



—— 董事长在春光培训学院首期新员工入职培训上的讲话

2015年，我们一起，大有可为！

论春光人的做事标准

文/集团办公室 王君

12月，集团董事长在新员工培训会上发表演讲并提出，春光人的做事标准是责任、行动、结果。“责任、行动、结果”分别从行动态度、行动力度、衡量标准上对做事进行了界定，它给了全体春光人一个自我衡量的标尺和对我要求的方向。

责任是春光集团的安身立命之本。国家兴亡，匹夫有责，这是国家之于个人的责任；在春光，董事长负责，是全体春光人共同的责任。春光发展十三年，董事长亲自跑了几百家企业，披荆斩棘、永往直前。春光从单项目公司走到了跨区域集团化公司，从多区域发展进入了新的战略转型二次创业，如果没有董事长带领下的春光人坚守岗位，坚定不移履行社会责任、社会、环境、股东、员工、合作伙伴的责任，何来今日春光的高端企业。

责任是每一个春光人安身立命之本。毛主席说，革命不是请客吃饭，做工作同样如此。每一个合格的春光人必须做到想干事、能干事、真干事、可干事、干成事，我们

必须具备责任意识，履行责任行为、形成责任制度、获得责任成果。唯有如此，作为春光的一份子，才可能获得自我肯定，获得同事信任，获得领导支持，获得公司认可。任何不想干事、不能干事、弄虚作假、马虎了事、干不成事在春光都是行不通的，也是任何企业不允许的。身在春光，心系春光责任是春光对每一个春光人的基本要求，也是首要要求。

责任导向行动。董事长多次在会上提出，任何时候，我们都不能坐而论道，我们要有很好的执行力，必须想办法、计划落到实处。在新时期，在新的国内经济形势下，在地产行业进入自给时代的断阶段，在春光进入二次发展的新时期，积极行动、善于行动对于春光尤其重要。行动是春光完成二次发展转型的基本要求，是春光在白银时代的迫切要求，是落实春光梦的关键所在。企业作为市场主体，只有坚决行动，狠抓落实，才可能在当下的市场大势下，完成业绩、创造利润、实现价值，从而

创造出春光的第一品牌；作为每一个个体春光人，只有沿着战略，努力行动才能够跟上春光人的步伐，实现自己在物质与精神上的幸福。

结果衡量行动，结果是衡量一切行动正确与否、充分与否、优秀与否的唯一标准。春光作为企业，它的第一使命是获得利润，只有如此，才能生存和发展。因此，春光发展只能以结果为导向，只有不成功，春光才能基业长青。一切理想主义的过程在真枪实弹的企业经营中都不堪一击，作为春光的一份子，只有踏踏实实地完成责任，只有齐心协力完成业绩，才能成为合格的员工。春光要做百年企业，它需要一代代春光人，心无旁骛、敢于行动，用一个又一个完美的结果去实现。

“责任、行动、结果”是春光人坚定不移的做事标准，我们既要深刻领悟、统一认识，又要坚持执行，主动作为。只有如此，才能紧跟春光发展脚步，与时俱进做好工作。

学院培训活动回顾

春光讯（春光培训学院 祁旭宁）2014年10月22日，春光培训管理学院在董事长的亲自指导下，在集团执行总裁的亲自领导下，在集团领导班子的切切实实关注下隆重成立。学院以“高学历、胜在创新”为核心理念，以支持促进企业经营管理、战略发展的需要为根本目的。通过春光员工的专业能力体系、领导力体系、通用能力体系、新员工入职体系四大能力的培训，从而达到公司在组织管理、业务层面、员工层面的提升。学院成立一个多月来，祁旭宁院长带领下的培训团队举办了“高层人士上的七个习惯”、“打造春光职场”、“春光下午茶”、“新员工培训”四个系列的培训，活动覆盖集团各中心及北京区域的项目公司，截止12月20日，学院陆续进行了176期培训课程，有1600人次参加了不同的培训项目。学院的系列培训活动得到了董事长及领导班子的重视和肯定，培训得到了广大员工的好评。

敢于学习、胜在创新是春光十余年事业发展的积淀与提炼，更是春光实现战略转型、跨越发展所依仗的精神精髓，春光培训学院的建立，开启了学院营造学习氛围、倡导学习文化、提升职业素养、引导创新思维，进而支撑集团经营管理与战略发展的征程。



什进村举行“首批中国少数民族特色村寨命名”揭牌仪式

春光讯（海南区域公司 大区项目负责人 陈伟）11月5日，国家民族委员会“首批中国少数民族特色村寨命名”揭牌仪式在三道镇什进村村寨隆重举行。国家民族委员会政策研究室主任王志刚、海南省民族委员会主任黄明贵、县委书记江文正、县长叶兰平，以及县委政府、三道镇政府、寨接待处等部门相关领导等50余人在春光集团董事长、海南区域公司总经理宋雪峰等公司领导陪同下出席揭牌仪式。

仪式上，王志刚主任为命名什进村为“中国少数民族特色村寨”进行揭牌并发表了热情洋溢的讲话。王志刚主任指出，在什进村举行“首批中国少数民族特色村寨”揭牌仪式，是海南省三道镇镇委、政府对什进村中国少数民族特色村寨创建工作极大的鼓励，也是对春光集团长期持续建设“大景区+小镇村”工作的肯定。希望当地干部群众和春光集团珍惜这块珍贵的资源，继承和发扬创建少数民族特色村寨的创业精神和工作作风，以优美的环境、优质的旅游服务，温暖百姓、致富百姓。

随后，春光集团副董事长宋雪峰发表表示，春光集团以“大景区+小镇村”开发思路推动什进村后寨建设，开创了“公司+农户”的乡村旅游新开发合作新模式。不仅使村民在精神文明、物质文明上都有很大的提高，而且使什进村村寨发展了根本性的变化。未来，春光集团会将什进村打造成具有乡土文化和田园风光的新型特色村寨，不辜负政府对什进村、对布隆赛什进村的期望和鼓舞。

本次挂牌仪式，是政府对春光集团保护民族文化、发展乡村旅游的大景区+小镇模式成果的巨大肯定，它坚定了春光集团不断深化发展大景区+小镇模式的信心和决心。



春光集团2015“启明星”精英培养计划校园招聘宣讲会走进高校

春光讯（集团人力资源部 刘文妹）2014年11月2日-11月6日，“春光集团2015‘启明星’精英培养计划校园招聘宣讲会”分别在北京市知名大学顺利举行。

本次校园招聘宣讲会由人力资源部负责，在集团高管的指导和亲身参与下，在集团人力资源部、春光培训学校等多个部门的大力支持下，于11月2日正式拉开帷幕。自11月2日起，在集团副总裁王鹏飞的带领下，春光集团人力资源部、春光培训学校院长及人力资源部其他相关同事组成的“启明星”校园招聘小组，以一天一场的速度分别在首都师范大学、北京理工大学、北京航空航天大学、北京交通大学和北京理工大学进行了“春光集团2015‘启明星’精英培养计划校园招聘项目”的宣传。

本次校园宣讲内容包括集团概况及“启明星”精英培养计划，重点针对集团使命、愿景、六合价值观向广大毕业生进行了介绍，将公司的三大业务模式进一步进行了解，强调了春光“寻找同龄人，共筑春光梦”的用人理念。同时，对学生尤其关注的“启明星”精英培养计划进行了详细阐述，培养计划中的培养思路、培养方式、职业发展通道的引起了学生们的高度关注。

本次校园招聘是春光集团有史以来第一次校园招聘，它为集团招募优秀人才、树立良好企业形象、打造著名企业品牌、提高企业影响力打下了坚实的基础。“启明星”精英培养计划承载着集团公司人才战略储备计划宣传公司雇主品牌的重任，它的成功实施将为春光的人才发展和春光梦的实现添砖加瓦。



海南省委组织部部长李秀琼到访布隆赛什进村考察

春光讯（布隆赛 李文霞）2014年11月18日上午，海南省委组织部部长李秀琼在保亭县委书记王正、三道镇党委书记周文龙的陪同下到布隆赛什进村进行视察，认真了解大景区+小镇项目的发展情况。

考察组，先后参观了布隆赛乡村文化旅游区的一期居民安置房、村史博物馆、二期居民安置房，并深入农户了解企业进驻村庄给当地生产生活带来的变化。从与农户的交谈中，李部长了解到自2009年什进村实施旅游新村建设以来，群众生产生活水平得到了大幅度提高，什进村从原来一个贫困落后的黎族村庄，逐步转变成为一个更具发展潜力的美丽乡村。

李秀琼在考察后指出，要不断创新发展什进村的发展模式，充分利用好什进村的资源优势，打造特色乡土文化旅游产品，积极拓展旅游产品，丰富旅游内涵，增强旅游发展力。要想让居民生活过得更好，就要在完善各项建设的前提下，保持当地的乡村风格，这样既方便群众生活，又能满足旅游乡村的规划和旅游产品的需求。



2014年儒学文化研讨会暨三亚南山大成文化旅游区规划方案研讨会圆满成功

春光报【企宣部】2014年12月4日，由中国儒学研究会、三亚市人民政府、北京春光集团和中国城市规划设计研究院联合举办的“2014年儒学文化研讨会暨三亚南山大成文化旅游区规划方案研讨会”在北京建委景观园文化会议中心顺利举行。集团董事长王启春、执行总裁刘天柱、集团副董事长、海南区域公司总经理宋峰等集团领导出席了本次会议。

本次研讨会以“儒家思想、文化资源”为主题，文化部非遗司副司长屈盛瑞、三亚市副市长李柏青以及来自中科院、北京大学、清华大学的20余位儒学专家学者等社会各界人士以“主旨发言+沙龙论坛”的形式就探讨儒家思想对当代社会发展和社会问题的启示以及儒家文化现代化的应用和多样化的载体、大成文化旅游区规划初步方案的研讨两个会议议题，逐一展开自由讨论。

研讨会最后王启春董事长、李柏青副市长对本次研讨会的成果表示肯定并分别做总结发言。

发言精要

王启春 北京春光集团董事长



首先向大家表示感谢！

第一，感谢在座的领导、专家、学者在这个寒冷的冬天，特别是很多领导、专家、学者从温暖的海南飞来寒冷的北京参加本次会议。感谢你们！

第二，特别感谢今天在座使得本次会议成果更显著各位，让我受到深刻感和启发，这是我意料之外的。此次会议是最有诚意、最有成果和时效的一次会议。会议中形成了好的建议、意见、方法、成果，春光集团是最大的受益者，在此不仅是感谢，更是感恩！

第三，作为旅游项目的开发者，我向大家表态，企业本身是实干者、是落地执行者，今天收获这么多建设性的意见、成果，后续需要做的就是坚决贯彻、落实和实施。通过我们的辛勤付出，通过我们的投资开发，通过有效地资源整合，希望未来能给大家呈现一个独树一帜的，无论在三亚、在海南、甚至是全国都极具影响力的，以文化根基为基础的旅游景点。我们有决心也有信心做好。

南山项目从春光集团2008年收购至今，付出的人力、物力、财力很多，付出的艰辛很多，我们始终本着一个理，一个目标：本着不做事必成这一具有独特经济区域的核心，希望按照旅游、文化的产品定位，将区位优势、将大的资源禀赋、将中国传统文真正融合，充分发挥和用好项目，将其打造成为有内涵、有根基、有灵魂的文化旅游项目。

最后，再次感谢大家的出席及献策献计！

李柏青 三亚市副市长

“儒释道三教圆融”概念的提出，是在我们修编过程中不断探索的结果，选题方向很好，但个人认为某些方面还有不足。

三亚的发展已进入瓶颈期，如何突破瓶颈，如何实现创新是当前难点所在。那么在三亚有限资源的基础上重塑“儒家文化”的概念或显得创新不足。先看一个国外的案例，仅供参考。“水月禅寺”这一古庙据称有六百年历史，后由日本著名建筑师安藤忠雄重新设计，自2010年开始修建，其打造“建设国际精品城市、开发国际精品旅游”的思路，在这一新指示下，我们亟需充分运用创新思维、跨界思维、颠覆性思维对项目的设计进一步深入研究。如何在项目的开发建设中创新特色，满足群众的渴望和要求，是我们最基本的目标，还是压力也是动力。

重点考虑以下几个方向：

一、立项方面，该项目立项是必然是也是必须的，但项目定位和开发要“内涵”一些，如何更合理，下一步有待讨论。

二、风格方面，个人更倾向于类似“水月禅寺”的风格。这种超现代主义的建筑风格让消费者眼前一亮，觉得来一次不过瘾。传统的内容大家心目中都有思维模式，如何在传统基础上融入更新潮、更国际化、更有内涵的东西才是核心，搞旅游的关键在于如何吸引大家。

三、分区方面，当前方案从内容上看似乎面面俱到，但根本的精神内涵和底蕴尚未提炼出来，如果景区没有一种使得大家愿意去一条精神线“走进来，走下去”的感觉，景区的压力会很大。

四、展示方面，仪式感很重要。要有吸引大家走到底的东西，让消费者在这里感受到旅游的崇高。

五、定位方面，从政府角度和社会需求角度包含三点：

第一，定位为一个留得住人的精神家园。当前不仅习总书记和党中央大力提倡，也是众多社会群体的精神需求，我们需要给大家一种文化归属感。

第二，定位为一个儒家文化与国际文化进行对话的窗口和平台。未来可考虑把国家级的、涉外的、文化类的大型活动嫁接进我们的项目中来，如博鳌。

第三，定位应赋予其新的文化价值，再深入，再挖掘，找到吸引消费者的兴奋点。

高中文 北京大学社会学系教授、人类学系主任

商业项目和传统文化嫁接能否成功取决于文化是否被公众或游客接受。商业项目想运用、继承和发扬中国传统文化，从文化呈现的角度来讲，商业进来，政府出来，老百姓进来，一个文化的表现形式就发生了变化。将文化转化为向消费者提供的服务，这是极具前瞻性存在较高风险的决策，同时也是社会发展之必然，具有文化传承的社会意义和市场价值。

建筑、空间与传统文化之间的关系，相互交叉形成一种服务性关系。

商业为老百姓的生活提供服务，忠实于社会，商业项目是通过过怎样的方式对文化进行重新开拓。

杨保军 中国城市规划设计研究院副院长

诸多学者把中国文化的核心概括为“多元共生，包容共融”。中国哲学的源头是“易经”，易经讲天道、地道结合起来由此奠定了中国古代文化的基本走向，儒家则把人文传统发挥到一个新高度，也因其包容性，使得“三教圆融”成为可能，三教思想互补构成一个整体。

继承发扬必须理清两个概念：

一、传统文化和文化传统，二者有联系又有区别。我们要继承和发扬的是文化传统，而不是传统文化这种表现形式。

二、文化复古和文化振兴，国家目前倡导的是文化振兴。文化振兴的过程则是对传统文化重建的过程。习总书记明确提出继承、发扬和重建中国传统文化的价值意义。在社会系统当中，经济作用是动力，文化作用是引导。开放心态，胸怀长远的同时更需保持自身文化的根本，使得传统文化重新焕发出新的光彩。

关于定位

我们看三亚南山大成文化旅游区是大势所趋，大有可为。项目定位我是赞同的，“大成天下，圆融南山”，既有担当担当理想，又有中国传统文多元包容的特点，因此我个人建议可以考虑到以下三点：

一是经典的熏陶，有儒家经典著作的研修、讨论、传播和国际交流，对儒家文化有新的认识并重新诠释它，比如百家讲坛。

二是环境的熏陶，建造富含文化氛围的建筑、环境，使得消费者置身其中便可感受到强烈的儒学文化气息，精神得以升华，身心得到洗礼。

三是礼仪的熏陶，当前社会道德规范缺失，不知礼，不知义，让礼制重建，让传统文化深入人心。

关于营造

做项目不能一味迎合市场营销，更重要的是做好文化，承载社会责任。在此提三点建议：代表儒家文化的标志性建筑是什么，大成殿可以考虑项目就建大成文化旅游区，名副其实。

上策是，精神准备：外在形式内在在精神气方面体现儒家文化，体现在空间上，礼治氛围对山水的观赏，乐山乐水，仁者乐山，智者乐水，动静、高低、虚实、开合、蕴藏、明暗这些是中国文化在空间上要把握这些要素处理好。中策是，神似；下策是，形似，要忌讳大拆大建。

唐文明 清华大学哲学系教授、伦理学中心副主任

习总书记在曲阜讲话中表示“中华民族的伟大复兴，要以中华文化的繁荣和发展为支撑”“中华民族的伟大复兴是中华儒学文化的复兴”，大成景区应从这个角度看待问题。

中华文化博大精深、多元一体，“多元”很好实现，如何“一体”是难点。以南山大成文化旅游区为例，其定位“二教圆融、互补大成”，那么何体何用，如何落实在建筑上？结合儒家文化对其他各类文化的包容性特点，做到以儒家文化为核心，其文化兼容并蓄。仁者乐山，智者乐水，水是儒家，山是儒家。把大成殿作为主体，是重中之重，是体现文化核心的。应有一座礼庙，把礼庙和书院做为重点，利于提升整体文化价值。三教圆融，立足儒学，弘扬社会主义核心价值观。

唐进群 中国城市规划设计研究院风景园林规划所总工程师

就南山景区概况、总体规划定位等做简单介绍：
一、南山景区30.92平方公里，海岸、沙滩属于一级保护。

二、关于山、海、空间，我们不但有很好的海滨用地，有山体也有山，还有平原用地。

三、目前南山是一寺、一院、两园、一谷、一湾、一条线路，往西、往东的线路不成熟，游人分布相对比较集中，大片可供游览地方，山体利用不佳。

四、可供游览的地理位置，游人过多，春节等节假日期间往往人满为患。

因此，一方面我们需要根据市场需求大力开拓空间；另一方面，总定位应从热带风光和地域特色的国家级风景名胜名区考虑，突出宗教文化和风景游览为主要内容的文化区；与此同时突出自然优势，作为一级保护区，从风景上营造良好环境，可作为旅游的最高潮。

丁千松 北京大学哲学系教授、儒学中心副主任

儒家文化有很多符号：“孝”是其一，还有“修身、齐家、治国、平天下”，这是区域性的符号。各地对儒家文化的符号体现各有不同，没有严格标准。

一、海南的儒家符号，如苏东坡、朱熹书院，突出的还是儒家文化的核心内容。因此可以考虑开展展览，将其作为文化体验区、展示区。

二、儒家文化的信仰符号相对于道教、佛教较复杂一些，其与老百姓日常生活有千丝万缕的联系，密不可分；从表现形式上来讲，儒家思想是礼仪之邦，贯穿生活的点点滴滴，应在体验区内增加消费者在礼制方面的体验性功能和内容。

三、以大观园为核心，以儒家为公园，树立孔子像是儒家主题不可或缺的重要组成部分。

蔡国 香港国际佛教文化研究会会长

北京大学文化产业发展研究中心、春光集团文化顾问

中国企业家在当代的影响归纳为五个方面：对市场经济的影响；对社会深度的影响；在组织机制沟通语的影响；在国际社会中的影响；在自身团队中的影响。

今天我和企业家商讨的当代文化价值做如下探讨：第一，传统传播文化的正能量，提倡高文化带企业走向世界。

第二，要改善中国传统文化传播的方式和途径。

第三，在一定的平台上整合资源，力求传统文化在社会中可看、可听、可闻、可触。

周建明 中国城市规划设计研究院文化

与旅游规划研究所所长

本次会议的主要任务是为大成文化精准定位，我建议首先围绕三个方面进行思考：第一，目标诉求。包括：企业投资的目标诉求；政府对景区、三亚的目标诉求；旅游者想在南山游到什么样的体验。这三个诉求必须有答案。

第二，正确认识文化价值和文化的关系，文化是旅游的灵魂，是旅游的灵魂，是旅游的灵魂和灵魂。

第三，旅游是轻松愉快的，文化也是轻松愉快的。因此，旅游体验的过程应该是轻松享受，而不是被教育。

第四，要用内容和呈现文化的多样性和独特性。

第五，儒家文化能否成功，取决于它是否可落地。三亚和南山的关系

周三至周五

第一，三亚是海南国际旅游岛的标志。

金泽 中国社科院宗教所研究员、副所长

儒家文化作为传统文化的重要组成部分，不仅是精英文化，长期以来人们大多把儒家文化当做大成文化，把民间文化当成小成文化，而民间小传统涉及的人口基数远大于大成。因此，我们必须拓宽视野，转变思维。作为旅游产品，让大众群体感兴趣是关键。

第一，理论上人们常给文化设定诸多边界，边界刚性或弹性。儒家文化是有穿透力的，在儒家文化当中不宜过多设立刚性边界。

第二，借助海南的区位优势，把国家“海上丝路”的发展战略和旅游产品联合起来建立“大成”。

第三，作为旅游产品，在园林设计、景观建造和建筑等硬件设计的同时更应着力于软件的设计和呈现，让消费者不仅可以参观游览，更可以亲身参与、互动、体验。

周雄 国家住建部中国风景名胜区协会副秘书长

我想和大家交流的议题是文化旅游区如何实现文化性和经济性的兼容。文化呈现、产品设计和环境营造，这三方面要分落地地关键要素。

第一，文化呈现。将儒学文化的传承作为园区的重要存在，个人认为承重太大。可与海南国际旅游岛、三亚旅游胜地的特色相匹配，只取核心。而儒家思想的核心是“人”，突出做学做人的道理和处世的方法，可视为产品设计很好的抓手。

第二，产品设计。大成文化旅游区身处国际旅游岛，会面对很多国际游客，如何将中国传统儒学文化推向国际必须从产品设计上寻找足够引发国际共鸣的内容。

第三，环境营造。“和”是儒学思想很重要的内容，因此在环境营造中如何将人与环境、人与人之间“和而不同”的理念展现出来，值得深思。

第二，三亚具有吸引旅游者的旅游优势。1、“热”资源。2、沙滩、海水、阳光等优质的环境资源。3、国际旅游岛的政策优势。以上这些是支撑南山旅游发展的一个重要支撑体系。

第三，三亚应看清楚其要倡导什么样的城市文化？城市文化体现了城市的灵魂和本质精神，决定了一个城市的发展方向。

关于南山：

第一，作为文化旅游产品，产品就必须体现对文化本身的深度挖掘。因此必须明确南山旅游文化是在宗教文化的基础上进一步延伸、丰富还是进行转换。我认为，大成文化应在现有主题上进行提升，而不是转换。

第二，一个好的旅游地，应具备三个特征：一是适

陈明 首都师范大学哲学系教授、儒教文化研究中心主任

春光集团文化顾问

儒家文化在宋代至90年代开始再次受到人们的关注，其既有内在生命，同时也是社会经济体系成熟之后的一种需要。儒家文化是一种生活方式，仅从文本或思想的角度去理解是不够的。生活中有一些东西在文本或思想的存在，我们在南山做大成文化旅游区的同时，也为儒家文化探索提供了一个契机。海南博鳌论坛以政治经济为主体，我们可以充分挖掘文化内涵，按照博鳌论坛论坛的定位来做到完全可期待的内容。

代国兴 资深旅游产业专家

我是一个资深旅游实践者，致力旅游20年投身海南旅游开发建设16年。海南群岛与大成文化旅游区有很多不同之处。下面，我以之前做黎苗的感受，简单谈谈我对儒家文化旅游区的想法。

第一，大成文化旅游板块是儒释道三教融合的文化旅游区，这是中国唯一的，具有独特的市场优势。

第二，南山旅游板块已经形成400万游客量的旅游市场，它为儒家文化定位的旅游进入创造了极好的市场基础。

第三，具有后发优势。我们可在南山大小洞天的小庙上，看得更远。

第四，打造有特色的差异化旅游产品。儒家文化的精髓是“仁、义、礼、智、信”，要从精髓呈现方面下大功夫。

第五，“三教圆融”应该是在南山板块中的三教圆融，而不是在儒家园区里去做三教圆融，否则大成文化旅游区和南山板块的其他两个旅游区就没有区别。我们必须突出自己。

第六，旅游体验要有阳春白雪，也要有下里巴人。项目名称也要满足多层次文化水平的理解需求。

应国家政策，一是适应市场需求，一是紧密结合实际、接地气。

第三，大成文化旅游区的定位，建议从三个方面进行思考。南山对外的定位要体现中国传统文化和休闲文化、养生文化相对应。其次要体现时尚文化。再次要深入地域特色和民族文化的挖掘。我建议以“和”、“养”、“信”为主要文化内核，对产品定位进行提升、深化和充实。

屈盛瑞 原文化部非遗司副司长

中国非遗保护工作专家委员会秘书长

中国的城市建设、城市规划与中国传统文化是脱节的。建筑行业处处可见西方文化的踪影，唯独缺失了中国传统文化韵味。因此，如何传承和发扬中国传统文化是我们所有人面前的一项艰巨的任务。

今天我们讨论的旅游项目考虑与儒家文化相结合，集大成于项目规划和建设，开了一个好头。中国传统文化涉及音乐、美术、传统手工艺、民俗、少数民族文化等各方面，在旅游产品开发、区域规划的过程中可考虑把以上更多元素融入其中，使之更加丰富多彩。这样既有利于区域文化建设，又有利于保护中国传统文化遗产，更有利于传统文化的传承和发扬。如在项目开发建设中，“大成殿”建造、“孔子像”塑造时可借儒学、佛学、传统手工艺等完美结合，呈现最好、最美的文化状态和形态，致力于创造大师级的作品和项目。



编者语

“打造文化名片”是近年来文化艺术、娱乐媒体、建筑房产等行业各热捧的词汇和概念，希望在一项具体项目中能展现自然之美、人文、历史、民俗、宗教等几乎所有可触及的地域文化、自然文化、传统文化，“大拼盘”式的杂糅，巨额的投入，搞演出出各类所谓文化项目、文化产品，但大抵流于形式或宣传“噱头”，普遍持久吸引消费者、旅游者的魅力、实力。

究其原因有四：一、文化概念浮于表面，文化在项目定位、规划、建筑营造、景观设计、旅游体验等各方面的内容和内涵的呈现流于形式。二、“大拼盘”杂糅，使得项目中的文化概念模糊不清，概念缺失。三、流于形式“文化内容”转化为某种呈现形式时过于表面化、肤浅、景观、旅游体验等环节相脱节。

文化研究的不断深入，文化呈现的不够完善，文化精髓的不够挖掘。文化之于项目呈现形式的不够准确，其结果必然是，项目被扣着“某文化”概念的帽子，却穿着不伦不类的衣裳，让人无法辨识。概念支持下的文化生命

力，媒体炒作得再响也无济于事，不少项目在首播后不久便门庭冷落，再无问津。

项目在规划、定位、开发、经营、管理等各环节都有其高度的专业性，专业的人做专业的事儿，但某些思路、方法、态度却是普遍真理，那就是：

一、研究切忌流于形式

通过本次研讨会，来自文化、旅游、宗教界的诸多专家学者也针对南山大成文化旅游区的项目定位和概念提出很多建设性的意见和建议，我们应当感谢热支持，对会议成果认真总结，提取其中的精髓，把后续工作做到实处。切不可将讨论会流于形式，切不可把会议成果置之高阁。

二、下大力气，练真功夫

这是做任何事情之前必须具备的态度，是把事情做成、做好的前提。概念和思路的提出容易，三者如何圆融？以谁为核心？项目开发过程中如何规避三教文化混淆、核心重点缺失、表现形式混乱、文化内涵转化方式流

于表面等问题才是难点。这需要花大力气，研究透彻三教的思想内涵，同时结合南山大成文化旅游区的区位优势、市场资源做好资源整合，精准定位。这是个巨大的工程，一定程度上我们可借助外力，但如何才能做出真正精品旅游项目唯有自己下大力气、练就一身真功夫才能规避上述“文化名片”项目普遍存在的诸多问题。

三、不积跬步无以至千里

正如董事长在研讨会中所说，集团2008年收购该项目至今，付出的的人力、物力、财力的艰辛很多，我们始知本着一颗“理想”、一个目标，本着一颗事无巨细有独特精神区域的初心，希望将其打造成为有内涵、有根基、有灵魂的文化旅游项目。不积跬步无以至千里，或许此前的种种付出都是我们必须必须付出的努力，也是我们必须做好、做细、做透之前必须必须付出的“量变”、“质变”指日可待，唯有志同道合的春光人能带着这一共同的目标坚定不移地走下去！

编者按

春光有一个坚定的目标——成为海南文旅的第一品牌。不止在文旅综合体一个方面，春光在产品线上，都有做第一的高远理想。独占鳌头需要付出很多努力，研究优秀案例、学习优秀文旅企业是其中没有捷径之一。

我们善于分享优秀案例，这是很好的习惯，但我们更需要以专业的、独特的洞察力深入地分析优秀案例之所以优秀的原因。优秀的成果自然有它的过人之处，我们需要做的是分析、学习，然后站在他们的肩膀上，融合自己的独特优势做自己的产品。站在优秀成果的肩膀上，一是要学习他们的创新意识，二是要学习他们的运营模式，三是要研究他们的设计风格，四是要把握他们的落地细节，做到改错，才能吃透优秀案例，才能真真正正知己知彼。

本文作者比较分析了乌镇模式在古北水镇的应用，文章深入分析了一个成功产品在另一区域城的创新升级同样获得成功的原因和做法，它给了春光产品设计者以启示。本文是春光员工解读他山之石的开始，希望以后有更多专业的眼光能积极解读优秀案例，为春光的好产品添砖加瓦。

古北水镇：乌镇模式的北方实践

在北京的东北方的司马台长城下，短短四年的时间内，平地而起一座颇具北方特色的水乡小镇，青灰色的民居、小桥、蜿蜒流水、青石板边踱步而过的摇橹船，让人不禁恍惚置身于江南水乡。这里就是古北水镇，是中青旅和乌镇旅游管理团队远迈“乌镇模式”连锁复制扩张的第一步，并且在“乌镇模式”的基础上又有很大的改进和创新。

乌镇模式——创新的古镇发展模式

赫赫有名的“乌镇模式”必须从乌镇的发展开始说起。乌镇被六大江南古镇中发展最迅速的古镇。上个世纪启动开发古镇旅游时，乌镇没有的非常罕有。这个当年号称“十万人家”的江南重镇只剩下不到一万人。乌镇在桐乡市领导主导下，组建了乌镇古镇旅游与旅游开发有限公司，与管委会合二为一。陈向宏“临危受命”，身兼管委会主任和公司董事长双重身份，由政府相关部门注入股本，开始了发展乌镇旅游的市场化之路。乌镇发展之路，主要分为几大阶段：

●2001年东栅景区开放：乌镇的改造从东栅开始。东栅景区是过水大居民迁建，不协调建筑拆迁，以及相应老建筑的修缮改造，于2001年对外开放，主要由10多个景点构成，主要满足旅游观光的功能。开放当年实现游客人数70万人次左右。

●2006年西栅景区开放：西栅景区的改造，采用了更为彻底的政策，所有居民迁出前全部拆迁，统一规划，在景区内融入更多餐饮、民宿、高端酒店的功能，将西栅景区打造成为深度旅游度假的片区。

●2006年中青旅收购乌镇股份：2006年12月乌镇旅游景区与乌镇市著名旅游运营商“中青旅”实行战略合作，“中青旅”以3.55亿元投资乌镇旅游，持股60%。

●2009年引入国际风投IDG：2009年乌镇为了上市，引入IDG，持有16%乌镇股份。在乌镇上市计划终止后，2013年IDG退出，将股份转让给中青旅，回报率投资达到284倍。

●2010年乌镇成为5A级景区：2010年，经过10年规划建设，乌镇正式列入全国5A级景区行列。

乌镇旅游发展虽起步较晚，但是经过十多年的艰苦奋斗，发展非常迅速。2013年中青旅的年报中表明，乌镇景区全年接待游客569.1万人次，乌镇景区公司实现营业收入1.769亿元，同比增长11%，净利润2.83亿元，同比增长21%。乌镇净利润占中青旅整体净利润的88.43%。乌镇保护与开发工作已成为中国古镇保护的典范，联合国教科文组织给予高度评价：“乌镇在发展中国家中成功出了一条通往地区经济、社会条件出发，依靠市场驱动的机制，达到保护历史与开发当地旅游和发展的新路子，形成了独有的‘乌镇模式’”。

“乌镇模式”总结起来，其模式的主要部分为以下几大方面：

1. 从规划控制到产权控制

目前国内很多古镇的开发都是规划、建设、经营的方式。但仅从方式带来的弊端是，古镇旅游的产权大多属于民间，但是业主是，即使有产权也无法强制其改变用途。当旅游发展起步时，居民还平权于国家。一旦人气旺起来后，在巨大的利益驱动下，业主纷纷装修改造，要自己经营，要出租经营，古镇整体风貌被破坏严重。这是由于房屋产权分散在各家各户手中，很难实现整体布局。

乌镇旅游改造的初始，乌镇发展团队的领导人陈向宏多次去别的古镇考察，发现江南任何一个古镇的管理和经营模式，都不可取。他说：“用正庄的商业模式搞古镇的商业化改造是死路一条。”因此在乌镇模式改造过程中，陈向宏立即要求成立管委会，出很多费用，对景区的风貌进行整体控制，例如要求所有景区内商店的营业执照都要有管理委员会的公章，管委会给本地居民开店盖章，从而控制了乌镇的速度问题。

到了西栅景区改造建设时，陈向宏则采用了独一无二整体产权开发模式。先以全资购买西栅所有商铺和住宅

的房屋产权，将居民搬迁出景区，进行整体规划设计，通过“正厅、修、补、造”，保持原汁原味的古镇风貌。同时，这一做法也保证了后期的一统管理，所有的商铺都归乌镇旅游有限公司所有，公司雇佣原住民进入景区工作，再现古镇的生活场景。

2. 胚胎换骨式的基建改造

目前国内很多古镇旅游开发，多数流于表面，只是对古建筑的表现进行协调性修复，以达到原貌修复的目的。但是古镇的水电、卫生等条件难以满足游客的居住需求。乌镇在景区整体打造中，首创成功地对管线敷设、给排水系统、水电煤系统进行全面改造，为发展旅游奠定了坚实的基础。

首先，基建整体改造解决了古镇的环境问题和安全问题。乌镇旅游公司在改造过程中，在老房子里安装了新的卫生设施，并且铺设了符合现代生活标准的排污管道，切实保护了河水水质。同时，通过水电煤的系统改造消除了古镇的安全隐患。

其次，基建整体改造解决了古镇景区的容量问题。门头湾堂镇的腰底下村是北京周边一个重要的古镇景点。据了解，由于基建设施落后，腰底下接待设施严重不足，接待人数有限。乌镇在基建改造建设中，充分考虑景区的容量问题，建设了大的停车场和游客接待中心，极大地提升了旅游容量，这也为升级为5A景区提供了基本保障。

第三，基建改造解决了旅游档次的提升问题。通过基建改造，使得景区内可以建设会所、五星酒店等高端消费，进一步提升旅游度假的档次和档次，让乌镇从“观光型”景区提升成为“观光加休闲体验型”古镇。

3. 旅游度假元素持续丰富

国内目前很多古镇旅游，基本上还是以旅游观光为主，观赏内容有限，游客在熙熙攘攘中获得的体验感也是有限的。但是乌镇不同，乌镇从旅游观光到度假、会议不断升级提升，为不同客群提供多元化的体验，有效延长旅游时间，挖掘游客的消费能力。

乌镇在景区开发初始，最先做的是激活古镇老文化，通过还原古镇老场景、老手艺、老节日，提供游客参观。东栅景区开辟了丰富多彩的民俗展馆及传统工艺作坊，对蓝印花布、三白酒等传统工艺与食品生产工艺加以恢复，同时还原乌镇历史上具有浓郁地方个性的民俗“香市”、“渔舟唱晚”等民间节日，挖掘民俗、非遗等非物质文化遗产的民技活。

乌镇在经营过程中，为了防止其它古镇恶性竞争的局面出现，在产品线上，特别提出了“一品一店”的策略。每个商店销售的产品都不一样，有的是卖小人物，有的是卖风景，保证了游客在景区内有着丰富的购物体验。

在餐饮方面，西栅景区除了大型餐饮外，原住民可以租组原有住宅开展餐饮，提供具有地方特色的菜肴。但是每户只能同时接待两桌客人，且菜品和菜肴价格由公司统一制定。

此外，乌镇先后通过引入茅盾文学奖颁奖、电视剧节《似水年华》等的拍摄、及剧组的运作，兴建了专业化的剧院，不断提升乌镇的文化品位和知名度，并开乌镇戏剧节，不断提升乌镇的文化品位和知名度，并开乌镇戏剧节，不断提升乌镇的文化品位和知名度，并开乌镇戏剧节，不断提升乌镇的文化品位和知名度。

随着乌镇的不断发展，其目标客群越来越广。乌镇旅游公司还将目光投向于度假市场和会议市场。各种高端酒店和大型多厅会议厅。会所的兴建，让乌镇的收入也实现多元化。从2012年开始，乌镇景区门票收入占占比首次低50%，酒店与餐饮收入占比接近40%。商贸、导



乌镇印花布交易市场



乌镇商业街

游、车船等其他相关收入占比10%左右。

4. 关键时引入合作伙伴

1999年，乌镇旅游景区的开发还是由政府主导，但实际上运作中，从资金筹集、人才引进到前期资金的问题，而全面市场化。桐乡市政府及其下属单位以股本金的形式投入1300万元，成立乌镇旅游。

在旅游景区的开发中，其需要的前期投入是非常大的。乌镇旅游开发的领导人陈向宏在步入开发过程中，大量的时间是在筹措资金。不是在向有关部门“借钱”，就是在跟银行谈贷款。

2006年乌镇旅游景区找到了合作伙伴——中青旅。中青旅3.55亿元入股乌镇旅游，持股60%。中青旅的入股，不仅解决了前期资金的问题，而且为景区也带来了源源不断的团队游客。此外，中青旅带来更加前沿的管理理念和营销方式，进一步推进乌镇旅游的转型升级，向观光旅游、休闲度假、商务会展相结合的综合型国际级旅游目的地“转变”。

自此以后，中青旅和陈向宏为首的乌镇旅游管理团队成为紧密的合作伙伴，并且决定将“乌镇模式”进行连锁复制扩张。2010年，中青旅提出了“乌镇模式”扩张的第一步，开始与北京富元人民度假区实施战略合作开发。

“古北水镇国际旅游度假区”，度假区全部占地面积达到4000多亩，由陈向宏为首的中青旅旅游管理团队打造，未来将发展成为象乌镇一样集观光旅游、休闲度假、商务会展、文化创意、特色居住等旅游业态为一体的综合性特色休闲旅游度假目的地。

古北水镇虽然是“乌镇模式”的连锁复制，但是在“乌镇模式”上还是有所突破和创新，具体表现在以下几大方面：

(待续08)

古北水镇对“乌镇模式”的复制和创新

古北水镇得到了北京市政府的鼎力支持，它是北京市“十二五”规划支持的文化创意产业与旅游发展项目，是“十二五”北京旅游重点20个引爆项目之一。古北水镇公司的股权结构由中青旅控股，其中北京市政府下

的全资子公司控股20%。与此同时，密云区人民政府管理公司马雪岚山国际旅游度假区（古北水镇）管理委员会，统一组织协调相关部门和单位为古北水镇度假区提供各项服务保障工作。

古北水镇虽然是“乌镇模式”的连锁复制，但是在“乌镇模式”上还是有所突破和创新，具体表现在以下几大方面：

1、选址不仅要考虑到水元素，还有强势景观

首先，对项目选址要考虑基于和周边城市的交通优势。古北水镇位于北京东北部密云，紧邻北京—承德高速，距原北京120公里，距离承德110公里。古北水镇到北京的距离，与圆明园到上海的距离、交通非常便捷。除了交通快速可以以外，未来在北京北站有火车专列直接到古北镇，和长上京周海周边集成的景点相比，北京周边的景点相对比较较散，周末和节假日北京市民缺少一个像吃喝玩乐于一体的旅游目的地，因此，古北水镇填补了这个空白，而北京庞大的人口基数也为项目奠定了基础。另外，由于水镇正好位于北京到承德的必经线路上，因此有望成为北京、承德旅游线路上新增项目，便于旅行社设计行程安排，吸引这一路线上的游客在古北水镇住宿。

其次，既然是水镇，必然要依赖于水。古北水镇的位置靠近盘龙山，在建设前镇城范围内有三个自然村，有一条蜿蜒的河流——汤河。据村民说，以前的汤河水位很高，由于水势较大，村民的房子距离河道都有一定距离。古北水镇在前期开发建设中，利用了水库和河道优势，修建水坝，实现了江南水乡的风格。

第三，在选址中也充分考虑到了强势资源的利用。作为世界遗产名录中的一员，司马台长城是我国唯一保留明代原貌的长城遗址。将司马台长城纳入整个景区开发的体系中，成为水镇旅游的一个强势资源。在古北水镇目前的管理运营中，当提到古北水镇不能直接上司马台长城的时候，这样或许可以吸引更多的游客来水镇停留住宿，延长停留时间，加深消费深度。

2、通过土地合作模式创新，新建一个古镇

古北水镇与古镇在土地性质上有本质的差别，乌镇区域内的用途是城市建设用地，而古北水镇所在区域用地在建设前基本为农村集体用地。乌镇在景区建设中，基本上延续了千年古镇的规划思路，重新改造升级，而与乌镇不同的是，古北水镇选址上的三个自然村相对散开，并且并没有形成南水镇一样的临水布局，因此，古北水镇的发展主要取决于后期完善的一个古镇。

因为北京市政府的鼎力支持，古北水镇开辟出了一条土地合作模式创新的道路。2010年6月，“古北水镇”项目启动后，密云区政府高度重视，主导了数个前期的拆迁安置和土地整理工作，为后续大规模建设具备了条件。提供系统的高品质安置小区——司马台新村。此外还推进了河道整治、核心建设用地区域地质整理等工作。项目规划面积为4500亩，古北水镇旅游公司在景区打造中通过招拍挂和租赁两种方式获取土地。

其中，在政府的大力支持下，原有的集体用地1300亩转化为城市建设用地，一期718亩，由项目公司——北京古北水镇旅游有限公司以每亩360元的价格通过招拍挂获得。

剩余的集体用地，其中包括村民的宅基地，以及村民承包的农用地，被流转至村经济合作社，后者再将土地出租给古北水镇旅游公司，租赁费用非常便宜。

春光文旅综合体的发展启示

文/集团办公室 张婷

“乌镇模式”的成功运作，以及古北水镇的北方实践，为国内旅游地产的发展建立了创新的商业模式。作为春光文旅产品线之一的文旅综合体验，是可以从中借鉴到一些成功经验的。具体来说可以归纳为四大方面：

1、提供多元化的旅游体验

从“乌镇模式”中可以看出，旅游的成功，从运营的面来看，会有更多的相似点，需要的是“人气”，而且只有人才会有更多的人来。所以从游客的角度来说，能够为客户提供多元化的旅游体验，才是吸引游客的核心所在，这一点也是与“综合体”这一称谓不谋而合的。而且多元化的旅游体验，可以创造多元化的盈利模式。从乌镇的发展现状来看，“不仅吸引”门票“带来收入，而且酒店、餐饮、商业都可以带来盈利。

对于春光集团文旅综合体的发展，应该深度挖掘自身的资源条件，为游客提供项目A、生活化、趣味化的多种旅游体验。例如在海南的“大小镇”模式中，可以依托于小镇，像乌镇那样，激活自身的历史文化，将当地少数民族生活习俗和生活内容作为旅游项目再现，来满足游客的文化体验；其次，发展地方特色的餐饮，通过餐饮来汇聚人气；此外，学习乌镇复原“评弹”、“皮影戏”，深度挖掘当地文化的“老宝贝”，按照原貌重新编排，作为旅游的“强项”；延续地方历史文化，找出几个地方特色的“节点”，每年定期举办大型活动，既吸引人来玩，也为地产销售做铺垫。

2、获取政府大力支持

从乌镇模式中我们可以发现，发展文旅必须得到政府的大力支持。发展文旅综合体，一般是大面积的区域开发，且牵扯到土地一二级的联动，因此只有得到了政府的鼎力支持，从政策层面、资金层面、管理层面到具体执行

3、延续多元化的盈利模式，功能更加丰富

古北水镇延续了乌镇模式“休闲度假、商务会展”等多元化的盈利模式，在整体镇城范围内规划了五个星级酒店、6个100精品酒店、400余间民宿、餐饮及商铺、10多个文化展示空间和其它配套服务设施。

从目前一期对外开放的情况看，古北水镇建设了目前国内面积最大、设施最完善的游客服务中心。恢复了具有地方文化特色的司马小烧、永顺顺坊等作为游客的展示体验区。并且，古北水镇延续了乌镇“一品一店”的策略，在水镇内开设了酒樓、咖啡馆、风车坊、灯笼铺、小书店等多个商业店铺，满足游客多样化的体验。水镇每天在固定的时间都会有杂技、评剧、京大鼓等不同的、地方特色节目的演艺。

未来，古北水镇建成后的规模及发展的多元性都将超越乌镇。在司马台长城脚下有两个山泉，一冷一热，形成了一个温泉般的温泉度假空间，让游客可以泡温泉欣赏雪景。此外，水镇还将建造专门针对初级滑雪爱好者的雪道，预计今年年底就快推出第一期，明年第二期。未来，古北水镇还将规划建设赛马场等其它度假设施，成为京郊罕见的集生活多元于一体的综合体。

4、合作进行度假地产开发，实现资源包揽

古北水镇整个项目前期投资巨大，据了解，到目前为止，项目启动四年已投入达40多个亿。考虑到投入回报的问题，中青旅在前期和密云区的商务条件谈判中就争取到占地面积5.77万平米，建筑面积6.8万平米的住宅配套建设用地。由于自身缺乏地产开发经验，中青旅在拿地前找区内知名开发商作为合作伙伴进行共同开发，最终在与融创、绿城和龙湖三家公司谈判后，选择龙湖作为自己的合作伙伴，成立北京古北水镇房地产开发有限公司，龙湖占有60%股份，中青旅占有40%股份。

2014年8月，古北水镇的住宅项目“长城源著”开盘，推出四百套产品，九百多人摇号，当天全部售罄，大获成功。长城源著的成功完全取决于龙湖的以下三大优势：

客户导向：古北水镇的区域定位为住宅项目的度假属性。龙湖本身是一个非常重视客户调研的公司。龙湖2011年11月在拿到项目后，恰对面北京南湾壹号项目地块土地性质为70年产权的住宅用地，采用一个购房资格，什么人会用一个购房指标来北京城外100公里买度假型产品，成了项目需要研究的课题。

在这个过程中，龙湖前期做了大量的客户访谈、调研发现许多调研客户表示不会考虑超过两百万的度假地产项目，即使购买实力比较强的商务人士，他们也倾向于一个度假地产项目不超过两百万的产品。因此最终项目定位于相对小面积、总价低于两百万的低密度度假产品。

产品创新：龙湖是一个善于创新的公司，即使是小户型走向，在产品上也要勇于创新。长城源著项目整体规划东向西，用户都能看到长城，同时也能看到古北水镇的整

体风貌。项目整体两类产品：合院和电梯洋房。合院产品中，创新的把独立别墅产品分割成多户，其中也有平层产品，也有跃层产品，套型区间60-80平米，保证每家每户都有独立入户庭院或景观露台，满足客户充分的度假体验。

强化销售：龙湖在长城源著的营销上，从提出层面到执行层面都做得非常到位。首先，龙湖提出了“微度假”概念，定义了一种新的度假生活模式，即短期度假，能从城市生活中抽身而出的新度假模式。为业主创造一种新的生活方式；其次，在营销推广中，张项目附加价值和投资价值；最后，在销售过程中强调项目为业主分别争取到了洋房和合院客户十年每年200次、320次免费进入景区游玩的机会。对于投资价值，强调项目的类酒店式公寓的产品属性，严控目前在途项目和二手网拍未来代租合同；第三，在活动层面，2013年举办“万人封河”活动，邀约北京的媒体、龙湖业主来到古北水镇，为长城源著项目带来了裂变式的传播效果和良好的口碑传播。



古北水镇



龙湖长城源著样板区

结合春光集团以往成功的发展经验和现状，可以充分利用自身的优势资源条件，进行文化旅游合作伙伴的导入。这其中包括通过战略合作，为项目寻找战略合作伙伴；如乌镇找到了中青旅，红杉树找到了开利创投；为项目寻找运营管理方面的合作伙伴；为酒店、商业物业寻求专业的运营管理公司；尤其是在文化创意、艺术、休闲娱乐方面寻找可能的合作伙伴。

4、进行土地合作模式创新

微文旅综合体，由于需要较大的土地面积较大，且绝大多数均为农民的宅基地和农用地，全部土地转化的难度很大。因此土地合作模式设计是微文旅综合体非常重要的基础。土地制度改革是十八大的重要亮点之一，十八大后，中央和地方都出台了诸多政策性的文件保障土地制度改革的方向。因此集团未来发展文旅综合体，必须深度研究政策，积极进行土地合作模式创新。

例如，门头沟双龙峡项目就可以借鉴古北水镇土地合作模式创新。在建设提升双龙峡景区之外，可以借助于火村已有的村落和周边景观，发展具有特色的文化旅游项目，包括小商业、农业观光发展、森林营地等，把大部分用地可以通过向村民租赁的形式获取，而一部分土地通过流转作续用于建设用地，进行住宅、商业配套的建设。

乌镇模式从探索到实践成功，再到古北水镇的北方实践经历了十多年的时间。相信春光和它的共同努力，我们不断吸取别人的成功经验，总结自己的成功与不足，不断的未来，春光也能成功实践多个具有自己鲜明特色的文旅综合体项目。

层面才能取得很大的优势。

首先就是政策和资金的支持。旅游产业目前是国家重点发展产业之一，发展文旅综合体，必须得到中央和地方政策，对项目进行倾斜，获取政府的支持，从而得到更多的政策和资金的支持。古北水镇在开发建设前期争取到了“十二五北京旅游文化十二个引擎项目”、“北京市十二五规划的文化创意产业与旅游重大项目”、“北京市重点建设项目”等一系列示范称号。在政府的支持下，项目在区域范围内，原有的宅基地和农用地上获取了1000多亩的建设用地指标，并获得了政府在基础设施建设方面的很多资金支持。

其次是管理和具体执行层面的支持。文旅综合体的发展，一般是一级联动的开发，从拆迁补偿安置，到后期开发建设，会涉及到很多方面的工作，并不需要由政府的大力支持才能推进项目。古北水镇在建设前期，由于政府的全力支持，20天就完成了拆迁工作。密云区政府专门成立了司马台雪山国际休闲度假区（古北水镇）管理委员会，协助项目进行行政审批、争取优惠政策和资金支持、文物保护等工作。

3、整合外部各种资源条件

从产品层面，文旅综合体对客户的核心价值是一种不同提供方式的体验。它本身需要整合多种资源，为客户提供生活、休闲、养生、艺术等多样化的度假服务需求。从企业运作层面看，文旅综合体的发展，涉及到产业链条非常长，专业程度非常高，资金投入大，产出慢。因此，必须及时寻求习惯习惯，整合外部的各种资源条件，引入中青旅这样的战略伙伴进行合作。目前，国内像红杉树、万达这样进军文旅地产的公司，无不集结了大量的合作资源。

赢在学习，胜在创新

——第六期春光《微访谈》

10月22日，春光集团成立了春光培训学校，随后，学院陆续给广大员工带来了一系列关于职业素养、通用技能与企业文化等大家喜闻乐见的培训，本期“微访谈”有幸邀请到春光培训管理学院院长杨旭宁与大家共同分享学院的职业定位与工作计划。

微访谈嘉宾：

院长：您好！我们知道春光培训管理学院是在董事长的大力倡导下，执行总裁的亲自部署下创建起来的，作为培训学院院长，您理解董事长要求创建春光培训学院的初衷是什么？董事长对于春光培训学校有什么样的期待？

杨院长：

您好！我是在伟大的春光梦的感召下，接触春光，加入春光的。众所周知，每一个优秀的企业都有自己的人才发展引擎——企业文化。春光集团在战略转型阶段，在向着春光梦脚踏实地进发的关键旅程中，尤其需要搭建培训学院这样一个平台，以提升专业技能、宣贯企业文化，进而强有力地支撑企业经营管理与战略发展。

在我与董事长第一次接触中，培训学院的定位、职责与体系架构有过密切的交流，董事长期待培训学院在完善的知识体系下，上接战略，下接绩效，同时大力弘扬企业文化，构建一个立体化的人才发展引擎，以推进经营管理、实现战略规划。

微访谈嘉宾：

院长：从“上接战略，下接绩效”，看出学院的核心就是围绕战略的经营与发展需要，请问杨院长，培训学院未来的知识体系框架是怎样的呢？

杨院长：

学院的创立与运作，核心是围绕企业经营管理与战略发展。在组织层面，学院将传递战略目标，沟通职责标准，宣贯企业文化、倡导价值理念；在业务层面，学院是支撑经营管理的平台，提供业务支撑的链接，经略充分发挥的平台；在员工层面，是一种学习、进阶、发展、提升的载体。学院同时还承担着人才培训的摇篮、文化传播的阵地、培训学院在公司使命、愿景、价值观及发展战略指引下，构建四大知识体系，分别是：新员工入职体系、专业力体系、领导力体系、通用能力体系。随着各体系下不同模块的链接及模块的完善，结合学院的发展、定位，进行科学、有效的规划（如学习地图）下，陆续做出相应的学习发展活动。当然，学院也会建立相关的制度、规则，如将培训组织与开展同绩效考核链接，同人员晋升链接等，以紧密地将学院课程开展与公司管理体系链接起来。

微访谈嘉宾：

您加入春光有一个多月了，结合董事长创建学院的初衷与期待，特别是针对当前所处的环境及公司目前业务特点，您对于春光培训学校有什么样的认识？如何定义学院的角色？

杨院长：

在当前大的环境形势下，董事长提出了“赢在学习，胜在创新”这一办学宗旨，我非常认同。结合春光集团的发展现状，特别是当前面临的三次业务跃迁，我认为这是春光七十年事业发展的权杖与支撑，更是春光实现战略转型、跨越发展所依托的精神内核。企业是在当今经济形势下时代特点下，达成战略目标的认识保障、策略保障。董事长将这个词，喻为学院的“魂”，很深刻。春光要打造学习型企业，如果没有这个理念，就很难将知识沉淀下来。而学院，将承担学习型企业建设，学习氛围营造，创新意识宣贯、创新方法孵化与技能创新。

所以，我认为当前阶段培训学院的定位，概括为：传递业务战略的平台、灌输组织文化的载体、提升职业技能的基地、而职责，将清晰地定义为：宣贯发展战略、传递经营思想、明确组织标准、加强职业认知、提升专业技能、传承企业文化。

微访谈嘉宾：

培养体系的建立，实际上是为了支撑公司发展经营，为了解决经营发展中存在的问题。将在现阶段，春光培训管理学院在支撑春光经营发展方面，从哪些方面着手？

杨院长：

当前大的宏观环境并不乐观，整个行业的未来趋势，也急需我们树立正确观念的意识与能力。董事长在十月份运营例会上，也一针见血地提出了当前公司存在的一些状况，特别是近日，董事长、执行总裁等集团领导，就学院创建的目的、定位及当前工作做了重要指示，为此，学院将当前阶段的核心工作定位为：聚焦业务方向、明确职责标准、夯实专业力、我谓之为“三贵”：贵战略、贵文化、贵能力。目的是传递经营目标、清晰战略方向、端正职业认知、明确岗位标准、建立思路方法、提升工作技能。我们将从项目入手、从管理入手、从团队入手，紧靠结合实践，以切实做到本阶段支撑经营管理与战略发展。

微访谈嘉宾：

培训学院创建一个多月以来，大家都看到了学院所做的一些工作，那些工作与上述的当前学院工作重点，是有一些紧密相关的呢？

杨院长：

学院之前的工作重点，是在端正思想、凝聚人心、强化标准落实与支撑经营管理与战略发展，我们在“四力”管理上做主强调，分别是文化力（如新员工入职培训、大力宣传弘扬春光的企业文化）、学习力（如我们举办的“微课堂”的资讯）、职业力（如已经举办了5期的《打造春光职业人》培训）、领导力（如面向高管管理者人群开展的《成为高绩效的春光人》系列培训）。近期，学院将就战略认知普及、岗位职责认知等方面，陆续开展系列活动。

微访谈嘉宾：

针对当前阶段的重点工作，您打算如何去落实，需要公司和各部门给予学院哪些支持？

杨院长：

针对目前阶段，特别是当前组织优化的过程，某目的足为了最大化提升人员效率、组织效能、管理进步，这才是我们期待的结果；公司上下将一切围绕经营、一切针对现状。学院作为支撑经营管理与战略发展的平台，在高管方针指引下，承载数据整合、整合的作用，以一系列文化化的机制，对企业管理者有力的补充。公司当前需要统一思想、统一方向、凝聚能量，从高管班子、到中层、到中心负责人、到每一个员工，都要有正确的认识、高度的统一。

董事长多次强调“福利”的概念，在此，也希望企业对此有正确、深刻的理解。我们说“赢在学习，胜在创新”是学院的天理观念，更是春光人的生存共识，更是春光生存、要在春光成长、要想发展价值，就是要通过学习技能、统一方向、凝聚能量，从高管班子、到中层、到中心负责人、到每一个员工，都要有正确的认识、高度的统一。如果有了上述观念的认知，相信大家会愿意投入时间，当然，学院学习管理进步的机制，力求提供最好的培训质量、公司要求从高管做起，以专业的背景、真诚的心念，一起服务员工成长、支撑经营管理。

微访谈嘉宾：

您刚才提到我们已经开始做了两个系列课程的建设，一个是针对中层管理者干部的《成为高绩效的职业人》，一个是对财富积累员工的《打造春光职业人》，在对中层管理者干部的课程中，仅战略培训而言，是否暴露出一些问题？您觉得如何解决？员工层面是否也存在亟待解决的问题？

杨院长：

本阶段针对中层管理者干部的课程，是领导力体系中的“经理人类别”板块的内容。围绕如何成为高绩效的职业人，我们以“高绩效人士的七个习惯”这一经典著作为主

线，旨在提升管理者的自我管理意识，进而促进自我高效能、团队高效能。第一期课程进行了3次，有23名同事参加了课程，大家积极思考，认真审视自我，在撰写“使命宣言”环节，大家都在认真梳理、写下自己的人生“宪法”，我很感动，不少同事给出了积极的反馈，如“这是重新审视自我的过程，珍惜时间”、“对工作、家庭有了新认识”等。我看到大家对学习的重视、对学习的高昂，特别是对于那些经典理论，在职业培训中广为流传的经典书籍，广大春光人，是有所期待的，我们将深入了解来，针对现状的前提下，结合四大知识体系，不断完善各板块，各层级的课程架构，力争最大化地适时推出高质量的教学课程。

当前结合董事长提出的提升职业标准、提升工作标准，学院开发、运作了针对非经营团队、关键岗位员工的《打造春光职业人》课程。目前举办了5期、81人参加。我们以“优秀春光职业人”的四大角色做出强调，分别是春光人、团队人、职业人、专业人，提“如何与上级齐心协力、如何与同事和谐共赢、如何与团队共创佳绩”等话题展开，结合强化认知、概念认知、案例学习、视频观察、学员分享，特别是参与性高、轻松活跃又能引发思考的四个游戏，使得学员对于提升职业意识、树立团队规范有了进一步的思考与体会。当前的业务绩效、当前的组织规范，才能在绩效上得到体现、目标清晰、明确标准、奋斗目标，结合合作会学知识，强化认知，落实行动，该课程是必修课程，后续我们会考虑将上述“四大角色认知”课程项目在公司、各单位开展或拓展、宣贯落实，以某些合作结果的形式，形成各单位对四大角色的要理理解、行动指南。望各中心、各部门管理者对该项目予以足够重视，让我们一起努力，持续提升春光人的职业素养。

另外，结合当前岗位的各业务特点，我们会及时将培训活动，尽早带到海南、敬请期待！

微访谈嘉宾：

春光项目的建设，相信会有一个不断完善的过程，对于培训学院未来的蓝图，您有何期许？

杨院长：

学院的建设与建设，将始终围绕经营管理、人才培养、战略发展、结合公司业务发展、组织发展，我们将不断完善四大知识体系中的各个板块的内容，如领导力体系的不断精进、专业力体系的不同知识系列以及技能力体系的持续培养计划。我们将大力弘扬学习文化、倡导内部师带徒文化，使得每位管理者都能将知识沉淀、建立相应的系列课程化，以人才、知识、技能等，持续提升技能提升质量，打造精品课程、品牌项目，做服务员工职业及生活服务又有内涵有品质的组织一帜的学院！当前，学院早已有了自己专属的学院区，在董事长、执行总裁、各位高管的亲自方向指引下，各级领导、同事的大力支持下，春光学院一定将成为支撑经营与战略的托举手、培养业务精英的熔炉，进而支撑伟大的春光梦早日实现！我坚信：心有理想，春光无限！

微访谈嘉宾：

感谢杨院长精彩、专业的分享。通过分享，让我们进一步明晰了春光培训学院的定位、职责、工作思路及相关培训计划，也让我们每个人对自己、对公司的心血倾注，春光人的使命是为股东和客户创造价值，为员工实现成长和精神和幸福，促进社会繁荣和团队共赢共同发展、共同进步！

北京春光集团2014年大事记

1月

◆央视《我们的中国梦》春节特别节目大区小镇录制完毕

1月6日,中央电视台春节特别节目《我们的中国梦》在北京春光集团海南项目大区小镇拍摄文艺广场正式录制。大区小镇全民共建新型城镇化的发展理念在中央电视台得到好评。

◆集团24.6亿成功摘得北京房山高新区一地块

1月7日,北京春光集团以24.6亿元价格成功摘得房山09-04-212地块,为集团主题产业综合体再开新篇,对集团产品线复制、运营和全国布局,具有里程碑式意义。

◆大区小镇党企共建农村党校提升现金全国先锋

1月10日,“保亭县乡村干部素质能力提升培训班”开班仪式在大区小镇农村党校举行,保亭县委常委组织部部长出席,大区小镇农村党校在国内属于首创,其独创的企业主导党校运作的模式,开创了全国先河,体现了保亭县委与企业开拓进取、锐意创新的精神。

◆北京CDD创意港项目工程顺利通过竣工验收

1月15日,在北京健豪置业有限公司项目各部门的紧密配合下,CDD创意港工程顺利完成竣工验收,取得了《北京市房屋建筑和市政基础设施工程施工验收备案表》。

◆“春光有你 再创不凡”集团2014春晚盛典圆满落幕

1月24日,北京春光集团2014年度“春光有你,再创不凡”春晚盛典在北京金麒麟酒店隆重举行。

2月

◆原中央政治局常委贾庆林参观什进村新农村

2月20日,原中共中央政治局常委、全国政协主席贾庆林莅临什进村大区小镇参观考察,贾庆林指出:项目地处黎族乡村,要在保护好耕地的基础上做好规划,有了耕地,才能体现乡村风貌的特点,同时要紧紧围绕“热带”两个字开展工作,大力发展热带农业、热带旅游。

◆市庄开发区企业区域合作分会王启春担任副会长

2月22日,北京经济技术开发区企业协会区域合作分会第一次大会在开发区管委会隆重召开。北京春光集团作为分会发起人之一担任区域合作分会理事单位,集团董事长王启春担任分会副会长。

3月

◆北京经济技术开发区企业协会区域合作分会第一届会员代表会在经济开发区管委会大厦举行

3月26日,北京经济技术开发区企业协会区域合作分会第一届会员代表大会在经济开发区管委会大厦举行。会议通过了分会管理办法及推选王启春董事长等为会长、副会长等议题,标志着由春光集团等5家成员单位成立的、为贯彻落实京津冀协同发展目标的区域合作分会工作全面展开。

4月

◆央视再次走进博鳌 摄制国家形象宣传片

4月13日至14日,央视四套中国国际频道《远方的家》栏目“江河万里行”特别摄制组深入北京春光集团海南项目取材拍摄。

◆集团2014财年奖金在集团中开拨

4月15日,北京春光集团2014财年经营会在北京中国人民解放军某部拉开帷幕。

◆台湾“联聚”桃竹分海南参访团到访博鳌

4月17日,在海南省台办和保亭县委办相关领导的陪同下,台湾“中国统一联盟”桃竹分海南参访团一行到访博鳌。

◆集团以京津冀协同发展为指导加快产业新城开发建设

4月20日,北京经济技术开发区区委常委副主任任建强、产促局副局长本部及区域合作分会各成员单位负责人一行,在北京春光集团董事长王启春陪同下赴集团CDD创意港项目现场考察。

5月

◆中国农业发展银行调研组什进村考察调研

5月9日,海南省农业发展银行行长王铁陪同总行领导到什进村北京春光集团大区小镇项目调研。

◆致公党中央主席陈豪项目参观考察

5月12日,中国致公党中央主席陈豪一行在保亭县胡卫副县及镇领导陪同下走进什进村新农村。

◆镇区域公司员工踊跃为残疾人献爱心

5月18日,在第24个全国助残日来临之际,由三亚市委宣传部、三亚市文联、三亚市文体局联合举办的“大爱无疆为残疾人捐助一元钱”爱心募捐活动暨残疾人文艺汇演在三亚大东海广场拉开序幕。北京春光集团海南区域公司组织全体员工为残疾人献爱心的捐款活动,共募集善款约8000元,并以区域公司名义捐款5000元,共计捐助善款13000元。

6月

◆海南大区小镇项目总规获得通过

6月6日,三道镇总规获得通过,集团海南大区小镇项目顺利实现三道镇总体规划的各项指标,保证了2000余亩的建设用地指标,什进村、番坡水库、苗村及其项目发展目标一落千定。

◆海南项目41号楼顺利封顶 提前完成节点表彰

6月12日,在喜庆的鞭炮声中,春光集团领导与总包方代表共同向楼顶浇筑了最后一铲混凝土,标志着海南项目41号楼顺利封顶。

◆“海峡两岸民族友好村”揭牌仪式在什进村举行

6月27日,“海峡两岸民族友好村”揭牌仪式在什进村举行,海南省台办副调研员邢益美、保亭县委常委潘旭和三亚镇政府领导、台湾海南县乡公所乡长赖朝共同揭牌,来自宝岛台湾海南县乡乡的参访团成员参与了揭牌仪式。

7月

◆大区小镇项目什进村二期增建农民安置房动工

7月1日,在挖掘机的轰鸣声中,大区小镇什进村的二期增建农民安置房开工建设。本次开工建设的农民安置房共4栋580平米,分别属于什进村4户农户。

◆北京房山三号地块一期开工

7月1日,北京房山三号地块第一期正式开工。

◆北京春光集团联合三亚大东海集团向台风灾区捐款百万

7月18日,超强台风“威马逊”登陆海南,对海南多地造成灾难性的破坏。7月28日,由北京春光集团联合三亚大东海集团向台风受灾地区捐款100万元,以实际行动帮助灾区人民重建家园。

8月

◆环京区域公司正式成立

8月8日,春光集团环京区域公司正式成立。

◆集团2014年VIS视觉识别系统1.0版本

8月14日,集团品牌与营销中心通过OA正式发布《关于启用集团新LOGO及相关VIS视觉识别系统的通知》,自此集团新VIS视觉识别系统1.0版本正式启用,春光集团品牌形象全面提升。

◆北京市工商界、市委统战部一行就“首都文明创建工作”莅临春光集团调研指导

8月15日,北京市工商界调研组、副市长俞渝、市委统战部工商经济处郑军等一行五人莅临春光集团总部调研指导。

9月

◆海南省副省长王路一行三十人到访海南项目

9月23日,海南省副省长王路带领省各厅委负责人一行30人到访博鳌,对省重点项目建设进度进行专项检查,并现场集中协调解决项目相关问题。

◆春光集团2014财年半年会在博鳌开幕

9月27日,春光集团2014年半年会在北京北汽国际会议中心隆重开幕。本次会议主题为“完成业绩、创造利润、实现价值”。

10月

◆北京房山三号地块二期开工

10月1日,北京房山三号地块二期正式开工。

◆“春光培训学校”正式成立并进入试运营

10月22日,春光培训学校正式成立并进入试运营。

11月

◆2014年儒学文化研讨会暨三亚南山大文化旅游区规划方案研讨会圆满成功

12月4日,由中国儒学研究会、三亚市人民政府、北京春光集团和中国城市规划研究院联合举办的“2014年儒学文化研讨会暨三亚南山大文化旅游区规划方案研讨会”在北京健康景区文化会议中心酒店隆重举行。

◆春光培训学校新员工入职培训圆满举行

12月13日,以“了解春光、融入春光、喜欢春光”为目的新员工入职培训在总部22大会议室召开。本次培训,董事长给予了高度重视,亲自到场鼓励公司的战略布局、业务布局、当前挑战、寄语期望等内容做了准确、清晰、诚恳的交流。

12月

◆“启明星”精英培养计划校园招聘面试走进高校

11月2日-11月6日,“启明星2015”启明星精英培养计划校园招聘宣讲会,分别在北京5所高校进行。

◆什进村举行“首批中国少数民族特色村寨命名”揭牌仪式

11月5日,国家民族委员会“首批中国少数民族特色村寨命名”揭牌仪式在三道镇什进村博鳌景区举行。国家民族政策研究室主任王志刚、海南省民族委主任黄明荣等相关领导等50余人,在春光集团董事长、海南区域公司总经理宋智峰等公司领导的陪同下出席揭牌仪式。



首付29万/套起

地铁旁LOFT

400-606-6969
转96424