



浴霸系列



产品特点：

- 1. 红外线快速取暖**
15秒红外线快速取暖，热转换率超80%，红外线保健，消除疲劳；
- 2. 噪音小，经久耐用**
采用优质高效电机，排风量大，噪音小，经久耐用；
- 3. 防漏电、防潮、安全可靠**
采用先进的安全过热保护装置，避免箱体过热起火，防漏电、防潮、安全可靠；
- 4. 空气清新**
采用强力换气扇，能产生较大的风压和风量，提升换气效果，确保空气清新，避免长时间呆在浴室里头晕气闷；
- 5. 耐高温、抗老化**
采用优质钢板配合阻燃ABS材质设计的箱体，耐高温、抗老化、阻燃效果佳。



更多精彩 敬请关注



欧帝尔人

ODEER 欧帝尔人

本刊荣获“2012年度广东省最佳企业文化传播金奖” ODEER PEOPLE | 2014. 11 | NO.5 | 总第二十三期 |

集思广益 变革腾飞

——欧帝尔照明2014年战略会议成功召开

10月9日-11日，为期三天的欧帝尔照明2014年战略会议召开。在行业转型升级的重要关头，欧帝尔人集思广益，创新求变，规划并明确了企业的经营定位及战略发展方向，必将成为欧帝尔腾飞的新起点！



2014.11 NO.5 总第二十三期



企业

核心理念

使命

致力于提供更科学完美的照明设计方案和产品，以满足人们在不同环境下对光的需求，不断提升和改善人们的生活品质。

致力于企业赢利性增长的同时，不断地回馈给客户、员工、合作伙伴、股东和社会，共享企业发展成果。

愿景

建立并发展为全球照明网络和品牌；成为让员工引以为豪的、受公众信赖和社会尊重的企业。

核心价值观

诚信务实
以人为本
行而有果
学习创新
协作共赢



以市场为导向

科技的发展，使得人们的需求日益丰富。未来企业的发展，不仅要遵循市场规律，还应考虑未来的发展趋势。要为企业赢得发展先机，必须坚持以市场为导向的发展理念。

以市场为导向，对于当今的照明企业显得尤为重要。

照明行业进入LED时代，新兴企业不断涌入，行业竞争加剧。低价、套现、跑路……一些短视企业的不正常竞争，导致市场鱼龙混杂、险象环生。如何拨开云雾，坚守底线，迎接挑战，成了当今照明企业在发展过程中需要解决的首要问题。与此同时，LED产品更新换代加快，市场需求瞬息变化。以市场为导向，是照明企业抓住机会，把握方向的救命稻草。

面对LED市场的激烈竞争，作为传统的照明强企，欧帝尔公司一直在准备和行动中。

去年六月，欧帝尔引进IPD，提出基于市场的创新，开始强调产品创新要以市场为基础，即在充分的市场分析的基础上进行创新，贯彻以客户为中心的设计。

以IPD为基础，欧帝尔开启企业内部变革。

今年十月，欧帝尔中长期战略会议成功召开，会议不仅确定了公司的经营定位及未来三年的经营管理目标，还明确提出了要形成以市场为导向的企业文化。

这是一次具有历史意义的重要会议。

以战略会议为起点，欧帝尔内部变革开始走向纵深。

在公司战略上。树立以市场为导向的理念，从企业战略到中心、部门的重点考核指标，无不以服务于市场、服务于内外部顾客为设定的出发点。

在组织架构上。以市场为导向，重整企业架构，变臃肿架构为扁平化，优化组织成员，打造精简高效的优秀团队。

在制度流程上。按责权利对等的原则，梳理制度流程，在做好重大风险控制的前提下，优化流程，删除多余环节，强调支持与服务。

……

以市场为导向，绝不仅仅是口号，而要落实到具体的行动中。

以市场为导向，欧帝尔以实际行动，向胜利迈出了坚实的一步！

(孙亚夫)

ODEER 欧帝尔人

本刊创刊于2013年，是广东省照明行业唯一的专业刊物。 ODEER PEOPLE | 2014.11 NO.5 | 总第二十三期



2014.11 NO.5 总第二十三期

主办：中山市欧帝尔电器照明有限公司

顾问：赵伟

总编：吴仍康

主编：孙亚夫

执行主编：陈秀丽

编委（按照姓氏拼音排名）：

陈小霞 丁仕利 廖海军 李金芸 李美婷

李伦瑜 李小青 刘春桃 刘晓波 石原炬

谭春雄 王永亮 谢冰芯 赵春芳 钟小燕

周强

后期发行：谭志昂 李继航

设计制作：子荆文化·大鹰广告（400-000-3780）

地址：广东省中山市小榄镇工业大道北四号

电话：0760-22559999

传真：0760-22181959

网址：www.odeer.com.cn

邮箱：odeer_people@126.com

邮编：528416

内部刊物·免费索取

CONTENTS

目录

刊首语 以市场为导向 1

视界 4 ~ 9

行业热点 百万LED灯泡打造“圣诞仙境”
雷士与德豪“纠缠不清” O2O成唯一出路？
LED照明市场明年将增30% 可抵消价格下跌负面影响
我国LED产业有望进入爆发式增长期
地球一小时：“熄灯”不如“换灯” LED照明节能优势无可比拟
台湾成功研发香蕉发电可以点亮LED灯
全球最轻LED“薄如纸” LightPaper酷毙了！
LED灯泡上网超5G Wi-Fi网速Li-Fi时代还远吗
LED“尝鲜” 3D打印技术或许会成为发展方向

公司动态 培养基层管理为企业保驾护航
欧帝尔电子图书馆正式上线
欧帝尔参加绩东二社区敬老活动
欧帝尔LED排气灯惊艳亮相香港展
小榄安监分局组织各社区到我司参观

行业观察 什么是互联网思维

专题 10 ~ 25

聚焦 集思广益 变革腾飞
变革，向纵深推进！
变革，以市场为导向

报道 市场推广：让APEC绿成为常态
IPD咨询项目结案会议胜利召开
超级无敌正能量，你造吗？
团队建设“赢”在路上

人物 26 ~ 31

经销商精英 刘文雄：始于远见 贵在坚持
寻找身边“最美欧帝尔人”



P10
集思广益 变革腾飞



P18
市场推广：让APEC绿成为常态

管理 32 ~ 34

经理人论坛 最简单的就是最好的
供应商质量管理的保姆心态

营销 35 ~ 39

体会 枕边记
追求卓越 永不止步
改变，从这一刻开始
与小器鬼的不解之缘

终端

空间 40 ~ 45

技术 倒装LED工艺简介
大功率LED球泡灯解读

新品 大功率球泡

家园 46 ~ 51

欧帝尔时光 建幸福家园 暖员工心窝
我的小伙伴们

人走茶温 特别的晚餐
送别钱奇

生活 52 ~ 57

感悟 九月感悟
吃亏就是占便宜
变形计
每一个员工都是艺术家
我身边的“推销员”

休闲时分 旅游，我们去哪儿？

文苑 58 ~ 64

才艺观感 摄人心魄之美——丽江虎跳峡
读书会，让学习成为一种习惯
三国中的“看客”文化
我品《论语》

行业热点

▶ 百万LED灯泡打造“圣诞仙境”

感恩节刚过去，圣诞钟声已经敲响。在澳洲堪培拉商业中心皮特里商场，1,194,380个LED彩灯搭建出“圣诞仙境”，如果把这些灯泡铺开，将是长达120公里的华丽“灯海”。这一圣诞灯饰再次被载入吉尼斯世界纪录。根据澳洲新闻网报道，11月27日晚上，在堪培拉商业中心皮特里商场(Petrie Plaza)，圣诞灯海创意人大卫·理查兹(David Richards)点亮了1,194,380个LED的圣诞灯展，刷新了去年自己创下的纪录，第三次被写入吉尼斯世界纪录。

(来源：中国LED在线)



▶ LED照明市场明年将增30% 可抵消价格下跌负面影响

据外媒报道，台湾供应链企业预计2015年全球LED照明市场产出总值将增长30%，发货量翻番将抵消价格下跌30%-35%带来的负面影响。据预计，2015年全球LED照明产出总值将达到257亿美元，占整体照明市场产出总值的31.3%。行业预计，明年欧洲产能将占到全球LED照明市场的23%，中国占21%，美国占19%。

(来源：新浪网)



▶ 雷士与德豪“纠缠不清” O2O成唯一出路？

在销售渠道增多的情况下，出于租金、管理费等方面的压力，商户对卖场的态度开始变得游离，借助金融服务的支持绑紧优质商户，对于传统卖场来说意义重大。同样迫切希望密切上下游关系的还有刚刚经历过内乱的雷士照明。11月19日，雷士照明与其大股东德豪润达联合宣布，双方将借助电商平台进行深度整合，准备面向雷士照明3000家经销商，以众筹的模式将双方的业务都整合到这个O2O平台上。

(来源：中国建材第一网)

▶ 我国LED产业有望进入爆发式增长期

近日，记者采访了解到，随着发光二极管(LED)等绿色能源在全球范围的普遍应用，我国LED照明产品出口正处于快速增长期。业内人士表示，目前LED行业出口强劲，国内市场潜力也十分巨大，未来几年LED产业有望迎来爆发式增长。业内人士表示，在LED蓝光芯片发明之前，没法将白光具体应用到照明领域。蓝光的出现使LED真正进入家居、道路户外和景观等大规模应用阶段，并且颠覆了白炽灯和节能灯的时代，有利于减少碳排放和环保。

(来源：新华网)

▶ 地球一小时：“熄灯”不如“换灯” LED照明节能优势无可比拟

根据《纽约时报》的报道，如果LED照明技术全部取代传统的照明灯泡，仅就节约电力消耗而言，就能够在短短的20年内将全世界的二氧化碳排放减少50%。由此可见，LED照明的普及是推进节能减排的有效举措。除了节能以外，LED照明的环保优势也十分明显。传统灯具中含有汞铅等有害物质，污染环境，而LED照明则是纯绿色光源。显然，相比于“地球一小时”每年仅一小时的熄灯行动，常年使用LED照明，能在减少能耗和碳排放，绿色、低碳的环保道路上走得更远。为此，世界自然基金会在倡导“地球一小时”活动的同时，更向全球民众提出了更换新型的LED照明产品的建议。

(来源：半导体照明网)

▶ 台湾成功研发香蕉发电 可以点亮LED灯

台湾26日报道称，香蕉研究所25日举办发电点灯启动仪式，研究员将事先准备好的汁液倒进电池箱中，几人按下按钮，头上的两盏LED灯和圣诞树都被点亮。逢甲资电学院院长黄思伦透露，香蕉研究最初是想将种植香蕉的技巧量化，计算出何时需要浇水，施多少肥料等，却意外发现香蕉枝干里的成分可导电。除汁液供发电，枝干纤维还能制成衣服、纸张及饲料添加剂等。报道称，香蕉汁液发电的价位介于传统电力和太阳能发电之间，维修成本比太阳能板低廉许多。目前香蕉研究所内的汁液发电设备一天可发电24度。

(来源：环球时报)

▶ LED灯泡上网超5G Wi-Fi网速 Li-Fi时代还远吗

现在家庭开始使用越来越多的LED灯，而随着技术的发展，LED灯也将打开为无线设备接入无线网络打开新的途径，而且LED灯所带来的Li-Fi(Light Fidelity, 可见光无线通信)无线网络无论是网络带宽还是反应速度都比Wi-Fi无线网络要快。

(来源：阿拉丁照明网)

▶ 全球最轻LED“薄如纸” LightPaper酷毙了!

爱达荷州的一家创业公司Rohinni正在做这么一件酷炫的产品LightPaper——全世界最轻的LED，可以将我们生活中的各种工具打扮成另外一番模样。在产品的研发过程中，Rohinni团队将墨水与小LED照明灯结合，将二者合体“打印输出”为一个独立的传导层。

(来源：慧聪网)

▶ LED“尝鲜”3D打印技术 或许会成为发展方向

3D打印技术是时下热门的科技之一，包括消费品及电子、汽车、医疗、建筑、航空航天等各个行业都可以看到3D打印的身影。并且，随着可用于打印的材料发展，3D打印技术的研究将更多的突破自身的局限，例如3D打印将更多的嵌入型部件：电池、电子、传感器等。当然，LED照明作为新兴产业涉足3D打印技术也是理所当然，并且在少数企业的“尝鲜”下，正在摆脱“高大上”头衔，也开始有一些3D打印LED灯具产品出现，或许在不久的将来会成为大众化的消费品。

(来源：中国半导体照明网)

公司动态



培养基层管理 为企业保驾护航

为应对即将到来的生产旺季，提升基层管理的技能和水平，8月，公司对所有拉组长进行了为期一个多月的特训营活动，重点培训如何排拉、召开早会、与员工沟通等方面的技能。

管理生效率，管理产效益，尤其是基层管理者的生产技能管

理水平，直接影响着车间拉线生产效能。早在6月，培训组便通过访谈及调查，发现部分拉组长在与员工沟通、拉线控制、早会管理等方面存在较多不足。为改变这一现象，培训组安排了此次特训。特训期间，各学员认真学习，积极完成课后作业，基本都合格结业。特训结束后，节能灯车间的优秀学员表示：10月以来，公司订单猛涨，新员工增加，给管理带来很大挑战，但是通过此次培训，使他们学会了沟通，学会了运用管理技巧去留住新员工，从而有效地降低新员工流失率，在一定程度上保障了公司生产计划的顺利完成。

(肖和庚)

欧帝尔电子图书馆正式上线

9月23日，在人力行政部与财务中心IT科的共同努力下，欧帝尔电子图书馆终于正式启用上线，公司内部所有人员可进入OA系统查询藏书、借阅、更新等。

目前，图书馆藏书主要是人力资源管理类、采购计划类、企业文化类、其他技术工具类及生活杂志类，基本由公司购买和员工捐赠。为了配合公司战略发展，未来将重点增加灯饰研发技术类及销售管理类书籍。欧帝尔图书馆自成立以来，受到了公司员工的热烈欢迎，前来借阅的人络绎不绝，掀起了一股读书热潮。同时，欢迎广大员工向图书馆借阅、推荐或捐赠优秀书籍，共同营造良好的学习氛围。

(肖和庚)



欧帝尔参加绩东二社区敬老活动

10月25日，小榄镇绩东二社区在绩东二小学举办了2014敬老祝寿大会，为1190名老寿星祝寿，作为辖区的知名企业，我司应邀参加。

在此次敬老大会上，我司也参与了捐款，并在活动当天，组织了公司管理人员参加。不仅如此，我司还积极参加社区组织的各项活动，如长跑比赛、篮球赛、运动会及健康讲座等。此举不仅提升了我司在社区的影响力，加强了与社区的合作，还达到与社区共同发展的双赢目标。

(王永亮)



欧帝尔LED排气灯惊艳亮相香港展

10月27-30日，由香港贸易发展局主办的第16届香港国际秋季灯饰展在香港会议展览中心举行，展览共吸引近2500家来自37个国家和地区的参展商，作为照明行业的知名品牌，中山市欧帝尔电器照明有限公司在本次展会展出的ODEER系列排气灯惊艳亮相，赚了不少眼球。

此次展会，欧帝尔“集中火力”主攻“LED排气灯”，现场展出的排气灯不仅有澳洲风格的，还有北美、欧洲风格的；不仅有简洁大方、性价比比较高的，还有排风量大、高效节能、高端大气上档次的，甚至还有延时、感应装置的“智能化”排气扇，产品款式齐全，新奇多变，引领潮流，加之展厅白红浅蓝的简洁明快设计，引得前来咨询和下单的客户络绎不绝，其中以澳洲、欧洲的客人人居多，欧洲、北美、印度的客人比往年多了许多。

据了解，整个展馆仅此一家“专注”排气灯的参展商，现



场可谓赚足人气。据欧帝尔外贸部负责人张总介绍，今年展出的新款排气灯，全部是公司聘请国外专业设计师团队设计，耗费重金打造的。所展出的新款排气灯，外形独特，功能从简单到多样化，尺寸由小到大，价格由低档到中高档，可谓全面覆盖，让不同国家的客人大开眼界。

为进一步提高知名度和美誉度，充分体现其在LED照明领域的强大实力和领先优势，接下来，欧帝尔将顺势而为，以优质产品、快速反应、成熟的服务体系和综合解决方案为依托，通过多种形式进一步拓展海内外市场，深化国际化品牌形象及全球化战略布局。

(陈秀丽 谭春雄)

小榄安监分局组织各社区到我司参观

10月31日，小榄安监分局组织小榄镇各个社区及镇政府的领导，到我司进行“我安全、我健康”示范企业参观活动。



根据中山市“我安全、我健康”安全生产宣传教育活动的文件要求，小榄镇在各个社区开展了各项宣传教育活动，以强化安全生产法制宣传教育为切入点，对小榄300多家企业的安全生产负责人组织培训和交流，并在2014年10月份将此次活动做得比较好的企业作为示范供各个社区、重点企业进行参观学习，我司是本社区唯一的示范企业。

参观团到我司各个生产车间、安全生产办公室及厂区宣传栏进行了参观，镇政府领导对于我司的各项安全生产活动给予了高度的肯定。后续，我司将继续做好各项安全生产工作，为公司生产安全保驾护航。

(王永亮)

什么是互联网思维？

特约记者 刘晓波

双11，阿里巴巴销售额达到571亿元，京东销售额超去年的两倍，苏宁、国美……，电商业绩如此骄人，让传统企业自愧不如，羡慕妒忌恨之余纷纷摩拳擦掌，幻想着分上一杯羹。

毋庸置疑，现在的网购已经不仅仅是一种商业模式，而且随着手机应用的进一步发展，更是演变成一种生活方式，渗透到人们生活中的方方面面，因此无论专家、学者、企业家都纷纷跳出来声称企业要有互联网思维，这是一句放之四海而皆准的标准答案。

那么，问题来了，尽管电商是以互联网为载体，但做电商就等同于具备了互联网思维吗？到底什么是互联网思维？

互联网思维是要我们关注互联网背景下的消费行为。现在的消费者只要通过手机，货比三家成了5分钟就能办到的事，而以往可能要50分钟甚至5个小时。而类似于宜家的环境模拟软件的应用，进一步弱化了实地体验的必要性，距离的消失必然导致消费习惯、消费行为的改变。以往因为产品到消费者之间存在很长的距离，因此我们要谈渠道开发，要谈渠道结构，那么互联网让厂商与消费者实现零距离的时候，传统企业的渠道应该怎么构建？渠道的作用应该怎么定义？

具备互联网思维是要我们更加关注产品。互联网时代，信息传播速度比飞还快，营销做得再好，只要产品有瑕疵、服务稍微有点不到位，负面评价就会被迅速放大，众口铍金，积毁销骨，一个差评就能让你吃不了兜着走。消费者越来越精明，对产品的关注度越来越高，对各种

营销手段已经具备了一定的辨识能力，靠噱头即便能一时吸引消费者，但已经无法留住消费者。从“渠道为王”到“产品为王”，不管哪种说法都有其偏颇之处，但毫无疑问，产品本身的重要性正在凸显。

互联网思维是要我们改变营销方式。苹果、小米等企业尽管不止一次声称产品才是唯一的维度，但实际上他们都是绝对的营销高手，把饥饿营销演绎得炉火纯青。但不管怎么演绎营销，都是基于产品作为出发点。互联网时代的营销是基于产品的、针对消费者的营销。传统企业，尤其是传统照明企业，与其说是营销，不如说是销售，侧重点是经销商，针对消费者的营销推广，不仅手段还是资源投入是远远不够的。当今时代的品牌推广，传统的媒体已经面临极大的挑战，因此互联网推广成为重要的营销推广平台。美国的政府公关部门有“新闻周期”的说法，意思是一个吸引眼球的新闻热点会在一个相对固定的周期后被另一个新闻所替代，恰恰与互联网的热点信息传播特点相符。已经没有可以让消费者持续关注的话题，因此如何利用这种“新闻周期”来传播品牌，是对企业营销能力的一种考验。

互联网思维让我们更加关注服务。互联网时代，服务已经成为产品密不可分的组成部分，它代表的是消费者体验。从前端的客服平台到产品包装，到物流速度，甚至是物流商的选择以及售后服务等等，都在提醒我们，和产品相关的每一个细节都必须充分考虑到。

个人认为，电子商务只是一种销售渠道，是对传统渠道的补充，至少短期内并不是纯粹的替代关系。互联网思维更多的是启发我们关注消费者行为的改变，从而做出相应的转变，无论是电商渠道还是传统渠道。

现在节能灯市场面临挑战，LED照明市场同样是竞争激烈，机遇与威胁共存，这种情况下我们要打破固化思维，用一种求变、创新的思维去开发产品、操作市场。而我们欧帝尔人，从来都不缺少求变创新的精神，只希望我们欧帝尔人能放下过往的成绩，一切重新开始，在LED照明竞争白热化的今天，再创辉煌！



“勇改变，共成长”
感恩月主题活动

微信互动

初冬微寒，人心不冷，点滴回馈，欣喜悦然。

——竹林清风

这是公司对员工福利的升华，宵夜、加餐、水果等等这些真正关心到员工平常的工作生活，不单单是节日才有的喜悦，这样的感觉更温暖！

——九月菊花未开之又花期过

现在节能灯市场面临挑战，LED照明市场同样是竞争激烈，机遇与威胁共存，这种情况下我们要打破固化思维，用一种求变、创新的思维去开发产品、操作市场。而我们欧帝尔人，从来都不缺少求变创新的精神，只希望我们欧帝尔人能放下过往的成绩，一切重新开始，在LED照明竞争白热化的今天，再创辉煌！

——许某某

这次活动让我们这些基层员工感受到了公司对我们劳动付出的肯定，深刻体会到了公司以人为本的核心价值观，付出总会有回报！

——娟娟

微信互动虽然礼品不多，但是增加了互动的趣味性，感恩加餐从员工的生活实际出发，最能引起多数人的共鸣，寻找“最美欧帝尔人”其实宣传的是一种正能量，让大家向最美欧帝尔人学习，共同成长！

——王永亮

跟穷忙、瞎忙说“再见”。每天看似很忙，却不出业绩、或业绩平平，这就需要改变原来的工作方式、心态，量化、细化，找到工作的重点。

——胡懿林

“勇改变，共成长”主题活动，不仅让我们看到了身边真实感人的故事，更能体现一个团队乃至整个企业的凝聚力，在遇到困难，谋求发展，不断创新道路上，展示出了我们欧帝尔人的坚韧不拔、契而不舍的精神！

——余国强

寻找“最美欧帝尔人”让大家觉得这是公司对我们基层工作人员工作的一种认可，也是我们认真工作的一种动力，个人觉得很棒！

——惜日尘埃

我在公司三年了，见证着公司在员工的精神文明建设及提升员工待遇方面所做的努力和成就，今年的各类奖项更是给优秀的人更好的褒奖，正激励的能量是巨大滴！

——春桃

在现在互联网高速发展的情况下，欧帝尔紧跟潮流，说明我们是一个积极向上，愿意不断学习、不断改变的企业，我相信这样的企业会有广阔的发展前景。微信互动是很好的一个平台，让我们员工在工作之余可以动动脑筋，学习到很多工作中学不到的知识，也可以更加地了解公司的企业文化，一举两得。

——放肆的青春



集思广益 变革腾飞

——欧帝尔照明2014年战略会议成功召开

本刊记者 孙亚夫

10月9日-11日，为期三天的欧帝尔照明2014年战略会议在广州增城白水寨香江健康山谷隆重召开。公司董事长杨杰强、总经理赵伟及其他部门总监级以上中高层管理者约二十人出席了本次会议。

会议从外部宏观环境、行业环境、内部管理 & 经营状况着手，各与会人士积极参与，深刻剖析外部竞争威胁及内部经营现状，通过SWOT分析，最终提炼出公司的经营定位及未来三年的经营管理目标，即三年内成为中国本土品牌（销售额）的前五名，以五金渠道为主业（进一步增加30-50%的网点），完成工程渠道和家居渠道的全国布

局；以现金流和利润流的产品为主发展方向；形成以市场为导向的企业文化。

三天的会议，气氛热烈而融洽。各部门负责人从实际出发就公司的管理运营积极探讨、献计献策；总经理赵伟针对大家的意见，结合公司具体情况，进行了抽丝剥茧的分析，使得大家的讨论及问题的解决有了深入与落实的可能；董事长杨杰强关键时刻旁征博引，经典的案例不仅开阔了与会者的视野，也让大家的思路得以延展贯通。

本次会议主要从渠道、产品及内部管理上形成了方向，达成了一致。

渠道为王

“得渠道者得天下”，这句商业名言，对如今处在行业转型时期的照明企业来说，显得尤为贴切。LED时代的到来，大量新竞争者加入，渠道成了各方争夺的焦点。对于一个在五金流通渠道深耕十多年的传统照明企业而言，

欧帝尔深知自己的优势，并站在企业持续发展的角度，提出了未来的渠道拓展之路：未来三年，以五金渠道为主业（进一步增加30-50%的网点），完成工程渠道和家居渠道的全国布局。

产品先行

无产品，便无未来。无论是高科技，还是低端制造业，产品都是企业抢占市场先机的弹药。LED新技术的应用，使得照明行业在产品上的竞争日趋激烈。经过多年的储备，欧帝尔在LED技术及产品上有了一定的积累。今年陆续推出的一体化筒灯、天花灯以及大功率球泡

灯不仅在外观结构及实用性上获得了突破，也赢得了市场的认可。本次战略会议上，公司不仅阐明了未来三年的产品发展路线——即LED光源产品、LED家居灯具、LED商业照明产品，还明确了以现金流和利润流的产品为主的发展方向。

管理变革

自去年引入IPD开始，变革已成为欧帝尔蜕变的内驱力。本次战略会议不仅重申了变革的思想，还提出了以市场为导向，为变革注入了新的思想与动力。以市场为导向，不仅明确了公司的战略方向，也为各部门的变革提出了要求，即打破现有的组织架构，优化人员，精简流程，打造精简高效的优秀团队。

在行业转型升级的重要关头，欧帝尔人集思广益，创新求变，以开放的心态，分析行业及企业的现状，正视企业的不足，规划并明确了企业的经营定位及战略发展方向，为未来的持续发展奠定了坚实的基础！

欧帝尔照明2014年战略会议必将成为欧帝尔腾飞的新起点！





变革，向纵深推进！

本刊记者 陈秀丽

随着公司高层战略会议的顺利召开，欧帝尔的变革之路全面起航。历经一个多月，各项变革措施正在有条不紊地改变、推进和执行。

然而，蜕变总是痛苦多于欢乐，成长总是要付出代价。变革必然是有人离场有人进场，有人欢笑有人痛苦……经历了一段痛苦的过程，耳闻目睹了许多事，亲历了变革的种种，也参与了一些具体的项目。虽然目前加班的情况多了，工作的任务也增加了，肩上的担子更重了，但已然是累并快乐着。

经历了变革的浪潮，目睹了行业频发的“跑路潮”，也让我们更清晰地看到公司未来的发展方向，甚至庆幸：我们身在欧帝尔，遇到这样一帮审时度势的高层领导们，在市场瞬息万变之际，能及时做出“变革”的决定，这种大有作为的魄力，并不是每家企业都能做到的。

变革是为了更好地发展，只有认清变革的本质，才能更好地适应变革，顺应潮流，促成变革的落地。本次变革的方向有哪些呢？

架构：高效精简

先说第一项变革，建立“高效精简”的组织架构。庞大臃肿、层级复杂的组织架构及各部门复杂的流程，其好处是可以规避风险，有效保护各部门，但同时也会造成部门间各自为阵，相互推诿，反应迟缓。尤其是在行业大背景不太乐观的情况下，这种均衡性的配置，不仅严重阻碍了企业的发展，甚至可能直接导致企业的灭亡。

自10月开始，根据公司战略的要求，公司人力行政部吴总监开始了重点工作的梳理，其中一个非常重要的方向便是建立“精简高效”的组织架构。具体包括三个方面：

一是调整公司组织架构，建立快速响应的扁平化组织架构体系。组织架构的调整包括几个方向：首先是部门人员优化。针对公司部分岗位进

行拆分，分解到其他岗位，将各部门可合并的业务进行整合优化，提高各岗位利用率，员工晋升的空间大大提升。其次，是重建组织架构，管理层级及指令下达不超过三级。改变以往重复审核签字等做事方式，精简流程，高效执行。

二是组织各业务部门优化流程，建立精简快速的工作流程。变革的方向是快速响应，业务部门流程的优化，分为部门内部可掌控的流程裁剪，以及跨部门的流程裁剪确认。

三是加强技术研发和产品管理人员的储备。未来的市场竞争非常激烈，稍不留神，便会被淹没在市场竞争的大浪大潮之中，产品和服务是公司必须重点关注的方面，如此，才能保证企业的核心竞争力。

思路：以市场为导向

“以市场为导向”的工作思路的改变。公司高层战略会议之后，各部门或通过培训、讨论、分享等各种形式，在部门内宣导战略会议的思想精髓，并开始着手“以市场为导向”的梳理和优化，从制度到流程，从审批到执行，从工作思路到做事导向……变革，从改变自己开始。

一个多月以来，各部门人员出现了有史以来加班最多，压力最大的时刻，有积极承担者，有努力适应者，也有消极应对者……自上而下的变革，加上工作任务的增加，让我们多少有些不适

应。但是方向已定，我们必须改变，必须创新，必须承担，否则，就是死路一条。“上下同心，其利断金”，在这关键的时刻，各部门“以市场为导向”的改变也让大多数人看到了希望。

供应链中心的改变：聚焦订单，一周两次计划，随时调整，订单周期从五天到两天，并向一天迈进；制定采购报告，根据行业、竞争对手的信息制定采购计划，做到从市场中来到市场中去，降低成本有绝招；在A3系统加入MPR（物料需求计划）功能，实现生产计划全程信息化，以



此减少人员，固化系统；发货全程跟进，以天为单位考核……

研发中心的改变：以市场的需求为导向，提前做好技术开发储备，打造快速反应的研发团队。整合资源，质量控制提前预防，为产品开发时刻准备着。

其他服务部门的改变：人力行政部对所有流程和制度进行梳理和精简。最明显的莫过于管理

层权利的下放及“以市场为导向”的服务理念的导入。权力下放，打造更加高效、有担当的服务团队，“以市场为导向”的服务理念，既是对工作高效、创新、结果的要求，同时亦是对团队成员提出了更高的要求——学习相邻业务，提供更便捷的服务。财务部早早开始战略思想的宣导，并在10月，便开始了内部流程和跨部门业务流程的梳理工作等。

激励：责权利重建

责权利重建，制定快速为市场服务的激励机制。11月，“以市场为导向”的各项激励制度正在梳理中，预计12月公司各项激励制度将陆续出台，其中包括核心高层的股权激励、研发人员的激励、项目管理的激励等。激励的方向将更加侧重有担当、有责任、有结果的人，强调责任与结果对等。

后续，还将有更多具体的变革措施，为打造“精简高效”的团队，适应市场的发展。变革的号角已经吹响，变革之风已经从公司内部吹向市场一线，让我们乘着变革之风，改变观念，改变思路，改变自我，改变工作方式，共同提高和成长。

最后，借用公司总经理赵总的一封信作结：

我们推行的变革已有一段时间了，我们提出“面向市场，精简高效”的变革思想是公司未来的发展根本，也是我们的唯一出路，但在变革推进的近段时间里，发现了很多问题，在这要一一讲明。

1、等待心态者，等别人变革，看公司风向。在这要和各位说明一下，对此等心态者，公司会有处罚，甚至会革你的命，不要低估公司变革的决心。

2、理论化思路者，什么事都要细，从不问做这件事有什么作用，花很大成本，却没有多少作用，为的就是得到我的管理很细化的评价，而不是我的管理多有效。这个思想是要不得的，不要自己淘汰自己。

3、反潮流而上者，还在不断增加架构和流程，从不问自己这样做，会给公司和市场带来什么价值，值与不值从不关心。不会评定价值的人，自己一定不会有价值。

4、以保护自己利益者，不愿变革架构和流程，这类人是一定会被淘汰的。

这次变革是不可逆转的，大家要把握机会，好自为之。

变革，以市场为导向

本刊编辑部整理

小编：战略会议的召开，标志着欧帝尔的变革之路正式起航。变革之路，必然是自上而下的一场改革，作为公司的中高层领导，他们如何理解“以市场为导向”？在这次变革的过程中，他们或部门又做了哪些改变？有何感想呢？针对本次“变革”，本刊记者邀请了公司的中高层管理者，参与了讨论，以下是整理的资料：



财务中心 石世明

市场导向的定义是以了解顾客需求为出发点，通过发挥企业本身的能力，致力于降低成本，并整合跨部门的资源来推出具有竞争力的产品和服务，达到企业经营目标。从市场导向的定义可以看出，公司要实现以市场为导向，关键是准确的产品定位；在满足客户需求的同时，产品有成本优势；能有效整合各部门的资源，产品开发或客户服务能快速实现。只有这样，才能实现企业的经营目标。

有个成语叫“穷则思变”，在这个科技日新月异、产业转型升级加快、竞争激烈的时代，要么适应时代的发展，迎头赶上，要么坐以待毙。欧帝尔十几年的发展历程，无一例外地证明了一个铁的事实，就是变革带来公司的进步与发展，不变革只能原地踏步或倒退。变革也许是痛苦的，但是我们别无选择。变革不是一个口号，也不是说给别人听的空话，是要体现在我们每一个人的实实在在的行动上。

研发部 毕贵武

市场是公司生存与发展的根本，所有欧帝尔人的努力得到市场的认可和回报才能形成正循环，我会以实际行动支持变革并持续推进，具体举措：

1、宣导。从意识和理念上让团队感受到市场针对研发工作的重要性。“做正确的事、正确的做事、把事做正确”将成为研发人员的行为准则。

2、制度化。制定《竞品分析管理办法》，从竞品的采购、分析、评审、引入等角度作出界定，确保外来技术引

入的规范性和结果导向。

3、培训。如近期开展了《研发人员的职业素养》、《6W2H》的培训，从市场意识、保密意识、创新意识等方面进行针对性提高。

变革刚开始，后面的路还很长，坚持做下去才可能产生效果。初期步子不宜迈太快，措施不宜制定太多，循序渐进，做到“说一点，落实一点，改进一点”，形成习惯，再持续推进。

财务部 曹小龙

真正的“以市场为导向”的企业，一定是指公司对销售市场反映的顾客需求的快速及实质性的响应；公司各部门、各层级人员对来自本部门或其他部门的合理需求的快速及实质性响应。当然，“以市场为导向”并不是指一味追求快速响应，也不是没有原则地全盘接受客户的需求，而是要有自己的独立判断，在不失原则及风险相对可控的

前提下，提高服务效率、快速响应客户需求。对于财务部门，尤其要做好风险控制与服务增值的平衡。公司未来的财务将以此为契机，结合本次变革，努力打造一支服务型、增值型的财务。即财务要融入业务，做业务的合作伙伴，提供专业的增值服务，不仅要参与甚至主导建立业务规范，更要帮助、监督业务按照公司的规范执行。

PMC部 向荣

以市场为导向，对PMC来讲终极目标就是100%的交付客户订单，无欠货，“零库存”。

变革不能操之过急，要分阶段实现，设立各阶段性的目标，制定各阶段目标达成的行动计划时间表，然后稳步推行，并确保按计划达成，达成一个阶段推动下一个阶段，直到达成最终目标为止。公司要加强市场与研发的融

质量管理部 欧定伟

以市场为导向是以市场的需求、变化、发展为导向；“需求”——及时推出符合市场要求的产品，“变化”——按市场的要求不断改变自身的产品和服务，“发展”——不断推出性价比、具有前瞻性的产品。在公司内部管理上要求在质量、交期、成本、服务方面能顺应市

营销事业部 侯建均

“以市场为导向”体现了领导层的前瞻与智慧，为传统向互联网模式的转变提供了方向，在照明竞争红海中为提升整体竞争力提供依据。以市场为导向非口号，各环节需有目标，每一环节目标需有策略并执行达到目标；以市

外贸部 张梓翔

聚焦所有部门的工作思维都必须站在客户的角度，以市场为导向，以满足客户需求为目的。

外贸部加强了市场需求的调研，特别是针对不同的区域市场，产品需求是有所区别。如我们今年特别针对欧洲

项目管理部 张广涛

明确方向，定位清晰，市场需求什么产品，我们就研发什么产品。引进IPD其实就是以市场为导向，项目制产品开发是以“市场为导向”的战略战术。对项目管理部而

研发部 许家威

以市场为导向，就是以客户为中心，根据市场的需求来指导自己该生产什么样的产品。作为产品开发人员，要适当面对市场，了解客户需求，了解市场现状及未来发展

研发部 杨晓平

以市场为导向，就是以客户为中心，使得产品贴合市场，让市场接受，减少产品的重复开发。在日常的工作中

合，一个好的研发人员同时也要具备一个产品经理的素养，反之亦然。这样才能更好的将市场表达的语言转化为设计语言，使我们设计出来的产品更贴近市场需求。要加强整个供应链的快速反应能力，计划的反应时间，生产的反应时间，供应商的响应时间，都关系到我们订单能否快速交货，库存能否降低。

场的需要。变革是必然趋势，恰逢其时，本人对变革是全力支持和配合。变革需要周密的思考和布局，强调创新和数据，应尊重科学的方法和专业人士意见；变革需要全方位的配套制度出台，如明确职责、制订流程、规定权限等，不能让偷懒的人有空可钻。

场为导向非哪一个部门哪一个人的事，需全员参与共同努力；责权利需明确，需建立能承担、敢承担、勇承担、有激情、有冲劲机制；需有改变、创新和鼓励改变、创新平台和机制。

市场，联合荷兰设计公司，针对性地对该区域市场排气灯产品的需求做了调研，并据此开发符合欧洲市场的产品。希望公司所有部门以市场为导向的同时，视下游部门为客户，加强服务好下游部门的意识。

言，具体如下：从架构、流程、产品规划、资源重组、技术储备等方面制定战术；推动与固化IPD流程与思想；优化流程，固化项目代表等。空谈误国，实干兴邦！

趋势，在产品开发质量、成本、时间进度上满足客户需求。以市场为导向关键是要认真落实，真抓实干，才能实现这个目标。

我们要时刻把“市场”放在工作首位，不断地学习新技术新工艺，最好能做到引领行业的发展。感受最深的是公司

战略会议后一起学习会议的精神，深深感受到市场对我们的挑战。研发人员要多到外面了解市场、行业发展的最新

PMC部 龙堂徕

以市场为导向，从PMC部门的角度来讲就是要快速准确的交付顾客的订单，其快速是订单从接单到出货周期在12天以内，常规产品只要在销售预测以内的争取在7天以内出货，其准确是仓库发货的准确率必须达到99.99%以上。变革创新是目前企业走出困境唯一的出路，但变革不能一

采购部 张波

照明行业竞争已经达到了白热化的程度，客户对产品和服务的要求不断提高，客户需求也在不断变化，企业必须通过组织自身资源，比竞争者更有效地满足目标顾客的需求才能最终获得成功。以市场为导向的变革关乎公司存亡，势在必行。对采购而言，目前采取的措施：建立以市

生产部 王朝刚

这次公司的变革决心和思想非常振奋人心，是公司发展的必然之路。变革让所有人都有危机感，让每个人都要跟上公司的发展节奏。我觉得以后不应该是公司组织人员优化，而是应由自己提出。谁的工作能力强，就应该给他（她）工作机会，让他（她）薪资比别人高，这样才能体现能者多劳。

动态，闭门造车是没有出路的。

蹴而就，不可能就有立竿见影的效果，公司应该带领所有部门商讨制定一条变革路线图，各部门依此路线图进行变革。目前最大的问题，个人觉得还是产品开发中的顾客需求没有摸透、存在重复开发、无序开发、没有前瞻性、产品生命周期过短等致命缺陷。

场为导向的柔性供应链，加强上下游资源整合，提升成本控制与精细化管理水平，制定各大类物料的采购策略等。

公司变革的决心非常大，信心很强，也让我看到了公司快速发展的希望。同时也希望在本次变革中改变自己的观念，提升自己与团队综合能力，与公司一同成长。

各部门要建立以市场为导向的机制，如生产部以市场为导向：生产部主要是交期、成本、品质、效率，应该有实际的方案出来。如何应对一个月产量高、一个月产量低？如何应对人力成本高？如何缩短生产周期？……我还有一个建议，每个部门的工作应以承包的形式，超额完成的就奖励，没有达标的就由本部门承担并处罚。



市场推广：让APEC绿成为常态

本刊记者 陈秀丽 通讯员 廖海军 吴双龙 李金波

又到一年“金九银十”热销季，今年小器鬼照明市场最大的亮点莫过于“APEC绿”。

时值2014年APEC峰会在北京召开之际，小器鬼照明在市场的推广活动——订货会也“与时俱进”，在全国掀起了一股订货风，太原、潮汕、庄河、邵阳、衡阳、丹东、银川、长治……短短两个多月，大大小小的订货会十多场，小器鬼照明一股“安全、环保”的“绿色”之风在全国市场刮起。

小器鬼照明“APEC绿”成为照明市场的一大亮点，且看市场发回的报道：



太原：人气爆棚完美收官

9月15日，春晖照明第八届经销商峰会在太原政协宾馆顺利召开，小器鬼照明LED系列产品的惊艳亮相，引得现场下单的客户络绎不绝，再一次点燃了山西客户们的激情，现场下单金额完全超出了预期。

会议取得圆满成功，离不开前期的沟通。9月1至6日，小器鬼分公司人员分别拜访了交城、孝义、平遥、榆次等十几个县城所有A类客户。有客户当场就拍板说要参加订货会，特别是榆次客户张有瑞直接承诺要订10万元。后期又在太原市区、忻州等地邀请客户参加。前期邀约客户，可谓耗费了大量的心思。

会议期间的安排，细节的掌控和现场气氛的营造也非常重要。在14日安排物料布置会场，4个人分工明确，装展架，挂条幅，忙得不亦乐乎，终于在晚上11点全部搞定。15日，上午安排客户参观春晖照明的库房和专卖店，并安排专人讲解和回应客户的咨询。下午2点，会议正式开始，山西办全体人员和代理商的业务人员忙碌地穿梭在各个经销商之间，按座位划分，分别沟通，确定最终订货金额。订货现场还设置了抽奖环节，根据订货金额的多少确定奖券的数量。因为是即时抽奖，现场的气氛相当火爆，大家都忙得不亦乐乎。在接近两个小时的忙碌中，订货环节完美收官。

订货会后后续订单的跟进也非常重要，包括没有下定决心下单和没有下单客户的跟进等。当然订货会也让我们看到一些问题，诸如目前太原的客户数量太少。后续我们将进一步开发网点，争取在太原区域节能灯客户数量不低于600家，LED客户400家。



大连：APEC绿魅力上演

10月20日，新元五金小器鬼品牌答谢订货会在大连市庄河步云山温泉宾馆隆重召开。

会上，小器鬼辽宁分公司经理张鹏介绍了公司上市的LED新产品及公司的后期规划。他说，在传统光源照明向LED产品过渡的大变革时期，公司一直在用自己的实际行动奋起直追。今年以来，公司相继推出了银河、银辉、精锐、雅居、工程5大系列共570余款产品。

会议中，为了增加会场气氛，增设了抽奖环节，根据客户订货量的多少，颁发数量不等的抽奖券，奖品价值为50元至2000元不等，最高奖为OPPO手机一部。所有奖品都现场颁发，整个抽奖环节气氛热烈，激动人心，尤其是抽取一等奖的时候，全场气氛达到最高峰。得奖者眉开眼笑，未得奖者虽然失落，但依然送出了祝福的掌声。订货会后是丰富的宴会和泡温泉的环节，整个订货会在友好热烈的气氛中结束。

11月10日，辽宁丹东地区小器鬼LED新品推广订货会在鸭绿江断桥旁的中联酒店成功举行。庄河与丹东，相互濒临，都属于辽宁辽南区域，都是连续第二年举行小器鬼订货会。订货会的形式，通过产品集中陈列展示及现场解答，更形象生动地展示公司的产品，更有利于新品上市和推广。一年一度的欢聚，也为厂家、经销商、终端商建立了相互沟通、增进感情的纽带。相信在大家共同努力下，与各位经销商的精诚合作下，小器鬼品牌一定会在LED行业中共铸辉煌，实现共赢。

互惠互利，共赢共喜，这才是新时代企业的最大成功。后续还将有第三届、第四届……形成常态化，更希望发展成更高级的小器鬼订货文化节——中国绿。





银川：岁月如歌共谱华章

11月10日，通过小器鬼照明甘青宁分公司的积极推动和我司宁夏地区代理商张俊智先生的大力配合，宁夏同乐电料首届经销商答谢会暨订货会在银川市海天大酒店成功举办。

会场，张俊智先生简述了同乐公司在宁夏市场的发展历程、经营服务理念，以及对未来市场的美好愿景。小器鬼照明营销事业部销售工程师关瑞，详细讲解了公司LED产品的特点和优势，加深了参会各经销商对小器鬼产品的认识，增加了经销商们经销小器鬼产品的信心。小器鬼西北大区经理石明涛简短的政策讲解，更是点燃了经销商们下订单的欲望和热情。

本次大会是我公司代理商“同乐电料”在宁夏市场运作四年多来的首次经销商盛会，吸引了十余个厂家代表参会，西安、兰州、西宁和内蒙古十余位同行现场观摩；现场更是获得银川及周边县市150余位经销商450余万订单的倾力支持。

在小器鬼照明西北大区经理石明涛的领导下，抽调山西、陕西分公司6名业务人员，全力配合甘青宁分公司完成本次会议。从会议准备、布展、会场维护、订单整理、午宴环节，直至撤展，作为本次会议的总调度，通过对会议每个细节的回顾，深感团队合作的重要性，正是因为团队中每一个人的默默付出与不懈努力，才实现了厂家与经销商之间的合作共赢！充分体现了西北大区积极务实，乐观向上，勇于承担的团队精神！

岁月如歌，小器鬼照明愿与每一位代理商共谱华章！

后记

9至11月，是小器鬼照明市场推广活动的“高峰期”，尽管如此，所有奋斗在一线的兄弟们，为了抢得先机，不辞辛劳，不分昼夜，不计得失，一路艰辛，一路探索，共同成长，共同提高。不管是规模盛大的宁夏市场，还是场次较多的辽宁地区，还是人气爆棚的山西区域，甚至还有其他因为版面有限没有一一列出的区域，每个市场的推广活动，各有特色；每一场活动，都让我们的客户记忆深刻；每一场订货会，凝聚了每一位欧帝尔人的心血和汗水。

历经LED新品上市、全线铺市，市场推广活动一步一个脚印，从星星之火，呈燎原之势，散发出小器鬼照明特有的“APEC绿”。期待小器鬼照明“安全、环保”的“绿色”之风早日吹遍神州大地，期待小器鬼照明“APEC绿”早日惠及每一位用户！



IPD咨询项目结案会议胜利召开

IPD推进组供稿

10月28日，公司IPD咨询项目结案会议胜利召开，这也意味着我们已经站在了新的起跑线上。

其实，IPD项目在困惑、挫折、欢笑、胜利等局面下已经走了近一年半的时间，能够自项目之初就乘着变革的巨轮前进，实在是一个非常幸运的事情。IPD给我们带来许多需要思考的问题，但绝不仅仅是思考，而应该是一个“固化的结果”。

这是一个曾经困扰过大家的问题，在顾问老师的启迪下，我们发现公司运作中存在这样或那样的问题，我们曾经充满激情地希望IPD在短时间内给公司带来一个翻天覆地的变化，但渐渐发现好的思想要植入脑海，并不是一件容易的事，用它来经营公司那就更难。没有削足适履的魄力，IPD是很难生根、发芽、开花与结果。

回想IPD引进的始末，赵总对IPD的九点要求，让我们不得不钦佩一个企业家的魄力，“你不参加革命，就会被革命”，这一点也不亚于当年华为在上IPD时任正飞提出的“削足适履”的强硬。经过一年多的沉淀，IPD团队一直在改变，在思想上，从被动的接受到主动接纳；在流程上，从不了解到理解；在模板上，从无到有。IPD团队在顾问老师的带领下，经历了无数次的讨论、修订、试用，最终形成了具有照明行业特色的IPD流程。作为照明行业里率先应用IPD这套先进的、成熟的研发管理思想、模式和方法的公司，欧帝尔定将掀起一股变革的浪潮。

后续为使得IPD这套先进的、成熟的研发管理思想、模式和方法能有效落地，公司将成立流程管理部门，承载流程优化、固化等工作，使IPD的思想、模式、方法深入到公司其它模块及子流程中，做到用IPD思想理念来经营，为公司发展提速。IPD“以市场为导向，以客户为中心，以研发创新为支撑”的思想，将开启欧帝尔新的华丽篇章。





本刊编辑部

编者：

正激励颁奖典礼已经成功举办了6期，每一期都带给我们不一样的感动，这一次又是谁呢？时间锁定在2014年11月8日，在公司一楼会议室，第六期正激励颁奖典礼隆重举行，这一次到场的不仅有各部门职员、车间员工，各部门的“老大”也齐齐亮相。欲知详情，请看图文解说：



7月，LED项目5个系列20款产品立项，其中LED大功率球泡对外观及散热要求极高，市面的产品体型臃肿，散热较差，结构多样，不能较好地替换节能灯产品。研发人员在接到任务后，对市面产品进行了全面地研究，借鉴了以往节能灯开发经验，并借助先进的光热模拟手段，在几十种设计方案中不断地筛选、优化，最终设计出具有“散热性好、光效高、通用性

故事一

强、成本低”等特点的产品，并申请了实用新型、外观设计专利。该系列球泡整灯体积比市面产品缩小30%以上，可替换同功率节能灯；设计了隔热件，增加了产品的散热空间和散热出口，加快了散热效率。电路、结构方面的改进和创新，使产品成本超出公司预期，带动了小功率球泡库存产品的销售，得到了公司与消费者的一致好评与肯定，订单数量超过预期。

点评：

大功率球泡灯上市成功，性价比较高，离不开研发项目组的努力。这是一支不畏艰辛，不怕失败，善于打破常规，敢于创新的团队，符合公司创新文化导向。相信后续会有更多优质的产品出现。

故事二

贵州省属于经济落后、道路交通不发达的市场，小器鬼品牌进入贵州市场后，前几年的运作并不见成效，市区网点的开发始终是一个瓶颈。为改变这种状况，贵州区域经理罗尚军经过前期的调查和探索，以六盘水市场为切入点，因地制宜，采取了以下措施：以管理客户为中心，改变客户思想，制定一系列的规范和标准。短短的一个多月，市区开出了20多家网点，且每个区域都有小器鬼的广告。市区网点的增加，带动六盘水客户的销量稳步上升。截止到9月，该区域的增长率在全国市场中排名最前。六盘水的运作模式目前已经成为贵州市场推崇的标杆，并在安顺、遵义等地推行良好。

**点评：**

在人手有限的情况下，罗尚军善于思考，勇于创新，积极开拓，探索出适合自己区域的市场开发及客户管理的模式，体现了创新精神。这种敢于打破常规，勇于创新的销售人员，才是我们公司所需要的销售精英。

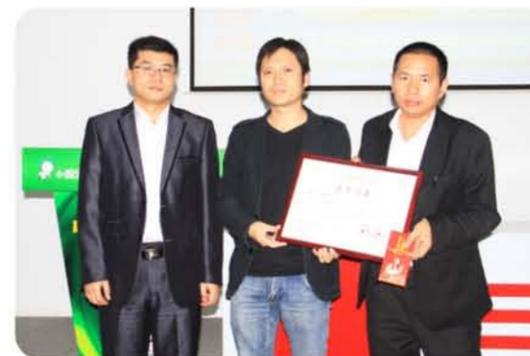
故事三

瞿章祥是公司负责成品检验的FQC，在日常的工作中，他严格要求自己，同时主动学习其他岗位的工作，并用学到的知识去发现、改善、解决问题，承担其他岗位的工作。在今年4月的一次巡拉工作中，灯具车间需要赶制2000PCS支架，现场IQC因事请假，瞿章祥便主动兼顾了巡检工作。他知道QC岗位需要重点关注，便先到岗位上查看，这一看可不好，连续下来20PCS支架中部分有堵头有焦黑状杂质。他赶紧回到拉头查看物料，发现其不良比例超标。他赶紧找到生产拉长和组长，要求挑选使用。同时，他考虑到此订单比较急，担心不良比例过高导致物料不够，还亲自带着物料员去仓库查看库存。查清楚

后，他将情况汇报给了品质组长，并且通知进料检验人员到现场确认不良现象。因其在第一时间发现了来料异常，并及时妥善解决，为后续生产的顺利进行赢得了时间，获得了周边同事的极大肯定。同时，在团队的带动下，他的态度和行为发生了较大的转变。他现在已经是灯具车间的多功能QC，能够独挡一面或多面，成为大家学习的榜样。

点评：

瞿章祥从心态到行动，都有了巨大的改变。从不合群到众人拥簇，从不懂巡检到熟练掌握，这种积极学习、主动承担的精神，值得肯定。

颁奖现场

挖掘典型，传播正能量，希望各部门或团队为我们提供更多的正激励典型，共同建设好我们的家园！



团队建设“赢”在路上

——写在欧帝尔团队联谊之室内体验式培训之后

本刊记者 陈秀丽 周强

联谊：“沙漠掘金”之始末

10月25日，由人资文化科牵头组织的以“团队联谊”为主题的室内体验式拓展培训——沙漠掘金项目在公司培训室顺利开展，创新队、生协交警队、天财队等8个团队16人参加。

“沙漠掘金”项目要求团队从大本营出发，在25天内，历经沙漠、绿洲等环境，到达大山深处挖掘金子，最终返回大本营。成功的判定标准是团队必须活着走出沙漠，且创造的财富最多。

课程开始后，培训讲师对项目目的、内容等进行详细讲解后，16个人被打乱分成了4组，组建出了“骆驼队”、“美女与野兽队”、“精英队”与“淘米队”。众团队都誓有走出沙漠，实现财富倍增，勇夺冠军的气势和决心。出发前，各团队对整个行程进行了全盘规划。

接下来，他们开始了在沙漠旅途中的探险。淘米队和精英队都极为冒进，前3天行程都选择走沙漠，结果遇到了2次高温、1次晴天，需消耗7份水，最终因缺水葬身沙漠，遗憾出局。美女与野兽队在讲师团队的提醒下，第二天与精英队及时进行了交易，惊险地挺过了缺水的难关，在第三天路过村庄时

购买了水，顺利到达绿洲补给了充足的水资源，在大山内挖了3天的金矿，经过20天活着回到了大本营。骆驼队全程都比较顺利，选择了相对比较稳妥的行程路线，未出现资源短缺，在大山内挖了4天的金矿，经过21天活着回到了大本营。最终，骆驼队获得了第一名、美女与野兽队获得了第二名。

反思：他们究竟赢在何处？

本次沙漠探险结束了，有活着走出沙漠实现财富倍增的团队，也有早早葬身沙漠提前出局的团队，更多地是活动带给我们的反思：一是失败的两个团队对天气这个不确定的风险因素前期预估过于乐观，未储备足够的资源加以应对，甚至当出现资源匮乏时，也没有能及时调整行程；二是出现了共同性的问题，如不敢或不愿意付出停留一天的代价去获得未加证实的神秘老人提供的信息，或许部分信息对团队的决策和生存有很大的作用；三是没有对每一天不同环境下的天气情况进行统计和分析，只是盲目的适应天气情况；四是内部分工不明确，导致决策和执行时间较长；五是资源种类、数量以及行程路线不是最合理的，导致未能获得最多的财富……

本课程是检讨和训练团队系统思考和系统管理能力的专业

沙盘课程，通过深度挖掘，对可能出现的信息、预测、规划等问题进行多角度分析，在寻找解决方法的同时，透视团队工作的固有习惯。活动只是一个“工具”，活动本身带给各团队的体验引导才是团队建设需要关注的部分，诸如发掘出团队做好目标设定及目标管理的重要性，发现资源的不当使用对团队或组织的影响及破坏等。

改变：让我们与众不同

本年度，已经注册的团队公司总部10个驻外3个，大半年过去了，这些团队的建设情况可以用四个字来总结，那就是“喜忧参半”，喜的是涌现出几个新的团队，他们积极地推动着团队建设并取得了较好地效果，忧的是部分团队不重视、也很少去策划团队建设活动。

每个团队都有其自身的特点，条件也不尽相同，但有些团队在开展团队建设过程中探索出了部分好的做法，笔者在此加以总结和分享，供大家参考和学习。

8090队、青春队和卓越队是质量管理部三个团队，其团队活动基本由基层管理人员组织和策划，但却在本年度变化较大。具体而言，一是活动形式多样，有针对性。定期举行“团队沟通、分享交流会”和技能交流会，既有成员的趣事、糗事、知识竞赛和案例分享，也有娱乐的小游戏项目，还有心得总结环节和检验难点沟通。不仅如此，他们还定期开展户外旅游活动，如“骑行70公里”、“圭峰山之旅”等，积极参与公司组织的大型活动，并取得较好的成绩。

二是非常重视宣传。有效利用内刊、企业文化平台等，通过各种激励措施，引导团队成员积极投稿互动，激发潜能，营造良好的团队氛围。通过团队成员的努力，目前内刊投稿率排名最前。

三是集体参与策划。团队活动策划不再是队长或其它几个人的职责，而是由团队所有成员共同讨论和策划，集体的智慧能获得更好的活动方案。

经过团队成员的共同努力，如今这些团队把人资文化科的鼓励、内刊刊载、其余团队的关注等看作为一种荣耀和肯定。有了这份肯定，他们会更加积极地为团队出谋划策，团队建设将会有更多的改变。

不仅如此，财务中心“天财队”，也曾开展过“快乐三八节关爱女员工”、“欢送离职人员的厨艺大比拼”等较有特色的团队活动，中秋晚会上策划的



《非雷勿扰》节目吸引欧帝尔人的眼球。这种有针对性、较为独特的活动形式，是其团队的一大亮点。

人力行政部“众智队”在公司所有团队中成立时间最长，已形成较好的内部氛围，团队凝聚力较强，成员相对比较稳定。其优势在于：团队活动策划人培养得当，策划团队执行活动能力较强，乐于带动其余团队开展联谊活动，能与成员家属共同分享团队活动，成员都乐于投入资金用于团队建设等。

以上团队都各有各的优势，或在2014年改变之大，或继续保留着原有的特点和氛围，希望能在这些优秀团队的带动下，公司其他团队一起“动”起来，在团队建设的路

上，一步一个脚印，朝着彼此的梦想，一起前进！





时隔四年，再一次的潮汕之行，让我对这个城市有了更深刻的领悟。四年时间不长，也不算短，足以让一个品牌从起步到壮大。这一次的潮汕之行，让我有幸采访到这位从2011年代理小器鬼品牌，到如今名震一方、年轻有为的80后老板——金晖电器的刘文雄先生。

见到刘总的时候，他正忙着准备第二天的订货会，对刘总而言，这一次的订货会，因为第一次举办，压力自然也非常大，需要跟进的地方特别多。订货会的地点选在了汕头五星级度假村举行，所有到现场的客户，均有“豪礼”相送。仅此几点，可见汕头金晖电器的投入之大。接下来的采访，让我对这个年轻的老板有了更深入的理解。

布局，从产品开始

2008年，刘总从打工变身老板，开始了自己的创业之路。用刘总的话来说，这个社会并不缺少资金，而是缺少好的项目。从另外一个角度说明了项目和操盘手的重要。刘文雄的经历，无疑为自己创

业打下了坚实的基础。从学校出来，刘文雄一直扎根于照明行业，并在一家专注照明产品的贸易公司从事了渠道销售、工程业务、采购等工作，八年的时间，让他足以了解这个行业的这一切，不管是供应链、销售渠道，还是行业情况。

也正因为如此，八年的历练，让他站得更高，看得更远。他把自己代理的品牌做了以下划分和定位：一是主打品牌为中高档产品，比如小器鬼，通过品牌知名度吸引客户；二是中低档产品，主要是用来做产品线的补充；三是优势单品，有些用来与竞聘竞争，有些是可以用来走量。在具体执行的过程中，也会根据市场的发展做一些调整。

正因为清晰的定位和方向，金晖电器从2008年成立至今，短短的六年，发展非常迅速。其产品涉及照明、通风、电工电料、电线电缆，网点以乡镇为主，覆盖率达到90%以上。

借力LED，华丽变身

金晖电器正式与小器鬼的合作，是在2011年。

刘文雄：始于远见 贵在坚持

本刊记者 陈秀丽



订货会现场



开心砸金蛋环节



订货会上刘文雄与分销商

刘文雄说，当时选择与小器鬼合作，主要出于两个方面的考虑：一是小器鬼节能灯在潮汕地区的品牌知名度较高，性价比非常高，是一个特别有潜力的品牌。二是小器鬼团队的“务实”作风。“因为进入比较晚，错过了节能灯市场最好的几年”，刘文雄告诉记者：“这几年我们主要的精力在网点开发和渠道维护上，LED的上市，使得我们的发展有了一个飞跃。”今年3月，小器鬼LED系列产品全线出击，火力之猛，让小器鬼所有的经销商热血沸腾。刘文雄也不例外，在得知消息的那一刻，他真的是竭尽全力“抢货”。短短一个月时间，小器鬼LED产品在第一时间迅速铺入潮汕地区的分销渠道。接着，小器鬼深圳分公司的“现场促销”在潮汕迅速铺开。小器鬼的业务员顶着烈日，不分昼夜地开展现场促销活动，前前后后在不同的乡镇，做了几十场现场促销，“高品质LED就是小器鬼”很快深入消费者心中。一场争夺战，因为刘文雄抢得先机，在潮汕地区取得开门红。

两年多的坚持，用刘文雄的话说“守得云开见月明”，小器鬼LED的成功铺市，让刘文雄感慨良多。他说，当初的坚持，才有今天的业绩。首战告捷，刘文雄又开始把目标瞄向了更远的地方……

目标，快乐赚钱

当汕头的区域负责人许春雷把我们带到金晖电器“大本营”时，推门而入，呈现在我们面前的是两栋高楼，许经理边走边介绍：“右边是仓储中心，前面那栋楼，左边是办公楼，右边是员工宿舍楼，楼下是餐厅。”作为一名经销商，愿意投钱给员工，提供可口的工作餐，温馨的住宿环境，这样的情况并不多见，尤其是一名创业不久的经销商。

见到刘文雄之后，这个疑问终于解开了。“对于我们做贸易的公司而言，软硬件的管理非常重要，特别留住优秀的人才。”在刘文雄的心中，对人才的投资，也是非常重要的。“人性化的管理”可谓金晖电器的一大亮点。对于员工的管理，他的理念是，一方面为员工提供一种和谐、友好的工作环境，他与家人经常与员工同吃、同住，



刘总与小器鬼深圳分公司的销售团队们



金晖电器的销售团队

所有人都亲如一家人；另一方面，建立极具吸引力的激励机制。据说，在金晖工作的销售人员，几乎每个人都配有小车。

在刘文雄看来，金晖与员工是一种合作的关系，同时作为老板，必须为员工提供一种快乐工作的环境，这样才能将双方的优势发挥得最好，最终达到一种共赢的状态。

不仅如此，与分销商的关系更是如此。在9月28日的订货会上，分销商参与度非常高，整个现场虽然是订货会，但是更像是一场欢乐的PARTY，几乎是嗨翻全场。

后记：潮汕之行，虽然已经过去很久，但这段采访经历让我感慨良多，小器鬼的优秀经销商刘文雄无疑是潮汕商人的典型代表。都说潮汕人做生意厉害，他们就像中国的“犹太人”一样，遍布全世界的每个行业每个区域，他们身上，不仅具备吃苦、耐劳的优良美德，同时也具备广东人的舍得投入、“大智若愚”的经营理念，更多地是他们身上贵在坚持的优秀品质。

“最美欧帝尔人”

寻找身边 ODEER PEOPLE

本刊编辑部

前言：“美”不一定只是容貌或者风景，也有更多存在于人内心的精神品质，而现在我们就在寻找这样的“美”。11月，由人资文化科发起的2014年度寻找身边“最美欧帝尔人”大型评选活动正式启动，本次活动所寻找的“最美欧帝尔人”主要包括两个方面：

一是符合公司核心价值观、具备最美欧帝尔品质的员工。企业核心价值观——诚信务实、以人为本、行而有果、学习创新、协作共赢。最美欧帝尔品质——在看似平常的欧帝尔人身上，闪烁着不同寻常的优秀品质：积极进取、心怀感恩、忠诚敬业、善于沟通、高效负责、自动自发、甚至为公司节约一滴水、一度电的良好行为与习惯等。二是在各岗位上创造不凡工作业绩的员工。以下是通过各种渠道，挖掘到的“最美欧帝尔人”。

人物档案



姓名：石磊
职位：研发部电子工程师
优秀品质：学习创新、高效负责

事迹概述：

他具备扎实的电子开发理论与实操经验，能沉下心来研究新技术、开发新产品；他开发思路清晰，能有效地控制项目进度和关键点，能高效、高质量地完成项目电路开发工作。

在攻克大功率工矿灯等产品技术难题时，他摒弃了以往电子工程师通过无数次反复试验获得最佳电路参数的设计方法，通过收集和研发高校、企业发表的相关技术文献和知识，分析与推算出合理的电路参数，经过简单调试即可论证出最佳的电路参数，设计方法更为科学，并节省验证时间。

在智能化技术（调色温、调亮度、背景光智能LED吸顶灯）开发项目中，他主动担任开发工作，在公司没有任何技术储备的基础上，晚上自主加班，独立的完成了整体功能规划方案和电子详细设计方案，获得项目管理部称赞，并在短短2个月时间内开发出3大系列12款样品，且此类产品比当时市面上同档次产品性价比更高。



姓名：刘国都
职位：人力资源部宿舍管理员
优秀品质：热心，有正义感

事迹概述：

住在职员宿舍的同事，一般都会在每天早上将热水壶放在1楼开水器处，待下班时再打满热水拎回宿舍。刘国都作为职员宿舍的管理员，每天的工作除了认真地履行“为公司人员提供一个安全、卫生的休息场所”的岗位使命外，他总能热心地帮助同事把热水壶的开水打满，不仅免去了我们下班后排队打开水的麻烦，还能有效地利用开水器；他总能热心地帮助同事晾晒干货和在天气不好时收晾晒在楼顶的衣被。事情虽小，但他能常年累月地坚持下去，不为别的，只希望将这份热心传递给他身边的每一个人。

他在值班时，遇到公司某员工出现家庭矛盾，闹得不可开交之时，他没有犹豫和迟疑，而是迅速突破重重围观的群众上前去劝架，在自己也受了伤的情况下还一心想着开导火急攻心的夫妻。最终在他的劝说和阻止下，这件事情得以平息。



姓名：刘春桃
职位：质量管理部品质组长
优秀品质：细心、负责

事迹概述：

她是品质检验组长，经过她的质量关卡，总能发现一些细微、不易被察觉的问题，问题虽小，如若长期未被发现或事后才发现，势必会公司造成一定的损失和负面的影响。澳大利亚某客户的排气灯彩盒上有描述电机为“滚珠轴承电机”，实际为“普通含油电机”，刘春桃发现此疏漏后，及时向外贸部提出此问题，超出了外贸部的意料，纷纷感叹，非英语专业的同事居然

能如此细心地察觉出此点疏漏。澳洲市场很多客户的包装是每单变化的，为了防止此错误到生产线上才发现而导致返工，春桃便要求上线前就将标贴一一给其核对，有一次居然发现澳大利亚mercator客户的标贴混了以前好多次订单的旧标贴，如果上线才去纠正，会导致浪费大量的人力。



姓名：农林
职位：灯具车间拉长
优秀品质：创新、主动

事迹概述：

农林作为灯具车间家居产品生产拉长，上任6个月以来，克服了因订单数量不稳定导致拉线人员不固定的种种不利因素，将家居产品生产线的生产效率从80%提升至95%、品质合格率从93%提升至98%，业绩较为突出，这与他善于改进工艺、主动承担额外工作是密不可分的。

7月份以前，厨卫灯旧工艺是将驱动器与灯管先焊接成半成品后再老化，老化后再拆掉驱动器与灯管，然后加入其它器件组装成成品。旧工艺较为复杂，工序多，他发现此问题点后，经过反复思考和试验，决定将旧工艺改进为将厨卫灯组装成成品之后再老化，这样一来，不仅省掉了2个工序，还节省了1个操作员工，生产效率得以提升。

10月份以前，排气灯加工工艺中按孔扣是在最后一个工位操作的，QC检查不到，容易出现漏装现象，9月份此条拉线就出现了3批不合格。农林对各个工位工作量进行评估后，决定将按孔扣调整到工作量相对较轻的第2个工位，这样，经过多个工位及QC的检查，在10月份的排气灯生产中，基本未出现孔扣漏装情况。

2014年度，家居产品订单数量不足，经常出现停拉的时候，农林没有找理由请假休息，反而是主动利用这段时间对拉线上的设备进行清洁和维护，同时协助支架包装拉线清理尾数，修理不良品，协助其它拉线快速完成生产任务。



最美欧帝尔人



曾佳才
职位：研发部经理
优秀品质：忠诚敬业、主动承担



吴崑年
职位：LED车间员工
优秀品质：任劳任怨、主动



韦玉焕
职位：节能灯车间员工
优秀品质：主动



王兴艳
职位：节能灯车间员工
优秀品质：负责、拾金不昧



李嘉辉
职位：灯具车间员工
优秀品质：主动



刘丽
职位：节能灯车间员工
优秀品质：主动



何林锋
职位：节能灯车间员工
优秀品质：主动



廖义祥
职位：PMC部库管员
优秀品质：忠诚敬业



钟花园
职位：质量管理部IPQC
优秀品质：吃苦耐劳、无私奉献



罗丽
职位：LED车间QC
优秀品质：主动、负责



林声恒
职位：节能灯车间员工
优秀品质：认真负责



蓝林科
职位：节能灯车间员工
优秀品质：负责



周红康
职位：灯具车间员工
优秀品质：细心负责



林声荣
职位：LED车间员工
优秀品质：主动、好学



蒙芳萍
职位：节能灯车间员工
优秀品质：负责



李明
职位：云南分公司区域经理（驻外）
优秀品质：忠诚敬业



陈名香
职位：质量管理部IPQC
优秀品质：负责、坚持



甘秀全
职位：LED车间员工
优秀品质：主动



吴香艺
职位：节能灯车间员工
优秀品质：认真负责



梁淑芬
职位：节能灯车间员工
优秀品质：负责



贾军涛
职位：甘青宁分公司区域经理（驻外）
优秀品质：行而有果、学习创新



张志平
职位：河南分公司区域经理（驻外）
优秀品质：忠诚敬业、积极主动



于洪洋
职位：吉林分公司区域经理（驻外）
优秀品质：善于沟通、认真负责



汤玉和
职位：福建分公司区域经理（驻外）
优秀品质：负责、积极主动



王荣华
职位：财务部 IT主管
优秀品质：协作、负责



黄卫红
职位：LED车间员工
优秀品质：主动



陈桂杏
职位：节能灯车间员工
优秀品质：主动



谭志昂
职位：PMC部仓库组长
优秀品质：任劳任怨、主动



黄永芳
职位：灯具车间QC
优秀品质：细心，主动学习



陆玉新
职位：节能灯车间拉长
优秀品质：负责



何冠华
职位：节能灯车间员工
优秀品质：主动



成双
职位：PMC部库管员
优秀品质：任劳任怨、主动

后记：以上“最美欧帝尔人”都是我们身边最亲爱的同事们，他们或在各自平凡的岗位做出了不凡的业绩，或在他们身上或多或少地拥有一条或多条优秀品质，他们是我们的榜样、我们的目标、我们的方向。“最美欧帝尔人”承载着公司对他们的高度肯定，更多的是一份荣誉，也许下一个“最美欧帝尔人”就是你，加油！

ONE IS BEST

最简单的就是最好的

财务部 李文清

“成功属于精简敏捷的组织”。
——杰克·韦尔奇

记得以前在外企工作时，曾参加过一堂培训课程。讲师是来自香港浸会大学的周博士，和大多数的香港同胞一样，他说话喜欢中英文夹杂。他认为做企业要简简单单，“两点之间直线最短，企业管理就是找到最简单方法去达成目标。One is best……什么意思呢？最简单的方法就是最好的”。很多年过去了，我耳边仿佛还在回荡着博士“One is best!”的宏亮声音。

翻开中国上下五千年的悠久历史，每一页都散发出淡淡的墨香。中国传统思想文化博大精深，“道法自然”、“无为而治”是道家的核心思想，它强调人对自然的追求。高明的管理越来越强调打破壁垒、消除隔阂、压扁组织，消除过多的框框条条，释放员工的能量。“道法自然”揭示了管理的精义，“无为而治”的高明之处在于“了无痕迹”。如果说武术的最高境界是无招胜有招，那么管理的最高境界就是简单管理。

近几年，随着市场经济的逐步深入，民营经济不断发展壮大，但机构臃肿、效率低下、人浮于事、多重领导、人际关系复杂等问题使不少民营企业的老板和职业经理人感到头疼，基层员工

有时也会觉得无所适从。真正想有所作为的人很快就会发现，工作上的障碍不断增加，人际间的争斗逐渐残酷，心理上的劳累日益累加。如何将复杂的事情回归于简单，根除民营企业的“大企业病”呢？简单管理就是“灵丹妙药”。杰克·韦尔奇创造了美国通用电气管理奇迹，他认为“成功属于精简敏捷的组织”、“使事情保持简单是商业活动的要旨之一”。一个企业优秀，一个人优秀，都有很多理由，但组织行为、个人行为无不自觉或不自觉地遵循着简单管理的理念。

先看组织行为。企业战略是否能够顺利在战术层面得到执行，只要看企业战略是否被大多数员工听懂理解，因为英明的战略决策最终还是由基层管理者、员工来落实执行。企业内控体系是否科学、有效，只要看控制与效率是否并重，因为控制过多影响效率、控制过少又会使风险增大。企业组织架构是否合理，只要看每位员工是否只有一个上司，这个上司对他是否有绝对的决策权，因为统一指挥是团队高效运作的前提。判断一个企业项目方案是否可行，只要看该方案投入的资源是否是最少、流程是否为最短，因为项目成本直接决定了项目的成败。企业整理整顿是否有



效，只看它是否

能将作业现场、实物及文档存放变得简单，因为这个“形象工程”的受益者就是执行者本人。

再看个人行为。先做人后做事，这是古今铁律。如果人际关系复杂，那最好的应对方略就是简单做人、专心做事。把所有人都当好，以正面、积极的心态去待人接物，只担心能力大小，不操心人际烦恼，考虑的是如何让工作有效，研究的是怎样让客户满意。与上司相处时，全力支持上司工作，时刻信守职业操守和做人底线，以实际行动来表达自己的忠诚和才干；与老板相处时，把他当成事业发展道路上的合作者，在合作中体现并不断提升个人能力和水平，并给企业带来更大动力；与同事相处时，简单、透明地看待周围的人和事，不去刻意打听各种关系，不去迎合别人和环境，坚持自己的工作方式，做老实人、干老实事。工作中多从自身找原因，努力完善自己，适应甚至于影响、改变环境。道家倡导“不战而善胜”，指的就是完善提高自己，无形之中对手就自然甘拜下风了，不需要去刻意地正面争斗。

简单管理要想卓有成效，真正做起来不能敷衍了事。简单管理在形式上追求简单，在内涵上则要求深刻。首先，管理者必须胸怀全局、手握大势，能够站在战略高度去思考所遇到的问题，“不谋全局者，不足谋一域”；其次，管理者必须掌握抽丝剥茧、化繁为简、以简驭繁的技巧，仔细分析事情的来龙去脉，经过去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里等提炼过程，找到隐藏于现象背后的本质；最后，管理者必须谨小慎微、准确务实，制订严密可行的工作计划，选择解决问题最简单的方法、路线。只有这样，才能清楚哪些地方能简，哪些地方不能简，能简的地方又如何去简，不能简的地方需不需要加强。“简单”并不意味着“放弃”，也不是一味地“减少”，决不能为了追求形式上的简单而忽视了内涵上的深刻，甚至无视企业的管理风险。

“One is best! ”，简单管理是一门事半功倍的大学问，企业管理中每个人都与它密切相关。“运用之妙，存乎一心”。如果计划准备充分，实践执行得当，简单才能出效率，管理才能实现简约、集约和高效，企业最终才能达到“无为而治”。作为企业高层管理者，应该适时推动组织变革，营造责权利对等的“担当文化”，实行简政放权、“无为而治”；作为企业中层管理者，除了把握部门全局之外，还应该思考如何优化工作流程、信息管理，并有能力找出方法或工具，指导和带动团队，高效快速完成目标；作为企业基层员工，要耐心做工作中的“有心人”，随时总结工作中的问题，分析探讨问题的最终根源，找到问题彻底解决的简单方法，从寻常单调中获取成就感和尊重。

供应商质量管理的保姆心态

质量管理部 黄道军

话说保姆，或许给大家的第一反应便是做家务带孩子之类的工作，其实一位优秀的保姆，她的工作并非像大家想得这么简单。随着家政行业的发展，保姆行业已出现了智家型家庭服务和管家型家庭服务这样的高级保姆，她不仅需要拥有洗衣做饭带孩子的基本功，更需要有投资理财、健康知识、疾病救治等高级技能。

时光流逝，转眼间我做供应商质量管理工作已七个年头，回味这七年，我现在越来越感觉自己像一个供应商质量管理的保姆，除了要处理异常外，还需要想办法预防异常的发生，不仅要保证来料质量，还需降低来料质量成本、保证来料交期等。

随着市场的不断竞争，产品价格也越来越透明。这样一来，对供应商质量管理的方法也随之有了变化。以前做供应商质量管理只需把质量异常反馈到供应商标，然后跟踪改善效果便可以了，而现在必须对供应商进行辅导，帮助其改善，提升供应商的管理能力，甚至有时候需自己亲自到供应商现场做实验分析改善。人们都说客户是上帝，但现在为给我们上帝提供质量更好，价格更低的产品，我们必须得做供应商质量管理的保姆，与供应商一起为上帝服务。

有时候，我感觉这些小企业的供应商像一个调皮的小孩，当来料退货时她会有些小不乐意，当你标准严的时候，她觉得我们要求过高甚至会耍耍小脾气，所以作为供应商质量管理的人员，我们必须得教她怎么去控制质量、降低不良品，培训供应商品质人员，提高他们解决品质异常的能力。甚至有时候还要手把手

教他们的生产人员如何通过价值流的思想来降低成本，如何运用防呆的方式来减少不良。

有时候，我又觉得这些企业的供应商像一位老人，他们在自己的行业里经验丰富，阅历深厚，我们可以向他们学习经验，请他们到公司来给其他同事讲解原材料的使用方法、潜在的风险及规避技巧，从而提升公司内部员工对原材料相关知识的认识，充分运用他们的经验来解决工艺问题，优化设计，保证我们的品质和降低不良。还可以邀请他们与我们的设计人员一起讨论如何设计，在设计源头解决问题，把品质做到更好，把价格做到更低，把质量把关工作做得更好。

有时候，我更感觉和这些供应商的关系像一对恋人。我们之间可以相互诉说痛苦，相互合作解决问题；我们也会分享成功的喜悦，还会因为对同一件事的意见分歧而争执得面红耳赤；有时候我们会一起为了保证原材料的质量而加班至深夜，享受着那深夜的宁静。

供应商质量管理就是需要这种保姆心态，既需要耐心与供应商沟通和培训他们的品质人员，把自己的优势、技能、管理经验传递给供应商，提高供应商的管理水平和能力；也需要虚心地向他们的经验来提升我们自己。

是的，我就是一名供应商质量管理的保姆，我因能保证来料质量而享受着成就感，也因能提高供应商的品质和能力而快乐着。



枕边记

小器鬼照明浙江分公司 高峰

有工作的生活是最佳状态

对我们每个年代的人来说，儿歌是我们成长岁月的印迹，总会适时地在枕边陪我们安然入睡。它们或是大众流行抑或乡土民谣，而今还有多少人会记得且吟唱自己儿时的歌谣呢？如今儿歌对于初为人父的我，显得那么远又那么近。时光如梭，转瞬间，我已离家数载，四处漂泊，但我觉得自己还是很幸运的，因为我有一个美满的家庭，有一份很不错的工作。曾经看到这样一段话，一个人的一生多数时间都是在工作，而工作就是为了更好地生活。假如一个人不好好工作，怎么能好好地生活呢？生活的理想就是为了理想地生活，我觉得很有道理！在小器鬼的日子让我充实且理想地生活着。

勤劳让人生更富有

当初机缘巧合，我通过层层考核，最后经分公司经理陈笔文的综合考察之后，在众多应聘者中脱颖而出，有幸加入到了小器鬼这个大家庭。当时陈经理安排我服务优秀经销商——绍兴五文化。初入小器鬼，我对照明行业知之甚少，但余国强经理为了让我尽快适应新的工作环境和熟悉业务，安排我先了解产品，并同步对我进行相关产品及业务的培训。在五文化公司蒋志信经理和余经理的悉心指导与培训下，我很快对小器鬼的企业文化、产品及各项业务的开展有了新的认识和理解。随后余经理趁热打铁带我走市场，他这种敬业亢奋的工作状态，让我忘尘莫及，这就是对工作热爱负责的真实写照吧。在余经理的悉心指导下，我迅速地成长，对产品和业务的操作得心应手！

人生是一座可以采掘开拓的金矿，但总是因为人们的勤奋程度不同，给予人们的回报也不相同。由于余经理工作业务各方面的突出表现，在2013年的8月被总公司提拔为深圳分公司经理！孟子曰：“天降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨。饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为，所以动心忍性，增益其所不能。”余经理的亲身经历再次得到了印证！

三人行必有我师焉

人员的变动并没有影响到宁绍的业务，这也得益于余经理和蔡金喜经理在业务以及各方面的完美交接。蔡金喜经理的加入，为小器鬼注入了新鲜活力的血液。勤奋是每个业务人员的必备优点，在和蔡经理相处的日子，每天都学到好多东西。公司每次有新产品推入市场，蔡经理总是在第一时间把产品知识培训资料给我，蔡经理总说技多不压身，年轻多学点东西准没错。特别是今年5月份，有幸参加了以陈笔文经理领导的绍兴地区集体作业，跟浙江省最优秀销售人员度过了难忘且收获颇丰的五天。陈笔文经理领头羊的风范以及专业专注的工作状态，至今仍让我记忆犹新。各位区域经理所表现出的业务能力，完美诠释了“强将手下无弱兵”！无论是工作还是生活，做事抑或做人，我在优秀的销售人身上获益匪浅。三人行必有我师焉！孔老人家说得真没错！

人生要怒放一次

人人心中都有梦想，有的人认为那只是梦想而已，想想就好了。可事实并非如此，碌碌无为的人生太让人厌恶，人生需要力量让自己怒放一次。朝着自己的梦想大步迈进，即使前方荆棘遍布，我只愿一直前行，我坚信平凡的脚步也能走完伟大的行程！愿未来的岁月里，每个人都在自己的人生画卷中努力去画，浓墨重彩书写人生！



追求卓越 永不止步

小器鬼照明云贵大区 李健

销量的持续提升来自哪里？业界比较公认的理论来自两个方面：一是单店数量的增加；二是单店销量的增加。

一、单店数量的增加

这指的是：分销网点数量的增加。如某一个经销商以前服务的销售网点数量为100家，经过一段时间的努力，将网点数量增加到了150家，增加了50家分销商网点，这自然会促使销量的增加，单就渠道的存货都会提升销量。

经销商要提升网点数量，唯一可做到的就是持续对空白市场进行开发，抑或是对已开发的市场进行产品分项开发客户，某些市场可能由于各种原因，原有客户被调整，此时可以采取分品项的策略进行客户再次开发，根据公司产品品项，可策略性地分多个客户进行单品项的经销，这是一个增加客户的方式，同时也促使客户更加专心地做好某一个品项的产品。另一种方式是：根据公司新出的产品进行新的客户开发，原有客户不再经销新产品。

一般来说，市场开发其实是可以持续进行的，就拿我们的产品渠道来说，一个地级市场平均会有3~10个左右的县，每一个县基本会有5~15个左右的

乡镇，按此计算，地级市场网点数量理论计算应该有：18个（3+3*5）至160个（10+10*15）。可能会由于各种因素的制约，网点数并不能100%进行开发，但没有开发的乡镇是应当作为一个目标设定好，后期有条件和时间就要持续去开发。

二、单店销量的增加

网点数量比较稳定后，增量就必须来自单店可持续性和稳定性的销量，尤其是销量一直比较活跃的网点，一定要给予持续的支持和帮助，做到锦上添花的方式进行增量。

单店销量的增加需要做很多的工作，经销商层面的工作就是必须强化定时定点的服务，不可以三天晒网两天打鱼的方式来服务客户，这个可以参阅上期笔者所写的《对销售之诠释》的内容。由于我们所属行业的性质所定，经销商持续地优质服务，必须做到定时间、定地点地进行送货、回访，这个工作是一定要由经销商来做。因为市场的维护工作是需要消耗大量的时间，而我们的业务人员是很难长期只呆在一二个

市场，我们的区域经理管理范围普遍比较大，需要做的工作很多，所以，我们的区域经理一定要学会管理市场、引导客户，将工作进行细致有效分工。

单店销量增加，需要对分销网点进行分类，活跃性质的客户，销量比较大的客户需要更加地关注和支持，销售的80%是来自20%的核心客户，所以，对销售网点回访是需要进行合理安排和部署的。

总之，销量的增加主要是来自两个方面，无论网点数量还是单店销量都是需要持续地进行市场维护和开发。

销售是一项没有终点的马拉松，任何人都不可以

在中途休息，更加不能倒下，一旦倒下，机会就不会有了，销售工作是一项系统性的工作，持续地发展和良性地发展是离不开系统的支撑，任何人都不可说自己的销售能力如何地优秀，这个优秀是离不开公司点点滴滴的支持和帮助，失去了公司的平台，很难作为。

一只凶悍的狮子永远也斗不过一群分工协作的狼群。这验证了一句话：一只羊带领下的狼群是斗不过一只狼带领下的羊群，因为——狼天性就是会分工的，而羊却不会。

改变，从这一刻开始

——写在小器鬼海泉五变化推广会之后

小器鬼照明山西分公司 史格格

8月12日，小器鬼LED新品推广会在山西省侯马市新绛县海泉大酒店隆重举行，此次会议是小器鬼山西分公司在海泉五变化第一次单独对一个品牌如此重视下举办的，可以说是意义深远。会议的成功举行，让我感受颇多。

一是不打没有准备的仗。在此推广开始前几天，山西分公司全体外驻人员邀请客户，传达会议的主要目的：经济形势空前严峻，为了把市场做好，我们应该交流更好的方法，提供更好的服务，经营更好的产品，从而获取更多的利润。客户热情度高涨，非常重视，有些经销商更是夫妻两人停止经营，特意来参加会议。

二是适应环境，改变自己。经济形势不景气是市场经营不好的主要原因，目前没办法改变外界环境，但是改变不了外界环境就应该从我们自身出发，勇于改变自己。客户受到经济影响，对经营慢慢失去动

力，店面形象不整洁，样品陈列不全面，终端维护不积极，市场动态不分析，更容易处于被动挨打的局面，形成一个恶性循环。我们应该勇于对自己进行改变，从而适应环境。

三是成功一定有方法。LED发展是不可逆转的趋势，LED能存活主要是它有着更节能更省钱更环保的特点。因此谋求长远发展，就是需要像小器鬼LED这样高品质的产品。在经济形势严峻的情况下，我们如果还是闭门造车，结果肯定是出门不合辙。成功一定有方法，失败一定有原因。前面没有路，我们就走出一条路来，我们需要的是学习、学习、再学习。

改变是痛苦的，但是如果不改变，未来会更痛苦。希望小器鬼LED和经营小器鬼的经销商能在大家共同努力下更加辉煌，在未来市场竞争激烈的环境下一路高歌。

请相信，未来是美好的。

与小器鬼 的 不解之缘

洛阳慧兴 王姜维

2006年的那个夏天，和同届毕业的同学一样，我即将踏入社会，怀着满腔热情和抱负，成日游弋于各种类型的人才招聘会。

大学我学的是英语教育专业，所以一直想找一个从事教育方面的工作。人生避免不了太多不如意，几次碰壁后，我感觉还是先生存。所幸运气不赖，几番周折之后终于被洛阳当地的一家计算机教育培训学校录用。由于在校期间我曾担任过校学生会干部，在口才方面还是有一定的优势，于是这所培训学校就安排我到招生部门进行招生。

对于一个并不是特别喜欢市场营销的我来说，没想到从事招生这块，一做就是一年多，而且还做出了不错的成绩。但自己并不开心，内心始终觉得这并不是自己想要从事的行业。

说来也巧，有一天正好是星期天，那天闲来无事，我就来到了洛阳当地的人才市场。当时洛阳慧兴照明电器运营中心正好在招聘市场业务人员，于是我就前去应聘。



当时他们需要的就是对洛阳乡镇市场比较熟悉的市场人员，主要职责是要在洛阳所有的乡镇大力推广小器鬼节能灯。由于我曾经做过招生，而那所培训学校招收的主要生源正是来源于乡镇。可以说一年多的时间，我把洛阳所有的乡镇都摸了个遍，熟悉的不能再熟悉了。

结果可想而知，我应聘成功，很荣幸成为洛阳慧兴的一名市场业务人员。当时我负责洛阳当地的三个县，主要工作就是开发负责区域所有乡镇的小器鬼网点。

当时的洛阳市场，乃至全国市场，节能灯照明行业卤粉灯、混合粉灯较多，鱼目混珠，没有哪个品牌能够独树一帜。而小器鬼节能灯的出现，让大家眼前一亮。小器鬼，名字大众又易记；节能灯就是小器鬼，品牌宣传到位；亮度高，更节能省电，与其它节能灯一比，就具备很大的优势。再加上我对当地的市场、人土、风情又比较熟悉，我所负责的区域网点很快迅速铺开。

当然，在市场开发过程中，小器鬼公司的营销团队令我很钦佩，那时河南分公司的每位小器鬼人，个个时间观念很强，工作效率极高，执行力极到位，战斗力极强。对于自己认定的客户，就算想尽千方百计，说尽千言万语，也一定要促成合作。

当时，在开发和巩固市场的过程中，也发生过很多令人难忘的故事，当时自己所负责区域的一个乡镇。摸底很多次，一直开发不出合适的客户，市场一直空着。当时的我内心一直揪着一股劲，心想一定要找出合适的客户。于是就进了当地一个很不错的店，当时那个老板店里经营的主要是卤粉节能灯。他一直认为自己的节能灯就是最好的，也是独家经营的。那天我与老板谈后，告诉他，他所经营的节能灯其它家也有。并在离开他店的时候，高声说到：“小器鬼这样的品牌，你不做是你的损失”。说者有意，听者无意。那个老板怎么也不会想到，过半个小时后，我还会回去告诉他谁家经营同样的品牌，同时给他分析未来小器鬼一定会成为主导品牌。也正是这个不起眼的行为，促成了他和小器鬼的合作，现在的这个老板每次见到我都会感慨到：“小王呀，要不是当初做小器鬼就不会有现在的我啊！”当然他也已经成为洛阳当地小器鬼年销量十万以上的乡镇客户。

诚然，在做小器鬼市场的这些年，我个人的变

化也非常大：从对市场陌生到渐渐熟悉，从做业务胆怯到热爱营销，从一个人单打独斗到带领团队，从与客户最初是合作关系发展到是朋友关系。这些成绩的取得，经验的积累，除了坚持、悟性、激情外，与我人生中遇到的第一个导师是分不开的，他就是贾总。

当时贾总正好来洛阳洽谈相关事务，我有幸在那一天与他相识。当时贾总指导我销售三大原则：第一要有运动员的体质；第二要有政治家的策略；第三要有经济家头脑。他告诉我只要具备这三个条件就能在销售行业有所建树。当时的我还似懂非懂，总感觉很有道理，但并不能完全理解其中的内涵，可我一直谨记于心。现在通过自己这么多年的市场磨练，我越发地明白其中的内涵和意义，真心感谢贾总！

时光荏苒，眨眼之间，我做销售已经八年了。在这八年中，不管是与小器鬼的业务员，还是终端客户，中间发生了太多难忘的事。每次想来犹如发生在昨天，每次想来又是那么的意犹未尽。感谢我的职业生涯中认识了小器鬼，更感谢小器鬼人给予我的那种积极进取，拼搏向上的精神。

有时，做同行的人会问，“这么多年了，为什么你还这么坚持，这么激情”。而我想回答的是，因为我与小器鬼有着不解之缘！



作者简介

王姜维，洛阳慧兴照明电器运营中心销售经理，大学毕业后一直在河南豫西从事小器鬼照明的销售推广工作。在其业务生涯中，王姜维先后配合公司开发了郑州、洛阳、周口等近5个地级市场，近千个终端分销网点的开发和维护，是一名与小器鬼照明河南销售团队共同成长起来的照明行业的精英业务！

倒装LED工艺简介

研发部 钟嘉威 江舟

LED灯具经过近十年的发展，产品种类已经相当齐全，高中低档产品全面铺开，琳琅满目数不胜数，甚至在某些地方已经沦落到了“论斤卖”的程度；但出人意料的是，市面上的大功率LED灯具至今依然屈指可数。为何大功率LED灯具会如此难产？

因为与传统灯具不同，高温是LED灯具的致命杀手。传统白炽灯灯丝温度高达2500℃，荧光灯的灯丝温度也在1000℃左右，然而LED灯珠连区区的150℃都无法承受。灯具功率越大，发热越大，对散热的要求越高，开发难度自然也越大。

万事开头难，我司银辉系列大功率LED球泡灯能够成功上市，充分体现了我司的研发实力。但现在不是高兴的时候，没有远虑必有近忧，大功率LED的发展趋势如何？我司下一代大功率LED灯具又将何去何从呢？



◀ 30W大功率LED球泡灯，夸张的散热器从侧面反映了散热的重要性

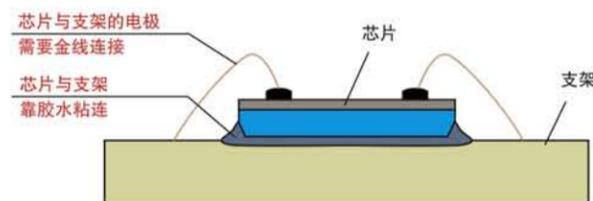
散热设计是大功率LED灯具设计的关键，但也总不能一味的增大散热器体积，有没有更好地散热解决方案呢？擒贼先擒王，对，别跑，说的就是你：LED灯具的根源——LED灯珠。据说最近有一种很火的LED灯珠制作工艺，说是“一种可以从根本上解决灯珠的可靠性与导热问题的革命性技术”！我擦，真有这么牛的技术么？别着急，我马上就为大家揭开这种人称“倒装工艺”的神秘面纱。



▲ 倒装工艺是今后LED封装工艺的趋势与基础

没错，既然有“倒装工艺”，相应的就有“正装工艺”。所谓的“正装”与“倒装”，说的都是LED灯珠中，芯片与支架的相对关系。如果把LED芯片看成一个人，支架看成一张床，那么“正装”就相当于头朝上仰着睡，“倒装”就是头朝下趴着睡。

现在我司用到的所有的LED灯珠，从仿流明到2835到COB，使用的都是正装工艺。正装工艺历史悠久，已经相当成熟，成本很低，市面上绝大多数的LED使用的都是这种工艺。从示意图中可以看到，正装工艺中芯片与支架是用特殊的胶水（通常是银胶）“粘”在一起的，这时候芯片的电极与支架的电极相隔较远，需要用导线（通常是金线）连接才能导电，这是正装工艺最明显的特点。

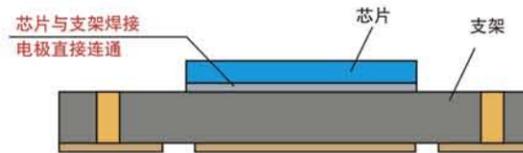


▲ 正装工艺结构示意图



▲ 正装LED实物图，4条金线清晰可见

倒装工艺是一种新型的工艺，可以理解为它把LED芯片翻了个身，并且把芯片上的电极和支架上的电极直接“焊”在了一起。这简单的一“焊”，既省去了固定用的胶水，也省去了导线（焊接使用的材料是导电的），一举两得。



▲ 倒装工艺结构示意图



▲ 倒装LED实物图，无金线

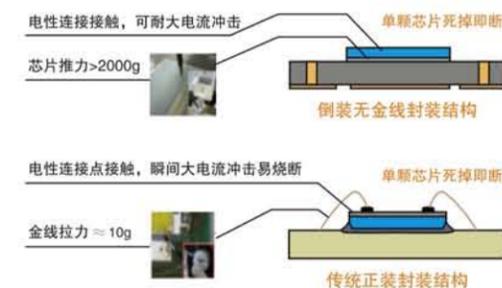
说了这么久，倒装工艺不就是节省了些材料而已，哪有什么革命性的工艺？我们继续往下看：

① 高可靠性：

在正装LED中，金线是芯片与外界进行电性连接的唯一“桥梁”。比头发丝还细的金线对于外力以及温度的承受能力都十分有限。

在外界温差变化大或者灯珠内部散热不均的情况下，金线很容易因为胶体的内应力过大（热胀冷缩）而导致折断，出现死灯；或者当驱动电源质量不佳，供电中出现瞬间大电流冲击的情况时，也很容易导致金线因为瞬间的高热而熔断。

相比之下，倒装LED是利用焊料（金锡合金或者锡膏）直接把LED芯片正负极与支架进行电气连接，这种连接方式比金线要稳固200倍以上，彻底避免了上述两种情况造成的死灯问题。



▲ 倒装LED高可靠性说明

② 高导热能力

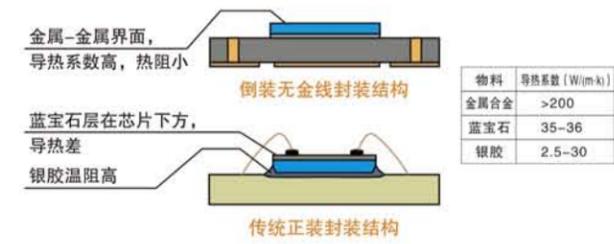
LED是对热十分敏感的器件，如果封装内部的热量无法很好的导出，会造成光效及寿命的下降，甚至是死灯。导热能力对LED封装来说至关重要。导热能力常用导热系数来衡量，与

导热系数类似，数值越大，说明导热的能力越好。

正装芯片使用的是蓝宝石衬底，蓝宝石的导热系数约20W/m.K；而倒装焊技术将芯片焊接到具有更高导热率的硅衬底上(导热系数约120W/m.K)，大大提高了LED芯片的导热能力。

正装芯片使用的银胶导热系数约为2.5-30W/m.K；而倒装焊所用焊料（金属合金）的导热系数远大于银胶，可达200W/m.K以上。

衬底材料与连接方式的导热优势使倒装工艺具备超强的导热能力，LED封装可以承受更大的功率，十分适合制作中、大功率的LED。



▲ 倒装LED高可靠性说明

2014年，倒装LED技术盛行，它的性能优势与未来的市场前景，越来越受到芯片、封装大厂的关注。国内的晶科电子、华灿光电、同方半导体、三安光电、德豪润达都纷纷投入到倒装芯片的研制行列中。

韩国三星电子在倒装LED技术上走在世界前列。三星最新研制的中功率LED就采用了倒装芯片工艺，无金线，可靠性高，并且由此衍生出全新的封装结构：无支架，芯片直接焊接到散热基板上，再使用荧光粉薄膜技术，直接把一整张荧光膜贴到倒装芯片表面。这样做出的LED无论是散热性能还是光色一致性都非常的优秀，非常适合于LED中大功率灯具应用。



▲ 倒装工艺+无支架+荧光膜技术制作的LED封装及模组，LED界的土豪金、高大上

就目前而言，倒装LED封装的最大缺点就是价格较高，利用倒装LED制作大功率应用产品还尚处在尝试阶段。如何发挥倒装LED的散热优势，用节省的散热结构成本去弥补光源的成本差额，在成本相当甚至更低的情况下做出体积更小巧、可靠性更高的大功率灯具，不失为一个值得尝试的方案。

大功率LED球泡灯解读

研发部 刘福宝 江舟

银辉系列大功率LED球泡灯是我司9月份推出的主打产品之一，作为一款我司首次开发的新系列产品，它一经上市便以小巧的外形、优异的性能、实惠的价格得到经销商与消费者的一致好评。这款拥有外观及实用新型专利的产品充分体现了我司的技术研发实力，下面就由我带大家一起去了解下这款明星产品设计背后的故事。

由于缺乏同类产品的设计经验，在概念与计划阶段，工作重点放在了分析竞品上。市面上其他厂家的大功率LED球泡灯，按照外形主要分为以下4类，有图有真相：



①直接放大型：结构部分与传统的3-12W小功率球泡灯十分类似，只是简单的增大或者加长。这样的结构设计难度不高，热量和出光效果都很好控制。缺点也十分明显，过于臃肿的体型既不美观，也很难装进与传统节能灯搭配使用的灯具外壳中，不利于产品的替换与推广。

②头重脚轻型：这种比较滑稽的外形设计主要就是为了增强LED产品与节能灯之间的可替换性，细长的“尾巴”可以很轻松的塞进狭小的灯具外壳中。但是为了尾端能做得细长，散热结构需要调整，灯具的重心远远的偏离了灯头，应用中稍不注意就会出现尾巴“折断”的惨剧。



③仿节能灯型：不得不佩服劳动人民的创造力，与节能灯一样的外形，一样的U型玻璃管，点灯一看，妥妥的节能灯的感觉。它的光照范围与节能灯一致，完美替换节能灯而且还更

省电，还有比这更好的么？其实不然，塞进玻璃管里面的LED灯条很难散热，即使采用了下方的散热改进设计，在灯具组装上还是非常麻烦(外圈有16根灯条16个灯罩16颗螺丝，说不定还有32条焊线，量产简直毫无人性)。

④小巧风冷型：在灯体中放入一个小型风扇，利用主动式散热设计排出光源的热量，20W的风冷球泡可以做到与传统5W球泡相同的大小。当然，风冷结构也同时带来了噪音、以及相对较高的成本和组装难度，这都不是我们希望看到的。



外观	散热能力	发光范围	易推广性	易组装性	成本	
直接放大型	差	中	≤180°	差	好	中
头重脚轻型	差	中	≤180°	中	好	中
仿节能灯型	中	差	≥300°	好	差	低
小巧风冷型	好	好	≤180°	好	差	高
期望的产品	好	中	270°	好	好	中

简单的整理后，可以很明显的看到：无论市面上哪种类型的产品，在某些方面性能突出的同时，也都存在着明显的不足，无法满足我们的设计要求。即使是在它们的基础上改良，也难以达到想要的效果。

结论出来了：我们需要的不是一款改良的产品，而是一个打破常规的创新设计。

研发小组需要先从几个大的方面确定方案的基本框架，然后再进行细节设计：

外观方面：为了良好的灯具适配性，球泡灯需要较小尾部，同时散热器不能太突兀。外形宜与小功率LED球泡相近，灯体不能过长，各部分衔接宜采用流线型或者渐变方式。

散热设计：为了控制成本，风冷散热被排除。外观要求散热器必须做得尽可能小巧精致。

光学设计：主要难点集中在出光范围上。仿节能灯型设计虽然出光效果最好，但是散热能力差，无法达到产品寿命，首先被排除；其次使用光学透镜会增加成本；若采用类似蜡烛泡

的立体灯板设计也会影响散热性能并且组装复杂。

采用平面光源，利用灯罩形状增大发光范围的方案最为合适。

电子设计：产品系列从15W-45W共7个功率段，为了节约成本，应重点关注驱动方案的共用性。

经过上面的分析，理想产品的外形已经渐渐清晰，方案设计中最具难度的无疑就是外形与散热设计。研发人员充分利用先进的软件模拟手段，这种方法最大的优势就在于不用打样实测就可以预测出产品的散热效果以及结构强度，可以提前规避问题，缩短试样周期，并有助于提高产品的性价比。

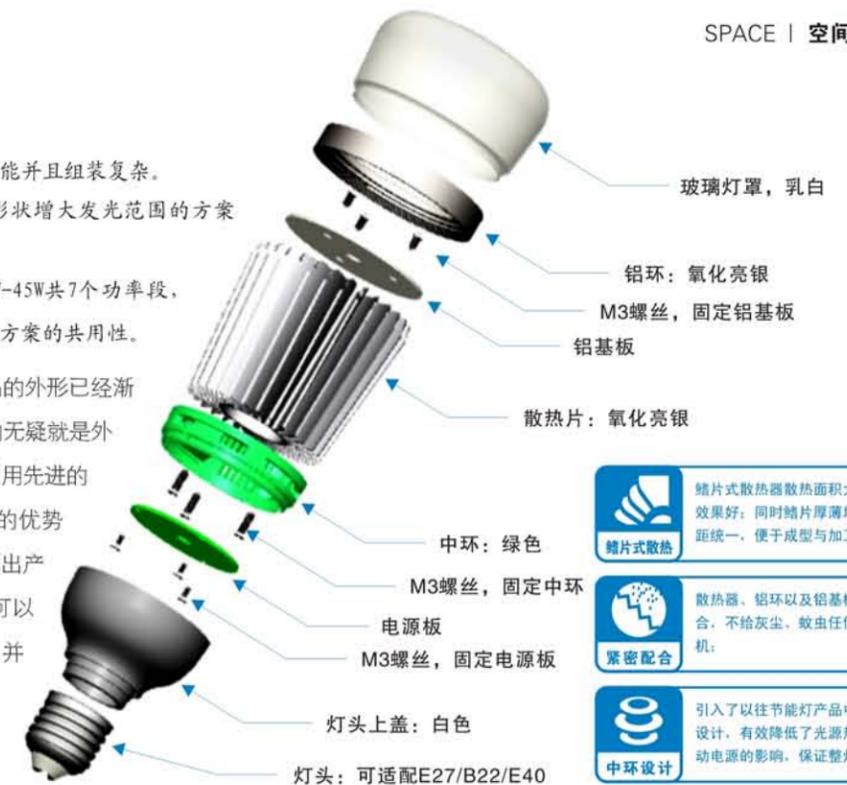
手板打样过程中，研发团队都心存疑虑。尽管方案经过了重重评审，但万一实测结果与模拟结果出现较大偏差，方案需要大幅整改的话该怎么办？因为距离正式开模的时间已不多了。

研发团队怀着忐忑不安的心情以最快的速度制作出手板样品并进行自测。结果出来了：大部分性能参数达到设计要求，方案只需小幅度的调整与优化！此时大家终于松了口气，而且更有信心的投入到下一步的工作中。最终，在研发团队的共同努力下，全新设计的大功率LED球泡灯终于破壳而出，成功面世。

以下是这款产品最突出的两大亮点：



出众的外形：整个系列7款规格的产品，外形风格保持一致，整体线条清晰、体型匀称、色彩搭配时尚，给人一种“小清新”的感觉。散热器的鳍片采用弯曲设计，外形别致。同时从灯罩→散热器→中环→灯头上盖→灯头，外径从大到小逐渐过渡，提供了很好的灯具适配性，同时不失美感。凭借着这独一无二的新颖外形，该系列产品成功获得了外观专利。



- 鳍片式散热**
鳍片式散热器散热面积大、散热效果好；同时鳍片薄厚均匀，间距统一，便于成型与加工。
- 紧密配合**
散热器、铝环以及铝基板紧密配合，不给灰尘、蚊虫任何可乘之机。
- 中环设计**
引入了以往节能灯产品中的中环设计，有效降低了光源热量对驱动电源的影响，保证整灯寿命。

卓越的散热：散热器外形设计过程中大量运用热学、力学仿真软件进行外形优化，在满足散热要求的情况下，尽可能节约用料，简化加工工艺。

同样地，这种创新的散热设计获得了实用新型专利。

作为研发团队的成员，我们感到十分的骄傲。对所有在这个项目中给予过我们帮助的同事、领导给予衷心的感谢。这次的大功率球泡项目时间紧、任务重，团队人员没有互相推诿，齐心协力互相帮助，这点十分的难得。通过这次项目，整个团队受益匪浅，也为后续的大功率产品开发奠定了良好的基础。希望这个团队能在后续的产品开发中爆发出更多更好的创意，祝公司的未来更美好！

银辉系列大功率LED球泡灯卖点

- ①外观线条清晰，体型匀称、色彩搭配时尚
- ②专利结构设计，长寿命、价格实惠
- ③光源部分采用防尘设计，不给灰尘、蚊虫任何可乘之机
- ④出光均匀，光照范围大，光通量高
- ⑤推广性强，灯体下段形状与节能灯基本一致，可轻松替换



LED球泡灯系列



产品特点:

1. 外观独特

- 采用鳍片式散热结构，弯曲设计，散热面积大、效果好，简约大方；

2. 亮度高、显色性好

- 采用曲面的透光设计，透光率高达90%以上，光色一致性好；

3. 寿命长

- 采用高品质芯片，寿命长达3年以上，是节能灯寿命的5倍以上；
- 内置恒流驱动电源，性能稳定，具有开路、短路、过压、低压保护等作用；

4. 节能环保

- 高效节能，比节能灯省电超60%，比白炽灯省电超80%；
- 原材料均采用无汞、无铅、无有害物质的环保材料。



Application of LED lighting

适用场所

广泛用于商场、办公大楼、酒店、展厅、会议室、医院、橱窗、家居等场所，特别适合豪华型高标准大空间的照明装饰。

建幸福家园 暖员工心窝

人力行政部 李超贤

自公司开展员工关系以来，2011年共开展了17次员工座谈会，168人参加，共收集84个反馈问题及事件；2012年共开展了12次员工座谈会，139人参加，共收集50个反馈问题及事件；2013年共开展了12次员工座谈会，121人参加，共收集65个反馈问题及事件；2014年截止10月共开展了14次员工座谈会，参加143人次，共收集77个反馈问题及事件，均已进行了及时回复并要求责任单位给出了处理意见。

促成解决的问题包括新的薪资计算方法培训、供应商来料重量的限定、物料员叉车的增配、食堂饭菜不同口味的供应、四楼五楼浸锡、浸油岗位增加抽风机及管道设备、拉线非关联人员不用扣灯管破损费、员工生产淡季管理、鞋柜增配钥匙、宿舍打药杀虫、车间增加风扇、食堂侧车棚划线管理、饮水机换滤芯等。

以下是详细的案例收集及回复意见：

案例一

主题：车间波峰焊、浸锡烟气、浸油气味治理

问题：五楼补焊组波峰焊气味重，空气不流通，希望得到改善；五楼磁材组如果线圈掉到锡炉里烟很大，希望安装抽风机；四楼LED浸油岗位气味较重。

描述：五楼节能灯车间波峰焊、浸锡烟气异味、LED车间浸油岗位作业时多多少少会产生些刺鼻气味。

经员工访谈反馈，多次进行整改，插件组浸锡在上风向安装抽风扇、安装补焊组抽风机，规范磁材组浸锡作业，插件组波峰焊增加强力抽风机及管道设备，LED车间浸油岗位上方安装抽风机及管道设备。

来源：品质部员工及车间员工访谈（部分）

解决措施：生产工程科已计划，并联系了供应商，风机等设备已于次月送达公司，已完成改善。



案例二

主题：员工可在职报读大专本科学历

问题：希望公司建立基层员工培训机制：学历培训和技能培训。学历培训方面提供例如上大专、专升本之类的信息。

描述：员工职业规划发展工作要鼓励员工参加培训

教育，持续学习，员工有学历提升需求，经员工访谈反馈，人力行政部组织谋划，与中山职教合作，2012年年底开办在职大本科班，周末在我们公司上课。公司提供全力支持，并出台《在职学历教育学费报销标准》，三年可报销2300元/人，目前有13人在学习，预期大大改变公司人力资源学历结构，提升人员素质。

来源：品质部员工访谈

解决措施：基层员工培训目前主要是在知识、技能方面的培训，并且是由部门进行主导，工作之余人力行政进行监督，当公司不忙时人力行政部会组织进行心态及自我管理方面的培训；学历教育方面现人力行政部正在努力与各大学网络教育招生办商谈，商谈结果出来，到时会进行通知。

案例三

主题：建自行车棚

问题：公司车棚不够，目前自行车统一停放的小区没有车棚，自行车风吹日晒，希望公司安装一个简易车棚



描述：访谈中员工反映公司指定了自行车停放区域但没有车棚，自行车被风吹日晒，特别是夏天的中午车子被暴晒骑不了。有个老员工反馈说很久都是这样了。经员工访谈反馈，两个多月后，废料库旁边的自行车棚落成。总务科多次加强车辆停放划线规范管理，应员工反馈今年国庆对食堂后面的车棚也进行规范。

来源：吹塑车间员工访谈

解决措施：正在拟建两个自行车棚（前门和废料库旁边各一个）以解决自行车停放问题。

因版面有限，本次仅选取了部分案例进行展示，宣传不是目的，是为了让更多的人了解公司的文化和方向，当然，也从另外一个角度说明了公司对员工关系的重视，“只要员工提出来的问题，就是问题。”后续若有其他问题需要咨询和解决，可通过众多沟通渠道：

1、员工意见沟通热线0760-22181125，内线868；

2、欧帝尔人员交流群：302391791（请发送“部门+姓名”进行验证）；

3、网上邮箱：odeerygj@163.com；

4、员工意见箱：1楼吹塑车间楼梯口处、1楼收发组楼梯口处，员工宿舍1楼打水间处、食堂1楼楼梯口处。

欢迎广大员工通过以上方式积极沟通、反馈意见。



我的小伙伴们

质量管理部 徐珊

现在网上有句流行语：“我和我的小伙伴都惊呆了”。于是，就让我想起了我身边那帮可爱的傻姑娘们，没混熟的时候一个比一个文静，混熟了一个比一个女汉子，激动就爱爆粗口，伸手就爱耍流氓，什么底线什么节操通通碎了一地，而且誓将女汉子的风格进行到底。

婷宝：踩着十几公分的高跟鞋逛八个小时街都不带喊累的家伙。反倒是让我直呼：下次逛街我一定穿拖鞋！我和你最疯狂的事就是在金碧辉煌唱K到凌晨三点半才回家，第二天照常上班。后来你离开了，那段你不在的空白期，在我的潜意识里你却从没离开过。

煦姐：我们刚认识的时候你从别人口中听说我脾气不好，叫你别招惹我，结果后来我们每天形影不离，让某人大呼“你们在一起吧”。他们以为你是女神，只有我知道你就是一个“东北来的玛丽”，你带我去你的学校，我们一起逛街腐败，受你的精神蛊惑，现在我是穿着裙子也照样能扛水的妞了。

花花：超爱吃肉却总是不见长肉的吃货一号。让我们这些把减肥作为头等奋斗目标的胖妹情何以堪啊？可能是你才比我大三天，我和你的人生价值观很一致：“姐挣钱给自己花怎么了”？端午节带我回富阳老家走你曾经走过的路，看着你伯母现场直播做糍粑，我在旁边流口

水。

桃子：小小的个子总能爆发出大大的能量。当我得知我们是老乡时就有种相见恨晚的感觉，能在每天说累了普通话来几句家乡话是多么的倍感亲切啊。一大帮人约好去你家蹭饭，结果你准备了一大桌子菜，让我瞬间有种想要拜师的冲动，要知道不会做饭是女孩子最大的死穴。

小翠翠：连炒个青菜都要放辣椒的辣妹子，和你一起吃饭你老是鄙视我：你一湖南妞，不吃辣椒，你对得起你乡亲父老吗？因为你在空间里晒了一对抱枕的刺绣，瞬间让我坐不住了，立马把我那幅暂停了一年多的《八骏图》重新拿出来绣，终于在马年的十月十日搞定了。

波爷：比我还要麦霸的一枚麦霸，去唱K我们总是会一起飙歌。可是你知道不？你泪点低得完全不符合你那彪悍的外表啊。你总说我的矫情病，得治，我知道我一定不会放弃治疗。那么善良的你，工作中一定要保护好自己哦。

香香：一段《SEXY LOVE》的机械舞真的很SEXY，我最抱歉的就是中途退出排练。亲，求原谅。那一天我拿了瓶红酒去你宿舍，你准备了各种水果，然后我说：放下那盘红提，让我先来！那次心情不好，去你那儿喝了一小瓶百年糊涂，你帮我熬了粥说不能空腹喝酒。为什么一去你宿舍就是蹭吃蹭喝呢？

小敏：我们曾经住过同一个宿舍，我永远都会记得你那个招牌动作。去年我们参加比赛时合唱《爱丫爱丫》，期间各种分歧，各种意见不统一，后来还是相互妥协了，虽然最后没有拿到冠军。今年中秋晚会上那个妖娆的“贞美丽”带给我们无限多的欢乐。

大哥：比我小几个月但是你家小苹果都会打酱油了。有次聚餐你迟到了，他们起哄说要罚你一杯酒，结果你直接拿起瓶一口气喝完了，从此以后，就奠定了你在我们心中大哥的地位。

娟儿：喜欢你表演三句半时穿旗袍的样子。我每天对你说得最多的一句话就是：娟儿，有没有吃的？好饿。后来有吃的我们总是第一时间想到彼此。我们去吃自助餐，原本是冲着螃蟹去的，结果你们一直拿青菜是几个意思？

大爷：气场强大的比纯爷们儿还纯，一首《问》拿下了去年比赛的冠军，后来我们慢慢熟了后才发现你不只唱歌厉害，居然还会刺绣、打乒乓球，煮的可乐鸡翅真的超级好吃。“兄弟”，你这么贤惠，你家里人知道不？

大侠：我们部门有三个妞叫小霞，于是你就让我们管你叫大侠。我们去江门拓展，急性子的我们还是耐着性子完成了所有的项目，因为我们是“步步高队”。我们去上禧吃螃蟹吃得老板都要哭了吧？我们曾经一起竞聘品质组长，后来，你赢了。

我突然觉得这样的生活其实挺好，开心的时候有人陪着一起疯闹，不开心了有人陪着不醉不归，想吃肉了一个电话就有人煮好等着吃就行。让一个在这座城市奋斗的我不觉得孤单。可是，还有好多的小伙伴来不及写，还有好多事存在我脑海里。

这座城市发生的故事太多太多，感谢有你们出现在我温暖的时光里。我亲爱的小伙伴们，遇见你们，何其有幸！

特别的晚餐

PMC部 钟小燕

星期六财务部的同事要在我家搞“厨艺大比拼”，每个人做一道有特别意义的菜，来为钱主管践行。

今天的菜式很丰富，有爱心香肠、红烧鱼、炖羊肉、爆炒牛肉、甜点沙拉、炸鸡翅、虾、西红柿炒蛋……太多了。其中这里面有它特别的含义，蕴藏着他们对钱主管浓浓的祝福：红烧鱼——如鱼得水，炖羊肉——洋洋得意，西红柿炒蛋——红红火火，爆炒牛肉——牛气冲天，炸鸡翅——展翅高飞，爱心香肠——天长地久，甜点沙拉——甜甜蜜蜜……

是谁说男士不会做菜，财务部的男士们就打破了这个说法，个个都做得一样拿手好菜。看，石总做的正宗湖北菜“爱心香肠”还没开吃，就所剩不多了。李峻的可乐鸡翅



翅是最后一个上场，来厨房转了几次，都还没有轮到他，已经有点迫不及待的想露两手了。轮到他了，洗锅开炒熟练得不得了，一看就是大厨的风范，那新鲜出炉金黄金黄的鸡翅就让人直咽口水。我在想，等会我得快点下手。还有李经理的红烧鱼和小胖的西红柿炒蛋也很不错哦！女生们的手艺也不赖，锦玲的红烧排骨虽然颜色有点黑乎乎的，但还是蛮好吃的，小翠的甜点沙拉香香甜甜，听说还有减肥的功效哦！

开吃了，一大桌的美味佳肴，都不知道从哪个下手。李峻提议是否给评个奖鼓励鼓励一下，看一下谁做的菜最先吃完，评个优秀厨艺奖。话刚落下。石总就问：“有没有吃到我做的爱心香肠的报名，这还有最后一块。”大家大笑起来，把目光都投向锦玲，最终这香喷喷的“爱心香肠”非她莫属了。工作之外与上班时的他们简直像是时空大逆转，让我大开眼界，真是一帮可爱的人！

饭后还有一个重要的环节，财务部的每个成员为钱主管录制了一段VCR，里面记载着钱主管在欧帝尔工作的点点滴滴以及他们满满的祝福！他们的每一句话都牵动着每个人的心。他们曾经一起笑过，也可能哭过。但此时此刻的心情很复杂，无法用言语表达，一切尽在不言中。

虽然我与财务部工作上没太多的接触，但他们这次的活动让我深深的体会到了他们的用心，也让我非常感动！

我现在想对他们说的是人有悲欢离合，月有阴晴圆缺，离别总有许多的不舍，天下没有不散的宴席，能够相聚在一起那是缘分，让我们珍惜这种来之不易的缘分吧！

送别钱奇

财务部 丁仕利

10月11日，天财队组织了一场团队活动，为了欢送隔日就要离开的同事钱奇。

此活动需要每个人DIY当晚的晚餐。活动在下班后拉开了序幕：有的在准备所需的食材，有的已经开始炒菜，有的在拍照、录DV……分工仔细明确。厨房里，客厅中到处都有我们忙碌的身影，阿华原本温馨的家变得更加温暖。

晚上7点，石总也从外地赶到现场，一进门就亲自下厨，舟车劳累看不出，平常领导的样子也察觉不到，这一刻我们是这么地相同，仿佛一家人相聚在一起。当餐桌上陆续摆满属于我们自己的劳动成果，各种幸福、满足洋溢在每个人的脸上，晚餐开始之前我们坐在一起看短片，里面的片段是钱奇从进公司到这一刻所有的成长、努力、付出经历。特别是中秋晚会的片段，也许现在我们记忆当中还是中秋晚会钱奇扮演的那个手上拿着一把AK47的保安磊，我们甚至到现在还不明白：钱奇当初为了那把AK47为什么那么执着？下班后他一个人画图样、剪裁、贴纸。看过视频才知道，他那样做的原因是在离开之前我们给留下一个记忆深刻的正面形象。

看完前半段短片，便开始享用晚餐。我们轮流吃着每一道菜，品尝每一个人的手艺：有石总的家乡特色小吃，IT模块的番茄炒蛋和可乐鸡翅，有税务模块的白灼虾和花甲，销售模块的凉拌海带丝和水果沙拉，财务模块的荷兰豆炒牛腩、红烧鱼、红烧排骨和墨鱼丸，还有队长为我们煲的西红柿炖牛腩、萝卜炖羊肉。吃着我们自己亲手做得可口饭菜，大家吃得格外满足。接下来，我们继续观看后半段短片，后面是我们所有人各自偷偷为钱奇录的VCR。钱奇的离开，大家非常不舍。听着每个人的“真情流露”，大家心里五味杂陈，我们都明白梅姐说的天下无不散的筵席，可是还是无法压抑心底的伤感。记得我刚来欧帝尔的时候，认识的第一位同事便是钱奇，是他帮我拿着大大小小的行李去宿舍，那一刻的温暖让我记忆深刻。平常在工作当中，虽属不同模块，接触并不多，但只要遇到问题，



他总是第一时间帮忙解决。过去的画面在脑海里不停地翻转，心里的感伤竟然一发不可收拾，看着大家泛红的眼眶，这一刻，我们竟然如此心灵相通。我们来自不同的地方，说着不同的语言，但有着彼此的共同记忆。在远离家人，远离朋友的异乡，我们一同上、下班，相处的时日很长，怎能说放就放下？

看完视频，石总表扬了钱奇在工作当中的努力付出，也亲自为他颁发证书，这是对他的肯定。这个短片也刻成光盘送给他，这也许对他来说是最珍贵的礼物。我们欢聚一堂，畅想未来，我们开心地笑着，闹着。因为我们相信：一定会再相见。

九月感悟

SMT车间 何军

时间以我无暇顾及的速度送走夏天，迎来秋天。九月，伴随着偶尔淡淡的雾，偶尔细细的雨，湛蓝的天空，给人一种空旷和爽朗的心情，坐在窗前，对着电脑，思绪飞出十万百千里……

窗外是一片朦胧的浅灰色，好像在诉说这个城市缠绵悱恻的故事。一直以来我希望自己是个心如止水的人，对于季节的变迁、日月的交替、生活的得失、情感的迷雾，表现得顺其自然，可是我不得不承认自己是面太大的湖，些许的风就能让我波澜起伏。

有些梦，做得太久，就渐渐被现实模糊了双眼，可是不管有多少的心不甘情不愿，多少的不喜欢，多少的不能承受，最终都会被时间掩埋，我始终不放弃对生活、对工作的追求。生活上不需要太奢求，努力生活，让自己和周围的人开心、快乐。最理想的工作状态不是为了得到他人的认可和物质的奖励，而是出于自己内心最强烈的意愿，努力承担自

己的责任。

有时候人生于我，就像走在繁杂街上的过客，竟找不到任何一丝熟悉的气息，陌生得可怕，我总想以最小的损失换取最大的收获。然而我越想保留的东西，却失去得越快越多，都说天秤座是左眼明媚右眼悲伤，只知道等待那场盛大的梦想开花，哪怕料想到结果，也会选择认命。那么，我该认命吗？我相信只是时间在考验我。

我就是这样一个笨拙的人，能麻烦自己就不麻烦别人，绕了很多路，也不会取巧，就像从小就不会说多话去要想要的玩具，也没有有什么的天分，有些事情笨拙到要做好几次才能做好，但自己一点一点抓住的东西，比什么都来得真实。要时间换天分、坚持换机遇：我走得慢，但我绝不回头，在你才华还无法跟上野心时，就静下心来踏实努力，在你跌倒还能爬起来的时候，在你甘心之前，你不知道前面有什么等着你，可你必须往前走。即使迷茫，时间依旧。

吃亏就是占便宜

质量管理部 颜娟

“8090”团队茶话会，让我印象最深刻的故事来自我们的主管。她的故事总结成一句话：“吃亏就是占便宜”。

读书时，曾看到这样一段话，“与人方便，是成人达己，成己为人”的捷径，是人生的一种境界。“吃亏就是占便宜”的重点不是占便宜，而是对社会、对别人多一点关心，多一点奉献，少一点自私，少一点冷漠，从而让我们的社会更加和谐温暖，能理解吃亏就是占便宜是为人处世的一种睿智。

当年主管就是因为有了这种睿智，她的事业才如此蒸蒸日上，在主管的回忆里，她担任生产组长期间，每天管理车间的大小事务，工作繁忙琐碎，偏偏她的上司还要安排她去

仓库盘点、去做当时品质主管应该做的协助ISO审厂事宜，当时她的心里也有诸多不平，一次又一次无偿延时加班到凌晨。后来，她转变了思想——“吃亏就是占便宜”，今天的辛苦是为了明天的成就打基础。就这样，她在自我勉励中坚持了三年，学到了别人没有机会学到的知识。

听了主管的往事，我的心里暗下决心：向主管看齐，不能去计较眼前的得失，能多做一点就多做一些，为自己的成长多积累经验。现在我们的团队成员心态越来越好了，大家工作起来不分彼此，相互学习，合作更加默契了，工作也越来越开心，在这种氛围下工作，事半功倍！

吃亏就是占便宜，你准备好了吗？

变形计

PMC部 刘美玲



“如果有一天我的理想被风雨淋湿，你是否愿意回头扶我一把？”

“如果有一天我无力前行，你是否愿意陪我一个温暖的午后？”

“如果我问你什么，你是否想到妈妈梦中的惊起？”

“如果那是一个你不熟悉的家，你会不会把善良当作路牌？”

“如果那是一个国家的未来，你是否让他酣睡不再彷徨……”

这是某电视一档节目的开场白，此节目主要讲述一位来自偏远山区的孩子及一位来自繁华闹市孩子的七天生活互换的真人秀，这一期节目给我的印象非常深刻。

来自城市的女孩来到互换生活里的小山村，过惯大城市生活的她对这里的环境极其反感，住的是简陋的瓦房，睡的是硬邦邦的木板床，吃的是白粥、白面，除了过年，平日都难得见到有肉，与在城里的生活反差极大。在城里不愁吃穿，大手大脚地花钱，只要是自己想要的东西，向父母开口从来就没落空过。也就因为父母工作忙，无暇顾及她的学习和生活，以为钱就能解决一切，而导致她性格叛逆，还在学校打架、逃课，并多次被学校开除。

农村的爸妈见到城里来的女儿，把家里留着过年吃的鸡都杀了，床板太硬就用棉被把床垫起来，软软的（虽然比不上她城里家），但这已经是农村爸妈家里最好的了。而她并未意识到这一点，以为这都是应该的，还屡屡犯错，最后闹得把家里唯一值钱的牲畜都赔给了邻居。然而，农村爸妈并没有打骂她，反而

安慰她，就是这样在一起相处了一个星期，农村爸妈的一举一动，生活中的一点一滴终于感动了她。这次的农村生活也改变了她许多，让她理解到自己之前所犯的错误给父母带来的伤害。其实生活并不是她想象那么容易，不是每个人都像她一样能过着无忧无虑的生活，要知道感恩、懂得珍惜！

而来自农村的女孩到了城市，住在宽敞的小区房，有属于自己的房间、书桌，睡着软绵绵的床垫，这边的爸爸妈妈还为了迎接她特意去酒楼吃饭，满桌的肉呀海鲜呀，这或许是她长这么大以来吃得最丰盛的一顿。或许这是短时间互换并没有改变节约、勤劳、懂事的她，让她见识到山的外面还有这样的生活，让她更加努力学习，为了家人，为了越过“那座山”……

每看一期都感动得流泪，感动的是山里孩子的朴实、善良，感动的是每一个极其叛逆的孩子的转变及学会了感恩，有太多值得共鸣的片段！随着社会的进步，科技的发达，电子产品的不断更新换代，就连三岁的小毛孩都对时下的电子产品爱不释手；另外加上家长的工作忙，很少有时间陪伴孩子，电脑、电视、IPAD、手机这些本不属于孩子的“玩具”却时时陪伴着他们，近年来低龄儿童的近视率不断上升，而过多使用电子产品就是“罪魁祸首”。这些也是拉开了人与人沟通的桥梁，就连我们这些大人都是机不离手，饭桌上、休闲时、走在路上，或者上厕所也盯着屏幕在看。看过这个节目，我们也该反思下自己的行为：做父母的就算工作再忙，也要抽时间来陪伴孩子，不能让忙成为阻碍与孩子沟通的借口，更不能让忙就用手机、电视等来打发孩子。

每一个员工都是艺术家

——致欧帝尔所有默默无闻的人

质量管理部 陈小霞

生产车间其实是一幅美丽的风景画，一幅充满童真的画，一幅充满梦幻的画，只要用心你必能发现不一样的美。

每当我轻轻走到磁材组的时候，都会忍不住停下脚步，眼睛也离不开正在给电感包胶带那精巧的双手。那双像精灵般的小手像在创造这世上最好吃的糖果，包好胶带出来的电感，16W的绿、13W的红、11W的白、7W的蓝、5W的粉红，五颜六色一筐筐分别装在篮子里，看着心里就美滋滋的，让人有置身糖果王国的错觉。走到拉头，你会看到几台像织布机一样的自动绕线机，好好想下，这种古老的织布机会出现在哪个故事里呢？《灰姑娘》、《卖火柴的小女孩》，还是《皇帝的新装》？

各位看众，想试试穿越的感觉吗？那么请带着你期待的心情，跟着我的脚步来到灯管组。首先你会看到拉头几个小美眉在不停地忙活着，她们正在把像百合花朵一样的灯管组装在像托盘一样的下盖里，让它们看起来像一个冰淇淋。往下走，重点来了。我们刚刚都猜错了，她们做的其实是蛋糕，因为我们接下来看到的是一个拿着奶油筒的小帅哥，正在蛋糕上描绘着种种图案。有像花朵的BD30W，有像几何图形的BI系列等等。目光跟着流水线走，刚刚做好的蛋糕被送进了长长的烤炉，等待着时间到，蛋糕出炉就好了。这次的蛋糕王国之旅也要告一段落。但是还有更精彩的画面等着我们去细心观看。

不要停下脚步，接下来看到的可厉害了。见过建筑师是怎样在一块空地上建起一幢幢房子的吗？今天在我们生产车间也能看到这伟大的一幕。插件组的各位画家排排坐，伸出灵动的双手，开始分工合作描绘他们觉得世上最美丽的风景。首先，取来画布（线路板），在那上面点上神圣的四个银色小点（灯丝柱）。然后按照各个画家的兴

趣和爱好描绘上不同的景点，有的在画布上画上充满欧美风情的房子（红色的104电容）、有的画上一片环保的绿色盆栽（绿色的222小电容）、有的画上梦中的摩天轮（磁环）、有的梦想更伟大画上了炮台（电感）、有的画上神舟一号（电解）和火箭发射后留下的两条黑痕（电源线）等等，他（她）们根据画布大小的不同、形状的不同，每天都在用手描绘自己精彩的生活。

走到这时候感觉自己已走过了几个世纪，梦游了几圈，需要憩息一下。那么我们到装配拉头坐下，欣赏一下刚刚由十几个画家共同描绘的大作。还能在这个大作中找到60年代放电影的感觉。（这个地方叫QC看板与测试）

画面往下，有一对麻雀正在觅食，在为冬天的到来做准备。一只飞到枝头上瞭望远处的山峰，期望发现新大陆，另一只飞到地里寻找路过的人类可能会留下的可食之物。不久地里那只小麻雀发现了一块不知道是那个小孩路过，不小心掉落的一大块面包。便呼喊树上的同伴，一起把面包用嘴搬回树上的小窝，由于面包太大，没办法，它只好找来四根树藤把面包捆绑在树枝上。奈何小嘴操作不方便，刚放好没来得及绑就掉树下了，就这样它们飞上飞下，嘴巴啄啄不停地工作。“啾”一个响指，回过神来，我们发现刚刚看到的只是装配拧灯丝工位上小姑娘那双像小鸟一样灵活的手，在流水线上翩翩起舞。

描述到这里，已经感觉到脑袋不够用了，车间里各个角落里都能绘成一幅画，都能汇成一首歌，都可以写成一篇文章，其中的美好和精彩只能用心去观察，只要用心去感受，公司里的每一位员工都是深藏不露的艺术家，他们的各种天赋都是公司的财富。潜在的能量和价值，需要不断探寻和发掘。始终相信“天生我才必有用”，努力就会有收获。

我身边的「推销员」

质量管理部 颜娟



看，推销的又来了！她人小个，但本领却很大，她是我们所有人的桃姐。

“桃姐，这个怎么办啊？”“桃姐，这个怎么弄啊？”这个……那个……她一请假，我们全都懵了，她就是我们的定心丸、主心骨，有她在，我们就不再惧怕任何问题！

桃姐，在我们眼中就是一名十足的“推销员”，但她推销的不是产品，也不是自己，而是公司的品质理念和企业文化。这些精神粮食显然很有用，给我们大家的工作和生活带来了很大的帮助。

桃姐是一名IPQC，每天的工作繁重琐碎，但是每件事情经过她的手，都完成得漂漂亮亮的。车间生产退料是桃姐兼管的一部分，看似简单的退料，其实做好也没有那么容易。桃姐去核对退料时，在不良品里面发现了几个好的物料，她赶紧找到物料员要求当面重新再清理一遍，区分好与不好的物料再退。物料员嫌麻烦，央求桃姐这次先退，下次再按要求的区分。桃姐没有答应，而是蹲在物料筐前挑选起来。物料员见此情景，也自觉加入了挑选行列。最终挑选出了5%的可用物料，物料员很是不解，问道：“你这样做的目的是什么？”桃姐答道：“为的是公司的信誉，供应商作为公司的合作伙伴，理应公平对待，不能把好物料当作不良品退回去。不然供应商肯定会不满，对公司影响也不好。”

就是单单一个退料问题，桃姐前前后后费了多少口舌，才让物料员做到100%退料无异常。她以行动践行着我们的口号“完美，没有借口！”。

不仅如此，在车间QC人员不足的情况下，她更是花大心思培养他们的技能，每一个新上岗的QC，她都悉心指导，不为别的，只为把好质量关，不让车间做无用功。今年LED大批量生产，桃姐肩负起了更重的担子，除了带新员工之外，还要负责大半个车间的首件核对、数据统计、不良分析、异常处理。每天看着她瘦小的身影在车间穿梭，为的是发现问题、杜绝隐患、提升品质合格率。整个车间，大到组长、拉长，小到QC、员工都被她影响了，品质观念不断提升。

桃姐除了工作尽职尽责，兴趣爱好也很广泛，她充当着公司企业文化的传播者。走到哪里，就说到哪里：“大家赶紧行动起来，这次又有惊喜等着你们呢！”她时刻对我们说：“积极参与公司的各项活动，对自己也是一种锻炼，在锻炼中成长是最幸福的。”看着她一篇篇在《欧帝尔人》上刊登，我们也蠢蠢欲动。在她的带动下，我们开始行动啦，跟随着她在车间寻宝、淘金，寻找合适的典型。其实她就是个宝，一个对我们影响至深的宝。相信跟着她没有错，跟着她就会收获快乐，在快乐的环境里成长很幸福。

桃姐，爱死你这个“推销员”啦！





编者：继清远、北海、阳江、海岛游之后，“旅游，我们去哪儿”2014年旅游活动再一次聚焦“创新队”，他们去哪里？在旅游的过程中，又有哪些体验和收获呢？若要了解细节，请随小编一起走进珠海游的“时光隧道”。



旅游，我们去哪儿？

——写在“创新队”珠海三日游之后

研发部供稿



在翘首期盼中，我们迎来了一年一度的公司旅游。今年的旅游，公司为我们花了不少心思，时间自己定、目的地自己定、还可与其它部门自由组合，如此，我们的游玩显得更为自由随意，这是必须得点赞的。当然我们更想在本次旅行中得到锻炼，使我们的团队沟通更顺畅、内部更和谐，打造出一支高效团队。

在众人一片羡慕的眼神中，我们出发了……
车行驶在宽阔的柏油路上，两旁的绿树、红花飞驰而过。我们旅行的第一站是珠海横琴海洋王国，横琴是与澳门近在咫尺的国家级开发新区，放眼远眺即可看见远处的澳门。横琴海洋王国是当今全球占地面积最大的以海洋为主题的公园。怎么样？想看看神秘



的魔鬼鱼、精灵般的海豚、体形巨大的鲸鲨吗？嗯，跟着我一起出发吧！

把身体浸在温暖里，放空身心！一杯清茶，一曲仙乐！闭上眼，任由一缕缕的雾气飘散在空气中，隔绝一切尘世的喧嚣，忘记自我、忘记压力、忘记烦恼。生活或许有时候应该停下来，享受一下这温暖中难得的宁静。这就是旅行的第二站，让我们身心放松的斗门御温泉。斗门御温泉是镶嵌在珠海的一颗璀璨的明珠，集温泉沐场、茅草木屋、小桥流水于一体，是度假旅游、知己聚



会和健康休闲的首选之地。怎么样？想跟我一起看美女、赏美景、品美食吗？嗯，我们一起享受吧！

忘记历史等于背叛，我们应该铭记那一段让我们中华儿女屈辱的岁月。1860年，英法联军侵入北京，闯进圆明园，把园内凡是能拿走的东西，统统掠走；拿不动的，就用大车和牲口搬运；实在运不走的，就任意破坏、毁掉。为了销毁罪证，侵略者奉命在园内放火。大火连烧三天，烟云笼罩了整个北京城。我国这一园林艺术的瑰宝、建筑艺术的精华，就这样化成了一片灰烬。历史终究会铭记这一切，铭记那一段使我们屈辱，却也使我们振奋的岁月。这就是我们的第三站，以北京圆明园为原稿修建的珠海圆明新园。无言，铭记！



旅行，还是结束了。这次的团队旅行，不仅让我们身心得到了放松，也让我们收获颇丰，“职业”习惯让我们感慨良多：海洋王国中如梦如幻的灯光艺术，御温泉内精致典雅的木雕灯饰、圆明新园中古典大气的照明灯具。当然在旅途中我们也曾为“吃什么”这样的小事而产生过争执，却也更加懂得了一个和谐团队建设的不易，也曾在一天的玩耍劳累后为“找不到酒店”而责备副领队，却也更加明白团队中少一点埋怨，多一份包容的重要。

旅行的意义或许就在于，你永远不知道前面有什么精彩在等待着你，所以你会一直满怀期盼、充满希望的去发现“美”，这份“美”让我们在前行的路上不再茫然，反而更有力量、更懂得珍惜！





虎跳峡——位于青藏高原、云贵高原的衔接部，是金沙江流域的集美之地，是丽江和香格里拉分界地标，虎跳峡距离丽江60多公里。

虎跳峡是世界上落差最大的峡谷，谷地海拔1800米，江面落差200多米，两岸山体峭壁，立于江面之上3000多米。整个虎跳峡分为上虎跳、中虎跳、下虎跳三段。各段江面奇窄，飞瀑直泻，巨石横生。上虎跳是峡谷中最窄的一段，其江心雄踞一块巨石，横卧中流，把激流一分为二，惊涛震天。传说老虎借江心这块巨石，从玉龙雪山一侧，一跃而跳到江对岸，故取名虎跳石。



摄人心魄之美

——丽江虎跳峡

小器鬼照明云贵大区 李健



金沙江从数百米宽的江面，陡然收缩成十来米的激流，江水震耳欲聋，咆哮前行，江底的虎跳石，阻拦了激流涌泻的巨流，溅出一道一道巨浪，形成白浪冲天的雄伟景观。虎跳石阻隔激流，掀起的骇浪，即使站在远处，也可以感受到丝丝水汽雨丝，飘落全身。

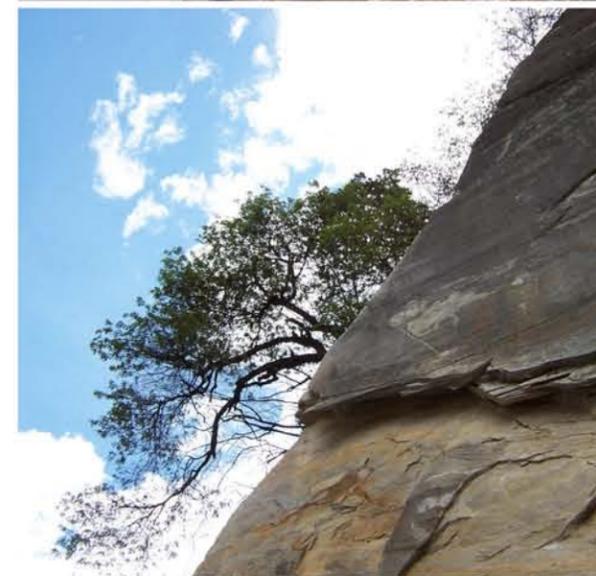
上虎跳峡以“险”闻名天下，首先是山险，峡谷两岸，高山耸峙，身入谷中，头顶绝壁，脚临激流，令人心惊胆战；其次是水险，山岩断层时不时会出现塌陷，加之两岸山坡陡峻，山石风化，巨石时常会崩塌谷底。

游玩上虎跳峡的最好方式就是沿峭壁栈道徒步，每次去游玩，我一定选择徒步，而不会选择坐景区内的人力三轮车，因为峭壁栈道的徒步，有一种心情放松、眼界开阔而又富于变化的感受。最好的时间段是在上午去，景区内游人稀少，感觉会更好些。笔者已不记得去过多少次了，每次都有不一样的感觉，但有一点是相同的，那就是修出的栈道太美了，现在的栈道还修有山洞，整个山体都是质地非常坚硬的花岗岩，而且很洁白，非常好看，会有一种想要去抠一块石头作纪念的冲动，但你根本抠不出一块石头，那怕是一块松动的石头你都不能抠出，因为石头根部全部是深深地镶在整个山体中的。

峡谷边的山峰奇高，而且非常锋利，抬头观望令人头晕。可能是气流原因，天空的景色随时在变。虎跳峡的险蕴藏着一种美，一种摄人心魄的壮美！

每年5、6月份的春末夏初和9、10月份的秋季是最佳的观赏时间。

笔者甄选了几张多年前拍摄的照片，供读者欣赏。



读书会， 让学习成为一种习惯

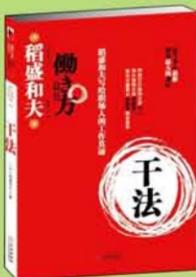
本刊编辑部

编者：

为打造学习型组织，顺应公司IPD的变革，9月前后，生产部组织了基层管理者读书活动，以期从干部开始进行思想革命，使公司各项变革能够有效执行及落实。此次读书活动，掀起了生产部读书的热潮，越来越多的欧帝尔人开始加入了这一行动。

短短一个多月的时间，本编辑部就收到了20多篇相关投稿，每一篇都是大家仔细读书之后的感悟或心得。因版面有限，不能一一列出，后经精心筛选，选取了部分展出，以飨读者。

《干法》简介



这是稻盛和夫以78岁高龄出任日航CEO之后推出的第一本书，也是稻盛和夫首次与读者分享自己在工作上的做法和心得。该书在日本一经出版，不到一年再版19次，月销量最高达到20万册。稻盛先生结合自己70余年的切身经历所获得的工作经验，与读者探讨工作真正的意义以及如何在工作中取得成绩，为身在职场的读者点燃了指路明灯，同时，这些思想对企业管理者也有借鉴意义。这是他不可动摇的“信念”，也是他被实践所证明了的正确的“工作哲学”。

读书心得

郑帅

工作就像我们的孩子，对他们关心爱抚，他们也会对你有回报。认真、踏实、持之以恒的努力工作，努力获得回报，才能让人感受到人生的快乐和时间的宝贵。稻盛先生的人生观方程式：人生*工作的结果=思维方式*热情*能力。因为思维方式的差异，同一件事对不同的人来说结果也不完全相同，积极的情绪对事情的成功有很大的促进作用。热情是可以由自己的意志决定，工作中投入百分之百的热情，不亚于任何人的努力，这样就能成功。能力大小因人而异，所有人生观方程式得数的大小由我们自己把握。工作由我们自己决定，命运由我们自己掌控，成功是我们自

已创造和努力来实现的。

甘连娇

《干法》告诉我：热爱工作其实也是一种方法。稻盛先生说：“要想度过一个充实的人生，只有两种选择。一是从事自己喜欢的工作，另一种是让自己喜欢上工作”。毕业后为了更好地适应竞争激烈的社会，我不得不从一线员工做起，所做的事情跟自己所学的专业完全不对口，更别提学以致用了！因此，与其寻找自己喜欢的工作，倒不如先喜欢上自己已有的工作，重新开始，一旦你爱上了自己的工作，你内心的激情就会燃烧并得到释放，进而激发你的灵感，让你在工作中也能感受到生命的精彩，走向成功。

李美婷

我们在工作中常有这样的托辞“这样可以了”、“做到这样已经不错了”、“我们已经尽力了”……困难只有一个，但方法却有很多种，只是我们舍难求易罢了。稻盛和夫说“已经不行了的时候”才是真的开始。他是位完美主义者，眼里容不得半点沙子！正

如他所研发的陶瓷一般，没有任何的瑕疵。他坚持越是困难的事情，就越要挑战它战胜它，哪怕是险峻高山，也要垂直攀登，不会绕道而行，虽然可能结果都是一样的，可这过程中所收获的风景是截然不同的，不采取所谓的“积极意义上的妥协”就抄小路安全向上爬行，而是勇敢地垂直地不顾生命危险地攀登。

《没有任何借口》简介



“没有任何借口”是美国西点军校奉行的最重要的行为准则，是西点军校传授给每一位新生的第一个理念。它强化的是每一位学员想尽办法去完成任何一项任务，而不是为没有完成任务去寻找借口，哪怕看似合理的借口。其核心是敬业、责任、服从，诚实。这一理念是提升企业凝聚力，建设企业文化的最重要的准则。秉承这一理念，众多著名企业建立了自己杰出的团队。本书正是对上述理念最完美的诠释。

读书心得

杨学林

自制的精髓是你要对自己负责，你要是控制不了自己，就别想控制别的东西。自制力的另一方面是耐心。真正的成功是需要时间的，就像爬楼梯一样，得一步步来，不可能像乘电梯一样瞬间直升，成功的路上没有电梯，我们只能一步一步走。人生的旅途中耐心最为关键，它是治愈浮躁的法宝，是实现成功的心灵妙药。人生最大的敌人不是别人而是自己，一个人要学会自制！

甘连娇

读了这本书，让我明白：不管是工作或生活中，

我们都要学会用笑脸和宽容的心去真诚待人；学会原谅他人，也原谅自己，不要害怕失败，做一个没有任何借口的乐观者。

刘祥富

人人都有萎靡不振心灰意冷的时候，拥有良好的心态能起到自我调节的作用。端正的态度还成了你开启事业之门的第一道门槛。微笑能点燃自己照亮别人。当你始终保持微笑，你就能感染身边的同事朋友，幸福感就跃然于每个人的脸上。做个“没有任何借口的人”，你就会奋勇向前所向披靡。

后记

“一个国家强大了，别的国家都来跟你建交；一个人强大了，跟谁都有缘；一个男人强大了，自然会有好女孩来找你。所以，不要为无法赢得一个人的心而懊丧，要加强自身建设。”这是前段时间看过的一篇文章，一位母亲写给失恋的儿子信中的一段话。

读书活动的初衷，不管是充电学习也好，提升管理水平也罢，这种不断改变，不断学习，不断成长的良好行为，值得我们大力提倡和长期坚持。

竞争如此激烈，唯有让自己变得强大，方能立足于不败之林，永葆核心竞争力。



三国中的“看客”文化

——企业管理过程应避免的看客心态

人力行政部 肖和庚

世人常常说：“以史为镜，可以知兴替，以人为镜，可以明得失”。《三国演义》中的人物或事件皆被世人研究得透透彻彻。多少企业家、文学家都将《三国演义》封为经典，拜为书房第一书，也是无数市井小民言谈资本。

一千个读者，便有一千个哈姆雷特。即便是千万名家点读撰记，也依旧避免不了芸芸众生对原著的热读揣测，或英豪，或匹夫，都只是其中的一个哈姆雷特而已。

自小听爷爷辈讲述长髯关公的英勇事迹，听得最多的便是“桃园三结义”、“过五关斩六将”、“死后化为厉鬼索命吴下阿蒙”，于是便捧起厚厚的一本三国把它当做一个个故事看了，但小伙伴们一吆喝，就立刻放下跑去玩了，哪里想当个哈姆雷特，何况又

关自己什么事情呢？有什么能比玩更吸引人的呢？现在回想起来，嘴角都会不由自主地咧出一丝微笑。

可如今再看这部经典的时候，却无论如何也笑不起来的。因为恰好在此时发生了“招远麦当劳惨案”，一名女子活活地被六人当场打死，过程持续了三分多钟，的确骇人听闻，相信每个国人都无比愤怒，首犯固然是可恶，等待他的将会是法律的严惩。但同时大家也都在追问，为什么在麦当劳这样的公共场所，加上工作人员，在场的应不下几十人，却无人上前阻挡制止？没有人制止就罢了，竟然还有人有闲心用手机录现场画面上传到网上，这着实让人寒心不已，如此现象不得不引起我们的深思反省。

这样的事件，在生活中比比皆是，譬如老人摔倒问题、公交小偷行凶事件、大街车祸事件等等总是有

一批围观者，有的甚至专程驱车前来，不为别的，就为来看一场“热闹”。

当有施暴事件发生的时候，周围的人都是在一旁冷漠地看着，甚至还有人鼓掌，更可恶的是，如果发现双方可能会停，他们会添油加醋让当事人继续下去，以便让他们看得更高兴，这就是看客心态，也是鲁迅先生批评的中国人劣根性之一。

有时候不得不去深思这其中的缘由，为什么咱们中国人这么喜欢看热闹？恰好在品读三国这本书，这才懂得个中由来。看客不只是一个独立事件，而是几千年传承的文化——也就是看客文化。什么是看客文化呢？且听细细道来：

第五回温酒斩华雄，董卓率十五万大军亲征十八路诸侯，其先锋华雄接连斩杀俞涉、潘凤等五员大将，十八路诸侯吓得不敢出城，关羽主动请缨斩杀华雄；西凉兵大败，关公也因此名震天下，其后的三英战吕布，吕布失败后，也就是西凉兵大败，董卓仓皇逃出洛阳。又第二十五回白马之战，袁绍领河北七十万之众征讨曹操，气势恢宏，吓得曹操不敢迎战，可是当关羽接连斩杀了颜良、文丑后，袁军大败，失去斗志，最后被曹操二十万青州兵收拾了。

从头至尾看下来，一部三国就是一部主将战斗史，就是几个人打来打去，无关匹夫，无关黔民，两阵对战，就是主将杀来杀去，其他几万，或者几十万的士兵都是一字排着阵型站着，或吆喝，或擂鼓，或谩骂，一旦主将败下阵来，就纷纷逃跑，战斗也就结束了。或许三国时期不是看客文化形成的时期，但一定是盛行的时期。张飞鞭打都邮，也是一大群围观者，纷纷拍手称赞。三

国时期

几乎所有的青壮年都去当兵，那可想而知，这些人回到家乡里，把军队这些习俗也纷纷遗传下来了。君不见，现在的看客，也是这样子：排着一个阵型，或蛇型，或蝎型，随着中心移动而移动，有的指指点点，有的用手机录着画面，有的还在添油加醋，煞是壮观热闹。

某虽不去高谈，也不敢阔论，但在人力资源管理工作中，也常常会有遇到这种现象，大家各司其职，各守其责，以岗位责任书为基准，谁也不插手谁的工作，谁也插手不上谁的工作，大家各自完成当月工作量，保证自己在绩效考评中获得及格，一片其乐融融。可一旦这样的思维形成，大家便在信息分享中变得保守，因为一旦把信息分享到他人，他人可能还会要求追加与之相关的信息量，于是自己手中的工作量增大，有可能影响其职责工作，进而影响绩效。人的趋利心理决定了人不会做出这种非理性行为。这时候大家不会关注他人的工作趋向，也不了解他人的工作任务，对他人任务完成普遍采取一种旁观者的态度，也就是看客心态，有时候甚至巴不得他人出错，甚至故意制造障碍，让其或被领导责备，或被扣绩效分，只以更能满足其看客心理需求，进而造成职位、部门信息沟通成本上升，出现信息壁垒。这在全球化、信息化的今天，信息及时共享是必须、必然的。然而，在职责模块化划分管理模式下，企业内部信息分享推动力不足，看客心态容易滋生，其引起的信息沟通不畅，实在不利于企业的发展或转型。

要减少和避免看客人群出现，将工作业务流程化或流水线化是个可行的途径，让大家捆绑在同一流水线或者业务流程中，把绩效考评放在一条线，而不是一个点上，大家才会更加积极地与他人进行沟通和信息分享，进而推动着他人完成任务，进而发挥了团队效益。





我品《论语》

质量管理部 赵少敏

每当我捧着这本厚实而蕴含着生命真谛的《论语》，轻轻地掀开那泛黄的纸扉，那淡雅而古老的书香，便会扑面而来，芊指划过之处，莫不是醍醐灌顶之感。它就像在演奏生命哲理的乐章，一遍遍洗涤我心中的浮躁与狂妄，心中的种种不可自解的惑事，——像破茧之蝶振翅而无所踪。

有人从《论语》的字里行间品出了“士不可不弘毅，任重而道远”的凌云壮志；有人却品出了“朝闻道，夕可死矣”的求知之心；而我则仿佛看到了一位慈祥的长者语重心长地同我畅谈人生，让我懂得人生中的喜怒哀乐。

孔子曰：“岁寒，然后知松柏之后凋也”。在风和日暖的季节，其他树和松柏没有区别，郁郁葱葱，一身碧绿，然而到了大雪纷飞，严寒之时，其他树木纷纷凋零，唯独松柏经得住风霜雨雪的考验，一身傲骨，历经不凋。人生也当如此，越是艰苦的条件，越能考验一个人的品质。在任何恶劣环境依然坚持真理，经得住磨练。刚正不阿的人，才是真君子！

我继续一页页地翻着《论语》，看着里面深奥而又耐人寻味的字句，一边细细地品着一字一句间的韵味，一边自省。突然“己所不欲，勿施于人”这八个字映入眼帘，不禁让我想起，平时用理所当然的口气，去要求别人帮忙的时候，那时怎么看不到别人的不愿意和为难的表情呢，不知不觉摸摸发烫的脸，竟红了大半。这时我才知道自己把不想要的硬推给他人，不仅伤害了同事之间的关系，也伤害了朋友间的友情。人与人之间的交往是平等的，切记“己所不欲，勿施于人。”

“三人行，必有我师焉”，这句话包含着一个道理：能者为师。我们日常生活中每天要接触许多人，而每个人都有长处值得学习，都可以成为我们的良师益友！

“工欲善其事，必先利其器；士欲宣其义，必先读其

书”，像我们在工作中，只有通过不断地学习，才能提高自身的能力和素质。

“四体不勤，五谷不分，孰为夫子”，学习首先要勤奋，其次要有科学的学习方法。就如爱因斯坦有个著名的成功公式：勤奋努力+正确方法+讲究效率=成功。其中把“勤奋”看成首要因素，说明要取得任何方面的成功，都必须勤奋，勤学、勤记、勤思。勤奋不仅仅是一种精神，更是一种方法。

在《论语》中，孝道有着不可动摇的地位，中国人自古以来认为百善孝为先，把孝道作为道德之根本，随着时代的变迁，很多前人留下的美德渐渐被世俗所腐蚀，而孝道仍旧为人们所推崇称道。我想不管是沧海桑田还是海枯石烂，只要人还在，尽孝道始终是为子女之本，孝一直都是主旋律。想想，父母辛辛苦苦养育了儿女二十几年，好的给儿女吃，好的给儿女穿，可身为儿女的我们时时还让他们操心。

歌德说：“读一本好书，就像与一个高尚的人说话。”读《论语》让我体会了什么是智慧，什么是和谐，什么是无畏，什么是为孝。得其三五句，通吾一生，而无惑矣！就如宋初宰相赵普一样，半部《论语》治天下。



光影文化篇（摄影）

柯尊兰

