编辑/李作虎 电话：8196545
组版/吴海鸥
E-mail:lyzk113@126.com

巴菲特的中国式智慧：

男人真正的财富

据说，连黑手党的训诫里都有这样一条：一名不能照顾好自己女人的男子，没有资格加入黑手党。

那些以事业为借口而疏于照顾家庭的男人真应该感到羞愧——如果没有家庭，就算赚了再多的钱，他又"为谁辛苦为谁忙？"说到底，那种人就算再成功，也不过是为了满足自己花天酒地的物质享受或者是胜人一筹的逞强欲望。在发出"鱼和熊掌"忒感慨时，我们却也可以看到极少数的神仙眷侣不仅可共患难，更能同富贵。他们不仅能够胜任好领导的身份，更可以成为好伴侣、好父母。巴菲特的实践证明，家庭不仅和事业不冲突，更是事业的基石。

家庭和健康最重要

巴菲特一直把家庭和健康当成自己重要的财富。虽然因为工作，他和妻儿聚少离多，但是巴菲特家一直是温暖的。他曾经为了保持体型而与小女儿打赌：如果巴菲特体重降下来，她将支付他1万美元。虽然小女儿一直引诱他吃冰激凌，去肯德基等，但巴菲特不为所动。当然，巴菲特最终得到了小女儿的1万美元。

巴菲特生于1930年，比尔·盖茨生于1955年。在与巴菲特降临前的一个家庭问题困扰着。因为公司事务繁忙等缘故，跟妻子梅林达一直处于一种聚少离多的状态。他不知道如何与自己亲爱的妻子维持融洽的关系，而又不影响到自己的事业。同时，已经有两个孩子的巴菲特为子女教育的事情而烦恼不已。他曾经在打牌的时候跟巴菲特坦诚相告"真是没想到管小孩比赚钱痛苦多了！"

多花精力在孩子身上

在与巴菲特多年的交往中，盖茨解开了自己心头的几个疙瘩。盖茨和他的妻子梅林达都是工作狂，两个人正是在加班的时候相识并相爱的。在结婚之后，因为微软的腾飞和盖茨财富的累积，梅林达渐渐从事业上隐退。盖茨与梅林达之间的接触也开始减少，而盖茨十分爱妻子，不想因为分开而少了夫妻间融洽的关系。在巴菲特的家庭观中，盖茨意识到自己应该支持并鼓励妻子进行她喜欢的事业。1993年，"盖茨夫妇基金会"便成立了，并迅速成为世界上最大的基金会。作为比尔·盖茨的"家庭教师"，巴菲特最后花了370亿美元为自己的"学生"捧场，向该基金会捐出了自己89%多的股票。在巴菲特的影响下，盖茨还逐渐从微软的事业中淡出，把更多的精力花在孩子身上。孩子学校里举办的活动经常能够看到这位超级父亲前去捧场。

巴菲特十分爱自己的娇妻。每一次她从他的书房前走过，巴菲特总是会"心里一亮"：出身书香门第的苏珊对于资本市场的赢利并不看重，而渴望成为一名歌手。在子女长大之前，她没有机会实现自己的梦想。等到孩子们成人之后，巴菲特支持她的想法，并不断鼓励她重新拾起自己的梦想。他告诉她如果退缩，她自己会后悔一辈子的。在巴菲特的鼓励下，已经结婚23年的苏珊终于开始登上舞台。巴菲特也经常去参加她的演出，并盛赞自己妻子的"歌喉"让我俘上了呼吸"。 文/王文

中国洗衣机最为畅销型号榜单发布

前20强：海尔稳居15席

15：5是一个什么概念？2008，中国内市场上最为畅销的洗衣机型号有哪些？来自国家统计局中怡康数据公司2008最新月度报表给出了答案。

笔者拿到的中怡康一月报表数据显示，在中国所有前20名畅销型号的洗衣机中，以销售量统计，海尔洗衣机不仅包揽了前4名，而且占据了15个名额，是其他所有企业各畅销型号数量的3倍。

据了解，这种趋势在去年11月就已经充分发力，在2007年11月、12月全国前20名所有畅销型号洗衣机销量大比拼中，海尔不仅包揽了冠军亚军，畅销型号数量也都在12个以上，稳稳占据半壁以上江山。

世界著名经济学家霍夫曼认为，企业必须撕掉所谓当地的标签，在全球化时代，只有立足于整合全球资源，满足全球用户需要才会成为一个真正的全球化企业！

正是善于整合全球资源，海尔洗衣机才在国内外市场上屡屡取得惊人的表现。

据统计，中国洗衣机行业新产品、新技术及专利技术申报，仅海尔洗衣机就占约60%。海尔洗衣机产品品种从0.7kg到12kg，平均每0.5kg就有一款，可满足不同用户的各种需求。由海尔顺应全球客户需求研发的净界和Luxuri系列作为第一代"1"产品，上市仅仅两个月，就迅速成为全国高端市场的主导产品，并拉动海尔洗衣机市场关注度由46.8%提升到48.6%，市场份额接近40%。在国外，海尔洗衣机已经一举以上出口美国、日本、欧洲等100多个国家和地区，在日本，海尔已拥有159万名用户，海尔波轮洗干一体机已进入日本主流市场；在法国，海尔滚筒洗衣机2周销售5000台，刷新了欧洲洗衣机销售纪录；在西班牙，海尔滚筒洗衣机成为高端品牌店的形象标志……

"与其简单地制造新奇的产品，还不如努力生产出更优秀、更有实际意义的产品，这才是真正意义上的创新。"这是丹·塞弗，位于美国旧金山的一家设计和用户体验咨询公司的互动设计师的观点。

正因如此，在英国，海尔洗衣机新品从企划时就充分考虑到了当地消费者的审美观及使用习惯，独特的快洗程序比欧洲同类产品洗涤时间都短，上市以后迅速被欧洲第二大家电连锁KESA的COMET渠道列为主推产品；在美国，专为当地用户设计的大容量滚筒洗衣机，一亮相就摘得了素有"国际工业设计奥斯卡"之称的"iF"设计大奖。产品在问世前，同样在美国选取了48个州500多个家庭，进行了用户测试，产品的每一个细节都与个性张扬的美国消费者紧密结合；在法国，用户在评价海尔"不用洗衣粉"洗衣机时甚至表示："我因为没使用'不用洗衣粉'功能，充满了罪恶感！"

在海尔集团2007年全球年会上，海尔集团首席执行官张瑞敏提出："世界就是我们的研发部，世界就是我们的一切。"

虽然特销型号数量已经占到所有竞争对手的3倍，海尔洗衣机的目标显然不至如此。

在接受笔者采访时，海尔集团某负责人充满信心地表示，"2008年，海尔洗衣机将继续发力高端产品，目标直指全球前两强，在中国市场上每卖两台洗衣机就有一台是海尔的。"

IT职业培训成软件测试人才供应主力军

——访北大青鸟APTECH总经理梁军

继ACCP软件开发工程师培训和BENET网络工程师培训两大课程体系后，国内知名IT职业培训机构北大青鸟APTECH推出的第三套课程体系BTEST软件测试工程师培训再次成为了业界关注的焦点。

据北大青鸟APTECH总经理梁军介绍，北大青鸟APTECH始终保持着我国最大的IT职业教育课程开发商和提供商的龙头地位。经过八年的发展，北大青鸟APTECH旗下的ACCP软件开发工程师和BENET网络工程师两大培训系列已为业界累计培养了30余万名合格人才。而对于BTEST这款产品的推出原因，梁军只用了四个字概括——市场需求。

随着我国软件产业的发展，软件企业如雨后春笋大量增加，竞争愈发激烈。与此同时，用户对软件产品的质量意识也逐步提升。软件企业为了能在同类竞争中获胜，必须进一步提升软件质量，而实现这一目标的手段就是软件测试。

梁军介绍："近年来，不少软件企业相继成立了软件测试部，而以测试为主业的软件外包公司及第三方测试机构也纷纷出现。与此同时，软件测试工程师也就成为软件企业争抢的人才。"

数据显示，目前国内很多软件企业中软件开发和软件测试人员的配比仅能达到8∶1，而国际上公认的行业标准是1∶1，而微软软等大型公司中，这个比例甚至能达到1∶2，即一位软件开发人员至少与两位测试人员在配合工作。两相比较，国内软件测试人才的缺口巨大。

然而作为我国传统人才培养主力的高校却多未开设软件测试专业，甚至很多计算机专业学生对软件测试也是"雾里看花"。对此大青鸟APTECH高层表示，作为国内IT职业培训机构的领导者，北大青鸟APTECH有责任、有义务投身于软件测试专业人才的培养，倾力参与填补我国软件测试人才缺口的宏伟工程中。"

"BTEST软件测试工程师这套培训课程是我们耗资3000万，历时三年时间精心研制而成。"梁军介绍道，这套课程体系是北大青鸟APTECH通过走访国内上千家软件企业的测试岗位和人力资源部门，分析国外29多门软件测试培训课程，综合国内主要人才招聘媒体最近一年的招聘数据，并结合多年IT职业教育经验的基础上开发而成。

在谈到与ACCP软件开发工程师培训和BENET网络工程师培训两大课程体系的区别时，梁军强调最多的就是这套BTEST软件测试工程师培训体系的"短时高效"。"在课程设计上，BTEST将企业所需大量知识和技能浓缩在7个月的培训中，让学员在毕业时成为一名相当于拥有一年半项目经验的工作熟手。"除了在课程安排上的差异外，梁军表示，BTEST在招生门槛上也不同于ACCP和BENET。"我们对学员的硬性要求是大专及以上学历，这是基于两方面的考虑：一个是因为这部分学生的学习能力和个人素质已较高，其在短期内能很好地消化课程内容，另一个是因为，目前大专学历已成为很多企业招收员工的最低门槛，招生标准如此设置恰好与企业招聘需求形成对接。"

梁军认为，北大青鸟APTECH始终倡导着"教育改变生活"的理念，而BTEST软件测试工程师培训体系的推出，不仅填补了我国软件测试人才全面、系统培养的空白，更对IT培训乃至职业培训地位的提升产生了积极的影响。"以前大家觉得职业培训主要培养的是基础型人才，而IT培训的兴起让人们逐渐意识到职业培训针对的岗位更有技术含量，"梁军说，"BTEST的推出可以填补一些新兴产业高素质人才培养的空白，可以成为高质量就业的通道之一，这自然也将带动整个职业培训产业地位的提升。" （卢颖）

双节能空调领跑旺季市场

新的能耗标准将于明年3月实施，国家不断加大节能减排政策的实施力度，"电荒"与"拉闸限电"的持续，消费者对节能空调的期待，这一系列因素使得"节能"成为中国空调行业2008年度的第一个关键词。32.15%的消费者看重节能

近期，有权威统计机构对深圳、广州、上海、北京等16个全国特、大、中型城市以抽样方式进行了调查，在"未来购买空调时您会考虑哪些产品功能？"这一调查中，结果显示，节能成为受访者最看重的空调功能，占32.15%，其次为健康，占比25.89%，排在第三位的是静音，为11.37%。

志高"双节能"空调热销

针对3月旺季的启动，目前各大品牌纷纷亮出了"节能"拳头产品，以抢占消费者眼球。其中，志高空调推出的"双节能'空调——北奥之光系列，受到了消费者的格外青睐，成为行业节能空调的领跑者。

笔者在一些家电卖场见到，前来购买志高"双节能"空调的消费者还排起了长队。"据中国家电研究院的检测报告显示，这款空调不仅在运行时能效值为1级，而且在待机时能耗仅为1瓦，比普通空调的待机能耗节省了近70%。"双节能空调自外观新颖华贵，我们还是首次发现有这样的产品，所以就买了它。"一位姓刘的消费者如是说。

而据志高空调国内家用营销事业部相关负责人介绍，目前志高在全国主推的2008年度"品质金牌"新品——"北奥之光"，因具备"开机、待机"双节能的独特优势，已成为市场上"节能"空调的明星产品，消费者趋之若鹜，在北京、上海、广州等多个城市掀起了抢购高潮。

空调节能利国利民

据了解，为了让这款"双节能"产品真正走入千家万户，唤醒广大消费者的"待机节能"意识，志高在"品质之光"系列产品普遍家电"质量承诺召回制"的基础上，进一步将这一承诺延伸到了"北奥之光"等系列新品，并将于4月1日在全国范围内开展"力树节能先锋，畅享北奥盛宴"大型推广活动，承诺"在活动期间选购北奥之光系列产品的，可享受志高提供的'北奥之光系列产品质量承诺召回制'服务，即如出现任何非人为的质量问题，志高将免费召回，并为用户更换新机。"

业内人士认为，志高空调对"北奥之光"双节能系列新品延伸"质量承诺召回制"，与多年来实施的"零配件终身免费更换"力倡"空调可靠性标准"等一脉相承，均见证了志高强大的"品质力"，也充分说明志高在节能技术方面已经拥有了足够的行业话语权。

"随着电力资源的日趋紧张，作为能耗大户的空调应将如何更好地实现"节能"作为研发重点。志高"双节能"空调开辟了家电节能新途径，既支持了国家能源战略，又给消费者带来了实惠，还有质量承诺保障，彰显了企业责任感，是利国利民之举。"资深空调观察家张彦斌表示。

■管理寓言

请不要开错窗

一个小女孩趴在窗台上，看窗外的人正埋葬她心爱的小狗，不禁泪流满面，悲恸不已。她的外祖父见状，连忙引她到另一个窗口，让她欣赏他的玫瑰花园。果然小女孩的心情顿时明朗。老人托起外孙女的下巴说："孩子，你开错了窗户。"

寓意 打开失败旁边的窗户，也许你就看到了希望。

司机考试

某大公司准备从高薪雇用一名小车司机，经过层层筛选和考试之后，只剩下三名技术最优良的竞争者。主考者问他们："悬崖边有块金子，你们开着车去拿，觉得能距离悬崖多近而又不至于掉落呢？"二公尺。"第一位说。"半公尺。"第二位很有把握地说。"我会尽量远离悬崖，愈远愈好。"第三位说。结果这家公司录取了第三位。

寓意 不要和诱惑较劲，而应离得越远越好。

狮子和羚羊的家教

每天，当太阳升起来的时候，非洲大草原上的动物们就开始奔跑了。狮子妈妈在教育自己的孩子："孩子，你必须跑得再快一点，再快一点，你要是跑不过最慢的羚羊，你就会活活地饿死。"在另外一个场地上，羚羊妈妈也在教育自己的孩子："孩子，你必须跑得再快一点，再快一点，如果你不能比跑得最快的狮子还要快，那你就肯定会被他们吃掉。"

寓意 记住你跑得快，别人跑得更快