

FUTURE

未来属于你 坚定信念 勇往直前 未来属于你 坚定信念 勇往直前

赢得未来

THE FUTURE BELONGS TO YOU



悉奥涂料 中国好工程

建筑涂料/工程装饰/投资管理

工厂地址：杭州市临安区崇贤路598号

网址：www.china-xiao.com

办公地址：杭州市临安区农林大路969号

全国服务热线：4008-269-700



2018年第4期(总36期)

今日 悉奥 XIAO TODAY

第 36 期

2018年12月出版第4季度
内部刊物 免费交流

鼎力打造工程涂料第一品牌

营销谋略

浅谈客户信息 管理的重要性

● P18

管理纵横

从0到1很难， 更难的是从1到N

● P21

行业动态

涂料行业洗牌， 剩者才能为王

● P45

封面人物：2017年度销售状元——施小山



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯

团队如何更好地 从反思中学习



不管个人还是公司，每次有错误发生时，人们都想立刻找出原因，解决问题。不过，当人们找到原因后，会因此而满足，停止了追根问底，也就很难发现错误中值得学习的事情。这里分享三个帮你从反思中学习的技巧。

首先，反思不仅是为了找出问题，也是学习改善的机会。人们往往会在一个项目结束之后才去反思过程中发生的问题，这时候所有事情都做完了，人们反思只是为了找出是谁导致了问题发生，而不是可以从问题中学到什么。而且，这样也会限制人们学习，因为失败发生的频率不足以让我们迅速成长。

因此，每次将工作完成到一个阶段时，就应该进行反思和检讨，即便得到了好的结果，也要去研究是什么导致它能够成功，之后才能让事情越做越好。

第二，建立完整的“时间轴”，避免产生“事后偏见”。我们在反思的时候，需要一个“时间轴”，把事件发生的先后顺序先搞清楚。建立时间轴，需要汇集团队所有成员的意见，也要记录下当时发生了什么，帮助人们反思时能够回到事情发生的当下。具体的做法是，先请团队成员说明当时发生了哪些事，同时也要求他们不要做出解释；接着，请他们说明自己在什么时候，知道了哪些信息；最后，再请他们说明对不同阶段发生的事情的理解。

在这个过程中，要注意避免使用“我们当初其实可以”、“如果”等词句。建立时间轴的时候，要专注在问题如何发生，而不是为什么发生。因为，询问“如何发生”能够找出导致成功或失败的条件，执着于“为什么”会让我们纠结于偏见。

第三，公开反思的结果。通过时间轴，了解了事情的前因后果之后，可以为反思做一个总结。总结的第一步，是要确定哪些项目需要改善，给它们排出优先顺序，然后找到相应的人员，专注地讨论各个需要执行的事项。反思的结果让越多人知道越好，这样就能在团队中建立起从成功或失败中学习的文化，而不是互相推诿指责。

以上，就是帮你更好反思的3个建议，希望对你有帮助。🌱

目录 CONTENTS

EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部



出刊日期：2018年12月
主办单位：悉奥控股有限公司
地址：浙江杭州临安农林大路969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

公司 风采 Company Elegant Demeanor

- 02 | 悉奥时讯
- 10 | 悉奥水性涂料工厂接待客户考察一览

营销 谋略 The Marketing Strategy

- 15 | 一路集采
- 18 | 浅谈客户信息管理的重要性

管理 纵横 Management Aspect

- 21 | 从0到1很难，更难的是从1到N
- 25 | 看大咖想悉奥
- 28 | 十步快速实现职业化
- 30 | 传统制造业如何在夹缝中求生存

科技 之光 Cutting-edge Technology

- 32 | 真石漆产生色差的原因分析

鲁班 评说 Engineering Management

- 35 | 推行卓越绩效管理 凝神聚力促进质量提升
- 37 | 打造“浙江制造”品牌，展现悉奥工匠精神

党政 要览 Party News and Policies

- 38 | 改革的命运共同体

员工 心声 Employees' Voice

- 40 | 孤独—享受并释放
- 42 | 种一棵树最好的时间是十年前，其次是现在

行业 动态 Industry Dynamics

- 45 | 涂料行业洗牌，剩者才能为王

知识 百味 Joy and Knowledge

- 49 | 如何活到100岁
- 53 | 2018年十大流行语
- 55 | 职场漫画——比例偏见
- 56 | 生日祝福
- 57 | 新春祝福

悉奥时讯

XIAO NEWS

华润漆、宣威漆领导莅临公司参观考察

10月11日，华润漆、宣威漆领导一行人来公司参观交流。公司总裁黄金谦、营销中心总经理范黎明及制造中心总经理马勇军对贵宾们的到来表示热烈欢迎，随后陪同领导们一起参观了我司的厂房设备，探讨了水性涂料自动化生产方面的技术。各位领导对我司的技术研发及生产能力给予了充分的肯定，双方期待能有合作的机会，在共同的发展中实现共赢。



工业企业创新发展专题研修班

10月11日，工业企业创新发展专题研修班在远东大酒店召开。集控科技副总贾波主讲了物联网技术现状及工业信息运用。公司丁同舟代表公司参加此次培训。贾总深入浅出的讲解并结合实际案例授课，让大家深刻的认识到不论做管理还是做技术都要有新的创新发展。



全区第四季度建筑工程安全生产例会

10月17日下午，临安区住建局召开了第四季度建筑工程安全生产工作例会，各建设、施工、监理单位相关负责人、项目经理共200多人参会，我公司工程中心副总经理陈钰亮参加此次会议。会议通报了临安区第三季度全区建筑工程执法大检查情况、建筑市场监管、建筑工程质量安全监管工作情况，并邀请企业代表进行发言表态。



公司消防演习活动

10月24日上午，公司联合办公楼物业举办了2018回龙创业大厦消防演习活动，公司办公楼及制造中心分派人员参加。通过观看消防官兵救援演练，大家直观认识了各种灭火器的正确使用方法。在演练现场，面对熊熊燃烧的烈火，每名职工都表现出了强烈的灭火欲望和决心，争先恐后、跃跃欲试，轮流体验了干粉灭火器的使用，对有效扑救火灾应急措施有了充分的了解。通过此次演练，不仅使广大员工更加了解了消防、认识了消防，还提高广员工抵御火灾的能力，为切实营造景区良好的消防安全环境打下坚实的基础。



《建筑室内腻子》标准认证工作对接会

10月25日，在行政办公楼5楼会议室召开了《建筑室内腻子》标准认证工作对接会，由公司各中心负责该项目的工作人员参加。行政中心副总经理童亚青主持本次会议。会上指出产品《建筑室内腻子》标准认证内审工作已经全部结束，将在11月7日、11月8日两日进行外部审核，并对外部审查提出要求。为该工作的顺利进行及后续的审查工作，各中心工作人员发表了对审查工作的看法及提出宝贵的意见。



浙江盈都房地产集团来公司参观考察

10月25日，浙江盈都房地产集团有限公司张总等一行人来公司参观考察。公司营销中心总经理范黎明等部门负责人对领导们的到来表示热烈欢迎。随后大家一同参观了高虹厂区的实景样板展示厅、研发中心、档案库、自动化生产线等设施，并在参观过程中向各位领导介绍了公司的涂料产品体系、施工企业文化。通过此次考察，为今后的合作进一步深化沟通交流，构筑互动平台，积极在更多领域进行互惠合作，不断开创合作共赢、加快发展的新局面。



金辉闲林赛陶项目技术对接

10月26日上午，在高虹车间由市场部牵头，工程部和生技部组织金辉闲林赛陶项目相关涂料施工人员做施工应用技术交底。整个交底过程严格按照公司《涂料工程施工管理办法》要求，先由生技部技术人员讲解操作要点，然后班组长按规范亲自操作喷涂样板，最后以书面形式达成工具、工法、工序、工艺的《施工指令单》，并由相关人员签字确认。



大家房地产集团来公司参观考察

10月26日，大家房地产集团领导一行来公司参观考察。在公司营销中心总经理范黎明的陪同带领下，领导们细致参观了公司的行政办公楼、体验馆、技术应用研发楼以及生产车间等，并向各位领导介绍了公司的产品及文化。双方在参观过程中进行了深入的沟通与交流，对方对我司技术研发及生产能力给予了充分的肯定。通过此次考察，客户领导们对我司的涂料产品产生了浓厚的兴趣，为今后的合作创造了有力条件。并表示将积极寻求双方互利合作的机会。



“浙江制造”标准研制启动会顺利召开

10月31日，公司《建筑用水性外墙底漆》标准研制启动会在杭州召开。会议邀请了浙江省产品质量安全检测研究院、浙江省方圆检测、浙江省粘接技术协会涂料分会、浙江省涂料工业协会等专家参加。公司相关领导出席此次会议。总工连城和应用部经理徐国才对该标准的先进性及草案内容进行了介绍，各专家围绕“浙江制造”标准定位要求，从产品的生产工艺、性能指标，检验以及质量承诺等方面，以及标准草案的具体内容、先进性说明进行了论证，并提出了宝贵的意见。下一步，公司将依据标准制定要求、专家提出的修改意见，尽快形成标准征求意见稿，完成标准评审和报批工作。



公司荣获“浙江名牌产品”荣誉称号

11月1日，由浙江省质量技术监督局授权、浙江省名牌战略推进委员会评选的“浙江省名牌产品”名单隆重揭晓，我公司申报的《浙江省名牌产品》已经组织初审评价、部门核查、行业评议，并经名推委全体会议审议及社会公示，确定为2018年浙江名牌产品！

8	广谱通信设备	浙江德通通信科技股份有限公司	
9	热镀锌钢板	杭州新永丰钢业有限公司	
10	网络摄像机	杭州海康威视信息技术有限公司	
11	工业过程控制阀	浙江永泰科技股份有限公司	
12	LED灯	杭州华普永光科技股份有限公司	华普永光
13	机械密封	浙江建业工业股份有限公司	
14	人机界面	杭州伏冠科技股份有限公司	西子伏冠
15	空气源热泵机组	杭州瑞康暖通系统科技有限公司	瑞康暖通
16	特快（E）智能自动印刷机	浙江康桥机械股份有限公司	康桥
17	物理发泡聚乙烯泡沫塑料	浙江天志实业股份有限公司	天志
18	涂料制造	美奥涂料有限公司	美奥
19	机械印刷机	浙江康桥机械股份有限公司	康桥
20	智能燃气表	浙江威星智能仪表股份有限公司	威星 (Vishine)

公司通过“品字标浙江制造”现场审核

11月7日至8日，经省“浙江制造”认证联盟委派，方圆认证集团评审组一行4人，对公司进行“品字标浙江制造”认证现场审核。公司领导以及各部门负责人20余人参加会议。认证评审内容包括质量、环境、职业健康安全、卓越绩效、社会责任等五大管理体系，通过现场检查、产品检测、数据分析、资料汇总，对公司的品质卓越、自主创新、产业协同、社会责任方面的能力进行评价。最终，评审组一致认为悉奥在品质管控、品牌建设、技术创新、社会责任等方面均符合评审要求，一致同意通过现场评审。这标志着公司正式跻身于“品字标浙江制造”高端品牌的大家庭，成为临安区为数不多拥有“品字标浙江制造”认证的企业。



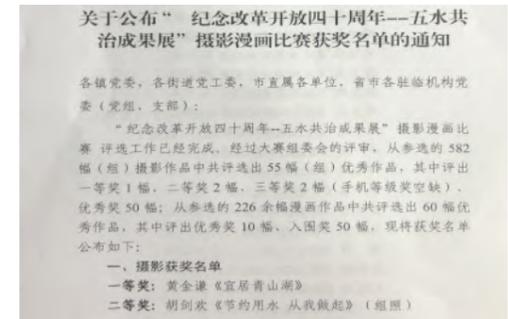
公司荣获“省级高新技术企业研究开发中心”

2018年11月8日，浙江省科学技术厅发布《关于公布2018年省级高新技术企业研究开发中心名单的通知》（浙科发条〔2018〕172号），公司研发中心被认定为“省级高新技术企业研究开发中心”，中心名称为“悉奥涂料省级高新技术企业研究开发中心”！

杭州新材料省级高新技术企业研究开发中心	德邦集团有限公司	杭州市	临安市
浙江天目山省级高新技术企业研究开发中心	杭州天目山旅游股份有限公司	杭州市	临安市
华旺新材料省级高新技术企业研究开发中心	杭州华旺新材料科技股份有限公司	杭州市	临安市
西子智能装备省级高新技术企业研究开发中心	西子智能装备股份有限公司	杭州市	临安市
巴泰医药原料药省级高新技术企业研究开发中心	浙江巴泰医药科技股份有限公司	杭州市	临安市
和泰医药原料药省级高新技术企业研究开发中心	杭州和泰医药科技股份有限公司	杭州市	临安市
金州新材料省级高新技术企业研究开发中心	杭州金州新材料科技股份有限公司	杭州市	临安市
中自自控设备省级高新技术企业研究开发中心	浙江中自自控设备股份有限公司	杭州市	临安市
物博尔电子省级高新技术企业研究开发中心	物博尔电子（杭州）有限公司	杭州市	临安市
同创新材料省级高新技术企业研究开发中心	浙江同创科技股份有限公司	杭州市	临安市
浙江天目山纤维新材料省级高新技术企业研究开发中心	杭州天目山纤维股份有限公司	杭州市	临安市
德邦天然白化用品省级高新技术企业研究开发中心	德邦白化（杭州）股份有限公司	杭州市	临安市
宝德汽车零件省级高新技术企业研究开发中心	浙江宝德汽车零部件有限公司	杭州市	临安市
宝德汽车零部件省级高新技术企业研究开发中心	杭州宝德汽车零部件有限公司	杭州市	临安市
物博尔电子省级高新技术企业研究开发中心	物博尔电子（杭州）有限公司	杭州市	临安市
万盛塑料制品省级高新技术企业研究开发中心	宁波万盛实业股份有限公司	宁波市	海曙区

公司总裁荣获“五水共治成果展”摄影一等奖

公司总裁黄金谦摄影作品《宜居青山湖》荣获“纪念改革开放四十周年——五水共治成果展”摄影漫画比赛一等奖。



杭房地产领导一行人来我司参观考察

11月12日，杭房地产相关领导一行人来我司参观考察。公司总裁黄金谦、营销中心总经理范黎明对领导的到来表示热烈欢迎，并向领导介绍了公司近期的发展状况及未来的发展方向。随后，大家一起参观了车间厂房等各类设施。通过实地考察，各位领导表示，看到了悉奥的企业实力，更加坚定了互利合作的信心。



公司参加全区招标采购业务培训班

11月15日至16日，临安区全区招标采购业务培训班在区委党校二号报告厅举办。公司营销中心集采事业部雷焯平及直销事业部谢欢参与此次培训。培训班主要讲述了工程招投标法律法规解读；政府采购实务及政采云系统运用；资产管理；工程建设项目招标方案编制要点解读；投标文件编制与技巧及电子辅助评标相关要点介绍。通过此次培训，进一步规范了公司招投标的流程与技术。



中涂化工领导一行来我司参观考察

11月23日，日企中涂化工有限公司岛田总监、王部长、谢总一行人来我司参观考察。公司总裁黄金谦、营销中心总经理范黎明及制造中心总工程师连城对领导的到来表示热烈欢迎，双方在会议上进行了深入交流，相互介绍了双方的企业概况。随后，一行人参观了高虹车间实景样板展示厅、研发中心、自动化生产线等生产设施，此次的考察为双方的合作奠定了良好的基础，同时也标志着悉奥涂料的知名度和行业影响力日益增强！



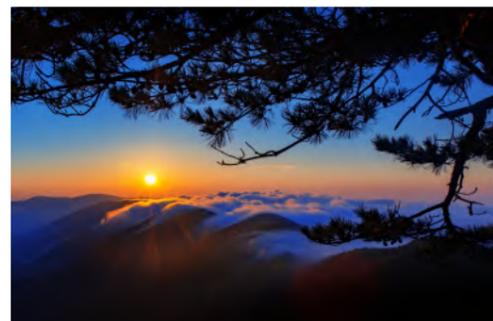
春节前应收款回款专题会议

11月20日，公司2018年春节前应收款回款专题会议召开。会议由总裁黄金谦主持，各中心的部门负责人参加。会议主要分为六个部分，分别是组长汇报应收款和在建工程进度款情况；战略中心工作汇报；营销总经理布置应收款工作；其他中心负责人发言；总裁发言和营销中心总经理解读新政策。



总裁荣获“临安好风光”摄影大赛优秀奖

近日，公司总裁黄金谦凭借《牵牛岗之夜》、《太子尖云海》两幅作品荣获2018悉奥在线“临安好风光”全省摄影大赛优秀奖。



绿城乐居建设管理公司领导来我司参观

11月29日，绿城乐居建设管理有限公司领导一行人来我司参观考察。公司总裁黄金谦、直销事业部四分公司经理吕科春对领导们的到来表示热烈欢迎。参观之余，黄总向领导们介绍了悉奥的企业概况、生产能力、施工能力、差异化营销策略，同时还谈了今后企业的发展战略。通过本次参观考察，各位领导对我司的技术研发及生产能力给予了充分的肯定。



公司领导前往中涂化工有限公司参观学习

11月29日，公司营销中心总经理范黎明、制造中心总经理马勇军、总工程师连城及应用部经理徐国才应邀参加中涂化工有限公司参观学习。中涂化工（上海）有限公司是一家著名的生产船舶、集装箱及工业涂料的公司，同时也是日本中国涂料集团在海外最大的投资项目。每年公司向中国国内和海外客户提供优质的船舶、集装箱及工业用涂料。通过此次参观，加深了涂料行业企业之间的了解和交流，促进了双方公司的互惠合作，不断开创合作共赢局面。



浙农房产、融创集团相关领导来我司参观

11月30日，浙农房产、融创集团相关领导一行人来我司参观考察。公司总裁黄金谦、直销事业部六分公司经理楼加耀对领导的到来表示热烈欢迎，并向领导介绍了公司近期的发展状况及未来的发展方向。随后，陪同领导参观了体验馆与生产车间，并向各位介绍了公司的产品及文化，得到了领导们的一致认可和赞许。此次考察，不仅展现了悉奥专业化的企业风貌，也对今后提升悉奥客户服务能力大有裨益。



公司顺利通过省级新产品鉴定

12月8日，公司省级新产品鉴定会在行政办公楼二楼会议室举行，新产品包括环保型砂岩漆等5个新产品。贾根林高工（浙江省建筑涂料分会）、傅深渊教授（浙江农林大学）等专家及临安区经济信息化局领导出席会议。行政中心副总经理童亚青携综合办成员接待了各位领导的莅临。会上，专家们在听取了技术工作报告，并通过讨论和现场答疑，最终一致认定：环保型砂岩漆等5个新产品均达到国内领先水平，具有广阔的市场前景。



公司参加卓越绩效模式评审员培训班

12月3日至7日，卓越绩效模式评审员培训班在杭州举行。本次培训班由中国协会质量秘书处组织。我公司综合办胡霞参加本次培训。培训主要讲解了卓越绩效模式产生的背景、核心理念和基本框架；卓越绩效标准的演变；卓越绩效评分系统及评审方法等。通过培训，也为企业做好卓越绩效管理模式工作打下基础。



公司进入金辉集团长三角区域2018年分供方库

近日，临安悉奥装饰有限公司通过各项筛选，正式进入金辉集团长三角区域2018年分供方库。此举意味着公司正式开始长三角区域的项目合作。今后，双方将秉承合作共赢的理念，充分发挥各自在产品、服务等方面的专业优势。

临安区人民医院举办义诊服务

12月14日，临安区人民医院在回龙创业大厦举办了义诊服务，可享受内外科、测血压血糖、肛肠外科、乳腺B超等项目。公司积极组织员工参加本次义诊活动，使员工以良好的工作状态、饱满的热情和稳定的心态投入到各自的工作中，保持企业的和谐、稳定、健康发展。



新泰中泰置业吴董事长一行莅临公司考察

12月15日，山东新泰中泰置业有限公司吴董事长和设计院王院长一行再次莅临公司参观考察。公司战略中心总经理徐玉俊及经理徐森接待了各位领导并表示热烈欢迎。此次考察，目的在于对接项目选材样板及进一步合作洽谈。领导再次莅临考察标志着悉奥涂料的知名度和行业影响力日益增强。



临安区第三十届“乒协杯”乒乓球大赛

12月15日，杭州市临安区第三十届“乒协杯”乒乓球大赛在农林大学衣锦校区隆重举行。据了解，本次比赛共有来自企事业单位及乡镇36支代表队200余人参赛。悉奥控股有限公司也派出三支队伍参加本次大赛。赛场上，选手们本着“友谊第一、比赛第二”的精神，以饱满的热情全身心的投入到比赛中。在推拉攻守之间，比赛高潮迭起，比分交替上升，局势扣人心弦，精彩的较量赢得现场观众的阵阵喝彩。经过两天的激烈角逐，公司获得男子团体机关组亚军、悉奥乒乓球俱乐部获得男子、女子团体乡镇组双冠！



摄影艺术分享会——西域风情

12月17日晚，以《西域风情》为主题的摄影艺术分享会在公司行政楼二楼会议室举行。此次分享会由杭州市临安区文联主办，区文联江跃良书记以及公司总裁出席本次活动并作了重要讲话。来自临安区的20余位摄影爱好者参加。资深摄影艺术家章国华作为主讲人，讲述了四川色达游玩的亲身经历，并用照片来阐述摄影的构图技巧，并向在座大家倾囊相授摄影攻略与经验心得。



悉奥党支部观看庆祝改革开放40周年大会

12月18日，庆祝改革开放40周年大会在人民大会堂隆重举行。悉奥控股有限公司党支部组织党员们齐聚行政办公楼二楼会议室集中收看大会实况直播。习近平总书记的重要讲话全面回顾了改革开放40年的光辉历程，深刻总结了改革开放的伟大成就和宝贵经验，明确提出了坚定不移全面深化改革、扩大对外开放、不断把新时代改革开放继续推向前进的目标要求。大家一致表示，要不忘初心、牢记使命，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈奋斗。



公司应邀参加2019年九好集团项目发布会

12月22日，九好集团在杭州智慧信息产业园G座召开2019年项目发布会。据了解，本次发布会共有来自企事业单位40余家参加。公司营销中心六分公司经理楼加耀应邀参加此次会议。会上，九好集团发布了2019年的近100多个亿的建设项目。其中，上海松江国际礼品城13个亿的建设项目将在1月份展开。公司通过此次会议，促进了企业与房地产开发商之间的交流，为促成业务合作打下坚实基础。



天阳地产有限公司领导莅临公司参观

12月27日，天阳地产有限公司领导一行人莅临公司参观考察。公司营销中心总经理范黎明、制造中心总工程师连城及二分公司经理黄鑫接待了各位领导并表示热烈欢迎。参观过程中，范总陪同领导参观了体验馆以及生产车间，并向各位领导介绍了公司的产品及文化，得到了领导们的一致认可和赞许。此次参观考察，不仅展现了悉奥专业化的企业风貌，也对今后提升悉奥客户服务能力大有裨益。



2018年全体员工例会暨12月份读书学习会

12月29日，公司2018年全体员工例会暨12月份读书学习会在行政办公楼二楼会议室召开。会议由行政中心总经理董亚青主持。本次会议宣布了公司2019年度1-2号文件，并由营销中心、工程中心以及制造中心总经理作工作总结发言。之后员工代表进行表态性发言，总结了各自入职以来的工作感悟与体会。会议最后，公司总裁黄金谦作重要讲话。黄总谈到，如今涂料行业市场竞争异常激烈，我们要让年轻人走上公司管理的大舞台，贡献自己的才华和能力，发光发热。



辞旧迎新年夜饭

时光荏苒，辞别了2018，迎来了新的2019年！公司于12月31日在车间举行2018年辞旧迎新年夜饭活动，邀请了公司员工、业务经理、施工项目班组长等近三百人参加。今夜我们欢聚一堂，相聚在此。尽情的欢唱与高歌，祝愿我们全体悉奥人在这新的一年，万事如意、幸福安康。我们将一如既往的肩负公司的使命和责任，不忘初心，勇往直前，迎难而上，砥砺前行。相信我们能共同拥有更加美好的明天！





悉奥水性涂料工厂 接待客户考察一览

文 / 本刊编辑部

悉奥控股有限公司高虹水性涂料车间，自2017年初落成投产之后，陆续接待全国各地客户、同行、供应商单位以及政府相关领导参观考察调研学习交流，已近1000人次。到访的各位领导在考察之余，对悉奥的生产设施、发展规划、技术研发、企业文化等方面也提出了不少宝贵的建议来帮助悉奥更好地成长。悉奥涂料在未来的发展中将继续发扬工匠精神，不断改革创新，打造优质产品，做好涂料工程，为城市建设增添色彩，为浙江制造添砖加瓦。



序号	参观时间	莅临单位	到访人员
1	2017.3.7	浙江省公安厅及临安高虹镇政府	党委委员、副厅长叶寒冰，杭州市公安局党委副书记朱伟静等一行人
2	2017.3.9	上海 AMT 企源咨询公司和杭州久盛管理咨询集团	相关负责人
3	2017.3.27	临安市市场监督管理局	相关领导
4	2017.3.29	浙江大学时代浙商	创始人沈松华院长、时代浙商合伙人及高级管理咨询师邱向前老师
5	2017.4.27	临安市涂料同行企业、部分原材料供应商单位以及浙江省粘接技术协会涂料分会	近 20 家企业、40 余人组成的考察组
6	2017.5.3	中国工程建设标准化协会、中国建筑标准设计研究院	中国工程建设标准化协会建筑与市政工程产品应用分会秘书长顾泰昌、中国建筑标准设计研究院上海分院总工苑麒、中国建筑标准设计研究院有限公司技术研发部主任王新平等八名专家
7	2017.5.17	杭州市小城镇综合整治督察组及高虹镇政府	相关领导
8	2017.5.31	浙江大学时代浙商	沈松华院长、陈小永老师以及阮德文老师
9	2017.6.4	浙江粘接技术协会涂料分会、保立佳化工、无奇涂料	相关领导及负责人
10	2017.6.5	临安市环保局及高虹镇政府	临安市环保局副局长金辉、高虹镇党委委员张亦斌、高虹镇环保所所长张翼
11	2017.6.10	浙江粘接技术协会涂料分会	浙江省建筑涂料第二届十佳品牌评选专家组成员
12	2017.6.13	浙江曼得丽涂料有限公司	总经理沈国强率生产骨干团队
13	2017.7.8	亚士漆、浙江粘接技术协会涂料分会	董事长李金钟、涂料分会赵新建会长及王益民秘书长
14	2017.7.21	上海奉发集团	上海奉发集团经济园区领导一行近 40 人的考察组
15	2017.8.30	锦北街道党工委	锦北街道党工委副书记洪国庆、党政综合办公室林月珍副主任、於潜镇党委副书记郑卫东等领导
16	2017.9.1	宁阳县城市建设开发总公司	相关领导
17	2017.9.1	新泰中泰置业有限公司	董事长吴为连一行人
18	2017.9.7	临安市场监管局	局长何常青局长、副局长郑丽华等相关领导
19	2017.9.9	悉奥乒乓世界第七次会员段位赛	各机关单位、镇乡联队乒乓球队员 40 余名
20	2017.9.15	悉奥周年庆邀请各方单位	业务经理、施工班组、企业同行及政府相关领导
21	2017.11.16	浙江建工集团威特佳涂料	余云龙总经理一行人
22	2017.12.13	上海优众实业有限公司、传化涂料	上海优众实业有限公司总经理郭效杰、传化涂料总经理羊志坚等一行人
23	2018.1.9	浙江大学建筑设计研究院	浙江大学建筑设计研究院吴院长、临安区政府领导等一行人
24	2018.1.12	湖南常德市装饰协会	协会会长、副会长等领导一行人

序号	参观时间	莅临单位	到访人员
25	2018.1.18	浙江大学建筑设计研究院	吴院长及其下属设计师等一行人再次来我司参观
26	2018.2.9	浙江省公安厅	相关领导一行人
27	2018.3.1	金辉地产	金辉地产杭州分公司领导一行人
28	2018.3.2	深圳房地产开发商领导	相关领导一行人
29	2018.3.13	江西涂料同行景新漆业	相关领导等一行人
30	2018.3.14	上海奇想青晨涂料技术有限公司	相关领导等一行人
31	2018.3.22	贵州楚玉金黔商贸有限公司	总经理张总以及工程部经理阮总一行人
32	2018.3.23	杭州纳美智康科技有限公司	相关领导一行人
33	2018.3.27	上海益土实业（杭州）有限公司	副总张总以及阮总一行人
34	2018.3.27	杭州蓝田涂料有限公司	总经理翁伯明一行人
35	2018.3.31	新城控股杭州公司	合约部张总、工程部吕工
36	2018.4.2	临安区政协	政协副主席斯嘉平等领导一行人
37	2018.4.3	湖南长沙准驻地分公司	叶总一行人
38	2018.4.7	浙江房地产招采经理人联盟	领导一行近 20 人考察组
39	2018.4.12	丹阳市宜人宜家装饰工程有限公司	总经理一行人
40	2018.4.18	中天房产金华分公司	分公司领导一行人
41	2018.4.25	苏州市南极海硅藻泥	相关领导一行人
42	2018.5.5	旭辉集团股份有限公司	相关领导一行人
43	2018.5.10	光明房地产集团有限公司	相关领导一行人
44	2018.5.20	长兴汇龙置业有限公司	相关领导一行人
45	2018.5.22	杭州地上房地产集团有限公司	相关领导一行人
46	2018.5.24	临安区市场监督管理局	相关领导一行人
47	2018.6.6	山东省宁阳县鲁居建设	相关领导一行人
48	2018.6.6	千岛湖悦湖湾项目	项目领导一行人
49	2018.6.6	杭州市临安区发展和改革局金融科	科长王睿等一行人
50	2018.6.12	宁阳县城市建设开发总公司	领导一行人

序号	参观时间	莅临单位	到访人员
51	2018.6.21	临安区市场监管局质量监管科、杭州毕博科技有限公司	科长沈伟南、毕博科技相关工作人员一行人
52	2018.7.20	龙元建设集团股份有限公司	相关领导一行人
53	2018.7.25	慧聪网旗下慧聪书院	研究总监楚天浩等一行人
54	2018.8.3	安徽文一地产	相关领导一行人
55	2018.8.14	浙江大学经济学院	经济学院领导等一行人
56	2018.8.16	徐州盛业置地有限公司	田总等一行人
57	2018.8.22	上海三盛宏业投资集团	相关领导一行人
58	2018.8.30	湖州美卓房地产开发有限公司	沈总一行人
59	2018.9.6	四川蓝光发展股份有限公司杭州分公司	相关领导一行人
60	2018.9.10	中国涂料工业协会	会长孙莲英等一行人
61	2018.9.19	万科集团杭州分公司	王经理等相关领导一行人
62	2018.10.11	华润漆、宣威漆	领导一行人
63	2018.10.25	浙江盈都房地产集团有限公司	张总等一行人
64	2018.10.26	大家房地产集团	相关领导一行人
65	2018.11.23	日企中涂化工有限公司	岛田总监、王部长、谢总一行人
66	2018.11.29	绿城乐居建设管理有限公司	相关领导一行人
67	2018.11.30	浙农房产、融创集团	相关领导一行人
68	2018.12.15	山东新泰市中泰	吴董事长及王院长一行再次莅临参观
69	2018.12.17	天阳地产有限公司	相关领导一行人
.....



» 悉奥涂料——浙江临安樱花府邸

一路集采

文 / 徐玉俊 直销十四分公司经理

涂料集采是在2015年销售范畴中出现，一次次让涂料企业骄傲、羡慕、嫉妒，每个涂料企业都想跻身在全国百强房企的集采名单中，但又有多少涂料企业能在集采名录中生存下来，成为那被人羡慕的幸运儿呢？悉奥涂料开展集采事业陆陆续续也有3年的时间了，我本人也在2018年成为负责公司集采的一员。回顾自己这一年的经历，我只能用“完败”来表达我此时的心情，面对失败我不曾彷徨和无奈，不敢说自己屡败屡战，但也有自己这一年来失败的

总结，也可以作为悉奥今后参与集采事业的借鉴。

集采环境在变化

在我知道事集采的这个行业开始，经常是听到同行在描述集采的美景，它一种涂料销售从质变返回量变，再有量变催生质变的过程，起初我觉得这是一个自己不可理解模式，随着自己接触同行所羡慕集采，我也慢慢悟到其中感觉。悉奥涂料黄总也多次提到自己对集采的

做好集采，需要一个知识储备的团队才能支撑运转，不再是人有我优的层次，要上升到一直被模仿但从未被超越的工作境界了。

重视，一个涂料企业，尤其像悉奥这样茁壮成长的企业，集采对企业来说那是意味着活得好和活下去的本质区别。纵观全国百强房企的集采模式在2018年下半年已经发生的颠覆式的变化，从过去大集中采购演变成区域或局部采购。

根据目前战略集采跟踪的百强地产业务接触，如融创、保利、碧桂园等房产巨头，公司战略重心也有房产慢慢向其他产业转移的趋势，原本集团总部管辖的材料集中采购逐步被区域或项目组采购所代替，使得原先前期人力、物力、时间的投入变得突然中断。房产企业为摆脱国家房产环境不稳定带来的重资产被动，纷纷出现项目团队负责制。房企让内部有社会资源、愿意创业的员工实行项目承包制。为尽快的实现工程所在地项目审批、建设到资金快速回笼，公司总部将集采权力全部下放，使得区域和项目运作有了更大的自主权，甚至对一些材料采购不再指定范畴内全权由项目定夺，报区域公司备案考核就能即刻通过。

原先大集采中上层决定目前很难影响项目的权力行使，而项目运作团队的认可决定了能否参与集采，而此时的集采往往出现了化整为零，项目切割后使得涂料企业很难再从量、质中体现企

业价值。房企项目部可以依托母平台的声誉资源来换取参与集采企业低价优质材料，让项目获得更为充足的利润空间，而参与材料的企业却很难换取项目的延续性，不参与无法提升企业知名度，参与很难实现资金快速回笼，不对称的营销局面在2018年下半年陆陆续续的出现。

采购评估机构专业程度更为完善

之前，来我们单位考察的客户中，大多就听听我们的介绍，看看企业的状况，谈谈项目的需求，一般极少有对涂料专业知识和施工管理环节进行询问和了解的，问题或见解都是宏观或浮在面上的问题，没有什么专业针对性的询问。随着集采的到来，对材料采购的部门除了采购部，还涉及到品质部、工程部，而且参加这些部门座谈的人员普遍都是80后，对专业知识的要求增强很多，尤其对采购材料原材料产地、产品性能、施工技能、售后服务等方面的理论依据要求非常严

谨，甚至有些生僻的专业知识，如原材料及部分技术指标、工程管理的全局文字资料，我自己都无法解答，所以做好集采不再是简单的做工程的概念，更不是宣扬一本工程管理手册条款那么简单，需要一个知识储备的团队才能支撑运转，不再是人有我优的层次，要上升到一直被模仿但从未被超越的工作境界了。

现在我和业务经理去房产公司业务洽谈的时候，就常常遇到专业理论知识不足的尴尬局面。我自己在北京保利地产工程部曾经被问道，真石漆喷涂的气泵应该选用何种型号、现场解答20万平方米劳动力安排示意图、吊篮电机的配置及维护等等。看似简单，而又非常专业的知识，那次询问可以说是我近五年来回答客户最为艰难的一次。我们向往成为在工程领域做到丰碑式的涂装企业，很多时候我们都在津津乐道我们的工程管理如何如何，其实我们的客户也在不断进步，甚至比我们进步的更快，只是我们很少碰到或发现，等碰到被理



» 悉奥涂料——西安曲江和众永兴坊

论武装到牙齿的客户你才觉得竞争多么的残酷。

工具、工艺发生的巨变

随着工业革命的到来，创造性的毁灭了很多传统行业，是人类进步也是人类无奈。集采的到来，无疑是涂料行业发展的思想巨变。在集采行列中的取得了先机的企业，获得了参加豪门盛宴的人场券，享受着成功带来的饕餮大餐。但真正要消化掉这些美食，其实也是一件不容易的事情，更多时候也是捂着鼻子吞下的。低利润、高风险、周期长、不可控因素的增加，是涂料企业在这场盛宴中不得不面临的尴尬。据我所知，上海亚士涂料、江苏久

诺涂料等集采先行者的集采项目之后的高库存材料，很多时候都无法很好的消化。

为了赢得市场，传统标准工艺在集采面前被一次次无情的摧残，让技术不再理解技术，“集成”材料和工艺被“发明”，在“集成”和“发明”队伍中不乏知名品牌，无论是被创新还是解决成本，这无疑都是涂料工艺进步的倒逼的警钟，落后只能挨打，没有想象就没有进步将会是涂料研发队伍面临的新事物。

为了盘活市场，涂料企业除了积极参与行业标准的制定，现在更多的企业也致力于工具效能的提升，比如机器人代替人等涂料企业未来研究的领域。据我了解

已经有多家知名涂料企业已经和工具企业联合委托研发机构参与开发智能系统，如自动气压式滚筒、无人吊篮喷涂等。如果还只停留在和施工队较劲便宜点施工费的自我小天地，那么打造工程涂料第一品牌的大天地将会把我们甩在后面。

悉奥涂料能有今天的成就实属不易，感悟过去更要努力未来，集采不是悉奥发展的目的，但一定是发展过程中不可或缺的经历。一部奋斗悉奥之歌，不应该缺失集采的故事。做好集采非常难，世上无难事只怕有心人，集采的成功不可能一朝一夕，仅希望我在这一年尝试后失败的感言，能为更多的悉奥人不断的去努力做好集采提供一些帮助。



浅谈客户信息管理的重要性

文 / 本刊编辑部

在美国的沃尔玛超市里，有一个有趣的现象：尿布和啤酒赫然摆在一起出售。但是这个奇怪的举措却使尿布和啤酒的销量双双增加了。原来，美国的妇女们经常会嘱咐她们的丈夫下班以后要为孩子买尿布。而丈夫在买完尿布之后又要顺手买回自己爱喝的啤酒，因此啤酒和尿布在一起购买的机会

还是很多的。是什么让沃尔玛发现了尿布和啤酒之间的关系呢？正是商家通过对超市一年多原始交易数字进行详细的分析，才发现了这对神奇的组合。

由此可见，通过建立和完善客户数据库信息，采集、挖掘、分析这些数据，从中得出有用的、正确的结论，来为市场和客户提

供更好的产品和服务，从而达到企业的市场份额最大化，利润最大化。因此，客户信息是企业客户的管理与服务工作的基础，使企业能始终以“客户为中心”，来提高客户满意度，改善客户关系，从而提高企业的竞争力。

客户信息的概念非常宽泛，不仅仅包括客户的名称、地址、电话，或者个人性格、爱好、学历等基础资料，还包括客户的购买记录、客户与企业的联络记录、客户满意度、客户忠诚度、客户购买意向等相关的信息。销售人员业务接洽的过程中，会不断地获得客户信息资料，久而久之，客户资料堆积如山。如果不及时地记录、分类、整理这些资料，时间一长，很多信息不是被遗忘就是无法及时找到，从而白白浪费了信息的宝贵价值，无法帮助做出有效的营销决策。

通过建立和完善客户数据库信息，采集、挖掘、分析这些数据，从中得出有用的、正确的结论，来为市场和客户提供更好的产品和服务，从而达到企业的市场份额最大化，利润最大化。

为什么客户信息很重要？

首先，客户信息是企业决策的基础。信息是决策的基础，如果企业想要做到“事前诸葛亮”，想要维护与客户建立起来的关系，就必须充分掌握客户的信息，就必须像了解自己的产品或服务

那样了解客户，像了解库存的变化那样了解客户的变化。任何一个企业总是在特定的客户环境中经营发展的，有什么样的客户环境，就决定应有与之相适应的经营战略和策略。如果企业对客户信息掌握不全、不准，判断就会失误，决策就会偏差，而如果企业无法制定出正确的经营战略和策略，就可能失去好不容易建立起来的客户关系。以奥迪 A6 为例，正是通过大量的市场调查和消费者信息收集分析，生产厂商才能够将 A6 定位为“政府用车”、“企业领导用车”等高端市场定位，这些都对后期的市场宣传，产品包装起到了重要的指导作用。

其次，客户信息是客户分级的基础。企业只有收集全面的客户信息，特别是他们与企业的交易信息，才能够知道自己有哪些客户，才知道他们分别有多少价值，才能识别哪些是优质客户，哪些是劣质客户，才能识别哪些是贡献大的客户，哪些是贡献小的客户，才能根据客户带给企业价值的大小和贡献的不同，对客

» 悉奥涂料——河南新乡紫台一品





户进行分级管理。例如，银行会根据客户的存款情况，推出黑卡，白金卡，金卡，银卡和普通卡，然后使用有针对性地服务方式。如针对大众市场提供低成本电子银行，对高收入阶层则提供有针对性地多种私人银行服务。

然后，客户信息是客户沟通的基础。大众营销、大众广告、大众服务都不能实现有针对性地与客户沟通，实际上还扩大了企业与客户之间的距离。随着市场竞争的日益激烈，客户情报越显珍贵，拥有准确、完整的客户信息，即有利于了解客户、接近客户、说服客户，也有利于客户沟通。如果企业能够掌握详尽的数据，就可以做到因人而异地进行一对一的沟通，就可以根据每个客户的特点有针对性地实施营销活动，如发函、打电话或上门拜访，从而避免大规模的高额广告投入，使企业的营销成本降到最低点，而成功率却达到最高点。

最后，客户信息是客户满意

的基础。在竞争激烈的市场上，企业要满足现有客户和潜在客户及目标客户的需求、期待和偏好，就必须掌握客户的需求特征、交易习惯、行为偏好和经营状况等数据，从而制定和调整营销策略。如果企业能够掌握详尽的客户信息，就可以把握客户需求特征和行为爱好的基础上，有针对性地为客户提供个性化的产品或者服务，满足客户的特殊需要，从而提高他们的满意度，这对于保持良好的客户关系，实现客户忠诚将起到十分重要的作用。例如，戴尔电脑公司按照客户的订单进行生产，不仅满足了客户对数量的要求，而且满足了客户对质量、花色、式样等方面的要求，真正做到适销对路。

客户信息维护，还要求做到准确、及时

一些信息相对稳定，如客户基本信息，人员信息等，按常规季度或月度维护就能保证信息的

准确性和真实性。一些动态变化频繁部分如客户经营信息中，客户的销售现状、客户的分类管理，客户的订货结算等信息，就必需进行日常性的采集和维护，以便为客户提供个性化服务，和为客户经营出谋划策，以提高自己服务客户的水平和能力。通过对这些客户信息的系统分析，销售人员可以迅速地发现潜在客户，并及时了解客户的需求，对客户及其发展前景进行有效地预测，对其当前和潜在的利益进行科学的分析，并使从客户身上获得的盈利实现最大化，提高客户满意度，改善客户关系，从而提高企业的竞争力。

俗话说：“巧妇难为无米之炊”，客户信息就是我们“米”。客户信息资料的分类管理虽然事小，但对于销售的成功却起着关键的作用。磨刀不误砍柴工，有效管理好客户信息资料，才能充分地利用资源，最大化发挥客户资料的作用，提高工作效率，为企业创造最大利益。



人才固然重要，但并不是持续竞争优势的来源，企业要做到个体因为企业而伟大，而非企业因为个体而伟大。

从0到1很难，更难的是从1到N

文 / 黄金谦 总裁

悉 奥成立也有近二十年，一直走涂料生产与涂装一体化之路，一路上虽荆棘遍布，我们依然砥砺前行。这期间，我们肯定也犯过不少错误，走过不少弯路，掉进过不少大坑，但我们都一一化解了。常言道，一个人不能在同一个地方跌倒两次。事实上，人往往习惯在相同的地方跌倒，不仅自己跌倒，别人走到这里，如果你不提醒他，他也同样会跌倒。做企

业，也有类似的情况，明明已经遇到过的问题，怎么又遇到了？明明已经吃过的亏，怎么又吃上了？

公司有十几个销售分公司团队，分别对接着几十上百家客户单位与工程项目。一个分公司会遇到的问题，大概率另一个分公司也会遇到，有可能前一个分公司苦思冥想、千方百计攻破了的难题，到了后一个分公司面前又

成了拦路虎。也许你会说，前一个分公司不是已经有成熟的解决方案了嘛，去问问不就知道了？是啊，但是，你又怎么知道他知道呢？

这其中缺少了什么？缺乏“知识管理”。有一些研究核心竞争力的学者认为，所谓“竞争力”，其本质是企业专有的、不可模仿的知识。我会，你不会；我懂怎么省钱，你不懂；我知道



» 临安风光——钱武肃王故里

怎么做小龙虾好吃，你不知道。我知道怎么管理施工队伍，你不知道；那我就有竞争力。这就是所谓的“知识就是财富”。

野中郁次郎，在管理学界是赫赫有名的“知识创造理论之父”。他在《知识创造公司》一书中指出，知识可以分为“隐性

知识”与“显性知识”。隐性知识，就是没有被表述出来的知识、技能、秘诀等。比如前一个分公司研究出来的问题解决方案，只有他知道，别人都不知道，这就是隐性知识。而显性知识，就是已经用书面文字、图表和数学公式表述出来的知识。

我会，你不会；我懂怎么省钱，你不懂；我知道怎么管理施工队伍，你不知道；那我就有竞争力。这就是所谓的“知识就是财富”。

如果前一个分公司把解决这个问题方案写成了一篇文章《解决 XX 问题的七个步骤》，那这就变成了显性知识了。我们要做的就是将存在于头脑中的解决方案，表述出来，转化成显性，供其他人使用。这就是知识管理。很显然，我们已经积累了丰富的涂料生产涂装经验，也有着丰富地工程项目管理经验，但我们的掌握的知识与经验很多都掌握在少部分员工的大脑之中，并没有在全公司范围内得到分享与传播，我吃过的亏，你也许还会吃到。

管理界的学者们常说企业要创新，创新是企业发展的原动力。在我看来，企业没有不创新的，但企业与企业之间的区别就在于，有的企业的创新发生在员工个体的头脑之中，一直以隐性知识存在，难以复制到其他员工上，也就难以体现为企业的创新。企业该如何做到持续创新呢？就是要把那些说不清、道不明的隐性知识转化成能听懂、学得会的显性知识，方便知识传播、积累、组合、更新和再创造。

真正有用的知识都藏在员工个人的脑袋里，企业要做的就是将藏在每个人脑袋里有用的知识，变成一群人都能学得会的知识，再把这些知识储存起来，方便企业其他人也能学会。不断重复这个过程，知识不断被创造，不断被更新，不断被复制，企业才能持续创新，竞争优势由此而来。所以，肚子里有墨水还不够，我们还要求要倒出来。

工匠圈子里都信奉“师傅领进门，修行在个人”的格言，但

企业没有不创新的，但企业与企业之间的区别就在于，有的企业的创新发生在员工个体的头脑之中，一直以隐性知识存在，难以复制到其他员工上，也就难以体现为企业的创新。

大家有没有想过，为什么师傅只能做到把徒弟领进门？其中的原因就在于，师傅掌握的是隐性知识，而隐性知识很难传播，所以徒弟只能贴身观察、体验、领悟老师傅的手艺，才能慢慢意会，慢慢习得。这种“师傅传帮带”的模式，操作方式简单，但收效甚慢，如果企业培养团队这么干，恐怕人才会青黄不接。

微软有一个工程师团队，专门为企业大客户解决技术难题。虽然产品都一样，但是问题是千奇百怪，其中的 99%，估计你这辈子都没遇到过。所以你可以想象，这些问题有多难。但是，绝大部分的问题，微软的工程师，居然总能在几小时内完美解决。

怎么做到的？这就要归功于微软非常受人推崇的“知识库”（Knowledge Base）系统了。工程师一边接电话，一边查知识库，80% 的问题，症状、原因、解决方法，早就清清楚楚地写在里面了。这些记载着“症状、原因、解决方法”的药方，是每个解决完问题的工程师，严格按照格式要求写的。写完后，微软总部有个审核团队，验证每篇药方的“疗效”后，才会公布到微软的“本

草纲目”。这帮微软节省了大量的工程师资源，更帮助客户，解决了无数疑难杂症。

Facebook 同样如此，他们有这样一项规定，要求所有工程师对于任何产品跟技术的讨论，都必须记录在一个工作流软件当中，才被认为是在有效的工作，为的就是要积累更新企业的知识体系，让每一个工程师的工作都不浪费，都能得到有效传承。

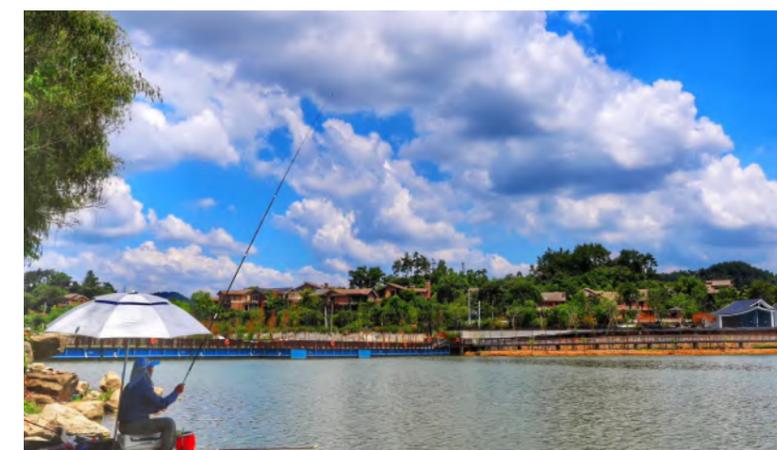
悉奥过去一直倡导《涂料产品宝典》，用意也在于此。如果将市面上常见的用于外墙装饰的石材，全都预先调制成仿石涂料，

并记录下调制的原料配比、色彩搭配、适用范围、工艺流程以及施工时的注意事项，这样就固化成悉奥的“本草纲目”。今后一旦用到，就可以立刻调用，方便快捷。

制作涂料样册如此，管理团队也是如此。我们都知道，当好一个分公司不是一件容易的事情，想要把一个优秀的分公司复制，更是难上加难。建立第一个分公司是从 0 到 1，那么，是不是只要建立了这个 1，就能够从 1 到 N？

并不是，在商业世界，我

» 临安风光——绿道边垂钓





» 临安，你早



们真正要做的不是从0到1然后从1到N，而是从0到10，再从10到1，最后从1到N。打个比方，如果成立一家分公司很赚钱，那我用相同模式再成立10家分公司能不能也一样赚钱？答案是不一定。因为赚钱的原因不一定是模式有效，可能是其他因素。比如，会不会是因为刚好赶上市场景气？会不会是因为分公司经理的谈判能力强，获得了较高的利润率？会不会是分公司团队管理能力强，效率高？会不会是业务经理人脉广，接洽到更多的业务？会不会是生产下单发货数目精准，避免了重复生产？会不会是工地管理有方，帮着节省了很多不必要的开支浪费？诸如此类。一家分公司做成功了不稀奇，十家分公司都能做成，那么这其中必然有我们做对的地方。我们要做的是，把做成功十家的经验总结并分享。

怎么把成功经验分享出来？

如果让成功的分公司经理指导另一家分公司或者培育一家新分公司，看似有效，但这种指导的效率是极低的。因为做成功的那个人，他自己未必能总结出为什么成功的经验，也许他在指导别人的时候可能会说一些他认为对，但其实根本就不对的东西。其次，分享经验的人表达能力可能很差，接受信息的人会存在一定的理解误差，而且到了执行的环节，接受者也许都不知道怎么执行，最终导致效果不大理想。

所以，正确的方法应该是总结出成功内核，把它总结成文字、流程、制度、方法等，即从经验到方法论，从隐性知识到显性知识。这就是从10到1的过程。比如把过去的经验整理撰写成《分公司十大管理职责》，《准分公司经理培养扶植手册》，《部门之间工作流程指南》，《商务报价宝典》，《标书制作一本通》，《节省分公司费用开支的15个

妙招》，《产品知识说明书》，《涂料质量问题的30种解决方案》，《工程管理疑难问题全解析》，《当好业务经理的十大方针》，《涂料销售话术100句》，《应收款催收20条秘诀》等等。只有把经验变成方法论，并把方法论变成了可操作的流程，才可能不偏不倚地去执行，最后达到从1到N的批量复制。

复制分公司，就是让母鸡下蛋。要想母鸡下蛋，你必须找个有能力的母鸡，营造好氛围，保证让母鸡有动力下蛋。还要摸索出让母鸡下蛋的饲料配方，让别的母鸡吃了也能够顺利下蛋。靠山山会倒、靠人人会跑。人才固然重要，但并不是持续竞争优势的来源，企业要做到个体因为企业而伟大，而非企业因为个体而伟大。

看大咖想悉奥

文 / 徐玉俊 直销十四分公司经理

今年11月份机缘巧合参观上海多乐士涂料，从我来悉奥工作这十多年时间，去参观学习同行的机会这是第二次。多乐士作为国内涂料行业的翘楚，在我心中一直都是值得尊敬的对手，成行之前也是充满无限想象。通过这次实地参观学习，在多乐士让看到很多事情值得我们去思索和借鉴。

学习氛围浓厚

这次参观过程中让我记忆最深的是，多乐士能成为今天涂

料行业的巨无霸，它所孕育的学习文化极为浓厚。参观过程中刚好碰到车间组织的两个例会，其中一个例会是销售行政统计学习会，我在会议室后面呆了大概15分钟，授课的老师在讲到的竟然说的数学中的排列组合知识，以及关于产品从入库到出库空间位置如何满足操作人员生活行为习惯。开始听的时候觉得怪怪的，这与销售行政都风牛马不相干的事情怎么成了案例？听了一会才发觉科学知识和日常运用其实可以融会贯通，而我们往往学而不知所用，出现问题除了汇报等待解决之外很少去通过问题看本质，发现问题的根源在那里，更

多是抱怨或指责别人。简单的数学排列组合结合人体日常行为习惯，每个人可以根据自己的工作习惯融入到整体工作中去，既可以减少差错，又可以充分利用资源，在多乐士狭小储存仓库是智慧象征。

当我走到另一个会议门口看到一帮穿白大褂的年轻人在聚精会神听一个长发飘逸的老者在讲课，出于兴趣我也在会议上门边停留看看他们在上啥课。听了几分钟我就和同行的金总说你忙你的，我反正没事听听他们讲课，金总便和多乐士工作人员去办事了，我找了个位置坐下听课，听



» 风格多样的涂料实景展示厅

了一会才知道这是多乐士从美院请来的老师给样板制作部门上关于如何调色的课，美院的老师从国画颜料的调色依据和颜料使用的年份，墨的深浅处理技巧，衍生到油画颜料的兑色，颜色色系方向辨别，讲得非常生动，让我这外行听听都感觉懂了几分。老师举了个案例发现颜色调红了，应当加入绿色浆就像消除红相，但整体颜色会变深，为了复原可以加白料就可基本回复。

在这些专业老师讲解的过程中不知不觉一个小时就过去，金总他来找我，才依依不舍的站起来离开。我从那位陪同接待的张总那里得知，多乐士非常注重员工专业知识的培训和传帮带，除了聘请外面专业院校的老师来讲课，员工内部的交流学习也会不定时的开展。

后来看到销售服务部的时候，多乐士的销售真的忙，工作人员忙忙碌碌不是敲打键盘就是接电话，让我好生羡慕。遐想我们悉奥哪一天所有的员工这般忙碌该是多美的场景。参观生产线觉得没有多大想法，除了设备不同，在昏暗低矮厂区感觉压抑，一股浓浓化工味道充斥着，没能看出眼前一亮的东西。

服务意识到位

同行的金总只是去多乐士调个颜色，而我作为陪同者全程参与，对多乐士在接待和调色执行过程中体现专业和服务态度由衷感叹，大企业服务风范真是值得我们学习。调色负责人在接到我们提供的样板时，立刻就安排机

器分析，等待 10 分钟左右检测结果出来，告诉我们颜色可以调的很像，但光泽度肯定比提供样板好，最终调至颜色可能会黑相突出一点。调色师根据检测结果，在观察试样后同时一次性调制 3 组颜色（深、中、浅），大约 30 分钟后提供 3 份刮片对比。在 30 分钟调色过程中，各个调色师都很主动参与调色过程，并提出自己的判断依据，比如如何去修复这个颜色最为接近等等。大约一个半小时后，最终的刮片颜色和我们带去试样颜色非常接近，我们都觉得无可挑剔。

后来在样板组按调色组提供数据调小样时，样板组的 3 个人对颜色又是一阵唇枪舌剑的“争执”，其中有一个样我都觉得很接近了，但他们还是在那个基础上继续微调，那种对颜色极致的

要求真让我明白多乐士之所以强和他们对质量孜孜追求分不开。这让我由衷地产生一种佩服之心。

强者也不完美

多乐士在中国涂料界的地位是毋庸置疑的，他的强大让涂料从业者内心敬畏。事物的发展都是脱离不了社会发展的规律，多乐士再强大，能让人被动但不至于让人无路可走，一个企业发展再好总有它在成长道路上顾此失彼的遗漏。

清末初建的北洋水师号称当时亚洲最为强大的水师，有着当时最大的吨位、最快速的舰炮，还有着西方国家派遣的指导团队，但日本人参观看到中国的水兵把舰炮作为晾衣架时，断言北洋水师必然会被日本征服，历史也印证了学者的预言。习总书记在纪念改革开放 40 年讲话中着重指出，发展要看到“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”、要重视“水土不服”，多乐士从娘胎里带着西方涂料的管理技术来到中国，在品牌优势的面前掩盖自身内部运作不够人情、不够灵活。

在这次参观中，我也有切实体会，我们在厂区门口足足等待 30 分钟才有工作人员来接待，如果遇上百强地产采购负责人，大夏天在大门口炙烤半小时才被接待，只怕人家已经一走了之。另外，在样板制作过程中，调色组要经过繁琐的 3 至 4 个部门手续才能领取到单位重量的各色原

水满则溢，月满则亏，我想强大和弱小都是一个相对的范畴，敢于面对强大，不畏强大，再小的空间依然也有鲜花绚烂的地方。

料，在调色过程中一旦原料不足有需要重复折腾此过程 3 次，虽说他们的工作效率不低，但是相对来说手续的灵活性欠缺了一点儿。

在参观过程中也常常看到，车间生产区拖把、扫把横七竖八的躺在地上，拿拖把抵在安全防火门便于通行，样板制作中心的墙壁和烘干机被涂料沾染的像个大花脸，一个国际企业的 6S 管理并没有我们想象中的那般精益求精。水满则溢，月满则亏，我想强大和弱小都是一个相对的范畴，敢于面对强大，不畏强大，再小的空间依然也有鲜花绚烂的地方。

如今悉奥涂料以一种高昂的斗志和敞开的胸怀迎接更多的客户及同行们前来考察学习。我们有着宽敞明亮的现代化行政办公大楼，有着一流的自动化生产流水线。人有我也有了，但不能满足眼前，悉奥的征程才刚刚开

始，打造工程涂料第一品牌不是梦想，目标是指引悉奥走向未来的灯塔。

回到日常工作事务中，我们不得不承认，公司里的一些员工缺少了一种自我追求和拼搏向上的精气神。人虽在魂已飞，工作草草应付，一有闲暇就无所事事，或者捧着手机玩游戏。早晚就是到点打卡，做一天和尚撞一天钟。扪心自问，做企业不是做福利院，不养闲人，悉奥还在成长中，如果作为员工都不努力去为公司做贡献，那公司拿什么来回馈员工呢？

天下工作千千万，只要自己愿意去找，为人父母总要给孩子做个榜样，一辈子打工几个公司最后都是离职，难道仅仅是单位效益不好，我们自己不足就没有了吗？一个有追求人，一辈子才会过的充实，才会树立好家风，才能为社会进步做点力所能及的事。



十步快速实现职业化

文 / 本刊编辑部

毫不夸张地说，你的职业化程度决定了你的晋升速度。职业化本质是去本能化，它要求你用职业的需求去重塑自我，懂得做对重要的细节，让领导和合作方觉得你专业靠谱，才能争取更多的资源和机会。

如何迅速养成这一套习惯，我帮你整理了这 10 个要点，希望对你的职场生涯有所帮助。

1. 去本能化，用职业需求重塑自我

本能化，是你本人和你职业中的角色是同一个人；而职业化，是你能用职业的需求去重塑自我。职业化的本质是通过尊重别人，从而赢得尊重，降低信任成本。因为工作受委屈、闹情绪，都属于不职业化的行为。

2. 永远站在对方舒不舒服的角度考虑问题

职业化，是你在商业世界的教养，体现在当别人和你打交道的时候，感觉到非常舒服。所以，职业化问题背后的思维方式，是要永远站在对方舒不舒服的角度，去考虑问题。当别人觉得舒服的方式变了，你的行为方式也必须改变。

3. 在自己利益与别人得失之间，要拿捏好分寸

在自己的利益与别人的得失之间，要拿捏好分寸。职场中，每个人都有自己的目标、计划、任务、优先级，甚至自己的困惑。如果别人正好有空帮到你，你可以选择感激。但如果别人有自己的事情要做，没能帮你，也不要觉得这个世界伤害了你。

4. 沟通方式要跟着沟通工具变化

交流是职业化的重要部分，不同特性的沟通工具，沟通方式也不同。电话和微信在工作中的使用频率很高，但使用它们的职业化表现会有所不同：电话交流，应该不断说“对”、“是”，这是为你让对方了解，你一直在与他同步；微信，则应该在说完“你好”后，直接以有事说事的心态，简短地说清楚你想说的事情。给对方足够的自由时间，来选择要不要回复你，或者如何回复你。

5. 重视邮件礼仪

职场中，你和很多人可能只会通过邮件沟通，见字如面，一定得把自己收拾干净了。邮件礼仪的第一步，是用正式的名字和总结性的标题。其次，格式要简

单大方，统一字的颜色、大小、字体，学会善用分段标示阅读逻辑，缩进体现层次关系，加粗来突出重点。收到邮件应尽快回复，这代表着你的能力、效率以及对对方的重视程度。

6. 开会前做足准备

认真对待职场中每次沟通，不管是向上级汇报还是组织更多人开会，提前做足准备工作，提高效率。一个有效的高价值的沟通，要想办法增加产出，得出更多的结论和共识，尽量减少大家的时间投入。

7. 30 秒内讲清楚观点

有意识地训练自己在 30 秒内，清晰准确地向对方讲明观点的能力。不仅因为对方时间有限，也能测试你是否真的理解自己在做的事。想办法讲清楚自己的价

值，在对方心里种下一个大大的 WHY（为什么），让对方主动愿意给你更多时间进一步沟通。

8. 遇到不同观点，学会说“有趣”

职场遇到不同观点时，职业化的表述应该是：有趣。不要面红耳赤、割席断交。因为职场中的很多分歧，其实不是事实问题，事实是可以被证实或者证伪的东西；观点则是无法被证明对错的东西，它很可能只是不同的认知体系之争，这种永远难以说服对方。

9. 理解并尊重别人的时间颗粒度

时间颗粒度，是一个人管理时间的基本单位。比如，比尔·盖茨的行程表就以 5 分钟作为一个基本的时间颗粒，王健林的行程

则按照 15 分钟来安排。一个具备职业素养的商业人士，和别人打交道时，会懂得至少以 30 分钟为单位安排时间，以 1 分钟为单位信守时间。千万不能迟到，这是职业化的基本要求。如果真的迟到，一定要非常诚恳地道歉，并且补偿对方。

10. 不要过分承诺

完全不把自己的承诺当回事，或者超出自己能力过分承诺，是职业化的大忌。有些人喜欢说“这件事，就包在我身上了”，“放心，你的事，就是我的事”。可是，第二天酒醒之后，自己说过什么可能全忘了。这种行为成性，只会损失别人对你的尊重和信任。

以上就是养成职业化习惯的 10 个要点，希望对你的职场生涯有所帮助。

» 悉奥水性涂料车间自动化控制系统



传统制造业如何在夹缝中求生存

文 / 赵一 制造中心生技部代经理

当前我国经济发展和制造业赖以成功的巨大优势之一——人口红利正在丧失殆尽。在创新转型困难，国外经济不景气等内外因素影响之下，许多传统企业开始出现亏损甚至倒闭，中国制造业遭遇瓶颈。

我以前从事节能灯行业，见证了产品因没有及时转型导致大部分的中小企业甚至较大的企业关停。高虹镇以前一个诺大的节能灯产业园，在短短的2年时间内，现在生存的企业屈指可数。那么是什么原因导致传统制造业出现如此的困局呢？

一、制造业成本优势渐失

过去几十年里，中国经济基本以粗放型发展模式，中国制造业往往依靠丰富低廉的原材料及劳动力，通过为外企代加工，赚取少量加工费。但是近年来随着

通货膨胀和原材料价格上涨，人工工资上涨，成本压力凸现。成本控制提升接近极限，无法有效应对当前灵活多变的市场需求。

二、产能过剩

产能过剩也是制约我国制造业发展的一个挑战。从当前国内

形势来看，一般工业产品市场产能过剩的情况越发明显，产品同质化严重。此外，在发达国家制造业战略计划、落后国家成本冲击等因素的冲击之下，中国制造业出口订单锐减，对外出口需求下降，进一步的加剧了产能过剩的局面。有统计显示，中国目前总共有24个行业，但其中的21个已经有产能过剩的问题。纺织

» 悉奥涂料——江苏太仓桃花岛



» 制造业要从以量取胜转变为以质取胜

业、服装业、钢铁业都是产能过剩的代表性行业。

三、劳动力短缺

当前我国传统制造业面临的又一大困难就是劳动力短缺。近年来，沿海地区特别是从事传统制造业的民营企业都面临着“招工难”的困扰。据调查统计，人工工资年均增幅普遍在20%左右。但问题是，大部分制造企业都有淡旺季之分，一般情况都是根据客户的订货需求组织生产，在订货任务加大的季节，即使提高工资，也常常找不到人。而在淡季的时候，订单锐减，一方面企业不需要那么多的工人，另一方面按劳分配的工人工资低也会选择更换工作。

那我们针对这些问题，传统制造业应该如何做出应对呢？近年来，政府已先后出台了一系列政策帮主企业减轻负担，促进传

统制造业转型升级。与此同时，政府为助推传统企业的转型升级，越来越重视高技能人才的培养。而作为实体经济主体的传统制造企业也应开拓进取，努力转变生产和经营方式。

一是加快产品结构调整，从以量取胜转变为以质取胜，努力提高产品和服务的质量和档次。随着人们收入水平的提高，一部分高收入群体对产品和服务的质量要求越来越高，但我过企业生产的产品和服务供给已经越来越满足不了他们的需求，在国外的奢侈品市场到处能看到中国高收入者的身影，就是最好的例证。全球化要的不仅仅的价廉，更需要物美质优，只有提升我国产品的档次，才能在全球化中赢得利润和尊重。

二是勇于创新，通过制度创新、管理创新和技术创新创造价值。传统制造企业当面存在的

大问题，说到底就是原先赖以发展的劳动力和资源等低成本优势逐渐消失，因此必须转变生产方式，从主要依靠增加物质资源消耗向主要依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新转变。

三是崇尚人本，关爱职工，尊重知识，尊重人才，打造“幸福企业”。招工难问题让人意识到，企业员工尤其是新生代农民工的要求不仅仅停留在工资和将近，他们需要的是体面、尊重和幸福。

四是善于预防、规避并控制风险。随着国内外经济环境的变化，传统制造业所面对的风险也将越来越大，市场风险、经营风险、财务风险、政策风险等等，层出不穷，企业应该认真研读政策，把握方向，做好市场调研，努力将风险控制在最低限度。



真石漆产生色差的原因分析

文 / 徐国才 制造中心应用部经理

天然石材由于具有色彩斑斓、纹理天成的外观而常被用作建筑装饰材料，但因其质量重、增加墙体负重，施工复杂、存在许多不安全因素，且造价昂贵，过度开采破坏环境等缺点，使其使用受到很大程度的限制。主要由各种天然或人造彩砂、高性能乳液和多种助剂组成的真石漆，因酷似大理石、花岗岩，且在施工性、环保性和颜色多样性等方面具有明显优势，自2010年以来在中国得到大力推广，正逐步取代传统的石材饰面材料而广泛使用，近年来得到超速发展，现已成为中国建筑涂料中产量最大的品种。

随着真石漆的广泛应用，真石漆易产生色差而引起发花、易黄变、耐污性差、漆膜发白等弊病也逐渐显现出来，其中

因色差而引起的发花轻则影响美观，重则需要返工重涂，造成严重经济损失，是真石漆实际应用中面临的最普遍也是最棘手的问题。

由于真石漆批次颜色的检测方法执行难度大，彩砂的批次色相参数又无法统一，而且真石漆色差方面又没有合适的检测标准和相关行业标准。所以，要避免这类问题的再次出现，我们从配方设计、底材处理、环境影响、施工方式等方面对引起色差的原因先进行对照试验，分析并了解引起色差发花的原因后才能有效的避免这类情况的再次出现。

一、配方设计对色差的影响

真石漆配方设计时原材料选

用不当会导致漆膜发白、耐黄变性差、雨痕明显、沾污严重等问题。其中耐水性不好引起的雨痕和发白现象在应用中最为常见，由于涂层较厚，吸收水分后涂层在短时间内难以释放出来，成膜初期遇到阴雨天气发白发花现象严重。原材料和配方组成对耐水性影响很大，乳液、彩砂、增稠体系搭配不当都会产生遇水泛白的现象。

1、增稠体系对真石漆的影响

选择相同的乳液搭配不同的增稠体系制成基料（调整粘度都为65KU）后，用100 μ m线棒刮玻璃板，50 $^{\circ}$ C烘箱成膜30min后浸水120min，结果显示不同增稠体系对漆膜透明度和耐水性产生不同影响。（本测试用苯丙乳液）

1# 苯丙乳液 + R-8W：

漆膜透明度好，浸水后无明显发白现象，耐水性好；

2# 苯丙乳液 + 纤维素250HBR：漆膜透明度较好但耐水白性稍差；

3# 苯丙乳液 + 膨润土：漆膜透明度和耐水性影响都很大，发白现象严重；

4# 苯丙乳液 + TT-935：漆膜耐水性好，但透明度稍差；

5# 苯丙乳液 + RM12W：漆膜透明度好，浸水后无明显发白现象，耐水性好。

以上5种搭配按同样的配比制作成灰色真石漆，喷涂后，待成膜24h后淋水模拟下雨，能明显地看出水痕部位与未淋水部位色差明显，不同增稠体系的发白情况有差异。在实际的配方设计中，综合考虑到成本因素和施工性能，增稠体系以HEC与聚氨酯增稠剂搭配使用为主流。

2、乳液对真石漆的影响

乳液是真石漆中最关键的原料，实际应用中最常见的雨痕发花大多也是乳液耐水性和耐水白性不好引起的，配方设计时应该着重关注乳液的性能，选择耐水白性好的乳液，从源头上减少淋雨发花现象。

乳液耐候性的好坏影响使用寿命，苯丙乳液配制白色等浅色系真石漆容易黄变，玻璃化温度对漆膜耐沾污性影响较大。

乳液用量对色差也会有一定影响，用量过少掉砂率高，遮盖力差，透底发花；用量过多容易浮色发花。

3、彩砂颜色和级配的影响

彩砂颜色与级配对发白发



» 真石漆色差

花也有一定影响，当真石漆中乳液含量太低、砂太细或者砂中含较多细粉料甚至用色浆调色时，干燥的漆膜产生一定程度的干遮盖力，遇雨水后也容易产生发白现象。级配设计合理，减少雪花白、菊花黄等透明度高的砂子比例，提高真石漆的遮盖力，可以减少喷涂的发花现象。在不同颜色的真石漆中，灰色最容易产生发白现象。真石漆用彩砂的吸水率和硬度也是非常重要的指标，必须严格控制。彩砂的高吸水率常常是由于含有大量细的灰份，这会直接导致孔隙率提高而产生色差。硬度低的彩砂通常吸水率会偏高并且在生产过程可能因研磨而进一步碎裂粉化而增加色差发生的可能。烧结彩砂和染色彩砂由于灰份少吸水率低，可一定程度上减少乳液的消耗，因此可以减少色差的发生。

由此可见，不同的增稠体系、

不同的乳液、不同的彩砂颜色和级配都会对漆膜透明度和耐水白性产生不同程度的影响，配方设计时应根据贮存性、施工性和耐水性要求合理的选择增稠体系进行搭配，选择高性能的乳液，合理设计砂子级配，取得最佳的综合性能。

二、成膜环境对色差的影响

应用中发现不同施工环境对真石漆颜色影响较大，成膜不好是冬季施工常见的色差原因。低温高湿（温度 $\leq 5^{\circ}$ C，相对湿度 $\geq 70\%$ ）环境成膜不好，采用醇酯十二作为成膜助剂的涂料发白发花会比较严重。加入部分苯甲醇替代醇酯十二作为成膜助剂，利用其沸点低、挥发速度快的特点，能部分改善低温高湿环境成膜发白发花的现象。在冬季可加入部分苯甲醇、乙二醇丁醚等低

沸点助剂,适当减少乙二醇和纤维素的用量,保证水分挥发速度,加快成膜。夏季高温天气,早晚施工或者阴雨天气施工都可能造成发花,与水分挥发速度和成膜速度有一定关系。

标准环境下成膜与太阳直射环境下成膜颜色与板面效果略有差异。太阳直射下温度高,水分挥发速度快,乳液随着水分挥发向表面迁移,表面效果细腻,而标准环境下成膜板面质感效果强烈。骨料中较细的80~120目雪花白对比粗的40~80目雪花白迁移速度快,阳光直射下随着水和乳液一起上浮,所以阳光直射成膜板面颜色偏黄。施工环境是造成真石漆发花的主要原因之一,根据施工季节和环境对配方进行调整能减少成膜造成的色差,在秋冬季节适当加大成膜助剂用量,保证良好的成膜性,降低乙二醇或丙二醇的用量,让真石漆涂膜的强度、硬度、耐水性快速建立。夏季则相应地减少成膜助剂用量并注意真石漆的开放时间和保水能力。所以最好的办法还是要规范施工,避免过热过冷大风等极端天气施工,冬季气温低于5℃,夏季阳光直射下墙面温度超过45℃时应停止施工。同一面墙在同样天气状况施工,保证成膜环境一致。

三、基材处理对色差的影响

底漆封闭性不好,基材吸水率不一致而导致真石漆发花是施工应用中最常见的色差类型。同样的水泥基材,有没有涂布底漆对真石漆颜色影响很大,没有涂布底漆部位颜色浅,漆膜产生毛

面,质感效果强。该部位吸水性强,乳液随着水分部分渗入基材,漆膜表面乳液少,形成的折射少,光泽低,颜色暗。

不同颜色底漆上喷涂遮盖力欠佳的真石漆容易透底发花,如果真石漆遮盖力和底漆封闭性俱佳,对真石漆色差影响小。

不同基材辊涂同样底漆,然后喷涂真石漆,经过底漆封闭,基材对真石漆色差影响较小。不经过腻子层直接在水泥基材上辊涂底漆,虽然施工近期色差不明显,但是随着使用时间的延续,会出现返碱发花的问题。

基材处理不当是造成真石漆发花和影响使用寿命的最主要原因,从根本上解决此类问题首先要加强管理,规范施工,保温底材和水泥砂浆层,抹灰应有足够的养护时间,表面留痕、灰尘和碱性物质清除彻底,腻子层干燥、平整、无灰尘。其次选择优质底漆,封闭性和抗泛盐碱性好,减少基材对真石漆水分和乳液的吸收。

四、施工对色差的影响

真石漆作为半成品在施工应用时容易因为喷涂引起发花,其中最常见的是接茬发花和浮砂浮浆发花。在夏季高温天气,漆膜开放时间短,接茬处粗糙、浮砂、发毛,状态不均匀造成发花;另外一种常见的接茬发花是脚手架施工,产生层间横向接痕。大风天气施工或者喷涂气压过高造成的溅砂容易导致浮砂发花,尤其是粗粒径白砂容易上浮产生常见

的浮白现象。使用同一块板分两次喷涂,间隔时间越久接茬发花越明显,接茬处产生毛面,对光折射小,色差明显。对产生接茬发花的试板辊涂罩面漆能改善色差,未罩面部位耐沾污性差,接茬毛面处挂灰严重。采用相近色彩砂调色虽然能减免溅砂、干燥时间不一致等原因引起的毛面光面发花,但随着使用时间推移,在重污染城市或土方作业灰尘较大工地容易挂灰引起后续污染,在光面处挂灰不明显,毛面则会挂灰严重,沿着喷涂接茬毛面产生一道道的污渍,影响装饰效果。

通过调整真石漆的保水能力和漆膜开放时间能改善施工,建立良好的喷涂搭接,增稠体系中的纤维素保水能力强,乙二醇和丙二醇沸点高,也能延长漆膜开放时间。

但如果搭接时间过长,从配方上目前又尚无有效的解决办法的情况下,对于喷涂施工造成的色差最有效的避免办法就是提高喷涂技艺和规范项目管理。喷涂技术好能避免厚薄、气压和出料不均等原因造成的色差。施工管理重点规范施工流程,避免在极端天气施工,将接茬预设在下水管道或分割缝处,采用吊篮替换脚手架。按照工序待真石漆成膜后均匀辊涂光泽度低的硅丙罩面漆,不但能部分改善色差还能对真石漆膜提供保护,还能提高耐水性、耐候性和耐沾污性。

综上所述,通过有效合理的配方设计,选择合适的天气环境,对基材按规范处理,加强施工管理,能够有效避免真石漆的色差等弊病。📍



推行卓越绩效管理模式 凝神聚力促进质量提升

文 / 胡霞 行政中心综合办

12月3日至7日,中国质量协会秘书处组织各级政府和行业质量奖评审主管部门工作人员、各地区行业拟推荐参加质量奖评审工作的人员、拟导入和实施卓越绩效模式的企业中高层管理人员,以及从事卓越绩效模式咨询培训评审的有关人员等开展卓越绩效培训班,我有幸代表公司参加了本次培训。

培训过程中,主讲老师深入浅出地讲述了卓越绩效模式产生的背景、核心理念、基本框架以及标准的演变历程,还分析了卓越绩效评分系统、评审方法和GB/T19580《卓越绩效评价准则》标准的主要内容及评审要点,最

后还作了案例评审,讨论了资料评审和现场评审的过程、方法与技巧以及评审员行为规范及素质要求等等。丰富详实的课程内容体系,让参会的在座学员受益匪浅。

20世纪,随着西方国家工业化进程和全球经济的一体化步伐,许多质量管理方面的理念、工具和方法相伴产生。卓越绩效模式正是在这种背景下,在国际间激励的质量竞争、管理竞争中,由美国在1987年以立法形式促进创立的。卓越绩效管理模式是在全面质量管理基础上发展起来的更具操作性、系统性的管理模式,它不仅适用于追求卓越绩效

的各类企业,指导其提高整体绩效和竞争力,还广泛用于许多国家和地区作为质量奖的评审标准。

据统计,目前世界各大洲的80多个国家和地区设立了质量奖,比较著名的有:美国波多里奇国家质量奖(MBNQA)、欧洲质量奖(EQA)、日本戴明奖、新加坡质量奖(SQA)等。中国质量协会于2001年正式启动了“全国质量管理奖”计划,于2004年研究制定了《卓越绩效评价准则》和《卓越绩效评价准则实施指南》,并将卓越绩效评价标准作为国家标准发布,充分体现了推行卓越绩效管理模式

提升企业竞争力的重视。

卓越绩效管理模式最重要的部分就是《卓越绩效评价准则》，而《卓越绩效评价准则》是由一个个“准则问题”组成的。因此，如果企业要推行卓越绩效管理模式就需要研究这些“准则问题”背后的逻辑，只要了解并掌握这些“准则问题”背后的逻辑就可以针对性的改善管理，促使企业走向卓越。

《卓越绩效评价准则》是建立在九条相互关联的基本理念的基础之上：远见卓识的领导、战略导向、顾客驱动、社会责任、以人为本、合作共赢、重视过程与关注结果、学习改进与创新、系统管理。这些基本理念反应了国际上最先进的经营管理理念和方法，也是许多世界级成功企业的经验总结，它贯穿于卓越绩效评价准则的各项要求之中，应成为企业全体员工，尤其是企业高层经营管理人员的理念和行为准则。

九条基本理念体现在卓越绩效评价准则7大类别的要求之中，7大类别分别为领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析与改进以及结果。7大类别分为23个评分项，23个评分项下面又有128个如何，但我觉得“一、二、三”也是相当重要的。

一个愿景

在没有参加这次培训之前，我对愿景的理解比较的虚无，感觉这个只是领导的一句话。但通过通过这次培训，我觉得愿景其实真的很重要。愿景是一种意愿

的表达，是整个企业的未来目标、使命及核心价值的体现，是企业乃至全体员工为止奋斗的意愿。企业的使命、愿景、价值观是一个组织的方向和组织文化的核心，使命就相当于一个发展定位（我是谁？致力于？），愿景就是卓越的里程碑（我要到哪里去？），价值观就是信念、原则（我如何为人处世？）。如果一家企业这些都没有确定的话，怎么走向卓越呢？

两个平台

卓越绩效管理模式不是仅仅满足于“优秀”，更要实现的还是“卓越”，是要实现从“优秀”这个平台向“卓越”这个平台的跨越。就像我们每年都要做ISO9001质量体系内外审核，这么多年的内审外审，每年都会有不断的改进，每年的质量目标也会紧紧围绕着经营目标而开展，并完成的很好，这就是优秀。

而当我们导入卓越绩效以后，你就会发现在质量目标的设定上会有更多的新的内涵。比如说关注什么？考核什么？导向什么？这个企业还会发展成什么样子？有了这些问题，我们会寻找答案，并通过一系列的努力实现这些答案。这就是我们从优秀到卓越的过程。

三个要素

三个要素指的是战略、测量分析与改进、结果。

战略是一个总的方向，是对组织向何处发展以及如何发展的一个总规划。没有战略的企业就像一艘没有舵的船，无法系统的

驾驭组织实现目标。战略又分为战略制定和战略部署，战略制定是组织为将来做准备的正式或非正式的方法，是一个非常缜密的过程，是一个科学的策划过程。有了战略就要进行战略部署，要制定和部署实现战略目标的实施计划，根据环境的变化对战略目标及其实施计划进行调整和落实。

测量分许与改进相当于组织运营和实现战略目标过程的“精神中枢”，是卓越绩效评价准则中关联关系最丰富的条款，涉及到其他所有的类目，是影响一个组织战略类目寄结果类目的重要部分。如果一个组织的测量分析系统没有策划好，那么它将直接影响到整个卓越绩效管理。

结果是九项基本理念中重视过程与关注结果的具体表现，是整个标准中集中反映组织关键绩效结果的条款，是一个扩展了的反映组织综合绩效的平衡计分卡，不仅包含了一般意义上的平衡计分卡所包括的内容，还包括了平衡计分卡通常所不包括的内容，例如包含了组织治理、公共责任、道德行为和公益支持等。

卓越绩效管理模式是一个覆盖企业经营管理全方位的管理模式，是一项长期的、系统的、不断深化与持续改进的战略工程，不仅关系到公司的持续发展，还要不断提高战略性的工作。它涉及到公司的每个部门、流程环节，是一个全员、全过程、全方位的管理。

打造“浙江制造”品牌，展现悉奥工匠精神

文 / 丁雪蕾 制造中心研发部

“浙

江制造”是以“区域品牌、先进标准、市场认证、国际认同”为核心，以“标准+认证”为手段，集质量、技术、服务、信誉为一体，经市场与社会公认，代表浙江制造业先进性的区域品牌形象标识，是浙江制造业的“标杆”和“领导者”，是高品质高水平的“代名词”。

“浙江制造”标识整体为方形，其中的“品”字源自古代书法大家王羲之《兰亭序》中的“品”字，体现“浙江制造”品牌至精、至诚、至远的核心价值，代表浙江制造、浙江创造、工匠文化和浙商精神的内涵特质。外部方框与文字组成了印章形态，代表“浙江制造”对市场、对社会的硬承诺；色彩运用深红色，寓意着生命与活力。图标蕴含了政府、企业、社会三方共同发力，共筑“浙江制造”大厦的质量共治理念。

小小的一个“品”字标识，乍一看不起眼，却是一流浙货的专属标识。要拥有它，需要经过一个极其严苛的认证过程，因为它代表了“浙江制造”的一流水准。“浙江制造”标准讲究真材实料，对关键原材料的采购标准、质量指标等方面提出了严苛的要



浙江制造品字标

求。我们按照标准要求来统一了日常工作中涉及到的表格格式，完整了仪器和设备的台账，汇总了所有的品管文件。在审查过程中，老师给我们指出了很多的问题，我们对老师提出的那些问题进行了仔细的分析研究，找到根本原因后，采取了相应的整改措施。

通过认证，认识到了浙江制造标准的内涵，我们未来可以从这几方面入手来促进企业产品标准和品质的提升，提升产品市场竞争能力：

1. 研发、创新是产品生命的源泉，“浙江制造”产品不断追求产品基因的改良，以高端设计推动高品质产品供给，为市场和顾客提供更高更好的使用体验。
2. 原材料作为产品生产的主要输入要素，其质量的优劣直接影响到最终产品质量的好坏。严把选材质量关是保证产品质量的

前提，也是反映企业质量诚信的重要内容。

3. 产品持续高品质的重要基础是先进的生产工艺、智能化的生产装备、严苛的过程控制和质量监测。此次获得浙江制造认证，说明我们公司已经具备了一定的智能制造、监测以及检测等硬实力。

4. 因为浙江制造标准对质量承诺提出了较行业惯例更高的要求，我们将通过良好的质量保障和服务承诺，可以持续保证产品品质，来提升用户使用体验。

此次获得浙江制造认证，是悉奥追求卓越的见证，不仅直接显示了企业优秀的技术水平、管理水平和产品质量，也将有利于企业进一步发挥自主创新优势，促进企业产品标准和品质的提升，增强企业品牌影响，提升产品市场竞争能力。

改革的命运共同体

文 / 本刊编辑部

2018年是改革开放40周年。这40年，在中国数千年历史上是独一无二的。改革开放40年来，从开启新时期到跨入新世纪，从站上新起点到进入新时代，40年风雨同舟，40年披荆斩棘，40年砥砺前行，我们党引领人民绘就了一幅波澜壮阔、气势恢宏的历史画卷，谱写了一曲感天动地、气壮山河的奋斗赞歌。

改革开放宣告了中国与世界新的关系的开始。用上世纪八十年代流行的话语来说，中国屹立于世界民族之林。自此之后，中国与世界真正开始互相拥抱，随着经济往来越来越密切，全球化越来越深入，中国与世界水乳交融，势难分离。无论用多么华丽的辞藻赞美改革开放也不为过。通过加入到全球化浪潮之中，并迅速成为世界制造业的大本营，中国实现了长达四十年的经济增长，而且还在持续之中。哪怕纵览数千年，改革开放至今，无疑是中国最富裕、最繁荣的时期，没有之一。

改革开放40年重要的成果之一，是将全社会大多数阶层凝聚在一起，形成了一个稳固的“改革共同体”。就像中国和世界一样，改革共同体中的各阶层群体，也早已命运相连，难以分离。

这个共同体显然既意味着经济利益的一致，也意味着思想和理念达成共识。这些理念大致如下：相信市场的力量，相信科学和技术的力量，承认和重视企业家个人在经济发展中的作用，尊重产权，建立现代企业制度，拥护党的领导等等。在中国，无论是民营企业、国有企业还是外资企业，这些理念作为共识，都得到奉行。

改革共同体是一个动态的概念，它处在不断形成、打破、进化的过程之中。构成改革共同体的阶层，大体包括官员、企业家、白领、产业工人、学生，几乎囊括了全社会各个阶层，就像“中产”这个概念一样，只要认为自己在改革中受益，认同改革开放历程中形成的基本共识，就可以

被认为是改革共同体中的一员。

其中，民营经济是改革共同体中最为敏感、也最被关注的组成部分。从公开数据看，民营经济的作用可谓至关重要。截至2017年底，我国民营企业已达2726.3万家，民营经济对国家的税收贡献超过50%，国内生产总值、固定资产投资占比超过60%，技术创新和新产品占比超过70%，提供就业岗位超过80%，企业数量占比和新增就业贡献率超过90%。

民营经济在改革共同体中的地位形成，是改革开放40年的伟大成果之一，但这个过程并非一帆风顺。在上世纪80年代，个体户年广久做起了瓜子生意，“傻子瓜子”红极一时。但由于雇了12个人，在全国范围内掀起一场大辩论，“炒瓜子雇了12个人，算不算剥削？”后来是邓小平拍板，年广久才躲过了牢狱之灾。十一届三中全会破除了所有制问题上的传统观念束缚，非公有制经济发展开始一日千里。



» 庆祝改革开放40周年大会

随着互联网经济在中国土地上崛起，企业家的作用比以往时代更加突出，对产权的保护也得到了空前的重视。互联网通过技术创新、就业拉动等方式，为改革共同体的巩固与扩大添砖加瓦。阿里和京东等电商平台解决了大量就业问题，并且主导了物流供应链等行业的进化。中国的城镇化运动方兴未艾，大量劳动力从农村迁移到城市，美团和本地生活服务领域的同行们，创造出了外卖小哥这个新工种，吸纳了大量劳动力，让他们分享到了改革开放深化发展的红利。如果没有互联网产业的蓬勃发展，没有马云、王兴等企业家的开拓创新，也许相当数量的劳动力就将被甩脱在改革共同体之外。

毋庸讳言，正如经济发展有高速和低谷，改革共同体并非铁

板一块，凝聚力也会因为各种因素而呈现起伏。今年以来，社会上传出种种奇谈怪论，如“私营经济离场论”，让一些民营企业企业家产生了一些不安情绪。对于这些奇谈怪论，政府予以了有力批驳。

2018年11月1日，民营企业企业家迎来一场意义深远的座谈会。当天，习近平总书记亲自在京主持召开民营企业座谈会并发表重要讲话：民营企业是民营企业是我们自己人；我国民营经济只能壮大，不能弱化，不仅不能“离场”，而且要走向更广阔的舞台；所有民营企业和民营企业企业家完全可以吃下定心丸、安心谋发展。

习近平总书记表示，40年来，我国民营经济已经成为推动

我国发展不可或缺的力量，成为创业就业的主要领域、技术创新的重要主体、国家税收的重要来源，为我国社会主义市场经济发展、政府职能转变、农村富余劳动力转移、国际市场开拓等发挥了重要作用。我国经济发展能够创造中国奇迹，民营经济功不可没。

《人类群星闪耀时》一书，描写了影响历史的12位巨人，以及被他们所影响的时代。“当强烈的个人意志与历史宿命碰撞之际，火花闪烁，那样的时刻从此照耀着人类文明的天空。”从更长的历史维度来看，中国40年的改革开放史是一个伟大的历史瞬间，改革共同体是这一历史瞬间的产物，也是推动历史车轮向前的重要动力。

孤独—享受并释放

文 / 金余应 营销中心总经理助理

作 为一名初入职场的95后，进入了一个新的环境，不再是校园中轻松的氛围，更多的是每个同事饱含热情地各司其职。短短的半个月学习，收获的是从公司中各位前辈身上学习到的那份稳重和踏实，以及在时间长河中打磨出的经验和为人处事。

每逢周末，我都愿意和朋友坐在酒吧的吧台上，享受片刻的欢愉，在酒精和嘈杂的音乐中，聊着日常琐事和释放着自己的压力。在《独处的艺术》中有这么一句话，独处，是一种更为深刻的自我成长。可即便如此，我们还是默契的在周末相聚，我们只是互相倾诉这生活的不如意，享受着这一刻的放空一切的快乐。

第二天，一切依旧有条不紊的进行着，继续努力的拼杀在职场的战场之上。对于95后的定义很多，可我认为最贴切的是——孤独的一代。我们这一代人往往是独生子女，从小就开

始和同龄人竞争着，父母的心血培养推动着我们前行，可不停歇的前进让我们成长的同时也让我们收获了不属于我们年纪的孤独感。

放学结束是后续的课外班，我们和同学的交流仅仅停留在这道题目怎么做，而青春期的叛逆让我们和父母的关系逐渐疏远，是否感觉自己被全世界所抛弃，只有自己一个人继续战斗着。曾经我体会过，体会到一个人的艰辛，也开始学会去享受一个人的环境，享受着积累孤独的过程。

在工作的过程中，其实每个人都会面临着压力和不被人理解的情况，有时候是客户，有时候是同事，有时候是家人。当结束一天的工作回到家中，家人的理解和宽慰或许是最大的精神慰藉。然而往往生活就是如此的不如意，压力的对撞让理解变得困难，家庭中不平衡的付出让孤独感积聚，最后只能是向对方宣泄

自己的不满。

究其原因，无非是人人都希望得到温暖和宽慰，在获得了宽慰的同时开始认为这是理所当然。见过太多身边朋友因为家庭原因而烦乱的，我是典型的不婚主义者，在我看来婚姻除了让感情变成两个家庭的同时，也让付出变成了理所当然，也让我们越来越承受不了孤独带给我们的那份沉重。

学会如何享受孤独并合理的释放是我们这一代成长过程中必不可少的一部分，孤独的环境让我们拥有一个人面对困境的勇气，学会了如何独立思考，独立的做出自己无悔的判断。可即便再另类的人，也会有自己的小圈子，志同道合的灵魂。当我们无法继续享受孤独带给我们的成长的时候，学会倾诉和释放孤独也就显得尤为重要。放下包袱，面对面的交流和倾诉，宣泄出自己的孤独感，会让你在启航的桅杆更加有力。

学会如何享受孤独并合理的释放是我们这一代成长过程中必不可少的一部分，孤独的环境让我们拥有一个人面对困境的勇气，学会了如何独立思考，独立的做出自己无悔的判断。

在享受孤独和释放孤独的同时，去包容自己的爱人，理解自己的孩子，珍惜自己的朋友，去倾听他们内心的声音，吸收他们无法消除的压力和孤独，这个世界没有付出是必须的，愿意向你倾诉的，请珍惜这份信任并给他们一个港湾停靠休息，将他们内心的孤独吸收成为自己继续努力的动力。

曾经我的朋友向我抱怨自己的父母不尊重他的决定，不同意他人入伍当兵，于是开始了借酒浇愁的浑噩时光，我看着他父母每

周末宿舍看望自己孩子，却只看见宿醉的他邈邈的在那熟睡。我曾经问过他们要不要叫醒他，他们的答案出奇的一致：让他再休息一会吧。我也询问过他们是否后悔干涉孩子的决定，他们也只能叹气，诉说着自己的无奈以及害怕失去独生子女的恐惧。其实只要父母真心的和孩子道个歉，表达自己的内心就可以跨过的坎，最终到了 pass away 的时候也没有诉说出来，成为生命的遗憾。他们孤独吗？他们只是跨不过父母和孩子的这道坎，内心便孤独了，互相宣泄着，就成了

冲突，冲突后愈发难以理解，一次又一次的恶性循环，浪费的是我们和家人那不知何时终止的时光。

一杯烈酒从喉管滑入我们的身体，燃烧着我们年轻的生命，在快节奏的生活环境中，烦躁是不能避免的，孤独的在社会浪潮中漂泊总比在襁褓中更让我心动。走出酒吧，扛着那不醒人事的挚友，寒风吹来，看着那空空的街道，微笑着，前行着。





种一棵树最好的时间是十年前，其次是现在

文 / 黄锡 副总裁

我们每个人都需要持续学习、甚至终身学习，才能够跻身如今的社会。像以往那样大学毕业学得一技之长就能吃遍天的时代已经过去了。一个大学生，也许毕业了回头一看，大学里学过的知识已经过时了。迈入职场后，什么东西都要重新学一遍。因此，一个人的高效学习能力，就显得尤为重要。

不谈兴趣，从任务中学习

职场人士的学习非常具有功利性，往往会选择性学习那些能够直接提升职场竞争力的知识或

技能，而那些通识类知识比如历史、社会、人文等知识往往起不到立竿见影的效果，也就不会去碰。个人觉得，这并没有什么不妥之处，相反，如果我们能够利用好这一点，反而能够起到高效学习的结果。

我们可以从工作任务出发，只要是任务所需的技能知识，那就学习，工作尚未涉及的，那就先放放。比如你正好在做一份统计表，想用到 Excel 的排序功能却刚好不会，那么，这就是一个契机，从这个任务出发，倒逼自己学习一下排序功能。可以自己摸索，可以网络搜索，也可以请教同事，一旦学会，任务完成，

你也就习得了一项新能力。

职场大多以任务来驱动，那我们的学习也要以任务为导向。甚至需要分阶段地完成一个个细分学习任务。简言之，就是“以目标、目的、任务为导向来学习”。职场中会遇到的任务，比如办公软件的学习，如果一上来就拿起厚厚的《Word 从入门到精通》来学习，99% 的人看不到十几页书就会放弃。但如果以任务驱动，必须要排版一份通知公告文件，目的就很明确，学习的方向目的也就明确，效果会好很多。摄影、写作等等，也是如此，必须要拍几张时讯要用到的照片，必须要写一篇期刊要刊登的文章，以这

种目的去边做边学，驱动力会强很多。

同时，我们也要抱着“做一点就比自己之前强一点”的从容心态，去做一点，再多做一点，到了一定程度之后，就能够体会到自己在作品中主导和发挥的乐趣，不管是专业工作还是弹琴、绘画、书法、运动这些爱好，就能自动自发地愿意去学一点了。

在岗位中学习，向领导和同事贴身学习

职场中有一个 721 法则，意思是有 70% 的学习是在本岗位上完成，20% 是在与同事交流中学习到的，另外 10% 才是通过培训机构、书籍中学习到的。从实际工作上看，也确实是这个道理。在大部分人的职业生涯前期，一定还是以岗位学习为主，再多的理论学习也无法弥补与平衡一个人在工作时间内需要的经验。虽然有些工作经验看起来微

不足道，比如贴发票、写通知、跑跑腿等小事，但勉强完成任务和完成得漂亮还是有一定的差距的，总是能把小事做好做到极致的人，也许在以后会多几个关键的机会。向领导和同事学习，可以观察揣摩，贴身学习，仔细观察他们在什么问题上是这么处理的、得到了什么结果，做成功了什么、做失败了什么，然后学习

其中有效的部分。三人行，必有我师焉，每个人总有值得让别人学习借鉴的地方，我们要放下成见，抱着空杯心态去看待别人。

不从基础开始，直接挑战高水平

我们还会有这样的想法，虽然这项技能暂时用不上，但以后肯定会有用，现在我就应该慢慢学习起来。理想很美好，现实很残酷，如果自己都不知道什么时候能用上的技能，学习起来效率会大打折扣，到头来什么也学不到。比如职场英语，如果不做外贸，不接待外国客户，工作中也根本用不上英语，那学习英语的进展必定是漫长而低效的。

我们成年人学习东西，要能够学了这样东西后能够马上用起来，或者能够见到效果，这样学习才会起劲，才有效果。孩子是一张白纸，需要系统学习，要由浅入深，打好基础学下去才会掌握牢固。但是，这是学校里学习

我们成年人学习东西，要能够学了这样东西后能够马上用起来，或者能够见到效果，这样学习才会起劲，才有效果。

» 临安风光——太子尖云海



的思维，适合有大量时间精力的学生，并不适合时间碎片化的职场人士。

如果你只是想学吉他弹出一首自己喜欢的歌曲，那就不用从基础开始，不要学简单的曲子，直接就学这一首，极力模仿老师的动作指法，反复练习。把要学习的曲子打碎，针对那些细节展开学习，不要一开始就照顾全局。没必要每次都从开始一直弹到结尾，这样做效率是很低的。应该每天只练好这个曲子中的一句，各个突破，最后一整首也就顺下来了。如果我们只是为了陶冶情操而去学画画，那根本就没必要像达芬奇那样对着一个鸡蛋画一年半载，想画什么就直接画。取法乎上，仅得其中；取法乎中，仅得其下。意思是定个高目标，一般也能拿到中等结果，如果定个中等目标，那很可能只有差结果了。所以，我们没必要从基础开始，直接向高水平挑战就行了。

以教为学

刚刚也谈到，如果学习的意义和目的不明确，效果肯定会大打折扣。那如果一事实暂时找不到意义，怎么办？那就自己给自己定一个意义吧，就是我学习的目的是要去教会别人，也就是以教为学。有这么一个案例，一位来新东方英语面试的老师说，她不仅会教英语，还会教日语。问她怎么学的，她就讲了自己的故事——有一次一个朋友办的公司打电话来请她帮忙找一个教日语的老师，因为一个刚约定的日语老师来不了了，而一星期后日语课就要开课了！她问是一个什么样的日语班？对方说是面对白纸的零基础班，她就一口应下来，说我能上。之后她随即报了一个日常初级班去全日制学习，之后一星期后他朋友的班开班后她就一边学一边教……居然学生们对她的评价还非常好。这真是一个以教为学的鲜活例子。假设

你和她同时在那个全日制班级学习，那她的学习效果肯定比你学习的要好。因为她的目标比你明确——她要以教别人的目的来学习。以教为学，首先自己要尽可能搞懂要教的内容，还得揣摩怎么讲解才能让别人听懂，在这个过程中，自己也会发现一些理解上的薄弱之处，逼着自己去反复加强学习。这样一来，学习的速度、深度、广度都达到了，效率怎么可能不高呢？

学习不要挑免费的

学习讲求一个专注力。那什么样的事情会让你专注进去？就是那些你已经投入大把成本进去的事情。你想锻炼，你既可以不用花一分钱地去小区里散步，也可以花大几千办一张健身卡，哪一种情况你会锻炼地多一些？当然是第二种，因为你心疼你的钱。花了好几万买的单反照相机，会逼着你去多摄影；花了好几万买的钢琴，会让你逼着孩子继续学下去；花了好几万报的培训班，会让你冒着滂沱大雨依然准时去听课。这可都是钱哪，你会不认真？你会不上心？学习工具买得贵，你就会心疼，用起来就会有庄重感，每一次使用都会更专注一些，学习兴趣也更持久一点。

种一棵树最好的时间是十年前，其次是现在。我想，学一样东西也是一样的，错过最好的时间没关系，现在开始也不晚。为了成为更好的自己，现在就开始高效学习吧。



» 悉奥涂料——云南龙湖壹号小区

涂料行业洗牌，剩者才能为王

文 / 本刊编辑部

2018年，有不少涂料企业，从上市公司到年销售几千万元的涂料企业，个个都说市场不好做，压力很大；也有不少涂料经销商，从几百万到几个亿的经销商，个个都说涂料生意不好做，钱不好收。2018年，是不是中国涂料行业洗牌的分水岭呢？仁者见仁，智者见智。2018年，中国涂料企业在国家

环保严令、生产安全监管、市场两极分化、产能严重过剩、同质化竞争的环境下求生存、谋发展。

行业洗牌，意味着企业需要重新改变经营策略，以最合理的经营方式来适应市场的变化，并赢得市场的认可和信赖。这也意味着转型升级成为涂料企业不得不面临的生死问题。市场是检验

涂料品牌兴衰的唯一标准。

有人说，2018年是中国房地产自2009年以来最艰难的一年。2018年9月29日，提出“活下去”口号的万科全面回笼资金，以相对低价出售物业。在万科的三年事业计划书中，把“活下去”作为基本要求，所有战略将围绕“活下去”展开，“收敛聚焦”

» 临安风光——牵牛岗之夜



曾经在外墙涂料领域风光无限的不少外资涂料企业，在尝过一点甜头，承受不少苦头之后，在工程项目面前显得更加谨慎且理性。

到保证万科“活下去”。在“活下去”的战略之下，“回款”就超越销售额、利润，成了万科的核心目标。碧桂园主席杨国强的内部讲话，要求碧桂园部分去化未达预期和正负为零的项目减少开工。与此同时，降价甩卖也是可选项之一。恒大则在全国推出“无理由退房”，并对部分项目打折销售。几乎在同一时间，房地产行业三巨头都发出“凛冬将至”的信号。只能说房地产不好过，作为房地产依附的涂料行业也会艰难。

房地产行业的竞争早已进入白热化阶段，成本成为房地产企业选材的第一因素。为了增强自身竞争力，房地产商一般只选择大品牌来做材料供应商，这无疑导致另一种现象——品牌集中化。精装趋势下，工程项目是“馅饼”还是“陷阱”呢？在这一大背景下，一旦涂料企业与地产商达成了战略采购合作，涂料行业的特殊属性决定着二者之间不再只是简单的供应商与采购商的关系，而是休戚与共的利益共同体。这一方面，已有不少涂料企业和经销商因为渴望得到“馅饼”，结果反而掉进了“陷阱”。

据了解，2018年主做外墙涂料的一些涂料企业，应收账款大幅度增加。有涂料企业的应收账款甚至高达数亿元。但这并不影响民族涂料企业在外墙涂料方

面的快速扩张。不管是立邦、三棵树、亚士、富思特、固克，还是东方雨虹，有些利用资本优势，有些利用市场优势，有些利用渠道优势，个个摩拳擦掌，准备抢占制高点。

也许是因为国情不同，曾经在外墙涂料领域风光无限的不少外资涂料企业，在尝过一点甜头，承受不少苦头之后，在工程项目面前显得更加谨慎且理性。有外企高管坦言，在工程项目方面面临着前所未有的压力，稍有纰漏就会造成无法挽回的损失。不少外资涂料企业在不断减少外墙涂料工程的经营业务。甚者，干脆取消外墙涂料的经营部门，不再趟这浑水。针对工程涂料的涂装公司，回款比往年更难。有涂装公司虽然可以接到地产公司大量的涂装业务，但也因为资金压力不敢贸易做大。针对装饰公司的一些涂料品牌，涂料销量明显下降，账期明显延长。运气不好的涂料品牌，还遇到装饰公司跑路的。

在一线建材市场，特别是内墙涂料和木器装修涂料方面，立

邦和多乐士牢牢稳居前二。最近几年，尽管市场情况不好，但立邦、多乐士等仍稳步发展，而大部分涂料品牌更是惨淡经营。不管是国家政策，还是新营销模式的兴起，对这些国际品牌来说都是毛毛雨，至少他们的江湖地位无可撼动。不少国内装修漆品牌的专卖店是越开越小，也越来越少，很多市场都看不到踪影。在装修漆领域，两极分化越来越严重，行业洗牌在加速，行业格局在重建。而在工业涂料方面，非常遗憾的是，几乎所有高端的工业涂料，都被外国涂企抢去了。外企在汽车原厂漆和船舶漆领域居于明显的垄断地位。民族涂料品牌几乎无还手之力。

综合来看，外资涂料企业在中国涂料行业仍然位于领先地位，特别是在中高端涂料领域，外企品牌稳稳地占据了半壁江山。在这种严峻的经济环境下，中国涂料行业正在加速洗牌，涂料市场不断向优势品牌集中。中高端涂料领域，不断向外资品牌集中。这样下去，对民族涂料品牌的未来发展将是致命的打击。

2018年，不少中小涂料企业因为战略不明、定位不清、渠道不通、成本高企、环保压力等各种因素，销售急剧下降。经济下行，货币超发，造成房价猛涨和产能过剩，其背后，是国际和国内经济形势和一系列政策所导致的后果。与此同时，位居中国前十的各个细分领域的涂料企业，反而均有不同程度的增长，有一些涂料企业销售增长达到两位数，利润增长在个位数。这是一个很好的信号，对其他涂料企业来说，至少可以大大提振企业的信心。

2019年已然到来，未来仍然变幻莫测。作为竞争激烈的涂料行业，如何在未来成为“剩者”，将是涂料企业不得不面临的考验。也许以下这五点将成为未来涂料企业决胜的“利剑”。

一、共赢团队。

俗话说：“三个臭皮匠，赛过诸葛亮。”人无完人，一个人的力量有限，一个人单打独斗难

以把事情做到尽善尽美。一箭易断，十箭难折。团队就是竞争力！这应该成为涂料企业的共识。如果没有一个拿得出手的团队，想在如此竞争激烈的涂料市场抢食，那绝对不是一件易事。

企业因团队而兴，也因团队而亡。如何做到识才而用？如何激发人才潜能？如何建设团队战斗力？如何与团队共赢发展？涂料企业要提前做好充分的准备。古人云：“天时不如地利，地利不如人和”。通过团队合作，可以提升员工的归属感，提高员工的工作效率，也可以激发成员潜能，可以提高公司的创新能力，更快更好地实现公司目标。一个优秀的技术团队，能够在技术上取得至高的成就；一个优秀的营销团队，能够在市场上披荆斩棘所向披靡；一个优秀的经营团队，能够在经营上高瞻远瞩决胜千里之外。

二、规模的力量。

规模就是生产力！对于中国涂料行业来说，这是至今不可动

摇的真理。在偌大的中国，在超5000亿的涂料市场容量，要想快速抢占市场，近距离的服务包括市场反应速度和配货速度也成为重要的竞争力。看看立邦在中国31个城市建设的39家工厂布局，再看看展辰的10个工厂、嘉宝莉的7大生产基地、三棵树7大制造基地、巴德士的7大生产基地、亚士5大生产基地等等。东南西北中，这些企业紧紧把握市场大势，紧紧围绕自己企业最核心的市场区域，大肆发力。从这些企业的大规模扩张，你就不难发现，离一线市场越近，越容易取得更多更大的订单，自然发展也更快。没有规模做基础，所谓的市场开拓甚至都是空中楼阁。从某个角度说，工厂规模就决定了市场规模。

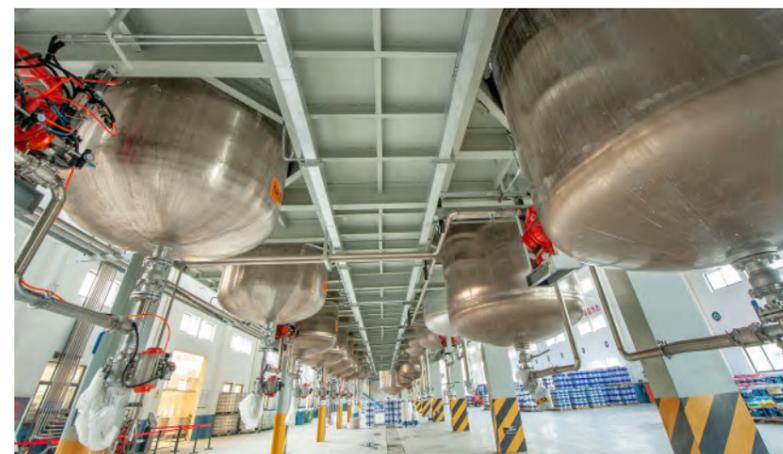
三、领先技术与专业产品。

您可以问问自己：拥有专业的技术和产品吗？您的产品和对手与明显的优势吗？绝大多数涂料企业可能不敢回答。

技术是爆发力，产品就是渠道力！拥有专业产品的前提是，要拥有核心的技术力量。无技术不产品！有了核心技术，就有适合市场的产品，合适的品质和价格。价格只是产品的一种表现形式。“物有所值”和“物所超值”都是赢得消费者买单的根本理由。“性价比”高，并不是指价格低廉，而是性能与价格的比值。

对于中小涂料企业来说，明知道规模不是强项，那如何成为“剩者”？如何脱颖而出呢？“天下大事，必作于细，天下难事，必成于精”。要想做到出类拔萃，就要专注于某个细分领域。要想

» 悉奥水性涂料生产车间



做企业不能贪大求全，特别是中小涂料企业，小而专、小而精、小而美应该是中小涂料企业的强项和特色。

在一个细分领域做到行业领先也是不容易的。

小而专、小而精、小而美应该是中小涂料企业的强项和特色。专注于自己的行业和领域，锲而不舍，生产出个性化的好产品，提供优质的个性化服务，做出品牌和口碑。有些企业可能需要花上 10 年、20 年的时间去积累去精进，从而实现由量变到质变，获得理想的回报是或迟或早的事情。

做企业不能贪大求全，特别是中小涂料企业，要敢于下定决心砍掉自己不擅长的业务，有所为有所不为。我见到不少中小涂料企业，内墙涂料、外墙涂料、家具涂料、工业涂料、地坪涂料等等，什么产品都有，但什么都不擅长。本来体量就小，资源也不丰富，既分散精力，也分散资源。营销团队月月变，品牌传播也是三天打鱼两天晒网，这样产品做不好，品牌也不没名气。对于中小涂料企业来说，建议还是走“小而专、专而精、精而强”的道路，也不失为一种发展的好途径。

四、品牌加持。

品牌就是价值力。不知道您注意过没有，几个女孩在讨论某个服装某个包包如何漂亮的时候，马上有人问：“什么牌子？”或者问“哪个企业生产的？”我们出去买服装买手表买汽车买饮水机买冰箱买电脑买手机甚至买饮料等等，都会冲着大牌子去。是什么吸引我们对这些产品如此着迷？其实就是品牌的力量，是品牌的价值。

家装领域里各种建材、家具、卫浴等等，不少产品的使用功能相差无几，非常难选择。一般大众还是会在熟悉的品牌之中作选择。因为品牌的价值来源于企业的各个方面，是企业核心竞争力的综合体现。

涂料是半成品式的工业品，一般消费者一辈子也用不了几次。在有条件的情况下，绝大部分消费者都会主动选择品牌，特别是那些自己熟悉的品牌。这一点已经不是问题。产品满足需求与需求，而品牌满足心灵与欲望。产品价值是基础价值，但是很容易同质化。

除了少数技术门槛高的还没有同质化之外，大部分涂料产品在顾客眼里是没有根本区别的。真正能解决竞争、能够创造超额利润的是品牌价值。这你就不难理解，三棵树、立邦、嘉宝莉、晨阳等等企业在品牌上的舍得和努力了。

2018 年，是考验涂料企业老板的一年。只不过，如果 2018 年是中国涂料企业未来五年中最好的一年，那么考验还刚刚开始。事实是，只要在激烈的竞争中没有被淘汰出局，度过寒冬，坚持到最后，你就是“剩者”，也是“胜者”。

五、抗风险能力强。

如果有优秀的团队、有强大的规模、有专业的产品、有强势的品牌，那么第五点就可以忽略了。因为，这样的涂料企业，一定盈利能力很强，资本很富足，抗风险能力很强。

这么多年，尽管环保、安全等国家政策的管制，使得涂料企业痛苦不堪。但相比如家具行业、家电行业、灯饰行业、陶瓷行业、塑料行业等等，涂料行业算是很好过的行业。在广东，不少艺术涂料企业如雨后春笋般层出不穷，也看到一些做外墙涂料的中小涂料企业积极开拓市场业绩不降反升，也看到一些做家具涂料的企业在区域市场稍有成就。涂料市场再难做，内功练好也不怕。无论市场形势好坏，任何时候，优质的产品和优质的服务总是深受消费者青睐。一个行业的发展总要经历不断的颠覆和重建，才能最终走向成熟，企业亦是如此。

2018 年，是考验涂料企业老板的一年。只不过，如果 2018 年是中国涂料企业未来五年中最好的一年，那么考验还刚刚开始。事实是，只要在激烈的竞争中没有被淘汰出局，度过寒冬，坚持到最后，你就是“剩者”，也是“胜者”。



如何活到 100 岁

文 / 本刊编辑部

随着现在医学的发展、科学的进步，我们这个时代的人，已经有很大的概率活过 100 岁了。以前很多对于我们来说非常致命的疾病，比如说肺癌，现在已经出现了很多新的治疗方法，比如靶向治疗、免疫治疗，每隔几年，就会有一些新的药品出来，把肺癌的治愈率再上升几个百分点。未来的癌症，将逐渐成为一种慢性病。但从一个医学专家的角度来说，并不是每个人都能活到 100 岁，因

为这不但要有这个目标，还要有正确的方法。

三分天注定，七分靠自律

科学研究表明，人的寿命大概 25% 是由基因决定的，但是有 75% 是由自己的日常生活方式决定的。既然 75% 是跟生活方式有关的，那什么样的生活方式能够决定这 75% 呢？应该天天吃鲍鱼海参，还是天天跑步吃素，还是应该多喝红酒，才能够

长寿呢？

人类长寿有四大基石：天天要活动，饮食有节制，日日有盼头，生活不孤单。

这个结论是怎么来的？有一个叫 Dan Buettner 的美国人，他是美国著名杂志《国家地理》的记者。他对长寿这个问题非常感兴趣，他想了解人类长寿的奥秘到底是什么。于是他拜访了地球上几乎所有的长寿村，他和很

多医学家、人类学家一起，选了五个最具有代表性的区域进行了研究。当时他们在地图上把这五个区域画出来的时候，用了一支蓝色的笔，所以这个研究就被叫做蓝色区域研究。这五个地方是哪呢？分别是美国加州的 Loma Linda 市、意大利的撒丁岛、日本的冲绳岛，还有哥斯达黎加的 Nicoya 半岛、希腊的伊卡利亚岛。



» 长寿的秘密——世界蓝色区域研究

这五个地区有多长寿呢？意大利撒丁岛上，一个村就有 20 多个百岁老人。希腊伊卡利亚岛上超过三分之一的人活到 90 岁以上。要知道，中国人活到 90 岁以上的人不到千分之二，100 岁以上不到万分之二。五个区域有不同的地理环境、人群种族、宗教信仰和生产方式，那么，是什么共同特征，让这些老人如此长寿？研究的结论就是我们前面说的长寿的四大基石。如果这四点都能做到，平均可以延长 8 年的寿命。

长寿四大基石

一、天天要活动

我们说的是活动而不是运动。这个活动指的是我们每天在生活过程中自然就能参与，不需要专门的设施和场地的事。走路、爬楼、洗碗、洗衣服都算。对于老年人而言选择什么样的活动或者运动，这里面也很有讲究。跑步、游泳、增强心肺能力、爆发力的这些活动，对老年人其实意义不是很大，尤其对于提高生活质量来说，反而是提高肌肉力量，改善关节的柔韧性，提高平衡能力才是关键。为什么呢？因为很

多老年人有时候不活动是因为关节变硬了，柔韧度下降，关节越硬就越不愿意动，越不愿意动，它就越硬，这样形成了一个恶性循环。什么样的运动或者活动能够提高这两项呢？推荐两个，一个是瑜伽，一个是太极拳。

二、饮食有节制

为什么饮食要有节制？是因为现在的很多病，说实话都是咱们吃出来的。别看吃这回事很简单，吃得多的危害其实极大。吃得多了有什么样的危害呢？

从医学上讲，第一，过剩的营养堆积在身体里就容易出现慢性病。比如说糖尿病就是糖太多了，高血脂就是油脂多了，高血压就是盐太多，痛风就是嘌呤太多，所以这些病都是跟咱吃的过多有关。

第二，人体为了消化过多的

食物就会产生很多的氧自由基。这个词你可能不太熟悉，打个比方，人体好比就像一座锅炉一样，我们吃的食物就好像煤。我们要消耗食物产生的热量来维持生命，但是烧煤的过程会产生烟，这个烟是会污染环境的。所以人体在燃烧这些食物的时候，产生的烟就是这个氧自由基，对身体是不好的。氧自由基会攻击人体细胞产生病变，甚至是癌变。所以，你看在咱们现在的医院里面，没有什么饿死的人，只有吃太多最后得病死了的人。

怎样才能做到饮食有节制呢？记住，吃饭只吃八分饱，吃饭以蔬菜和豆类为主。吃八分饱大家都知道，那为什么要以蔬菜和豆类为主，而不是以主食为主呢？这里面是非常有讲究的。首先，因为蔬菜和豆类的营养是非常丰富的，而且热量很低，不容易长肉，并且含的纤维素非常多，吃了以后不容易饿。以主食为主的饮食方法比较适合于体力劳动

的人，而老年人的体力劳动不多，主食是不应该吃太多的。多吃深绿色的蔬菜还有一个重要的原因，就是它富含像维生素 C 和维生素 E 这样的抗氧化剂，能对抗氧自由基，保护血管和细胞。

三、日日有盼头

有盼头，就是有目标感，有目标感的人，他往往能更积极主动地去做事，积极主动地去处理生活的压力和挑战，不容易放弃，所以寿命也 longer。但是这件事说起来容易，做起来难。

这里给年长者介绍几个方法，可以试一试。

第一，想一想生活中有没有一些自己觉得特别重要的事，特别期待或者盼望的事，然后把它写下来，每天看一看。比如说现在正在照顾你的孙子或者孙女，特别期待他们能够健健康康地成长，将来能够上大学，最好还能上名牌大学。如果这是你的期盼的话，就把它写下来。或者说你现在的身体不太好，希望能够把自己的病治好，将来能够健健康康地看到自己的孙子孙女大学毕业、成家立业，甚至能够抱上重孙。如果这是你的目标，也把它写下来。

第二，可以想一想自己有没有一些特别的爱好或者喜欢做的事，很长时间以来都没有时间再去做了。你可以试着在这些事情上面多花一些时间，把它再提高一个档次水平。比如说你喜不喜欢养花养草，能不能够把它养得更好。喜不喜欢一些特别的宠物或者旅游，可以把这些爱好拾起来，可以把它做得更出彩。



第三，可以尝试着去学习一个新的东西，比如说一门新的乐器，学唱歌、学跳舞，或者学一门新的语言，给自己一点挑战，学习一个从来不会的技能。医学研究发现，学习新技能能够有效地激活人的脑细胞，甚至有预防老年痴呆的作用。而且在你做感兴趣、愿意学的这个事情中，你会收获很多的健康和快乐。

四、生活不孤单

孤独感是长寿的大敌。孤独感会增加人体皮质醇的水平，皮质醇是你身体内的一种压力激素，会控制你的情绪、健康，会控制你的免疫细胞和炎症反应，皮质醇如果长期偏高的话，免疫系统就会被削弱，人就更容易生

病。一个孤独的人，他的血压常常比正常人要高出不少，而且心脏病和脑卒中的患病率是常人的 3 倍。

怎样才能做到不孤单呢？这里也给三个切实可行的建议。

第一个建议，要参与主动的娱乐，而不是被动的娱乐。

什么叫主动的娱乐？就是可以全身心地参与在里面，并且可以手脑并用，和别人互动的活动就叫主动的娱乐。比如说现在很流行的跳广场舞就是个主动的娱乐，因为需要去学习，需要灵活地使用你的身体和大脑，还需要和很多人一起协作。

什么是被动的娱乐呢？被动的娱乐就是被动地接受信息，而

跑步、游泳、增强心肺能力、爆发力的这些活动，对老年人其实意义不是很大。对于提高生活质量来说，反而是提高肌肉力量，改善关节的柔韧性，提高平衡能力才是关键。

不需要主动地反馈的过程。比如说看电视，你坐在那里什么都不用干，只是被动地接受信息就行了。或者你在网上看新闻，看视频，看小说，也大多属于被动的娱乐。被动的娱乐在很大程度上只会增加你的空虚和无聊，对于排解孤独其实没有太大的帮助。所以要真正地减少孤独感，需要参与主动的娱乐。

第二个建议，要走出房间，多去外面跟别人沟通和交流，保持一颗好奇的心，多学多问。

比如外出买菜的时候可以向别人请教怎么做菜。去餐厅吃饭的时候，觉得哪个菜做得好，可以跟后面的厨师交流，问人家这个菜是怎么做的。或者和隔壁邻居聊聊天，谈谈各自的家长里短，如果你把心灵的窗户打开，多跟人交流，那你的生活一定会洒满阳光。

第三个建议，如果你不是特别讨厌动物的话，建议可以养一只宠物，不管是猫还是狗还是鸟，都可以。

在北京，很多老人都有在四合院里养鸟的习惯，并且给鸟取

上名字，每天早上去公园遛一圈。我们的邻居日本，宠物的饲养率是全世界最高的。这跟日本的长寿其实也有一定的关系，因为动物是人类最好的朋友，老人有伴不孤单，所以也就活得比较长。

结语

生活在我们这个时代真的是非常幸运。因为生命科学和医学的发展，我们有很大的概率能够活过 100 岁，这在人类历史上

是前所未有的。但是这两个前提，第一是不能折腾自己的身体，第二是要学习如何保持健康的能力，增大这种概率。

可以说，70 岁到 100 岁的生活质量很大情况下取决于我们今天的选择和行动，这就是长寿的四大基石——天天要活动，饮食有节制，日日有盼头，生活不孤单。如果这些你都能一一做到，那你一定能活得更健康、更有质量。



2018 年十大流行语

文 / 本刊编辑部

12月3日,《咬文嚼字》编辑部公布了杂志评选的2018年十大流行语。命运共同体、锦鲤、店小二、教科书式、官宣、确认过眼神、退群、佛系、巨婴、杠精入选。《咬文嚼字》杂志是一本知名的语言文字杂志。杂志主要内容是纠正媒体、艺人、名人在公开场合用错的字词。

2018 十大流行语

命运共同体

人类命运共同体指全人类都生活在同一地球上，同处于一个利益攸关的集体中，各国要在追求本国利益时兼顾他国合理关切，在谋求本国发展中促进各国共同发展。

2018 十大流行语

锦鲤

2018年国庆期间，支付宝官方微博开展了一个抽奖活动，抽中的人为“中国锦鲤”，吸引300多万次转发。“锦鲤”是“好运”的象征。“锦鲤”的走红及其意义的泛化，隐含了人们对美好生活的向往。

2018 十大流行语

店小二

发扬“店小二”精神，是社会经济结构中政府部门及领导干部角色的重新定位，是新时代全面深化改革的具体举措。

2018 十大流行语

教科书式

2018年5月，有人上传了一个上海民警街头执法的视频。视频中执法人员查处违法行为，无论是执法程序还是现场指令等都无可挑剔，具有教科书式的规范性，被网民称为“教科书式执法”。

2018 十大流行语

官宣

2018年10月16日，赵丽颖与冯绍峰同时在微博上发布“官宣”，公布二人结婚喜讯，引发网络疯狂转发。几天后，“官宣”纷纷出现在新旧媒体上，都是某个人或某机构宣布的某消息。

2018 十大流行语

确认过眼神

出自林俊杰《醉赤壁》里的一句歌词：“确认过眼神，我遇上对的人。”今年走红网络的“确认过眼神”，仅表示“确认过”“甄别过”的意思，与“眼神”不一定有关。

2018 十大流行语

退群

退群，即退出某个社交平台上的交流小组。后来，含义引申，使用范围扩大，退群也指退出某一群体。

2018 十大流行语

佛系

有人说，“佛系”的流行体现了年轻人对锱铢必较、非理性争执的反感，希望构建和谐的生活秩序。也有人说，年轻人以“佛系”自嘲，体现的是一种求之不得干脆降低人生期待值的无奈，反映的是一种不可取的消极生活态度。

2018 十大流行语

巨婴

人们用“巨婴”指心理滞留在婴儿阶段的成年人。这类人以自我为中心，缺乏规则意识，没有道德约束，一旦出现超乎自己预期的情况，就会情绪失控，产生过激的非理性行为。

2018 十大流行语

杠精

杠，即抬杠；精，即精灵、精怪。杠精，指“抬杠成精”的人。这种人往往不问真相，不求是非，为反对而反对，为争论而争论。



COMICS 职场漫画

比例偏见



人非机器，对相对大小、实际大小，常常混淆，这就是比例偏见。你，是那个少见的清醒者吗？

实战运用：

我是卖相机的，想让用户觉得我卖的相机超值，怎么办？把买1送3，改成买1送10，甚至买1送20，送一些小配件，比如送镜头布、UV镜、小包、sd卡、读卡器、吊绳等等，让用户觉得非常超值。

我是医生，想让大家理解一种流行病的患病率已经不低了，怎么办？把患病率1.35%修改为13.5%，或者万分之135，以突出这种病的严重性。

我是做淘宝的，想用促销来吸引一波客户，怎么办？单价50元优惠10元就写直降20%，单价500元优惠20%就写直降100元，也就是单价低用百分比，单价高用金额。

HAPPY BIRTHDAY

10

10.06 应程彬 10.08 赵 一 10.10 奚建生 10.17 孙红宏
10.18 江以锋 10.24 王建彬 10.26 汪 晓 10.28 李 忠
10.29 钱军潮 10.29 陈钰亮 10.30 吴浩杰 10.31 吴清苗

11

11.07 陈益军 11.08 王晓鹏 11.20 徐玉俊 11.22 孙国荣
11.22 徐国才 11.26 陈忠炎 11.30 陈建忠

12

12.03 马勇军 12.14 黄金谦 12.14 周 圆 12.15 朱林凤
12.24 陈 洁 12.25 裘观根 12.31 楼海啸

with lots of love and laughter! May all your birthday wishes come true.

新年快乐

2019
YEAR OF THE PIG

