



# 易安装 更省电

——小器鬼 LED 吸顶灯光源



# 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 | 2016.1 | NO.1 | 总第二十七期 |

欧帝尔人



## 文化变革 与时俱进

早在2007年，公司管理层便开始了上下求索的企业文化建设实践。今天，在外部环境发生巨大变化的情形下，企业理念也到了需要适当修改的时候。文化的优化与创新是环境变化、行业发展的大势所趋，也是企业适应变化、持续保持竞争优势的迫切需要。



扫一扫，关注《欧帝尔人》

2016.1 NO.1 总第二十七期

# 企业 核心理念

## 使命

快速满足用户需求，提供有竞争力的照明产品和服务。

## 愿景

成为用户信赖和社会尊重的企业。

## 核心价值观

### 诚实守信

诚实做人、踏实做事是我们立足的根本。对待同事及合作伙伴我们应坦诚相待、信守承诺、说到做到。即使遭遇挫折、付出代价我们也要坚守。

### 成就客户

以市场为导向是我们生存的根本法则。我们要聚焦并快速响应客户（含内外部客户）的需求，为客户提供高性价比的产品和服务。帮助客户成长、帮助客户成功其实就是成就我们自己。

### 勇于承担

我们要主动承担，全力以赴达成工作结果。无论份内份外之事，责任到我为止，不推诿，无借口。我们要敢于纠正身边的一切不良行为。在以市场为导向的前提下，任何制度、流程及个人利益都不能构成阻碍我们快速响应客户需求、为客户服务的理由。

### 开放进取

开放意味着接纳，意味着尊重、包容和理解。我们要坚持自我批判，不满足现状、不墨守成规；要注重每一次的改善和优化，围绕内外部客户的需求持续创新，不断超越。

### 团队合作

胜则举杯相庆，败则拼死相救。我们始终要把团队的目标与利益放在个体的目标与利益之上，唯有团队取得了成功，才有我们个体的成功。我们要相互尊重，相互信任，相互扶持，只有合作才能成就你我。

## 新起航再飞扬

新起航，再飞扬！

本年度小器鬼营销大会的主题。有气势，接地气！

一百多号征战沙场的小器鬼将士凯旋而归。英姿勃勃、意气风发，不仅把前方的喜事呈报，还将后方的激情点燃。

本是天寒地冻的季节，却因将士的凯旋而变得格外的温暖。

2015年的市场，正如此时的季节一样寒冷！

但小器鬼市场在许多同行大鳄纷纷下滑的情况下，还保持了较大幅度的增长；或许没有达到公司的预期，却也是了不起的战绩！

面对越来越残酷的市场，我们没有太多的花招。

我们执着于做好市场的基本面。渠道优化、网点开发，终端促销、置换，市场推广、终端陈列、广告投放……开网点，销产品，搞促销，贴海报，把简单的工作重复做，把简单的工作做到极致，其实就是一种不简单！

把日常的工作做得标准化、简单化，这其实就是一种高效执行的团队行为！

每一次的年会，总能看到小器鬼营销团队的精神风貌。统一的服装、整齐的动作、一致的口号，展示的不仅是形象，更是一种精神，一种气质！

走到某个区域，小器鬼产品可能不是卖得最好的，但小器鬼团队一定是最有战斗力的；不论区域大小，人员多少，小器鬼成员组在一起就是一个团队！或许每个区域的团队各有不同，但所有小器鬼营销将士汇聚在一起，就是一个整齐划一的团队！

市场虽然残酷，但工作并没有那么复杂。目标清晰，思路正确，动作简单，行为统一，就没有干不成的事，没有难得住的市场！

2016年的市场也许更冷、更难。但将士们战袍已加身、士气已激发、斗志已点燃；再冷、再难，我们也要扬帆远航，再创辉煌！

（孙亚夫）





2016.1 NO.1 总第二十七期

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 甘连娇 廖海军 刘春桃

刘晓波 谭春雄 王永亮 王钢 谢冰芯

杨阳 赵春芳 钟小燕 钟嘉威 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：0760-22181937

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** 新起航再飞扬 1

**视界** 4 ~ 11

**行业热点** 硅衬底获国家科技奖 构建中国LED自主产业  
石墨烯产业化制备技术成功研发了！  
LED发光效能增100倍？台大研发“零缺陷”半导体材料  
加拿大灯具市场空间巨大 中国LED出口契机  
2016年全球LED芯片出货 照明应用博得满堂彩  
户外LED显示屏 或成城市洁净“美容师”  
LED可见光通信：有灯便可通信！  
受LED价格下跌影响 台湾元件产值年减14%  
LED灯取代高压钠灯成为植物照明工厂新的选择  
前三季度照明行业 我国相对美国出口增速超三成  
国产LED灯因物美价廉在韩国热卖

**公司动态** 欧帝尔获得科技创新券奖励  
欧帝尔获得小榄政府1号文奖励  
《欧帝尔人》通讯员户外采风活动圆满举行  
小器鬼传统荧光灯通过广东省名牌产品复审认定  
欧帝尔成为中国出口工业品（灯饰）质量安全示范区首批入区企业  
欧帝尔支持员工“圆大学梦”实现双赢  
暖心“平安果”温暖平安夜  
欧帝尔通过国家高新技术企业的认定  
欧帝尔“LED专业知识”学习培训火热进行中  
**行业观察** 从LED T8灯管说起

**专题** 12 ~ 29

**聚焦** 文化变革 与时俱进  
文化接地气 方能聚人气  
**报道** 都市里的光明使者  
技能比武：员工的“星光大道”  
《品质在我心中》征文精选

**人物** 30 ~ 35

**经销商** 庄仲秋：借力品牌 合力突围  
**剪影** 欧帝尔人的一天（IQC篇）  
**一线员工** 五楼的后勤管家——贤哥



P18  
都市里的光明使者



P37  
坚定目标 屡创佳绩

**管理** 36

**经理人** 在探索中寻找转型之路

**营销** 37 ~ 49

**河南专版** 坚定目标 屡创佳绩

与智者同行  
沟通与互信  
团队的力量  
改变思路 创新经营

**终端** 小器鬼，我别样的成长梦  
铁打的营盘流水的兵  
暖夏  
不抛弃，不放弃

**空间** 50 ~ 53

**技术产品** 智能照明介绍

**家园** 54 ~ 55

**欧帝尔时光** 趣味“捉妖记”  
初到质量管理部

**生活** 56 ~ 63

**感悟** 花落知多少  
终生学习 勤能补拙  
出行有感  
试试  
我们的组长  
我眼中的诚实守信  
**休闲时分** 乐在逍遥谷

**文苑** 64

**观感** 看《老炮儿》别学“粗口”学“规矩”

## 行业热点

## 硅衬底获国家科技奖 构建中国LED自主产业

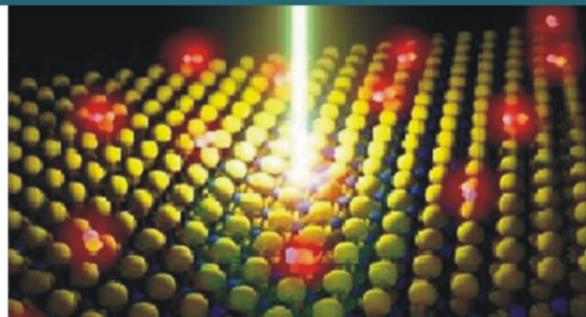
随着经济全球化不断深入，标准已经成为世界各国推动技术进步的重要手段，成为诸多高新产业竞争与发展的制高点。经过近十年潜心研发培育，LED产业终于迎来中国标准。2015年度国家科学技术奖1月8日在人民大会堂举办颁奖典礼，备受瞩目的技术发明一等奖花落“硅衬底高光效GaN基蓝色发光二极管”项目，可谓行业之大喜事。“中国已经超越美国成为全世界最大的LED应用市场，硅衬底LED技术获得中国政府大力推广，中国市场的变化最终也会牵引全球产业变迁。”有LED行业人士谈到。

(来源：阿拉丁照明)

## 石墨烯产业化制备技术成功研发了！

最近，来自欧洲GRAFOL研究项目的研发人员，证实了一种有效的工业生产石墨烯的方法。据悉，该项目投资一千万欧元。据GRAFOL项目的合作伙伴——来自剑桥大学的约翰罗伯逊讲，经过四年努力，他们成功研发了大规模生产大面积单层碳材料的一种卷对卷的生产工艺。项目组人员认为这样的石墨烯可以用于替代使用在有机半导体照明中的透明氧化铟锡(ITO)电极，它的柔韧性可以灵活设计，同时有助于减少对稀缺铟的供应依赖。项目核心是德国AIXTRON公司的金属有机化学气相沉积设备，这套设备被广泛用于沉积活性半导体层，用于LED和半导体激光器结构。

(来源：半导体照明网)



## LED发光效能增100倍？台大研发“零缺陷”半导体材料

长期以来，当半导体的材料越薄，对电子、光电元件的效能越有不良影响，不过，台大跨国团队研发独步全球的零缺陷半导体材料，透过“修复缺陷”的方法，将可提升LED发光效能100倍，已刊登在《Science》期刊。这项研究是由加州大学柏克莱分校教授Ali Javey、阿拉伯阿卜杜拉国王科技大学教授何志浩、前台大校长李嗣涔、台大博士连德轩等人合作，将二维材料浸于有机超强酸中，可让单层薄膜达到“零缺陷”，大幅提高发光效率。这项技术未来可望应用于开发透明的LED显示器、超高效太阳能电池、高灵敏度的光侦测器，以及低功耗的奈米级电晶体。

(来源：LED在线)

## 加拿大灯具市场空间巨大 中国LED出口契机

加拿大市场灯具品种少，价格高，产品功能单一，安装服务少。因电价不断上涨，政府正在积极倡导节能。目前加国灯具市场缺乏竞争，仍处于传统零售主导阶段，家装O2O市场空间巨大。由于北美人较注重家庭观念，且加拿大冬天漫长，孩子多，房子大，加拿大人在家庭中呆的时间比较长。加上老龄化社会，Party文化，大家愿意投入更多的金钱和时间来装饰家庭环境。具体到灯具市场，北美家装市场空间巨大。如美国第二大零售商Home Depot及Lowe's等全球领先的家居建材用品零售商已经连续三个季度的销售实现了正增长。

(来源：LED网)

## 2016年全球LED芯片出货 照明应用博得满堂彩

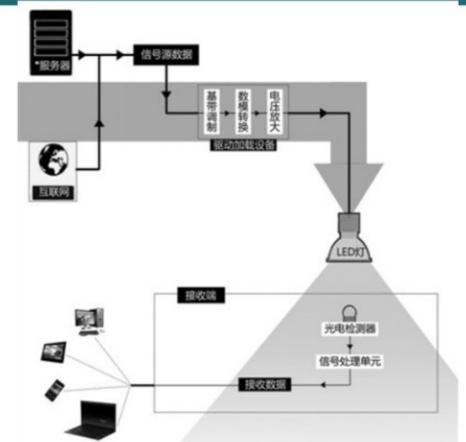
据《电子时报》报道，2016年全球高亮度LED芯片出货量估计将达到2452.37亿片，同比增长31.8%；相应的销售额将达到128.21亿美元，同比增长3.4%。照明应用将占到LED芯片出货的58.7%，其中LED灯泡的占比为35.9%，LED灯管的占比为34.7%，LED投射灯的占比为25.6%，LED路灯的占比为3.8%。在其它高亮度LED芯片应用中，移动终端手机将占到LED芯片销量的13.4%；显示板将占到LED芯片销量的6.5%；液晶电视将占到LED芯片销量的5.7%；平板将占到LED芯片销量的3.2%；笔记本将占到LED芯片销量的2.5%；液晶显示器将占到芯片销量的1.3%。

(来源：半导体照明网)

## 户外LED显示屏 或成城市洁净“美容师”

在户外随意张贴小广告、乱拉横幅广告等让城市的好墙变成了“坏墙”，整洁舒适的环境变成了让人“脏乱揪心”的环境。整治城市广告也应该与时俱进，做到前卫、规范、统一和有品位，而这样的户外广告载体似乎只有LED显示屏可以代替。为达到长效机制，许多城市充分发挥户外LED显示屏的优势，在依法依规的情况下鼓励社会资本在合适地点设置户外LED显示屏，增加其城市户外广告载体，进一步方便商家对广告的投放渠道，将传统广告的宣传方式“送”上屏幕，有效杜绝了商家“乱投乱贴”广告的现象。“让城市广告都能在户外LED显示屏上安家，不要再‘东躲西藏’或整日遭受‘风吹雨打’，这样的广告才会成为城市发展中的风景线。”

(来源：半导体照明网)



## LED可见光通信：有灯便可通信！

可见光通信，是指利用荧光灯或发光二极管发出的高速明暗变化光信号来传输信息的一种技术手段。与无线电通信相比，可见光通信开拓了新的频谱资源，它的传输速率、安全性和私密性极高，无电磁干扰和辐射，也无需频段许可授权，借助LED灯就可低成本实现高速率无线通信，是典型的绿色通信技术。在2015年被联合国定为“光和光基技术国际年”后，可见光通信的价值和应用潜力为更多人所熟知，已成为世界各国竞相角逐的下一代核心通信技术。

(来源：解放军报)

## 受LED价格下跌影响 台湾元件产值年减14%

光电协进会(PIDA)近日举行光电跨领域应用论坛，PIDA资深产业分析师吕绍旭表示，今年LED元件产值受到汇率等因素影响，导致各区域产值均同步大减，其中台湾元件产值年减14%，主要因上游晶片产值骤减20%。曾智宏指出，UV LED具利基成长空间，预估UV市场规模超过8亿美元，其中，UVLED渗透率由去年的15%逐步攀升，预估至2018年渗透率将达45%。应用中预估UVA将有80%比例主要用于固化工业应用，取代传统UV灯管。

(来源：经济日报)

## LED灯取代高压钠灯 成为植物照明工厂新的选择

为了满足消费者对当地生产的新鲜番茄需求，在非当季季节时，温室农场通常依赖额外的照明设备种植番茄。而农夫们开始注意到LED灯的优点，因为LED灯节能的优势，希望能用来取代温室中高压钠灯（HPS）。最近的一项研究为温室番茄使用LED照明的可行性提供了一些资讯。来自美国普渡大学农业与景观建筑系的Michael Dzakovich、Celina Gómez和Cary Mitchell在Hort Science发布了相关研究结果。他们指出LED照明逐渐成为高压钠灯的替代方案。研究人员表示此研究结果对于想导入温室LED照明的农夫来说具有正面意义。“LED辅助光源的强度和波长对于温室番茄结果的品质没有任何负面影响，且显示出LED光源适合作为有过热问题的HPS灯替代光源。”

（来源：中国轻工业信息网）

## 前三季度照明行业 我国相对 美国出口增速超三成

2015年1~9月，全国照明行业对美国完成累计出口额79.62亿美元，同比增长34.06%。其中，照明灯具完成累计出口额67.98亿美元（占85.38%），同比增长46.74%；电光源（灯泡）完成累计出口额6.75亿美元（占8.47%），同比增长-13.79%；自供能源的照明器具及其零件完成累计出口额3.45亿美元（占4.33%），同比增长-1.11%；放电灯或放电管用镇流器完成累计出口额1.44亿美元（占1.81%），同比增长-17.5%。

（来源：中国轻工业网）



## 国产LED灯因物美价廉在韩国热卖

韩国的电子产业发达，不少实力雄厚的世界级企业巨头：三星电子、LG电子等牢牢占据本就不大的韩国市场。但是近期网上有消息称中国制造的LED灯具凭借物美价廉的优势，迅速成为韩国LED灯具的热卖品，席卷各大商场及超市，而这也给韩国中小型企业带来深深的忧患。韩国知识经济部预计LED市场平均每年将以30%的增长率增长，而今年的市场规模预计将从2008年的21.4亿美元增长至1000亿美元。韩国政府针对这一巨大市场，出台了一系列提高韩国竞争力的政策。进口产品在韩国国内销售时也要满足KS认证标准，而韩国本土企业也会因标准改变而增加负担，海外企业自然也难逃其影响。

（来源：LED先锋网）

## 车用LED新蓝海 2020年产值将达到22.9亿美金

LED产业竞争扩大，厂商纷纷转向利基型应用，而车用LED则为其中少数量与价皆能维持的蓝海市场。根据最新金级2016 LED供需市场趋势报告显示，今年车外照明用LED市场产值预估可达12.1亿美金，2020年可望来到22.9亿美金，年复合成长率为8%。此外，在LED封装中，低功率芯片产值将逐渐萎缩，高功率芯片则快速成长，预期未来车用LED应用将会积极切入高功率市场。

（来源：LED网）

## 欧帝尔获得科技创新券奖励

2015年10月30日，根据《中山市科技创新券管理办法》有关规定，中山市科学技术局对今年第二批科技创新券兑现申请材料进行了初审、专家审核和项目查重，对符合要求的73张科技创新券给予兑现公示。

据悉，科技创新券是一种由政府部门发行的，是一项普惠性的、以后补助为主要形式的科技创新政策，目前已在多个国家和地区推行。中山市科技局在本年度首次推出此项政策，分为重点券、一般券和服务券三种。

结合申报条件要求，我司于7月份将2014年已立项研发并结题的“LED分段调亮度/调色温吸顶灯开发”项目申报了重点券，领到了20万元面值的科技创新券，并于9月份提交了项目兑现材料，通过了本次兑现审核，获得了20万元的资金扶持。

（周强）

## 欧帝尔获得小榄政府1号文奖励

2015年12月3日，中山市小榄镇政府信息网站上公示了关于小榄镇2014年度《关于进一步推动产业转型升级专项扶持奖励办法》等专项扶持资金拟资助企业及项目名单，欧帝尔申报的“镇级技术改造”、“引进LED关键技术或设备”、“广东省名牌产品奖励”等5个项目全部获得了立项及资金扶持，累计获得21.9万元。

据悉，本次小榄镇一共奖励了225个项目，共发放扶持资金1525万元。欧帝尔则是从2009年开始，每年都有申报小榄政府1号文相关奖励并获得资金扶持，极大地补贴了公司自动化设备改造、科研项目、品牌建设及研发中心建设支出等。

（周强）

## 《欧帝尔人》通讯员户外采风活动圆满举行

为提升通讯员的审美及观察能力，增进相互间的交流，12月26日，主题为“用眼睛发现美丽，用文字传递感动”的2015年通讯员户外采风活动在中山田心森林公园举行，《欧帝尔人》编辑部、通讯员及家属参加了活动。

本次户外活动主要以赏美景和共分享为主。上午的赏美景主要集中在质朴清新、颇具南国特色的田心公园。通讯员们或两人一组，或多人结伴而行，沿途观察和欣赏身边的美景。因为此处为新开发的景点，森林覆盖率较高，游玩的人并不多，加上闲适放松的心情，大家收获颇多。在下午分享的环节，每个通讯员都从不同的角度，分享了上午赏美景的所见所闻，随心所欲，完全放松的采风活动，竟然让每一位通讯员都有意外发现，大家争先发言，气氛十分热烈，分享环节精彩不断。接着，《欧帝尔人》主编孙亚夫对2015年度的通讯员工作进行了总结，并为优秀通讯

员颁发了证书和奖金。他说，希望每一位通讯员每天进步一点点，成为一个优秀的文化推手。

（本刊编辑部）



## 小器鬼传统荧光灯通过广东省名牌产品复审认定

2015年12月31日，广东名牌网站上公示了2015年广东省名牌产品（工业类）初选名单，在企业自愿申报的基础上，经各地市初审推荐、申报数据公示审查、部分申报企业现场审查、相关专业委员会综合评价、省名牌产品推进委员会全体会议审议确认等环节，欧帝尔公司旗下的小器鬼品牌传统荧光灯产品顺利通过了本次复审认定。

欧帝尔公司高度重视自主品牌的打造，组建了名牌战略实施小组，负责品牌战略的制定及打造最具核心竞争力的品牌产品，在市场运作过程中不断提升知名度、美誉度和忠诚度。截止目前，欧帝尔公司已相继在灯饰灯具、传统荧光灯、LED灯具产品类别上创建并培育出了名牌产品。

（周强）

## 欧帝尔成为中国出口工业品（灯饰）质量安全示范区首批入区企业

根据《中山市建设“中国出口工业品（灯饰）质量安全示范区”实施方案》及联席会议制度的有关规定要求，经企业填报意向表、企业申请、初审、走访、书面审核、征求联席会议成员单位意见、公示等程序，经联席会议（市政府）同意，中山市商务局于2015年12月7日公布了47家企业为首批示范区入区企业，欧帝尔公司榜上有名。

欧帝尔公司是一家专业从事照明电子技术产品研发、生产和销售的高新技术企业，产品质量稳定，质量安全保证能力强，质量诚信度较高，符合示范区入区企业认定条件。后续，我司将更好地利用示范区建设的鼓励政策和培育政策，进一步提升公司出口灯饰的核心竞争力。

（周强）

## 欧帝尔支持员工“圆大学梦”实现双赢

为了让员工圆大学梦，公司2013年3月与中山职教集团合作开办了南开大学网络教育欧帝尔学习班，经过近三年的努力，至2015年10月，学习班所有成员终于完成了学业，拿到了沉甸甸的毕业证书。三年间，参加网络教育学习的员工得到企业的大力支持，并制定了教育激励制度，每名报读网络教育的员工先后三次领取了教育激励费，共达两千多元。让更多的员工能实现大学梦，企业不遗余力，推动员工圆梦计划，今年10月与知金教育集团合作，有近30人拿到了山东网络教育录取通知书，成了“中山圆梦计划”的一员。欧帝尔为加速人才培养，实现企业与员工双赢的理念在员工心中倍受鼓舞。有员工更是感言道：欧帝尔是一个承载梦想的地方，遇见您，真好！

（冯小卡）



## 暖心“平安果”温暖平安夜

随着人们生活水平的不断提高，人们对生活品质的追求也越来越高。受西方文化的影响，12月24日平安夜这一天，越来越多的人也在效仿西方兴起了吃苹果，送平安的活动。

而在欧帝尔，有着一群可爱的人——一线员工，他们在公司不同的部门、不同的岗位，兢兢业业、默默地付出。自9月份公司导入北美吸顶灯外单项目，他们就不敢有一丝松懈。因为客户对产品要求高，交付周期短，因此从来料检验员对物料质量的严格把控，到产品在制过程中员工高效率、高品质产出，再到库管员及时、有序的装柜发货，只为如期将产品交付到客户手中这一目的。

为感谢员工对公司兢兢业业、默默地付出，总经办在24日平



安夜这一天特地送上了“平安果”，温暖了这个不算寒冷的平安夜，也温暖了每一个员工的心窝。

（甘连娇）

## 欧帝尔通过国家高新技术企业的认定

2015年10月10日，广东省科学技术厅网站上公示了2015年第二批拟认定高新技术企业名单，欧帝尔公司榜上有名。

国家高新技术企业是金字招牌，欧帝尔自2009年通过初次认定后，经历了复审认定、重新认定环节，资质有效期将持续到2018年，公司可继续享受10%的所得税减免及研发费用加计扣除等优惠政策，符合条件的员工则可在积分入户、入学、入住公租房时享受加分政策。

此次成功认定，标志着欧帝尔公司具有持续的自主创新能力，已打造出科学规范的研发管理体系，拥有核心的自主知识产权。接下来，公司将继续加大力度创建高新企业的六大创新体系，即从“研发机构建立及管理体系”、“成果转化体系”、“立项与产学研管理体系”、“知识产权体系”、“科技财务体系”和“人力资源体系”六大方面逐步规范企业，打造科技创新型企业。

（周强）

## 欧帝尔“LED专业知识”学习培训火热进行中

随着照明技术的迅猛发展，LED普遍化已是大势所趋。为了让欧帝尔人更快更好的理解LED，发现问题能快速反应，从11月30日起由质量管理部实验室卢建刚发起的“LED专业知识”学习培训课程，在三楼IPD作战室星期一到星期五18:30准时开讲。

本次的学习培训，有来自质量管理部、PMC部、生产部等多个部门30多个学员参加，还有供应链卢副总经理，质量管理部欧总监全程参与，遇到重点问题讲师们更是耐心讲解。学习从基本理论到公司实例分析，让每一位学员在日后的工作中遇到相关问题，能迎刃而解，培训中都让学员们总结心得，不停鼓励学员们学习，课后考试更是让学员们把重点内容深入脑海。时代在变，行业在改革，公司的发展空间还很大，开拓创新是我们唯一的出路。人们只有不断学习才能不被社会淘汰，作为欧帝尔人的我们要学的更多。

（陈小霞）



## 从LED T8灯管说起

营销事业部 许日政

今年LED市场上的明星产品非T8灯管莫属。

“未来，飞利浦灯管价格比佛照、木林森灯管价格更低”，触动了市场大小玩家的敏感神经，引爆了属于T8灯管的火热夏季。欧普照明“降价通知”，推出LED T8玻璃管每支9.9元；佛山照明“夏季风暴行动”，推出经典系列LED T8玻璃管每支9.98元；木林森照明“夏季大酬宾”“森之战”，推出最低价每支8.8元；更狠的还是华强本邦，出货价拟定为每支6.8元。7月份我们还收集到一张宣传海报，“吴孟达”代言的T8灯管，每支4.8元。LED市场一时之间都被低价T8灯管刷屏，硝烟四起、热闹非凡。

作为业内人士，试着对T8灯管热做一次冷思考。

抢头条。各方把小算盘打的啪啪响，是因为有利可图。飞利浦想着降个价，提升市场占有率，在北美、台湾促销得不亦乐乎，也顺便在国内点上一把火；欧普想着都不靠灯管赚钱，也吆喝一把赚个头条，在市场上搅搅混水，顺便提升公司士气，带动家居产品销售；佛照想着灯管是拳头产品，无论如何头条必须抢回来，逼退那些小厂后，以后就是一家独大；“价格屠夫”木林森看到有机可乘，我家有便宜灯珠啊，价格降下去后需求就扩大了，可以安安静静地卖灯珠。不管处于产业链上哪个位置，都必须对T8灯管热做出反应，是积极降价应对市场变化，还是稳守价格以静制动——纷纭复杂的表面背后，是市场博弈各方基于利益的选择。

价格战or价值战。国内LED市场上，同质化和价格战是孪生兄弟，没有核心技术、产品高度同质化的

LED厂商视价格战为“洪水猛兽”。从长期来说，价格会回归理性，达到消费者获利和生产者盈利的平衡节点。而价格战中妄图浑水摸鱼，提供低廉价格的劣质产品欺骗消费者的，终将被市场淘汰。价格下调，一定程度上说明了技术进步降低了生产成本、厂商从暴利逐步过渡到合理利润水平、批量生产达到规模效应，最终产品得到了市场普及、消费者得到了实惠。所以价格战也是价值战，有核心优势的厂商和广大消费者获得了价值，优胜劣汰、适者生存。

降价必然性。T8灯管从几年前的100、200元一支高高在上的价格，到现在的9元、8元、7元的白菜价，背后是LED行业发展的必然逻辑。灯珠采购成本迅速降低，1W灯珠从5元/PCS，到现在的1.2元/PCS，降幅达76%。灯管结构从之前的“PC+铝型材”，到现在流行的玻璃管喷粉或者“玻璃外管+PC内管”。玻璃管可以沿用传统玻璃管的炉子和设备，堵头、插针也可以沿用传统玻璃管的堵头、插针。光源、电源都已经高度标准化、组件化。现有的玻璃管、堵头、插针，加上标准化的光源组件、电源组件，依靠现有的设备、材料、生产技术人员、相似的组装工艺，就可以在短时间内释放极大的产能。

微创新。太阳底下无新东西，传统T8玻璃管早已存在，中小厂商也早早开始推广LED T8管用的玻璃管组件。因存在各种质量和性能上的质疑，市场对LED T8玻璃管的接受程度一直都不高。飞利浦推出的全新品“非凡LED灯管”，仿佛一下子打开了市场局面，一夜之间

各种LED T8玻璃灯管满天飞——只能感叹国际大牌的影响力是无穷的。品牌优势和技术创新驱动了市场的进步。中小厂家在前期新品开发推广阶段赔本赚吆喝，在这个引爆点后凭借着成本优势，T8灯管大量出货。如果没有低价LED T8玻璃管，你都不好意思说你是卖灯的。

LED发展阶段。LED室内照明正处于替换时期向普及时期过渡的阶段，2014年LED产品渗透率为20%，2015年预计LED产品渗透率为35%，抓住行业发展趋势才能有所作为。我们也正在替换市场上发力，明月T8灯管替代传统T8灯管，银辉环形吸顶灯光源替代传统环管、银辉条形光源替代传统H管，用质美价廉的产品推动LED技术快速普及。最终LED室内照明会组件过渡到创新阶段，个性化、智能化、情景化照明将引领时代潮流。

明月T8灯管。当低价高质T8灯管成为趋势的时候，最好的选择是当风口上的猪，顺势而为才能有所作为。当各家的T8灯管换着花样比拼价格、努力刷屏吸引各方眼球的时候，小器鬼团队忙着做竞品分析、样品测试、试产验证、量产准备。终于在7月初发布了具有竞争力价格的全新明月T8玻璃灯管，引起了市场广泛关注。从新品发布到现在，小器鬼的明月T8灯管销量看涨，供不应求。

下一个明星产品。趋势难以预测，我们不知道在LED市场下一个明星产品是什么，可能是球泡灯、也可能是筒灯、还有可能是其他产

品。我们能做到的是观察市场动态、捕捉行业风向、加强技术积累、加强供应链管理，才有可能跟上市场趋势，才有可能引领市场趋势。



# 文化变革 与时俱进

本刊记者 孙亚夫

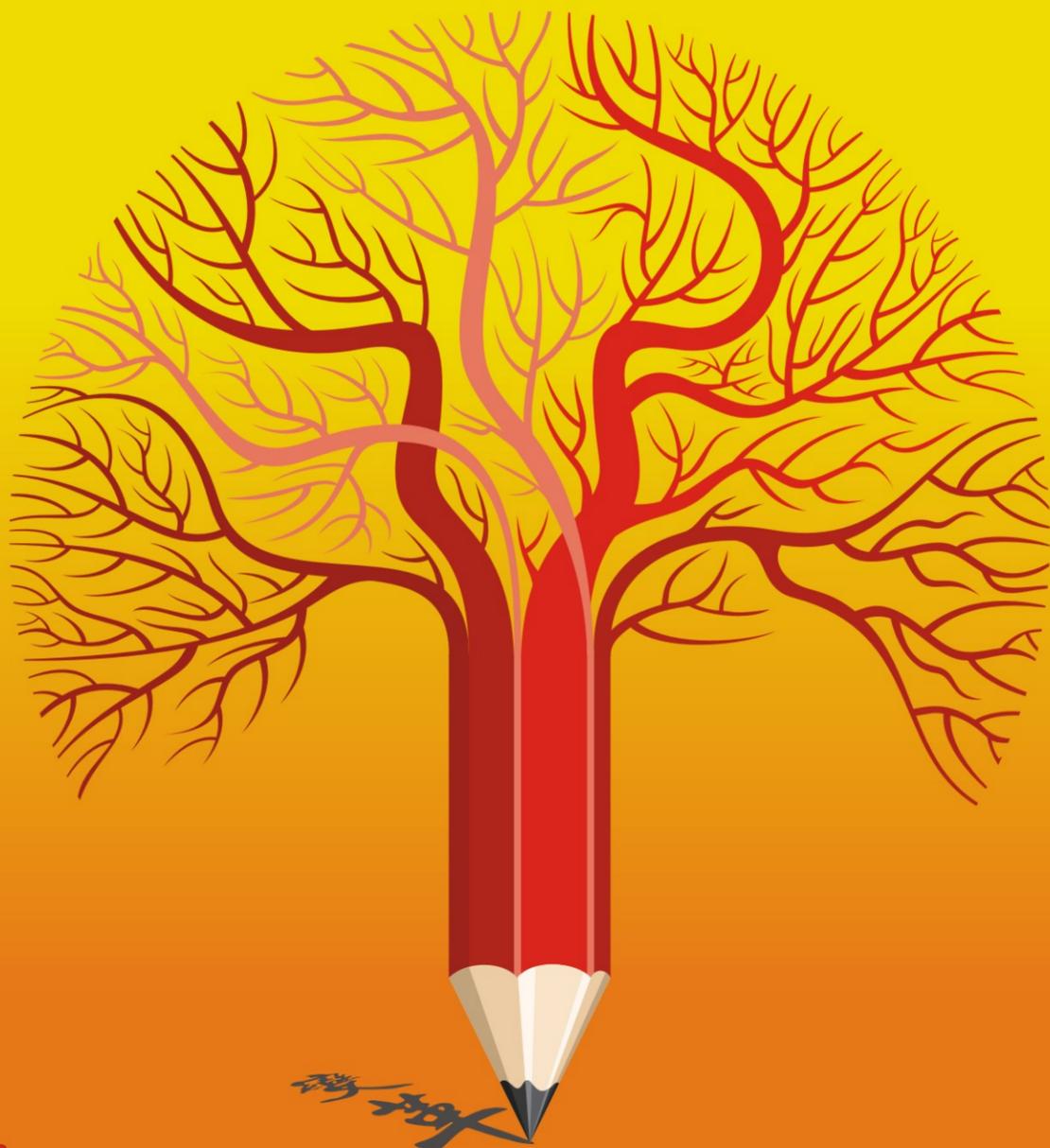
1993年，郭士纳接手IBM，作为一名技术的外行，他通过管理变革与文化整合，使IBM这头原本臃肿不堪的巨象跳起舞来，赢得了前所未有的辉煌！

扩张初期，海尔在兼并企业时，张瑞敏通过输入一套管理理念来使企业起死回生，创造了“文化激活休克鱼”的经典案例！

……

通过管理变革、文化创新而使企业起死回生的案例可谓比比皆是。

尽管文化的巨大作用已被广大企业研究者、管理专家们所接受，但真正重视企业文化的企业却少之又少。具体到照明企业，尽管大大小小的照明企业不下两万家，但真正能认识到企业文化重要作用的企业屈指可数。



当前，国际国内经济低迷，增速下滑，结构调整，投资放缓，产能过剩，企业面临的生存环境日趋恶劣。创新求变，是所有企业生存发展的必由之路，LED时代的到来，随着技术的迅猛发展，产品更新换代加快，照明企业面临的竞争愈加惨烈。要想在市场上求得一线生机，唯有求变，唯有适应市场所需，围绕市场需求而变！

早在2013年，欧帝尔公司就预料到行业的发展趋势，主动适应市场需求，开始引进IPD产品研发管理体系，在产品研发管理上强调对市场需求的了解，以市场为导向，通过内部快速响应机制，快速推出适合市场的新品。以引进IPD为起点，欧帝尔在内部管理体系上开始了一系列变革与创新。2015年，欧帝尔加快信息化建设的步伐，再次引进PLM及OA系统，使IPD流程及成果得以固化，日常办公效率得以大大提升。与此同时，公司管理层审时度势，通过全面诊断公司文化，发现目前企业文化建设中存在的问题，开始着手文化的优化与创新。

创建优秀企业文化，让优秀文化成为企业持续发展的内驱力。早在2007年新的职业经理人团队入主公司以来，公司管理层便秉承这一信念。八、九年来，在公司领导层的支持下，中高层管理者、乃至全体员工的积极参与下，欧帝尔公司从企业文化理念的提炼与确立、企业理念的传播与宣导、企业文化的管理及落地等方面开始了上下求索的企业文化建设实践。在文化建设的漫漫征途中，尽管我们走了很多弯路，尽管我们也有过松懈，尽管我们的工作有许多的不足，但我们的信念不变，我们的信心仍在。今天，在产品

更新换代加快、生存环境恶化、市场竞争加剧等外部环境发生巨大变化的情形下，我们原有的企业理念也到了需要适当修改的时候。文化的优化与创新是环境变化、行业发展的大势所趋，也是企业适应变化、持续保持竞争优势的迫切需要。

2015年9月开始，公司总经理赵总及人力行政吴总监开始思索企业文化的创新。他们在充分肯定现有文化理念价值的前提下，敏锐地发现了文化理念及企业文化建设过程中的不足。我们的企业目标过于高远、我们的使命过于复杂、我们的价值观缺乏市场导向；我们的理念看上去很唯美，却难以实现，我们的价值观面面俱到，却重点不突出；我们的理念与员工关联度不高、不接地气，我们的价值观标准太高，难以落地执行。

问题的症结找到了，接下来是对症下药，对原有的愿景、使命及核心价值观等企业核心理念进行修改。修改后讨论，讨论后修改。从10月上旬开始，至12月底，历经三个月，在公司总部所有中高层管理者及各部门员工的积极参与下，经过六、七次讨论，十多次修改，新的企业文化核心理念终于完稿。

新版企业文化核心理念定位清晰，简单易记，重点突出，切合实际，获得了中高层管理者的一致认同，并于2016年1月正式启用！

企业文化核心理念的修改与制订只是企业文化建设的新起点，要实现我们的企业梦想，创建优秀企业文化，路还很长，还有很多事情等着我们去做。接下来，最为关键的是——如何让全体员工理解并接受企业核心理念，如何践行核心价值观，使企业文化真正落地——需要公司上下的积极参与与共同努力。

# 欧帝尔核心理念

## 企业愿景

成为用户信赖和社会尊重的企业。

## 企业使命

快速满足用户需求，提供有竞争力的照明产品和服务。

## 核心价值观

### 诚实守信

诚实做人、踏实做事是我们立足的根本。对待同事及合作伙伴我们应坦诚相待、信守承诺、说到做到。即使遭遇挫折、付出代价我们也要坚守。

### 成就客户

以市场为导向是我们生存的根本法则。我们要聚焦并快速响应客户（含内外部客户）的需求，为客户提供高性价比的产品和服务。帮助客户成长、帮助客户成功其实就是成就我们自己。

### 勇于承担

我们要主动承担，全力以赴达成工作结果。无论份内份外之事，责任到我为止，不推诿，无借口。我们要敢于纠正身边的一切不良行为。在以市场为导向的前提下，任何制度、流程及个人利益都不能构成阻碍我们快速响应客户需求、为客户服务的理由。

### 开放进取

开放意味着接纳，意味着尊重、包容和理解。我们要坚持自我批判，不满足现状、不墨守成规；要注重每一次的改善和优化，围绕内外部客户的需求持续创新，不断超越。

### 团队合作

胜则举杯相庆，败则拼死相救。我们始终要把团队的目标与利益放在个体的目标与利益之上，唯有团队取得了成功，才有我们个体的成功。我们要相互尊重，相互信任，相互扶持，只有合作才能成就你我。

# 企业文化落地实施方案

## 企业文化从以下八个方面落地：

- 企业文化职责化
- 企业文化制度化
- 企业文化培训
- 企业文化案例化
- 企业文化纠偏
- 企业文化沟通
- 企业文化传播
- 企业文化考核与激励

### 一 企业文化职责化

企业文化落地及企业文化管理工作是全体员工，尤其是中高层管理者的职责。以下为各层级对应的企业文化职责。

岗位	企业文化事项							备注
	制度化	培训	案例化	纠偏	沟通	考核与激励	传播	
总经理	▲	■	■	■	■	▲	▲	
副总经理	▲	■	■	■	■	▲	▲	
部门总监	■	■	■	■	■	▲	▲	
文化经理	■	■	■	■	▲	■	■	
全体员工	●	●	●	●	●	●	●	

■负责 ▲协助 ●参与

### 二 企业文化制度化

1. 公司制度应与企业核心价值观保持一致，制度应体现企业核心价值观内涵，是价值得以践行的有力保障；
2. 任何制度内容不可含有与价值观相违背与冲突的条款，作为公司制度应体现企业价值观所蕴含的原则与内涵；
3. 各部门须对照新版企业核心理念，对本部门所属规章制度、工作流程进行修改、梳理，对不符合企业价值观的内容进行删除或修改；对没有体现企业价值观原则与内涵的相关制度，应加入相应内容；
4. 企业文化科对公司制度执行情况负有监督权，对不按规定执行制度及违背企业价值观的行为，负有纠偏及提请公司处罚的权力。

### 三 企业文化培训

#### 1. 培训计划

序号	培训内容	培训讲师	参训人员	培训频次	培训时间
1	企业文化	总经理	公司职员	每年三次	2 H
2	企业文化	中心副总	中心职员	每季度一次	2 H
3	企业文化	部门领导	部门职员	每两月一次	2 H
4	企业文化	文化经理	新入职职员	每季度一次	1.5H

### 四 企业文化案例化

1. 各部门经理及以上级别人员，须带头践行企业核心价值观；
2. 各部门经理及以上级别人员，每季度需挖掘提交企业文化典型案例，案例可以是本人身上发生的，也可以是其他人身上发生的；
3. 企业文化典型案例可用在企业文化培训上，也可提交给企业文化科在公司内刊上宣传报道，并形成公司企业文化案例库；
4. 企业文化典型案例可以正激励申请的形式提交公司评审、奖励。

### 五 企业文化纠偏

1. 各部门经理及以上级别人员，须带头对违背企业核心价值观的行为进行纠偏；
2. 各部门经理及以上级别人员，每季度须向企业文化科提交企业文化纠偏案例。

### 六 企业文化沟通

1. 公司内部应定期举行不同层级的企业文化沟通主题会；
2. 总经理每季度组织一次总监级以上人员参加的企业文化沟通；
3. 中心或者部门每季度组织一次内部人员企业文化交流会；
4. 总经理每年度组织一次B职以上人员企业文化交流会。

### 七 企业文化传播

1. 人人都有企业文化传播的义务；
2. 传播渠道：会议、内刊、宣传栏、微信、网站及其他相关媒介；
3. 企业文化传播由企业文化科主导，各部门配合完成。

### 八 企业文化考核与激励

1. 各部门经理及以上级别人员，其企业文化职责纳入绩效考核，其分数由企业文化科根据培训、案例、纠偏及沟通等行为及工作情况给予评分；
2. 每年底，对在企业文化培训、案例、纠偏、沟通、传播等工作上表现突出的管理者及个人给予表彰及奖励；
3. 对违背企业文化核心价值观的行为，将根据相关规定给予相应处罚。



# 文化接地气 方能聚人气

本刊编辑部

经过公司高层反复讨论、沟通，2016年1月初，最终新版的企业核心理念新鲜出炉了，新修订的内容更加“接地气”，通俗易懂，容易记忆，得到了大家的一致认可。但文字并不代表文化，企业核心理念的落地还需要循序渐进持续推进。为此，本刊编辑部特邀公司高层参与了话题互动活动，围绕企业核心理念重新修订的意义、感受、落地三个方面进行，具体如下：

## 总经办 陈立

这次企业核心理念重新修订，主要是由于公司在不断发展，原有的核心理念已经不再适合公司的发展，同时原有的核心理念偏重于大而全，实际上并不能真正地落地。通过此次的修改，真正地体现了公司需要什么样的核心理念，能够指导公司员工的日常工作。在此次企业核心理念的修订中，参与人员都能够说出自己内心的真实想法，也积极提出自己的意见和建议，能够感受到大家都是真心地希望公司能够有一套好的核心理念。同时通过不断地讨论，大家的思想也在逐步地统一，这也为今后的实施打下了良好的基础。后续落地，结合研发中心各部门不同的工作职责，我将把公司的核心理念在各部门内部进行分解细化，制定出简单明了、直观易行的行为准则，然后再进行宣导。并且在实施的过程中不断地进行检讨，做得好的发扬光大，做得不好的及时纠偏。定时召集员工进行探讨，用各种事例来让员工知道哪些是符合企业核心理念，哪些违背核心理念，真正让

企业核心理念落地。

## 总经办 卢明

新版的企业核心理念用更切合实际的目标和通俗易懂的语言，使得员工更容易理解和接受，达到凝聚团队、统一思想与行动的目的。此次修订，体现了团队务实的管理思想，对公司的归属感更强烈。后续落地，我将以身作则，在日常工作中宣导，采用正激励与纠正、批评等方法督促同事遵守公司文化思想与行为规范。

## 营销事业部 刘晓波

新的核心理念更接地气，朴实而不失宏伟，更贴近欧帝尔人踏实做事，认真做人的风格。新版的修订并没有否定前一版，而是在原版基础上更加精炼，又更加完善，简单易记，易于推广和传播。整个修订过程非常严谨，字字推敲，反复斟酌，体现了所有参与者高度重视的态度。企业文化就是全体员工共同的信仰，修订过程中所有人的思想碰撞、反复比较，也是一次重新认识自己的过程。后续落地，个人认为，首先是做好自己，严格检视自己对企业文化的贯彻程度，有哪些不到位的地方必须立刻整改，做好表率作用；其次是在每一件事情的处置过程中，必须严格依照企业文化的要求来贯彻，同时也将处置的原因要转达给下属；第三是对不能贯彻企业文化的个案实行一票否决。

## 质量管理部 欧定伟

新版的企业核心理念优点：方向更明确，目标更清晰，可实现性强；可操作性强，员工更容易理解和执行；体现管理层对企业文化的高度重视。在参与的过程中，参与者对每一个用字都仔细推敲、讨论，气氛热烈，思想上高度重视，非常严谨；各抒己见，不拘一格，参考和借鉴别人的优势，但不照搬照抄，走出自身的特色；集中了大家的智慧，体现了集体的力量。后续，质量管理部将在以下方面推动企业核心理念的落地：培训宣传，每月在不同场合进行一次培训；解难释疑，对不清楚的地方多讲解；检查纠偏，不定期实施检查，发现不符合要求的，立即制止、纠正；表扬与激励：对做得好的，及时表扬，必要时给予绩效和晋升。

## 营销事业部 姜小荣

本次企业文化修订给出了公司的新阶段的导向，它能更好地指引各个部门围绕着核心理念开展工作，可以约束员工在工作中不背离公司的大方向。本次企业核心理念修订均是实事求是、从实际出发，如此可以使得企业文化更好地落地。后续落地，还需要我们首先要深刻理解企业文化的核心，在具体工作开展中以核心理念作为准则，同时向身边同事、客户进行宣导。

## 外贸部 张梓翔

根据公司未来发展的方向和新战略，有必要重新梳理企业核心理念，以确保企业新的核心理念与新的战略相匹配，让全体员工的价值观和行为规范达到高度的统一，最终能促进企业更快更好地发展。此次修订，所有参与人员都非常强调核心理念和企业文化的简化聚焦与可实施性。后续，我将在以下方面推动企业核心理念的落地：第一，身体力行，以身作则，做好带头作用。第二，主动纠偏，对于违反企业文化的现象和行为及时提出和制止。第三，在实践过程中，对于企业文化传播和落地，随时建言献策。

## 营销事业部 侯建均

企业文化是公司的灵魂，是公司倡导、员工认同、持续推动公司发展的精神力量，此次文化修订，充分体现了公司领导对文化变革的重视和决心。参与者通过多次讨论，进一步统一了对愿景、使命、核心价值观的理解和认识，为后续持续不断地推行企业文化打下了基础。此次参与企业文化修订，让我对文化有了更深刻的理解，文化它不是口号和形式，它是实实在在存在于我们公司的每一个角落，它是我们心中的信仰，是我们的目标，是我们的梦想，我们每一位员工都有义务和责任在日常的工作和生活中去遵守、传承。此次文化修订的参与，让我们统一了思想，明确了方向。在以后的文化推行过程中，我将从自身出发，凝聚身边每一位伙伴的力量，持之以恒的将公司核心理念融入到日常的工作和生活中：深刻认识和理解文化，自我遵守、监督并形成榜样；内外宣导，融入到实际工作流程中，并实施执行；营造氛围，形成场效应。

## PMC部 向荣

每一个优秀的企业必有优秀的文化，企业文化是全体员工的行为准则和道德标准，公司此次修改后的文化理念，意义重大，非常接地气。修订是多次讨论辩解和思维碰撞的结果，是大家认同，并愿意去遵守和传播的文化，对我本人也是一次思想洗礼。在今后的工作中，我将按照公司文化所倡导的方向和目标，开展工作，积极在部门内推动公司文化和核心价值观的传播和落地，通过讲解、培训等多种方式引导部门员工理解核心价值观，以身作则地带领大家一起为客户服务。



# 都市里的光明使者

——记深圳市场的那些人与事

本刊记者 孙亚夫

时隔六年后，我以一名观察者的身份踏入深圳这方热土，感慨最多的自然是这座城市的速度与变化。当时的龙华、石岩、布吉等地，还徘徊在城市的边缘，房价并没有多高。而今，同样的地方，路变了，楼高了，房价飙升得相当厉害。当然，六年前，深圳的亮度也比不上现在。那个时候，无论家居，还是市政广场，还是荧光灯节能灯时代；而今，LED照明如雨后春笋般，遍及城市的各个角落。闪烁的霓虹、亮丽的灯光，把深圳的繁华衬托得无与伦比。

六年前，我只顾自己走路，从未细细打量这座城

市；而这次，我将以观察者的身份，体味一种别样的人生。

我曾经在路上，抑或在家中，遇到过一些向我推销产品的各色人物，无一例外，都被我拒之于门外。虽不曾恶言相向，却也不曾注意他人的感受。而今，我将与小器鬼深圳市场的营销兄弟们一起推销、去遭遇可能被拒的种种情形。

当然，我们的推销不是在路上，也不是去人家家里，而是到店里。甚至于，我们不叫推销，而叫集体作业。但推销是我们工作里最重要的一环。

我曾经对路边的五金店视若无睹，而这次，在深圳这方热土上，我与同事们走访了几百家大大小小的五金店。不起眼的五金店，以它的光与热装点着城市的繁华。各行各业，看似渺小，却在不可或缺地发生着作用，展现着价值。照明行业，也不例外。我们这群在城市里披星戴月、走街串巷，不断奔波于五金、商场的普通推销人，虽则渺小，时常被拒，却是城市里不可或缺的光明使者。

作为一个日渐国际化的大都市，深圳的发展走在时代的前沿，各行各业在深圳的竞争显得异常激烈。LED照明也提前在此进入白热化竞争。曾经的照明格局在LED时代已被打破。从节能灯时代到LED照明时代，对于小器鬼照明来说，无异于一次凤凰涅槃。2010年至2011年，小器鬼在深圳的发展达到顶峰；此后，日渐衰落；2013年滑至谷底；2014年至2015年，LED时代的到来，给了小器鬼重生的机会，小器鬼市场基本面不断向好，销售业绩步步提升。这其中，以余国强为首的小器鬼深圳分公司新团队的努力与付出为深圳市场的复兴立下了汗马功劳。

余国强，江西人氏，作为小器鬼年轻的分公司经理，给人的印象是，激情，有冲劲，文采好，团队打造

力了得。通过在华东市场的多年历练，余国强在深圳市场可谓如鱼得水，游刃有余。

此次集体作业、新客户开拓，先不谈客户的种种表现如何，但我们的营销团队成员目标一致，风格相同，充分体现了小器鬼团队的特点：务实敢拼，有韧性。

下面仅举几例，可窥市场之险恶，业务之艰辛，人员之拼劲。

作业第一天，天气阴冷，下雨。对于拓市场，访客户，已少了天时之利。余国强、王明雪、李云峰组，将第一个访客定在位于龙华百安居卖场的的一个灯饰店。店主不在，店主女儿接待了我们。坐了大概半小时后，店主也回来了。店里原来就卖小器鬼节能灯，算是老客户了，接待我们算是热情。LED转型后，节能灯卖得少了，店里与小器鬼的生意几乎是断了。此次来访，主要是看看能否让店主分销我们的LED产品，延续之前的合作。基于之前对小器鬼的了解，加上店主做的都是品牌灯具的生意，店主对我们的产品还是挺感兴趣的。通过试灯看效果，对比小器鬼的价格、品牌知名度，及性价比，店主似乎已经动心了。眼看就要答应下单送货时，老板娘一句“年底店里货多，销完再说，先送样品”把我们理想拉到冰冷的现实中。看看时间，已近中午，



店里已准备开餐了。我们得离开找吃了。还好，一个多小时，沟通了客户，还能送样品，算是不错的收获了！

下午走的是五金店。我们沿着民治大街一家一家的找，一家一家的谈。

第一家，长荣五金交电，看店的是一个年轻的小伙子。正好店里没人，小伙子有时间接待我们，简单的寒暄后，试灯，看价格，介绍小器鬼产品性能及品牌知名度。诚然，小器鬼产品是不便宜的，但它的性价比吸引了小伙子。也许是小家伙对品牌乐于接受，也许店里正好缺少小器鬼这档产品，没费多少周折，小伙子就下单了——首批1000多元——一个新的小器鬼LED产品分销点就此诞生了。幸福似乎来得太突然了。

下一家，通达五金百货，店主让我们试了一下T5管，亮度分明还可以，店主却不置可否。但还是留下了我们的名片，并让我们在店门口贴了海报。

宝新五金店，与通达五金效果没什么两样。

溢兴五金机电。我们远远地就看到了闪耀的招牌，几个联排的门面，富有气势。看这架势，规模不小，合作可期。来到门口，见店里人来人往，生意不错。我们插不上，在外面等着。老板一直没空，我们搭不上讪，这次只得作罢。机会只有留到下次了。

又到了一家店，看店的是一位上了点年纪的。没等我们开口，就把我们轰出来了。

培林五金商行，也只是简单的聊了会，没有多少合作的意向。

挫折连连，我有点气馁，但从同行的销售兄弟脸上看不到一丝不悦与焦躁。也许，这样的遭遇对他们来说

已是家常便饭了。

华泰灯饰商行。来到门口时我们眼前一亮。灯饰店与五金店的区别从外到内都是一目了然的。我们进去时，店主正与一朋友聊天。见我们是小器鬼销售人员，店主招呼我们坐下。显然，在这个行业摸爬滚打过的人都或多或少地知道小器鬼。我们边试灯，边跟他聊产品，聊灯饰市场，聊今年的行情，甚至于聊到彼此熟悉的工程、客户。灯的亮度与效果不错，宾主也相谈甚欢。在他朋友的撺掇下，店主下单订下了1000多元的货。又一个新的小器鬼LED产品分销点诞生了！

……

这一天，落下了帷幕。

翌日，易地再战。

我随同张儼、王升组向石岩进发。

不同的线路，不同的人员，却有相同的目标，相同的方式。

从九点多开始，我们在工业区，沿着一条街道扫街。一连走过十多个五金店，颗粒无收。似乎比第一天的情况更糟糕。就在我悲观失望之际，一个叫嘉美五金店的老板娘，让我们燃起了希望。此店虽不大，但位置很好。老板娘很和善，估计生意是不错的。让我们试了灯、看了价格表后，店主就表现出浓厚的兴趣。我们的营销兄弟便趁热打铁，针对店里的情形，结合小器鬼产品的特点，谈到小器鬼的用场。店主显然被小伙子们的介绍及实在精神所打动了，欣然同意订货试销。这一订不要紧，约摸两千元的订单就此诞生了！沉闷了许久的空气，似乎一下子活跃起来了。

又走了几家，一个上午就这样过去了。



下午，我们来到了西丽一带。在创业二路、留仙一路等地，我们拜访了20多家客户。这其中，有浅谈的，有深聊的，有倚门而过的，有下单的，有留下意向的，也有拒人千里之外的……凡此种种，客户的态度对小器鬼营销团队来说，早已是习以为常，受之不惧了。

……

几天的集体作业，其实是单调重复的推销、拜访工作。看似有趣的业务工作，其实就是这样的枯燥与乏味；看似自由的销售工作，其实有太多的辛酸与无奈。

我们或许只看到业绩的增长、销售的数额及新开客户的数量，殊不知，每一家被成功开发的客户的背后，

有好多家不曾被开发的客户，而我们的营销精英们，也都同样付出了他们的辛勤与汗水。看似简单、重复的拜访工作，垒起了我们小器鬼不断成长壮大的坚实大厦！

感谢那些与小器鬼达成合作、携手共进的客户朋友们，我们也相信，在未来的日子里，在这帮勤奋、执着的光明使者的坚持下，会有更多的五金店、灯饰店接受小器鬼产品，成为小器鬼的新客户、新伙伴！

小器鬼深圳市场，正如这座年轻的都市一样，年轻，潜力无限，等待我们不断进取、开拓！

谨以此文献给为小器鬼事业奔波、忙碌的营销精英们！





# 技能比武： 员工的“星光大道”

本刊记者 陈秀丽 周强

为进一步提高员工的工作技能、生产效率、质量意识，营造积极良好的工作氛围，搭建相互沟通、交流、学习的平台，使全员能够以积极的工作态度、高昂的士气与敬业的精神奋战在各自工作岗位，2015年12月11日，在人力行政、生产、PMC、质量管理4个部门的精心筹备和联合推动下，一年一度的员工技能竞赛在三楼灯具车间正式拉开了序幕，生产、质量、仓库、行政四大赛区共设置了29个项目，经过10天的技能比拼，最终155人次斩获了大奖。

技能比赛正式启动于2009年，截止目前已持续组织了七

届，通过赛事组委会不断地调整、完善和丰富，加入一些创新和改变的元素，使得每届赛事都有不同亮点呈现：从生产单一赛区拓宽到生产、质量、仓库、行政四个赛区，从9个项目扩展到36个项目，从累计201人参赛扩展到682人参赛，从节能灯项目为主导转变为LED项目为主导，从单一技能比拼拓展到多能工、小团队协作比拼……

今年的赛事又有哪些变化，有哪些亮点呈现呢？笔者作为组织者的角色全程参与其中，感受到了本届技能竞赛的一些改变。



## 生产赛区

**项目名称：**焊线（多能工）

**比赛产品：**3W金属球泡、3W天花板灯、支架灯板

**项目介绍：**各车间参赛者使用烙铁、锡线、夹具等完成90个产品（三类产品）的焊线操作，参赛者一般只熟悉本车间产品，需通过现场学习、观察与改进，以最快速度、零不良品完成。

**参赛人员：**节能灯、LED、灯具车间员工34人

**操作关键点：**掌握焊锡手法，焊点间平均距离仅有5mm左右，如烙铁使用时垂直角度控制不当，容易烫伤灯珠，导致不良；操作节拍太快时，则导致烙铁在焊点上停留时间过短，锡与线没有完全融合，容易出现冷焊，虽表面无法看出，但线容易掉落，导致不良；需要对不熟悉的产品进行前期观察和学习，在实操中不断去总结和不断改进操作方式。

**项目点评：**公司对多能工提出了更高的要求，不仅要具备本车间熟悉类产品多种工位技能，还得了解和学习新产品；员工应加强对烙铁的日常使用保养，未使用时牢记加锡，保养锡尖，形成保护膜，延长烙铁使用寿命。

**项目名称：**锁螺丝

**比赛产品：**条形光源、3W金属球泡、3W天花板灯

**项目介绍：**各车间参赛者使用电批、螺丝、螺帽等完成90个产品（三类产品）的锁螺丝操作，参赛者一般只熟悉本车间产品，需通过现场学习、观察与改进，以最快速度、零不良品完成。

**参赛人员：**节能灯、LED、灯具车间员工32人

**操作关键点：**针对不同产品调整电批扭力，不同的螺丝匹配

的电批扭力不同，如控制不当，则容易出现螺丝滑丝，出现松动，需返工退出螺丝，导致不良；条形光源操作难度较大，需用力往下，强按下去。

**项目点评：**多能工的培养，便于车间随时调整人员数量，应对订单变化；应对日常生产线的人员临时缺失；提高工人的技能水平，增加工作的满意度；为员工以后的职业生涯发展打好基础。

**项目名称：**3寸筒灯组装（单元化生产）

**比赛产品：**3寸筒灯

**项目介绍：**5个人共需完成12道工序，共50个产品的组装，单人需具备多个工位操作技能，各团队需以最快速度、零不良完成。

**参赛人员：**LED车间4个团队20人

**操作关键点：**参赛选手需具备一专多能的本领，团队协作能力则成为了胜败的关键所在。团队里面得有一个核心人物，他须对各工位非常熟悉，须了解团队成员的技能优势，须合理安排各工位人员，须发现过程中的异常问题并及时调整，须激发大家的积极主动性。

**项目点评：**小批量、多样化订单已逐渐成为趋势，而单元化生产是最佳的解决方案，可以减少频繁换线导致的工时浪费，也因单人做的工序越多，浪费的时间越少。从现有拉线组建出这样的小团队，应对小批量、多样化订单，不仅能提升效率，加快对市场的反应速度，也能提升员工的能力。2016年，各车间将重点推行单元化生产的示范线。



## 质量赛区

**项目名称:** 灯具全检

**比赛产品:** LED-T5支架, 7W, 黄光

**项目介绍:** 对50个T5支架产品进行100%检验, 主要检测其性能(光色、功率)、外观(刮花、变形、黑点)、结构(堵头与铝材配合、灯罩与铝材匹配)和安全(绝缘值、接地电阻)等是否符合公司质量标准; 组办方提前设置了4个不良产品, 有混光色的、有外观不良的、有堵头松动的、有灯珠异物的, 参赛人员须以最快速度全部检出不良产品。

**参赛人员:** 灯具车间QC、IPQC共10人

**操作关键点:** 熟悉仪器调试方法, 并会点检校正; 对T5支架产品熟悉; 掌握高效的操作方法, 如测绝缘值时, 同时测已测过绝缘值的产品的功率, 有效利用仪器等待时间。

**项目点评:** 掌握正确的检验方法很重要, 大部分QC在检测安全和性能指标时都没有同步进行, 浪费了时间; 如能将多种产品(如球泡、支架、节能灯)合在一起比赛, 那将对检验人员是一种极大的挑战, 也利于检验多能工的培养。



**项目名称:** 看板检验

**比赛产品:** BI 28W线路板

**项目介绍:** 对6块相同型号的线路板进行检验, 主要检查其不良情况, 如锡点角度、假焊、虚焊、压件、掉角、电解/三级管插反、少件、连焊等; 组办方提前准备了一个合格的线路板样品, 在6块板中设置了9个相同的不良点, 参赛人员须以最快速度全部检出不良产品, 并填写不良品报表。

**参赛人员:** 节能灯、LED、灯具车间QC、IPQC共21人

**操作关键点:** 熟练掌握看板检验技巧及不良品特点; 通过样品能快速了解线路板, 具有一双慧眼, 能快速识别出不良点。

**项目点评:** 60%以上的参赛人员都漏检了4个以上, 比赛的氛围给参赛者造成了一定的影响, 但也说明了不同车间的人员对其它产品的不熟悉, 通过样板学习并实践的能力还有待提升, 作为检验人员, 第一责任是全部检出不良品。



## 其他赛区



## 成长 激励 思考

### ——写在2015年技能比赛之后

技能比赛, 是欧帝尔每一年必开展的大事件, 今年也不例外。作为组织方, 也亲历了公司技能比赛的每一个变化。以往的比赛, 五楼节能灯车间当属人气最旺, 项目最多, 氛围最盛, 而今年, 这种趋势随着市场的发展, 已然发生了翻天覆地的变化。今年的技能竞赛, 最能说明问题。五楼节能灯车间的星星之火已成蔓延之势, 迅速波及到四楼LED车间、三楼灯具车间, 此话还得从去年3月公司LED系列产品上市说起。

#### LED势不可挡 技能也要与时俱进

往年的比赛, 节能灯项目居多, 而今年, LED项目已经占到整个比赛项目的70%以上。自去年3月, 小器



鬼LED系列产品铺市以来, 小器鬼产品转型势不可挡, 不到两年的时间, 已经火速攻下大陆市场, 取得一场又一场的胜利。这两年公司LED产品更新换代非常快, 车间的产品几乎是每隔一段时间就换新了, 市场的LED产品每隔一段时间就降价了, 产品换代可谓是“火箭”速度。如此, 对车间技能的要求也更高了。

12月11日, 技能竞赛首场比赛焊线项目(团体)在三楼拉开帷幕, 三个车间同时角逐, 参赛人数高达34人, 气氛热烈, 好不热闹。参与比赛的员工分别来自不同的车间, 既有节能灯车间, 又有LED车间, 还有灯具车间, 参赛的产品也分别出自于三个不同的车间。此项目不仅是技能的角逐, 也是学习力和应变力的较



量。每个参赛者可能仅对其中一种产品的焊法比较熟悉，其他的都要现场学习，快速适应，立即上手比赛。几个回合下来，这些车间的技能型人才不得不感叹：需要学习和提升的地方还非常多。

时代在变，社会在发展，仅凭一项技术打天下的时代已经一去不复返了，特别是在LED迅猛发展的今天，唯有不断学习，与时俱进，方能跟上时代的步伐。

### 降本提效 管理也要推陈出新

此次技能竞赛，车间基层管理人员都参与进来了。上至主管组长，下至拉长物料员，不仅参与了整个赛事的策划布置，还与一线员工一起，参与了整个比赛，部分基层管理人员还取得了较好的成绩，令员工刮目相看。

管理者的改变，带来的是一系列的亮点呈现：单元化生产、智能化趋势等。

今年的技能比赛，单元化生产是另一大亮点。所谓单元化生产，是精益生产的一个模块。是当代最新、最有效的生产线设置方式之一，为日本以及欧美企业所广泛采用。这种方式使得小批多种生产残酷环境下的生产线几乎比流水线效果还好，因此被誉为“看不见的传送带”。近两年，随着LED产品更新换代的速度加快，单元化生产因生产周期短，交货速度快，成为公司重点推行的一个项目。此次技能竞赛，单元化生产共有15个团队，75人参加，一组仅5人，涉及的项目分别为LED产品组装、节能灯产品组装、支架产品组装，最终4个团

队夺冠。虽为团体项目，但因比赛时间短，相互间的配合显得特别重要，比赛现场气氛非常热烈，加油呐喊声不绝于耳。

其次，智能化趋势更加明显。自动裹膜机、自动过塑机……拉线上自动化作业的工位逐渐增多，生产车间标准化、自动化、规范化程度更高。

看似简单的生产制造过程，对管理者的要求越来越高：时代在变，产品在变，人员也在变，要求管理的方式也要常变常新。管理者不仅要对产品的每一个制作流程了若指掌，还要不断地学习提升，创新求变，否则很快就被淘汰了。

### 技能能手 没有最好只有更好

质量赛区、PMC赛区、行政赛区的技能比赛项目，相对于往年，变化不大，但是比赛中也涌现出了PMC赛区的杨世科、质量赛区的杨琼波、行政赛区的莫杨康等一批技能能手，他们在多项比赛中均取得了较好的成绩，或冠军，或亚军，或季军，每个项目在他们手中，都是那么轻松自如地完成。在生产赛区，同样也存在这样的情况，“史上最悬殊的成绩”几乎在每个赛区都会存在。焊线项目，最快用时15分2秒，最慢用时35分10秒，单元化生产，最快用时15分10秒，最慢26分29秒，物料备货，最快用时40秒，最慢2分25秒，灯具全检，最快用时7分55秒，最慢15分15秒……看似简单技能比赛，差距却特别大。纵观往年技能比赛的成绩，冠军榜除了极少项目是往年大家熟悉的名字，大部分几乎都易主了。

这种现象几乎每一年技能竞赛都存在，原因究竟何在？原因很多，正确的激励和合适的引导也非常关键。每一个员工都有自己的优势和特长，只要引导正确，激励到位，我相信，他们一定也是潜力无限。

2015年技能比赛在忙碌的12月已经圆满结束了，但是却让我们回味无穷，不仅仅是赛场上选手们的精彩表演，还有赛后反思和分享更让我们回味。2016年，技能竞赛将以什么样的方式呈现？又将会出现那些亮点？让我们共同期待，共同谱写，共创奇迹。



## 《品质在我心中》 征文精选

**编者：**为进一步推动质量主题活动的深入开展，落实公司未来3年品质战略规划要求，形成一种人人关注品质、重视品质、提升品质的文化氛围，由质量管理部9月14日开始组织发起的《品质在我心中》有奖征文活动，自发起以来得到全体人员的积极响应与支持，到10月20日截稿共收到来自生产部、市场部、质量管理部等投稿95篇，最终16篇稿件获奖。以下是本次获奖作品精选作品，刊登出来，供大家欣赏。

## 一只灯的告白

质量管理部 刘春桃

我是一只LED吸顶灯，到今天为止，是我来到这个世上的第N天。我简洁的外表、炫酷的包装、华丽的出光效果深得客户喜欢。下面，我将带着你们一起见证我的出生过程！

面罩、边框、底盘、灯珠板、驱动器及配件是我不可或缺的部分。面罩和边框需要紧密结合才能完美展示我的曲线，它们之间需要来点儿粘合剂——胶水，胶水涂抹要均匀，才能做到完美。“哎哟，什么东西糊住了我的眼睛？”面罩叫了起来。我仔细一瞧，原来是操作员小伙子手一抖，胶水滴到了面罩上，形成了一个月亮弯。他却看都不看一眼，就拿着边框贴过来，顺势一推，就把面罩推到了下一工序。这是一个漂亮的姑娘，面罩满心期待地被捧起，又被放下，那胶水还是没有被拿开，面罩有些失望了……又一双手将面罩托起、放下……面罩开始愤怒了……终于来到了QC面前，她发现了糊在面罩上的胶水，赶紧抱着面罩去找刚刚的操作员：“看看，这面罩表面糊了胶水可不行哦，要注意自检！”接着又挨个给后面的员工看：“看看，这面罩表面糊的胶水，真丑，不及时弄掉就麻烦了，要注意互检”。人们涨红着脸笑了：“我们要自检，还要互检！”

灯珠板和驱动器是我的心脏，发光发亮全靠它们了。驱动器外面得加一层防护罩，像极了人们穿的衣服。一颗调皮的锡珠钻进了衣服，没有人发现。锡珠在驱动器上滚来滚去，终于卡在元件脚上不动了。带着锡珠的驱动器和灯珠板被送到老化架上，随着电压的上升，锡珠把元件的脚短接了，“砰”升起一阵黑烟，驱动终于停止了心跳，灯灭了。巡检员和维修员一起掀起防护罩，发现了罪魁祸首——锡珠。我的内脏（元件）受到严重创伤，需更换很多部件。在维修员的巧手下，我终于复活了。巡检员带着我找到生产管理，并告知他员工自检、互检需细心。接着管理员带着我到一个个岗位去培训，看到人们涨红的脸和更加细致的动作，我知道我的同胞们不会跟我受同样的苦了。

从零散配件的组装，到半成品的老化，再到成品的包装，每个环节都必不可少的是人们的责任心和细心。无论哪个环节出了问题，都将对我的外观或性能产生影响，从而影响我在消费者心中的印象。历经千辛万苦，终于到了包装线，想到经过一番打扮后就要漂洋过海了，我的心都要飞了。

## 质量在我心中

质量管理部 廖红梅

社会飞速发展，对物质生活要求不断提高的同时，人们对日常服务的质量要求也是水涨船高。大家都知道，质量就是一个事物的品质好坏程度，它可以大到指一艘航母的整体装配是否严谨合理，也可以小到指一颗铆钉的尺寸是否有设计偏差，它可以实指一个物体的耐用程度，也可以虚指一个人的品格情怀。

众所周知，就工业品而言，德国人的质量意识是无可挑剔的，而近期的大众“作弊车”事件，却给这块金字招牌蒙上了阴影，部件质量达不到某种要求，可以在实践中一步步改进完善，而蒙蔽则让人愤慨，特别是涉及到一些诸如安全等问题的时候。所以，质量的前提是客观，而不是侥幸。

要客观，就必须脚踏实地做好每一个细节，现在大家都在说“细节决定成败”。这话是有道理的，早前的湖北电梯吞人事件，据说很重要的一个原因就是盖板的实际尺寸比图片尺码短了两毫米，使得搭载部分在不断往前活动后变得越来越短，导致最终脱离，造成踏板翻转吞人的惨剧。电梯对安全的要求是非常高的，被忽视的两毫米距离，当然无法替侥幸圆谎。

说到细节，日本人严谨的态度让人起敬。我以前供职的公司，给日资企业供过橡皮按键，按键也算是精密配件，

尺寸要求自然是非常严苛，而对使用寿命等方面的要求，日方技术员也是一丝不苟。印象中有一次试样按键，产品回弹连



接的部分，实际厚度比要求超出了0.1毫米，本来也在公差范围内，但日方技术员担心该按键在装配后整机使用寿命会打折扣，始终坚持要将公差范围缩小，宁愿推迟交期接受客户罚款，也不同意产品的批量生产。

质量在我心中，用户在我手中，这是我以前供职公司的一幅标语。刚开始挂出横幅的时候，很多人不置可否地笑过，后来慢慢发现，激烈的市场竞争中，这话再正确不过了，如果不把质量放在第一位，放在自己心中，那么用户可能很快就离开你。

“质量就是企业的生命”，看看在市场大潮中，有多少风靡一时的品牌倒下了，又有多少名不见经传的小品牌成了后起之秀。这其中很重要的一个原因大家都明白，适者生存。什么是适者？就是把产品质量放在第一位的企业。

关于质量，本人还想提一件旧事，2008年时，我所在的公司生产了一批密封圈，供给了肇庆的一家滤清器厂，这家厂后又分销到重庆和四川南充，其中一个滤清器用到了一部小车上，而该小车在高速路上运行不久开始漏水，车主又未及时发现，导致小车发动机烧毁。经过反复调查，后来车主索赔，厂家后续跟进善后工作，疲惫不堪。

所以，质量必须防患于未然，严谨仔细，客观的态度是它的前提。一个产品，不管它的结构是简单还是复杂，只有将各个环节的工序都脚踏实地地做到位了，这个产品的品质才是有保障的。

企业能走多远，取决于人才和技术，而这两样，最终也是为企业主营产品的质量服务。

现如今人们的经济条件好了，生活质量也讲究了，对各方面的品质要求也越来越重视了。哪怕是买一把拖把都会精挑细选，总想买到自己觉得好的那一把。就说说我自己，前几天去超市买汤勺，好不容易才看到一款喜欢的，高兴地拿来一把看看，挂钩是坏的，又拿一把，有一些杂质，好难看，再拿一把，有擦伤的痕迹，还是不满意，大概有五、六把挂在那里，都被我翻遍了，都有一点缺陷，就是找不到想买的那一把，最后失落地走了。难道是我太挑剔了？还是那汤勺做得确实不好呢？此时也想到了我们所做的产品，如果我们的产品也像这汤勺，购买的人是不是也有跟我同样的心情，最终失落地离开，不买品质这么差的产品呢？是的，答案是肯定的，没有谁去买东西会挑不好的买。所以我们一定要以提高客户的满意度为目标，把产品品质放在心中。

品质在我心中，也在我手中。我是一名质量检验员，每天都要检验许多不同系列的产品，也发现我们的产品大小小也有一点缺陷。大到性能不良，小到外观的清洁不良，但是经过我手的产品必须都得是合格的，如果有不合格的就不能流到下一道工序。当然这也关系到我们公司的发展和客户的信任。所以我每天都必须打起精神，认真地工作，把好质量关。记得有一次，我在抽检时发现有一个灯雕刻模糊不清，然后就拿着这个灯去找拉线上的拉长返修，他把灯接过去看了看，用疑问的语气说：“这一点也不行？一点点没事的吧？”我看他满不在意的样子，就给他解释：“你别小看这一点，如果今天不改善这样的小问题，等明天大问题出现就晚了，你说那个大问题不是由小问题引起的。”我还打了个比方跟他说：“假如今天你去买灯，碰巧拿到了这只灯，拿在手中看了看，发现这只灯有一点小问题，你会怎样做？”肯定会说：“老板，这灯有问题，你给我换一个吧！”同样的道理，虽然我们是制造灯的，可我们

也需要站在消费者的角度去考虑问题，你说自己做的产品自己都不满意，你让客户怎么去接受它呢？所以我们不管问题的大小都需要改进。此时，他笑笑对我说：“也是，有道理。我以后一定会注意这些问题的，也会跟其他人说的，叫他们注意产品的质量。”能意识到错误是好事，怕是意识到了还不知悔改。

我认为不管在什么情况和条件下，人的因素是第一位，人是管理机器的主体，人决定质量，而不是机器决定质量。质量也是一种责任心的培养。实际上大家都知道，产品的质量是我们每一个员工做出来的，是设计出来的，是预防出来的，也是好习惯培养出来的，而不是我们检验员检验出来的。因此要提高员工的品质意识，把产品深入到每个人的心中，严把质量关，从现在做起，从我做起。

品质是我们企业的旗号，只有大家一起努力把品质做好，我们的企业才能长久发展下去，我们的产品才能市场站稳脚步。我们才不会为了生活而四处奔波。品质在我心中，也在每个人心中，让我们用优质的产品托起欧帝尔的明天。



## 品质在我心中

质量管理部 郑少满



## 庄仲秋：借力品牌 合力突围

本刊记者 周强

提及惠州这个城市，有两个美好的片段我记忆犹存，一是大学挚友结婚时甜蜜、感人的场景，二是公司组织的巽寮湾美景之旅。而这一次，我将再次来到这座充满记忆的城市，完成我的第一次外出客户采访，不免有些许的激动和紧张。

本次采访的对象是小器鬼品牌惠州地区的优质代理客户——景昌隆五金交电批发商行。上午11时许，在深圳分公司经理余国强的陪同下，我们来到了景昌隆的仓库和日常办公所在地，有幸见到了这位年轻有为的潮汕商人庄仲秋。在庄总的带领下，我参观了景昌隆的仓库、办公室及员工食堂，整齐有序、标准陈列、中高档次品牌的货架产品，温馨舒适的工作和食宿环境，充满激情和面带微笑的员工等都给我留下了非常直观的第一印象：庄总是一位注重品牌、精于内部管理、真心善待员工的好老板……

### 华丽转身 业绩喜人

庄总很早就加入了景昌隆，对小器鬼品牌有着很深的感情，初次接触小器鬼节能灯的时候，就被其简约的外观、精致的造型、超高的性价比所吸引，就此认定了小器鬼品牌系列产品。自古潮汕多商人，庄总的经历和

成长历程恰好印证了这一点，从景昌隆的一个小职员一步步做到了职业经理人，而在今年的3月份，其全盘接手了景昌隆，实现了从职业经理人到老板的华丽转身。

随着身份的转变，庄总加大了对小器鬼品牌的宣传推广和政策执行力度，将小器鬼打造成了店内照明产品主打品牌，并将唯一一块掏钱的户外广告留给了小器鬼。

本年度，整个经营大环境不容乐观，五金建材批发行业也受到冲击，庄总面临着更加严峻的挑战和棘手的问题，但其凭着对批发行业的独特运作思路、凭着小器鬼等中高档品牌的坚信和不离不弃、凭着一系列大刀阔斧的改革，景昌隆实现了超30%以上的逆势增长，骄人的业绩回报着庄总及全体员工的辛勤付出。

### 品牌理念 服务至上

景昌隆店内都是中高档品牌，这与庄总的品牌经营理念密不可分。有不少杂牌厂家业务人员也尝试用过很多方法想进入景昌隆，给到的扶持力度大于店内其它品牌，但庄总还是一次次地拒绝了，因为庄总看重的是品牌的生命周期、可持续性，小器鬼等中高档品牌有一定的历史积淀，产品质量及售后服务有保障，而价格低得

离谱的产品，生产厂家毫无利润可言，是不能持续长久的，这样的产品对批发商而言，只会降低店铺原有的信誉，增加不必要的服务和再次更换产品的成本。

近年来，国家在大力推动各传统产业转型升级，庄总认为，批发行业必须跟上转型升级的思路，而品牌经营理念和全方位增值服务，或许就是转型升级的关键突破口，也是提升小器鬼品牌在惠州地区知名度和销售业绩的解决之道。

据庄总介绍，惠阳淡水地区90%以上的五金建材店铺都知道或曾经也经营过小器鬼品牌，现经营小器鬼品牌的店铺大概占到50%左右。景昌隆下面的部分经销客户有些还经营着低档次的照明产品，为此，庄总忧在心里，不断行动为客户提供着全方位的增值服务：将自己的品牌经营理念深深地“印入”下游客户的脑海中；分享景昌隆好的经营方法和管理技巧；解决客户需求和困难；经常微信分享一些好的文章、转型升级思路给下游客户等。庄总在持续不断地去做这些事情，真心为下游客户服务，也会要求业务人员在派送其它产品时免费搭配送一些小器鬼的产品，让客户尝到小器鬼产品的甜头，只有客户都有了销售中高档产品的思维，认可了小器鬼品牌，才能真正带动销量的提升。

### 将心比心 激发潜力

面对经济转型的压力以及房地产行业的不景气，很多五金建材批发店的老板多是通过各种方式去控制费用支出来使自己生存下来，而庄总却反而花了一笔巨资

用于改善和提升员工的薪资福利待遇：先是为所有员工提供花园小区住宿环境，全额报销所有的网络、电话、用电等费用；接着按照不同比例大幅度提升所有员工的薪资，以使他们的薪酬水平在惠阳地区批发行业具有核心竞争力；再是多次组织员工一起去观看最新上映的电影，每天为员工提供饮之不尽的饮料；为全部员工购买保险及商业险等。种种举措，在经济形势好的情况下，大部分批发店铺未必能做到，何况在经济下行的时候，这是一笔不小的开支。而庄总深知打工者最想要的是什么。他认为这点回馈不算什么，只有员工能真正舒心、快乐地在景昌隆工作，把这里当成是他的家，才能更加把店铺的事情当成自己的事情去做。将心比心，人才能真正聚在一起。

庄总对员工无比信任，高度放权。在大部分事情上，员工有权按照自己认为对的处理方式去执行，而庄总从不去插手他们的事情，要的就是开放他们的思维，激发他们的潜力，让他们形成独立思考和解决问题的能力。而庄总只是用自己丰富的经验和阅历充当着引路人的角色，得以从日常繁琐小事中解脱出来，专心规划着景昌隆的战略及为客户提供增值服务等。

### 后记：

庄总坚持着自己的品牌理念，通过全方位的增值服务，协同合作伙伴一同成长，将员工的潜力无限激发，并合成一股绳，共同实现突围。这段采访经历，必将作为惠州第三个美好的片段留存于我的脑海。



# 欧帝尔人的一天

——记为保品质打头阵的IQC

通讯员 刘春桃

一天，24小时，1440分钟，86400秒。

当欧帝尔的每一个人，以天为单位，努力奋斗创造价值的时候，他们也许从未想过，自己的努力和劳动，是铺垫欧帝尔辉煌大厦的基石。讲述出来，会鼓舞他人，感动他人。

《欧帝尔人》说欧帝尔人。我们在内刊《欧帝尔人》上提供了这样一个平台：选取欧帝尔各个部门各个岗位的代表，尽情展示他们一天的工作与生活，展示他们一天的喜怒哀乐，付出以及收获。

这就是《欧帝尔人的一天》。



1、整灯测试，参数是否正常，黄宾正在查看测试数据。 2、LED灯珠测试，检验员黄宾正在对设备进行调试。



3、检验的依据除了样品之外，就是图纸资料，卢月清在认真核对包材资料。



4、来料摆得太高，申金双不得不借助高凳来拿取物料，把个淑女变成了女汉子。 5、电子料种类繁多，每项都要对照相应的承认书检验，电子检验员李敏正在测试电感。

在欧帝尔，有一个集细心、耐心、责任心于一体的团队——IQC组，他们是欧帝尔的第一关口，负责对进入工厂的原材料和半成品、成品的检验把关。IQC组总成员12人，分别是组长刘伟、数据处理员韦晓霞、OEM检验员彭家印/禩东行、光源检验员黄宾/曾新妹、电子检验员李敏/刘慧娟、塑胶检验员申金双、五金检验员姚茂荣/何万良、包材检验员卢月清。

他们分工明确，各供应商送来的成百上千批的物料，他们严格把关，一丝不苟地完成每一项检验。在IQC组，电子和包材这两大项来料批次最多、数量最多、检验项目最复杂。任何细小的疏忽都可能会造成批量异常的发生，所以在检验时检验员们一定要严谨细致地做好每一个产品的测试及参数记录，以保障生产顺利进行。

电子件包含电阻、电感、三极管、二极管、IC、电解、线路板等，它们各需测试其阻值、感量、电流、耐压值等参数，其中IC、电解、线路板由于生产和设计需求引进的不同厂家的物料，每个新物料都需要有《样品承认书》，上面的参数要求与以往的通用检验标准有所差异，尤其耗费精力和时间，但是他们还是认真核对《样品承认书》上的每一项参数是否与



6、边压物料取样，检验员卢月清正在一丝不苟地工作。

自己所测的数据匹配，为了方便查询和管理，IQC处已对收到的428份《样品承认书》做了电子文档，并按照归档顺序编号定位，这样找起来快速又准确，即使是新人也很容易上手。

包材就更不用说了，送检批次从7月份的1173批到最后的3234批，其中彩箱、外箱、纸卡要做耐破和边压测试，还有尺寸、外观、试装、核对内容等各方面检查。大型包材来料摆板都达到或超过2米，检验员需要借助高凳才能拿取物料检验，每次看到他们费力而认真地工作着的时候，都让人感慨万分。

做一行，爱一行，说的就是他们，为保障品质打响第一炮的人们，为提升品质而不断进取的人，感谢你们！



7、边压测试，认真记录下每一个参数。



8、OEM检验是进料检验不可缺少的部分，禩东行正在对OEM浴霸实配试装。



9、关键尺寸不能马虎，姚茂荣正在检测物料的内径，微蹙的眉头，这是遇到神马事情了？



10、样品室内陈列整齐，刘慧娟在认真核对样品，这是来料检验的一个重要步骤。



11、数据录入，单据处理的及时性关系重大，需要极大的耐心和细心，韦晓霞正在处理送检单。



## 五楼的后勤管家——贤哥

生产部 黄增文

节能灯车间的同事应该都认识一个叫“贤哥”的人吧，他的全名叫韦金贤，是一位全能高手。来看看他的职务：整个车间物料备送的负责人；整个车间尾数清理的负责人；车间清洁工作的督导者；整个车间生产用的工装夹具管理者……

当然，他有自己的团队——物料员、清洁工作的大叔、阿姨。这可是一个任务特别繁琐的“差事”，不仅要处理每天可能出现的各种“突发状况”，还要在第一时间面对上万种物料做出“快速反应”。但是我认识的“贤哥”从来不会让人感觉到他有沉重的负担和压力，更不会和同事抱怨、发牢骚，相反，与他打交道，总能

让人感觉轻松和愉悦。

我是一名普通的拉长，因为工作的关系时常与“贤哥”打交道。一次，因为拉上盖灯管的中盖不够用了，物料员也不在，这个问题说大不大说小不小，最坏的结果就是停拉。情急之下，我想到了后勤管家——“贤哥”，他那里一定有。于是我火急火燎地跑过去他的“地盘”。一进门，他的“办公区”——偌大的展厅，就喊他：“贤哥，急啊！××款的中盖还有吗？”只听到物料区传来熟悉的声音：“我这什么都有，就是缺少人民币！”一句话把我逗乐了，我知道他一边说的时候，就一边帮我找了，因为他一直都是这样。他知道我

着急，不一会儿就找出来了，递给我的时候，还不忘开玩笑：“阿文，有空来我‘办公室’，有上好的茶叶招待你，感受一下‘党中央’的关怀。”说到办公室，除了一套桌椅，旁边都是各种物料，哪里有茶“款待”，说到底，就是逗我乐乐而已。紧张的气氛瞬间被他幽默的玩笑化解了。

他就是这么一个人，让人从紧张忙碌的工作中感受工作环境的轻松与愉悦。在我决定写他之前，我特意跑去问了他一个问题：“是什么动力让你在欧帝尔坚持了十年以上？”他回答：“习惯了。少想些不靠谱的事，多做事实，‘党中央’（公司）是不会忘了你的。”是啊，简单的一句话，道出了他对工作的理解，也许早就把这里当作自己的第二个家了，因为他已经与这个大家庭风雨同舟十三载了，这个家的点滴变化让他都看在眼里，太熟悉了。待得久了，自然没了刚进公司时的不安和浮躁，更多的是一份责任，努力把这个家经营得更好。

对“贤哥”的进一步认识，是他对待尾数清理工作的负责态度。只要做过拉长的人都知道，尾数清理工作是一项特别繁杂而又容易出错的工作，因为要处理很多不同的物料，而且物料的好与坏区分、标记、种类、型号、退补等，都由“贤哥”完成，而且是整个车间的。这是一项特别头痛的事情，但是在“贤哥”眼里，却是“小菜一碟”。凡是经他手的物料，好像都长了脚一

样，各自列队，自成一家，一目了然。不仅如此，物料区的桌子、椅子、框等，都摆放得特别整齐。这就是一种工作态度，他早已经把这里当成家了。有时候因工作需要，有员工在他那里作业，他可没少提醒要注意清洁工作，他绝对是一个很好的“7S”的执行者和拥护者。

我们生产的一线人员，每天都是忙忙碌碌的，为每月的绩效考核指标“奔波”着，今年公司的发展更上一层楼，订单多，交期紧，为了快速达成目标，公司推出了日生产周期目标，这对我们而言是一项新的挑战，我们的任务比之前更加繁重了。然而，最辛苦的还不是我们，当属“贤哥”，因为这项目标意味着“贤哥”每天节奏更快。刚开始的时候，大家都不适应，这边的问题还没结束，那边的人已经催上门来了，有时候真的是分身乏术。但是他从未有过抱怨，而是不断地提升自己的工作效率并乐在其中。从他每次叮嘱我前工序要先准备哪款半成品灯管中，我就知道他对这个任务很负责。每当我开玩笑说不急时，他总会说：“这关系到大家的‘钱’途啊！”任务完不成，考核不达标，大家的人民币就少了，会对不住大家的。虽然是一句玩笑话，但是从他的行动，能感受到他急大家之所急，极度认真负责的态度，让人由衷敬佩！

这就是我们五楼节能灯车间的好模范——“贤哥”，为人平易近人、幽默、对工作负责，是一位不可多得的合作伙



# 在探索中寻找转型之路

——记2015年PMC部的心路历程

PMC部 龙堂徕

看到人力行政部发布的2016年元旦放假通知，才惊觉2015年很快就要与我们说再见了，回望2015年，对PMC部来说是辛劳付出的一年，更是探索创新的一年，也是收获颇丰的一年。

随着LED产品的销量占比越来越大，其技术更新与成本下行的速度非常快，实际的利润相对来讲越来越低，这就要求PMC的计划与库存管控模式必须要向精细化与迅捷化靠拢，而原来采用的月度生产计划与月度物料采购计划的粗放式、长周期的计划模式已明显不能继续使用，必须要寻找更适合LED产品的计划模式，从4月起，向总监就带领整个部门进行了为期两个月的讨论与测试，最后确定采用6+6+6的周滚动计划模式，即锁定一周，预测一周、备料一周，从7月起正式运行至9月，在订单履约能力没有下降的情况下，库存在三个月的时间里下降了668万元，从而验证了周滚动生产计划是完全符合公司运营的新的计划模式。为技术更新太快的LED产品在计划模式管控上找到了一条全新的出路。

当然新的生产计划模式也带来了整个部门工作负荷的增加，原来一个月制定两次生产计划变成了要计算4次甚至5次，而物料需求计划运算与订单下达也由原来的2次提升至4到5次了，面对工作负荷的增加，PMC计划科所有同事毫无怨言的选择了加班，曾记得物控主管罗雷每周二晚上计算物料需求计划时加班至凌晨二三点，第二天早上依然准时到达办公室完成新一天的工作任务。我

们的物控员为作好物料交付通知，确保产线平稳生产、欠货欠料及时到位，基本每天晚上10:00后才见到他们下班的身影。计划员赵春草为通报及回复当天订单欠货的情况，经常安顿好家里的孩子晚上八点过后还来到公司加班，将当天的欠货及回复的交期提供给了相关部门。因为周滚动生产计划要求物料必须及时交付，一旦出现异常很有可能就会造成拉线停产，为此我们的采购跟单员每天都是绷紧了弦与供应商沟通物料交付情况，提前拿到供应商的交货计划，一有交付滞后的异常，向总监与钟旭江立即就赶往供应商厂里协调解决，辛劳的付出换来了周滚动生产计划的平稳运行。

在工作负荷增加的同时，PMC部也积极寻求更快捷高效的操作方法，以提升工作效率，以最主要的MRP运算来讲，因以前全部采用人工Excel运算，耗时长，完全跟不上周滚动生产计划的要求，为此物控主管罗雷与IT主管王荣华针对A3系统能够提供的基础功能，结合我司产品更新换代较快技术变更较多的特点，耗时近2个月于2015年10月份开发了MRP运算外挂软件，将MRP运算的时间由8小时降低至3小时以内，极大的提升了工作效率、降低了物控员的工作强度。

回顾2015年，我们流下了很多汗水，也收获了很多喜悦，在这一年里，PMC部的基础进一步夯实，功能更加细化，管控逐步完善。展望2016年，PMC部全体人员将以全新的面貌、最饱满的激情围绕着保障货期与库存控制与其他部门密切配合，团结协作，为公司的运营交上一份满意的答卷。

# 坚定目标 屡创佳绩

——小器鬼照明河南分公司风采

河南，作为中国政治、经济、文化的中心区域长达三千多年，孕育了中华民族的血胤，深植着文化的根脉，自古就有“得中原者得天下”之说。越天道轮回，兴亡转眼的历史，留下了天道酬勤，自强不息的河南性格。

提起河南分公司，估计公司许多老同志的第一反应——团队稳定。稳定意味着忠诚，稳定同样代表着一种担当与责任！人的聚合叫聚会，心的聚集才叫团队，河南分公司所有兄弟始终心往一处想，劲往一处使，一心一意谋发展，全心全意做市场。河南分公司的任何一位兄弟和经销商说的每一句话、达成的每一个协议都代表着整个河南分公司做出的承诺，都是掷地有声，一定要去实现的。

2015年初，当从公司开完年终工作会议之后，面对新的目标任务，河南分公司团队全体成员立刻召开了全年任务分解启动会议，详细安排公司销售计划在河南的落地实施。“千里之行始于足下”，中间对每个细节的把控是全年任务完成的关键，为此河南分公司各位兄弟每天要在微信群中分享，成绩大家一起喝

彩、不足之处大家集思广益去克服。虽然平时都在各自的市场，但因为随时都能和兄弟们分析自己的成就和失落，大家感觉到自己不是一个人在战斗，背后是有一个强大的团体，这样去做市场，去和客户打交道都更有底气和信心。

当然我们的日常不仅仅全是团结紧张工作，也有生动活泼的业余生活。我们积极参与各个兄弟家事，比如兄弟结婚、喜得贵子这样的喜悦时刻，我们肯定会全体到场祝贺！每个兄弟的家人对公司赞不绝口，当然也会发自肺腑地，无条件地支持我们的工作。

“俱往矣，数风流人物，还看今朝”。2016年马上来临，新的一年，迎着新的机遇，站在崭新的起点，我们将一如既往地“时不我待，只争朝夕”的精神开展工作，实现企业受益，个人成长的完美结合。未来我们河南团队将以百倍的努力和拼搏回报公司对我们的深情和厚爱，打出河南团队大分公司的气势。天行健，君子以自强不息！

(胡志国)



# 与智者同行

——记小器鬼优秀经销商睢腾飞

小器鬼照明河南分公司 张志平

时光荏苒，岁月如梭，一转眼，从2008年10月我入职至今，已七年有余，从一个懵懂少年已成长为一个合格的销售经理。在我人生最重要的成长期，我感谢身边每一位人，正是有了他们伴我成长、助我进步，才有我今天的业绩，其中更应该感谢我身边的一位智者，也是我今天要给大家介绍的主角，郑州小器鬼运营中心腾飞灯饰老板——睢腾飞。

## 严于律己 宽以待人

我们习惯称他为睢总，有时也称老睢。虽然称他老睢，可他一点儿都不老，论长相，绝对称得上帅哥，五官端正，身材匀称，正气凛然，很有亲和力，用现在比较流行的话说，就是颜值爆表，绝对的高富帅。睢总话不多，为人行事低调，生活习惯都保留着之前军旅生活的作风。虽然不爱说话，但和熟悉的人在一起也经常开玩笑，不乏幽默感。对自己要求严格处处都能体现，都说看一个人的性格要看细节，睢总任何时候都是标准的板寸发型，脸上从来没有胡渣，衣服从上至下干净、整洁、得体、有品味，就连他的座驾，无论晴天还是雨天，都一尘不染，干净如新！单看外表，就能感觉到睢总是一个行事严谨、作风正派，对自己要求严格的人。

衣着外表只是一方面，接触多了，你会发现，他做事方面更多的优点：

第一，守时。睢总是一个时间观念特别强的人，据说只要是睢总开店门，无论刮风下雨，他从来没有迟到过一次，就凭这一点，别说当老板的，就连员工都很难做到。若谁有事约谈睢总，只要提前预约，他从来都是按时约见，更别说爽约了。



优秀经销商睢腾飞

第二，守信。无论对客户还是对员工，还是对厂家人员，只要承诺过的事情，绝对守信，且言必行，行必果。与小器鬼合作这么多年，每月回款无论有什么特殊情况，睢总从未拖延过。

第三，责任感。睢总的责任感主要体现在两个方面，一是对社会，二是对家庭。给汶川灾区捐款，贫困学校捐助，老家村里扶贫这些对社会有益的事情，睢总都积极参与。睢总不但生意做得好，家庭也经营得非常好，经常回家帮老板娘打理家里的生意，也经常带老婆孩子回家看望父母，还经常给我们说：“作为家里的老大，在孝敬老人方面，要给兄弟姐妹做表率！”虽然都是一些生活中的小事，却体现出了对家庭的关怀和责任，这也是很多人只顾努力赚钱，容易忽视的方面。

睢总对自己要求严格，但对别人却很宽容。

睢总自己从不迟到，但偶有员工迟到，他总是报以宽容理解的态度，他觉得员工迟到多半是偶尔睡过头了，送孩子上学堵路上等，所以从不处罚。他时常关心员工的生活，如果员工家里有事请假，都会准假，从

不让员工为请假的事情为难。到农忙时，还会安排员工放假回家，帮家里人做农活。

今年暑假，员工家里的小孩放暑假。有的是家里没人带孩子，有的是小孩放假想到郑州来玩，员工把小孩都带到店里，连睢总都开玩笑说店里都成幼儿园了。睢总告诉我说：“小孩放假了，有的是家里确实没人带小孩，不让带店里不近人情；有的是小孩来郑州玩几天，来店里玩玩也可以理解，都是跟自己干了几年的员工了，做老板的也要理解员工的困难，只要员工都努力工作了，一样会弥补回来，要相互理解嘛！”很多时候，店里员工比老板还幸福。

睢总待人真诚、好客、热情、慷慨，就连身边的朋友喜欢吃什么菜，酒量多少，他都记得很清楚，对待客人从不含糊，对待朋友比对待自己还认真。

## 远见卓识 运筹帷幄

人生有小成功，也有大成功，如果只想一辈子生活的比较好，只要努力就行。但是要想成为一个成功者，目光长远必不可少。睢总无论是生意上还是生活上，都是一个成功者，都有长远的规划，一切尽在掌握中。

在生意上，与小器鬼品牌的合作而言，睢总认定了小器鬼厂家是一个负责任、重品质、守信用的企业，早在十年前，他就看准时机，从县城分销商，一跃成为省级运营中心，为自身的发展走出了重要的一步，为和小器鬼厂家合作打下了坚实的基础。

十年如一日，他同小器鬼河南团队齐心协力，努力开发市场，为河南小器鬼的发展贡献了力量。在此期间，因传统光源转型LED照明，给整个照明行业带来了前所未有的挑战。公司也在转型路上探索前行，不管如何，睢总始终坚信小器鬼公司的决策，紧跟公司转型节奏，目标清晰，步伐稳健，在2015年实现传统光源和LED照明的完美转变。因为选择的问题，有些经销商的错误选择给自己的发展造成了不可挽回的损失，也有经销商因为思想保守固执，对LED照明产品接受过慢，最终面临发展问题。而睢总心中目标明确，不计一时得失，对市场有明确的判断和正确的选择，这种远见卓识，运筹帷幄的能力，使睢总在风云变换的市场上轻松实现华丽转身。

在生活上，睢总一样很有规划，家庭和睦自不必多说，对下一代的培养方面，更是加倍用心。老大送到了国外，老二在重点高中就读，小女儿聪明可爱留在身边上学，他对孩子教导有方，在当地也传为佳话。

通过和睢总几年的相处，睢总对我个人的发展也产生了深远的影响，让我对成功有更清晰的认知，我们的相处不仅仅局限于工作方面。也谈生活，如何孝敬父母，照顾兄弟姐妹，教育子女，投资房产等，以及如何和员工相处，还包括作为男人的责任感，让我感触颇深。很庆幸我身边有这样一位智者，亦师亦友，亦是我的榜样。与智者同行，与高人为伍，是我成长过程中一笔重要的财富，为我树立了正确的人生观，价值观，明确了发展方向。感谢我身边所有像睢总这样的智者，与智者同行，受益一生。



小器鬼照明河南分公司张志平



## 沟通与互信

小器鬼照明河南分公司 段本祥

时间过得飞快，掐指一算我进入灯具行业已经小三年了，从一个不太善于与人打交道又略带羞涩的社会小青年成为与人侃侃而谈淡定从容的销售人员，从刚入行时只能帮别人开车，跟在别人屁股后面拎产品的菜鸟，到可以单枪匹马走江湖并赢得客户称赞的营销高手，让我感触颇深。

记得有这么一个客户，在当地非常有影响力。第一次拜访时，我跟其他厂家人员一样，放下名片宣传册，基本就可以离开了，对方没有给我机会让我做过多的产品解释，就这样我重复了N次，时间长达4个月，这期间只是见到无数厂家过来找他，多数连老板都见不到，打电话次数多了直接就给你挂掉了，情况一点儿都不乐观。有一天晚上，大约十点左右，我编辑了一条短信发给他，内容是我第一次拜访他的时间及拜访的次数，并简单介绍了公司的情况，希望他给个机会见面聊一聊。第二天他竟然打电话给我，说已经了解了我们公司的产品，很欣赏我的执着，并感谢我对他的信任，就这样我们正式建立起了沟通的桥梁，后来我们的合作也就此展开，又经过两个月的磨合期，这个客户才真正的从保守派开始大力推广，销量一跃成为河南前三名并且非常稳定，市场也就此打开。由此可见，这里我们是从建立沟

通到建立基本信任到最终的完全互信共赢，靠得就是坚持不懈。

人与人交往中从沟通到互信有千姿百态的方式与方法，在工作中我们可能都见过很多人到店里见到老板只是递上一张名片或者是宣传单，连一句话都没有讲就离开了。很多老板告诉我，这家伙跑几十公里甚至几百公里就是为了给我一张名片，当然这也算是一种沟通的方式，运气好会发展到互信共赢，不过大多数石沉大海。

一转眼我进入公司也已经五个多月了，在这里，我深深感受到了欧帝尔企业文化的强大，在这样的团队氛围中，我学到了很多。工作中对于客户的管理，客户的特殊需求，特殊问题与市场的调配等，我们可以完全依靠自己的能力与眼光行事，而不需要各级领导的层层把关与审批，这里归结于分公司经理的一份信任与尊重，这样我们才能甩开膀子，发挥自己的才能，更加努力地把事情做好，而不会产生约束感与依赖感。

无论是生活还是工作中，无论是做人还是做事，只有你首先敞开心怀接纳对方，对方才能接纳自己，交往才会开始拉开序幕，这里离不开沟通与互信。信任会使我们彼此之间的距离更近，使我们的家庭更加温暖，使我们的社会更加和谐。

## 团队的力量

小器鬼照明河南分公司 刘军磊

所谓团队，是指一些才能互补、团结和谐并为负有共同责任的统一目标和标准而奉献的一群人。团队不仅强调个人的工作成果，更强调团队的整体业绩。团队所依赖的不仅是集体讨论和决策以及信息共享和标准强化，它强调通过成员的共同贡献，能够得到实实在在的集体成果，这个集体成果超过成员个人业绩的总和，即团队大于各部分之和。

“我们团队的成员，每一位都能独挡一面，同时每个人都有自己的特点。”——这是客户对我们河南分公司团队的整体评价。

号召力、感染力，是客户和同事们评价我们河南分公司经理胡志国用得最多的两个词，这两个词看似平常，做起来却没有那么容易，而如何才能建设优秀的团队？胡经理给的答案相当简单——那就是稳定团结的人心和营造和谐快乐的工作氛围。

有时一个人面对市场会迷茫，每个人都会有脆弱的时候，尤其是我们销售人员，任务重、压力大，更是有彷徨无措的时候，有团队站在身后，心里就会有底气。团队的支持是每个成员的定心丸。在这个团队里，有什么问题大家会一起去面对，互相支持，共同成长、借助“一”或“人”字形阵，整齐的雁阵会比单飞的孤雁飞得更高。胡经理说我们的团队和团结高飞的雁阵一样，如果同心协力发挥团队合力，就会激发更大潜能。

开朗、乐观、幸福、团结、稳定、和谐……和小器鬼河南团队接触的时间里，我总会想到这些美好的词汇。诚然他们的生活中也会有烦恼，工作中也会有彷徨。可贵的在于，即使有郁闷和彷徨，他们依然能够坚守住那些美好的东西。譬如说良好的人际关系、和谐的工作环境、幸福的家庭生活、工作的无限激情，并且能让这些形成一个美好的循环，以幸福的家庭来支持工作，以快乐的工作为家人创造更为美好的生活。

“鹰一样的个人，雁一样的团队”，我们相信，小

器鬼河南分公司团队将会在前进的道路上愈飞愈快，愈飞愈高。



# 改变思路 创新经营

## ——浅谈当前形势下灯具经销商经营之道

小器鬼照明河南分公司 付云亮

2015年的照明行业对很多经销商来说可谓几家欢喜几家愁，传统照明销量严重下滑，LED迅猛发展，并逐渐代替传统照明。同时LED的快速发展，使LED竞争更加白热化，产品同质化严重，价格竞争激烈。品牌公司不得不想办法降低成本，以最低的价格，参与市场竞争，品牌公司薄利经营，勉强盈利求生存。而那些规模小，在市场上不出名的企业，有的倒闭，有的跑路，有的资金链断裂，被银行告上法院，被法院查封……针对当前形势及LED行业发展趋势，经销商如何有效整合资源，改变思路，创新经营，扩大经营网络？浅谈分析如下，仅供广大经销商参考：

### 一、改变思路，创新发展。

当前灯具经销商普遍存在以下两点经营理念：1、过度关注利润，而忽略自我网络发展和长久经营的思路。随着信息网络的发展和市场竞争的加大，终端消费者对产品信息了解增多，对产品渠道的了解也变得多样化。所以现在的消费者，消费更加理性化，选择的渠道也多样化，不会再像以前一样，任由经销商“忽悠”。面对当前市场环境，我们只能改变思路，薄利多销，以量取胜，求得利益最大化。而不是按照以前的经营思路，不考虑消费者，一味追求高利润。2、经营品牌多样化，店内产品同质化严重。通过我们调查了解分析，每个区域灯具生意做得最好的经销商都具有品牌经营单一的特点。一般1-2个品牌，选择思路是让产品有个对比性，拉开产品的价格差距，满足不同的消费者的需求，扩大成交量。他们能够把所有的精力和资源集中在一个品牌上，帮助自己更长远的发展。而有的经销商则相反，代理了许多品牌，没有重点，没有层次，同样



的产品，同样的价格，产品同质化严重，搞得自己每天都不知道该卖哪些产品。由于经营品牌较多，精力和资金分散，每个品牌的销量都不大，常常得不到快速发展。

### 二、明确目标，专一经营。

记得前不久催促经销商回款，聊天时客户说：“今年全国房地产市场不景气，导致灯具行业深受影响，估计今年我任务也完不成了”。这句话估计是今年经销商的口头禅，经常挂在嘴边，来表达自己深受影响，销售业绩下滑。难道说这是造成这种结果的主要原

因吗？为什么别的经销商能完成任务，而有的却完不成呢？通过分析，我们知道主要原因还是经销商目标不明确，经营不专一。在复杂的市场环境中，让自己变的迷茫，就像大海中迷失方向的船，找不到自己的经营方向，不知道该如何发展？完全由消费者主导我们的思想，客户需要什么，我就卖什么。而没有去树立自己的品牌，没有在消费者心中建立自己的品牌形象，做到我卖什么，消费者就买什么。因而使自己的经营思路紊乱，跟不上公司发展的节奏，所经营产品单一，公司生产的产品，只销售公司的部分产品，而不是全部产品。一个公司生产出那么多的产品，而我们还是按照以前的经营思路，销售老产品，不接受新产品，或者只销售其中的一部分，其余的产品在你的区域几乎空白，你从哪里能够增加销量和提高自己的市场占有率？在激烈的市场竞争中，我们只有坚持自己的信念，明确自己的目标，专一经营好自己的品牌，不盲从，不贪大，才能够稳操胜券，不被社会所淘汰。

### 三、细分化，专业化。

随着科学技术的发展，照明行业也发生着翻天覆地的变化，荧光灯照明像过去普通灯泡一样，逐步被LED所代替。LED的快速发展，让我们对照明产品的需求更加多样化，更加广泛。从我们自身使用的电子产品，或者身处灯红酒绿的城市，到处都是LED产品的身影。而我们的经销商也不像以前，只卖几个节能灯，几根棒管，现在对照明产品选择性更多。LED的迅猛发展，快速代替了传统节能灯照明，让很多老一辈经销商难以接受，不能迅速转变思路，还是沿用传统的经营管理模式，去经营自己的品牌，去管理自己的客户。并使自己陷入发展的瓶颈，止步不前，业绩下滑，生意经营惨淡。

举例说明，以前小器鬼的节能灯在每个区域的销售模式是，选择一个市级代理或者是县级代理，由他们负责销售配送，市级代理或者是县级代理同样沿用这种思路，在每个县城或者乡镇找一个客户，销售公司的产

品，并对他们保护好区域，此区域仅此一家，不会出现第二家。这种模式成功了，起码在节能灯行业发展时期是非常成功的。然而随着LED时代的发展，这种销售模式已经不符合LED照明行业的发展。LED产品的多样化，满足了不同消费群体的需求，所以我们销售模式也要转变思路，让我们的销售思路更加细分化，专业化，多渠道去运营。如由我们原来的一个市级代理或者是县级代理，通过将产品细分化，客户的专业化，可以发展2-3个代理，市级代理或者是县级代理通过这种模式，可以在县城或者乡镇，发展出我们更多的分销客户。只有这样，才能够满足LED照明行业的发展，才能增加我们的销售渠道，才能够增加我们的销售业绩。如果我们不快速转变思路，只能让我们止步不前，逐渐被社会所淘汰。

综上所述：人无远虑，必有近忧，面对瞬息万变的市场环境，各经销商只有改变思路，创新经营，才能使我们走出发展的瓶颈，才能适应LED灯具行业的快速发展，才能不被社会所淘汰。



# 小器鬼，我别样的成长梦

小器鬼照明广州分公司 廖海军

一转眼进入公司已经有三个月了，刚开始接触销售这份工作，内心充满着压力，总是有一种无形的担忧萦绕着我：怎么样在陌生的客户面前介绍自己的产品，并让客户对其感兴趣，同时让客户发现其中的亮点和优势，最终顺利签下客户。

幸好有公司的同事们，他们详细地为我介绍产品性能和客户等情况，每晚都和我沟通、交流一些销售过程中的经验，比如询问客户这些问题：贵公司用得什么品牌的灯？为什么想用这个牌子？花了多少钱？到现在用了多长时间？使用效果怎么样？用过其他品牌的灯吗？通常是在什么环境下使用？中间损坏情况如何，造成了什么影响？通过反复询问的方式，找到了突破点，并顺利介绍自己更具优势的产品。没想到这些销售经验和技巧在后面给了我很大的帮助。

记得在河源跑市场时，面对一个偌大的城市，我从代理商那里出来，心里充满了胆怯，无从下手。这时恰好有一辆5路公交车从我眼前驶过，我脑海中突然冒出一个想法：索性跟着这辆公交车走，看看沿途有没有潜在的客户。刚开始发现有一两家客户，我欣喜万分，高高兴兴进去，却都是失落地出来。想到客户的冷眼和嘲讽后，我默默告诉自己：只要客户愿意听我介绍产品，这便是进步。看到渐行渐远的公交车，我下定决心一直跟下去。此时天气炎热，衣服湿了又干，干了又湿，脚也开始疼了，步子也慢下来了。可是除了这个方向能找到回去的路，其它更是未知数，于是我一直给自己打气坚持要走到5路车的终点站。

没想到幸运之神就此降临，在路上我发现了一家做五金渠道的客户，在开始交流时，客户以为我是做推销的非常不耐烦，一直让我走。刚好有另外的人进来买东西，我就站在一边等他招呼完客人。他可能没想到我还一直等在这里，礼节性招呼了我。我趁机向他详细地描述了公司情况和产品性能，并同他店里的其他产品做了一番比

较，让客户对产品有了兴趣，也产生了合作意向，抱着试一试的心态当时就下了订单，金额虽然只有一千多元，但是给了我很大的鼓励。第一次开发到了客户，心里无比高兴。这次5路的终点变成了起点，第二天我朝着5路的另一个终点出发，也顺利地拿到了单。

在后面的几天时间里，我沿着这个公交站点往四面发展，最终在5路公交线路附近有21家客户拿过货。运用这个方法，我试着在河源市区各条街道扫街寻客户。经过几天的开发，又拓展到29家客户从公司拿了货。虽然脚磨起了水泡，皮鞋也烂了，但是我很高兴，终于有了自己的成绩，这也是我在“小器鬼”工作的良好开端。

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，也许未来会有许多困难，也许在后期会遇到许多阻力，但我会用积极地态度去面对，用专业的知识去应对，用强大的信心去做好我的工作，并带去更好的服务，这就是我别样的“小器鬼”梦和欧帝尔生活。



## 铁打的营盘流水的兵

### ——小器鬼辽宁团队有感

小器鬼照明辽宁分公司 廖海军

一幅幅画面闪过我的脑海，一件件大小事飘过我的思绪，心里有很多话想写出来，但又不知道写什么好，苦思良久，无从下笔。

突然间，灵魂一颤，头脑中闪过一句话：铁打的营盘流水的兵。

是呀，铁打的营盘流水的兵，小器鬼辽宁区域销售团队自2007年初步成立以来，已走过了整整8年的时光，3000余个日日夜夜，共有10余位兄弟并肩手拉地曾经或者正在一起战斗在市场第一线。

我们享受过成功的喜悦，也不断经历大大小小的挫折。不管是今天在或者是不在小器鬼辽宁团队的兄弟，都为小器鬼品牌在辽宁的发展尽职尽责地贡献了自己最大的力量。

有力量，有担当，有情义，胜能不骄，败亦不弃，这就是一直坚持至今的铁打的营盘——小器鬼辽宁团队。

当然，在今夜当中，我不仅仅为自己是小器鬼辽宁团队中的一员并一直陪伴至今而自豪，同时还为已经离开或将来离开的一起拼搏过、一起跑过业务、一起做过置换的同事、战友、兄弟充满遗憾与无奈。

天下没有不散的筵席，暮然回首，唏嘘不已，不竟沧然泪下。

马华鹏，与我一起进入小器鬼公司，并同时进入小器鬼辽宁区的回族兄弟，性格豪爽，行事利索。老马是小器鬼辽西区域的建立者，用了一年的时间，开发出绥中、葫芦岛、朝阳三个经销商，把曾经的空白区域布局完毕。同时，老马以最高日开十家乡镇分销客户的纪录建立起小器鬼辽西完善的乡镇分销网络，号称当时的分销大王。

郭俊波，个子苗条，白净秀气，对股票深有研究，有晋城巴菲特之称。小郭以细心著称，在丹东工作一段

时间，对丹东的终端客户进行了全方位的梳理，进一步完善了当时的小器鬼经销网络，深得当地经销商的称赞与肯定。

老马与小郭，这只是其中地已经离开了小器鬼辽宁团队的两位兄弟，还有很多很多，限于篇幅有限，不再一一道来。但是，他们为小器鬼做出的努力不可磨灭，我们的情义仍然还在。

张鹏，现辽宁分公司经理，2007年进入公司，从最基层的业务员做起，一直伴随着小器鬼辽宁分公司行走至今，见证着小器鬼产品在辽宁的销量从几百万发展到现在的几千万的销量。可以说，小器鬼在辽宁的发展张鹏居功至伟，从来时一个30岁的小伙，到现在马上进入到40岁的中年大叔的行列。

王颖，现辽西区域经理，2010年入职，已经在小器鬼工作了5年时间，还在继续。老王工作的这段时间，小器鬼在辽西的销量迈上了一个更高的台阶，网络布局更加完善。老王家在辽宁沈阳，但并没有因为离家近而有更多的时间陪伴家人，他只是月底开月度会议的时候才陪伴家人一天时间。

不管是那些离开的兄弟，还是正在一起拼搏的战友，正是因为在一起战斗的岁月使我们彼此默契；更是因为小器鬼团队特有的包容、坚韧、不离不弃的精神让我们保持当初的纯真情义。

什么叫文化？我不懂那些高深的含义。但我知道，看一个公司文化的好坏，最主要的是看公司的团队。如果一个团队积极、进取，既能在顺境中走得踏实，亦能在逆境里团结一心共度难关；如果团队成员稳定，相互间懂得和谐相处之道并一直身体力行，那就是一个好的团队。有了好的团队，才能有一个好的公司文化。

愿我们的精神永不泯灭。愿我们的真情与世长存！



小器鬼照明山东分公司 张顺鹏

转眼间，我已经是一个两岁的欧帝尔人，回顾这不短又不长的两年，几乎所有的情感都是以“感动”俩字为基调的。既有与领导以及同事之间亲密无间的兄弟情，又有与代理商之间协作互信、同心齐力的朋友情，最是那一幕幕铺货时温暖的情景，让每一次的心灵回放都洋溢着浓浓的暖流，哪怕是冰天雪地的寒冬腊月，哪怕是一个个身心疲惫孤独的夜晚。

记忆回到两年前。那个炎热无比的夏天，燥热的空气肆意虐扫着大地。作为刚刚出了实习期的菜鸟，我被派到泰安市场短期学习。

那天一大早，我就跟着宋哥出车了，骄阳当空，丝毫不影响我们铺货的心情。每到一家店面，我们张贴海报，整理货架做陈列、开单、卸货……时间慢慢就推进到下午两点多，此时我们来到磁窑的乡下，那里山环水绕，景色宜人。宋哥无意间说起，绕过几个小山丘有个村子，上次有同事在那里开发了一家新客户，由于比较偏远又是在村子里，已经将近俩月没有去过了，客户也

没有给办公室打过电话，不知道现在还卖不卖咱们的货。“这个客户咱一定要去看看”，我俩一拍即合，立即踩下了油门……货车在山路上绕了一个多小时，我们终于到了目的地，由于村子里五金店少，我们很容易就找到了客户的门店。门头是喷绘布做的某某水暖五金，在风吹日晒下已经伤痕累累，满是岁月的沧桑，门口两边的笤帚，网布等却是摆放得井然有序。看着我俩要走进门，老板娘放下手里的十字绣，“你们是送什么货的？”她瞥了一眼我们停在外面的货车，语气略显生硬，好像在抵触什么。我俩简单道明了来意。“原来你们是小器鬼的呀，哎呀，你们可来了。”她的语气随即亲切了起来，好似一种见到了亲人似的喜悦，同时也伴随着丝丝责备。看着我们要动手张贴海报，大姐赶紧摆摆手，“快进来，这么热的天，你俩先喝口水吧。”她边说着，边转身就去调整落地扇的风向。跟着进去，小器鬼绿色的试灯台一下子映入眼帘，抹布擦过的痕迹清晰可见，上面只是点了一个全螺旋15瓦的节能灯，我

快速扫了一眼后面的货架，小器鬼们都去哪里了？我瞬间意会了大姐之前的那句似是而非的责备。大姐娴熟地从一边拿出两个凳子，放在离风扇很近的位置，接着就要去给我俩倒水。“大姐，您快别忙了，我俩都带着水呢。”“没事，没事，你俩先坐。”大姐的热情完全掩盖过了从外面不断涌入的热浪。宋哥见多识广，有点岿然不动的感觉，但是我却有点懵，这客户真好，我也只能在心里这么说。我俩刚一坐下，大姐就把水端过来了，“你俩先喝点吧。一直盼着你们来，今天终于来了，你们不知道，小器鬼这个节能灯我也是头一回卖，刚开始大家都认为价格高，有点不大好推，我就给他们算使用成本，比亮度，谁成想卖过几支以后，街坊们都陆陆续续来找这个灯，现在他们都给我免费宣传，都知道我这儿能买到又省电又亮的好灯，你们小器鬼的节能灯做得真好！现在那些杂牌子的便宜灯，我都不愿意卖了呢……”听着大姐滔滔不绝的讲着，心里暖流一阵又一阵的涌过，小器鬼在我心中的形象瞬间高大了许多。

老百姓的口碑，是对产品最好的认可。我暗暗庆幸，能够加入欧帝尔，与小器鬼一起成长是何其正确！“我知道我们村比较偏，你们来一趟也不容易，我能多留点货就多留点，你们上次给留的那些灯早就卖完了呢。还有两家搞养殖的现在就认准小器鬼了，一直催着我订货……”听到这里，我拿着杯子的手，大把大把的汗水浸出，不管跑这一趟有多累有多远都是值得的。之后就是很顺利地开单卸货了，大姐把常卖的型号都留了整件，最后算账共3700多元，她还到邻居那边拿了400块钱，才凑够我们的货款……

直到我们的货车驶离村口，大姐的声音还一直在耳边回响。我摇下了车窗，有阵阵清风送来野花的芬芳，上午的燥热一扫而空。

对于像我这样刚刚进入一个全新行业的职场小兵而言，我是无比幸运的，这一天的铺货经历让我获益匪浅，也更加坚定了我作为欧帝尔人走下去的信念，坚持把高品质的光源带给千家万户，使光文化传播天下。

# 不抛弃，不放弃

小器鬼照明山东分公司 郝永占

英国小说家、剧作家柯鲁德·史密斯曾经这样说：“对于我们来说，最大的荣幸就是每个人都失败过，而且每当我们跌倒时都能爬起来。”

我们也许暂时失败了，但只要不轻易放弃，就一定会有机会。

开发客户是我们业务人员的日常工作，也是重点工作。开发难度相对较高，并且很多客户的成交都在二次、三次甚至多次拜访以后，所以在开发工作中，不放弃的精神尤其重要。

去年夏天，天气格外炎热，太阳像个大火炉一样，烤得人没有一丝精神。我跟车进行日常铺货工作，午饭过后，便想去拜访这条街的一家客户。该客户在当地属于实力客户，位置好，销量高，但因销售视贝的产品，且忠诚度较高，所以我已经跟踪了半年多也一直没能达成合作，但每次经过这里，都会进去拜访一下。

到了店里后，老板刚刚吃过饭，正在躺椅上，眯着眼睡午觉。我便意识到，来的时间不太合适，打算离开，下次再拜访。走出门以后转念一想，等一等吧，别浪费了这一次的机会。于是在门外酷暑下，与知了声一起，站一会儿，坐一会儿，等待着。

过了一个多小时，听到动静，便进去交谈。

“你还没走啊？小伙子还挺有耐心。”老板先跟我招呼说。

“没能跟您说句话，走了多可惜。您知道我什么时候来的啊？”我回复道。

老板说：“你刚来的时候我就看见你了，来了那么多趟了，我都不知道怎么拒绝你了，想着你看我睡觉，肯定就得走了，谁知道你还在。”

就这样，交谈了十几分钟以后，客户决定进货，首次进货3000多元。

临走时说：“我就是冲着你合作的，这么有恒心，现在不卖都不好意思啦。”

“谢谢了，大哥，您选择小器鬼一定不会后悔的！”

合作之后的心情无法用语言表达，有开心，有欣慰，有得到回报的满足。永不放弃，终会摘下胜利的果实。

“人能走多远，这话不要问双脚而是要问志向；人能攀多高这事不是要问双手，而要问意志。”出自汪国真《我喜欢出发》。

又是一次专业灯具市场的开发，工作一天的成绩不甚理想，到下午五点多钟，仍然没有开发出一家客户，

成绩非常惨淡。

内心想天也快黑了，要不今天就这样吧。在我即将放弃的时候，脑海里浮现出这六个字“不抛弃，不放弃”。于是在拜访的客户里，思考哪一家有些意向，哪一家有合作的可能，转而回头继续拜访。很多客户感到诧异，但我坚信不到最后一刻就不要放弃。终于，皇天不负有心人，在天黑下来以后，之前拜访过的一家客户，因为我的再次光临而合作。

开发一家客户，对于工作来说，只能算是一件小事，因为这是业务工作的内容、常态。但是却是人生的一件大事，代表着努力就有收获，付出就有回报。成功就在明天，很多人却死在了今天晚上，成功永远属于在漫漫长途，坚定不移，永不放弃的人。“不抛弃，不放弃”不仅是一种信念，更是一种意志。

山之所以成为山，是因为它不放弃挺拔；水之所以成为水，是因为它不放弃流淌。只有学会在紧要关头永不放弃的人，才懂得山如何站成一种尊严，水如何流成一脉智慧。

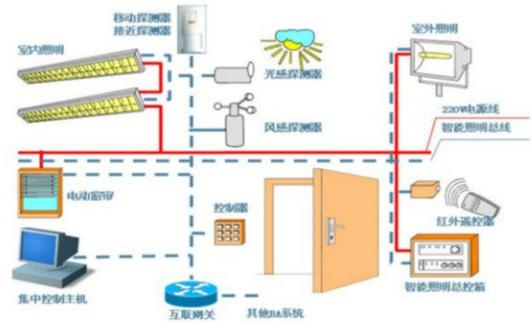
“不抛弃，不放弃”方能“言之必行，行而有果。”



# 智能照明介绍

研发部 钟嘉威 杨晓平

随着人们的生活水平逐步提高，人们对照明提出了更高的要求，不仅仅简单满足照明需求，而要求更加的智能，舒适，所以智能照明应运而生。对于智能照明，或许还是有一部分人对它比较陌生。智能照明是指智能照明控制系统通过无线网络进行通信，来实现对照明设备的智能化控制。照明设备经过智能化控制后，扩展了多种控制方法，如PC电脑、遥控器、PDA、远程电话等，同时具有灯光亮度的强弱调节、灯光软启动、定时控制、场景设置等功能，并达到安全、节能、舒适、高效的特点。



**节能：**作为智能化照明灯具首先得满足灯具所应该具备的优秀功能，那就是节能、环保。智能照明控制系统能够通过合理的管理，根据不同日期、不同时间、不同的照度，按照各个功能区域的运行情况预先进行光照度的设置，不需要照明的时候，保证将灯关掉。智能



照明控制系统能用最经济的能耗提供最舒适的照明，从而大大降低了照明的能耗。

**个性化：**现今消费者性格喜好各式各样，单一的功能是无法满足的，产品的个性化设置无疑会是一大亮点吸引消费者。根据用户的个性喜好，智能灯具能根据住户的个性化需求打造全新照明场景，并能通过智能系统一键控制多个开关，彻底解放“懒癌”爆发人群的双手。



**智能化：**智能化一直是很多产品的发展趋势，照明灯具行业也是亦然。让照明灯具可以具有自主判断力，可以根据时间、光线亦或是声控等方式来控制灯的开关、亮度以及颜色等。每天出门无需担心家里有灯没关，智能灯具会自动关闭。在亮度足够的时候，智能灯具也会自行降低亮度来节省能耗。

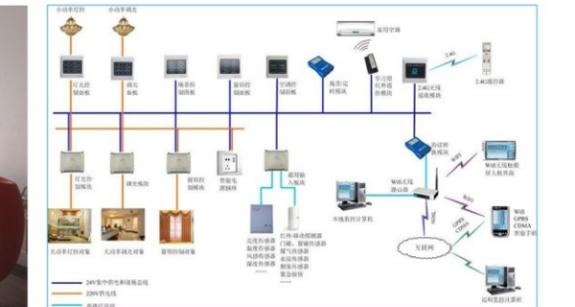
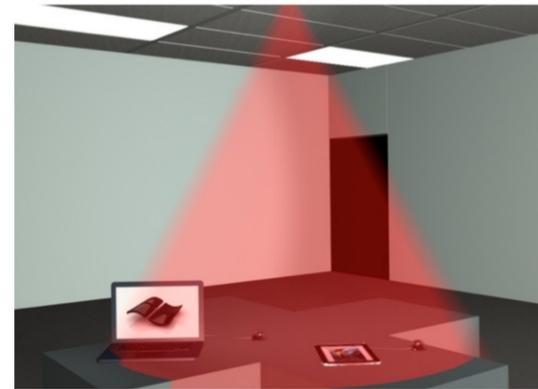


**多样化：**未来的发展趋势，照明灯具不会仅仅作为一个灯具而存在，它将会和家居连成一块，成为一个



家居系统。全方位的为住户提供舒服的环境及服务，灯具也可以提供WIFI，也可以作为闹钟等等，这些都是现在照明灯具所在努力的方向，功能的多样化必不可少。

LED光源作为现今照明发展的主力方向，相信在未来将会撑起照明行业的一片天，随着技术的成熟以及市场的成熟，以LED为光源的智能灯具将会开始出现于人们的视野范围。我们小器鬼也在智能照明方面不断钻研，并准备推出我们的智能照明产品。





# 趣味捉妖记

外贸部  
阳桃姣

转眼在欧帝尔已经将近六年了，一路走来，没有“赫赫业绩”，也没有犯过什么大错，一切都在平稳、平淡中度过，结婚、生孩子也都是按部就班。曾经扪心自问过，大学里那个争强好胜的“学霸”哪去了？学生眼中优秀自信的辅导员哪去了？也曾安慰自己，也许是理想太丰满，现实太骨感，但自己再度深思并自省后，不难发现根源在于自己不够努力，工作中缺乏创新的劲头，有自我学习的意识但力度远远不够，有意识到自己的短板却没有切切实实地改进，如此年复一年，很难突破自我。细细想来，自己的“不所为”也是历历可数。

随着现在科技的进步，骗子的骗术也与时俱进，如在日常不加强自主学习与时代接轨，怕是有金睛火眼也未能一下子辨别出是否为陷阱。

很典型也很滑稽的一个例子发生在今年7月，一位“宅居”在中山的麦先生号称有一位背景“光鲜”的大哥在印度做国际刑警，且与总理莫迪私交颇深，因政府工程需要，现委托其大哥在中国采购一批灯具，价值过亿，经我司一个玻璃供应商介绍麦先生来工厂洽谈合作事宜，他向我们重点炫耀了其大哥的“丰功伟绩”，并表示十分有诚意与欧帝尔合作“共赢”。三天后，麦先生称其大哥刚从俄罗斯返回到北京，逗留一周左右后会飞往加拿大，这是个双方会面且拿下订单的绝好时机，希望我司能亲自到北京与其大哥面谈。抱着试一试同时也非常渴望成功的心态，我将此事汇报给了张总监，并请示去北京出差事宜，张总监很淡定地答复我，需要先调查下客户背景。

接下来张总监非常漂亮地担任了一回“福尔摩斯”。首先，他以玻璃供应商为切入点，详细了解了其来路、与

我司业务往来等等，推断麦先生存在可疑性，接着亲自“登门拜访”了麦先生。其极其简陋的办公室、人字拖邋遢的形象让我们大跌眼镜，与驰骋商场多年的生意人以及有着可以仰仗的傲人背景大哥的形象格格不入，更可笑的是，其营业执照上的法人代表竟是从军多年的战友。这种种的不和谐，使张总监看在眼里记在心里。接下来还是进入了“愉快”的商业谈判，麦先生没少费口舌吹嘘其将军战友的“实力”，称只需要将军出一份函，就可以获得印度半年的签证，如果按流程去办理需要花费几千块。张总监耐心地听完这诸多的唠叙后，很自然地将洽谈转入实际的产品、交期、服务等细节上，出于尊重一个非常重要的贸易商角色，张总推荐此次直接全权由麦先生去北京洽谈，如果需要工厂支持的地方可以随时沟通，没想到麦先生丝毫不关注产品细节，一味要求我们陪同前往，并让我司为其买飞机票，张总监没有婉拒，只是很淡定地回复，待与公司沟通后再答复，但心底已将其彻底“打入死牢了”。后续麦先生再也没有联系我，这非常确凿地印证了其“做贼心虚，逃之夭夭”的狼狈下场。

张总监这颇有“趣味性”的“捉妖记”，非常鲜明地告诉我们，凡事不需要一味提防，但是适当地防备却很有必要，始终要在心里留一个问号：“客户为什么会找到我们？”是的，天下没有免费的馅饼，却充斥着花样百出的陷阱。

经过此事，我更加深刻地认识到，自己的思维过于固化，处事不能思虑周全，今后必须不断勉励自己，处事态度要严谨，不能有丝毫侥幸的心理，更要加强自主学习与创新，并积极向身边优秀的同事学习。

时光飞逝，不知不觉在欧帝尔已快一年了，从陌生到熟悉，从朦胧不知到独当一面，在这之中有很多故事。

其实原本我是一名一线员工，在包装线待了快半年了，有一天听说质量管理部在招QC，刚开始我还在犹豫要不要去应聘，因为不知道自己能不能胜任这个岗位。之前有人说我不适合这个岗位，虽然有点难过，但是还是下决定去应聘，我不是别人说了你两句就否定自己的人，越是这样我越想证明自己是可以的。没有适不适合，只有想不想做，有没有努力去做。经过面试复试，我终于如愿来到质量管理部这个大家庭。因为以前从来没接触过品质这块，所以什么都要从零开始学，刚来的第一个星期我的压力特别大。我的岗位是看板，因为什么都不懂，那些零件什么的都要记，它认识我，我不认识它，只好尽快跟它熟悉起来。

来质量管理部三个月了，在这三个月中发生一些让我挺感动的事情。梁燕是我同事，我称她为师傅，因为刚来质量管理部这边，是她带着我，一点点教我。她说，她带过几个新员工，但教得最多的是我，虽然这句话在别人听来似乎很简单，但在我这，却是满满地感动，这就是人与人之间的相处。那天我们组长来巡拉，她站在我的岗位上看了看，随手检查我看好的良品，结果她发现我的“良品”中仍有不良品，就当场批评我。那时候我觉得好委屈，好难过。可是的确是做得不够好，我接受批评，努力去改过来。旁边的梁燕就过来安慰我，说下次注意点就好，她们都是这样过来的，每个新员工刚开始都是不习惯，慢慢来。

时间久了，熟悉了这里的环境，也习惯了这里的节奏，渐渐喜欢上了这里的氛围。也渐渐明白：只有想不到没有做不到，只要你认真努力去做，就能达到自己的目标，人世间美好的事有很多，而美好的人就那么几个，大家都要好好珍惜身边每一个人。

质量管理部  
李浩萍

## 初到质量管理部

## 花落知多少

质量管理部 徐珊

有人说：当你开始回忆过去的时候，你就已经开始老了。

我拉着行李箱离开家的那天，2008年10月8日，天气阴。从那以后，家乡对于我来说，再也没有油菜花金黄一片的春天，抱着半个西瓜坐在树下乘凉的夏天和桔子压弯枝头的秋天，只有光秃秃的树枝，雪也下得不再那么纯粹的冬天了。

我家有棵青枣树，徐先生总得意的说是姐姐出生那年他亲手种的。每到夏天放暑假的时候，村里一帮小屁孩来我家玩，老爸总是会拿一根长长的竹竿打在树上，一颗颗青枣像下雨似的往下落。我们蹲在树下捡，青枣砸在我们身上好像也不觉得疼。可是现在，超市里的青枣再大颗再甜也不是记忆里的味道了。

我家还有个小池塘，爷爷在世的时候种了一些莲藕、水笋还有菖蒲。儿时的歌谣里唱：荷花荷花几月开？荷花荷花六月开，荷花谢了就有莲蓬吃了。这是除了青枣以外另一种美味的零食了。每当下水去摘莲蓬被荷叶梗上的毛刺划伤胳膊腿，疼得呲牙咧嘴依旧吃得心满意足的时候，总免不了被老妈用鸡毛掸子一顿修理，老妈总说：“你是女孩子呀，剪个短发发还真当自己是男孩子了呀。你看那谁谁谁，多淑女啊……”。这么多年过去了，我早已长发及腰了，老妈再也不会说我的话吧？

小时候假小子的我，总是坐不住，周末一大早拿好

自己捣鼓的工具（一根细竹竿，竹竿末尾拴根绳子，绳子上绑一个田螺肉，绳子中间绑一小块泡沫）一个小网勺，一个小水桶，钓龙虾去也。选好池塘边自认为最佳的地理位置，放竹竿诱饵在水里，等到浮在水面上的泡沫没入水里，我知道龙虾上钩了，左手拿竹竿，右手拿网勺，龙虾君，你被捕了！直到满满一桶才回家，老妈也不好意思吼我了，但是会做好香香的一锅妈妈牌口味虾，一家人其乐融融。那个时候还不明白那样的日子有多珍贵，直到我开始安安静静学画画，开始留长发。直到现在周末只会宅在宿舍，热闹是他们的，我什么也没有。

我家还有只养了十四年名叫小灰的大黄狗，去年回家的时候迎接我的不是小灰，而是另一只毛色很灰的小灰灰，妈说小灰老死了，不敢在电话里跟我说，怕我难过，老爸把它埋在后山上了。我还是没有勇气去看它，我受不了曾经和我撒欢的小黄狗现在是一个小土堆，它花了十四年陪我长大，却已是用尽它的一生。明知道免不了经历的生老病死，可我还是会难过。

突然发现回忆某件事情用的时间是某某年，而不是上礼拜、上个月或者去年，物是人非不再是狠毒的词了，物非人非才是。“回首间，几多欢笑昨夜天，残灯忆当年。”“记得当时年纪小，你爱谈天我爱笑，不知怎么睡着了，梦里花落知多少？”



## 终生学习 勤能补拙

质量管理部 禰东行

“聪明在于勤奋，天才在于积累”。这么一句出自苏俄伟大革命导师列宁口中的言语，真可谓是至理名言，影响着世人不断学习，追求知识的持续积累。这么一来，勤奋好学就成为知识不断积累的重要条件了，勤奋好学在一定程度上将让你学富五车，并且将所学知识运用于社会实践当中，不仅提升自己，还将实现自身的社会价值。为此，我们必须培养起终身学习的决心，始终相信勤能补拙。

天道酬勤，并不是一句空话而已，历史早已证明其准确性。战国时期的苏秦曾经头悬梁、锥刺股，努力学习知识，不放松自己。最终成为了战国时期重要的谋臣，游说六国合纵共击秦国。倘若苏秦没有悬梁刺股、勤奋学习的决心，合纵之势的造就者或许另是他人，抑或根本就不会出现合纵之说。西汉匡衡因家中穷困，晚上不敢掌灯夜读。匡衡的一次偶然发现，便凿开墙壁，靠着邻居油灯通过小洞照射进来的星光灯光看书学习，

日日夜夜地坚持，使匡衡成为西汉著名的经学家。这些历史人物之所以才能如此突出，无不因其勤奋好学所成。

勤奋好学不仅仅是古人们的习惯，当今社会也不乏秉持这一信念的人物。马云靠着其不断学习，创建了阿里巴巴，影响和改变了中国互联网的商业模式。头顶“著名经济学家”桂冠的于光远，晚年对文学颇感兴趣，并在文学创作领域成绩突出，出版了大量著作。于老坚持活到老、学到老，此间于老不仅安度晚年，还成就自身成为“21世纪文坛新秀”。华人首富李嘉诚，始终坚持晚上看书，不断学习，李嘉诚的勤奋好学早就光辉他的一生。

总之，勤奋好学是我们不能摒弃的良好习惯。作为公司职工，我想我需要培养起终生学习的习惯，不断提升自我，以求更好的为公司服务。我始终相信郭沫若前辈所说的“爱学出勤奋，勤奋出天才”。

## 出行有感

质量管理部 刘春桃

国庆黄金假期，传闻路途四面围堵，本想禁足在家，奈何小儿关不住，只想出门看世界。允之，陪同去往伟人孙中山故居，旅行途中，见闻多多，感触多多。

### 卖国旗的小女孩

车子只能停在故居附近的停车场，距目的地约1000米。一步步走向“国父”的故居，孩子的爱国之心也开始澎湃，嚷着要买小国旗。正好迎面走来一对小妹妹，每人手拿一把国旗，一再强调1面小国旗只要1元钱，生怕我们因为价钱太高而放弃买国旗的计划。接过小姑娘递过来的小旗，顺手把刚刚卖小吃的小贩找给我的零钱递过去，她先看到的是一张老版的红色1元钱。小姑娘愣了一下，问我：“这是什么呀？我只要1元钱！”我笑了：“这也是1元钱！”她还是不敢相信我的话：“我没见过这种钱，我还是要那一张吧！”绕过红色的人民币取走了绿色的，冲同伴开心大笑：

“我又挣到1元钱喽，哈哈”。我好奇，小小的她是怎会如此机灵，出来卖国旗又是为了什么。原来她才七岁，读二年级，国庆假期出来赚钱勤工俭学……一个高大的男人满头大汗地走过来，手里和背包里都是满满的国旗，叫唤着小姑娘的名字：“AA，你看到那边排的长队了吗？所有来玩的人都要经过那里的，你要学会观察和思考，你看那边人多，爸爸之前的国旗都卖完啦！”小女孩欢快地跟着她们的爸爸向前奔去。儿子若有所思，说道：“妈妈，她们好厉害哦，才二年级都开始自己挣钱了。不过我觉得最厉害的还是那个爸爸！因为他给孩子们树立了好榜样，而且他在培养孩子的观察能力和思维能力方面有一套。”看着儿子小大人一样认真的表情，想想刚刚那位父亲脸上淌下的汗水，我沉思……每个家庭都有自己的教育模式，有的是棍棒式、有的是吹捧式、有的是打压式，而这位父亲的引导加实践相结合的教育模式是最棒的。



### 拓展园外偶遇残疾父亲

参观完孙中山故居，已近中午，草草地解决了午餐，奔向下一目的地——石岐儿童园地。原计划坐摩天轮的儿子，在看到拓展场后坚决地否定了原计划。拓展场内设备齐全，有走钢丝、过梅花桩、独木桥等等，全是高空项目，可以锻炼胆量，也可以考验孩子的平衡力及思考能力。但是门票价格不菲，商家打出98元/次，国庆期间有八折优惠。看儿子那期待的眼神，一咬牙，交了80元门票费。小子欢呼雀跃，迫不及待地整理好装备，投入了拓展园的怀抱。来来往往的游客很多，大人小孩都在园外驻足观望。两个小女孩走过来，好奇地盯着园内的设施和玩耍的孩子，眼神里写满渴望，商家洞悉了孩子的心理，对她们说：“交了钱就能进去玩了，叫你们家的大人来”。女孩们欢呼着跑开了，一会儿又回来了，拉着一个右手残疾的男人：“爸爸，我们想进去玩，交钱吧”。男人半佝偻着背，问：“多少钱？”商家看到男人的模样，犹豫了一下，还是狠狠心说：“98元/位，但是今天国庆可以打折，两个孩子要160元。”男人偏过头问孩子：“真的想玩？”孩子猛地点头。男人用那只健全的左手摸出钱包，费力地交完费，残臂向前一挥：“孩子们，去玩吧！”当看到孩子们像鸟儿般飞进拓展园的那一刻，男人的眼里充满了宠溺，嘴角漾起一丝微笑，自言自语道：“你们开心就好，不要留遗憾，老爸还能满足你们这点要求。”旁边有人窃窃私语，大概是在感叹男人的父爱深沉吧，我的心也被这突如其来的场面填满幸福感，这就是父亲，能给十分就绝不少一丝爱的人，尽量满足孩子的心愿，尽力不让孩子留遗憾。

边走边看，看世间万物变化，看人间冷暖真情，且行且看且珍惜！

## 试试

小器鬼照明浙江分公司 汪晓斌

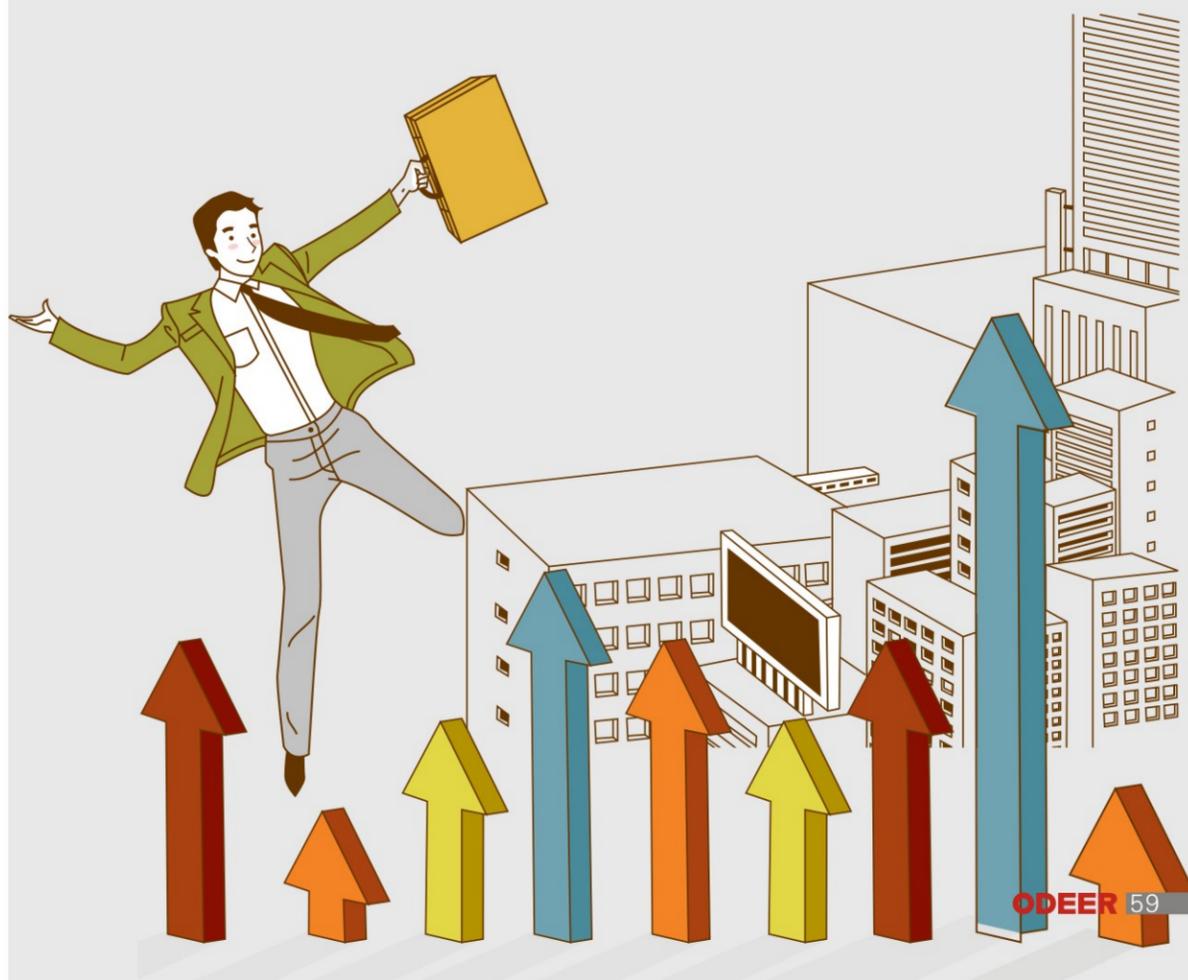
正午十二点，照例该去用膳了。前往老地方走捷径，需穿越一小区后门。今天中午刚好有一骑友在我前面为我开道，他慢悠悠地骑行着……可是到了小区门口，他却站住了，憨笑着对我说：“喂！今天怎么后门锁了，哎！还得绕回去。”我回应说：“是啊，不应该啊，难道保安回去吃饭了。”我话没说完，那位仁兄已经调转车头开始走回头路了。

我毫不犹豫，决定试一试！我迈着坚实的脚步上前，圆规式的稳稳站立，用我习惯的“上帝的左手”紧紧的贴在不锈钢门上，只见一股真气从手臂直达手掌，说时迟，那时快，门“哐当”一声开了。骑友仁兄闻声回眸说：“我就说嘛，不可能关了的。”我微笑着说：

“是的，这门太紧实了。”我靠边，看着他慢慢远去的骑行背影，忽然脑海里就浮现出了马云叔叔的一句经典格言：门还是要开的，万一没锁呢！

“这家店还是要去的，万一客户正在找品牌呢！万一客户正在跟他现有的合作品牌闹矛盾呢！万一客户刚好想到了小器鬼呢”。这是我们每次集体作业路上给自己灌输的理念。事实确实如此，永远给自己一个信念：“下一个客户就是我们想找的他”！

多一次试试，多一次成交合作机会；多一次推门，就多一次自身提高的机会；多一次次，你就离成功近一步步。面对选择，我们试试又何妨。人生在勤，不索何获。





## 我们的组长

生产部 陆春燕

时光如流水，转眼间，我在欧帝尔工作两个多月了。还记得刚进公司时，我没有什么经验，作业得一塌糊涂，用不了多长时间，拉线上的产品便会堆积如山，搞得我手忙脚乱，不知如何是好。就在那时候，我身后闪出了一个人，当时吓了我一跳，在我还没回过神来时，他已经在我身旁细心地教我怎么操作才是对的，教了很久，我还是没搞明白，但是他还是非常有耐心地教我，尽管我笨手笨脚，但是他一点儿也没有嫌弃我，当时特别地感动。

后来进一步的接触，才知道他很严肃，但是他却善于和下属沟通，鼓励多于说教。因为他知道激励可以拉近领导者与员工之间的距离。在激励的同时，他懂得怎样才能让员工明白得到表扬的原因是什么，从而鼓励员工做得更好，这样一来，就可以大大提升员工对集体的认同感和归属感，调动他们的热情，培育员工的奉献精神，从而激发员工的潜能，提升团队的工作效率。他对员工的激励，不仅仅是让他们开心，更是让他们团结起

来，拧成一股绳，创造更大的价值。

下班后，他则相反，一点儿都不严肃，反而非常平易近人。走在一起时，他就像个知心朋友一样，有说有笑，还特别关心我们生活上的细节。平时他要做得事情非常多，小到一颗螺丝钉，大到生产流程，内到员工情绪，外到部门协调，事无巨细，他总是处理得井井有条。时间久了，接触多了，对他的了解更加深入了，我才知道，他还是一位责任心特别强的人。平时就算不是他分内的事情，他也很热心地帮助我们，没有半句怨言。

也许这些都是很小的事情，微不足道，但是正是这些微小的事情，每天都在车间悄无声息地发生着，虽然很平凡，但是却很伟大。正是他们这些看上去毫不起眼的事情，保证了我们“小器鬼”的品质和效率。

他就是我们最敬佩的组长——洪敏，他是我们的好榜样！

## 我眼中的诚实守信

PMC部 汤灵芝

诚，诚实。信，信任。在我的眼中诚信两字很简单，就是你对我诚，我对你也以诚相待，今天我借给你东西，你会还我，就是信。

进公司快三年了，从一楼收发组到现在在四楼负责电子物料的收发，每天上班接触得最多的就是各个车间的物料员。车间的物料员男多女少，事关产品物料各有重量，女生不好搬弄。但，总是会有“巾帼不让须眉”的女汉子出现。在我印象中，五楼节能灯车间就有一个物料员是个“广西小妹子”。她个子并不高，声音却很洪亮，做事非常麻利。不要看她个子小，力气却非常大，一大箩筐线路板“嘿呵”一声就搬起来放车上。她还有一个很特别的地方，就是给物料点数量的方式与众不同，她每次都要大声地念出来，她说这样点数量才清楚准确。

她在公司也做得很久了，在领导和同事的心目中，是个主动积极的好员工。但在我和她接触之后，才知道她还是一个特别讲诚信的人，说到就做到。

记得上个月比较忙，月底要盘点，车间实行单单清，物料有些跟不上，节能灯物料BE65W线路板欠93个，SMT做好了没检验。快下班了，拉长催她把物料拿上来，她知道没检验的产品是不能放到下一个工序的，又不想让生产停线，她就想到了BE85W和线路板BE65W是通用的，就急急忙忙跑来向我借。刚开始，我是不愿意借给她的，因为我们开会时，康主管特别强调过，物料不能外借。如果别人还不回来，库存数量就不

对了。我不能违背领导的要求。可是看她急成那样，也信誓旦旦地说明天还我，我最终还是同意借给了她，前提条件是明天早上上班我要看到物料。第二天一早，我在窗外，已经看到了办公桌上的物料。当时我就在想，我7点40分就来上班了，物料就已经在我的桌子上了，那她是要多早来公司啊。她为了履行自己的承诺，不惜牺牲休息时间。她这种说到做到的精神，让我很是敬佩。

虽然，这是一件看似很小的事情，但也可以看出一个人的品格。希望在以后的工作生活中，我们都能将心比心，真诚对待每一个人，每一件事。





## 乐在逍遥谷

质量管理部 陈小霞

五桂山逍遥谷远离城市喧嚣，晨起的天空纯净得就像是被水清洗过一样，湛蓝湛蓝的。明亮的太阳缓缓升起，把山谷照映得犹如画卷般精致，如诗如画。鸟语花香，树枝上还挂着些许露珠，在初阳的照射下，发出娇羞柔和的光彩。这美好的时日，正适合郊游、放松、爬山、踏落叶。

早起，超越队与青春队的小伙伴们在公司正门广场集合，到达中山市4A级旅游景区——五桂山逍遥谷。经过将近半个月的筹备，每一个成员都怀着无比激动的心情进入山谷。首先映入眼帘的是“乐在逍遥”的招牌，和一座飘飘荡荡的吊桥。一时间大部分的小伙伴们都涌到了桥上，你在桥的这一边，他在桥的那一边，还有无辜走到中间的人儿，随着惯性左摇右摆，嘻笑声不绝于

耳，在山谷中回响。

在这简单而复杂的社会，我相信在每一个成人的内心深处，都潜伏着一个爱做游戏的天真孩童，只不过随着时光流逝，蒙上了世故的尘土。成年后的我们，远离游戏，以为那是幼稚可笑的玩闹。其实好的游戏，具有开启人的智慧，通达人的思维，启迪人的感悟，反省人的觉察的力量。当我们做游戏的时候，就更接近了真我。这次我们的活动准备了好几个游戏，当然，联谊再明显的特点就是相互不熟悉，所以第一个小游戏还是要先破冰——名字接龙，这个游戏让人记忆就很深刻了。还有百玩不腻的——你来比划我来猜，每次玩这个搞笑百出的游戏，所有人就像回到了小时候，脱掉了冷漠的外衣，开心得像得到糖果的小孩。

出来走走，爬爬山，漫步在山间的小路上，听着愉悦的欢笑声，工作的压力，生活的无奈，统统都散去，只留下满腔的清新空气。我们一行人兵分几路出发，有人在庙里烧香、有人在山脚下打牌、有人三两个找美景拍照、有人从山的北门上山、有人从山的南面进发、各自找到了这次旅行的意义。大家都没有忘记这次活动的最大目的——开心，这次的旅行是自由的、开放的，在这个山谷中，只要你不杀人放火，那么你认为开心的事情都可以去做。你在烧香时没人会说你迷信，也没有人会笑话你登上山顶后的大声呼叫，你在打牌时没人会谴责你偷懒不愿爬山，当你在美景面前自拍时也没人会嘲笑你臭美。因为我们的生活追求和生活观都不一样，在开心面前我们都是感性的。

这次活动给我们最大的挑战是——克服心累。由于10月是公司的旺季，连上20几天的班，现在等了这么久，终于可以放假休息，放松身心，出外游玩，让人惬意无比。换一种方式休息，也让我们发现了如何劳逸结合，最惊奇的事情是，原来难得的休息日这样“疯狂”，其实也是一种身心的全方位放松，不得不感叹我们的潜能巨大。

旅游的真正意义是累并快乐的，人只有心里放松，才不会感觉到累。虽然在人生的道路上我们不进则退，但也不妨碍我们偶尔停下脚步看看沿路的风景。活动已经结束，小伙伴们的工作激情却一度高涨，为以后更好的生活一路拼搏。



# 看《老炮儿》 别学“粗口”学“规矩”

深圳新优势企业文化咨询&传播机构 孙健耀

27日下午，一个人猫到影院的最后一排看了场《老炮儿》。实不相瞒，片尾，冯小刚身穿军大衣、手持武士刀、在冰面上冲锋那段，看得我泪流满面，自觉挺尴尬。

观影过程中，无厘头地，我把冯小刚们看成了传统产业及其领导者，把阿飞们看成了新兴产业及其创业者（我甚至还联想到了王石与姚振华领衔的“万宝之战”）。

在时代变迁中，冯小刚扮演的六爷始终捍卫、并且竭力想教会后生的是什么？

一个词——“规矩”，祖辈传下来的“规矩”、尊严背后的“规矩”。

“规矩”这词当然不是六爷发明的，它语出《孟子》，在“离娄章句上·第一节”中有云：不以规矩，不能成方圆。这也是国人最熟悉最常引用的话，用来强调“规矩”的重要。

但是，你知道的，这是一种误读！根本不是孟子完整思想的表达。孟子的原句是：离娄之明，公输子之巧，不以规矩，不能成方圆。翻译成现代文，就是：即使有离娄那样敏锐的视力和鲁班那样精巧的手艺，如果不使用圆规和曲尺，也画不出方形和圆形。孟子希望借

以说明一个道理，“徒善不足以为政，徒法不足以自行”，也就是说——仅有善心不足以用来治理国政，仅有法度不能使之自行实施。

自古以来胡同有胡同的规矩，江湖有江湖的规矩，商场有商场的规矩。无论世界如何变化，那些最最基本的规矩永远不会变、一直都在那儿，比如法和理、情与义。忘了这些规矩，或者肆意践踏这些规矩，不仅有损他人、社会，到了还会伤着自己。

同样，在《老炮儿》电影里，如果我们把六爷理解成一个抢残守缺、与时代相悖的过气老流氓必然有失浅薄。规矩有好有坏，六爷守的是“规矩”后面的“善”，是情义、是法理。

细细琢磨，还真能咂出点企业文化的味儿来。我们企业的规矩立起来了没？我们有没有一点六爷的精神？后生们有没有获得教益、并自觉传承？……这些不是企业文化建设又是什么呢？

“徒善不足以为政，徒法不足以自行。”如果我们只谈价值观，就是喊口号；如果我们只谈制度，很难贯彻执行，甚至可能出现严重误导。道术合一，只有价值观与制度政策高度统一、相辅相承，企业的经营管理水平才能得到大幅提升，这才是企业文化建设的正理儿。



## 好书推荐

### 《我的诗篇》

**推荐理由：**同名纪录电影荣膺第十八届上海国际电影节纪录片金爵奖。本书由著名财经作家吴晓波策划发起，诗人、诗歌评论家秦晓宇选编。包括许知远、袁岳、窦文涛、何力、唐晓渡、吴晓波、吴小莉、崔永元、杨炼、鲁豫在内的多位各界人士参与读诗活动，活动网络总点击量近1000万。诗集及纪录电影项目屡获媒体关注，诗人及主创人员曾参与凤凰卫视《吴小莉与行动者对话》节目、《鲁豫有约》节目等。

**内容简介：**近四十年来，中国工人不仅亲手创造了中国经济奇迹，而且在生产劳动之余创作了数量惊人的诗篇，其中的佳作和许多知名诗人的作品相比毫不逊色，甚至更具有经验的厚度与直指人心的力量，但这部分文学成就被严重忽视和低估。而本书则是让他们从暗处现身，通过具体作品展示其不容小觑的文学力量。工人诗歌具有为底层立言的意义、历史证词的价值、启蒙的意义和文学价值。当一首首“我的诗篇”汇总成编，整体既构成一部以工人视角书写的关于当代中国转型的社会史诗，同时亦可视为中国工人的生活史诗与精神史诗。



### 《生命中最简单又最困难的事》

**推荐理由：**当你渐渐麻木到忘记为心灵寻找归属时，这本书能提醒你，做一个懂得思考的人有多么重要。对于接受过系统化思维训练的人，这貌似是一个可笑的讽刺，实则是一个极大的提醒——日常生活就是我们本身，既绝望又禅意；在繁琐无聊的日常中，日复一日地保持自觉与警醒，困难得不可想象。

**内容简介：**两条小鱼在水里游泳，突然碰到一条从对面游来的老鱼向他们点头问好：“早啊，小伙子们。水里怎样？”小鱼继续往前游了一会儿，其中一条终于忍不住了，他望着另一条，问道：“水是个什么玩意？”这是美国作家大卫·福斯特·华莱士2005年在肯扬学院毕业典礼上的演讲，从生活中最显而易见的平常之事入手，讨论如何摆脱生命中的重复单调，获得内心自由，保持意识的清醒鲜活。这场演讲当时默默无闻，之后却突然逆袭，演讲录音通过邮件和博客在朋友圈不断流转，引发广泛共鸣，后有工作室根据录音制作了短视频，在Youtube上，一周就超过400人点阅。图书出版之后受到更大的关注，被《时代杂志》认为是“对知识分子最后的演讲”，并与乔布斯的演讲一起入选“美国最具影响力的十大毕业演讲”。

