

临安市“悉奥涂料杯”职工乒乓球锦标赛

以乒会友 涂谋天下

主办：临安市总工会
协办：上海日出化工有限公司
无锡市兴杭包装有限公司
承办：临安工人文化宫

浙江悉奥涂料有限公司
上海巴德富实业有限公司
上海保立佳化工有限公司
临安明星乒乓球馆

浙江悉奥涂料有限公司
ZHEJIANG XIAO PAINT CO., LTD

地址(Add): 浙江杭州临安临天路108号
服务热线(Tel): 4008-269-700
传真(Fax): 0571-6381 3189
网址 (Http): //www.China-XiAo.com



通过ISO9001:2000国际质量体系认证 中国环境标志认证 通过ISO14001:2004国际环境体系认证



内部刊物 免费交流

浙江悉奥涂料有限公司

2011·5 第6期

- 为打造工程涂料第一品牌呐喊！加油！！
- 怎样发挥你在团队中的优势
- “高压”下的修炼
- 回首看看我们做对了哪些？
- 参观亚士漆公司后的几点启示
- 搞好安全生产是“双增双节”的重要环节



封面人物：2010年度公司销售状元 徐为民

语

www.China-XiAo.com

小胜凭智，大胜靠德

德成智出，业广惟勤，小胜凭智，大胜靠德。这句话浅显易懂，却揭示了一个深刻的道理：一个人的成功固然要靠聪明才智，但更重要、更根本的是靠优秀的品德。

有德之人之所以能够取得成功，主要得益于以下四个方面：一是有德之人往往志向远大。自觉把个人奋斗融入时代发展的潮流，在服务于人，造福于社会中施展大智慧、成就大事业，而少德之人往往沉溺于自我设计、自我奋斗，因小气而难成大器。二是有德之人往往善于学习。有德之人大多是在强烈的责任感、使命感驱使下“干什么、学什么、缺什么、补什么”，及时有效弥补个人才能上的一时不足，而有智少德之人常常追逐名利，将才华用偏用歪。三是有德之人得道多助。有德之人往往心胸开阔、待人诚恳、敢于担当、善于包容，拥有更多的朋友和机遇。而有智少德之人常以为自己聪明别人弱智，不懂得尊重别人和改造自己，难以得到大家的支持和配合。四是有德之人往往稳中取胜。有德之人在顺境中能够居安思危、戒骄戒躁；在逆境中能够沉着冷静、坦然面对，不随波逐流、不知难而退；而有智少德之人常常由于品质上的缺陷和心理上的偏差误入歧途，甚至中途落马。

目录

Contents

写在卷首

小胜凭智，大胜靠德/本刊编辑部01

公司风采

为打造工程涂料第一品牌呐喊！加油！！/陈士钧03

销售状元，成为悉奥涂料市场新明星/本刊编辑部04

以“打造工程涂料第一品牌”为主题的春季培训班/吕科春05

营销谋略

看亚士漆，再析悉奥发展战略/范黎明06

怎样发挥你在团队中的优势/童亚青08

“高压”下的修炼/黄锡10

管理纵横

回首看看我们做对了哪些？/黄金谦12

公司成本与效益的探讨/陶志培16

建筑工程管理中的成本控制/本刊编辑部18

参观亚士漆公司后的几点启示/马勇军19

鲁班评说

搞好安全生产是“双增双节”的重要环节/殷多敏21

行业动态

锐进十二五，新的起点/李宜升22

员工心声

读刊随笔/杨金龙23

节约创造价值/周圆24

双增双节/罗雄飞25

春日随想/吴晓贞26

知识百味

活在当下/本刊编辑部27

家乡的“三遍茶”/潘洪忠28

倡议书29

征稿启事30



上一期封面

《今日悉奥》
创刊 2010年2月
2011·5(总第6期)
季刊

期刊编辑委员会

主 编：黄金谦

副 主 编：陈士钧 童亚青

编委委员：夏小良 王新瑞 范黎明

马勇军 陶志培 杨金龙

王晓飞 连 城 喻光炎

徐玉俊 蒋伟平 陈志莲

楼加耀 林正芳 施建升

副 编 辑：吴晓贞

责任编辑：童亚青

出版日期：2011年5月15日

主办单位：浙江悉奥涂料有限公司

地 址：浙江杭州临安天路108号

服务热线：4008-269-700

传 真：0571-6381 3189

投稿邮箱：Zhe jiang. xiao@163.com

为打造工程涂料第一品牌 呐喊！加油！！

——悉奥涂料2011年春季培训班浅析

□【悉奥公司总经理顾问 陈士钧/文】

二月十八~二月十九日，本公司在临安阿里山大酒店举办了2011年春季培训班。参加这次培训班的人员除了公司全体员工和销售业务经理，还特别邀请各施工队的负责人（项目经理）以及所有施工班组长参加，共计约180人左右。

二天时间的学习、培训，虽然时间不长，但内容丰富，主题突出，会场秩序井然，培训气氛活跃，授课老师备课充分，上课生动精彩，听课者严肃认真，全神贯注，对大家的感受、启发、教育都很大。纵观这次培训，本人认为，有以下几点的特点。

一、这次培训的主题鲜明、重点突出。

根据当前涂料行业的现状，涂料销售形势的严峻和市场竞争的残酷，结合本公司的实际和优势，公司在去年举办公司十周年庆典之际，响亮地提出了“打造工程涂料第一品牌”的战略目标。也就是说，通过加强工程施工管理，提高工程施工质量，提升施工服务效能，从而来打造工程涂料第一品牌，进一步赢得客户、赢得市场，提高市场占有率。这次培训自始至终，都是围绕这一主题。市建设局领导的讲话：如何加强施工安全管理。市劳动局领导讲的施工企业关于工伤保险的问题，以及公司各位领导和专家的授课，分别从各种不同的角度生动、形象地阐述打造工程涂料第一品牌的重大现实意义，以及如何打造工程涂料第一品牌应采取的措施和要求。通过这次培训，“打造悉奥涂料第一品牌”这一理念已经在每位参加培训同志的心理打下了深刻的烙印。

第二、这次为我们授课的公司四位领导和专家课前作了充分的备课准备，放弃很多休息时间，查阅大量的参考资料，竭尽所能、呕心沥血，一而再，再而三，周而复始地进行课前预练。授课时，各位授课领导，都紧紧扣住“打造工程涂料第一品牌”这一主题。以大量的例案，切身的感受，多年积累的经验，从各个不同角度全面讲述了打造悉奥涂料第一品牌的重要

性和必要性，同时，每个领导授课艺术性很强，生动之处，催人泪下，趣味性中开怀大笑，即严肃、认真，又生动活跃，并且各授课领导均能以比较标准的普通话讲课，口齿清楚，语句连贯，逻辑性强，扣人心弦。让人感觉听而不厌，回味无穷。

第三、这次培训班，参加培训人员之广，培训会场秩序之好，是以前七届培训班不可比拟的。特别是所有到会参加培训的同志，表现非常认真。以往几年的培训班，参会人员迟到、早退，中途随意离场，听课时，讲台上老师授课，下面课堂上交头接耳，谈天开小会，或者打瞌睡，睡大觉，这次培训班则不同，大家基本做到准时到课，按时下课。上课时，认真细听，勤记笔记，会场鸦雀无声，互动环节，大家又踊跃参与，气氛活跃。两天培训时间，除个别确有特殊原因外，每个学员都基本上自始至终全程参与。这一方面体现了公司团队精神，企业文化，同时，也表现出公司员工素质在提高，要求学习的上进心在加强。

第四、公司的知名度和影响力得到进一步提升。通过广泛宣传、广告，公司如期举办这期培训班，并邀请市建设局、劳动局的领导到会指导授课，使我们公司的知名度进一步提高，公司对外形象和影响力有



2011年度春季培训

下接04页▶

销售状元

成为悉奥涂料市场新明星

□【本刊编辑部/文】

记录与2010年度销售状元的成功秘诀（徐为民、钱益馨、袁女子）

获得销售状元称号，对于他们来说是个巨大的激励，对于我们可以说是公司销售的顶梁柱。而这些销售状元大多都是60后，他们有热情、有文化、有诚信、有理想，他们不断研究涂料市场的变化。他们凭借自己的努力成为悉奥涂料的新明星！

●做涂料之窍门：关系客户达三四成

其中一位销售状元表示，大部分客户来自关系客户，老客户后期工程占30%~40%。做销售顾问能见到很多不同的人，不同行业的人都可以交很多朋友。销售干的时间越长越轻松，挺有成就感的。

●做涂料之服务：让客户信任并成为朋友

很多业务经理表示，客户买涂料往往先认人，只有产生了信任才会买。现在社会上人与人相互信任程度低，人们往往把自己的真实需求包裹起来，不信任各类推销。不管成与不成，都应该真诚地对待客户，不

需要用谎言来包裹谎言。

●做涂料之文化：销售状元都希望能不断充电

他们都希望能够通过不断充电提升自己的水平，适应未来更多的竞争和挑战。谈客户关键在于了解客户。



公司销售状元颁奖留影

◀上接03页

了新的提升。正如在会议上两局领导所说的那样：原先只知道有“悉奥涂料”这么一家企业，并不知道悉奥公司究竟是怎么样的公司，其规模、形象、企业文化、团队精神等更是一无所知。现在到会一看，方知“悉奥涂料”几年来的发展如此之快，和谐的团队精神、宏伟的经营目标，更让人刮目相看。我们相信，通过这次培训班，不仅对提高公司全体员工思想素质、增长业务知识有较大的帮助，同时，使我们公司对外知名度和影响力有很大的提高。

总之，这次培训班办得非常成功，大家感受很深、启发很大、教育也很大。要说还有不足之处，主要有二点：

一、是培训的形式还习惯于灌输式的方法，不利于学员的吸收、消化，建议今后培训，以启发式为

主，运用案例、课堂互动的形式，并且培训期间，应安排一定的时间，让学员们进行讨论、相互交流，甚至可以根据教学内容走出课堂，走进社会实践活动中去。以增进学员及时吸收、消化授课内容。也有利于大家呆得住，坐得牢，不宜开小差。可自始至终完成培训任务。

二、是授课老师的授课内容，应根据参加培训人员的实际状况（年龄大小、文化高低、岗位不同、工作性质、素质差异等），并结合培训主题，要有浅有深，有易有难，授课时由浅渐深，层层展开，使不同层次的学员都能接受。这一点说说容易，做起来确实比较难，但应尽量从这方面考虑。

启发很大、教育也很大。

精心准备 优化内容 严明纪律

以“打造工程涂料第一品牌”为主题的春季培训班

□【悉奥公司销售二公司副经理 吕科春/文】

2011年2月18~19日，在临安阿里山大酒店一楼会议室人头济济，公司员工、业务经理等160多人齐聚一堂，参加了公司一年一度的春季培训班。这次培训留给我们的很多，在培训期间，自己对公司第三个五年计划认识也进一步深化，同时，我们对此也有很多的思考，下面谈一谈我获得的一些认识和感想。

首先，认识到了培训的必要性。

公司第三个五年计划是“打造工程涂料第一品牌”，其实，这既是我们的经营目标同时又是我们的责任。“让更多的人掌握工程涂料知识”是我们一直所追求的，而培训则是实现这一目标的较好方式，同时，培训也是一种很好宣传自己的形式，通过对公司员工的培训，使他们掌握一定的涂料新知识和工程技术方面的问题，在这个过程中，也宣传了公司形象，可谓一举两得。

另外，对公司来说，对员工进行这样有针对性的专业培训，既是时代的要求，也是企业自身发展的需要。通过培训，使员工在知识、技能、态度上不断提高，最大限度地使员工的技能与现任或预期的职务相匹配，进而提高员工现在和将来的工作绩效。同时也能最大限度地减少突发事件给企业带来的损失。

第二，培训前的组织准备工作详尽、细致。

从当年12月开始，公司就着手准备这次培训。所有学员的吃、住、行，都做了详细的安排。包括培训期间的培训教材、课程安排及各种互动准备的一应俱全。公司授课老师花费了大量的精力，放弃了休息时间，认真备课，反复预演，给学员们上一堂精彩、成功的课程。

第三，培训内容丰富，主题鲜明。

这次培训重点突出，主题鲜明，内容丰富。无论是建设和劳动局的领导和专家，还是公司的各位授课



2011年度春季培训

老师，他们的授课内容虽各有重点，但都紧紧围绕“打造工程涂料第一品牌”这一主题。并且各授课老师通过大量的案例分析，阐明观点，衬托主题，培训有声有色，生动精彩，非常感动人，非常吸引人。

第四，培训方法及设备得当。

组织培训的方法有多种，如讲授法、演示法、案例法、讨论法、视听法等，各种培训方法都有其自身的优缺点，为了提高培训质量，达到培训目的，往往需要各种方法配合起来，灵活使用，而本次我们的培训采取了讲授法、案例法、讨论法三种常用方法。

范总有系统性，条理清楚，重点突出地向公司员工讲授了六种成熟的销售技巧，语言清晰、准确，效果明显。同时，黄总在介绍具体的某种管理上面的问题，参考具体成功案例。

第五，培训效果明显。

所有的学员在培训结束后，感触很深，而且大家普遍反映对本次培训非常满意，认为公司包括课程安排、组织接待等工作都很赞赏。可以说，本次培训经过大家的共同努力取得了圆满成功！

4月15日，受杭州涂料协会的邀请，我与副总经理马勇军一同赴上海参观了亚士漆。亚士漆一直是公司的标杆企业，此次参观，亚士漆严谨的团队、热情的服务、宽敞的厂房、先进的设备给我留下深刻的印象。但亚士漆给我带来震撼的不是这些，也不是它在行业内的地位，市场的业绩，而是亚士漆“凤凰涅槃”般的变革。何为“凤凰涅槃”？是凤凰经历烈火的煎熬和痛苦的考验，获得重生，并在重生中达到升华的典故，寓意不畏痛苦，义无反顾，不断追求，提升自己的执着精神。行业内人士众所周知，亚士漆这些年来一路高歌猛进，工程事业、零售事业、保温涂料一体化的创能科技事业，事业蒸蒸日上，用十二年的时间，以发展为国内涂料行业的领军企业，但亚士还是在大家一致看好的局面下，毅然进行了一系列深层次的大变革。

请了著名的正略钧策咨询有限公司入驻企业开展战略明晰和人力资源系统提升咨询项目，进行管理评估与战略明晰、组织结构优化、核心流程优化、岗位体系优化、绩效体系优化、核心流程优化、岗位体系优化、核心人才规划七大内容的变革。亚士漆董事长李金钟先生在招待会上表示，这次变革，感情上、精神上会很痛苦，但变革必然有取舍，有变革必然有竞争，有舍才有得，有竞争才能激发活力与激情，为了亚士的明天，我们不得不变，请相信，这次变革是企业具有前瞻性的企业战略。

亚士战略性的变革是剖析了现阶段国内国际经济形势及涂料行业的现状和发展所作出的决策。亚士的变革之所以给我带来震撼，是源于心中对标杆企业的衡量，是从市场业绩、企业规模，人才储备，多渠道经营，精细化管理等等方面去看悉奥与之的差距，亚士值得悉奥学习和借鉴的内容是多方面的。

2011年随着涂料行业“涨”声一片，部分企业必将面临危机和转型，国内涂料市场的竞争格局必将



亚士漆参观现场

看亞士漆，再析悉奥发展战略

□【悉奥公司副总经理兼市场总监 范黎明/文】

发生改变，面对品牌企业占据大壁江山甚至垄断行业市场时代，已成为国内品牌的亚士漆敢于进行战略调整与升级，单从亚士的企业宣传片，用中国近代的历史变革穿插亚士的昨天、今天和明天，可见其变革的决心与气魄。作为中小企业悉奥，标杆企业的变革，涂料行业的现状，迫使我们不得不共同思考：悉奥的明天在哪里？悉奥的新目标在哪里？悉奥的市场和渠道该如何整合？悉奥的品牌与核心竞争力该如何塑造？悉奥十年的发展已小有成就，特别是在工程领域有着悉奥的专长，从工程承揽政策，项目管理团队建设，施工队伍到工程管理模式等方面有着悉奥的管理特色，让悉奥走到了建筑工程涂料行业的前列。但这个特长很容易被有实力的企业复制并赶超，悉奥要成为工程涂料的标杆企业，没有清晰深层次的企业发展战略，悉奥将难以壮大和发展。幸运的是，悉奥的创始人黄金谦先生适时分析了当前的涂料市场及今后的发展趋势，分析了悉奥在十年发展道路中的短板与特长，在悉奥制定第三个“五年”规划的阶段，及时作出了悉奥要“打造工程涂料第一品牌”的前景规划。

把“打造工程涂料第一品牌”作为悉奥公司更高发展的企业战略，这是一种思想，实际上是老板在悉奥创造品牌的道路上作了一个悉奥明天的定位。这个定位也是非常具有前瞻性的企业战略，是适时的、精准的。我在浙大学习时，著名的蔡丹红管理咨询公司蔡丹红老师说过，定位的本质是：占有心智资源。所谓定位，就是让品牌在顾客的心智阶梯中占据最有利位置，使品牌成为某个类别或某种特性的代表品牌。这样当客户产生相关需求时，便会将该品牌作为首选，也就说这个品牌占据了那个定位。用案例来作说明：宝洁公司之所以成功，在于它几乎垄断行业中主要的心智资源，大家看到，海飞丝占领的心智资源是“去头屑”，这么多年来，海飞丝所有的广告无论如何变化，但万变不离其宗，这个宗就是三个字“去头屑”。不仅广告如此，它任何一个经营活动都是为了强化这一点，所以消费者想买去头屑的洗发水时首先会想到它。一个代表着去头屑最好的洗头水，同时也意味着质量好，名牌，时尚等等其它附加价值。飘柔占据的是“柔顺头发”心智资源，首先当你去买飘柔时未必思考它是“柔顺头发”才会购买，你也不一定它是洗发水的领导品牌才去购买，但飘柔正是因为抢占了洗发水的最大的特性即“柔顺头发”而成为领导者的，潘婷则代表了“营养头发”。这三块心智资源，导致了宝洁在中国一度占据近七成份额，主导了洗发水市场。这就是宝洁模式的最大秘密所在。

事实上，任何一个成功的品牌，它都在顾客的心中拥有一块地皮心智资源。我们看豪华汽车，法拉利占有了“速度”，奔驰拥有了“名望”，宝马牢牢控制“超级驾驶机器”这个定位，而沃尔沃几十年如一日只讲两个字“安全”。还有很多已抢占心智资源的企业，比如箭牌代表了“口香糖”，喜之郎代表了“果冻”，必胜客代表了“披萨”，全聚德代表了“烤鸭”。再来看涂料企业，立邦、多乐士代表了“品质”是家装首选，南亚，虹牌代表了“地坪漆”，日固力代表了“轻防腐漆”，振邦代表了“氟碳漆”。这些品牌以占据了顾客的心智资源。那工程品牌企业呢？国际品牌的经营战略决定了不会去创造工程涂料品牌，而国内企业，是百家争鸣，利用各自的营销渠道分享工

程涂料市场这块大蛋糕，还没有哪一个企业在工程品牌上占据了顾客的心智资源，悉奥涂料总经理黄金谦先生及时发现了一块地皮，挑战性、前瞻性的第一个提出了“打造工程涂料第一品牌”的这个思想，用品牌定位的方法来概括他的思想抢占先机，在建筑工程涂料这个品类里面，在还没被绝对品牌占据时，一马当先抢先占有了这个资源。这个圈地运动是漂亮的。

有了定位，定能帮助我公司市场部即时的销售，提高市场占有率及业绩，但定位只是一个起点，还只是探明了水源，想真正拥有心智资源，还有一个艰难的挖井过程，这个过程需要要有亚士漆“凤凰磐涅”般的改革决心与魄力，需要有更好的精细化管理，更好的人才和团队，更需要有更大的投入；特别是工程部的管理能级提升，人才的储备及各项的投入。公司有了好的发展战略，企业未来定位，作为市场管理者，要如何配合公司的战略来布置市场营销的制定和实施，是我该重点思考并努力学习的！



浙江悉奥涂料有限公司副总经理兼市场总监 范黎明

怎样发挥你在团队中的优势

□【本刊责任编辑 童亚青/文】

我们都相信团队的力量，因为这个时代是一个竞争空前激烈的时代，一个人的力量十分的有限，即便他是一位出类拔萃的“英雄人物”他也需要一个执行的团队，我们相信海尔只有张瑞敏、华为只有任正非、联想只有柳传志和杨元庆、阿里巴巴只有马云、腾讯只有马化腾的话，这个世界一定不会有他们所在企业的成功！所以，唯有团队的力量才是不可估量的，也是达到成功目标的唯一的能力者！

那么，如此说来，是不是个人在团队中就没有发挥优势的可能了？答案是否定的，因为，任何一个团队都是由个体组成的，每一个最小的个体都代表一个人，每个人自然会有他的个性差异，从而形成自己的个性特点，况且，团队仍然是赞成容忍个性差异存在的，当然应该是在团队整体性统一的基础上的差异。所以，一个人在团队中发挥优势的机会还是满大的，事实上，团队提倡并鼓励在一个目标下的个人发挥。

那么，怎样才能让你在团队中的优势得到发挥呢？我个人认为应该做到以下几点：

一、你必须以团队的利益为自己的利益，以团队的价值观为自己的价值观，以团队的目标为自己的目标

一个人无论他多么优秀，如果，不是单打独斗而是一个团队的一员的话，那么，他所有的行为都应该对团队负责，不能有伤害团队利益的行为，因为，团队才是让你依靠的平台，你和它的关系就如高楼大厦与地基一样，如果没有土地的支撑你将无法屹立在地面上，更不可能成为人们欣赏的风景。所以，你的一切言行都必须以团队的利益为利益基础，以团队的价值观为价值观的基础，以团队的目标为个人目标的基础，然后在这些基础上发挥优势，至于，像鸟巢一样，还是101大厦一样，还是像东方明珠电视塔一样怎么都可以的。

二、要努力形成自己的优势

任何一个团队都不可能只要一种人才，正如梁山不能只有宋江，也不能只有武松、李逵或者王英；《西游记》里不能只有孙悟空，或者猪八戒，或者唐僧一样。各个领域，各种能力的人形成互补的优势越强，团队的竞争力也就越强，成功的希望也越大。因此，团队需要每一个个体都能够有自己的优势，而这种优势最好是团队中其他的个体所不具有的，正好可以弥补上团队在某一个领域的不足。

了解了这些以后，你就会相信个人的优势有一定发挥的空间了。

但是，这首先取决于你有没有能力，也就是优势，比如组织能力、协调能力、比如公关能力、谈判能力、比如技术能力、执行能力等等，如果你有，并且是别人所没有的独有的能力，那么，你在团队中的优势就显而易见。所以，在一个团队里别人有的能力你也有，别人没有的能力你也有的人，在团队中的优势一定是最大的。当然，这个世界上的通才太少，我们也不提倡每个人都把自己培养成通才，不仅做不到，而且，



公司野外拓展培训

也会浪费太多的资源，但是，你必须有一技之长，无论是刀、叉、剑、戟还是斧、钺、钩、枪，并且是这个方面的专业人才，那么就足够了。

三、要知道什么时候发挥，要善于等待和创造机遇

不是你有能力了就一定能够发挥成为个人优势，比如你有拿个砖头可以把天砸个洞的能力，但是别人根本不让你有接触拿到砖头的机会，我看你怎么把天砸个洞吧，不仅不能可能你连玻璃都砸不烂。所以，你要善于等待机会，该显本事的时候才显，不该显的时候不要强行“逞能”，否则，急于求成不仅不能达到目标，反而会给自己带来不必要的误解，有人把这称为“不识时务”。所以，知道在什么时候发挥很重要。

当然，这样说并不是要你采取被动的消极的等待，而是应该有计划有目的的积极等待，不仅要善于捕捉一闪即逝的“灵光”机遇，而且，还应善于创造机会，表现自我的能力，展现自己的优势。当然，这主要取决于你对团队未来走向的分析，你对大局的掌控能力和处理问题的经验。

四、要保持谦虚的态度，相信地球离了你照样转

一个人千万注意不要自高自大，要学会谦虚，不仅仅因为谦虚是一种美德，而且，还因为一个人的能力再大都是比较有限的。传说，一次周总理的司机因为自卑情绪很是低沉，总理知道以后就笑着对他说：其实，你也是很有能力的人，比如，你的车开得很好我就不会吗！司机听了总理的话以后，回去想了想就果然想通了。大家想想如周总理那般伟大的人物也有不会的东西，何况我们这些普通人呢！

所以，一个人要永远记得：任何人都有自己的长处，千万不要因为你有别人没有的能力就目中无人，结果只能让你为这个团队所遗弃，再也没有可以发挥的平台了，岂不可惜？！

中国有句老话“天外有天”，“地球离了谁都转”，千万要自尊、自爱、自重！

五、充分了解领导的意图，做“事半功倍”的事，不要做“事倍功半”的事



2011年度春季培训

有了能力不一定能够得到发挥成为优势，因为，了解领导的意图非常的重要，如果领导要你朝东，你却以为自己的马好偏向西，那么，你就大错特错了，只有充分地领导沟通，充分地理解了领导的意图以后，你才能利用你的优势把事情做得漂亮。

也许，有人会说我要理解领导的意图干什么，我只对团队负责，领导还不和我一样是团队的一个分子！是的，你的想法没有错，但是，任何一个团队都必须有一个能够制定团队目标，并能够带领大家实现团队目标的人，那就是领导，缺少了领导的团队一样是不堪一击的乌合之众。要相信，他能够成为这个团队的领导就一定有他的道理。况且，领导下达的任务也是应该以团队的目标为前提的。

六、要善于总结和不断的提高

要知道团队是在发展的，所以，团队中的个人也应该不断地有所发展和提高，如果，有一点能力，在发挥了相当的优势以后，你就满足了，不再去努力学习，提高自己的能力，那么，你离被团队淘汰的距离就不远了，所以，我们很多一起与老板或者团队一起创业打拼的人，在企业（团队）开始成长的时候不得不开离岗位，直到离开团队，其原因就是因为他的优势已经不再能够满足团队发展的需要了，不仅如此，他的优势更有可能阻碍团队的发展，所以，团队就只能忍痛割爱了，并不是老板们都喜欢过河拆桥，而是，团队利益的需要。

“高压”下的修炼

□【悉奥公司 黄锡/文】

你是否在环境发生变化时，感觉不适？

你是否在一直积压问题，然后总想发作？

你是否在工作发生差错时，立刻责备自己？

你是否工作占据全部时间，无暇享受兴趣爱好？

在高速发展的现代社会，快节奏的都市生活常常让人喘不过气来，繁重的工作总是让人高度紧张，长期在“高压”下的工作者们一定会碰到这样或那样的工作压力，对于很多类似这样能扰乱心理、生理健康的干扰，如果你总得回答“是”，那么同志，只能表示你压力很大。

在职场上打混的销售人员，每天面临着颇具挑战和倍感艰辛的工作，每天要和数不清的潜在客户交谈，还要忍受对方的抱怨和拒绝，如果你不了解自己为什么会有压力，怎么能学会调解压力的方法，怎么能了解自己到底是性格或者人格中的哪一部分容易导致你在特定环境下有压力。许多外部因素会直接导致工作压力，如工作进度、工作速度、工作保障等等，但是，没有两个人会对同一工作做出同一反应，因为个人因素也会导致压力。

做好销售是件不容易的事情，来自方方面面的挑战非常多，繁忙的出差工作打乱了生活起居规律，也让你经常感受到舟车劳顿，更有辛苦忙碌一个月后，却发现尚未完成销售指标。有很多人因为不能忍受开始时的辛苦而转向别的行业，但也有不少人通过销售工作重新塑造自我，弥补了自身的许多不足而取得非凡的成功。

在从事销售工作的第一天起，每个人都期盼自己能取得成功，但能否承受这一般的压力决定了你的

成功机会。只有正确认识和合理看待销售工作压力，才能使你具备良好的心理素质，放下包袱轻装投身销售工作。

回想曾经往事，轻松面对压力

相信销售人员都曾记得第一次给陌生客户打电话，第一次上门推销，第一次接受客户拒绝时惶恐不安的心情。当年就是这样一件现在看来普通和简单的销售工作都让自己倍感压力。这提醒我们应该用发展的眼光看问题，今天面临的压力对将来而言或许是无足轻重，不值一提的。

面对工作压力时，回想曾经的历程能让你知道压力终将会成为过去的事实，有助你摆脱疲惫的心态，轻松面对压力投身工作。

联想胜者历程，积极面对压力

成功者快乐往往要用痛苦的付出换取的，正所谓：天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨。历经磨难成就事业的例子举不胜举，大多成功人士在失败数次，受到了无数的嘲笑、责难之后，最终



邀请名师授课

凭着坚强的意志，取得了成功。在我们身边

也同样能感受到成功背后的艰辛，当你的同事和销售经理获得不俗业绩时，不要忘记他们也曾面临和你一样压力，是他们努力付出战胜了自我，取得了成功。

面对工作压力时，联想一下成功者历程，能激发你的工作激情，并使你更深的了解困难不是成功绊脚石，而是每个人走向成功都必须经历的。

设想竞争对手，理性面对压力

衡量销售人员每次任务的成功与否，不在于你是否出色的完成了日常工作，而是取决于你是否比你的竞争对手做的更好。胜者必然是克服种种困难者，败者也是被困难所最终阻止的，所以说压力可以打败你，也能帮你打败你的竞争对手，你的态度决定你的行动，当你选择避让困难时，我们可以想象困难正在帮助对手打败了你；而你克服困难时，也许正是压力帮你打败了对手。困难对待每个人都是现对平等的，而且机会和挑战并存。

面对工作压力时，设想一下你的对手同样在面临压力考验，其实你的每一份努力，都会记录在自己的竞争积分榜上，只有当你的付出努力超越对方时，胜利才能眷顾你。应该让压力成为你前进的阶梯，也让它成为横亘在竞争对手前进道路上的坚壁。

只要有工作，压力就会存在，它其实是你工作中无法回避的组成部分。压力大与小，能不能承受与舒解，关键在于面对压力时，你自己的心态与应对的方法，因为个性、经历的不同，每个人的解压方式也有所不同，但是关键是要用一种积极的态度去解决问题。

那么，如何缓解来自环境或个人因素的工作压力呢？

A 更有效地组织你的工作

可能的话把工作分摊或委派以减小工作强度，别认为你是惟一能够做好这项工作的人，这样可能会给

自己带来更多的工作，你的工作强度就大大增加了。

B 建立良好的办公室关系

与同事建立有益的、愉快的合作的关系；与老板建立有效的、支持性的关系，理解老板的问题并让老板也理解你的问题，了解自己和老板在工作中的权利和义务。

C 及时总结，妥善计划

对所有的出色工作都记录在案，并不时查阅，一是总结经验，二是为自己寻找自信。为将要进行的工作，制定一些短期计划，做尽可能细致的准备。

D 不要给自己无谓的压力

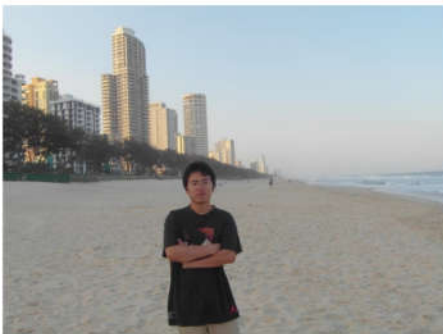
减少你所关注的琐事数量，别给自己增添无谓的压力，对自己无法控制的事情就由他去。

E 享受个人空间

不要总是想着工作，努力在每天都安排一段时间处理自己的事情，如与家人、朋友在一起等。

F 适当的运动

每天寻找时间放松，如呼吸新鲜空气，做适量的运动，散步，时常出入一下办公室，变换一下环境，这些活动有助于释放压力，放松大脑，恢复精力。



黄锡，浙江工业大学高分子材料本科毕业，现就读于澳大利亚昆士兰大学。
联系电话：13750881038

回首看看我们做对了哪些？

□【悉奥公司总经理 黄金谦/文】

年终岁末，总结总结，那是年度总结，而今天的总结并非年度，是因悉奥正处在特别之时，那就是悉奥刚过完10周岁的生日。10年了，应回首过去，大胆地列出几点成长中所谓的经验与不足。

总结到底有多重要？“成功的企业善于总结”，这是被誉为经营之神的松下幸之助在成立松下电器研究院时说的。他还说：“企业做到这个规模，一定要总结。我们要看看，我们究竟做对了，还是做错了。对的，我们坚持，错的，我们改正。”毛泽东曾经说过：“我是靠总结经验吃饭的。”毛泽东的著作，正是他在中国革命的进程中，边学习边实践的总结，是思想和实践的结晶。从名人的语录中真可以找到“总结”的无比重要性。

什么是总结？就是在一个节点上对过去学习和实践过程再思考、再认识。按照认识论，人的认识要经历感性到理性，从理性到实践这样的一个过程，即“认识—实践—再认识—再实践”，才能最终认识和找到规律，顺应了规律，才能成功。

任何企业在成长的路途中却要经历从无到有，由少渐丰，反复磨练的过程，其中，既有成功的喜悦和经验，也有失败的痛苦和教训，还要时时面对诸多矛盾冲突、困难抉择。不学不行，不做不行，不想不行，而这一切又都是和“总结”这样一个普通的眼字相联系。

建筑涂料中“乳胶漆”在国内市场的应用也差不多有20多个年头了，并且前10个年头主要是以内墙乳胶漆相对盛行，而外墙乳胶漆系列风靡市场，也大概在近10个年头左右。悉奥涂料创建于悉尼奥运会举办之年的2000年9月，正好赶上外墙建筑涂料产业的朝阳时期。

改革开放33年来，特别是近15-20年，中国经济进入了快车道，全国新建建筑从2万亿平方米/年，逐年增加到目前5万亿平方米/年。中国城镇人口城市化率，早从改革初期的20%，逐步发展到今天的52%，而美国是98%，这也说明还有相当大的发展空间；小城镇建设步伐不断加快；国家住建部又提出新要求，

1999年以前建造的建筑物，将在15-20年内全部拆除重建，这足以说明了中国建筑涂料的内需市场非常之大。这乃是悉奥的“天时”。

2010年全国建筑涂料总量大概在352万吨，每年增幅在13%左右，华东长三角地区是中国两大建筑涂料基地之一，在2009年已赶超华南珠三角地区。中国涂料之乡——顺德，民族品牌很多集中在那里。这些民族品牌的崛起，大多是在建筑涂料盛行起初的10年，其途径通过内墙乳胶漆的商销渠道，遍地全国各大建材市场。这种以设店商销的民用市场，在目前来看，珠三角企业仍占有优势。而近10年里，长三角地区建筑涂料规模又如何赶超对手的呢？江、浙、沪涂企，联手推动中国建筑外墙广泛应用乳胶漆，使乳胶漆替代外墙“面砖”起到了革命性的作用，敦促政府把“建筑乳胶漆”纳入新产品、新材料、新工艺之列，加以推广。悉奥涂料就在这一片倡导和推广声中，加入了长三角涂企行列，从一开始就看好建筑涂料工程市场，执着地走方案型销售渠道，寻求差异化战略，打造工程涂料广阔天地。在这块肥沃的土壤里，衍生了悉奥的发展，给悉奥的跳跃式成长奠定了无可挑剔的“地利”环境。

“天时”、“地利”对一个人的成长发展固然重要，但这些条件毕竟是外因，没有自身的努力显然是难成大器，一家企业也同样如此。那么，悉奥在这10年的磨砺中，有哪些是“人和”因素值得沾沾自喜？又有哪些“人和”原因又必须总结总结和引以为戒？下面就创办悉奥10年来，从战略层面总结以下十点：

一、健康基因来源于体制。中国第一部《公司法》

颁布于1993年，这说明有限责任公司模式的成功经验还很稀缺，而恰恰赶在潮头的有限责任公司纷纷解体、倒下，故有人统计中国的民营企业平均寿命仅2.9岁。倒下的原因很多不是产品技术、资金短缺或无利可图，而是毛病出在基因上，也就是说成立时的“体制”有问题。悉奥公司从成立之时，就对这个行业做过调查研究，针对建筑涂料行业的方案型销售的特征，来确定公司的法人治理结构，故形成一整套的章程以外的



公司总经理黄金谦华北市场考察

章程。比如说公司股东创办初10年内必须在公司内部积极参与管理；投资权与经营权既有联系又有严格分离；股东配偶不参议政务，并原则上不安排紧密型工作；股东人员必须全力地从事本公司工作，不得挂职、兼职，不能从事其他经营性投资活动；以及股权转让与股利分配上形成章程外的股东决议；还包括明确制定公司五年规划和发展方向等。通过这些章程外的《决议》补充，明确各股东人员该怎么做，不该怎么做，约束了那些由于约定不明确而形成的不健康因子，避免那些由于“体制”问题在良好发展阶段有被夭折的隐患。

二、平台建设是一项长期战略。作为悉奥公司来讲，哪一块工作是属于“平台建设”？那就是要将“悉奥”的品牌具有影响力、“悉奥”的产品有市场占有率、“悉奥”的团队有战斗力、造就人气把悉奥涂料真正打造成悉奥人共同追求和向往的事业平台。“平台建设”涵盖三个方面内容：

其一是观念建设。观念即意识，在意识上是否有这很重要。酒香不怕巷子深，皇帝女儿不愁嫁的销售观念，在当今市场形势下已经完全过时，在强烈的竞争中，推销一定是企业销售过程的主手段，通过推销来实现品牌影响力，实现销售增长率。建筑涂料的推销，一是依靠承揽工程形式的整体方案来完成销售；二是依靠社会力量即松散型业务经理来完成销售。这就需要我们深刻领悟“谁会来做、谁想来做、谁能做长”的道理。“从当年的谋生到创业，从做事情到干事业，执着主张业务经理先富起来”，这句话我们大力倡导，就是在这样的背景下衍生出来的。

其二是软实力建设。悉奥公司从2003年开始，已连续8年举办较大规模的春节培训班，在培训课程中，

有极大部分篇幅是与服务有关，与提高软实力有关。我们曾经讲过“早年王永庆卖大米，服务手段只要比对手好那么一点点”和“打工男孩给陈太太割草，最好服务就是不需要服务”的经典案例，我们还提出“做市场就是做服务，服务是第一品质，品质涵盖了服务，服务不能理解成产品的附加，而是产品的组成”。“品质紧盯标杆，服务超越对手”，这是悉奥人追求的第一战略；“从制造业向服务业转变”；“再造人气，做差异化市场”；“提高软实力，再创新辉煌”。服务的意识有了，手段有了，我们的对象也就自然信任和放心了。经过上下努力，先后获得ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、中国环境标志认证，连续六年被浙江建筑涂料粘接委员会评定为“建筑涂料优秀企业”。

其三是硬件建设。悉奥公司从几十平米办公室、几百平米车间、几十万资金的作坊起家。回首十年，在人生道路上的那一小节，历历在目。经历不到三年，我们结束了作坊经营，进行了一次“举家搬迁”的过程，就开始了规模化生产，这是悉奥硬件建设的第一次飞跃。时后又历经数次大规模的技改，形成了年生产能力1.5万吨的规模，具有比较科学、先进的品管中心，成立了临安市科技局颁发的浙江悉奥涂料研究所，特别在延长产业链上，扩大经营范围，以及特种行业生产经营许可证上化了较大投入。比如说，扩大了干粉、溶剂型涂料的生产、危险化学品的生产许可以及单独成立临安悉奥装饰有限公司，并获得从业资格等等。

三、创新商业模式是公司发展的根本保证。一个企业有了一个好的团队，有了一个好的产品，却没有一个好的商业模式，如同火箭没有助推器一样。因此，企业要既能找到一个具有适合市场的，又能具有创新和差异化策略的商业模式，是非常重要的。据了解，悉奥目前运用的商业模式，不能说绝无仅有，但还真比较少。其原因我做过分析，悉奥的商业模式其特点有四：第一，严格的职能分工。内部做市场管理与服务的人员，不能直接承揽市场业务，也就是说，对外承接业务是社会松散型业务经理的职能，如果界限混淆、分工不明确，将会形成该做服务的不服，该做管理的不管理，而需要管理的跟不上，需要服务的服务不了。严重损害精英们“想进来、做得好、蹲的牢”的积极性。悉奥吃透了这点心理特征，也尝到了这杯羹。在同行业兄弟企业中几乎做不到。第二，佣金制。悉奥在外接单的业务经理，均采用佣金制。即以业务提成作为收入回报，不建立紧密劳动关系，不纳入公司稽查考核。实践证明，享受佣金合作的对象（业务

经理），几乎都是手中有入脉，不愿约束，乐意为之的逍遥族。因此，佣金制是专为他们量体裁衣的。第三，提成不分成。公司按照拟定的产品价格做买卖，其超过拟定价的部分作为提成或称佣金，并且超价提成部分不作分成，全由业务承办人享有。这种模式的大胆尝试赢得了广大社会精英的青睐，悉奥依靠政策杠杆来吸引业务经理群，人气旺了，人脉广了，才能开辟广阔的全国市场，在很大程度上是得益于这种以量提高市场占有率、以量提升品牌、以量制胜的模式。第四，力推方案型作战。根据建筑涂料市场的销售特征，他不仅是制造业的工矿类产品，还包含着建筑安装业的服务类产品，也就是说完美的建筑墙面饰面才是我们所最终提供的产品。因此说，这类销售是真真切切的方案型销售。做好方案型产品销售，如果光靠一个人单打独斗，要么导致客户不满意，要么会本司利益受到损害。这就需要企业具备海、陆、空多兵种联合作战的本能，悉奥的生产、技术、市场、工程与法务等部门已经形成有机整体，通过多年无数次战役的实践和演练，已基本造就航母式战斗实力。

四、合理分配能激发无穷的再生力量。管理九字经告诉我们“用好人，管好事，分好钱”。有很多企业就是因为没有“分好钱”而使它丧命，葬送了本来是有大好前程的企业生命。我对“分好钱”的理解，从悉奥的实际来看，包括两层含义，一是公司内部与公司外部的分配，也就是说，公司所承揽的100万元订单，公司内部材料款有多少？公司代为施工的施工费是什么？业务经理费又是多少？二是公司内部之间的分配。也就是说，公司员工的分配机制、公司股东的分配机制等等。总之，无论是内部还是外部，都必须服从合理和明确的两重性。从悉奥十年来的销售业绩增长来看，没有一套比较适合悉奥发展特征的《产品直销政策》，就没有悉奥的今天。其实我们还可以看到，一个已实施9年的《公费旅游政策》，深得人心；一个实施两年的《全员劳动股份制》，员工能欢欣鼓舞；与之配套的员工福利待遇以制度形式常态化，勃发出员工无穷的再生力量，给企业增添了无限的生机。

五、做好企业文化是公司发展的原动力。悉奥的企业文化还尚未形成体系，与优秀企业相比差距甚大，但我们也一直在尝试、在实践，并且也尝到甜头。我们懂得一流企业做标准、二流企业做文化、三流企业做品牌、四流企业做服务、五流企业做产品的基本道理。在这里，悉奥的企业文化大致罗列具有以下几点：

第一，民主文化。重大战略、重大规划、重大事件以及重大制度的更迭，董事长、总经理不搞一言堂，充分发挥股东大会、董事会以及企管会的集体智慧，

依靠大家的力量来拟定决策。一旦战略、方案、制度形成后，坚持既有规定的不必向上汇报，没有规定的必须汇报原则，做到分工明确、职能明确、责任明确。

第二，成长文化。公司将全体员工按职务能级区分为16个员工级别，对每位员工的成长都进行规划。应该怎么样做？才能提高自己的员工级别，怎样做才能实现自己人生价值和自己所要追求的梦想。让其发展空间，成长有思路。

第三，读书文化。悉奥一贯强调全体员工要有自发的读书热情，按部门不同常年订阅多种期刊与文摘，积极参与公司《今日悉奥》季刊的投稿与学习。公司由于在员工级别上对学历、职称等有特别要求，因而掀起了公派上学、自费求学等多种方式的全员读书活动。

第四，培训文化。培训当作是悉奥员工的一大福利。从2003年开始连续八年，公司举办大型春季培训班；各部门员工进行不定时的短训；工程安全培训有专人专职到全国各地现场，以职工学校、PPT教学方式培训；公司10级以上员工每月集中进行一次（半天）读书会，以企管会成员轮流上课形式完成。

第五，健康文化。倡导员工要有身体健康、心态健康、思想健康、产品健康和企业健康的悉奥健康文化。对身体健康、心态健康、思想健康方面，公司要求员工广泛参加健康运动，提高安全意识，并有组织地开展户外爬山、拓展、乒乓比赛等，还组织员工进行德育孝文化的理论讲座；对产品健康和企业健康方面，悉奥一贯坚持视产品质量为企业生命，绿色环保是建筑涂料必须具备的光环，品质保证才有企业健康而言。

第六，狼性文化。狼的三大特性是敏锐的嗅觉、不屈不挠、奋不顾身的进攻精神和群体奋斗。悉奥由于一贯灌输方案型销售的特别之处，故要求必须具有狼性的文化精神。从方案谈判、产品展示、议价询价、签订合同、工程施工、一直到履行合同、货款催付的整个过程，靠一只“狼”是无法吞噬猎物，必须依靠团队才能搞定。悉奥的实践告诉我们：建筑涂料以承揽工程来完成销售的企业，应该具有狼性文化。

第七，党建文化。悉奥积极响应政府号召，在公司内部推动党、工会建设。积极开展党员活动，发挥先进党员干部的积极性，促进团结、促进生产、提高效益、树立形象。2008年公司党支部被上级党委推举为“先进基层党组织”。

第八，法治文化。怎么样来“用好人，管好事”？这是摆在领导面前的一个管理难题，老板以权力压人，领导不以理服人，员工就会二张皮，就会离心离德。

2008年公司决定为制度年,将先后补充、完善多类管理制度24套669条,多类激励制度4套54条,有章可循,有章必循,违章必究。

六、执着主业做强主业。执着主业做强主业不知道这句话放在悉奥的成长路上是否恰当?“放弃是一种理性的胜利,放弃是一种智者的选择”。我们卧薪尝胆,十年一剑,守操如玉,坐怀不乱,说老实话,悉奥没有能力实施“脚踏两条船”、“鱼和熊掌都可得”的理念和做法,如果这样势必会稀释企业资源,分散企业精力,很可能导致企业在漫长的战线上游动作战,而最终被无情的市场所淘汰。所以说放弃也是一种企业集聚能力的策略,放弃也是一种企业理性的价值判断。毛泽东选择了农村,放弃了城市,任正非20年专注于通信技术的研发和市场的拓展,可以说是放弃股票、期货、地产等令人心动的赚钱机会,大赌换来了大赢,今天的华为已成为中国第一的民营高科技企业,并进入世界通信设备制造企业一流阵营战略目标。执着主业、做强主业、立足华东、放眼全国,把悉奥工程涂料做成行业龙头企业。

七、敢于承担社会责任。选择了做企业,就等于选择了风险、选择了责任、选择了永无停止的劳累、选择了别人的不理解。为了让我们的员工有一份安稳的工作,为了让员工的家庭多一份幸福,为了让我们的员工有更多机会去实现自己的梦想舞台,我们无怨无悔,再苦再累也值!这种实实在在的压力,已在悉奥的股东成员和企管会高端经营者身上转变为强烈的使命责任。我们没有豪言壮语,我们更没有参与过大型的捐赠活动,但我们清楚,如果能把一个人、一个家庭、一个企业当成是一个社会的小细胞,而这个小细胞敢于承担在这个社会中应尽责任,那么这个小细胞就应该说是对社会的最大贡献。悉奥公司年度上交税金及规费200多万元,发放工资900万元/年,也参与了“5.12”汶川大地震34180元的定向捐款活动,包括2011年申办安市总工会“悉奥涂料杯”职工乒乓球锦标赛活动等。脚踏实地、求真务实、忠信仁笃,从眼前做起,从身边的小事做起,这就是悉奥人敢于承担社会责任的实际行动。

八、暂缓硬件投入相对错过机会利润。在上世纪八、九十年代,针对生产经营型企业,有一种较为典型的创业模式,那就是“先做市场,后建工厂”,包括蒙牛的起家也是如此。时代的变迁确实让人难以置信,但现实就是这样。特别是在中国经济较发达的地区,随着土地供应量减少,这种资源枯竭所造成的用地成本飙升,给“先做市场,后建工厂”的生产制造企业带来严重影响。我们辛苦地淘到了制造业的一



公司总经理、市场总监等人在太原工地考察

桶金,却错过了当年购置土地而升值带来的机会利润。

九、突破营销渠道,拓宽经营思路。我们执着主业、做强主业,单凭一层不变的商业模式,也是要被残酷无情的市场所淘汰的。与时俱进,才能不可战胜。除了拓宽方案型的工程建筑涂料之外,同时拓展门店、经销商的民用市场是很有必要的。我们不想做全国老大,但可以争取做区域老大,逐个击破战略,制胜于对手,开拓经营思路,扩大增长点产品的销售量,稳健推动延长产业链。

十、加大创新力度。创新即是变。就悉奥的发展,以及回顾几年来的成长经历,在观念上、管理上和技术上都需要有更大胆地思变与裂变。从观念上讲,小富即安,认为自己在行业中做的还不错,观念混沌不求变的思想是企业前进路上的拦路虎,这种观念一旦形成将不得了。当然,观念创新涵盖在战略上、战术上的创新;从管理上讲,满足于现状,自认为当下管理很不错,缺乏深度、广度、细度、力度、意识麻痹、不主动吸收,固步自封。比如说,如何将公司目前的销售分公司模式,运行到更淋漓尽致,真正把经营之神稻盛和夫的“阿米巴”威力在悉奥显现。又比如说,在生产车间,如何提高产品合格率?提高产品正品率?提高劳动生产率?怎样才能做到精细化、程序化、制度化?大有文章可做,的确,管理无处不在。然而,创新不是一蹴而就,需要有更专业、更智慧的人力资源支撑。面对当前的竞争环境,悉奥的高层人力资源——“走出去、请进来”是势在必行,刻不容缓。

以上这些粗线条的总结,列举10点,很不系统、很不完整。意在让我们的员工有更多地了解公司企管会集体智慧所形成的战略思想、战略策划、战略行为;让我们更广泛地了解那些制度在出台前,有哪些更深、更远的渊源。从而,能让我们的员工更多一份理解,多一份支持。

取其精华,去其糟粕。对的,我们坚持,错的,我们改正。

公司成本与效益的探讨

□【悉奥公司副总经理兼工程部经理 陶志培/文】

在当前全球经济危机的环境下,成本控制成为每个企业关注的焦点问题。如何科学分析企业的各项成本构成及影响利润的关键要素,找到成本控制的核心思路 and 关键环节,是使我们能更好地应对经济危机形势下的成本控制问题。

成本控制绝对不仅是单纯的压缩成本费用,它需要与宏观经济环境、企业的整体战略目标、经营方向、经营模式有效地结合,需要建立起科学合理的成本分析与控制系统,让管理者全面、清晰地掌握影响公司业绩的核心环节,全面了解公司的成本构架、盈利情况,从而把握正确的决策方向,从根本上改善企业成本状况,真正实现有效控制。而成本控制可分为任意性成本和战略性成本。

一、任意性成本

何谓任意性成本?简单地举例来说,凡是可以是在短期内调整的成本都可以算作任意性成本,比如广告费用的降低、办公室费用的调控、减少员工加班费以及差旅费、接待费用的压缩等等。任意性成本削减的一大特色就是立竿见影。但这并不意味着企业可以一股脑把所有的都一并砍掉。

值得注意的是广告成本的削减。在一般人看来,广告成本无疑属于任意性成本,可以随意削减,实则不然。一个广告从投放到产生效果需要一定的时间积累,是否需要削减,要看广告对公司的盈利在短期内是否有绝对的影响。有不少公司都是逆市操作而取得了不错的成效,还通过广告加强了产品的品牌效应和长期竞争力。

二、战略性成本

在市场竞争日趋激烈的环境下,企业为了提高自身竞争力,采取多种措施、多方面降低成本。然而效果甚微,甚至效益变得越来越低。究其原因,大多数企业在成本管理中只注重降低成本,控制支出,并没有将成本控制同企业发展战略联系起来。因此,企业必须根据自身优劣及外部环境,制定长期的战略规划,以取得持续的竞争优势。

1、企业战略成本决策的重大性

企业作出的战略成本决策,对企业长久生存和发展目标的实现有深远性和根本性的影响。战略成本决策的重大性表现在决定企业未来的成本发展方向、竞争优势、协同效应和经济效益等方面。从总体上看,战略成本决策的项目一般数额较大、影响面较宽、一个项目的成本全部得到补偿的时间较长。正确的战略成本决策,会给企业带来长久的经济利益;反之,错误的战略成本决策,会给企业造成重大的经济损失,甚至使企业破产倒闭。因此,企业战略成本决策应建立在对与企业内外部环境有联系的重大问题的深入了解、透彻分析和充分论证的基础之上,不应草率作出



战略成本决策。

2、具体表现

(1) 如果说任意性成本的削减是短期战术的话, 经营模式的改变则是长期的战略, 相比任意性成本的削减和组织效率的优化, 经营模式的改变更加复杂, 而且具有一定的风险, 属于中长期战略。尽管如此, 历史上不乏成功案例。摩托罗拉、戴尔等跨国公司在调整其经营模式的时候, 通常采取把工厂卖给自己的战略。“我给你订单, 但是要求你做的成本比我的低, 这就会影响到整个经营模式的改变。” 颇有解释, “由于经营模式的改变复杂程度较高, 企业必须具备正确判断自己所面临的竞争状况以及整个市场的走向的能力”。

(2) 成本控制要有战略眼光, 要永远考虑回报最大化。投入增加一倍, 回报增加双倍甚至十倍百倍, 哪一种投入更合算, 懂得加减乘除的人都能判断。在市场空间巨大的前提下, 扩大规模无疑是最好的成本控制, 规模越大成本越低。谁都知道规模采购是降低成本最有效的方法。做管理的人, 永远不要盯住员工花了多少钱, 而是要盯住他赚了多少钱。通常情况下, 投入与产出是成比例的。

3、战略成本控制要改变观念: 花钱即为省钱

某一项成本降低了, 未必就意味着企业的利润一定会得到提高, 而增加某一项费用的开支, 反而有可能提高企业总体经济效益。这是对传统的“节省、节约”的观点的突破, 从而引导我们从另一个新的角度来审视企业的成本问题。

(1) 在增加某项投资或增加某项支出时, 不要把重点放在考虑投资额是否大了、支出是否多了上面, 而是要考虑, 这笔投资和这笔支出是否值得? 花出去后是否能换取值得的回报?

(2) 当减少某项开支时, 也要先考虑是否会对工作和服务质量带来影响? 顾客的反应会怎样? 如果不适当地减少某项开支, 不仅不会带来利润的增加, 反

而有可能影响经营业绩和顾客的评价。

(3) 成本管理或者战略成本管理, 是为企业的竞争战略和经营战略服务。某一项成本增加了, 从短期看, 可能减少了当期的利润, 但从长期看, 对企业发展目标和战略是有益的, 那么短期利益应该服从长期利益。

战略成本管理是企业管理的一种新的思维方式。战略成本管理是指运用成本管理技术, 使得公司在提高战略地位的同时降低成本, 具体而言, 战略成本管理是一个对研究开发与设计、生产和销售等各个环节进行全方位监控的过程, 主要是从战略的视角来分析影响成本的因素, 从而进一步发现降低成本的途径, 其目标是营造企业持久竞争优势。

因此说, 控制成本就等于增加利润, 我们只有善于发现并找准成本控制的关键点, 着眼于长远, 才能为我们积累更多的资本。作为公司的一员, 我们要深刻的理解和贯通公司所提出的“双增双节”的思路方针不动摇, 以“有激情、善谋划、肯吃苦、能融合、守规则、敢担当”的工作精神, 精益求精地做好各项工作, 并在愉悦的氛围中乐干、肯干、实干、巧干, 不断钻研、创新、进步, 从而带动整个企业科学和谐的稳步地发展, 一步步迈上新的台阶, 与世界经济接轨, 创造更加辉煌灿烂的明天。



公司例会

建筑工程管理中的

成本控制

□【本刊编辑部/文】

当今建筑市场日益开放, 实行企业自主报价, 竞争更加趋于激烈, 企业的竞争优势应体现在质优、价廉、快速、安全、低碳的各种综合实力, 因此无论是项目管理还是更高层次的管理, 必须对所有建筑施工活动的成本进行控制。

建筑工程成本是指生产建筑产品过程中发生或实际发生的工、料、费投入, 它反映企业劳动生产率的高低、材料的节约程度、机械设备的利用情况, 以及施工组织劳动组织、管理水平等施工经营管理活动的全部情况; 所以, 工程成本指标能反映施工企业的经营活动成果, 是评定企业工作质量的一个综合指标。能够及早发现施工现场活动的成本超支或有可能超支, 以便有机会采取补救措施, 尽量消除超支带来的影响或将影响降至最低, 对工程项目管理是至关重要的。

如何做好一项工程中的成本控制呢? 首先, 根据每个工程项目招投标的具体情况, 先确立成本控制目标, 并把目标建立在项目上, 使成本控制目标更具现实性和可操作性。然后, 落实目标成本的责任并使目标成本有效控制的关键是明确承包人的责、权、利, 同时, 企业在与项目经理签订经济承包时, 必须确立目标成本和责任, 落实承包人的责任和权利。最后, 要建立完整的目标成本控制体系, 完善企业经营、施工技术、质量、安全、材料、定额、核算、财务等各项管理制度和有关实施考核细则。

1、把握工程特点, 优化施工组织设计。

企业经营要从投标报价、中标成交条件、合同成交约定等承接工程和承建工程的源头抓起, 根据工程的性质、规模和工艺特点, 结合企业现有的施工能力、技术水平、工艺装备、可能规范内最大程度更新提高动能等实际情况, 修改并完善投标前的施工组织设计, 选用经济、合理、较为科学的施工方案, 合理安排施工全过程, 强化施工现场管理, 组织流水作业, 尽可能缩短施工工期, 减少成本支出, 把握成本控制目标。

2、积极采用先进工艺和技术, 降低成本。

在施工前务必制订出切实可行的技术节约措施, 对将在施工中采用的新工艺、新材料、新设备以及各种代用品均做好事前周密策划, 反复实践验证, 一经确定的施工工艺和技术方案必须坚决贯彻执行, 不仅

要认真地进行技术交底, 更要严格把关检查, 保证安全可靠地顺利实施, 促使工程成本降低。

3、坚持计划指导生产, 强化定额控制。

按照科学合理的施工方案和计划, 组织施工和合理安排, 根据具体施工安排和定额量, 编制出劳动力、材料、设备、机具等使用计划和资金使用计划, 使人、财、物的投入在定额范围内按计划满足施工需要, 避免工程成本出现人为失控。

4、加强人工费管理, 做好人工成本的有效控制。

施工操作人员要择优筛选技术好、素质高、工作稳定、作风顽强的劳务队伍, 实行动态管理。合理安排好施工作业面, 提高定额水平和全员劳动生产率, 严格按定额任务考核计量和结算, 实行多劳多得。在施工中, 要做好工种之间、工序之间的衔接, 提高劳动生产率, 降低工资费用。建筑企业是劳动密集型行业, 劳动生产率的提高意味着单位工程的用工减少, 单位时间内完成工程数量增加, 这样不仅能够减少成本中的人工费, 而且还相应地降低其他费用。

5、加强材料费管理, 做好材料成本的有效控制。

材料在工程建设成本中占最大的比重, 节约材料费用, 对降低成本有着十分重要的作用。材料管理要从原材料的采购、供应等源头抓起, 严格把好质量、定价、选购、验收入库、出库使用、限额领用、余料回收、材料消耗、盘点核算等关键环节。凡工程中发生的一切经济行为和业务都要纳入成本控制的轨道, 在工程项目成本形成的过程中, 对所耗用的工、料、费按成本目标进行支出和有效监控, 预防和纠正随时产生的偏差, 避免材料超期储存积压, 切实把实际发生的成本控制在目标规定的范围内。同时在签订工程协议时要针对工程的内容、权利和义务尽可能严谨, 减少索赔的发生。

6、加强机械费、临时费、管理费等费用的管理, 做好各项费用成本的有效控制。

要严格控制非生产性开支, 杜绝浪费, 按用料款计划认真核算, 控制范围, 严格审批。机械费用应按计划测算指标合理实行机械设备租赁制, 严格设备租赁管理和奖励制度, 加大设备使用率, 提高设备完好率。

提高机械设备利用率, 降低设备使用费。首先要

下接19页▶

参观亚士漆公司后的 几点启示

□【悉奥公司副总经理兼生产部经理 马勇军/文】

平常生活中我们在评价某个人形象、精神特别好时，常说这个人的“气质”很好。当我参观亚士漆回来，公司总工连城问我总体感觉如何，我说亚士漆这家公司的“气质”非常好。

一、有关客户来访。我们按主人事先设计的路线参观了亚士的样板陈列室、生产车间、污水处理池、成品区域。在整洁、宽敞的现代化厂房里见到了我们统一设备制造商的生产设备、统一乳液成品供应商、统一彩砂等原材料，倍感亲切的同时使我们常说产品“同质化”得到了活生生的验证。期间陪同人员始终精神饱满，站排整齐，下车间时始终前后保持一定距离，对我们同行们的提问答对自如，非常专业到位。边走边想到我们公司来客参观考察时，没有规范流程、设计来访路线；随意接听电话、收发短信；不遵守时间；没有事后反馈到底能给客户带走了什么。虽然我们客户条件有限，但如何能更好主动引导客户达到来访目的，体现我们专业化等优势也是我们时下迫切需要解决的问题之一。

▲上接18页

建立健全机械设备维修保养制度，做好机械设备的维修和保养，严格执行合理的操作规程，按时检查机械设备的使用、保养记录，使其处于良好的工作状态，防止带病运行；其次，要开展技术革新和技术革命，不断改进机械设备，充分发挥机械设备的作用；三是加强机械设备的计划性，做好机械设备平衡调度工作，选择与施工对象相适应的机械设备，充分地利用各种机械设备及固大型施工机械；四是要加强操作人员的培训工作，不断提高机械操作人员的技术职能，坚持持证上岗制度，提高机械设备台班产量。

7、加强质量安全管理，杜绝事故和损失。

严格按照施工规范和安全生产操作规程组织施工，执行自检、互检、交检制度，做好已完工程的成品保护和安全生产的各项工工作，加强检查和监督，及时发现和解决事故隐患问题，减少工程返工和修补造成的损失，防止因质量事故造成的不必要的人力物力的浪费，并做到工完、场清、料净，以确保工程款按时回

二、有关现场管理。参观中两个细节使我们感触很深，这简直可以成为现场管理到位的典范。一是亚士李总在介绍公司时无意说到在车间内扫帚和拖把总是分开放置的，因为它们的功用不同，在不同的地方发挥着不同的作用！二是在车间一角我看到每位员工的水杯整齐地放在下面写有自己名字的工具箱上！从这两细节可以看出亚士的物品定置管理几乎做到极致，这使多年做生产管理的我感到汗颜，深深震撼、感慨。这与企业规模大小有关吗？这与场地小，物品多而杂有关吗？这与生产任务重而忙有关吗？一切理由在此刻对照，一下都显得那么苍白无力、自欺欺人。回来结合我们车间实际情况，从生产垃圾分级处置入手。准备把物品定置管理从一只桶、一只罐、一只袋点滴做起，行为规范细而明确，落实到每人，力求有质的改变。

三、有关“双节”活动。在亚士参观中了解到3月18日为亚士的“节约日”——搞了一次很有声势以“节约”为主题的震撼教育，这与我们公司正在发起的“双节”

策，防止成本流失。

8、抓好关键管理，工作重点突出。

每个工程项目的施工，都要突出强化施工现场管理这个重点，将文明施工贯穿于施工全过程，加强档案资料管理等基础管理工作，把每个员工的工作意志和行为规范始终统一地约束到企业管理的各项制度中来，以优质、快速、安全、低损耗的产品和高效的成本控制措施等企业形象，力争工程提前竣工验收，并按合同约定及时进行竣工结算，同时，及时做好该工程的工作总结及资料归档工作。

总之，加强施工项目成本控制，将是建筑企业进入成本竞争时代的竞争利器，也是企业推进成本发展战略的基础。在我国加入WTO，建筑业面临国际竞争背景下，加强建筑企业成本控制更显其重要，为此，展开项目成本控制的管理工作，将为建筑企业的发展提供有益的帮助。



亚士漆公司全景

活动不谋而合。

现在乳液、钛白粉与原材料涨幅已超过20%，生产成本压力很大，同时我们仍然经常发现一桶桶没有倒完乳液、助剂、乳胶漆成品、半成品被当成废品丢弃，一只只可以通过清洗仍可反复使用的罐桶随意丢弃，有这样的现象，必是先有这样的“无意识”，或是基于别人也这样操作，或是基于方便习惯，总之根本没有为了这点浪费而感到心痛、羞愧。

其实，节约是一种态度，我们应怀着一份责任心和一颗感恩的心，把勤俭节约的优良作风转化成一种管理意识，不能流于形式，呼呼口号，要使节约真正创造财富，每人节约一点，就是为悉奥发展出了一份力，尽了一份心。

这里更想提的是我们实际工作中存在大量显性和隐性浪费之中的隐性浪费。隐性浪费犹如黑洞，隐蔽性强，危害更大。例如我们的样板真正被录用的不到7%，我们有过公司现场样板接二连三地重复且时间超过40天；我们有过刚做完的样板被莫名其妙被挖土机推了；我们有过正大力起劲做样板时工地已被其他单位材料上墙施工了；我们有过样板工千里迢迢、急急忙忙赶到工地才被告知不用做了……类似的例子每个部门我想都可列举很多很多，报价说明、宣传资料等市场工具浪费，人员不合理配置的浪费、客户资源的浪费等等，诸如此类的隐形浪费，你意识到了吗？

四、有关人力资源。对亚士“凤凰涅槃”——传说凤凰经历烈火煎熬和痛苦考验才获得重生，并在重生中升华的典故、寓意——不畏痛苦、提升自我的精神，亚士在形势一派大好、企业蒸蒸日上之际提出如此重大变革之举很值得我们思考。

回顾我们悉奥10余年发展历程，每每提及我们公司核心团队非常稳定，成员个个事业心强，劳苦功高。但现在不得不看到“温水效应”越来越明显！人在一个太熟悉太安稳的岗位上工作久了，就自然而然变得不再敏锐，不再有新要求，不再有活力与动力，易被表面现象蒙住眼睛，固步自封，不再有创业活力与激情，不学习求进步，不与时俱进，自我淘汰的时机也就日渐临近，这个问题你、我有真正意识到了吗？

人才培养是企业永恒话题，“员工成长学习培训计划”不能以一个模糊的提法而存在，而应具体对应于管理层——企业文化、领导素养；营销——人才个性化；储备干部——自我成长与帮带制；新应届大学生——高管人才培养计划等方面因层次不同而作相应的有重点目标的培训计划，人才合适性远比人才的能力更重要。在此借亚士常说让——亚士成为在亚士或曾经在亚士工作过的员工引以为豪的“里程碑”这句话送大家共勉，并希日渐把“亚士”改为“悉奥”，扎根在每个人的心中。

在企业中有人把员工分为五种：人财、人才、人材、人在、人灾。其解释为“人财”视为公司创造财富的人；“人才”是有特殊才能的人；“人材”是有发展潜力的人；“人在”是人在心不在，对公司可有可无的人；“人灾”是给公司带来麻烦与灾难的人。对应一下，你是属于哪一种人？

参观亚士漆公司后我明白把一个产值20亿的公司作为我们的标杆企业是需要勇气的，提出“打造工程涂料第一品牌”口号更体现了我们悉奥人的亮剑精神。为此，同志尚须努力、努力、再努力啊！

搞好安全生产是“双增双节”的重要环节

□【悉奥公司技术部技术员 殷多敏/文】

公司总经理黄总在今天的春季培训班及第三次读书学习会上均提到悉奥明天的压力。如原辅材料涨价压力、用工压力、产品升级压力、成本控制压力、管理与服务需求加速压力、人力资源断层与梯队培养压力等。并进一步提出当前环境下大力倡导“双节活动”。

“双增双节”是在1987年第六届全国人大五次会会议《政府工作报告》提出的。指出当前我国人民面临的基本任务，即集中力量抓两件事：一是在经济领域，坚持正确的建设方针，广泛开展增产节约、增收节支运动，深入体制改革和扩大对外开放，努力保证整个国民经济的持续稳定发展；一是在政治思想领域，深入进行坚持四项基本原则的宣传教育，坚决反对资产阶级自由化，加强社会主义精神文明建设，进一步巩固和发展安定团结的政治局面。

“双增双节”的核心是降低物质消耗，提高生产效率，增加经济效益。在生产领域，保证正常增长速度的同时，注重调整产业结构和产业结构，增产适销对路的产品，努力提高产品质量，降低消耗，节约资金，开展技术革新，提高劳动生产率，切实加强综合利用；在流通领域，认真清查库存，减少商品积压，加速商品和资金周转，节约流通费用。但是，搞好安全生产也是“双增双节”的重要环节，是国民经济长期稳定发展的要求。

“安全生产是最大的节约，发生事故是最大的浪费”。众所周知，生产的目的是为了创造财富，造福人类，一个企业如果不抓安全生产，事故频出，那么，怎么还谈得上



市场与技术交流会

创造财富和增加效益呢？因而，保护劳动者的生命安全和身体健康，是企业的头等大事，是保证企业生产活动正常进行的必要条件。从这个意义上说，安全就是生命，安全就是节约，安全提高效率，安全创造财富。如我市4月份万马路一楼盘工地发生塔吊倒塌事故，造成5人死亡。又如2009年6月份我市白天鹅大酒店发生脚手架倒塌事故，造成2人死亡。发生事故，不仅造成经济损失和人员伤亡，而且也给职工心理上带来不良影响。一次事故之后，职工思想波动，生产情绪不高，伤亡职工的家庭幸福遭到破坏，善后处理也给企业增添了许多麻烦。由此我们可以得出结论，搞好安全生产，是实现“双增双节”的重要环节。我们在“双增双节”中，应认真贯彻落实“安全第一，预防为主”的方针，重视安全生产，抓好安全生产，实现安全生产。

安全生产是企业生存和发展的基础和保证，与企业生产经营同等重要。生产的安全保障了企业的平稳发展，企业的发展壮大则进一步从设备和技术层面上推动了安全工作，安全和发展两者是相互相存、相得益彰，是企业两条平行发展的生命线。今年全国第十个安全生产月，主题为“安全责任，重在落实”。涂料企业应加大安全培训力度，加强安全宣传教育，加快推进班组安全建设，积极推广应用先进适用技术装备。

1、提高员工安全意识，开展安全技能培训。提高意识，首先要加强对员工的安全知识的宣传，教育员工在思想上真正确立安全第一的观念。其次是强化安全技能和专业知识的培训学习，强烈的安全意识加上扎实的专业技能才能确保企业生产安全。例如，华润涂料提出“安全第一，人人监督，消除隐患，从我做起”的口号，并把每月18日设立为华润安全日；把安全议题作为所有管理会议的第一个议题；设立安全隐患检举、报告、建议热线及信箱等，切实增强了安全防火意识，提高了防范火灾能力，确保了安全生产。

2、落实安全责任制，坚持标准奖惩分明。认真落实安全责任制，在安全责任制面前，一定要坚持标准，严格要求，一视同仁。安全工作要按照谁主管谁负责和一级向一级负责、一级向一级保证的要求，健全制度，落实责任，严格兑现，奖惩分明，只有这样，安全工作才能层层落实，扎实稳固，不留死角。华隆涂料在创办初就搭建起企业安全机构，一直把安全生产作为重要工作来抓，每年在安全生产方面投入相应的人才物力。“安全以人为本，责任从心开始”，这条安全横幅挂在华隆涂料生产车间醒目的地方。在

下接22页▶

锐进十二五，新的起点

□【悉奥公司慧聪网联络员 李宜升/文】

我国涂料行业在高速成长的房地产、汽车、船舶、家电等下游行业的推动下，2006-2007年的增速均超过10%，2008年在国际金融危机的影响下，增速降低到10%以下，增速为9%，2009年则为8.7%。据国家统计局数据，2006年我国涂料产量从507.8万吨，到2009年的755.44万吨，2010年总产量为966.63万吨，较2009年产量755.44万吨增长了22.8%。2010年中国涂料产业再次创造了新的记录，奠定了世界大国的地位。回首新世纪以来，涂料总产量从2001年的181万吨，到2005年404万吨，再从2006年的507.8万吨到2010年966.63万吨，一个十年两个五年规划，中国涂料总产量走过了从181到966.63万吨高速增长，年平均增长速度近百万吨。十一五中国涂料走过了飞速发展、化危为机的五年，涂料行业经历低谷后重新进入发展的快车道。中国涂料产业得到了全速发展，一举超越美国，成为世界第一生产国。

◀上接21页

这种理念的指导下，在华隆，无论是企业老总、注册安全主任，还是各个岗位的干部、员工，都积极为搞好安全生产工作尽心尽力。

3、规范安全管理，形成安全文化。“没有规矩，不成方圆”，安全工作必须要用严厉的科学制度来保证，用强有力的监督措施来落实。日常生产中，须以“严厉的手腕”抓安全，严格规范安全管理基础，形成企业安全文化。美涂士将安全文化看成是企业文化的重要组成部分，从安全生产的观念文化、制度文化、行为文化、物质文化四方面进一步强化企业安全文化，在生产经营过程中“突出重点、消除隐患、夯实基础、标本兼治”，为提升企业形象，促进公司经济发展和稳定创造良好的安全环境。美涂士视消防安全为企业安全文化的重点，将每年4、9月份作为公司安全月并举行消防演练，保护职工生命安全与健康。

浙江悉奥涂料有限公司在安全生产方面走在了行业的前列。2010年公司总工程师连城为全厂职工进行了《安全知识培训》。今年工程部副经理施建生将到各个工地宣传安全知识，加强安全教育，鼓励职工缴纳保险。我公司争取以零事故的优异成绩迎接中国共产党建党90周年。

涂料产业发展和结构还属于市场推动型，与发达国家的技术创新推动市场消费，还有很大的差距。在不断的发展中存在以下问题：

1、我国涂料行业规模小，纵观我国涂料行业，共有7000多家涂料企业，以中小型企业为主，大中型企业产量所占比例虽然有所提升，但中小型企业对涂料行业的快速稳步发展带来很多负面的影响。落后的生产技术、应淘汰却仍在生产的涂料产品，均对涂料行业的健康发展造成了阻碍。

2、对高端产品的研发投入不够，近年国外众多涂料企业纷纷进驻中国，掀起淘金热潮。国外的涂料企业将中国作为亚太地区的核心，将企业的研发中心迁移或新设置在上海等地，拥有了强大的技术后盾，而我国涂料企业在研发方面的投入却捉襟见肘，导致我国在高端涂料上与国外品牌涂料的差距越来越大。

3、标准化管理严重滞后，随着近年涂料行业对健康、环保、可持续发展的重视，我国涂料产业的行业标准，明显落后于整体涂料产业的发展速度。十一五期间我们也可以看到，很多涂料标准不断被修正，以适应现在消费者对涂料产品的环保要求，如GB18581-2009《室内装饰装修材料溶剂型木器涂料中有害物质限量》、GB18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限量》、GB18582-2008《室内装饰装修材料内墙涂料中有害物质限量》等标准都进行了修正，同时有更多的涂料标准推出。

告别十一五后的2011年我们即将迈进十二五的第一个年头，作为涂料行业的媒体人，我们慧聪网涂料行业期望中国涂料产业向更健康的方向发展，我们也坚信，快速发展的中国涂料必将成为全球的涂料强国。

“十二五”期间，国家加快各项建设的同时，也为涂料行业创造了更多的市场空间，但是面对着日趋强化的资源和环境问题，涂料行业势必会迎来新的挑战，必须增强危机意识，树立绿色、低碳发展理念，节能减排，构建资源节约、环境友好的生产方式和消费模式，增强其可持续发展能力，与时俱进，在挑战面前寻求更多的发展机遇。所有的涂料人，我们一起努力！



□【悉奥公司副总经理兼华北办事处主任 杨金龙/文】

公司创刊已有数期，我每期必读，因它是咱们自己的刊物，是悉奥人信息交流的平台。其内容丰富，形式多样。有企业管理经验的交流、涂料产品知识的探讨、各种营销的方式以及新技术新工艺的介绍，还有就是在经营悉奥过程中所产生内心思想。如公司总经理的《无悔选择》、副总夏小良的《我在悉奥已五年》、湖州办事处主任林正芳的《我和悉奥》。这三篇文章至今让我记忆犹新。特别是黄总的《无悔选择》，他道出了自己的心声，也敲响了我们每个悉奥人的心灵。是的，人的一生可以有很多的选择，可是选择了做公司，做企业主，这就意味着选择了风险、责任和劳累。而在创业的过程中自然会被误解为自私、无义和冷漠。在内心深处所感受到的无奈、委屈、心酸和孤独是可想而知的。但是为了社会、员工和家庭，也就成了一种义无反顾的责任。选择悉奥仍无悔，做好悉奥是使命。从《无悔选择》中，我真正确理解到悉奥创始人在创建悉奥时所付出的艰辛与汗水。更明白了成长中的悉奥是多么的不容易。今天，我和我的悉奥人都应为参与悉奥而感到高兴和自豪。

光阴荏苒，时光易逝，转眼间我在悉奥也有七年，这正好是我所有工作经历时间的四分之一，在伴随悉奥的这些年中，自然会有酸甜苦辣，但与创业者来比又是多么的微不足道。《无悔选择》触动了我，增强了我的工作责任心和家庭的责任感，也萌发了对待悉奥的无悔选择。正如夏总《我在悉奥已五年》中的一句话，“我自认为已看懂了悉奥，读懂了悉奥，融入了悉奥，只要悉奥需要，希望将自己一直绑在这棵大树上。”这其实也是我的一种心声。

期刊是悉奥人信息交流的平台，悉奥是我们发挥才能的平台，平台是一种机会，又是一种挑战，机会只垂青于有准备的人，稍纵即逝。所以每位悉奥人还得不断地学习，在学习中提高自己，成为舞台上的表演艺术家。选择悉奥，成为悉奥人也是一种缘分，这种缘分在伴随悉奥的成长过程中不断地产生独有的企业文化，湖州办事处主任林正芳在《我和悉奥》中，不仅阐述了与悉奥相依十年的缘分，更多地引出了悉奥的氛围和企业文化，代表了全体悉奥人想说而未说出来的心里话。

《今日悉奥》，让我感触颇深，创始人十年艰辛仍无悔，管理者五年心得有体会，市场元老风雨同舟展未来。文章句句肺腑，字字真切，是对经历悉奥的真实写照和感受，是一种心声，是内心的一首歌。为此，我曾想在期刊中谈点什么，都恐于自己不是“巧妇”，几次提笔几次辍笔，揉成的纸团又不知有多少次，今天在公司小童的催促下，终于鼓起勇气，充当一次“巧妇”。



浙江悉奥涂料有限公司副总经理兼华北办事处主任 杨金龙



堵住浪费的缺口

节约创造价值

□【悉奥公司工程部工程师 周圆/文】

注意节约用水；

三、在办公用纸方面也应该注意节俭，除了正反面使用外，一般我们能用纸就不用纸，尽量无纸化办公；

四、工作时间要提前计划、合理安排、充分使用“工作时间”，尽量避免不必要的加班；

五、工作过程中要加强新产品、新技术的推广与使用。

六、上下班尽量走路、骑自行车、乘公交车，热烈响应国家“低碳、节能、环保”的号召。

节约是一种美德，每个人都应从点滴做起增强节约意识，世界上没有做不成的事，只有不愿意做的事！我相信，只要我们去做了，哪怕只是很微小的一点点节约，都能给企业带来很大的改观！“世上无难事，只怕有心人”，只要我们用心做好节约，在工作中处处注意培养节约意识，为公司出点子、想办法，节能降耗，减少成本，从自身做起，增强市场竞争力，为企业的持续稳定发展做贡献。

曾经我们都自觉不自觉地、或多或少地发生过浪费，无论是在生产上、工作中或是在生活里，惊人的浪费让我们损失了宝贵的资源、宝贵的时间、宝贵的积累，我们必须厉行节约，反对浪费。

崇尚节约，实质上就是崇尚中华民族的传统文化；倡导节约，就是提倡从奢侈走向勤俭，从粗放型发展模式走向集约型发展模式。事实上，不但现代企业发展需要这种新模式，而且中国企业应对外国强势竞争也十分需要这种新模式。正因为如此，从中央到地方、从中央企业到地方国企、从公有经济到民营经济乃至混合经济，节约资源、降低能耗越来越受到重视。

节约能源、降低消耗，简言之就是，用最少的投入去获取最大的经济效益。这就要求我们员工不断增强资源忧患意识、节约意识和环保意识，从实际出发，无论是在生产或生活中，都应注意节能降耗，从每个人做起，从身边做起，从点滴做起，从举手之劳做起。

一、下班时随手关灯、关电脑、关空调，节约每一度电；

二、洗手、刷碗要及时关闭水龙头，不用长流水，

双增双节

□【悉奥公司销售行政 罗雄飞/文】

在涂料市场竞争异常激烈的今天，对于我们这个多经企业来说更是面临着严峻的考验，企业要发展、要腾飞，只有赢得市场，确立自己的目标，走出一条自主经营、自负盈亏的道路。俗话说“众人拾柴火焰高”，在开展本次“双增双节”活动调研中，大家都有着自己理想化的建议，由此可见，我们已将自己与公司的前途命运紧密相连，“我靠企业生存”与“企业休戚相关”的情愫跃然纸上，在此，我们本着“企业靠我发展”的强烈主人翁责任感也该公司积极出谋划策、提建议、谈看法。以“双增双节”为中心，以推进企业科技进步和现代化管理为重点，大力提高公司经济效益为目的，积极投身到公司组织的这次合理化建议中，使企业始终保持旺盛的生机和活力。

在“双增双节”之前，公司现存很多宝贵的经验予以体现这个主题，早就为本次期刊来源埋下伏笔。目前公司贯彻分级奖励办法的同时，还在职称评定、职务晋升等多方面优先考虑，还有每月评分等一系列都环环相扣，这些对大家年终评定更有很大的影响。这种以实行贡献与待遇挂钩的机制，促使我们对企业方方面面的热情会更高，无疑会全身心的投入到公司中，悉奥人早已意识到企业员工本就是一个共同体，而且这也隐射出公司各种激励政策是本次“双增双节”推行的完美奠基石。

下面就谈谈我的几点建议：

1、从习惯中节能增收，本着“节资节能从自身开始”的宗旨。

从小学懂事起，就被教导该节约用水、用电等，久而久之如此之教早已养成一种习惯，个人拥有一个好的习惯同样是拥有了一个好的品质和素养。这好比品质中没有信仰，也没有名副其实的品行和生命。若我丢失了生活当中的信仰，那不就是行尸走肉似得只上下班，却早已丢失了该有的文化素养和灵魂？

“执行”其实很简单，开水房和电灯的开关、洗手间水龙头、走廊上灯具、办公室相关电器等诸如此类，待我们工作之余休憩的时候查巡一番就可以制止浪费的现状出现。这次更是个人习惯的具体实践而已，个人素养都在平时养成了，那我们的目的也就达到了。

2、从工作细节中降成本、创效益，本着“修旧利废双增双节”的宗旨。

从我的办公用品开始，小到笔和纸；大到各种办公硬件：打印机和传真机、文件夹、鼠标垫等，这些可能被忽视的办公用品，也可以降低下成本。

如鼠标垫原用塑料垫，现可以用废弃的杂志代替，不仅节省了塑料垫的购买，更是绿色环保。再譬如旧报纸和纸板箱的利用：包邮寄件之时利用更可以保护涂料样板的安全性不被破损。

3、从本人工作上的典型体现。

我提列每日工作计划，原使用便签纸记录每天需要做的事情，现在完全可以利用电脑的资源，将自己的工作事项运用WORD、EXCEL，列出后再转化成图片的格式，用它换作电脑桌面，既清晰明了，又不至于遗忘。如此一来，我既可以节省更多时间去别的工作，又节省公司的纸张资源，但是这仅仅是个人的小方式。个人不管是在人生还是平凡的生活当中，有一个明确的目标和规划对自身来说都是一件宝贵的财富，这不仅效益在自己的未来，也是提高自己当时当地工作效率的内在因素。列夫·托尔斯泰有句至理名言“要有生活目标，一辈子的目标，一段时期的目标，一个阶段的目标，一年的目标，一个月的目标，一个星期的目标，一天的目标，一个小时的目標，一分钟的目标”道的也是这个意思。坚持我的工作每日不缺计划，将是我努力的方向。

以上三点纯属个人工作上不成熟的细节想法，在这没有韩寒那般犀利的言语，大胆措辞，仅仅淡淡的言词表述的建议而已，希望大家分享。

现在的建筑行业发展越来越迅速，并且生存在奔腾的信息时代，我们的工作效益能否上升至同一高度，“双增双节”将成为企业兴旺的关键之一。老子说“治大国，若烹小鲜”。意为烹之艺术，在于掌握火候。而小鲜，乃烹饪对象中最为娇嫩者，更要细心伺候。“双增双节”是一次精细化的治理项目，传承老子的思想，最高境界也就是小心翼翼地掌握量、质价值体现的火候。贯彻落实“双增双节，盈利攻坚”，得做到“人人肩上有责任，上下同心抓落实”，将压力层层传递。

春日随想

□【悉奥公司办公室文员 吴晓贞/文】

坐在春日的微风里，梳理着自己的思绪，感觉人生就像是一场旅行，旅行途中碰到很多的岔路，不同的岔路上有着不同的风景，每到一路口就是一个新的起点，新的征程……

2010年6月，我来到了悉奥，成为一名悉奥的新人，至今也快一年了。在此期间，公司成功举办了十周年庆典、一年一度的春季培训班，通过这两次大型活动让我深刻的感受到公司领导对工作的精益求精、不断创新，对员工无微不至的关怀；悉奥人良好的团队合作精神、自动自发的态度和工作态度和浓厚的学习氛围，大家互相帮助，互相学习，共同进步，每个部门都像是一个温暖和睦的大家庭。更让我感到成为一名悉奥人是幸运的，是骄傲的！

作为一个进入全新工作环境的新员工来说，尽管在过去的工作中积累了一定的工作经验，但刚进入公司，全新的工作内容，难免会有压力。为了让自己能更快的进入工作状态和适应工作环境，有问题及时请教同事，积极学习工作所需要的专业知识，努力提高自己的工作能力。这段期间我学到了很多新知识，工作能力也有了新的提高，过得非常充实和快乐！还依稀记得刚进悉奥那会，自己基本处于晕晕的状态，那段时间多亏了小童的耐心指导和帮助下，让我对这工作慢慢有点概念。现在想来再累也是值得的！在这里，我要特别感谢那些帮助过我的领导和同事，正是因为有了你们无微不至的照顾和不厌其烦的帮助让我尽早的适应了工作环境，尽快的投入到工作当中去。也正如我了解的那样，悉奥是一个关心每个员工，给每个员工足够空间展现自己的平台。

因为热爱，所以选择，因为选择，所以坚持！

在工作中，有时候我可能会有迷惑和压力，但我相信只要能端正心态、有十足的信心和勇气走下去，就一定会干的很棒！学会承受，学会总结！让工作不再枯燥乏味，我们应该工作并快乐着！

社会在进步、信息在更新，我们也要与时俱进！！！！

一、学会承受。

有句话叫“有忍成金”，忍耐不是屈服，忍耐是积聚力量，准备下一次的胜利。也许会有突如其来的暴雨，使原本心情不佳的我悲哀，但是没有暴风雨中的悲哀又怎么会有雨过天晴的欣喜呢？所以我要学会用坚毅的心去亲受大风大浪，承受磨难挫折，承受生活的一切馈赠！

二、学会总结。

把每一阶段的主要工作和安排做成清晰简明的表格，让自己了解工作中的困难、难度及出现的频率，同时让自己清楚自己需要掌握的专业知识。总结每一段时期的工作情况，完成了什么，完成的效果，未完成的原因。总结存在的不足，计划该如何改善。

对一个企业来说，十年称不上历史悠久，十年只是一个开头，只是一个基础，但悉奥的开头，开得精彩：悉奥的基础，打得坚实。我们为公司“打造工程涂料第一品牌”一起努力着！

活在当下

□[本刊编辑部/文]

大家一定都参加过同学会，同学会也是逢年过节的一项重要节目之一。在同学会上多年未见的老同学们可以再度相聚聊聊家长里短以及各自的工作生活，看似其乐融融一团和气，但是细细感受下来，现在的同学会比起学生时代的那会儿多了一份不纯洁的动机，那就是秀能耐、比成就。同学会就成了比谁混的好、比谁更有能耐的擂台，那些混得还不错的成功人士往往会成为同学会的主角，掌握着整个同学会的气氛和走向，同学会已经成为他们的舞台，聚光灯都在他们那儿。有意思的是，混得最好的，往往都不是当年学习成绩最好的。在中国这个教育环境里，优秀生混得不好有其客观的一面。教育制度挑选出的优秀生擅长学习书本知识，长于接受式教育，善于考试，而其本身的创新能力有限，闯劲更是不足，往往循规蹈矩，不善于钻社会制度的空子。优秀生走上这个貌似和谐实则潜规则遍地的社会当然会不适应而混得不好，因为他们太过遵守规则而不晓得走走灰色地带。

达尔文曾说过“适者生存”。既然社会环境已经摆在那儿了，你要么适应它，要么改变它。改变一般是不可能的，那就适应它吧。等到你已经对这套规则了然于心了再去试着改变也不迟。当今非常注重做人，有时候做人的重要性比做事还要高。做人，其中的重要一项就是做人脉。做人脉的本领，虽然和天赋有很大的关系，天性活泼外向的人往往身边不缺朋友，做起来事情来也总是左右逢源，因为其中得到别人的不少帮助，但是做人脉不仅仅是那些善于做关系的人的专利，任何人只要善加学习，主观上愿意把自己打造成沟通高手，做人脉也不是一件遥不可及的事。只要运用一定得方法不断训练、磨练，心理素质便会渐渐改变，为人处世的习惯也会慢慢成熟，也会变成人见人爱的交际达人。

做人，除了要做好人脉以外，还要学会做人的姿态与心态。平时经常听到要低调做人、高调做事，讲的就是这个道理。低调谦卑是一种智慧，是为人处世的黄金法则。毛羽不丰时，要懂得让步。低调做人，往往是赢取对手的资助、最后不断走向强盛、伸展势力再反过来使对手屈服的一条有用的妙计。在现实社

会各种力量的角斗之中，弱者，要想使自己得以躲过强者的压迫乃至打击，必须要隐藏自己的意图，以争取时间和空间，发展自己，壮大自己，直至能够与对手相抗衡，最后能够战胜对手。初出社会，大家都是弱者，实力没有强到可以高调为人处世，为了让自己能在这个杀机四伏、暗雷遍布的社会顺利发展壮大，低调做人，谨言慎行，是一剂良方。

做人固然重要，但是做人仅仅是“术”，而非“道”，仅靠做人虽然能暂时顺风顺水，但是长远看来，没有自身的修炼和能力，最终还是会像历史长河所淘汰。如果说做人之术是一栋高楼的外墙，那么做事的能力便是这栋高楼的内部设施。高楼那艳丽的外墙固然能吸引外人驻足观看，但是高楼也需要依靠内部的基础设施来运作，否则它存在的价值也仅限于参观了。高楼如此，人也一样，需要为人处世的能力，同样也需要踏踏实实做事的能力。然而做事的能力更难能可贵，有些时候必须不断突破障碍，付出加倍的心血才能获得。不沉溺与短暂的娱乐，压抑自己享乐的欲望，专心于工作，这需要付出多少的努力！别忘了，超越自我要花费更多的精力。自身能力的提升，便是在意志力与惰性的交锋中渐渐发生的。我们衡量一个人的能力时候，必须连他的意志力也一并考虑在内。虽然暂时看来的确如此，但是人生之旅并非光靠聪明才智就可成功走一回的。想要获得成功，就必须追求自身卓越，一定要肯超越障碍，而这最大的障碍便是追求安逸的惰性。人都有惰性，强迫自己向前的确不容易。但是人若不向前，向自我妥协，最终便会沦为碌碌无为之辈。民间常说“三岁看小七岁看老”，每个人天赋有高低，有些人觉得自己没什么资质、没什么能力便开始怨天尤人，自暴自弃，不愿在超越自我上下功夫。虽然有天生的运动员、音乐家和艺术家，也有人天生就具备领导能力和领袖魅力，然而，我相信每个人都可以训练成为自己想成为的人。You are what you think you are. 你认为你是怎么样的人，你就是怎么样的人。

我们要有突破障碍的信心与勇气，这样我们的个性才能愈发坚强。正是这股坚持到底的毅力才能使我们能收获另一次更大的成功。

家乡的“三遍茶”

□[悉奥公司临安锦城街道办事处安全生产科联络员 潘洪忠/文]

时间如手中的沙，在轻轻地抚摸间，无声无息，滑向了地面，只留下了抚沙人的叹息。在左顾右盼之间，2011年，已来到了身边。像羽绒服钻出来的鸭毛，轻轻粘在了身上。元旦来了，春节也跟着到，再过一个月的时间，那寄托着孩子们的快乐、大人的忙碌的日子就快到了。每当此时，我便想起了家乡的“三遍茶”。

所谓“三遍茶”，是正月里家人对待来访的亲朋好友的一种礼节和热情。当亲朋好友在小孩儿们的簇拥下到家时，母亲把亲人迎上堂前桌，给每位亲人泡上一杯热腾腾地茶，茶是上年摘的茶叶，绿绿的，在用甜甜的泉水烧开的水中慢慢化开沉入杯底，亲人们轻轻啜了一口，“好茶！”随着之茶水流入肚中，解了跋山涉水的口渴，清了肚皮的污秽，也可以叫“清身茶”吧！

在亲人喝茶的间隙，母亲又在灶房添柴烧开了水，加上菜油，将家鸡所生的蛋磕破下锅，放入了自家酿的米酒，放入白糖，一碗鸡蛋茶就烧好了。由家人端给每个亲友各一碗。碗里金灿灿的煎蛋盖在白花花米酒上，那香气足以使站立在旁边的孩儿忍不住舔着嘴唇，有时还会情不自禁地留下一串口水来。吃下甜甜的鸡蛋茶，亲人则是红光满面，浑身暖暖的，也可以称作暖身茶吧！

这时的亲人，在喝完清茶，吃完鸡蛋茶后，肚皮已是饱了一半，忍不住和家人说，“饱了，不要再烧了！”母亲此时不慌不忙，洗刷好锅子后，又开始了第三道茶长寿面。将自家上好的瘦猪肉放入锅中爆炒，再把自家做的油豆腐、大蒜等佐料放入锅中同炒，猪

肉的香味满灶房飘香，放入开水，待水烧开后，放入挂面，一会儿，长寿面就煮好了。取长寿面的意思很明白，就是希望老人健康长寿，小孩健康成长，一大家人平平安安。因此，第三碗面也可以称作“平安茶”吧！

不但亲朋好友来家，会享用到“三遍茶”，我去亲戚家，照例也是如此。从小的时候，盼望过年，不单单是有新衣服穿、有压岁钱给，还有吃上“三遍茶”的美味。

“三遍茶”是家乡纯朴、热情、好客民风的其中之一。如今，家乡也跟上了时代，人们生活富足了，也有了更高层次的追求，可是，这过年的“三遍茶”却还是依旧保持着。



潘洪忠，新闻学本科毕业，从事企业宣传培训多年，现在临安市锦城街道办事处（临安市锦城街道临水路417号）从事安全、环保、节能等工作，曾在《杭州日报》、《今日临安》等报刊上发表过文章。

联系电话：13819129989

倡议书

公司各部门、员工:

时代在进步,公司在发展,通过十年的拼搏和磨练,悉奥也已从一个默默无闻的家庭作坊发展成为初具规模的成长型企业,特别是近几年发展速度迅猛。但是,随着国家的宏观调控,房产“限购令”政策的出台,涂料行业面临的形势相当严峻,涂料销售受到严重冲击,原辅材料价格日益上升,公司利润空间越来越小、效益不断下降。为了使公司在逆境中得以发展,在困难中赢得利润,为此,公司工会倡议全体员工从自我做起,从身边点滴小事做起,在全公司积极开展以节水、节电、节耗、节材为重点的节约开支、节约成本的“双节”活动,具体内容倡议如下:

1、节约一滴水。爱水、惜水、节水,水龙头尽量开小,用水后及时拧紧,发现损坏及时报修,严防跑、冒、滴、漏现象,杜绝“长流水”。

2、节约一度电。尽量采用自然光,少开照明灯,减少走廊灯使用次数,离开办公室要随手关灯,杜绝“长明灯”。合理开启和使用电脑、打印机、复印机等用电设备,减少待机耗电和待机损耗,长时间不使用或下班时应及时关闭用电设备电源。无人时不开空调,开空调时关闭门窗。

3、节约一张纸。提高纸张利用率,尽量循环利用办公用纸,提倡纸张正反两面使用,减少纸张浪费。精简文件,精确计算文件印刷总量,防止重印、多印,避免浪费。提倡无纸化办公,推行电子政务,非涉密文件通过网络传送,减少纸质文件的印发。减少复印,能传阅的文件尽量传阅。严禁打印、复印私人材料。

4、节约一滴油。工作人员外出从事非紧急性公事,提倡乘坐公交车。紧急公事需私车商用时,尽量缩短时间,能同行的尽量合用一辆车。减少长途出车次数,车辆等候时不开启空调。车辆驾驶人员提高业务操作技能,降低用车耗油量,做到安全驾驶。

5、节约一分钱。爱惜公共财物,如有损坏,要及时维修。严格出差审批制度,减少不必要的出差,严格控制差旅费用。严格招待审批和招待标准,控制接待规模、范围和陪同人数。

6、节约一秒通话。对内、对外联系工作时,能用内网电话的不用外网,打电话时言简意赅,杜绝办公电话聊天谈私事。

7、节约一件办公用品。各部门和办事处应本着实用、节俭的原则申报办公用品。妥善保管和合理使用办公用品,提高使用效率,延长使用寿命,让每一件办公用品都物尽其用。加强办公用品的循环使用,坚持精打细算,提倡修旧利废。

节约是一种美德,节约是一种品质,节约更是一种责任。希望全体员工积极行动起来,增强节约意识,养成节约习惯,互相提醒监督,为公司创造效益做出积极的贡献。

全体员工:同仁们,工会要求以公司各部门为单位,迅速组建“双节”活动小组,谈看法、提意见,畅所欲言,展开小组活动,全面发动各小组成员,围绕“节约成本,提高效率”征集各种合理化建议,并将汇总建议提供给公司企管会。本次活动,工会还将在行政办公楼和车间分别设立意见箱。建议一经采纳,公司以特定方式予以表彰与奖励。希望全体员工积极参与。

浙江悉奥涂料有限公司工会
2011年4月15日

征稿启事

《今日悉奥》(季刊)为浙江悉奥涂料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:上级领导的重要指示、总经理重要讲话及公司重要会议或重大活动纪要。
- 2、公司风采:发布公司发展动态信息及获得荣誉宣传的一个版块。
- 3、营销谋略:提供适合行业及本公司的营销战略、战术等市场营销方面的策划与研究。
- 4、管理纵横:针对企业管理理念、管理模式、管理创新等进行探索与交流。
- 5、科技之光:涂料产品制作技术或涂饰工艺等相关的内容。
- 6、鲁班评说:针对涂料装饰工艺技术工程管理等进行平台交流。
- 7、党政要览:公司党支部、工会等活动信息。
- 8、员工心声: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,特向本公司员工、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:浙江杭州临安临天路108号
服务热线:4008-269-700
传真:0571-63813189
Email: zhejiang.xiao@163.com