



护二代 LED灯

防频闪更爱眼

① 防频闪
光学半导体
恒流设计

② 高显指
还原真实色彩
高显色
智能芯片

③ 外观独特
寿命更长
塑包铝
散热设计



广东省名牌产品企业

ECOC 欧帝尔人

本刊荣获2016年“广东省优秀企业杂志奖” ODEER PEOPLE | 2019.7 | NO.1 | 总第三十八期 |

新时期 新战略 新部署

2019年对于小器鬼照明市场部来说注定是不平凡的一年，领导班子升级，团队重新组建，业务不断拓宽。在竞争越来越激烈的照明行业，小器鬼又是如何积极行动让企业保持健康稳步的发展态势，并且在不断提升品牌知名度与美誉度，进一步抢占市场份额？



扫一扫，关注《欧帝尔人》

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。



以市场为导向

以市场为导向，快速满足客户需求，是市场经济条件下企业生存的根本。

企业发展的好坏、强弱，就在于能否真正做到以市场为导向，快速满足客户需求。

市场是你的，也是大家的，要在强手如林的竞争中脱颖而出，唯有紧盯目标，快速行动，尽最大可能满足客户需求，赢得市场先机。

快速满足客户需求是企业一切工作的出发点。

面对客户需求时，企业要通过快速组织自身优势资源，比竞争对手更快更有效地满足客户的需求并最终获得成功。

要真正做到快速满足客户需求，不仅企业成员要思想统一，态度坚定，而且要有满足客户需求、成就客户的核心能力。

要培育这一核心能力，大致要做到如下几点：

其一，从企业组织来说，要精简组织架构、权力下放、充分授权，让组织里的成员更接近顾客，要让听得见炮火的人做决定。

其二，要聚集客户需求。客户的需求包括质量、速度与成本三个方面，这三个方面的需求永远都不会变，变化的只是表现形式。客户有选择权，当企业提供的产品或服务满足不了其需求时，客户会毫不犹豫地转向他处，选择其他企业。因此，要聚集并时刻关注客户的真正需求，尽最大可能满足客户需求，超出客户期望，让客户对你死心塌地。

其三，打造企业核心竞争力。要根据企业实际情况，找到并聚集细分市场，确定企业的发展定位。要围绕客户三个方面的需求打造优于其他竞争对手的独特能力，比如质量性能领先能力，交付速度领先能力，成本领先能力，等等，这样才能真正抓住有相应需要的客户。若能从单点领先，发展到多点领先，甚至于全面领先，企业的核心竞争力就越来越强，抓住市场机会、满足客户需求的能力也就越来越强，企业的江湖地位也就越来越高。

（孙亚夫）



2019.7NO.1 总第三十八期

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：黄 刚

编委（按照姓氏拼音排名）：
甘连娇 黄明鹏 黄丽萍 刘 玲
卢月清 王 娜 王 钢 余 军
杨 梅 赵春芳 钟嘉威 郑 燕
周 强 张顺鹏

后期发行：李继航

设计制作：子荆文化传媒

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@odeer.com.cn

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 04 ~ 10

行业热点 如何看待未来市场近20亿的未来路灯
日亚化推出最新LED光谱技术，定位人因照明
MIT研发新照明技术，发光植物供应照明，降低碳排放
阿根廷首都成拉美首个实现LED公共照明全覆盖城市
台湾高雄市计划全面更换LED路灯，要求2020年底完成

公司动态 JMI供应商K3平台操作
战略联盟，共赢2019
携手并肩，勇敢前行
面对新挑战，快速提升管理者领导力已刻不容缓
欧帝尔公司获2018年广东省创新型企业认定
2019年欧帝尔杯“激情 拼搏 团队”篮球赛开幕

专题 11 ~ 17

报道 全新战略擘画腾飞大蓝图 特色发展谋取照明新蓝海
新时期 新战略 新部署

人物 18 ~ 25

经销商 华东市场行—浙江余姚
华东市场行—福建漳州
华东市场行—浙江温州

精英 勇于承担，贵在坚持

管理 26 ~ 29

文化诠释 企业文化故事—如何做好领头羊？
她见过凌晨四点的欧帝尔

经理人 满足客户需求，我们没有任何借口



P14
新时期 新战略 新部署



P18
华东市场行—浙江余姚

营销 30 ~ 36

市场一线 筑梦2019 洛阳地区小器鬼照明春季新品发布会
精耕渠道 决胜终端
志存高远 携手共赢
新乡订货会

空间 37 ~ 44

产品 光如星、亮闪耀

技术 护二代系列星耀球泡灯
元器件—电阻篇

家园 45 ~ 48

欧帝尔时光 我眼中的OEM
我们一起“趣”踏青
有爱的家

生活 49 ~ 57

感悟 新欧帝尔人的日常
一步一个脚印
奔跑路上
我的坚持
高效执行力
论抱怨
不畏浮云遮望眼

文苑 58 ~ 64

观感 《哥斯拉2》观后感
读《人生不设限》有感
第二季度欧帝尔生日员工名单
好书推荐

才艺 2019届大学生Smart作品展

行业动态

如何看待未来市场近20亿的未来路灯

据有效分析,随着物联网智能化的深入发展,智能路灯的发展也会得到深入的普及与应用。到2026年,将会以31%的复合增长率增长。

据iotbusinessnews报道,今天和未来几年的街道照明计划将集中在用LED灯取代传统照明上。然而,只有20%的LED路灯将通过与照明控制系统的集成真正“智能”。

这种不平衡将慢慢自我纠正,到2026年,中央管理系统将连接到超过三分之二的新LED路灯装置。

ABI Research首席分析师Adarsh Krishnan表示:“智能路灯供应商,如Telensa、Telematics Wireless、Dimonoff、Itron和Energy,在产品成本优化、市场专业知识和积极的商业方法中获益最大”。

“此外,智慧城市供应商还可以通过托管无线连接基础设施、环境传感器,甚至智能摄像头,利用路灯基础设施获得更多机会。挑战在于找到一种可行的商业模式,鼓励大规模、经济高效地部署多传感器解决方案。”

最受欢迎的智能街道照明应用(按优先顺序):根据季节变化、时间变化或特殊社会事件远程调度灯光配置;计量单个路

灯能耗,以实现基于使用的精确计费;改善维护计划的资产管理;最后,基于传感器的自适应照明。

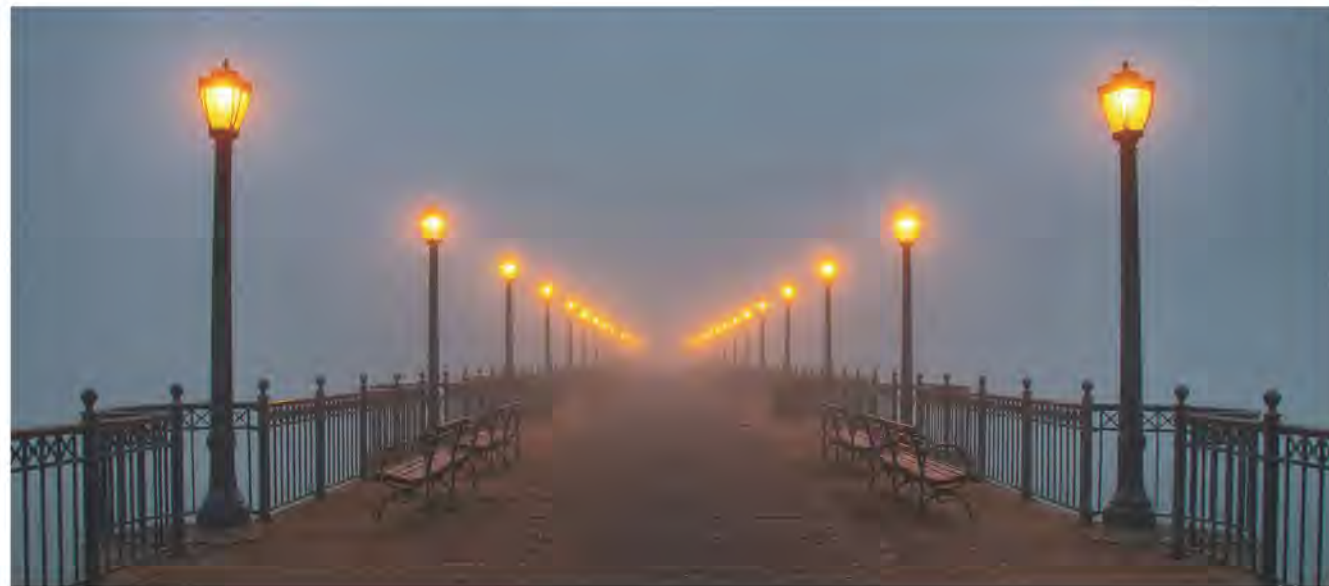
从地区来看,到2026年,亚太地区将拥有最大的智能路灯安装基地,占全球安装量的三分之一以上。这一增长归功于中国和印度,这两个国家不仅有雄心勃勃的LED路灯改造项目,而且正在建设当地的LED元件制造设施,以降低灯具成本。

Krishnan总结道:“在印度和中国,由于国内解决方案供应商生态系统和国际供应商尚处于萌芽阶段,无法调整其解决方案以满足本地市场对创新且低成本产品的需求,因此LED路灯在照明控制系统中的普及率非常低”。

基于低功耗广域网(LPWAN)技术的低成本解决方案,其次是非移动式LPWAN技术,将见证亚太地区的最大增长,分别占2026年总安装基数的48%和36%。

或许智能路灯的普及会有些慢,但是逐渐我们会融入这智慧生活的应用,比如这随处可见的路灯,未来也会让我们大家眼前一亮。

(来源: 中国电子网)



日亚化推出最新LED光谱技术, 定位人因照明

据报道,日亚化将在LIGHTFAIR International(美国国际照明展)上推出最先进的LED光谱技术,名为Vitasolis。这项技术将首次被纳入到日亚化的757平台,将通过一个旨在刺激活动的独特光谱来帮助控制人类的昼夜节律。日亚化此前曾在2019荧光粉全球峰会(The Phosphor Global Summit 2019)以及2019美国能源部固态照明研发研讨会(2019 Department of Energy SSL R&D Workshop)上展示了该技术。

到目前为止,LED照明的主要目标是节能。但是,最近许多照明应用的焦点转向改善光的质量。

最近的研究进一步揭示了光与人类行为之间的关系。人类不仅可以识别光的亮度和颜色,而且人的昼夜节律可能受到不同波长的影响,尤其是蓝绿色区域。例如,照明可以对一整天

的活动程度产生影响,包括早晨醒来、白天活动、以及夜间助眠。

日亚化表示,Vitasolis可以提供非常自然的白光,而且其部分光谱在蓝绿色区域中含有更多的能量,这有助于控制人类的昼夜节律。Vitasolis的光谱分布可以清楚地照亮物体,同时保持高光效。

Vitasolis技术的优势可为办公室、学校、医院和其他地点提供改善昼夜节律的机会。日亚化认为未来制造商会将Vitasolis与物联网系统相结合,并根据一天中的时间和所需的环境提供合适的照明,真正实现以人为本的照明体验。

(来源: 中国照明网)

MIT研发新照明技术, 发光植物供应照明, 降低碳排放

从古自今,人类使用各种方式点亮黑夜,从猿人时期的火堆,中古世纪的灯油,进化到爱迪生的电灯泡,以及现代的日光灯、LED灯。但现在,麻省理工学院(MIT)成功研发一项植物照明技术,让植物可以自动发光,照亮黑夜,并维持十几天,而且完全不需要插电。

发光植物利用萤火虫的原理发光,可维持数天。2017年,MIT教授在西洋菜里置入萤光素酶(luciferase),成功打造出可以发光的植物。萤光素酶也是让萤火虫的发光物质,它会和萤光素(luciferin)反应而发光。

研究人员将二氧化硅、聚乳酸-羟基乙酸(PLGA)与壳聚糖制成奈米粒子容器,注入植物中,PLGA会缓慢释放萤光素,与萤光素酶产生发光反应。

在实验中,西洋菜虽然可以连续发光3.5小时,然而亮度却无法维持,初期尖峰一过就会迅速变暗。因此,研究人员加入光电容粒子,储存尖峰时期的光能,接着平稳地释放能量,

因此植物的发光时间,从原先的3.5小时扩增到了数天,甚至数周的时间。

发光植物可降低碳排放,但在建筑物里种植是关键技术。MIT表示,人类的照明占全球能源消耗的20%,每年产生2亿吨二氧化碳。因此,若发光植物得以量产,将可以取代多数灯具,降低全球碳排放。

MIT建筑系教授Sheila Kennedy表示,由于发光植物需要搜集光源才能发光,因此建筑物必须提供阳光,以及维持植物生长的土和堆肥,因此如何让植物在建筑物里生长,会是未来应用植物照明技术的关键因素。

未来,发光植物研究团队会研究向植物注射奈米粒子的新方式,让植物在整个生命周期都可发光;此外,团队也会拿树木等大型植物做实验。或许在未来,马路就没有路灯,而是一个个发光的行道树,在深夜中指引归人回家的道路。

(来源: 中国照明网)

▶ 阿根廷首都成拉美首个实现LED公共照明全覆盖城市

据当地媒体报道，截止到本月初，阿根廷首都布宜诺斯艾利斯已完成全城公共照明节能改造工程，率先成为拉美地区第一个市政照明全部使用LED节能灯的城市。

目前，布宜诺斯艾利斯所有16万盏路灯及景观照明灯等市政灯具均已换成灯，全年公共照明的用电量将减少50%，年均节电8.5万千瓦时，相当于减排约4.4万吨二氧化碳。同时，每年还将节省30%的公共照明维护费用。

此外，改造工程还包括建立起了市政LED灯智能管理系统，由控制中心的电脑系统远程实时监控全城的公共照明。

（来源：中国照明网）



▶ 台湾高雄市计划全面更换LED路灯，要求2020年底完成



高雄市路灯将有新风貌，高雄市养工处表示，全市有23万盏，目前已更换约115000余盏为LED灯，其余12万余盏，预计今年8月底发包，明年1月开工，要在1年全部设置完成。

高雄市养工处表示，高雄市路灯总数为23万余盏，三、四

年来已补助争取10亿元（新台币，下同）汰换11万盏传统路灯为节能LED路灯，汰换完成后除每年省下电量约9500万度耗电量，节省电费约1.3亿元，每年也可减少约5万吨二氧化碳排放量。

养工处称，高雄市路灯电费经持续汰换节能LED路灯后已

逐年下降，以去年和2014年比较已减少约1.3亿元电费，可见汰换LED灯后确有节电效果。

不过，即使如此，高雄市路灯的电费依然很高，像去年路灯电费约3.2亿元，持续汰换节能LED路灯实为节省高雄市财政支出的首要任务。

为此，高雄市政府除全面换装全市LED路灯，将参考英国及日本PFI（Private Finance Initiative，民间融资提案）的精神，结合服务绩效与付款机制，以实施后节省的电费来支应装设LED路灯经费，新北市已在推动，在公部门不增加预算前提下，用电将可全面减少。

高雄市工务局成立PFI专业推动小组，预估今年底前可完成规画，全面换装LED灯具约需1年时间。高雄市PFI计划除全面更换LED路灯，也会评估建立智能系统，需考量建置有线传输设备及通讯成本，建置后具有灯具故障主动通报及控制中心派工维护，减轻政府的维修人力及经费。

（来源：联合报）

▶ JMI供应商K3平台培训

3月1号下午，PMC部组织了一次JMI（联合库存管理）平台的供应商实操培训，参加本次培训共有18家供应商。本次培训意在为公司与供应商后续合作铺平道路。

为什么推进JMI管理平台？

其一是信息优势，实现企业之间库存管理上的信息共享，可及时地满足市场需求；其二物流优势，减少物流环节降低物流成本，同时提高供货的整体工作效率；其三供应商可将自身的库存转嫁给欧帝尔，能够及时完成交付。让供应商了解推行JMI管理带来的实际便利，积极协助我司推行JMI管理。

JMI如何进行信息共享？

将物料信息录入系统，欧帝尔及供应商可同时在“JMI综合信息报表”查看到共管仓的收发结存情况。很直观地查看当月的物料入库情况、当月检验情况、质量异常情况等，同时可了解客户库存及紧急缺料情况，针对实际需求提前安排生产及交货，为客户未来两个月的需求预测提供极为准确的参考依据。

通过本次培训及实操讲解，供应商对我司推行JMI管理有了更加深入地了解，同时也让供应商明白推行JMI能促进双方紧密合作，达到共赢局面。

（PMC部 卢月清）

▶ 战略联盟 共赢2019

2019年1月10日，由中山市欧帝尔电器照明有限公司组织的名为“战略联盟 共赢2019”战略供应商会议在中山市小榄大信皇冠假日酒店隆重召开。出席本次供应商会议人员包括公司核心供应商及优选供应商合计31家代表、公司高层领导及相关部门领导。空前强大的阵容为本次会议的成功召开奠定了坚实的基础。

主持人开场白后由公司总经理赵伟先生致辞。赵总肯定了2018年各位供应商的成绩，并指出2019年的发展方向，希望供应商与欧帝尔“抱团取暖”，团结一致度过严寒期，做到2019共赢；随后供应链中心崔总和质量管理部吴总监分别对公司2019年度供应链战略规划、2019年度品质保障规划做了详细讲解与分析，明确欧帝尔2019年的改善方向及任务目标，希望得到各位供应商的大力支持，供应商们非常赞同公司的策略。现场供应商代表进行了发言，分享了与欧帝尔合作的点点滴滴，分享了如何在欧帝尔公司的带领下一步步做强做大，如何克服困难走到今天，分享内容引起了在场供应商的强烈共鸣。

2019年是充满希望的一年，当我们在憧憬2019年的同时也

肯定了2018年的付出与收获。经过2018年全年对供应商的数据统计与对比，最终评选出了6家核心合作伙伴和16家优选合作伙伴，并颁发奖牌以示鼓励。希望2019年再接再厉，坚定目标，砥砺前行。

会议结束后，公司邀请了所有与会人员共进晚宴，“战略联盟，共赢2019”供应商大会在一片欢声笑语中圆满结束！

（采购部 晏丽）



公司动态

携手并肩，勇敢前行

为培养新员工团队精神，提高团队意识，增强团队凝聚力。2019年5月25日，公司在佛山顺德顺峰山公园组织了一次主题为“携手并肩，勇敢前行”的新员工户外素质拓展活动。

5月25日这天，虽然下着雨，但是大家都按时到达了集合地点，并且准时到达拓展目的地。此次活动有挑战60秒（抛水瓶、报数字、“我们是最棒的团队”）、你画我猜、驿站传书、寻宝等项目。所有队员随机分成两组：大杀四方队、顺风队。每一组队员都斗志昂扬，准备在这大好的拓展时光里一展身手。

为了让大家互相熟悉和了解，在正式开始拓展项目前，教练们组织了破冰活动——名字接龙。在名字接龙过程中，每个人都要先念出前面所有人的名字再开始自我介绍，这是一个很考验记忆力及观察力的活动，经过一次又一次的重复最终达到了大家相互认识的目的，和谐的氛围萦绕在现场。

在挑战60秒项目中，要在60秒内完成3个任务，乍一听好似很难完成，但大家都没有因为表面上的“不可为”而退却，而是全情投入，相互协调配合练习，最后终于取得胜利的硕果；在你画我猜项目中，使出浑身解数向队友表达传递词语信息，在紧张又活跃的氛围中，大家也了解到搭档与沟通的重要性；在驿站传书项目里，大家群策群力，积极沟通，从每一轮的失败中分析、总结、借鉴，找出提高传书正确率的方法，最后完成项目；在最后一个寻宝项目中，通过寻访每一个规定打卡地



点，大家在顺峰山公园里饱览了美景，照片记录了大家团结共进、和谐友好的一天……

在此次素质拓展活动中，大家充分发挥团队协作精神，共同完成每一个项目，让我们看到了彼此积极的工作态度和高度的工作责任心，充分开发了个人潜力。通过完成一项又一项的任务，大家深刻体会到了团队的力量以及相互协作的重要性，提高了团队合作意识，增强了团队凝聚力。

离开了拓展训练场，回到更为广阔的工作环境，我们相信，只要我们充分发挥拓展活动中互助互信的团队精神，把每一件工作都当作是拓展训练中的一次挑战，就没有战胜不了的困难，没有解决不了的难题！

（人力行政部 张柳静）



面对新挑战，快速提升管理者领导力已刻不容缓



近年来，照明市场发生急剧变化，受国内外政治经济环境的影响，许多照明企业不约而同把着力点收缩在国内市场上，渠道竞争压力加剧，新一轮拼杀已骤然开启，市场容不得散漫懈怠，只有快步向前才能占有一席之地。面对市场环境的变化，公司领导始终坚信对人的投资是战胜未来的关键，尤其注重管理者领导力的提升建设。只有管理者的领导力得到提升，团队的凝聚力、单兵作战能力才能得到激发，在市场竞争中才能形成更强有力的攻坚力量。

提升领导力要从学习领导力开始。为此，公司特邀请了领导力培训专家、浙江大学创业学院副院长赖泓杉老师为公司中高层管理者开展了一天的领导力培训。一天的培训内容丰富而紧凑，赖老师通过古今案例和当今热点事件作为课程题材，融合现代管理学知识和领导力知识，别具一格的授课方式使中高层管理者更好地理解领导力的知识和技能如何在工作中发

挥作用，也更好地理解领导力的提升对于团队管理提升的重要性。一天的课程满满的干货，赖老师用他渊博的学术知识与丰富的领导经验为五十多名参训者提供了一次丰盛的知识盛宴，一解众人对领导力知识的短缺之渴。现场参训者屡屡在老师的知识引导下陷入反思，相信参训者能在此课程中得到深刻触动，固有的思维必定在不断地反思中得到发散与裂变，对科学而系统的团队

管理知识、领导力知识的理解和汲取必将转变管理者的管理观念和方式。

近段时间，华为无疑是风口浪尖上最受瞩目的企业，众多管理学专家在谈及华为的成功秘诀时，最为共鸣的结论是：华为之崛起，全凭任正非的杰出领导力。而任正非在内部的讲话中也多次提及管理者领导力对于企业生存发展的重要性。可见，领导力提升对于一个企业的成功是何其重要。公司锐意要发展壮大，需要所有管理者与时俱进、不断提升和突破自我，在领导力发展的道路上，公司为中高层管理者带来了理论冲击，而这远远不够，需要每一位管理者孜孜以求，学以致用，以日益强大的领导力助力企业长远发展和永续辉煌。

（人力行政部 杨叶强）

公司动态

欧帝尔公司获2018年广东省创新型企业认定

根据《关于2018年组织开展广东省创新型企业试点工作的通知》（粤高企协[2018]8号）、《关于2018年组织开展广东省创新型企业评价(认定)工作的通知》（粤高企协[2018]9号）的要求，经企业申报、专家评审、公示等规定程序，2018年广东省创新型企业试点企业、广东省创新型企业评审工作已完成。中山市欧帝尔电器照明有限公司等127家企业被评为广东省创新型企业。

据悉，欧帝尔公司自2011年通过省级创新型企业试点认定之后，2012年即成功通过省级创新型企业认定，并相继在2015、2018年通过复审认定。充分体现了政府部门对我司具有明确的创新发展战略和良好的企业文化、具有企业发展的关键技术和自主知识产权、具有持续创新能力、具有行业带动性和自主品牌、具有较强的盈利能力和较高的管理水平的高度认可。接下来，公司将继续发展提升企业自主创新能力，加大自主知识产权研发和保护力度，丰富创新型企业的内涵，升级为国家创新型试点企业，最终成为国家创新型企业。

（外联事务科 周强）



2019年欧帝尔杯“激情 拼搏 团队”篮球赛开幕



6月14日，2019年欧帝尔杯“激情 拼搏 团队”篮球赛在大家的热切期盼中正式开幕，接下来的10场紧张激烈的比赛将由此开启。

本届赛事共计4支队伍报名，4支队伍覆盖了公司所有中心，参与率极高。为了提升本次赛事的影响力及参与度，经过

主办方协商讨论，不仅对参与队伍发放一定的比赛奖金，还为各个参赛队伍提供球服补助，大大地提升了参加队员的积极性。

今年各个队伍都增加了不少新面孔，而且从前期的准备来看，各个队伍实力均衡，保证了比赛的激烈程度，同时也让比赛变得不可预测及充满未知感，让参与队伍为了胜利需要绞尽脑汁排兵布阵，也许因为一点小小的变动，就能在比赛中占得先机。

激情代表着态度，拼搏代表着决心，而团队代表着团结，为了胜利，让我们共同为参加队伍加油。比赛胜利固然重要，但是明白比赛背后的目的及意义，或许比赢得一场比赛收获更大。

加油，为了球队；加油，为了部门；加油，为了自己！~

（本刊编辑 黄刚）

全新战略擘画腾飞大蓝图 特色发展谋取照明新蓝海

市场部 喻其涛 / 庞翠华





攻研发 优体验

在喜迎祖国70周年华诞来临之际，小器鬼照明也迎来了公司成立18周年的历史时刻。站在这个重要的时间节点，面对国际、国内经济形式及照明行业带来的机遇与挑战，如何快速有效完成“成人期”蝶变，完美实现企业转型升级，将关系到小器鬼未来整体发展与企业命运，因此，2019年是尤为重要的一年。

万象更新，战略先行。在明晰企业现状与确定未来目标基础上，小器鬼照明领导决策层全部署战略决策，创新描绘发展腾飞大蓝图，力求以新蓝图挖掘照明行业发展新蓝海，撰写与广大合作伙伴谋求更好发展的大文章。以下这些方面，将是小器鬼照明下一步发展的重点努力方向。

多维度 全布局

中国是世界照明行业最大的产能国，照明应用市场庞大，产业基底殷实，良好的行业环境让众多企业都得到了不错的发展。地处广东中山，享“世界灯都”产业集群辐射红利，凭借多年来的不懈努力，公司自2001年成立至今，小器鬼照明一直保持着稳步发展的良好态势。

截止2019年，品牌累计获得国家省市荣誉100多项，产品专利100多项，在全国各地拥有分公司近30家，合作客户1000多家，遍布全国各地的网点预计超过80000多个，其中光源类产品市场占有率稳居前列，五金渠道布局完善性名列行业前茅。

“新时期 新战略 新部署”，小器鬼照明将立足全局，纵观行业，结合企业特性与过去发展经验，重点聚焦“产品、渠道、品牌、团队”四个维度。从各个方面统筹布局，全面建立系统的、可行的路径规划，基本形成“以产品为基础，以渠道作纽带，以品牌聚焦点，以团队促发展”的科学发展生态圈。

产品是企业立足市场的根本，也是企业的生命。基于“IPD集成产品开发体系”的进一步运用，新时期小器鬼照明将重点攻破研发领域，全力做大做强照明领域的同时不断延伸至其他领域。

全面聚焦照明产品，小器鬼照明攻守兼备，将多条产品线并行拓展开发。分别体现在：首先将巩固光源类产品发展，进一步瓜分市场份额；其次，将加大家居照明领域的开发与拓展力度；再者，同时紧密着手布局工程市场产品的研发；最后，全力以赴抢夺智能照明领域发展先机。伴随5G技术的出现，乘借智能家居新篇章即将全面开启之机遇，全面部署智能照明领域发展，将是小器鬼产品战略谋划的重点方向。

此外，未来主导照明行业方向的将不仅仅是产品，因而周全到位的服务以及系统解决方案，也将是小器鬼照明接下来着手建设的方向。以产品为中心，重体验、重服务，真正做到企业使命——“快速满足用户需求，提供有竞争力的照明产品和服务。”

保优势 拓渠道

渠道是将好产品、好服务输送到市场，造福用户的重要纽带和支撑。加大力度研发产品，渠道铺设自然也要跟上。在总结前18年发展经验的基础上，小器鬼照明将结合企业特色，差异化全面建成多维辐射、服务周到的立体渠道。

小器鬼照明立体渠道体系将从“横向纵向，线上线下”多维角度着手。其中，横向建设表现为：保持现有渠道地位，不断优化经销商结构，丰富巩固并向占据五金渠道第一冲刺；进一步开拓灯饰家居渠道，同时构建工程渠道等新领域；纵向建设表现在，其一，是对国内

市场的扩展与开发，建立以“经销为主，直销为辅”的经销模式；其二，不断拓宽海外合作业务过程中，将进一步优化境外销售模式，挖掘更多优质合作伙伴。此外，除线下渠道外，小器鬼照明也将把触角伸向各大电商平台，共同打通线上线下渠道推广销售。

立足全体系，更注重服务优化。在逐步推进“代理商、经销商”向“品牌商、服务商”使命转变的同时，小器鬼照明也将巧用移动互联网特性，打造用户个人IP，全面为用户挑选、配送、安装、维修、置换等提供更优质的服务。

抓推广 塑品牌

小器鬼照明经历的18年，是稳步发展的18年。过去，公司将重心和着力点主要集中在产品、渠道及市场等方面；步入2019，“品牌重塑与升级”也将成为重点建设方向。结合公司定位与发展目标，全面调整品牌调性，一个有内涵，有深度，有广度的新形象，将在不久的将来重磅亮相，剑指国际一流照明品牌。

品牌升级将分三步走。品牌重塑阶段，主要表现在，将结合公司实力及发展目标，进行品牌重新定位，进行新Logo、Slogan、Vi、Si、Kv等基础元素整改，全面搭建媒体渠道及推广体系，全面优化终端网点推广及形象改造；在此基础上的品牌建设，将从各领域建成全媒体公关合作传播，以快速有效方式进行品牌理念传播，让消费者更熟知了解品牌理念；品牌腾飞则希望形

成在建立完整、科学、有效的大传播联网基础上，让广大合作伙伴及消费者认可品牌并主动加入品牌传播，同时，逐步延伸至子品牌的开拓。

搭团队 重落地

“站得高，更能落地！”小器鬼品牌腾飞规划是一幅宏伟的蓝图，落实战略目标的实施更是一场硬战！

以人为本，人才先行。团队建设是小器鬼品牌腾飞计划促成的保障。全面优化人才配置，对内，分别从市场、研发、生产、销售各个职能版块加大人才投入与建设；对外，将不断整合优化服务于各大区域的营销服务团队，全面为公司各个环节运营提供更年轻、更专业、更具狼性的团队。

分步实施，阶梯推进。以三年为一个里程，每年逐步细化目标，每目标落实在具体职能部门。全面布局切实可行的发展路径，一步一个脚印，逐步落地，“基础部署、高速腾飞、稳健增长”阶梯推进，逐一达成规划效果，最终完成战略大目标。

立足全局，总结回顾。系统宏观地搭建规划路径，更要时刻总结回顾发展细节，与时俱进，不断调整发展策略，全面保障腾飞计划有效实施！

在不久的将来，小器鬼照明将以一个气势磅礴、斗志昂扬、全面腾飞的全新形象呈现在大众面前，敬请期待！



新时期 新战略 新部署



市场部 喻其涛 / 庞翠华



2019年对于小器鬼照明市场部来说注定是不平凡的一年，领导班子升级，团队重新组建，业务不断拓宽。在竞争越来越激烈的照明行业，小器鬼又是如何积极行动让企业保持健康稳步的发展态势，并且在不断提升品牌知名度与美誉度，进一步抢占市场份额？

广宣传 扩大品牌影响力

当今时代，网络传播如雨后春笋般拔地而起，不断地丰富着品牌宣传手段，小器鬼品牌也要搭上网络快速发展的顺风车，来一场“说走就走的旅行”。市场部在结合公司现状及品牌特性的基础上，全面整合媒介资源，不断拓展宣传推广渠道。从今年5月中旬开始，小器鬼在各大媒体、百度贴吧、百度问答、百度口碑等渠道进行了广泛的品牌推广工作。据不完全统计，短暂的一个多月铺排推广，效果显著。其中在“中国照明网、新浪家居网、网易家居网、太平洋家居网、我爱我家网、家装行业网”等照明行业及家居类主流媒体上发布的品牌新闻源达到了数十个，百度贴吧、口碑、问答发布也分别达到了上百条，基本形成了在互联网上品牌传播指数从较少到逐步稳步增高的趋势。此外，小器鬼自媒体除了微信公众号，其他譬如“头条号、企鹅号、搜狐号”等当下火热的自媒体号也在不断建立运营，全面拓宽企业资讯传播渠道，进一步提升小器鬼照明的知名度。冰冻三尺非一日之寒，品牌传播也需要我们持续发力。据了解，目前小器鬼品牌提升全案已基本建立并着手落实，下一步，“品牌调性、品牌定位、品牌识别、

品牌传播”等方面工作将会全面铺排，一个全新更富有力的小器鬼照明形象将会以崭新的面貌亮相在大众面前。

品牌推广是一个持续的过程，需要我们不断地挖掘、整合、维护、优化我们的宣传渠道，提升我们的品牌形象。这仅仅是一个开始，未来，更加值得期待。

星星之火可以燎原

一个渠道运营体系成熟的企业，擅长如何不断拓展渠道，让更多新伙伴加入合作，更懂得以科学的方式提升“老朋友”的运营，使他们发展得更好。这点，有着近二十年发展历史的小器鬼照明尤其掌握其中技巧。

“你若携手共进，我必一价到底”！5月1日—31日，“以点为基础，以燎原之势”向全国蔓延式开展的小器鬼照明《星火计划》在全国范围内火热开展。旨在深化市场服务，助力终端销量持续攀升，让广大消费者更快更好地享受到小器鬼的最新产品。

以“升级新品福利包+新客户产品包”两大礼包形式让利广大新客户，一方面着手各大灯饰店、五金店网点店面形象、样品陈列、产品技术参数及卖点科普，全面优化店铺整体布局；另一方面，紧抓小器鬼产品结构整合，以超优惠价格让利回馈经销商及网点，最终达到让小器鬼全面升级的护二代星耀系列好产品，能更加广泛的走进千家万户的目的。为期一个多月的星火计划，得到了全国各大区经销商、网点的积极响应，活动效果显著。

作为今年全面开启市场营销战略调整的举措之一，星火计划的启动，是小器鬼品牌及发展战略全面升级的开端，也是希望与广大新老客户朋友在合作与开拓市场上真正形成“星星之火可以燎原”的态势，开创更多辉煌的愿景。未来，系列类似市场运营举措将会不断推向市场，造利更多代理商、网点及用户，让我们共同期待！

推置换 抢占市场份额

全面助力代理商提升运营，提高照明行业终端市场活跃度，进入2019年的小器鬼各项“逆袭”行动不断，系列全新市场战略声势浩荡有力出击。继“扫除渠道盲点 优化店铺升级”的《星火计划》后，5月15日，以“处理积压 变废为宝”为主旨的《旧货变现 无限置换》优惠让利活动正式重磅全面推出。瞄准全国五金及灯饰渠道零售终端，旨在快速疏通小器鬼产品销售通道，加快代理商的产品流转速度，帮扶终端渠道盘活资金链，让消费者更快、更好地使用到小器鬼的最新产品。

“不分品牌，不设限制。凡是店内的光源、灯饰、电器、五金、日杂等商品均可与小器鬼置换。”，此次活动无论是优惠力度还是辐射广度都空前巨大，一经推出，便得到了广大代理商、网点渠道及合作伙伴的积极响应，市场反响巨大。来自小器鬼华南、华北、华东、华西、华中以及晋蒙豫六大片区的23家分公司纷纷于先后不同时间加入置换行动。据悉，截止至6月30日止，为期一个多月的活动开展，产品无限置换总额成功破亿元大关。

据不完全统计，小器鬼全国各地区共有278个经销商，7133个网点参与了本次活动。纵观各大片区活动成效，其中，华东大区代理商及网点活动参与最踊跃，四家分公司置换总额创下了1940万元佳绩，从单个城市数据来看，浙江分公司及辽宁分公司分别拿下了770万、522万的好成绩；而在单个经销商网点交易数据上显示，各大网点“阔气”出手抢优惠！“鞍山众邦”及“泉州上正”就是有力代表，置换金额分别累计达到了

319万、256万元。

此外，值得关注的是，小器鬼近几年推出的众多款具有高竞争力的LED产品都十分受市场及消费者欢迎，加上如此大的优惠力度，本次活动不仅吸引众多老客户加入置换行动，并且还挖掘了不少新朋友加入小器鬼的大家庭。通过本次活动全新开发加入小器鬼的网点数达到了704个，其中华东跟华南地区网点拓展速度飞快，本次活动分别新增了336家及173家。享利各项优惠政策，小器鬼全国各区域队伍正在越来越壮大。

打破往常照明行业“销售淡季”怪圈，本次置换活动是小器鬼全面疏通网点，加速新品流向市场、流向消费者的一次主动出击行为，也是全面助力品牌腾飞计划的开端。活动在小器鬼全国市场乃至整个照明行业都掀起了一阵活动参与狂潮，引起行业不少跟风，家居装修电器市场类似的活动不断陆续上映。此次，小器鬼抢占先机开展活动也为品牌率先抢占了不少市场份额，大大提高小器鬼新品渗透率，帮助合作商清理库存，全面优化代理商网点的产品结构，进一步加强了客情关系的维护，了解渠道及代理商的需求，为小器鬼下一步战略部署奠定更坚实的基础。

在整合营销团队，全力为品牌造势的全新时期，小器鬼将不断以市场发展趋势及消费者需求为导向，对内，全面提升团队建设，不断加大产品研发力度，力争为广大代理商、渠道网点提供更有市场竞争力的产品；对外，公司市场营销团队将不断结合市场规律制定各种营销战略，主动引导品牌往更好更健康的方向发展。日后，更多形式的让利互惠活动将不断推向市场，助力终端销售，让广大消费者以最快的速度、最优惠的价钱使用到小器鬼最新产品，不断提高小器鬼照明的品牌综合实力。

结束亦是开始

上一轮的市场活动刚刚结束不久，这对于欧帝尔人来说才刚刚开始。市场活动为产品销售打通了任督二脉，那么接下来如何增加销量，如何练就一身高强武艺将是我们每一个欧帝尔人责任，也是我们共同的目标和行动方向。

活动剪影

高效宣导，快速动员：



全体动员，给力出击。团队的力量是不可估量的，伴随着活动陆续开启，小器鬼驻外各大分公司团队成员迅速出击，制作宣传物料，走网点，传达活动资讯和规则，动员各大经销网点参加活动，动作迅速，誓在拿下更多市场份额。

以点带面，快速破冰：



一张“大单”带来的信心。“活动一开始，不少合作商都处于观望的态度，但伴随着河南分公司开出的首张单个网点置换金额首个超过40000元的大单，60000元、70000元的单子陆续随之而来。”好的品牌，好的活动是禁得起市场考验的，我们要对自己，对小器鬼发展都充满信心。

抢在终端，赢在执行：



以争优为荣，以执行力赢胜利。“晋蒙分公司代理商今年新招的两名业务，在本次活动中，总计帮客户出货260000元左右。”既然做了就没有理由不争取做得更好，要相信付出汗水总会有收获的，执行到位，全身心投入，相信总有属于你的胜利果实。

打击竞品，抢占主导权：



对手不可怕，可怕的是自己没信心。“在本次置换活动中，唐山鸦鸿桥客户将公牛的产品置换为小器鬼的产品，进一步扩大了小器鬼在店内的产品占有率。”对手多强大并不可怕，自己要有信心，加上努力，机会总在路上等着你。



华东市场行 ——浙江余姚

本刊编辑 黄刚

十年，多少记忆流逝，却仿佛还在；
十年，多少春秋替换，却初心依旧；
十年，多少人人来人往，却始终相伴……

浙江余姚东辉机电老板郑晓东，从2009年到2019年，与小器鬼品牌整合作了10个年头，从节能灯到LED，郑总一直是公司忠实的客户。在郑总的带领下，在小器鬼品牌的影响下，东辉机电一步一个脚印，做大做强，更加坚定了郑总与小器鬼品牌的合作意愿。

初出社会定创业

1999年，郑总带着期望来到了陌生的余姚，前往亲戚的五金店里打工。五金店对于当时的郑总来说是完全陌生的存在，为了把本职工作做好，郑总当时不断地学习，如何陈列产品、如何推销产品、如何与业务员打交道等等。经过一年左右的学习，郑总已经能完全独挡一面，将亲戚的五金店打理的紧紧有条。面对现有的成绩，郑总没有骄傲自满，而是进一步地深

入学习管理方面的知识，这也为后面的创业打下了坚实的基础。

央视广告大品牌

在亲戚五金店打工五年之后，郑总选择了创业，同样做五金店，产品种类多样，鉴于之前经验的累计，郑总的业务逐渐走上正轨。但是当时还没有接触照明行业。郑总经过深思熟虑后决定开始慢慢了解这

个行业。当时照明行业品牌太多，如何选择又成了摆在眼前的一道难题，一方面没那么长时间，不可能一家一家挨着考察，另一方面，品牌实在太多，不知如何下手。正当郑总犹豫不决时，央视广告出现了小器鬼照明的广告，并且就是做节能灯。郑总心想，广告能上央视的肯定是大品牌，质量能保证，而且品牌名字容易让人记住。于是就通过朋友渠道了解到，小器鬼节能灯在整个行业都是首屈一指的。郑总就认定了要做小器鬼品牌，并且很快就与小器鬼合作，这一合作就是十年。

人性管理助发展

目前，郑总已经配备了4辆配送车及2名专业的业务员。每天早上上班第一件事就是整理库存，销量比较大的产品准备充足，然后再去拜访客户。关于维护客情方面郑总特别强调服务，尽我们最大努力为客户解决问题，保障客户的利益，才能实现双赢。这不仅仅是口号，也是郑总长期以来坚守的原则。对于个别特殊客户，郑总给予特别条件，若资金周转不开，可以先卖产品，等资金周转开再回款。人人都有困难的时候，雪中送炭必将铭记于心，郑总就是雪中送炭之人。现在他们不仅是生意上的伙伴，更是生活中的朋友。

顺应改革步步高升

为了感谢余姚客户对公司的支持，同时维护客情，拉进与客户之间的关系，郑总与我司区域经理探讨后，决定组织筹备客户答谢会。连续几年的客户答谢会均是请客户吃饭，拉进关系。是否可以借答谢会搞一些活动，提升产品销量呢？郑总心里突然冒出这么个想法，与我司区域经理合计一番，觉得可行。于是，2018年的客户答谢会，郑总与我司区域经理提前规划，在原有吃饭感谢的基础上，增加了抽奖、新品推广等环节。较之前单纯的吃饭，目前的答谢会更加有趣，客户也更加喜欢。

2018年答谢会非常成功，当天到场客户160余

人，余姚客户基本全部到场，答谢会也受到参加客户的一致好评，大大提升了小器鬼品牌在客户心中的地位及印象。一场成功的晚会离不开前期的充分准备。活动方案制定可谓是让郑总及我司区域经理绞尽脑汁，如何宣传造势？如何提升现场氛围？如何让客户满意？首先前期大力宣传，当答谢会时间确定后，再提前一个月做全面宣传，一方面打电话告知各位客户答谢会的

相关信息；另一方面通过业务员将答谢会信息传达到各位客户，保证所有客户都收到了答谢会的邀请。再到奖品设置：奖品设置也非常有吸引力，不仅包括小米电视机、冰箱、吸尘器、电饭煲、热水壶等家用电器，还设置了88元的兑换券，可在进货时抵货款，奖品如此丰富，客户们热情高涨。利用现场的活跃氛围，顺势推出小器鬼新品，不管外观还是性能都让人眼前一亮，客户们争相下单。仅仅一个答谢会，现场下单金额达到了77万元，大大超出了郑总的期望。本届答谢会的改革获得圆满成功。

十年回首心依旧

经过郑总十个年头的精心经营，小器鬼已经是余姚地区占有率最大的品牌，其他竞品很难打入余姚市场。郑总对未来充满了希望，希望自己公司能与小器鬼更上一层楼，在第二个十年里能不忘初心，做好品牌，做大市场。



余姚郑总



答谢会



华东市场行——福建漳州

本刊编辑 黄刚

福建漳州地处“闽南金三角”，是厦深铁路、龙厦铁路、鹰厦铁路、福厦高铁交汇的重要枢纽地区、国家区域级流通节点城市。经济飞速发展，连续几年经济增速位列福建第一。小器鬼经销商漳州市尚乘贸易有限公司就处在这样一个高速发展的城市之中，并且在老板王剑楠的带领下，稳步发展。

初识小器鬼

王总在做小器鬼经销商之前在公牛做业务经理，业务能力较强，对五金渠道比较熟悉，因为同样是做五金渠道，所以会不经意间留意到小器鬼照明这个品

牌。名字特殊容易让人记住，再加上小器鬼品牌在漳州市场占有率较高，偶尔也听到客户对于小器鬼品牌的反馈，所以王总也逐渐开始注意小器鬼照明，并逐渐了解小器鬼照明的产品质量、销售模式、公司政策、业务推广、市场口碑等方面，为后续的合作奠定了坚实基础。

创业首选 非你莫属

2017年底，工作多年的王总经过深思熟虑后决定创业，因为有多年的五金渠道摸爬滚打的经验，所以创业方向还是在五金渠道。但是五金渠道产品品相多

种多样，到底什么产品适合呢？一方面必须质量过硬，得到消费者的认可；另一方面品牌要有一定的知名度，已经有了一定的消费者市场。此时在王总脑海中不断跳跃着“小器鬼”三个字，对啊，小器鬼照明不就正符合两个最根本的要求吗？说干就干，2018年初王总就联系到漳州小器鬼的负责人，恰巧当时漳州代理商因为种种原因需要更换，经过多次的沟通交流，双方达成初步合作意向。

此时另一个难题随即而来。想做小器鬼照明的代理商肯定需要一定的经济实力为前期进货做铺垫，王总拿出所有积蓄但是还是达不到要求。怎么办呢？难道要放弃这么难得的一次机会吗？No，王总做出了一个大胆的决定，将自己所住的房子卖掉，保证资金周转正常。正是这一次大胆的决定，让王总成功拿到了漳州地区的代理权，并成立了漳州市尚乘贸易有限公司，真正踏上了创业之路。

紧跟脚步 走上正轨

当王总确定与小器鬼合作的那一刻开始，小器鬼分公司经理及区域经理就倾注了大量的精力及物力，密切关注着王总的动态，并经常与之探讨如何开拓市场、如何维护客情、如何推销产品、如何提升业务员的执行力，等等。结合市场的实际情况及王总之前的管理经验，王总提出了对客户管理采用ABC管理原

则，何为ABC管理原则？即根据客户的销量、小器鬼产品品相、发展潜力、回款等方面将客户分为三类：A类：核心客户，B类：一般客户，C类：意向客户，针对不同的客户需要采用不同的方式，以便效果最大化，如下图：

措施 类别	拜访频率	店面陈列	库存销量
核心客户	基本每天拜访	品相全，陈列整齐	库存量较大
一般客户	一周2-3次	品相较少，陈列一般	库存量一般
意向客户	不定	通过产品及政策吸引客户	无库存量

王总通过ABC管理原则不断的拓展新客户，维护老客户的客情，短短一年时间，新网点增加100多家，设定专卖区客户10来家，生意逐渐走上正轨，并且王总为了满足目前的业务需求，已经配置了6台送货车，5台车每天按照规定路线完成既定任务，另一台车停放仓库，随时调动，以防客户急需配送产品。

期待更上一层楼

随着小器鬼品牌不断地渗透市场，了解并购买小器鬼品牌的客户越来越多，王总也希望自己公司能借助小器鬼品牌，搭上漳州高速发展的顺风车，不断壮大，不断成长，实现共赢。同时也希望并祝愿小器鬼品越做越大，公司更上一层楼。





华东市场行 ——浙江温州

本刊编辑 黄刚

热情好客、爱笑、沉稳的一位中年男子，这是我对温州欧博五金机电有限公司老板黄忠泽的第一印象。在刚开始接触时，可能是第一次接受采访，黄总显得有些拘谨，随着时间不断推进，在生意场上摸爬滚打几十年的黄总，很快就适应过来，侃侃而谈。

生意老手 谨慎选择

从1986年到2004年，黄总一直做终端零售，随着市场的变化和心态的转变，在2004年成立了温州欧博五金电机有限公司，因为经营有方，公司销售额逐年提升。公司产品也越做越丰富，不断完善着产品品相。在与小器鬼合作之前，黄总也与其他多个照明品牌有过合作，但是都以失败告终。2017年年初，通过行业内人士介绍，了解到小器鬼品牌，口碑和质量都得到市场的认可。因为前面几次合作失败，所以这次选择更加谨慎。黄总为了更加了解小器鬼产品的信息，专门到公司总部进行摸底。“心里有底了，踏实了”，这是黄总了解公司管理体系、产品线后的感受，于是果断的与小器鬼品牌合作。

组建团队 稳定增长

经营多年，其他模块生意比较稳定，目前在照明行业如何突破成为了黄总需要解决的问题。为此，黄总进行了人员整合，之前所有大小事都是自己处理，现在成立了销售部，关于销售之类的工作都由销售经理负责。团队搭建完成，各司其职，在小器鬼品牌区域经理的协助下，小器鬼产品销量也大幅度地提升，从2107年的80万，到2018年的200万，再到2019年上半年已经完成了150多万，销售额稳定增长，让黄总对小器鬼越来越有信心。

助力品牌 谈规划

除了团队管理，在客户渠道方面黄总也进行了改变。每年对客户从销售额、回款等方面综合考虑，整理出客户排行榜，对核心客户进行重点维护，不仅公司政策稍作倾斜，还会在价格方面给予更多的优惠，保证核心客户的利益。为了开发新客户，2018年，黄总还特地做了赠送苹果手机活动，对于订货达到一定金额的客户赠送手机，吸引了不少新老客户参加，因为活动效果反馈很好，所以2018年每个季度都做一次，大大提升了市场活跃度。

5月，欧帝尔公司为了提升产品销量，增加市场占有率，特地由市场部推行了“置换活动”。黄总对于本次置换活动表示非常认可，凭借置换活动不仅开发了新客户，增加了市场占有率，同时也稳定了老客户，不少老客户都通过这次活动增加了店里小器鬼产品品相，提升了销量。短短半个月时间，欧博置换活动已经达到了40W的成绩。

小器鬼品牌的销售逐步走上正轨，当然不仅仅满足目前的成绩。“人无远虑，必有近忧”，黄总总结之前失败的经验，对以后发展更加偏向品牌，黄总认定以后的市场竞争肯定是品牌的竞争，当下，就是要将小器鬼品牌深入人心。在小器鬼品牌做成熟稳定以后，也将通过订货会、客户答谢会等形式不断助力小器鬼品牌推广。

后 记

欧博黄总经商30多年，有自己的市场敏感度和思路，希望公司能重视品牌推广，为以后的市场竞争做好铺垫，立足品牌，树立品牌，推广品牌，促进长远发展。



勇于承担， 贵在坚持

生产部 刘丽

有那么一个人，在花季的年龄，怀揣着梦想和充满着对社会的未知，来到一个叫做小榄的地方开始为自己的梦想奋斗。他叫林远胜，一个充满热血的年轻小伙子。

2012年10月26日，他有幸加入到了欧帝尔这个大家庭，他进入公司的第一天就被分配到前置加工去加工物料，刚开始的时候他只负责一些简单工作，但是他认真工作，努力学习，慢慢的他跟着拉长学会了更多的技能。调试机器、更换模具现在对于他来说都得

心应手。他不怕辛苦，不怕累，为了尽快学会并掌握更多的技能，他经常利用休息时间研究设备，当设备有异常，ME的人来维修时，他都在一边认真看，认真学习，并且记录下来，有时他还在网上学习设备调试及维护的相关知识，慢慢的从一些小问题开始自己维修，再到大问题也自己修，到现在设备所有的问题都难不到他。虽然这并不是他工作职责范围内的事情，但是他说：“怕什么，技多不压身，能多做一点就多做一点”。就这样他在这个岗位一做就是5个年头，现

在的他俨然成为了前置物料加工岗位的“老司机”。

每年的3月都是公司最忙的时候，今年也不例外，车间所有拉线全部开满，大家都疲惫不堪。我还记得那是3月26号的上午快下班的时候，林远胜匆匆地跑过来跟我说，打K整型机坏了，维修有点复杂，需要专业的ME维修人员才修得好。我马上联系ME的同事上来维修，但是他们告诉我这个机器维修需要时间，一时半会恐怕修不好，大概需要一两个小时。现在要下班了，等下午再来修吧。我听到这个消息当时就懵了，这就代表下午有2个小时不能加工物料了，现在前线吃紧，作为前工序，不能按时提供“子弹”给前线奋战的战士们，这让他们如何战斗呢？这下可愁死我了。这时候林远胜看出了我的为难，告诉我：

“线长，现在快下班了，让我来试试看能不能修好吧，我今天中午不下班也不休息了，利用中午这点时间争取把它修好，不能影响后面的进度。”我一听颇为感动，再考虑到林远胜之前有过维修设备经验，决定让他试上一试，说：“好，辛苦你了！我留下来陪你。”他说：“不用，你下班休息，你下午也有很多工作，再说你留下来也没有用，你也不会。”我想也是，就这样我们都下班了，他一个人在加工房里维修机器。下午我提前来到车间，想看看他修好了没有，结果看到他不但把机器修好，还把下午急需的一款物料也加工好了。他就是这么一个有责任心，有担当的小伙子。就是他的这份勇于承担的精神，才让车间的战士们没有后顾之忧的往前冲。

2018年6月，欧帝尔篮球赛正在如火如荼地进行，林远胜作为野狼队成员正在场上拼搏厮杀，突如其来的一个电话或者说一个噩耗几乎将他击倒——父亲病重，需要他马上回家。不好的预感涌上心头。回家才知道父亲得了癌症，已经到了晚期，病情很严重，已经支撑不了多久了。在治疗不久后，病魔无情地让林远胜父子阴阳相隔。如此大的打击让他没有心思工作，向线长提出了离职。线长告诉他，你先别急

着离职，岗位需要你，公司需要你，你先处理好家里的事情再说工作的事。大概十天后，线长打电话给他，咨询了具体情况，确定家里事情处理差不多了就让他回来上班。林远胜经过这段时间调整了自己的状态，事情已经发生并且无法挽回，那么还要向前看，日子也要继续。岗位需要我，公司需要我，而且一直没有放弃我，我应该振作起来，为公司贡献自己的微薄力量。想明白了这件事后，林远胜毅然决定回到工作岗位上，继续在岗位上为公司的发展尽一份自己的力量。林远胜表示：“感谢欧帝尔在关键时刻没有放弃我，并且得到了领导的鼓励与支持，成为了我渡过难关的坚强后盾”。你若不离，我便不弃，这就是他与欧帝尔之间的情愫。

每一座漂亮的宫殿建成，都离不开曾经那些默默搬砖的人；每一个公司运营，都离不开这些勤勤恳恳的员工，总有一种力量让我们热泪盈眶，总有一种感动让我们深刻铭记。





191项目自1月14日立项以来，一直是困难重重。整个3月份，因外观问题供方在一次又一次地改良工艺工序，到4月初工艺工序已基本确定，最终定于4月9日验货、4月10日装柜出货。时间紧迫，压力越来越大，4月份开始，采购部向总便每天带着杨经理和我奔赴供应商处核对当天欠货数据、合理排产后分别在五金厂、抛光厂和电镀厂蹲点督促改善。

4月4日，核对完数据之后，向总便赶回公司开会，杨经理和我便立马赶往电镀厂跟进当天第一批梯形架子的电镀情况。10点左右，杨经理接到供应商的电话，“杨经理，抛光厂出异常了……”。挂完电话，杨经理面色凝重地告诉我，原计划4号抛光出来的粗胚，可能没戏了，原因是抛光厂附近的餐馆发生食物中毒事件，为全面排查原因，抛光厂被要求停止开工，我们的架子还在里面。消息一传回公司，参与项目的各个部门的负责人都十分焦急，本身之前因为更改工艺交期已经延期一次，再次延期的话外贸负责业务的同事也很难与客户沟通。得知消息的向总立马奔赴供应商处坐镇指挥，已经到电镀厂的就加紧电镀，架子一回来就安排组装送货，原材料不够的就加紧定货，安抚好五金师傅们，晚上加班甚至通宵焊接。

其他问题都解决了，就剩下抛光厂的问题了，而

这个其实才是最大的问题，因为在前期更改工艺工序的时候，我们也找了七八家抛光厂，都回复达不到我们的品质标准，而现在最熟悉我们工艺、品质要求的抛光厂已经无法开工，第二天又是清明节，法定节假日很多厂已经放假，要找人赶工更是难上加难。问题明显，但是问题还得解决，向总坚信方法总比困难多。4月5日虽然已经放假，他还是坚持电话联系行业类的朋友或者找供应商推荐，皇天不负有心人，最终联系上了鹰皇工业园里一个抛光厂的老板，经过现场沟通、指导，终于能达到我司要求。

前后历时3天，五金厂、抛光厂、电镀厂、供应商组装线都被5头梯形吊灯折腾到魔怔，4月10日，我们终于如期出货。向总就像是我们的军师，从容、镇定、迎难而上、毫不退缩，带着我们驶向胜利的彼岸。

点评：

作为采购总监，向总在遇到困难和突发状况的时候从容镇定、没有退缩、勇于承担，并且牺牲自己的休息时间寻找资源，全力以赴解决了问题，这样无畏坚韧、无私奉献的品质值得我们学习。

她见过凌晨四点的欧帝尔

人力行政部 张柳静

191项目在2月份春节收假回来后，开始了新一轮的紧张准备工作，筹备到将近2月底，3月1号客户就要来公司验货，包装，寄展柜，然而我们的供应商还未能按要求把5头梯形吊灯如数出货，时间紧迫。想到此，采购部决定到供应商处驻厂跟货。于是，负责跟进项目进度的采购部李萍，在与供应商确定了时间后，2月28号当天到供应商处跟进5头梯形吊灯的生产进度。

在跟进供应商的生产过程中，遇到了很多困难。最开始做的时候，1个熟练工，要装好1个5头梯形吊灯大概需要1个小时，可是当时厂里并没有这么多熟练工，也没这么多员工在产线上协助生产。已经预感到这项棘手的工作没个七八小时是搞不定的，困难摆在面前，反而激起了李萍的斗志，明天就要验货，无论如何，哪怕是要通宵，也要把这15台灯给赶出来！现场人手不够，那就联系厂长安排已经下班的员工回来加班协助，再安排员工后期调休；员工不会组装这款灯，那就联系厂里负责这款灯具的工程师到生产现场指导。李萍并没有在一旁干看着，而是跟着一起学习如何组装，因为多一个人就多一份力量，于是她也亲自上阵与大家一同组装灯。

在产线上，与员工协作，从一开始的手忙脚乱到后来的得心应手，从最初的一两个小时1台灯，到后

来的1个小时2台灯甚至更多一些，累了就稍作休息，走走动动提神，或者撑着脑袋在产线上眯一会。好几次，供应商老板都忍不住劝李萍：“李小姐，你回去吧，我们做好就给你送回公司去。”或者：“李小姐，你去会客室睡一会吧，这里他们监督就好了。”但是李萍都拒绝了对方的建议：“我还是亲自盯着比较放心，什么时候做完了，我就什么时候休息。”

就这样，时间一分一秒的过去，车间灯光下交织着他们忙碌的身影，不知不觉就忙到了凌晨3点多，在李萍与供应商员工、工程师的共同努力下，15台5头梯形吊灯终于尽数组装完成，将近凌晨4点，成功将产品都送回了公司。



点评：

工作中常常会遇到这样那样的困难，但是办法总比困难多，在191项目小试跟进中，李萍不惜牺牲自己的休息时间，利用现有资源，解决困难，达成最终结果，这样无畏坚韧的品质，值得所有人学习。



满足客户需求，我们没有任何借口

人力行政部 孙亚夫

5月31日晚，公司赵总接到某客户对我司的投诉，内容大致为某订单没有在既定的交期里完成交付（即使有许多的客观原因）……

事情还得从今年2月份开始说起，老客户A与我司沟通，有意向大批的平板灯订单，并表露了长期合作的意向。2月27日，经过前期的沟通及询期后，客户正式下了第一批订单。3月4日，PMC部回复此批订单从4月开始交货，并在规定的时间内完成交付。但接下来，第一批订单的交付遇到了问题。

3月19日晚，通过与供应商B沟通，我司了解到IC供货困难。我司供应链、采购部及供应商试图通过从原厂拦截、市场上搜括现货等方式解决IC供货问题，但一次次落空。

在此期间，鉴于IC交付异常困难，4月12、24日，PMC部及国际事业部与研发部相继沟通，询问是否能采用IC替换的方式从技术层面解决问题。

5月10日，迫于交付压力，由总经办吴总、崔总组织相关部门召开171项目启用自制方案驱动会议，确定采取边认证边订购物料生产的自制方案。

与此同时，3月27日，我司接到该项目第二批订单。我司回复第二批订单交期：从5月22号开始交付至6月13号生产完成。但客户对此交期没有正式确认。

5月底，我司将第二批订单交期更新，延期至6月19日。客户对我司更新并延迟交期的行为极为不满，并将此事投诉至公司总经理赵总。

在171项目中，尽管我们各部门付出了很多努力，但最后没有满足客户准时交付的需求。或许有人会说，这是IC厂家供货异常等客观原因导致的；或者说，这根本是一个无法准时交付的任务……

我们真的不能准时交付吗？答案显然是否定的。之所以没有准时交付，原因大概有以下三点。

一是强调困难，找借口，缺乏真正的市场导向意识。我们只把市场导向挂在口头上，遇到搞不定的事情，完不成的工作时，我们喜欢强调客观理由，摆出过程中遇到的种种困难，认为所有的困难都是客观存在且无法解决的。其实，看起来困难是客观的，但实际上是我们缺乏真正的市场导向意识。171项目中，

IC供货问题看上去是客观存在的困难，但如果我们具有强烈的市场导向意识，在察觉到IC供货存在风险时，我们就会以满足客户需求为目标，积极想办法解决问题（如尽早启用自制驱动方案）；相反，如果认为IC供货是客观存在的困难，下意识里把其当成一个无法完成目标的借口，那目标自然无法达成。所以，过多地强调困难，强调客观原因，其实就是缺乏市场导向意识的表现。

二是缺乏锲而不舍、全力以赴的精神。工作中遇到困难是常事。目标感强的人会为了目标的实现而拼尽全力，不达目的誓不罢休。有了这种精神，任何困难都阻挡不了。很显然，171项目中，各部门缺乏这种拼劲。大家更多的是职责使然，尽力而为，把达不成的结果，归咎于客观原因或他人。

三是对工作要求不够高——按部就班，墨守成规，缺乏改变与突破。试想，如果国际事业部对客户的要求理解得更准，对公司内部强调得更清晰；采购部对供应商评估得更准，对风险识别得更清；PMC对产能评估得更准，对交付把控更好；研发能更主动参与，并通过技术分析更好地提供支持；遇到问题后，各部门能以满足客户需求为导向，打破常规，集思广益，就一定能找到更有效的解决办法，能达成更好的工作结果。

商场如战场，在这没有硝烟的战场上，稍有不慎、懈怠，都会给对手以可乘之机。即使我们遇到了很大的困难，承受了很大的压力，但面对客户需求时，我们唯一的办法是快速去满足；在市场需求面前我们没有任何借口！我们不能快速满足客户需求，客户不会因为我们的辛苦付出而体谅我们，客户也不会因为任何主观客观原因而给我们延期等待的机会。如果我们不能快速满足客户需求，客户随时可找其他的供应商取而代之；随时都有无数个竞争对手来抢占我们的客户、我们的市场；不能快速满足客户需求，我们随时都有可能被我们的经销商、终端消费者所抛弃。

公司强调以市场为中心，以满足客户需求为导向，目的是为了抢占市场，赢得客户，获得发展先机。当市场机会来临，我们需想尽一切办法，抓住机

会，集中所有资源与力量，与时间赛跑，快速满足客户需求，赢得客户，抢占市场，不给任何竞争对手进入的机会。没有强烈的市场导向意识，没有抓住机会的能力，纵使你有万千理由，也换不回市场对你的同情与眷顾，只能眼看着自己被客户抛弃、市场被竞争对手所蚕食，企业终将无立足之地。

以市场为中心，以满足客户需求为导向，不仅仅是业务部门的事，而是所有部门的事。客户有内外部客户之分，我们每个人都有各自的客户，工作的上下游就是我们的客户，我们的工作必须对上下游负责，我们每个人只有快速满足了上下游内部客户的需求，公司才能快速满足我们的外部客户的需求。任何时候，公司或团队的整体目标就是满足客户需求。我们所有部门、所有人的工作都应围绕此目标的达成而进行。我们不仅要努力完成好自己职责范围内的工作，还要尽可能地承担一些边界性的工作或者职责以外的工作，为团队成员提供良好的协作，这样，团队的目标才有可能很好地完成。一旦工作中出现了问题，遇到了困难，可能解决此困难是某个部门的职责，如果大家群策群力，困难自然容易解决；如果各扫门前雪，问题得不到很好的解决，就会出现某些部门的工作按要求完成了，但最终公司的目标没有达成的结果。公司的目标没有达成，我们会丢失掉客户，丢失掉市场，公司就无法存活！

在客户需求面前，必须全厂动员，快速行动，一切以市场为中心，以满足客户需求为目标，摒弃任何的理由与借口，竭尽所能，奋力达成。





筑梦2019 洛阳地区 小器鬼照明春季新品发布会

河南分公司 张志平

阳春布德泽，万物生光辉。千年帝都，牡丹花城，在这个古朴而又朝气蓬勃的城市，在古都洛阳，河南驰鼎照明电器有限公司迎来了小器鬼照明2019年春季新品发布会。

秉承着“成为用户信赖和社会尊重的企业”的愿景，公司晋蒙豫胡志国总监，河南分公司张志平经理，洛阳张林永区域经理携河南分公司团队全体成员及河南驰鼎照明电器有限公司董事长周孟、周亚兄弟，和平顶山鲁总、沁阳董总及洛阳地区小器鬼经销

商一同来到与会现场。正所谓，志合者，不以山海为远。为了共同的事业与目标，大家在百忙之中抽身，不辞辛劳赶来，参加筑梦2019新品发布会。正如习主席所说，我们都是追梦人！

品牌有力量，团队有干劲，代理有热情。河南驰鼎照明电器有限公司董事长周总在会上由衷感慨：在与小器鬼品牌合作这几年来，真切感觉到小器鬼品牌的与众不同，功崇惟志，业广惟勤，小器鬼公司团队在与运营中心的合作中，有目标、有方法、有激情、

有实干。大到目标制定规划实施与完成，步步跟进，小到产品陈列，促销地推，时时到位。几年来公司品牌在洛阳地区知名度与影响力节节攀升，运营中心高速增长，加上公司优秀团队的助力，周总表示有信心在洛阳地区把小器鬼做成行业强势品牌！

公司晋蒙豫大区胡志国总监更是从市场环境、行业动态、品牌优势等多方面进行专业分析解读，和大家共同讨论市场空间所在，明确各经销商方向和目标。一直以来，公司产品品质、终端形象都得到了各经销商一致肯定。新的一年，公司会在新品研发，产品的陈列展示，各经销商网点的分布上下大力度，让品牌效益、产品口碑、终端形象和团队协助落到实处，切实帮助各经销商提高销量，提升本区域竞争力。一花独放不是春，百花齐放春满园。各经销商与公司齐心合作，共同发展，才能共创辉煌，实现共赢！

会上，公司2019年新品也一一亮相，会场氛围顿时活跃，各位经销商更是热情高涨，争相体验，并对

新品赞不绝口。胡总也借机宣布订货会订货政策，奖励多，政策好，现场气氛达到顶峰，以至于周总准备的礼品都不够用，现场追加奖品，订单完全超出预期！家人们又一次用实际行动证明了小器鬼

品牌的魅力，以及和公司同心共赢的热情和信心！会议在大家的满意和欢笑声中圆满结束！

但是，订货不是结束，我们的工作才刚刚开始，我们要拿出千倍万倍的热情，为客户提供更好的产品和服务，把客户对小器鬼品牌和河南驰

鼎照明电器有限公司的信赖继续延续，提高销量。针对订货金额较大的分销商，河南分公司团队与河南驰鼎周总已经开始讨论对他们进行一对一的专项帮扶和具体细节的进一步落实。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越！小器鬼照明筑梦2019，我们在行动！



精耕渠道 决胜终端

河南区域经理 韩小亮

春回大地，万物复苏，又到了播种希望的季节。不论过去的一年是否满意、是否完成了既定目标，那都是过去式。不知道你是否做好了今年的市场规划及业绩目标？过去的一年，有幸走访了全国区域的一部分分公司及小器鬼代理商，受益良多，现将一些好的方法推荐给大家。

一、传统五金渠道

五金渠道，是我们“小器鬼”品牌的主要销量渠道。可是2018年度数据显示，主要竞品之一的公牛在全国范围内有60余万家终端网点，全品类销量100亿左右！相比之下，我们在全区域范围内仅有6.9万家左右网点，销量也差之甚远。做这个数据对比，主要是让大家看一下我们比别人差在哪？

2018年，公司推出了一平米陈列活动，助力大家抢占终端网点。有的分公司宣讲到位，代理商积极参与，取得了较好的效果！所有参加终端一平米的客户，店内有产品陈列，有货架贴，有推拉贴，有条件的地方还有门贴。产品陈列及广宣物料都占据了店内的黄金位置，视觉冲击力强，产品销量也提升一大截。

比如河南分公司，去年全年共报备一平米陈列客户670余家，终端产品见面率大幅提高，最终结果也不错，全年任务完成率名列公司三甲之内。

二、家居灯饰渠道

自2017年以来，公司陆续推出了客卧灯等适合灯饰渠道销售的产品，补全了产品线。家居类产品上市以后，一部分合作伙伴抢先下手，迅速布局，开拓了我们原来没有的灯饰渠道。

湖南衡阳，一直以来是“欧普”的标杆市场，“欧普”品牌在当地很强势！我们的代理商苦于没有合适的产品，灯饰渠道网点增长缓慢。但是，在家居产品上市后，代理商敢于面对挑战，主推灯饰渠道。经过几年的努力，取得了不错的效果，销量也突破了

以往的瓶颈。衡阳代理商也成了我们公司的明星客户。

3月9日，在朋友圈看到一条消息，衡阳第28家小器鬼专卖店准备开始营业了！小器鬼在衡阳路越走越宽，销量稳定提升，离不开代理人华哥的明确思路和决心。特别欣赏华哥的一句话：“欧普是什么，它就是我的路标，它的店开在什么地方，我一定在附近搞一家”。

三、其他相关渠道

最近管道、卫浴市场比较火爆，我们是不是利用这个机会，把我们的产品也放进去，蹭一下热度呢？

四川绵阳代理商原来做过水暖业务，他就想把原有的渠道利用起来。不得不佩服我们的代理商的智慧与魄力，代理商找到了一个很好的突破点：利用我们的浴霸展架，先把样品装好，展架上的不要钱，赠送给客户，但客户需要备一套和展架上一样的产品。先把网点铺开，经过一段时间的努力，绵阳成为了公司浴霸销量占比最高的代理商。同时，在浴霸占领渠道后，其他品类的产品也陆续铺开。不得不说，这又是一个敢想敢干的代理商！

总之一句话：“精耕渠道，决胜终端”。想要获得好的销量，就必须有过硬的终端网点和数量。过硬的终端网点，一定是一步一个脚印的干出来的，所以我们一定要踏踏实实做事，不要心有旁骛。借用习主席的一句话“我们都是追梦人，撸起袖子加油干”！预祝所有的合作伙伴及同事2019事业兴旺，财源滚滚！





志存高远 携手共赢

——南阳小器鬼照明春季酬宾订货会圆满成功

河南区域经理 付云亮



阳光明媚，春暖花开，南阳王刚灯具电料首届春季酬宾订货会于3月19日在南阳兰亭盛宴大酒店隆重举行。不仅小器鬼照明总部领导、晋蒙豫大区经理和河南分公司团队莅临会场，而且南阳代理商团队和渠道优秀小器鬼客户亦齐聚酒店，共同打造酬宾订货盛宴。

志存高远，合作共赢

有梦想，就有方向，有赤诚，就有美好的未来。在会场上，南阳王刚灯具电料批发董事长王总，亲自讲述了自己的经营之道以及做品牌的重要性，深刻阐述了“没有做不好的市场，只有做不好市场的人”的重要观点。台下小器鬼照明渠道优秀合作客户，深受启发和鼓舞，深刻意识到品牌的重要性，明确了自己未来的发展方向和经营理念，为他们后期的经营提供了宝贵的经验。

精英团队，共筑未来

参加酬宾订货会的嘉宾阵容庞大，有小器鬼照明河南分公司团队，南阳王刚电料批发代理商团队，南阳渠道客户团队，三大团队，齐聚一堂，这体现了小器鬼照明南阳渠道客户团队的庞大，也体现了南阳区域小器鬼产品销量从低增长到高增长，发生了质的变化，也说明

了小器鬼照明品牌得到越来越多客户的认可和信赖。

金花四溅，订单火爆

会场上，当主持人把感恩回馈政策公布以后，台下优秀的客户们热情高涨，积极排队，踊跃下单。然后，他们拿着订单券，挑选金蛋，他们砸的如火如荼，不断有大奖出现。虽然砸金蛋只是一个活跃气氛的娱乐节目，但是客户们从中收获了快乐，获得了感恩。





新乡订货会

河南区域经理 刘军磊

3月28号，小器鬼照明新乡订货会暨新乡夏润商贸高端客户答谢会在新乡国际饭店三楼隆重召开。公司大区经理、分公司经理以及多位区域经理齐聚新乡，助力新乡夏润商贸答谢会！

自2018年和新乡夏润商贸合作以来，小器鬼照明为夏润商贸提供了优质的产品和完善的售后服务以及先进的经营理念，与此同时夏润商贸公司重视小器鬼产品推广销售、重视终端网点销售渠道拓展，双方互

惠互利，共同打造了小器鬼照明在新乡的良好口碑和市场占有率，切实帮助各经销商提高销量，提升了本区域的竞争力。

本次夏润高端客户答谢会，经过小器鬼团队、夏润商贸团队多日的精心策划，会场布置、促销政策制定、开会当天人员接待服务等工作均有条不紊的进行着。活动现场对优秀客户进行表彰并赠送礼物，开展幸运水杯抽奖活动。现场订货满足最低金额客户可参加幸运水杯抽奖活动，享受对应订货金额返点、年终返点、豪华大奖以及现金红包等优惠活动，在优惠的订货政策和现场热烈气氛下，客户们纷纷去收银处交款下单，不时传来的大额订单，更是带动了现场的气氛高潮迭起，掌声不断。

整个订货会从上午10点起一直持续到下午2点午宴结束，最后在夏润商贸公司田总经理的答谢致辞下，圆满落下帷幕。



光如星、亮闪耀

——护二代星耀系列产品荣耀登场

营销事业部 付先方

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代；这是一个每秒都可能被重新定义的时代，也是一个一直被模仿而从未被超越的时代；这是一个极其考验回归本质与思考终极需求的时代……

在工业体系完整和消费大升级的时代背景下，在用户升级主导消费市场升级的时代背景下，在市场升级鞭策企业变革创新的时代背景下。照明产品--我们始终追求“极致”和“简约”的产品价值理念，快速满足用户的真切需求、以提供有竞争力的照明产品和服务为宗旨。



护二代星耀系列，首次相见，
背后都是时间的千锤百炼、精雕细琢……

星耀球泡之外观设计灵感



星耀球泡之外观设计样稿



用现代简约的设计理念、独立自主的外观设计、以高性能的“光电机”材料有机结合，提供舒适的、无频闪的光视觉。

星耀球泡之产品卖点



星耀筒灯之外观设计灵感



星耀筒灯之外观设计样稿



用产品的细节诠释最原始、最真实的诉求，以完美的铸造工艺、以创品牌为中心，以满足用户为动力，争做绿色照明的先锋为质量方针，追求产品的极致、彰显品牌的魅力。

星耀筒灯之产品卖点



致经典、敬照明

我们始终深入市场、走在市场的**最前线**

提供最**优质的产品**，为用户带来真正的产品价值



护二代星耀模组
一直被模仿、从未被超越
首次相见，背后都是时间的千锤百炼

护二代星耀灯带
180°弧面拉丝雕琢工艺
出光更均匀、照明面更广



未完待续，
更多产品，敬请期待.....



2018年底，为优化产品整体质感，提升毛利率及价格竞争力，缩小与竞品差距，公司决定在现有护二代系列产品基础上延伸升级，开发护二代星耀中功率球泡系列产品。

产品外观经工业设计师设计，通过多次优化调整，最终优选5款外观“银河、舞动、器、火炬、王冠”提供给产品部选型调研，同时组合不同类型、比例的灯罩，丰富产品可选方案；最终经过市场及内部调研后选择了“舞动款葫芦型”灯罩外观。此方案将女性跳舞扭动时裙子上的特征线提取出来，并将这富有生命力的曲线赋予产品，使得产品外观更富有生命力。

产品结构上针对现有护二代系列生产过程中遇到的难点痛点，进行优化升级。

电光源连接导入新款双层连接端子，使PCB安装时无需按方向辅助支撑固定，简化组装工序提高效率；在止转结构上，灯罩及外壳配合使用锯齿止转结构，组装时任意方向扣合无需方向识别，同时向上兼容未来自动化装配线导入的可行性。产品光学上针对护二代球泡灯罩边缘光斑不良问题进行优化设计，规避类似问题。

旧款护二代系列球泡模具因供应商技术实力不及预期，造成项目前期延误较多时间，而星耀系列产品按计划需赶在年后三月初上市，整个项目周期时间更紧，采购重新导入新供应商配合开模。

经供应商努力协助，分散多家协同开模，尽量缩短开模工期，使产品模具成功赶在年前试模；恰逢春节假期，公司安排部分相关人员留守在年前配合完成小试验证工作，压缩项目时间。

因葫芦形灯罩供方首次开模，之前无类似外观吹塑模具经验积累，开模前期风险评估不足，造成灯罩在后期试模过程中反复修模调试整改，不良率较高，导致试销订单延期。

在试模修模过程中，采购、项目、研发、质量等部门全程跟进，快速响应，协同处理；在模具前期未稳定、未完全达到技术要求时，生产积极配合，挑选、打胶等克服生产，为产品上市争取时间，最终使产品得以在三月初成功上市。

回顾整个星耀球泡灯项目，周期短时间紧，深刻体现了公司无畏、坚韧、开拓、共进的狼性精神。



元器件—电阻篇

研发部 石磊

电阻在电路中阻碍电能的传递，要么是限流的目的，要么是分压目的，都是为了让其它元器件相安无事，各司其职，完成使命而已；何时为自己考虑过，在技术江湖中“燃烧自己照亮别人”也只有电阻器才配的上这句伟大的赞美。

电阻器随种类和工艺来区分有很多类别，不过这些类别都是随着材质的改变而改变，只要我们掌握了材质的特性就可以做到量体裁衣，我们在选择电阻的时候不仅仅要注意其电压，电流，更重要的是其功率的选择。

电阻器是电路元件中应用最广泛的一种，在电子设备中约占元件总数的30%以上，其质量的好坏对电路工作的稳定性有极大影响。它的主要用途是稳定和调节电路中的电流和电压，其次还作为分流器分压器和负载使用。

电阻的种类及特点

在电子电路中常用的电阻器有固定式电阻器和电位器，按制作材料和工艺不同，固定式电阻器可分为：膜式电阻(碳膜RT、金属膜RJ、合成膜RH和氧化膜RY)、实芯电阻(有机RS和无机RN)、金属线绕电阻(RX)、特殊电阻(MG型光敏电阻、MF型热敏电阻)四种。

碳膜电阻

气态碳氢化合物在高温和真空中分解，碳沉积在瓷棒或者瓷管上，形成一层结晶碳膜。改变碳膜厚度和用刻槽的方法变更碳膜的长度，可以得到不同的阻值。碳膜电阻成本较低，性能一般。

金属膜电阻

在真空中加热合金，合金蒸发，使瓷棒表面形成一层导电金属膜。刻槽和改变金属膜厚度可以控制阻值。这种电阻和碳膜电阻相比，体积小、噪声低、稳定性好，但成本较高。

碳质电阻

把碳黑、树脂、粘土等混合物压制后经过热处理制成。在电阻上用色环表示它的阻值。这种电阻成本低，阻值范围宽，但性能差，很小采用。

线绕电阻

用康铜或者镍铬合金电阻丝，在陶瓷骨架上绕制成。这种电阻分固定和可变两种。它的特点是工作稳定，耐热性能好，误差范围小，适用于大功率的场合，额定功率一般在1瓦以上。

碳膜电位器

它的电阻体是在马蹄形的纸胶板上涂上一层碳膜制成。它的阻值变化和中间触头位置的关系有直线式、对数式和指数式三种。碳膜电位器有大型、小型、微型几种，有的和开关一起组成带开关电位器。

还有一种直滑式碳膜电位器，它是靠滑动杆在碳膜上滑动来改变阻值的。这种电位器调节方便。

线绕电位器

用电阻丝在环状骨架上绕制成。它的特点是阻值范围小，功率较大。

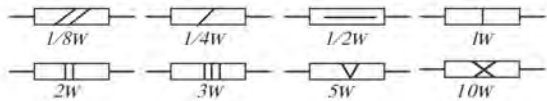


电阻的主要性能指标

额定功率

在规定的环境温度和湿度下，假定周围空气不流通，在长期连续负载而不损坏或基本不改变性能的情况下，电阻器上允许消耗的最大功率。为保证安全使用，一般选其额定功率比它在电路中消耗的功率高1-2倍。额定功率分19个等级，常用的有0.05W、0.125W、0.25 W、0.5 W、1 W、2 W、3 W、5 W、7 W、10 W。

在电路图中非线绕电阻器额定功率的符号表示如下图：



标称阻值

产品上标示的阻值，其单位为欧，千欧、兆欧，标称阻值都应符合下表所列数值乘以10N欧，其中N为整数。

允许误差	系列代号	标称阻值系列											
5%	E24	1.0	1.1	1.2	1.3	1.5	1.6	1.8	2.0	2.2	2.4	2.7	
		3.0											
		3.3	3.6	3.9	4.3	4.7	5.1	5.6	6.2	6.8	7.5	8.2	
		9.1											
10%	E12	1.0	1.2	1.5	1.8	2.2	2.7	3.3	3.9	4.7	5.6	6.8	
20%	E6	1.0	1.5	2.2	3.3	4.7	6.8						

允许误差

电阻器和电位器实际阻值对于标称阻值的最大允许偏差范围，它表示产品的精度，允许误差的等级如下表所示。

级别	005	01	02	I	II	III
允许误差	0.5%	1%	2%	5%	10%	20%

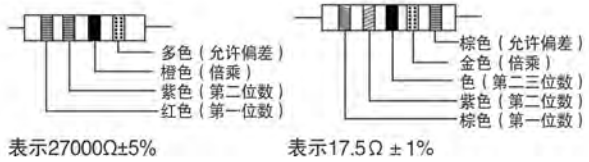
色环颜色所代表的数字或意义

第一部分		第二部分		第三部分		第四部分
用字母表示主称		用字母表示材料		用数字或字母表示特征		序号
符号	意义	符号	意义	符号	意义	
R	电阻器	T	碳膜	1, 2	普通	包括 额定功率 阻值 允许误差 精度等级
RP	电位器	R	金属膜	3	超高频	
		U	合成膜	4	高阻	
		C	沉积膜	7	高温	
		H	合成膜	8	精密	
		I	玻璃釉膜	9	电阻器—高压	
		J	金属膜	G	电位器—特殊函数	
		Y	氧化膜	T	特殊	
		S	有机实芯	X	高功率	
		N	无机实芯	L	可调	
		X	线绕	W	小型	
		R	热敏	D	测量用	
		G	光敏		微调	
		M	压敏		多圈	

示例：

(1)在电阻体的一端标以彩色环，电阻的色标是由左向右排列的，图1的电阻为27000Ω ± 0.5%。

(2)精密度电阻器的色环标志用五个色环表示。第一至第3色环表示电阻的有效数字，第4色环表示倍数，第5色环表示容许偏差，图2的电阻为17.5Ω ± 1%





在电路图中电阻器和电位器的单位标注规则

阻值在兆欧以上，标注单位M。比如1兆欧，标注1M;2.7兆欧，标注2.7M。

阻值在1千欧到100千欧之间，标注单位k。比如5.1千欧，标注5.1k;68千欧，标注68k。

阻值在100千欧到1兆欧之间，可以标注单位k，也可以标注单位M。比如360千欧，可以标注360k，也可以标注0.36M。

阻值在1千欧以下，可以标注单位Ω，也可以不标注。比如5.1欧，可以标注5.1Ω或者5.1;680欧，可以标注680Ω或者680。

最高工作电压

它是指电阻器长期工作不发生过热或电击穿损坏时的电压。如果电压超过规定值，电阻器内部产生火花，引起噪声，甚至损坏。

稳定性

稳定性是衡量电阻器在外界条件(温度、湿度、电压、时间、负荷性质等)作用下电阻变化的程度

(1)温度系数a_t，表示温度每变化1度时，电阻器阻值的相对变化量。

即：a_t= $\frac{R_2-R_1}{R_1(t_2-t_1)}$ (1/度) 式中：R₁、R₂分别为温度t₁和t₂时的电阻值

(2)电压系数a_v表示电压每变化1伏时，电阻器阻值的相对变化量，

即：a_v= $\frac{R_2-R_1}{R_1(U_2-U_1)}$ (1/伏) 式中：R₁、R₂分别是电压为U₁和U₂时的电阻值

噪声电动势

电阻器的噪声电动势在一般电路中可以不考虑，但在弱信号系统中不可忽视。

线绕电阻器的噪声只习作定于热噪声(分子扰动引起)仅与阻值、温度和外界电压的频带有关。薄膜电阻除了热噪声外，还有电流噪声，这种噪声近似地与外加电压成正比。

高频特性：电阻器使用在高频条件下，要考虑其固定有电感和固有电容的影响。这时，电阻器变为一个直流电阻(R₀)与分布电感串联，然后再与分布电容并联的等效电路，非线绕电阻器的L_R=0.01~0.05微亨，C_R=0.1~5皮法，线绕电阻器的L_R达几十微亨，C_R达几十皮法，即使是无感绕法的线绕电阻器，L_R仍有零点几微亨。

电阻的命名方法

根据部颁标准(SJ-73)规定，电阻器、电位器的命名由下列四部分组成：第一部分(主称);第二部分：(材料);第三部分(分类特征);第四部分(序号)。它们的型号及意义见下表。

色别	第一色环 最大一位数字	第三色环 应乘的数	第四色环 误差	
棕	1	1	10	
红	2	2	100	
橙	3	3	1000	
黄	4	4	10000	
绿	5	5	100000	
蓝	6	6	1000000	
紫	7	7	10000000	
灰	8	8	100000000	
白	9	9	1000000000	
黑	0	0	1	
金			0.1	± 5%
银			0.01	± 10%
无色				± 20%

示例：RJ71-0.125-5.1kI型的命名含义：R电阻器-J金属膜-7精密-1序号-0.125额定功率-5.1k标称阻值-I误差5%。

玫瑰花，五颜六色，穿着鲜艳的衣裳，飘着微微的花香，十分诱人。在这美丽的花瓣之下，却是荆棘满处，一不留神，足以让折花之人挂彩，甚至留下永久的印记。OEM，就像玫瑰花一样，鲜艳夺目。既有一般采购的共性，又有其特色的地方。它让人为之惊艳，也让人为之却步。OEM，就像一朵带刺的玫瑰花。

鲜艳的花瓣

玫瑰花拥有着鲜艳的花瓣，全身带着微微的、恰到好处的独特香气，吸引着无数的俊男美女，让其成为送花、爱花之人的首选。OEM，通俗的说法就是贴牌，由别人帮忙生产自己想要的东西并且贴上自己的标签。它跟采购一样，需要运用采购领域的十八般武艺，才能建立稳定的供需关系。在这个“供与需”建立的过程中，让执行者可以充分发挥自己的智慧，可以接触各行各业，开拓和建立广大的人际网。对于创业者来说，它更是一个非常好的踏脚石，积累各种有用的内外条件。就因它拥有着这些优势，让它像玫瑰花一样，在芸芸众生中总能吸引不少眼球，人人称好，趋之若鹜。

美丽之下，却是荆棘满处

玫瑰花下，有着一条笔直的花径和绿绿的花叶。若你细心的留意一下，你会发现，花径周围和花叶底部，布满着小刺。对于那些大意的摘花者，随时都会被这些小针所伤，流下教训的血滴。这种伤，无人知道何时发现，无处不在。在华丽的外表之下，OEM同

样存在着无处不在的挑战，它要求从业者必须拥有良好的抗压能力、工作能力、沟通能力等，综合素质要求非常高。否则，从业者随时随地会被它逼得无所适从，有如千斤大石压在心头，吃不好，睡不香，坐不稳。如：当需要开发一个新产品的时候，项目管理者需了解要开发产品的相关知识、行业概况、生产者的能力等，以及自身的实力和技术要求。当所有需要准备的资料收集完成以后，就需要管理者出动寻找合作者，进行不断地筛选。在众多的生产者中，挑选一个合适的合作者就像摘花一样，必须非常的小心，需要对其进行资质评估；了解企业背景、经营理念、企业文化、企业实力等，若评估失当，将对后续的合作产生一连串不可估量的影响。若选中的企业资质达不到要求，直接影响到新产品上市的正常运转，给自身带来经济损失，甚至经营困难。

OEM与采购有着大部分的共性，同时也受个人职业道德和公司规章制度的约束，定力要求十足。只要身在此中，就不难发现，它并不是外界所想像的那样：一块肥溜溜的肉。因此，在开展OEM工作的时候，有如摘花，必须在摘花前做好充足的准备，才不至于被刺所伤，陷入淤泥而无法抽身。

鲜艳的玫瑰花，虽然带刺，但当你小心地去掉身上的针，它就成为一朵温柔的花，给人带来愉快、惊喜。OEM虽然在运行中会随时随地遇到困难，面对让人喘不过气的压力，但它却是机遇与挑战并存的代表者。只要处理得当，把供需关系处理好，平衡内部外部利益，发挥自身的才智，粗中有细，同样能给从业者获得意外的惊喜。



我们一起“趣”踏青

财务部 徐康宁

春意正浓时，欧帝尔狼财队响应春天的号召，组织了一次户外春游活动，一路登山欣赏春季优美景色的同时，开展拓展活动促进队员间的交流，使之在紧张的工作之余得到放松。本次活动的目的地是有黄初平叱石成羊之说的叱石山，叱石山山势峻峭，绕着羊肠曲径盘旋而上。

上午10点，我们整装待发，在石总的带领下，我们开始向山顶进发。沿着台阶一步一步往上走，我们参观了叱石寺、拜了观音庙、接受了洗心泉的洗礼，踏过了“过桥一次添寿三天，多遇多添却病延年”的

长寿桥。山路蜿蜒曲折，越往后坡度越大，体力消耗也越来越大，人也越来越累。不过沿途有鲜花盛开，蝴蝶自来，一路走走停停，大家相互鼓励，欣赏风景的同时还有石总为我们拍各种美美的、有趣的照片，倒也令人心生愉悦。一个半小时后，大家终于一个不落的登上了山顶。尽管登山途中大家都各种疲惫，但是都坚持爬完了全程，没有一个人放弃，登上山顶的那一刻，大家都满心激动，因为我们征服了一座山，山峰再陡，也终将会被踩在脚下，同样，生活与工作中的问题再困难，也终将被解决。

在山顶的草坪上稍作休息后，我们14人分为必胜队和无敌队两个队伍，开始了本次活动的拓展项目。必胜队以“老人”为主，无敌队以“新人”为主，这是一场“老人”与“新人”的较量。第一项是放风筝比赛，在风筝上签上所有队员的梦想，以组为单位放飞梦想。健康平安是大多数人的梦想，希望风筝带着我们的梦想飞向远方，希望每个人的梦想都能实现。第二个项目是四子连线，考验的是速度和反应能力，对于下午第一个要相互比拼的项目，大家都跃跃欲试。最终，无敌队以2比0战胜了必胜队。作为失败的一方，必胜队接受了俯卧撑的惩罚。第三个项目是流浪地球，简单点说就是保护好绑在脚上的气球的同时去踩对方的气球，气球全部被踩破则失败。第一次玩这个游戏，新人队在2分多钟内被团灭，真正玩起来的时候我方已经敌我不分，前方主力被围攻，后方也被“敌人”趁虚而入，事后经英姐提醒才知道我们输在策略上，我方每个人都想着去踩破别人的气球，却忘记了保护我们自己的气球。虽然无敌队输了，但是感觉大家都有点犹未尽的样子，要不是气球没有了，可能还想再来一场。最后一个项目是你画我猜，很经典的一个游戏，也是一个欢乐多多的游戏，前方队友各种比划，后方成员绞尽脑汁去猜，猜完了还得拼速度，不得不说这是一个很考验“演技”和反应能力的游戏。

下午3点半，在结束了所有的项目活动后，狼财队开始下山，俗话说“上山容易下山难”，这句话说的



一点没错，才下了几个台阶，我们的腿就已经开始颤抖。痛并快乐着就是我这时的心情写照，一路有同伴相陪，好像那些疲惫和疼痛都不是问题。从来没想到过第一次部门户外团建能这么圆满，每个人都笑容满面，相处的分外和谐，玩游戏都高度参与，欢乐多多。所以，趁着春意正浓时，和家人、朋友、同事一起去踏青吧，不要拒绝春天的邀请，不要辜负自然的美景，快乐就在那里等着你。





有爱的家

采购部 陈翠琼

还记得那天工作中听到手机的短信铃响，拿起手机一看，原来是保险公司发来的生日祝福。我无意在办公室说了一句：原来今天是身份证上的生日日期，怪不得收到这么多的短信和QQ祝福。

下午五点半多，丽姐和珊姐她们出差赶回来，珊姐叫了我一下，悄悄说：过来切蛋糕。那时我在跟供应商通话中，刚开始我还没反应过来，她手上提了一个蛋糕，到那一刻我才明白，原来是她们为了给我庆祝生日而买的蛋糕。

紧接着我们整个采购部的同事都围在一起，我们一起唱生日歌，一起吹蜡烛，一起拍照。在我和丽姐合照时，郑工手摸了一些蛋糕涂到我和丽姐脸上，我

们开心地接受了，因为这代表了同事们的祝福。说真的，当看到她们买了蛋糕回来，一起唱生日歌时，我真的很感动，那种心里暖暖的感觉真好，真幸福。我的一句随口说今天我生日，阿芳下午就买个蛋糕回来，那时候我以为她们只是随便的一句玩笑话，但事实证明不是的，她们真的这样做啦，除了感动还是感动。

前几天到了刘梁和阿芳的生日，同样的，我们也买了蛋糕回来帮他们庆祝生日，我想他们也会有我当时的感觉吧。采购部的兄弟姐妹们给了我一种家的感觉，我超喜欢这种像家一样温馨的工作环境。欧帝尔采购部——一个有爱的家，谢谢你们！



新欧帝尔人的日常

采购部 赵春芳

今天是五四青年节，我们迎来了期待已久的新同事程工，第一印象落落大方、雷厉风行，是个很有韧性的人。

初入欧帝尔的大家庭对公司内部的流程，对接人暂未熟悉，因外贸单时间紧急，产品询价频繁，程工积极请教部门同事了解公司内部流程及外贸、品质相关对接人，期间主动与外贸同事商讨下半年外贸产品规划，作下半年供应商资源计划，同步根据产品规划收集供应商信息及产品信息，编制供应商开发计划，待外贸具体需求，启动新供应商资源。

5月中旬，171面板灯出货异常，出差次数增多，程工主动找我分担工作。并慢慢将工作接手过去。从

熟悉现有供应商到熟悉内部流程及相关部门人员都无不透露着欧帝尔人的那份勇于承担。

期间171的产品IC交付问题影响整灯交付异常，其积极参与到外部IC资源的调动，新驱动方案的成本核算，外发驱动供应商成本的重新调整，协调五金厂与成品厂的交付，每天跟进物料及成品的实时交付，从上班到晚上十一二点下班，甚至连续几晚的通宵，依然坚持在最前线，与PMC同事一起与产线协调产线协助供应商提升产能，满足客户需求。

相信有此份坚韧定能完成订单任务，并很快成为一名真正的欧帝尔人。

一步一个脚印

研发部 梁庆豪

从2018年7月份到现在，我经历了入职培训、素质拓展、车间实习、轮岗实习、市场实习到现在的部门培训，一共六个培养阶段。首先了解公司的基本情况、企业文化、狼性精神，然后提升自身的职业素养，再慢慢地到公司的多个部门，多个阶层的去亲身体验公司的运作，拓宽自己的眼界，最后回到自己的部门快速成长。公司循序渐进的培养计划，让我一步一个脚印地走到现在。

入职培训大部分的时间都是在听课，一听就是一整天。有时候是枯燥的，有时候也有欢笑。每当培训导师或者同事的发言精彩，我们都会以热烈的掌声回应。我们离开了学校的课堂学习，但我们学习是从来都不会停止。素质拓展从实践活动中构建团队精神，竞争拼搏，强化狼性精神，突破自我，完成自己曾以为完不成的目标。这让我想起了在学校的几次军训，大家都是来自不同的地方，经历了军训之后我们可以随意称呼，开玩笑，游戏。因为我们一起吃过苦，流过汗，有了更多的情感牵绊。

车间实习我们亲身体验一个产品是怎样一步一步从零部件组装成成品的，了解生产过程，发现生产疑难，避免生产疑难。生产就是一直重复地干同

样的事情，看似简单，但它内含技术。一个灯具的物料是固定的，但不同的排拉，却有不同的工时。防呆设计的运用可以避免错误发生。轮岗实习让我知道了公司许多部门的职能，知道了一个产品在生产之前要经历的过程。在工程技术部了解灯具的制造过程，主要有SMT制程、插件制程、装配制程、老化制程和包装制程。在质量保证科坚守产品质量的第一道防线到最后一道防线。在质量实验室更是见识了许多新的仪器，如耐压测试仪、绝缘电阻测试仪、接地电阻测试仪、灯头扭矩测试仪、电量测试仪、光色电测试仪等。市场实习我又化身为销售人员推销公司的产品，将公司产品推销给消费者，也是产品真正体现价值的一步。通过下市场，还可以更加近距离地去了解竞品、分析竞品、总结竞品，为以后的工作提供更充足的第一手素材。

现在我在自己的部门正进行着新一轮的培训，从基本工作，到技能的提升，再到独立地思考，在部门领导及同事的帮助下，迅速成长。相信我可以一步一个脚印，打好基础，不断地学习突破，在自己的岗位上实现自我价值。

奔跑路上

研发部 杨炳均

到部门已三月有余，三个月时间不紧不慢、不长不短，足以让人发生质的变化。都说毕业后的第一份工作将影响一生，而开始的几个月将起到关键作用。初到研发部时，心里有各种不安、焦虑、压抑，对自己岗位的工作内容知之甚少，所以，这三个月如何去认识、了解并熟悉自己的岗位工作，便成了当务之急。

我依稀记得我正式接手的第一个任务是国际事业部提出的产品需求报价，根据需求画出3D、2D图并做BOM清单。当时根本不知从何下手，一头雾水，心里急得团团转啊！突然我脑子一转，灵机一动我何不把刘工、黄工之前做的报价资料拿来参考参考，看是怎么样的一个结构形式。于是乎就问他们要了一些资料。我聚精会神地打开一份份文件、一张张图纸。看完资料后心里大概有了点头绪。于是操起鼠标键盘开始大刀阔斧地干起来，根据需求画图纸。当我把3D图画好并转成2D后，便发给黄工帮我检查我的劳动成果，看有没有什么需要修改的地方。正当我沾沾自喜以为自己做的还不错的时候，黄工给我当头一击：“你这也太多问题了吧！”“你看这个零件加工得出来吗？加工出来成本也太高了吧！况且也不好装配”“你再看看你这

个2D图标得就不对”“做设计要考虑成本、装配、实用性”。我顿时懵了，画图时我只是按照需求上的图纸的尺寸、形状画出来而已，却不知道是不合理的，根本没考虑成本、装配、实用性。所以做得一团糟，最终在黄工地指导下，我按照要求把图纸画了出来，也终于明白，实践和理论知识还是有很大差距的。

经过此事每当我想破脑袋都拿捏不住主意时我总会找到刘工、黄工献策，遇到不懂的问题也找他们赐教一二，当然他们也非常乐意教导我。三个月下来，发现自己需要学的东西太多了，刚开始自己并没有意识到，还好有部门同事的无私帮助，让自己发现问题所在，当然工作中还会有很多问题需要自己勇敢面对。我不怕问题，有问题才会有进步。

经过这段时间的工作学习才发现，工作经验真是一笔巨大的财富，很多东西在书本上根本学不来，见识多了、经历多了，自然也就懂得多了。当然这种财富需要时间的积累，但如果一个人可以注意到平时的工作细节，虚心向前辈学习，那么同样的时间里经验的积累会更多。所以接下来好好工作、好好学习。路还很长，必须奔跑才能让自己不落后！奋斗吧！骚年！



「我的坚持」

生产部
杨梅

因为坚持，毛毛虫才能破茧而出变成美丽的蝴蝶飞向遥远的蓝天；因为坚持，平凡的人才能放飞属于自己的梦想，走出一条属于自己的成功之道；因为坚持，鹰才能在无限的痛苦之后获得重生……坚持是无穷的力量，也是一笔巨大的精神财富。

去年10月份领导为了提升我们生产线长的能力，实行轮岗制，当我听到这个消息的时候，我沉默了，心想完蛋了，我一定会被PASS掉，组包后面的生产我一窍不通，一点概念也没有，从加入欧帝尔开始就一直负责插件工序的工作安排，其他工作根本无从下手，想到这我真的很怕，我希望这一天不要到来，但往往客观事实不会随着人的意志而转变，终究这一天还是来了。

这天我一如既往地工作，主管突然找到我，很平和的跟我说：轮岗是为了提升你的能力，而且这也不是什么难事，很简单的就一个驱动、一个灯板、一个外壳、一个面罩就可以组成一个灯了，只要按照作业指导书去做就可以了。虽然主管说的简单，但是真正工作过程中肯定不会一帆风顺，我还是很担心。主管也看出了我的忧虑，说不要怕，你只需要大胆去做就好了，一切有我，什么事情只有做了，才知道自己的潜能，不能只局限在一个领域，这样永远会不知道自己的潜力有多大。我还是很胆怯的说我试试吧。

下午上班我就到装配线上了，装配的线长开始教我，从了解生产工艺流程到关键岗位的注意事项等等。他在悉心地讲解，我在用心做笔记，就这样每天重复着记录好每个产品的问题点，在生产的时候就能够提前预防了。凡事都不可能一帆风顺，有

一次打胶机出问题了，当时我脑子一片混乱，我不会弄怎么办？找机修的人，可是他回复要等会，但我又不能拉线停拉，只好自己琢磨着，可依然不行，当时心里就觉得自己真没用，又急又烦。屋漏偏逢连夜雨，这时后面又说压机压不到位，我真是崩溃了，完全不知道从何下手，时间也在一分分浪费着。还好这时机修来了，他看了说这都是小问题，只需要简单的调试下零部件位置就可以了，机修人员边说边调试着。不一会儿，机器异常就解决了，终于松了一口气，真是太感谢了，机修人员笑着说自己有时间慢慢摸索着就会了。晚上我安排好工作之后，自己坐在办公室回想着白天的一幕，真是失职，离职的念头不断涌上心头。但回想起主管说的话，既然主管这么信任我，那么我不能这么轻易就放弃，我必须坚持下去，证明自己，我也不能再让白天的那一幕再发生。就这样，我安排好自己的拉线后，利用空余的时间我会去其它拉线学习他们怎么调试机器的，自己也去摸索调试着，不会的就问，慢慢的好像没那么难了，自己也能独自应对了。

半个多月后主管休假回来，他看到目前工作都能正常开展了，欣慰地说道：“看你现在做的都很稳当了，应对自如了”。听到这主管这样说，我很有成就感，这是对我的肯定。我会继续坚持下去，努力学习做的更好！这不仅让我感到了一种成就感，而且对我来说也是一种成长，更是一笔巨大的精神财富。在这过程中我学会了坚持，培养了我的毅力，让我受益匪浅。





做一个有执行力的人,执行力对公司的发展和员工个人成长到底有什么作用?用一句话概括即为:个人执行力决定个人的成败,企业执行力决定企业的兴亡。执行力的定义很简单,就是按质按量、不折不扣的完成工作任务。这是执行力最简单也是最精辟的解释。但是正是这么简单的执行力,却是很多人、团队、企业所欠缺或者说的不具备的。下面我就从提升个人执行力方面谈一谈几点看法。

个人执行力是指每一个单个人把上级的命令和想法变成行动,不做“思想的巨人”和“行动的矮子”,把行动变成结果,没有任何借口保质保量完成任务的能力。团队执行力是指一个团队把战略决策持续转化成结果的满意度、精确度和速度,它是一项系统工程,表现出来的就是整个团队的战斗力、竞争力和凝聚力。一个优秀的员工在遇到困难时从不寻找任何借口,而是努力寻求办法解决问题,从而出色完成任务。要提升执行力,就必须学会在遇到阻碍时不找借口而是积极地寻求解决问题的方法。

摒弃囫圇吞枣式的盲目执行。有些员工把简单重复上级团组织的文件和讲话精神看着是贯彻执行,好像是上级组织的文件和讲话精神的忠实执行者。其实不然,不把上级精神与本部门的实际情况相结合,教条式地执行,这不是真正在执行上级精神,而是对上级精神的消极敷衍。

执行需要培养自己的自觉习惯,摒弃惰性。观念决定行为,行为形成习惯,而习惯左右着我们的成败。在工作中常有的状况就是:面对某项工作,

反正也不着急要,我先拖着再说,等到了非做不可甚至是领导追要的地步才去做。一旦习惯成了自然就变成了一种拖拉办事的工作风格,这其实是一种执行力差的表现。执行力的提升需要我们改变心态,形成习惯,把等待被动的心态转变为主动的心态,面对任何工作把执行变为自发自觉的行动。

执行需要加强过程控制,要跟进、跟进,再跟进。有时一个任务的完成会出现前松后紧或前紧后松的情况,这主要是工作过程未管控所造成的。而行之有效的方法就是每项工作都制定进度安排,明确到哪天需要完成什么工作,在什么时间会有阶段性或突破性的工作成果,同时要自己检查计划实施的进度,久而久之,执行力也就会得到有效的提升。

执行更需要团队精神。大家都听过三个和尚喝水的故事:当庙里有一个和尚时,他一切自己做主,挑水喝当庙里有两个和尚时,他们通过协商可以自觉地进行分工合作,抬水喝,可当庙里来了第三个和尚时,问题就出现了,谁也不服谁,谁也不愿意干,其结果就是大家都没水喝。这则寓言使我们认识到团结的重要性,在完成一项任务时,缺乏团队协作的结果是导致失败。每个人都不是一座孤岛,在做工作时,需要相互协作,相互帮助,相互提醒,这样才能不断提升自己完成任务的能力。因此作为公司的一份子,我们要树立良好的工作态度和工作作风,爱岗敬业,提高工作效率,强化执行力,实现企业发展与个人发展的双赢。



说到抱怨,人们并不陌生,每个人身上或多或少存在。但对其危害,并非都有清醒的认识。如果将人类的负面情绪按照危害进行排序,抱怨一定会榜上有名,并且首推在前。因为深受其害的人为数不少。抱怨是一种不良情绪、一种宣泄表达、一种苦闷诉说、一种心中不满、一种重复念叨、一种自我郁闷;抱怨是对他人、环境或客观事物的指责;抱怨是一种无可奈何、愤愤不平、自觉或不自觉的向他人带有情绪的倾泄。抱怨的目的是希望别人为了自己的感觉、判断、好恶而改变。从根本上看,抱怨是一种不自信的表现,是一种消极的生活态度,是一种负能量。既败坏自己也影响他人,是生活中最常见又最不容易自知的恶习,是人生幸福与安乐的天敌。最可怕的是,抱怨是一切负面情绪的起点。

要远离抱怨这种负能量,摆脱其纠缠,我们首先必须认识其来源,掌握其分类,了解其特点,认清其本质,明白其危害。

抱怨最早出自《晋书·刘毅传》:“诸受枉者,抱怨积直,独不蒙天地无私之德,而长壅蔽於邪人之铨”。抱怨总体是可分为抱怨自己和抱怨外界;按抱怨行为发生的频率可分偶尔抱怨和经常抱怨;按抱怨主体特征具体分为消极思维型、推卸责任型、吹毛求疵型、眼高手低型。我们最应关注的是其危害性。

学会感恩,珍惜拥有,发现知足常乐的快乐。很多人之所以抱怨就是看不到自己拥有的,更谈不上如何珍惜。有一位哲人说的好,“只要看我有,我已经是富人”。人不要去看自己没有什么,而应看已有什么。生活富有就是让自己拥有的东西物有所值。当你看到你拥有时,你就珍惜和感恩,就会对生活充满热爱。感恩的心才能念出幸福的咒语,知足的人才能唱出欢快的赞歌。爱的动力才能拽引生命的列车。还有就是学会正确的比较。当你发现还有比你知道的更坏的结果时,你的抱怨也会减轻或停止。俄国作家契诃夫有句名言“如果你手上扎了一根刺,那你应当高兴才对,幸亏不是扎在眼睛上”。西方有句谚语也说出了相同的道理,“当你丢了一双鞋而忧郁时,你要看到还有人没有脚”。所以,你很幸运,没有理由抱怨。

积极行动,敢于争取,寻找超越自己的途径。治理抱怨的根本办法还是在于行动。人生梦想还是应该有的,万一实现了呢?你要做的就是比你想像的更努力一点。只要你会去做,没有什么不可能,只要你会去做,你就可能创造奇迹。有位哲人曾说“人生的棋局,只有到了死亡才结束,只要生命还存在,就有挽回棋局的可能”。远离抱怨,敢于争取,寻找另一个出口,改变自己生命的棋局,超越自己,用行动让梦想成真。

不畏浮云遮望眼

PMC 李继航

这几天，有关华为的新闻一直在刷屏，在中美贸易摩擦的背景下，美国把华为列入了商务部和安全局的实体名单，限制该公司未经政府批准，不得从美国公司购买零部件。动用了国家力量对华为进行封杀。而日前华为海思总裁致员工的公开信引起了网友的热议。“多年前，还是云淡风轻的季节，公司做出了极限生存的假设，预计有一天，所有美国的先进芯片和技术将不可获得，而华为仍将继续为客户服务。为了这个以为永远不会发生的假设，数千海思儿女，走上了科技史上最为悲壮的长征，为公司的生存打造“备胎”。”华为的危机意识，让华为能够从容的面对美国的封杀围堵，赢得发展的时间。

美国对华为如此步步逼紧，生怕输了什么的样子，究竟是在怕什么呢？华为虽然目前仍依赖外国供应商，但华为仍是5G技术领域迅速扩张的领导者。美国最担心的，或许就是这个。

5G不仅是技术之争，更是国家战略和利益之争。试想一下，每平方公里连接100万台设备；传输一个数据包仅为一毫秒，并提供每秒20Gb的下载速度…

和互联网有关的产业，基本都和美国有关。从2G时代开始，美国、欧洲、日本，这三个国家基本确立了全球的通信标准。但是，美国不满意这样的结果。二战后，欧洲经济上一直和美国对垒。直到上个世纪80年代，日本制造业疯狂崛起，很大程度上超过了美国。美国于是提出了“信息高速公路计划”，这个计划是谁来定义？当然是美国人自己。

3G时代，为了排挤欧洲和日本，美国不得不联合中国，推动3G保留最大标准。

4G时代，欧洲又联合中国，把美国挤出4G标准体系。这个过程，全球通信设备制造企业逐渐形成——华为、爱立信、诺基亚、中兴四家公司各有优势。

但当5G时代来临，中国却一骑绝尘，从一个跟随者变成了一个创造者和制定者，扶大厦于将倾，力压其他三大公司。

而在这之前，几乎所有的西方社会都在质疑，觉得中国人有什么资格搞自己的标准？跟随欧洲、美国的标准不就好了吗？购买美国的芯片不就可以了吗？让西方帮着中国搞建设不行吗？如果按这个心态，中国永远不会有自己的核心产品，在创建5G的过程中，无数科学家、技术人员，顶着重重压力和骂名，忍辱负重，才有今天5G技术的发展。但是，全球这么多国家和市场，利润如此之大，美国岂会眼睁睁地看着蛋糕被中国分掉？美国政府为了打赢这场5G科技战，已经到了不计后果的地步。

在全球贸易保护主义抬头，国际贸易争端持续，国际金融竞争激烈的大环境下，任何一个行业都不能独善其身。我们公司的行业也同样面临着各种挑战；在技术上，对于大功率照明及背光用LED封装器件，其关键技术在于如何在有限成本范围内尽可能多的提取芯片发出的光，同时降低封装热阻，提高可靠性及显色性。LED照明行业的周期性、季节性、区域性也影响着企业的生产计划，给库存成本增加不少的压力；而灯饰产品的同质化严重，结构性的问题较为突出，而导致在市场上的竞

争加剧；产品往人工智能方向发展，我们是否跟上时代发展的步伐，顺利实现产品的转换升级；传统观念的消费转变为个性化消费，我们能否抓住消费升级带来的机遇；这些都是行业面临不可避免的问题。

现在各种成本居高不下，压缩企业盈利空间。我们需要从流程、结构、产品、服务上去优化，供应链部门要以准时交付产品给客户为目标，研发品质部门把好技术质量关，把质优价廉的产品提供给客户，销售部门把满足客户需求为目标，提高客户服务的满意度；所有的目标都是以结果为导向。这些都是需要实实在在的去完成，而不是喊喊口号，一阵风的运动；就如任正非说的各人在自己的岗位上磨好自己的豆腐，也是一种爱国。因为不可能每个人都到前面去冲锋，每个岗位都需要人去做好，我们在自己的岗位上把工作做到最好，那合力就是最大的。

暮色苍茫看劲松，乱飞云渡仍从容。不管面对什么样的困难，我们都要敢于去面对，去解决它，而不是逃避和退缩。真正的做到“满足客户需求，准时交付。”让我们从“磨好自己的豆腐”做起，脚踏实地，实事求是的去做好本职工作。



《哥斯拉2》观后感

人力行政部 熊文丽

在2014年焕发新生之后，来自日本的原子怪兽在长达10年的冬眠期后再度进入了活跃期：特摄大导樋口真嗣和EVA痞子庵野秀明的《真·哥斯拉》，是追本溯源和走向明天的重要作品。本质上，它不是一部传统的怪兽片，不是弄一个或一群大家伙跟人类干架和互相干架的电影，而是比那有趣得多的东西。

片中某个角色的台词说：它们不是怪兽，是生物。而从电影的表现看来，它们更像是一群神。

不可否认，《哥斯拉2：怪兽之王》是一场货

真价实的——诸神之战。

开场不久，有人对“人类是哥斯拉宠物”的论调发出嗤笑，但不到20分钟，他们再也笑不出来了。电影竭尽所能，用每一个镜头强调自诩为霸主的人类的微不足道，他们不是躲在掩体下瑟瑟发抖，就是被大脚掌追得狼狈逃窜，不是操控毫无效果的武器浪费弹药，就是在天崩地裂的爆炸波里自求多福。在一场神掀起的战役里，人类点亮所有的主角光环，也不过勉强保持不死，能够力挽狂澜的，只能是另一个神。

于是哥斯拉可以千里援驰，可以死而复生，可以不厌其烦地上演最后一秒营救，让一个又一个的渺小人类免于灰飞烟灭。战争的尾声，是众神归顺，王者长存，权力之战落下帷幕，重获安全的人类们，对着庞然身躯感恩膜拜。

当然，《哥斯拉2》并不总是令人振奋的。支线角色和情节分散了本就生硬的主线，使得电影无法长时间专注于提供一个高质量的核心戏剧冲突。整体故事剧情进展太快，很有赶进度的嫌疑。大量的信息填塞，往往前段部分还未来得及消化，新的资讯又开始填鸭补充。造成了人物的行为动机无法被充分理解，主线人物的情感矛盾不够突出，整体情感铺垫不足，临场剧情转换理由不够充分等等。更别谈一些细节的合理性了，根本没有多余的时间留给观众们去思考和推敲，大家就被巨大的特效声浪推着继续向前了。

但对于影片的演员来说，演技基本在线，因为美剧《怪奇物语》而被观众所熟悉的Millie Bobby Brown，人称“小11”在片中贡献了不俗的表演。此外卡司班底还包括：既有颜又会演的法梅加阿姨，日本代表性男演员渡边谦，从权利的游戏里走出来的雄狮丹尼斯，2005版金刚中逞强又怕死的凯尔，以及水形物语里的哑女莎莉。然而最令到中国观众熟悉的，当然还算国际章，至于她的角色是否能在今后的更多哥斯拉系列电影中有所表现，恐怕要取决于这部电影在中国区的票房了吧。

不可否认，此片系列越来越把哥斯拉当做一个角色来塑造，俨然回归到五六十年代老牌哥斯拉曾经的特色，而且弥补了当年特摄手段无法企及的真实壮观。哥斯拉在片中不仅力量超群，体型也是巨大无比，这是哥斯拉系列的一贯设定：初代哥斯拉身高设定为50米，刚好可以俯瞰东京建筑。多年过去了，为了符合城市里的「万丈高楼平地起」，哥斯

拉的身高也在不断拔高，在这次《哥斯拉2：怪兽之王》里甚至飙升到了119.8米。

除了体型的壮大，人类与哥斯拉在情感上也产生了共鸣。就好比人类也与哥斯拉上演了前所未有的近距离接触，博士的“再见吾友”，就是一个从小看哥斯拉长大的挚友为了人类的生存而选择牺牲，最后挥泪告别的桥段。

而潜艇上那个对视，让哥斯拉展现了丰富的内心活动，用神的姿态宽恕了这群一度加害过它如今求助于它的生灵。这个电影让人泄气的地方是人类戏份依旧偏多，为了让两派人撕得有理有据，还创造了一个理念分歧：我们是坐等大难临头自我毁灭，还是适当毁灭后取得与自然的新平衡？这当然是一个

无解的道德悖论，无论怎么给答案都会遭致不满，任何试图回答的编剧也都是不自量力和蠢兮兮的。

电影解决难题的方法是，当人类发现基多拉是外来生物，顿时搁置矛盾，上演同仇敌忾大战外星侵略者的戏码。有人觉得这种和稀泥的做法投机取巧，可这恰恰是爆米花电影应有的克制，也是这个电影最有原则的地方。讨论道德议题不是它的责任，想办法搁置争议，集中力量大干一场，给观众提供一场无与伦比的视觉盛宴。至于那些被浅尝辄止的话题也不会浪费，有心的观众自然会去咀嚼，何必强迫所有人一起互相屠杀。

总而言之，《哥斯拉2》对于全盘复原经典仍有距离，但我欣赏它对怪兽王者的进一步深入塑造，和对人类思行的满不在乎。它至少没搞错一件事：一部名为哥斯拉的电影里，到底谁才是主角。



读《人生不设限》有感

PMC部 揭小利



《人生不设限》的作者是力克·胡哲,患有先天海豹肢症,除了驱干外唯一的工具是两个脚指头的小“脚”,能够想像生活对他而言是多么不公平。出生时,力克的父母都不能接受这个残酷现实,他的妈妈甚至拒绝抱自己的孩子,这对任何人都是极大的打击和难以愈合的伤口。值得庆幸的是他们都没有放弃,并且慢慢开始接受现实并且改变困境。

童年时期的力克无忧无虑,随着年龄的增长,他开始应对无数的挑战,并且他都一一克服了。等到了上学的年纪,力克却陷入了困境,一度因身体的缺陷和对生活的绝望动过轻生的念头,他把头深深地埋进水里,就差那么几秒钟,他就可以离开这个让他痛苦万分的世界,突然脑子里浮现出安慰、帮忙、鼓励和支持他的家人,于是力克决定好好的活下去。

他开始在自己身上寻找值得引以为傲的东西来提高信心,他试着交一些朋友,试着融入周围。虽然常常被同学排斥、嘲弄、或被称为“外星人”,但他主动并真诚地和同学交谈,同学们逐渐地了解了,并且都和他成为了朋友。他从朋友那里也得到了很多的肯定和动力,最终力克战胜了困难并且成为了一个了不起的人。如今力克不断的拜访各地的

学校、教会、贫民窟、监狱甚至垃圾城,他与那里的人们分享他的人生经历,并且提醒大家信念和行动的重要性。至今已有6亿人通过各种途径了解了他的充满勇气的人生,并且他的事迹已经深入人心,激励了很多。

力克最打动我的是他的乐观和信心。人在逆境中很容易被击垮而随之放下目标,而力克正是相反。古人说:“逆水行舟,不进则退”,而力克就是一艘满载着幸福和乐观的小舟,前行于逆流之中。力克用行动告诉了我们:人生最可悲的不是失去的四肢,而是没有生存期望及目标!

回想着自己生活的二十几年,一直都随波逐流,得过且过,虽然时常有不甘,并且下定决心改变,但终究是“三天打鱼,两天晒网”而不了了之。

“人生最可悲的不是失去的四肢,而是没有生存期望及目标”,对于好手好脚的我,每天却过着行尸走肉的生活,而这样的我,如果一直任凭自己走下去,定会过一个残缺不堪的人生。

从现在开始,改变自己:从逻辑思维能力到语言沟通能力,从克服自卑到增强自信,从做事专注到深层思维训练,努力做行动上的“杰克”。

第二季度欧帝尔生日员工名单

4月员工生日名单

向 荣 廖义祥 胡 忠 凌小娟 陈候存 李和平 殷 飞 莫嘉佳 伍海珊
郑少满 黄渊孝 覃永超 黎富财 植笑妹 唐 武 唐月金 黄彩权 文铸年
李 琳 顾光飞 赵泽坤 李 萍 黎榕森 陈禄颖 廖红艳 石登甜 黄丽婷
文会群 吴金焕 莫镇宇 方承丽 江丽连 喻其涛 李伟钦 石仁敏 卢仁法
蒙北风 潘昭任

5月员工生日名单

梁艳芳 麦慧文 覃博庆 曾 勇 胡玉英 雷 勇 杨晓平 周道连 李兴敏
吴雪连 谢艳东 樊秋朋 胡帮琼 黄 明 李晓龙 杨叶强 刘庆连 梅庭庆
李火月 汪勇刚 滕久军 李锦兰 李文跃 卢健宇 蔡保林 陈航营 刘乃安
周月桂 陈 翠 贝彩英 沈才南 程秋兰 欧阳广 黄荣陈 覃宇燕 李伟龙

6月员工生日名单

向以蓉 彭桂芹 刘祥富 宣 丽 丁仕利 邓美兰 陆道明 粟代锋 高 波
谭志敏 林炜亮 梁书平 艾秋阳 李海明 尹喜林 陆宝意 郑 丽 梁梅芬
卢春秀 文南礼 陈名弟 揭小利 陈 涛 王梓辉 张云山 周 彬 陈亚嫦
何文清 陈翠双 吴朝芳 杨丽琴 吴明鑫 刘军红 林 婷

亲爱的欧帝尔家人们:

感谢您们在工作岗位上默默奉献,为公司的发展添砖加瓦。在您们生日这个特别的日子里,欧帝尔祝您生日快乐,开心每一天。同时也希望您们能继续在工作岗位上孜孜不倦,与公司一起创造更好的明天!

《欧帝尔人》编辑部

好书推荐

《谁的青春不迷茫》

内容简介：

在《谁的青春不迷茫》中，奋斗小青年刘同十年逆袭人生，给都市中焦躁不安困惑迷茫的年轻人。小说中作者以第一人称的方式述说自己对过去十年的感悟和认知，从大学到如今工作的这十年作者所经历的事和人，用自己的人生经历来劝解大家青春的迷茫人人都有，希望读者能够从作者身上找出答案，看清自己，走出迷茫的青春。

《谁的青春不迷茫》没有华丽的语言，有的只是作者的个人经历和感悟。文章始终以第一人称述说现在，以当代人为背景亲情吐露的思想。

作者刘同带领读者一起正视自己的过去，迷茫一直都在，人们需把握好现在，直面未来。

推荐理由：

《谁的青春不迷茫》中充满人性的光辉，更有自我的深度剖析，但更多的是让读者感受到了作者的那份真挚和执着，该书不算出彩的封面，不算知名的作者，不算精美的插图。小说留给人们的是回味无穷的思索，因为它有真挚的语言，有人性的思考，有朴素的插图。在这“三有”中间流露出专属青春的淡淡忧伤、丝丝迷茫、浅浅快乐、点点泪痕。

在《谁的青春不迷茫》中，字字准确无误的击中了现代都市人心中的软肋，又点明告诉他们自己所应有的心态。回头望望，看看自己走过的每一个步子，每一个脚印，每一段路，有欣喜、有懊悔、有痛苦，但是没有缺点的青春又能怎能称得上是青春。字字准确无误的击中了现代都市人心中的软肋，又点明告诉他们自己所应有的心态。回头望望，看看自己走过的每一个步子，每一个脚印，每一段路，有欣喜、有懊悔、有痛苦，但是没有缺点的青春又能怎能称得上是青春。

文章用青春为名，致给了自己可爱朋友们，因为这些朋友给了他勇气、动力、告诫、温暖和成功。



《人性的弱点》

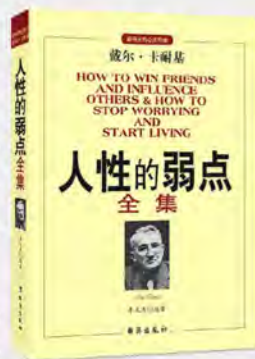
内容简介：

该书汇集了卡耐基的思想精华和最激动人心的内容，是作者最成功的励志经典，出版后立即获得了广大读者的欢迎，成为西方世界最持久的人文畅销书。无数读者通过阅读和实践书中介绍的各种方法，不仅走出困境，有的还成为世人仰慕的杰出人士。只要不断研读本书，相信你也可以发掘自己的无穷潜力，创造辉煌的人生。

世界成功学第一书，戴尔·卡耐基成功学教育全书之一！世界上最畅销、最经典、最实用的为人处世参考书。“成人教育之父”戴尔·卡耐基的思想精华和最激动人心的内容，帮助你解决你所面临的重大问题：如何在你的日常生活、商务活动与社会交往中与人打交道，并有效地影响他人；如何击败人类的生存之敌——忧虑，以创造一种幸福美好的人生。

推荐理由：

如果你想从本书中获益就必须具备一项不可或缺的条件，否则再多的方法也帮不了你的忙。这个神奇的条件就是：迫切改变自己和学习的意愿。一旦你具备此条件，不需要其他建议，就能从本书中获最大利益，并享受快乐的人生。



《所有人问所有人》

内容简介：

2010年的一天，韩寒说，我们来提问吧，无论你是谁，你都可以向任何人提问，问任何问题。于是假大夫想知道他的大学同学为什么会去挖煤，贾樟柯想问为什么各地洒水车的歌声都一样，张小耀问铁凝永远到底有多远。.....

3年时间，几百人共同参与了这场提问与回答的游戏，最终有了一个工作室的第一本书：《所有人问所有人》。

它不负责解答成功的密码，甚至无法告诉你蛋炒饭的简单步骤，但它会给你快要没电的好奇心加至满格，甚至重装你对世界的看法

《所有人问所有人》：一份关于社会、民生、八卦、性、音乐、电影、生活、潜规则等所有问题的非标准答案。

无论你是谁，来自哪儿，做着什么，你都可以向任何人提问，提问任何问题。《所有人问所有人》，就是这样一部收录了最不可思议的问题和不可思议的答案的你闻所未闻的奇书，这些问题，你或想到，却从未有人回答，你或想探索，却一直无处着手。

推荐理由：

一网打尽你一直藏在内心深处的疑问和问题。韩寒、李承鹏、王中磊、苏紫紫、贾樟柯、铁凝、周云蓬、蒋方舟、朴树、叫兽易小星、高晓松、石康、那多、李银河、熊培云、琦殿、连岳、外交部总机、台湾80后、107岁老人……为你回答



《所谓情商高，就是会说话》

内容简介：

说话不只是一种“感觉”，还是一门“技术”！就像烹饪有食谱一样，说话也有它的“秘方”。古往今来，但凡不通说话之道者，都难成大事，而能成事者，一定在语言方面具有其独特的能力。一句恰到好处的话，甚至可以改变一个人的命运。人际沟通中怎样措辞？怎样把握说话的场合和时机？如何领略说话精髓，悟透说话之道，很快在众人中脱颖而出？

作者通过自己多年来掌握的语言措辞技巧告诉大家该如何修炼说话能力，如何提高自己的说话水平。在本书中，你可以通过熟悉“7个突破口”和“8个技巧”，并阅读大量实践故事，更好地掌握并运用语言措辞的技巧，使自己成为说话高手。

推荐理由：

日本最受欢迎的人际沟通课程，世界知名企业员工指定培训教材。作者原本不擅长沟通和表达，但所从事的恰好是需要展现说话能力的工作，在历经焦虑暴食、视上班为畏途的痛苦时光后，有一天，他发现打动人心的语言暗藏规则可循，从那时起，不仅表达方式，就连他的人生也随之发生巨变。本书就是作者多年职场和人生经验的总结，是一本活的“说话词典”。

本书为作者亲身实践中所总结的关于如何说话的“7个突破口”和“8个技巧”，让你获得打动人心的措辞秘诀，使你在人际交往中无往不利。这不是一本无趣的说话励志书，这是一本有趣的口才教科书！如果说话这件事都让你很吃亏，那你真的需要好好练练嘴皮子了。不走弯路，以最短的时间掌握说话技巧。和任何人都聊得来，世界就是你的。





2019届大学生 Smart 作品展

