

价值决定影响力

截至昨日下午18时,由本报和安徽置地投资有限公司、安徽摄影家协会主办的第五届“窗外·最美”摄影大赛已经收到选手作品15000余件。其中置地广场赛区、万科赛区共收到照片超过4000张。记者从大赛组委会获悉,部分未提交照片的选手也将于未来两三天内提交,而最终比赛结果将在下周揭晓。

## 已收摄影作品15000余件 “窗外·最美”大奖下周揭晓

详见D2



## 万达, 质朴与奢华完美结合

有一位行家说,“看一个企业,不用看其材料,我只看工程的现场,就能大体了解企业的经营与文化”。见证万达的星星点点,也印证了这句话的质朴与真实。

我居住的小区紧挨着天鹅湖万达广场,自万达广场开工以来,他们的工程建设与我们的生活就息息相关。每天晨曦初露,我们驱车离家时,万达工地四周的道路已经干干净净,几位清洁工在一遍又一遍地

清扫着路面,晴天丽日还不忘在道路上洒水。他们的建筑材料偶尔也会堆在路边,但总是摆放得如同仓储一样,周边总是不时地提醒:“给您的生活带来了不便,请您谅解”。

春节后的一天傍晚,我散步去了工地,想看一看工程进展如何,因为没有节假日、没有昼夜地施工让我充满好奇,但当我进入工地时,几个工人冲了出来挡住我,说:“先生,按规定这里是绝对不能进的,为了您的安全,请回去吧”。听着远处鞭炮的巨响,我心头也随之颤动,对家的思念,对亲人的回忆并没有冲淡他们对安全与责任的重视。

对万达的深层次了解是与好友汪勤的会面,他是万达合肥投

资公司的总经理,可以说他是本土地产经营的代表者之一,不仅了解合肥乃至安徽的市场,更重要的是,他的专业知识以及对地产的研究使他成为人们乐意亲近的人,当然他对地产的许多高见也许是融入万达后的升华。比如,他告诉我:万达商业的重点是为客户创造价值,也为客户带来利益。这是万达的理念也是一如既往的做法,正因为这样,万达总是有很多的拥戴者;正因为这样,万达总是利用全部的资源去造城,有时超级奢华。相比许多开发商的“以人为本,产品至上”,万达坚持追随者获利,于是对万达的信任变成投资,回报成获利,又转化成信任。

生活中,许多行动很质朴但显示了良好的用心。对自己的客户,超级奢华却是为了表达最简单的愿望。这一切,有时并不用太多的语言,或者太多的张扬。

程局新



### 合肥最美社区暨第五届

# 窗外·最美 6月30日揭榜

- 参与楼盘最广
- 参与人数最多
- 参与规格最高
- 参与水平最佳

“大美社区”特刊 影响最广的光影盛事

# 华丽绽放

