念和踏实的精神，必将圆满完成这次勘察任务。”

在项目的进度保障方面，项目部根据整个场区的分布特点，划分出五大工作区域，并制定各区的进度计划，又根据区域的工作量大小、难易程度和进度计划，合理分配各区的技术人员和负责人，以达到“各个击破”的效果。

在质量控制方面，为保证勘探点位置和原地面高程的准确性，除了要求每个勘探点用高精度RTK仪器测放外，还要在勘探作业完成后再进行一次复测采集；由于场区内最主要的工作问题是软弱土，为满足设计单位精细化评价软弱土的要求，在国标规范液性指数IL评价标准0.25和0.75之间，技术人员加入了IL=0.5这一评价指标和可塑偏软、可塑偏硬的评价。这就要求更加准确的试验成

果，为此，项目部专门从软土勘察经验丰富的上海地区采购取土设备，且将每个土样都进行蜡封。

在充分理解了设计单位的勘察成果需求、掌握场区勘察重难点后，项目部除提交勘察总报告以外，还将总报告中的重点章节细化阐述，分别就软弱土、地表土、边坡、工程地质、水文地质、挖方区土石材料和工程物探作了七套专项报告。这样分门别类便于不同设计人员使用查阅的报告编写方式，得到了设计单位中国民航设计院的高度赞赏，他们表示将以中建西勘院天府机场勘察报告为范本，在全国民航领域内进行推广。



## ■ 两大技术成果，引领行业潮流

在开工后的第90天，项目部如期拿出了工作成果，在成都天府国际机场岩土工程勘察报告的评审会上，当以同济大学教授、机场建设领域翘楚凌建明教授为组长的专家评审团队全票通过报告的时候，项目部的全体成员再也无法抑制激动的心情，纷纷红了双眼。在庆功宴上，大家纵情吟咏蒲松龄的名句：“有志者、事竟成，破釜沉舟，百二秦关终属楚；苦心人、天不负，卧薪尝胆，三千越甲可吞吴！”

千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金。善于积累总结的西勘人并不满足于单纯的任务完成，而是在天府机场勘察项目的基础上，又提炼出了新的技术成果。

事实上，我们能够有此成绩，除了大家的顽强意志与精神，在技术方面，他们做了更多的努力与尝试。

### 一、大数据化勘察信息采集系统

大场地勘察，每天的勘探成果由多人采集编录，资料繁多，且技术员们通过纸质版的勘探记录表，将勘探信息录入电脑，往往更容易出错。

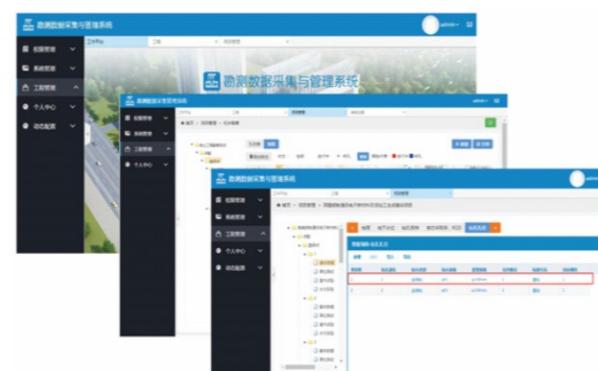


为了达到工程勘察的勘探信息录入高效便捷、共建共享的目的，西勘院以天府机场勘察项目为起点，编制了大数据化勘察信息采集系统。该系统分为手机端和电脑PC端，它集成了野外钻探无纸化编录、原位测试、试验取样信息录入等功能，实现了现场钻探信息的实时采集、传送、监控、成图等。

勘察技术人员在钻探现场通过手机APP录入各项勘探资料，一方面进行资料的规范化存储，另一方面，将现场勘察资料传输到云端，使其能在电脑端显示，室内技术人员也可实时对钻孔位置、编录信息进行核对、判断、修改完善，项目负责人还可根据传回的钻探信息实时调整勘察方案并指导现场施工，对现场勘察进行质量把控。

当野外数据采集完毕后，可实现多人对云端数据同时进行核对操作，核对完毕的数据可直接导入理正、华宁等相关勘察软件，并将成果存入云端档案库。

继天府机之后，西勘院在多个机场勘察项目使用了这套大数据化勘察信息采集系统，其勘察质量和效率均得到了大幅度提升。目前，该系统正在行业内进行推广，再一次展现了西勘院排头兵的引领实力。



## 二、三维地质BIM建模与应用系统

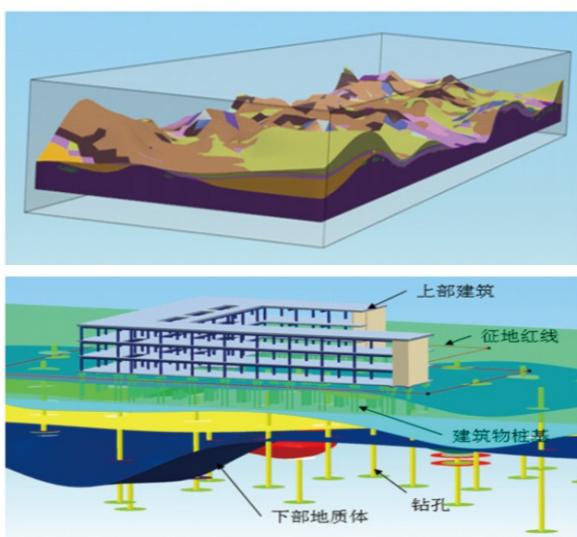
天府机场勘探点前后共计近万个，岩土信息量大，岩土层空间分布不均，成果检查及校对费时费力，过程控制难度非常大，二维图纸近2000多张，图纸绘制量大，出错率也就相对较高，这将直接导致勘察成果二维展示不够直观形象，土石方平衡计算困难，场平标高不易确定。

为此，西勘院与外部单位联合开发了三维地质建模与应用系统，首次在项目中应用三维地质BIM建模技术。通过该技术，机场局部区域地质单元实体模型，准确揭示各地层的体积；与现实情形一致，三维模型中的地层分界面与地表相交封闭，形成地质单元体，当地质单元体内采用空间网格充填时，这些网格体积的累加很容易求取各地质单元体的体积，为相关方量计算提供了新的可靠途径。

在边坡稳定性分析方面，通过创建地形面、开挖边坡和填方边坡三维模型，保证了彼此之间能够相交形成若干封闭单元，即可根据三维土层信息对边坡稳定性进行计算。

此外，与有限元网格相同地，三维模型网格也可以储存各种数据资料，为土层类型划分、岩土工程分析等奠定基础。

最终，通过西勘院的三维地质成果，中国民航设计院在天府机场的场平标高设计、边坡设计及土石方量计算方面均取得了显著成绩，并表示将在全国的民用机场勘察设计领域推广这一勘察成果形式。



## ■ 以业绩赢得市场，机场领域再开花

时至今日，天府机场场平及基础施工已经全部完成，构型取意“太阳神鸟”的T1航站楼主体结构全面封顶，西勘院凭借过硬的技术质量成果和细致周全的后期技术服务，获得了成都天府国际机场建设指挥部颁发的“优秀合作单位”荣誉证书。



这绝不是一张普通的表彰证书，而是整个社会、行业对西勘人在机场建设工程勘察领域作出的贡献和取得的成绩给予的认可，为企业开拓该专业市场奠定了坚实基础。

自此以后，依托天府机场勘察项目积累的良好口碑和技术优势，西勘院在立足四川的基础上，东进中原、南下云贵、西赴青藏、北上三秦，先后在湖南长沙，贵州贵阳及黎平、荔波，云南昆明及大理、元阳，西藏拉萨及林芝、普兰等处承接了多个机场建设勘察项目，不断扩大和提升院在民用机场领域的影响力。

目前国家民航局在编的《通用机场布局规划》中，提出了2030年全国通用机场总量将超过2000个，除开已有机场，未来15年全国有望建设1600个通用机场，这向我们展示了今后继续开拓机场建设工程勘察事业的广阔前景。

展望未来，我们相信，在国家民航建设高歌猛进的浪潮下，凭借着企业的技术实力和西勘人踏实求真的精神力量，中建西勘院在实现梦想的宏伟征程中，必将书写更灿烂的辉煌。

文 | 二公司 陈欢 / 高鹏

# MANAGEMENT 管理撷英

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD



## 2019年上半年行业发展动态

编者按：2019年政府工作报告明确提出要处理好政府与市场的关系，要依靠改革开放激发市场主体活力，通过加强公正监管，打造法治化、国际化、便利化的营商环境，让各类市场主体更加活跃。2019年上半年出台的系列政策显示，行业主管部门正在积极响应政府号召，围绕减税降费、简政放权、强化监管等方面出台系列政策，着力优化营商环境，促进企业高质量发展。

### ■ 简政放权

#### 住房和城乡建设部明确，取消建设工程合同备案、取消分包合同备案

2019年3月18日，住房和城乡建设部发布《住房和城乡建设部关于修改有关文件的通知》，明确修改《住房城乡建设部关于进一步加强建筑市场监管工作的意见》（建市〔2011〕86号），取消将合同报项目所在地建设主管部门备案的规定；修改《住房城乡建设部关于印发<房屋建筑和市政基础设施工程施工安全监督规定>的通知》（建质〔2014〕153号），取消、修改关于工程项目办理安全监督手续相关内容。

2019年3月13日，住房和城乡建设部发布《住房和城乡建设部关于修改部分部门规章的决定》，明确删除《房屋建筑和市政基础设施工程施工分包管理办法》第十条第二款关于分包合同备案的相关内容，意味着取消分包合同备案。

#### 全国人大修订《建筑法》，施工许可审批时限大大缩短

4月23日，全国人民代表大会颁布中华人民共和国主席令（第二十九号），修改《建筑法》《消防法》等八部法律，《建筑法》的修订明确：将施工许可证审批时限由申请之日起十五日内调整为申请之日起七日内，进一步压缩施工许可证审批时限，同时优化了申领施工许可证的条件。

#### 国办发文：取消无依据的投标报名、招标文件审查、原件核对

5月29日，国务院办公厅转发《国务院办公厅转发国家发展改革委关于深化公共资源交易平台整合共享指导意见的通知》（国办函〔2019〕41号），明确要求：精简管理事项和环节，系统梳理公共资源交易流程，取消没有法律法规依据的投标报名、招标文件审查、原件核对等事项以及能够采用告知承诺制和事中事后监管解决的前置审批或审核环节。

### ■ 强化监管

#### 《建筑工程施工发包与承包违法行为认定查处管理办法》正式发布

2019年1月1日，住建部正式印发了《建筑工程施工发包与承包违法行为认定查处管理办法》。对违法发包、转包、违法分包、挂靠等行为的界定与惩处作出相应规定。

#### 中小企业工程款拖欠投诉平台正式上线

2019年4月10日，国家工信部官网发布信息，在国家中小企业政策信息互联网发布平台开通“清欠登记平台”窗口，主要受理国家机关、事业单位和大型企业违约拖欠中小型企业货物、工程、服务等款项的登记（投诉）。

#### 7月起，强迫施工单位垫资、不合理赶工期，将对主管领导追责

2019年4月14日，国务院公布《政府投资条例》。条例明确：政府投资项目不得由施工单位垫资建设，政府投资项目应当按照国家有关规定合理确定并严格执行建设工期，任何单位和个人不得非法干预，否则将对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分，自2019年7月1日起施行。

#### 强化资质监管-新办资质通过率屡创新低，既有资质开展业绩审核

新办资质通过率低：据统计，住房和城乡建设部4-6月审核建筑业资质总数及通过率如下：6月审核186项，通过率9.68%；5月审核600项，通过率12.8%；4月审核266项，通过率仅为既有资质审查历史业绩：据统计，2019年前几个月已有14家企业因涉及业绩造假被住房和城乡建设部撤销一级资质。其中：建筑工程施工总承包一级资质：8个；市政公用工程施工总承包一级资质：6个。

近年来，住房和城乡建设部加强对新申办资质的审核和既有资质的核查，新办资质通过率屡创新低。究其原

因,大部分是因为注册人员、历史业绩这2项指标,尤其是历史业绩,在“信息化监管”之下,资质申报越来越规范,不实的工程业绩想“滥竽充数”,会越来越难!

**业绩造假!住房和城乡建设部一次性通报182家建企,包含特级、多家国企在内**

2019年5月17日,住房和城乡建设部一次性通报182家企业申报资质弄虚作假,2家申报特级资质为人员业绩弄虚作假,其余180家申报一级资质均为企业业绩弄虚作假。近年来,住房和城乡建设部加强资质审核,通过率屡创新低,至于不通过的原因,大部分是在注册人员、历史业绩这2项指标上。尤其是历史业绩,实地核查已全面展开。

## ■ 改革推进

**向外资开放!外商投资企业申请建设工程勘察资质,审批标准和要求与内资企业一致**

2019年1月10日,住房和城乡建设部发布《关于外商投资企业申请建设工程勘察资质有关事项的通知》,明确建设工程勘察业务不属于禁止外商投资的领域。为贯彻实施准入前国民待遇加负面清单管理制度,推进建设工程勘察市场对外开放,营造良好营商环境,按照内外资一致原则,资质审批部门受理外商投资企业(含新成立、改制、重组、合并、并购等)申请建设工程勘察资质,审批标准和要求与内资企业一致。

**告别异地投标门槛!住建部力挺民营建筑企业**

2019年2月1日,住建部在其官网发布《关于支持民营建筑企业发展的通知》,大力支持民营建筑企业发展。通知中共用了七次“不得”,一处“严禁”等严厉的词汇,力求构建统一开放、竞争有序的建筑市场环境,高度支持民营建筑企业发展。

**实名制+取消劳务资质,包工头、劳务公司或将告别历史舞台**

2019年2月17日,住房和城乡建设部、人力资源社会保障部联合印发《建筑工人实名制管理办法(试行)》,办法明确建筑企业不得聘用未登记的建筑工人!结合此前已

发布的《关于培育新时期建筑产业工人队伍的指导意见》中关于的规定。

**增值税改革正式文件来了——税率降为9%,工程造价计价依据相应调整**

2019年3月20日,国家财政部 税务总局 海关总署联合发布《关于深化增值税改革有关政策的公告》,公告明确:增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物,原适用16%税率的,税率调整为13%;原适用10%税率的,税率调整为9%。

住房和城乡建设部随后于3月26日发布《住房城乡建设部办公厅关于调整建设工程计价依据增值税税率的通知》规定,将工程造价计价依据中增值税税率由10%调整为9%。

发展趋势分析:2019年上半年行业主管部门主要围绕减税降费、简政放权、推进公正监管、公平竞争等方面激发市场主体活力,着力优化营商环境,政府持续改革的决心和行业主管部门的推动落实可见一斑。预计2019年下半年,政府将持续推动“简政放权”改革,同时将通过制定统一的监管规则和标准,利用互联网信息技术推进跨部门联合监管,推行信用监管和“互联网+监管”改革,强化企业信用体系的建立,完善失信联合惩戒机制,促进各类市场主体守法诚信经营。行业主管部门在积极响应政府“让企业多用时间跑市场、少费功夫跑审批”号召的同时,也将不断探索并坚定推进公正监管和公平竞争,用公正监管管出公平、管出效率、管出活力。



# 从全员营销到全面营销



悠悠万事,市场为先。

党的十九大报告明确提出,加快推进有利于发挥市场对资源配置起决定性作用的市场化改革。由高速增长转向高质量发展,必须坚持市场化改革方向,更好发挥市场配置资源的决定性作用,大幅减少政府对资源的直接配置,实现产权有效激励、要素自由流动、价格反应灵活、竞争公平有序、企业优胜劣汰。

可以说,这是我们身处全面开放竞争市场里更进一步的开放竞争。作为在完全充分竞争市场里的企业,我们也务必要谨记“市场危机”意识。市场份额是竞争的结果,而不是竞争的前提。一家企业倒下了,它空出来的市场份额并不会白白消失,第一时间就会被其他企业占领。下一个倒下的会不会是华为?李彦宏也曾说“百度离倒闭只有30天。”同样的,我们需要认知一个事实,以市场为中心,全面配合业务发展,共同打造市场需要、客户满意的产品及服务。市场,永远是企业运营的主旋律。没有市场,其他经营管理无从谈起。

●

全员营销不是把指标任务按人头摊派，更多的是营造人人参与市场的氛围，吹响向市场全面进攻的号角。市场需要奋斗，更渴望结果。有价无市，营而未销，对企业来说，就如同化骨绵掌般的伤害。市场需要执行，更强调体系。总部是高端营销与技术引领的司令部，各大战区建立“作战部、参谋部、后勤部”的工作组织。作战部，主要任务是攻击市场，作战部人员承担市场经理职能，要有做承接项目主跟踪人的能力。参谋部，主要任务是策划项目，参谋部人员承担营销策划职能，要熟悉掌握目标市场和目标客户的投标规则，结合参与投标方的优劣势，指导市场经理调整和优化投标策略。后勤部，主要任务是做好内业，后勤部人员承担研究分析和服务保障职能，包括市场和客户分析、大客户管理与维护、资格预审和业绩整理等。

我们的营销要开花结果，就必须比客户走得更远些。用技术实力与策划能力，将客户的潜在需要转化为实际需求，并尽可能地扩大现有需求，最后还要以相应的产品与服务比竞争对手更快更好地满足客户。

#### 你不是一个人在战斗。

德鲁克曾说，企业是社会的一种器官。那么，企业的每个组织和个人，就是血脉相连、功能各异的细胞，共同支撑一具健康的肌体。

有人理解全员营销是“全员做销售”，而全面营销则是让每一个员工都有市场意识，技术、行政、财务等版块统一为客户提供服务。以客户的需求为导向开展工作，让每个员工心中时刻装着客户。身为公司的一员，我们有责任让企业产品、服务、品牌被更多的人接纳和使用。市场部门离

炮声最近，要用正确的营销理念，艰苦、细致、深入的营销过程，去保证营销质量，为后期项目的履约创效创造源头条件。从全员营销到全面营销，就是要让一线人员知道：你不是一个人在战斗。全面营销的核心要义就是指引全员正确地对待和珍惜岗位工作，时刻以客户需求和市场为导向，为整体经营指标而努力。

对后台部门来说，管理的水平就是营销的水平。制度是否清晰，流程是否简洁，商务接待是否赢得客户赞誉？审批事项是否有市场营销绿色通道？激励考核是否向营销战线有所倾斜？

对履约部门来说，今天的质量就是明天的市场。是否持续满足客户的需求，是否形成业主口碑效应，是否有现场拉动市场的意识与能力？

企业的终极目的是创造客户，而非仅仅创造利润。特别是国有企业，肩负六种力量的重大使命。我们倡导的是参与感，我们追求的是价值感，我们需要的是获得感！在以“市场为先”的前提下，我们需要更好地审视自我的工作，能否提升整体工作效率，能否直接或间接对营销产生促进作用。市场的结果是属于每个人的，概莫能外。如果把营销比作一部电影，你我他分别扮演着制片人、导演、演员、剧务、灯光、摄影、配音等角色，没有龙套、没有观众，只有台前与幕后的分工协作，有人得奖了，有人退出了，但这出好戏永不落幕。

文 | 院办公室（党委办公室） 黄梦

●



## 不忘初心 坚守恒心 在干事创业中牢记使命 砥砺前行

“走得再远，都不能忘记来时的路。”98年前，在国家和民族处于危难之际，13名年轻人，怀揣着拯救国家和民族的初心，开始了中国共产党人开天辟地的革命事业。98年后，当我们国家日益富强、人民生活越来越好的时候，共产党人的这份初心，依然没有改变。

今年6月，中央决定在全党自上而下分两批开展“不忘初心、牢记使命”主题教育。用习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神武装头脑、指导实践、推动工作，推动全党更加自觉地为新时代党的历史使命而努力奋斗。可以说，本次主题教育既是对中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴的理想信念和初心的再次强调，也是对初心所包含的工作方法的重温和强调。

不忘初心，牢记使命，就是要坚定理想信念。

习近平总书记多次强调，中国共产党的初心就是为人民谋幸福，为民族谋复兴。

在战争年代，无数共产党人和革命先烈，为了国家存亡和民族生死，为人民幸福安康抛头颅、洒热血，靠的是“一心救国”的信仰，靠的是“砍头不要紧，只要主义真”的信仰。

在和平时期，共产党带领人民群众艰苦奋斗，建设社会主义新中国，建设中国特色社会主义，实现中华民族伟大复兴同样要经受考验与磨练，有没有坚定的理想信念，成了一名共产党员的首要问题。

从“心”出发，也要从“新”出发。今天，对于为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴这一理想信念的觉悟和实践上，我们不仅要守住“初心”，还要把企业发展、个人事业与国家民族命运紧密联系起来，把理想信念与日常工作与生活密切联系起来，提高“觉悟”和个体“自觉”。为此，对照党的初心，我们每一位西勘人理应结合实际，反思和清楚的明白中建西勘院和西勘人的初心与使命。

“发挥经济建设中顶梁柱的作用，实现国有资产的保值增值，实现职工与企业共成长，实现企业健康可持续发展，成为行业的排头兵，为集团公司创建世界一流示范企业争光添彩。”这就是中建西勘院和西勘人的初心与使命。

#### 不忘初心，牢记使命，是信念，更是持之以恒的行动。

自开展“不忘初心，牢记使命”主题教育以来，对照中央要求和集团部署，中建西勘院结合企业实际，迅速行动、统筹安排、扎实推进，已完成动员部署，一场大学习、大调研、大检视、大落实已全面铺展开来。围绕这次主题教育要贯彻守初心、担使命，找差距、抓落实的总要求，达到理论学习有收获、思想政治受洗礼、干事创业敢担当、为民服务解难题、清正廉洁作表率的目标。我们全面系统学、及时跟进学、深入思考学、联系实际学，全院深化学习内容，设计学习载体，广泛采取党委（党组）理论学习中心组学习、举办读书班、主题研讨、专家讲座、参观党性教育基地等多种形式，增强了学习的针对性、实效性，做到了常学常新、入脑入心。

#### 1.突出对标找差距，干事创业有担当

中建西勘院以党的创新理论为指导，以实现企业健康可持续发展为目标，以中央巡视、集团巡视整改为重点，以群众反映意见为依据，全面找差距、时刻明不足。

组织层面上，各部门、各单位以强烈的对标意识和建立“持续自我批判”的机制找差距，关注当下，又着眼未来。个人层面上，各级党员领导干部聚焦个人能力、状态、作风等方面找差距，努力解决干部能力不足和“本领恐慌”的问题，杜绝“随遇而安”的思想，以一流标准、一流业绩对标先进。

牢固树立“不忘初心、牢记使命”的理想信念，更要在干事创业中践行不忘初心。面对企业发展和职工群众的呼声和需求，如何切切实实增强职工群众的获得感，如何

扎实推进公司化管理与“1+3”制度体系建设落地？正如任正非在接受媒体采访时所说的：“多为国家产一个土豆，就是对国家的贡献。”

不忘初心，不只是响亮的口号，而是要我们在做好每一件小事、完成每一项任务、履行每一项职责中见精神，见行动。这就要求我们做到在对标先进上下功夫。本次主题教育，院党委示范带头，组织层面上主动联系对标学习对象，由院领导带队先后赴西北院、中建钢构、西南院等单位进行学习交流，进一步深化和做实了找差距补短板工作；在个人层面，坚持聚焦关键少数，围绕干事创业，担当作为进行思想深挖，查摆思想、作风、能力上的问题，为整改落实奠定了基础；在营销开拓上落实处。院党委书记、董事长朱文汇率先垂范，主动率队对接中建基础、中建交通、中设集团等单位，形成了良好战略合作关系，成功承接了深汕大道项目、九寨县全域EPC建设等项目（列举大项目），为西勘院与地下空间公司一体化建设做出了有益探索与实践；在急难险重上当先锋。四川长宁、珙县突发地震，院第一时间成立党员先锋突击队发挥专业技术优势奔赴灾区抗震救灾，短时间内保质保量完成了超40000平米的灾后房屋应急评估工作，保障了灾区人民生命财产安全，彰显了央企责任担当。

#### 2.突出反思检视，整改落实见成效

实践表明，党的初心使命是前进的根本动力，党的最大挑战来自内部而不是外部，堡垒最容易从内部突破。因此，我们必须以问题为导向，认真反思检视自己，在专项整治上下功夫，抓好调查研究，落实整改，着力解决实际问题。

院各级组织把准不忘初心的“着力点”。把使命意识与忧患意识相结合，从解决思想根子问题着手。调查研究要紧紧围绕重点工作和难点工作，围绕解决本单位存在的突出问题和群众反映的热点难点问题，尤其是对“第三次创业变革”、公司化管理以及实现转型升级过程中面临的挑战进行调查研究；围绕解决在党的建设方面面临的紧迫问题，尤其是对院基层党建存在的短板进行调查研究；围绕院在推进高质量发展等重点任务中面临的挑战进行调查研究。从党员个体看，每位党员要把好不忘初心的“初始点”和“转折点”，要慎重对待每个“第一次”，系好第一颗职业纽扣，把好道德关口，敬终如始、善始善终。

主题教育查摆问题准不准、实不实、深不深，将直接关系到最终成效。院广大党员领导干部要，以“四个对照”为要求，贯彻执行习近平新时代中国特色社会主义思想和党中央、集团党组决策部署，落实党章党规，着力满足职工群众的新期待，向先进典型、身边榜样学，立足本职，行立改，即知即改，做好了结合“大文章”。我们院始终把主题教育融入中心工作，力戒形式主义与官僚主义，把握教育活动的实践性，将“改”字贯彻始终，坚持“抓党建从业务出发、抓业务从党建入手”，确保两手抓、两促进，把活动成果转化为改革发展成果。

坚持把学查改贯穿始终。院党委中心组成员以“对标先进找差距，聚焦问题抓落实，推进院健康可持续发展”主题，结合自身和分管工作，从思想觉悟、能力素质、道德修养、作风形象等方面深入剖析体系建设和自身存在的不足以及产生问题的原因，提出改进措施。院党委书记朱文汇明确提出做好主题教育的要求——“三个用心”，即用心把握特点、用心接触基层、用心领导示范，以高标准、高要求进行检视与整改，切实将措施落实到体系、落实到本人，实现“知信行”统一。

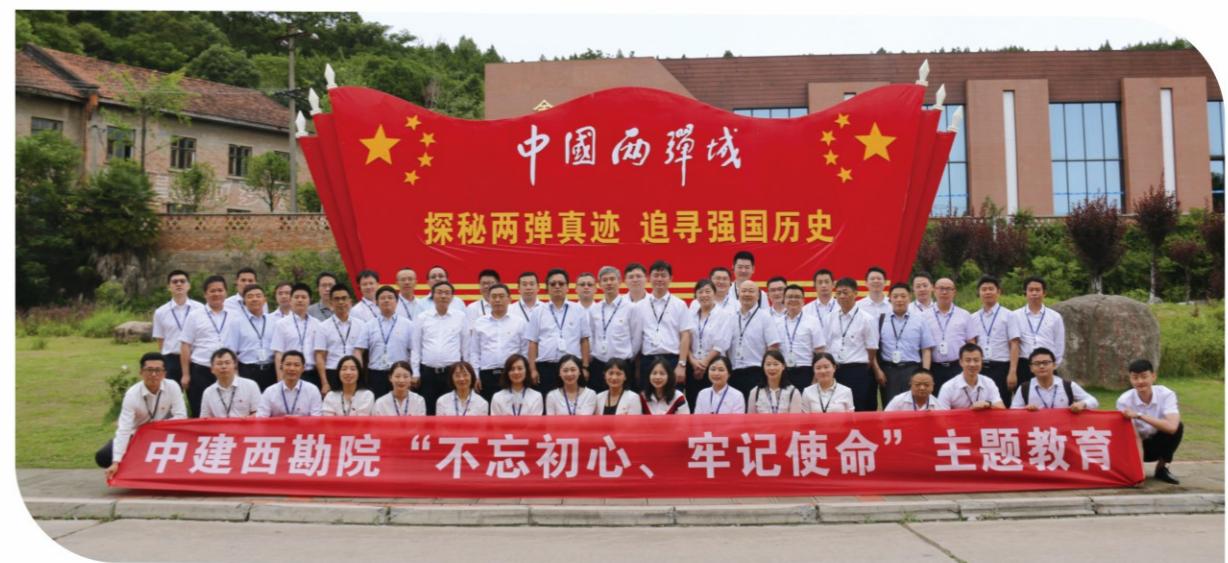
#### 3.突出长效机制，持之以恒建机制

“不忘初心、牢记使命”主题教育是全党在思想、作风、党性上进行的又一次集中“补钙”和“加油”，需要我们坚持融入日常，克服“过关”的思想，特别是完善“常态长效”的重要机制。中建西勘院将在夯实基础上锲而不舍，进一步加强基层党组织建设，不断完善体制机制，提高服务本领；将持之以恒地抓好制度建设，按照于法周延、于事简便的原则，紧密结合企业特点和实际，围绕解决突出问题建制度，针对实际需要建制度，回应职工群众关切建制度，着力提升制度的针对性和实用性并落实督导责任。

我们的事业发展永无止境，共产党人的初心永不改变。

不忘初心，牢记使命，让我们时刻保持干事创业的奋斗者姿态，在平凡处见初心，在身体力行中见恒心，为中建西勘院创建世界一流示范企业增光添彩，为我院健康可持续发展贡献力量，不断砥砺前行。

文 | 党建工作部 莫测



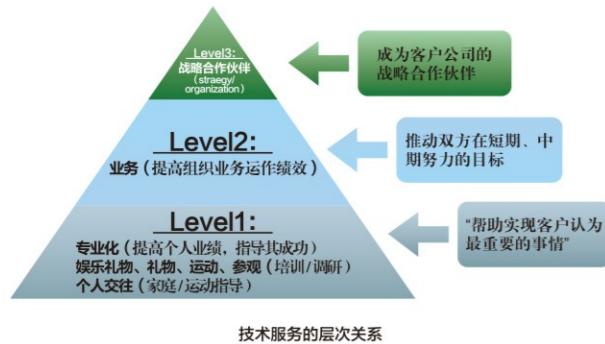


## 解析新技术 对营销的影响

在企业竞争异常激烈的今天,越来越多的内外部因素影响着企业竞争力。一个企业的技术能力和营销能力成为创新性想法实施过程中重要的影响因素,如果说创新是企业持续发展的坚强后盾,营销则是实实在在影响着企业的绩效,创新和营销作为企业的两个基本职能,是企业成长的重要动力。

人们常问,一家企业的核心竞争力究竟是什么?简单的说,就是客户愿意把大单子交给我做,而不是别人。愿意给我的前提,首当其冲便是营销,按照管理学大师彼得·德鲁克的观点:“营销人员把社会需要转化成有利于企业的各种机会”。

而如何转化，首先在于技术，俗话说，“天下武功唯快不破，营销江湖尤擅其技”。这个“技”体现在三个层次：一是说服者、推销者，通过展示产品、技术、服务，使得客户决定合作；二是问题解决者，引导客户咨询，解答客户问题和传递价值；三是可信赖咨询顾问，客户复杂商业问题的诊断能力，影响客户商业决策过程的能力，设计、实施一揽子解决方案能力。通过以上技术关系层层推进，从而构建高价值客户关系平台。



勘察设计企业的价值在于核心关键技术，在于技术的“人无我有、人有我优、人优我特”，这是有岩土工程的根本特性决定的。岩土工程是一门多学科的综合性边缘学科，从事这一专业的技术人员需要掌握广泛的学科知识和具有较强的综合分析能力(如工程测量、水文地质、工程地质、土力学、结构力学、土木建筑、计算机等方面的技术)。近年来，随着电子、计算机等技术的快速发展，使得岩土工程的基础理论、应用技术、工艺装备有了质的飞跃发展。我院在核心关键技术锻造上，铆足了干劲、花足了功夫，逐渐促进了多维度的技术特色和服务体系，主要表现在：

#### 智慧勘察技术

基于计算机、互联网、云计算等技术开发了勘测数据采集与管理系统软件，建立了“互联网+勘察”云数据管理平台。平台包括岩土工程智慧勘察信息系统，勘探现场信息采集APP、项目综合管理服务云平台、信息集成分析系统，实现勘察全流程智慧信息一体化系统的研发，达到勘察质量提升与安全控制保障。

举例来说，深圳地铁13号线项目就利用数据库技术发现了甲方提供原始资料的诸多问题，打通了三维地质建模与BIM软件的数据传递，建立高精度三维综合模型，直观展示了实际情况。

#### 建筑地基综合勘测关键技术

传统钻探取芯、室内试验、工程物探等岩土工程勘察技术，已经不能满足甲方“高”、“大”、“精”的要求，一些新型测试装备、传感器、应力应变计、测试方法等集成应用，拓展了对特殊性岩土的认知。

近年来，我院研发了一系列膨胀土试验装置及方法。革新了从上世纪八十年代沿用至今的膨胀特性试验方法，提出了膨胀土湿度场理论，解决了基坑边坡附加膨胀荷载计算方法问题，形成了一套基于实践的膨胀土理论和深基坑评价方法体系。

在红层软岩工程特向研究方面，建立成都典型红层泥岩室内力学指标(如单轴抗压试验)和现场试验指标(如原位平板载荷)的相互关系，提出了地基承载力的换算公式；提出了红层软岩桩侧阻力、桩端阻力测试方法，获取了相关经验参数。

通过对新技术、新方法的综合应用，客观揭示岩土体工程特性，为建筑地基持力层选择，为基坑、桩基础、筏板基础设计提供技术支撑，形成特有的技术优势，使得我院在成都地区岩土工程勘察中取得了绝对领先地位。

#### 深大基坑设计及优化关键技术

开展复杂条件下深基坑支护体系中的桩-土-锚共同作用机理研究，揭示了桩锚支护体系失稳破坏模式及破坏原因，提出了流固耦合条件下的基坑阻水帷幕设计方法，建立了复杂条件下深大基坑环境安全控制关键技术。我院累计完成基坑支护设计近万项，形成了新的支护型式和新的环境保护监控标准，开发出旋喷扩大头新型锚固设备，完善了卵石土、软土、昔格达地层，特别是膨胀土基坑支护理论体系。

共获得国家授权发明专利13余项，实用新型专利30余项，出版专著1部；主编地方标准1项，参编制行业标准3项。

荣获2014年度四川省优秀工程勘察设计二、三等奖各1项、2015年度工程勘察设计“四优”一、三等奖各1项，

2016年度四川省优秀工程勘察设计一等奖1项，全国优秀工程勘察设计行业奖二等奖1项。

#### 大直径素混凝土桩复合地基技术

以客观揭示天然地基的承载力和变形模量为目的，创造性设计系列大量现场试验和完善理论研究体系，将软岩素混凝土桩复合地基加固技术应用于高层~超高层建筑地基加固处理工程中，形成了软岩素混凝土置换桩复合地基技术、多材料组合型桩复合地基技术、多桩型素混凝土桩复合地基技术和新型树根钢管桩复合地基技术。

基于成都地区大量复合地基现场实测资料，根据桩土协调变形理论，研发了一套复合地基沉降估算方法及配套辅助计算软件，采用迭代试算的方式对最终沉降值进行逼近求解，最终得出建筑复合地基的沉降值，并在成都、绵阳、广元等地区二十多个工程如龙湖世纪城、绿地柏仕公馆、ICON·云端项目、半岛城邦、绿地东村等高层建筑的地基处理中广泛应用。

其中，红层软岩大直径素混凝土桩复合地基技术在2014年度获得四川省科技进步三等奖，2015年度获得了中国建筑学会科技进步二等奖，为我院相关业务的拓展打下了坚实基础。

#### 山地地质灾害整治集成技术

深入研究地质灾害的勘察技术手段、治理工程的评价方法、施工工艺和检测监测技术，成功解决了三峡库区地质灾害问题，形成三峡库区地质灾害治理工程技术集成，总结形成了一套地质灾害治理集成技术，为地质灾害勘察设计治理工作提供借鉴。

边坡治理目前已获得国家授权专利5项，发表技术论文多篇。主编国标《建筑边坡工程施工质量验收规范》，参与《建筑边坡鉴定与加固规范》、《土方与爆破工程施工及验收规范》、《建筑边坡设计规范》、《边坡工程检测技术规范》等标准的编制和审查。

#### 新型城市绿色岩土关键技术

开展不同储热地质结构的浅层地热能资源评价体系研究，构建了科学、可靠的资源评价体系与开发利用适宜性评价方法，填补了川藏地区浅层地热能评价体系研究的空白，为我国广大西南地区节能降耗、可持续发展提供科技支撑。

CREATE

对新型支锚结构、绿色锚固材料、锚固新设备新机具等方面进行研究,逐步开发适用于不同岩土场地的锚固支护产品。开展的新材料(BFRP玄武岩复合筋材)、新设备(扩大头锚索)在膨胀土、卵石土、普格达地层、软土层等特殊性岩土的基础理论及试验研究,解决了锚索回收和承载力低的问题,赢得广泛关注。

#### 建筑场地形成技术

依托上海迪士尼项目,结合了国际工程建设经验和标准,首次对超大面积荷载作用下深厚软基沉降的理论计算方法进行修正,弥补了现行各规范的不足,提出了迪士尼乐园场地形成设计的控制指标、标准与场地质量评价方法及验收标准,实现真空预压技术在上海软土地区的首次应用,为后续其他类型场地形成的设计、施工、验收提供借鉴。

主编规范:《迪士尼度假区场地形成工程技术规范》,出版专著:《场地形成工程关键技术研究与应用》。

#### 既有建筑加固纠倾关键技术

深入研究上部结构与地基基础共同作用,采用有限元法建立上部结构-基础-地基三维模型,模拟不同加固效果,形成不同场地建筑加固设计优选方法。通过对既有技术引进消化吸收,联合开发加固新型装备技术,如锚杆静压桩、预钻孔后注浆等,形成既有建筑物桩基础加固技术、建筑物纠倾平移技术、多方法综合迫降纠倾技术,解决场地空间受限,无法使用大型设备的问题,引进“PLC”液压控制系统和静力水准控制,使建筑物沉降控制达到毫米级的控制精度。在雅安、昆明、九寨沟、宜宾等具体工程项目实施中,既解决了工程实际问题,又形成了良好的示范效应。

#### 自动化监测技术

以提高测量成果的精确度和可靠性为目的,引进吸收高分辨率遥感三维可视化解译技术,高铁精密工程控制测量技术, GPS-RTK技术,基础设施和周边环境监测预警技术,合成孔径雷达测量、机载激光雷达测量,并在天府机场、龙洞堡机场等重大项目中成功实践,使我院机场勘察市场占有率达到进一步提高。提出了智能跑道监测技术,通过埋设单点沉降仪、静力水准仪、分布式光纤、温度补偿光纤、湿度计、基质吸力计等先进的传感设备,结合配套的管理系统,对跑道进行变形监测,构建智能跑道监测系统,为跑道状态实时掌握和管理养护提供了强有力的技术

支撑,确保了飞行区安全。同时,紧跟技术前沿,探索研制与应用光、机、电相结合的自动化测量仪器,发展与应用激光测量、近景摄影测量和现代数据处理技术。

综上可知,我院通过技术创新提升核心竞争力,进一步扩大了我院的市场份额,而市场份额的提升(合同额突破40亿)使我们有实力投入更多的经费进行技术创新研发(研发经费累计投入5000万以上),形成了良性循环。

不可否认,我院在技术创新过程中仍然存在一些问题,概括地讲,主要表现在以下四个方面:一是缺乏对技术商业化的关注,技术人员在技术创新过程中更多的只关注研发本身,而忽略了技术的商业化。二是对技术创新开展的系统性和全局性认识不足,只是聚焦于“技术”,而忽略了对“创新”的管理。三是为了创新而创新,技术创新流于形式,在结合项目工程重点和难点的技术创新、科技攻关深度还不够。四是忙于市场经营,忽略了技术创新,忽略了有形技术(如先进的设备等硬件设施)的作用,技术人员参与技术创新的想法不强烈。这些都是需要我们充分认识并加以改进的。

企业绩效提升是一个系统因素,不仅涉及到技术性变化的创新,也涉及到非技术性变化的创新。企业新的增长点在哪里?如何实现?也许每个企业都要重新审视自己业务链条,形成和拓展本企业新的产业链,以独具特点的产品和服务占领市场。现阶段,勘察设计行业转型升级处于关键时期,在向工程总承包、全过程咨询服务等上下游产业发展过程中面临不小挑战。传统勘察行业具有特殊性,如何实现企业绩效提升,则需要进一步聚合内部资源,实现“敌情信息”(需求)、“火力配置”(方案)、“战斗管理”(统筹和执行)的综合管理。即营销部门以人脉和情报为主的市场创新切入,利用数据在组织运营、市场分析和消费者互动方面进行服务和适应;技术部门为客户量身定做策划方案,深度捆绑自身收益与客户收益;项目管理部门提供强有力的执行保证,完美履约。通过以上综合管理,最终实现营销、技术和服务的“新型联盟”,持续将这种“联盟”与市场技术、客户体验技术深度融合,提升企业品牌价值管理和客户关系管理的经验,只有这样,才能打破同质化困局,形成技术营销的新格局。

文 | 设计研发中心 周其健

VANGUARD  
先锋

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD





### 夯实根基，从“混编队”到“正规军”

时间要回溯到1年前。

2018年3月，西安分公司正式划归院直属管理，那个时候，西安分公司的市场营销人员仅有两人，其中一人便是分公司负责人杨东。由于要统筹兼顾分公司的各项工作，而市场营销工作却又不容丝毫耽搁，那么如何更好地开展市场工作，成为杨东率先考虑的问题。作为一名在市场中摸爬滚打近7年的“老营销”，杨东深有感触：“市场营销工作是我们各项工作的先导，是事关西安分公司生存和发展的命脉，我们必须把市场营销工作作为‘一号任务’来抓，而这就要求我们必须组建一支充满战斗力的市场营销团队。”自此，市场营销团队的建设正式提上日程，成为了西安分公司各项工作的先导。

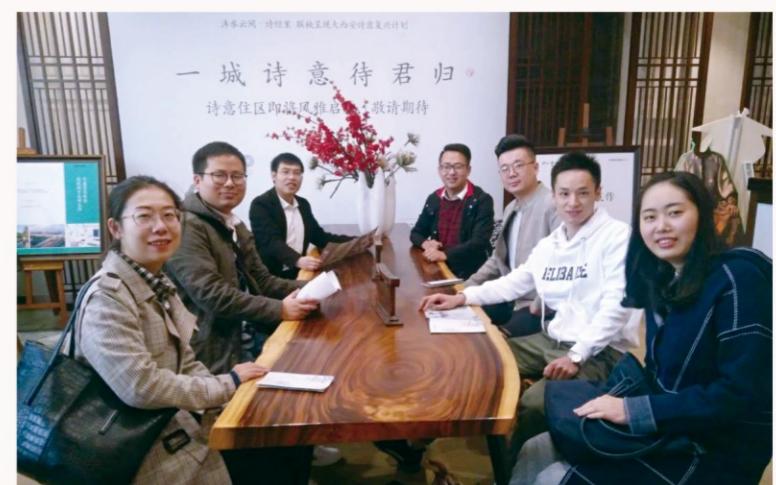
2018年7月，西安分公司营销团队扩充到了3人。“营销人才梯队的搭建是市场营销工作中非常重要的一环”，杨东再次强调。为了进一步突出团队活力，西安分公司扩大了人才筛选范围，市场营销人员开始从非专业领域引进，但由于缺乏行业知识与专业技能，最初的团队可谓是一支“混编队”。面对这样的问题，杨东表示，“人才培养是西安分公司发展的关键，尤其是市场营销人才。公司要全力以赴支持营销人员的选拔和培养，要用最短时间打造一支业务能力强、作风硬、敢闯敢拼的营销队伍。”

# 白驹过隙 滴水穿石

——中建西勘院西安分公司市场营销纪实

时间已经过了凌晨12点，窗外飘着零星小雨，办公室内依旧灯火通明，伴随着打印机不停运转的声音，中建西勘院西安分公司市场营销部依旧一派忙碌的景象。

再过不到10个小时陕煤集团榆林化学180万吨/年乙二醇项目地质勘察（详勘）就要正式开标了，经过了近半个月的精心准备，西安分公司这支由7人组建的市场营销团队终于要在今晚拿出他们的最终成果。





白驹过隙，2019年，从最开始的单兵作战，到现如今具备7人的规模，在市场营销团队不断壮大的这一年里，西安分公司坚持将提高能力、夯实根基摆在最前面，积极组织开展各类专业化培训和参观学习，不断提高市场营销人员的专业能力和整体水平；把思想觉悟强、学历层次高、发展潜力大、综合素质好的营销人员推荐到重点项目上去锻炼，使他们尽快成长并充实到营销队伍中来。另一方面，分管领导丁林不断进行市场营销团队内部调整和优化营销人员结构，根据营销人员的特长有针对性地安排他们从事外联、营销、商务等工作，充分发挥专业人才的优势。

截至目前，西安分公司市场营销团队建设初见成效。他们有序分工，市场组积极在外拜访客户、搜集项目信息，商务组则坚守阵地，做好投标服务工作。在这半年时间里，他们联系拜访各类潜在客户40余个，参与投标30余项，落地项目总合同额达到了西安分公司历年同期的新高。西安分公司市场营销全员在坚持学习和勇于实践中，沉淀营销经验，逐步从“混编队”武装为“正规军”，以不惧困难，积极进取的勇气，在西安分公司争做先锋作表率。

#### 转变思路，破局营销难题

有了人员规模、专业技能和营销经验的全方位支撑，西安分公司市场营销部开始广泛向市场延伸触角。诚然，西安本土老牌勘察大院众多，西安分公司作为外埠企业分

支机构，就必须得走出一条秉承西勘精神且符合地方实际的自主之路。

2019年1月，西安分公司市场营销部负责人尤昭杰在内部竞聘上提出了“围绕‘以客户为中心’的核心思想，从全局的角度，统筹规划市场营销体系”的市场营销体系构建思路，得到了分公司领导班子的一致认可。

后续市场营销部也依循这一总体思路积极开展工作。他们紧紧依托“中国建筑”、“中建西勘院”这两块招牌，根据市场导向，不断优化市场营销组织，形成梯队构架。尤其是着重在目标客户的选择上下功夫，积极围绕客户需求做文章，坚定不移走“以客户为中心”的路，与本地大院形成了明显的差异化竞争。

2019年3月，某天清晨的一通电话叫醒了还在睡梦中的市场营销人员吕晓东。“绿城昨天刚刚拍到一块地，估计马上就要有项目启动了，由你负责跟进！”吕晓东在接到任务后，第一时间联系了营销人员，随即分工进行了一系列项目信息的搜集工作。当天，他们在了解到绿城集团西安公司作为西安房地产市场中的新鲜血液，本土化供应商培育深度应该不足的情况下，立刻上门拜访。绿城西安对他们积极与诚恳的态度给予了充分的认可，通过后续不断的沟通交流，他们如愿掌握到了第一手的项目信息。

在接下来的时间里，他们积极联系项目经理部调整方

案，为后续投标工作做充分准备。功夫不负有心人，一周之后，西安分公司接到绿城西安的通知——成功中标其西安安全运村酒店项目工程勘察项目，为后续和绿城集团持续良好合作奠定了坚实的基础。

#### 先锋力量，重大项目显身手

“这个项目如果成功落地，将是我们西安分公司在攻占能源化工勘察领域市场中里程碑式的一步，此次也将是对我们市场营销工作的一次大考，希望大家能一展风采！”2019年4月1日，陕煤集团榆林化学180万吨/年乙二醇项目地质勘察（详勘）项目招标启动前夕，杨东在鼓励市场营销部全员时这样说道。

西安分公司多年来深耕陕西市场，公司领导班子在扎根西安的7年时间里，通过完美履约以及日常向各类业主提供全方位的细致服务，广泛积累了良好口碑和优质人脉资源。在该项目中，业主陕煤集团作为陕西省属第二大国有企业，位列世界500强，实力雄厚。而早在该项目启动之前，杨东就曾以“国企间合作”为主要切入点，利用多方资源积极与陕煤集团进行了高层对接。

此次面对如此优质的项目和业主，为了给项目投标工作提供保障，协调处理关键事项，西安分公司在第一时间拿到招标文件，迅速组建了专项投标工作小组。“市场营销部要高度重视本项目的投标工作，要全员参与进来，要

以百分之百的努力和专注，确保本项目投标工作圆满完成，绝不能出任何纰漏！”4月3日，投标工作小组组长丁林在专题会议上强调道。

全体市场营销人员在经历了半年多的磨合后，面对此次大考，没有丝毫胆怯，他们精准把握公司领导要求，统筹管理，团结一致，分工明确：有专人负责联系对接院市场部和各分公司市场部，协调重大业绩；有专人负责主要业绩总投资额的网上核实和相关辅助证明材料的准备；有专人负责与业主和代理公司进行招标文件条款的答疑澄清；有专人负责商务文件和资格文件的编制；有专人负责勘察技术方案的编制及审定，各项工作开展得井然有序。面对困难时，他们更是临危不乱，积极应对，“逢山开路，遇水搭桥”，再加上院市场部和各兄弟单位的全力支持，各类问题迎刃而解。

“中标人：中国建筑西南勘察设计研究院有限公司”！2019年5月8日，随着陕煤集团榆林化学180万吨/年乙二醇项目地质勘察（详勘）中标结果的正式公示，西安分公司市场营销团队上下一片欢呼雀跃。在历经了连续数月的沟通对接和紧张的投标工作后，该项目最终花落中建西勘院。

文 | 西安分公司 尤昭杰

ENJOY  
悦享 

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD



# 最美 的地方 从来都在心底

在我住的地方，时常可以听见孩子们的声音，或读语文、或说英语、或嬉笑打闹，他们在对面十来米高的教学楼里，拨开清脆的嗓音。“清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂，借问酒家何处有，牧童遥指杏花村。”每当听他们朗读古诗，像是看见天上的云朵，安静温暖地漂浮在空中，远离尘嚣，与世无争。

这幢教学楼的周围，是比它高的居民住宅楼，九十年代的建筑，住着各色的人群。它的前面，也就是与我所在的楼房之间，隔着宽约七米的街道。街道两旁，种着一排银杏树，活泼地向两端延伸出去。最大、最高的四棵，像伟岸、威武的守护神，凝然矗立在教学楼前，为它遮风挡雨。

这条街，说不上繁华，也说不上冷寂，它只是普通得不能再普通的一条市民通道。因为没有地下停车场，街道有一半被用来停放了大大小小的车辆。街面的铺子，有卖干杂的、卖菜的，有开火锅店、做衣服的，还有修自行车、开麻将馆的，俗世烟火一般弥漫整个街道。

清晨，卖豆浆的来了。天刚刚亮，就有大妈的声音：“豆浆开始打没有，东西赶快搬出来呢”，好几次被“粗暴”地叫醒。接着，沙沙的扫地声由远而近地传来。

到了晚上，卖碟的来了，骑着自行车，用喇叭一路播撒：“我一生中最爱的人啊，我醒来梦中还是你的样子……”。伴随着低俗流行音乐，另一边是：晚上吃的啥？中了彩票没？谁打麻将赢了？自行车又被盗了？……女人们扯开嗓门议论着，不时传来哈哈的大笑声，即使在六楼高的房里也听得清清楚楚。

我经常站在六楼高的窗边，向下俯视人生的千姿百态。却因为孩子们的天真无邪和育人智慧、高尚与纯洁的知识，做抬头状看着对面比我视角低的学校。这被俗世包围的学校，像是一朵莲花，挣脱周围“淤泥”的绞缠，兀自地开出素洁、高雅，以美丽的姿态，滋养心灵一片清幽的净地。对它浓烈的好感，自在心底油然而生。

而我，在没有真正到达它之前，只知它是所学校，培训语文、英语、美术等。

直到今天。

我有意识地想进去看看，看看这仅相隔了不足十米的地方，究竟有着怎样的生活，让我这凡夫俗子高看而敬重。当我走近学校门口时，居然霍地紧张起来。铁门开着，门缝够一个人进。孩子们在楼上读英语，我悄悄地、缓缓地往前走，生怕惊扰了这份清静。

“读三苏、诵三曹、研三袁、探三玄，志求三乐；温四史、展四库、惜四孟、度四美，心慕四君。”赫然的两排大字挂在教学楼门前。我一字一字读着，激动得站了好久。直到——“你找谁？有事么？”大爷的声音。

“哦，不找哪个，看看——”我转身笑着。

大爷也笑笑，挺相信我的样子。想说什么，终究没说出来。

看着他离去的背影，我轻轻地一叹。

继续往前走，让我惊讶的是，这里，居然住着学生。一小排寝室，瘦

小地躺在教学楼背后。常青藤爬满了寝室屋顶，一小绺、一小绺掉下来垂在空中。小方块洗脸帕整齐地挂在寝室门前，还有多个水龙头也规整地贴在教学楼后。因为这些，我沉浸在了过往的儿时岁月。

“大姐，你找谁？”一个女孩推门而出，流利的普通话。

“我来看看我妹妹。”我善意地“欺骗”了她。

“你妹妹是谁？她住校吗？”

“说了你不认识哈，她不住校。”

她很惊奇地看着我。

“你怎么会住校呢？学校这么小，只是培训的地方。”

“放暑假了，爸妈想让我多学点知识，学校里清静，我自己也喜欢。”

“那你为什么觉得学校清静呢？”

“那，”她不假思索地用手指向校门口方向，“你看见校门口的两行大字没？读三苏、诵三曹……”她一字不漏地说了出来。“老师说了，清不静是在心里，多读书心灵会变得很美很美。”这样的话，从十岁左右的孩子口里说出，字字重千斤，着实给了我一个惊奇。我的心，霎时被抬得老高，一时间，竟落不下来。

“说得好好哦，加油！”我走上前，轻轻摸她的头，她冲我一笑，像是突然冒出的一朵小荷花，开到我心里去了。

是啊，读书养心，心美则人美。

却原来，学校，我们眼里视为的高洁之地，不过是滋养心灵的道具而已，而最美的地方，是通过知识的浸润，道德的修炼，从来都在心底。

文 | 党建工作部 杨小陵

# 西勘 青年

我们在这里相会，梦想从这里起飞  
青春的故事真的很纯粹  
我们有了一个共同的名字——西勘青年

曾经的我们年少放狂，不懂涉世维艰  
是理想让我们相聚于此  
曾经的我们走出校园，远离家乡和亲人  
背上行囊开始人生新的旅程  
曾经的我们桀骜不驯，不懂岁月煎熬  
曾经的我们，心怀远大理想  
迷茫却未曾动摇我们的信念

是谁给我空间，让稚嫩的我日趋成熟  
是谁给我展示的平台，让无知的我奋战一线  
是谁磨练我意志，让脆弱的我百折不挠  
是谁给予我力量的源泉，让亦步亦趋的我勇往直前  
是你，中建西勘

你是小溪，汨汨清泉汇成波涛大海  
你是春雨，滋润大地悄无声息  
你是大船，劈波斩浪所向披靡  
你是旗帜，引领团队快速出击

艰难的时候没有泪滴  
欢庆的时候喜极而泣  
面对挑战，西勘青年从不畏惧  
面对压力，西勘青年顶天立地

艰苦朴素，是我们的底色  
求真务实，是我们的彩笔

走进你激情四溢  
融入你心旷神怡  
尚真、有为、守正  
先进的企业文化沸腾了西勘青年人久违的热情

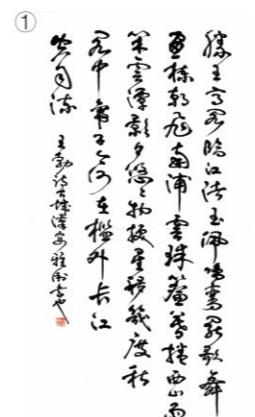
西勘青年有责任  
我愿用自己的辛劳，为你的未来贡献力量  
我愿用自己的汗水，为你的发展奔跑在前

西勘青年有潜力  
我愿意用自己的智慧，为你的盛开增叶添花  
我愿意用自己的青春，为你的明天谱写繁华  
是骏马，驰骋草原志在千里  
是雄鹰，翱翔蓝天乐在搏击

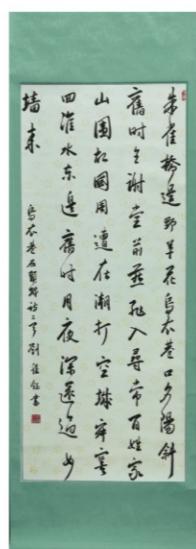
机遇和挑战并存  
希望与梦想齐飞

乘风破浪者  
高歌猛进者  
所向披靡者  
是我们，西勘青年

文 | 二公司 袁小清



①  
诗 名：滕王阁诗  
书法体裁：行草  
书写时间：2019年6月  
作 者：张雅俐



②  
诗 名：乌衣巷石头城诗二首  
书法体裁：行书  
书写时间：2018年  
作 者：刘程钰



③  
作品名称：暮色  
绘画种类：油画  
作画时间：2019年3月  
作 者：廖慧渝

④

④  
作品名称：瓦屋之春  
作品类型：山水国画  
作画时间：2016年  
作 者：鲜鹏



《浮生六记》  
作者: 清 沈复 等  
推荐人: 七公司/詹思瑶

推荐语: 闲时与你立黄昏, 炖前笑问粥可温。偶得闲书, 连夜痴读, 见伉俪情深、至死不渝, 始于欢乐、终于忧患; 感过往际遇, 念史实旧事, 叹不解轻重, 回望垂思, 盼己如斯是, 却听雨滴敲屋檐, 转眼不过“一切有为法, 如幻泡影, 如露亦如电, 应作如是观”。



《撒哈拉的故事》  
作者: 三毛  
推荐人: 九公司/代如玉

推荐语: 即使你不了解三毛和荷西的故事, 那你也一定听过这句话: “每想你一次, 天上飘落一粒沙, 从此形成了撒哈拉”。《撒哈拉的故事》一书从生活小事出发, 展现了作者三毛和先生荷西在大漠的狂野而又温柔的生活。通过细腻的文字, 我所感受到的不是枯燥乏味的沙漠, 而是无垠的沙漠所散发出生活的浪漫气息, 让我更加了解如何在普通平凡的生活中发现乐趣和精彩。如果你也憧憬大沙漠的美景, 那就先翻开此书, 和三毛一起看看吧。



《一个人的朝圣》  
作者: [英] 蕾秋·乔伊斯  
推荐人: 人力资源部/宋菲菲

推荐语: 《一代宗师》里说, 人活一世, 能耐还在其次, 有的成了面子, 有的成了里子, 要知道, 念念不忘, 必有回响, 凭一口气, 点一盏灯, 有灯就有人。哈罗德是一个有灯的人, 见到活着的奎妮就是他的一盏灯, 他在北行的路上, 与其说是朝圣, 更不如说是一场穿越时光隧道的旅行, 在这次独行中, 他屡屡回忆起和爱人相爱又渐行渐远, 与孩子心生间隙以至于孩子做出诸多出格行为, 哈罗德不断回忆起这些美好与痛苦, 在蹒跚与坚强中度过627英里, 《一个人的朝圣》哈罗德给了奎妮死撑的信念, 更多的是一场自我救赎……



《灿烂千阳》  
作者: 卡勒德·胡赛尼 译者: 李继宏  
推荐人: 五公司/曾梓莘

推荐语: 《灿烂千阳》以阿富汗战乱为背景, 用细腻感人的笔触描绘了阿富汗旧家族制度下三十年的揪心历史, 这些历史关乎于家庭、关乎于友谊, 关乎于希望、梦想和失落。它告诉我们: 即使你经历黑暗, 也要依旧拥抱善良。生命是顽强的, 在面对绝境时, 它所爆发出来的生命力真的能令我们刮目相看。愿我们所有人都能够无惧风雨, 心有“灿烂千阳”。

## 荐书 & 心得

BOOKS



# CONVERSATION 茶座

CHINA SOUTHWEST  
GEOTECHNICAL INVESTIGATION &  
DESIGN INSTITUTE CO.,LTD



## “营销大家说”



营销是一出好戏。全院各部门、各单位分别扮演着出品人、制作人、导演、监制、演员、剧务、配音、剪辑、发行、宣传等角色。没有人是观众。切勿揣着手, 拒绝键盘侠, 在市场的舞台上, 做闪亮的星!

——院办公室(党委办公室) 黄梦



营销是企业实现可持续发展的动能。院应该坚守战略定力, 抓住“西勘院”与“地下空间”一体化发展契机, 围绕“大市场、大业主、大项目”开展营销, 确保院圆满完成“十三五”规划目标。

——企划部 谢新宇



技术引进市场, 市场带动技术, 协同共进, 勇创未来。

——设计研发中心 郑立宁



营销就是在企业与客户之间建立互信互利的顾客关系, 通过顾客关系达成交易和获取盈利。找到客户真实需求, 以我们的科技与服务深化顾客信任, 培育优质战略顾客关系, 为客户提供梦想与里程碑。

——党建工作部 莫测



营销工作是一项系统工程, 是营销人员在前台、企业其他员工在后台支持、全员参与的工作, 企业品牌、软实力起潜在作用。因此, 我们不能只看到台面人员的作用, 忽略潜在员工的贡献。就如“王婆卖瓜”, 正因瓜甜, 王婆的喇叭作用才能长久。

——项目管理中心 祝方平



就其本意: “营” : 筹划、管理、建设、谋求, “销” : 固体金属块完全熔化。如何将自身产品或优势用熔化固体金属的态度出售出去, 战略定位很重要。我们需要做好产品的市场分析和策划, 做好市场活动, 提升品牌影响力, 充分分析客户状况和需求, 贴近客户挖掘其价值; 对竞争对手进行分析, 实行差异化竞争, 对市场全面覆盖, 做好销售预测, 强化绩效考核。

——一公司 杨致远



营销工作是一项系统复杂的坚韧工作，要有谈恋爱的热情，哺育孩子的耐心，孝敬父母的谦恭，加上礼品一样的包装，发动机一样的团队协作，在市场中无孔不入，重点突破，遍地开花，“西勘院”双百亿目标一定能实现。

——二公司 胡建宗



营销工作是企业发展的增量因素，更是企业稳健前进的内动力。营销工作要求我们多发动、广参与，抢抓机遇、精细策划，打好基础、提高质量，用过硬实力为自己说话，用完美履约为自己代言。

——五公司 顾光辉



我理解的营销就是要给客户创造价值，并在履约过程中实现这种价值，最终形成长期的合作关系。

——六公司 孙龙才



要做好营销工作，首先要有鹰一样敏锐的眼光和豹子一样的反应速度洞察市场，抢占先机；其次要有润物细无声般的服务理念，让一切的服务化为细雨滋润业主，想业主所想，做业主所需，建立长线可持续的合作共赢；最后，要持续调整和提升自身能力，修炼内功，与时俱进，打造高科技技术和高素质人才，形成自身品牌，多维度、多角度成为客户信赖的伙伴，使我们在市场经营活动立于不败之地。

——测量公司 贾鹏



有资质、业绩、人员和队伍（能干事）；有竞争力的投标价格（想干事）；能发展和维护好客户的关系（会干事）；能完美履约（干好事）；让客户满意，形成业内良好口碑（好干事）。

——基础设施公司 肖劲飞



营销就是企业秀，团队秀，个人秀；秀作品，秀质量，秀服务。归根结底是靠实力的，炼内功提升能力培养团队就是设计的发展必经之路。

——建筑设计院 张进



经济进入新常态，集团管控越来越精细，西勘院面临上规模、增效益的巨大压力。营销是企业可持续发展的源头，我们须与时俱进，向新兴业务领域开疆拓土，才能从一个项目部型公司转变成一个有自己独特竞争力、规模大、效益好、可持续发展的真正法人公司。

——三公司 余元辉



营销是技术活，也是艺术活。

——重庆分公司 刘兴国



营销是一种出神入化的艺术，是一种锲而不舍的精神，是一种舍我其谁的气魄，是一种人无我有的追求。它讲求的是过硬的产品、优质的服务、丰富的人脉、精良的技术、广泛的宣传。

——上海分公司 唐海峰



营销实际上是靠技术营销+团队履约来增加与客户的粘性，努力做到“做一个项目交一帮朋友”。营销更为重要的是营销团队的凝聚力和向心力，营销人员须如兄弟姐妹一般，心往一处想、劲往一处使，这样才能在激烈的市场中活下去。

——七公司 王宁



“简单、专注”是我对市场营销的理解。简单，就是思想简单，做事简单，待人简单，一心一意做好本职工作；专注，就是专心做我们专长的事情，做专、做精，形成我们的拳头产品和核心竞争力。

——八公司 沈泽



做好市场营销工作，首先要认真分析市场、竞争对手和服务群体，充分利用自身资源和优势，做好长远的规划，并以中建集团和西南地区为依托，在全国范围内拓展新市场、新业务，发展新客户。

——检测鉴定与加固中心 邓正宇



建筑业的市场竞争日益白热化，我们的营销工作要紧密围绕行业和客户的需求去构建我们的组织与能力，我准细分市场，打造持续领先对手半步的技术与产品优势，发掘客户需求、创造需求、满足需求，这样才能在激烈的市场竞争中取得生存。

——地下空间公司 高峰



营销工作是一项系统工程，专业的人员，过硬的技术，有效的组织，才能筑牢营销体系。通过品牌、技术优势进行全员营销布局，不断打造商务精细化能力、低成本制造能力，让我们在激烈的市场竞争里处于领先地位。

——重庆分公司 廖东



营销工作就是如何做人、如何做事的系统性工作。把难缠的对手当作朋友，总有真诚打动人的一天；把潜在伙伴的事情当作自己的事情，总有获得潜在伙伴肯定的一天。

——重庆分公司 林余辉



以尚真文化为引领，建立以客户为中心的营销体系。高端对接讲政策，响应国家号召，顺势而为，引起客户的兴趣。过程维护讲细节，进行感动式服务，赢得客户信任，落实执行讲专业技能，五位一体，体现专业优势，锁定客户。

——西安分公司 杨东



自古以来都有“商场如战场”、“兵马未动粮草先行”这么一说，而对于我们做市场营销的人员来讲信息就是我们营销领域的“粮草”。在这个商业信息爆棚的时代，市场营销人员更应该把信息的获取作为重中之重。只要牢牢掌握了第一手信息，就相当于掌握了主动权，走在了竞争对手的前面。

——北京分公司 党靖



以客户为中心，一手抓营销业绩，一手抓营销团队建设，主动分析市场，把握市场趋势，及时调整营销方向。确保营销工作稳步推进。

——西安分公司 丁林



营销就是根据自己的专业确定不同的营销对象，而采取不同的营销手段达到接项目的目的。要做到优秀的营销，需要做到充分了解甲方的项目情况，资金情况，履约习惯等情况，同时我司应做到良好的履约，高质量的技术服务，高进度的施工效率。

——云南分公司 汪广江

