



2017
新年新福气

吉祥如意 · 富贵平安 · 连年有余 · 风调雨顺

今日悉奥

XIAO TODAY

2016年第4期(总28期)

今日 XIAO TODAY 悉奥

第 28 期

2016年12月31日出版
内部刊物 免费交流

鼎力打造工程涂料第一品牌

● P16

无为式管理之探讨

● P28

未来趋势必备的 6 大能力

● P43

涂料 + 互联网?
请先试一试微信这个入口!

● P18

工程部管理建议
以及督查员管理
方针

封面人物: 2015 年度销售状元——张法林



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯

你连自律都做不到，还奢谈什么自由？

人人都希望自由，自由从何而来？从自信来，而自信则是从自律来。自律的结果就是有更多精力去做喜欢的事。都是成年人，连最基本的行为控制都做不到，还谈什么自信，又奢谈什么自由？

一、自律是生活的基石

据说史蒂夫·乔布斯年轻时每天凌晨四点起床，九点前把一天工作做完。乔帮主说：自由从何而来？从自信来，而自信则是从自律来。自律是对自我的控制，自信是对事情的控制。先学会克制自己，用严格的日程表控制生活，才能在这种自律中不断磨练出自信。

前华人首富李嘉诚以勤奋自律著称。他不论几点睡觉，第二天在清晨 5 点 59 分闹铃响后起床；随后，读新闻，打一个半小时高尔夫；然后，去办公室，开始工作。数十年如一日。自律几近自虐。印象里的牛逼人士都是狠角色：自虐和虐他，必居其一，或者两条都占。

二、没有天赋，你更要自律

史蒂夫·纳什是一位 NBA 巨星。可谁知道，他曾身体瘦弱，背部神经有着严重伤病，被认为是“天赋最差的篮球巨星”。这样一个人，获得了连续两个赛季的最有价值球员。历史上只有十个人做到这点，其余九人都是乔丹、张伯伦等旷世大神。

为什么？因为纳什出了名的自律：不沾糖和油炸食品，训练日里一天吃六顿营养餐。而且纳什还把他的食谱推荐给队友。于是，整个球队都在跟着纳什：吃喝，作息，训练，保持健康的氛围，然后表现脱胎换骨。如果没有天赋，你永远成不了科比或者麦迪；但如果足够勤奋自律，至少你还有机会成为纳什。天赋，上天给的；自律，决定权在你。

三、自律是自由的源头

如果不懂得节奏，很容易时间就被工作填满。如果能尝试着做计划、控制注意力、要事优先、今日事今日毕、构建自己的时间管理系统、平衡好工作和家庭，那么慢慢的，就能从繁琐失误中抽身出来，有时间考虑生活和人生的目标，开始有“心如止水、有条不紊”的感觉——这一切的源头，就是自律。比如简单的早起习惯，好处是巨大的：凭空多出精华般的两小时；能够从容不迫地好好吃早饭；错开拥挤的早高峰。当身体变得越来越棒的时，面对是一个与众不同的世界。自律让我能去享受生活中好的一面，自律让我们离自由更进一步。

这个时代机遇四处涌动，成功并非不可企及，但这需要十几年的精耕细作，连续稳定的正向积累，脚踏实地的点滴付出，当然还有，持续不懈的自律。自律能让你自由。📧

EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部



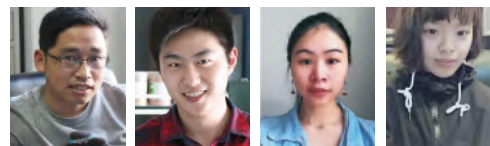
主编	副主编	副主编	责任编辑
黄金谦	夏小良	黄锡	童亚青



编辑	编辑	编辑	编辑
范黎明	马勇军	喻光炎	裘观根



编辑	编辑	编辑	编辑
王新军	陶志培	王晓飞	连城



编辑	编辑	编辑	编辑
施建升	汪泽宇	雷佳丽	胡霞

出刊日期：2016 年 12 月 31 日
主办单位：悉奥控股有限公司
地 址：浙江杭州临安临天路 108 号
服务热线：4008-269-700
传 真：0571-63813189
网 址：www.china-xiao.com
投稿邮箱：zhejiang.xiao@163.com

目 录 CONTENTS

公司 风采 Company Elegant Demeanor

- 02 | 悉奥时讯
- 06 | 开拓视野，洞悉走势，寻求新契机
- 09 | 2016 年营销中心知识竞赛

营销 谋略 The Marketing Strategy

- 12 | 做销售就是要搞定人

管理 纵横 Management Aspect

- 16 | 无为式管理之探讨
- 18 | 工程部管理建议以及督查员管理方针
- 22 | 在企业里怎样当好一个“班长”
- 25 | 你的人生需要精进

科技 之光 Cutting-edge Technology

- 28 | 未来趋势必备的 6 大能力

鲁班 评说 Engineering Management

- 31 | 「无喷枪，不涂料」带你了解涂料必备工具——喷枪

党政 要览 Party News and Policies

- 32 | 党代会感想

员工 心声 Employees' Voice

- 34 | 新年寄语
- 36 | 做最好的自己
- 37 | 你如何听懂我说的话？
- 39 | 别告诉我你懂休息
- 41 | 悉奥新人的一点感悟
- 42 | 所谓 Teamwork

行业 动态 Industry Dynamics

- 43 | 涂料 + 互联网？请先试一试微信这个入口！
- 45 | 涂料厂商应该如何驾驭工程渠道？

知识 百味 Joy and Knowledge

- 50 | 盘点 2016 年新闻大事件
- 51 | 职场漫画
- 52 | 生日祝福
- 53 | 征稿启事

悉奥时讯

XIAO NEWS

锦北街道总工会换届工作会议

10月10日下午，公司人力资源部裘丽莎参加了由锦北街道主办的“锦北街道总工会换届工作会议”。党工委副书记洪国庆解读“关于做好临安市锦北街道工会第二次代表大会代表推选工作的通知”的文件。锦北街道工会书记陈万里对工会的换届事宜进行了详细说明。会议结束时，锦北街道总工会还向我司颁发了“临安市劳动关系和谐企业”的荣誉牌匾。



踏青山湖绿道，赏深秋之风光

10月15日上午，公司组织了“踏青山湖绿道，赏深秋之风光”户外徒步活动。公司近60名员工积极踊跃地参加了本次活动，坚持徒步走到青山湖绿道终点，路程总长7公里，用时约1小时40分钟。活动之余，大家暂时忘却生活的纷繁琐事，收获一份闲庭信步的轻松和惬意，让各位员工能够好好欣赏青山湖的秋之美景。



板桥镇安全稳定工作布置会

10月19日下午，板桥镇安全稳定工作布置会在板桥镇政府会议室召开。公司综合办丁同舟参加了会议。本次会议由板桥政委副书记、镇长童祝平主持，并邀请了临安市消防大队王小吉、交警大队青山中队祝全胜对消防和交通安全进行了普及。板桥镇政委书记李届胜从责任落实、排查整治、责任到位三个要点作了讲解。

企管会工作会议

10月19日上午，公司在行政办公楼会议室召开企管会工作会议，由公司总裁黄总主持。会议主要就公司长桥车间的拆迁安排、高虹新厂房的试生产以及办公大楼的装修进度等进行了汇报与交流。黄总指出，在接下来的工作安排中，各部门要针对各个时间节点，充分做好工作安排，协调好各部门关系，落实好应急预案，并让每一位悉奥员工知晓近期公司的工作安排。

2016 中国人力资源服务博览会

10月20日上午，由浙江省人力资源和社会保障厅主办的2016中国（浙江）人力资源服务博览会在杭州国际会议中心开展。公司人力资源部裘丽莎、包蕾参加了此次博览会。众多国内外知名的企业到场参展期间还邀请了国内外知名专家围绕“共享经济、资本与人才价值的平衡、人工智能对人力资源的巅峰和影响、第四次工业革命与浙江制造”等主题举办10多场高端论坛。整场人博会让我们领略到了人力资源“共享经济”的全新生态面貌。



临安市锦北街道工会第二次代表大会

10月24日下午，锦北街道召开临安市锦北街道工会第二次代表大会。公司工会主席马勇军、工会女职工代表裘丽莎参加了本次会议。大会审议并通过各项工作报告，选举产生了锦北街道总工会第二届委员会及经费审查委员会委员。大会明确了今后五年街道工会工作的总体要求和目标任务，要求各基层工会充分激发职工主人翁精神，努力开创锦北街道工会工作新局面。



市质监站领导莅临车间视察工作

10月24日，在公司总裁黄总的陪同下，市质监站、各分包单位负责人莅临公司年产50000吨绿色节能建筑涂料、30000吨环保内外墙腻子项目现场，主要对项目主厂区进行检查验收，通过质监站领导、各分包单位现场的察看和资料的查阅。大家一致认为，本工程按设计规范施工，各施工材料通过相关部门检验并合格，可以通过竣工验收及各项分项验收。厂区由涂料生产区、腻子生产区、科研中心、办公区、形象展示馆以及其他配套设施构成。新车间落成后，将大大改善工作条件、提高工作效率，同时提升公司作为高新技术企业的形象。



临沂、宣城驻地分公司新办公室落成

近日，公司集采部临沂分公司、宣城驻地分公司相继签约并正式运营。随着建筑工程涂料市场的不断升温，在集采部同仁们的努力下，各地区的驻地分公司建设也逐渐起步，为全国范围内全面建立驻地分公司打下了坚实的基础。

营销中心应收款专题会议

11月15日上午，公司在高虹车间1号楼三楼会议室召开2016年春节前应收款专题会议。营销中心各总监、分公司经理、集采部经理作春节前应收款汇报。公司其他各相关部门针对营销中心的回款计划做好配合工作，全力给予协助。公司总裁黄总最后指出，春节前的应收款回款工作是一项重大事项，特别是今年投入巨资兴建新办公大楼和高虹厂房间加重了企业现金流的压力，所以更加需要引起各部门的高度关注和重视。

2016 年度省级工业新产品鉴定会

11月19日，临安市经济和信息化局组织的我司四个省级新产品（超弹性立体型乳胶漆、新型变色龙外墙罩面涂料、自交联型一丙外墙涂料、自清洁保健型内墙涂料）鉴定会在临安钱王大酒店举行。公司制造中心马工、连工，综合办童主任、丁同舟参加了此次鉴定会。浙江工业大学化工学院主任高云芳、浙江科技学院副主任刘士旺等5位专家听取了公司技术员对项目的工作技术总结、产品检验、用户使用、科技查新等报告后，同意通过验收，并鉴定均处于国内同类产品领先水平。



临安市“工运杯”职工乒乓球赛

11月25日，为激发各行各业落实市委、市政府“三大比拼”活动中的工作热情，提高全体干部职工的身体素质，由临安市体育总会联合临安市总工会主办的临安市第二十八届乒协“工运杯”乒乓球比赛隆重召开。本次比赛共设置机关、镇街男女四个组别，共吸引48支参赛队，183名运动员参赛。悉奥控股有限公司共派出两支队伍，悉奥一队代表乡镇街道组参赛，悉奥二队代表机关企业组参赛。经过三天的激烈角逐，悉奥一队、信用联社、春天一队、市总机关队分获各自组别冠军！悉奥二队勇夺男团机关企业组季军！



临安市 CIO 专题培训班

12月3日至4日，为推动临安市各企业开展首席信息官制度建设，帮助企业管理者掌握信息化能力，切实提高自身的信息化水平，临安市经信局特举办临安市 CIO 专题班。悉奥控股有限公司黄锡、施建升、包蕾参加了此次专题培训班。在两天的课程里，多位专家学者分享了关于互联网与信息化方面的专业知识，内容新颖，切实满足了学员的工作需求，启发学员思考。



经信局主办企业股权资本融资讲座

12月9日，杭州市经济和信息化委员会及临安市经信局主办的“企业股权、资本融资”讲座在临安市委党校开课。杭州市经信委及临安市经信局相关领导出席讲座。公司行政中心童亚青、黄锡以及财务中心孙宏红参加了此次培训课程。本次课程旨在提升我市企业管理人才素质，促进企业转型发展，促进企业与政府之间的沟通联系，让我们企业能更好地在互联网时代下成长与发展。



第四期北大涂料企业高级人才研修班

12月9-12日，由中国涂料工业协会主办、北京大学光华管理学院、巴德富公司承办的第四期北京大学涂料企业高级人才研修班再次顺利开班。有来自涂料及相关行业的行业优秀企业的60余名企业领导精英参加培训。公司总裁黄总也应邀参加了此次培训。培训课程分为两个环节：第十八届北大光华新年论坛环节和授课环节。此次培训从政治、经济、金融、教育、科技、体育等不同角度，全面解读全球化走向，深度把脉中国经济发展态势，共同建言中国策略。



2016 年临安市农业和社科项目申报成功

12月13日，由临安市科学技术局发出2016年度临安市农业与社会发展科技项目文件，我公司荔枝面挂石漆被评为临安市社会发展科技项目。此次项目通过，充分发挥我公司科技创新的驱动作用，引导激励我公司社会发展创新主体开展科学技术研究应用与示范活动，推动我公司社会事业发展。

公司获省级 2016 年第一批高新技术企业

近日，国家火炬计划重点浙江省2016年第一批高新技术企业名单公布，悉奥控股有限公司获得此殊荣。

营销中心“驻地分公司业务知识”竞赛

12月24日上午，公司营销中心在高虹车间三楼会议室运营“驻地分公司业务知识”竞赛。集采事业部全体成员及直销事业部部分人员参加。公司总裁黄总为此次竞赛活动的裁判长，营销中心总经理范总、王总、徐总分别为裁判员。参赛选手们凭借着对业务知识的熟练掌握，以儒雅的风度、敏捷的思辨，为大家带来了一场紧张激烈的头脑风暴。



中共临安市第十四次代表大会召开

2016年12月27-30日，中国共产党临安市第十四次代表大会在临安剧院隆重召开。本次大会总共有357名代表参加。公司综合办主任童亚青作为基层党代表出席了本次党代会。本次会议主要内容有，临安市委书记卢春强作题为《实干至上，砥砺前行，为建设美丽幸福新临

安而努力奋斗》的报告，在报告中全面回顾了过去五年的主要成绩和基本经验，是临安实现大变化、大转型、大发展的五年。之后，各代表讨论市委、市纪委工作报告的决议，并选举产生中共临安市第十四届委员会委员、纪律检查委员会委员、候补委员。

2016 年度年终工作会议

12月30日，公司在高虹车间1号楼三楼会议室召开2016年度工作会议。公司15级以上员工近90人参加会议。会议主要有四项议程，首先由公司副总裁兼法务审计中心总经理夏总宣布2017年度1-3号文件。之后公司副总裁兼制造中心总经理马工总结了过去一年的工作，提出制造中心不能固步自封，需要重新定位，从改变自身做起，并提出了今后的工作思路。副总裁兼营销中心总经理范总重点讲了营销中心的改变与突破现状等问题。公司综合办主任童亚青作为中国共产党临安市第十四次代表大会代表谈了出席党代会的感想。最后，公司总裁黄总作重要讲话，深刻分析了当前形势，指出了当下公司存在的十大危机，并探讨了新营销的模式。

辞旧迎新年夜饭

光阴似箭催人老，光阴如骏赶少年。新的一年又向我们徐徐走来！公司于12月31日在车间举行2016年夜饭跨年活动，邀请了公司全体员工、业务经理、施工项目班组长、销售状元和企管会家属共计三百余人参加。酒席间，大家把酒言欢，气氛十分热烈。在此，预祝大家在新的一年里福气多多，快乐连连，万事圆圆，微笑甜甜。





» 第十八届北大光华新年论坛



» 北大光华名誉院长 厉以宁



» 北京大学校长 林建华



» 北大光华管理学院院长 蔡洪滨

开拓视野，洞悉走势，寻求新契机

——第四期北京大学涂料企业高级人才研修班

文 / 本刊编辑部

自2013年起，由中国涂料工业协会与北京大学光华管理学院合作每年一度开办的行业高级管理人才的培训课程，至今已成功举办三期，对于行业高级人才的培养产生了积极的影响，是中国涂料工业协会加强人才培养的又一见证。

2016年12月9至12日，由中国涂料工业协会主办、北京大学光华管理学院、巴德富公司

承办的第四期北京大学涂料企业高级人才研修班再次顺利开班。有来自涂料及相关行业的行业优秀企业的60余名企业领导精英参加了此次培训。悉奥控股有限公司总裁黄金谦也应邀参加了此次研修班。

此次培训围绕着全球政经新格局、全球技术新变革、中国宏观经济走势、经济与社会大趋势，在国家积极推行供给侧结构性改革、创新宏观调控方式、推进“一带一路”建设等多项政策共同发力的大背景下，启迪中国企业如何寻求新的发展契机。全部培训课程共分为两个部分：第十八届北大光华新年论坛环节和授课环节。

第十八届北大光华新年论坛环节以“全球变局 中国策略”为主题，汇聚时代人物，共议变化中的国际政治经济格局给中国

带来的挑战和机遇。开幕论坛和四场分论坛，从政治、经济、金融、教育、科技、体育等不同角度，全面解读全球化走向，深度把脉中国经济发展态势，共同建言中国策略。开幕论坛从“全球化再定义”、“全球变局下的中国经济再平衡”进行了多层面的探讨。特别是北大光华名誉院长厉以宁，以《寻找“红利”新源泉》为题作的主旨发言，为与会者上了一堂别开生面的课程。



» 北京大学光华管理学院

带来的挑战和机遇。开幕论坛和四场分论坛，从政治、经济、金融、教育、科技、体育等不同角度，全面解读全球化走向，深度把脉中国经济发展态势，共同建言中国策略。开幕论坛从“全球化再定义”、“全球变局下的中国经济再平衡”进行了多层面的探讨。特别是北大光华名誉院长厉以宁，以《寻找“红利”新源泉》为题作的主旨发言，为与会者上了一堂别开生面的课程。

刚刚度过86周岁生日的厉以宁指出，在全球政经变局背景下，教育要与时俱进做改革，对于中国经济深层次的思考同样不能止步。他开宗明义指出，原有红利的丧失和新红利的不断涌现，是一个全世界都面临的问题。原有红利的消失主要归因于转型的不及时和不到位，相当大的程

度上与留恋原有的“优势”有关。当然，在原有的红利消失以后，新的红利不可能自发涌现，必须有新的体制，新的机制，激励亿万群众和企业家充分发挥他们的活力，新的红利才可能会出现。而且红利不止一种，可以包括新改革红利、新人口红利、新科学技术红利、新资源红利，以及社会和谐红利。社会和谐红利是影响最深远的红利，它有赖于文化的建设，并且同广大人民群众密切相关。以上种种红利之间是互相关联的，它们相互启发，又相互促进。最后，他强调，所有红利的涌现都依赖于我们的创造，“从无到有”，“推陈出新”。只要创意、创新、创业不停止，新的红利就不会枯竭。全世界皆如此，无一例外。

分论坛中，与会嘉宾分别就



» 北大光华管理学院副院长张圣平教授致词



» 课堂互动交流



» 悉奥控股有限公司总裁 黄金谦

“全球变局下的投资策略——产业投资 & 金融投资、体育的寓言与预言、中产崛起与中国未来、智能浪潮下的商业价值与机遇”等议题，展开了深入探讨。经过近二十年的悉心耕耘，北大光华新年论坛已成为中国最具权威性和前瞻性的思想交流盛会和最具影响力的公益学术论坛之一。

12月11日，开学典礼中中国涂料工业协会副秘书长刘丹女士、北京大学光华管理学院副院长高层管理教育中心主任张圣平教授分别致辞。刘丹副秘书长从拓展企业经营管理新思维、学会更好地与人沟通，优化人际环境和释放生活工作压力、调节心理平衡给学员提出了三点建议。

本期课程分别由北京大学光华管理学院组织与战略管理系副教授、副系主任马力，北京大学光华管理学院副院长、应用经济系副教授李其，国家信息中心首席经济师、研究员范剑平教授，分别就“管理沟通”、“大趋势：

经济与社会”、“中国宏观经济形势分析和金融热点解读”为学员带来了精彩的课程。

经过3天紧张的学术交流，学员们深感受益匪浅。整个课程大到全球变局、国际经济形势、中国宏观经济形势、世界金融热点诸如美国经济、欧债危机、货币政策，小到企业管理中的沟通

技巧原则，以及关注的产业结构调整、供给侧结构性改革、中国房地产走势、投资动向、人口红利、城镇化等热点问题，不仅开拓了视野，启迪了智慧，了解了世界和中国发展大势，而且为企业的投资、管理给予了指导，为中国涂料行业应对全球政经新格局、拥抱全球技术新变革、寻求发展新契机起到了积极作用！

» 北京大学涂料企业高级人才研修班第四期学员合影



» 营销中心知识竞赛会场

2016 年营销中心知识竞赛

文 / 罗雄飞 销售行政部经理

辗转，又是一年。2016年，已在收拾归程的行囊，不远处的2017，正微笑着走来。2016年12月24日悉奥控股有限公司营销中心注定给大家带来一个不同凡响的平安夜。

为了激励咱们市场部各位同仁们，来年以更将饱满的工作热情，以更加务实的工作作风，特

举办悉奥控股公司营销中心驻地分公司运营知识竞赛。根据公司学习驻地分公司政策教育为目标的要求，在市场总监的组织下，主要集中在集采事业部和部分直销事业部的人员中开展。

本次竞赛严格遵守“公平、公正、公开”原则，专门成立裁判组。其中裁判长由公司总裁黄总担任，组员分别是营销中心总



» 激情四溢、热火朝天的的比赛现场

经理范总、直销一部总监王总、直销二部总监徐总。竞赛主要分为三轮，每轮有个人必答题，小组抢答题和风险题三种方式答题。赛中四组队员积极答题，沉着应答，展现出扎实的政策知识、业务技巧、良好的心理素质和清晰的答题思辨能力，为我们在场的所有来宾呈现了一场高水平的赛事。

纵观整轮赛事，最为激烈的是抢答题，也成为了四组打分的水分岭。首先，第一小队奇胜队抢答速度最快，答题方式快、准、透彻，且队员之间配合默契，能充分体现团结的凝聚能力。之所以取名奇胜队，我想旗开得胜便

是他们队的目标，最终夺得桂冠也实至名归。其次，第四小队直集队的一名队友将实战与理论相结合，很有逻辑得回答问题，并且获得裁判长的高度表扬。其他队抢答也是极力追赶，好不留神，生怕一个眨眼的功夫，这机会就溜给了对方。整场激情四溢，竞赛的味道也愈演愈烈。

赛中每个问题都极具专业性、宏观性，我们邀请裁判员和在座企管会成员给我们讲评，他们的专业术语，解评透彻，如题库主要涉及：战略性政策方面、业务洽谈技巧方面、工程专业施工方面、财务税金税率方面、生产技术方面。

再次，最为受益的环节是领导们针对论题的解说环节。尤其是观众抢答互动题“神仙宫”史记时，直销部6 公司经理积极踊跃抢答。然而我个人觉得特想阐述当时这个情形的是因为：全场人员都被总裁黄总动容的解说给震惊了。原来“神仙宫”并非大家所想的传说，而事实存在于史记记载。黄总带我们走入了高虹新厂区的前身，从公元 211 年至今已有 1800 多年历史，历史源远流长，为革旧迎新、祈求平安、安定天下之意，辗转将遗址迁址悉奥涂料新厂区中，为了表达悉奥人对历史的追怀和传承，特设立石碑表达敬意。



历史典故

“神仙宫”与“三官殿”

“神仙宫”与“三官殿”的传说是古城高虹的道教文化遗存。在高陆的东南面，现为虹桥村牌坊处，小地名叫三官殿，原本建有一座“三官殿”。三官殿的“三官”，即古时农耕社会信仰的天官、地官、水官。我国上古就有祭天、祭地和祭水的礼仪。《仪礼》的《觐礼》篇称，“祭天燔柴，祭山丘陵升，祭川沉，祭地瘞”。东汉时，张陵（张天师）创立五斗米道，就以祭祀天地水三官，上三官手书作为道教徒请祷治病的方法。口传耳闻的高虹人传说至今，古代人们路经三官殿进入县城，武将要下马，文官要落轿，以示对“三官”的敬重。

与“三官殿”相邻，在旧县治南面的一块高地，建有一座“神仙宫”。当地人说，高陆这块宝地大水淹不掉，干旱不成灾，得益于道教的祖师张天师保佑，旧县治的高陆人便为张天师建造了一个宫殿，取名神仙宫，以求消灾避难，保佑平安。神仙宫遗址在现悉奥控股有限公司高虹厂区内。解放前仍有道士在此处修炼。神仙宫的建筑于 20 世纪 50 年代焚毁于大火，三官殿如今也只剩下一个地名可以追怀。

随着掌声一阵一阵响起，本次赛事终于圆满得落下帷幕。不过再完美的计划，也有疏忽的一面，这期间也存在些小问题：

1. 客观因素造成比赛的疏漏：抢答设备不齐全，因为是由主持人选择谁举手第一的人来决定，这也怪我这个主持人眼疾不过手，选择队员回答的频繁出现回答问题的时候找不到第一位是谁，总感觉每个队都是第一。希望下次有机会的话将抢答的设备可以更改和提高下。

2. 大部分同事存在的普遍问题：比赛纯粹变成回答问题，而不是解决问题。也许是因为气氛紧张的缘故，答题过于浅表，并未透彻得理解。“知错能改，善莫大焉”，假如将我们这次竞赛题，当作集采部人员出门开拓市

场时碰到的情形，我相信他们一定会克服这个缺失。

一次活动，可以看出一个人的能力，可以看出一个团体的能力，可以看出一个公司的凝聚力和人文。公司是一个整体，我们所有人必须具有攥指成拳的团结意识。再者“喝水不忘感恩人”，这次竞赛在这么短的准备期间内，在有限的背景和场地下，我们能够如此顺利完成，离不开我们营销中心总经理的精心策划，离不开人事部和行政部同事的极力配合，离不开所有领导的悉心指导，更不开我们所有在座的市场部精英们。“火车跑得快全靠车头带，成功离不开领导的英明决策”，我相信咱们悉奥人在领导们的带领下，将永远是一支能征善战的队伍。🏆



△ 现场观众参与答题

▽ 奇胜队最终夺冠





做销售就是要搞定人

文 / 本刊编辑部

朋友们，不知道大家有没有想过自己为什么会选择做工程销售吗？

（一） 为什么做销售

虽然销售也是一份普普通通的工作，但它有着自己独特的魅力。销售的报酬是通过自己的业绩来衡量的，能激发自己的积极性并不断挑战自己。销售可以赚钱，甚至可以做到一个月的提成达到别人一年的工资。销售可以锻炼人的心性，让人不急躁，达到外圆内方的内涵。销售是跟人打交道的工作，不像与跟机器打交道那样枯燥乏味。做销售，最容易的事就是放弃，所以做好了销售工作，其实就是磨练了人坚持的意志，永不放弃的决心！做销售，就是经营自己的人生。

那么我们应该如何做好销售工作呢？

（二） 了解自己的产品

首先，就是要充分相信自己

的产品是有用的，可以带给客户一定的价值，可以满足客户的需求。自己并不是要卖东西给客户，而是要带给客户方便，让客户可以用上高质量的产品，用上性价比最高的产品。要一直坚信，我的产品是优秀的，我也是优秀的，因为只有这样的信念，才有底气。

其次，要充分了解公司产品系列、产品定位、主要的服务工程类别、工程阶段、产品市场在哪、业务对象是谁？多方位，多角度地去了解自身，做到知己知彼。

再次，要善于通过老业务员了解具体工作的开展，老业务员是宝，特别对于新业务员而言，公司的老业务有经验，知道在适当的时候该做什么，什么时候攻关最好。新手要懂得取经，要虚心学习。

最后，要了解竞争对手，知己知彼才能百战百胜。你要了解自己主要的竞争对手有哪些，他们的优势是什么，与他们相比，我们的优势是什么。这些都是很浅的竞争分析，你要深入进去分析才能得到自己要的东西。

如果实在不知如何开展分析

的话，可以参考以下几个问题。

- ①是否可以详细说明与区别我们的独特卖点？
- ②是否能明确确定行业内的竞争对手的产品或服务以及各企业？
- ③是否持续不断地收集竞争对手的行业、产品及动向信息，并进行分析？
- ④是否在可以将自己的服务与产品与竞争对手的区别开来？
- ⑤客户可能以竞争对手的哪些优点作为拒绝购买的理由？
- ⑥如何针对这些拒绝理由回答？
- ⑦竞争对手有哪些弱点，而这些弱点恰恰是我的强项？
- ⑧是否能够将产品的独特卖点和客户的需求联系起来？
- ⑨是否能够找出客户存在的问题或者潜在问题，而这些问题是产品独特卖点可以解决的？

也许有些人会觉得分析这些好像很麻烦，不分析抓着关键几点也能把单子做成。但想要获得更多更大的成功，这些分析就显得很有必要了。

如果能时刻都保持自己清晰的思路，即便是再大的单子，再多的业务，再琐碎的事务，都能处理的井井有条，有条不紊，最好的状态完成任务。



（三） 理解工程中的各方关系

做工程销售，就要梳理各种关系规则，能把这些关系掌握利用好了，签单真没想象的那么难。有句话说的很对，销售就是要搞定人。那么，如何理解工程中的各方关系呢？

1、甲方：又称为投资方，或发包方，与工程施工总承包发包是不同概念的，一般在工程现场，由投资方派出若干名代表，对工程施工质量、施工进度、材料品质控制、预算控制、以及现场变更协调工作。

2、乙方：又称为施工总承包方，简称为施工方，但不是指总承包方下的一级、二级等级别的施工承包队伍，乙方是直接甲方签定总承包合同的具有法人资质的企业。

3、施工分包方：多指在施工总承包方承揽一部分施工任务的施工队。其并不具有在该项目上直接与甲方对话的权力。

4、丙方：即监理方，是受甲方委托专业的监利公司在施工现场进行施工质量、进度、成本方面的控制监督。其主要监督施工方。施工方的许多施工流程的资料都需要上报监理方检查、审批。

5、设计方：对工程项目的土建部分、水电安装部分、室内外装修部分工程进行方案设计的专业设计院所。

针对不同工程项目采购类型，采用不同的策略，业主，总包是工程项目中的巨头，也是我们做业务攻关的主要工作目标。业主是品牌的决定者，掏腰包买货的人才才有发言权，也是销售人员的主攻方向所谓的关键客户。那么业主最关心的又是什么呢？当然是价廉物美的产品。销售人员须以专家的身份介绍你的产品特性给客户带来的利益和高品质的产品给客户的质量保障和安全

角色	甲方	乙方	设计院	监理单位
角色分析	购买的决策权、拍板权位居高位，难以掌控	可能具有多重身份的人 必须及早与之建立联系的人	在技术上有建议权、否决权，对商务条件不关心	意见对采购有一定影响
职能分析	总经理 项目决策人	采购部主管 总经办主任	技术部主管技术人员	主要人员为项目的监理
关心重点	甲方人员包括负责人和办事员。 甲方负责人基本面：产品要好，合理公正的交往；通过谈判来压价；通过谈判的细节考察交易公正性；检验办事人员的能力与人品。 应对方法：进一步推广产品；不对立；称赞对方办事人员；表明自己的合作诚意，同时表达自己难处。 甲方办事员基本面：事情办的漂亮，受领导的肯定；受舆论影响大。 表现形式：拼命压价；威胁；称赞竞争对手；保持与你的距离。	乙方人员包括乙方的项目负责人和办事员。 乙方项目负责人的基本面：谋求高利润；强烈推荐高利润产品。 表现形式：推荐高利润产品，否定低利润的产品。 应对方式：通过甲方、设计、监理等各方工作，弱化其在采购上的影响；强大的品牌感召力，使其认为这个项目必然成功，软化对我们的态度，使其失去部分谈判主动权；表示诚意，一定程度上表明自己难处；合理的利润让步，动之以利。 乙方办事员基本面：通过为公司获得尽可能高的利润的形式，获得公司的肯定；推荐高利润产品；推荐产品获得甲方肯定。 表现形式：压价；摆高姿态；威胁；索取回扣；否定低利润产品，推荐高利润产品；个人私利考虑。	符合规划要求；个人利益；设计方便。	产品受甲方认同；品质过得去； 应对方式：建立个人关系，交朋友；适当的利益；相互的认同。

感。其实大部分的业主并不专业，所以销售人员除具备丰富的专业知识外，专业化的包装也很重要，比如着装，样品，资料，技术演示会等都需要体现专业的素质，你是专家客户当然听你的。另外以第三者公正的立场给予业主以信心，如参观已使用了该品牌产品的工程项目和现代化的生产基地。目的只有一个，获得业主对贵公司产品的品牌、质量和价格的认可。

对于品牌操作上，可以从设计院入手。设计师是品牌的指定者。尤其是高端产品制造商的销售人员，几乎都不会忽略设计师对销售带来的帮助，通过设计师在图纸上的品牌指定或技术指标的指定，是项目销售员们一个非常有效的销售手段，最低限度你能从设计师那里获得有用的工程信息。

但如何说服设计师指定你的品牌或以贵公司的技术指标作为此项目产品采购标准？设计师的需求又是什么？一般而言，设计师关心的是产品的技术性能是否能满足其设计的要求，技术数据和测试报告是其关心的。所以与设计师打交道的销售人员除基本销售技巧外还需具备丰富的专业知识，也就是所谓的专业化的销售，销售员需与设计师有相同的工作语言，能够为其带来一个整体的解决方案或专业的建议书。对于你给予的帮助，设计师会投桃报李，你公司的产品被采用就大有希望了。需要特别注意的是设计指定的有效性，其实技术含量愈高的产品愈适合进行品牌指定，换句话说就是被指定的品牌产品愈难被替代，你的成功的希望也愈大。



（四）

如何寻找工程项目

做工程销售，当你下定决心准备要大干一场的时候，首要解决的问题就是，项目来源，项目资料信息怎么获取？途径方法不外乎以下几种情况：

1. 扫街。
2. 政府部门，理论上在政府规划局和建设局有最权威的项目信息，因为项目规划方案必须经规划局通过并备案，项目的施工图要在建设局通过并备案。
3. 设计院信息。
4. 工程信息网站或者招投标网。
5. 相同客户资源的其他销售推荐，有时候竞争对手也可以合作。
6. 现有客户的引荐。

方法有很多，对于新人而言的话，在该行业还没积累一定的人脉，往往需要自己辛苦扫街去获得一些信息。扫街对一个人的锻炼是很大的，新人从扫街开始对未来的帮助会有不少。

刚开始的时候，你可以借着客户回访的名义，去拜访一下公司现有的客户，一来是这客户与自己公司有联系，说明还是比较认可你的，你的拜访在一定程度上也会促进他们对你公司的好感，通过这类公司获取一些信息，这是很靠谱的一条路。

你找到一个公司，关系做到位了，可以了解一下他们与哪些设计院关系比较好的，你可以借着这个公司的名义去拜访一下设计院，如果能够在设计院就搞定关系的话，对你的销售帮助那是巨大的，没事多跑跑设计院还是

不错的，这条路也靠谱。

多跟一些同行交流，大家去拜访客户的时候，很多时候是会遇到一些销售的，抓住与每个月成为朋友的机会，这是在积累你的人脉圈，多交换一下名片，抱着真诚的心，总是会有收获的，比如可能你在跟的项目别人刚好需要，而别人在跟进的项目又刚好可以帮你引荐一下，这就是人脉的力量了。



（五）

怎样拜访陌生客户

拜访客户，在出发之前，需要检查一下“身份”。

身：自己的着装是否得体，包括发型、衣服、鞋子等细节，是否可以给人一种专业、热情、舒服、得体的感觉，如果没有，那就马上调整过来，要以最佳的姿态见客户，见客户的时候，你代表的还有公司的风貌。

份：是否准备好各种资料，产品说明等，出门时候，该带的资料要带齐，以避免客户在问你要某个产品的资料的时候，自己手忙脚乱翻了一堆，发现没有那个产品资料，这样会给客户留下不好的印象。

首次拜访我们的客户，大家要先模拟一下，我们的客户可能会问什么问题，比如客户肯定会问，你产品的优势是什么，为什么要选用你而不选用其他产品？客户对陌生的销售人员天然拒绝，如果自己也没准备好，往往容易被客户的拒绝而打乱了自己的步伐。建议在出发之前，站在客户角度想一下以下几个客户问题：

你是谁？

找我什么事情？
对我有什么好处？
怎么证明你说的是对的？
为什么我要买你的产品？
为什么要现在买你的产品？

准备好问题之后，也许大家对于首次拜访客户还是有些害怕。说实话谁不害怕，就看你害怕的程度而已，可能一些老业务员处理了很多，有经验，什么问题都可以游刃有余地处理了，害怕度很低，而一些新业务员的的话，可能就压力比较大，不知怎么处理，害怕是正常的，要允许自己害怕，但更加要勇敢去面对，这才是我们销售人员应该有的心态。

拜访客户的时候，请不要抱着一颗我一定要签单，或者我是卖东西的，而应该抱着我是替客户创造价值的心态。拜访也好沟通也好，都是不断见面，不断交流，创造价值，我们创造各种解决方案，希望用相对较小的让步换取更大的利益，不要只是关心自己的产品，一味说自己的产品好，而忘记了用户的需求。

还有，大家要明确知道，自己去的目的是什么，大家想要的，无非就是项目进度、预算、组织架构、甲方情况、采购流程与形式等，说白了，就是要知道这个项目值不值得自己跟，值不值得自己花时间花精力去。但是换位思考一下，如果你是采购人员，如果你是负责人，你会在第一次见面的时候跟别人说这些东西吗，我跟你又不熟，没赶你已经很不错的，你还那么套近乎，所以，第一次不要要求太多，要做的就是让客户知道你，知道你的品牌，对你有点印象，方便下一次拜访，能占据客户心理的品牌意识就好。



（六）

说说追款那些事儿

年末了，该清账了，又到了应收款回笼的难关。去催款，但客户打电话不接，上门不在，即使在了，也会用各种理由搪塞你。那一般客户会怎么搪塞你呢？总结起来不外乎以下几个：

躲：躲着不见面、不回复留言电话传呼、告诉别人“他不在”、变更经营场所等

拉：以老朋友、老客户自居，要求相信他、帮助他，发誓赌咒一定还清债款（但遥遥无期）等

赖：以货物、合同规格、品质不符或价格太高为理由，拒绝付款或以此要求降价拖延时间

拖：以生意不好无利可图，货物难销，正出差在外、会计人员不在等理由要求下次再来对账收款，达到其拖延的目的

推：以未收到对账通知单、客户的汇款未到、前任没有交待、企业已更换等理由推托责任

磨：不断提出不同的理由来拖延支付，使债权人疲于追讨；或多次承诺支付，但从未履行

无论遇上哪一种，都会是一件麻烦的事情，需要耐心去解决。建议要去设法了解客户的经营状况：包括进货周期、结帐周期，争取在客户资金到帐的时候自己是第一批人。针对以上的各种对付自己的方式，我们可以考虑用下面几种方式来解决：

缠：

一定要找到对方决策人，对方下属对你的还款是起不到作用的，更多要找签字的那个人；针对“磨”的客户要不断地提出问

粘：

不轻易答应客户的要求，对有松动的债务人要随时提出还款承诺的要求。在粘的时候，可以高频次，小金额，拿到多少先是多少。

勤：

催款的频率一定要高；就像小格言“会哭的孩子有奶吃”说的那样，催得紧时更可对债务人的交涉要层层逼近，不轻易答应客户的要求，对有松动的要及时达成还款承诺，催讨的频率要高，拿不到大款也要拿回小金额。上门要早，到了汇款日那天，应早早就上门等待，不然别人来一句，“我等你那么久，你都不来，我钱转给比你早来的了”，那就无话可说了。

逼：

对客户弱点直接施压，这一点对催款人的要求更高；同时要注意适当提高施压等级，利用上级关系要其尽快还款给自己。

快：

对意外的事情反应要快。这一点要求催款人在头脑中要随时有应付意外事故的信号，尤其是遇到可能会溜走的客户，希望各位是不会碰到的。

最后实在不行，只能求助于法律的力量。但这也是万不得已的一条路，虽然往往最后会破坏客情关系，自己利益受到损失，但总比竹篮子打水一场空要好。👉



什么是无为式管理？即在公司市场营销团队的管理中，推行无业绩任务、无制度考核、无工资发放的记账式管理，笔者自命为无为式管理。这种方式有点类似于弹性工作法，表面上看起来甚至于有点无视、放纵，当然，管理的初衷是用无为的手段，变得管理上更加有为。

从本质上讲，这里的无为是公司层面的。公司对市场部门分成若干个营销团队，或者说若干个阿米巴组织，对这样的小团队或组织，公司无需制定年度业绩指标、工作计划、任务考核等系统性管理文件，而把这些职能与责任，以收益为纽带，转化成更充分的授权，授权给这个营销团队的经营者，让经营者自我规划、自我加压、自我奋进，让经营者像当年农村分得责任田一样去种

好自家的一亩三分田。

以收益为纽带，向管理要效益，导入私有制式的管理，是对目前分公司制的市场营销管理模式，再升级，再创新。从而“子公司模式”呼之欲出。这里推崇的子公司，并非法律层面的，无法定注册，无法人资格，是纯属公司内部结算体系上的类子公司模式，它是以内部记账方式来完成独立核算，与依法成立的子公司是有本质区别的。

子公司的经营收益主要来源是业绩提成，与业绩量成正比，与经营支出成反比，其市场结算体系与分公司在同一起跑线上，不同点在于授权范围更广，经营主动权更大，管理责任也更重，用管理效益实现回报。

那么，“子公司模式”研究有哪些前置条件？与目前分公

司模式有哪些差异点？且在组建过程中应注意哪些？不妨进行一些探讨。



一、组建子公司模式的历史背景与前置条件

阿巴米模式的分公司体制，对组建子公司模式创造了有利条件，四年来实践，尝试到《销售分公司时的责任制》的优越性与不足，最鲜明特点是：培养了一批具有事业进取，责任担当的市场团队，同时也暴露出“一把尺子量到底”的缺陷，没有充分发挥特别有干劲、特别有能力、特别有贡献的精英团队，为了让这

些精英团队创造更大的潜在价值，让“媳妇”放开手脚大干一场，同时也饱享付出的应有回报。

子公司模式的经营者，无疑是市场营销管理与服务中的佼佼者，才能胜任子公司总经理一职，这是“高产田里搞试验”。具体的讲，必须设立以下前置条件：

1、市场业绩基础好。

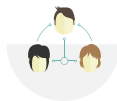
在本行业有时间积淀，有丰富的实际经验，有骄人的业绩成长。

2、经营管理能力强。

熟悉公司制度，认同公司文化，能有效把握经营收益最大化和成本最小化。

3、为人诚实信用。

忠信仁笃，尊重游戏规则，同台竞技胸怀袒露，无信用不良记录。



二、子公司模式的创新点

1、子公司的三大统一。

即公司行政统一，包括公司法人形象、公司文化、公司风险、公司福利等；生产技术统一，包括技术水准、产品质量、应用规范的保证等；财务稽核的统一，包括公司的统一账户、产品单价、有偿项目费用的类别与定价等。

2、子公司的三大无为管理。

即无业绩任务，指取消《销售分公司目标责任制》中的业绩目标任务数，由子公司自定计划，

自行实施：无制度考核，指取消公司执行的《差旅报销政策》、《员工守则》中的考勤条款，以及公司制定的其它双规制的制度条款；无工资发放，指公司不确定子公司总经理及团队的工资标准。

3、子公司的三大权利。

即公司平台资源的优先享有，无论是培训与学习、管理与服务、行政与生技，优先保障；公司产品一旦发生质量异议对损失评估有对等谈判权；有项目自有资金直接支配权，凡子公司经营的全部项目资金，只要有溢余资金的，子公司直接调度支配，公司无权参与、无需审批。

4、子公司的三大激励。

即收益规划激励，指子公司的年收益分配上，在会计法、税法允许前提下，公司以最大许可给予收益税务规划，以致收益分配最大化；累结返点激励，指子公司总经理享有历年业绩累结返点，比例0-1%（注：具体计算方法略）；以物兑付激励，指子公司的年终收益，如以公司产品兑付的，一律予以现金结算价再优惠12%结算。



三、无为式管理应注意的几点问题

1、权利下放，不是责任减轻，而是工作重心转移。

取消了公司层面部分管理，取消了市场业绩规划和考核，表面上看起来，公司管理者工作责任都减少了，实际上是分工的细

化，把工作重心转移到平台建设、平台监管、平台维护上。

2、对市场服务的要求更高。

子公司与公司的关系，对外都是一个形象，内部结算上却是买卖关系，客观上责权利关系有着一定的冲突，如有一方特别是子公司方的既得利益受到损害时，将可能会计较。

3、倒逼产品质量、工程质量、服务质量更精细化。

子公司与公司的结算关系，应视为一般的商务合作关系，或者说像代理商关系，如因公司方的相关质量承诺发生偏差、失职、甚至于事故，那么，最终必定会付出昂贵的代价。因此，倒逼管理升级，切实完备保障措施。

4、当好子公司这个家。

作为子公司，特别是子公司总经理，如何当好这个家，如何正确处理好十大管理（载自《今日悉奥》第23期P10）和十大策略（载自《今日悉奥》第24期P24）至关重要。

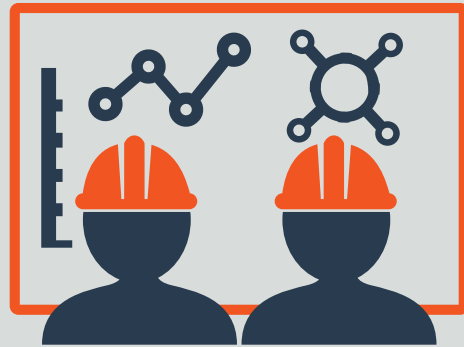


结 语

“单干一定比吃大锅饭干得好”，“一个和尚挑水吃，两个和尚抬水吃，三个和尚没水吃”，这些谚语的韵味，与阿米巴组织的管理是一脉相承，其原理也是相通的。抓住经济杠杆这个牛鼻子，让子公司团队尽心地付出、尽责地工作，迸发出无穷智慧，实现自我价值、实现最大回报。▲

工程部管理建议 以及督查员管理方针

文 / 裴观根 工程部经理



公司发展日新月异及行业竞争白热化以出现工程部管理短板现象，必须严格要求督查员执行公司各项规章制度，主动宣传公司政策，全面贯彻落施工管理办法的各项要求至施工应用中。规范项目班组日常施工行为，秉着公平、公正，不徇私舞弊的原则展开督查工作，重点督查安全、质量、进度及文明施工工作，具体工作如下：

1、以项目为单位，要求全督查工程督查员及时收集文档资料。内容包括：主合同、委托书、涂料工程概况表、施工清工协议、施工人员身份证复印件、月出勤考核表、施工方案、各类已发和签回联系单、处罚单等。

2、以项目为单位，要求全督查工程督查员建立工程施工管理群（由工程部、项目经理、班组长、某某楼小组长组成）。要求班组每天文字汇报天气、人员出勤、班组长在位等情况、每周不少于1次拍摄全部现场施工人员照片上传微信，工伤投保需提供全部施工人员身份证复印件由工程内勤及时办理并归档，身份

证复印件要求有施工人员签字用于某某工程工伤投保使用。每月底需提供施工当月考勤表，由全部施工人员、班组长、项目经理共同签字。上述信息收集汇总后交由工程内勤对身份证复印件、考勤表、微信内容进行复核记录，对不实问题按施工管理办法进行处罚处理，杜绝漏保及恶意讨薪等问题。

3、要求督查员规范涂料进场资料报送。根据主合同、施工委托书、施工指令单制定合理施工方案、进度计划表、分项项目管理分分工表、公司资质、材料检测报告、合格证交工程部经理审核后报送总包方、监理单位，并参与分公司、业务经理协调资料归档费用落实问题。

**公司发展日新月异，
为了不让工程部成为
短板，必须严格要求
自己，全面贯彻落实
各项施工管理办法。**

4、要求督查员规范涂料与甲方现场对接工作。踏勘工程现场，核实工程概况信息，同时接受开发单位、总包方现场负责人的工程交底（即涂料分项对接会），交底内容必须书面逐一记录并填写《悉奥装饰有限公司外墙涂料涂刷部位及工艺对接单》由甲方现场负责人签复后存档，并收集好相关人员联系资料。建立与甲方、监理、总包方、公司相关部门的联系、配合、协调工作。现场督查时做到一天一露脸，三天一汇报。

5、要求督查员规范涂料上墙前基面交接验收工作。根据《悉奥装饰有限公司外墙涂料涂刷部位及工艺对接单》督查员施工班组安排专业人员参照国家标准以及相应质量要求进行涂料工作面验收，书面汇登异常情况，以及发现其他分项项目与涂料施工正常程序部合理现象，及时与相关人员取得沟通与落实。杜绝墙面未验收先上墙，一旦上墙的一切质量后果由施工班组承担。

6、要求督查员规范涂料施工安全管理工作。进场时由工程

部安全专员组织项目经理、班组长召集施工人员进行三级安全教育等全面交底，并将安全技术交底书由全体施工人员签字后归档。要求班组长现场工地到位率90%以上，进场前做好参保工伤投保工作，施工人员安全配置齐全，每人配发一套工作服。现场每日由督查员或班组长组织每日施工前安全早会，检查施工人员安全用具佩戴使用情况（统一安全帽、工作服），每日危险源讲解及防范措施，施工任务安排等。安全处罚采用项目微信群管理拍照上传，文字描述确认楼号、人员数量、安全问题及按施工管理办法规定处罚金额等）。

7、要求督查员规范涂料施工前技术交底工作。由工程部组织项目经理、施工班组长、施工技术骨干到工厂生技部应用中心接受理论与实践交底，达成书面工具、工法、工序、工艺的《施工指令单》，交付活动样板若干。督查员负责监督班组依据公司技

术应用中心交底内容现场施工100平方米左右样板墙，复核成品颜色、效果、工序、工法、用料量等，并现场经甲方、监理认可。确认的样板墙就是后续施工的标准，对班组起对照、督促作用。

8、要求督查员规范涂料施工材料的申报与仓储。班组长为材料申报专员，接受生产批号和物流指令，负责安排货到现场验收搬运与分类存储。尽可能要求甲方提供室内仓库，需班组自设露天临时堆放的，堆放垛数控制在每万平米1处或以下，严禁超垛乱堆。督查员负责对班组申报材料全程监控，及时掌握库存情况、日用料量等准确性，工程进展至70%时应重点关注，避免少量多批或备货过度而发生重加工费。

9、要求督查员规范涂料施工进度计划、劳动力与机械安排工作。项目进场前由督查员组织项目经理、班组长根据工程要

求制定施工总进度计划表（注明班组长、平均劳动力、高峰期劳动力、机械安排等），根据实际施工情况每周五提供本周完成情况和下周施工计划安排，每月25日提供当月施工进度和下周施工计划安排。由工程部负责审核、调整和监督落实。提供大量工作面时，应及时增补劳动力及机械达到计划约定安排量，否则将启动管理不力应急预案，决定权在工程部，项目经理无条件执行。

10、要求督查员规范涂料施工督查员日常检查工作内容。由督查员（督查员不在时指定班组长）负责每日两次施工质量检查（使用专用工具，按栋抽检楼层）和安全巡检，发现问题书面记录《督查工作日志》、监督限期整改情况及处罚等，每日督查内容上传项目微信管理群，非责任范围及时向甲方和公司汇报、沟通、协调。如遇甲方原因影响涂料正常施工质量和工期的，应及时出具工作联系单避责。工期延误有罚款的，其工作联系单交由法务部转达。

11、要求督查员规范涂料施工考核标准。督查员、项目经理、班组长同为项目考核评分制优秀责任人，由工程部牵头，组织市场、生技、项目经理联合每月一次不定时突击检查评分（安全40质量30进度20文明卫生10，统一检查部位，扣分内容问题部位扣1分/处），三个月综合评分95分以上为优秀，95至90分为优良（按顺序优先向市场推荐），90至70为一般（处罚缓付当月施工费的50%—100%，每月累计，得90分达到优良后正常支付），70至60为较差（扣减奖励施工费（工程部进场时约定）1—2元/㎡），60以下为差

》公司企管会领导视察新办公大楼装修进度





» 公司领导参观高虹形象体验馆

（停工限期整改完成或清场）。每月微信管理群通报考核情况，让活做的好的班组有荣誉感，有优先承揽后续施工的实惠，推动班组快速提升品质。

12、要求督查员规范施工进度款的统计与发放。《工程施工费申请单》由项目经理和督查员共同填写申报，需注明：合同施工面积、总价；实际施工面积（预算或实量）、总价；已发底漆、主材料；现场库存、主材料；施工进度（各实际工序完成量乘以各工序单价，相加后除以总价），分公司负责人签字后申报（时间为每月20-25日）。施工费审核后发放需项目班组每月底同步提供施工当月考勤表，由全部施工人员、班组长、项目经理共同签字上缴归档，否则将暂缓支付。未签合同先进场工程申报施工费需分公司、市场总监签字后按正常进度款70%支付（最高支付正常进度款的35%）。

13、要求督查员规范涂料施工工程量的丈量 and 决算。施工班组进场15天内通过丈量估算实

俗话说：“尺有所短，寸有所长”。在一个施工班组中，人员技术有所差异是必然的，要依靠班组长进行分配。

实行“熟手带生”的方法，让熟练的人员带着新手，发挥互助互利的精神确保整体工程的质量。

际工程量上报工程部，同时由督查员负责（必要请分公司、业务经理参与）向甲方索取电子版外墙全套平面图和签复《悉奥装饰有限公司外墙涂料涂刷部位及工艺对接单》，交由工程预算部提前得出电子版计算面积，并与丈量核对，完工前得出公司内审面积。

14、要求督查员规范涂料施工现场处罚工作。现场督查员必须以安全生产为必达标项目按施工管理办法要求设置即时经济处

罚措施，质量、进度和文明卫生为待提高项目以提醒、警告、再进行经济处罚等方式推动班组施工品质提升。处罚程序为：现场检查—取证（抓拍）—处罚决定书（载明工地、日期、时间、楼号、违章内容及处罚金额）—告知项目经理（24小时内微信群上传）—异议申辩—最后决定—归档。

督查员在管理某一全督查工程时，要确保这项工程能够安全、保质、保量地完成，不但要有一定的技术之长，而且还要有科学的管理注意理顺施工生产活动中人与人之间的协作配合关系，落实责、权、利一致的原则，使项目经理、班组长在施工中心情舒畅，精神饱满。在开展过程上依靠集体的力量，双方达成共识，那么开展工作就更有势力、更有冲劲。这样，哪怕工程再大、楼宇再高、要求再严，我们都能取得较好的效果。

督查员要做好全督查管理工作，必须要做好施工前的准备工作，首先要对施工现场进行勘察和了解，要清楚、全面了解工程，掌握工程概况。要熟悉施工图纸、有关技术规范和操作规程，了解设计要求及细部、节点做法，弄清有关技术资料对工程质量的要求。其次要熟悉施工组织设计对施工顺序、施工方法、技术措施、施工进度及现场施工总平面布置的要求弄清完成施工任务中的薄弱环节和关键部位。这样认真了解工程的基本情况，有利于更好地实施管理，落实施工方法，更好地完善工作。

实行组织协调是督查员进场施工时一项十分关键的工作。向项目经理、班组长、施工技术骨干人员交代清楚施工任务要求和

施工方法，是为完成施工任务，实现涂料施工整体目标创造良好的施工条件。尤其重要的是在施工全过程中按照施工组织设计和有关技术的要求，围绕着质量、工期、成本等制定施工目标，在每个阶段、每道工序、每项施工任务中积极组织平衡，严格协调控制，使施工中人员、机械和各种关系能够保持最好的结合，确保工程的顺利进行。当然，在施工的不同阶段、不同部位，对不同班组，甚至不同操作人员或在不同事物中，基层施工技术员的组织协调方式不能千篇一律。基层施工人员在施工阶段的组织管理中应区别不同情况，根据轻重缓急，把主要精力用在影响实现施工整体目标最薄弱的环节上，发现偏离目标的倾向应在施工过程中及时采取措施，加以补救。

督查员对关键部位要组织专业人员加强检查，预防事故的发生。凡属关键部位施工的主要操作人员，必须达到相应的技术操作水平。俗话说：“尺有所短，寸有所长”。在一个施工班组中，人员技术有所差异是必然的，要依靠班组长进行分配，同时实行“熟手带生”的方法，让熟练的人员带着新手，发挥互助互利的精神确保整体工程的质量。施工管理当然离不开“管”和“理”。要管好人手的分配，也要“理”顺施工的程序。要随时纠正现场施工各种违章、违反施工操作规程及现场施工规定的倾向性问题。例如在施工时偷减工序和工序施工不到位等，要及时处理，避免过大的翻工现象而造成经济上的损失。

督查员必须做好施工现场的文明要求，对施工班组的文明施工情况应随时进行监督检查，对



» 宽敞明亮的高虹新车间

不能满足文明施工要求的要及时予以下令整改：

1、施工现场所有管理人员、施工人员都必须佩戴安全帽，同时按照管理有关要求统一着装反光背心。

2、施工现场应保持干净，机具和材料应做到“二整”：机械设备保持状态良好、整洁、停置整齐；施工材料堆放有序、存储规整合理，并插置标示牌。

3、工地现场外观应做到“三洁”：施工场地整洁、生活环境清洁、施工产品美观洁净。场区及施工范围内的沟道、地面无废料、垃圾和油污，应做到完工、料尽、地清。

4、施工现场每个施工点，均应有负责人现场指挥施工，主要部位应有技术人员在岗，现场指挥和技术要熟悉操作工艺要求和质量标准。

5、合理安排施工工序，可能对其他成品造成污染的工序要

提前进行或采取相应的保护措施。

6、施工企业应具有环保意识，对施工中产生的废料不可乱弃乱放，应按要求运往指定地点进行处理存放对易于造成环境污染的施工材料，在运输、存放及使用过程中，应采取有效措施，使之污染或将污染降到最小限度。

7、现场进行的各项施工操作，必须按施工前的施工操作安排，或按相应的有关规定进行做到层次清楚，紧张有序，杜绝违章操作和野蛮施工。

上述工作内容按各项目制定成管理计划，施工过程中对计划进行跟踪，统一管理工作执行情况，还要严格质量、安全的自检、互检制度，及时进行工程预检，并督促项目班组随时做好自评工作，由公司对项目管理评价打分，有效纳入考核管理并数据分析工作成果，让所有人发挥一流工作执行力。▲



» 营销中心应收款专题会议

在企业里怎样当好一个“班长”

——我的一点点经历和想法

文 / 楼加耀 销售六分公司经理

前段时间，老板要求我们企管会的每个成员都能写一篇文章，题目就叫“怎样当好一个班长”，我一直没有动笔，因为我有点迷茫，也好长时间没有写过东西了，不知道怎样来开头。

我是在每个年龄段都当过班长的人，在学校我当过六年的班长，在部队我也曾当过四年的班长，其实也有写过怎样当好班长这样的文章。然而，今天当的

这个“班长”却是有着一个不同的意义和使命。因为在企业，所谓的“班长”就是一个部门、一个项目、一个团队的管理者、领头人，这样的“班长”在企业里起着承上启下的作用，是企业管理的中坚力量，是企业员工的直接管理者，在企业里既是领导又是下属的角色。这样的“班长”都要有一定的专业技能和管理水平，而且必须具备责任心和主人翁精神。然而，这样的“班长”

如果管理水平和专业技能较弱，就会直接导致整个公司的管理水平低下，团队业绩难以突破，公司营销战略难以扩展。

进公司八年来一直担当着这样一个“班长”的角色，让我深切体会到我们这些企业的“班长”们有着很多方面的不足和问题，真正地感觉到活到老学到老，伴随着企业一起成长的道理。

以下的一些关于班长职责做得不到位方面的一点粗浅的认识。

一是定位错误，每天忙于一些具体事务，使自己成为了一个办事员。

“班长”不懂得如何激励与授权，事无巨细，大包大揽，干了员工应做的工作，整天忙得焦头烂额、疲于应付，工作很被动，不仅易造成下属有依赖感，使下属不能充分发挥积极性与创造性，同时员工也得不到锻炼，技能难以提高。有时还使员工无所事事，没有进取心，只会机械地操作。这一点我们各个分公司都差不多存在，经理单打独斗，孤军奋战，而协管经理两手空闲，无所事事。

二是规划能力偏弱，公司经营决策和领导意图不能有效地得到贯彻执行。

“班长”计划能力不够，走一步看一步，做到哪里算哪里，工作重点不明确；总结能力不够，不能针对实际情况及时修正整体工作方向。如果不能有效地扩展业务经理的团队，吐故纳新，不断吸收新鲜血液，调整销售人员的队伍，那么市场就会越走越窄。

三是思想僵化，没有创新意识。

“班长”的“自我绩效”和“自我保护”意识较为严重，认为自己只是打工的，企业的效益、单位的形象和公司发展与我无关。很多问题视而不见，不能发现问

题，更不能解决问题。问起来，过去一直是那么做的，现在还是这么做，好像没什么不对的，最后，习惯成自然。

四是固步自封，没有学习意识。

不能正确自我认知，认为在这个岗位上我还过得去，好像这个位置就非我莫属；学习意识淡薄，不知道外面的世界已发生的变化，不知道外面的技术水平已经提高、技术标准已经更新，自我感觉良好，不知道人家无论是规模上，还是在管理水平、营销策略上，都已经远远超过了我们。不愿学习，羞于请教，得过且过的思想就会泛滥。

五是做老好人，不能坚持原则，不敢得罪人，有问题当面不讲背后瞎嘀咕。

作为“班长”不同于一般员工，我们素质的高低会在很大程度上影响一般员工的职业行为，

甚至关系到企业发展的程度。因此，我们要养成良好的工作习惯。如：遵规守纪、关注细节、讲究原则、以身作则，言出必行、主动创新、全力以赴，保持积极的态度。

作为企业的一名“班长”，他是组织机构里的中坚力量，兼有下属和领导者的双重身份。作为下属，在组织完成上级交付给的各项任务的同时，也在领导着下属开展工作；另一方面，作为管理者，在带领下属完成本部门工作任务年度计划的同时，也在接受着上级的领导，担负着团队绩效的责任。

那么，怎样才能成为一个真正称职的“班长”呢？我想大致应该做到以下几点吧。

1、首先是做好角色定位

对高层而言，中层管理者要做到：

一是服从者。作为高层管理者的下属，中层首先要做到的是服从，而服从意味着对企业价值

» 美丽的高虹夜景



观的认同和对公司的信任。企业经营是一个全局，服从全局即服从大局，这一点上作为服役过军队的我尤为感受深切，因为军人是以服从为天职。

二是执行者。中层的一个重要职责就是把高层的决策化为执行力，将决策层的思想不折不扣地传递下去，把决策层的决定不折不扣地执行下去，是中层义不容辞的责任。执行力的好坏直接体现一个“班长”素质的高下。

三是协助者。企业中无论高层、中层还是基层，都是为了一个共同的目标而努力，因此，中层对高层而言，也是重要的协助者。

2、要不断提升自己的管理技能

作为一班之长要做好自己的角色定位，履行好自己的职责，必须以一定的能力为基础。这些能力我想大致可以分为三类：

一是业务技能。每一个岗位都有它所要求的基本业务知识、技能，要做好管理者，就必须对此深入了解。作为涂料行业，虽然不是什么高科技的产品，但如果你不能熟练地掌握公司产品的工艺习性和施工要点，你肯定是一个不合格的管理者。随着公司产品的不断更新换代，业务知识和产品性能需要我们不断地去学习去充实。

二是概括技能。对于工作中不断出现的各种问题，管理者必须要有理性的思考、分析、判断和决策能力。涂料施工项目在操作中各种各样的情况都会产生，怎么合理地去解决，是考核你这个管理者的一把尺子。这几年来，有许多的问题在实际施工中我们没有及时判断处理好，最终当矛



» 悉奥高虹新车间概貌

盾产生了我们后悔莫及，这样的教训一次次地发生，我们什么时候才能深刻分析、深刻反省自己。

三是创新能力。当今世界，唯一不变的就是“变”，市场、客户、员工，整个环境都在不断地变化，我们只有根据当前实际情况，顺势应变，否则就会被淘汰。因此我们必须具备创新能力，才能根据环境的不断变化，创造性地开展工作。

3、学习是提高的惟一途径

每个人的能力不是与生俱来的，而是在不断地学习和总结中得来的。目前我们公司的新厂房、新办公大楼即将投入使用，各种硬件、软件正在不断地刷新企业形象，公司的发展给我们提出了更高的要求，给了我们一个良好的施展平台。在企业快速发展的关键时期，我们面临机遇，如何才能适应公司的发展，不被高速前进的高铁列车所抛弃，我想，提高自身素质是我们的必然选择，而学习是提高的惟一途径。

因此，作为一名“班长”不能满足于过去的知识、经验，必

须加强自身学习，优化知识结构，提高综合素质，及时更新和掌握变革转型所必需的业务知识，掌握各种专业知识和技能，努力提高自己的职业能力和素养。要充分认识自己肩负的使命，严于律己，模范带头，与企业同心，与班子同步，贯彻落实公司领导的意图，以开拓创新的精神抓好本部门、本单位的工作，为企业的进一步发展作出自己的贡献。

2016 年即将过去，2017 即将到来。再回头看看自己，加入公司已经整整八年了，套用一样板戏的一句台词：“八年了，别提它了”！

不，该提的还是要提，必须提，八年来与公司，与这个团队风风雨雨共命运，同呼吸地走来，看着我们的企业一步步成长壮大，新人辈出，我们由衷地感到欣慰，同时，更感到肩上担子和责任，我们应该培养更多的“班长”来传承这个企业的使命，让我们悉奥公司像一艘壮实的涂料企业航母，乘风破浪航行于国内外市场，为国家、为企业、为家庭创造出更多的财富。



你的人生需要精进

文 / 黄锡 人力资源部经理

现代生活的节奏越来越快，资讯信息越来越多，我们也变得越来越焦虑。眼看着世界涌现出一个个的机遇，但就是没有能发现机遇的敏锐眼光，有时候即便发现了机遇也会因为自身能力不足而无法把握。心中不免感慨，觉得做什么都不及了，做什么都比不上人家了，想改变当下现状，但又无能为力或者压根就没有勇气去改变，无力感再次充满全身，焦虑顿时油然而生。

» 2016 年度年终工作会议



别人十年前买了房子，大赚一笔，你来不及了；
别人抓住股市的牛市，赚得盆满钵满，你来不及了；
别人很早就开公众号，写成了大V，你来不及了；
别人工作十年，经验丰富，而你刚刚毕业，你来不及了；
.....

焦虑之下，有的人心理底线被击溃，无力改变就不想去改变，听之任之，患上了懒癌；有的人急功近利，不加选择地获取知识



速成绝无可能

我们必须清楚地认识到，差距客观存在，我们无法逾越和改变。任何事情都需要时间的积累，速成绝无可能。我们虽然嘴上都说“不积跬步，无以至千里”、“冰冻三尺，非一日之寒”，但是另一方面我们又在如饥似渴地阅读着《15 天 Photoshop 从入门到精通》、《21 天掌握当众讲话诀窍》、《45 天突破英语口语》……心里仍怀揣侥幸，觉得有些事情是有捷径可走的，但遗憾的是，

速成绝无可能，有些事情必须要经历一定的时间，有些阶段无法跨越，就像人类胚胎从受精到胎儿出生，大概需要 40 周，谁都没办法今天怀孕、明天生产。

贸然跨过这些阶段，就是一种浮躁。越是浮躁，就越是对自己的现状不满；越是对自己的现状不满，就越是浮躁。社会的整体浮躁带来个体的焦虑，个体的焦虑又促使去寻觅各种速成法，结局就像一只无头苍蝇那样横冲直撞，碰得头破血流。

与其浮躁茫然，不如冷静地认识到“速成绝无可能”，安心地脚踏实地，用汗水换成绩，用努力换能力。



知识焦虑

上世纪美国 50 年代，美国的精英阶层也集体焦虑。心理学家罗洛梅却说“焦虑是人类面对威胁希望创造自我的正常状态。在这样一个高速发展的时代，焦虑的人才是真的健康、感觉到时代脉搏的人。”

如今的时代是一个个体崛起的时代，各种现象正诠释这种变化：IP、社群、情怀、粉丝经济……个体的能力、价值正变得越来越重要。个体必须提升自我，持续学习，每个人都需要加速升级自己的眼界、心智和能力才能顺应这个趋势。

认识到个体需要持续学习这一点已属不易，很多人还是不明白，学习是投资回报率最高的一个行为。越早投资学习，因时间和复利的因素，自身获得的成长越是巨大。学习，或者说来说，学会一项技能，无论它多少简单，

与其浮躁茫然，不如冷静地认识到“速成绝无可能”，安心地脚踏实地，用汗水换成绩，用努力换能力。

学会了之后总能够给学习者带来些许不同。一旦有了这个原点，有了这个最初的萌芽种子，或许今后的发芽就是时间问题了。

《盗梦空间》里就谈到了“植入”的概念，在脑海中植入一个观点，之后就会慢慢深根发芽，最后改变当事人的观念和想法。我们学习某个东西也是一样的道理，开始并不知道它是否有用，但如果这新东西真的有用，那对我们而已就是开启了一个新世界的大门。所以，千万不要拒绝学习！

中国比特币首富李笑来曾经说过，他之所以会去投资比特币完全是因为他英语还算不错，能够浏览英文网站，有一次在看某英文网站时不经意间注意到比特币有媲美美元的价值，所以才有了后续的研究与投资。如果当初没有那点英文功底，他的投资也就无从谈起。

往小了说，如果我们在年纪小的时候就参加过计算机兴趣班，学会了盲打，或许这项技能就能在今后几十年的职业生涯中发挥意想不到的巨大作用，而代价仅仅是当初牺牲了几天暑假假期；如果花十几分钟学习一下搜索引擎的通配符的用法，搜索效率就会大幅提高，在以后工作中就能节省大量的时间……

话虽如此，但很多人仍然对此不以为然、嗤之以鼻，这大概也是与心智开化程度有关。日本的经营之圣稻盛和夫 27 岁创

办京都陶瓷株式会社（现名京瓷 Kyocera），52 岁创办第二电电，这两家公司又都在他的有生之年进入世界 500 强，两大事业皆以惊人的力道成长。稻盛和夫曾提出人生成果方程式，即一个人一生成就的结果 = 思维方式 × 热情 × 能力。稻盛和夫认为，热情和能力两个维度范围都是 0 至 100，只有思维方式是 -100 至 100，可见思维方式对个体的成就结果至关重要。思维方式其实是一个人的认知水平，就是指对待工作的心态、精神状态和价值偏好，改变思维方式，改变一个人的心智，人生和事业就会有 180 度大转弯。



立刻开始，立刻去做

在清楚地认识到任何事都不能速成之后，我们应该如何去做？答案就是，从此刻开始，立刻去做。有句话说的好，最好的偷懒方法就是不偷懒，最快的捷径就是不走捷径。为什么这么说？因为只有把事儿做好做完，才能留出时间偷懒，否则事情会一直纠缠着你，让你偷懒都成一种奢望；不是不让走捷径，很多人是花费了大量的时间去挑选捷径，捷径挑好了他反倒懒得走下去了。大家或许有这样一种经验：

我们打算开始学习一项新技能或是学习一门新课程，一开始会去找各种书籍资料或者音频视频教材，甚至花钱去报名各种学习班，各种信心满满，轰轰烈烈地立志要把这件事坚持下去干成，可是往往前期的准备工作一结束，真到了实打实学习和听课阶段，立刻索然无味，新鲜劲也过了，结果也就无疾而终。

前期的准备工作就是挑捷径的阶段，确定正确的学习方法、把握正确的学习思路、选择合适的教材等等，都是一种选择捷径的表现，这本没有错，错就错在，既然选择了捷径，那就请走下去，不走？捷径的意义等于虚无。比如，想强身健体？下载再多的健身 App、花再多的钱在健身房上，不去就没有用，不如每天雷打不动散步半小时；想提高写作能力？几个月才写一篇，哪怕你是花费几天时间绞尽脑汁写出来都不见得有多有用，不如每天雷打不动写一小段文字；想提高演讲能力？与其寄希望于能在公司的例会或培训会上发言来锻炼自己，不如每天雷打不动自我练习 5 分钟简短发言……有些事情，只能去做，而且是立刻去做，持续去做，才能带来实质性的收益和提高。



天才与凡人的差距

天才与凡人的差距，远没有大家通常想象得那么巨大，仅仅只差了 10000 小时。著名作家马尔科姆·格拉德威尔在《异类》中谈到了一万小时定律，大意就是要成为某个领域的专家，需要投入 10000 小时的刻意练习，



按比例计算就是：每天练习 3 小时，完成一万小时需要十年的时间。纵观古今中外，但凡取得世界级成就的人都默默遵循着这个定律，都无一例外地投入了超过 10000 小时的练习。

公认的音乐天才莫扎特，仅 5 岁就创作乐曲，8 岁时就举办了公开的小提琴和钢琴演奏会，短短 35 年的人生里创作了上百部作品。但其实很多人并不知道，其实他 3 岁就开始在父亲的指导下，进行高强度的专业训练，到他 21 岁发表第一篇音乐杰作的时候，他已经接受了整整 18 年的高强度艰苦专业训练。

跨栏飞人刘翔，我们只看见他在赛场上跑出 12 秒 88 并打破世界纪录的辉煌，却不知道他从 7 岁开始，已经苦练了 16 年。

美国游泳健将菲尔普斯，除了手脚特长的天赋异禀，他每天练习八小时，全年无休，这样持续五六六年，方能缔造一人独得八面金牌的奥运奇迹。

从台湾超级星光大道走出来的萧敬腾，15 岁时学习爵士鼓，18 岁时开始在酒吧、餐厅驻唱，每天要唱很长时间，跟好几个场

一万小时定律

就像普通人平时走路、骑车不能练成世界冠军一样，一万小时定律有它特定的限制条件，必须是经过刻意练习的 1 万小时。

什么是刻意练习？最简单的解释是在你技能熟练度的边界进行练习。每个人熟练掌握的技能称为“舒适区”，在这个区间做再多的练习都没有用，必须让每一次练习都要突破舒适区，到达“学习区”，这样可以对原有的技能有所变化并改进。对于初学者是变得连续而自动化，形成条件反射，而对于顶级好手，需要把已经形成条件反射的步骤重新变成刻意而可以自由掌握。

子，时间最长的时候，一天超过 12 个小时。

像莫扎特、刘翔那样天才级别的人物，要取得伟大成就，也不得不靠大量的刻苦练习，才能对得起“天才”二字。更何况缺少天赋、资质平凡的普罗大众？每一个人的人生都需要精进，我们不一定有天赋异禀，也不一定被意外好运砸中，我们能做的只有从现在做起，不拒绝学习，改变自己的认知，开启心智，花费时间和汗水去刻意练习、打磨技能。或许不一定成为大师，或许达不到世界级成就，但起码也是各自领域的佼佼者，实现自我的人生价值。



未来趋势必备的 6 大能力

文 / 本刊编辑部



在 1997 年，国际象棋大师卡斯帕罗夫跟“深蓝”电脑下了一把，电脑两胜一负三平获胜。当时人类世界一片哗然。在 19 年以后的今年，Google 的“阿尔法狗”跟围棋大师李世石下棋，也把人赢了。但这次我们的媒体变得比较轻松，而且还搞得蛮乐观的。

为什么相隔 19 年，人类社会对于这个事情的态度会有这么大的变化呢？

我们这一代人已经逐渐接受一个事实，就是机器真的已经在很多领域比人强了。富士康，在 2011 年开始“百万机器人计划”，今天 70% 的工作有机器替代，直接导致数十万人下岗。在加州，无人驾驶汽车已经跑了 17 个月。

到今天，你发现司机的工作已经部分被机器所替代了。以前一个出租车司机，他需要有车、会开车、会认路、会收钱，但到今天你发现一个人只要会开车，认路的事情被机器导航所替代，算帐的事情被平台做完。

随着工具越来越多样化，肢体的功能就被逐步的外包出去了，比如汽车是我们腿的延伸，手机就是我们感官的延伸，我们以前觉得，大脑的功能应该不会被延伸吧，工具是没有办法代替我们思考的，这么想大体上是没错，但是，大脑也分左右脑，现在人工智能就是逐步在代替我们的左脑。

那我们剩下什么了，就只剩下那个善于想象，善于创造，善

于图像化思维的右脑了，于是右脑的开发程度就变成了未来一个人真正竞争力的重要抓手。

著名的未来学家、趋势专家，被称为 21 世纪商业思潮的拓荒者丹尼尔·平克在《全新思维》这本书里，提到一个观点：世界已经从过去的高理性的左脑时代，进入一个高感性和高概念的右脑时代。

究竟是什么将社会推向了右脑思维？

第一个原因是物质财富的极大充裕。就是说我们现在基本已经走过物质匮乏的时代了。我们平时去超市都能感觉到，物品的种类越来越丰富，洗发水有多少

种，牙膏有多少种，只要有钱就不怕买不到东西。我们开始进入了一个选择困难期。

以前我们买东西追求的是实用性，马桶盖就是用来坐的，手表就是用来看时间的，现在马桶盖可不是马桶盖了，不但要好用，还要好看，还得进口，人们已经从追求实用性转到了追求美观，追求品质，追求款式，更多的是追求精神上的东西。越来越多的东西它是不追求实用性的，比如说蜡烛，按理说现在谁还用蜡烛呀，它就是个装饰作用，但是蜡烛企业每年的销售额依然非常高。

第二个原因是亚洲的崛起，大量的知识型业务都在被外包。

美国一个电脑程序员的年薪通常会达到 7 万美元，但是同样的活，印度一个年轻人就能更快更好的完成，价格还只有这位美国程序员的二十五分之一，给他 300 美元他就把活干了。那这些美国的企业当然更愿意把工作外包出去了。摩托罗拉、英特尔都在俄罗斯设立软件公司，匈牙利建筑师正在为加利福尼亚设计公司画设计图，菲律宾的会计正在为欧洲的咨询公司做审计等等。

第三个原因是人工智能的发展。

任何的需要记忆的逻辑性工作，电脑都比我们做的更好。

我们以前认为程序员，医生，律师都是高端职业，这些职业都有一个特点就是大量使用逻辑能力。像医生在诊断的时候都需要遵循一系列决策树式的判断，你是有没有鼻涕，有没有咳嗽，有了要怎么办，没有要怎么办，你的各个指标是高还是低，然后再对结果进行推理。这些其实都

是电脑擅长的，所以现在大量的医疗软件开始出现，我相信用不了多久，人们用软件就能自己诊断病情。

以上的这三种力量让左脑思维变的越来越不重要。在这样一个概念时代想要找到自己的谋生手段，我们必须要学会用右脑思考。

为了更好的迎接这种趋势，未来我们必须掌握 6 大能力，也叫做三感三力，三种感觉和三种力量。三感是指**设计感，娱乐感，意义感**；三力是指**故事力，交响力和共情力**。



第一种是设计感。

这里不是说每个人都要做设计师，设计其实是一种能力。这种能力要求你有很高的审美标准，去不断的追求新颖和美感。一个商品能提升的价值空间就是设计感。每增加 1 % 的设计投入，公司的销量和利润就会平均增加 4 %。

即使你的苹果 6 还好好的，但是 7 出来的时候你还是想要迫不及待的换个新的，你是为它新加的功能买单吗？肯定不是，苹果手机的所有功能平时我们用到的连二十分之一都不到，其实就是为了好看，为了新颖，为了漂亮。

宝马的设计总监就说，我们生产的根本不是汽车，是一件艺术品；福特公司也宣称，现在的福特汽车马力早已经让位给风格，用户就是为设计买单的。

美国政府部门也在追求设计，04 年的时候美国国务院宣布取消了使用多年的 12 号等宽字体，换了一种 14 号新罗马字体，因为新字体看起来更工整美观。

审美，就是靠直觉提取优化信息的能力，人的这种能力是机器取代不了的。那怎么锻炼这种设计感呢，唯一的提升办法就是多看，多参观创意博物馆，多看设计杂志，多观察生活。

第二种是娱乐感。

简单来说就是一个“让你觉得好玩的能力”。你如果不懂幽默，那你的人际关系可能就不是特别好，如果你的服务里没有娱乐感，那你的用户可能就不会买账。

玩乐是人类的天性。俄罗斯方块其实是一个没有任何目的，既不救公主也不找宝藏的游戏，它唯一的目的是看你怎么死。但即使这样，人们也愿意一直玩下去，因为你享受这个玩的过程。今天如果你是做产品的，你的产品会跟人玩，那么你的产品就会有魅力；你是一个做创作的，你会跟自己玩，你就会有创意。

第三种是意义感。

意义感其实就是对应的马斯洛需求定理的最高层，自我实现。在未来，意义感会变的更为重要，所有有才能的人都会追求自我实现，要追求自我价值的最大化。所以，学会把自己做的事情嫁接到一个很伟大的目标上就很重要。

一般人唱歌要么是喜欢，要么是赚钱，但是邓紫棋唱歌就不一样，她是信基督教，他给自己的定位是，我是替上帝把歌神带给大家。

一个人会讲故事，能跨界，理解人心，有品位，既好玩，又活得有点追求。那么，这样的人将是一个极其强大的人。

还有一个是微软百科和维基百科的案例。

微软百科投入了将近一个亿的预算，三千多个专业人士，花了八年时间去编撰，但最后面还是不得不宣告失败；而维基百科只用到微软不到百分之一的资源，却在这十五年时间发展出来将近 1300 万词条和 250 种语音。它靠的是什么？靠的就是“全球所有人共享所有信息”的意义感。在一个变化的时代，意义感对我们的驱动更加深远。



三力

第一个是故事力。

故事是把信息置于一个场景当中，让信息具有一种情感冲击力。这一点在商业上也越来越受重视。

假设你面前有 2 种酒，这 2 种酒的价格，口味，包装都差不多，其中第一瓶用了很多形容词来做推销，这个酒好喝，味道甜，质量好，送出去有面子，说了一大堆形容词。第二种就讲了一个故事。说酿造这个酒的是一对偏远农村的两姐妹，他们家祖祖辈辈都是酿酒的，有一天他们的酒厂着了大火，他们的父亲拼死冲进火海拿出来了一个秘方，不幸的是他们的父亲也烧成了重伤，最后临终前父亲把这个秘方托付给他们，希望他们把祖传的事业

继承下去。为了纪念父亲，他们打算每卖出去一瓶酒就从里面抽出一笔钱以父亲的名义捐给希望小学，目前已经累积捐钱了 100 多万，帮助了 3000 多名失学儿童。如果你买这瓶酒，就会有更多的孩子会得到帮助。这个故事明显是瞎编的，但是他就是具有故事力，能调动人的情绪，现在同样两瓶酒放在面前让你选，你很可能就会选后面这个讲了故事的。

第二点是交响力。

其实就是指能把看似无法匹配的因素组合起来的能力，是一种整合的能力。真正的创新全都是跨领域出现，行业不断跨界，领域不断变化，最强不是总在从头学习，而是持续整合的人。著名财经脱口秀节目“冬吴相对论”的吴伯凡，他是从生态学的角度去讲商业、讲管理。彼得·德鲁克每隔 3 年换一个领域研究；查理·芒格有 100 个不同领域的模型。产生一个跨界才会产生心理距离，会更好理解现状。

第三点是共情力。

简单来说，就是站在别人角度思考，甚至思考得比别人更深入的能力。我们人的情感是机器永远没有办法替代的。比如：你在网上看到的一些文章，觉得讲出来一些你特别想讲但讲不出来

的东西，那个作者其实就是很有共情能力。

所有伟大的产品经理都有共情能力。比如说微信的张小龙，微信总是能做出一些我们特别想用、但是没有想到的功能，就是因为一个好的产品经理能够挖掘出你都没有意识到的需求。

再比如，你女朋友不开心了，开始给你抱怨遇到的麻烦，其实女孩这时候哪是向你寻求帮助啊，她只是想表达情绪，所以你根本不需要说什么对策，你也要表现的不高兴，和她一个状态，注意听她说，然后等她说完了，她知道你也感受到他的情绪了，再说点开心的事情，把话题引到好玩的事情上。这样对方才会觉的你懂她。

所以去体会别人的情绪，站在对方的角度想问题，去感知别人，和对方达到一个情绪和思想频率。这个未来人才所必备的一个能力，他可能比理智思考还要重要。

现在，我们可以看到这六种能力到底带给我们什么：

设计感和故事力——产生影响力；

共情力，交响力和娱乐感——提高竞争力；

意义感——自我驱动和领导他人；

所以当有人将这 6 种东西正好到一起——通俗点说，就是一个人会讲故事，能跨界，理解人心，有品位，既好玩，又活得有点追求——那么，这样的人将是一个极其强大的人。未来，同时具备 6 种高感性能力的人会在未来更加值钱。如果我们能把这些能力培养起来，那就是活在未来的趋势中了。📈



喷

枪的种类繁多，但按涂料的供给方式来区分，使用较多的有吸上式、重力式和压送式三种。



吸上式喷枪

吸上式喷枪的优点是操作稳定性好，涂料颜色变换方便。此种类型的喷枪较适用于物件的手工喷涂。此种喷枪的下方带有一个贮漆罐，用于喷涂时可将此罐卸下，在吸漆管上套上长度小于 1m 的耐油塑料管（长度大于 1m 的话可能吸漆负压不够），再将软管插入已调配好的涂料桶内（涂料桶的位置最好高于施工时的喷枪喷漆高度，以加强吸漆能力），这样就可进行连续喷涂而无须一次次往贮漆罐内添加涂料了。

这种喷枪的缺点是当使用喷枪自带的漆罐喷涂时，水平面（如手工喷涂竖立着的钢桶底和盖）的喷漆较为困难，且由于漆罐容量较小，需不断往罐内加料，还有当涂料的黏度不同时喷出量变化较大。

「无喷枪，不涂料」

带你了解涂料必备工具——喷枪

文 / 本刊编辑部



重力式喷枪

重力式喷枪的上方接有贮漆杯，贮漆杯的角度可自由调整，虽然可把贮漆杯卸下而将高位放置的贮漆罐用软管与之相连，但它的漆流量太小再加上稳定性较差，所以这种喷枪最适合于实验室多色的样板喷涂。



压送式喷枪

压送式喷枪实际上是高压无气喷涂喷枪，它的特点是靠压力输漆罐自动供给喷漆枪涂料的，可喷涂黏度较大的涂料，并且漆雾均匀细腻。由于漆雾中不带有气流，所以形成的漆膜质量较好，漆雾也不容易像有气喷枪那样飞散。它也不受喷漆方向的限制，各个方向的被喷涂面均可喷到。

怎样选择喷枪？

选择喷枪要考虑的因素，除作业条件和涂料的种类外，主要应从喷枪本身的大小和重量、涂料用量和涂料的供给方式及喷嘴的口径等三个方面考虑。

（1）喷枪本身的大小和重量。从减轻操作者的劳动强度来考虑，以型小体轻为好，可是枪体小的喷枪也有不利因素，如涂料喷出量和空气量较小，这使喷枪运行速度减慢，喷涂次数增多，作业效率下降，不适用于大量涂装。而用大型喷枪喷涂小的部件或管状物时，涂料损失增大。因此，平面状的大型物可选用大型喷枪，凹凸很悬殊的物体则选用小型喷枪为宜。

（2）涂料用量和涂料的供给方式。涂料用量小，颜色更换次数多，喷平面物体时，可选用重力式小喷枪，但不适用仰面涂装涂料用量稍大，颜色更换次数多，特别是喷涂侧面时，选用容量为 1L 以下的带罐吸上式喷枪较宜。但在喷涂水平物时，吸上式喷枪便不适用了。如果涂料用量大，颜色几乎不变地连续作业时，则可采用压送式。

（3）喷嘴口径。喷嘴口径越大，涂料的喷出流量越大。因此当喷涂黏度高的涂料时可选用喷嘴口径较大的喷嘴以增大涂料的流量。压送式喷枪的喷出量随着压送压力的提高而增大，所以当压送压力较大时可选用口径较小的喷嘴。📈



» 中国共产党临安市第十四次代表大会

党代会感想

文 / 童亚青 综合办主任

2016年12月27-30日，中国共产党临安市第十四次代表大会在临安剧院隆重召开，本次大会总共有357名代表参加，我作为基层党代表出席了本次党代会。公司推荐我参加中共临安市第十四次代表大会，作为一名基层党员，我深感荣幸和自豪。

历时四天的党代会我收获很大，这既是一次很好的学习机会，也是一次感受参与民主政治的机会，更是一次展示党员形象、素质的机会。

应该说，与会中我较好地展现了一个代表的光荣职责。下面就从几个方面谈谈参会的内容和感想。

一、对中共临安市第十四次代表大会的认识

中共临安市第十四次代表大会，是在我市“十三五”开局之年召开的一次承前启后、凝心聚力的重要会议。

大会的主题是：高举中国特色社会主义旗帜，全面贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，坚决落实省委和杭州市委各项战略部署，团结动员全市各级党组织和广大干部群众，实干至上、砥砺前行，为建设美丽幸福新临安而努力奋斗。

会议还听取和审查中共临安市第十三届委员会、纪律检查委员会工作报告，各代表讨论市委、

市纪委工作报告的决议。

同时，会议选举产生王翔、毛煜煊、方远洋、卢春强等38名同志为中共临安市第十四届委员会委员、选举产生王健、王静、吕建锋等19名同志为中共临安市第十四届纪律检查委员会委员、选举产生王岳成、王笑庆、王雁春、卢春强等31名同志出席中共杭州市第十二次代表大会代表。

二、关于市委书记卢春强同志报告的感受

会议上市委书记卢春强同志作了题为《实干至上、砥砺前行，

为建设美丽幸福新临安而努力奋斗》的工作报告。

市委书记卢春强的这个报告是一个解放思想、实事求是的报告，是一项与时俱进、开拓进取的报告，是一个鼓舞人心、催人奋进的报告，也是一个指导今后五年我市经济建设、政治建设、文化建设和社会建设的一个纲领性文件。

市十三次党代会以来的五年，市委团结带领全市各级党组织和人民群众，临安实现了大变化、大转型、大发展的五年，应该说是硕果累累、客观真实，并用数据说话。

报告中提出预计2016年全市实现地区生产总值490亿元；财政总收入64.6亿元，一般公共预算收入37亿元，分别是2011年的1.65倍和1.75倍。至此，已经非常圆满完成了各项目标任务。

今后五年，全市的指导思想是：高举中国特色社会主义伟大旗帜，全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，以创新、协调、绿色、开发、共享五大发展理念为引领，以“干在实处，走在前列，勇立潮头”为使命，以打好“拆治归”转型升级攻坚战为己任，深入推进“三大战略”和“三美”临安建设，着力推动城市国际化、产业现代化、全域景区化，努力建设活力更强、产业更优、生态更美、城乡更靓、人民更富的美丽幸福新临安，在杭州世界名城建设中展现独特韵味和别样精彩。

今后五年，必须突出重点、抓住关键，以“六个着力”为抓手，分离开创经济社会发展新局面，努力把美好蓝图变成人民群众看得见摸得着的实惠。

三、对今后工作的一些思路 and 想法

作为公司中层管理者的一员，在今后五年，要牢牢把握好这次发展机遇，立足自身职责，明确工作思路，创新工作举措，适应发展要求，在工作实践中认真加以落实。要做到这些，我认为重点必须强化以下“四个意识”：

1、强化大局意识。

大局就是公司的主要工作，也就是公司第四个五年计划的奋斗目标。强化大局意识，就是要在工作中善于把握发展大局，这是创造性地做好本单位工作的根本要求和重要保证。要胸有全局，清发展形势，因势利导，掌握工作的主动权，只有在这样才能保持正确的工作方向。

公司办公楼和厂房的落成，都标志公司打开新的格局。正是在这种关键的时刻，更需要我们每个员工要有大局观的意识。今年，公司又成功申报国家高新技术企业，更将“悉奥”这个品牌推向全国。

2、强化学习意识。

强化学习意识是适应新形势的需要，只有加强学习，不断提高，才能更好的把握大局，才能将公司的发展推向一个新的高度，才能全面落实这次党代会精神。所以在工作中还要继续不断的学习党代会报告，深刻领会报告中的精神实质和内涵，只有这样才能坚持与时俱进的政治品质，才能更好的将公司的发展步伐融入政府大迈进的步伐之中。

公司建立研发楼的主旨也是强化学习，加大研发力度。“科学技术第一生产力”，只有不断学习、不断进步，公司才能立于不败之地，悉奥才能走出国门，面向全世界。

3、强化责任意识。

必须树立强烈的责任意识，要有主人翁精神，着力在提高工作能力上下功夫。在深刻理解和把握这次党代会确定的指导思想和奋斗目标的丰富内涵的同时，结合工作实际，高起点，高标准，求真务实地把本职工作做好。同时还要有紧迫感，要不断自我加压，不断把压力转化为新的动力和干劲。

经济环境的不景气，行业前景的不明朗，都将注定2017年是充满挑战的一年。责任意识，是我们面对挑战必不可少的素养。每一个员工的岗位都是重要的、不可或缺，因此，我们肩上的担子也更加沉重，坚守自己的岗位，既是职责所在，也是使命的要求。

4、强化创新意识。

增强敢于创新和乐于创新的意思，培养创新的思维。临安力争5年内建成省级重点企业研究院12家，30%以上规模工业企业建立技术研发机构。这就要求我们深入推进产学研合作，引导科研院所和高校向企业开放科技资源，鼓舞组建技术创新联盟、校企联盟、技术转移联盟等创新组织。

总之，与会后学习得多、感悟得多、收获得多、反思得多、得到启迪得多、给自己未来的工作带来的思考多、努力完善得多。进一步提升得多。我们一定要从讲政治、顾大局的高度，把人心和力量凝聚到做好自己当前本职工作；进一步树立危机感、责任感、使命感，以正确的态度、积极的措施去应对各种困难和挑战，让我们在公司黄总的带领下，不忘初心，继续前行，干出精气神，跑出加速度，为悉奥涂料，中国好工程而努力奋斗！



文 / 汪泽宇 制造中心研发部研发副经理

2016 年对悉奥来说是意义非凡的一年，新的制造中心已经投入使用，新的行政大楼也即将竣工，悉奥在 2016 年已华丽转身，即将在 2017 年成功完成蜕变。悉奥的全新时代已然开启。

面对新的环境，新的厂区，新的设备，悉奥的老员工们可谓感慨万千。下面就来听一听属于他们的声音。

辛苦一天，成就一天，奔波一月，丰收一月，付出一年，收获一年，2016 回头遥望，人生麦田，黄金闪闪。2017 举头展望，未来大道，幸福光芒！祝前程无量，喜悦丰收。

——王科科

每个人都有潜在的能量，只是容易被习惯掩盖，被时间所迷离，被惰性所消磨。

——吴浩杰

细节往往是影响到大局和事态发展结果的关键。想要得到，就得先付出，并且珍惜自己的工作。在工作中，要学会对自己锁定的目标坚定不移。我为自己选择了悉奥而骄傲！

——桂联君

遇到问题请先思考，只反映问题是初级水平，思考并解决问题才是高级水平。

一个人工作要有责任感，积极主动的态度，深入扎实的作用，认真负责的精神。

——陈松

工作是一个人施展自己才能的舞台，无论做什么工作，什么岗位，只要脚踏实地沉下心来做，总会得到收获。

——胡军超

悉奥涂料，健康环保，构筑世界五彩家园。

——吕堃

兜兜转转，回到原点；
路远迢迢，再次起航。

——汪泽宇

2017 年，悉奥以崭新的形象迎接新的一年的到来。在新的工作环境里和新的形势下，我要紧跟企业前进的步伐，继续发扬团队协作精神，摒弃一些旧的理念和改变一些旧的工作方式，不断学习，提升和完善自己，以适应企业发展和自我提高的需要。

——黄敏

严于律己，做好本职。

——吴清苗

以厂为家，共创悉奥明天兴旺发达！

——赵章益

离别长桥远喧嚣，图谋发展在山坳。
磨砺心中万古刀，力鼎悉奥成天骄。

——赵敏谦

严以律己，宽以待人。

——陈钰亮

走过一年精彩，拼出一年神采，走出新年光彩，绽放涂料色彩，悉奥与 6S 共在。

——范明强

站好最后一班岗，把我的技能留在悉奥。

——骆永祥

可以看到，悉奥在硬件上的更新换代，犹如一针强心剂，让大家对公司的未来发展充满了希望。公司的强劲发展为我们实现人生价值创造了难得的机遇，为我们施展个人才华提供了广阔的平台，大家都为自己选择了悉奥而庆幸。然而幸福感飙升的同时，我想我们更需要做的是提高自身能力，跟上公司发展的脚步，与公司所提供的平台相匹配。

2017 年，可谓是“悉奥 2.0 版”上线的第一年，注定是制度体系、管理模式深入改革的一年，是营销市场奋力开辟疆土的一年，也是全体悉奥同仁压力最大的一年，可以预见，2017 年还可能是悉奥在变革的各个方面阵痛最剧烈的一年。作为公司的一员、团队的一份子，我们和公司紧密相连，面对新一年的挑战，我们唯有拿出最饱满的热情、最积极的态度、最严格的要求，才能不负公司的期望。悉奥的伙伴们，你们准备好了吗？

做最好的自己

文 / 裘丽莎 人力资源部

我们每个人都是一个独特的个体，有着自己不同的个性、特点、天赋、能力。在现在这个追求个性的时代，越来越多的人提倡要做真实的自己，做自己擅长的事、做自己喜欢的工作。

在电脑或手机上我们常常能看到一些“职业性格测评”、“任职风险因素测评”、“职业心理健康测评”之类的测评软件，这些软件帮助我们分析了自身的性格特点，根据我们的特点来分析出我们能够胜任那一类的工作。而我们也喜欢遵从自己的特点禀赋去做自己擅长的事情，而用人单位也习惯于根据员工的特点去安排工作。

可是，如果一味地依照着自己的特长去做事，那些我们不擅长的地方呢？是不是就应该一直忽视、逃避？

做真实的自己是一个陷阱

全球 50 大管理思想家之一的埃米尼亚·伊贝拉教授在她所写的《逆向管理》一书中就给出了答案。她认为，一味地遵从自己的特长，做所谓“真实”的自己，其实是个陷阱，会对人的职业发展产生很大误导。

首先，人都具有多面性。一个内向的人在讲一个他很认同很熟悉的观点时，也会表现出健谈、外向的一面，难道我们能说这殷

健谈的他不是真实的自己吗？

其次，人都具有一定的潜力。就像残疾人书法家刘京生，当他失去了双手的时候，他并没有气馁、没有向命运低头，去过一个平常残疾人的生活，而是用嘴拿起来笔，一次又一次的练习最终使他成为了一名书法家。总有一些人在逆境中，激发出自己的潜力，让一些看似不可能的事情都变成了可能。

更重要的是，人是一个不断变化成长的个体。小时候，我们被老师点名站起来回答问题的时候，大多都是脸红红的说不出一句话。可随着经验的积累、知识的增长以及对校园学习环境的熟悉，大家会越来越有自信，开始变得积极主动，会去抢答老师的提问，甚至勇敢地走上讲台，滔滔不绝讲述自己的观点。如今的伶牙俐齿和曾经的害羞腼腆，你能想象这发生在同一个人身上吗？士别三日，且当刮目相待，何况我们几十年的人生历程，自然有无限的可能性。

勇敢做最好的自己

在我们平时的工作生活中，我们应该要勇于抛弃那所谓的“真实的自己”，去做不一样的自己。那到底该如何做呢？

活到老，学到老。

在现在这个飞速发展的时代，各种新事物新思想如雨后春

笋层出不穷，我们应该去学习它们，不断地充实自己，而不是满足于现状，停留在原有的学业水平和认识水平上，不思进取。只有不断地学习、不断地探索，我们才能立足这个社会，不被淘汰。

模仿。

要像艺术家一样去偷师学艺。我们都知道艺术家、作家、设计师一开始都要大量地模仿经典，职场上也是如此。新到管理岗位上，不妨多观察那些经验丰富的老领导，他们做事风格，日常精力分配、工作的侧重点是哪些等等，然后试着去模仿，会帮我们更好地适应改变。

克服不足。

所有的不足都只是暂时的，只要我们能花力气去克服它。古希腊最伟大的政治家、演说家狄摩西尼从小就有口吃和咬字不清的毛病，为了克服这些，他曾到海边对着波涛练嗓子，把小石子放在口中来纠正发音，攀登高山以增加肺活量，对着镜子练习姿势。经过勤修苦练，终于成为举世公认的古今第一大演说家。每个人都有不足的地方，这没有什么可怕的，可怕的是我们不去正视它、改变它。字写得不好看，那我们就每天练写字；打字慢，那我们就每天练打字；文采不好，那我们就每天学习优美的语句来写文章……久而久之，当时的不足之处将会变成我们另一个长处。

所谓做真实的自己，不过就是那些安于现状的人为自己的不努力找了一个冠冕堂皇的借口罢了。我们应该努力地去学习新知识、学着模仿、克服自己的不足，勇于做一个不一样的自己，才能使自己变得完美。🏠



你如何听懂我说的话？

文 / 包蕾 人力资源部

沟通，这个行为对于我们来说很自然，与生俱来，并不陌生。不论是我们婴儿时的牙牙学语还是现在的侃侃而谈都是自然而然的事。但是沟通真的像我们想象的那样信手拈来、探囊取物吗？

我们每天都在说话，可是我们说的话别人爱听吗？我们提出一个意见，是不是听到别人说 no 的次数，比说 yes 的次数多得多呢？其实，那是因为我们没有掌握正确的沟通方式。

卡耐基曾经说过，一个人的成功，约有 15% 取决于知识和技能，85% 取决于沟通——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。说话、措辞就像做菜，只要掌握了菜谱，任何人都能做出美味佳肴。

早前，美国佛罗里达州的科学家们对一批试验者做了一项募捐实验。第一次，告诉他们非洲这个国家非常的贫困，由于营养不良而导致许多疾病发病率居高

不下并最终引发死亡，希望他们根据个人意愿捐款。第二次是说非洲有个小女孩家里很艰难，父亲卧病在床，母亲另组家庭，她一人挑起家里重担照顾父亲与奶奶的衣食起居，以捡废品来维持。结果两次募捐差距很大，小女孩的捐款远远高与对非洲国家的捐款。

由此看来，当我们阐述一件事时，只有把一件事情具体生动地讲出来，才能取得更好的沟通交流效果，那么生活中我们怎样说话和表达，才能做到让别人更加听得懂？

善用数字

咱们都听过爱迪生的一句名言：“天才就是 1% 的灵感加上 99% 的努力”。其实 1% 和 99% 这两个数字在句中并没有确切含义，这句话只是想表达：对所谓的天才来说，努力比灵感重要得多。但真要这么表达，韵味比起原文就差远了。原文之所以让人

印象深刻，就是用了数字的效果。一个 1% 和一个 99%，立刻把孰重孰轻说得那么的清楚明白，让人一听就懂。

在工作中我们也常常会用到这数字法，比如向上级领导汇报销量时，可以说“今年销量比去年好一些”，也可以说“今年销量比去年增长了 35%”，后者更能体现出销量好的精确程度。比起笼统的文字，数字传达信息更精准，速度也更快，不仅能给人强烈的印象，还有助于提高理解度。并且我们会发现，在数字法的操作过程中，奇数出现得非常多，例如畅销书《3 分钟烹饪》、迪士尼动画片《101 只斑点狗》等等，我认为，在运用数字法的基础上用奇数显得更有棱角，给人的直观感受更强。

巧用比喻

除了数字法以外，想要把事物说得直观明白的方法还有“比喻法”。大家都知道在日本

有一种有名的街头美食——“章鱼烧”。有一家商家开发出一种特别的章鱼烧，它非常的大，便想要起一个响亮的名字，你猜猜这种章鱼烧会叫什么？巨大章鱼烧？重量级章鱼烧？听起来似乎并不那么形象，来试试这个名字——棒球章鱼烧！我猜你一听到这个名字，脑子里就会立刻想起一个像棒球那么大的章鱼烧的样子，马上就会明白这个章鱼烧有多大！一个形象生动的名字短时间就能让人心领神会，达成有效沟通的效果。

细节很重要

前不久，相声界发生了一件大事，郭德纲和曾经的徒弟曹云金优雅地撕逼，郭德纲和曹云金这场骂战，堪称教科书级别，为了博取观众的同情呢，曹云金用了洪荒之力发表了一篇讨伐郭德纲的 6000 字长文《我的涵养在愤怒之前已经用完了！》。长文一发便引起了广大群众的共鸣，激发了同情与怜悯心，几乎所有看过长文的人都站到了曹云金战队。我认为，曹云金能够有效地博得大家的同情，正是在于他把几个沟通的要点掌握得特别好。曹云金行文中非常注重细节的描述，他罗列了很多细节，情到深处时还直接贴聊天记录，看起来非常真实可信。还用罗列数字的方法，更加显得具体明白，他讲述了自己 15 岁开始学艺，17 岁北漂时遇到了 3 次大坎坷等等，不一而足。在控诉他师傅收费贵这件事上，还巧用了形象比喻。

善于沟通的人，并不需要巧舌如簧、舌灿莲花，其实很多时候只需要讲出具体、形象、生动的内容，也能让别人懂你说的话。



» 公司全体员工年夜饭活动

曹云金说，郭德纲收了很贵的学费，那有多贵？两部 iPhone7。人们立刻就切身感觉到这费用的确非常贵。由此看出，善于沟通的人，并不需要巧舌如簧、舌灿莲花，其实很多时候只需要讲出具体、形象、生动的内容，也能让别人懂你说的话。

推荐的力量

另外，为了加强沟通的效果，我们还可以借助外界，善用“推荐”的力量。人们总是倾向于相信权威人士的话语，比如在商场超市，货架上的一些商品往往会贴着“销量冠军”或者“店长推荐”等标签字样，虽然你可能对这件商品并不感兴趣，但也会驻足留意几秒。在饭店的时候，我们点

菜时也会向服务员询问这儿有什么特色菜并。选择他推荐的菜式。在逛淘宝的时候，我们也会购买所谓的“明星同款”，觉得明星都在用，应该不会错。这其实就是权威推荐的力量。我们在沟通交流的时候，也可以用上权威推荐，比如写文章时可以引用名人名言，说话的时候可以引述某某名人的经典语录，这样一来，我们说话的分量就明显重了许多，别人也会打起注意力来倾听。在生活中，你的同事们向你推荐了一本书、一场电影等，在相比同样的东西下，你的第一选择会是他们推荐给你的。这便是推荐的作用。

只有学好与人沟通，才能得到更大的进步，因为懂得说话技巧者，能在沟通时让人一目了然他想表达的含义，更精准的，速度也更快理解，并对此印象深刻。在沟通这门学问上，我们还要多加学习，体会它的奥妙之处。



» 临安市“工运杯”乒乓球比赛

别告诉我你懂休息

文 / 裘丽莎 人力资源部

经历了一周紧张而又忙碌的工作，大家都格外期待周末的到来，能够好好放松一下那紧张的状态、调整一下那疲惫的身体。

我也是如此，因为平时午睡的时间比较短，所以趁着周六下班的时候总喜欢躲进被窝好好地睡个长长的午觉。可不知道为什么，我睡的时间明明比平时要久得多，醒来以后却还是那种疲惫不堪、越睡越累的状态。

我一直以为是自己的身体大不如从前了，直到最近看到网上的一篇关于“什么才是最好的休息”的文章，我才恍然大悟，原来不是我身体变差了，而是我对休息的认识太粗浅，休息方式不科学才导致了这种状况。



休息种类有不同

休息是为了使我们摆脱疲劳、放松神经、从而变得精力充沛。休息的方式多种多样，并不单单只有睡觉这一种。换言之而言，睡觉只是众多休息方式中的一种，并不适用于所有人。对睡眠不足或体力劳动者来说，睡觉的确是一种有效的休息方式。

体力劳动者的疲劳主要是由体内产生大量酸性物质引起，通过睡觉，可以把失去的能量补充回来，把堆积的废物排除出去。偶尔累时在床上躺一躺，闭目静息，让全身肌肉和神经完全放松后，再起来活动确实会精神百倍。

但对于我们这些办公室的脑力劳动者来说，我们的疲劳是因为大脑皮层极度兴奋，而身体却处于低兴奋状态所造成的，对待这种疲劳，睡眠能起到的作用就不大了（除非你是熬夜加班，连正常睡眠时间都达不到），因为我们需要的不是通过静止来恢复体能，而是需要找个事儿把神经放松下来。这样也就可以理解为什么我周末明明已经睡了很长时间却还是那么的无精打采、疲惫不堪了。



真正的休息

既然睡觉并不能帮助我们达到良好的休息，那什么办法才可

以呢？有一个实验正好能说明这个问题。

心理生理学家谢切诺夫曾做过这样一个实验，为了消除右手的疲劳，他采取两种方式：一种是在让两只手静止休息，另一种是在右手静止的同时又让左手适当活动，然后在疲劳测量器上对右手的握力进行测试。结果表明，在左手活动的情况下，右手的疲劳消除得更快。

可见对于我们脑力劳动者而言，有效的休息不是停止活动，而是改变我们的活动内容。因为我们的大脑皮质多达一百多亿神经细胞，功能都不一样，它们以不同的方式排列组合成各不相同的联合功能区，这一区域活动，另一区域就休息。所以，通过更换活动内容，就能使我们大脑的不同区域得到了休息。



不同类型任务切换

我读书的时候有一个学霸同学，他每天的时间都被计划得非常详细，每天英语学了两个小时后累了就开始画画，因为学英语用的是大脑记忆背诵的部分，而画画用的是大脑创作的部分。他画画累了，就继续去背政治。坐累了，他就站起来去操场跑两圈，跑出汗了就继续学习。一整



» 徒步青山湖绿道赏秋之旅

天下来，他的学习时间很长，可未见因此而降低学习的效率。学霸的成功并不是他有异于常人的智慧，而是他懂得更好的运用时间罢了，在学习中休息，在休息中学习。

我们也可以学习学霸的休息方式。当我们制作好一份表单时，不要急于去制作第二份，而是换成去整理些报送材料。这样在整理材料的时候，大脑用于制作表单的计算部分就得到了休息。材料整理好后，我们可以去写些会议时讯或是文章，使大脑记忆创造的部分开始交替着工作。坐累

了，就站起来将之前整理好的材料交到各个相关部门。随后，再回过头来继续去制作表单。这样忙碌的一天，虽然都在不停地工作，但大脑其实已经得到了休息，工作的效率也就不会降低。

这样的休息，不单单使我们摆脱了疲劳、放松了精神，更使我们运用了有效的时间去学习、去成长、去提升自己的工作效率。而关于睡眠，每天保证足够就好了。就像一个天天只知道蒙头大睡的人，是永远不知道在路上跑步锻炼的人也有另一种幸福。跑着的人，一直觉得世界是动着的，正能量其实都是自己给自己的。有时候那些每天都像大了鸡血的人，不是他们天生和别人不一样，只是因为他们一直用一颗求知求新的心去活着。

我们应该科学合理的运用时间，找到适合自己的休息方式。休息应该也是积极生活方式，它只是让我们换个方式去学习罢了。

悉奥新人的一点感悟

文 / 安晶瑶 销售行政部

我作为悉奥的新员工，特别感谢公司对我个人的认可，并且给予了我施展才华的平台。经过这几个月的工作，我想来谈一下我对于新工作的认知。

我认为办公室是一个企业的枢纽，起着承上启下、综合协调、参谋助手、督促检查和服务保障大家工作的作用。内勤则是办公室的内部勤务人员，负责办公室内部事物管理、文书处理、报表填写、文件起草等日常工作，是办公室工作的直接组织者和承担者。只有内部勤务人员做好工作才能协同各部门一起推动公司的发展。

我是一个职场旧人，但对于悉奥来说我是一位新人。作为新人对于新的工作、新的环境是需要时间和精力去磨合的，一直以来都觉得自己不是一个具备快速适应能力的人。一开始，我和办公室里的同事讲话都会觉得害羞，每天也都是简单的问候，但是在罗雄飞经理的热情带领下，我渐渐的和她们熟悉了起来，成为了形影不离的朋友。在工作上，我想我也算是久经沙场的老将了，但刚接触这些需要计算的数据时，也是处于发懵状态，我也有些担心我胜任不了这个工作。罗经理也许是看出了我的焦虑，



» 丰富多彩的集体户外活动

便耐心的安慰我，一步一步的给我讲解工作困扰。在度过熟悉工作流程的日子之后，感觉自己已经渐渐融入了自己的工作角色当中，慢慢的爱上了我的工作和我可爱的同事们。正如数学运算那样，当我们不熟悉的时候要一步步来，然而当我们弄懂时就能直接讲出答案，现在的我比刚来时更游刃有余。也许有些日常的工作都是简单的重复，但也正因为这日复一日的重复，才能保证数据的准确性。

最后，我想感谢公司给予我这样一展身手的机会，也正是因为这次难能可贵的机会，才让我认知到学习是人生中持续不断要挑战的过程，对于大多数人来说，学习等于美化自己，也是为自己以后的生活做一个美好的铺垫，对于不同行业，不同职位来说只有不断的学习才能更好的融入集

体。而在职业的道路上，也要不断的学习充实自己，世界上的万事万物，每时每刻都在变化发展，工作上的事与内容也是如此，一个人要在职场上工作几十年才可以卸下帷幕，而这几十年的历史进程中，每一种工作的内容都会有所变化发展，一个人所从事的职位也有可能发生改变，信息技术也是不断的推陈出新，那么，要保持与时俱进的步伐，就需要主动地接触与学习新事物，以便更好的处理工作上的事情。因此，在今后的日子里，我会更加努力，做好自己本职工作，帮助其他同事，积极进取，成为悉奥的优良种子，在悉奥的不断灌溉下，与公司共同发展！

路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。人生的路还要继续，新工作所给予的启示会成为我不断的前行和坚实的动力。

我们都知道团队是 Team，而不是 Group，也就是说团队不仅仅是一群人的简单的组合，而是不同成员有分工、有协同，是一个有机的整体，团队成员根据工作需要，根据个人特长，合理分工，有效协同，一起把事情做好，才是 Teamwork。

马云说过，世界上最好的团队是唐僧团队，德者领导团队，能者攻克难关，智者出谋划策，劳者执行有力。在成立一个团队时，需要挥洒个性、区别对待，找具有不同优点、不同性格的人，而师徒四人最大的优势恰恰在于互补，在漫长的取经途中，各司其职，形成了一个坚强的团队。

一个团队中，领导者作为头狼实属不易，要为团队冒险、开拓、进取，需要像唐僧一样目标坚定、以权制人、以德服人、以情感人。而像孙悟空这样的能力者，是必备人才，有个性、有想法、执行力很强，也很敬业、重感情，懂得知恩图报；猪八戒则拥有乐观洒脱的人生哲学，是团队中的开心果，但在大事上立场坚定，做事也不含糊；沙和尚是个很好的管家，任劳任怨，心细如丝，忠诚度极高，后勤工作的一把好手。这样互补的团队，成功地历经九九八十一难，走完了漫漫西天取经路。

德者居上，智者在侧，能者居前，劳者居其力，这是团队择人用人的精髓。但是，仅仅将成员聚集起来是不够的。一个好的

团队，需要团队精神。“天时不如地利，地利不如人和。”这句话道出了团队精神的重要性，人心所向、内部团结才是作战成功的关键。一个没有团队精神的人将难成大事，一个没有团队精神的企业将成为一盘散沙，一个没有团队精神的民族将难以强大。从小我们就听说过“一个和尚挑水喝，两个和尚抬水喝，三个和



所谓 Teamwork

文 / 丁同舟 综合办

尚没水喝”的故事，这个故事告诉了我们缺乏团结力量、互相推诿责任和义务的危害。具备团队精神才能拥有团队凝聚力，成员的潜能才能够被激发，团队力量尚能强大。

一个好的团队，需要具备大局意识。成员之间前期意见不同属于正常，但决策一旦形成就应

该保持高度的一致。私底下不要说有违团结的话，不办影响领导层权威的事，这是团队成员大局意识的具体体现。

一个好的团队，需要良好的沟通和互相信任。成员之间相互信任是有效团队的基本要素，在一个团队中，不同的成员扮演着不同的角色，要让团队的力量拧成一股绳，形成合力。而沟通是联络感情、统一思想、明确工作、制定计划、协调工作的重要手段，好比团队的“心脏”，比较顺畅的沟通渠道、频繁的信息交流，才能使工作效能更高。团队要健康成长，心脏就务必强劲有力。

一个好的团队，需要互相成就。一个好的团队，在一起合作多年，会给人一种相互成就的深切感受。这种成就有两个层面，一是人与事的成就。因为有了优秀的人，所以办成了一般人认为办不成的事，做出了骄人的成绩，这是人在成就事。反过来，因为办成了事，所以提升了你的知名度，让更多的人知道了人的存在与价值，这就是事成就人了。另一个层面是人与人的成就。团队中的成员，一荣俱荣，普遍升值，就是人与人相互成就的必然结果。

好的团队，拥有不同个性和优势的成员很重要，但更重要的是如何将成员凝聚在一起，最大化的发挥他们的优势，有效的进行团队协作，这样的团队才能对企业有所帮助。

冬日紧逼，温度的直线下降告知着我们严寒的来临。此时此刻，2016年已经接近尾声。

与气温一同严酷的是涂料原材料市场的价格行情，受树脂成膜剂等原材料价格通胀等各方面原因，原材料应声上涨，并直接导致涂料产品涨价，从而引起涂料行业洗牌多米诺效益。

多家涂料上游供应商及原辅料企业或含蓄或直白地对外宣布提高产品价格，逼迫涂料企业提高产品价格来维持成本上涨的压力。同时随着涂料上下游市场的行情变化，涂料行业或将又一次迎来市场变革。



低成本营销

经过多年的发展，涂料行业已经逐步从厚利时代走下神坛，迈入微利时代。局势的转变，迫使涂料行业转变经营机制，要从粗放型经营过渡到精细化经营。对于运营成本的考量和研究，逐渐成为涂企的日常。

一块钱掰成两半过日子，精打细算，这大概就是众多中小涂企当下的写照。不少中小涂料企业生存状况，成本日益加重，企业如何运营成为每一家涂企当今的头等大事。因此，低成本营

涂料 + 互联网？ 请先试一试微信这个入口！

文 / 黄锡 人力资源部经理

销也就顺理成章，成为企业主必须要研究的课题。

所谓的低成本营销，就是指企业在提供相同的产品或者服务的时候，在研究、销售、服务、广告等领域内将成本降低到最低限度，使成本费用明显低于行业平均水平或者竞争对手，使企业更好的发展。

如何有效地利用资源最大化，成为中小涂料企业运营的关键。中小涂料企业不比外资涂料和国内大品牌涂企，资金上处于劣势，拿出不那么多钱做品牌营销，导致牌子也不够响亮。所以，中小涂企在运营及营销手段上一定要强调个性化、差异化，利用低成本运营方式，最大限度地发扬差异化特色。



用好这个免费的推广工具——微信

互联网袭来，营销模式也要与时俱进。不要老想着报纸、杂志、广播、电视这一些传统媒体了，价格不菲不说，传播的区域和影响力也非常有限。如果能够做到电视报纸广告长时间轮番轰炸固然效果拔群，但毕竟小涂企不可能花费那样的巨资投入的。

但涂料企业，无论是民用内墙漆还是建筑外墙漆，都是需要

品牌推广的，在如今的互联网时代下，倒是可以借助一些互联网工具，比如微信。



硝烟弥漫的自媒体

微信，众所周知，是腾讯公司于 2011 年 1 月推出的一个为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序。微信如今坐拥 6 亿用户，但它本质上还是一款社交聊天软件。聊天软件如何做营销推广？是在朋友圈做微商吗？那倒不是，如今的“朋友圈”已经逐渐变成了“生意圈”，很多人避之不及，朋友圈微商似乎已经没有出路。关键是微信的另一个很火热的功能——公众号。

公众号就是一个自媒体平台，个人、企业、媒体都能够在上面发图文信息，传递资讯，大家在朋友圈里经常能阅读到的文章，都是各路自媒体利用公众号发布出来的。微信的公众号功能其实早在 2012 年 8 月就已经推出，随着这几年的发展，微信公众号的数量在 2015 年年底，已经突破 1000 万的规模，自媒体号融资已经屡见不鲜，企业品牌号微信营销更是硝烟弥漫。

6 亿人都会玩微信，每天都在朋友圈上花费不少时间，但是

并没有很多人知道微信公众号，拥有自己公众号的就更少了，能把微信公众号运营到拥有庞大的粉丝数量并能展开有效营销的，就更加寥寥无几了。

在前两年，中小企业对公众号运营尚处于观望和试水阶段，并没有投入过多的心思。到如今的2016年，已经有越来越多的中小企业投入其中，逐渐建立企业品牌公众号，也扩大了自己的品牌影响，慢慢地品尝到甜头。诸如三棵树、嘉宝莉、立邦漆等涂料商销品牌早早建立了自己的公众号，并时常发布行业动态和新产品资讯，许多中小涂企也纷纷效仿，打造出一个能够宣传发声的企业喉舌，增加一种营销新渠道。



粉丝经济

或许有很多人并不明白，在微信上建一个公众号发发文章和图片，能有多大能耐？粉丝数量少的时候，或许体现不出价值，但量变引发质变，当一个只有几百粉丝的公众号发展成几万甚至几百万粉丝的时候，巨大的流量就带来了巨大的变现价值。

以“咪蒙”这个顶级公众大号为例，据说它具有惊人的600万粉丝数！咪蒙每发一条信息，如果有10%的粉丝点击打开阅读，那也是60万人，如果这条信息里面包含了软文广告，那么这篇广告的阅读受众人数就是60万，这样的广告观看数量是远远高于一般的电视、报刊和杂志等传统媒体的。而且，这些受众都是目标群体，他们都因为喜欢咪蒙而关注，所以广告也都是针对这些群体而做，广告的有效性和针对性非常强。无怪乎，在咪蒙



这样一个公众号打一条广告的费用高达30~50万元，这就是它的价值所在。

咪蒙只是特殊个例，一般公众号拥有几万粉丝已属不易，几十万粉丝已经是非常优秀，而大部分中小企业公众号的粉丝数远远达不到那样的量级，但公众号作为一个宣传企业文化的平台、营销渠道的工具，仍然是非常有价值的。



微官网——展示企业品牌形象

在上一波PC互联网时代，企业热衷于建立自己的官方网站，而如今迈入移动互联网时代，企业们便趋之若鹜地在手机上设立微官网。制作精美、展示便捷的手机微官网的确能成为涂料企业抓住客户眼球的利器，提高客户对涂料品牌的认知度。而微信公众号就是一个绝佳的微官网展示平台，除了常驻的企业简介、产品名录、联系方式等信息，还可以做到定期推送企业最新时讯动态，向客户展示企业的方方面面，让我们的涂料品牌更加具象、更加生动。

另外，还可以作为涂料企业的电子宣传册，有着丰富多彩的

展示形式，文字、图片、声音、视频，比单一的纸质画册强大不少。同时，数字化信息更新修改非常方便，在费用成本方面对比昂贵的传统纸质宣传册而言有着显著的优势。



微营销——增加企业销售渠道

就像上述那个咪蒙的例子一样，公众号还可以成为一种附加的网络销售渠道，可以将软文信息植入到推文中去，也可以另辟页面，单独开设微商城，做成一个“类淘宝”的购买界面。涂料企业无需增加很多实际成本，就能够把涂料店开到了消费者的手机里面。比如，自媒体前辈“罗辑思维”就是开设了自己的微商城，在上面卖书。

传统涂料企业如何搭上“互联网+”这辆快车，或许是将来很长一段时间值得我们思考的一个问题。小米创始人雷军在谈及什么是互联网时总结出七字诀，即“专注、极致、口碑、快”，雷军坚信只要按照这个方法去做就会战无不胜，攻无不克。微信公众号，或许就是一个“快”的入口。



» 悉奥涂料——蓝湾上林院

涂料厂商该如何驾驭工程渠道？

文 / 本刊编辑部

近年来，包括立邦、多乐士、克雷士顿等在内的涂料品牌，不断花力气投入工程渠道，也取得了一些成绩。作为传统制造业的涂料企业，在这个由多重关系、多方利益主宰的灰色世界里，作为传统制造业的涂料企业，如何驾驭工程渠道？

先看个数据：2010年，全国建材行业产值2万亿，其中工装类1.1万亿，其余是家装类。工程项目在销量上首次超过家装市场；到了2015年，全国建材行业产值3.4万亿，其中工装类1.74万亿元，再次超过家装市场。工程，是相对于零售市场来

说的。传统消费品企业，如涂料、家电、灯饰等，此前主要是通过经销商（门店）、建材市场、连锁卖场等传统渠道，零售给最终消费者。

而最近一系列国家政策均显示：廉租房、公共租赁房都会是成品房，经济适用房也鼓励做成成品房。至于商品房，国家更是鼓励精装修。

浙江为例，从2016年5月1日起，《浙江省绿色建筑条例》将正式施行，以立法的方式强制推广绿色建筑。根据《条例》，在浙江，全装修住宅将走向普遍化、规范化，到2020年底，浙江新建多层和高层住宅将基本实

现全装修，也就是说，今后毛坯房将逐步退出历史舞台。

万科董事长王石也预计：中国住宅市场成品化（相对于毛坯房）时代即将到来，并提出将来万科要实现千万套住宅的成品化。

一旦迈入成品房时代，工程市场的刚性需求就此成型。

这还只是房地产业。而随着国家大规模的基础建设投入，那种一次性大规模采购的工程项目销售开始井喷。房地产、政府、学校等均有类似需求。

要想做强做大，工程渠道是无论如何也绕不过去的。业内预言：零售专卖店、电子商务和

工程渠道，将成为涂料建材等传统消费品企业未来销售的三驾马车。



工程市场的 6 个特性

数额大。动辄几百万、上千万，甚至某些产品一单就可能过亿。

讲关系。如果有项目一把手的七大姑、八大姨牵线搭桥，则能轻松搞定。反之，如果没有关系，要成单则需费一番气力。

人头多。和零售中的个人决策不同，工程渠道至少数十人以上，方方面面都少不了接触、交往。

时间长。从获知项目信息，到施工直至收款和后期运营维护，小的工程也得几个月，大工程则可能长达数年。

风险高。如果说零售属于“短平快”，那么工程就属于“长危慢”。

效率高。某涂料经销商进驻了当地开了 30 多家专卖店，招了近 40 多个导购及业务员，年销售才 270 万元左右，人均产值仅近 8 万元。而同区域做工程的同行，10 个人 1 年却做 400 万元，人均产值高达 40 万元。

工程销售与其他项目型销售相比，产品同质化强，关系营销在销售中占有较大的比重。经过这些年的实践，一个工程项目的销售流程，主要由以下 5 步组成：

- 1、寻找客户资料和初步联系客户；
- 2、初步交流和见面；
- 3、商机甄别和判断；
- 4、发展销售关系和支持者；
- 5、项目的控制、中标和商



» 悉奥涂料——重庆国际家纺城

务谈判。

由于篇幅所限，本文仅根据实践中常犯或常忽略的错误，择其要点讲之。



商机甄别和评估

整个商机的甄别工作实际是伴随着工程销售项目的始终，但有几个时间点尤其重要：

- 1、首次拜访前。主要评估：有没有项目？是否是我们的产品领域和机会？项目急不急？
- 2、初次见面后。主要评估：有没有预算？成本和收益大吗？
- 3、发展支持者的商机甄别和评估。主要评估：我们能不能赢？概率多大？投入、胜率和风险的关系如何？
- 4、项目投标和谈判阶段。主要评估：我们有多大的胜机和优势？应该采用什么样的报价和

谈判策略？

为什么需要反复甄别、评估？主要是考虑到销售过程中成本的控制、风险管理和公司的资源投入。

大部分公司在给销售人员计算提成时，是要扣除客情公关费用和 sales 费用的。而从公司的角度来说，在工程销售中，最忌讳分散投入，可能导致一无所成，必须集中投入到有竞争力的项目中去。这就要求在每个阶段做商机的甄别和评估，以决定资源投放。



如何跟客户做关系？

商机来源不同，客户关系发展的方法和策略也不一样。

一般来讲，和客户的关系分为 5 个阶段：

- 1、陌生人：和客户处于接



» 举杯欢庆新年的到来

触前期，相互防备，没有信任；

2、熟悉人：客户掌握了我们的产品或个人相关的信息，但对我们解决问题的能力并未充分确定，仍公事公办；

3、信任的人：客户了解我们产品的优势和特点，并相信我们解决问题的能力；

4、共同的利益联盟：我们和客户是利益共同体，通过交易实现双赢；

5、真正的朋友：双方建立了相互信赖的关系，有共同的价值取向。我们是客户问题的解决者。

从“陌生人”到“熟悉的人”和“信任的人”，往往能通过专业能力和销售技巧实现。但从“信任”到“利益联盟”和“真正的朋友”这个阶段，仅仅依靠专业能力往往是不行的，关系的渗透和发展就显得特别重要。

需要注意的是，不是每个项目都是从第一个关系层级开始的，有些项目可能直接从第四阶段开始。



和哪些人发展关系？

一次成功的工程销售，我们通常要与 EB（掏钱的主，如项目负责人）、UB（使用你产品

的人）和 TB（从技术角度考察你的人，如技术总监）这三类人做好关系。

但是，并不是与所有的角色都要发展到第五个层级，也不是关系级别越高级越好，而是要根据项目的大小和持续的产出，考虑我们的销售成本，并考虑客户方每个人在项目中的决策位置和作用判断。对于很多一次性的项目，我们往往做到“利益联盟”这个层级就可以。

我说的利益联盟，不仅仅包括狭义的经济利益联盟，还包括其他方面的。比如：用我们先进的产品和科学的施工方法，帮助客户建设完美工程，从而使项目负责人得到认可，在内部得到提升，这也是一种利益联盟。

利益联盟一定是针对个人，而不是针对一个单位的。单位是无法做出决策的，做出决策的只有个人，而每个人是基于自己利益以及他所理解的业务需求，进而做出支持或反对的决定。所以，我们关注的是与个人间的利益联盟。

至于我们与客户个人的利益联盟，是否和他公司的利益相一致，我觉得没有必要过于计较，因为那不是销售所能解决的问题，你只需要考虑风险就可以了。

在和竞争对手的差距并不大时，可适当利诱客户来建立利益联盟。当然，使用何种利诱方法

对待何人是有讲究的。

因此，我们必须根据对客户角色重要性的判断，做出一个客户关系的渗透计划来，这就是工程销售中非常重要的项目策略。



如何与客户建立利益联盟？

首先，必须找一个突破点，确定内线。

突破点的选择至关重要。通常主要考虑以下几个因素：

- 1、掌握项目的信息并对决策有一定的影响力；
- 2、对我们有一定的信任和好感；
- 3、性格比较容易接近，立场更容易松动；
- 4、可能对利益看得更多。

其中 1 和 2 是基础，必不可少，否则，很难将其发展为内线。在实践中，我们经常将第一次和我们联系的人作为突破口。

切记：无论多困难，在工程销售中我们必须搞定内线。当然，内线的级别越高，项目的把握越大。项目负责人做内线，是最佳的内线。

其次，与相关人员非正式场合接触。

这个动作是否成功，关键有3点：

- 1、前面的信任基础必须建立。在有风险时，没人愿意和不信任的人浪费时间；
- 2、时机合适，提出要求的时间和理由要适当，使客户难以拒绝；
- 3、投其所好。

如果客户不答应，也可以是半正式的公司参观等方式，然后再寻找非正式场合的接触机会。只要客户答应你在非正式场合接触了，你接下来做的事，他大半不会拒绝。

比如，一次丰盛的晚餐之后，酒酣耳热之际，你可以在“猎物”独处时释放出诱饵，并做出你相应的暗示。这种暗示可能是继续的招待和接触的行为，也可能是利益的暗示。注意：话不要太满，步步为营，去探索。

暗示利益的时机要选择好。通常用这样的话开头：“我们老总特别交代了，对于您在项目中的支持，我们一定会大力感谢！我们会重点考虑的。”以此来测试对方的反应。

之后，再根据对方的反应确定下一步的进展。

只要对方不反对，或只是礼貌性地说“不用”，你就可以进一步做更加明确的暗示。

切记：不要把话说得太明显。如果你说得很明显，并且没有退路，又赶上对方不好这口，那就意味着你给自己惹了个大麻烦，不但谈不上效果，恐怕还会让你在项目最后阶段的局面非常尴尬、被动。

对于项目负责人，尤其是特别大的工程项目，这种私下的接触机会还是比较难的。一旦有，说话尤其要慎重。对项目负责人，

往往更适合侧面进攻，可利用你现有的关系，找到能影响他的人，你可以用上面的办法搞定他，让他帮你间接公关。如果这种措施无效，你就只能利用你的领导进行高层拜访和公关了。对于项目中的一般技术人员，也不要忽视，私下的接触也是有必要的，并不需要太高的成本就可以搞定。

通过以上的方法，我们能迂回或直接地发展客户关系，达到了利益联盟的层级。到底是把哪些人做成利益联盟，那是由你的关系渗透计划决定的。

如何与客户发展为朋友？

要将利益联盟发展为朋友关系，通常有3个条件：

- 1、你很好地解决了对方的业务问题，帮助他出色地完成任务；
- 2、在合作过程中，由信任关系变成了信赖关系，他认为你的存在有利于他的发展；
- 3、个人兴趣和价值观方面有相似性。

如此，这个朋友就可以在以后的工程项目中持续与你合作。



项目的控制、中标及谈判

当客户关系渗透到一定程度后，你就可以进一步掌握项目的进程，影响甚至控制项目向对自己有利的方向发展。

通过内线和支持者掌握相关信息，这些信息主要包括5个方面：

1、项目的进度安排和紧迫度。

这是制订销售策略和计划的基础。项目的进程清楚了，我们

的销售进程也就清楚了：什么时候出差，什么时候请吃喝，什么时候说什么话，可以以合理的成本、合理的精力顺理成章地拿下订单。否则，销售起点太早，销售成本浪费过大；起点太晚，则黄花菜都凉了。

2、项目预算。

这是工程销售中非常关键的一个问题，不下血本往往很难搞清楚，因为大部分的工程招标价格比重都比较大。你的产品再先进、施工经验再多，只要超出了预算，一切白搭。反之，只要在预算内，客户可以接受你的报价稍微高点，关键在于你的价值。这时，你就要大讲特讲你的产品优势以及行业内的施工经验。

3、采购形式。

最有利也是最有害的方式是不用招标，几个人随便一讨论就定下了。说它最有利，是因为只要关系做到位，没什么突然的变数的话，安心等待签合同就好了；说它最吃亏，是指决策过程可变系数极高，本来看似牢不可摧的形势，往往因为领导的一句话或者别的一个很扯淡的因素就被搞垮了，直到胜负已成定数时你才知道自己到底输在哪里。

4、决策人员的组成。

包括：决策人员的组成情况、对各方的态度、每个人的关注点、决策流程以及评标点标准。

5、竞争对手情况。

竞争对手在卖什么产品？哪些东西比你强？谁在支持你的竞争对手？

这些信息知道得越早越好，并且要根据情况的变化，实时补充和调整。

掌握信息后，要尽量去影响项目进程，其中最重要的影响手段就是招标文件了。

我们要在招标时的最终技术

要求中（招标文件）写进你自己产品的独有特点，让你的产品最为符合标书的要求。也就是说，你的产品才是客户最想要、最需要的产品。

在这个过程中，最为重要的人物反倒不是该项目的最高决策人，而是撰写技术招标要求的一线工程师。如果搞得好，你可以明明白白地告诉他在标书中你要看到什么东西、不要看到什么东西。

当你发现最终的标书提及到的技术要求都是你想要的条款时，这实在是件令人愉快的事情。一来，让你提供的方案可以得到最高的技术分；二来，会给你的竞争对手造成极大的压力。不过，标书也不要从头到尾、百分之百地都体现着你们产品的风格，这也会导致一些麻烦：

1、你变成众矢之的，所有的竞争对手都盯着你干。这个会比较难受；

2、竞争对手死猪不怕开水烫，放一个极低的价格过来，反正不中拉倒，中了就算撞大运；

3、会导致其他可能的意外变化。

客户常用的招标形式，有两种：

1、公开招标：程序上相对繁琐，对于招标文件本身的准备要求极其严格，当你做标书的时候，务必请对照招标文件中的要求做到位，比如那些需要附上的资质、银行资信证明、以往合同等等，否则，即便是关系做得非常到位了，也有可能因为一点点手续上的问题导致失败。

一般来说，公开招标中会从一个所谓的电脑专家库中抽出几个人作为专家组成员。99%的可能还是这几个专家的名字你连听都没听说过，更别说认识了。对我们来说，牢牢抓住客户单位就好，至于标怎么评，专家会去问客户。

2、邀标或议标：属于非正规招标，从一开始就充满了可操作性，稍不留意就会有很戏剧性的结果出现。大体上的形式是由使用部门和技术部门以及纪检、财务、领导等杂七杂八的部门共

同组成议标小组，最后要么形式性的举手表决一下，要么主持人象征性地总结一下，结果也就出来了。

总而言之，无论采取什么招标方式，我们要把握的一个整体原则就是：牢牢抓住使用部门，尽量利用一切资源去靠近其他参与部门，至少是不得罪他们。

到了这个关键时候，主要的直接的主管人或者部门负责人立场应当都已经站在你这一边了，那么此处的关系处理主要指向哪里呢？一般来讲，就是指对于大老总和之前没有完全拿下，对你方态度非常不明朗的项目周边负责人的关系弥补。

当然，如果在此之前你还没有搞定主管人员，或者通过种种迹象发现自己长得像来陪标的，那就应当毫不犹豫地、抱着豁出去的态度使出你最后的杀手锏，很多情况下，这会让你绝处逢生。这条杀手锏种类可以有很多，当然，在不阳光的交易中，可能包括返款，但返款这个绝招最好别那么着急就打出来。🏠



盘点 2016 年新闻大事件



全面二孩政策落地

2016 年 1 月 1 日，在中国实施了 30 多年的独生子女政策正式宣告终结。修改后的计生法明确国家提倡一对夫妻生育两个子女。



寨卡病毒肆虐

寨卡病毒疫情持续发酵。到 2016 年 1 月，在非洲、亚洲、美洲的 45 个国家都出现了寨卡病毒传播的证据。



小李子获奥斯卡奖

2 月 28 日，第 88 届奥斯卡金像奖颁奖典礼中，莱昂纳多凭借电影《荒野猎人》获得奥斯卡最佳男主角一奖，终于结束自己 22 年的奥斯卡陪跑之旅。



Alpha Go 击败李世石

3 月 9 日到 3 月 15 日，谷歌的人工智能围棋程序 Alpha Go 与韩国九段棋手李世石进行了五番棋大战，最终以 Alpha Go 4-1 获胜。



英国脱欧

6 月 23 日，英国脱欧公投结果显示，有约 1741 万选民支持脱欧，脱欧阵营领先 127 万选票，英国脱欧成定局。



上海迪士尼开园

6 月，上海迪士尼正式开园，这是中国内地首座迪士尼主题乐园，它的开业也使得中国内地的孩子们可以更快地享受迪士尼带来的欢乐。



“营改增”全面推开

自 2016 年 5 月 1 日起，中国在全国范围内全面推开营业税改征增值税试点，将建筑业、房地产业、金融业、生活服务业全部纳入试点范围。



魏则西死亡事件

4 月 12 日，西安电子科技大学学生魏则西因病去世，他曾通过百度搜索锁定了“生物免疫医疗法”。魏则西的死亡，将大名鼎鼎的百度再次推上舆论的风口浪尖。



南海仲裁案事件

7 月 12 日，菲律宾南海仲裁案仲裁庭作出非法无效的所谓最终裁决。中方严正声明，仲裁违背国际法，仲裁庭没有管辖权，中国不接受，不承认。



法国国庆日恐袭

7 月 14 日深夜，法国尼斯市在庆祝国庆时遭遇恐袭，恐怖分子驾车冲入活动人群，造成 84 人死亡，202 人受伤。



土耳其政变

当地时间 2016 年 7 月 15 日，土耳其发生军事政变导致交火事件，逾 290 人丧生，军队和司法系统 6000 人被捕。



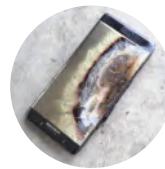
里约奥运会

奥运圣火在 2016 年第一次来到南美大陆。当地时间 8 月 5 日，2016 年里约奥运会开幕式在马拉卡纳体育场内举行。



北京最严重雾霾来袭

12 月中旬，京津冀及周边地区发生今年入秋以来最严重的一次重污染天气过程，有 23 个城市启动红色预警。



三星 Note7 爆炸事件

Note 7 上市后，全球各地陆续发生了数十起 Note 7 爆炸事件。最终，韩国三星电子决定暂停 note7 手机的生产与销售。



特朗普当选美国总统

2016 年美国大选过程跌宕起伏，仿佛上演一场现实版的《纸牌屋》。最终，共和党候选人特朗普胜出，入主白宫成为美国第四十五任总统。



杭州 G20 峰会

二十国集团 (G20) 领导人第十一次峰会于 9 月 4 日至 5 日在浙江省杭州市举行。本届峰会的主题是“构建创新、活力、联动、包容的世界经济”。



COMICS 职场漫画

社会竞争激烈，这 7 种人将被淘汰出局

社会竞争激烈，不管你是创业还是打工，都要随时怀揣一颗积极之心，下方 7 张图，如果你能不被戳中，你将成为这个社会赢家，我们一起努力吧！



翻脸快

情商低下的人



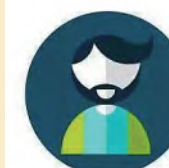
玻璃心

心理脆弱，容易受伤的人



呆头鸭

对新生事物反应迟钝的人



独行侠

仅靠个人，单打独斗的人



独轮车

技能单一、没有特长的人



近视眼

计较眼前、目光短浅的人



钟点工

8 小时之外不学习的人

Happy Birthday!

在这个特别的日子里，一份真挚的祝福送给您，是一份难以抹去的记忆，一种无法忘怀的友谊。让祝福充满时空，把欢乐写进心灵。

祝您生日快乐！

10月

10.06 应程彬 10.17 孙红宏 10.18 江以锋 10.20 吴义玉 10.23 徐炳根
10.26 章文良 10.26 汪晓 10.28 李忠 10.28 张鑫 10.29 陈钰亮
10.30 吴浩杰 10.31 吴清苗

11.01 汪泽宇 11.07 陈益军 11.20 徐玉俊 11.22 孙国荣 11.25 徐宏佳
11.26 陈忠炎 11.30 陈建忠

11月

12月

12.03 马勇军 12.14 黄金谦 12.14 周圆 12.15 朱林凤 12.16 汪俊杰
12.25 裘观根

征稿启事

《今日悉奥》(季刊)为悉奥控股有限公司的内部交流刊物，贯彻“学习与推广并重”的办刊方针，坚持“雅俗共赏、形式活泼”的办刊风格。为本公司员工及同行业内人士提供一个信息交流的平台，以促进我公司全面发展。

本刊主要设有如下栏目：

- 1、**写在卷首**：公司重要会议或活动纪要，或者人生哲理感悟。
- 2、**公司风采**：发布公司发展动态信息及获得的荣誉宣传。
- 3、**营销谋略**：提供适合行业及本公司的营销战略、战术等市场营销方面的策划与研究。
- 4、**管理纵横**：针对企业管理理念、管理模式、管理创新等进行探索与交流。
- 5、**科技之光**：涂料产品制作技术或涂饰工艺等相关的内容。
- 6、**鲁班评说**：针对涂料装饰工艺技术工程管理等进行平台交流。
- 7、**党政要览**：公司党支部、工会等活动信息。
- 8、**员工新声**：分享自己的工作、生活、生产技术经验。
- 9、**行业动态**：企业或行业中的新政策、法规、快讯、市场信息等。
- 10、**知识百味**：行业知识宣传以及诗歌、散文、幽默笑话等。

为了《今日悉奥》的稳步成长，特向我公司员工、同行业领域人员及社会各界人士广泛征集稿件。本刊欢迎千字左右的短文，也欢迎有学术价值的论文。长篇文章一般不超过 5000 字。因编辑人手有限，本刊一般不接受手写稿件，欢迎电子邮件投稿。本刊对来稿有删节权，不愿删节的请予以说明，所有来稿将在三个月内处理完毕，一经采用，即通知作者，给予一定稿酬，未被采用者，恕不退稿。

本刊通信地址：浙江省临安市锦城街道临天路 108 号 3F（综合办公室）

电话：0571—61084008

传真：0571—63813189

Email: zhejiang.xiao@163.com