



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

办公地址：杭州市临安区农林大路969号

网址：www.china-xiao.com

全国服务热线：4008-269-700



今日悉奥

XIAO TODAY

2020年第1期(总41期)

今日悉奥 XIAO TODAY

第41期

2020年4月出版第1季度
内部刊物 免费交流

工程涂料第一品牌

管理纵横

利润才是硬道理

● P21

行业动态

后疫情时代， 涂料企业何去何从？

● P54

鲁班评说

提升项目管理水平， 提高项目盈利能力

● P35



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯

封面人物：2019年度销售状元——夏晓萍

低垂的果实，已经没有了

2020 年，以一个意想不到的方式拉开了序幕。你可能也会有这样的感受，虽然疫情已经逐渐平稳，但过去那些稳定的、确切的通道这两年逐渐消失了。

处在这样的节点上，很多人不禁要问：如今生意做得又累又辛苦，我已经足够努力，却还是在生存边缘挣扎，再加上疫情的突然打击，雪上加霜，我该怎么办？

这个问题其实非常具有代表性。红利变成红海，利润越摊越薄，竞争越来越激烈，疫情突如其来，用阿里巴巴前参谋长曾鸣教授的话说：“容易赚的钱肯定是没了，往后大家都得做更辛苦的事。”接下来的每一步，都在考验我们的创造力和选择力。

换句话说：以后，要靠本事赚钱了。

有一位做餐饮的企业家，说了这样一句话：我们永远不赚客户的钱，我们只做一件事，我们只帮客户省钱，从省下的钱中间我们拿走一点点。

他是做什么的？他是做中央厨房的，去帮助那些高端餐厅去做好预制菜的。做什么菜？剁椒鱼头做吗？清蒸刀鱼做吗？他说，我们不做，那种菜太简单。比如说清蒸刀鱼，蒸一下就好。我们只做那些，餐厅需要做大量时间成本来准备的菜，比如红烧肉，比如糖醋小排，比如狮子头。我在中央厨房做好，比他自己在现场做，人工成本要便宜很多。我们凭本事帮用户省钱，然后，我们从省掉的钱中间分一点点。

所以，在疫情期间，他们的生意不但没有受影响，反而同比增长了 300%。

低垂的果实，已经没有了。过去 40 年，中国的 GDP 平均以 9.5% 的速度在增长，去年是 6% 左右，今年上半年可能不到 4%。商业世界，换卷子了。出题一下子难了。过去，随便考考都能拿 90 分，现在只有靠真本事，才能及格了。

在逆市之下，唯有靠本事赚钱。什么本事？构建战略势能，用稀缺能力支撑价值空间。小改变叫红利，大改变叫趋势，趋势的转变看你能不能抓得住。经济一定会复苏，但经济从来不会原路返回，一定会有一个增长，但是可能会增长在另外一些人身上，就是那些抓住了机会的人身上。这些人抓住了机会，建立了自己的管理能力，建立了自己的资产和基本功，成为了巨人，他们是真正的取势者。

只有这样，才能走出冬天，大展鸿图。 

EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部

			
主编 黄金谦	副主编 夏小良	副主编 黄 锡	责任编辑 童亚青
			
编委 范黎明	编委 马勇军	编委 喻光炎	编委 陶志培
			
编委 王新军	编委 王晓飞	编委 徐玉俊	编委 陈钰亮
			
编委 罗雄飞	编委 连 城	编辑 胡 霞	编辑 裘丽莎

出刊日期：2020 年 4 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

目 录 CONTENTS

公司 风采 Company Elegant

- 02 | 悉奥时讯
- 08 | 疫情无情人间有爱，悉奥涂料爱心捐款助战“疫”
- 10 | 复工复产，悉奥在行动
- 12 | 悉奥买化塑智慧商铺正式上线
- 14 | 奔跑中的悉奥

营销 谋略 Marketing Strategy

- 18 | 疫情来了，工作照样不放松
- 20 | 一场疫情带来的深思

管理 纵横 Management Aspect

- 21 | 利润才是硬道理
- 28 | 疫情之下浅谈企业管理

科技 之光 Frontier Technology

- 33 | 在水包水外墙施工中，怎样做到喷涂均匀？

鲁班 评说 Engineering Management

- 35 | 提升项目管理水平，提高项目盈利能力

党政 要览 Party News and Policies

- 38 | 疫情防控彰显党的组织体系强大优势

员工 心声 Employees' Voice

- 40 | 成长比成功更重要
- 42 | 疫情之下的身份转换
- 44 | 疫情感想
- 46 | “教育”不是“叫育”
- 48 | 说说我的家人们
- 50 | 思考

行业 动态 Industry Dynamics

- 51 | 2020 年中国涂料行业的四大机遇与三大挑战
- 54 | 后疫情时代，涂料企业何去何从？

知识 百味 Joy and Knowledge

- 56 | 知识小贴士：7 个关键词读懂习近平防控常态化部署
- 57 | 生日祝福

悉奥时讯

XIAO NEWS

悉奥成功中标金科集团嘉善美集嘉禾公馆项目

1月10日，经过众多涂料品牌商的激烈竞争，悉奥成功中标“金科集团地产股份有限公司嘉善美集嘉禾公馆项目”，开启合作征程。经20余年创新发展，金科集团现已是一家以民生地产开发、科技产业投资运营、生活服务、文化旅游康养等相关多元化产业四位一体协同发展的大型企业集团，具备强大的综合竞争力，是城市发展进程中领先的“美好生活服务商”。公司总资产2700多亿元，员工2.5万余人，地产行业综合排名第17位，连续多年跻身“中国企业500强”、“中国民营企业500强”、“中国地产品牌价值10强”。

Jinke 金科
美好你的生活

富冶集团相关领导莅临我司参观考察

1月10日，富冶集团相关领导一行人来公司考察。在公司营销中心总经理范黎明，总工连城，工程中心工程部经理范雪辉的陪同带领下，考察组一行人先后参观了我司的行政办公楼、车间形象展示馆、研发楼、生产车间、自动化生产线、成品仓库等设施。通过本次参观考察，对方领导也对我司的整体规模实力有了更深入的了解，也为进一步的打下了坚实的基础。



营销中心年终学习总结交流会

1月11日，营销中心举行了年终学习总结交流会，本次交流会由营销中心总经理范黎明主持，狼崽计划全体成员参加。本次交流会是对公司去年狼崽计划良好推行的反馈，也是总结2019年学习、感悟和体会的良好方式。本次交流会上，各位狼崽计划成员各抒己见，总结了自己一年学习的成果和不足，以及在接下来的学习中希望得到的收获和补充的内容。最后，狼头范总也做了总结性发言，肯定了各位狼崽的学习成果，以及对未来一年的期许，也希望通过不同的方式让我们的小狼崽们更快成长。



公司内刊《今日悉奥》十岁了

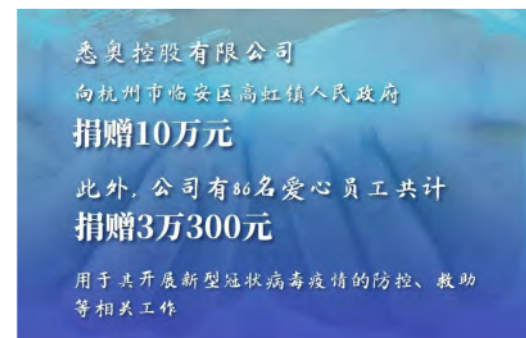
1月11日，公司内刊《今日悉奥》迎来了第40期。一年四刊，《今日悉奥》已经走过了整整十年，迎来了十岁生日！在全体悉奥人的支持下，《今日悉奥》累计发行约一万六千余册，发表五百余篇稿件，六十余万字。这一本本的内刊中，记载了悉奥的发展与成长，记载了悉奥的文化与核心价值观，更记载了每一位悉奥人追求梦想的坚实步伐。这份内刊，是伴随悉奥文化演

进的一个舞台，是企业文化演进的一个历史记录，也生动展示企业蓬勃发展的良好形象，并逐渐成为一个能够让员工敞开心扉、交流沟通的平台，成为传承企业文化的文字载体和有机构成。我们一路走来，历经辛苦，依然初心不改！感恩有您，相伴十载！《今日悉奥》所凝聚的力量让我们不忘初心，始终敬畏！在未来，内刊团队仍肩扛着企业赋予的使命和责任，坚定信心，再踏新征程！



悉奥涂料爱心捐款助战“疫”

2020年的春节，一场突如其来的新冠肺炎在以湖北武汉为中心的中华大地爆发。在这艰难的时刻，全国人民正携手共同战“疫”，公司一直以来注重社会公益事业，对此次疫情也高度重视。为积极响应党中央国务院、区委区政府、高虹镇政府的决策部署，公司向临安区高虹镇人民政府无偿捐款10万元，尽企业的一份绵薄之力。同时，公司向全体员工发出爱心捐款的倡议，仅仅在倡议发出数小时后就有86名员工参与爱心捐款，共募集3万300元。此次募集到的所有善款将专项用于高虹镇政府开展新型冠状病毒疫情的防控、救助等相关工作。



悉奥有序复工，我们在行动

2月13日，经公司自主申报、镇街初审、现场核查和企业复工专班审核，公司取得复工通知书。随后，公司立即召开各中心总经理碰头会，具体落实复工后续等工作。在会上，行政行政中心总经理童亚青介绍复工草案以及防疫工作具体落实，随后各中心讨论形成一致意见，复工后实行以居家办公为主，到岗上班为辅，并对员工实行每日健康统计。最后公司董事长黄总强调，虽实行居家办公为主，但公司要第一时间将政府的声音和动态传递给全体员工，让员工实时掌握公司动态。根据目前疫情战的时长不确定，要求防护物资组备足防护用品，以便接下来在建工程开工后的物资储备。



公司有序推进复工复产

自2月14日复工后，公司制造中心各条生产线有条不紊地忙碌着，一手抓疫情防控一手抓生产。在严格落实防疫要求和切实保障员工身体健康的前提下，也为保证公司承揽的重大项目—宁波市机场快速路涂料工程的生产任务按时保质保量完成，截止昨日，该工程的第一批材料已完成生产并运送至工地。



市相关领导莅临我司调研复工复产情况

2月20日上午，杭州市人力资源和社会保障局综合处处长傅宁宇一行，在临安区人力资源和社会保障局人才资源管理办公室副主任卞峥的陪同下，莅临公司调研复工复产和疫情防控等情况，公司总裁黄锡等领导接待。公司行政中心总经理童亚青向各位领导介绍公司复工复产相关情况，傅处长在仔细听取公司领导汇报后，对公司的防疫和复工工作表示肯定，同时，对一些可以做的更好的地方给出了意见和建议。最后公司总裁黄锡对各位领导的莅临表示感谢，并表示对接下来防疫工作会按规定流程做的更加完善，同时也会以最好的复工复产成果来回馈社会。



区相关领导来我司调研复工复产情况

2月22日下午，区住建局总工程师李剑一行，在高虹镇相关领导的陪同下，莅临公司调研督查在建项目复工复产和疫情防控情况。公司董事长黄金谦等领导参与了接待工作。调研中，黄总向各位领导介绍了在建项目复工复产、疫情防控等相关情况，并表示在建项目已根据上级政府以及总包要求，严格按照不同地区不同项目，根据项目实际制定相关防疫措施并逐一落实，特别要明晰施工人员的动向以及严禁红码或黄码人员上岗等。同时，也将落实安全生产作为复工的必要条件。李总听取介绍后，对公司的疫情防控和复工复产工作表示肯定，并强调，公司和在建项目要持续做好疫情防控工作，确保在加强疫情防控和安全的的前提下，全力以赴抓好复工复产各项工作。



省卫健委驻企督导组莅临公司指导疫情防控工作

2月28日上午，浙江省卫生健康委驻企健康督导组黄桢翔、袁夏冰和高虹镇乡镇卫生院院长夏彬一行人来我司指导复工复产后疫情防控工作，公司行政中心总经理童亚青参与了接待。首先，童总向各位领导介绍了我司复工复产、疫情防控等相关情况，随后专家组实地查看了疫情防控及复工复产的情况，并详细询问了我司复工复产情况、疫情防控情况及面临的问题。专家组对我司疫情防控的一些做法给予了肯定与赞赏，对接下来正常开工后的一些应急情况进行了深入的讲解，并强调，做好疫情防控是当前最重要工作和头等大事，要毫不松懈抓好疫情防控工作，坚决杜绝麻痹大意和侥幸心理，统筹推进疫情防控和复工复查。



市“战疫情·促发展”工作推进会

3月2日下午，杭州市“战疫情·促发展”工作举行，这是一次云上大会，举行了云上签约、开通了云上服务。会议以视频形式召开，各区县市、镇街等设立分会场，属地规上企业和人才代表参加，公司行政中心总经理童亚青在高

虹镇会场参加会议。本次会议由张仲灿主持。会上，“鲲鹏”企业等受表彰，企业家代表宣读了倡议书，发布了杭州市“读地云”及产业用地全球招商计划、政商“亲清在线”平台，举行了招商引资项目网上签约，阿里巴巴集团、吉利集团、贝达药业、恒逸集团、市经信局主要负责人作交流发言。周江勇书记代表市委市政府向受表彰的企业表示祝贺，向全市广大企业在“双线作战”中的表现致以感谢和敬意。他指出，新冠肺炎疫情发生以来，在中央和省省委省政府的领导下，全市上下同心协力，统筹推进疫情防控和经济社会发展“双线作战”，取得了阶段性明显成效。还强调希望广大企业积极主动、率先突围，以实际行动为“两战全胜”作贡献。做强企业、苦练内功，真正成为基业常青的老字号。公司也将以此次推进会为契机，进一步强化创新思路，对接新业态，运用新技术，为当地经济做贡献。



市综合协调组莅临我司调研疫情防控情况

3月6日上午，杭州市综合协调组成员杭州市人力资源和社会保障局党组成员、副局长方海洋，行政审批处副处长于杰，轻工技师学院方冀生等一行人莅临公司调研复工复产和疫情防控情况。公司行政中心总经理童亚青参与接待工作。调研中行政中心总经理童亚青向各位领导介绍了复工复产、疫情防控等相关情况，各领导听取公司情况后对公司防疫和复工工作表示肯定，并询问了我司复工复产、疫情防控、用工人员等情况面临的问题。童总就我司遇到的复工复产的问题对领导进行询问，并获得了满意的解决方法。



杭州绿城滨峰建设等相关领导来我司考察

3月10日，杭州绿城滨峰建设管理有限公司、杭州市滨江区农村多层住宅建设管理中心相关领导来我司考察。公司参与接待的领导有董事长黄金谦，副总裁范黎明，营销中心工程应用总监裘观根。双方在公司办公室简单沟通交流后，驱车前往高虹车间进行进一步的考察，主要就车间形象展示馆、研发楼、生产车间、自动化生产线、成品仓库等设施进行参观考察。随后就原材料，自动化程度，施工能力等问题详细交流，整个交流过程流畅顺利，双方也希望通过本次交流的机会为未来双方的持续合作打下坚实基础，达到合作共赢的战略目标。



我区出台加强“双招双引”工作政策措施

3月12日，区政府召开了《关于大力开展“双招双引”全力推动产业高质量发展的若干政策意见》的会议，我公司行政中心综合办副主任丁同舟在高虹镇政府分会场参加本次会议。“此次出台的政策是根据临安的实际需求而制定的，对临安经济社会发展具有十分重要的意义。”据区委书记卢春强介绍，《政策意见》

从住房保障、经营贡献、入住发展空间、产业基金带动、中介引资引智、服务保障六个方面分18条，对促进“双招双引”给予清单式政策扶持。《政策意见》明确要加大对各类人才和重大项目的住房保障力度。首先是加大人才专项住房建设供应力度，三年内将筹集建设不少于3000套的人才专项住房。同时，将提高人才购房和租房补贴标准，加大对重大项目落地的住房保障。同时，我区将加大对新引进重点产业项目的经营贡献奖励。对新引进外资重点产业项目以及对符合条件的新引进制造业重大项目，都明确了不同的奖励标准。



公司召开生产成本统计与分析会议

3月12日，公司在行政办公楼五楼会议室召开生产成本统计与分析会议。公司董事长黄金谦、总裁黄锡、制造中心总经理马勇军、财务中心总经理王晓飞以及各中心、部门负责人参加本次会议。本次会议由公司董事长黄总主持，主要商讨了生产成本统计与分析表的相关问题。在黄总的带领下各位同仁一同思考、讨论，并就相关问题如何解决作出了深刻而完整的剖析，最终达成一致。



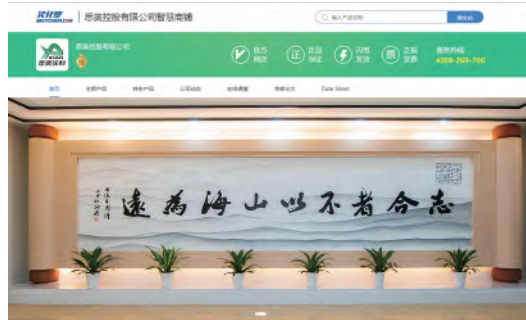
恒大地产集团有限公司相关领导来我司参观

3月12日，恒大地产集团有限公司相关领导来我司考察。在公司副总裁范黎明，二分公司经理黄鑫和市场副总董国女的陪同带领下，一行人先后参观了我司的样板展示厅、标准化厂房以及水性涂料生产线设备。相信通过本次参观，对方领导也对我司的整体规模实力有了更深入的了解，也为进一步的合作打下了坚实的基础。



公司买化塑智慧商铺正式上线

近日，公司在领先产业互联网平台买化塑推出的智慧商铺正式上线。此次上线了近10大建筑涂料产品系列，包括内外墙乳胶漆、反射隔热涂料、水性金属漆、质感涂料、真石漆等。所有产品均可一键索样，免费试用，确保产品品质。此次合作，双方将携手共同布局线上线下全渠道的销售服务网络。当下，5G已经蓄势待发，传统行业争相向智联科技方向转型，产业互联网平台在其中的价值愈加凸显。对于公司来说，将有助于为悉奥品牌拓宽流量渠道，与客户需求精准对接，让客户更方便购买到悉奥的涂料产品，了解悉奥的动态。



直播“云课堂”，政策助复工

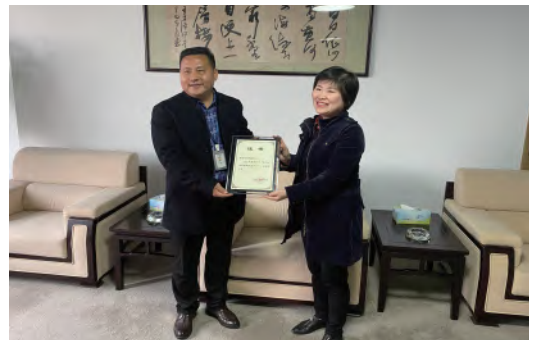
3月18日上午10点，临安区委人才办和区经信局联合开启“智汇临安”云课堂直播政策宣讲，区经信局法制科科长陈振东当起了“网络主播”，全面解读《关于全面实施“新制造业计划”推进高质量发展的实施细则》，公司行政中心综合办组织相关人员进行线上学习。一场“线上直播、在线解答、线下联系、全局动员”的政策宣讲新模式，短短半小时，便吸引了8213人在线观看，回答网友咨询73条。经信局党委副书记邓志明认为，在线直播宣讲政策是疫情期间经信局“服务企业360°”活动的一项创新举措，可以更好帮助企业复工复产，对于机关党员干部是一种很好的历练，同时直播的公开透明，更便于政策实施、评审和监督。下一步经信局还将根据反馈情况开设更多的类似服务和培训。

同体借款兑现联系方式			
借款名称	部门名称	联系电话/邮箱	联系方式
工业固定资产投资、节约集约用地奖励	区经信局	产业投资科	61096667
数字化改造补贴、工厂物联网项目资助	区经信局	数字经济科	63722554
省市级科技奖励	区经信局	经济运行科	63722179
“专精特新”人才培养、企业技术中心、企业公共平台奖励	区经信局	企业服务科	63723054
区微技术攻关项目、产业创新服务综合体建设	区经信局	高新技术发展科	63758974
企业参保、企业兼并重组	区经信局	产业发展科	63711827
建设公共保障仓	区经信局	对外经贸科	63721408
淘汰落后产能、企业绿色发展奖励	区经信局	绿色制造科	63722172
使用节能电机产品奖励	区发改局	能源管理科	63718934
融资担保体系建设	区发改局	金融管理科	63723096

公司荣获浙江省信用管理示范企业

3月24日下午，浙江省企业信用促进会、杭州市临安区市场监督管理局相关领导莅临我司进行“浙江省信用管理示范企业”授牌，并做了亲切的交谈。公司董事长黄金谦、行政中心总经理童亚青对领导的到来表示热烈欢迎。交谈中领导表示，要把信用经济与信息经济结合起来，努力壮大共享经济，在共享好信用信息的同时，更好管理信用信息，充分利用好平台经济这一经济形势。近年来，我公司大力推进企业标准化、规范化建设，通过诚信建设来提升兴业品牌。把信用管理工作作为企业日常管理的一项重要工作来开展，建立了完善的信用管理流程

和责任制度。在市场经济条件下，企业信用已成为企业生存与发展的命脉。此次获得这一殊荣是政府部门对我公司长期诚信经营的肯定。以荣誉为鞭策，我公司将再接再厉，充分发挥示范引领作用，树立良好的社会信誉，推动企业持续、健康、快速发展，为促进“信用杭州”建设和我市创建国家社会信用体系建设示范城市作出更大的贡献。



杭州市城建开发集团相关领导来我司参观

3月27日，杭州市城建开发集团有限公司（大家房产）招采部蒋总、杨经理莅临我司参观考察。副总裁范黎明，市场副总林美香，总工程师连城，营销中心副总经理罗雄飞，营销中心直销一公司经理李忠进行了接待。在简单的介绍完公司情况后，驱车前往车间进行了进一步的交流。在参观完工厂车间和形象展示馆之后，无论是产品的类型还是车间的自动化生产线，蒋总都给予了高度的认可，认为公司有能力强保质保量完成高难度，大强度的工程，公司也提出希望通过本次合作，为双方未来的继续合作打下坚实基础。





疫情无情人间有爱， 悉奥涂料爱心捐款助战“疫”

文 / 本刊编辑部

2020年春节，由武汉蔓延的新冠肺炎在全国爆发，本来合家团聚、四处游玩的日子戛然而止，代替而来的是一场没有硝烟的防疫阻击战。全国人民行动起来了，上下一心，并肩作战，同舟共济，风雨无阻，大家围绕这一个共同的

目标——打赢“疫”战。

疫情无情，人间有爱，在这艰难的时刻，全国人民携手共同战“疫”，白衣天使奋战在一线，各地爱心企业也积极开展支援行动，捐款捐物全力支援疫区。在这没有硝烟的战争中，一股股暖

流在全国大地上涌动，汇聚了力量，凝聚了人心。

公司所在地高虹镇作为临安区的重要工业基地，集聚了1.4万名外来务工人员，春节期间正值返工高峰，人员大量聚集流动，给疫情防控工作带来重大压力。

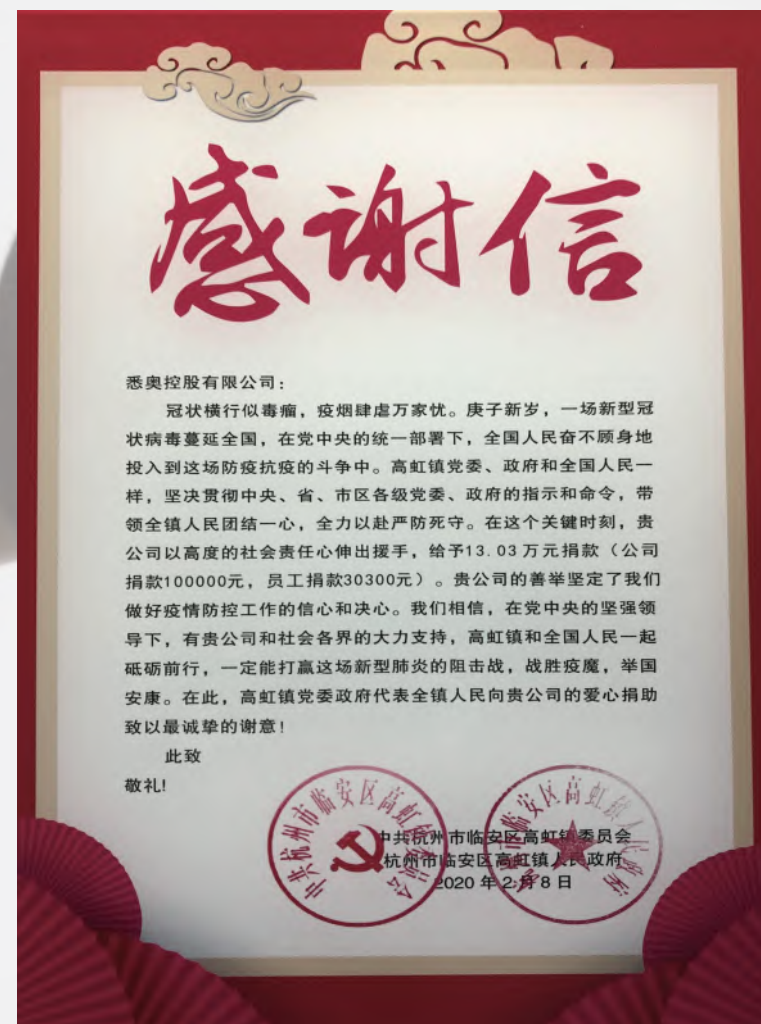
“一方有难，八方支援”公司一直以来注重社会公益事业，在此次疫情也高度重视，生命重于泰山，疫情就是命令，防控就是责任。为积极响应党中央国务院、区委区政府、高虹镇政府的

决策部署，悉奥控股有限公司决定向临安区高虹镇人民政府无偿捐款10万元，用积极捐款的爱心善举展现了企业的责任担当，尽到企业的一份绵薄之力。

同时，公司向全体员工发出爱心捐款的倡议，这一倡议得到公司广大员工的支持，各党员干部和企管会成员带头踊跃为支持疫情防控工作捐款，带领大家用实际行动诠释了党员的初心使命，慷慨解囊，鼎力相助，为打赢疫情防控阻击战贡献爱心和力量。仅仅在倡议发出数小时后就

有86名员工参与爱心捐款，共募集3万300元。此次募集到的所有善款将专项用于高虹镇政府开展新型冠状病毒疫情的防控、救助等相关工作。

2020年的开头看似很难，可是这个寒冬也是因为一点一滴的爱汇聚，变得格外温暖而充满力量。在“为中国城市增添色彩”的企业使命引领下，公司也将继续积极响应疫情防控，承担起社会责任，携手社会各界抗击疫情。中国加油！武汉加油！



复工复产 悉奥在行动

文/本刊编辑部

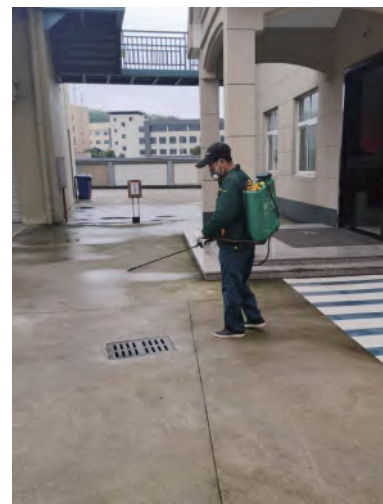
2020年春节，一场突如其来的新冠病毒疫情给全国各行各业带来很大的影响，全国人民的工作、生活面临严峻考验。在艰难的时刻，全国人民携手共同战“疫”。从2月9日开始，杭州市临安区疫情防控指挥部复工专班工业企业小组分4组，奔赴锦城、锦南、锦北、玲珑、太阳、潜川、高虹等镇街，联合所属镇街对申请复工企业进行现场审核和指导。经信部门制定并下发《临安区工业企业复工操作指南》，进一步明确复工时间、复工条件、复工流程、复工生产后管理、应急管理、服务保障等六个方面，让企业和镇街进一步明确如何复工申请。

公司本着对社会和员工负责的原则，根据当地政府相关复工相关规定和操作指南，以及结合自身实际，公司复工筹备组对员工情况摸底，做好复工的各项准

备。经信部门现场审核复工申请表、现场审核表、复工方案等9方面内容；卫健部门按照企业复工疫情防控“十个一”进行审核；应急管理部门对安全生产主要审核涉及四个方面进行审核。公司于2月13日取得复工通知书，公司也是杭州市临安区高虹镇首批复工企业。

公司取得复工通知后，公司就召集各中心总经理召开碰头会，具体落实复工后续等工作。在会上，由公司行政中心总经理童亚青介绍复工方案的草案以及防疫工作具体落实，随后由各中心讨论形成一致意见，复工后实行以居家办公为主，到岗上班为辅，并对员工实行每日健康

» 公司复工会议



» 厂区杀菌消毒

实抓细，严格落实防疫举措。加强职工健康防护与监测，向职工发放防护口罩，监测在岗职工体温，并签订《返岗人员防疫承诺书》。专人联系休假职工，全面了解职工身体状况，并形成相关记录。对复工员工进行登记，登记表内容包括本人当前身体状况、出行情况、佩戴口罩情况等信息。一旦发现身体异常的，按照相关防疫规定处置。

公司疫情防控小组每日三次



» 复工人员测量体温

统计。

会上，董事长黄金谦强调，虽员工实行居家办公为主，但公司要第一时间将政府的声音和动态传递给全体员工，让员工实时掌握公司动态。根据目前疫情战的时长不确定，并要求防护物资组要备足防护用品，以便接下来在建工程开工后的物资储备。

首个复工日，防疫在行动，



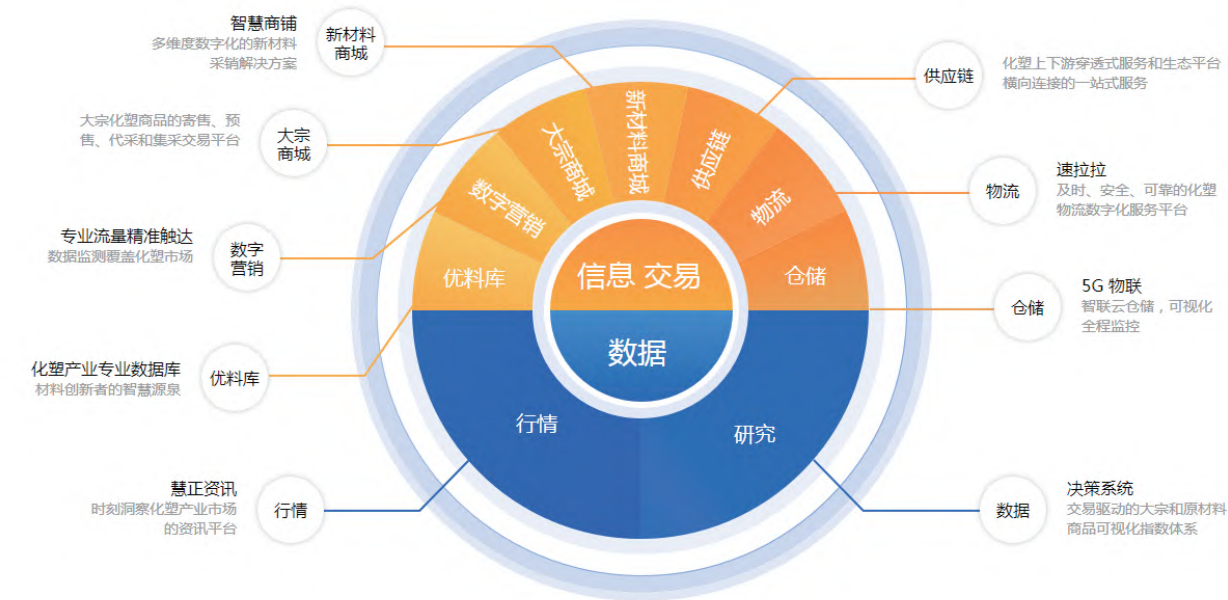
» 复工后生产第一批产品

» 复工后佩戴口罩上班



对厂区及办公楼进行杀菌消毒，消毒覆盖每个角落，确保公共场所环境卫生。确保公司内部人员的防护安全，特别注意避免人员聚集。

疫情当前，复工复产是对我们的一场大考。公司将时刻绷紧安全弦，严格落实各项措施，确保公司复工复产安全、有序，逐渐回归正常工作轨道。众志成城，共抗疫情。



» 扫码进入悉奥智慧商铺

浙江悉奥涂料有限公司，始创于2000年，于9月15日悉尼奥运会开幕之日注册登记。悉奥涂料/悉奥装饰是国内领先的涂料生产企业及涂装方案提供商，在工程建筑涂料等领域优势显著。

悉奥拥有独树一帜的营销模式，其一改传统的以经销商代理施工为主的工程涂料营销模式，另辟蹊径，大胆采用特有的“直销”模式，强势推进以直销工程渗透市场、以一站式方案赢得市场、以零距离服务取信市场的营销理念，厂家肩负起从研发到生产、到销售到涂装的一条龙服务，剥离中间环节、简化中间过程，带来更低的成本和更高的效率。依靠强有力的科研队伍、差异化的营销模式以及自身的本土适应性，悉奥得以快速成长。

悉奥此次上线了近10种建筑涂料产品，包括内外墙乳胶漆、反射隔热涂料、水性金属漆、质感涂料、真石漆等。所有产品均



» 悉奥买化塑智慧商铺

悉奥买化塑智慧商铺正式上线

文 / 本刊编辑部

近日，悉奥控股有限公司在领先产业互联网平台买化塑推出的智慧商铺正式上线。

当下，5G已经蓄势待发，传统行业争相向智联科技方向转型，产业互联网平台在其中的价值愈加凸显。买化塑深耕化塑垂直市场近20年，逐渐形成以信息服务为基础、交易服务为场景、数据服务为支撑的综合产业互联网服务提供商。

智慧商铺是买化塑于2018年12月推出的，针对化工和材

料供应商深度定制的互联网产品，核心是利用数据化管理的方式帮助客户多快好省的获得精准的销售线索，为用户提供行情指数、产品创新解决方案、线索服务、7*15小时客服和系统AI跟踪及店铺设计等服务。

自上线以来，买化塑智慧商铺凭借强大的流量运营实力和销售转化效果，已经吸引了多家知名化工企业入驻，除悉奥之外，还包括迪古里拉、嘉宝莉、名士达、巴德富、保立佳、朗盛等。

悉奥控股有限公司，前身为

可一键索样，免费试用，确保产品品质。

一个是涂料行业领先企业，一个是垂直行业的领先产业互联网平台，双方携手，共同布局线上线下全渠道的销售服务网络，利用买化塑在产业互联网领域多年来沉淀的能力和技术，帮助传统化工企业加速转型升级，同时运用数字化方式让整个交互过程

变得更加简单和高效。

此次合作，对于悉奥来说，将有助于为悉奥品牌拓宽流量渠道，与客户需求精准对接，让客户更方便购买到悉奥的涂料产品，了解悉奥的动态。对于买化塑来说，也是线上线下融合营销模式的一次新的探索。悉奥入驻买化塑智慧商铺，可以充分发挥各自的优势，为行业客户提供更加优质的服务体验。

奔跑中的悉奥

——记悉奥控股有限公司董事长黄金谦

本文刊登于《新临商》2019年第四期，由特约撰稿人肖火金撰写



» 悉奥创始人——黄金谦

走进悉奥控股有限公司涂料墙艺馆，迎面就看到大厅正中几个苍劲有力的大字：“志合者，不以山海为远！”这是国家主席习近平曾经两次在金砖国家领导人会晤时引用的一句中国古话。用在这里相当于迎宾欢迎词：“有朋自远方来，不亦乐乎！”

展厅进口处一幅题为《奔跑中的悉奥》的画，十分引人注目。这幅画立意新颖，构思巧妙，它

不是用画笔绘制而成，而是采用涂料桶、安全帽、涂料刷、钢卷尺等工具拼凑成一幅形似奔跑的动态画面，也许从艺术角度来讲，这幅画并不可取，但正是由于它的原始、粗犷，更容易给人留下无穷遐想的空间。以此画比喻企业在奔跑中前进，可说是恰到好处。

进入墙艺展示馆，一阵浓郁的艺术气息扑面而来，这里可说是中西方建筑文化大荟萃，有欧

美的、中式徽派等等各种建筑风格的外墙，涂料有金属漆、真石漆、仿石漆、御匠挂石漆等等品种，经过悉奥匠人的精心调制，形成了不同款式、不同品类的涂料饰面，成为一件件色彩鲜艳、琳琅满目的精美艺术品，带来的视觉冲击更加震撼人的心灵。尤其是该公司开发新产品御匠挂石漆的仿真度，几乎达到以假乱真的效果，令人叹为观止。

展厅的设计引入了中华文化的源头，被誉为“宇宙魔方”的九宫格来布局，整个展厅就像一个大迷宫：中宫是太极，八卦分布八宫，中宫为土，东、南、西、北四个个方位的五行木、火、金、水，五行对应五种颜色，展厅的外墙实景完全是按照五行的方位和颜色来布局的，充分体现了中国传统文化中的天人合一、人与大自然和谐相处的哲学理念。悉奥墙艺展示厅外墙实景的展示面积为4000多平方米，无论是在规模、规格、设计理念和布局上，在全国同行业中堪称前列。

笔者在技术人员的陪同下，

参观了公司的科研室和生产车间，车间整洁而又明亮，安装了国内最先进的自动化机器设备，工人们正在井然有序地进行流水线作业。车间的出口有一条长廊，被布置成“时光隧道”，墙上有序排列着公司自成立后发展到今天的图片，配上灯光，身临其境，能感受到悉奥发展的轨迹。

暴晒场是最后一个参观的地点，听技术人员介绍，它是用于涂料样板在阳光下暴晒下检测产品耐候性能是否达标，这个暴晒场是目前国内同行业中规模最大的。

至此，整个厂区都参观完毕，虽说只是走马观花，看到的仅仅是企业的表面现象，然“窥一斑而知全豹，处一隅而观全局”。悉奥公司这个墙艺展示厅，其实就是对外展示企业品牌、企业形象、企业文化的一个窗口，透过这个窗口，可以看到这家企业带头人不一的胸襟、眼界和格局，他的背后肯定有很多鲜为人知的故事，笔者对接下来的采访，心中隐隐有些期待。



“悉奥”名字的来历

在董事长办公室，笔者见到了悉奥控股有限公司的掌门人黄金谦先生。他是个健壮精悍的中年男子，圆圆脸庞上很难看出岁月洗刷留下的痕迹，一对炯炯有神的大眼睛流露出冷静深邃的目光，显现出岁月沉淀下来的沉稳和睿智。

拉家常式的采访在轻松的气氛中进行，话题先从公司的名字上开始聊起，因为凭笔者直觉，“悉奥”这个名字不一般，决不会是无的放矢，胡编乱造出来的，其中肯定有故事。果不其然，黄总的一个小故事道出了“悉奥”的来历……那是在2000年，人类纪元的第二个千禧年。那一年，他刚好39岁，接了“四十不惑”之年。人到中年，时不待我，有了紧迫感，这个年龄段的黄金谦已经少了青年时的狂热与冲动，多了几分成熟与稳重。

2000年，房地产业开始升温，与建筑业相关的涂料市场的应用前景十分广泛，而国内的涂料产业的发展还处于初级阶段，黄金谦凭着敏锐的市场触觉，看中了涂料市场的巨大潜力，决定自主创业，进军涂料市场。要想成立一家生产涂料的公司，首先要在工商局注册，注册公司必须取一个名字，可取一个什么名字好呢？为这事，他可没少费心思，绞尽脑汁，好不容易想了几个名字，都觉得不合适，统统被“枪毙”了。正在为此事伤透脑筋之际，电视上播出了9月15日在澳大利亚悉尼举行第27届奥运会开幕式的新闻，心里蓦然一亮：“悉尼奥运会，好啊！公司就用‘悉奥’这个名字！”这真是：众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处。

就这样，在9月15日悉尼奥运会举行开幕式那天，黄总创办的公司以“临安悉奥涂料有限公司”这个名称，正式在工商局登记注册。可以说，悉奥公司与悉尼奥运会同年同月同日生，发

» 悉奥墙艺展示馆



展到今天，已有 19 个年头，到明年就是 20 周年了。

听了黄总的故事，不禁恍然大悟，直到此刻，笔者总算真正理解了墙艺馆那幅《奔跑中的悉奥》画的真正含义。表面上看起来，企业与奥运会是风马牛不相及、八竿子打不着的两大主体，其实不然，世界上万事万物，虽然千变万化，但万变不离其宗，它的本质意义是相同的。企业与奥运会都有一个共同的宗旨，那就是“竞争”。黄金谦当初给公司取这个名字，绝非是心血来潮，也是经过一番深思熟虑的，其寓意不言而喻，是寄希望于他的公司要与奥运会上的长跑运动员一样，一旦在起跑线上开始奔跑，就要发扬奥林匹克精神，努力拼搏，不停地奔跑下去，直到终点。



创业之路

对于自己创办的公司，黄金谦比较有信心，这与他从前的经历有关，他 18 岁高中毕业后就进乡办企业临天造纸厂当学徒工，由于他聪明好学，精明能干，进厂不久就显示出卓越的才干，因而得到领导赏识，职务直线上升，1982 年任车间主任，1983 年就提升为副厂长，1987 年提升厂长，那一年，他才 29 岁，成为整个乡办企业中最年轻有为的厂长。此后，他一直在企业里担任领导工作。从进厂至今，他可说是在企业里摸爬滚打了二十年，这段经历对他而言，无疑是一笔宝贵的精神财富。他早就想自主创业，可没碰上好时机，可

谓“英雄跃跃欲试，苦无用武之地。”现在他拥有了自己的公司，有了用武之地，终于可以施展拳脚，大干一番了。

可惜理想很丰满，现实却很骨感。创业之初，就碰上了无资金、无场地、无技术的三大难题。可黄金谦并没有在困难面前低头，而是千方百计地想办法解决，无资金，东挪西借拼凑；无场地，在钱王街延伸段租用了 300 多平方米的旧厂房；没有技术，聘用上海涂料研究所两位退休工程师当技术顾问。办厂之初，领导、生产、市场销售，满打满算才 10 个人。因陋就简，土法上马，在紧锣密鼓的行动中很快就开始投产，到年底才二三个月，产值达到几百万。

2003 年，由于年产值逐年递增，原有的生产场地跟不上发展需要，黄金谦在长桥租赁了 30 亩土地，建起了临安长桥水性涂料工厂，很快投入使用。至此，悉奥涂料公司发展进入了快车道。

把产品做到极致，这是黄金

谦魂牵梦绕的追求目标，而这种孜孜不倦的追求，几乎占据了他生活的全部，甚至出国旅游，每到一座城市，不是去欣赏异国风情，而是把眼光集中在观察研究国外城市建筑的外墙涂料上。有一次，他在美国费城旅游，发现一幢建筑外墙涂料仿石的仿真效果特别好，几乎达到以假乱真。这一发现使他欣喜若狂，如获至宝，迫不及待地研究起来。经过一番仔细观察，发现这种仿石漆采用的是一种新材料。当时他公司开发的真石漆产品是采用的材料是天然彩砂，仿真度只能达到 60%，自然是相形见绌，优劣自分。凭黄金谦直觉，这种仿石漆必将成为引领世界涂料行业的新型产品。

回国后，他马上召集研发中心的技术人才开会，成立攻关小组，研究开发这一产品。经过不懈的努力，终于开发出这引领世界涂料行业的新产品，它就是上文提到过的“御匠挂石漆”，成为了悉奥的拳头产品。顺带说一句，他们厂里测试涂料产品的暴



» 悉奥行政办公楼

晒场，也是他参观美国“陶氏化学”暴晒场后，回国之后建起来的。

悉奥公司有两大宝典，一个是《产品宝典》，收录了全球常用于建筑外墙饰面的 480 种石材，经不同的涂料品种、不同的工艺工法演绎成超过 5000 种仿石的涂料饰面，其仿真度最高可达 98%。丰富而有质感的仿石肌理，大量而差异化的仿石涂料，可供客户尽情挑选。另一个是《工程宝典》，则是对外施工人员品质统一、安全进度、劳务纠纷等等进行管理的法则，形成了理论与实践紧密结合的工程项目管理体系。

2017 年 9 月 15 日，是悉奥公司成立 17 周年，在美丽的青山湖畔中都宾馆，悉奥公司举行了盛大的庆典活动，在开幕式上，黄金谦作了个热情洋溢的发言，回顾了悉奥公司 17 年来的发展历程，引起了与会员工们的共鸣，会场上不时响起雷鸣般的掌声，经久不息。

17 年来，悉奥从只有 300 平方米厂房、10 个员工的小公司，成长为目前总占地 48 亩，总建筑面积 3 万平方米，拥有六层 5000 平方的行政办公大楼而，水性建筑涂料生产车间、干粉生产车间、研发中心、暴晒试验场、悉奥形象展示馆、神仙宫遗址等设施悉奥公司。公司员工队伍已经发展到 130 人，具有研发、品管、生产工程师团队 66 人、外墙工程涂装师团队 3000 余人，是目前国内建筑涂料行业生产与涂装一条龙服务最专业、最权威、最值得信赖的企业之一。

工程遍布全国 26 个省 160 个地市，北至黑龙江漠河，西至新疆博乐、云南昆明，南至海南三亚。



今日悉奥

黄金谦十分重视企业文化，

创办了《今日悉奥》的公司内部刊物，至今已经出刊 40 期，铜版纸印刷，图文并茂。笔者翻阅了一下目录，共有十个栏目：卷首、公司风采、营销谋略、管理纵横、科技之光、鲁班评说、党政要览、员工心声、行业动态、知识百味。笔者接触过不少公司，也阅读过不少公司的内部刊物，印刷如此精美，涵盖内容这么齐全且专业性如此强的刊物，还是第一次见到。

黄总告诉我，悉奥公司每年春节过后都要召开一次“中国建筑涂料工程之光发展论坛春季培训班”，至今已召开 13 期，会上要给公司前四名销售状元举行颁奖典礼，并把他们作为封面人物刊登在《今日悉奥》杂志上，这也是公司对先进员工采取的一种奖励机制。公司还建立乒乓球俱乐部，给员工提供体育活动场地。此外，经常组织员工参加一些户外活动，培养他们的团队精神。

巨大的精神食粮转化为生产力，悉奥取得骄人的业绩，获得不少荣誉，产品先后荣获浙江省十佳品牌、浙江省名牌；公司获评杭州市高新技术企业、国家级高新企业；公司研发中心获评省级高新技术企业研究开发中心；公司为中国建筑涂料装饰装修材料协会建筑涂料分会仿石涂料专家委员会委员单位。

奔跑中的悉奥，为你喝彩，为你加油！衷心祝愿悉奥在黄金谦老总的带领下，百尺竿头更进一步，取得更大的成就。

» 悉奥行政办公楼大厅





» 悉奥涂料——辽宁辽阳·枫丹名邸



» 悉奥涂料——浙江湖州·翰景府

疫情来了，工作照样不放松

文 / 黄鑫 直销二公司经理

此次疫情，对房地产企业的冲击是非常大的。目前在所有人都足不出户，大多数房地产公司的售楼部都是处于关停状态下，住宅楼盘基本就是毫无销售业绩的。而现在大部分房地产企业的负债率都很高，也就是说房地产企业必须不停的运作，利用高周转、快速消化以期达到资金快速运作的目的，最终产生利润来维持他的正常运转。

2020年的春节，是一个和以往都不一样的春节。因为在2019年12月湖北省武汉市突然爆发了新型冠状病毒引起的肺部感染，并赶上春运这个全国性的人口大流动，使其变成了全国性的可怕传染病疫情。为了响应政府号召遏制疫情

蔓延，在这个春节，大家做的最多的就是减少聚餐宅在家，外出戴口罩、回家勤洗手，随后政府部门也发出了延迟企业复工时间的通知。

此次疫情，对房地产企业的冲击是非常大的。目前在所有人

都足不出户，大多数房地产公司的售楼部都是处于关停状态下，住宅楼盘基本就是毫无销售业绩的。而现在大部分房地产企业的负债率都很高，也就是说房地产企业必须不停的运作，利用高周转、快速消化以期达到资金快速运作的目的，最终产生利润来维持他的正常运转。

通常情况下，每年开春都是房企销售状况较好的时期，一年之计在于春，这是完成一年销售任务的关键时期，这个时候如果停止销售，对房企来说将是致命的，将会导致一些抗风险能力较差的企业迅速死亡。

那么在这种不太友好的大环境下，作为我们涂料企业，如何做好自身的工作以保障公司的利益不受损害，觉得有以下几点：

一、首先，我们必须保护好自己不被新型冠状病毒感染，否

则一切工作都是空谈。我们应该听取专家们的建议：取消集体活动和聚餐，尽量不去人员密集的区域，外出必须戴好口罩，还有就是勤洗手和保持锻炼，保证自己在疫情解除后能够快速的进入工作状态。

二、在春节前的年终催款任务中有一部分工程款是没有到账的，对方当时已经承诺说年后一上班就付或者是年后第一次付进度款的时候一起付，也许在以前对方会说到做到，但是今年被新冠病毒这么一搞，我相信基本上这个承诺已经作废了。所以我们必须要对上述款项甚至是所有的在建工程进行多方面了解和全方位评估：

1、从企业官网或启信宝等途径了解企业最新动态；

2、从项目管理人员了解信息：对于年前未付的工程款支付

流程是否已经走完、疫情结束后是否能够按时支付等等情况；

3、要求业务员加强对客情关系人的联系并挖掘出内部消息；

4、将收集到的信息及时反馈至公司领导以便公司及时调整催款方式。

三、被新冠病毒疫情耽误了一个多月时间，也就是说我们工期计划也被推迟了一个多月，我们要及时的和甲方或总包取得联系并了解相关信息，比如：开工日期，返杭人员的防控措施，最新的工期计划等，以便我们可以提前做好开工准备或根据甲方的信息作出合理的工期及人员调整。

四、此次疫情加速了一些中小房企的死亡进程，不是破产就是被其他企业并购，行业的集中度会进一步加大，也就是说活下来的都是大企业，为什么？因为大企业的品牌效应好，购房者一般都会买账，要买的还是会去买；还有就是大企业的融资渠道比小企业宽，确保了企业在特殊时期能够渡过难关，所以我们未来的主要目标就是这部分活下来的大企业。

以上就是我对于这次疫情的一些思考。🏠

一场疫情带来的深思

文 / 李忠 直销一公司经理

今年开年并不太平，疫情肆意，武汉告急，真正到关乎生死存亡的危急时刻。这一次的疫情可能打破了很多人的出行计划，也对企业经营秩序和计划造成影响。面对灾难和经营危急，身为建筑涂料的营销人，我们应该有什么样的直觉力，如何做出正确的判断；如何克服恐惧；应该以什么样的心态面对困难呢。因为我们的工作的特殊性，在公司提出居家办公的这段时间里，我也沉下心来，把即将要办的事情理了理。



首先，年前的应收款回收。把已开票未收款、已结算未开票未收款、已开票还未收齐的款项、即将要收款项，保证金的退款等，全部细致的罗列出来，一项一项跟业务经理核对，通过业务经理和分公司一起跟业主方交流沟通，复工后第一时间处理回款事宜，全力以赴保证应收款的回收，必要时求助我们领导及法务的协助。

其次，已签合同项目复工后的提前准备工作。因为受此次疫情的影响，湖北又是重灾区，原计划4月中旬进场的十堰大家十里桃源外墙涂料项目，受到了非常大的影响。总包进场时间还未

确定，我们分包单位进场时间也就算不准了，但我们可以提前把准备工作先做起来，图纸的审核、施工费的确认、施工班组的确定、劳动力的安排、进场后的工期安排等，全部事先安排妥当，等待复工后，有条不紊的展开工作。山东华硕二期也存在着同样的问题，也同样要做好进场前的准备工作，不打无准备的仗。

再次，配合业务经理做好在谈项目的服务。居家办公期间，今年的业绩不能停滞，通过网络办公，线上对接，根据业务经理的要求，先把业务单位的线上资料的报备、报名资料及样板的制作寄送和确认。驻地分公司业务

上的配合，真正做到让业务经理放心、省心、安心。

最后，居家学习。通过网络，多学习关于销售方面的技巧，多掌握一些房产动向。所谓天道酬勤，要说会聊天技巧、工作中要多动脑，凡事要多总结多探讨才能使人进步。

疫情总会过去，人生还要继续，在向钟南山、李兰娟院士致敬的同时，我们更应该做好自己力所能及的防疫措施，不给社会增加负担，等待春暖花开，阳光灿烂时，正是我们发力奋斗工作时。山川异域、风月同天，中国加油！湖北加油！冬奥加油！🇨🇳



利润才是硬道理

文 / 黄锡 总裁

巴菲特说过这样一句话，只有退潮后，才知道谁在裸泳。这句话用在当前的新冠疫情下，尤其贴切。一些原先看起来一帆风顺的企业如今也频频敲响警钟，纷纷濒临倒闭边缘。首当其冲的就是服务业，其他行业比如房地产业、制造业同样也不能幸免。

国家统计局在3月公布的数据，2020年1-2月份的经济数据，

数据显示，疫情的确对经济造成了比较大的冲击，投资、消费、工业生产这三项反映经济形势的指标都出现了两位数的降幅。其中，固定资产投资下降24.5%，社会零售消费同比下降20.5%，年营收在2000万以上的工业企业增加值下降13.5%。

那么，世界总体经济态势怎么样？广泛的观点是，世界经济受到的冲击非常大，将面临衰退。

牛津经济学智库在3月初预测，世界经济增长率将从去年的2.6%降到今年的2%。这个数据当时看很悲观，现在看可能还是乐观了。但好消息是，衰退不会一直持续，最终会触底反弹。如今摆在众多企业面前的问题是，能不能撑到经济反弹的那一天。

疫情之下，如何才能活下去，将成为所有企业的需要思考的问题。增收节支，开源节流，

几乎是所以企业都会采取的应对措施。勒紧裤腰带过日子，将会常态化。把企业的每一分钱用在刀刃上，做到精细化管理，也将成为所有企业的必修课。



成本管理， 疫情下的必修课

这时候，成本管理，会成为一个绕不开的主题。我们知道，无论在什么情况下，降低成本都可以增加利润，这是一桩稳赚不赔的事情。而且，在同行业中，成本控制做得好的企业就具有明显的竞争优势和抗风险能力，产品定价的空间也更大，更灵活。通常来说，价格竞争是市场竞争的主要手段，而价格的竞争，主要是靠成本的竞争。

企业在生产经营活动中，只有进行有效的成本控制，才能实现价格的降低。因此，我们一定要有很强的成本意识，加强成本管理是企业以较少的耗费获得更好的收益的最有效途径之一，成本管理的重要性再怎么强调都不为过，尤其是在疫情笼罩的当下。

“企业的利润有 50% 是靠节省出来的”。这句话是上海春秋航空董事长王正华的观点。咋听之下你可能会觉得不可思议，但真做起来，的确如此。春秋航空是国内一家把成本控制做到极致的廉价航空，在王正华的领



» 悉奥涂料——杭州金辉闲林赛陶

下，春秋航空在保证安全、不降低服务质量的前提下，处处控制成本、控制费用，在一些其他航空巨额亏损的情况下，春秋居然还能有所盈利，这不能不算一个奇迹。春秋航空在控制成本方面无所不用其极，他们发现大概四分之三的乘客不吃沙拉里的橄榄，于是他们就把橄榄直接从菜单上去掉，仅此一项每年可以节省 4 万美元；春秋还把飞机上的杂志去掉、控制好清水加水量，减轻飞机重量，这样又可以每年节省好几千万。聚沙成塔，集腋成裘，是有其道理的。如果你再深入去看一看世界上的那些大企业，尤其是五百强企业，反而更抠门，对成本的管控更加极致。

举例来说，世界 500 强企业的沃尔玛，在成本管理方面就非常值得学习和借鉴的地方。沃尔玛能取得今天的成就，其中的一个重要的原因，就是沃尔玛有很

强的成本意识，并一直致力于降低企业的成本。比如公司上下贯彻“节约”的观念、绕开中间商直接从厂家进货、总部建立配送中心统一配送、投放卫星建立信息技术网络监控销存情况等等。创始人山姆·沃尔顿坚持“沃尔玛的服务宗旨是帮助每一位顾客省钱，每省一分钱，就赢得顾客的一分信任”，于是，沃尔玛几十年如一日地在价值链的每个环节上都追求极致低成本，并卖比其他商店更便宜的商品。

还有一家公司——美国西南航空，也是低成本运营企业中的翘楚。它是全球第一家低成本航空公司，从成立第二年起，实现了“可怕”的连续 45 年盈利的业绩，这在全球航空公司中绝无仅有。西南航空是全球第一家只提供短航程、高频率、低价格、点对点直航的航空公司。它的低成本极致到可以用“抠门”来形

容，比如只飞一种机型减少保养维护成本，飞机上不提供餐食、不打印飞机票、单一客舱不设置头等舱、空姐是年龄偏大的女性等等。总之，在不影响正常出行的基础上，从文化、运营、营销等各个方面都将成本控制做到了极致。

从上面的例子我们可以看出，不是小企业才会精打细算、节省成本，大企业也会这么干，而且往往干得更加极致，更加彻底。那些如今的大企业正是因为从一开始就贯彻成本控制的方针，才能成功突围，逐步成长为大企业，由此可见，低成本战略是其能够做大做强的一个非常重要的先决条件。这些方式对于中小企业来说也同样适用，我们完全可以把企业经营涉及到的各项成本数据定期拿出来进行分析，把所有可以精简的费用都砍掉。



沃尔玛创始人山姆·沃尔顿坚持“沃尔玛的服务宗旨是帮助每一位顾客省钱，每省一分钱，就赢得顾客的一分信任”。



开源节流， 当下重点是“节流”

“开源节流”，大家往往会把重点放在“开源”二字上，认为只要把企业销售收入搞上去了就好了，至于成本管控，即便

花大力气去管控，又能省下多少呢？但事实上，论及“开源”，谈何容易？尤其是在当下疫情笼罩，经济处于迟缓的这种大环境下。于是，摆在众多企业面前更容易、也更加可行的办法，就是“节流”。

钱，都是从鸡毛蒜皮里抠出来的，有些成本都是隐性的，很多人都会熟视无睹。大家都知道有一类物品，叫做“低值易耗品”，这个名字非常容易误导人，看起来是“低值”不花什么钱，但架不住用量大，也会成为一笔不小的隐性开支。就拿公司的 A4 纸来说，绝对的低值易耗品，但一年下来竟然也要近万元的开支！

因此，做好成本管理，精准的成本分析核算必不可少。成本核算就是将一定时期内企业实际发生的各项费用加以记录、汇集、计算、分析和评价，对不同部门的费用开支进行有效控制的过程。企业实施成本核算能够达到控制成本、制定费用预算的目的，同时也是绩效分配和经营决

策的依据来源。

企业的生产过程中，有些成本费用是可以直接追溯到来龙去脉的，比如这批产品，消耗了多少原材料，用了多少包装桶，一清二楚，这一部分就叫做“直接成本”。还有一部分费用和成本，比较难直接追溯到产品和客户。比如，企业在生产过程中，水电费、设备维修费，还有税收、管理费用、物业费、服务费用等等，都没有办法直接找到该算到哪个产品，哪个客户的头上，都要被暂时归集起来，将来用于分摊。这类费用就叫“间接费用”。

间接成本的分摊是成本核算的一项主要工作，合理的分摊能够真实地反映各部门的费用开支情况，有效甄别项目或者部门的亏损与盈利。通过成本的分摊，我们可以确定不同部门的经营效率，能够正确计算各自的服务成本，从而实行有效的激励机制。



合理摊销成本， 让鸡肋客户显形

间接费用的正确分摊为什么重要？举个例子，假如你开了一家管理咨询公司，接了两个咨询项目，都是 10 万元金额。一个项目，是你老朋友介绍的，发生的费用就是几个人在公司楼下点了个餐，一共花了 200 块钱。

另外一个项目是你通过一系列程序攻关攻下来的，项目后，还白送了几次落地的辅导课。总之，前前后后花了很多项目之外的资源，这些资源都是有费用的，比如说，费用是 9800 元。

假如这些费用不作分类，全都统一划归售前的间接费用，一共是一万元，然后再按销售额分摊。这两个项目都是 10 万元的销售额，所以，这两个项目对半分摊。于是，第一个项目就多背了 4800 块的成本，利润少算了 4800 元；而第二个项目因为少背了 4800 块钱的成本，利润多算了 4800 元。如果仅仅看总体的财务数字，我们就不容易看清楚：原来第一个客户是一个非常好的客户，利润贡献很大；第二个客户是比较差的客户，利润贡献要低很多。你看，由于错误地采用了不同的成本分摊方法，哪一款产品是盈利的，哪一款产品是亏损的，哪一些客户是盈利的，哪一些客户是亏损的，我们就不容易看清。

当然上述费用分摊情况仅仅举例，在我们的工程项目制管理中不大可能出现，毕竟这些的费用的归属去向比较明显，事先就应当记在该项目上。然而，在生产过程中，有一些费用往往隐藏起来了，不容易被察觉。

比如，有这样一个案例，一家铅笔制造企业，生产 10 万支黑铅笔，与生产 5 万支黑铅笔、5 万支红铅笔，这两种情况的成

本是不是一样多？

或许大家会觉得应该差不了多少，毕竟生产工艺几乎一样。但仔细核算会发现其实差很多。为什么？因为生产 5 万支黑铅笔之后，需要重新把设备洗干净，否则红铅笔里会留下黑色的颜料，这时机器就要停下来清理，需要时间和人工，这些都是成本。这个成本因素导致了生产两种颜色的铅笔的成本要高于生产单一颜色的。

类似的情况在我们企业中也常常发生，比如同样生产 10 吨涂料，分 10 个批次和 5 个批次，成本就大不一样，小批量多批次的生产往往会摊上更多的时间和更多的人工，无形中陡增很多成本，而这些间接成本往往从表面上根本看不出来，只有算细账才会让你吓一跳。或许你在网上看到过这样的言论，说苹果手机售价七八千，其实成本不过两三千，简直暴利！两三千的成本是怎么计算的？原来他们的计算方法是，把手机拆了，把里面的元器件按市场成本价一合计了事。这是典型的未考虑间接成本的错误计算，原材料的确就那么点钱，那人工呢？厂房租金呢？设备折旧呢？水电呢？仓管费？运输费呢？设计费呢？营销费用呢？一算一大把呢，成本远没有两三千那么低。同样的道理，公司里制作一块工地样板，有人说，不就是几平方材料吗，怎么收费那么高？原因是，里面不仅包含材料费，还有前期调色成本、制

样师人工工资、差旅费，有时还会因窝工产生的额外费用。

间接成本过高，有时候是冗余造成的。企业中的冗余往往是全方位的，不仅有人员冗余，还有业务冗余、生产流程冗余、信息传达冗余、市场营销冗余，甚至是思想冗余等等。奥卡姆剃刀原理这样说到，如无必要，勿增实体。所传达的大意就是，简单方法就能搞定的，就别折腾复杂方法。说到冗余上就是，如果两种方法都能达成相同的效果，就应该选择成本低的、投入少的，避免冗余浪费。



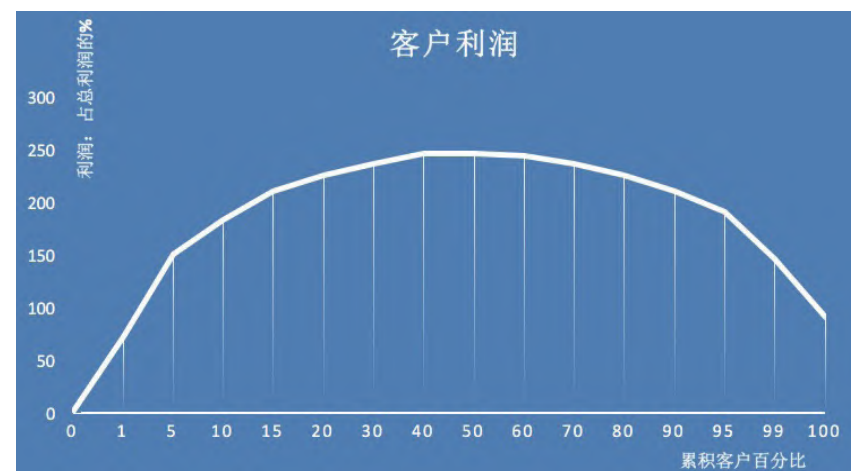
不是所有的客户都是上帝

有句话你一定听过，顾客就是上帝。这话不假，但是，给上帝服务，是要花成本的。把上帝服务好当然可以，但一定不能赔本，让你赔本的顾客，不如不要。

听过一个案例，有这样一家瑞典公司，他们的成本计算方式，就是把销售费用和管理费用这些间接成本按销售收入来分摊。然后，所有售价超过制造成本加上分摊费用的产品，就被认为是赢利的；而那些价格低于制造成本加上分摊费用的客户订单，就被认为是不赢利的，是亏损的。用这种方法去核算成本，他们发现，一些小批量购买者贡献的利润极低。因为越是那些小批量的购买者，就越难伺候，它们经常订购需要特殊加工的非标产品，而且还特别会讨价还价，于是就不得不向他们提供更多的折扣，最后算下来，这些客户的利润贡献特别低。相反，另外一些客户因购买批量大，且购买的产品标准化很高，加上大客户自身的技术能力强，本身不需要太多的技术服务，所以利润率就很高。

为了更进一步找出谁才是公司真正的利润贡献者，这家公司调整了成本核算方法，力争做到把所有成本都能追溯到引发它的出处，并进行合理的摊销。最后，公司得出了一个十分令人意外的曲线：一条倒 U 型的曲线。

» 倒 U 型曲线



曲线的横轴是销售额，纵轴是利润。按道理，公司每做一笔生意，每完成一笔业务，横轴都会增加一笔销售额，或多或少，利润总额都应该是增长的，因为做生意利润总不能是负的，不能赔本嘛。所以，销售－利润曲线应该是一条斜向右上方的曲线。虽然不是一条直线，但弯弯曲曲总应该是向上的。

然而，出乎意料的是，这是一条倒 U 型的曲线。也就是说，当超过了一个销售数量之后，公司的利润不仅不增加，反而是下降的。原因就在于，多做的那些生意，不仅不赚钱，反而是亏钱的，这实际上是在蚕食过去业务赚来的利润。说不定，我们公司也是这样一种情况，只是不算不知道。前面最赢利客户的利润贡献，都被最后的那些客户给亏掉了。所以，如果事先有一个好的预算和甄别系统，减少那些让你亏钱的客户的订单，反而赢利更多。

这家瑞典公司的案例后来被收进了哈佛的案例库，它标志了一场成本核算的革命，就是一定要想办法测算出企业每一笔订单的生产成本、销售成本和管理成本，应该用正确的方法对各种间接成本进行准确分摊，从而减少隐性赢利和过度占用资源、实际是隐性亏损的订单。

这套新的核算方法，叫做作业成本法，英文叫 Activity Based Costing，简称 ABC。作



» 摄影——《白云深处是我家》

业成本法的出现，实际上顺应了一个潮流，就是企业内部的成本结构，需要分摊的部分，比例越来越大。在大约 50 年前，需要分摊的费用一般不会超过企业全部成本费用的 10%。但现在，企业中超过一半的费用，都是无法简单直接地被归集到哪一个产品下面，都需要经过非常细致的区分，才能归集准确。在这种情况下，一笔费用发生了，就必须要通过追溯是什么行为引发了成本，成本发生的驱动因素是什么，才能找到哪一件产品、哪一个项目该负担这个成本。比如在生产过程中，可以用来计算成本的依据就有人工小时、机器小时、机器准备次数、产品批数、收料次数、物料搬运量、订单份数、检验次数、流程改变次数等等。

成本管理是什么？成本管理像针线活，需要细致入微，但更

像力气活，需要花大力气去摸索，把一笔笔费用都记下来。俗话说，“冤有头债有主”，一笔费用产生了，该记到谁的头上，怎么分摊？一个生产线同时生产 5 个不同型号的产品，能不能把每个费用细项都摊得准？这些都是值得研究问题。诚然，不同批次生产的产品成本可能完全不同，甚至同一型号的产品它们的成本可能都不同，精准的成本核算确实有难度。在以前，企业的利润率高，靠喝喝酒打打关系就能获得可观的利润，谁都不会那样去做，可是这三五年，涂料行业毛利降低，高利润不复存在，那就需要实施精细化管理了。

有一个残酷的事实，中国企业的整体作业成本管理水平，是比较低的。很多企业一年忙到头，其实在很多客户的身上是不挣钱的，甚至是亏钱的，原因就

在于成本管理水平比较低。也许，ERP 软件、财务管理软件中里面可能有作业成本核算的部分，但是，企业不会用，不会分析，空有一堆数据却看不见问题的症结。所以，成本就分析不清，就不知道谁是好客户、谁是坏客户。

要以利润总额为最重要的客户识别线索，不是营业收入，也不是利润率。利润 = 收入 - 成本，才更能反映客户的真实贡献。并按照交易量、利润、收费方式（预付或月结）、服务难度（服务成本）、合作时间长短将客户分成核心、重点、一般、鸡肋四个级别，核心客户核心保、重点客户重点保、一般客户可保可不保、鸡肋客户一手交钱一手交货。要知道，风险才是最大的成本，收不上来钱对企业是最致命的打击，对付款不好的客户要有勇气实行一票否决制。因为劣质客户

不仅成本高、利润低，还把员工搞得身心憔悴，不如把耗在劣质客户身上的生产资源和人力资源节省下来，去把优质客户的服务做得更好。



持续推行节约文化和定额成本管理

做好了成本分析，甄别了有效客户还不够，还要持续推行节约文化和定额成本管理。你无法叫醒一个装睡的人，思想上的落后是最大的落后。成本管理最怕的不是怎么做，而是怕你不想做，所以倡导节约、消除浪费的观念必须深入人心。如果浪费不消除，是很难把成本降下来的。消除浪费的方法，最重要的，就是

成本管理是什么？成本管理像针线活，需要细致入微，但更像力气活，需要花大力气去摸索，把一笔笔费用都记下来。

在思维层面倡导节约的文化，在企业内部形成绝不浪费的正确价值观，让节约成为企业的一种准则。同时，我们的管理层决策也要科学，要力争以最小的投入获得最大的产出，才是对企业最大的节约。另外，还要从细节入手，节约要体现在点滴之中，通过精细化管理，用制度把利润挤出来。比如在采购环节，可以大力控制采购成本，利用加强库存成本控制、大批量采购、建立采购成本分析制度、采用询价比价、建立供应商选择制度等等措施，节约控制企业最核心的成本支出。

定额管理是成本控制中最普遍而又最有效的管理方式。它是利用定额（材料消耗定额、劳动定额、定员、费用定额等）控制成本上的各项消耗，达到降低成本的目的。实施成本定额控制可以和职责、考核、奖惩结合起来，从而使成本管理真正落实到全体员工和产品形成的全过程中。说的简单点，就是各中心各部门制定指标计划，各类费用支出不得超出各自的指标。这时候，阿米巴经营模式就体现出其优势，它把成本和收入分解，变得可视化、及时化，随时可以被看到、被调整，把大成本化成小成本，更利于管理。

疫情是一场挑战，尽管影响巨大，但我们必须跨过去。我们还要把这次疫情当成一次审视自己、剖析自己、改变自己的机会，凤凰必须涅槃，才能重生！🌱



疫情之下浅谈企业管理

文 / 罗雄飞 营销中心副总经理

2003 年的“非典”，对于当时还在就读高中的我，记忆虽新但却没有 2019 年年末发生的“新型冠状病毒疫情”来得刻骨铭心。现在科技发达，通过网络的时刻追踪，我们随时随地时刻能获取身边形形色色的人和事，由此每天睁眼就能知道疫情的所有，所以疫情的发展尽收眼底。尤其时逢中国最大的传统节日“春节”，本该是亲人团聚其乐融融的美好节日，却迎来了特殊的艰难时刻。平民百姓宅家为国做贡献，全国一线人员纷纷主动请缨前往那场没有硝烟的战场，多少历历在目的感人事迹，多次由衷感动泪目。而另一角度，这场硝烟也在默默得影响全国大大小小很多房企，

各地纷纷暂停售楼处销售活动，这也使得“返乡置业”停滞，房企资金回笼短期受阻。这种在家充满焦虑的等待，不仅仅作为一名员工，更为一名中层领导者，觉得我们是否可以已经存在以下几个方面考虑了：



一、反思三点

1. 反思对数字化的重视程度。

多数行业目前已经有了一定的数字化基础，疫情过后，企业主便会加快数字化转型的步伐，

水涨船高，提供数字化服务的下游，这样的企业我想今后会迎来快速增长期。2019 年末，我与公司领导简单谈过有关数字化管理的话题，让我多关注社会上的新型、科技的第三方企业管理平台，找寻更利于企业跟上现代化发展的软件。当时我因临近年末，并未将此太重视。历经此次疫情，更觉得领导的高瞻远瞩并非一日之想，我们的企业会反思数字化带来的影响有多大，未来发展真的需要更多现代化管理方式来帮助前进。

2. 反思企业眼下有哪些迫切的“痛点”？

疫情影响下，企业陆续在 2

月 14 日颁布复工通知，继而营销中心在 2 月 15 日发布远程办公的工作通知，一系列的通知和举措都是领导想同步将公司情况与员工分享，我们是一个大家庭，需要共同积极克服当下困难，希望疫情的特殊办法，不仅能让企业逐步走上正轨，更希望通过人性化的办公制度加强公司与员工之间的情感。但眼下，自己居家办公就遇到了“痛点”。虽即时电话、协同家用文档、在线微信及钉钉会议、钉钉云盘及客户管理、合同管理等方式已在应用。显而易见的几大痛点是：公司年长员工无法适应，系统远程数据实现不了，工作追踪不到成效，无法达到对应的协同等等。这就需要企业管理者思考，现有软件有哪些需要升级，今后选择哪种类型数据化产品，如何加强软件培训等，都是现在凸显出来的主要关注点，我们需要真正能帮助到自己在办公达到办公场所办公的 60% 以上的成效才可。

3. 反思企业能用哪些人，怎样用好人？

应该用哪些人，我常常在思考这个问题。过去是担忧我所在平台领导是怎么考量自己的，而我需要做到哪些工作，以及怎么做。现在是不仅涵盖前者，还多了一份思考，就是部门应该选用哪些人，怎么用好人。

其实有两个观点，第一是努力的人就该全盘买账吗？不尽然。自认为自己的工作很努力，但却没有能拿得出手的工作成果、想法和创意，甚至一味觉得仅靠“努力”就理应得到赏识，并以此作为谈资论薪的手段，这是一个很危险的想法。很简单，假如一个连 excel 里面最常



» 悉奥涂料——浙江海宁·中天钱潮府

规的计算汇总手段都无法正常接受和学习，明明可以几分钟解决一个数据报表，而偏偏用计算器敲出来再花上一个晚上加班时间填上去。两者之间，从加班情况来看，的确后者被冠以“努力”的标签，前者或许在空闲时间谈论工作之外的事情，但我宁可选择前者，最起码我可以从与他谈论言语间获取更多想法，而不是被“努力”道德绑架。希望时刻以此来让自己铭记在心，经历过今年的疫情，我很希望能和大家今后一起在公司平台，踏实而朝更高目标前进，为现在一直包容自己的员工的企业做一份真正自己满意的答卷。

第二是应该重用善于“万言书”的人吗？当然能罄万言书之人，肯定有一定文化基础，不少企划案的 idea 也许会多征用到。但一切事物都需要万物归苏，即“实践是检验理论的基础”。近期营销中心总监发了一篇深度好文，是《任正非正传》里面的一个故事，简略阐述华为一名新员工因何而被辞退。说实话，我们都是平凡人，那种高调理论的措词，现在的互联网满屏幕时时刻刻在面前闪烁，或许那一刹那，我肯定会被此类心灵鸡汤的文字所感动甚至觉得头头是道，但还原事实是，企业要发展光凭高谈阔论是无法前进，是很容易走空想主义。我很欣赏华为领导层的作为，也很感动自己的公司规模虽小，但也一贯如此作风。公司不希望自己的员工不务正业，而在分分钟抱怨和评头论足自己的同事、自己的企业和企业制度，毫无自知自明的员工是在任何企

业都无法生存的。大多企业我想都会发现“没有脚踏实地的人，是没有真正的发言权的，假如重用迟早会被发现是错误的”！



二、企业管理者今年面临的挑战

1. 如何应对甲方提出的缩短工期？

疫情控制后预计将产生大量的民事合同纠纷，虽现今为止企业暂未收到书面资料，但是据悉有部分工程已经传达类似于“提前开工”、“缩短工期”等问题，假如出现此类问题，我们应该如何面对，采取怎样的积极措施都是现在急需提前准备的。我之前在企业相关群里发了一篇报导，有类似提出如何解决问题的建议，大家或许可以参考。但是我觉得任何问题都不能如此“一刀切”，在这里我建议可以这样做：

首先，我们可以随大流根据法律依据，洽谈相关“不可抗力”之词，各国都有把它作为一项法定的免责事由，以此来谈判做为减轻或免除关于已签合同未履约项目中我司相应的责任。在此，我们可以将政府发文延期复工的文件或通知作为法律依据。

其次，针对于未影响到合同正常履约的情况下，无法被视为“不可抗力”条件的，我们企业相关营销中心负责人应积极采取应急方案，提前做好各种招投标、

合同履行准备的工作：招投标延迟函的发放、错峰复工排班、车间产品备货、物流办理流程早告知、劳动力提前储备等等，有力保障正常工程履行经历的各个环节准备。

2. 如何解决管理和沟通效率？

阿里巴巴不仅在过去出台消息精准的 DING 功能、远程打卡功能。为满足疫情时期，钉钉还发布了员工健康功能，员工可健康打卡“报平安”。同时公司 2 月 14 日发布了支持“在家办公”和部分人员复工通知。营销中心同步发出营销人员居家办公细则。如何更有效解决管理和沟通效果。这不仅适用于居家办公这段期间，更是为今后企业管理者有效管理员工的一种新模块。

首先，可以用一定的会议制度来保障沟通频率和效率（钉钉

和企业微信）。其次，一定要把目标拆解为任务，把公司一段时间内的目标分解到每个分公司，分公司拆解到每一天，对每一项任务责任到人、明确到小时、明确提交物的规范和要求。平时要求员工写工作日报、周报，每一项工作的进度都将列出来，被严格“监督”，以把控工作进度。最后想要快速进入工作状态，应该注意以下几点：形成规律作息、不在休息区办公、搭配一定工具。

3. 营销人员面临的挑战有哪些？

①有无扩宽扩大医疗建筑涂料的可能性。

医院建筑是有别于一般建筑，对于意外和灾难，谁也不知道明天发生什么，对于经历战争、疾病得以进入稳定时期的人类社会来说，现代医疗机构的意义变为极其重要。医院的功能，不仅仅是能救伤治病，更在于健康保

障和人类的避难所。

此次疫情，让世界惊叹的“中国速度”，10 天速建火神山和雷神山医院。目前严峻的疫情之下，我们是否可以看到医疗建筑方向的业务希望。首先，涂料的有机与无机，对于一个健康的居住环境而言，是迫切需要的。另外医疗建筑既要讲究外立面效果，更要讲究环保，外立面的丰富多彩是医院的门面，更是医疗设施的一大基础条件。我们企业作为一家专业的建筑涂装一条龙服务提供商，是否可以激励和引导营销人员往此类高标准高要求的建筑上，宣传和施展我们更多的涂装方案。

②营销方式的新旧整合，做好这几步。

区别对待新闻上房地产商倒闭关门的消息，作为建筑外装企业，我们当下就要如何做好服务好现有的客户和现有的项目，如何开拓更多的房地产客户，如何保障现有资金的回收，需要我们企业管理者一起筹谋划策，走出此次疫情带来的阴影。

首先，化危机为转机，对内强抓应收账款和决算工作。因数据管理是一项紧密的、高风险工作，任何行业都会涉及到资金流转，处理方式极其谨慎。现在很多地产针对合同付款方式都展现出与过去的很多不同，不仅仅局限于传统的现金、银行承兑，新增商业承兑、应收款转让等等。企业的一项非常常见的重要资产就是应收款，基于资金交易市场



在付款方式的逐渐新增和升级情况下，假如应收账款缺乏有效的管理和催收，企业将面临的问题将接踵而至。第一季度不便于外勤公差，对于企业内部尤其营销中心来讲是个盘账的好契机。各分公司根据自己所有的应收账款一一排查，给自己手中的项目像麻将洗牌一样，按部就班排排队。哪些单位是年末计划资金未收的、哪些单位是诉讼的、哪些单位是濒临破产的、哪些单位是急需做决算的，负责人好好摸摸底，做一份清晰的催收账款台账，并将统计到的信息及时上报沟通和反馈。

其次，对外营销新尝试，改变些传统的思想观念。很明显，因受传统营销模式的束缚，一直以来对于涂料行业在互联网上的销售经验是非常缺乏的。过去我们已通过阿里巴巴、涂料慧聪网、RCC 平台等等，都是希望通过此类网站获取一些价值，虽效果不是很明显，但也提前做足品牌文化的传播，也从此类平台上获取到一些项目背后的信息和最新进展，只是现在我们需要更上升去实现真正业务的承接，是我们该深刻考虑的问题。同时现在众多房地产推出低价购房、无理由退房、线上认购优惠等促销活动，目前看来虽不是非常成熟，但也看到线上购买颇有成效。这也同时给予我们更大的信息，需要我们扭转一下自己的思维，认真思考怎样去探索更好的新型营销模式才是最紧迫的。

最后，加强各部门的小组培

训。积极扩大营销中心范围之外的各类培训，不仅局限于现有的公司层面培训，让每个员工提质增效，最终实现企业这个大家的增长契机。企业培训无论形式、内容、范围等因条件不同而分太多，无非一个目标最终提升企业综合竞争力的过程。过去我们作为参与者很困惑一个关键点，是培训的效果只维持在会上某一瞬间，培训后那点余温已不在，激情或消失。究其原因非全直接取决于受训者个人，恰恰相反，培训组织本身非常关键的。公司的培训工作毋庸置疑一直以来都是非常出色的，每年大小型会议组织，活动内容丰富而专业，培训形式一年比一年用心。此刻，为何还是老生常谈要拿出来讲，因为这就是一个企业基业长青的其中法宝之一，更想鼓励今后员工应积极参与，各抒己见将大团队的文化工作更添色彩。借鉴 2019 年度营销中心的优秀“狼崽计划”培训组，2020 年是否可以鼓舞

其他部门也踊跃组织，大家通过讲授、讨论、案例分析、甚至角色扮演、场景还原等等各种方式，塑造更优秀的企业文化，增强部门的向心力和凝聚力，最终培养企业后备力量。

此次疫情对中国经济短期影响不容低估，尤其是建筑工程施工人员集中、流动性大、外来人员多等特点，建筑行业的复工时间大概还会进一步滞后。面临销售压力的各大房企还集中优惠营销手段，如此的蝴蝶效应让做企业的多少有焦虑。但我认为这只是短暂的，负面影响更为直接和明显的是发生在第三产业，而且影响较重的也将发生在第一季度，后续政府相应会出台刺激全国经济发展的政策，期待于新型的建筑涂料商业模式也会映入眼帘，所以也无须太悲观。只要全国城镇化和消费水平在线，相信建筑行业将不会面临四季都是寒冬。



» 奔跑中的悉奥

在水包水外墙施工中，怎样做到喷涂均匀？

文 / 本刊编辑部

从事外墙涂装的朋友，很多会遇到这样的问题，水包水多彩涂料，怎样才能喷的均匀呢？

水包水多彩涂料大多使用喷枪来进行喷涂，对于施工操作，也会因为喷枪的使用不当造成涂层的分布不均，下面就一起来看看其解决方法吧。

枪距越小，喷涂压力就越大，产品受到气压的冲击也越大，水包水涂层就会出现不均匀的情况，产生涂抹过厚的问题；枪距越大，喷涂压力越小，涂料易流失，使被涂物部分喷料过少，涂抹达不到指定的厚度。

喷涂扇面与被涂物面呈现垂直的状态。手工操纵喷枪时，喷涂宽度不能出现过大的情况，否则会出现涂层不均匀的问题。喷枪运转要始终与被涂物面平行，与喷涂扇面垂直，运转速率不稳，涂层厚度不均匀，运转速率过快



涂层太薄，运转速率过慢涂层太厚。

要封锁保留，这都是需要注意的问题。

施工机具

专用喷枪、空压机、钢铲刀、刮刀、壁纸刀、腻子板、美纹纸、滚辊、油刷、排笔、砂纸等。



» 摄影——《江山如画》



主要材料

外用柔性腻子、封闭底漆、水包水多彩涂料底涂、水包水多彩涂料中涂、水包水多彩涂料面漆等。



施工顺序

按水包水多彩涂料的喷涂工艺，顺序为：基层处理——刮外墙柔性腻子——封闭底漆——弹线贴条（根据设计要求）——物件保护——喷水包水多彩涂料中涂——描缝（根据设计要求）——罩面漆——局部修整——清理场地——验收竣工



施工方法

① 墙面清理：首先使用榔头

等敲击基面（是否有空鼓），铲去浮层，确保基底牢固，发现空鼓地方立即全面铲除原有墙面直至露底，发现土建批荡层有空鼓均须铲除。使用砂轮机、角磨机等手提式打磨设备对基层进行打磨，要求磨平原有漆面上的浮砂毛刺等。

② 刮腻子：使用外用柔性腻子对墙体刮涂，要求边角顺直，墙面平整。

③ 底涂施工：柔性腻子完全干燥后，涂刷一遍底涂，均匀一致，要求色彩均匀无发花现象。

④ 成品保护（弹线贴条）：根据要求和施工周边环境情况，进行必要的墙体保护措施，需要粘贴美纹纸的弹线粘贴。

⑤ 大面喷涂：在上道工艺完全干燥后方可喷涂水包水多彩。

严格控制足量喷涂，要求连续均匀喷涂，防止过量产生流挂，恰到好处一步到位可有利改善成型质量，确保花样稳定、手感流畅、细腻光滑。

⑥ 适时揭纸：适时掌握多彩涂料的涂膜表干后及时揭除胶条，修补局部受损部位，防止人为损坏，确保24小时内保护成膜。密切关注施工前后天气变化，防止雨淋冲蚀。

⑦ 罩面漆：主涂层完全干燥后（一般约需24小时）才能进行罩面漆施工，可以喷涂、刷涂和滚涂。

⑧ 检查施工质量，对局部质量问题进行修整工作。

⑨ 施工过的工具应及时清洗干净。

提升项目管理水平 提高项目盈利能力

以高质高效为中心，以创品牌为目标，以抓管理为支撑，以标化管理为抓手，全面提升工程项目管理水平，为中国城市增添色彩。

文 / 陈钰亮 工程中心总经理



年是来我来工程中心工作的第二年，工程中心在公司各级领导、各部门同事的关心和帮助下，在工程中心全体同事的艰辛努力和付出下，取得了些许成绩，完成了部分既定目标。但同时也暴露出不少工作的问题，疫情这段时间我在家总结了一下，下面我就工程管理提升谈几点想法。



一、高度认识提升工程管理水平的重要性

党的十九大报告提出我国的经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方

式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。发展阶段转换亟待推进质量变革、效率变革、动力变革。这三大变革既是推动高质量发展的根本途径，也是实现高质量发展的重要标志。在全国都在提倡高质量发展的大环境下，我们公司、我们工程中心又要如何做到高质量发展呢？

我觉得对于我们公司来说，高质量发展就是“有合同、有利润”，那么对于我们工程中心来说，高质量发展就是“有项目、有利润”。我们作为一家专注于建筑涂料研发、生产、销售及涂装一体的公司，高质量发展也早已成为共识。我们的收入和利润都来自于我们的项目，我们的唯一的途径就是要提高所做项目的



» 悉奥涂料——山西大同·凯德世家领阅

盈利能力。因此，我们就必须要提高产品质量和工程项目管理水平，对工程项目要做到信息化、及时化、精细化，这样才能迈向我们公司的高质量发展新时代。

我们所做的每个项目、每一个工程都代表了我们悉奥公司的形象，也都展示了我们悉奥公司的实力与管理水平。我们的营销中心费尽千辛万苦签下合同，为我们迈出了成功的第一步，我们不能因为我们项目管理的能力和水平而打悉奥公司的脸。

项目管理是“硬实力”、“真本事”，因此我们要把项目管理成为我们的看家本领，不管遇到什么样的项目，不管项目面临什么样的困难，我们都要拿得下、干得好、管得好，向公司与总包交出一份满意的答卷。



二、接下去工程中心将做的几项工作

现在整个工程中心的工作都已步入正轨，那么在接下来的2020年，我们工程中心将重点抓项目管理这一块，我们要以“功成有我”的信心和担当，提升项目管理能力，打造工程项目第一品牌。

1. 全面提升项目经理和督察员的综合能力

我们在全面提升工程项目管理水平的同时，还必须狠抓项目人才建设，推动项目管理人才队伍结构调整、能力提升，培养一批优秀项目经理人才队伍，以此

推动项目管理的标准化、信息化、智能化。

俗话说的好“上梁不正下梁歪，中梁不正倒下来”，对于工程管理来说，我觉得项目经理和督察员就是中梁了。项目经理是工程项目管理的核心，决定着项目的成败，一个项目的成功要归功于整个项目团队，但是失败则要责任于该项目的项目经理和督察员了。可能大家会说有点夸张，但是在一个项目的管理过程中，项目经理和督察员确实非常非常重要，在整个工程项目管理中起着“承上启下”和“上传下达”的关键性作用。那么我们具体要怎么做呢？

我总结了一下，觉得要做好以下几点：

- ①正视自己，摆正心态；
- ②勇于实践，踏实工作；
- ③完善制度，提高效率；
- ④吃苦耐劳，不畏困苦；
- ⑤掌握技术，储备知识；
- ⑥组织能力，团结友爱；
- ⑦合理分工，责任到人；
- ⑧做好“四控制”（成本、质量、安全、进度）。

2. 全面提高诚信履约能力，建精品工程，鼎力打造工程涂料第一品牌

诚信是中华民族的传统美德，自古以来就有很多的论述，如“人无忠信，不可立于世，人而无信，不知其可也”，人如此，公司更加如此。我们公司经过近二十年的发展，无不体现“诚信”二字的份量，无不体现“一诺重千金”的份量。就像我们企业的愿景“鼎力打造工程涂料第一品牌”。在信息化的今天，诚信不

仅仅是一种道德规范，也是一个能够给企业带来经济效益的重要资源，在一定程度上甚至比物质资源和人力资源更为重要。

因此，全面提升工程项目管理水平要把“诚信”放在首位。我们要树立工程项目“一次成优”的理念。塑造和坚持企业诚信作为企业文化的核心价值观，通过优质工程的样板引路，以点带面，推动整体施工质量的全面提升，以精品工程给悉奥品牌再添光辉。

3. 全面加强工程项目安全管理工作

安全管理最根本的目的是保护人的生命健康和保证工程项目的顺利实施。安全管理能为员工带来幸福，给社会带来稳定，更能给企业带来经济效益和发展。任何工程项目在实施过程中都离不开安全工作，安全工作是工程项目管理工作的重要基础，是整

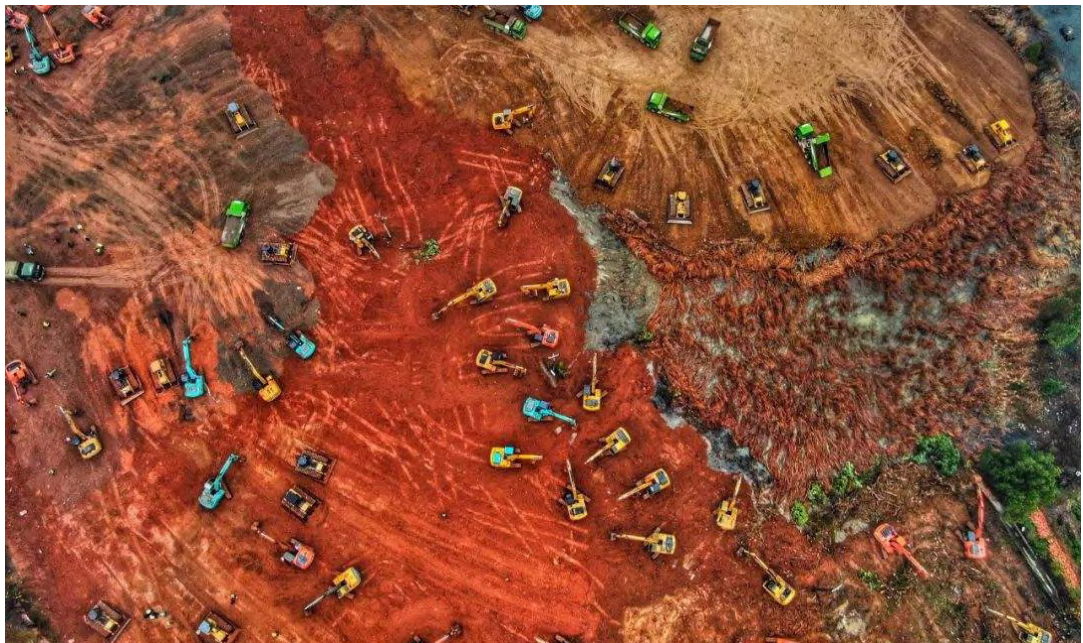
个项目管理中不可忽略的重要内容之一。

因此，我们要坚持“以人为本”的理念和“安全第一，预防为主”的基本方针，加强对施工现场的监督检查力度，做到常抓不懈，警钟长鸣，要做到“一加强、五到位”：“一个加强”是加强施工人员的安全管理和教育；“五个到位”是认识到位、责任到位、措施到位、检查到位、奖惩到位，有效提高职工的安全意识和整体素质。从而保证在施工过程中人和物的安全，保证工程实施的正常进行，保证工程进度和工程质量不可或缺的关键部分。

今年是公司成立20周年，我们将要以崭新的面貌，昂首走上高质量发展之路。我们要以高质高效为中心，以创品牌为目标，以管理为支撑，以标化管理为抓手，全面提升工程项目管理水平，为中国城市增添色彩。🌱

» 悉奥涂料——浙江临安·樱花府第





» 10天左右建成火神山和雷神山医院，彰显中国力量

疫情防控彰显 党的组织体系强大优势

文 / 选自《人民日报》

我们党按照马克思主义建党原则，形成了包括党的中央组织、地方组织、基层组织在内的严密组织体系。依靠这一上下贯通、执行有力的严密组织体系，实现党的组织和党的工作全覆盖。在抗击新冠肺炎疫情的斗争中，党的组织体系高效运转，经受住重大风险挑战的考验，彰显强大优势。

新冠肺炎疫情发生后，习近平总书记亲自指挥、亲自部署，时刻关注疫情形势和防控工作进展情况，作出重要批示，多次主持召开会议，深入基层调研指导，研究部署疫情防控工作。习近平

总书记关于疫情防控的重要讲话和重要指示，为全国疫情防控工作提供了根本遵循。成立中央应对疫情工作领导小组，印发《关于加强党的领导、为打赢疫情防控阻击战提供坚强政治保证的通知》，向湖北等疫情严重地区派出中央指导组、推动有关地方全面加强防控一线工作……全国疫情防控工作在以习近平同志为核心的党中央集中统一领导下有序有效展开。实践证明，党中央对疫情形势的判断是准确的，各项工作部署是及时的，采取的举措是有力有效的，为打赢疫情防控的人民战争、总体战、阻击战提供了根本保证。

党的地方组织要确保党中央决策部署贯彻落实，有令即行、有禁即止。疫情发生后，各级党委坚决贯彻落实习近平总书记关于疫情防控的重要讲话、重要指示精神和党中央决策部署，各地区成立了党政主要负责同志挂帅的领导小组，全面加强本地区疫情防控工作的统一领导、统一指挥，保证党中央各项决策部署在本地区落实落地。

党的基层组织是党在社会基层组织中的战斗堡垒，是党的全部工作和战斗力的基础。疫情发生以来，基层党组织的战斗堡垒作用得到充分发挥。广大基层党组织切实担负起属地防控工作的重要责任，充分发挥党建引领下的基层社会治理体系的优势，统筹居委会、村委会、物业服务公司、业委会、网格员、志愿者等各方力量，有序参与基层疫情防控斗争，构筑群防群治抵御疫

情的严密防线。机关企事业单位党组织加强与属地党组织协同合作，公立医院、相关高校、科研院所党组织全力以赴做好医疗救护、科研攻关等工作。在外派医疗救援队、工作队等关键群体，公共卫生中心、集中隔离地点等关键部位建立临时党组织，做到哪里任务险重，哪里就有党组织的工作。

正是依靠严密的组织体系，我们党战胜了无数艰难险阻，取得一个又一个胜利。实践一再证明，党的力量来自组织，组织强则力量增；党组织有没有力量，关键在于组织体系能否发挥强大功效。从中央到地方，从地方到基层，从基层到普通党员，党的组织体系的强大优势在疫情防控中得到充分彰显。中国共产党领导是中国特色社会主义制度的最大优势，是我们战胜一切艰难险阻的根本保证，党的领导优势和

强大力量就来自我们党的强大组织体系。正是在党中央的坚强领导下，在党的组织体系的高效运转下，我们打响了疫情防控的人民战争、总体战、阻击战，全国形成了全面动员、全面部署、全面加强疫情防控工作的局面。

当前，全国疫情防控形势持续向好、生产生活秩序加快恢复的态势不断巩固和拓展，统筹推进疫情防控和经济社会发展工作取得积极成效。同时也要看到，疫情防控形势依然复杂严峻，我们要保持清醒头脑，决不可掉以轻心。必须更加注重发挥党的组织体系的强大优势，不断增强党的政治领导力、思想引领力、群众组织力、社会号召力，坚定不移把党中央各项决策部署落到实处，在统筹推进疫情防控和经济社会发展工作中进一步彰显党的组织体系的强大优势。

成长比成功更重要

文 / 胡霞 行政中心综合办

记得刚大学毕业实习的时候，我们几个小伙伴经常会在群里聊各种工作中的不愉快，吐槽内容无非是自己怀才不遇，同事间要如何相处，刚踏入社会的自己多少的不容易。

每次我们在讨论这些的时候，群里的一位比我们大两届的学姐一般都不会理会我们。直到有一次，她说了一句话，我到现在都记忆犹新。她说：现在你所遇到的问题可能就是展现你能力的时候，与此同时你也会练就一颗更加强大的内心，但是后者则是你最大的收获。后来她还给我们讲了一个故事。

我在读大学的时候是学公共专业的，大学毕业我和我们班一个同学同时进了一家单位实习，可以说之前和这个同学没什么深交，只知道她唱歌比较好，胆子比较小。

我们进单位没多久刚好遇到了单位成立 20 周年，她在那



» 摄影——《黎明》

场周年庆活动中表现很突出，因此也给大家留下了比较深刻的印象。但即便如此，她也没有因此获得什么任何特殊对待，仍旧和我一样从事最底层的工作。她做过文字编排、客户服务、活动策划等等，经常会加班到后半夜，但是每天她又都是第一个到办公室的。

记得有一次公司组织活动，因为人员统计问题，她和其他部门的同事发生了不愉快，我还在厕所看到她在偷偷流眼泪。但是没一会功夫她就调整好了心情，一个电话一个电话地打，确定人员来参加活动。听同事说那天晚上她确认好各个细节后才离开办公室，离开时已经是凌晨一点多

了，但是第二天她又精神抖擞地出现在活动现场。

而且那时候，她还在准备研究生论文。几乎每天加班的她，周末也没时间休息，还要处理学业上很多重要而又紧急的事情，但我们大家从未听到她有过任何的抱怨。

因为个人原因，我做了没一年就辞职了。大概半年后，我听同学说，她在单位做了节目主持人，当时我感到很惊讶，我还特意去网上找了她主持过的节目，看完觉得还挺好的。慢慢的她名气也越来越大了，工作也越来越多，但是也越做越好了。有人还给她取了个绰号“拼命十三郎”，经常加班到深夜，两个月没有休息也是正常的，但从没听到她有过任何的抱怨。

前段时间，我又听人说她辞职了，我表示很错愕，然后他们说她自己开了个公关公司，带领着一帮年轻小伙在奋斗。现在的她，开朗、自信、阳光、成熟且优雅，组织一场几百人的活动也胸有成竹，也可以说是一个成功人士了。

前些日子还见她发朋友圈感



慨：五年前的我，十几平方的出租房，实习生，考研，内向、焦虑地度过一段迷茫空虚的时光，现在的自己和那时比，是全新的。

正如她所说，现在的她是全新的，或许还没有取得世俗的成功，但她的成长是有目共睹的，且这比世俗的成功要重要多了。

说到这里，或许有很多人又会说，我也付出了很多，我就想要成功，就想要加薪升职。你想要成功、想要升职加薪都没错，可是能否在你想成功、想升职加薪前把你手头的事情先做好呢？

这世上成功的方法有很多种，唯独没有做梦。

现在很多的年轻人，特别是 90 后、00 后都会犯一个致命的错误——眼高手低。有很多的人都不愿意去做一些琐碎的小事，但如果这些小事你都做不好，你如何去做你所谓的大事呢？只要你还不能完全胜任这份工作，你就还有再进步的机会，你就还有机会给领导留下好印象，让领导看到你的能力和态度，因此而受到重用，来实现你的升职加薪、你的成功。

不要把工作当成任务，完成了就了事；也不要认为自己做了很多，但看不到结果，而不去坚持，失去耐心。工作就像种树一样，千万不要还在扎根就移植了。因为，成长比成功更重要。

如果不想浪费光阴的话，要么静下心来读点书，要么去赚点钱。这两点对你将来都有用。📖💰

如果不想浪费光阴的话，要么静下心来读点书，要么去赚点钱。这两点对你将来都有用。



>> 业余时间参与公益事业

疫情之下的身份转换

文 / 钱梦琪 行政中心人力资源部

一种不明来历的病毒袭击了湖北武汉，继而以武汉为中心，蔓延到了全国各地。病毒来势汹汹，百姓对它束手无措，一时间陷入恐慌之中。钟南山院士的出现给大家吃了一颗定心丸，继而全国上下开展了一场特殊的“战役”。全国人民战斗的对象就是新型冠状病毒肺炎！

这场疫情正值春节期间，拜年团聚、走亲访友是我们的传统。

然而，这种人群集聚正是新冠病毒“喜欢”的，为了更好地切断传播途径，我们浙江首先启动了一级响应，封城、封市、封小区遏制住了新冠病毒疫情蔓延的势头。政府和百姓联手配合出击，击退来势汹汹的病毒。可是病毒的传染力也是不容小觑，很多被感染的人送进了医院进行治疗，与被感染者接触的人群就成了疑似感染者，也需要进行隔离。有的被送去集中定点隔离，有的就在自己家里隔离，为了隔离的有

效性，各社区和民间各公益组织自发形成了“疫情期间隔离点最后一米守护者”。

最为临网公益服务中心的一员，当我知道组织有需求时，我第一时间报名参加了。刚开始蹲守，条件还是挺艰苦的，一天8小时，24小时不能离人，有些隔离点没有卫生间，有些直接就在

露天的，那几天还下雨下小雪，风也特别大。可是我们大家谁都没有怨言，心里只有一个信念：那就是疫情快快过去，大家都能恢复正常生活状态！我们的坚持坚守得到了社会的肯定，隔离点附近的邻居给我们送炭盆送柴火，为我们提供热水；社区工作人员为我们送上热乎乎的饭菜。疫情当下我感觉到冷酷无情的病

毒和有情有义的临安人。

从隔离点蹲守人员到口罩包装工，我身份的转变就在组织需要之时。临安疫情控制有效，2月10日开始各企事业单位就陆续复工复产，随着复工开始，口罩成了刚需。临安化龙一企业转产口罩的生产，以解社会所需。可他们有个烦恼，就是还未生产后续的自动化包装生产线，目前包装工一时还在外地，不能来临临时的包装工又难找。临网义工了解到这一情况，立刻组织人员前去救急帮忙口罩的包装。女神节的这一天，刚好是星期天。我撇下家里的女儿报名参加了口罩包装活动，到达公司我们和工人们一样，戴上一次性头套，穿上鞋套，洗手、消毒，走风淋室，层层关卡之后进到车间。一片片雪白的口罩，经过一双双热情的手“加持”，最终顺利走向临安市场。

公司经过努力也顺利通过复工审核，大家也已经恢复到正常的生活状态。现在想来能每天准备上下班也算是件幸福的事情了。我们浙江虽也是重疫区之一，但目前已经基本恢复正常，各行各业都已有条不紊的开始复苏。我相信2020年的开头虽难，但我们熬过来了，博观而约取，厚积而薄发。以后的日子必定更好美好！

我们这里已经万物复苏，春暖花开。武汉，那个樱花开满校园的城市，那个有着英雄气节的城市，我们都记挂着你！我们都在等你！希望你能早日走出阴霾，迎来全新的自己！

《没有一个春天不会来临》

雪，
漫天飞舞，
给世界披上了洁白的衣裳。
黑夜，
不再，
起伏的白色舞动着。

他们，
他们还在前方。
身着雪花织成的白大褂，
提着灯在黑夜里奔跑。
风呼啸着，
灯被吹散在天空。

世界为何如此透亮？
原来，
飞上天空的灯，
成了无数的星星。
闪在晶莹的雪地上，
照亮了黑夜里无助的人儿，
黎明就在眼前！

没有一个冬天无法逾越，
正调皮的眨着眼。
每个坚强的生命，
无不经历惊心动魄的历练。
待冬去春来的那一天，
把山河星月当做赠礼！



疫情感想

文 / 赵一 集采部副经理

今年春节的“新型冠状病毒”的爆发，导致各家各户“闭关锁国”。全国大中小企业，各行各业都停业。这次的病毒危机同样的给我们涂料行业带来了巨大的冲击，以至于我们原定计划正月初十开工，一直拖到三月中旬才全面复工。这段时间我每天居家阅读各类疫情的新闻动态消息，很感叹，谈谈这次疫情可能会对我们行业带来的一些影响：

1. 外地员工复工困难。暂且先不说省外，就浙江省内各市地

管控都非常严格。更不用我们的施工班组团队大部分是外地的，很多来自于四川、安徽、贵州等地，更加没有办法到岗。

2. 一些我们既定的或目标项目无法预知何时正常复工。2月22日我和工程中心总经理陈总去嘉兴某工地实地考察。先是到售楼部，需要登记并出示嘉兴绿码，我们属于杭州地区，并没有嘉兴绿码，严格的话我们是被隔离的。工地除了值班和门卫，几乎没有人。我们去见了项目经理，管理人员只有项目经理一个人到

港了，其他有个别人员，有的无法到岗，有的在本地隔离，项目经理跟我们说具体也不确定何时能正常开工，总包的管理人员还有一个都没有到场。当时我就在想，现在已经是2月底，假设3月初工作人员陆续回来，加上需要隔离14天，最快也要3月中旬才能恢复正常，而这二期项目外墙还没有粉刷，再怎么快都要4月初我们才能动工，而且这样还是理想的情况。我想我们其他的项目也一定是这样的情况。

3. 我们的供应商单位无法正常复工，且受运输管制。这会导致我们原材料储备不足，无法及时供应，可能会导致恢复生产后，生产滞后的情况。而且同时，一旦各企业正常复工后，各原材料价格会不会较以往都会有所上涨，那对我们企业，特别是做业务的形成更进一步的冲击。我们应该密切关注我们的下游供应商企业和运输行业的实时动态，一旦恢复正常，今早恢复我们自身正常的运转，减少疫情对我们企业的影响。

在如此的情况下，我自身该如何做好自己该做的事，2020年我刚调到极具挑战性的集采部，我目前还是有点迷茫，缺少目的性，需要学的需要做的还有很多。

1. 首先最重要的是提高自己的涂料专业知识能力，现在对涂料的基础知识已经比较了解，更



主要的需要了解业务知识，怎样报价，怎样谈业务这块，能专业的回答客户所提出的问题，以便于更好的服务于客户。

2. 积极的配合部门完成指派的任务，订单的下达、跟踪。以前在制造中心，我始终对自己说“生产不要因为我的问题乱套”。那同样的现在到集采部，集采项目也不要因为我的失误，工作没到位而导致损失，那是不可原谅的。一定要认真仔细的完成交代的任务。

3. 做好与制造中心的对接沟通工作。确保不耽误材料，不影

响工期，按时交货。有空余的时间更需要到施工现场了解具体的实施动态情况。

4. 今年要把二级建造师考出来，去年报告，希望今年一次通过。这对增加自己的业务知识也是很有帮助的。

以上更多的讲的其实是大框架的东西，具体的我希望领导能给我锻炼的机会，我能做的事尽管交给我去做，我不会做的，让我尝试着去做，毕竟实践是学习的最快途径。也希望此次疫情能尽快结束！公司能够正常复工！大家多多赚钱！



“你好好看看！你怎么写的，啊？！五米的钥匙，洗衣机高一厘米，五米长的铅笔，你信不信我抽啊？！”在家辅导作业的妈妈斥着自己的女儿，紧接着就“啪啪”两巴掌。

的习题，不敢多动一下，突然一声厉喝又在她耳边炸响：“你怎么又错了，你每天上学都去干什么了？这么简单的题目都不会做，你看看人家小红怎么什么都会做！”“啪啪”，小女孩的后背又被打了两巴掌。紧接着小女孩的书本、作业本全部被妈妈从窗户扔了下去。

来妈妈怎样的对待。过了一会，小女孩的爸爸回来了，又是野兽般地吼叫，咆哮声不绝于耳，中间还夹杂着妈妈的高音伴奏。

这是我在这个正月所看到的一幕，或许这样的事情大家都有见过，特别是在今年，因为疫情的关系家长在家陪同孩子上课，这样的事情就更多了。

我不知道小女孩经历了怎样的心里路程，父母本是她最亲最爱的人，可是就是她的至亲在

她最无助的时候还把她狠狠地撕碎。都说在父母教育子女的过程中，一个唱红脸，一个唱白脸是常见的现象，如果父母均严厉，孩子怕没有活路了。我们暂且不说这个孩子的成绩怎么样，我觉得哪怕成绩再好，在这样的“叫育”下孩子哪怕写完了作业，她又怎能明白多少呢？她心里的创伤又如何能修复呢？

如果我们所谓的“教育”就是这样的“叫育”，那大家所谓的学习乐趣又从何而来呢？都说家是爱的港湾，父母是孩子庇护

所，可是在父母这样的“叫育”下，孩子还会把父母当成庇护所吗？我觉得大多数的小孩可能都会反其道而行之，选择把学校当成是自己的庇护所吧，因为在那里即使什么都不会，也不会有人这样打他骂他。因此他就更加会在学校里肆意妄为，能逃课就逃课，能撒欢就撒欢，从而出现恶性循环。

静下心来好好想想，我们做父母的到底是怎么了？我们有做到父母应该做的吗？想想自己的初心，怀胎十月生下来的最亲、

最爱的宝贝，怎么就成了现在这样呢？怎么就把“教育”改成了“叫育”呢？

“望子成龙，望女成凤”是每个做家长的心愿，可能就是这么一个美好的心愿，却成了碾压孩子的理由。我们不去教育孩子怎么做人，怎么做事，怎么感恩，而是用分数来衡量一个孩子的好坏，经常拿别人的孩子来比较，不是打就是骂，难道这就是所谓的“教育”吗？难道这样“叫育”出来的孩子就有用吗？难道人性的冷漠不比低分更可怕吗？

初为人母，我也不知道该如何去教育我的儿子，但我觉得只要对孩子多一些耐心、多一些陪伴，多一点表扬，用我们自身的言传身教告诉孩子什么是爱，比什么都重要。

我一直觉得做父母的就应该要有自己的工作，自己的生活，自己的爱好，并且做个勤奋上进的人。那样你在孩子的前面走，孩子自然而然的也就学着父母的勤奋、努力向前进。我不知道我的教育方式是否正确，我也不知道我的孩子将来会怎么样。但是我敢肯定的是他会是一个善良、正直、会爱的人。



说说我的家人们

文 / 钱梦琪 行政中心人力资源部



家

，多么温馨的字眼！一个宝盖遮住外面的寒风；一横三撇，是家中的期盼；向外的一撇一捺是在外的人对家的眺望；一个竖钩，把全家紧紧联系在一起。

进入悉奥这个大家庭是在2019年的夏天，转眼间我在行政这个小家已经半年之久。今天就跟大家来说道说道我们行政这个小家的家人们。我们这个家庭不同与一般寻常人家，在我们这个家庭里面，不是按年龄来排资论辈的。为什么这么说呢？请听我慢慢道来。

首先，给大家介绍一下我们的大哥，虽然年龄不是他最大，但我们都叫他H哥。他博学广识、不拘小节、温文尔雅。H哥进入公司已经第8个年头，我对他的第一印象来自于面试我的时候，至今我还记得第一次见面的

场景。我是个没有经验的应聘者，但H哥并没有因此而忽视我，耐心仔细地询问我相关事宜，我有疑问的地方也会详细解释。就这样我知道了原来H哥是人力资源经理，我不禁有些好奇，好奇悉奥是个怎样的公司？部门领导居然如此和善。正式进入公司加入这个家庭，我才真的为能进入这个家庭而感到庆幸。从我师父和家人们口中，我得知H哥在这8年里他的岗位从初级到高级，办公地点从车间研发实习到行政办公，看似简单的工作身份转换，却有着不一般的付出。H哥就像家这个字的宝盖一样，为我们遮挡住外面的寒风。

如果说H哥的人生经历让我感到好奇，那么我们的T姐更是让我佩服不已。我时常在问自己，如果给我13年的时间，我会干嘛？我能干嘛？加入这个家庭，认识到了T姐，我从她身上

看到了一个女孩最美好时光的付出，一路从校园毕业实习到女儿已经开始咿呀学语，从办公室实习生到行政中心总经理。外人看行政：不就是办公室里喝喝茶，管管后勤的一些工作嘛。实则不然，行政就像一个家庭的主心骨，掌管着家里的柴米油盐酱醋茶，可能没有当过家的人也不会懂“管家婆”的辛劳。行政工作上到各类政策通晓、各类项目申报，下至餐费、水费和各类维护管理。一个家庭都有诸多事宜，何况一个偌大的公司。T姐每天兢兢业业的工作态度是我学习的榜样，她也是我们家庭的主心骨，带领着我们向前，向更远更美好的前方奔跑！

小D哥，年纪轻轻就已经是副主任级别，虽然年龄比我小，但我也毫不客气地喊他哥。平时工作中他也会主动承担各项工作，在这次新型冠状病毒肺炎疫情捐款中，小D哥主动带头捐款宣传。小D哥让我看到了他身上的责任感，悉奥重视与年轻人承担更多责任和担子也是有原因的。

W姐姐，一个嘴硬心软的人。如果是不太相熟的人可能会被她的嗓门吓到，但一旦相处下来就会知道她是个非常热心的人。在当今社会，大家都自顾自相处，

但W姐姐却给了我一束温暖的光，像一个家，不管你多晚回家，家里总会给你留着一盏灯。

小H妹妹，也是从校园毕业就进入了悉奥，就在前几天过了她的27岁生日，从单身到结婚生子，悉奥见证了她的成长。她也一直在为自己的工作努力付出。

对于我这个后来加入者，这个家没有排斥，我很快就融入了这个让人感觉温馨的家。对于我自己，这份刚开展的工作，什么

都在起步阶段，学习是我当前所能想到的干好工作的方式，每件事每个人我都认真的去对待是干好工作的方法。我相信，笨鸟之所以先飞，是因为他付出了比其他人更多的努力和汗水。

这就是我在悉奥的家和我的家人们。当黄昏的最后一抹晚霞被夜所覆盖，我会回到那个有亲情血缘的家里；当朝露晨起大地被阳光照亮，我又会来到这个志趣相投的家中。我想最美好的人生莫过于此！



» 复工后上班状况

思考

文 / 徐森 直销六公司经理



新的一年我们要有所思，思什么？新冠肺炎疫情肆虐全国，人们生活在病毒威胁的水深火热中，作为一名党员，国家有难，匹夫有责。我们要响应国家号召，誓与祖国共度难关，听从祖国的召唤，服从组织的安排，遵守政府的规定，不给祖国添乱。我们此时不能抱怨个人的得失，更不能发表消极言论。为早日战胜疫情，贡献自己的力量。

思，我们要有一颗爱国之心。国家遇到了困难，作为每一个国人来说，心里都是不好受的，不能有事不关己的思想，面对困难我们要要有战胜困难的决心和毅力，迎难而上、永不放弃。衷心祝福我们的祖国早日战胜疫情，我们早日恢复正常的生产生活中去，为祖国建设添砖加瓦。

2020 年开年，因为疫情肆虐，打乱了我们工作学习的节奏，国家为了人民生命财产安全，做出了前所未有的决定，我们从来也不曾经历过，对祖国的经济和建设造成了较大的冲击，对于我们行业也带来了很大的影响和经济损失。我们要面对前所未有的大考。

在疫情的影响下，公司不能正常有序的开展工作，大部分人只能在家

远程办公，不能去公司上班，直到三月中旬才恢复至全面复工。这对于今年即将开工的项目影响也是前所未有的。我们分公司要思考在前，2020 年注定是个不平凡的一年，我们要做好充分的思想准备。我们要问问自己，你准备好了吗？

对我们的影响还不仅如此。首先我们自己要加强疫情防范，保护好自己和家人身体健康，特别我们在各地出差，更要做到防患于未然。对于即将进场施工的项目，我认为主要还是要关注工人的健康问题，劳动力安排问题。对于各地疫情不同，管控的要求也不同，何时能正常开工也是未知，对工期的影响也是不言而喻的，开工后如何加强工人的健康安全管理更是重中之重。这次疫情传染范围广，我们不能掉以轻心。还有就是现在面临的运输问题，车子在杭州是能装货到目的地能让正常进出和卸货吗？我们要把工作做细致，及时和建设方联系，积极配合建设方的各项要求。

2020 年，分公司要在困难时期迎难而上，把现有的项目做好做精的同时，加大对后续项目的有效跟进，不能因为疫情的影响而降低自己的标准。愿与祖国共度难关，愿在工作中再创佳绩! 🏡



» 悉奥涂料—浙江温州·泰顺县青草湾飞苑

2020 年中国涂料行业的四大机遇与三大挑战

文 / 本刊编辑部

3月3日，中国涂料工业协会官网发布《2019 年中国涂料行业经济运行简报及 2020 年面临机遇与挑战》。（以下简称“报告”）2019 年全年涂料行业产量为 2438.80 万吨，增长 2.6%，主营业务收入为 3132.32 亿元，降低 0.6%，利润总额为 229.53 亿元，增长 9.4%，依然呈现出稳中有变、变中存优的发展态势。



一、2019 年涂料行业产能产量保持低位平稳增长

报告统计，2019 年全年涂料行业产量为 2438.80 万吨，去年同期为 2377.07 万吨，同比增长 2.6%；主营业务收入

为 3132.32 亿元，去年同期为 3150.11 亿元，同比降低 0.6%；利润总额为 229.53 亿元，去年同期为 209.80 亿元，同比增长 9.4%；全年涂料累计出口 21.26 万吨，出口金额 6.82 亿美元，累计进口 18.56 万吨，进口金额 13.59 亿美元，进出口双双下滑。

2019 年，中国涂料行业依然呈现出稳中有变、变中存优的发展态势，但面对国际局势错综复杂、贸易争端不明朗的局势，进出口受阻明显；2020 年初新冠疫情，对我国涂料行业发展也产生了一定的生产与经营影响。

报告指出，纵观 2019 年的行业经济运行数据，涂料行业产能产量保持低位平稳增长，主营业务收入略有下降，利润总额增长较快，一方面说明涂料行业产



» 悉奥涂料—浙江嘉兴·金域兰庭

品均价仍然偏低，一定程度影响了行业主营业收入总体水平；另一方面，利润总额增长较快，与 2019 年度上游石化类原材料总体低位运行有关；再次，通过以上数据也可看出行业重点企业结构调整成效显著，从产品供应到产品服务、技术服务发展，高附加值、绿色产品市场比重增加，这也将成为未来企业发展的趋势。

四大机遇：

1. 复产政策推动企业减负、助力企业发展；
2. 园区集聚体发展模式优势显现；
3. 原材料价格阶段性下降；
4. 十四五布局将带来利好。



二、2020 年涂料行业的四大机遇

报告简析了 2020 年涂料行业发展面临的机遇与挑战。机遇主要在四个方面：

一是复产政策推动企业减负、助力企业发展。2020 年新冠疫情逐渐得到控制，全国工商业陆续复产，加之国家在疫情期间陆续出台的各类中小企业扶持政策，有效降低企业复工之后面临的资金、政策问题，同时，随着全国生产生活的复苏，市场需求在疫情的压缩下降出现一个快速的井喷期，这期间供需、价格等走势都将有利于生产企业。

二是园区集聚体发展模式优势显现。本次新冠疫情爆发后，各地紧急实施了地方交通物流管制，部分复工较早企业因为没有进园区或者远离主要原材料企

业，从而因为原材料物流问题无法正常复工生产。2018~2019 年度，中国涂料工业协会在企业入园及涂料园区建设工作方面做了大量工作，形成了多个涂料行业发展聚集体，上下游联合发展，在此次疫情期间，降低了因物流、原材料等问题给复产复工带来的影响，这也将是以后行业发展的一个突出特点。

三是原材料价格阶段性下降。据石油和化学工业联合会统计，2019 年主要石化产品的市场价格呈现跌势，布伦特原油全年均价 64.26 美元 / 桶、较上年下跌 9.9%；在监测的 39 种无机化工产品中，全年均价上涨的只有 16 种，占 41%；84 种有机化学品中，全年均价上涨的只有 14 种，占 16.7%。很多产品的环比、同比均呈现双下跌。涂料行业上游有机类原材料在过去的一年里，基本都处于低位运行。

四是十四五布局将带来利好。2020 年是十三五至十四五规划的承上启下之年，全行业正在研判十四五规划，这将决定各行业未来五年发展的方向。中国涂料工业协会也正在组织开展此项工作，回顾十三五目标与成果，结合国家大发展方向、政策法规和市场需要客观研判行业未来发展方向，推陈出新、顺应大势的企业也将在十四五期间得到快速发展。



三、2020 年涂料行业的三大挑战

报告认为，我国涂料行业市场竞争日益激烈，面临着来自利

三大挑战：

1. 涂企利润增长压力日渐增大；
2. 新冠疫情短期影响生产；
3. 环保形势依然严峻。

润增长、新冠疫情短期影响、环保形势依然严峻等三大方面的挑战。

在产业结构调整宏观背景下，涂料企业利润增长压力将进一步增大。2019 年，受上游原材料降价影响，涂料行业平均利润显著回升，同比增长 9.4%。

根据石化行业总体预测，虽然石化行业利润同比下降 14.9%，但 2020 年化工行业将迎来先抑后扬，说明上游大宗原材料仍存在价格上升动力。如何降低原材料价格变化对企业经营的影响，企业应根据自身特点及定位，在产品关键技术、知识产权、供需关系、市场布局等方面多下功夫，赢得国际贸易主动权和议价权。例如，已经公布年报的多家行业重点企业，实现利润的高速增长，必定不仅是源自原材料降价，而是在上述方面实现了长足发展，协会将对稍后发布的 100 指数进行此方面的深入分析。

新冠疫情短期内对恢复全面

生产及进出口仍有一定影响。对于疫情形势不可低估，国内虽得到有力控制，但现阶段又有了世界泛滥的危机，因此，这场疫情或将发展成为一个较长期、世界范围共同应对的战役。各国势必会在海关进出口、交通运输、检验检疫等方面加强措施，这也将对本就受阻的进出口贸易增加负面影响。

环保形势依然严峻。环境保护工作仍将持之以恒，中央对之前部分政府机构环保管理工作中出现的一刀切、不务实的工作作风做出批示，将逐渐实现精细化、精准化的环境管理制度。企业寻求绿色发展已成必然。

报告最后总结说，2020 年，中国涂料行业发展虽然将受到来自国际、国内各方面的影响，但是发展趋势仍然是与国家经济发展大环境息息相关，一季度受影响的产能和市场也将在后续时间段累积爆发，全年发展仍将保持稳中有进、进中有变、变中有忧的总体态势。▲



后疫情时代， 涂料企业何去何从？

文 / 本刊编辑部

受疫情和全球经济波动的影响，2020 年开年，对于涂料行业来说注定是难忘的一年，很多涂料对于未来的发展都感到非常的迷茫，未来的出路在哪里，到底是应该静观其变呢，还是应该主动出击，抢占市场呢？



对涂料行业的影响

疫情对于国家、企业、个人都有影响，对于建筑涂料企业而言，本来 1-3 月就是相对的淡季，开工率并不高，虽然会对国内涂料行业的发展产生了一定的影响，但是这不足以影响整个涂料行业发展的主要方向，影响有限。但前期对于原材料物资储

备、资金压力、融资渠道、房地产建材板块的影响还是存在的，也有困难、挫折的一面。

与之相对的，对于良性运作的环保企业、发展中企业都有一个利好的作用。能够让企业和消费者都有机会去思考对未来推广绿色产品产能发展。反而对于那些“散乱污”或是不规范的企业来说，有一个淘汰的作用，对于环保健康绿色发展的企业则是一个机会。只有做到夯实内功，提升管理模式，增加线上营销互动，抓住这个机会，才能更好的发展。

有业内人士预计，今年疫情后政策会比较放宽一些，需求会大幅反弹，所以涂料行业预计影响不会特别大。加上前期市场需求压抑较大，那么下半年疫情有所缓解以后，会出现需求反弹，甚至是井喷式爆发，不少涂料企业表示，预计今年的销量不会比

去年差多少，基本还是持平的状态，也有部分表示同比去年数据或许还是会有增长的。



国家未来的支持政策

受疫情影响，行业及企业短期压力肯定是有，但长远来看还是乐观的。国内除了已经定向降准和未来降息预期外，近期各地政府都陆续公布了地方政府重点项目清单，比如 5G、特高压、人工智能、工业互联网、智慧城市、城际高速铁路和城际轨道交通、大数据中心、新能源汽车充电桩、教育、医疗等新型基建，这些项目对中国经济将是新一轮的拉动，未来 5-10 年可谓是空间巨大。

据报道，目前已有包括北京、上海、江苏、福建、山东等 13 个省市发布了 2020 年重点项目投资计划清单。这份投资清单共包括 10326 个项目，其中 8 个省份公布了计划总投资额，投资总额近 34 万亿。另有 8 个省份公布了年度投资额，合计约 2.79 万亿元。其中基建投资是各地投资计划中的重要组成部分，部分地区基建计划投资额甚至占到了总投资额的一半以上。除了传统的铁公基建设外，本轮大基建新增了 5G 基站、智能电网、DIC 数据中心、工业互联网、智慧城市、教育医疗等基础设施，每一个都是能延续十年的大项目，将会带动钢铁、水泥、涂料等多个领域的发展，也将解决成千上万人的就业，拉动 GDP。

另外，国家对近阶段新冠肺炎产生的影响通过经济调控、政策调整，使企业产生了一些利好，比如高速暂时免费至 2020 年 6 月 30 日、延期缴纳员工社保、对于小微企业的税费减免政策等。当然，此轮的疫情会对涂料行业进行一定的整合，优胜略汰，淘汰一些各方面达不到要求

的小型企业，对于规模以上企业也是好事。



未来涂料行业趋势走向

其一，从产品方面来看，受疫情的影响，国内的抗菌粉和抗病毒粉将会成为未来行业发展的热点，除此之外，金属粉仍然是未来几年粉末涂料行业的主打产品。抗菌类涂料，医疗行业涂料都是目前最热的方向，近期多个品牌推出了抗菌、抗病毒涂料，除了产品的更新迭代之外，销售渠道也出现了前所未有的迅速转变。产销结合向经销商发展，单打独斗到产业集群抱团取暖。线下销售向线上营销转换……一场疫情让众多涂料企业嗅到了新的商机，数字化、新媒体、新营销将成为下一个企业腾飞的臂膀。

其二，大部分企业开工受限，很多企业都是远程办公，受疫情影响，远程办公，智能办公将会成为未来很长时间内的一种趋势。远程办公模式的开启，让

大部分的中小企业意识到，必须快速的推进企业的信息化建设，抛开面对面的办公，能高效的执行无办公室的办公也是企业必不可少的硬核能力。

其三，疫情对于房地产行业的影响不是很大，整个国内房地产行业的基本面没变，国家不会因为疫情改变轻房地产、控房地产的国策，但是疫情会帮助二手房有个很大提升，特别是二手房内装修。从需求端来看，疫情稳定后会出现报复性增长，消费、出口和投资都会迎来爆发期，市场将很快会被激活。企业现在要做的就是苦练内功，应对剧烈的市场波动，度过现在的难关。



既是挑战，也是机遇

疫情不会很快过去，对于国内经济的影响，在半年之内，我们每个人都能够感受到。面对现今的复杂局势，对内的机会体现在我们涂料企业做好疫情防控工作，通过合理有力的管理使得生产得到良性恢复。

疫情期间，整个行业甚至是国家、全球的经济都按下了暂停键，但随着国内新基建的巨额投放，中国的后续经济复苏会领先于其他国家，那么涂料行业的发展也会很快恢复甚至出现反超，重新焕发生机。

对于很多人员和企业来说也是一个好机会，利用这个空隙，夯实自己的基础知识，提升自己的软实力，有朝一日，疫情过去，大家又可以大展手脚，再创佳绩。机会总是与挑战并存，同时机会只垂青于有准备之人。

» 悉奥涂料——上海·金昊丽苑



7个关键词 读懂习近平 防控常态化部署



HAPPY BIRTHDAY

1

1.02 丁雪蕾 1.05 庄学义 1.07 屠鹏飞 1.10 陈 松
1.11 楼寒晨 1.12 王卢青 1.13 黄 锡 1.13 王文娟
1.17 黄 鑫 1.17 王炳荣 1.18 裘解明 1.21 郑 勇
1.24 汪 峰 1.29 吴礼阳 1.29 虞泽清

2

2.06 桂联君 2.08 金余应 2.09 范黎明 2.14 马惠泽
2.15 蓝仁国 2.22 范雪辉 2.25 王科科 2.26 潘永贵

3

3.01 范明强 3.01 章泽鹏 3.01 张志校 3.01 骆凯威
3.04 胡 霞 3.05 陈 涛 3.08 吕科春 3.09 吕力人
3.09 杨志华 3.10 王晓飞 3.14 喻光炎 3.18 方 远
3.20 桂锡庆 3.22 陈兴尧 3.28 童亚青 3.30 胡海萍

HAPPY BIRTHDAY! HOPE YOUR DAY IS FILLED
with lots of love and laughter! May all your
birthday wishes come true.