

今日 悉奥

XIAO TODAY

第 54 期

2023 年第 2 季度 出版
内部刊物 免费交流

工程涂料第一品牌

悉奥涂料 中国好工程

专注于建筑涂料的研发、生产、销售及涂装

悉奥控股有限公司

XIAO HOLDING CO.,LTD

■ 公司地址：浙江杭州临安高虹崇贤路 598 号

■ 公司网址：www.china-xiao.com

■ 服务热线：4008-269-700

■ 邮政编码：311307

2023 年第 2 期 (总 54 期)

管理纵横

再谈降本 之“作业成本法”

● P24

鲁班评说

夏季酷热高温， 外墙涂料施工注意要点

● P33

行业动态

涂料企业难以再“躺赢” 仍需“拼内功”

● P50

封面人物：2022 年度销售状元——方远



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯

发现时间的算法，成为时间的朋友

魔术师让一个人选了一张牌，并在上面签名，然后“嗖”地把牌变没了。接下来，惊人的一幕出现了，在众目睽睽之下，魔术师从一棵至少长了几十年的大树的树干里，把那张牌挖了出来。原来，18年前，这个魔术师还只有14岁，他就把同一个人签名的牌藏进了那棵树的树洞里。历经多年，那张牌就长进树里去了。魔术神奇的效果，因为时间而形成，也因为时间而震撼人心。

人世间几乎所有的奇迹，都和时间的有关。时间的重要性，不言而喻。但很少有人能说清楚时间是什么。让我们带着对于时间的思考，看一看现实世界中时间的底层机制。

第一点，时间是线性的，它总是沿着一个方向流动，被分为“过去、现在、未来”。

第二点，时间是匀速的，再富有的人，时间的速度也和你的一样。

第三点，时间是“自动驾驶”的，即使你什么都不做，时间也会自动向前走，把你带向未来。

这些理所当然的结论，放到哲学层面却没那么简单。我们来逐一看看这三点。

时间是线性的。时间是沿着一个方向流动的。在现在这个时点，它被划分为过去和未来两段。这个世界上很多厉害的人，都是发现了时间机制的这个“秘密”。比如著名投资人孙正义，他发现美国、日本、中国这些国家的IT行业发展阶段不同。在日本、中国这些国家的发展还不成熟时，先在比较发达的市场，比如美国去开展业务，然后等时机成熟后再杀回日本和中国市场，就好像坐上了时间机器，回到几年前的美国。这个时候，你仿佛是个未来人，知道历史的走向，就能比别人更容易把握先机。

时间是均匀的。每个人的每天都是二十四小时，但是为什么在相同的的时间里，有些人可以做更多的事情呢？因为聚焦。时间有时候和光一样，当我们能够极度专注、极度聚焦时，时间就像激光一样，产生强大的切割力。有一次比尔盖茨和巴菲特各自在纸上写一个词，说说什么是对他们的成功影响最大的。这两位轮流坐庄世界首富的人，各自写完，翻开一看，上面居然都写着同一个单词——专注（Focus）。对于所有的人来，时间都是稀缺的。要事第一，用80%的时间去做20%最重要的事情，而不是陷在紧急但并不重要的琐事当中。

时间是自动驾驶的。时间的第三个机制看起来有点儿奇怪，什么叫时间的自动驾驶？巴菲特曾说，我靠屁股赚的钱比我用脑袋赚的钱还要多。这是因为巴菲特的伯克希尔公司通过保险承销业务获取了大规模的保险浮存金，这可以让他源源不断获得现金流，这是一只永不过时的现金流奶牛。因此，比作决策更重要的是守候，守候时间的自动驾驶带来的复利。

那么，什么是时间的算法呢？

对于过去，是局部无法改变的已知条件，它已经发生了，你需要冷静地接受。

对于现在，你需要极度专注，主动选择正确的思维模式，分配“过去”和“现在”的资源，进行理性的计算。

对于将来，就是各种可能性结果的概率。我们要在过去的教训上模拟未来，记住，你的所有决策，仅仅是对未来负责。

目录

CONTENTS

EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部



出版日期：2023年7月
 主办单位：悉奥控股有限公司
 地址：杭州临安高虹崇贤路598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

- 02 | 悉奥时讯
- 06 | 悉奥荣获“水包砂涂料影响力品牌”大奖
- 09 | 公司荣获临安区第三十三届乒乓球赛俱乐部组第二名
- 10 | 公司党支部赴庐山参观学习
- 14 | 艺术涂料，让生活更美好

营销 谋略 Marketing Strategy

- 17 | 如何让客户更认同你的产品？
- 20 | 产品出现问题，怎样做能不影响收款？

管理 纵横 Management Aspect

- 24 | 再谈降本之“作业成本法”

科技 之光 Frontier Technology

- 30 | 浅谈无机硅酸盐涂料

鲁班 评说 Engineering Management

- 33 | 夏季酷热高温，外墙涂料施工注意要点
- 37 | 浅谈飞检时发现的问题及解决措施

党政 要览 Party News and Policies

- 40 | 赓续红色血脉，传承革命精神

员工 心声 Employees' Voice

- 42 | 想要做好一个PPT真的有这么简单吗？
- 44 | 影响孩子的人，不是别人，正是父母
- 46 | 什么叫吃苦？你所谓的吃苦，只不过是别人的日常
- 48 | 一份工作仅仅只是开始，积极的心态才是成功的基石

行业 动态 Industry Dynamics

- 50 | 涂料企业难以再“躺赢”仍需“拼内功”

知识 百味 Joy and Knowledge

- 54 | 想要多任务处理？没戏！

悉奥时讯

XIAO NEWS

公司荣获临安区第三十三届乒乓球赛俱乐部组第二名

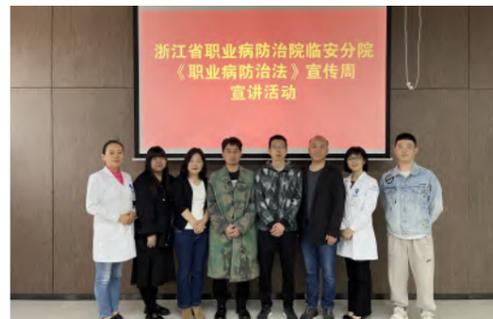
4月15日，临安区体育总会、临安区民政局、杭州住房公积金管理中心临安分中心在临安体育馆共同主办了临安区第三十三届乒乓球赛。本次比赛吸引了来自全区各镇街、机关和企事业单位及乒乓球俱乐部等多支队伍参加。公司悉奥乒乓球俱乐部参与了此次俱乐部组比赛。经过多轮激烈角逐，最终，公司乒乓球俱乐部组获得“临安区第三十三届乒乓球赛俱乐部组第二名”的好成绩，此次乒乓球赛是贯彻落实党的二十大精神，积极推动全民健身，喜迎亚运会的有力举措，进一步激发了广大干部职工支持亚运、参与亚运、服务亚运的意识。



公司开展职业病防治系列宣传活动

4月28日，在全国第21个《职业病防治法》宣传周到来之际，公司围绕“改善工作环境和条件，保护劳动者身心健康”的主题，特邀请杭州医学院公共卫生学院徐主任、临安区第一人民医院方主任等领导来公司进行职业病防治法宣贯，普及职业病防治知识。本次宣传周活动紧紧围绕宣传《职业病防治法》这一主题，

主要从常见职业病危害因素及其防护措施、工作场所噪声危害及其预防、改善工作环境和条件，保护劳动者身心健康、尘肺病及其预防、职业病体检与诊断相关法律法规以及职业病危害应急救援和个人防护用品的使用等六个方面进行讲解。让职工们充分认识到职业病防治的重要性和必要性，增强全员职业健康意识，进一步提高公司职业健康管理水平，形成人人关注职业健康保护的浓厚氛围。



拔草护绿，党员我先行

为进一步提升党组织的凝聚力和战斗力，增强党员的服务意识、责任意识和奉献意识。公司党支部特组织开展了党员志愿者服务活动“拔草”。在公司支部书记黄锡的带领下，党员们个个干劲十足，发挥不怕脏、不怕累的精神，沿着绿化带地毯式清理杂草。经过半个多小时的奋战，绿化带的杂草就被全部清理干净了，环境变得更加整洁亮丽了。参与的党员同志表示，这种主题党日活动有助于增强身份感，通过活动凝聚力量，让劳动成为党员的最美底色，同时也在劳动中感受到了志愿服务的快乐。



公司参加高虹镇劳模小组参观学习

5月6日，高虹镇总工会开展“迎亚运 促共富”劳模活动暨基层工会干部参观学习。公司保障中心钱梦琪参加了此次活动。首先，大家前往猷溪绿道进行“五水共治”巡河护水志愿服务活动。随后，前往职工之家参观天目匠心馆，天目匠心馆全方位展示临安匠人、匠心、匠品，大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，着力打造新时代工匠文化培育和传承高地。最后，高虹镇工会副主席何骏就劳模主题展开座谈交流，何主席介绍了临安区打造新时代工匠文化、强化数字赋能弘扬工匠精神的举措，各位劳模谈理想、话成长、寄希望，纷纷表示将牢记使命、爱岗敬业，用辛勤劳动和不懈奋斗为高虹的发展添砖加瓦。此次参观学习大家受益匪浅，将以高质量高效率服务职工为己任，奋力开创工会工作新局面，为建设新时代贡献自己的一份力量。



“与民同心 为您守护”主题普法宣传活动

5月15日，杭州市公安局临安区分局经侦大队联合高虹镇派出所走进悉奥开展普法宣传活动。本次活动围绕第十四个5·15全国公安机关打击和防范经济犯罪宣传日，集中组织开展以“与民同心 为您守护”为主题的打击防范经济犯罪宣传活动，有针对性地对公司员工进行宣传。期间，各民警紧紧围绕非法集资、传销等涉众型经济犯罪以及挪用资金、合同诈骗、养老诈骗等与企业群众生活息息相关的内容，用通俗易懂的语言深刻剖析犯罪手法和典型案

例，传授防骗知识。同时，企业员工就相关法律问题与民警进行了现场咨询交流。此次宣传活动不仅调动了大家参与打击和防范经济犯罪工作的积极性，进一步推动了大家共同关注和参与打击防范经济犯罪工作，努力形成打击和防范经济犯罪的浓厚氛围。



公司组织车间操作工职业病体检活动

5月16日，为加强职业健康安全监管，保障车间操作工人员的身体健康与安全，有效预防、控制和消除职业病危害，我司组织车间操作工在杭州临安青山湖科技城进行了职业健康体检活动，由制造中心计划部阮盛带队，杭州职安门诊部共同协作完成。体检期间，大家先填表再登记，然后按次序排队体检，积极配合医护人员，参与了内科常规检查、神经系统常规检查、皮肤科检查、血常规、腹部彩超等项目。通过职业健康体检，不仅使车间操作人员及时了解自身的健康状况，还为企业顺利开展职业健康管理和进一步做好职业病预防工作提供了可靠依据。



公司邀请移动公司客服人员进企业提供便民服务

5月16日，公司邀请临安移动公司客服人员进企业提供便民服务，现场为职工办理套餐等业务。活动现场咨询人员络绎不绝，其中三位同事成功免费领取到了手机和精美礼品。员工表示类似活动可以多多开展，上门便捷服务不仅节约了办事时间，还有助于提升职工的工作效率。



公司参加高虹镇光电产业四届三次职工代表大会

5月22日，高虹镇光电产业四届三次职工代表大会暨节能灯行业第15轮工资集体协商签约仪式顺利召开，本次会议由高虹镇工会主席陈丽主持，公司工程中心总经理陈钰亮、保障中心钱梦琪参加了此次会议。会议表彰了高虹镇2022年度先进工会集体、优秀工会干部、优秀职工。其中公司被镇总工会评为“2022年度高虹镇先进工会集体”，公司陈钰亮被评为“2022年度优秀工会干部”。会上，公司钱梦琪作为先进工会集体代表上台做了“打造服务式工会做好职工的贴心人”的工作汇报。接着由镇工会主席陈丽作了2022年度工会工作报告。然后，由区总工会劳动关系部副部长周国军为参会人员进行了“遵法守法 携手筑梦”的工会普法讲座。最后，临安区总工会副主席雷鸣作了会议总结，雷主席肯定了高虹镇总工会的各项工作，值得学习和借鉴，并提出在新时期工会如何更好的做好工作，为高虹镇工会建设规范化、工作创新等方面而竭尽全力。



公司制造中心开展安全生产培训会

为切实加强全体员工对生产安全问题的认知，预防和减少事故发生。6月15日，公司制造中心在七号楼二楼会议室召开制造中心安全生产培训会，制造中心全体成员参加本次会议。本次培训由制造中心副总经理丁同舟主持，主要讲解了一些车间存在的安全隐患以及处理方法，并在现场观看了安全生产事故警示教育视频，通过一系列极具冲击力和说服力的现实案例，分享经验教训、普及安全知识、强化安全意识，告诫大家时刻绷紧安全之弦，警醒大家在工作中要时刻把安全摆在首位，必须做到警钟长鸣。会议结束后，丁总带领大家进行了消防演练，指导大家如何检查灭火器和使用消防栓、灭火器，并组织人员进行现场灭火演习，通过每一位员工的亲身体验，让员工消除紧张心理，系统地掌握灭火器扑救火灾的基本要领和处置方法，夯实了员工的消防安全基础，以应对火灾的发生。通过本次会议的召开，有效提高了大家的消防安全意识及对突发险情的应变能力和逃生技能，提升了自防自救能力。



公司荣获年度“水包砂涂料影响力品牌”大奖

6月16日，以“聚势智远”为主题的“2023年度涂料行业高峰论坛暨防水行业高峰论坛”在上海举行。公司营销中心总经理范黎明、大客户中心总经理罗雄飞应邀参加本次会议。由浙江涂料粘接技术协会涂料分会主持编制的《既有建筑外墙饰面涂饰更新工程应用技术规程》团体标准也在本次高峰论坛上发布，该标准为重涂市场中建涂企业的提供了标准规范。同期浙江省第三届建筑涂料十强品牌也集体亮相本次高峰论坛。公司作为团体标准参编单位、浙江省第三届建筑涂料十强品牌上台合影留念。这场历时近半年时间的精心策划，经过网络票选、专家评定等多个评定环节，从数千家企业中评选出的二十项影响力品牌大奖在行业瞩目中重磅揭晓。其中公司荣获“水包砂涂料影响力品牌”大奖，用实力彰显了公司在涂料领域的品牌影响力。



工商联党组成员、副主席吴隆一行来我司调研

6月16日，杭州市工商联副主席吴隆率机关工作人员走访调研临安区工商联会员企业，实地了解企业发展情况，听取企业家的意见建议，帮助企业解决发展中遇到的困难和问题。区工商联党组成员、副主席楼静陪同调研。公司董事长黄金谦代表公司全体员工对领导们的到来表示热烈欢迎，在黄总的带领下一行人参观了产品展示厅和研发工厂。调研中，黄总向杨书记一行介绍了公司的发展历程、发展定位和

发展目标。吴隆副主席表示悉奥的真石漆已经做到了“以假乱真”的地步，但企业仍要坚持创新引领，加强产品研发，不断增强自身的市场竞争力。考察结束后，各位领导对我公司的发展给予了高度评价，充分肯定了我司的发展前景。



公司制造中心组织召开半年度工作例会

6月30日，制造中心在公司十号楼四楼会议室召开了制造中心半年度工作例会，制造中心组长及以上人员参加。本次会议由制造中心总经理童亚青主持。会上，各部门负责人依次汇报了上半年整体情况以及下半年工作规划，并对上半年存在的问题进行集中的讨论和提出解决方案。童总针对各部门的工作情况进行总结，肯定了大家所做的工作，对上半年度生产、调色等内容进行数据透析，并对下半年的工作进行系统性的安排。相信通过本次会议的召开，制造中心全体员工在下一阶段的工作中会更加进一步巩固和提升自己的工作能力，为公司的高质量发展营造更加稳定的工作环境。





悉奥荣获 2023 年涂料行业高峰论坛 “水包砂涂料影响力品牌”大奖

文 / 本刊编辑部

6月16日，以“聚势智远”为主题的“2023年度涂料行业高峰论坛暨防水行业高峰论坛”在上海举行。来自全国的涂料和防水企业、渠道经销商、下游用户企业及国家和地方相关协会领导，参与了本次高峰论坛。公司营销中心总经理范黎明、大

客户中心总经理罗雄飞应邀参加本次会议。

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，是实施“十四五”规划承前启后的关键一年，涂料和防水行业聚焦“高质量发展”，汇聚产业链上下游

各方优势推进中国式现代化进程。大道行思，智及所远，与会人士在分享和交流中共同梳理涂料和防水行业所处现状，探索品牌建设的核心力量。



一、信心致辞： 聚势取暖，把握机遇

相关协会领导及行业大咖为论坛致辞，为行业聚势取暖、高质量提升、把握机遇指明了方向。

中国建筑防水协会秘书长朱冬青在致辞中表示，涂料和防水作为房地产的“密接行业”，在2022年都呈现出销售收入和经营利润的明显下滑，2023年挑战与机遇并存，“聚势智远”也是企业面对2023年最好的态度，产业链上下游的充分交流，是彼此信心的传递，也是行业发展的基石。

上海伟星新材料科技有限公司品牌总监章渊以论坛特约支持单位的身份为论坛致辞，指出“聚势智远”也是伟星新材料对涂料、防水行业共同的期望、追求，运用集体智慧谋划长远发展。

买化塑 CEO 郭喜鸿以活动主办方身份致辞，他表示，涂料和防水行业在当前的竞争激烈和变化迅速的市场环境下，需要保持头脑清醒，抓住机遇，远见



» 2023年涂料行业高峰论坛现场

卓识地引领行业的发展。涂料和防水行业需要汇聚各方力量，共同探讨创新的路径和策略，以实现行业的可持续发展。



二、交流提升： 市场营销，技术沙龙

“聚势智远”贯穿了高峰论坛的全天活动。16日上午，面向市场营销思维拓展工作坊和针对工业涂料功能提升的技术沙龙，为参会嘉宾的经营思维和产品方向提供了新鲜养分。

在市场营销思维拓展的工作坊中，企业咨询顾问和投资人姜志辉先生带来一场关于商业模式透视与创新的特邀分享，探讨在瞬息万变的市场环境中，企业该

如何运用互联网思维赋能传统行业，取得名列业界前茅的发展成果。浙江丰虹新材料股份有限公司主办了“离子交换防锈颜料及涂料应用创新沙龙”。其他专家学者也作了涂料相关领域研究的最新报告。



三、信心智远： 经营策略，变策结合

高峰论坛的三个主题一样，分别从产业市场、设计与产品、企业经营分享三个角度，将“聚势智远”的角度聚焦在市场、需求和企业的三个维度之上。

来自买化塑、CROX 阔合设计和立邦中国的三场主题演讲，帮助嘉宾提升思维意识，在产业



公司荣获 2023 年涂料行业高峰论坛“水包砂涂料影响力品牌”大奖

高度下再次审视企业经营策略，并将发现的新变化与策略及时结合。



四、感到温暖： 标准发布，多彩评比

由浙江涂料粘接技术协会涂料分会主持编制的《既有建筑外墙饰面涂饰更新工程应用技术规程》团体标准也在本次高峰论坛上发布，该标准为重涂市场中建涂企业的提供了标准规范。

同期浙江省第三届建筑涂料十强品牌也集体亮相本次高峰论坛，公司作为团体标准参编单位、浙江省第三届建筑涂料十强品牌上台合影留念。



五、榜单发布： 影响力品牌，花落谁家

一场行业精英思想汇聚的盛宴，也是优秀品牌展现影响力的舞台。

同期举行的 2023 年涂料行业影响力品牌与 2023 年防水行业影响力品牌颁奖盛典上，一批优秀的涂料和防水品牌在面对严苛的市场考验下，立足于品牌价值的塑造与提升，在业界发挥了标杆典范的作用，通过全方位打造企业品牌价值，展示出了优秀品牌的行业影响力。

这场历时近半年时间的精心

策划，经过网络票选、专家评定等多个评定环节，从数千家企业中评选出的二十项影响力品牌大奖在行业瞩目中重磅揭晓。

其中悉奥控股有限公司荣获“水包砂涂料影响力品牌”大奖，用实力彰显了公司在涂料领域的品牌影响力。

二十多年来，公司一直专注于建筑涂料的研发、生产、销售及涂装，本着以“为中国城市增添色彩”为使命，以“鼎力打造工程涂料第一品牌”为愿景，以“绿色、科技、人文”为核心价值观，不断为中国涂料市场研发更环保、更高性能的产品。

未来，公司将不忘初心，砥砺前行，不断创新开拓进取，以“工匠精神”做产品，服务市场，促进涂料产业繁荣，为中国涂料的壮丽事业而奋斗！

“喜迎亚运·我与亚运同行”

公司荣获临安区第三十三届乒乓球赛俱乐部组第二名

文 / 本刊编辑部

在中国体育发展史上，乒乓球项目的地位最为特殊，它拥有傲人的竞技成绩、最庞大的群众基础和最深厚的文化底蕴。小小的乒乓球承载着 14 亿中国人民的热爱与骄傲，同时它的体育精神也不断激励着国人砥砺前行！

为扎实推进习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育走深走实，贯彻落实习近平总书记关于体育强国的重要指示精神，进一步浓厚“喜迎亚运”的氛围，4月15日，临安区体育总会、临安区民政局、杭州住房公积金管理中心临安分中心在临安体育馆共同主办了临安区第三十三届乒乓球赛。

本次比赛吸引了来自全区各镇街、机关和企事业单位及乒乓球俱乐部等多支队伍参加。公司悉奥乒乓球俱乐部参与了此次俱乐部组比赛。

比赛现场气氛热烈，精彩纷

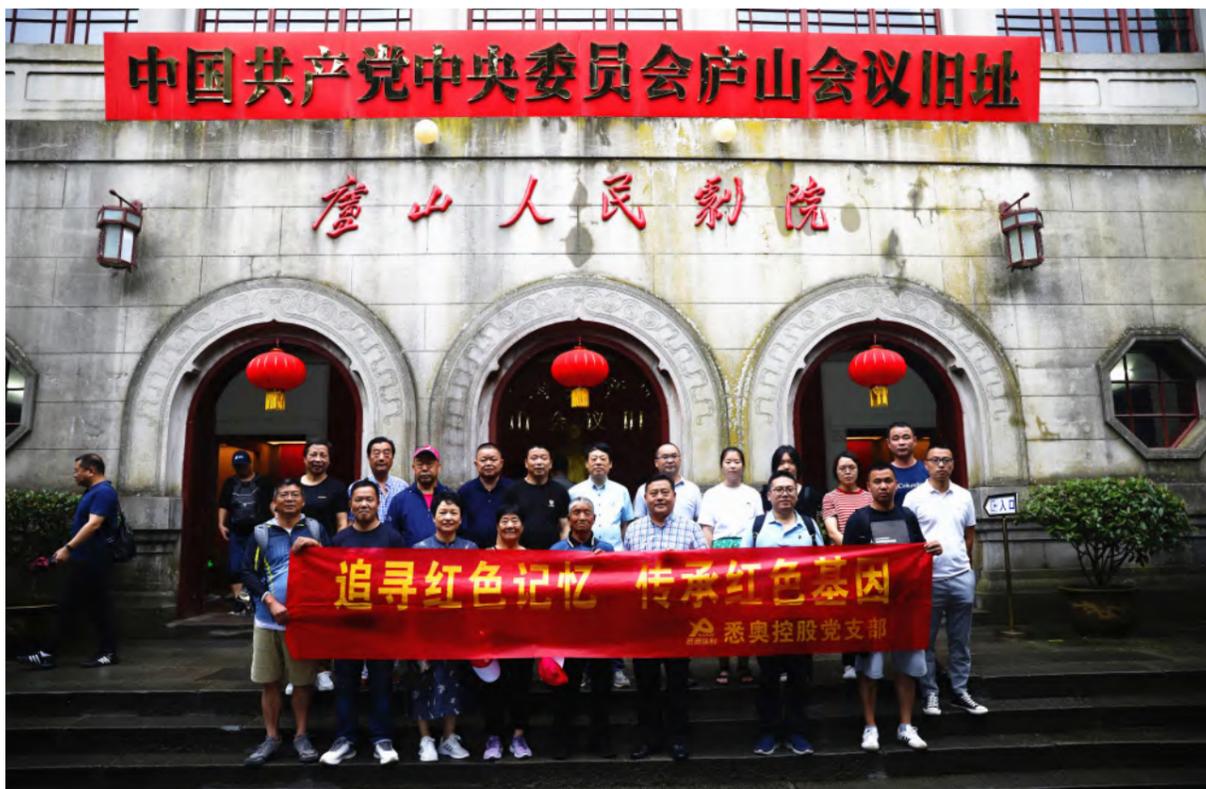


呈，选手们精神饱满、身姿矫健、斗志昂扬。大家以球会友，切磋技艺，一道道精美的弧线，一个个凌厉的扣杀，展示着国球的魅力，以饱满的热情和昂扬的斗志投入到比赛当中，抢攻、拉球、扣杀一气呵成。赛场外，掌声、欢呼声此起彼伏，为运动员们加油鼓劲，为精彩瞬间拍手叫好。

为期两天的赛程井然有序、精彩纷呈。运动员们以饱满的精神状态投入到每一局比赛中，秉着“友谊第一，比赛第二”理念，切磋球技，交流心得，形成了赛

出活力、赛出成绩、赛出友谊的良好氛围。

经过多轮激烈角逐，最终，公司乒乓球俱乐部组获得“临安区第三十三届乒乓球赛俱乐部组第二名”的好成绩。此次乒乓球赛是贯彻落实党的二十大精神，积极推动全民健身，喜迎亚运会的有力举措，展现了住建系统干部职工追求卓越、奋勇争先的品质和迎难而上、团结协作的精神，进一步激发了广大干部职工支持亚运、参与亚运、服务亚运的意识。



» 参观庐山会议旧址

走进庐山会址，感受红色情怀学习 ——公司党支部赴庐山参观学习

文 / 本刊编辑部

为庆祝中国共产党成立 102 周年，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，不断增强党员干部党性修养，锤炼对党忠诚的政治品格，提高党员干部的思想觉悟和政治素质，悉奥控股有限公司党支部组织公司党员赴江

西庐山进行为期三天的参观学习

庐山是世界名山，它不仅风光秀丽，更集教育名山、文化名山、宗教名山、政治名山于一身。“不识庐山真面目，只缘身在此山中”、“采菊东篱下，悠然见



» 含鄱口风景

南山”、“飞流直下三千尺，疑是银河落九天”，众多名人都曾到过此山并留下千古绝句。

期间，大家通过爬庐山、参观含鄱口、庐山会议旧址、美庐别墅、仙人洞、三宝树和三叠泉等地，感受庐山作为当时中央重要的政治活动场所，折射出的中

共发展史上一段曲折的历程，缅怀革命前辈，珍惜当今来之不易的和平与幸福。在参观过程中，党员干部们认真聆听讲解员的讲解，深入了解革命先烈的英勇事迹，体会庐山会议对我国革命事业的重大意义。

含鄱口位于庐山东谷含鄱岭

» 参观含鄱口

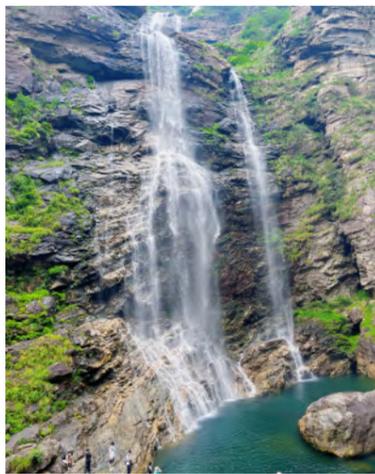


中央，海拔 1211 米，左为五老峰。五老峰共五座山峰，分别是一、二、三、四、五，因为酷似老者而命名。其最高峰 1300 米，这个海拔不会使人有高原反应。右为乙太峰，山势高峻、怪石磷峋、对着鄱阳湖，形凹如口，似乎要把中国最大的淡水湖一口吞下似的，故名含鄱口。

庐山会议旧址原名庐山大礼堂，原为国民党中央党部所建，新中国成立后更名为庐山人民剧院。自 1959 年开始，中共中央曾在这里召开过三次重要会议，即 1959 年的中央政治局扩大会议和八届八中全会，1961 年的中央工作会议和 1970 年的中共中央九届二中全会，里面保存着当年许多珍贵的实物和照片资料，生动还原了历史事件和庐山故事，吸引党员们驻足参观，认真学习。

百米之隔，便是始建于 1935 年的庐山抗战博物馆，是民国时期庐山的三大建筑之一。馆内展出着各类珍贵的抗战历史照片和实物场景，还原了中华民族抗击外侮的真实场景，使党员们如临其境，感受中华民族全民抗战的艰苦岁月和顽强不屈的民族血性。

在馆内，全体党员通过听取讲解、观看视频和实物等方式，



认真了解了庐山作为中国共产党第一个领导人民经过艰苦卓绝斗争取得革命胜利的地方的光辉历程和厚重的历史文化，仿佛看到在那个革命奋斗的艰苦日子里，革命前辈们在这片土地上浴血奋战的不屈身影，感受了革命先烈舍生取义的奉献精神，感受到了一次心灵的震撼和灵魂的升华。

美庐别墅，又称“美庐”，始建于1903年，由英国兰诺兹勋爵建造。1933年，宋美龄从

好友英国人赫莉手中购得，是庐山特有的一处著名人文景观，也是庐山最著名的景点，曾作为蒋介石的“夏都”官邸，蒋、宋夫妇曾多次在此居住，第一次庐山会议，毛泽东也住在这里，是我国唯一一栋国共两党最高领袖都住过的别墅。

美庐所处的位置极佳，它离热闹的牯岭街中心不远，但又闹中取静，背山临溪。门前，一条以往不大容许行人走的路，静悄悄经过它那缕花围栏的院门。

庐山仙人洞位于庐山牯岭西侧佛手岩，海拔1049米，深约10米，相传唐代名道吕洞宾曾在此洞中修炼，直至成仙，后人为奉祠吕洞宾，将佛手岩更名为仙人洞。仙人洞进口处，为一圆形石门。门上方正中镌刻“仙人洞”三字。左右刻有对联：“仙踪渺黄鹤，人事忆白莲。”入圆门便见一大巨石横卧山中，宛若一只大蟾蜍伸腿欲跃，人称“蟾蜍石”。石上有一株苍松，名石松。石松凌空展开两条绿臂，作拥抱态。其枝枝叶叶，葱葱郁郁，生机盎然。其根须裸露，却能迎风挺立，百年不倒，堪称庐山奇景。

三宝树是引人注目的三棵古树，凌空耸立在松杉碧绕、岚烟环抱的谷壑之中。穿过一片绿树林，爬了300多步台阶，气喘吁吁、汗流满面，展现在面前的是一座千年古刹——黄龙寺和三棵千年古树——三宝树，二棵柳杉和一棵银杏。柳杉的枝叶长得象

垂柳往下探，这就是柳杉。银杏也就是白果树。因为祖辈种树，子子孙孙都能吃到白果，所以又称公孙树，它是活化石，十分珍贵。

三叠泉风景区山峰高峻，峡谷幽深。在“燕山造山运动”和“喜马拉雅造山运动”期间，由于地壳的多次沉降与抬升，形成了褶皱密布、断层纵横、岭谷相

间的山体，又经过第四纪冰川的剧烈摩擦而形成“冰阶”崖面。森林覆盖率达89.9%，有圆头柳杉、灯台树、杜种等2331种植物和动物200多种。瀑布分三叠，各异其趣，古人描绘曰：“上级如飘云拖练，中级如碎石摧冰，下级如玉龙走潭。”

庐山承载着深厚的革命历史，记录着光辉的革命事迹，弘

扬着灿烂的革命精神。同时也让我们领略了庐山的怪石险阻，蜿蜒盘曲、九曲回肠的山中要道从山下到山上、从山腰到山颠，我们惊叹大自然鬼斧神工的同时，也不得不佩服人类智慧的巧夺天工。

这次红色之旅是短暂的，但从心灵上的震撼洗礼却是永恒的。通过本次教育活动，全体党员更加坚定了理想信念，更加牢记初心使命，听党话，跟党走，以革命先烈不怕牺牲、甘于奉献的优良传统激励自己，在公司高质量发展中争当主人翁，做好排头兵。

艺术涂料，让生活更美好

随着人们消费水平与审美的提高，艺术涂料作为一种新型的墙面装饰材料，也逐渐受到越来越多消费者的喜爱与使用。艺术涂料具备着环保优势，无论是选择原材料方面，还是制造工艺上，在创造艺术漆的时候我们都秉持着“健康、环保、绿色”的生产理念。

文 / 胡霞 保障中心

虽然很多人听说过艺术涂料，但是对其并不是特别了解，尤其是对用艺术涂料所能达到的效果知之甚少，那今天我们就来简单介绍一下什么是艺术涂料。



一、什么是艺术涂料？

艺术涂料呢是近几年兴起的一种新型墙面装饰材料，其材质环保且墙面装饰效果丰富多彩，深受许多人喜爱。

艺术涂料起源于欧洲，进入

国内市场以后，以其新颖的装饰风格，不同寻常的装饰效果，吸引了不少设计师及家居爱好者的青睐。艺术涂料是一种新型的墙面装饰艺术涂料，具有防水、防尘等功能。

艺术涂料又称为“墙艺漆”，原料大多取材天然石灰岩、无机矿土等优质环保材料，加上现代高科技的处理工艺制作而成。同时，艺术涂料打理方便，对空间的湿度、干燥度不敏感，不用担心发霉、脱落等问题，最大优势在于使用寿命更长，优质的产品寿命可达 20 年以上。

最重要的是，艺术漆无毒，环保，同时还具有防水，防尘，

阻燃等性能，优质艺术涂料能洗刷，耐摩擦，色彩历久常新。



二、艺术涂料的分类

艺术涂料种类繁多，根据风格的不同，公司现有艺术涂料大致可以分为以下几种：

1、蛋壳光——小羊皮

小羊皮是一款以净味丙烯酸乳液为主要成膜物质、环保无机填料、添加优质助剂等精制而成的具有蛋壳光泽的艺术涂料，能呈现天然橘皮、羊皮等自然纹理，半哑光效果，轻松施工，耐脏易擦洗，空间美化设计的理想选择。

2、天鹅绒——天鹅绒

天鹅绒是一款有着若有若无、色彩亮丽的珠光涂料，它不同寻常的丝绸效果和明亮的发光效果，让精细的颜色与独特的个人品味和谐融合，产生非凡别致的美感；让墙面如金缎流苏般精致细腻，呈现出低调奢华气质；无论精致、现代、典雅，它总是引领着室内装饰的新趋势。

3、细砂丝绒——水晶砂绒

水晶砂绒以高硬度天然石英

砂与树脂乳液为基料，搭配色彩亮丽的珠光颜料，专为注重家居生活质量的客户而设计。打造出的丝韵质感，让墙面如流苏般精致细腻、呈现出低调奢华气质。

4、维纳斯——锦缎

锦缎采用天然水性乳液融入金属珠光颜料，其磨砂质感效果让空间如锦缎流苏般精致细腻、顺滑闪耀，自然间流露低调奢华气质。出众的色彩与砂绒的质感融合，在不同角度、不同光线下触变，闪烁着明暗变化的光芒，华丽而不失内涵，光耀却不失雅致。

5、雅晶石——海藻岩

海藻岩是以高硬度天然石英砂与树脂乳液为基料，利用特殊

工艺独创纹理细腻清晰、手感柔和，精致典雅的艺术质感，赋予了空间丰富多变的天然砂质墙面效果。

6、玛曼奴——玛莫

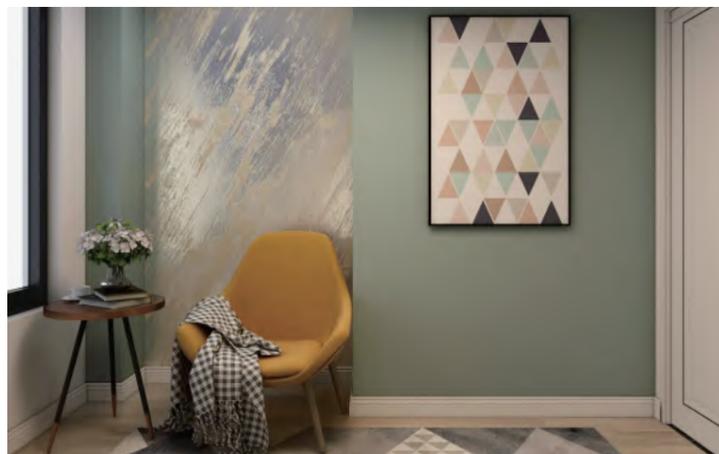
玛莫具有自然的斑驳感，温润始玉的质感，备受全球瞩目，深受设计师推崇已成为了品味、气质、低调、素雅、简奢的代名词。

7、马来漆——玛博尔

玛博尔灰泥是一种高品质的类似抛光大理石效果的高级艺术涂料，它是由凹凸棒土，丙烯酸乳液等混合的浆状涂料，通过各类批刮工具在墙面上批刮操作，产生各类纹理的一种涂料。其艺术效果明显，质地和手感滑润，是新兴的一类艺术涂料的代表。



» 艺术涂料展示



>> 艺术涂料展示

8、微水泥——微水泥

微水泥是一种新型面饰材料，一种由水泥、水性树脂、矿物颜料等混合而成的面层材料。适合打造诧寂风、极简风、奶油风，可实现墙顶地同色、无缝的整体感和视觉延展性。

9、魅澜——都灵水晶

都灵水晶是具有羽毛般触感的室内金属丝绸水性环保材料，通过光的变化呈现特殊的阴阳面变化，用隐含的金属色彩达到如诗如画般的视觉效果，珍珠般的光泽和磨砂般的柔和质感，夺目却不失雅致，营造出浪漫温馨、充满遐想的空间效果。

10、雪花岩——奥帝斯

奥帝斯系列富有哑光质感，

缤纷点于墙面凹凸有致的立体感，丰富了空间的层次感。



三、艺术涂料有哪些特点？

1、高装饰性，风格多样

艺术涂料可以根据每个施工人员的施工工艺，涂刷出不一样的装饰效果和不同的风格。具有很多种效果，光感质感多变，在不同的光照条件下还能呈现出各种特异的颜色出来，具有极强的观赏性。

2、立体质感，纹理丰富

艺术涂料涂刷完后，拥有立体化的纹理，非常具有个性化搭

配，更能展现其独特的视觉空间。

3、防尘耐擦洗

区别于墙布、墙纸、乳胶漆等材料，艺术涂料具有良好的防水性能，艺术涂料的防尘效果很好，而且表面的脏污很容易清洗，方便打理，可以随时保持墙面的整洁，使用多久也跟新的一样。

4、无缝连接，不脱落起皮

艺术涂料的防尘效果很好，而且表面的脏污很容易清洗，方便打理，可以随时保持墙面的整洁，使用多久也跟新的一样。

5、耐久耐用，不会褪色

艺术涂料对于施工要求会比较严格，会比普通墙面漆更讲究。所以其使用寿命会比一般普通墙面漆更长。

艺术涂料具备着环保优势，无论是选择原材料方面，还是制造工艺上，在创造艺术漆的时候我们都秉持着“健康、环保、绿色”的生产理念。公司甄选美国陶氏化工的助剂，德国巴斯夫的乳液等在行业内享有盛名的品牌原料，独具匠心来打造上述产品，目的就是让我们顾客朋友们回到家中，就能享受到艺术的气息，为家人注入生活电量，消除工作带来的疲惫，给您的家居生活带来更多美好。



如何让客户更认同你的产品？

文 / 本刊编辑部

毫无疑问，想要客户认同你的产品，信任你的产品，那么你的产品必须质量可靠、经久耐用、价廉物美等等，想必这些道理大家都懂。然而，我们要谈一谈的是，如何在改变产品事实的情况下加强信任。

产品就是这么个产品，怎么才能让人相信你这个产品质量好、档次高呢？千万不能像传统那样，“酒香不怕巷子深”，“日久见人心”，在这个时代已经意义不大。现在新品牌新产品层出不穷，你必须快速取得消费者的信任才能抢到市场，你必须得做点什么。

信任的判断，绝对是一种快速思考。研究表明，我们面对一个人，一个产品，一个网站或者一家公司，决定该不该信任，这个判断是在100毫秒之内做出的。从心理学上看，信任不是逻辑推论在起作用，而是一种直觉判断，是一种快捷方式。

因此，争取快速信任需要的不是摆事实讲道理，而是制造一个感觉。对，就是一种感觉！

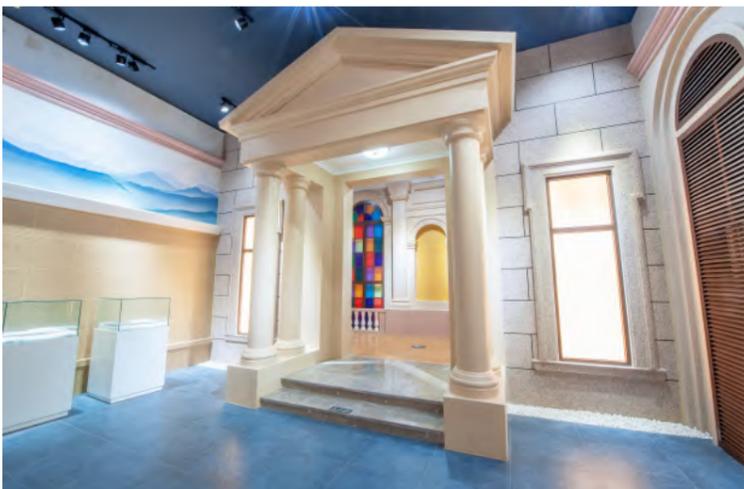
比如说一个有效的办法是展现你的地位和专业性。研究表明医生只要戴上听诊器，患者就更愿意听他的判断。还有一个有意

思的现象是「押韵导致信任」。像“一寸光阴一寸金，寸金难买寸光阴”这样的句子，为什么你一听就觉得有道理呢？因为押韵。同样意思的两句广告语，一个押韵一个不押韵，人们无意识之中就更相信押韵的那句。

咱们重点讲三个现在的商家最常用的加强信任的办法：发信号、社会认同和运营透明度。

【发信号】

公孔雀的尾巴又大又漂亮，其实没有实用价值，但这样的奢



>> 悉奥形象展示厅

侈浪费恰恰证明自己身体好，不怕累赘。瞪羚面对捕食者会来几个炫耀式跳跃。毒镖蛙长得非常显眼，不但不搞什么保护色而且主打鲜艳的红色，不怕被你看见，反正你稍微有点常识就知道我身上有毒不敢吃我。这些都是信号。

人类也是如此。银行的大楼一定要高大气派，说明咱特别有钱，你这点钱存我这儿大可放心。订婚戒指一定要贵，这样才能展现诚意。高端品牌哪怕用户少，也要花很多钱做最好的广告，就为树立形象。理想的信号有两个特点：一个是浪费，一个是贵。

商家的奢侈还可以表现在有时候会劝你别买他的东西。你在一个餐馆点菜，服务员说这个菜你最好别点，又贵又不好吃，我推荐你点这几个……那么你一定非常信任这个服务员，连带也会

信任餐馆。这个技巧非常好用，相信你一定也在别的场合听到销售员说过类似的话。

还有一种昂贵信号是公司把自己的理念和承诺大张旗鼓地公开，要求所有人都来监督。欧洲有家连锁超市，给每个服务员都带个胸牌，上面不但有服务员的名字，还有该服务员是在哪一年加入这家超市的。如果你看到这个服务员工龄长，那么你就更容易相信他，毕竟他在这一行干了这么多年了。

【社会认同】

社会认同就是通过人数来寻求安全感。如果有那么多人人都认可这个商品，你也可以相信它。比如你看到一家餐馆外面排着很长的队，有人为一个座位愿意等

一个小时，那么你会相信这家餐馆是挺好的。网店就更方便了，点赞评分的人数就是社会认同。社会认同的本质是从众心理，既然大家都这么选，那么一般就不会错。作为销售员，你可以跟你客户说，这是我们公司的爆款，83%的人都会选这款产品。

【运营透明度】

运营透明度，这个概念可能听过的人不多。这是一种近些年特别流行的争取信任的手段。简单说来，就是商家把一些生产或者运营的步骤公布出来让客户知晓，这就是运营透明度。比方说，你点了一杯奶茶，商家会在App上显示你之前还有几个订单，还有几杯奶茶正在调制。这个公开透明的过程，其实从另一方面展示出商家正在为你努力工作这个事实，这会让你很满意。

这种透明的展示，看起来不起眼，但非常有必要。试想，你不小心把自己锁在家门外，请了个开锁师傅来开锁。本来说好这个活是50块钱，结果师傅不到半分钟就把锁打开了，你会怎么想？你肯定觉得这活儿也太容易了，收费50块实在是太黑心了！虽然我们都知道开锁是门手艺，要花费多年练习才能学得，再考虑通勤上门服务，收费50块其实很合理。

那我们能不能反其道而行之呢？让消费者看到你干活儿的过程，看到你有多不容易，他们会

给予更高的评价。

比如很多餐馆都有明厨亮灶，你点个拉面，厨师当着你的面现场做，你看着别人那么努力地给你做事儿，你有一种满足感。作为一家建筑涂料企业，咱们生产产品的全过程，完全可以随时告知你的消费者，让他们安心：你的订单已下达至车间了；你的产品批次已经在调色了；你的产品批次已经包装完毕正在安排物流发货了；当前施工进度已经到批刮腻子了；目前某某号楼已经施工完毕了等等，诸如此类。

你说这些信息有多有用？不尽然。这纯粹是个心理学效应，让客户知道你正在努力工作，知

道你正关注他的订单，让客户可以放心。哪怕这个工作真没啥可看的，没啥好汇报的，也要想尽办法表演给人看。

再比如，如果你是农副产品供应商，你想体现出自己的胡萝卜是本地的，很新鲜，那么就要故意不洗，带着泥巴，给人感觉是刚刚拔出来的。鸡蛋呢，带着鸡屎，证明这些是土鸡蛋。这种原生态的展示，极其透明地展示了产品的新鲜，这是消费者乐意看到的。

消费者是如此地喜欢看厂商努力劳动，但有时候真没啥可看的，那厂商就只好刻意给你表演一番，虽然那仅仅只是演戏，

但消费者也会为此增加信任。

比如你是销售客服，去处理客户投诉，手捧笔记本一边听一边记，效果要远远好于两手空空，虽然有可能你在笔记本上一字未写。最有意思的一个例子是牙膏。你可能用过那种彩色牙膏，有红蓝白色三种条纹，挤出来很好看。商家也许可以说这三种条纹代表了牙膏三方面的功能，分别能让你的牙齿坚固，让你的口气清新，让你的牙龈健康……

其实那些功能跟颜色没有任何关系。做成彩色的纯粹是为了做给你看。这里面有个微妙的感觉：彩色牙膏肯定比单纯的白色牙膏难做，难做体现了厂商的努力，而你喜欢厂商努力。其实都是流水线自动生产，并不真的增加什么劳动。厂商真正的努力是心理学上的努力。

我们说了三个办法来让客户增加对你产品的信任和认同，分别是发信号、社会认同和运营透明度。

我们总是天真地认为，只要我兢兢业业地把产品做好了，你们就应该从产品上体会到我的功夫，如果你们没注意到，那是你们的问题，不是我的问题。

而现实是，信任是需要努力营造的。低头拉车并不可取，快节奏的现代商业要求商家更加积极主动，我们需要利用人脑固有的认知模式来增强客户对我们的信任。

悉奥涂料—辽宁辽阳·香榭里





产品出现问题， 怎样做能不影响收款？

文 / 本刊编辑部

在ToB 销售中，产品交付以后出现问题是在所难免的，特别是技术含量越高、交付越复杂的设备或是系统。不管是产品自身出现问题，还是施工操作不当导致的问题，都非常常见。因此，客户也常常以产品有问题为由，拖延支付货款。此时，我们应该怎么做才能把货款顺利收回来呢？

你的产品有问题，我不付你钱是理所应当，或许大家都会有这样的观念。所以往往这时候很多销售也自觉理亏，不知道该怎么跟客户提付款的事。但是产品

毕竟已经交付了，货款不可能不要。从过往经验来看，客户拿产品说事不付款，一般分为两种情况。

第一种是产品自身出现问题，可能是产品质量问题，也可能是施工操作失误导致的问题。

第二种是客户预期出了问题，就是产品效果没达到客户的预期，导致客户不满意。

这两种情况该怎么解决呢？

通常建议是，如果是产品问

题，要先给出解决问题日期，再确认付款日期；如果是预期出现问题，要先按合同明确权责，再帮客户找出问题。下面具体说说。



【产品问题：先给出解决日期，再确认付款日期】

开头我们说，一旦产品出现问题，销售就会觉得理亏，没底气催客户付款。所以，想理直气壮地催款，我们得先解决“理亏”这件事。

怎么解决？有点经验的销售

都知道，那肯定是出了问题，就得解决问题。你得先把故障解除了，才能谈付款的事。

道理确实是这么个道理，但是实际操作起来，你就发现还有很多门道，下面我详细给你说说。

首先，这个故障该怎么解除能让客户满意，或者说让客户认账，不再以此为借口不付款？

我的建议是，第一时间带着公司里的技术大拿到现场进行查验。

注意了，这里边每一个点都很重要。第一时间就不用多说了，是在表达你解决问题的态度。到现场查验也很好理解，发现问题

的准确率高，处理效率也更高。

你可能会问，不是技术大拿，找技术大拿的徒弟行不行？毕竟技术大拿就那么几个，要碰他们的时间，就很难保证第一时间到现场了。

确实，想让客户满意，第一时间给出反馈是基础，不过到场后快速发现问题解决问题才是让客户满意的关键。所以，我建议如果时间还允许过一两天再解决的话，还是等资深技术人员一起去。

带技术大拿到现场，一方面是能快速找准问题给出解决方案，更重要的是资深技术人员对于产品问题的判断是可以代表公司的，更具有权威性。如果问题不能当场解决，他也能给出一个具体的日期，承诺在这个日期之前解决所有问题。

这里要给你提个醒，如果跟你到现场的不是公司的技术权威，那在面对复杂技术问题的时候，千万不要轻易给出最后的判断，一定要向资深技术人员求助后再说。避免判断失误，反复修改诊断意见，给客户留下不好的印象。

如果你按照承诺把问题都解决了，那客户基本上都会满意，但是他不一定认账。什么意思？就是他可能到付款的时候，还会把这个产品问题拿出来事。

>> 悉奥涂料—江苏太仓·滨江丽都





>> 悉奥涂料物流门（西门）

比如客户可能说：“产品出现的这个问题，我怎么知道后边还会出现，付款的事下个月再说吧。”

那你怎么办？你不能光低头干事，想着解决完问题就行，你还得留下凭证。凭证就是要客户来签署验收单，证明他认可这个维修结果。拿到验收凭证，这次的故障基本就可以算是翻篇了。

故障是排除了，那该在什么时间点谈付款的事呢？建议是，如果是小问题，那在提完解决问题的日期之后，紧接着就要确认付款时间。

我猜你可能会问，问题还没解决呢，你就提要钱的事，这不是火上浇油吗？你看，我这里说

的是小问题。就是客户自己可能也知道这不是什么大事，就是在拿这个事当借口推延一下付款时间。

那这个时候我们第一时间带专家到现场解决，已经表达了十足的诚意。而且也承诺了解决日期，他就没有理由再拖着不付钱。所以这个时候，你就得点明这个事，让他没法再揣着明白装糊涂。你就可以这么说：“您看我4月28号要是把问题解决了，您是不是4月29号就可以安排一下款项？”

一般客户就会说：“你把问题解决了，我就给你付。”那基本上回款问题不大。

也有少部分客户可能说：“你先把问题解决了再说。”这样的

客户就很可能再找其他理由拖着不付款，那么产品问题只是一个托词，你必须再另找到一些应对的方法。

我们再来说说大问题。大问题就是一时半会儿解决不了，或者是给客户造成了一定的损失。遇到大问题，在没解决完问题之前，一定不能提付款的事。如果你提了，那就是在给客户拱火，这钱就更别想要回来了。

但就算是解决完问题，很多时候客户也想扣住尾款给自己多一点保障。怎么办？

这个时候你就得明白一码归一码。什么意思？你交付了产品，出了问题，你解决了，那客户就得付钱。这是一码事。客户想要多一点保障，那是另一码事，不能拿货款当保障。你可以通过补充协议，给客户保障。

比如条款可以约定多长时间内不出现相同问题，如果出现问题直接更换全新设备等等。具体条款可以跟客户协商，目的就是打消客户的顾虑。有了这个协议做保障，客户也就没有理由再扣着货款不付了。



【预期问题：先按合同明确权责，再帮客户找出问题】

下面我们再来说说客户的预

如果是产品问题，先给出解决问题日期，再确认付款日期。
如果是预期出现问题，先按合同明确权责，再帮客户找出问题。

期偏差问题，也就是产品效果没达到客户的预期，导致客户不愿意付款。

我们知道大客户销售一切都以合同说话，也就是用合同条款来保障双方利益。写进合同里的，我没做到，那是违约，我得按照违约条款支付违约金。

我们这里说的情况，是一些没写进合同的，但客户希望达成的内容。你可能会问，既然是客户希望实现的，为什么没写进合同呢？因为那都是销售不能承诺的，或者说不是销售可以控制的。

比如产品的交付期限、产品的基本参数，这些是销售可以保证的，都会签到合同里。但如果客户要求使用设备之后，生产效率提高40%，这个就不是销售可以掌控的。

因为销售只能对他的设备负责，而生产过程中的参与者不只是有机器，还有人，还有原材料等等因素共同影响生产效率。

一般在客户提出有这种希望的时候，即便是口头，销售也都不会把话说死，答应下来的。但这并不影响客户依旧有这种预期，那该怎么办？用合同说话，明确权责。让客户知道他的这个预期是高于合同的，不在我们的履行范围。

你可以这么说：

话术——“张总，您看，咱们之前沟通的，要解决您企业目前最迫切的问题，我的设备必须满足这一二三点。我们也把这三点写进了合同。我的产品也按照约定都满足了这些方面的要求。而您后边提的这几点，都不是我们合同约定的条款。”

当然你只这么说肯定还不够，在客户听来，不是甩锅，那也至少是不负责任。所以先明确了权责之后，紧接着你得帮客户想办法。

想什么办法？帮客户想能实现他这个预期的办法。你得让客

户知道，他的这个预期不是不可能达到，但是光靠我们这个产品可能是达不到的，可能还得通过其他的方式来实现。

这里要注意一定要客观，不要避讳自己产品可以提升的地方，而是要站在客户的角度来全面分析，才更有说服力。



【总结】

客户拿产品说事不付款，一般分为两种情况，一种是产品自身出现问题，另一种是客户预期出了问题。

如果是产品问题，先给出解决问题日期，再确认付款日期。

如果是预期出现问题，先按合同明确权责，再帮客户找出问题。



制造成本、内部运作成本和供应链管理成本，是运用最小资源创造最大价值的核心。



生产制造降低成本的意义

制造业中，成本是影响最终产品销售定价的直接因素。如果成本过高，进而定价过高，那么在产品销售时就会明显丧失价格优势，企业发展就会受到极大的影响。因此，成本管理是企业“牛鼻子”，成本管理与控制是企业的永恒主题。产权改革、股权激励等时髦的措施都代替不了降低成本这个“传统”工作。



>> 悉奥涂料—安徽宁国·学林雅苑

即便是全球市值第一的车企特斯拉，也在想尽一切办法降低成本，比如通过优化电池技术、车身一体化压铸、不同车型通用零部件、优化供应链等等这些技术手段，使得特斯拉可以持续不断地降价，在竞争中获得优势。

再比如零售业巨头沃尔玛通过集中采购和先进的企业内控手段，形成了比业界低3%的经营成本，正是这3%的成本优势助力沃尔玛一度成为零售行业的龙头企业。

那么，企业可以通过哪些方法来降低成本呢？一般来说可以采用以下几种方法：

>> 悉奥水性涂料工厂研发数据库



1. 优化供应链成本。原材料是成本的主要组成部分之一。涂料生产企业可以通过批量采购来降低采购成本，获得相对较低的原材料采购价格。此外，企业还可以通过供应商谈判、寻找更优质的供应商等方式来降低采购成本。

2. 提高生产效率。涂料生产企业可以通过现代化的生产技术和设备来提高生产效率，降低生产的人力成本。此外，企业还可以通过优化生产流程、减少生

再谈降本之“作业成本法”

文 / 黄锡 总裁

开源节流是企业经营中永恒的主题，而节流所对应的就是成本削减。企业是靠竞争维持生存和发展的，想要在竞争中立于不败之地，则必须建立起低成本、差异化和快速应变的三大竞争优势。而低成本优势，则是其中最重要的一项优势。

低成本就是“成本领先”，即通过低成本能力以比竞争对手更低的价格获得客户选择，同时确保合适的利润。低成本是一种能力，能通过有效管理降低成本把顾客的负担降到最低程度，从而提高产品的性价比。这里所说的低成本是指总成本领先，包括

企业是靠竞争维持生存和发展的，想要在竞争中立于不败之地，则必须建立起低成本、差异化和快速应变的三大竞争优势。

产环节等方式来提高生产效率。把工作内容标准化，工作流程标准化，标准化可提高效率，节约人力。如格兰仕通过强化成本管理，采取全过程的成本控制，使企业建立起在微波炉行业的竞争优势，建立起企业的总成本优势，从而形成在市场上的整体竞争优势。

3. 优化岗位设计。对组织重新进行评估，看有些岗位能否取消或者合并，以减少人员配置。通过打造组织架构扁平化，可以减少组织架构的层级，减少管理者。由于市场变化，一些企业昨天还能适应市场，今天就被发现机构臃肿了；一些机构昨天还在盈利，今天就不挣钱了。企业完全可以通过裁减过多的不挣钱的

» 悉奥涂料—浙江杭州·御东方



机构和人员，降低经营成本，以此来适应未来的市场竞争。

4. 优化用工形式。企业在经营过程中，常常会有一些自己不擅长的环节和方面，成为其在市场竞争中的短板，或者是研发方面，或者是营销方面，或者是生产方面，导致企业不能提升市场竞争力。企业把这些自己不擅长

的业务和职能外包，是企业适应环境变化的重要手段之一。通过业务和职能外包，企业可以降低经营成本，通过高效率的业务运作，提升企业的核心竞争力。

5. 建立成本预算管理。企业应当根据自身发展需求制定成本预算管理方案，以量化的形式，明确企业各流程作业所要实现的预期目标，并在生产经营全过程中实施跟踪管控。没有事先的预算管控，企业也好，项目也好，容易在实施过程中无节制地支出费用，这对成本节约是不利的。

6. 树立全员成本观念。在一家企业中，每个部门、每个员工都是成本控制者，又都是利益创造者。成本管理不单是核算部门的事情，而是企业所有人员的职责，必须逐步实现成本管理由财务部门控制向全员控制的转变。要让团队的所有人明确：不能只追求局部的利益，而要追求整个组织全局的利益。

诚然，降低成本的方法多种



» 悉奥水性涂料生产车间

多样，但是哪种方法效果好，达到了什么样的效果，降低了多少成本，必须通过计算才能知道得一清二楚。所以，降低成本，首先你得知道你的成本到底是多少。

而现实情况是，咱们国内大部分企业的成本管理水平，是比较低的。很多企业一年忙到头，原以为能赚不少钱，但其实在很多客户的身上是不挣钱的，甚至是亏钱的。

导致这种情况的一个原因是成本管理水平比较低。虽然有ERP软件，有财务管理软件，但是，企业用不好。所以，结果就是成本分不清，不知道哪个产品赚钱，哪个产品亏钱，也不知道谁是好客户、谁是坏客户。

这就要谈一谈成本是如何核算的。企业制造产品，需要投入原材料，还要工人来生产，这些

都称为“直接费用”。除了原材料和流水线上的人工，还会产生其他什么费用吗？

当然会，比如车间设备的折旧，设备使用时候消耗的水和电，这些也都是生产成本。

在财务中，企业为生产产品而发生的这些非直接费用，被统称为“间接费用”。间接费用也是产品成本的一部分。当企业只有一个产品的时候，间接费用很好计算，因为所有的费用都只和这一个产品有关，直接算到它头上就好了。

但是当企业生产多种产品的时候，间接费用就不是那么好计算的了。间接费用应该怎么分摊，才是公平的呢？

当产品品种越多，间接费用越高的时候，我们就越需要考虑间接费用的分配问题。因为如果

分配的不精准，就会导致两个产品的成本和毛利率完全算错了。于是，错误的财务分析，会直接导致错误的经营决策。



传统的成本算法

假设一家汽车制造公司生产两种车型，一种是定制车，另一种是普通车。现在我们需要在两款车型当中分配间接费用。应该怎么分配呢？最简单的分配方法是一种车型背一半，但实际上两种车型消耗的间接成本不一定是一样的，这样分配显然不合理。

你可能会想到另外一种分配方法，那就是根据产量来分配。用产量作为标准来分配间接费用，是传统的做法。但是这个标准很多时候会出现问题。因为数量并不能完全反应一项工作的投入。

汽车生产也是一样。你肯定知道，生产定制车耗费的功夫比普通标准车耗费的功夫多。如果用数量作为分配费用的标准，由于普通车生产的多，所以普通车会背负更多的费用，这显然是不对的。



>> 悉奥涂料—山东泰安·中泰御湖湾

举一个吃饭的例子。如果你和同事一同到餐馆就餐，你胃口不佳，就点了一份便宜的面点和一份小菜，而你同事吃了一份昂贵的牛排，并开了一瓶红酒，你推辞不下就象征性地喝了一点。

最后结账的时候，你同事觉得是你们一起吃饭的，就提议分摊这顿餐费。此时的你会怎么想？是不是觉得同事的账算得有点莫名其妙？

然而，很多时候我们在核算成本时，或许也正在干着类似的事情。把很多公共费用按照一种简单、武断的方式分配到各产品、各业务中，而对于由此造成的不公和信息扭曲，大家貌似已经麻木和习以为常了。

分摊，是传统成本会计实务

中十分常见的一个技巧，但如果分摊不当，结果就会错得离谱。

比方说企业生产不同产品，共同使用了机器设备，其实应该按照机器工时来核算，而不应该用人工工时，因为机器工时和人工工时是不一致的。

用不同的标准来做分摊基数，得出来的数字是不一样的；再比如大批次和小批次会引发一些不同的费用，这些费用应该按照批次去摊销，跟人工工时完全没有关系；辅助人员（质检、仓管）所发生的费用，基本上要看他究竟在每一种产品上花费了多少时间，然后按照时间的比例再去分摊相关的费用。

之所以这样分摊，是考虑到了驱动成本的根本原因，是因为背后发生了某项活动。

所以成本分配的基础，不是产量，而是背后涉及哪些活动。这些活动，称为“作业”。成本的发生，伴随着作业的消耗，而作业的消耗其实就等于在消耗资源。



作业成本法的提出

美国的管理会计教授罗伯特·卡普兰最早提出“作业成本法”的理论，他认为间接费用应当按照“作业”进行成本分摊。他举了一个红蓝铅笔的例子，一个工厂生产红铅笔和蓝铅笔，生产完红铅笔之后可以直接生产蓝铅笔，不用清洗机器，因为蓝铅笔颜色比较深，可以盖住红色；而生产完蓝铅笔再生产红铅笔，就需要整备工人清洗机器，把蓝色洗掉后才能再生产红铅笔。

所以，卡普兰认为红铅笔应该分摊更多的间接成本，如整备工人的工资，而不是按照传统的方式把间接成本在蓝铅笔和红铅笔之间按照产量进行简单分配。

作业成本法的指导思想是“成本对象消耗作业，作业消耗资源”。作业成本法把直接成本和间接成本作为产品消耗作业的成本同等

作业成本法把直接成本和间接成本作为产品消耗作业的成本同等对待，拓宽了成本的计算范围，使计算出来的产品成本更准确。

成本同等对待，拓宽了成本的计算范围，使计算出来的产品成本更准确。

说得更通俗一点，作业成本法，就是选择更准确、更细颗粒度的费用分摊方式。比如说工厂同时生产A和B两种产品，假设其它参数完全一样，只有检验环节不一样，因为A产品要卖给国外客户，要求检验的指标和次数更多。

如果按照传统的成本核算方式，工和费的分摊会按照产量，通常不再考虑检验费用的差异，也就是说A和B的成本就一样了。

但如果按照作业成本法，会针对A和B产品分别统计所消耗的资源，可以是按照检验次数，也可以耗费的检验时间，最后这个数据作为分摊检验费用的依据。这样一来，A和B成本的

差异就体现出来的了。

采用作业成本法，当一笔间接费用发生时，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。

我们可以看出，作业成本法其实就是算细账，就要进行成本追溯和准确的成本分摊，而这样就可以把每一个运营活动，每一个动作的成本核算到位。然后，我们就可以检讨，这个成本对不对，多不多，合理不合理，这就是从作业的角度来核算成本。

>> 悉奥涂料—浙江杭州·滨江农转居安置房十一区块



这个过程比较复杂，核定动因和作业也要求企业具备较强的核算能力，所以，作业成本法并未在国内得到普及，仅仅一些大企业在采用，在中小企业中鲜有所闻。

即便如此，这种核算成本的思路是值得探索和尝试的，这能让企业能够在成本核算上获得更准确更合理的结果，从而把亏钱产品和赚钱产品筛选出来，只有这样才能在商务定价中做到不盲目、不错误，才能在市场竞争中取得有利地位。



浅谈无机硅酸盐涂料

文 / 高亮 制造中心

九十年代乳胶漆进入中国之前，生石灰水发成石灰膏后的刮瓷、刮大白其实就是广义的无机涂料。传统的石灰水、大白粉、可赛银等墙面材料，就是以生石灰、碳酸钙、滑石粉等为主要原料加适量东周胶配制而成的内墙涂刷材料。这些材料的缺点是，耐水性差，涂膜质地疏松，易起粉。为了克服这些材料的缺陷，提高内墙材料的品质，无机硅酸盐涂料应运而生。

液态涂料。它具备良好的 A 级防火性能，符合 GB 8624-2012 《建筑材料及制品燃烧性能分级》标准。

在《建筑设计防火规范》GB 50016、德国标准 DIN 18363 中要求，硅酸盐乳胶漆中的有机成份不超过总涂料质量的 5% (W/W%)。测试方法是，以 200℃下先烘干 2 小时，再在 450℃下经过 2 小时的灼烧，灼烧失重作为有机成份的质量。因此，德国标准通过严格限制有机树脂的用量，来确保无机涂料是以无机材料为主要粘结剂，从而进一步保证无机涂料的特性，强调了其优异的防火性能。



无机硅酸盐涂料的定义

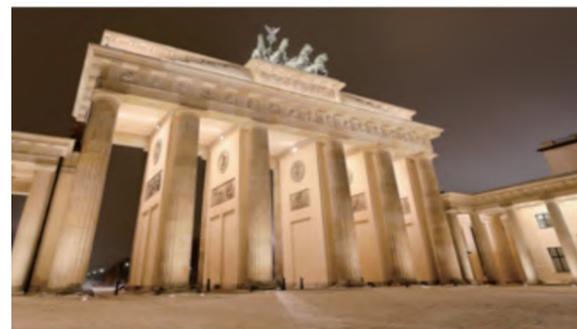
中国建筑工业行业标准 JG/T 26-202X 《建筑内外墙用液态无机涂料》中阐明，无机硅酸盐涂料是以碱金属硅酸盐、硅溶胶等为主要粘结剂，加入颜料、填料及各种助剂配制而成的，采用刷涂、喷涂或滚涂等施工方法施涂于建筑物内外墙表面的



无机涂料的发展史

第一代

无机颜料、填料组成的粉体和硅酸钾液料组成



» 使用无机涂料的地标建筑

的双组份涂料（又称 2-K 涂料）。只能用于坚固、吸收性的矿物基底材表面的涂装，耐候性和色牢度无与伦比，但使用不方便。

第二代

以硅酸钾为主要粘结剂，辅以有机乳液基料 (< 5%)，并加入适量无机颜、填料和多种助剂配制而成的单组份涂料。单组份，稳定性好，应用范围更广，耐水性特别是早期耐水性更好等，但不适宜用于有机涂层表面。

第三代

以硅溶胶和硅酸钾为主要无机粘结剂。降低固化收缩应力，可适用于大多数建筑底材，包括牢固的有机涂层表面。



无机硅酸盐涂料的特点

优点 1——遇明火不燃烧 - 防火，阻燃 A 级（最大优点）

4 燃烧性能等级

建筑材料及制品的燃烧性能等级见表 1。

表 1 建筑材料及制品的燃烧性能等级

燃烧性能等级	名称
A	不燃材料(制品)
B ₁	难燃材料(制品)
B ₂	可燃材料(制品)
B ₃	易燃材料(制品)

九十年代乳胶漆进入中国之前，生石灰水发成石灰膏后的刮瓷、刮大白其实就是广义的无机涂料。

优点 2——低 VOC 含量

无机涂料主要以无机硅酸钾和硅溶胶溶液为粘接剂，配以金属氧化物颜料及天然矿物填料。不含有机溶剂，极低 VOC，无有害释放。

优点 3——哑光效果，自然外观

无机硅酸盐涂料与无机类建筑材料具有哑光效果，用其涂装的表面具有自然哑光外观。

优点 4——无需杀菌剂，防霉防藻性能更优

机硅酸盐涂料为强碱性（PH12 左右）体系，天然防腐。此外，硅酸盐涂料主要为无机物，不供给藻类生产的养分，防止其在建筑物表面生长

优点 5——高渗透，水泥基上更加牢固

无机涂料中含有硅酸钾溶液，在固化过程中与同为硅酸盐的混凝土基层融为一体，经久不剥落。涂布到墙面以后会渗入混凝土毛细孔，与硅酸盐水泥成分发生反应牢固结合，并生成凝胶化合物填充毛孔，从而阻止酸雨、酸性气体等的入侵，保护建筑物。

优点 6——优异的耐沾污、耐候性能，不褪色

无机涂料的微晶键合作用使其与基层融为一体，且配方使用不褪色是无机氧化物颜料，完成紫外光稳定。常规乳胶漆中的有机成分使其表面带负电荷，易吸附空气中的灰尘。无机硅酸盐涂料涂膜具有低表面带电性，不易吸附灰尘。

优点 7——疏水透气，防结露

无机硅酸盐涂料涂层具有优异的水蒸气透过性。普通乳胶漆成膜后，形成致密的膜阻止水蒸气透过，从而在涂层背面积累，最终导致漆膜起皮、脱落。



天然无机矿物涂料 Vs 乳胶漆的性能对比

性能	乳胶漆	硅酸盐涂料
基材	除石灰基腻子外所有基材	无机矿物基材
抗沾污性	中等-差	优
耐候性	中等-优	优-极好
吸水率	低	高
透气性	较差-差	极好
抗结露性	差	好
弹性	优-可调节	较差
光泽	优-可调节	只有哑光
颜色多样性	优-各种色彩	只能用无机颜料



无机硅酸盐涂料的未来研究方向

- ★ 防火不燃无烟内墙涂料、木器涂料（A2 或 A1 级）
- ★ 零 VOC、净味、无防腐剂，适用于医院、幼儿园等易过敏人群的纯无机涂料
- ★ 除甲醛、氮氧化物，抗雾霾等有害污染物光催化无机涂料
- ★ 可用于有机涂层表面的硅溶胶硅酸盐无机涂料
- ★ 高耐水防霉防藻无机外墙涂料
- ★ 热带多雨气候防水透气无机涂料
- ★ 无机硅酸盐腻子
- ★ 耐污沾高红外反射冷墙面外墙 / 屋顶涂料
- ★ 超亲水超耐候外墙无机涂料

夏季酷热高温，外墙涂料施工注意要点

夏季是建筑装饰施工的高峰时间段，大部分工程项目都会选择在夏季开工，但夏季的天气比较多变，时而高温，时而多雨，时而干燥，时而潮湿，加之雷雨、大风等灾害性天气频繁，不仅对我们外墙涂料施工影响比较大，对我们的安全也带来了许多不利因素。

文 / 陈钰亮 工程中心总经理

天气变化会对外墙涂料施工产生很大影响，因为外墙涂料产品的施工对温度、湿度等有一定要求。因此，夏季的天气变化对外墙涂料施工影响非常大，那么针对高温天气施工可能出现的问题，我们具体应该怎么做呢？

及时进行清点，分类。并在装卸时轻拿轻放，避免物料包装破损、物料外漏产生损失；

2、腻子存放于阴凉通风的地方，摆放场地要尽量选择干燥、雨水淋不到的场地。若在露天场地的，需要在地面上摆放横杆加高、铺设塑料薄膜保护，避免腻子受潮结块，完成堆放后，使用防雨布遮盖保护；

3、夏季外墙涂料建议存放在通风良好的室内仓库，若现场条件受限，只能将外墙涂料存放于室外，则外墙涂料必须放在阴凉处，避免阳光长时间直接照射



一、涂料存放注意事项

1、涂料运至施工现场之后



>> 悉奥涂料工程应用宝典

涂料桶，储存时，外墙涂料堆放的最上层，需用隔热膜或者隔热板遮盖；

4、高温存放易导致物料保质期缩短，须远离明火和电线插座，安全储存；涂料开桶后，尽快使用，避免材料变质或硬化；所有物料使用遵循先进先出原则，合理控制物料的进出。



二、涂料施工注意事项

1、腻子施工时：

①墙体基底未干燥时（楼层临时接水管处等），不可施工腻子，以免造成泛碱。在批刮腻子时，一定要保持墙面的干爽，有利于墙面上漆；

②腻子施工前根据需要调整好粘度，搅拌均匀。粗找平腻子不宜一次性批刮过厚，一般以2-3mm为宜，过厚容易表干过快，形成表干里不干状态，导致开裂现象；

③粗找平腻子作为基底填补腻子，根据墙面的平整度来调整粘度。粘度过低（过稀），易导致腻子流挂或干燥后腻子收缩，达不到找平作用，无形会增加施工遍数，增加施工成本；

④夏季阳光直射会导致气温过高，腻子干燥过快，缩短硬化期会影响腻子的粘结强度，后续的涂层体系易发生起层、脱落、

开裂等弊病；所以施工过程中建议“背阳（避免阳光直射）”施工原则；

⑤完成腻子施工干燥后，尽量用清水淋水保养一道再进行下道工序制作，既可增加腻子的粘结强度，也可中和掉一部分的碱性物质；

⑥涂刷墙面先要批刮腻子，一般需要刮1-3遍，正常的干透时间为1-2天。在夏季装修，尽可能延长腻子干透的时间，一般以2-3天为宜。特别是大雨到来的时候，腻子风干的时间会加长。

2、涂料施工时：

①夏季，阳光强烈，基层表面温度太高，会导致水或溶剂挥发过快，使得成膜不良，影响涂层质量。水性涂料宜在5~35℃气温条件下施工。而过热的天气会使涂料干燥过快，影响最终涂装效果。建议厚质涂料在高温施工时，尽量选择“背阳”或早晚温度较低的时间段施工；

②真石漆、质感漆、多彩漆等涂料施工时，建议使用吊篮施工。不可在钢管架子上施工，易出现施工受限（钢管离墙面过近或与墙面接触）而产生的接头印、厚薄不均、后期修补疤痕等弊病；

在施工过程中，要切实做好各项防护措施，尤其是有针对性的每道工序保护措施，确保产品安全应用，让项目施工工作防患于未然。

③粘度调节不可过低，一般以3~5%左右为宜（重量比）。粘度过低易出现流挂、漆膜厚薄不均、色差等常见漆病；

④真石漆、质感漆在施工时，开桶后尽快一次性使用掉。未施工时，及时盖好桶盖，避免物料表干结块，造成后续喷涂时堵枪、

喷涂不畅等问题；

⑤喷涂真石漆、质感漆时，要做好成品保护或防范动作，避免出现吊篮接头印；

⑥喷涂或拉花，多彩漆完成后，及时撕掉纸胶带。漆膜干后再撕胶带纸时，会出现漆膜起皮、

线条漆黏连起层等隐患问题。遇上面积大、无分隔缝时，建议多人梯式施工合作完成，避免出现接头印；

⑦夏季风多雨多，大风会加速溶水分的蒸发过程，使成膜不良，又会沾污尘土，湿度大或阴雨天气会让水分渗入漆面造成漆膜失去粘附性，导致墙面凸起成鼓状。所以在施工前，关注好近期天气，避免雷雨扬尘大风等突发天气影响产品质量。



三、施工人员的防护

1、高温作业时，若出现头晕、恶心、胸闷、心悸、乏力等中暑先兆时，应立即到阴凉处休息，并服用防暑降温药品、清凉饮料等。日最高气温达到35℃时，应根据生产工作情况，采取换班轮休等方法，缩短员工连续作业时间；避开早上11点到下午3点之间每天最高温时段，尽量安排早晚施工，或者是阴面墙体一侧施工，做好施工人员的防暑降温措施，日最高气温达到40℃时，当日应停止工作。高温作业时，应多喝水，每天喝1.5至2升水。

>> 工地施工现场





>> 公司暴晒场

出汗多时可适当补充一些盐水，弥补人体因出汗而失去的盐分。

2、外墙脚手架、吊篮安装时离墙距离要适当，标准距离40-50cm。如果太近，会使脚手架接续不均其也会给涂料施工带来不利因素，相反，如果太远，涂装技巧又不能如愿实施。在外

墙脚手架及吊篮中施工时，一定要按照吊篮或脚手架施工安全技术交底严格执行。

3、在高温气候下涂料上墙后干燥速度较快，外墙涂料的施工要点是施工的连贯性。假如大面积吊篮施工，应适当添加同一施工工作面上的工人数量，提高

工作效率，坚持工作面的湿碰湿搭接工艺。假如是脚手架施工，应合理安排作业人员以上下排阶梯式湿碰湿工艺同步施工。从而来控制上下施工接茬现象的发生。

4、在雨季，极容易发生漏电、触电事故。由于雨水浸湿的导线及各种电气设备其绝缘性受到影响，加之高温，容易导致老化、破损，极易使电气设备外壳带电，潮湿的物体、空气也容易导电，若有一处漏电就可能造成触电事故。施工现场临时用电设备和线路的安装、巡检、维修或拆除，应由电工完成。电工应经考核合格后，持证上岗工作。使用电气设备前，作业人员必须按规定佩戴相应的劳动保护用品。

盛夏时节高温少雨，风中都带着热浪，施工现场环境温度高，加之雷雨、大风等灾害性天气频繁，不仅对我们外墙涂料施工影响比较大，对我们的安全也带来了许多不利因素。在施工过程中，要切实做好各项预防措施，尤其是有针对性的每道工序保护措施，确保产品安全应用，让项目施工工作防患于未然。

同时我们还要做好夏季施工安全的培训教育工作，教育管理人员和作业人员了解防范高温中暑的基本常识，使他们熟悉中暑症状、预防措施和救援知识。



浅谈飞检时 发现的问题及解决措施

文 / 胡军超 工程中心

2022年，公司工程管理模式由前传统的工程管理模式转型为项目制运行管理模式，在转型的同时为了确保项目工程的安全、质量、形象，公司创新增加了飞检这项工作，作为工程中心一员，我有幸参与到飞检这项工作中。一年多来，飞检检查了什么？检查的安全、质量、形象又是如何？今借此机会谈谈这一年来我对飞检工作的认识。

不用陪同接待、不扰生产、直插现场)突击检查方式。通过检查和督促各个项目施工现场的工程质量和安全，飞检结束后出具《飞检检查记录表》《飞检检查整改单》，对项目需要整改的内容发至工作群，限各项目总在规定的期限内整改。



二、飞检时发现的问题

为了项目的有序推进，安全就要放在首位。海恩法则指出：每一起严重安全事故的背后，必然有29次轻微事故和300起未



一、什么是飞检

采取“三不一直”(不发通知、

>> 悉奥涂料—江苏无锡·江阴敬山公元



遂先兆以及 1000 起事故隐患。无数的安全事故证明，抓好安全生产，实现安全发展的关键重在落实。

每次到项目我首先要看的，重查的是作业人员施工安全和吊篮等机械安全。下面来谈一谈在检查安全时发现的一些比较严重的问题。

(一) 工程安全问题

1. 个别项目安全意识淡薄，吊篮移位未按规程操作，佩重块未用钢丝绳，U 型扣进行锁扣等不合规问题。

2. 个别项目未遵守公司安全规章制度，项目进场后项目经理

未与班组进行安全技术交底，公司层的三级安全教育缺失。

3. 个别项目进入施工现场作业人员不重视安全，未佩戴安全帽、未系安全带、未扣好帽带进行吊篮施工。

4. 个别项目吊篮主安全绳未捆绑建筑物主结构，行程限位器等构件缺损而照常施工等等一系列重大安全隐患。

(二) 工程质量问题

质量，作为公司履行承揽合同的重要保证，也是展现公司施工水平的主要方式，同时也是项目后续能够继续承揽的有利因素，个别项目未按照公司制定“四

统一”要求(统一工具，统一工法，统一工序，统一工艺)进行施工。

1. 施工方因拆外架而为了赶工期，未进行基础墙面对接检查，导致基面不平整、空鼓、腻子批刮完成后造成大面积返工等严重后果。

2. 窗户侧边基层处理不到位，产品成型后造成墙面不平整，批刀印依然明显等问题。

3. 批刮墙面、阳台等阳角部位腻子稀稠度把控不严，使用护角条时外露严重，产品成型后存在一定的外露现象影响美观。

4. 个别项目阳台与落水管阴角界面、连廊墙面落水管部位基面未处理好就进行下一道工序，腻子批刮后观感度差是通病。

(三) 工程形象问题

1. 个别项目未遵守公司文明施工规章制度，废弃腻子袋、保护膜、涂料包装桶未集中处理，乱扔乱放现象严重。

2. 未做好落手清工作，完工部位未及时做好“工完料尽场地清”。

3. 现场堆放的物料未采取覆盖措施，未悬挂标牌集中堆放，甚至有些腻子被水浸泡已硬化造成一定的经济损失。



三、落实解决措施

从过去这一年飞检的情况来看，在项目上查出的问题还是有很多的，以上问题或许只是“冰山一角”。每次飞检工作结束后，我会对检查存在的问题进行逐一梳理出飞检检查记录情况并评分，对发现的问题和不足督促施工班组进行整改并定期复查结果。

通过这一年来的飞检，对今年飞检这项工作我谈几点想法：

1. 我认为安全工作重在落实，要抱着只有起点没有终点的理念。各项目总要重视起来，对项目质量、安全、进度进行动态管理。针对一些重难点、特殊部位施工，特别要进行安全技术交底。再加上公司飞检保障，能够



>> 工程形象问题



在一定程度上为班组敲响警钟，预防工程质量、安全事故发生，减少不必要的返工、返修率。

2. 希望公司要大力支持飞检工作，飞检的实施不仅能够一定程度上管控施工质量、安全，还能够起到督促作用，让施工班

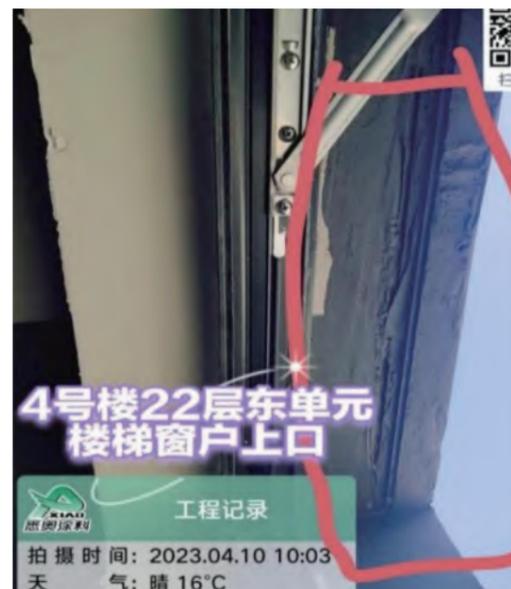
组能胜任公司的工程管理需求。

3. 飞检不是形式而是行动，工程中心须加大飞检力度把质量、安全事故消除在萌芽之中，我坚信飞检这项工作能起到一定的作用，提升公司的施工水平至一个新的台阶!

>> 工程安全问题



>> 工程质量问题



赓续红色血脉，传承革命精神

作为中国人，我们要爱国，因为“天下兴亡，匹夫有责”。作为青年的我们，祖国新一代的接班人，更应该立下这为祖国增光添彩的红色誓言。

文 / 钱梦琪 保障中心

“起来，起来，我们万众一心，冒着敌人的炮火前进……”每当这雄壮的旋律响起时，我总是感到无比的骄傲与自豪。

作为新世纪的接班人，我们要传承革命先辈们的“红色精神”与“红色事业”。

说起革命先辈们，我就会想起：董存瑞、邱少云、刘胡兰……这一个个坚贞不屈的革命烈士，他

们为了人民的利益，为了祖国幸福的明天献出了自己年轻而又宝贵的生命。他们的事迹感动着、教育着一代又一代的中华儿女。

我敬佩董存瑞怀抱炸药包毅然拉开引线与敌人同归于尽的英雄气概；我感慨邱少云在燃烧的熊熊烈火中为了隐蔽保护自己的战友，为了取得胜利而咬紧牙关任烈火吞噬的坚强意志！我钦佩刘胡兰面对敌人的铡刀而毫无畏惧的大义凛然……

但这些对于我们新世纪的一代，或许已经太遥远了。我们未曾亲身经历过这样的艰难困苦、这样的惊心动魄，可这段历史，它带给我们更多的是深

思，值得我们去揣摩，去学习。祖国的尊严与繁荣，是先辈们用热血换来的。

如今，祖国的未来落在我们的肩上——作为新时代的年轻人，我明白：青年最富有朝气、最富有梦想，青年兴则国家兴，青年强则国家强。我们要担负起这份责任，牢记使命，团结一致，为中国开辟一条走向世界的道路，从而实现伟大的“中国梦。”

幸福不会从天而降，梦想不会自动成真，生活也不会一帆风顺。作为新世纪的接班人，我们要坚定信念，传承发扬先辈们的革命精神，在学习中发扬，在工作中发扬，在做人处事中发扬，在一点一滴的成长道路上发扬，在为祖国的建设中发扬。

因此，我们要争做一个合格的青年，在家里多为父母孩子付出，在单位跟同事团结友爱、别人遇到困难时去及时帮助别人，在公共场所做事尽量做表率作用……使自己成为一个合格的青年。

可是在今天和平的环境里，我们是怎么做的呢？有些人在舒适的生活里迷失了自己：一些青年自立、自强意识差，自私、自利观念强，缺乏爱心

与同情心，遇到一点困难就退避三舍，受到一点挫折就寻死觅活。

遥想当年革命年代在缺衣少食、弹药匮乏、敌军围追堵截等的艰难条件下，创造出无数壮举，现代人应该感到汗颜。

当战火时代的硝烟散去，没有了炮火轰鸣、缺衣少粮的艰苦岁月，有的则是过于安逸的生活。殊不知，生于忧患死于安乐。

现在，历史的接力棒传到了我们这一代的手上，我们更应该珍惜这笔丰厚的财富，用红色的激情去拥抱时代，拥抱事业，拥抱人生，让红色基因代代相传，永不变色。

作为中国人，我们要爱国，因为“天下兴亡，匹夫有责”。作为青年的我们，祖国新一代的接班人，更应该立下这为祖国增光添彩的红色誓言。



>> 公司研发中心

想要做好一个 PPT 真的有这么简单吗?

文 / 胡霞 保障中心

在我们日常办公中最常见办公软件除了 Word、Excel 以外，应该就数 PPT 了吧。我经常听到大家说：“PPT 很简单，就是把 Word 里的文字复制、粘贴呗。”这样说似乎也没错奥，但是想要做好一个 PPT 真的有这么简单吗?

相信大家都有这样的经历：要做 PPT 了，先去找模板，结果找到了好看的模板却又不符合自己的内容主题；找到了符合自己内容主题的 PPT 模板，不是版面丑就是要付费。到头来说一

句——做个 PPT 真的太难了！我觉得要做出好看又符合内容主题的 PPT，光靠模板还不行，首先还是需要构思 PPT 的三大要素。



一、站在别人的角度想问题

做 PPT 的时候，我们首先要知道听众最关心的是什么，我们的 PPT 能给他们带来什么样的

价值。如果我们一开始就能一针见血地回答这个问题，那么我们就已经吸引了他们的眼球，建立了一半的信任。

比如我们在做一份关于销售的 PPT，我们可以说我们的产品有哪些功能，有多少多少好，把我们的产品介绍的非常全面仔细。或者我们也可以在介绍我们产品的同时，介绍一下我们产品的这些功能对对方有什么意义。这就是叫站在别人的角度想问题，不仅能吸引对方的眼球，还能博得对方的信任，让对方懂得你的用心。



二、做别人肚子里的蛔虫

建立了一半的信任后，接下

来就要看我们是否能够找到解决问题的方法了，能不能说服对方，这个时候首先要做的就是了解我们的听众。这里要分两种情况了，一种是我们熟悉的人，另一种是我们素昧平生的人。

如果是我们熟悉的人，我们要找到他与其他人不同的特点，想想他最喜欢的是什么。如果是素昧平生的人，我们可以去他的微博、朋友圈看一看，也可以搜一搜他的照片，正所谓“相由心生”，通过一个人的照片可以看出他的心态。



三、为听众量身定做

在解决完前面两个问题后，我们就可以为听众量身定做 PPT

了。我们可以在 PPT 中植入一些有关听众的一些素材内容，换句话说就是咋讲完打的原则或者难点以后举例说明，如果我们能够找到一两个切入点，那就足以拉近我们和听众之间的距离了。

这种投其所好，讲其做需的方法，不仅能切中要害，还能在短时间内把内容讲到听众心里去，听众就越越高看你一人。职场人的时间都是宝贵的，尤其是领导，甚至对于一切啰嗦混乱的事物都是缺乏耐心的！而提前了解他的需求，并只讲他关心的需求，就可以在最大可能性避免以上说到的这一切。

PPT 的本质在于可视化，就是要把原来看不见、摸不着、晦涩难懂的抽象文字转化为由图表、图片、动画及声音所构成的生动场景，以求通俗易懂、栩栩如生。好的 PPT 是用心做出来的，从选取一个精妙的标题来吸引眼球到利用一段独特的开场白来吸引观众的注意力，这些既需要掌握一些表达技巧更需要用心去理解演讲主题并站在观众的角度去思考观众的需求，从而做到有的放矢。

影响孩子的人，不是别人，正是父母

文 / 黄丽青 大客户中心

古人云“有田不耕仓禀虚，有书不读子孙愚”。“书到用时方恨少”，年少时，不知所谓，年长时，才知其中滋味。这句话是我经常提醒我自己的。在这“拼孩子，拼父母”的时代，

孩子的学习习惯和父母的行为息息相关，家长不学习，孩子又如何能“有效”成长呢？

在我还是幼儿的时候，爸妈忙着赚钱养家，无暇顾及这个各方面都资质平平的我，爸妈经常凌晨出门，半夜才回家，在我刚读幼儿园的时候，就已经一个人走几里路上学了。

再长大一点，姐姐已经住校读书，家务活自然就落到了我这个头发焦黄，空有蛮力的妹妹身上，可能因为姐姐本身比较爱学习，爸妈的重心也自然落在了她的身上，再后来我就经常跟着爷爷奶奶上山下田，除了老师，没人教我读书写字，遇到难题也没人解读，也不知道找老师，导致学习很一般。

到了高中毕业，就有了想要“闯荡江湖”的冲动，我记得那是高三最后一个学期，我对家

人提出了我的想法，也许妈妈也在责怪自己忙于赚钱，疏于教诲，她并没有骂我，而是拖着疲惫的身躯，连续几天拉着我交谈整整几个小时，之所以家长的这个行为，才让我重拾了我的学业。所以，家庭教育，父母占重要部分。

6月中旬的时候，参加了女儿幼儿园组织的关于“如何培养孩子的专注力”为主题的讲座，培训讲师是一位来自杭州市区某家幼儿园的园长，也是一位取得过很多证书的优秀讲师，她的理念就是：家长的所作所为决定了孩子未来发展的方向，孩子在成长过程中，更多的是看你做了什么，而不在于听你说了什么，我收获很多。

从现在开始，让我们从“心”出发，学习如何做好父母，正确引导孩子学习。

我们往往会忽略一个问题，在孩子做错事情的时候，作为家长我经常情绪失控，大吼大叫，有时会觉得只有自己大声的呵斥，小朋友才会铭记于心，情绪爆发完以后，又会后悔，后悔自己要求过高，她还不过是个孩子，自己在这个年纪的时候，还不一定有她这般懂事。

其实道理我们都懂，只是经常不能控制自己的情绪，孩子往往在受到打骂之后，把所有的坏情绪都往自己身上揽，造成很大的负面影响，只有我们在改变自己的沟通方式，学习作为父母应该成为什么样子，孩子才会受益匪浅，不是孩子做的不够好，不懂事，而是作为父母的我们没有以身作则，试着从每天一次的打骂，调节情绪，到三天一次，如此循环，直到真正改变自己。

我曾上网看到一个例子：有个孩子作业非常拖拉，别人一个小时可以做完的作业，她要做到半夜十一二点，这位妈妈的做法是，给孩子设一个闹钟，让孩子知道闹钟响了，他就不能再写了，这位妈妈每隔一个月会把闹钟悄悄地调快一分钟，如此循环，久而久之，孩子的速度也就提上去了。

比起大喊大叫，这个方式方法起的作用更有效，所以父母的教育方式很重要，这也是我们可以借鉴学习的。从现在开始，让我们从“心”出发，学习如何做好父母，正确引导孩子学习。



>> 悉奥涂料—浙江杭州·中天江璟园



什么叫吃苦？ 你所谓的吃苦， 只不过是别人的日常

文 / 胡霞 保障中心

什么叫吃苦？在办公室里整整资料能算辛苦吗？在有空调的写字楼里敲敲键盘算是吃苦吗？认真地看书学习，考资格证书，算吃苦吗？

或许你看了电视电影，觉得外企真好，跨越出入高档写字楼，说着让人听不懂的英语，拿着让人眼红的薪水；觉得白领好帅，开着豪车，随手签着几百万的合同；觉得做销售好潮，可以把握市场脉搏，发挥自己的创意，写出一条条的精彩广告语……

但这些表象的背后，并不等于你看到的那样简单，他们吃着你并不所知的苦。

他们所吃的苦，是每天睡不了几个小时，为了一份报表就连着几天查询着厚厚的资料，一点点地做着细致无比的分析；他们所吃的苦，是为了去争取一个客户，挤在出差在外的车上，一边思考一边为客户沟通作准备；他们所吃的苦，是为了一套更合理更系统的管理方法，而不断地和各个领导去磨合，去询问，去撰



诚然，只要你有一颗永远向上的心，你终究会找到那个属于你自己的方向。所以，请不要在最能吃苦的时候选择安逸，最有活力的时候选择沉寂，最能成长的时候选择停止。

写；他们所吃的苦，是为了公司新开辟的一个业务，在几周之内看了十几本书、自学几十小时的视频课，让自己从一个门外汉变成一个行家。

所以，什么是吃苦？大多数人对吃苦的含义都理解的太肤浅了，穷根本不是吃苦，穷就是穷，不是吃苦。

吃苦不是受穷的能力，吃苦的本质是长时间为了一件事聚焦的能力，以及在长时间聚焦的过程中，所放弃的娱乐生活，无效社交，无意的物质消费。以及在过程中所忍受的不被理解和孤独，本质是一种自控能力、坚持能力和深度思考的能力。

很大程度说，靠自己做出成

绩变得富有的人，往往比穷人更能吃苦，否则他就不可能靠自己白手起家。你会发现这些人富有了以后，还是比你勤奋，还是比你能忍受孤独，还是比你能延迟满足，还是比你简单纯粹。你所谓的吃苦，只不过是别人的日常。

当你面对眼前的工作想要放弃了，觉得自己在吃苦，觉得不甘心的时候，一定要想想那些睡得比你晚、起得比你早、跑得比你卖力、天赋还比你高的牛人，他们早已在晨光中跑向那个你永远只能眺望的远方。

而你，就知道在那里自怨自艾，抱怨这个，抱怨那个，却从不想想自己到底有几斤几两，到底自己是否具备了不可替代性。

诚然，只要你有一颗永远向上的心，你终究会找到那个属于你自己的方向。

所以，请不要在最能吃苦的时候选择安逸，最有活力的时候选择沉寂，最能成长的时候选择停止。

>> 公司制造中心半年度工作会议



一份工作仅仅只是开始， 积极的心态才是成功的基石

文 / 杨丽珍 工程中心

有人曾问稻盛和夫这样一个问题：一个人想要取得事业上的成就，最关键的因素是什么？当时稻盛和夫笑了笑说：成事的要素有很多，但不可或缺的只有心态。

工作中，不知道大家有没有这样的感受：觉得自己每天忙的像个陀螺一样转个不停，但不知道自己在忙什么；经常加班到深夜，但是工作成果却微乎其微；有时即便什么也没做，身体也会感到非常疲惫……那究竟是什么原因让我们如此辛苦呢？

其实，真正累死你的，不是工作本身，而是我们的工作心态。不良的工作心态，就像一把勺子，会慢慢掏空你的内在。心态对了，工作才会不累。

积极的工作心态是每个人事业成功的基础，也是让自己以轻松愉快的心情投入工作、积极主动完成任务的先导者，什么样的心态，决定着取得什么样的成就。那么我们要如何来摆正我们的心态呢？



» 悉奥涂料—浙江杭州·萧山宁围奥悦美筑 / 奥林美筑



一、摆正心态，停止抱怨

不抱怨是一种工作态度，也是一种境界，心中没有抱怨，眼中便没有困难。一个不抱怨工作的人，会把工作中任何一件琐碎和不起眼的小事当成他成长与锻炼自己的机会，全身心投入到工作上来，为更好地完成工作而努力。



二、摆正心态，爱岗敬业

爱岗敬业是公司员工必备的职业道德，也是将工作干好的最直接的能力，因为只有敬业才

能爱业，才能做好自己的本职工作。爱岗敬业是一种积极的工作态度，更是一种人生态度。

当我们把爱岗敬业作为一种人生追求时，就会在工作上少一些抱怨，多一份责任；少一些懒惰，多一份上进；少一些计较，多一些风险，享受工作带来的快乐和充实。



三、摆正心态，勤于思考

在工作中，我们常常会遇到这样或那样的难题，有的容易解决，有的却很难。面对这种情况，有的人会知难而退，而有的人则会积极地寻找解决的方法。任何问题都有解决的方法，关键是我们对待问题的态度。

当我们遇到问题时，平庸者不是主动去找方法解决，而是找借口回避问题，优秀者则是把问题当成机遇，积极地寻找解决问题的方法，将问题变成成功的机会。

说到底，我们工作的成败都是由我们的态度所决定的，如果我们发自内心地感恩工作、珍惜工作、享受工作，那我们就积极地去投入、去奋斗、去进取，并从中得到回报，感受到一种心安理得的快乐，于是我们会更加努力地工作，获得更多的成就，从而产生一种良性循环。

反之，如果一开始就没有摆正好我们的心态，把工作看成是一件痛苦的事，那么对待工作任务就极有可能充满抱怨、敷衍了事或者找借口推卸责任，最终只会使自己陷入恶性循环，一事无成。🚫

建筑涂料市场增长红利消失， 涂料企业难以再“躺赢” 仍需“拼内功”

文 / 本刊编辑部

外部环境的变化改变了建筑涂料行业的处境，伴随房地产市场增长放缓，建筑涂料市场的增长红利也随之消失，逐渐远离“躺赢”时代。涂料企业需要在有限的增长空间中参与市场竞争。

从2022年全年的表现来看，建筑涂料市场已经进入低迷期，整个市场业绩表现出增长乏力的特征，众多涂料企业的营收、利润承压。到了2023年，尽管经济出现复苏迹象，建筑涂料市场

情况相较于2022年转好，但房地产的复苏情况仍具不确定性，在此情况下，涂料企业仍需“拼内功”。



房地产“卡脖子”
行业不再“躺赢”

在过去10多年间，建筑涂

料行业依靠房地产高速增长的红利，由百亿规模向千亿规模突破，一直处于高速发展的黄金时期。建筑涂料对房地产市场的依赖程度也逐步加强，这导致涂料企业在房地产企业资金链紧张的情况下，成为了一大受害者，不少企业的应收货款被计提坏账处理，进而影响了建筑涂料行业的整体业绩。

更关键的是，房地产下行也导致建筑涂料市场需求的下滑，建筑涂料市场有所收缩，建筑涂料行业的躺赢时代宣告终结。

根据国家统计局数据显示，2022年1-12月，全国房地产

开发投资132895亿元，比上年下降10.0%。2022年，房地产开发企业房屋施工面积904999万平方米，比上年下降7.2%。其中，住宅施工面积639696万平方米，下降7.3%。房屋新开工面积120587万平方米，下降39.4%。房屋竣工面积86222万平方米，下降15.0%。从数据来看，去年我国房地产市场遭遇了前所未有的挑战。

涂料企业是房地产的下游企业，当上游企业出现较大变化时，最直接的影响就是建筑涂料类产品的滞销，从而影响各大企业的营收。财报显示，立邦中国工程业务收入2022年同比下

滑10%；三棵树工程墙面漆业务营收2022年同比下降8.49%，亚士创能2022年营收同比下降34.09%。

此外，绝大部分企业的工程涂料业务销售业绩都出现下滑，多数企业的零售业务也出现了萎缩。

有证券机构发布研报，将涂料市场分为新建/存量市场，其2021年市场规模分别为1012亿元/278亿元，新建市场中商品房、公建、工厂、基建市场规模分别为648、253、81、30亿元。

在房地产新建房市场中，央企规模270亿元，民营房企规模631亿元。测算民营房地产企业2022年竣工“腰斩”后，涂料整体市场规模缩小24.5%至975亿元。

走出三年疫情的影响，建筑涂料市场2023年的整体需求情况有所好转，其中最主要的利好在于线下市场恢复常态，房地产出现回暖迹象。

2023年，随着疫情防控政策的优化调整，居民的生产生活逐渐恢复，去年生产受影响以及物流中断等利空因素正在消失，今年建筑涂料市场的线下客流有所恢复。不过以发展的角度来看，房地产再度火热的可能性已经不大。

>> 悉奥形象展示厅



当外部不确定性加剧，涂料企业发展也进入“换挡期”，这时候，正是企业厉兵秣马、修炼内功的好时机。

根据中指数数据，2023年4月，重点100城成交面积环比下降超两成，低基数下，同比增长超40%；重点15城二手住宅成交约1370万平方米，环比下降16.3%，同比增长近8成。不过从趋势来看，房地产下行的局面仍然难以扭转，到了5月份，房地产再次走出向下的曲线。

进入5月，市场延续环比回落态势，企业推盘节奏亦明显下滑，前三周，重点50城新房成交面积较4月周均下降接近两

成。尽管4月房地产有所回暖，但增长是基于2022年的低基数，无法为建筑涂料行业创造更多增量。



行业变革升级 加强“内功”修炼

建筑涂料市场已经无法在

房地产的带动下维持快速增长态势，行业需要依靠内部的变革，创造新的增量。当前，房地产市场已步入存量市场阶段，建筑涂料市场的增量来自迭代型需求、换新需求，这要求建筑涂料行业进行结构升级。

目前，建筑涂料消费的结构已经出现重大变化，其中呈现出中高端复苏，低端持续下行的情况。外部环境的变化没有抑制高端消费，高端消费需求表现出相对稳定的情况，仍有一定的增长空间。而低端市场的竞争进一步白热化，将会是强势企业进行价格战的主战场。

这将引导企业进行产品创新升级，以在高端市场、迭代型市场获得更多份额。其中艺术涂料的趋势值得关注。尽管去年市场环境艰难，但艺术涂料仍呈现出增长态势。艺术涂料未来仍将保持较好的增长态势，这成为了行业企业的共识。

因此，立邦、嘉宝莉、三棵树、巴德士、美涂士、百色熊、华润等大批企业今年都将艺术漆作为重点业务进行开发，艺术涂料的上升空间有望被进一步打开。



» 悉奥涂料—山西太原·阳光揽胜

近年来，为打开建筑涂料第二增长曲线，各大品牌开始将目光瞄准艺术涂料、仿石涂料、功能型涂料以及基辅材等赛道，同时还进行市场结构方面的优化调整，将渠道下沉至3-5线市场，试图通过系列变革升级举措挖掘增量，寻求进一步的增长。

欧美等涂料市场非常成熟的发达国家，其建筑涂料市场规模仍在增长，而中国拥有全球最大的建筑市场，不仅释放了大量的建筑涂料需求，而且目前建筑涂料市场集中度非常低，未来仍有潜在增长空间。

此外，虽然整体建筑涂料市场远未饱和，但随着行业发展，头部品牌愈加集中也是难免的事。而且，即便是头部品牌，在竞争激烈的涂料市场，要想获得

更多行业红利，涂料企业也不能指望“躺赢”。

无论是国内还是国外，建筑涂料赛道竞争向来激烈，企业要如何做才能脱颖而出？在不确定性因素逐渐增多的背景下，企业又该如何应对挑战，实现长期稳定增长？这不仅是涂料企业面临的难题，也是很多其他行业企业碰到的问题。

但可以确定的是，抓住用户喜好是亘古不变的议题，并由此衍生出企业的一整套打法。

在后疫情时代，随着消费者用户更理性地控制消费支出，他们会在品牌和产品选择上更加慎重，涂料企业要加强“内功”的修炼，其中包括技术和产品创新，运营管理能力提升，强化品

牌建设，生产制造升级，提升服务水平等等。

比如产品创新方面，一些品牌推出了更加环保耐候、更低耗用量和更加轻质安全的新型仿石涂料，一些品牌主打净味除醛的功能，另一些则强调抗刮擦抗菌高性能墙面漆等等。

当外部不确定性加剧，涂料企业发展也进入“换挡期”，这时候，正是企业厉兵秣马、修炼内功的好时机。

这也不难理解，在市场红利期，企业的增长大多来自外部的巨大推力，但是，当市场红利见顶、增长变慢，尤其是诸多不确定性将企业发展的节奏打乱，这种情况下，原本借助外部推力获得增长的方式，就要转变为从企业内部获取推力，即向内求发展。

这显然对企业的组织管理提出了更高的要求，企业想要从内部求增长求发展，需要跳脱资源式约束，释放人的自由，培养人的能力，提升人的效率，为企业落实降本增效提供切实有效的路径，让企业能够顺利度过寒冬，迎接破晓的曙光。



knowledge tips 知识小贴士



想要多任务处理？没戏！

人可以像计算机一样进行多任务处理吗？

有人说可以，而且这么说的还不少，甚至一些大卖特卖的能力训练书籍里，就在教人们怎么练出多任务处理的能力来。

现实中，我们也确实听说过类似例子。比如已经去世的武侠、科幻小说奇人倪匡，他最著名的一个能力就是可以同时写七八部连载小说，写第一部卡住了或者累了，就拉开抽屉把第二部稿子拿出来继续写。这不是多任务处理的巅峰吗？

其实，这些都不是多任务处理。真实的情况是，人没有多任务处理能力！

这听上去令人失望，但神经科学、认知科学界的主流结论就是这样。很多科学家都绞尽脑汁试图驳倒这个结论，但至今为止，这个领域的共识是就是这样。

听到这里，马上就有人会问，你刚刚还说倪匡在八个连载小说里跳来跳去写呢，这不是自己打脸吗？

这里我们要定义一下什么是多任务处理能力。也就是，同一时刻内有 N 个任务在大脑皮层中处理，处理需要的总时间不高于 N 个任务依次在大脑皮层中处理所需的时间。也就是说， N 个任务，你依次执行需要 T 的时间；多任务同时处理的时候，需要的时间应该小于 T ，这才能说明你拥有多任务处理能力。

顺着这个定义，我们再来看看倪匡先生被传为佳话的八稿同写，你就会发现，那根本不是多任务处理。因为他老人家拿出第一部稿子写一个半小时卡住了，然后把第一部书稿塞进第一个抽屉，又从第二个抽屉里把第二部稿子拿出来，看了看上次末尾的情节，然后继续给第二部小说编剧情，以此类推。

同一时刻需要他大脑皮层加工的只有唯一一部书稿，这是一个典型的串行任务，完成一个后再开始下一个任务。只不过很多人把写完一整部书稿当作“完成”，没写完之前都当作进行时，于是才会认为倪匡先生拥有多任务处理能力，实际上并不是的。

还会有人说，他能举一个反例，比如那些骑着摩托车送外卖的小哥，经常在行驶过程中左手捏离合、左脚挂挡，与此同时，右手还在接单，你说驾驶摩托车、挂挡和搜索屏幕信息、接单，这至少是两个同时进行的任务吧？这不就是多任务处理能力的展现吗？

其实也不是。因为我的定义里说了，必须是那种“在大脑皮层中处理”的任务才行。而一个熟练司机的开车动作很多已经形成了肌肉记忆，可以下意识的完成。这和我们走路是一样的，谁走路都不需要思考如何保持平衡，以及手脚的动作配合，因为这种任务的主体已经转移到小脑中，不在大脑皮层中处理了。

确实，也有很多神经科学家在这个问题上较过劲，不相信人真的就没有多任务处理能力。比如，犹他大学的杰森(Jason Watson)和戴维(David Strayer)就测试了 200 名本科生的多任务处理能力。然而不论何种实验，结果都是高度一致的，凡是多任务处理，同学们的表现基本都大幅落后于顺序执行任务的情况。

人类不能处理多任务是由大脑的生理基础决定的。这个生理基础可以用“瓶颈”来形容。

比如，两列火车在同一时刻出发，就像两个任务同时开始。而如果它们出发的地点是同一个站台，那几乎就不可能做到同时出发，只能一先一后。比如同时都在北京南站第 10 站台的同一位置停靠。这就对应着我们不可能用嘴同时说出“火车”和“飞机”那样。

这就是脑功能在输入、输出两端的瓶颈。这个逻辑非常好理解。

但我们还是可以找到一些方法同时输入两路信号，消除输入口的瓶颈。比如，声音信号和光信号同时输入，这就相当于 2 列火车分别从 10 站台和 12 站台进站那样。输出口的瓶颈也可以通过有意识的设计来消除。比如，一个执行肌肉动作，一个执行说出一个词的动作，用不同渠道输出就能避免输出上的瓶颈。

但其实，输入口和输出口的瓶颈都很好解决，真正难以腾挪开的瓶颈是在处理环节。这个处理环节今天已经被神经科学家大致定位在顶叶区域，也就是我们头顶的部位，这个脑区就是多任务处理的瓶颈区。

当然，人脑有很强的适应性，固定的多任务在经过几百上千次的训练后，人们再处理同样的多任务时，表现出来的水平就会比完全没有接受过训练的普通人更好。但尽管如此，我们还是要记得，我们所有人都处理不好多任务。

想要提高做事的效率，与其锻炼多任务处理能力，不如把手机静音或放在离自己两米远的地方。📵

征稿启事

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

本刊主要设有如下栏目:

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

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

本刊通信地址:浙江省杭州市临安区高虹镇崇贤路598号

电话:0571-63813189

传真:0571-63813189

Email: zhejiang.xiao@163.com

Happy Birthday

7

7.02 吕 堃 7.03 潘煜聪 7.15 江 朋 7.18 丁同舟
7.18 杨 清 7.18 王欣林 7.24 范丽华 7.24 楼加耀
7.25 苏荣杰 7.27 叶银炎 7.28 黄继会

8

8.03 杨丽珍 8.05 何继宏 8.07 董忠新 8.10 范永强
8.11 郑庆丰 8.12 雷宇迪 8.23 陶志培 8.28 金秋云

9

9.01 杨 光 9.02 连 城 9.05 胡军超 9.08 胡颖颖
9.16 郑明忠 9.20 帅科必 9.30 郑胜峰