

眸

2016

致匠心

此乃天下之大道也。

古人如此，今人亦然。

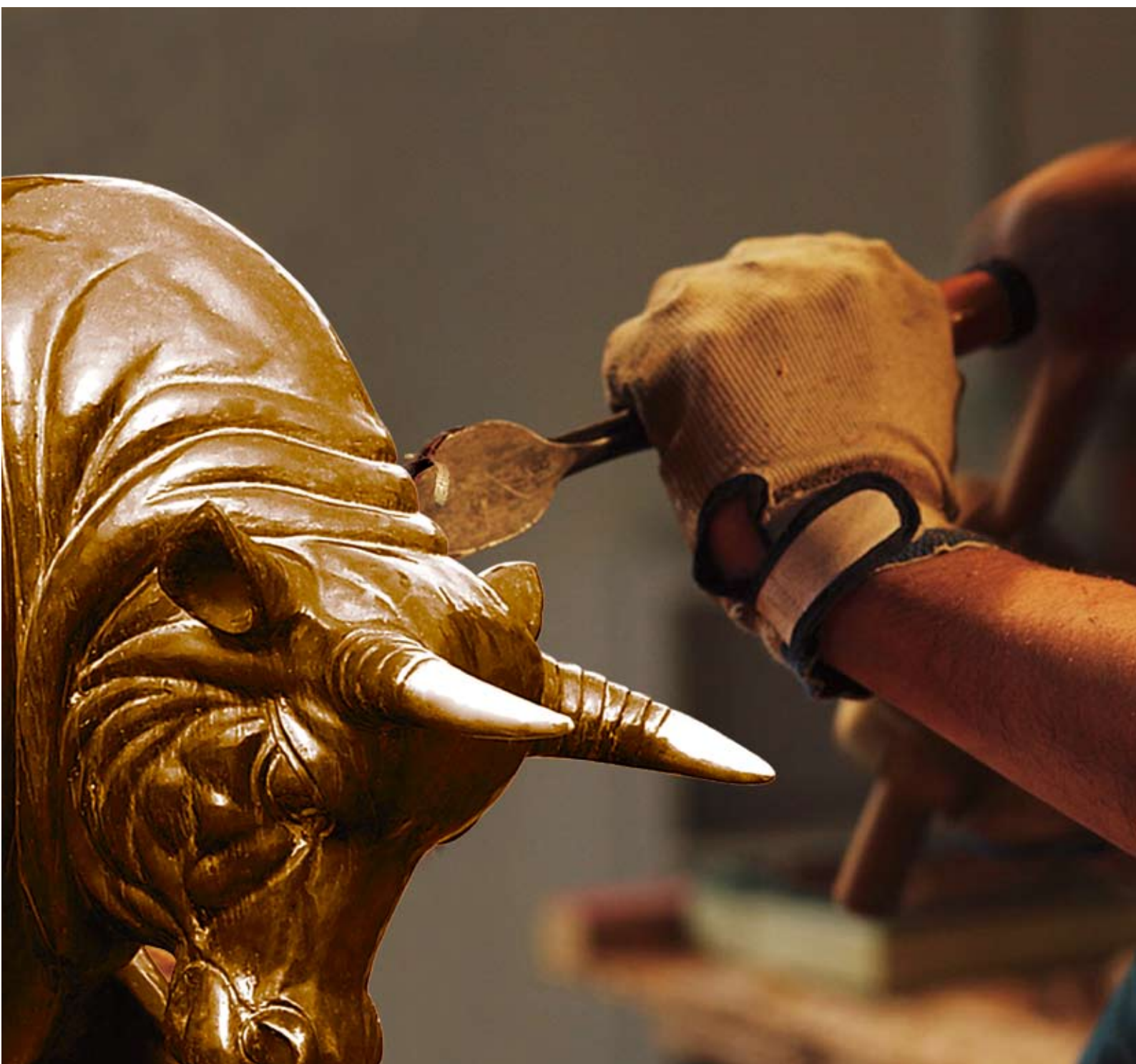
方能成人间正果。

呕心沥血，精益求精。

唯独具匠心，契而不舍；

世上万事万物，永无止境。

山外有山，天外有天。





专业专注=愚公精神+精益思想

致匠心



不知不觉中就来到了2017年的开始，旧的一年即将过去、新的一年正在到来。”时间是上帝给人类最公平的礼物，任何人的1分钟都是60秒，不多也不少“。春天是播种理想和希望的季节。在这明媚的春光里，我向同事们引进一个概念：匠心。

按《辞海》解释，匠是指工匠，匠心是指人们在打造和构思精品时独到、精妙的艺术之心。

人活在世界上，做成事，做好人都是成就，但把做人做事、工作学习做成艺术，则是另一番境界。只有用艺术之心去打造生活，人生才能绽放真正的精彩、美丽和快乐。所以我特别想让我的同行们、同事们、朋友们理解这种匠心，掌握这种匠心，实践这种匠心。

我这里讲的匠心，其实包含两层涵义：一是指坚韧不拔、持之以恒的毅力和意志。纵观古今圣贤，大凡成功者，无不是恒心如磐。虽然征途上会有挫折、会有阻力，但只要咬定青山不放松，锲而不舍，日积月累，终会到达成功的顶峰，愚公移山就是光辉的范例。二是指精益求精、追求完美的精神和态度。天外有天，山外有山，世上之事，永无止境，没有最好，只有更好。无限风光在险峰。只有呕心沥血，奋力追求，超越自我，才能赢下高处的光芒。所以，无论对一个企业还是对一个人，匠心是不断付出，持续精进的过程。

匠心就是一种理念。一种追求完美、追求至高的崇高理念。强调凡事要朝着最高的目标去努力。只有具有这种理念，我们才会树立必胜的信心，面对困难和挫折，无所畏惧，勇往直前。

匠心又是一种态度，是一种工作认真负责、一丝不苟的科学态度。强调处事要宠辱不惊、不以物喜、不以己悲的理性心态，带着这样一种态度去工作、去生活，我们会胜不骄、败不馁，不断跨越人生的境界。

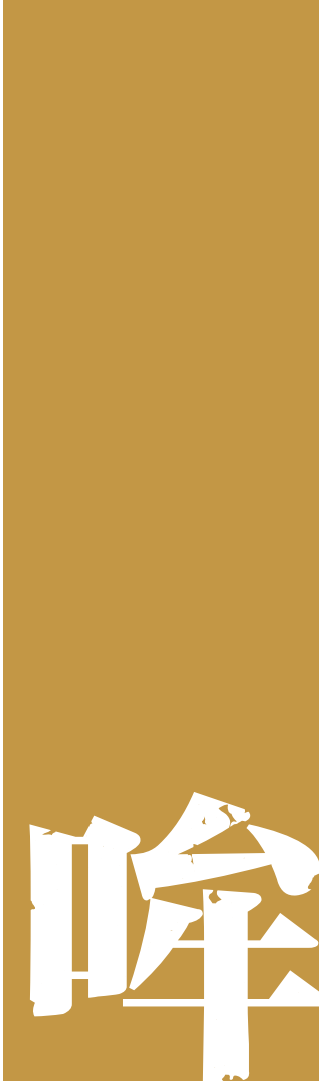
匠心更是一种精神，一种勇往直前、契而不舍的拼搏精神。强调生命不息、奋斗不止，只有明知山有虎、偏向虎山行、知难而进的精神，赢过我们自己的心，就能赢得世界，就能在激烈的竞争中站稳脚跟，操稳胜券。

21年来，我们公牛集团正是在这种匠心潜移默化的指引下，持之以恒、精益求精，走出风雨，走过泥泞，迎来了阳光和彩虹。惟其如此，我衷心希望全体公牛人在未来的岁月里，无论对事业、对家庭，对工作或对生活，都发扬这样一颗匠心，去收获真正的快乐，收获真正的幸福。

在新的一年里，让公牛无数颗匠心真诚地汇聚起来，志存高远，顽强拼搏，在公牛成为世界电工行业领航者的筑梦路上，走出我们精彩的人生！

牛建强

2017年元旦



主 办 公牛集团有限公司
承 办 集团党群办
协 办 “绿草地”文化站

编 委 会
顾 问 陈彩莲
李道一
主 编 陈 嫦
责任编辑 章梦甜、黄栋芳、黄良伟
编 委 杨 红、岑月圆、单铃铃、沈萧葳、郑 超、张盛单、
黄清华、黄少鹏、姜 权、徐子沛、吴静珠、徐益辉、
焦镜竹、郑 妙
本期设计 戎凌航
本期策划 陈 嫦

扫码阅读电子版



地址 浙江省慈溪市观海卫镇工业园东区
邮编 315314
电话 0574-58587298
投稿邮箱 gongniubao@126.com
公司网址 www.gongniu.cn
出版时间 2017年1月

Contents

目录

卷首语	28	【首席牛人】榜样力量
谈匠心		杨蛟龙：从普通到优秀 （同问同答）
大数据	30	何金花：努力，是为了不辜负自己 （同问同答）
大记事		刘栋：臻于诚信行于野 浩然正气万里行（同问同答） 作
2016年 I在公牛	32	者： 岑月圆
	34	
2016		
【牛市观察】市场/产业解读		
24 蓄势谋变促发展 布局未来普新篇——访墙开营销	38	
副总 李国强 （同问同答）	40	
聚品牌合力 创产业新高——访电子商务事业部总	42	
26 经理 周天青 （同问同答）	44	
邓跃胜	46	
官学军（去年采访过，待定）		
刁斌		

[illegible]

论匠心

2016年，“工匠精神”首次出现在全国“两会”的政府工作报告中，这或许是中国作为世界第一制造业大国的一次自我警醒。

互联网时代，制造业遭遇打击，也迎来机遇，但如何退去浮躁、保持初心，是每个站在改革浪尖的企业必须思考的问题。欣喜是，在公牛有不少人在始终践行着这一精神。

2016年，谈谈“匠心”这件事



5月17日，集团、各事业部高层领导及品质管理代表齐聚一堂，共同围绕品质问题，展开了一系列深入人心的交流与讨论，为品质问题敲响警钟。会上阮总提出：“品质的薄弱是体系的薄弱，每一环都节节相扣。”阮总强调，品质工作是理念与方法的问题，预防为主，要做好品质风险识别，品质体系重建，要从SOP的改变为突破口。

6月20日，在5月月会上，阮总分享分享欧洲之行的感悟：一是学习法国国家图书馆的古籍保护研究之法，学会保存、存档，每个人要把自己当成幼儿园一样去培养这种意识和精神，从最基本的事情做起；二是来自佛罗伦萨教堂的铜门雕刻的启发，要重视需求方，而不只是做。而针对我们现在做的事情，我们要深入思考，要从最基础的东西做起。

【链接】6月26日，武大校长在2016届毕业典礼上，盛赞公牛为最具工匠精神的插座企业，称公牛集团董事长兼总裁阮立平为“专注达人”。鼓励毕业生能够在时代洪流中找准人生的坐标与前行的方向，倾心打磨自己，精心雕刻自己，做自己人生的“工匠”。

7月10日-11日，年中会议上，阮总提出：下半年我们需要推进精细化管理、精细化营销、精细化的作业。每个事业部围绕精细化管理，才能从从熟练员工到专家转变。必须把我们的工作从中医向西医转变，很多工作看起来很笼统，把没有数据的变成有数据具体的东西，比如插拔力手感如何数字化，开关声音如何数字化。这样每一个人都能成为专家，每一项工作都能

非常专业，所做出来的东西一定是工匠做出来，能够体现“工匠精神”。



9月9日，阮总在武大动机学院新生典礼上致辞：“我们每个人都想做自己最擅长的事，但却往往搞不清楚自己究竟擅长什么，更谈不上坚持，只有通过不断尝试才能找到自己最擅长的领域.....在这个变革的伟大时代，只要我们耐得住寂寞，兢兢业业，努力去寻找自己最擅长的领域，并坚持不懈，我们就一定能取得很好的成就。”





9月27日，阮总：从家庭作坊做到现在，已经很不容易。我们的愿景是成为国际民用电工的领导者，我们要跟飞利浦、罗格朗这样世界一流的公司看齐，所以我们要做的还有很多，一检讨发现都是问题。我们也与国际大公司合作过，他们很多地方很强，也有很多问题，但在系统性、规范性管理上他们一定比我们强。我们强在战略上，我们的战略明确、聚焦，但在品质的文化上基因很薄弱，跟他们没法比。现在要强化、补课来改变品质基因。精益、自动化生产，经过几年的培养，已有这些基因，只要按照现在

的方向慢慢发展就可以了。所以本质上要主要强化品质基因，也就是”工匠精神“最基础的体现。质量做不好，何谈“工匠精神”。“工匠精神”就是在质量的基础上加上艺术。做出来的东西有人喜欢、美，为什么很多国内产品卖不到国外，因为没有这些艺术与美的因素。而国外有这样的基因，而我们没有，从小我们接受这样的教育，所以后续我们要努力改变这种现状。



10月26日，数码精品战略核心媒体沟通会在沈师桥大酒店正式开始。会上，集团总裁阮总分享了公牛“一样又不一样的”数码精品战略。阮总表示，“一样的”是公牛始终坚持专业专注，坚持对可靠品质的追求；“不一样的”是我们与时俱进适应消费需求的变化，从为家电服务到为数码产品服务。唯有这两者结合，才是现在真正的公牛。



11月26日，第三届武汉大学校友珞珈论坛上，阮总以及其他企业家与学生畅谈“珞珈传承之工匠精神”：将“工匠精神”概括为两点，一是专业专注，坚持不懈；二是不断创新，积极求变。

12月10日，“思享+”创客论坛上，阮总与创客们分享：“做创新产品必须1+1，专业专注的做好一件事。在互联网时代，首先你要认清自己，然后你要跟牢它，有能力点稍微领先点，最后的本质消费者需要的还是你的产品。但是在互联网时代，它的要求更高，它会看你的细节，看你的包装，所以要做一些改变，必须把产品做的很精致。”



媒体眼中的公牛



浙江工人日报

公牛集团设立科技成果鼓励机制，为职工创新注入强劲“动能”。依托着对各层职工的培育，公牛集团在技术创新研发方面凝神聚焦，精准发力，屡屡在新材料、新工艺、新技术、新模式上突围飞跃。近三年来，公司获得专利授权169项，参与制定国家标准、行业标准20余款，团队所研发的PP材料技术、整体铜条技术、插座模块化技术等引领行业发展，使得公牛牢牢确立了行业老大的地位。



慈溪日报

一根电线、几根铜条、一个外壳，简单的组合就是公牛的第三代插座，没有焊点、导电率高出近两倍，成本却省了一成。作为中国插座行业的龙头老大，慈溪公牛把国内市场占有率做到了46%，靠的是一个“精”字。



张家界日报

把简单的招数练到极致，就是绝招。公牛插座便是如此。它没有百年历史，却算得上是中国最具工匠精神的企业。为了追求极致，公牛坚持深耕一个行业。



网易新闻

来找公牛的外企不少，但是公牛只为全球地区排名最领先的公司做OEM，不追求规模，就是因为做这些业务不为赚钱，只为学习和成长。这种态度应该不是所有企业都具备的，但所谓“工匠精神”，就是从这种专注和较真里成长起来，并最终让企业壮大、根基深厚。



人民网

虽然时代在变化，但公牛始终坚持针对不同场景为用户营造安全舒适的用电体验，“一样的”可靠品质是企业能面对行业变化以及对手变化依然屹立不倒的基础；另一方面，从“制造用不坏的插座”到“打造匠心优品”，从为家电服务到为数码产品服务，公牛也在不断与时俱进，“不一样的”工匠精神是推动企业前进的动力。唯有两者结合，才能代表现在的公牛。



搜狐科技

说实话，工匠精神之类的话语最近几年在智能手机这个行业被提及的次数太多，所以当这个词再次出现的时候，难免有些无感。不过，在参观公牛数码精品工厂的时候，我注意到一个细节，在很多工人面前都有一块橡皮，而橡皮的作用是清理产品表面不干净的地方。我仔细观察了一位工人擦拭产品的过程，基本上每一款产品都要经过他们的耐心擦拭，这个细节让我对于“匠心优品”的匠心有了新的认识。



纪实 2016

回望公牛2016年以来走过的路
短短12个月，
365天，
回头一望，咱们公牛这艘大船已渐行渐远，
我们每天在奋斗
我们每天在进步
我们每天在成长
我们每天在拼搏



2016 在公牛



公牛年会
让每个员工绽放自我



牛气冲天 公牛最棒



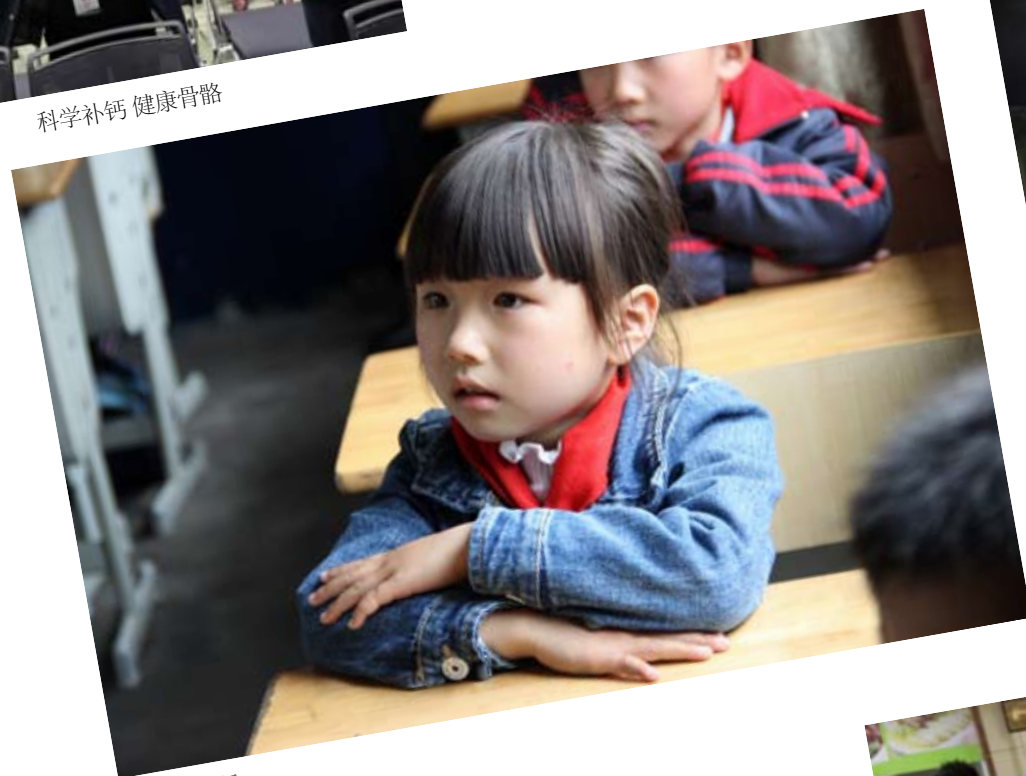
科学补钙 健康骨骼



墙开二厂揭牌暨办公室搬迁 接待是最美的礼仪



创新公牛 2015年表彰大会



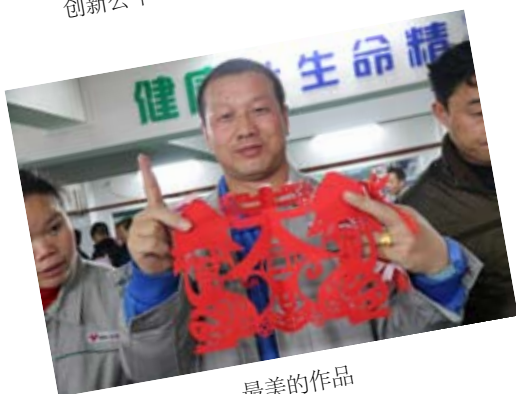
公牛慈善行
为孩子的梦想插上翅膀



耶！胜利是属于公牛的



元宵节，致敬中国艺



最美的作品
送最美的你



小手拉大手 你我共成长



有一种健康叫妈妈教我做公牛健康营养餐



最温暖的怀抱是妈妈
最有爱的活动是公牛的

i2016 在公牛



炎炎酷暑 送上清凉



在公牛，我们都相信未来会更好



夺宝奇兵，欢乐ing



走出车间，来到广场，共享欢乐



团队合作 携手共赢



绚烂公牛文化节，送给最爱的阮爸阮妈



公牛“一家人”，献上《公牛之歌》

第一篇章 2016牛·人

做自己人生的
工匠



新常态下品牌战略新选择

——访公牛集团有限公司董事长、总裁 阮立平

■ 特邀记者 鲁企望 鲁奕呈
集团党群办 章梦甜

在十三五开局之年交出一份品牌经济的满意答卷，继去年在本市级企业年产值首个突破50亿关口后，今年产值又创60亿元新高，同比增长20%，继续领跑。

如今，公牛一个品牌拥有4个产品支撑：插座（转换器）、墙壁开关、电工数码精品、LED电光源。其中插座占据企业总产值一半份额，国内市场占比达40—50%，比行业前2—10名还多；墙壁开关20多亿元，同比增长30%以上，继去年起由行业第三一跃成为国内市场销售第一品牌后，巩固了这一地位，目前国内市场占比10%；电工数码精品产值1亿多元，同比翻番；LED电光源2亿多元，同比增长200%多。电商产值6亿多元，占比10%，占有市场56%份额。

谈到2016年逆势中高增长的不凡业绩，展望2017年的发展前景，阮总充满自豪和信心：“站在新一轮科技革命和产业变革‘风口’，在新常态有新作为，我们把握行业优胜劣汰的发展规

律，顺应‘互联网+’、工业4.0和‘中国制造2025’的大势，以工匠精神诠释品牌灵魂、以理性对接品牌+互联网、以智能制造引领品牌方向，赢得了发展主动权；只要我们把过程做得更好，做精做强每一个产品，做好做深每一个细节，结果水到渠成，明天更加美好！”

工匠之心诠释品牌灵魂： 愚公精神+精益制造

在2016年初全国两会上，李克强总理向全国企业发出号召：培育精益求精的工匠精神，增品种、提品质、创品牌。“工匠精神”对公牛品牌意味着什么？阮立平说：“以工匠之心诠释品牌灵魂，就是愚公精神+精益制造。”

公牛工匠精神牢记“为用户提供安全舒适的用电环境”的使命，致力“成为国际民用电工行业领导者”愿景，21年来在民用电工创业创新创牌，从“制造用不坏的插座”到“制造中国最安全的插座”和“插座专家和引领者”不断升级，一路走来。

发扬愚公精神，就是专业专注，坚忍不拔，持之以恒；但同时，不是一成不变，固步自封，而是做到“精益制造”，不断创新，持续改善，对产品精雕细琢，精益求精，不断在生产装备和工艺、产品新材料开发、品种增多上有所作为，做行业领导者。

“在传统行业产品同质化竞争时代，只有先走一步，快人一拍，才有市场话语权，产品定价权；否则，处处落后，被动挨打。只有时事敢为人先，才能始终行业领先。”阮总带领公牛团队，坚持“插座专家和引领者”，追求卓越，从产品创新、渠道创新到管理创新，持续全方位创新，勇立潮头。

公牛集团创新驱动引领行业转型发展，抢占市场高地，赢得行业话语权。至今共有国家专利241个，其中发明专利12个。公牛参与起草国家标准20多项，其中由公牛主导制订的《家用和类似用途插头插座》“浙江制造”团体标准，也是作为电源连接器行业“第一”和“唯一”的龙头骨干企业开展“浙江制造”标准的制订工作。

公牛插座实际很小，而且是家电业里面边缘化的产业，大企业看不上，但是为什么其他的行业没有跨过去？对此，阮立平对产品创新有自己见解：“跨行创新很容易，做精做长都很难。其实家电跟我们很近，在五金店，经销商推荐我们做暖水器、电风扇。我们研究热水器发现了一个矛盾，快速热水器的温控开关，如果要好的，要规范的，那就必须用英国的一家公司生产的专利产品。如果不用好的，那就是个伪劣的产品，这是个很重要的因素。另外一个是这个产品跟我们插座的对接存在问题，这是更为关键的，相当协调性不一致。短期内赚点钱还是可以的，但是长远它对我们没有价值，不能相互之间1+1的加分。”

“1+1”的成了公牛产品创新法，选择所有的东西都是考虑是否能1+1，老产品对你有支持，新产品做好了反过来对老产品能有更好的帮助，做创新产品必须是1+1的，就是专业专注的做好一件事。

凭借“1+1”的产品创新法则，公牛开发了墙壁开关。谈到其战略定位，阮立平指出，就在五年前，墙壁开关入市不久，也作了一次市场调查，安全、可靠、美观排位中美观仅排名第三。透过现象看本质，阮总在确定战略定位时，把装饰性的美观放在首位：“因为，安全可靠对品牌企业已经过关，公牛凭借插座的技术能力同样没有问题，消费者对此已经满足，他们内心最期待的是美观，这个当时国内著名品牌的‘短板’，成为我们发力的方向。”

与插座行业国内市级70—80亿规模总量相比，这一行业年规模200亿，国内外品牌藏龙卧虎，多强相争，集聚度都不高；国际品牌“飞利浦”、“西门子”“罗格朗”，国内品牌“飞哥”、“正泰”、“鸿雁”，一副平面“白脸孔”，增速都较平缓。

作为后来者要居上，只有独树一帜，才能突出重围。与公牛确定的装饰性定位相呼应，用不同材料如玻璃，不同色彩，不同纹路做出符合装饰本质要求的产品，开关装饰性与环境相协调，代表年轻人特别是80后、90后时尚化、个性化、定制化的审美情趣，从而切合消费需求，引领消费需求。2015年墙壁开关推出的两个战略性颠覆性产品：G19金属开关、G22玻璃

开关，其中G19金属开关：上市8个月单品销售过亿，创造了行业纪录。

顺应电子数码、智能移动终端发展新趋势，凭借“1+1”的产品创新法则，2015年又开发了另一“爆点”产品——电工数码精品，首推的立式、小魔方、桌面/桌边等办公系列，小白系列、USB充电系列插座等，获得



了极大反响。

阮总谈到这一新品开发具有里程碑意义：“同样是电源连接器，他比插座产品更精致、科技附加值更高、市场涉及面更广和空间更大，企业由此站在制造向智造转型的新节点上。”

理性对接品牌+互联网： 研发领先+营销顺势

传统品牌企业如何对接互联网？阮总表示，要理性选择，在互联网时代，首先你要认清自己，然后你要跟牢它，有能力点稍微领先点，最后的本质，消费者还是需要的是你的产品。公牛从品牌实际出发，继续坚持把产品制造放在首位，同时选择“营销顺势+研发领先”的思路对接互联网+。

在阮总看来，互联网只是一种工具，只是把信息传递得更快更透明，所有的创新，所有的变革都是关于信息传递的，跟它越近，影响越大。因为互联网的信息传播

太厉害了，你还是人工的，传统的渠道，互联网一来全部颠覆了。但阮总认为，做产品的是微笑曲线，做上端是产品的策划、研发，再下来就是制造，再下来就是营销和品牌宣传。互联网的影响度要作具体分析。

这个微笑曲线的每一个环节，最底端就是制造业，所以根本不用担心；需要担心的是策划端，我们现在搞

产品策划是需要通过互联网的，这些客户群是“发烧友”，需要跟他们密切沟通来进行产品的策划和研发，在线下的时候你很难找到能够匹配的人群，但是在互联网上通过分析行为以后，你就能很容易的找到，这是对你的前端是有很大的帮助的，要借助互联网来做这些策划研发；在营销端电子商务影响是非常大的，但是我们也不用担心，它只是一个销售模式而已，就好比我最早时候去批发市场销售，一个新的营销模式出来，你要引领它，最起码要跟着它，你不要落后，互联网出来后，我们做产品的跟着这个趋势走就好了，不要慌，它只是销售的一种形式。

电子商务作为品牌竞争的一种现代营销手段正日益升温。持续渠道创新，公牛电商运作已近6年，电商事业部正式成立，跨上规范化、体系化新台阶，目前占总企业销售比10%，占据全国市场“半壁江山”。

“电商上升潜力巨大，培育需要时间，网上搜索消费更加专注，选择更多；但对公牛插座而言，现有传统

渠道更多方便，仍将坚持‘传统渠道为主，网上销售为辅’”从企业实际出发阮总确立定位。

目前，公牛插座共有400多个代理商，分布在全国400多个地级市；共有超市、批发市场、五金店、电商四种渠道，60—70万个销售网点，主要在五金市场。公牛墙壁开关采用“碎片化”渠道模式，渠道下沉细化，共有1600多个代理商分布在县（市）级；主渠道在建材照明市场，共有10万个销售网点。

智能制造引领品牌方向： 智能产品+智能装备

2015年3月5日，全国两会《政府工作报告》中，李克强总理首次提出了“互联网+”战略构想，从此产业互联网化持续升温，已经贯穿了经济转型的主攻方向。制造业+互联网，正从1.0版电子商务向2.0版智能制造升级。公牛以智能制造引领品牌方向，推行智能产品、智能装备两轮驱动战略。

进入智能化时代，公牛产品创新的最大收获是，从传统电工配件跨界转型到电工数码精品。带wifi功能的插座、数码伴侣、弱电传输设备、无线充电设备、数据线……今年销售一举超亿元。这个市场蕴藏量在200亿元以上，是比插座更大的市场，而且还在不断快速增长。阮立平豪言：力争3—5年以后，公牛要做数码电工类行业第一。

引发这一新变革的是2015年4—5月的“小米插座事件”，轰动一时的“小米插座事件”使公牛人更加明白，插座的形式并不只有一种，它也可以美观、轻便、“上的了台面”，公牛人的理念因小米插座的冲击发生了天翻地覆的变化。

打造插座升级版，精致化、智能化成为新追求。公牛为此把转换器（插座）细分为两条产品线：一条是USB插座，另一条是民用电工插座。特别是USB插座产品线，自主研发的电工数码精品，都具有智能识别、智能匹配功能的软件芯片，拥有自主知识产权，并亮出安全、时尚、多元、便捷的行业卖点，创造了小白系列插座、多国旅行转换器、防过滤USB插座、桌洞和桌边插座等国内乃至全球首创，其中全球首创的防过滤USB插座华为等下达大订单，

通过这一事件，公牛人在规划布局的同时，实现了三大转变。一是产品设计理念的转变，由原来又大又粗，

放在桌下的传统型插座，转变为又小又精，放在桌上的数码型插座，与社会发展潮流契合；二是制造工艺上的转变，由原来人工作业转变为人机结合，机器换人，关键工序全检，确保品质一致性，并因此成立了数码精品工厂，进一步推动产品制造工艺发展；三是研发周期的转变，新品开发周期由原来的七八个月转变为三四个月，实现精细化管理。

其实，插座作为劳动密集型产业，对人员的需求非常多，公牛很早面临用工成本高而紧的挑战，在2013年国家倡导“机器换人”前，就已经意识到这个问题，先行先试，统筹谋划。以“机器换人”为特色的制造自动化、智能化，带来了企业质量最优化、成本最低化、效益最大化。从劳动生产率和人均产值两大数据说明，近4—5年来，企业产值年均增长20—30%，但一线员工用人增加不多；以转换器为例，一线员工人均产值2014年至2015年提高了8%。

引领插座“新标准”，公牛加快智能制造布局。2015年10月14日，国家发布了GB2099.3、GB2099.7两项插座新标准，并将于2017年4月实施。作为主要起草单位，早在几年前，公牛就已经做好了相应的技术储备，提前布局。在新标准发布前，技术部门已对所有产品进行了全面梳理，创新标准化和模块化的设计思路，研发了内部结构多种核心平台。实现了新标准实施和新产品的顺利切换，为今后的“全线自动化”奠定了基础。

公牛“智能制造”的一大特色是“人机结合”的柔性自动化工艺模式，注重经济效益，实施的自动化短平快项目一般为1—2年即可收回成本。如适应插座“新标准”，自主设计研发的A03人机结合的自动化柔性线，总投资100多万元，去年底投运后，员工由33个减少到8个，按人均年收入5万元计算，不到一年即可收回成本。第二条关键零部件组装首先试验线已于今年9月投运，成熟后可复制几十条线。预计近两年投资1亿多元，以先试验、再复制模式，公牛将新建注塑、关键零部件组装、检测等4个自动化车间，建成上百条关键零部件组装线。

进入智能化时代，公牛智能产品+智能装备引领品牌方向，找到了发展新引擎。公牛集团更以创牌、定标、创新、智造四大战略，树立了传统行业转型升级“风向标”，成为浙江制造的亮丽名片。

做研发领先的民用电工行业专家

——访公牛集团研发副总裁兼研究院院长 申会员

■ 特邀记者 鲁企望 鲁奕呈
集团党群办 章梦甜

互联网+、中国制造“2025”激起智能制造的新潮流，抢抓智能制造新机遇，公牛集团以创新引领发展，把研发放在创新的首位，建立了企业内部三级组织机构，在转换器、墙壁开关、数码精品、LED四个事业部都有研发中心基础上，2015年8月又建立起智能物联研究所、产品人性化与性能研究所、材料工艺与技术研究所等三个研究所，还将创建集团中央实验室。

公牛集团研发副总裁兼研究院院长申会员接受采访时表示：“这种溯原式系统集成创新，突出基础性、前瞻性、突破性，为企业新一轮腾飞插上翅膀。”据了解，三个研究所成立以来，已获得10项发明专利，17项实用新型专利。公牛集团今年共获得90多项专利，其中27项发明专利。

基础性研究，突出用户体验

互联网让传统的信息传播方式、消费者的购买行为发生了新的改变，如何跳出依靠传统的产品智能化操作和体验硬件产品的“强迫性的弱交互”，实现与企业 and 产品的主动性强交互模式。牢牢粘住用户？

申总认为，公牛正以产品全面超越领先竞争对手为出发点，系统性研究产品在用户体验及性能等全方面的领先性。如开关手感、声音、精致度；插座手感、精致度及产品寿命、温升、抗老化、耐热耐燃等。

电工行业表面装饰用材料和工艺有比较明显的仿家电和手机行业的趋势，金属质感喷涂、IMR、玻璃面板、双色注塑等方案均是电工行业已经成熟应用的方案，因此借鉴其他行业的装饰材料和工艺方案是现有产品开发的一条捷径，公牛在这方面走的比较好。

公牛作为行业的领导者，目前材料和表面装饰方案应用处于行业领先地位。但需要更高档的材料和更大气的表面装饰效果，为此借助材料和表面装饰技术进一步巩固在消费者心中的高端、精品形象，确立了新材料新工艺预研方向：



一是把握仿金属质感注塑材料、表面装饰工艺或金属材料的应用这一持续流行方向。如墙壁开关推出两个战略性颠覆性产品：G19金属开关、G22玻璃开关，其中G19金属开关：上市8个月单品销售过亿。

二是把握欧洲插座插套铜材向黄铜发展设计方向，因为黄铜的导电性好，成本低，但需要改善弹性模量底、表面硬度差等的缺点。插座内部插套国内基本是采用的磷青铜弹性好，它的导电率低，价格也非常高。用黄铜替代磷青铜价格便宜，导电率高，是极好的材料，唯一的缺点就是弹性低。为此，公牛联合高新、科研院所联合攻关，通过优化结构设计和材料配方，实现了导电率、强度、弹性、价格的最优化。

另外，插座插拔力与手感的基础研究周期为

2016.9~2017.12，目前已经完成理论研究，进行结构设计阶段，进度正常，争取提前完成。

前瞻性研究，创新孵化产业

物联技术和产品发展方向围绕家庭安全、环保、舒心用电议题，深入研讨各种用电需求、痛点及解决模式，寻找适合公司研究开发的有一定规模和发展前景的智能化技术和产品。

申总谈到智能物联研究所研究重点时表示，要研究智能物联领域技术，实现智能技术模块化；依托成熟智能模块实现产品智能化；根据用户需求、市场痛点形成整套智能物联解决方案，未来三年内形成基于成熟模块化的智能墙开、智能配电箱等多产品格局。

公牛开发了Wi-Fi智能插座、Wi-Fi电量统计版智能插座，2016年4—8月已上市，可通过APP / 云平台手机远程遥控，具有监控电器、细化设备和用户用电计量功能。其软件高通芯片方案品质优，已京东/阿里平台功能实测领先。

同时，APP / 云平台目前已经完成基础版开发，后续需加快基础功能的开发，以实现自有产品接入。该平台研发周期为2016.7—2017.9，预计2017年7月结案，为跨年项目。目前云平台已经完成部署维护的三项功能：API/SDK的部分功能、和管理平台的部分功

能，APP完成主页模块和设备添加的所有功能及设备管理和设置模块的部分功能，进度正常。

突破性研究：寻求创新动能

“智能制造”的路径是什么？申总指出，在产品设计中以模块化、标准化的理念为核心，搭建了3—4个核心技术平台，适合于不同型号的产品，逐步打通各个环节，待技术成熟后进行全面推广。

——插座方面模块化一体式铜条技术平台：由产品人性化与性能研究所实施，已经在转换器事业部有线延长线插座中成功转换，在促进局部自动化的同时，提高产品质量、性能和精致度，还降低了成本，插套结构、铜条结构简单化，产品厚度由34降到30，铜条通用率比较高。

——一体式插套自主平台，为插座新标准服务。

主要是铜条与插套一体式完成制造。原来插座内部插套，单独用铜线焊接，气味重，不环保，劳动强度大，质量不稳定，特别是存在焊珠掉在产品上，是影响品质的“老大难”问题。现在，通过模块化设计，解决了一次成型、电器间隙等两个技术难点后，实现“不用焊接”的一次成型，一举改变了手工组装存在的各种“痛点”

——墙壁开关新结构性平台

该平台正在研发抗LED灯负载开关；研发个性化定制及功能组合产品，以满足酒店、别墅、精装小区等装修需要；另外，申会员指出，大板、联框及装饰化工艺技术不断发展，开关插座的智能化，集成控制，无线控制、手机软件控制等不断涌现，轻触、低噪音开关技术将是一个新的探索方向。

——无源无线开关研究平台：去年开始，与宁波理工大学产学研合作，应用于不用电池的智能开关，还避免了“二次污染”。

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：我认为的工匠精神，要沉得下去，扎扎实实，就像钉子一样，要有钻进去的精神；此外，“工匠”像鲁班一样，要有创新的精神在里面，要对事物执着追求，将精益求精融于其中。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：对于研究院的工作，首先要在专利上下功夫，专业知识要扎实，要立足本职工作，干一行，掌握一行。多做多想，即能熟能生巧！

稳中求进夯内功 变革突破促发展

——访转换器事业部常务副总经理兼产品副总经理 邓跃胜

近几年，我国GDP增长放缓，由过去的高速增长转为中高速增长的新常态，而中国制造业受各种内部因素和外部压力的影响，也开始迈入制造业的新常态。自2015年至今我国制造业发展面临重重困境，2016年实体企业家纷纷发声要保护制造业、甚至出现所谓的“企业逃跑”现象。然而在此逆势下，2016年公牛集团不仅未受影响，并保持了持续快速增长的强劲势头。转换器业务是公牛集团的现金牛业务，2016年圆满完成了年初确定的目标并实现了超额增长。逆势下，转换器业务为何能够如此坚挺？为此我们特别采访了转换器事业部常务副总经理兼产品副总经理邓跃胜先生，他为我们解读了这一年的转换器历程。

任何一个行业均有生命周期，转换器行业现处于“成长期向成熟期过渡、接近成熟阶段，整体处于稳定、饱和期。很多优质品牌进入，竞争成为新常态，行业活力足够，产品、市场创新频繁”，邓总向我们介绍了转换器行业的整体发展阶段，公牛转换器的领导地位当前正处于这样的背景之下。

迎国标升级 夯实基础产品

2015年10月14日，国家质检总局、国家标准委批准发布的《家用和类似用途插头插座第2-5部分：转换器的特殊要求》等35项国家标准（标准号分别为GB 2099.3-2015和GB 2099.7-2015）将于2017年4月14日开始执行。根据新国标的要求，自开始执行之日不适用该标准的产品将不允许生产，同时自2018年10月13日开始不符合该标准的产品将不再允许销售。

“新国标更加关注转换器的安全性，对产品功能、结构、技术提出更高的要求，如必须设置保护门等，这势必会造成产品成本增加，给行业带来一定的不确定性。但对于公牛来说机会大于风险，我们要力争第一个拿到3C证书、第一个在市场试销新国标产品、第一个在全国范围内停止生产旧国标产品的公司。”邓总在介绍新国标升级对行业的影响时如是说。

作为新国标起草单位之一，转换器事业部积极准备国标切换生产事宜，2016年集中开展基础系列产品升级，以在新国标切换之际夯实公司主要产品地位。截至年底事业部已完成近200款产品研发端的开发工作，下一步将逐步进入3C认证、试产、生产、试销阶段。

产品能否顺利迭代升级成为新国标颁布后企业面临的重大风险之一，转换器事业部今年基础系列升级工作的有力、有效开展为确保2017年顺利切换、确保2017年转换器业务的持续增长奠定了坚实的基础。



固领导地位 夯实品质管控

公牛转换器以“安全、可靠、耐用”的品牌形象扎根消费者心中，品质成为第一战略，关系到行业领导者地位的稳定性。

2016年转换器事业部继续夯实品质管控，一方面在集团统筹下进一步完善质量体系的建设，系统性的防范质量风险；另一方面持续加大实物质量的检测与控制。如为防范检验数据造假的问题，事业部专门成立了独立于品质系统之外的盲抽团队，由其对产品进行盲抽检验，以核实品质检验结果，建立最后一道防线。同时事业部开展了针对性的品质改善项目。邓总介绍，“2016年我们重建了质量文化，针对外采我们开展了廉政文化建设，针对内部管控则开展了信任文化建设，提升品质检测效率效果。”

同时，事业部进一步改善了对经销商的服务，构建经销商微信群，专人负责群管理，通过微信直接、快速解决经销商遇到的客诉等质量问题。此外，事业部还建立了危机公关应急小组，颁布“24851”方案，即“首次响应在2小时以内应答。紧急措施及二次响应在24小时以内。原因分析分析、制定对策及三次响应在48小时以内。对策实施、验证对策的有效性 & 四次响应在5天内。危机公关等事项1个月内必须彻底解决”。 “24851”原则还推广至品质系统内部对车间品质问题进行闭环处理。

转换器对品质一以贯之的严格管控，确保了产品的稳定性，成为市场竞争的最大优势，满足了消费者的核心诉求。

“八爪鱼”创新 突破产品局限

2016年，转换器事业部明确了产品研发、布局战略——“八爪鱼”战略，即围绕核心产品研发周边产品，从内向

外延伸。

核心产品：针对转换器产品，今年有两项关键技术提升，一项是保护们产品的开发技术水平，一项是横放铜条、整体铜条技术。其中横放铜条平台为业界首创。同时，PP材料的应用、电源线的加粗、产品包装的提升等产品、技术创新均取得了显著的成效，产品耐高寒性、阻燃性有效提升，进而提升了产品的综合竞争力。

外围延伸：今年事业部积极探索新产品的导入，研究适用公牛转换器事业部的产业拓展、不断丰富产品布局。已有的线盘、电工胶带等均明确为“八爪鱼”中的“一爪”，确定了其在整体产业布局中的定位及发展策略，为转换器事业部业务的拓展及新利润点的打造创造了新的可能。

精益、自动化 提升产值毛利

“今年是精益的第一年，取得一定的成绩，但只是起步，主要实现了人员与产能的匹配。接下来的17年站在大供应链角度看生产，实现产销有效协同是重点。”邓总向我们介绍了精益生产的开展情况。

同时，自动化在2016年也取得一定的进展，组建了A03自动化工程线，开关、保护门自动化生产设备29台完成投产，2017年一季度将完成剩余51台的投产。自动化工厂、注塑工厂能力的提升，使公司关键元配件实现了“外协转自制”，不仅可以确保质量，同时有效降低成本，全年工厂产值毛利提升3%。

2016年转换器事业部在市场饱和的状态下实现了稳中求进，新国标切换前期投入更多精力与资源夯实内功，不断追求品质、推进精益生产、提升自动化，使整体管理能力有效提升。展望未来，事业部将通过自我来提升品质要求，强化品质控制，夯实公牛安全可靠的定位；通过产品的不断升级，为消费者提供更高价值；通过市场碎片化，进一步提高市占率。我们相信，作为行业专家与领导者，公牛转换器事业部必将百尺竿头，在2017年取得更好的成绩！

集团战略企划中心 黄少鹏



蓄势谋变促发展 布局未来普新篇

——访墙开营销副总 李国强

2016年墙开销售突破22.5亿元，再次刷新自己的记录，以超越行业第二名2倍的销售额成为行业内绝对的第一。这一年来，公牛装饰开关品牌力，产品竞争力，市场营销力都实现了大幅度提升。但反观经济，市场的大浪淘沙却比往年更加激烈，在复杂多变的行业环境中，墙开是如何保持领先地位？为此我们特别采访了墙开事业部副总李国强先生，以他专业的视角，为我们一一剖析。

蓄势待发 精准投放突破创新

面对不景气的市场，公牛装饰开关自成立以来一直呈高速增长的发展态势，李总说这得益于公牛装饰开关秉承了公牛“专业专注”的工匠精神！

多年来，公牛装饰开关始终坚持以“高性价比装饰开关”为品牌战略，专注于对品牌装饰化的营销推广与传播，突出与竞品间的差异化。2016年更是加大力度进行精准、持续性的品牌广告投放，加深了消费者对品牌的认知度和影响力。

墙开事业部始终以产品装饰化为原则，通过跨界取材，紧跟潮流设计，引进人工智能等方式，2016年全新推出双色注塑3D钻面开关、大面板搭配激光雕刻工艺的幻影纹理开关，智能触控屏遥控开关等不断丰富产品线，满足各个阶层人士的需求。不断地突破创新确保我们在产品设计上的领先地位，也通过引进先进工艺和技术革新提升产品品质。

顺势而动 抓住机遇转危为机

变化是永恒的主题，是挑战，更是机遇。2016年，互联网家装的诞生给整个行业都带来了不小的冲击，精装房政策的出台更是让家装行业如过寒冬。但是公牛装饰开关顺势而动，抓住机遇。瞄准“互联网+”和“大数据”的发展大势，在传统家装渠道被竞品抢占先机的情况下，组建战略渠道部对互联网家装行业进行突击，取得较大的成果。与万科链家装饰、有住网、蘑菇装修等12家全国性互联网家装企业达成战略合作。其中，万链、蘑菇、有住三大互联网家装

公司全年出单额已超220万。并以此为契机联合全国性的传统大型装饰公司，如嘉禾、鸿扬、名雕，与和昌地产、碧桂园地产、万达地产三大知名地产公司携手。之所以选择与之协同作战， 主要是为了能够形成上下游的利益封锁，通过一条龙式的服务提高消费者的购物体验，提升品牌知名度，让我们的品牌更加深入人心。

顺势而上会事半功倍。多年来墙开事业部一直贯彻以“农村包围城市”的公牛特色战略方针，但是在行业竞争日益加剧的2016年，墙开营销系统将抢占制高点作为2016年营销系统的重要战略。李总指出在竞争激励的当下，我们不能一味的回避其它品牌的强势地位，只有迎难而上，成功的挤位占位才能扩大公牛装饰开关在中心城市的影响力，提升品牌力来瓦解竞品的竞争力，真正稀释对方的力量，才能让公牛装饰开关立于不败之地。

乘势而上 布局谋篇展望未来

在市场营销活动中，竞争策略更多的是要发挥自身具备的条件来采取相应的策略，8年来公牛装饰开关发展势头迅猛，谋篇布局、制定战略更是至关重要的。

李总说道：“营销布局犹如博弈，棋未动，心先动，发力于间隙，决胜于千里。正如古人云‘善弈者谋势，不善弈者谋子’。我们要站高望远，用大气派谋篇布局，审时度势；于细节处头脑清醒，小心运行每一步。”

未来三年的市场营销规划中，公牛装饰开关将以行业引导者的身份，对市场过度分散的局面进行整合。确定将继续以50%的速度增长，延续“保增长、促转型”的战略方针。为了达到这个目标，李总介绍了详细的战略部署。根据不同的维度主要可以细分为一下几个方面：

品牌建设：延续2016年的抢占制高点战略，重心则从分销商抢占向中心城市抢占转移。在北上广深等一线城市做大做强，不断提升品牌知名度。另外还要通过大数据分析进行精准化的广告投放，如加大专业市场的投放力度，封锁消费者眼球，加深品牌在消费者脑海中的印象。通过大力推动专营专销的网店布局，提升店面形象，树立品牌形象与地位。

布局产品：产品要继续引领装饰开关潮流，突出强化产品的

竞争差异性。不断丰富装饰开关产品线，优化现有的产品，让更多的装饰化元素融入到我们的产品中来。研发、设计和生产出适合不同消费群体的产品。同时也要通过推广不断转变对开关的认知，打破消费者脑海中白色的刻板印象，让更多的人接受个性化的装饰开关，扩大产品的美誉度。

深耕渠道：积极推进经销商体系建设和分销商网络建设，加大对经销商的利益保护，增强市场保护度，防止乱货，串货。在传统渠道继续深耕形象推广，注重提升品牌知名度，扩大首推度的推广，增加指名购买率。对于新型的战略渠道，营销系统于12月正式组建大客户中心，专门主攻精装修房地产商进行战略合作。同时，组织人员推动经销商进行区域新渠道开拓，扩大销售面。

人才培养：傲人的业绩背后需要一群默默为之付出的人，他们都是公司的软实力，成为一个优秀团队不可或缺的重要组成部分。2017年，营销系统将全面开展人才提升计划，从骨干到一线人员的提升，为人才梯队培养和积累打下良好的基础。

2016年，对于墙开的每一个人来说又是不平凡的一年，变革、创新、升级贯穿始终。它再次带着傲人的业绩站在2017的起点上整装待发。面对宏伟的目标，墙开营销副总李总说道：“无论是什么样的环境，我们都会通过自己的努力，继续保持以50%的速度快速增长。我相信胜利一定会如约而至，我们将会从这个胜利走向下一个胜利。”

墙开营销系统市场部 单铃铃

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？
答：把事情做到最好，做到极致！

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？
答：在我这个岗位上，做的更多的是如何做好人才管理与建设。我会根据人员自身的志向和兴趣进行岗位分工，让专业的人做专业的事情，并通过不同的方式激发他们对工作的热情，促使他们专业能力的再次提升。让他们能够在本职岗位上发挥出最大的作用，为公牛事业添砖加瓦。

聚品牌合力 创产业新高

——访电子商务事业部总经理 周天青

有一家企业，坚持二十年为用户改善用电环境，将安全、稳定的电源送达每位消费者心中，它就是安全插座的领导者——公牛。



电子商务带来颠覆性行业洗牌的同时，给生产型企业带来前所未有的发展机遇。如何顺应电商大潮，将电子商务作为手段融入到企业运营管理中，实现电子商务与现有产销模式的完美结合，成了所有生产型企业必须研究的课题。电子商务事业部总经理周天青介绍了公牛电商如何应对冲击并积极革新的发展历程。

2015年3月31日，小米发布了智能USB插线板，凭借精致的外观、独特的营销手段和线上销售渠道，在插座市场掀起一阵风浪。作为插座行业领导者的公牛，面对突如其来的挑衅，并没有自乱阵脚，而是快速定位，迅速反击，从成立集研发、生产、营销于一体的“阻击”队伍，到公牛小白荣登聚划算，创造单日销售7万支的佳绩，用了短短3个月的时间，堪称传统生产型企业对互联网企业的一次“绝地反击”。

众所周知，互联网企业推崇用户体验，讲求高效、快速、简化的运作方式，强调平台经营，通过创新商业模式，将运营管理、营销推广和售后体系各环节都互联网化，利用微创新式的产品迭代升级和口碑传播，从而打造线上产业链。

相比于互联网企业，传统生产型企业则显得“船大难掉头”。面对日益上涨的资源成本，变化多端的市场需求，节能减排的约束紧缚，传统生产型企业的生存空间遭严重压缩。然而，公牛作为传统生产型企业，早早预料到这种变化，提前做好线上布局。2010年，公牛成立电子商务部，旨在拓展销售平台，整合线上线下渠道，利用电子商务便捷、高效、快速的优势，将“安全”更好地传达到每位消费者手中。2013年7月，公牛电商已经延伸到淘宝、天猫、京东、一号店、亚马逊、苏宁易购等国内外知名电商平台，进入全渠道拓展阶段。2015年9月，公牛积极响应国家“互联网+”战略，成立电子商务事业部，为拓宽线上业务，加强渠道建设，整合平台资源奠定了坚实基础，这标志着集团又一次成功实现战略转型升级。

2016年对公牛电商来说是“厚积薄发”的一年。周天青指出，今年墙开产品线增长迅猛，同比增长120%以上，成为行业第一；USB插座销量快速提升，同比增长145%；预计全年线上销售总额达8.8亿，同比增长80%。

周天青表示，在整体线上插座市场增速放缓的大环境下，公牛电商保持强劲增长势头，销量稳居行业第一，靠多方面的合力断金：首先，在品牌力上，公牛20年专业专注的品牌沉淀带动了线上销售业绩；在产品力上，异军突起的数码新品借助实用独到的功能定位、严苛全面的品质把控、精准高效的推广营销迅速打开市场，如魔方插座已成为USB类目领军产品；在渠道力上，公牛在京东、阿里平台持续深耕细作。2016年，公牛阿里整体业绩突破4300万，成为业内增长最快的品牌。京东11月则完成3300万销售，同比增长80%。线上平台联手遍布全国的经销商，共同稳固了公牛电商行业第一的地位。

电子商务利用多渠道营销，对传统产销模式进行颠覆式创新，不仅重塑消费领域，更是倒逼制造行业进行“暴风式”优胜劣汰。虽然大数据时代下的电子商务能颠覆人们对品牌模式、商业模式、营销模式的常规认知，但并不能颠覆品质需求。例如今年下半年出现的一系列手机电池爆炸等安全事件，电源安全又一次成为消费者的痛点。消费者对供电设备的要求不再是能用就行，而是安全至上。这给以“安全”为品牌立足点的公牛带来绝佳的发展契机。

公牛电商在今年“双十一”的佳绩则深刻揭露了人们对供电设备“安全质造”的要求。周天青说，“双十一”当天，公牛天猫旗舰店销售额突破2500万，同比增长100%；此外，公牛还在京东、天猫平台摘得品牌行业销量第一、旗舰店访客人数行业第一、公牛迷你USB插座获单品类别销量第一、生活家电插座类目销售额、销量双料第一。这些骄人的“第一”，是视觉部、企划部的精心策划，客服部20秒快速响应，仓储部高强度检货发货，IT部24小时轮轴运营监控……同时也离不开集团、转换器、墙开、LED各事业部的大力支持。周天青表示，“双十一”是整个电商团队的一次大练兵，是对电商团队在活动策

划、选品备货、仓储物流、后勤支持等层面的一次集中检验。

在生产型企业电商化的新常态下，市场竞争的关键点又重新回到渠道与平台竞争本身。公牛电商依托自身运营结构以及传统渠道，业绩增长会呈现新一轮牛势。作为全价值链公司，公牛集成设计、研发、生产、品质、销售、售后等各利益环节，通过资源调配将核心竞争力牢牢掌握在手中。再者，利用公牛多年精耕细作在消费者心中留下的品牌形象，以及下沉到二三线城市县城、乡镇的一线终端渠道，公牛电商定能着实提高消费者下单、支付、物流、售后的便捷性，用新颖引领市场，用品质保证价值，发挥品牌优势，传播正面口碑。

谈到下一阶段规划，周天青提出，公牛电商将贯彻以分销为核心，朝着精细化运营的业务发展方向向前迈进；在细分市场上，确保转换器销量稳中有升，持续塑造行业领导者地位；USB插座努力与基础插线板行业地位看齐；数码速充配件快速发力，成为行业领先品牌；墙开领域扩大与竞品差距，坐稳行业第一地位。相信在全渠道拓展与精细化运作的基础上，公牛电商势必能创造下一个品牌奇迹！

转换器营销系统 郑超



专访人物 | 杨蛟龙

他从最基层最辛苦的一线员工起步，一步一个脚印，脚踏实地不断挑战自己并不断登上更高的山峰。他有自己的一套优秀人生观和价值观在指引着他的一言一行，他在平凡中透着不平凡，在普通的工作岗位上闪烁着诸多优秀之光。他就是转换器事业部师桥制造基地组七车间杨蛟龙。

杨蛟龙：平凡却不平凡

慈溪市经济活跃、工厂繁多、人才济济，这其中的基层管理干部想想更是数不胜数。而在2016年7月，我司转换器事业部师桥制造基地组七车间杨蛟龙被光荣地评选为慈溪市优秀班组长干部，能获得如此殊荣，其来之不易可想而知。那么这样优秀的一位同事有什么样的一些经历？身上有什么特别的闪光点？有什么样的优秀品格值得我们学习？写到这里，我想大家跟我一样迫切地想知道这些问题的答案吧？下面就请伴随我们的采访一同来逐步揭开这一层层谜底，慢慢解开诸位同仁心中的疑惑吧。

追求卓越的心态是成功的源头

优秀和卓越只是按照一定标准评判而得出的一种结果，本着学习的态度，对于我们每一位虚心求教的人而言，更重要的应该是认真了解和学习其中的因。所以此次采访正是基于这一前提和视角来为大家分享。

杨蛟龙的起点很低，首份工作在常人看来并不是那么理想：从08年2月毕业后进入的第一家工厂就是公牛，刚入公牛是在外贸车间，是从很辛苦的打包岗位慢慢做起。可是心中有股好学的热忱驱使着他在短短的3个月，便主动申请调岗至插头车间做测试员；时过半年之后，不甘现状的心迫使他又一次竞聘到国标车间做一名品管员，当时一人可看管16台注塑机；为了学到更多的基层工作技能，在09年他再一次竞聘到国标组3车间做了一名物料员；到了10年，随着公司的不断发展壮大，公司线长内聘机会来了，敢于不断挑战自己的他通过多次努力抓住并拿下了这次可以让自已步入到基层管理者的机会；通过自身不断的努力与学习，由于强劲的自我驱动力加之良好的表现，于2015年被晋升为外贸组七车间的车间副主任。

纵观杨蛟龙这8年多的工作经历，我们能够非常明显感觉到的两点就是：自我驱动并追求卓越的进取心。成功的条件和因素众多，但我相信这两点一定是他能从一名普工成长为目前一名基层

管理者的成功道路上最为核心的两点。

我想正因为他有了积极主动并执着追求卓越的这样一种价值观与人生定位，才可能迫使他有了不断地去尝试学习新的工作岗位、学习更多岗位热能、挑战新的工作岗位和不断为自己设定一些小目标并努力不断达成的这样一些行为，有了这些行为模式和坚持不懈的恒心做为思想上的支撑，我想他目前的成功就是这样自然而来的。

任何优秀的做人品格都在为人生锦上添花

回想起来，在长达近1个小时的采记过程中，大多时间都是他在为我们做分享，给人明显的感觉是比较健谈和沟通能力良好，因此聊的话题相对也比较多，而且针对每一项话题他都持以积极的心态来思考和清楚地表达。

当谈及个人最重要的信条或价值观时，他朴实地说道：“凡事只要尽力做了，输赢对自己来说都很出彩”。话虽朴实，但却发人深省和耐人寻味。在他心中，他把每一次的努力都当成是对自己人生的一种历练。

当谈及个人获奖后的一些感想时，从他言语中我们体会到的更多的信息是在表达一份发自内心的感激之情：感恩公司给他提供了可以不断成长的机会和平台；感激公司领导和同事对他工作的认可和评选上的大力支持。同时他也表示为了表达这份恩情将更加努力工作争取创造更多价值回馈于公司。

当谈及对工匠精神的理解时，他站在自己一线管理者的角度为我们阐述了他独到的观点：首先是要把日常的管理工作不断做到精细化，进而在产品制程和质量要求上不光是满足顾客的要求，更重要的是要不断发挥创新精神去超越客户的需求，使产品不光是良品，更重要是追求个个是精品。

当谈及假使有更好的非一线管理类职位可以供他再次选择时，他将如何考虑和选择。他给我们的答案是：他愿意一直扎根专注在一线管理方面。理由是：人生需要不断有压力才会有更多的动力，而从事基层管理巧好是最能锻炼一个人充分统筹运用资源的能力和解决繁杂问题的综合能力的最佳途径和证明。另外，可以通过在新的岗位上不断发现自己人生的短板，进而有针对性的来充实和完善自我。从这样的回答中，我能读出的是对一线管理工作难得的一份专注和坚持。

当谈及公司对员工的关爱方面令他印象深刻的事情时，他却可以不经思索地随口罗列出公司近年来所给予的一系列福利举措。相信能将这些信息如数家珍般随口而出，这个不是随便一个不知感恩的人可以做到的，这份随时心存感恩的品格由衷让人敬佩！

当谈及带团队的心得时，他也能抓住重点，用他个人的话来说就是：带团队最主要的就是带好员工的心，向心力有了，管理工作就至少成功一半了。在交谈中他也分享了很多个人如何能带好员工的心这方面一些心得和罗列了诸多实际案例。

当谈及个人业余的爱好时，他告诉我们的是：喜欢自学一些现场管理、精益生产和安全生产方面的书籍。由此可见，他把学习力也做为自身成长的必备课题，同时也在自己在管理方向的专业度在夯实基础。

当谈及在公牛工作8年多来的体会时，他分享道：感觉公牛就是一个大舞台，只要自己肯上进肯努力，并且能果断抓住眼前的机会去成长，迟早一定会有好结果。还有回家谈到工作地方也能从邻里的称道中感受到无比的自豪感。

另外，杨蛟龙从工作至今一直服务于公牛，从他的表达中能体会到他的归属感。我相信就8年一直呆在一家公司工作，光这点就是很多人做不到的。这点难能可贵的坚持也正与公牛核心价值观中的“忠”字相吻合。

最后，当谈到个人未来的职业规划时，杨蛟龙说到：外贸车间在不断发展壮大，希望自己能再接再厉，不断再充实完善自我，争取有一天能更上一层楼肩负起整个车间的管理重担。

我们相信一个人真正的优秀应当是由内而外的。首先在方面应当是从个人核心价值观的优秀上去呈现出来，只有具备了这个正确方向指引下的内在基础才可能表现在日常行为上去产生良好的结果。从与他的访谈过程中我们或多或少能体会到这样一种从普通到优秀升华的过程。在此，也让我们衷心期望杨蛟龙能继续秉持众多的优良品格继续前行，在公牛不断出彩、再创佳绩并祝福他早日梦想成真！

古窑制造部 黄清华

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：对于工匠精神理解千人有一千解，我认为工匠精神是指爱岗敬业、专注严谨、精益求精的意识、思维、和理念。第二是兴趣和热情、坚持不懈，第三就是坚强和忍耐，只有热爱自己的工作不断的积累总结经验，勇敢的直面困难，坚强的走出困境时，那才能达到匠人的境界。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：身为一名车间主任，应如何提升产品品质，提升生产效率，降低成本，保证产品按期交货放在首要为止，在此基础上不断的完善我们的管理水平，完善工艺操作流程，完善员工对品质的意识，精益求精，一步、一步的打造品牌产品。

专访人物 | 傅叶挺

他的职位并不高，从事的工种也很简单。但他敬岗爱业，乐于奉献，把工作做得尽善尽美。他更怀有一颗慈爱之心，热衷于社团组织和青年志愿服务，乐为社会默默奉献。他就是慈溪十大志愿者、公牛志愿者俱乐部部长、公司行政部宿舍管理员傅叶挺。

平凡者之路

——记公牛集团志愿者协会会长 傅叶挺

这是一位英俊的小伙子，高个子，方盘脸，白皙的脸上嵌着一对明亮的眼睛，脸上常挂着亲切的微笑。他，就是集团公司行政部宿舍管理员傅叶挺。认识他的年龄稍比他长几岁的领导和同事都喜欢叫他小傅。他自己也喜欢这个称呼，他说，叫他小傅比叫他傅管理员更亲切、更实在。

其实小傅来公司工作时间并不长，才2年多时间，工种也很简单，专职负责公司员工的宿舍管理。虽然连芝麻绿豆官也不是，但事情却很琐碎，宿舍里的电灯开关、抽水马桶、电视电器的修理调换等鸡毛蒜皮、婆婆妈妈的事都归他管。但在小傅看来，这对员工来说，都是大事。因此，担任这项工作以后，他丝毫不敢懈怠。尽心尽职，想方设法，把宿舍管理得井井有条。他经常跟员工和家属们沟通，征求他们的意见，了解他们的需求，并及时帮助他们解决。如过去宿舍管理模式比较陈旧，宿舍区进出人员都佩戴同样的颜色证件，后来他把家属、员工、访客、施工，这些人员的证件用颜色区分开来，这样管控就方便多了。

小傅不仅爱岗敬业，而且还是个爱管“闲事”的热心人。进公司不久，他发现由于公牛集团的大多数员工都来自全国各地，平时工作很忙，员工之间缺少交流的时间和机会。人心之间距离很远，情感相对淡漠。因此他主动承担起部门团队建设的任务。他想，如果能根据相同的兴趣和爱好，以团队的形式把大家组织起来，就可以增加互相接触、互相交流的机会。增进友谊，深化情感。于是他在同事间发起了诸如登山、打球等团队活动。不但锻炼了身体，更为员工们创造了聚合的机会，经过几次活动的组织，交流的机会多了，大家彼此之间逐步都认识了，有的还成了生活中的好朋友。

小傅还是一位有心人，在登山运动中，他发现沿途散落着许多垃圾，他突发念头，如果能借运动之机，结合环境保护，岂不是一带两便吗？于是从此以后，每当大家下山的时候，他会给每位队员发一只塑料袋，让大家把沿途的垃圾捡起来带下山。这样，既锻炼身体，又保护了环境，还增进了队员们的环保意识，可谓是一箭三雕。

自2015年3月他担任总裁办的团队建设以来，共组织大小共活动5次，参与人数达150人次。团队活动的开展不仅丰富了员工的业余生活，缩短了同事们间的距离，也增强了部门的凝聚力和团结力。

小傅不仅是有心人，热心人，还是一位热衷于公益事业的爱人。他经常参加公司志愿者服务活动，因为点子多，办事认真，被大家选为了公司志愿者协会（后改为志愿者俱乐部）会长，在他的带领下，开展了许多公益活动。

如今年端午节,他组织公司志愿者们到慈东老年公寓的慰问活动。为了把活动搞好，他先与老年公寓负责人多次联系，还几次到现场踩点，熟悉地形环境。他发现在这里生活的老年人大多是体弱多病，生活自理有点困难，来看望的人比较少，平时老人们没事做，很寂寞。小傅策划了详细的活动方案，并在公司网站发布，员工们得知这一消息都积极地报名参加，经过几次删选，确定了参加活动人数，并将伙伴们分为表演组、打扫组、包粽子组，还联系慈林医院的医护人员参加，现场替老人做健康检查。在端午节当天，志愿者们把每位老人居住的寝室打扫得干干净净，还把被子挂出来晒晒太阳。虽然大家干得满头大汗，但没人说一声累，人人脸上都挂满了灿烂的笑容。在包粽子的时候，许多个老人也参

与其中，大家谈笑风生，其乐溶溶。老人们都很感动。有位年过八旬的老奶奶拉着小傅的手说：“我的孩子不在身边，也没空来看我，你们来陪我们聊天，还帮我们干活。比我自己儿女还要并啊！真谢谢你们”。

为了把这份爱心传递下去，小傅还组织公司员工子女也参加公益活动，为掌起阳光托养中心的老年人打扫卫生，演出精彩节目，让孩子们从小接受”慈孝“文化的熏陶，这活动受到员工们的欢迎。

在所有的公益活动中，最难得可贵的是小傅把自己和志愿者的活动都与公牛集团的名誉结合在一起。他热爱公牛，热爱公牛这个大家庭。他认为，作为一名公牛人，自己的一言一行都代表着公牛的形象。因此每次的公益活动都要打上公牛的名义。而事实上，公司领导对志愿者活动也很关心和支持，不仅在财力物力上给予保证，许多领导还经常参加协会的公益活动。

有付出就会有回报，辛勤的汗水换来丰硕的收获。去年，他被市总工会授予慈溪十大志愿者的光荣称号。但他认为，这不是自己的功劳，而是公牛人集体的荣耀。自己只是做了自己应该做的一点小事而已。在谈到今后他最大的愿望时，傅叶挺对笔者表示：“通过自己组织的志愿者服务活动能让越来越多的公牛人，共同关心公益事业、并投入到公益事业中来。让公牛集团真正成为一个和谐企业、一个大爱家园”。

特邀记者 李道一

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：对一件事或一个作品不断的精心专研、改革创新直到完美，将时间和精力都放在一件事或一个作品上，甚至会用一辈子的时间去精益求精。将老祖宗的手工制作工艺传承下去，发扬光大。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：我本职工作是一位宿官员，每个月都需要完成宿舍700多人的水电使用及费用的数据，为了更加准确无误的完成这个任务，每次记录完数据总会再一次的核查，在每次核算、核对的时候总会不断的去想办法，更有效、更准确的去为每位员工服务。我坚信工匠精神是无处不在的，在平时工作中一件小事我也会用工匠的精神去完成。

刘栋： 臻于诚信行于野 浩然正气万里行

专访人物 | 刘栋

辉煌战绩离不开市场开拓者，更离不开市场守护者。他们风里来，雨里去，足迹遍布大半个中国。他具有北方人特有的踏实气质，他肩负公牛“忠信诚和”的工作使命。在公牛的两年半，他将个人品德和岗位职责融为一体，影响着身边的人。他就是转换器市场检查部刘栋。

美国乃至世界著名的西点军校在其22条军规中有一条写道：“Dedicated to the soul”。即，敬业为魂。而今，能守得敬业之魂的，少不了在诚信这件事上下足功夫。

以诚以信，以专以忠，2016年，公牛转换器市场检查部成立。于是，一批以诚为责，以信为业的有志之士，编入公牛诚信部队，其中便包括刘栋。

因新鲜感产生的好奇，会因为坚持最后变成喜欢

2014年5月1日，刘栋加入牛转换器。月平均检查不少于3个市场，走不少于800家售点，两年半的已让他的检查足迹遍布大半个中国。

“实际的检查工作与一开始的设想有所不同。之所以选择督察岗位，是因为自己想挑战一份全新的工作，也想去不同的地方，接触不同的人，丰富生活。”刘栋说，“但随着工作的深入以及对工作的认识，自己对督察的这份工作有了不一样的认识。更为幸运的是，自己已经喜欢上了这份工作。”

刘栋最喜欢检查各个客户市场的专营专销情况。“手头的资料可能只有诸如客户姓名、电话、地址之类，十分有限的基本信息，但经过明察暗访、指证质证，零碎的线索逐渐串连成完整的证据链。抽丝剥茧，得出结论的那一刻，让自己莫名地有种福尔摩斯完成探案的喜悦。”

当一个人真正地认可一份工作，加之时间的长久积淀，最初的那份好奇感和新鲜感，会褪去原本的样子，破茧而成独特的坚持，让自己愿意这样做，喜欢这件事，直至全心全意地继续在这个岗位、这个公司奋斗执着。刘栋觉得，他很愿意在督察这个岗位上继续奋斗。

因新鲜感而产生的好奇可能会因为时间的冲刷变得寡淡，但因执着和喜欢而产生的偏爱却会因为时间变得历久弥新。内心的喜欢与坚持，渐渐地在心中变成一种无形的力量，向生活折射出势不可挡的光芒。这种光芒会变成一种的方向，影响着一个人的选择。

如今的艰难付出，都是在为未来修葺一条更平整的路

《中央电视台》鬼才媒体人陈虻曾说过，每部片子（即指陈虻的工作）后面都有许多故事。这些故事要是不问，谁也不会说。

刘栋亦如此，工作背后也有许多故事，不同他人说。“印象比较深刻的一次是检查的时候正巧赶上市场所在地下雪。因为雪下得太大，回程的高速公路封道。当时已行驶上高速，最后实在没办法，只能在高速上逆行回检查市场留宿。”他说道。

不同于朝九晚五的办公室工作，刘栋的工作常年在外面跑。“独在异乡为异客”的落寞有时难以言说。“在外奔波，免不了徒增些许落寞，尤其是一个人的时候。现在好了，检查市场基本都是两个人，能多个人一起落寞了！”刘栋笑着说。

曹方在《比天空还远》中唱到：“路途比天空还遥远，一个人会不会寂寞？忐忑的心一直辽阔，就算世界只留给我一天，也会这样选择生活”。生活有时会压迫人的快乐神经，但刘栋觉得，做自己选择的事，做付出有回报的事，会让一切变得值得。

奔波式的工作容易让人把“工作”和“辛苦”联系在一起。但刘栋认为，喊苦喊累，实在“矫情”。因为，努力与奋斗，本该就是一个年轻人该有的生活姿态。况且，当一个人，全心全意进入工作状态，那这个人根本不会去想那些所谓的苦与累，脑子都是想着，如何把手头上的这份工作做完、做好。

市场检查需要诚信，做督察是事业更是责任

和许多北方汉子一样，性格比较内敛的刘栋有着特有的如地区属性一般的沉稳气。用他的话说，他这个人“实在”。市场检查靠的就是诚信，督察人员必然少不了诚信公正的浩然正气。

市场检查是事业更是责任。刘栋说：“检查市场是我们督察人员的工

作，我们绝不是挑刺，也并不是为了处罚。检查的目的是督促，是为了让经销商能做得更好。人是有惰性的生物，对一些人来说，习惯了松懈和无督促的环境，会慢慢失去原有的竞争力、战斗力。就拿自己接触过的一个竞品来说，第一年刚接触时，这家竞品来势汹汹，做得气势磅礴，一股势不可挡的气势。但到了第二年，这家竞品很快就在市场上销声匿迹了。究其原因，多是后期维护力量不足造成的。说到底，检查的严格，是为了有组织有纪律，进而更好的维护经销商的利益。”

在工作中，客户有时候并不能理解这份“特殊的关心”，有时甚至会出现一些抵触情绪。“我希望，客户能给予我们信任，明白我们与客户之间，行为虽对立，立场却始终一致，我们都是为了公牛，为了公司能变得更好。”

刘栋觉得，信任是相互的。你相信别人，别人才能相信你。客户信任督察，他们才会把最真实的市场情况展示给督察看，并直观地将市场问题告诉督察。督察信任客户，他们才能直指市场“病灶”，并配合联系各方

力量，给予切实可行的解决方案。

市场检查也少不了公司给予一定的空间。给予督察足够的空间去大刀阔斧。不要担心他们将事情搞砸。因为，在失误和错误中，人更能学得经验，避免重蹈覆辙。真正需要担心的，是畏首畏尾的态度。不敢做，不去做，甚至变成摆在公司与客户之间的“和事老”、“不倒翁”。但也须注意，在给予空间的同时，必须划定界限，并作出明确要求：做事一定诚信，要踏实，要谦虚，坚守忠信诚和、专业专注的理念。

一九九五、二零一六，数字间的微差，述说了一段时光流水。二十一年，公牛人始终坚持两年件最简单却又是最难的事：做优质的产品，做真挚的人。

如今，前辈们把公牛交由我们这批人打造。这是一种传承。前辈交由我们做的，正是我们正在做的。期望现在以及未来的公牛人去做的，是像刘栋一样践行诚信，让“忠信诚和”星火燎原，锻造出扣人心弦的张力。

转换器营销办 岑月圆

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：我所理解的工匠精神就是做好自己的事，即使自己默默无闻，即使工作微不足道，仍要勤勤恳恳、兢兢业业地坚守着自己的岗位，与公司同呼吸，共成长。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：作为一名督察人员，作为公司诚信事业的守门员，诚信就是我们专属的匠人要义。而我们要做的，就是在经销商与公司之间起到良好的纽带作用，坚持以诚信为办事原则，并用真相回馈信任，为营销系统的健康运转保驾护航。

感恩公牛 扎根公牛

——记慈溪市首席工人、公牛集团研发部职工 余峰

专访人物 | 余峰

他来公牛工作已经五年了。以他的勤奋好学、刻苦努力赢得了领导、同事的敬重与好评。他认为人要学会感恩：既然公牛给了我一片飞翔的天空，和驰骋的草原，我就要扎根公牛，为公牛贡献自己的一切。他就是慈溪市首席工人、公牛集团研发部职工余峰。

2016年夏，从慈溪市总工会传来一个喜讯：由慈溪市总工会主办的全市首席工人评选活动中，中国公牛集团研发中心技术部的余峰脱颖而出，榜上有名。消息传来，公司尤其是研发中心的同事奔走相告，精神振奋。凡熟悉余峰的同事和朋友无不翘起大拇指：好样的，余峰！而此刻的余峰却腼腆地笑笑：这不是余峰个人的荣誉，而是公牛集团的荣耀。我只是做了自己应该做的事而已。可了解内情的人都知道，这次评选是在全市 万名工人中才评的出10名工人，这是真正的凤毛麟角、万里挑一、实属不易啊！

余峰，安徽人，4年来公牛集团工作，算得上是一位“老公牛”了。他虽然年纪不大，却是一个游过三关六码头，吃过奉化芋艿头的老江湖了。自从自从技校毕业，他就闯荡社会，到过上海昆山、浙江乐清、广东深圳，后来慕名来到公牛集团，先是从事模具制作和维修，由于工作踏实、工作踏实，肯吃苦、勤钻研，后被调到公司研发中心技术部，从事电器开关新产品开发。从外形模具的发明、到试装、到成品、再到产品流通环节，积累了许多丰富的经验。也成了部门的业务骨干。认识余峰的朋友都知道，他最大的优点就是勤奋刻苦肯钻研。他常说，社会在发展、技术在更新，人活在这世上，就是要不断地学习，汲取新知识，才能与时俱进，不被社会所淘汰。俗话说，书到用时方恨少，因此他喜欢读书，虚心向同事请教。积极参加培训。最近拿到了成人大学武汉蓝天学院的（前为蓝天技校）录取书。每当茶余饭后或节假日，他经常围在机床边，细细琢磨，精心钻研，寻找新产品的创作灵感。分析原因。他认为，传

统的模具制作难度大、风险多，成本高，必须进行创新，而现代化模具有好几百个型号，每个型号要开好几百个模具，稍有一项不合格，就全盘作废。因此研发工作如履薄冰，来不得半点马虎。在余峰看来，一个人要有地位，首先自己就要有作为。人活在这世上，有付出才会有收获。只要肯努力，就不会吃亏。因此他不图虚荣，只想实实在在做好自己的份内事，胜任愉快地完成领导交给自己的任务。

说起这次首席工人的评选，余峰说也纯属偶然。去年，观海卫镇开展五水共治活动，向全镇企业工人征集金点子项目。余峰的一件小发明被评上了二等奖，接着，余峰与他的团队研发成功的镙丝机报总工会参加评比，获得了评委们的一致好评。过去采用传统的方法打6个镙丝必须4个人同时操作才能完成，而且由于出力不均，打的镙丝也不稳固。余峰看在眼里，急在心里，在领导的支持下，组成攻小组，经过一年多后的努力，成功发明了镙丝机，只需一个工人一次就能同时打6个镙丝，大大节约了劳力，降低了成本，在全公司推广。得到了领导和同事们的好评。

转眼间余峰来公牛快五年了，余峰回忆走过的岁月感慨万分，在谈及他为什么能扎根在公牛时，他坦然说到，是公牛对自己太好了。这和好不仅体现在公司为自己提供了诸如免费的住宿、工资、良好的物质待遇，更是因为公牛为自己搭建了创建幸福家庭的平台、让自己有了实现人生梦想的英雄用武之地，更是在这里，找到了自己的人生价值的温馨家园。人与人之间、同事之间，领导与员工之间、关系融洽，不是亲人胜同亲人。尤其是近年来，公司成立了党群办，



加大了对员工的人文关怀，增强了人情关爱的力度，如每年都要安排职工体检旅游、开展各类文体活动、丰富职工的文化生活。最让人感动的是公司党群办每年暑假都把外地职工的孩子接到公司，举办小候鸟夏令营培训活动，既让外地职工亲人团聚，享受天伦之乐，又让孩子们学习知识，丰富了暑假生活。“像这样的策划让并不是只要有钱就能做得到的，有钱并不一定能想得到的，这体现了公司对员工无微不至的关怀和大爱之心。在这样充满人文关怀的氛围里生活，在充满大爱的大家庭

里工作，我还舍得离开公牛吗？”余峰笑着对笔者说：“钱是好东西，能买房、能买车，能买吃，能买穿，但我总认为，世界上有比钱更宝贵的东西，那就是爱、就是情。就是人与人之间关怀。人是高等动物，万物之灵，一个人最重要的是要学会感恩。”问起他今后的打算，他憨厚地笑笑：“既然公牛给了我一片飞翔的天空，给了我一片驰骋的草原，我就要扎根公牛，好好干下去，为公牛贡献自己的一切”。余峰如是说。

特邀记者 李道一

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：我认为工匠精神最基本的就是对客户负责，对产品负责，解决产品对客户的安全问题，对产品深入研究，提高产品品质，和产品可靠性，提升产品竞争力。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：作为一名工程师，从产品开发，到产品批量量产，以及到客户的信息反馈，整个过程，工程师主导和参与，工程师必须把握好每一个环节，以及对每一个环节的品质稳定性和安全性做深入研究和测试，确保产品安全，符合我司宗旨：保护电器，保护人。



专访人物 | 陈林峰

这是一位退伍老兵，他身上自带着一股军人的气概，而这样的气概也在他的为人处世方面体现着淋漓尽致。为挑战自我，他放弃了原本安逸的工作，选择来到公牛重新开创属于自己的小天地，不惧从头再来，争做自己人生的工匠，从一点一滴做起，他正逐步改善围绕身边的痛症，他就是墙开事业部安保课课长陈林峰。

陈林峰：“对待企业要忠诚”

第一次接触陈课长是我们一起去上海富士康参观学习的时候，在回来的大巴车上，当大家交流学习心得的时候，陈课长的一番话，让我记忆深刻，“当兵的最重要的就是要忠诚，今天在岗位上，我们对待企业也要忠诚”，眼前的这位憨厚的中年汉子，说起“忠诚”来，表情异常严肃，作为一名墙开安保课课长，陈林峰在自己的岗位上兢兢业业，以他忠诚的态度，从身边的小事做起，正一点一点为身边的每一个人带来阳光。

工作8小时，应急24小时

陈林峰曾是一名空降兵，曾服役于空降15军，并参与了98抗洪抢险，荣获抗洪纪念奖章，尽管如今已经退伍多年，但陈林峰身上仍自带着一股军人般的正能量，无论是从谈吐，还是个人行为上，都给人一种部队式的安全感，用有点土却又很时髦的词语来评价就是“很靠谱”。但他远远不只是看上去很靠谱，工作同样相当靠谱。

2015年，陈林峰开始着手处理墙开事业部请车难得问题，原本员工请车需要提交纸质化的请车单，然后与司机取得联系，问询车辆事宜，然后提交请车单，过程繁琐，而且信息更新不及时，导致许多同事需要乘车的时候，发现没车可乘。为了解决问题，陈林峰着手将纸质化的流程优化成为了信息流程，只要员工在OA上提交请车需求，车辆调度员将会根据实际情况安排车辆，并且及时给予反馈，这样就大大节约了员工请车的时间，我们发现，原来只是有一点点小小的改变，就会让工作变得更加轻松与优化，这不正是我们常常说起的“精益”吗？

2016年3月在了解到各位同事取快件、找快件麻烦的“病症”，陈林峰开始与快递公司接洽，商谈安装收件宝的便民项目，并在7月份正式进行了项目实施，首批就为墙开事业部拉来了100个收件柜，方便了很多同事，今天收件宝的数量已经扩展到了400个，解决了许多同事加班取件麻烦的难题。如今，陈林峰正在忙碌着进行“一卡通”项目，帮助员工解决卡多的痛症，其实我们不难发现，他的工作都是细致，来自于群众，最后又回归于群众，为身边的同事们提供便利服务。

作为一名安保课课长，陈林峰说“虽然每天的工作时间是8小时，但手机必须得4小时待机，因为随时都可能有紧急情况发生”，这似乎让我想起了部队里军人随时准备应对紧急集合的情况，只要哨声一想，便要立刻起来。“承诺别人的是24小时，那你就24小时保证公司及员工的安全”。正式因为这句承诺，陈林峰已经三年春节也坚守在自己的岗位上，“舍小家为大家，这也没办法，毕竟公司的安全要靠我们安保科”，当提起自己的工作，这位憨厚的汉子总会用“安全”“承诺”“忠诚”来形容自己

的工作，言语间透露着自己对于岗位的坚定，给人十足的安全感。

“对待企业也要忠诚”，陈林峰将忠诚作为自己人生的信条，并在不断努力践行，无论是做事还是做人，他都以严格的标准要求自己，从一点一滴的小事做起，他也正在一点一滴改善着墙开同事们的生活，当我们正在享受着便民服务的时候，陈林峰一直在路上。

集团战略企划中心 黄良伟

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：工匠精神就是干一行，爱一行，专一行，精一行，务实肯干的工作心态，艰苦奋斗的工作精神，不断向前的拼搏精神，古人云，三百六十行，行行出状元，只要肯俯下身来，踏踏实实做事，富有成效的思考和钻研，持之以恒的尝试和探索，在每个行业不领域中将有丰厚的回报。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：我身为一名宁波公牛安保负责人，首先考虑安保是公司的第一道安全屏障，作为安保负责人，责任心永远要放在首位，其次是坚持“安全第一，预防为主，综合治理”的方针，不折不扣的执行和落实公司的各项规定，日常工作中要少一些浮躁，多一些纯粹，少一些投机取巧，多一些脚踏实地工作热情，在安保工作中以精益求精，精雕细琢，精耕细作，执着敬业的态度为宁波公牛的安保事业奉献微薄之力。

专访人物 | 何金花

她是营销战场的巾帼英雄，骄人的口才展现着女性的智慧与坚韧。她是区域市场的执行标杆，用“行动至上”的理念叩开业绩腾飞的大门。快消品行业出身的她，原本可以更多地回归家庭生活，但她凭着对销售的热爱，以及对公牛“忠诚和，专业专注”企业价值观的认同，毅然决然加入公牛大家庭，和公牛肩并肩，一凿一砌为用户筑起安全用电的堡垒，她就是公牛集团转换器事业部2016年度优秀销售主管何金花。



何金花： 努力，是为了不辜负自己

“去山东潍坊参加营销实习时，很幸运能与何姐结缘。”一位雏鹰学员这么告诉记者，“第一次去山东潍坊，人生地不熟，我打电话给辅导员何姐，何姐耐心地把种种注意事项跟我交待清楚，‘出了火车站，坐哪一班公交，去哪一条街，住哪一家酒店’……第二天清晨，我站在酒店门口查阅地图，当我还在为如何去经销商仓库犯难时，何姐打电话说，马上开车来接我。9月初的北方秋意渐凉，环卫车自带音乐冲洗地面，空气拂面湿冷，而我内心却温暖如和煦的阳光。”

雏鹰学员口中的何姐，名叫何金花，目前负责潍坊市和周边3个“1+1”市场。快消品销售出身的她，有着三寸不烂之舌。在同事和经销商眼里，似乎任何市场问题遇到她，都能迎刃而解。雏鹰学员向记者透露，有一次她跟着何姐下市场跟线，当时业务员费尽口舌推销公牛电工胶带，终端店主始终不松口，摆摆手不拿货。后来业务放弃，何姐上手。只见她从品牌聊到质量，从产品利润聊到消费者性价比，最后索性点燃了公牛电工胶带和普通电工胶带，只见公牛电工胶带遇明火便熄灭，而普通电工胶带则越燃越旺。见此情景，终端店主被彻底说服，从最初无动于衷，到最后直接订了一整箱公牛电工胶带。

凭着对销售的执着与热爱，何金花在平凡的工作岗位上贡献着不平凡的力

量。她制作的“拜访八步骤”微信推广视频，创新出众，被营销系统全国通报表扬。目前她作为拜访八步骤教练，在山东样板市场接待了无数前来学习求教的公牛营销学员。经过何金花手把手授课指导，学员深刻理解拜访八步骤的要旨和精髓所在，通过理论学习和跟线实操的结合，将拜访八步骤融会贯通，由此更好地奋战在天南海北的公牛营销一线。

问及如何成为营销精英，何金花笑着告诉记者，“其实自己做得还不够好，还要继续学习。从来没什么精英，只有不断努力，才能不辜负自己。”她向记者透露，其实刚进公牛的时候，她也曾面临重重压力和挑战。和所有公牛业务代表一样，刚接手市场的时候，总想坐地把市场颓势掰过来，因此向经销商抛出一大堆意见和建议。然而，因为各自所处的立场不同，看待问题的方式不同，无法和经销商达成观点一致。何金花为人直爽，雷厉风行，向经销商提出的很多市场整改方案，经销商并没有买账，而是拿出各种理由搪塞和阻挠，整改措施根本无法落实，市场也毫无起色。习惯了直接带团队行事的何金花，满腔热情被泼了冷水，挫折感倍增。

偶尔伤心，但不必叹息。经过几次挫败，何金花没有放弃努力的念头，而是迅速调整角色，总结自己的不足，学会站在经销商的角度看问题，提出方案时多想想有多大把握落地，少用偏见看

人，多用数据说话。经过一段时间的坚持，经销商慢慢看到了效果，也理解了何金花为此作出的努力。双方默契和信任感倍增，市场也逐渐有了起色。如今，何金花最喜闻乐见的，就是看着经销商拿各自市场的生动化陈列面在微信群炫耀和比较。

工作之外，何金花用跑步诠释着努力的定义。仅2016年，何金花已经跑了500多公里。今年10月23日，何金花报名参加了2016潍坊“滨海旅游杯”半程马拉松赛，她笑称这是对她多年坚持跑步的一次检验，不需要在意什么名次，能跑完就很了不起了。

转换器营销系统 郑超

同问同答

1.工匠精神，您如何理解？

答：我理解的工匠精神就是：发自内心地热爱本职工作，在自己所熟悉的领域对工作认真钻研，反复探究，势必做到精益求精，标准精致，不管遇到多少艰难险阻都不停止努力，直到把铁杵磨成针为止。

2.在您的岗位上，如何履行工匠精神？

答：我作为销售主管，首先要维护公司和经销商的利益，抓住每一个业绩突破点，不放过任何一个经销商反馈的问题；其次要发挥业务专长，培训经销商业务团队，引导公司项目在区域顺利落地；同时要不断总结业务经验，夯实业务技能，提炼业务精华，像工匠打磨艺术品一样打磨市场，把市场做透做精；最后面对困难要迎难而上，争做攻坚克难的排头兵，不畏艰辛的公牛人。

第二篇章

2016牛·事

平凡中 创造卓越

新闻视点



新启程 再出发
——2016年第三届正能量春节联欢会暨2015年总结表彰大会圆满落幕

1月28日，2016年第三届正能量春节联欢会暨2015年总结表彰大会在慈溪市人民大会堂为公牛“新启航”翻开一页崭新篇章。集团董事长兼总裁阮立平、慈溪市副市长胡建国与来自市政嘉宾领导与千余公牛人共聚一堂，一同欢庆新春佳节，分享喜悦。颁奖环节先后表彰了8批公司优秀先进员工、团队，包括产品创新奖、管理改善奖、优秀部门、优秀个人

等共计700余人。随后来自各个部门的员工，用心灵手巧的智慧、欢乐舞动的语言、接地气的表演，完美诠释了公牛人对公司的热忱与爱。

集团党群办 章梦甜

智造数码精品，共创美好生活
——公牛集团有限公司数码精品工厂正式揭牌成立

2月24日，数码精品工厂正式揭牌成立。集团董事长兼总裁阮立平及公司高层代表一同出席了揭牌仪式。数码工厂的成立，是公牛战略发展史上又一个突破口。它代表了公司未来发展的新方向。

数码综合管理部 裘文博



群英汇聚 亮相家博——公牛参展第12届慈溪家电博览会



由中国家用电器商业协会、慈溪市政府和台湾电机电子工业同业公会联合主办的第12届中国慈溪家电博览会于3月15日在慈溪会展中心隆重举行。公牛作为慈溪市优秀企业，积极响应市政府的号召参展。公牛产品不仅受到市领导重视，慕名而来的韩国经贸团与KBS记者更是组团来到公牛展区参观。韩国朋友们对公牛的产品表现出了浓厚兴趣，对公牛进入韩国市场表达出了殷切的期望。

转换器市场部 侯学义

新闻视点

抢占制高点 争做绝对第一 ——墙开事业部二分厂揭牌暨办公楼搬迁庆典仪式圆满结束

4月15日，“抢占制高点、争做绝对第一”宁波公牛二分厂揭牌暨办公楼搬迁庆典仪式在墙开事业部隆重举行，集团董事长兼总裁阮立平，副总裁刘圣松、潘晓飞、王小平、申会员等公司高层领导以及墙开全体行政人员400余人参加此次庆典仪式。阮总与墙开常务副总周正华一同来到主席台前，在礼炮和掌声中，共同揭下了“宁波公牛电器有限公司二分厂”牌匾的“红盖头”，并一同参观了办公大楼与二厂车间。新大楼的建成与乔迁，是公牛实力增长的重要见证。二分厂的成立，更能揭示墙开事业部勃勃生机与无限可能。

墙开行政部 刘敏



斩获“2013—2015年度宁波市模范集体”荣誉称号



公牛集团有限公司在继荣获“2012-2014年度慈溪市模范集体”荣誉称号之后，于表彰大会上被宁波市委、市政府授予“2013-2015年度宁波市模范集体”荣誉称号，集团战略企划副总裁刘圣松代表公司接受了表彰。公牛集团模范集体荣誉称号的获得，来自7000名公牛人爱岗敬业，锐意进取，务实创新和扎实工作的坚定信念，该项荣誉的获得也充分展示

了公牛人强烈的进取意识、高尚的职业道德、良好的精神风貌和坚韧不拔、共克时艰、自强不息的崇高品格。未来，公牛将继续围绕发展目标，以获得市级劳动模范集体为新起点，充分激发工作热情，进一步以转型升级为核心，凝聚新合力，培育新动能、释放新活力，努力实现“国际民用电工行业领导者”的宏伟愿景！

集团党群办 刘全凤

公牛首获国家“小五孔”插线板产品3C证书

近日，公牛集团获得了由中国质量中心认证、国内首张“小五孔”插线板产品的CCC证书。首张“小五孔”插线板产品认证证书的颁发在延长线插座领域具有里程碑意义，它标志着国标组合孔（俗称“小五孔”）延长线插座产品正式进入CCC（以下简称“3C认证”）认证时代。作为插座行业的领军企业，公牛在保持安全插座技术和产品优势之外，率先完成技术升级以及新产品的更新换代，以推动行业标准的提升。据了解，公牛将积极地与消费者建立信任的桥梁，继续打造“中国驰名商标”、“最受消费者喜爱的电工品牌”、“消费者最信赖品牌”。

集团品牌中心 姚萍



新闻视点

携手共赢 蓄力成长
——慈溪市武警中队、公牛集团警企共建仪式隆重举行

7月6日上午，慈溪市武警中队、公牛集团警企共建暨2016届雏鹰计划启动仪式在观城中学报告厅隆重召开。慈溪市武警中队杨昆、观城中学主任郑根华、集团董事长阮立平、集团党委书记陈彩莲等公司中高层领导、各部门代表、武警中队队员、2016届全体雏鹰学员等共计两百余人参加本次启动会。

集团党群办 金佳歆



迎大势·聚合力·新起航
——数码精品事业部市场启动大会顺利召开

8月17日，以“迎大势、聚合力、新起航”为主题的数码精品事业部市场启动大会在慈溪环球酒店召开。集团董事长兼总裁阮立平、副董事长阮学平、党委书记陈彩莲、战略企划副总裁刘圣松及其他来自公司高层领导和来自全国各地的经销商参与大会。数码精品刁总、品牌中心王总、产品策划江经理和产品谢经理依次上台，为经销商介绍公牛新品。刁总讲解了《数码精品事业部发展规划》，对事业部的应运而生、承载的信念与未来，对内部团队架构与做事理念等进行了逐一说明。只有变化，才能应对新的挑战，面对变化，我们不断求变、稳扎稳打。

转换器营销办 杨红

珞珈学子情 捐资助先进
——公牛集团捐赠武汉大学2000万教育基金



9月9日下午，公牛集团捐赠武汉大学2000万签约暨阮立平校董聘任仪式在武大行政楼一楼会议室举行，集团董事长兼总裁阮立平、党委书记陈彩莲会同武汉大学董事、校友企业家联谊会秘书长蹇宏，校长、中国工程院院士李晓红等相关学校领导、师生代表一同出席了本次仪式。签约仪式在场全体人员的见证下开始，阮总与应会计师一同签下了捐赠合约。本次捐赠款项，将设立“武汉大学阮立平教育基金”，基金从三个先进层面开展，该基金为留本基金，基金收益一半将用于设立“武汉大学阮立平奖学金”，奖励武汉大学先进制造相关专业的品学兼优的本科生和研究生；一半用于资助学校面向先进制造相关学科领域聘请讲习教授。应惟伟表示，要管好这些留本基金，让它发挥其最大的效益。

集团党群办 章梦甜

新闻视点

一样又不一样的公牛
——记2016数码精品战略核心媒体沟通会



10月25-27日，集团品牌中心联合数码精品工厂、转换器事业部检测中心、战略企划中心、总裁办，在慈溪成功举办了“一样，又不一样的公牛——2016数码精品战略核心媒体沟通会”。本次活动共邀请了来自全国各地的15家互联网媒体，其中既包括人民网、新华网、腾讯、网易等一线门户网站的主编们，也包括

葛甲、信海光微天下等知名意见领袖。持续三天的核心媒体沟通会，寓示着一个新的起点，这亦是公牛第一次较大规模的互联网媒体来访，见证了公牛又一次拥抱互联网和融入时代潮流的决心。

集团品牌中心 邱晓玲

创新引发展 升级攀高峰——省委副书记、代省长车俊调研我司墙开事业部

11月1日，省委副书记、代省长车俊对宁波实行产业调研，并对我司墙开事业部进行视察走访。集团董事长兼总裁阮立平及部分公司高层领导陪同车省长一行参观了墙开新车间。在陈列架前，阮总向车俊省长详细介绍了公牛二十多年的发展历程，并对现有四大产业包括转换器、墙壁开关、数码、led灯等产品进行了一一展示，引起了车省长浓厚的兴趣。从普通的排插到各项功能齐备的数码产品，炫目的墙壁开关到led灯泡，公牛强大的研发团队向大家展示了非凡的实力。简短的参观，让省长一行对公牛留下了深刻的印象。公牛锐意进取的创新精神，得到了大家的一致认可。

集团党群办 章梦甜



“携手共赢 以质取胜” 2016年供应商大会召开



12月8日，以“携手共赢 以质取胜”为主题的公牛集团2016年供应商大会在慈溪达蓬山大酒店拉开帷幕，来自全国五湖四海的186家公牛集团的供应商汇聚一堂。

会上，阮总表达了对此次荣获公牛集团优秀供应商的祝贺，并提出公牛品质第一的战略，公牛的使命是将公牛品牌打造成为消费心智模式的第一。首先是公牛产品要精品化，这对公牛自身和供应商都提出了重要挑战，相信只要我们“携手共赢，以质取胜”在坚实的供应链体系支撑下，我们的目标一定会实现！

集团质量管理中心 沈晨露

2016年，部门那些事儿

【集团战略企划中心】

三年战略开启

为厘清各事业部发展脉络，明确公司下一步发展思路，加速早日实现企业愿景，11月9日，公牛集团三年战略规划启动会暨战略研讨会顺利召开。会上，集团战略企划中心总监张克一为全体参会人员详细介绍了科学的战略工具——业务领先模型，并进行了精彩的案例分享。各领导随后参照科学工具，就各事业部目前发展现状及未来发展趋势展开了深入研讨。

集团副总裁—刘圣松:

战略投资总监—张克一:

【集团人力资源中心】安居乐业工程

2016年，为提升员工归属感，让每一位员工深切感受到公牛“家”的温暖，集团人力资源中心启动了安居乐业工程，目前已经帮助每一位员工提高了住房补贴，提升员工生活质量，制定、完善购房借款政策，帮助员工安家落户。

人力资源总监—郑湘洲:

人力资源总监助理—廖名才:

HRBP专员—何姗姗:

【集团工业发展中心】深入推进价值流项目

为解决目前集团库存及生产平衡率低及整个价值流过程浪费多等问题，缩短与理想价值流之间的差距，集团工业发展中心深入推进精益价值流项目，并取得了显著成效，目前转换器、墙开及LED拉动模式覆盖率达100%，L/T由2015年的41天缩短至25-30天，共计精益节省达4000多万元。

工业发展中心总监—王永森:

精益革新经理—崔群峰:

【集团财务中心】业务财务、共享财务搭建及实施

为树立以服务为宗旨，以沟通为契机的崇尚理念，将财务监督与财务服务有机的融为一体，树立财务新形象，2016年集团财务中心对组织架构及人员进行了调整，设立了针对性的绩效考核制度，旨在搭建业务财务与共享财务管控体系。

财务总监—张丽娜:

【集团品牌中心】墙开互联网精准传播

为提升公牛装饰开关在家装人群中的曝光率，让装修期人群能准确触达到，并在百度搜索关键字及互联网房产家装垂直网站类精准媒体上声量压制对手，集团品牌中心与家装房产网站达成战略合作，并与营销电商共同策略，进行互联网内容营销，同时配合营销节点规划网络广告和论坛活动，大大提升了墙开的曝光度与声量。

品牌中心总监—王铁英:

创意企划经理—倪有琴:通过互联网垂直家装媒体来连接精准的装修用户人群，以压倒性的传播量和精心策划的传播内容，高频次高质量的到达家装人群，提高公牛装饰开关在消费者心中的认知度与好感度，并以绝对优势领先于其他同类品牌。

【转换器事业部】新国标产品全面升级

自2015年10月13日新的家用和类似用途插头插座国家标准发布以来，我司作为该标准的主要起草单位之一，积极响应国家号召，全力推进转换器产品的升级。新国标的主要内容包括增加保护门，电源线加粗，材料阻燃提升以及产品名称改变及强制性3C认证要求。在此基础上，我司新国标产品的升级主要涉及老标准产品型号168个，除插头、卷盘系列、防水以外的所有系列。转换器事业部也是希望通过这一次的新国标升级进一步巩固我司转换器的领导地位及自身产业结构升级，让未来走得更大更稳。

营销中心副总经理助理兼销售管理部总监—刘建成:

转换器事业部生产总监—周富生:针对本次新国标产品的全面升级，师桥生产基地以做好各项准备工作，确保能在2017年3月中旬完成新老产品的顺利切换，使得市面上公牛转换器将逐步替换为带保护门的产品，并且实现产品的更安全，更可靠，更美观。

产品策划部经理—丁瑞军:

【转换器自动化工厂】全线自动化

2016年公司转换器产品面临基础系列升级，特立项开发保护门设备，成立保护门车间,实现保护门极座自动化组装和检测，保证关键零部件品质和良率，降低产品制造成本。自动化工厂为转换器事业部做好服务，提高公牛产品的核心竞争力，推动转化器自动化设备研发与保护门自动化生产相互融合，不断提高自动化设备的技术研发能力，提升保护门自动化车间的生产运营水平，实现低成本与高效率自动化。

【微语录】

集团自动化推进部总监兼转换器研发中心自动化总监—曾峰:利用保护门自动化为契机,实现生产过程自动化、设备智能化、管理信息化，促进生产制造三化融合，使公牛智能制造水平迈入一个新的台阶。

设备开发部经理—周立岗:国家提出《中国制造2015》蓝图，机器换人既是发展趋势也是国家的战略，我们依托形势布局公牛的无人自动化工厂战略，全线自动化乃实现目标的一个里程碑，未来我们继续前行。

装配副经理—周太平:通过保护门组装设备的开发,部门研发能力得到提升的同时,装配调试技能也得到相应提升，保护门组装设备的批量导入，为基础系列产品升级提供了相应的设备保障。

【转换器采购中心】采购精益管理

为进一步追求卓越，消除浪费，满足客户的多元化需求，充分实现客户价值和完成自身的革新蜕变，转换器采购中心于2016年8月开始通过利用精益理念持续地改变和完善自身的管理。在精益管理的过程中，采购中心同仁们不断学习和充分利用先进方法工具，如

OWNER,SIPOC等，在提高自身能力的同时也是提高了部门的工作效率。截止到2016年10月末，采购中心识别了23个流程，诞生了7个流程Owner，共计编制SOP24个，已改善项目达22个。

采购中心经理—吴方向：改善之路我们才刚刚开始，过程中有很多不完美，很多困难和挑战，但我们会坚定不移地坚持下去，做精益改善的践行者！

精益专家—郑茂宝：精益的应用不仅仅在制造领域，而是应该在整个公司的每一个部门。精益的学习和使用不应局限于一个人或一群人，而是全公司的每一个人都参与其中，并全面发展推进。

【墙开营销系统】抢占制高点全国推广会

为加深全国经销商、办事处人员对公司“抢占制高点”的市场战略方针的理解与解读，2016年3月11—14日，先后在贵阳、西安顺利召开抢占制高点研讨会。本次会议围绕“挤位”、“扩位”、“资源需求”三个方面展开了专题研讨，总结归纳了抢占制高点的方法及案例，为巩固分销网络，再创行业新高奠定了基础。

【微语录】

市场总监—罗章章：制高点分销商的抢占将产生积极的示范和虹吸效应，有利于开发其他类别分销商，同时也有利于我们摸索如何与大客户打交道的经验。

大客户中心经理兼业务部经理—徐宪洲：倚剑登高台，悠悠送春目，如需领先，须拥有更多的领先型客户。

市场企划经理—潘继红：抢占行业制高点分销商，是公牛装饰开关快速提升品牌力和扩大终端销售的重要举措，这个会议打响了我們全面抢占制高点的第一枪！

【墙开行政部】办公楼正式投入使用

2016年园区全面升级，4月新办公大楼正式乔迁完成，能同时容纳120人的培训师、独立洽谈室、部门长办公区、休闲吧台，一改多年分散办公困局，奠定高效办公、快速协作基石。全面打造社区化员工居住环境，园区共12栋宿舍楼、三星级宾馆标配及2室1厅的家庭套装置，免费WIFI、5人足球场、中心场地以及规划中的健身房、舞蹈房、阅览室让居住更舒心。

【微语录】

供应链总监—潘晓霞：新办公楼的投入使用全面提升了公司形象以及办公效率！

行政部副经理—黄芬：全面升级后的办公环境和居住环境，为墙开高速发展提供了重要的保障。

行政部宿管组长—蒲灵君：新宿舍的投入不但解决了职员入住，更是让期盼已久的夫妻工住进了公牛的家，扎根公牛，谱写兢兢业业、父慈子孝的篇章，我们的家在公牛，我们很幸福！

【墙开制造系统制造部】生产中心二搬迁并投入使用

2016年7月生产中心二、物流中心也相继完成了搬迁并投入使用。新生产中心二共四层，每层占地面积近16000平方米，共计约80000多平方米，布局也是打破原有常规模式，采用注塑组装平面作业，有效地减少了注塑物料与电梯、过道的交叉交流，使得生产运输更加便捷、效率更高；加大设备自动化投入，目前自动化的产量由原来的26%提高到40%了。

【微语录】

常务副总兼制造总监—周正华：2016年，我们制造系统非常出色地完成了全年50%增长的生产任务，且精益、自动化、装饰部件、模塑一体等核心能力也大幅提升；同时更值得期待的2017年内，我们必将勇往直前，乘风破浪，再创新高峰。

制造部经理—赵克锋：我们要打造世界一流的开关插座的制造工厂，坚定不移地深入推动自动化以及柔性生产方式，提升公牛制造核心竞争力。

注塑部经理—颜端学：2016年制造系统模具中心持续提升模塑一体能力，具体体现在模具实现了自主设计、自主制造，注塑实现了无人化、少人化作业模式，生产效率较2015年提升了25%，减少直接人工120人。2017年模塑中心将坚持以“专家治厂、技术领先、品质立业、交付为本”的战略方针。在模具、注塑行业持续领先，聚焦模塑新能力，铸就装饰好开关！

【墙开制造系统设备自动化部】设备自动保修流程

随着宁波公牛快速增长，设备不断增加和工艺提升，对设备管理及人员的要求不断增高，为规范设备管理，实现信息化数据化管理，通过前期的准备考察和学习，于2016年10月实施了EAM设备管理系统。以设备台账数据为基础，设备维护维修为核心，覆盖设备全生命周期的一套数据综合管理系统。实现设备故障的报修、处理和分析，在线点巡检扫描，保养工单自动生成，备品备件管理，后台数据分析，指导标准维修保养规范。

【微语录】

设备自动化部经理—王清旺：向数据化、精细化管理方面提升改进，完善设备管理规范。

设备维修副经理—朱汉军：通过设备管理系统快速响应，更好的服务于生产，助力于设备人员的能力提升，设备维修保养更加规范化。

【墙开研发系统】产品线布局

2015年强势推出金属开关、纹理开关后，2016年在装饰开关产品上持续发力。针对不同人群、定位相继推出了G21金属系列、G20 3D钻面开关、G18幻影纹理开关，至此结合原先推出的IMR产品、G01纹理开关、G22玻璃开关，以装饰开关战略定位的产品线布局基本完成。

【微语录】

结构研发部经理—龚光辉：G18、G20、G21的新产品成功研发上市，初步完成公司装饰化产品的布局，标志着宁波公牛已成为行业装饰开关的引领者。

产品部经理—丁春云：2016年12月，装饰开关销售占比近60%，我们真正意义上实现了公牛装饰开关的战略定位。想想有一天，大部分家庭都会选择装饰开关，真是件美妙的事情，因为们公牛开创了新的行业蓝海。

产品策划部经理—田发文：G19、G22的成功充分证明了装饰开关定位的绝对准确。争做行业绝对第一，我们必须拥有代表公牛形象的产品利器，为了满足80%的消费者定位，我们在材质、工艺、设计等方面持续创新。如：G20就是针对年轻时尚人群开发的，同时也是行业内首创双色注塑产品。

【数码精品产品策划部】数码产品线丰富

随着2016年4月数码精品事业部的成立，数码产品线也是得到了进一步的丰富和扩展。目前，数码产品主要分为三类，一类为USB系列，一类为插座配件类，还有一类为USB插座系列。USB系列主要包括我司自主研发的车充、自动放过充USB充电器、经过苹果IMF认证的数据线以及安卓数据线。插座配件类则是包括插座绕线器，理线器等。USB插座系列则是数码产品线中的王牌系列，其中小白，魔方等转换器深受广大消费者的欢迎。

数码精品事业部总经理助理—刁斌：

产品策划部经理—江锦标：我们将基于公牛产品战略定位，在插座产品领域做精做深，在新的电连接领域做大做强，并在2017年进一步丰富数码产品。

“蓝海”是攻下来的！

——探索家装新渠道 布局多元化销售模式

2016年，面对复杂多变的国内外经济形势、精装房政策出台、产业结构调整、互联网的冲击均带给企业带来前所未有的挑战与机遇。墙开营销系统如何创新开拓出属于自己的“蓝海”？

纵观行业内，公牛装饰开关传统渠道销售额已经位列行业第一，但渠道模式单一成了制约发展的一大因素。开拓多元化的渠道是公牛当前需要解决的问题。如何摸索家装渠道的商业模式，变革当前公牛销售渠道模式单一的现状，让公牛达到产品第一、品牌第一、渠道占有率第一的地位是建立战略渠道部的目标。

家装渠道是开关产品重要的隐形渠道，公牛成为绝对领导者，需在这一渠道需占位及推广。但是站在2016年初，放眼望去此渠道已经被竞品抢占，对于公牛来说的“蓝海”已经成了别人眼中的“红海”。没想到一开始就给了战略渠道部重重的一击。

经过缜密分析，他们发现开关的消费终端在逐渐迁移，装饰公司成为开关选择的主力，这也就意味着开关消费被提前拦截。所以，这根“硬骨头”必须要啃下来。正面进攻似乎有难度，那么采用“田忌赛马”的方式，以己之长，攻其之短可能就是出路。那么他们短板又在哪儿？

这时候刚刚兴起却做得红红火火的互联网家装闯进了大家的视线中。互联网家装自带时代特色的“互联网+”和“大数据”背景，致

力于解决用户在装修中遇到的价格不透明、工期拖长、监管不到位等一系列痛点。也正是因为这些原因互联网家装受到广泛的追捧。很多企业视它们为“大敌”，但根据建筑协会的统计和艾瑞咨询，显示市场前景非常良好，这是一个相对于传统渠道来说一个巨大的待开发渠道。

战略渠道部顺势而动，抓住机遇。组成互联网家装渠道攻坚小组，主要负责对全国性的综合实力较好，拥有庞大的流量、良好的口碑、较大的认知度的互联网家装公司进行突击。先后与万科链家装饰、有住网、蘑菇装修等12家互联网家装企业达成战略合作。并以此为契机联合各大传统大型装饰公司，如嘉禾、鸿扬、名雕携手合作，入驻到和昌地产、碧桂园地产、万达地产三大知名地产公司的开关插座品牌库。

家装渠道的开发最重要的就是模式的创新和复制，我们对已有的项目进行总结归纳，邀请一部分经销商推行模式复制。快速打造了安徽芜湖、江苏丹阳、东北沈阳三个装饰样板城市，为了让更多的经销商了解和熟悉装饰渠道的开发与服务模式，又组织超20余场经验交流与宣导会。

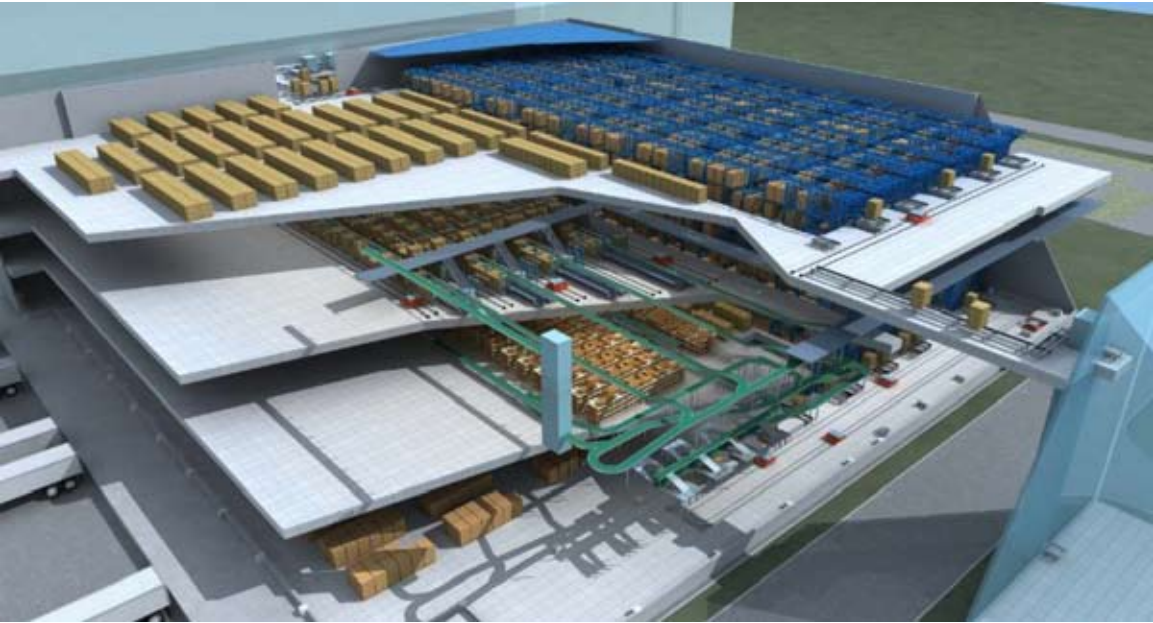
正是在这种迅猛的势头下，年初制定的开发全国共计22800家装饰公司，建立7318家核心家装的目标，提前在三季度开发完成。核心装饰公司达13489家。万链、蘑菇、有住三大互联网家装公司全年出单额已超

220万。这样的成绩极大的调动了经销商的积极性。

为能够进行家装渠道的深度精耕，墙开营销系统于2016年12月正式组建了大客户中心，专门主攻精装房的房地产商进行战略合作。争取用3-5年的时间，公牛装饰开关在地产行业占有率达到第一！



墙开营销系统市场部 单铃铃



致力现代化科技 提升自动化产能

——墙开自动化立体仓2016正式投产

随着公司的规模不断扩大，销售业绩飞速增长，为了满足公司业务发展的需要，之前采用的租赁仓储形式发货效率低、速度慢，已经越来越无法满足公司飞速增长的业务发展需求。随着互联网+时代的到来，也给传统行业的转型不断催化。自动化立体仓库项目，帮助企业打开了生产自动化，管理信息化的大门，并给企业的成功转型迈出了重要的一步。

宁波公牛自动化立体仓库项目（AS/RS系统）于2013年立项，2016年8月项目上线正式投产使用，历时3年，总占地面积约6000平米，总投资额约8000万，日出库能力达到2万件。

一楼主要负责成品出库和外协厂产品入库，是高密度存储的立体化仓库，双伸位货架系统，有11200个库位，一次性可以存储47万箱货物。主要靠有轨巷道堆垛机进行货物的存取作业，运行速度是160米每秒，在水平和垂直方向同时进行；二楼负责拆零货物的拣选和包装，主要有隔板货架系统和流利货架系统，电子标签拣选系统。还有现代化的包装台，电脑辅助人工复核，来保证客户拆零箱货品和数量的准确性；三楼主要是高频次货品的整箱拣选，日出库能力达到15000件。全自动补货

和半自动拣选的电子标签货架系统和辊筒式输送机系统相配合，拣货效率和准确性相比传统的纯人工拣选提高了近80%；四楼主要是低频次整出货物的拣选以及车间产成品的入库。生产中心2产线生产完成的产品通过托盘提升机提升到四楼，再通过连廊和穿梭小车进入高架库进行存储，全自动的入库作业模式，入库效率大大提高。

自动化立体仓库集成项目旨在建立智能物流系统，通过运用WMS仓库管理系统来获得实时、动态的出入库信息，并通过WMS系统与WCS系统的实时无缝信息传输，对仓储的出入库现场作业进行实时管控，来实现仓储物流的高效化、自动化和智能化。相对比传统型仓储作业，存在库存准确率低，出入库账目混乱，不可追溯。造成出库效率底下，严重影响客户满意度、公司及品牌的形象也遭到了很严重的影响。WMS系统集成了无线射频技术、条码技术、电子标签技术、web技术及计算机应用技术将库存管理、出入库管理、无线扫描、电子显示等有机的结合起来组成了一套完整的仓库管理系统。WMS的功能模块包括基础数据管理模块、库位管理模块、物料库区配置模块、波次管理模块、系统控制模块、RF终端管理模块等实现组

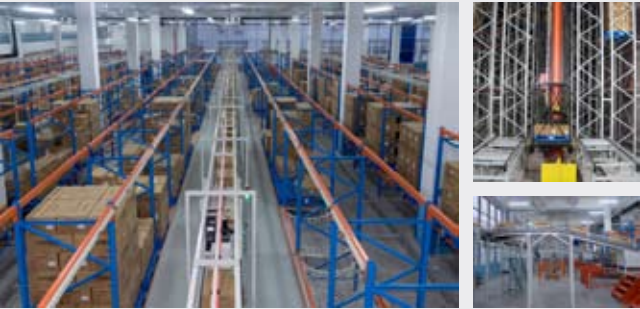
盘、上架、波次、拣选、包装、分拣、复核、质量状态变更、盘点、移库等业务操作，上位与SAP ERP系统通过webservice的接口技术进行数据实时交互，已握手协议的方式来保障出入库账务的准确性。下位通过WCS系统与硬件设备实现全线自动化，已信息流的方式完成所有出入库的操作。

目前立体仓库运作顺畅，比较传统仓库的变化明显。首先在平均日发货能力上，仓库的日发货能力已达到平

均22000箱，较比前传统仓库的日平均15000箱增长了46%，随着操作不断的熟悉，流程不断的优化，发货能力还会持续上升；其次是盘点准确率，在11月份的全公司静态盘点中，成品仓库的品种准确率和数量准确率均达到99%以上，较比传统仓库时38%的准确率有了质的飞跃。并且仓库在每日作业完成后，会进行动作盘点，对问题品种和问题库存及时进行处理，来保证账务的准确性；再次是员工素质整体提升，随着项目的进行，员工也经历了不断的系统化培训，对信息化的理念的理解逐渐深入。使员工摒弃了旧的工作方式，学习并掌握了先进的操作规程和技术，并按先进的流程和现代化的设备进行操作，从而大大提高员工的整体素质；

应用WMS系统后，可以通过大数据分析，降低企业库存，减少流动资金的占用，减少库存面积，减少人员数量从而可以降低成本和投入，提高经济效益。“兵马未动，粮草先行”立体仓库未来将为宁波公牛快速发展提供强有力的后勤保障。

墙开研发系统 徐子沛



微语录



客户服务部经理-常展：

自动化仓储系统是现代物流的重要转折点，集立体化、数字化、自动化、网络化等诸多特点于一身，受到物流企业的高度重视和青睐。稳定性、可靠性、实用性、经济性、先进性、开放性等都是建设一个物流项目需要考虑的关键因素，而其中的经济性又是重中之重。



立体仓库课长-敬卫东：

应用信息技术，提高仓库服务水平。



立体仓库工程师-何见舟：

公司自动化立体仓库是公司物流系统中的一个重要部分。它在计算机管理系统的高度指挥下，高效、合理地贮存各种型号的低压电器成品。准确、实时、灵活地向各经销商提供所需成品。同时，它还具有减轻劳动强度、提高物流效率、降低储运损耗、减少流动资金积压等功能。



立体仓库工程师-张小飞：

自动化立体仓库是一种高储存量、高存取质量的物流系统，它的使用可以大幅度减少土地占用面积，在土地资源日益紧张的未来具有积极的经济效益和社会效益。设施的投入可以较大地提高相关环节的效率，降低人工成本，减小劳动强度，由于该系统与企业管理系统无缝连接，可实现管理信息化，促进企业转型升级。

投身大数据时代 拥抱互联网大潮

——记墙开B2B电子商务平台全面上线始终

为迎合公牛总部延伸至经销商的战略升级，使企业更加贴近经销商，墙开事业部在集团的带领下，于2016年完成了B2B电子商务平台的全面上线。此举建立了以经销商为中心的电子商务商业模型，打通了公司与经销商之间的直接沟通渠道，拓宽了市场业务的边界，并大幅度节约了市场管理成本。

大数据时代背景下的必然选择

互联网不仅是大时代发展下的礼物，更是现阶段企业信息化发展的重要战略选择。网络蕴含着不可忽视的巨大潜能和商业力量，移动互联网彻底颠覆了传统行业的发展形式。在这样的大环境下，我们利用互联网手段对线下销售通路完成了升级。

B2B系统依赖于互联网的延伸性及便利性，使商务过程不再受时间、地点和人员的限制。公牛电器可以通过B2B电子商务平台，扩展现有业务和销售能力，

实现与经销商之间端到端的直接供应链管理，有效缩短供应链。

平台不仅支持PC端，也支持移动端应用，能够根据手机/PAD终端的不同型号进行应用的自动适配，支持各种移动销售渠道的自动延伸和扩展，在不同的终端带给客户一致的用户体验。可以说，企业转型为B2B模式是大时代背景下的必然选择。

夯实基础 搭建平台

015年11月27日上午9点半，在集团二楼大会议室召开了B2B电商项目启动会。继2015年1月，集团内部大型管理信息系统SAP系统和OA系统上线运行后，公牛又一核心信息系统B2B电商系统正式启动，将公司管理半径延伸到外部，覆盖供应链的下游——经销商，自此，墙开事业部在集团的带领下积极配合工作，对内逐步宣导，对外积极配合，由市场部、物流管理

部、订单中心等部门提供相关内容与要求，再经信息技术项目组一点一滴进行编程、测试，循环往复。

这如同是在亲手建造一栋属于自己的建筑物一般，常说“万丈高楼从地起”，一座大厦的高度不是由它中间或者高层决定的，而是由它最底层决定的。夯实的基础，坚实的地基有着决定性的作用，在大家齐心协力的踏实努力下，墙开终于在3月份完成了墙开事业部B2B平台的基本搭建。

全国培训 逐步上线

2016年4月，在经过一系列公司人员的B2B相关培训后，安徽、江苏两个办事处作为试点省份率先开始进行培训。市场部、物流部、订单中心以及信息技术项目组相关人员出差至办事处面对面进行交流教授，试点一段时间后反响成果不错。

自此，开始在全国各办事处范围内大规模推广B2B系统。通过出差实地培训、电话培训以及视频培训等多种方式方法，于六月份完成湖北、江西在内七个办事处上线；七月份完成福建、湖南在内六个办

事处的培训；截止八月底，全国共23个办事处的系统培训全部完成，至此，墙开B2B电子商务平台全国上线目标基本达成。

不断跟进 持续完善

理论与实践相结合方能出真理，该系统自8月底上线以来，在之后的工作开展中出现了不少实际问题，如流程死循环、有些突发问题没有对应的解决措施等。在这短短几个月中，各位工作人员不定时收集来自使用各方，包括驻外办事处人员反馈的问题进行探讨，针对各类问题，墙开B2B系统参与人员多次召开讨论会议，在最短的时间内提交问题反馈，并给出对应的解决措施，做到迅速快捷的跟进与完善。

截止12月份，通过各方人士的共同努力，墙开B2B电子商务平台已经完成全面上线，全国各地的经销商、办事处人员都已能熟练通过B2B平台进行下订单、退货、订单状态及物流状态查询、市场费用申请等业务处理，实现了日常工作的简单方便快捷。对于公司来说，也使得经销商管理变得更加高效，服

务变得更加优质。

模式转型 有效即是硬道理

俗话说，有效即是硬道理。B2B电子商务平台自今年4月份上线以来，结合实际使用体验，经过半年多时间的不断完善，现已较为成熟，并受到了各方人士的好评。该平台优化了办公流程，节约管理成本，使数据变得透明化，减少了人为失误，完成了在互联网大潮下，企业从传统形式的办公向互联网无纸化办公的模式转型。该模式挑战了传统认知思想，打破了传统固有思维，成功在新形势下完成了升级转化，大幅度提高了工作效率和企业竞争力。

墙开事业部B2B电子商务平台全面上线得以顺利完成，离不开集团的领导以及项目组的支持，离不开所有同事的配合与付出，或许它仍存在些许的不足，还需要改变和创新，但我们相信，秉持着坚持不懈的态度，积极主动的迎接新时代的挑战，努力投身于我们的事业中，我们一定会取得成功！

墙开市场部 沈萧薇

微语录

高级软件工程师—杜冠峰：

B2B电商平台实现公牛“利用信息技术，推动管理变革，实现管理升级”的管理目标，有利于提升整体服务水平及运作效率，同时提供科学的预测依据。

推广审核课长—程晋洁：

B2B电商系统是公司第一个管理半径延伸到经销商的创新性项目，是将客户利益摆在第一位，提高工作效率，优化工作流程的全天候无边界的管理平台。

四川省德阳市经销商—苏中祥：

自从公司B2B系统推出后，大大提高了工作效率，下单、广告申请报销流程更加简洁，费用明细也随时可以查到，信息沟通传达更为便捷，为公司这项改进点赞！

文化与运动同行 快乐与健康共享

第二届公牛文化节暨第三届正能量运动会缤纷上演

“出发，向未来”第二届公牛文化节暨第三届正能量运动会于7月25日在集团总部拉开帷幕。此次文化节历史3个月，共分“乐生活”、“凝匠心”、“向未来”三大篇章，得到了公司上下广泛呼应，牛人秀、征文比赛、演讲比赛、“最美公牛人”艺术大赛等活动精彩纷呈，为全公司营造出了快乐、和谐、舒心的工作氛围。同期，第三届正能量运动会也如期开展，篮球赛、足球赛、拔河比赛、羽毛球、乒乓球赛、消防安全大赛、“夺宝奇兵”游园会等缤纷踏来，充分展示了公牛人阳光、热情、积极向上的健康风貌。今年共计有5000人参与到了文化节和运动会当中，可谓盛况空前。

这是属于公牛人的节日
在这里公牛人沐浴着文化
享受运动带来的喜悦
丰富了自身的业余生活
通过竞技彰显了属于公牛人的正能量



乐生活

运动会巅峰对决

流火的八月，运动会各项赛事如火如荼地开展，运动员们挥汗如雨，用尽全力、发挥技能，为自己、为团队争取每一分的成绩，每一秒的时间。有赛事就有成败，可竞技的乐趣和赛事中结下的友谊比成绩更加珍贵。



“好玩又营养”儿童营养餐DIY大赛 (营养餐照片)

8月5日，“好玩又营养”儿童营养餐DIY大赛在经过前一天的儿童营养餐培训后举办，家长陪同孩子一起动手，根据老师讲座的内容，现场挑选食材，烹饪出最具营养的餐点。孩子们穿上小围裙，下一孩子通过互动，拉能力。



夺宝奇兵游园会 II (夺宝奇兵、招募照片)

夺宝奇兵活动分为5项个人游戏和5项团队游戏，个人游戏“一心二用”、“摸石头过河”、“脚踏实地”等考验的是个人的协调能力，应变能力和拼搏精神。本次活动，将“忠信诚和，专业专注”的企业价值观融入了游戏环节。布满“高压线”和荆棘的“职场之路”，每一转都可能危机与幸运共存的“清凉大转盘”，宁以自身之躯，誓死捍卫价值观代言人的终极挑战——“价值观保卫战”等，每一个游戏环节都让员工在潜移默化中，知晓并理解企业价值理念。与游园会同时进行的还有俱乐部招募，当天，各事业部俱乐部共吸纳新会员125人，将为各俱乐部、为公司送上更多活力。



俱乐部招募日

暨8月30日，“俱乐部招募日”活动召开，来自公牛的16个俱乐部，从各个事业部聚集而来。据悉，本次俱乐部招募日活动，共吸纳新会员百余位，新鲜血液的输入，必将为各俱乐部送上更多活力。今年是俱乐部招募日的第二年，活动也已经成为各个俱乐部一年一度吸纳兴趣会员的重要渠道，为员工与各俱乐部之间的架上一座沟通的桥梁。



美术俱乐部

4月17日上午，公牛美术协会一众画匠们带上颜料，背上画板，齐聚龙山镇方家河头村。到达最终目的地，画匠们将工具准备好便开始作画，凉亭、竹子、小树、房子，画匠们各显神通，展示了公牛美术俱乐部的风采，他们用匠心打造色彩公牛！



自行车俱乐部

7月9日，单车俱乐部组织开展第二届“‘公牛杯’爬坡赛”。此次骑行比赛全程50多公里。队员们迎着朝阳，一路骑行，一路追逐青春的脚步。大家享受着岁月留给自己的快乐。必将以饱满的工作情绪、突破自我的心态，在平凡的岗位上，做出不平凡的业绩。



篮球俱乐部

篮球俱乐部筹办夏季篮球联赛，为篮球爱好者们带来为期一个月的篮球狂欢。通过抽签进行分组，冠军争夺战采用三局两胜制。最终，LED事业部光电队一路横推对手以全胜成绩获得本次联赛的冠军，宁波公牛办公联队紧随其后获得亚军，季军则由集团办公联队获得。



花样年华俱乐部

初春人间四月天，正是春游好时节。4月10日，花样年华俱乐部组织“亲，春游”主题户外交友踏青活动，与户外俱乐部同行，一起领略四明山大岚镇美好风光。花样年华俱乐部是一个给予公司青年男女一个交友与交流的平台，在这里彼此用心交流，携手花样，你的青春有我！



足球俱乐部

6月14日，公牛集团足球协会夏季联赛在五里球场拉开了帷幕。由人力资源总监郑湘洲带领的集团队和工业发展中心模塑专家彭镜齐带领的工业发展队打响首场比赛。联赛秉承“友谊第一，比赛第二”的理念，每一场比赛事都酣畅领域又不缺乏欢声笑语。

户外俱乐部

8月28日，“第三届户外竞技大赛”来自四个事业部的公牛人于凤浦岙集结出发，经过1个多小时的跋涉来到了九龙湖景区，选手们通过自己的坚强意志，最终完成了比赛。

健身俱乐部

11月25日，“悦青春”健身俱乐部举行成立仪式，同时举办了成立后第一次活动—第一届健康饮食大讲堂。活动面向所有对健身感兴趣的同事发出了诚挚的邀请，并得到大家的积极响应，会长为大家详细介绍了健身的五大好处，每一个都与自身健康息息相关。



工匠精神是全体公牛人不断学习并持续贯彻的一种精神，为此特举办了“工匠精神”征文比赛、“弘扬工匠精神 我的未来不是梦”演讲比赛以及“最美公牛人”创意大赛，系列活动的举办，使大家更深刻的认识到“工匠精神”的内涵，相信也能将工匠精神贯彻到日常工作中。

“工匠精神”演讲、征文比赛

凝匠心

生产竞技大比武

9月14日，集团与市总工会共同开展“慈溪市第十届职工技能运动会暨公牛集团第二届文化节第三届正能量运动会电源连接器装配技能大赛”，比赛场场上，各个参赛选手沉着冷静，组装产品时严肃认真，努力把自己熟练的操作技能尽情地展现出来，追求卓越和匠人精神在这里得到了生动的演绎。



我与文化节



徐子沛：每次上台都伴随着紧张、惶恐，每次下台却显得比较自然、兴奋，原来一切都并没有想象中的那么难，这就是成长，敢作敢为敢自我。

（照片）

李红伟：生命的旅途就像一场马拉松，我们要拼尽智慧、汗水向着目标奔跑，与此同时也请记得伸出你的援助之手，哪怕只是一个鼓励的眼神。

（照片）

黄良伟：文化有一种魅力，看不见，摸不着，却是每个人不能割舍的部分，公牛文化节弥漫在我们的身边，将欢乐送达。

运动有一种魔力，明明很累，却又很想参与，公牛运动会收割我们的汗水，还给我们健康。

（照片）

何贝贝：文化节就是一个公牛人自我展现，尽情发挥的舞台。洋溢青春的美好，释放青春的激情。从每位参加活动的表演者脸上飞扬的神采和观众席上的阵阵掌声和喝彩声中，让我深刻感受到公牛文化节是作为公牛人生活中不可或缺的精神食粮。

（照片）（待定）

洪洲：参加公牛文化节，看到了公牛人快乐、健康的精神面貌。有幸认识了一些匠人，他们的专业专注精神让我肃然起敬，技近乎道，指引着我不断前行。愿公牛文化节越办越好

成良平：任何值得努力的事，都应该去采取一点行动，目标是什麼不重要，目标能产生什麼样的效果才重要。

（照片）

王文：文化，是一个民族的底蕴；匠心，就是我们的精神。公牛文化节，为文化奠基，为工匠喝彩。21年，我们不曾动摇，专业专注将公牛做大做强；21年，我们砥砺奋进，中信诚和，营造企业文化！21年不算长，我们在突破中突围，创造一个又一个成功；21年不算短，不悔青春，不知满足，我们创造着未来！

（照片）

蒲灵君：何为匠心，工匠精神？文化传承，从梦的起点，到变成天使般的飞翔，每一个公牛人都做到了，文化节传播着公司的正量，像燃烧的火焰一样顽强而富于激情；像绵延不断的河流一样澎湃而富于情调，她传承的是文化的底蕴，传播的是公司永不息灭激昂斗志，让公牛匠心永驻每一个公牛人的心中。

（照片）

周春：回顾16年参加过公牛集团文化节（开、闭）幕式，每一场活动都凝聚着汗水、收获着成

长。好的表演离不开好的平台，感谢集团给予员工提供此次平台供大家展现自己。活动过程中离不开公司领导对我们的大力支持与包装，离不开组织者的精心策划，更离不开演员们台下的辛苦努力。我做为其中的一员，深深的体会到演员们的不容易，她们不怕苦不怕累，每天坚持排练，将大部分业余时间都投入到排练之中。当大家可以轻松的坐在家里看着电视、玩着游戏时，我们还在带着疲倦不停地排练节目；当大家深夜可以进入梦乡时，我们还要在脑海里回想排练所存在的问题……我坚信我们会以最好的表现回报公司。

（照片）

田良飞：

出发向未来

文化是一种象征

公牛文化象征激情，象征活力

文化更是一种包容

公牛文化包容民族传统，包容民族差异

传承向未来

文化需要传承

公牛文化传承匠心，传承专业专注的精神

专业在技能，专注于工作

文化亦需要传递

公牛文化传递诚心，传递忠信诚和的思想

忠于自我，诚与他人

（照片）



熊伟：热烈的气氛，绚丽的舞台，闪烁的灯光，热情的观众，完美的公牛文化节，将会是以后悬在我记忆里的美好！

徐彦：如果说大学的毕业是一段路的结束，那么我选择公牛就是另一段路的开始，而刚进公牛一场文化节的盛宴让我知道这段路注定不同凡响：第一次加班认真排舞；第一次浓妆艳抹的化妆；第一次全程参与一个晚会，整过程中体会到的不只是新奇精彩，还有公司对员工的深切关怀，对企业文化建设的高度重视。更感受到这样一群朝气蓬勃的公牛人，因为理念，五湖四海的聚在一起，因为目标，精诚团结的一往无前。

我有理由相信在这样一个公司这样一个团队，我的公牛路一定精彩纷呈，绚丽多彩！



爱健康

李梦琪：那年夏天，我带着期待和忐忑来到慈溪，遇到一群天南海北怀揣梦想的小伙伴。我们一起晒过观城中学七月的太阳，亲手组装转换器，体验营销一线工作，各个部门轮岗学习。从雏鹰到公牛人，我接过传承的旗帜，融入企业文化、发扬公牛精神！

徐卫：公司文化节是道菜，营养丰富，绿色健康；是个大舞台，展示自我，积极向上；是我们的梦，五彩缤纷，青春笑容；是公牛人的心，热情真挚，能量爆棚！感谢党群办一路陪伴，感恩有你！

杨红：

王明星：

刘欢欢：

闫登超：

姬新鹏：

方婷婷：



携手计划生育 孕育美好未来

“我思故我在，我辩故我在”，围绕“二孩到底要不要生”这个辩题展开的“唇枪舌战”辩论赛巅峰对决于1月4日在集团总部四楼培训室开战，慈溪市卫生和计划生育局党委委员马海娣、慈溪市卫生和计划生育局党委委员、市计生协会专职副会长黄立孟、观海卫镇社会事业副镇长阮亚君等市镇领导莅临集团观摩并指导工作开展，集团党委书记陈彩莲也应邀出席。

自辩论赛一开始，场上就弥漫起了一股浓浓的硝烟，虽然是短短四十分钟的辩论，但激烈的辩驳不时让场下响起一阵阵掌声。最终，转化器人力资源代表队荣获亚军，集团与转换器品质系统代表队摘得“唇枪舌战”桂冠，分别来自两支队伍杨金凤及冯璐则获得“最佳辩手”荣誉称号。

辩论赛结束，集团妇联及计生协还专门邀请人民医院专家就关于“备孕、怀孕、孕后专题知识”开展讲座，在传播健康生活及生育知识的同时，引导集团员工树立正确的健康生活理念，提升全体员工生活品质。

急救进企业 安全在身边

为丰富企业安全教育内容，带动员工学习应急救护知识，提高自救互救能力，5月24日，集团党群办联合集团、各事业部安全办公室组织开展了第26期健康素养工程——红十字急救员培训认证活动。培训吸引近90名员工参加，以理论和实践两部分为主展开。

观海卫镇医院的魏征老师为大家深入浅出地讲解了救护的基本知识和要领，包括判断意识、人工呼吸、胸外按压、紧急包扎、骨折固定等。教学过程中理论结合实践，魏老师用模型进行现场示教，讲解过后，还进行了理论测验。

看似简单的急救知识，实际需要我们耐心的学习、领悟。通过此次急救知识的培训与考试，大家既掌握了理论知识，又获得了亲身体验，取得了较好的预期效果，这将对员工在突发事件的紧急处理中起到良好的指导作用。人的生死只在一瞬间，在不幸和意外发生后，一个微小的救护动作，就可能把一个伤者拉出死亡的边缘。





关注营养健康 守护儿童成长

8月4日晚，第28期健康素养工程系列活动之儿童营养知识讲座在集团四楼培训室举行，于良老师与20多户公牛家庭齐聚一堂，观众中有带着家里宝贝一起参加的，也有准妈妈前来提前取经的，短短几个小时的讲座，老师带着家长与小朋友们一起畅游在营养学浩瀚的海洋。讲座期间，老师和孩子们精彩互动，引来大家极大的兴趣。

8月5日下午，集团餐饮中心迎来17组家庭，“diy，好玩又营养之儿童营养餐亲子活动”延续前一天的火热，家长和孩子们一起动手，根据前一天老师讲座的内容，现场挑选食材，烹饪出最具营养的儿童餐。

家长和孩子通过互动，拉近了彼此的距离，也增强了孩子的动手能力。儿童营养关系孩子的身心成长，社会和家庭共同呵护，孩子们健康快乐的长大，是我们一同的心愿。



合理膳食 吃出健康

8月18日，公牛集团的员工代表在慈溪市人民大会堂参加了由慈溪市科学技术协会、慈溪市健康促进与教育协会、公牛集团等组织筹办的慈溪市第五届健康促进论坛暨第29期公牛正能量健康素养工程大型科普健康讲座《科学饮食·健康生活》。

此次讲座特邀北京知名营养学教授、白求恩医学院营养研究所所长、中国营养联盟专家委员会副主任委员刘天鹏教授讲座，通过刘天鹏教授深入浅出而又丰富幽默的讲座，让大家深刻了解到科学饮食的重要性及预防并规避相关慢性病的饮食方法。

刘教授首先通过一副对联，引发大家对健康问题的重视，同时从“健康维护靠谁”来引入话题，提出“把吃出来的病再吃回去”即“合理膳食，吃出健康”的概念。紧接着，刘教授围绕“健康受什么影响”、“如何做到合理膳食”、“怎样防控心血管病、糖尿病等慢性病”等主题，展开详细解释与互动，为大家纠正了一些错误的观念并提出了合理膳食和防控慢性病在饮食方面的建议。

从“加”到“家”——集团高层家属联合会正式成立

从小家，到大家，一个个家庭的组建，才形成了公牛这个大家庭。在我们的众多职工中，有很多双职工在公牛的，也有很多家人不远万里来到慈溪为自己的家人。9月，健康素养工程第30期健康素养工程暨高层家属联谊会在集团二楼会议室召开，多位高层家属代表参加了本次会议。会议选举，一致通过由墙开供应链总监潘晓霞担任会长。会议特邀慈林医院刘院长为在座家属代表带来了家庭医疗健康相关讲座。

改善生活习惯远离疾病困扰

公牛集团党群办于10月25日特邀在三甲医院服务过22年，有丰富临床经验的肝胆外科带头人，现慈林医院的院长李启动和龙山医院院长分别到集团和墙开事业部为公牛员工带来一次体检报告解读与讲座。

作为外科经验丰富的李院长用幽默风趣的语言以及生动形象的比喻开启了《肿瘤离我们有多远，怎样生活更健康》的话题。李院长详细的解释了8条生活中可以避免的患癌危险因素，建议预防癌症从就要从改善生活习惯开始：调节饮食结构、定期体检、体育锻炼、保持良好的心态等。

慈林医院李院长和龙山医院院长都提出体检不是没病找病，查体后可以采取预防措施，纠正不良生活习惯。为了更加细致化地为公牛集团员工解读体检报告，集团党群办特安排时间为员工们进行一对一地问答与解读。



《健康零距离》首次走进公牛

12月22日，由集团党群办健康素养工程、慈溪电视台以及慈溪卫生所共同举办的《健康零距离》急救知识专题讲座在墙开事业部培训室成功举行。

本次活动邀请了慈溪市人民医院骨科副主任医师陆忠辉、慈溪市急救站主治医师宋贾玲作为主讲嘉宾，活动还吸引了来自各事业部的100多名员工前来参加。本次34期健康素养工程携手慈溪电视台《健康零距离》栏目，将为大家带来更优质的健康知识体验。现场专家分享了很多急救相关知识并让观众志愿上台，专家为大家现场演示正确、规范的操作。专家不仅仅为大家讲解相关知识，还通过示范、演示、提问的方式让大家更深刻的理解和运用这些急救方法，使大家真真切切的学会了日常急救知识。

《健康零距离》专题知识讲座成功展现了公牛集团以“健康、爱心”为品牌的文化形象，使公牛文化深入人心。



《和谐家庭 快乐人生》讲座温馨开讲！

12月8日,集团健康素养工程特邀北京知名教育专家刘子维老师在墙开行政楼一楼会议室开展主题为《和谐家庭 快乐人生》的家庭关系讲座，讲座吸引了来自各个部门、党支部及俱乐部的近百人参加，集团党群办书记陈彩莲出席讲座并致辞。

家庭是个人成长成熟的摇篮,和谐的家庭不仅关系个人的幸福,而且关系着整个社会的稳定与发展。刘子维老师多年来一直从事亲子关系、家庭关系的研究，是国家注册二级心理咨询师。讲座中，刘子维老师跟大家分享了家庭中应该如何相处可以关系和睦并且快乐自己。比如在男女朋友相处中，要注意女孩偏感性、男孩偏理性的特点；家庭中还要注意倾听的重要性，倾听中要给予对方反馈、肯定和提问等，刘子维老师的演讲充满激情，极具感染力，与听众产生强烈的共鸣。讲座最后大家还就自己的疑惑咨询刘老师，并得到切实的回复。

讲座气氛活跃，大家学到了很多与家庭成员相处的方法和技巧，相信不仅他们的家庭关系会更加和睦，同时公牛大家庭的也因此更加和谐、幸福。



让爱回家

公牛集团第四届“候鸟之家”

7月18日—8月12日，第四届“候鸟之家”活动召开，166名小候鸟，13名优秀的武汉大学志愿者，在镇东幼儿园历时一个月，进行小班化管理，学习音乐、美术、舞蹈，也将安全理念以“小课堂 大学问”的方式深入小候鸟心中，全方面得培养他们。



音乐、美术、舞蹈，安全教育、眼保健操教学、电影赏析、宇宙奥秘探索、成语故事分享、汉字文化学习……专业的艺术家的兴趣课程，伴随小候鸟度过一个快乐、开心且有意义的暑假。

（上课照片）

“候鸟之家”在开班期间也受到了社会各界的关注，慈溪市关工委、观海卫镇工会、妇联、团委及关工委的领导在看望慰问他们带来教材教具、学习用品等多方面的支持。

（社会关爱照片）

，观海卫派出所师桥警务室的两位警官走进了我们“候鸟之家”的课堂，为小候鸟们带来了一场别开生面的法制教育课。小候鸟讲述自己当警察的经历开场，吸引了在场所有小候鸟的注意，当问到有没有人想长大以后当警察时，好多小候鸟都举起了手。

（法制教育照片）

上午，小候鸟们外出参观观海卫镇消防大队。消防大队刘学林中队长先带领小朋友们集中学习了火灾消防安全基础知识，讲解了家庭防火、公共场所防火、野外用火安全、电动车安全、夏季防火等知识，并现场演示了灭火器的使用方法和逃生自救技巧。随后，刘中队长带领小朋友们参观了消防大队的消防车辆和器材，并讲解了各种消防车辆的用途和结构。最后，刘中队长还带领小朋友们进行了消防疏散演练，小朋友们反应迅速，秩序井然。通过这次参观，小朋友们不仅增长了消防知识，还体验了消防工作的艰辛和危险，纷纷表示以后要做一个防火小能手，保护好自己的家和大家的安全。

（消防队参观照片）

小候鸟前往慈东老年公寓，陪伴那里的爷爷奶奶，给爷爷奶奶们唱歌，陪他们聊天，给他们捶背捶腿，进行义务劳动等。小朋友们还和爷爷奶奶们一起包饺子、做手工，度过了一个愉快的下午。通过这次活动，小朋友们不仅学会了尊老爱幼的传统美德，还体会到了爷爷奶奶们的辛苦和不易，纷纷表示以后要多关心老人，多帮他们做家务，做一个懂事的好孩子。

（小候鸟走进慈东敬老院）

“公牛家庭日”亲子训练营活动在沈师桥大酒店望海厅举行，多样有趣的道具，乒乓球、小皮球、脸盆、透明胶布等激发了孩子们的参与热情，现场游戏丰富，欢声笑语不断。家长们也积极参与其中，和孩子一起玩游戏、做手工，增进了亲子关系。通过这次活动，小朋友们不仅锻炼了身体，还学会了团队合作和分享，家长们也感受到了亲子陪伴的重要性，纷纷表示以后要多抽出时间陪伴孩子，多参加一些亲子活动，让孩子在快乐中成长。

（亲子情照片）

让“爱”回“家”第四届“候鸟之家”结业典礼随着小候鸟们的文艺汇演再次掀起高潮，也在《公牛之歌》的旋律和孩子们的歌声中缓缓落幕。

（闭幕式照片）

爱团聚

候鸟是随着季节而迁徙的鸟类，
由北往南，
由南往北，
周而复始……
在公牛集团里，
也有这么一群小候鸟，
他们夏天来到爸妈身边，
来到了公牛这个家。

武大人来啦！



13名武汉大学志愿者，满怀爱心不远千里，他们用心呵护公牛小候鸟，签到、上课、用餐、睡觉，陪伴他们度过开心且有意义的暑期时光。





爱相遇

爱在公牛

总有些身边的故事感动着我们，总有一种莫名的情感在驱动着我们不断前行，前方充满挑战与机遇，我们携手同行，一起开创属于我们的“小确幸”。安居乐业情，幸福公牛行，爱在公牛，温暖你我，希望在公牛，你我能够遇到命中注定的那个他（她），祝福公牛所有的有情人终成眷属。

爱，因为在心间

马娜 2013届雏鹰 数码事业部 产品策划部工业设计师	陈玉龙 2012届雏鹰 墙开事业部 结构研发部结构工程师
---	--

当我在羽毛球场结识这对热恋中的公牛情侣之时，被他们脸上灿烂的笑容所深深吸引，当然这并不是来自单身狗的羡慕嫉妒恨，而是他们的乐观与开朗正感染着身边的每一个人。一个热情奔放，一个沉稳内敛，偶尔小闷骚，这样的画面，让我觉得有必要拿起纸笔，细细来讲讲他们的爱情故事。

爱，驱散心底的迷雾

2013年，作为新一届的雏鹰，她开始了期盼已久的公牛行。当然，最初她过的可并不怎么幸福！从学校到职场的转变，让女孩开始有些吃不消，工作的压力以及周遭工作环境的压抑，更让她有些无所适从。就这样，她从原本大学里活泼开朗、“张牙舞爪”的少女，开始变得沉默寡言、情绪低落。“那个时候，工作中难免会遇到很多压力，时常烦躁不安，而且烦恼诉说无门”。然而缘分总是妙不可言，在你最需要的时候，说不定他就在你转角的地方手捧百合微笑等候。

在来到公牛近一年多后，一次偶然的的机会，在墙开的羽毛球场上，他们的爱情故事开始悄然上演。在那里，她认识了当时羽毛球协会的副会长陈玉龙，从此也便有了光明正大的约会理由：以球会友。扯不清，理还乱，尽管当时他们对外都宣称：我们只是混双搭档。但不可否认的是甜蜜正悄然而至。于是乎，副会长开始打着教球的幌子，各种暗送秋波，而她每天下班也习惯了来往于办公室、球场和宿舍之间，“运动真心有助于调节心情，给消极的情绪提供一个很好的‘发泄’平台，一场球赛，满身汗水，让人放松，让人舒心。而运动渐渐成为一种习惯，一种爱好，最关键的是有人教你”；他就像阳光一样，照进女孩儿的心里，帮她度过了最困难的时期，这种温暖有春光烂漫，也有夏日猛烈，又如秋日般和煦，更胜过冬日的惊喜，正是这样的温暖陪女孩度过一个又一

个春夏秋冬，让她变得更加自信、坚强。因为经常一起出没参加羽毛球混双比赛，他们变得更加默契。由于个人赛两人总是获得亚军，他们被队友们戏称为“千年老二CP”。就这样一起在球场挥洒汗水，一起分享生活、工作中的苦与乐，相互鼓励、扶持、成长，从未停止。

爱，补充能量的巧克力

女孩是一名工业设计师，而男孩是一名结构工程师，“工作流程上，他就是我的下一道岗位，是他把我们的设计变成了商品，走到万户千家，心里对结构工程师这个岗位多了些仰慕”，“很多工作上的事情，想不通，他就一遍又一遍的讲解、分析，帮我解决困惑，他很安静却不失风趣，他不爱说话却很有耐心，无论是工作还是生活中”。她总是大笑姑婆般地说起他，“平常的时候，他总能时不时给她讲一些材料的性能、创意产品的可行性、3D建模的一些思路、模具知识”，女孩总说他鸡婆却又很认真的听他讲完。而男孩，作为2012届雏鹰，凭借着工作上的突出表现，顺利的脱颖而出，成为第一届唯一晋升成技术培训生的雏鹰。

他们因公牛而相识，也因公牛而相知相爱，在这里他们寻找到了自己的价值。在这里，他们所有雏鹰一样，做一块海绵不断的学习做人做事的道理。每每取得工作上一点点的进步，他们都骄傲的与对方分享，互相激励鼓舞，在公牛努力开创着一片属于自己的小天地。

爱，每天的吵吵闹闹



现在，他们一个在数码事业部，一个在墙开事业部，都说距离产生美，一点也不假。每逢周末时刻他们集聚自个租的公寓楼，约上几个小伙伴，一起烹饪，一起看电视剧，一起吐槽着同一个损友……采访中，我就已经被他们温馨甜蜜的气息所感动，

尽管在我短短采访的三个小时里，他们互相拌嘴了几百次吧，总是关于谁做饭，谁洗碗，谁最近获得了什么小幸运。在彼此拌嘴的间，他们眼神似乎都没有离开过彼此。“他真的脾气很好，对我包容很多” “她真的很大大咧咧，口没遮拦”，他们熟悉并且包容着对方节奏和习惯，互相彼此认可成自己获得成功不可或缺的部分。

一个北方的女孩，一个南方的男孩，在这座小城享受着舒心的阳光，仰望着明天的星光，浪漫着专属于自己的小清新。“我喜欢现在这种舒心的状态，公司福利一直不断改善，领导对自己工作有一定认可，同事之间互帮互助相处也很融洽。在这，充实、踏实、开心”，像许多平凡的情侣一样，他们彼此拌嘴，彼此“嫌弃”，彼此温暖。现在他们仍然是球场上的好搭档，生活中的好“朋友”，工作上的好伙伴，就这样，结伴而行，默默守护，简单亦快乐。

精益爱情

阳广芳
数码事业部
生产管理部计划助理

曾繁金 2013届雏鹰
墙开事业部
精益管理部物流课长

每天午餐，在去食堂的路上我总能遇到他们形影不离的身影，脸上灿烂的笑容如冬日里的阳光般温暖。某次偶然机会，我和他们一起坐在食堂的饭桌前聊起了他们的故事。都说精益生产最基本的思想用一句话概括，即：Just in time（JIT），翻译成中文便是“旨在需要的时候，按需要的量，生产所需要的产品”，如果把这种思想运用在总结爱情上，想必该是说：在我最需要你时候，你要按时出现。而现在，他们正在努力出现在彼此最需要的地方，在公牛努力地经营着专属他们的“精益爱情”。

她

都说大学里有多少片的梧桐叶落，就有多少浪漫的故事发生过，他们的爱情就发生在神秘的象牙塔里。2009年一次朋友的生日聚会上，他们相识了，并在2011年的秋天相爱了，至今也已经五年光景。在青涩的年纪里，他们一起骑着自行车，一起唱情歌，一起郊游。然而在毕业的路口，他们也和大部分大学生情侣一样，不得不面临毕业即分开的尴尬局面。她选择了留在老家，成为了一名中学的英语老师，而他则作为2013年新一届的雏鹰来到了公牛。自此，他们一个在浙江，一个在湖南，开始了漫长的思念。

“那个时候，真的对她真的挺愧疚的，一个人上班，没有人照顾她”，“其实那段时间，我也经常抱怨，他不在身边，所以我就老发脾气，但是他总是无



条件、无原则的包容我，尽管他平时是一个很有原则的人”。今年7月，爱最终战胜了距离，她做了一个“蓄谋已久”的决定，她放弃了轻松的工作环境，毅然来到了公牛，从一名老师变成了一名计划助理，但她丝毫不畏惧一切从头开始。为了弥补她，他总是对他百般迁就，“他真的脾气太好了，老是惯着我，所以我现在脾气越来越大了”，她笑哈哈的说着眼中的他。当然刚开始工作很不顺利，毕竟陌生的工作环境与内容，她从头开始学习数码的材料、包装、生产等等，“压力大的时候，我真的挺后悔的，想想之前很轻松的环境。但是平常又觉得自己挺幸福的，挺有生活的感觉，现在我需要他的时候，他就能及时出现在我身边，这让我无比欣慰”。

他

2013年，他作为新一届的雏鹰，入职公牛集团。为了谋求更好的发展，向别人证明自己，他工作一直很努力，也很勤奋。2014年，他获得首届“公牛好青年”称号，从雏鹰成功竞选成为车间副主任，一年之后，他又成功内聘成为物流课长，“每一次，我的工作对我来说都是从头开始，遇到很多棘手的问题，也有很多烦恼的时候，她总是在远方鼓励我，真的给予了我很多力量和坚持下去的魄力，每次我都在想：我不能让她失望!”，身上的压力与责任也让他变得更

加强大。在他的眼中，她是一个善良，乐观的女孩，外表坚强，内心脆弱，“以前，我不相信世间有真爱，但现在发现只要你相信有真爱，那就一定会有相爱，她就是我的真爱”，“现在她为我放弃了工作，来到慈溪！其实我想说，如果某一天，需要我做出同样的牺牲，我也一定不会犹豫”。也许这就是爱情吧，彼此都有魄力能为对方做出牺牲。



集团战略企划中心 黄良伟

他们三

现在，他们有了自己的小孩，当我问他们：你们如何评价现在的生活与爱情时，他们不约而同的选择了“平淡归真”这个词。“恋爱的时候，她专看电视不理你，我就会了很生气，可现在不一样了，你会觉得这很正常，也许生活就应该这样，越平凡越平淡就会越真实”，现在她每天出现在他眼前，每天彼此分享着身边的故事，他们正努力经营着自己的精益爱情。

一封来自员工家属的情书

我的太阳先生是名销售人员

农历七月初七。

想来还是用这种最传统，最原始的方式最能表达我此时的心意。

此时的我能想到最浪漫的事就是和你一起慢慢变老。

——题记

2012年5月11日，我新教师培训的最后一天，第一次收到你来自江苏淮安的短信，内容：你好，我叫陆勇华，在“公牛”公司上班，是从事销售工作的。缘分就此生根，发芽。

2013年12月25日，我们领了结婚证。那天，我俩萌萌地穿了红色的大嘴猴抓绒情侣衫，结果照片拍起来好胖，呵呵~第二天，你赶回南京上班。没有度假，没有蜜月。

2014年1月18日，我们摆了结婚喜酒。第二天你陪我回了娘家。第三天为了工作，明明已经放春节假期的你再次赶赴工作地点。我一个人在家过寒假。

2014年10月22日，我们的宝贝降临。临盆早上你从杭州赶到医院。第四天，你去四川出差，而我因为宝宝黄疸住院，根本顾不得月子里的各种禁忌，每天来回医院和家里。30天后，你回来抱着孩子惊喜地发现：孩子已经会对着你笑了。

2015年5月2日，你离开家然后出差去广东、海南，58天后回家。此时，女儿会认人了，你在家的几天里只要你一抱，她就哭。但是你还是尽力逗她笑。

2015年8月份，你连续两次出差福建，历时近20天。我带着女儿在妈妈家过了两个月的暑假，哪

儿也没去.....

孩子最亲的爸爸是一名销售人员！坦白讲，自我认识陆先生开始，身边就要各种劝诫的声音：假若你找了一个做销售的男人做男朋友或丈夫，那意味着你不可能谈一场正常的恋爱，他没有时间陪你看电影，没有时间陪你逛街。在你遇到困难，甚至危险的时候，他永远不会在你身边，而你却要为此付出太多，任劳任怨。

这其中的酸楚我是深有体会的。印象中在一起3年多就一起看了三次电影，想得起来的一次《泰囧》，一次《速度与激情》，更别提像模像样的逛街了。孕早期有一次危险的见红，他也还是远在南京，是几个同事半夜送我到的医院。孩子四个多月的时候，我就带着我妈和孩子回学校上班了，当时的我要上课，要备课，要批作业，要喂奶，我抱孩子，要起夜很多次，要出差，要开会.....

说一点不抱怨，那是假的。幸亏，做销售的同志心理素质都超级好，“任我东西南北风，他始终千磨万击还坚劲”！无论我发多大的脾气，他从来不对我生气，对我大声说话。他说：“输了你，我赢了世界又如何？”

说一点不羡慕别人，那也是假的。幸亏，做销售的哥们口才那是极好的。每次我带情绪跟他说别人的种种好时，他总是三言两语把我逗乐，然后再用一句话把我收拾得服服贴贴：“你安排安排，你出人，我出钱！”其实哪能呢？你一个星期最多休息一天，我能安排到哪里去呢？但也正是每周这一天的单休，我整个孕期的每一次体检都有你的陪伴。幸福满满，感动满满。其实，爱情里不就是这样吗？“只愿得一人心，便可白首不相离”。

说一点不辛苦，那还是假的。新上手的科室工作，学校繁重的工作压力，孩子的吃喝拉撒，加上我要强的性格逼迫我比别人工作更多，工作更久。因为宝宝没有断奶，又不吃奶粉，一学期下来，已记不得多少次带着几个月的宝宝出门开会，下村家访.....所有的坚持，只因为我心疼——心疼我最爱的老公，孩子最亲的爸爸是一名销售人员！

销售人员，这个无固定工作时间，无固定工作地点，无固定工作对象的“三无”人员。一开始我是无法理解的。每天早晚雷打不动的拍照定位，紧接着走访市场五金店，检查广告牌是否达标，接洽经销商，学区活动，联系广告商.....一天三顿快餐不说，无论刮风下雨，还是烈日炎炎，全天候几乎都是在室外工作。晚上很多时候做表还都得到后半夜。所以，每当我一肚子的委屈准备在电话里向他倾诉的时候，听到他疲惫的声音，怎忍心再添乱？每当我一身的火气准备向他抱怨的时候，视频里看到他晒脱皮分层的皮肤时，又怎忍心再伤害。

3年3个月又9天，一路以来，我渐渐开始明白“销售”对于你来说不仅仅是一份养家糊口的工作，而是一种对生活的态度。忙忙碌碌中，它让你更加阳光自信；兜兜转转中，它让你更加勤奋上进；磕磕绊绊中，它让你坚强勇敢；风风雨雨中，它让你更加踏实担当；日日夜夜中，它让你更加成长进步.....

1196天，感恩我最爱的老公，孩子最亲的爸爸是一名销售人员！

28704个小时，感恩命运让我们相遇、相知、相守。

最后，为了应景，以秦观的《鹊桥仙》结尾：

纤云弄巧，飞星传恨，银汉迢迢暗渡。

金风玉露一相逢，便胜却人间无数。

柔情似水，佳期如梦，忍顾鹊桥归路。

两情若是长久时，又岂在朝朝暮暮。

员工家属 Miss 童

我们是公牛雏鹰

从此，山不在高

雏隼问道拓甬中，
鹰翔炼翅上苍穹。
追求卓越铸匠心，
梦舞蓝图去浮踪。

——献给公牛所有雏鹰

世界著名摇滚音乐家约翰·列侬说：“如果你不能改变自己，你就改变世界；如果你不能改变世界，你就改变自己。”对于我们大多数人来说，改变世界都是遥不可及，但是，改变自己，每个人都可以做到，只有自身变得强大了，你才能拥有展翅高飞的资本，才能铸就心中所期许的梦！2016已成为过去，2017已悄然而至，回想2011年3月下车的那一刻，我已经在公牛工作了5年了。经历这五年时间，仿佛自己读了一次研，也一直在寻找自己的位置与方向，经历了从最初的工业设计到工程技术到目前的自动化开发3个部门，在这探索的过程中，身心、认识和技能方面都得到了质的提升，当然也找到了自己的定位。

2011年我在工业设计专业，在工业设计的日子，让我深刻的体会到公牛的每一款产品都是融入了设计师的思想与灵魂，产品的每一个细节和功能都是充分考虑使用者体验和感受而存在。但是，我是一个理性主义者，那些“摸不到”的美感与我无缘，所以，我换专业了。2012年我在工程技术专业，在这里我接触到的是实实在在的生产，学到了基础生产知识与设备维修技能，这也为我之后进入自动化部积累必备的专业技能与思想认识。2012年由于表象良好，我有幸顺利到新开设的自动化专业学习，自动化项目的开发是一个非常

严谨的构思与实践过程，这个过程让我明白持之以恒、精益求精对一个人，对一个项目，对一个公司的重要性，专业专注精神是每一个技术工作者最基本的、也是最宝贵的精神品质与力量源泉。

公牛集团于我而言就像是一所大学，是他让我明白路漫漫其修远兮，吾将上下而求索的真谛，不要刻意的去苛求什么，只有不断的学习，我们才能够让自己变得更强，而学习的内容在于点点滴滴，所有你走过的路，做过的事，结识过的人都将成为你获得幸福的资本。最后，引用一句话，永远不要去追一匹马，用心种好你的草地，马自然会来。因为你的能力要比你的欲望大，才可以有好的生活。

2011届 张应龙

2011-2017，六年。

六年经历第一份工作，第一位领导，第一次升职，第一个IF...太多初次。

但说到成长，我最想说的其实只是我在公司待了六年。我也很开心，六年过后我依然保有“紧张”“焦虑”“恐慌”“羡慕”等等一系列看似负面的情绪。

我记得我在一个节目上看到主持人问选手关于紧张的问题；他回答说，紧张表示他很重视。我喜欢他的回答（但我保证这不是他的原话），也赞同这是一项很重要的能力。

六年，在公司与领导的培养下，从11届的小雏鹰到主力设计师，收获了，成长了，对所属领域业务也渐渐变的了然于胸，但最最希望的还是自己不要丧失刚进公司时“认真对待一件事”的能力；保有“紧张”“困惑”等美好的感觉（奋发向上的动力）；敬畏每一件事和人，敬事如仪。

致谢蓬勃向上的公牛！

2011届雏鹰 周飞龙

大家好，我是审计监察部的张松法，来自江苏盐城，是公牛2011届的储干。时光飞驰，我来公牛转眼已度过了六个年头。六年的工作实践，使我收获了很多，也使我体会到了公司领导和同事们的热情和关心，体会到了公牛大家庭的温暖。

或许因为工作性质的缘故，我在公牛一直做着“得罪人”、“挑刺”的事。也正是这份工作让我接触到了许多“新人”甚至“老人”无需操心的事，感受到了管理对工作的帮助和意义，也更加的理解了工作目标和目的的重要性。审计监察部门的监督与评价工作不是简单的动动嘴皮或手就行了，而是要时刻尊重客观事实，坚持工作原则，要保密、讲诚信，保持必要的谨慎性；同时也要不断运用自己的专业特长帮助和服务于公司和被审计部门。

在公牛做审计，我感觉很开心、也很幸运。我见证了公牛这六年来的改变和成长，也感受到了自己的进步和提升。感谢公牛、感谢领导、感谢同事，也感谢家人的支持自己的努力。

2011届雏鹰 张松法

从2012年7月满怀激情的离开大学校园一直到现在，我已在公牛集团度过了四年多的

时光。人的一生中有许多个四年，而我却把自己最宝贵、最富有激情的四年给了公牛。回顾那一千五百多个日日夜夜，回顾那些独自拼搏的日子，我的内心始终都有一股前进的力量在支撑着我。作为公司的“老员工”，我见证了数码精品、公牛光电从无到有，见证了公牛插座保持绝对领先不动摇的地位，同时也见证了公牛墙壁开关连续8年50%的增长率，2016年也保持着行业的绝对领先。

我是以12届雏鹰的身份进入公牛的，从最开始的研发到物流，再到采购，我更换了好几个部门。通过在这几个部门的学习，我对公司的业务运作也有了更深的了解，我本人也从中学到了很多。我在公牛可以有如此快速的成长，离不开许多人的帮助，其中不得不提到的就是我刚到研发部门时的研发总监。至今我仍旧清晰的记得他对我说过的一句话：公牛有很多部门，有很多岗位，每个岗位都可以发挥你自己的价值，但是最重要的是你要选择自己喜欢的工作！可是当时的我并不理解这句话的含义，我也不清楚自己究竟喜欢什么样的工作。所以我想要寻找一个答案，想要知道自己究竟适合做什么。于是在2014年3月份的时候，我拒绝了领导的挽留离开了研发部，去了驻外物流。当时的驻外物流陕西地区就只有我一个人，离开了熟悉的工作、生活环境，离开了朝夕相处的同事好友，短时间内我的心情十分低落。但是我并没有因此颓废，就像我在一本书中看到的一句话一样：一个不会游泳的人，老是换泳池也是解决不了问题的。很快我调整好了自己的状态。我开始给自己制定一些目标，从准时汇报做起，做做好每一份PPT做起，从做好部门KPI考核做起。就这样一步一个脚印，使得我在2014年下半年以后综合测评总是排在前三名，在调出去的14个物流专员中，我也是唯一一个升职加薪的。我的坚持和努力让我看到了希望，也让我越来越坚定自己当初的选择。2015年10月份，在部门缺人手的情况下，物流部门的领导选择第一个将我调回，这对于当时的我来说是一份极大的肯定和激励。后来我又被调到了采购部，从开始的办公用品做起，到现在主导推进大的项目。我在采购部学到了很多在其他部门学不到的东西，在与人和为人处事方面能力也大大提升。四年半的时间里，我更换了三个部门，不管在哪个部门，我都在尽自己最大的努力去学习，去和公司一同成长，去为公司的成长做出自己的贡献。我一直很庆幸大学毕业时自己毅然决然地选择了公牛，也感激公牛选择了我，并给了我不断成长的机会，使得我一直保持着工作的激情和动力。

2012届雏鹰 马凌

时光飞逝，转眼之间踏上宁波公牛的的工作岗位已近五年了。也见证了宁波公牛从行业前十跃居到行业绝对第一的成长历程，五年间有工作的艰辛与压力，也有收获的喜悦和欣慰，有求索的痛苦，也有成长的快乐，也庆幸自己能来到公牛这样温暖的大集体，感谢领导的关心、同事的一路帮助与悉心教导。

总而言之，工作依然，感恩常在，相信我们始终抱着积极向上的态度，热爱工作，保持谦逊的心态，沉下心来，一路走来，一路规划，定能在公牛实现自己的梦想。

2012届 陈玉龙

彼时花未开，含苞待雨露；倏忽三五载，芳香有时迟。

还记得2013年的夏天，晚风不凉、酷日不歇，刚刚走出校园的我们满怀着不输骄阳的热情和初出茅庐的无畏，雄赳赳气昂昂的走进了公牛的大门，面对各项挑战勇往直前，心中没有畏惧的猛虎，脚下没有难登的征途……

不觉中，很多伙伴渐渐离开，也许还未曾共吃一餐饭、共饮一杯酒，转瞬已天涯，江湖路

迥……然而，这并不是遗憾亦不是错误，一位前辈曾言“经历即是财富”，我深以为然。三千殊途抉择在心，只要那颗拼搏的心还跳动着无悔的旋律便是对这青春最好的交代。

公牛便是我的选择，坚定又无悔。我见证了它的转变，它更磨砺了我的成长。也许我不是万花丛中最灿烂的一朵，那又怎样，我仍会悄然绽放。争奇斗艳不是所有花朵的梦想，无声成长却是所有花儿的倔强，坚守我的倔强，释放我的芬芳，公牛这片缤纷花海有我，也有你……

2013届雏鹰 杨金凤

再回首恍然如梦,再回首我心依旧,转眼间,公牛之行已三年有余.再回首,酸甜苦辣各有滋味.回想初到公牛,我们五湖四海聚在一起,生活忙碌而充实,工作紧张而刺激,时光荏苒,带走了彼此的稚气和娇嫩,四年的时间,我们已是公司的骨干,曾经的伙伴有去有留,但一起走过的岁月定是不会忘记。

还记得炎热的六月，我们满怀热情，整理行囊，当下定决心要在公牛这片热土挥洒自己智慧和才华的时候，你发现，室友孤立你、同事排挤你、领导忽略你，让你一度陷入孤独和凄凉，但你可曾想过如果真苦，你哪有时间喊累；如果真惨，你哪有时间觉得丢脸，因为承受的还不够多，所以你才有时间抱怨。金蚕总会脱壳，然而每一次脱壳都是一次成熟的蜕变，时光洗刷，任何的过去留下的都应该是美好。眼下我们很幸运，因为还年轻。青春就是那么回事，瞎折腾、乱碰壁、吃过苦、有幸福，折腾累了才发现自己转了一个大圈又回到原地，可是不转这个圈，我们或许连原地在哪都不知道。

累了就休息休息，但是不能丢了斗志。做一个有梦的人。

2013届雏鹰 马娜

2014年7月4日我来到了公牛集团，开始了自己的职业生涯。战略企划中心运营管理部运营管理专员，是我毕业以来的首个岗位，对部门的高大上形象和个人的高绩效导向让我对这份工作充满期待，快速学习成长以承接工作要求，同时也谨小慎微地希望把工作做到更好。通过承接15年集团经营规划编制、增值项目结案、决议事项管理等，快速的了解到公司整体概况和部门工作内容，随后的项目管理、会议管理、决议管理、工作管理等也逐步形成新的工作思路和方式。2015年，基于这个岗位接触到了许多中高层管理的理念和工作项目，对公司有了较为全面的认识，也更迫切的希望能在具体业务模块有所作为。

2015年底，欣闻墙开事业部推行驻厂代表模式，于是踊跃报名参与竞聘并荣幸入选。经过3个月的品质、计划、采购、精益等模块集中培训，2016年4月11日正式派驻五金供应商恒俊。在恒俊的驻厂帮扶工作中，首次了解到公司供应商实际状况，也发现有着很大的改善空间和机会。通过与供应商及其管理人员的方案交流和工作协同，循着由浅入深、由点及面、各个击破的改善思路，逐步对供应商的车间布局、检验标准/表单/流程梳理、仓库收发料及存货管理、冲压/装配/自动化生产改善、工序优化、设备导入、产能爬坡等进行了全面改善。既给供应商带来了整体管理提升以承接公牛的高要求和高增速，也为公司来料的品质、交期、成本、服务带来了切实效益。

在公牛，我一直在学习，一直在成长。

2014届雏鹰 汪有勇

刚刚踏入公牛那一刻，激动又有点紧张的站在大门口的那一幕现在依然记忆犹新。

时间荏苒，已在公牛度过了一年零五个月，我常常回忆自己，也常常幻想未来，走进公牛的日子里，作为一名公牛人，我由衷的感到骄傲，感到欣慰。公牛的成长也是我们每一个员工的成长，在共同的努力中，公司向前发展的每一个脚印都记录着我们的脚步和共同走过的路。其间经历过风雨、经历过辛酸，有也过快乐，也有过自信与彷徨，在这里让我体会到了工作的乐趣和集体存在的意义，也让我从中受益菲浅，感触颇多。

我相信一切辉煌都只属于昨天，只有把握今天，才能创造出公牛明天更强劲的发展。我一直记着这样一句话愿与君共勉：“如果你是一缕阳光，你是否照亮了一片黑暗？如果你是一滴水，你是否滋润了一寸

土地？如果你是一颗最小的‘螺丝钉’，你是否永远的坚守岗位？”

2015届雏鹰 闫登超

从刚刚入职到转正，在雏鹰计划的培养下，我学到了许多在学校学不到的东西。本以为大学毕业之后就彻底告别了军训，雏鹰计划的第一课——军训让我们措手不及。烈日炎炎下，我们小伙伴一起踢正步、练习搏击操，不仅使我们成功破冰，更体会到了对规章制度服从的重要性。接下来的生产实习、销售实习让我们在熟悉公司产品及运作模式的同时，完成了从学生到职业人的转变。部门实习是我们转正前的最后一课，自己专业技能的提升在这里得到了实现。回顾整个过程，厚积薄发这四个字是我最大的收获，不断积累，勤学好问，相信在公牛这个平台上，我会不断成长。

2016届雏鹰 苏彩虹

2016年7月4日，对于2016届雏鹰是一个特殊的日子。来自五湖四海的兄弟姐妹，相聚公牛，开启一段振奋人心的历程。五月时光飞逝，2016年12月15日，我们走完了计划的最后一步，成为一名正真的公牛人。

这5个月中，了解了公牛人对于品质的追求，精益求精不再是简单的口号。人力资源安排讲师讲解QCC，让我们对于品质改善有了更加深入的了解。部门的轮岗使得对于公牛物料供应链有了基本的了解，同时对于日后公司实现价值流有了基础。课题研究的不断努力，导师的尽力辅导，领导的全意点评，让我们成为公牛了向前迈了一大步。但是由于后期没有相对应的资源及时间，没有将课题落地，让我们有些许遗憾。9月22日进入部门后，让我们有了大展身手的机会，相应部门会安排导师辅导我们的日常工作，让我们最快的提升业务能力。但也希望人力资源相对应的HRBP更加关注进入各个部门的雏鹰。

最后，感谢公牛集团提供如此平台让我们展现自己，感谢人力资源的一路陪伴和付出，也感谢各届雏鹰的帮助。

2016届雏鹰 虞超迪

2016成为了过去，也变成了我人生中美好的记忆，这一年，我们经历了太多，毕业时的欢喜，分别时的感动，离家时的不舍，工作时的兴奋。

2016年7月是我们人生中重大的转折点，来自五湖四海的兄弟姐妹，怀抱梦想，相聚公牛，从签下合同的一刹那，我们已成为公牛的一份子。雏鹰计划，对我们角色的转变有很大的帮助，军训、培训、生产实习、营销实习、部门实习，不同的阶段我们有着不同的收获。军训，让我们彼此不熟悉的人很快的融入到一起，一起享受炎炎烈日，一起享受在狂风暴雨中的20公里拉练，挑战的过程，收获不一样的自己；培训让我们更好的了解公司文化，了解今后工作的环境；生产实习让我们了解产品的生产过程、制造工艺，营销实习让我们了解市场、了解销售渠道；部门实习是温馨的体验，职场上的菜鸟也受到了不少的帮助。整个过程是一个积累的过程，也是一个磨练的过程，在这过程中慢慢的明确自己的角色，慢慢的去适应、了解职业人必备的素质。总而言之，就是两句话：1、明白自己缺什么；2、撸起袖子就是干。

2016届雏鹰 鲍康

行走在印度

在南亚大陆上有这么一个神奇的国家，它和中国一样，是四大文明古国之一。在中国古典名著《西游记》中提及到的西天，就是这个佛教发源地——天竺(印度)。以前从电影里面了解到印度最具特色的印度舞，不禁让人对这个充满无限可能的文明古国产生了无限遐想。然而当你真正踏上印度国土时，却让人感慨颇多。

印度之出行篇

说到印度的出行，我只能用颇具特色来形容了。电影里面常常看到的一个画面是买着车顶票，坐在火车顶上，享受沿途风景。现实中是否有车顶票，我不大清楚，然而我们每天坐火车奔赴市场时所经历的画面却是这样子的：站台上面站满了人，拥挤而嘈杂，磕磕碰碰，甚至你需要踮起脚尖，因为根本不会有站立的地方。此时此刻我感觉是不是全国的印度人都聚集在了这里。

列车缓缓驶来，事实就是你看不到车顶有人，可是你会发现火车竟然没有门，而且在门边还爬满了人，你甚至会担心，会不会有人没抓稳而从火车上掉下来。还未等火车完全停下来时，挂在门旁边的人就开始争先恐后地往下跳，站台上的人也开始拼尽全身的力气往上挤，等你缓过神来时，却发现自己已经上火车了，至于是怎么上来的，我想应该只有可能是被英勇无敌的印度国民推进来的吧！节奏缓慢懒散印度人也只有在这个时候才会如此卖命了。

站在火车上的你，面部已经被挤压的完全扭曲，歪着的身体怎么也没法伸直，因为完全没有空间给你去切换站立姿势。扶手就更加用不到了，因为有这么多的前胸后背紧紧相贴，你根本不用担心会跌倒。酷热的天气，汗流浹背，充满印度人独有味道车厢内，你会时不时感觉有一股暖风吹来，抬头才发现，长满铁锈的风扇在缓缓转动，嘎吱作响。此时此刻你的内心可能会在呼唤：说好的坐在车顶看风景呢？！



下火车时，就延续了你上火车是所看到的场景。至于自己怎么下来的，那又是得力于勇敢的印度民众把你推下去了。

印度的另一个颇具特色的交通工具是突突车，也就是我们国内说的摩的小三轮。一个摩的车头，拉着一个小车厢，一条小小的座椅，大约可以坐三个人，一块雨布耷拉在头顶，就构成了这辆简便小三轮。雨季的时候每每倾盆大雨，司机就会把旁边卷起的挡雨布放下来，由于风太大挡雨布被吹得在空中摇曳，跳起了



印度舞。飞速奔来的车辆时不时会溅起几米高的水花，从雨布的缝隙里拍打在你精心换洗的衣服上，给你添上一点斑驳的花纹，会让你此时的心情变得极为无奈。旱季时艳阳高照，坐在车厢你会让你做一次免费的桑拿。行驶到堵车地段没法前进时，司机会拼命按着喇叭，几十辆突突车聚集在一起，奏起了一曲交响曲，震耳欲聋，我想你此时的心情就像是有一万匹草泥马呼啸而过……

印度之饮食篇

说起印度饮食，你肯定就自然而然地想起了印度举国文明的咖喱了吧！每当你走进餐厅，那股咖喱独有的味道扑面而来，你会看到食客们会用他们黝黑的双手抓起盘中的食物往调好的咖喱里面一沾，送进嘴里，看似入口即化，吃得甚是享受，还时不时挥动着沾满咖喱的双手呼叫着服务员，你会感觉到有一万个咖喱分子、原子、质子、离子、电子在空中飘荡。黄黄的、稠稠的咖喱酱静静地躺在餐桌上冒着腾腾的热气。

印度人比较喜欢在昏暗的环境下用餐，所以大部分的餐厅都会营造一种昏暗的环境，甚至让你难以看清盘中的食物。此时此刻，你不得不点一份干巴巴的蛋炒饭坐在角落里慢慢吃起来了。说到蛋炒饭，不得不提的是印度全国大部分国民都是印度教徒，印度教徒有个习俗就是不吃荤，所以在大街上你能看到的基本上都是全素餐厅，当你历尽千辛找到一个有荤的餐厅，发现菜单上出现了鸡蛋炒饭的字眼时，心中顿时就有了久旱逢甘露的喜悦，是如此的舒心。



印度之气候篇

印度地处10° N-30° N之间，气候分为旱季和雨季，全年旱季、雨季时间各占一半。雨季时几乎是每天倾盆大雨，建筑物伫立在雨中，涨了一层厚厚的青苔，加上成群的乌鸦在空中盘旋，使人心情格外沉闷。

当你坐着交通神器突突车或者奔赴各个门店时，你不得不穿着一双可以代替雨靴的皮鞋，跨过黑水潺潺的马路，鞋上还时不时带着一块脏不拉几的塑料袋。即使你奋力撑着雨伞，却免不了雨水的青睐，雨水冲刷了空气中跳动的灰尘，拍打在身上，随之而来的就是越发严重的感冒了。

印度的旱季几乎每天都是骄阳似火，以接近40℃的温度炙烤着大地，不知道这是不是印度国民在用他们满腔的热情，迎接每一个外宾的到来。每天奔赴市场时，你不得不准备两件干净的T恤，以便在你汗流浹背、浸湿衣裳、充满汗水酸臭味的时候可以躲在某个公厕内更换，尽量能够以最好的形象出现在我们门店客户的面前。



第二届文化节《工匠精神》征文比赛一等奖作品

匠人的三间小屋

天生内翻足的赫菲斯托斯不为自己骄傲，而是为自己的工作骄傲；
我们顶多成为他那样的人。

——与君共勉

近日有幸拜读了桑内特的《匠人》一书，感触颇深。身处在公牛集团这片滋养工匠精神沃土上，我对工匠精神更有着特殊的情感。新时代，中国制造在声声呼唤着大国工匠精神，自李克强总理在两会政府工作报告中首次呼吁各行各业应大力弘扬“工匠精神”以来，全国上下都在热议“工匠精神”，但似乎大家都在下这样一个定义：工匠精神中的“匠”字指的是传统手工业的工匠们，我们不是匠人，我们只是需要学习工匠精神，但其实这样的定义并不准确。桑内特将匠艺活动解释为一种持久的、基本上的任性冲动，是为了把事情做好而把事情做好的冲动，并指出所有追求质量至上的劳动都可以纳入匠艺的范围，而所有从事匠艺实践的人全都是匠人，木匠、指挥家、实验室技术员，哪怕是辛勤抚养子女的父母、刻苦学习的大学生，这些都是匠人。匠人别无其他特殊之处，他们追求自我实现的欲望和不屈不挠的精神是有借鉴价值的。如此看来，其实你我，都能被称作是匠人，前提是我们有着单纯地努力去把工作和事情做好的冲动。

毕淑敏曾为自己休憩了精神的三间小屋，盛放着她的爱与恨、事业和心灵，而那些追求质量至上的匠人们的精神小屋里又都装着什么呢？在重复性和功能性的工作中，匠人们又该如何去作出辨别呢？于此，来思考下匠人的三间小屋里该盛放哪些东西？

第一间：盛满天经地义的寂寞

在如今，当人们拿“寂寞孤独冷”来嘲讽自身的时候，匠人们则诠释着“寂寞”最原汁原味的定义。带着对精湛技艺的不懈追求，匠人们处在“孤独冷”的“作坊”里，日复一日，默默耕耘，静候上天最好的安排。匠人的寂寞是从99%到99.99%的精益求精，是追求卓越、勇敢探索的一往无前，是抱元守一、久久为功的执着坚守，也是不忘初心、永不言弃的决心，更是蚕蛹脱茧，凤凰涅槃。在我看来要想成为时代巨匠，精神的小屋里塞满空虚的寂寞是天经地义的，唯有安放好这些寂寞才能去实现最高无上的价值。人民币上的一笔一划一点一线都是人民币雕刻师无数寂寞长夜坚守，每一件破损的文物都是考古学家长达数年一片一片的努力拼凑，你能想象到火箭发动机的焊接密封精度是头发丝的五十分之一吗？而这毫厘之间的距离又是工程师多少次的实验才能完成吗？你能想象国庆阅兵的仪仗队要经历多少次枯燥乏味的重复训练吗？“经得住诱惑，耐得住寂寞”是公牛人提及工匠精神时，最常说的话，也正是因为公牛人忍受住了这些无尽的寂寞，才促使公牛成为了行业里的佼佼者。

印度之市场篇

当些许的民族主义与孱弱的工业体系碰撞在一起，抵制的声音总是喜欢出现在普通民众之间，抵制日货韩货的呼喊声似乎还没从我们耳中完全散去，印度的抗议声却已经挥向我们自己。

当初公牛品牌最初踏上印度这片土地时，这只是一个全新的面孔。那时的我们，没有产品图册，没有价格清单，没有销售手册，只能用手机提供几个产品图片便跟客户侃侃而谈起来。即便你将产品描述得再好，却还是被客户以新品牌、价格高为由而拒绝，有的却是十分抵触中国制造的产品，并以政府之间的政策问题为缘由加以推脱。更有甚者，被客户直接哄出门外。

经历千辛万苦找到当地经销商后，才慢慢的开始开拓市场，但是市场开拓的前期也并不是那么的顺畅。大部分门店因为没有听说过公牛这个品牌，加之价格较其他当地低质量产品颇高，频频受拒。有些激进的门店甚至将我们的样品扔出店外，业务员们只好捡起样品失落的离开。

所幸的是有公司的大力支持，加上领导和同事们的努力，印度市场才慢慢趋于稳定。如今我们在孟买和新德里的经销商团队逐渐壮大，在孟买区域有1个总经销商，配备4位专业销售人员，1位文员，1位财务，2位配送人员。另外有8个二批商（批发商和配货商），涵盖整个孟买各大区域。现今我们的产品在市场上接受度大大高于从前，多家终端门店都说用户反馈质量好，有保障，很少出现需要质保更换的情况。



印度是当今发展最快的一个国家，我相信随着当地经济的飞速发展，人民生活品质的逐步提高，消费者对质量的追求意识会日益增强。我一直坚定不移的拥护公司的宗旨——“以质取胜”，相信我们秉着“为用户提供安全舒适的用电环境”的使命，必定会在当地在行业竞争中处于领导地位。

海外客户部 郭海

第二间：安放勤于思考的灵魂

《匠人》中说到支撑匠艺活动的各种内在能力其实都很普通，并且绝大部分人都拥有着这些能力，而且程度也都差不多。定位、质疑和贯穿是构成匠艺活动最基本的三大元素。定位让事物变得具体化，质疑则思考其性状，贯穿扩展其意义，而这三大基本能力在我看来可以统归于思想，也就是在日复一日的重复工作中学会思考。不妨大致将从事工作的劳动者分为劳动之兽和创造之人，劳动之兽只管完成任务，别的什么都不考虑，其将工作本身视为目的，而创造之人是物质劳动和实践的判断者，他不是劳动之兽的同事，而是其上司。再说明白一点，劳动之兽解决的问题是“怎么办”，而创造之人解决的是“为什么”，所以匠人与普通劳动者最大的区别便是在自己的精神小屋里盛满了勤于思考的灵魂，正是这些思考的脉搏才为时代发展注入了新鲜的血液。每一位优秀的匠人都会展开具体的实践和思考方式之间的对话，他们会用各种各样的方式去开拓新的领域，在他们的脑海中，解决问题和发现问题是紧密联系的，正是出于这个原因，好奇心除了追问“怎么办”之外，还在努力探索着“为什么”。古语有言，温故知新，在寂寞小屋里，匠人们也在不断思考，不断开拓视野。现代工匠是促进时代进步发展的主力军，在现代社会生产中起到着举足轻重作用。若只是一味的机械重复，积累的只会是经历而非经验，唯有不断思考，努力在实践中找寻方法，才会在时代的巨浪里披荆斩棘。公牛集团同样一直在思考，从安全插座到插座领导者，从装饰开关到精密LED灯，再到如今的数码精品，公牛人不断捕捉时代商机，不断思考和探索着适合自身发展的方向。

第三间：盛满清风拂面的情感

阅读完《匠人》一书，我努力在寻找总结着匠人小屋里应该盛放的第三样东西，是熟能生巧的经验，是驰骋疆场的勇气，敢为人先的担当，还是坚定不移的信念，努力思辨也很难取舍。恰逢25日听完公牛四位大咖的分享秀后，我坚定的在纸上写下了“清风拂面的情感”，不必讶异，匠人的小屋里的确充盈着清风拂面的情感，强大的人格魅力也是匠人最该具有的品质。文字工匠余光中在他的小屋里盛着“我这在头，大陆在那头”的爱与愁，音乐巨匠李宗盛在他的小屋里则盛满“越过山丘，虽然已白了头”的爱恨情愁，守礁工匠李文波则盛放着“你也有梦，可更知肩上的责任比天大”的光荣使命感与责任感，匠人小屋里清淡质朴却轰轰烈烈的情感让匠艺变得生动起来，这就好比齐白石的虾、徐悲鸿的马、朗朗的琴键等，都是情感赋予匠艺最艺术的表达。公牛的四位匠人对公司的自豪感，对家庭的责任感，对生活的乐观心态都仿若清风拂面。忠诚信和、专业专注是公牛人的情感表达，这也是每一位公牛匠人精神小屋里最丰富的东西。浪漫满屋的情感让智慧萌芽，让寂寞开花。

桑内特在书末做了一个假说：几乎所有人都能成为优秀的匠人。没有人能否定人人生而不平等，但不平等并非人类最重要的事实。但把工作做好的能力几乎人人皆有，这种能力就好比儿童玩游戏的体验，几乎每一个儿童都能把游戏玩的很好，只是在这样的能力在精神小屋里会发生着潜移默化的变化。优秀匠人用寂寞搭建自己的小屋，用思考完善着内在结构，用情感装饰着小屋的每个角落。于浩瀚星河，你我如尘埃，于华夏五千年，你我只不过稍纵即逝，但之于眼前的时光，你我是绝对的王者，有权去规划每分每秒，在前行道路上，努力为自己修建三间精神的小屋，默默支撑前行的巨轮，向着时代巨匠不断进发。

集团战略企划中心 黄良伟

第三篇章

2016牛·志

变革：
精益化
专家化
国际化

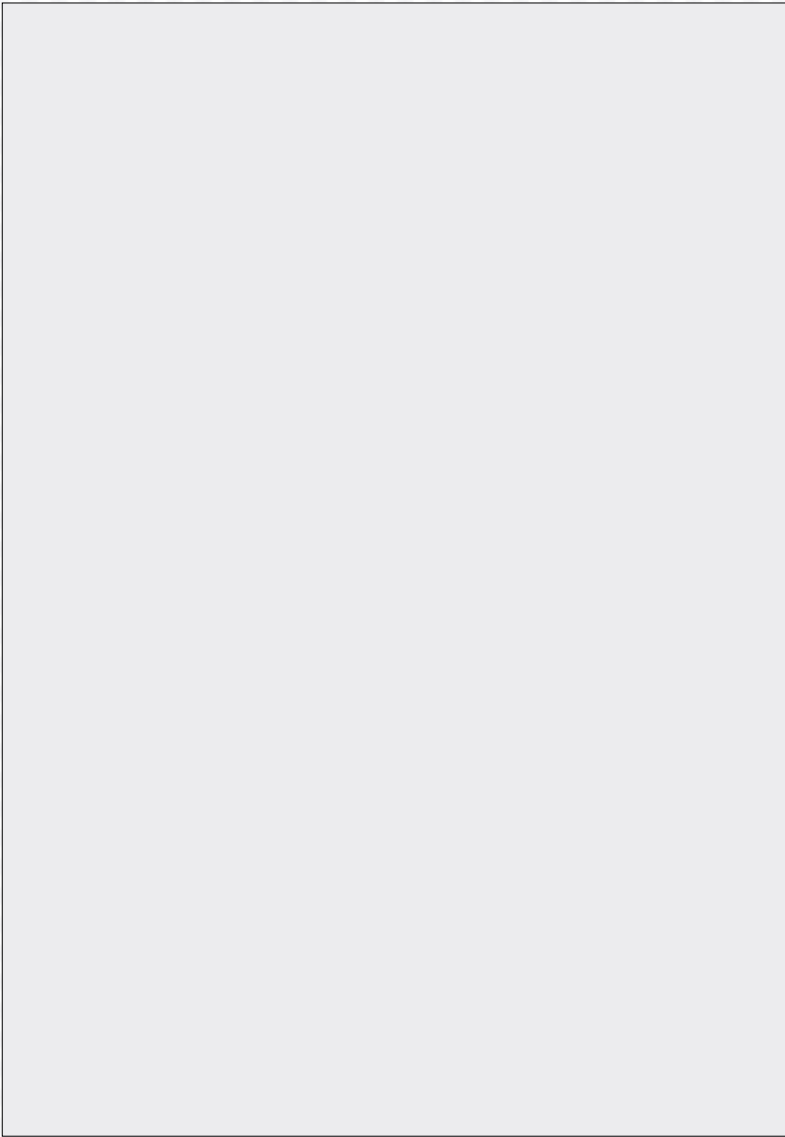
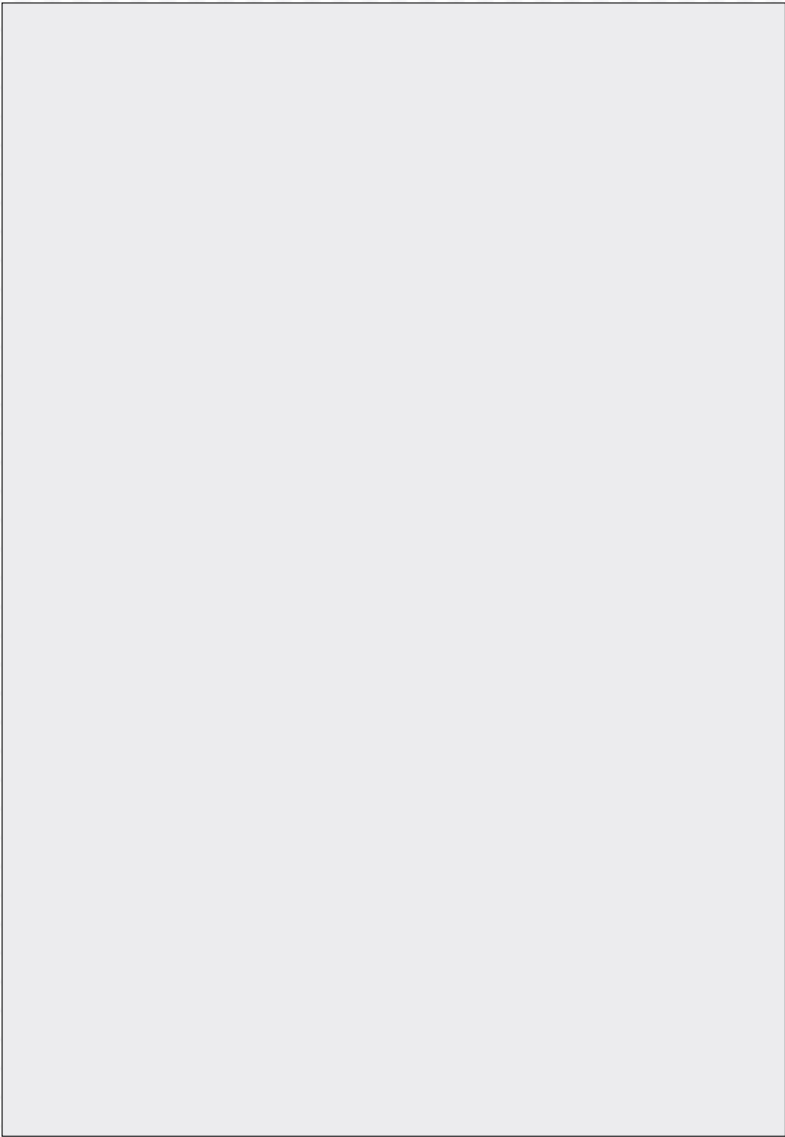
一样又不一样的公牛

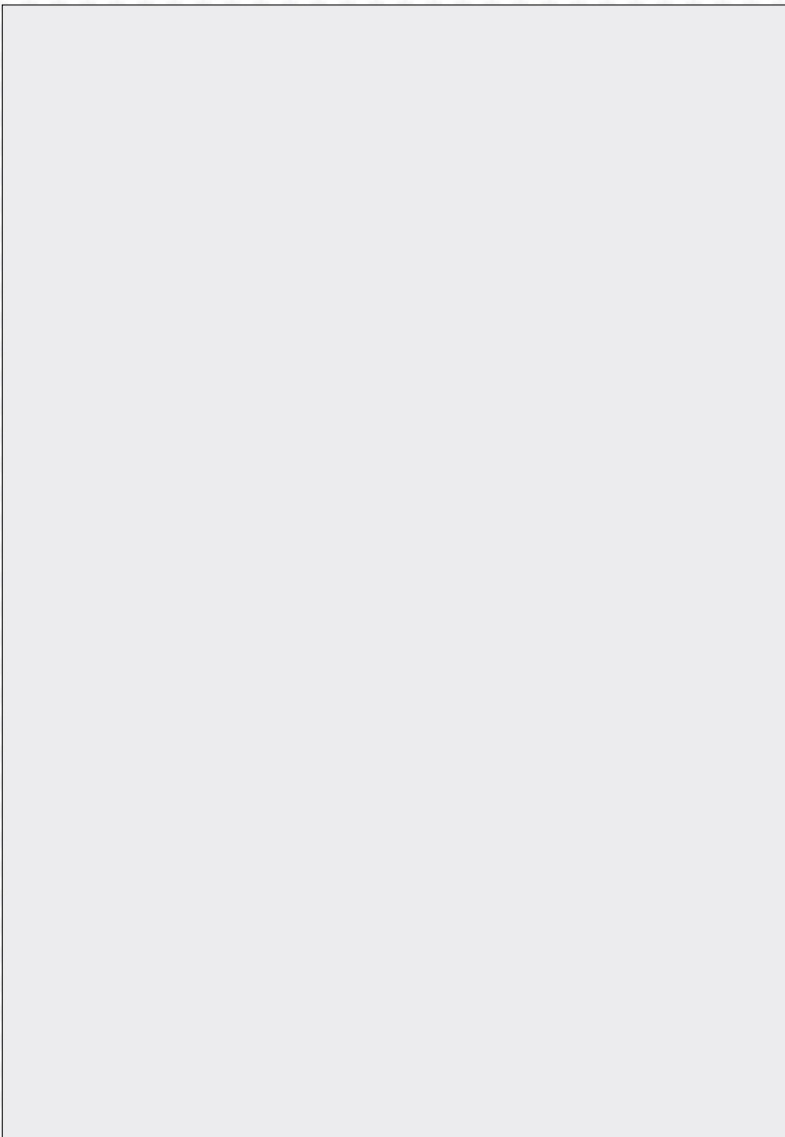
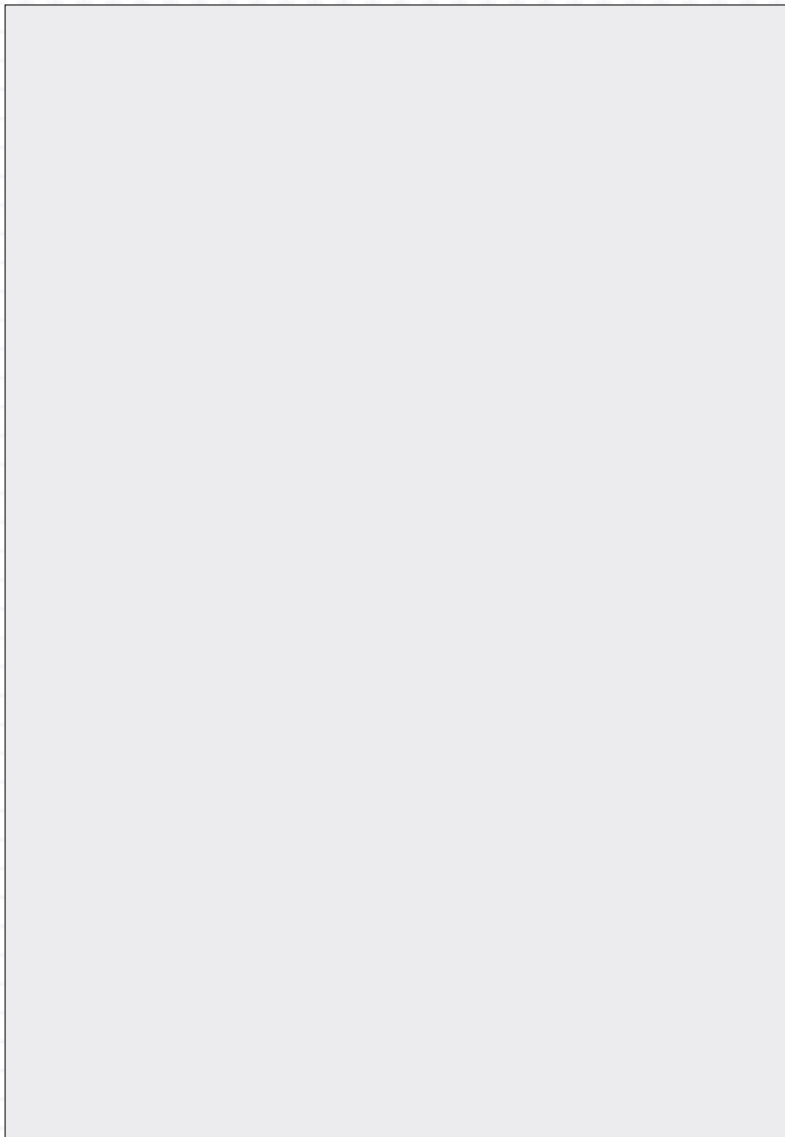


2016年10月25-27日，集团品牌中心联合数码精品工厂、转换器事业部检测中心、战略企划中心、总裁办，在慈溪成功举办了“一样，又不一样的公牛——2016数码精品战略核心媒体沟通会”。本次活动共邀请了来自全国各地的15家互联网媒体，其中既包括人民网、新华网、腾讯、网易等一线门户网站的主编们，也包括葛甲、信海光微天下等知名意见领袖。

会上，集团总裁阮总分享了公牛“一样又不一样的”数码精品战略。阮总表示，“一样的”是公牛始终坚持专业专注，坚持对可靠品质的追求；“不一样的”是我们与时俱进适应消费需求的变化，从为家电服务到为数码产品服务。唯有这两者结合，才是现在真正的公牛。

就产品而言，我们早在几年前便开始了产品的扩充：推出各类数码USB类充电产品，从家电类强电产品转型数码类弱电产品，公牛正在适应着移动互联网时代的变化，不断有新的尝试，去实践“一样又不一样的”公牛。





车载充电器 美貌与内在共存



为了造福赶路党，公牛推出了车载USB充电器（U118C）。不同于市面上其他的车充，公牛车充更注重考虑如何使用户在碎片化的车内时间里，快速安全的充满手机电量。

简洁但不简单

“体型小巧，内容丰富，快速充电，安全防护”，是公牛车载USB充电器（U118C）的个性之美。它的外壳为金属外壳，不同于市场上常用的PP或PC材料，高品质黄铜材质以及CNC一体化加工和珍珠电镀工艺使得它高品质感爆棚。哑光银的色调搭配，流线型的机身造型以及顺滑的磨砂质感彰显尊贵。虽然外壳上没有过多装饰，却更显华丽。车载USB充电器的充电端口为双USB接口，可以同时为手机和导航仪及其他设备充电，解决了赶路党的双重烦恼。

小巧且智能

车载USB充电器（U118C）的成功开发是公牛技术上的一大进步。公牛车载USB充电器（U118C）能够根据不同设备所需功率，智能调节电流输出，为不同终端提供高效供电服务，适用于市面上的主流车型，高低电压，适应自如。小巧的身体，蕴藏着顶尖的技术，智能电流选择，规避漏电风险，公牛致力于为用户打造最安心的使用体验。



研发故事：电子元件的研制是车载USB充电器（U118C）的一个难点。车充的充电速度取决于充电器的电流输出水平，为了达到快充的要求，电子研发工程师对器件输入特性（纹波电流）、输出纹波、输出电压、负载调整率、适配性、EMI等多项性能进行测试，使其可以达到最优状态。在研发前期，各种问题接踵而来，过压保护、整体限流问题、元件温度高、适配性差等是工程师们焦头烂额。为了找到一种合适的硅胶片，他们进行多次试验。“很多电器设备都具有长时间使用会发热的问题，因为紧贴金属弹片的缘故，元件温度高问题很显著，这要求硅胶片具有较高的导热系数，我们最终选择的散热硅胶片虽然增加了产品的成本，却能达到更高的品质要求，使客户有更好的体验，这很值得！”此产品电子研发工程师陈连记如是说。在它完美的外形背后，是结构工程师精确的计算，以及多次对模型的调整，只为使产品能够达到最佳机械性能。

研发中心 苏彩虹



图：操作还能更智能吗？（WIFI简介）
左图右文

2016年，公牛集团数码事业部收获颇丰，共揽“中国设计界的奥斯卡——红星奖”七大奖项，防雨插座、多国旅行转换器、雪花理线器等纷纷上榜。



- GN-U2000 USB充电盒子
（简单介绍）
- GN-C3210 防雨插座
（简单介绍）
- 随身插座
（简单介绍）
- GN-U201T 放过充USB插座
（简单介绍）
- GN-L07 多国旅行转换器
（简单介绍）
- GNXY-L02 雪花理线器
（简单介绍）
- GNXY-G01 防过充USB插座
（简单介绍）



墙壁开关 跃质感 潮时尚

——2016墙开新款耀眼上市

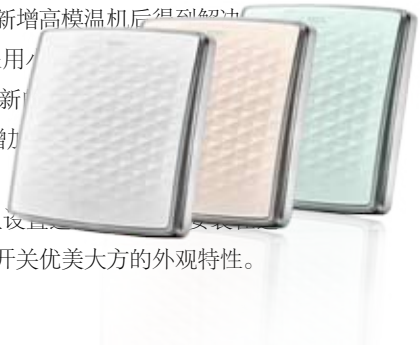
2016年，是墙开事业部再续前力的一年。随着装饰开关市场的不断成熟，公牛装饰开关产品，更是不断突破、创新，从视觉、触觉等多角度为消费者带来更多意想不到的炫彩体验。从2015年大卖的G19铝镁合金开关到2016年压轴新品G18幻影纹理开关及G203D钻面开关，一经上市，就凭借其大气无外框设计、简约又不失时尚缤纷的色彩，不仅吸引了广大消费者的眼球，更是俘获了大家的心。不仅新款大热，多项老款系列，在原有的基础上，也顺应消费者需求，新增了多款颜色。从今年大热的“马卡龙色”小清新，到钻石光面到纹理质感，感受国际潮流，想你所想，正是所有公牛设计研究师们的愿望。

亮点产品

光影灵动，魅见于心
10月25日，G18幻影纹理开关上市，这是一款无界大面板、小棱角、幻影纹理行业领先技术于一体的开关。公牛幻影纹理开关，简约大气，百搭之中不失时尚，与家装风格贴切融合，受到消费者追捧。

研发故事

攻克难题1：激光雕刻纹理的导入在行业中为首创。纹理面引起的熔接痕过粗问题给研发人员出了不小难题，经过多人研究反复制定技术专案作改善，通过模具结构调整并在注塑工艺上新增高模温机后得到解决。
攻克难题2：为保证客户使用温馨、舒适，G18开关设计成8.5mm厚度，并采用小体积设计。前期，将行业类和现有开关插座产品作模拟安装对比测试。结构设计时，考虑用新材料，验证过PC加玻纤、PA66加玻纤等多种方案。在新结构方面，验证过固定架增加支板方案，验证过固定架增加支板及材料壁厚。经过多次反复验证最终确定使用固定架增加支承板方案。
攻克难题3：结构创新，G18开关设计了一种新型结构墙壁开关，功能模块上设置安装槽，安装槽上设置安装卡扣，过渡件上设置避让部，这种结构不仅改变了侧边漏缝问题，同时保持了开关优美大方的外观特性。

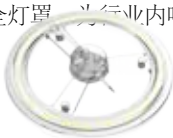


LED照明 不只是省电

（条形灯贴照片）
条形灯贴：传统客厅方形吸顶灯光源替换升级
条形灯贴配备安全灯套，独有防触电安全灯罩设计，能够保护家人安全。此款产品易装磁铁柱，强力磁铁，可以牢固吸附在吸顶盘上，安装简易，且恒流稳压控制器，双重防频闪电路设计，能够保护眼睛视力。高亮度、光衰小，高品质灯珠，绿色环保，寿命长达15000小时，最值得一提的是省电，使用公牛LED条形灯贴每年最多可节省285元电费。



（环形灯贴照片）
环形灯贴：传统吸顶灯光源替换升级
环形灯贴高亮度、光衰小，高品质灯珠，绿色环保且长寿命，设计有安全灯罩，为行业内唯一符合国家安全认证的灯贴，防触电PC，能够杜绝危险，为消费者安全保驾护航。



（筒灯、天花灯照片）
筒灯、天花灯升级
筒灯与天花灯是一种嵌入到天花板内光线投射式的照明灯具，属于直接配光，体积小，安装便捷，是精致家庭的首选。公牛出品筒、天花灯选用优质金属漆，多道喷漆打磨工艺，漆面均匀，晶亮闪烁，媲美高端汽车珠光漆效果，此外特别融合高亮UV固化技术，面环表面光亮照人，永不褪色，表面极易清洁，历久弥新，质感远超一般金属加工面环，典雅的色彩，适合更多样家庭装修风格。



应世而生，卓然而立，乘势而上

——记数码精品事业部成立

■ 集团战略企划中心 黄良伟



2016年5月1日，根据公牛集团战略发展及经营管理需要，经公司领导研究决定：成立数码精品事业部，原转换器事业部数码精品工厂的全部职能、人员及编制一并划入数码精品事业部。由此公牛数码精品事业部正式成立，成为公牛第四大产品品类，大举进军数码精品配件领域。经过短短半年多时间的发展，公牛数码配件产品已经消费者人群中广受好评，其中“媲美原装”的公牛数据线、“快速充电，安全可靠”的车载充电器等产品深受年轻消费者的喜好，为公牛进一步培养了年轻消费人群。目前数码精品事业部已经创造了接近2亿的年销售额，“全力以赴，必须成功”，今天的公牛数码精品正在公牛的宏伟版图上徐徐展开，正在为公牛不断创造惊喜。

应世而生——以市场为导向，以客户为中心

数码精品事业部的诞生一方面是自2014年10月小米发布智能插座以来，带弱电连接类的智能插座的热销深刻表明以小米为代表的数码化产品设计正在悄然兴起，这也表明插座市场正在从传统的以强电为主的主流消费方向，开始向着强弱



电结合、纯弱电或其他电连接方式延伸，公牛必须也要开发出相应的符合时代发展的数码化产品线来应对市场冲击。另一方面，公牛作为传统的插座领导者，要在未来几年成功完成向电连接产品领导者的战略定位转型，不仅要在传统插座及墙壁开关领域继续做精做深，更要在新的电连接领域做强。因此，数码精品事业部的成立是顺应行业的变化及消费者发展的必然结果。

破而立，大胆创新也是公牛能取得今天如此成就的重要因素，作为行业的领导品牌，公牛集团从不固步自封，更不盲目前行，一步一步稳扎稳打，敢于抓住发展之机，更敢于接受挑战，“只有变化，才能应对新的挑战”，这是阮总在数码精品事业部市场启动仪式上的讲话，紧贴面对市场变化，公牛也在不断求变，砥砺前行。

卓然而立——以终为始，从新出发

进入崭新的领域，公牛数码精品有着符合自身发展的独特优势。无论是产品、品牌，还是营销方面的优势让都公牛数码精品的前景被普遍看好。作为一家注重产品质量的企业，公牛的每一件产品都经过精雕细琢，“我们对待每一个产品就像对待自己的孩子一样”。数码类产品更像是一件件艺术品，类似公牛“小白”“魔方”“车载充电器”等不仅外形美观，手感同样VIP，在产品端，数码人有足够的底气去战场披荆斩棘，大破楼兰。多年的品牌积累及对品质的执着坚持，让公牛如今已经成为了“质量好”“信得过”等的代名词，在强电领域公牛的品牌效应同样会为数码精品保驾护航，让公牛数码走进更多消费者的心里。在营销端，公牛同样有着自己的独特优势，配送访销模式让公牛的产品在千家万户中落脚，这无疑搭建起了数码产品与消费者之间的桥梁，让消费者能更加零距离的接触到数码的产品。此外，今天公牛同样加大了品牌传播的力度，无论是线上还是线下，无论是电视媒体还是高铁快乘，公牛都已经不知不觉中的在消费者的脑子里扎根。

卓然而立，扬帆起航，在崭新的领域，公牛数码有着自己得天独厚的优势，并且有着自己的明确的奋斗方向，我们有理由坚信公牛数码的明天一定是辉煌的。

乘势而上——全力以赴，必须成功

“三年内做到全国第一，五年内做到行业绝对第一”，每一个公牛人心里都住着一个“第一”的梦，公牛数码人同样装着自己的第一梦。在2016年8月17日的数码精品事业部市场启动大会上，数码人喊出“迎大势，聚合力，新起航”的口号，众志成城，士气高昂。自成立的半年时间以来，数码精品事业部就取得了卓越的发展，不仅销售额突破2亿大关，并且多款产品在消费者中广受好评，无论是高雅大气的公牛小白，还是设计独特新颖的公牛魔方，还是号称“公牛老司机”的车载充电器，公牛数码产品已经在消费者心里形成了自己独特的公牛数码品牌。“全力以赴，必须成功”，数码精品事业部随时代而生，乘势而上，誓要成为行业第一！

如果说公牛是一艘巨大的企业之舟，那么数码精品就是这艘航船上一面崭新的风帆，正在不断助力公牛的前行与发展。让我们一起期待公牛数码的明天。



跨境世界 连接你我

——集团跨境电商部成立

■ 集团党群办 焦镜竹

当今，以互联网为代表的新经济业态日益发挥举足轻重的作用，其中跨境电商顺应时代崛起，正搭建起一个自由、开放、通用、普惠的全球贸易平台，在这个平台上，亿万消费者可以买全球，中小企业可以卖全球，真正实现了全球链接、全球联动。2015年尽管全球贸易增速放缓，但中国跨境电商依然逆势增长。全年中国跨境电商交易规模达4.8万亿，同比增长28%，占中国进出口总额的19.5%。据阿里研究院预计，到2020年，中国跨境电商交易规模将达12万亿元，占中国进出口总额约37.6%。由此可以预见，跨境电商将链接世界，成为未来全球贸易的主要形式。

顺应时代潮流，集团成立跨境电商部，负责公牛自主品牌在海外电商平台上的市场需求调研、销售、运营和品牌推广等工作，傅光超任跨境电商项目总监，负责跨境电商部事物的全面管理。跨境电商部下设三个部门，分别是：运营部，负责公牛自主品牌在海外电商平台上的销售和客服等运营业务；市场调研部，负责海外电商平台的市场调查和本土用户使用习惯调查研究，为产品开发提供数据支持；供应链部，负责针对海外电商物流的复杂性和特殊性，有效开展跨境电



商产品的交付、运输和订单发货等一系列供应链业务。跨境电商部不仅部门设置完善，且部门成员英语水平平均6级以上，其中20%以上人员英语水平达专业八级。

当今跨境电商平台格局中，亚马逊一支独大，另外有ebay、沃尔玛等平台也各具特色，而公牛涉足跨境电商首先选择的正是亚马逊。因为从规模上，亚马逊市值4千亿美元，号称电商之王；从服务上，亚马逊平台服务以高科技含量的高、精、准著称，全自动的仓储配送体系、产品详情精准负责的描述以及亚马逊对品牌的保护、售后的维护等，无不体现了高、精、准，这跟公牛对质量的追求和对品牌的塑造精神是一致的，跨境电商首选亚马逊也有利于提升公牛在美国本土的形象。从物流保障上，亚马逊有自己成熟的仓储物流体系，减少我们工作量的情况下，也避免了自建物流体系带来的风险。

公牛集团于2016年10月份涉足跨境电商领域，虽然比较晚，但公牛产品在质量、技术研发及供应链管理上却具有相当的优势，其中，公牛产品的质量和研发能力国内第一，在国外也不输于当地同类品牌；其次公牛的供应链是M2C（工厂直接到消费者）的双层链条，相比之前减少了OEM、出口商、进口商、品牌商、经销商等环节，大大提高了运转效率。未来，在经营跨境电商这条路上，公牛还会在品牌上有所突破，在保证质量和研发技术的同时，继续品牌本土化的推行，力争完成既定的销售目标：2017年完成销售额3千万；2018年销售额达3个亿；2019年销售额突破10个亿。相信在傅光超傅总，这个既有跨境电商工作经验，又有美国仓库管理经验的优秀管理者的带领下，跨境电商部不仅能完成既定的销售目标，还能为公牛在跨境电商领域开拓一片新的天地。



专注产品策划 专业品牌传播

——公牛集团产品与传播策略中心成立

■ 集团战略企划中心 姜权

公牛致力于成为国际民用电工领域领导者，目前在转换器和墙壁开关等领域都有着举足轻重的地位。集团内部一直信奉一个信念，即产品为王，产品作为企业与消费者接触的主要载体，在打造企业品牌形象，占据消费者心智的过程中起着不可替代的作用。随着公牛集团的快速发展，各事业部对产品策划需求不断提升，同时公牛品牌在墙壁开关等领域的影响力亟待增强。借此机遇，集团成立产品与传播策略中心，全面系统的优化产品策划和传播策略。在采访开篇，产品与传播策略总监温文强，浓墨重彩的向我们介绍了这个新兴部门成立的初衷。

产品对消费者的影响不外乎两个方面，一个是通过产品技术的创新，改变消费者的使用习惯。例如乔布斯的苹果手机，凭借卓越的技术将手机从按键时代带入了触屏时代。iPhone凭借大屏幕提升视觉效果，手势触摸提升用户体验，引导消费者改变使用手机的习惯。二是以工匠精神挖掘消费者的真实需求并更好的满足它。例如宝洁以客户需求为驱动，打造了多款日化产品，如飘柔、海飞丝、佳洁士等。这类产品都很好的契合了消费者的需求，在产品上市后大获成功。

目前中国经济形势上涨放缓，整体技术能力在世界领域偏弱，再结合公牛目前的发展状态，集团产品与传播策略中心选择以打造“爆款”的方式重点突破。通过增设消费者研究等方式，集中精力挖掘客户的一级痛点，想方设法满足客户真正的消费需求，全面提升产品人的“以客户为中心”的意识与能力。

公牛集团目前正朝着世界一流的企业发展，需要匹配一流的产品策划人员及能力。集团产品与传播策略中心成立以来，在产品方面主要围绕“换思想”“授方法”“搭平台”三个方面开展工作，全面提升集团产品策划能力。以往公牛在产品策划及开发阶段，还停留在靠经验和凭运气的状态，原来的工厂式产品策划思维亟待转变。这就需要一套完整的理论体系，将其转变为用户式的产品策划思维。

拥有多年产品策划领域经验的温总，选择DFSS—CDOC（Concept Design Optimize Capability）的产品方法论作为关键切入点，这套方法源于美国的设计六西格玛体系。之所以选择CDOC是因为，一方面其可作为引导产品策划人员转变思想的载体，另一方面在后续以项目形式推进开展与落地具有很

高的可行性。在引入CDOC的前期，集团产品与传播策略中心主要采用传授与交流的方式来推进，2016年10月18日开展了第一期项目训练，并获得了圆满成功。CDOC的培训后续将大踏步的推进，并辅以项目形式将其真正固化到每个产品人的思想中。

中心的另一大重点工作是品牌策略与传播策略，16年在与标杆学习交流后，中心针对各事业的传播策略都进行了系统性的梳理，并形成了有效的输出。其中对公牛装饰开关在高铁广告传播的优化，得到了市场的认可，大幅提升了广告与受众的互动。

展望未来，2017年集团产品与传播策略中心将持续推进CDOC的落地，补足空缺的职能，系统的开展用户研究并建立用户研究体系；于此同时借力智囊团，全面优化公牛集团传播策略。

相信公牛集团产品与传播策略中心的成立作为16年不能不提的改变与革新，将会对资源进行更有效的提升与整合，形成效益良好的价值链体系，为公牛集团向国际民用电工领导者的目标迈进奠定更坚实的基础。

以客户为中心

——公牛集团客服部成立

■ 集团工业发展中心 章天平



公牛集团客户服务部成立于2016年1月18日。

在这个极度追求品质与体验的时代，产品与服务是开拓市场赢取人心的两把利刃，不可偏废。随着公牛集团的快速发展，急需整合各项分散的服务，进行系统化的顶层设计以及功能模块的建设与完善，搭建基础的服务体系。包括制定统一的服务理念、服务文化、服务政策，设定职权清晰的服务流程，开发便捷高效与信息化的服务工具，组建与培养专业的服务团队，丰富各类客诉处理的知识库，并持续创新，以崭新而统一的面貌自如应对各种挑战，实现服务能力与成效质的飞跃，成为业界灯塔。

在集团领导和各部门的支持下，经过2016年整个服务团队的苦心经营，无论在电商服务支持、服务平台搭建、服务指导书编撰，还是在日常服务工作的开展等方面，均进行了有效整合，实现预期目标，取得理想成绩，为2017年进一步实现线上、线下多渠道智能服务奠定了坚实基础。

事实上，服务也是一种产品，它能在无形之中让客户获得愉悦与满足，也能在无形之中挫败用户的信任与购买，因此，每一位我司服务人员在“明其理、知其识、慎其行”的基础上，以饱满而自信的精神状态直面客户，将公牛集团的高品质服务完全展现出来，让它深入人心，融化市场，强化品牌，提升销售。

客服部成立以来，秉承公牛智享服务——汇聚智能科技，安享贴身服务。2016年度处理投诉200余件，其中外部危机处理160余件，他们让消费者体验更加快捷高效的服务而不懈努力。

以点带面 燃起燎原星火

——记墙开营销系统A类样板市场打造项目

■ 墙开市场部 沈萧葳



当今时代下市场战的演绎愈发激烈，外贸企业处于市场内销困境，境外企业想要扩张境内市场，国有企业经济增长缓慢，地域性品牌力求突围区域进军全国，老字号产品欲求生机，新生产品努力生存。而在这样越来越白热化的竞争环境下，正处于高速发展的公牛电器墙壁开关事业部为了正确应对这些市场阻力，于2016年推行了名为A类样板市场打造的战略性项目。该项目由营销副总李国强、市场总监罗党章及市场企划经理潘继红作为项目指导，市场部市场推进专员王凤凯任项目组长、办事处经理及商务人员作为项目组成员协助进行项目推进，于6月开始，11月底结束，经过半年多时间的共同努力，取得了不错的成果。

样板市场，通俗而言就是榜样市场，是为以后市场扩张和发展树立一个的标杆和示范。样板市场需要具有代表性、典型性以及可复制性，即该区域市场具有代表大多数其他区域市场的一些基本特性，根据公牛集团墙开事业部的战略规划以及打造老板营销模式的理念，为了能够更好的抢占开关产品市场。结合2016年墙开抢占制高点重要性，标准化打造A类样板区域至关重要，结合上述样板市场的特性，该项目选择将遵义区域金沙县、黔西县以及习水县这三个代表性较强的A类县城，打造成标杆样板市场面向全国推广。

相比于B、C类区域市场，A类市场数目多，分散广，管理难度较大。对三个选取的县城进行走访调研后，项目组发现较多存在诸如网点数量覆盖面不合理化、终端陈列不规范、推广指标未达成等问题，针对这些具体问题，项目组给出了具体提升目标以及实施方案，用五个月的时间对遵义区域金沙县、黔西县以及习水县进行市场升级和样板改造。

在项目组组长王凤凯的指导，遵义办经理陈灿宇、商务人员李肇志等办事处人员的配合下，首先通过走访市场，系统了解客户的需求即品

牌观念，再有的放矢地和客户进行合作洽谈，逐步攻入各块市场。在市场竞品多，市场竞争激烈的情况下，项目执行人员选择通过挤位的方式以达到占位的目的，在市场上占有一席之地后逐渐引导客户投放形象建设广告以进行扩位，并结合眼球封锁、小区推广、终端建设等方式成功攻略市场，开发出属于公牛墙壁开关的一块又一块的市场资源。

在各方人员坚持不懈的努力下，遵义区域金沙县、黔西县以及习水县这三个市场都完成了从普通市场到标杆样板市场的完美蜕变。以金沙县为例，提升网点总数，其中核心网点数指标100%；网点乡镇覆盖率100%；行业网店抢占率由20%提升至42%；展柜投放率达到225%；高档及普通店招完成率由之前的91%和59%一举提升至150%以及115%，达到了广告的大面积覆盖。同时黔西县以及习水县也基本完成计划，达到预期目标。

11月29日，墙开营销系统A类样板市场打造项目伴随着在遵义金沙县召开的项目总结汇报会（全国县级市场经验交流观摩会）迎来尾声，该会议针对全国A类经销商采用自愿报名的形式参加，实际参会人数达到120人。会议上金沙县经销商向在场人员分享了心历路程和操作市场的经验，核心分销商讲述了他对公牛装饰开关的感想与体会，通过数据分析以及实例展示，向大家展现了一个A类样板市场的成功打造过程，并针对“老板营销、专营专销”进行最后总结，为此次战略性项目画下一个完满的句号。

古人云：“不谋一时不足谋全局，不谋一域不足谋天下”，在“何时”选择“何域”是每个企业都会思考的问题。2016年，公牛墙开事业部选择通过建设样板市场来回应“何时”“何域”这两个疑问。相信通过总结样板市场经验，最大程度发挥它的可复制性的特性，以点带面，以面连片，通过星火燎原之势进行市场扩张发展，定可以起到出色的引领作用，展现出轰动效果。



“三固定”访销策略： 只有创新才能更好

■ 转换器经销商发展部 王伟
转换器营销办 岑月圆

广告大师李奥·贝纳在谈创新时说到：“伸手摘星，即使徒劳无功，亦不致一手污泥”。

在公牛的团队中，就有这样一批为创新而奔波的项目团队，着眼于公司的发展大局，从本职工作中改革创新，提出自己独一无二的见解。

转换器事业部提出的“三固定”访销策略项目便在其中之列。



起飞：

逆风飞行是为了豁然开朗

根公司的销售数据显示，2009年，公司引入快速消费品的销售模式，开始执行配送访销策略，截至2015年底，销售额累计增长600%，网点80余万家。市场基础的逐步深化和网点数量的急剧扩张，随之带来的管理和服务的压力也愈加明显。不创新就是等死！在客观与主观因素双管齐下，转换器事业部开始“摸石头过河”，寻找一条突围之路。

一份来着济南、青岛市场的“各售点年销售记录数据”，激起“三固定”拜访的涟漪，并在之后的发展中成为售点分级重要依据。时任鲁东区域经理的崔杰在对青岛市场的调研中，获取店在途时



间等关键数据；转换器营销总部对东莞经销商、济南业务经理及各优秀区域人员对业务人员作业时间提供的重要信息进行分析，探讨售点的拜访频

次，让“三固定”访销策略逐具雏形。

精于心，简于形，一个看似简单

的内容却汇聚了转换器事业部精英团队的多方心血。非一人所成，非一蹴而就。在2015度年营销大会上，“三固定”访销策略正式推出，并向转换器国营销人员及经销商进行培训推广。

飞行：

气流中的颠簸是为了更加勇敢

“三固定”访销策略，主要通过通过对售点进行分级，划分在固定的线路上，再结合市场的实际情况合理规划业务员的拜访线路、客户的拜访顺序及拜访频次，从而实现终端服务的差异化，实现“重点客户重点服务”目的的配送访销策略。

简单地说，就是按照固定的线路、固定的时间、固定的车辆及人员来执行配送访销的一种操作模式。

传统的拜访模式要求业务员不跳

点、不漏点，一方面导致经销商管理成本的增加，另一方面导致终端客户服务质量的下降。但从“三固定”访销策略的直接责任部门，转换器销商发展部了解到，在最先的执行上却出现了难落地的情况。

刚接触新事物，免不了需要磨合时间，于是，转换器经销商发展部在执行的过程中及时跟进、及时发现问题、解决问题，使三固定更贴近市场实际。经过一段时间的悉心磨合，公司最终让经销商看到“三固定”访销策略的优势，也取得良好的执行效果及市场满意度。

工作如人生不可能总是顺心如意，但持续朝着阳光走，影子就会躲在后面。刺眼，却是对的方向。

降落：

顺利落地才算完成一次完美的飞行

乘热打铁！2016年3月初，转换器

事业部，特别是经销商发展部在完成全国2354个经销商业务人员的线路规划和审核工作，三固定市场执行率达97%；4月，又通过实地调研及区域调研收集整理全国1103条线路的详细资料，获取经销商业务人员仓库作业时间、上下线时间、单店作业时间、配货时间、在途时间等关键数据信息，出具调研分析报告；并根据调研结果于5月中下旬选拔33名业务精英回总部培训，作为区域的三固定驻地辅导专员，随时跟进和处理市场中遇到的三固定问题。

5月份开始，市场检查部根据年初制定的检查标准，对全国三固定的执行情况进行检查。截至9月底第一轮市场检查结束，三固定整体合格率达96%。10月，利用2016届雏鹰代表市场实习之机，经销商发展部设计调查问卷对三固定执行满意度进行调研，收集整理40个市场的意见建议，发现92%的经销商、

95%的经销商业务及100%的公司区域人员都认为三固定对本市场有巨大的帮助。

12月初，第二轮市场检查结果，整体合格率达98%，均高于集团80%的战略目标。三固定进入稳定发展阶段。一个源于工作的想法，经过雕琢而变得精致，并在考量之后变得更具价值。创意让它华丽出众，细节让他具体丰满。

他们曾经历了创新的镇痛，从无计可施到摸石头过河，硬是“从石缝中找到泥巴”。“三固定”访销策略的创新是公司回归市场基础的必经之路，有利于市场的可持续化发展。同时，它作为经销商的辅助管理工具，通过对业务员每天的拜访工作进行量化和细化，有利于提升经销商的业务团队管理能力，实现了人车效益的最大化。

励精图治谋发展 匠心筑梦拓未来

——记海外市场拓展

■ 转换器营销中心 杨红

2016年1月中旬，转换器营销中心内设海外客户部，主要负责拓展海外市场、复制配送访销模式，并物色、评估、设立、协助运营海外各市场，象征着公牛走向国际的关键一步。肩负着将“公牛”品牌带往世界的重担，面对完全0基础的海外市场，原云南区域经理潘冬子秉承着一颗赤诚之心，带领团队脚踏实地、深耕细作，终于在海外开拓出一片属于公牛的疆土。

励精图治，不惧风雨谋发展

2009年，基于集团“用快消品的模式来销售插座”的战略方向，属于公牛的“配送访销”营销模式应运而生。这种模式为公牛在国内的发展奠定了极其强有力的渠道基础，截止2015年底，公牛转换器的市场渗透率高达40%以上，全国市场逐步过渡到精细化管理运营状态，访销模式再次升级至“三固定”。与此同时，寻找新的增长点与发展机会，对于转换器而言已是迫在眉睫。

2016年初，集团将原海外事业部OEM部的自主品牌部划入转换器营销中心，肩负起远赴海外，在海外市场落实配送访销模式的重担。致力于“成为国际民用电工行业的领导者”，这一次，公牛剑指印度、菲律宾。

初至海外的潘冬子经理带着满腔抱负与铿锵斗志，提出“一百天计划”，进行一百天集中式的市场拓展，试图逐个攻破印度的五金售点，以评估产品在终端的动销、渠道对产品的接受度等。

每一个新事物的发展之路，总不会一帆风顺，途中的风雨飘零与艰辛磨砺，没有将他们打倒，反而更激发了斗志。

排除异议换客户，统奴筹谋定大局

调研与拓展售点的过程中，潘冬子发现孟买经销商的理念与公司文化存在较大的差异。“只听楼梯响,不见人下来”，该客户对公牛的支持度仅止步于口舌之间。且有近6个月未对团队发工资，其业务员每月仅有一些基本的生活补助，造成团队业务员消极低落、怨声载道。

理念不合，但公牛在海外尚无品牌力，且切换客户极易引发法律问题。面对种种的困难，潘冬子极其冷静地意识到，这必然对后续推进造成极大弊端。排除异议，他用两个月的时间寻找新的客户，并用充分的事实依据

平稳完成新旧客户的市场交接。切换之后，新的客户专职设立四个业务员，从最初的团队组建，到网点开发，到市场返单率都趋向于稳定的发展。

海外消费者对公牛产品的零认知，直接决定了海外团队找客户必须使用最原始的方式——扫街，即一家一家拜访终端商，然后得出其二级批发商。经过梳理后，对这些批发商逐个进行拜访与沟通。对其中部分有意向的客户，再进行深度了解，做什么贸易、有无亲力亲为的理念、公司概况等，100家批发商中，最多只可能有1-2家符合公牛的要求。对于这些符合要求的，邀请至公司进行学习，然后再确定客户的意向度，合作才能谈成。

身处于陌生的海外市场，荆棘遍布的途中，一旦失了“以终为始”的心，极易于迷雾之中丢失自我。但潘冬子和他的团队始终保持着清醒的认知，对客户的选择始终秉持着宁缺毋滥的原则，进行严格的筛选与评估，明确对客户的三大最关键的要求：一是认同公牛的营销模式及精细化管理运营的理念；二是在行业内有良好的口碑，符合公牛的核心价值观；三是老板自身的亲力亲为，将更多精力倾向于与公牛的共同事业的发展。

白手起家零基础，稳扎稳打求突破

“公牛”二字，在国内几乎无人不知。但一到海外市场，这个光环所带来的加成效果却荡然无存。遥想国内遍布全国诸多五金百货售点、市区乡镇关键街道的公牛店招，那一片的绿色仿佛是巨大的海洋，整个市场之中“公牛”的营销舰队所向披靡、无往而不利。但在印度、菲律宾等国，对公牛的认知一片空白。

尤其印度，作为制造业的竞争型国家，对中国产品的排他性极其强烈。“中国产品=粗制滥造”，这是几乎所有印度人固守的成见。因此刚起步阶段，海外团队在拓展时，有终端一听公牛是中国产品，便立即拒之门外。

磨难与机遇并存，这一种“空白”之下，必然也潜伏着广阔的市场空间。

首先，从定位角度看，印度以及其他东南亚国家，在当地没有专门定位做插排的企业。整个大企业内部都涵盖许多类别，没有针对行业进行细分——公牛是这个细分行业的领导者。

其次，市场上的大部分插排的质量、做工、用料等，都远没有达到公牛的要求。

第三，海外竞品虽已有配送访销的意识，但仅能达到极初级的阶段——送货与访单分离，简单且粗放。

因此，无论印度还是菲律宾，乃至其他东南亚国家，都有着极其广阔的作为空间与前景。公牛成熟的配送访销模式、卓越的产品品质，必能用极强的竞争力蚕食市场。

“九层之台，起于累土”。白手起家，越是危机重重，越不能急躁冒进。在中国制造产品“低人一等”的海外市场，面对巨大的心理落差，潘冬子带领其团队通过一种最为质朴，却又最能体现公牛人精神的方式，将公牛产品竭尽全力地传达给客户。

“当客户发出这种拒绝的时候，我们必须尽最大的努力，让客户给我们一次展示产品的机会，这是对我、也是对我团队的要求。必须力所能及地把产品推出去，让他们看是不是很差。如果实在尽我们所能无法展示了，那我们也无悔，换一家店再来”。他们不断的拿着公牛的产品和广告进到每一家店里，把它拆开，逐一进行对比，从开关、电源线根数、产品的阻燃外壳到一体铜条的组合，让终端老板充分认识到产品的特性。

当问到如何调整团队成员的心理落差时，潘冬子笑着回答，“我们有一个宗旨，作为在中国，质量上比较强势的品牌，我们要为‘中国制造’争一口气。因为我们有着中国最好的产品，更有来自总部的最有力的支持来做这件事。正是这种任重道远，但却必须往前的使命感，时时鼓舞着我们”。

市场困难重重，带着仅四个人的团队，潘冬子他们身上闪耀着最朴实无华，却又最能体现“公牛人”一片赤子匠心的精神。也正是这种精神，激励、支撑着这支团队在海外稳步前进。

百折不挠迎难上，夙夜在公为公牛

早上7:00起床，8:00出门，9:30左右抵达终端，开始一天的“扫街”，直至晚上20:00开始返程，21:30-22:30晚餐。然后开始梳理当日的客户名片，理出意向客户清单，并总结反思一天的拜访过程中是否完全表达到位（公司文化、模式介绍、产品卖点，

三者缺一不可）。当时钟悄然划入第二天，他们方能睡去。——这是海外团队的一天，基本要跑18~20家客户。

拥挤的交通，为了最大化每日的拜访量，他们只能早出晚归；吃不惯的饮食，为了保持一天的战斗力，他们用可乐充饥。对于他们来说，米饭、午休、空调等等这些在国内很自然的东西，都是无比遥远的奢侈品。

除此之外，公牛在印度锁定的两个市场——孟买、新德里，都有极具特色的气候环境，给海外团队带来极大的挑战。

孟买常年温度闷热，温度在三四十度左右，且有明显的雨季，雨季时天天下雨，且不定时。有一次在雨季时，潘冬子协同其主管、孟买业务员走市场。约是下午一点多，骤雨倾盆，打着伞依然全身湿透。他们婉拒了业务提出的回去休息的劝阻，走入了一家形象不错的五金店。唯恐踩脏这家店，只准备安排一个人进去。但老板在听说他们是卖插板的时，让他们三个都进去了。并且用英语说，“你们真的很不容易，这种天气打着雨伞、拎着样品袋，来店里跟我推销产品，我首先必须要认真听”。经过团队详细的介绍，这个客户当场下单。说到这件事时，潘冬子颇有些感慨，“当时对我其实很触动，因为我们的工作态度是受到别人尊敬的，这是挺让人自豪的一件事”。

另一个城市新德里，与孟买相反，冬夏分明，夏天温度高达近45度，必须穿长袖来防止过强的紫外线将皮肤晒裂。新德里更是唯一一座污染最为严重，被WHO列为PM水平非常不健康的城市。要面对的不只是雾霾、有毒烟雾，更有粉尘杂质等。

“在这样的环境之下还必须去扫街吗？”
“必须去，客户不扫街是开不成的。有一些别人吃不了的苦你去吃了，在别人没有为客户服务的情况下你去服务了，一定会有一个比较好的结果。在海外，尤其更需要体现这种精神。别人做不到的事，我们一定要竭力去做到，而且尽量力所能及的最好。”

忠信诚和、专业专注，这象征着公牛核心价值观的八个大字，在这一支百折不挠的海外团队身上，得到了最有力的诠释。他们用公牛人特有的这种顽强拼搏、耐心专注、坚持专业的工匠精神，得到了一个又一个客户的信任与尊敬。2016年期间，从0开始，他们用行动诠释匠心，在孟买开发出约800家终端客户，在新德里开发出约600家。

一年的时间，从印度到菲律宾，再到老挝，2016年一共开发出2500余家终端网点客户。一点一点，公牛逐步进入市场、扩大竞争力，代表着“中国制造”，向海外市场的成见亮出了自己最有力的武器——产品、模式，以及“公牛人”的匠心精神。

匠心筑梦，携手公牛拓未来

时光如穿指之梭，眨眼之间便是岁序更新。
2016年的海外市场在潘冬子及其团队的不懈奋斗之下，不疾不徐的划下了句点。1月启动菲律宾市场，3月启动新德里，6月走入孟买，10月再攻老挝。在这一年里，公牛产品走入三个国家，启动四个经销商客户，共计出货400多万元，开拓2500多家网点，投放店招约300块。

从0开始，他们稳步前进；环境恶劣，他们从不退缩。从渠道开发、流程固化，到更改业务员考核方式、调整渠道激励，再到配送流程的细化与调整。他们带着公牛产品，用专业赢得客户，用质量赢取口碑，用模式开拓渠道。这是公牛营销模式走向国际的试探性的一小步，更是公牛产品走向世界的一大步。

2017年，在深耕、培养与扶持印度两个市场发展的同时，公牛在海外的战略将走向整个东南亚，目光更加长远的锁定在东盟十国——菲律宾、老挝、缅甸、马来西亚、印度尼西亚、泰国、新加坡、文莱、越南和柬埔寨。目标为成

功开发七个国家，销售额破千万。对这个目标，他们满怀信心。

走向东南亚是基于整体环境的一个有力举措——（1）东盟十国对中国有相关贸易协定，关税较低；（2）华人占比高，国人投资建设首选东南亚市场；（3）国内产品走出国外的，首选重点也是东南亚，比如海尔、美的、方太等。种种现状都明确展示着公牛在东南亚有着极大的作为空间。

新年伊始，海外团队将快速铺市，用最低的成本复制配送访销模式，以建立稳定的客情关系为首要目标，来巩固产品认知与品牌认知。以客户为中心，为了让海外经销商能够正常起步、树立信心，将在每个国家安排一个有实战经验的销售人员，进行全程传帮带的帮扶，帮助海外经销商拓展市场，维护市场整体发展。

从2017年的规划看，要开发至少五个全新的市场，每一个都是从0开始，每一次都要经历市场调研、客户调研、客户接洽、产品沟通上市等流程。这是极其重要的一年，却也是非常忙碌的一年。为了最大化的服务市场，减少往来成本，签证三个月有效期，必然又如2016年一般要到最后一天才回来。

当问及如何权衡家庭与工作，2016年除春节外只得以回家两次的潘冬子，微微红了眼睛，“说真的，其实很对不起家里。但2017年非常重要，我现在最大的愿望是能不负公司信任，成功开出市场，产品能顺利上市，通过我们的努力能够看到我们的结果。”

在最后他分享了一个极其务实的经验，干销售没有捷径，只有用很深的生命体验、扎实的实际工作，并且真诚对待每一个客户、每一个售点，只有这样，市场才能成长，个人才会改变。而且往往最困难的时候，是一个人成长最快的时候。

在这个年轻人的眼睛里，闪耀着真诚与坦荡的光芒。我知道他其实是一个非常顾家的男人，从结婚到孩子出生，而今女儿四岁半，这一整段重要的人生旅途，都是与公牛共同走过的。这几年来，女儿对他最深的记忆，是每一次他拖着行李箱回家，她高兴地说“爸爸回来了”。而在短暂的停留之后，他拖着行李箱离开时，女儿默默看着他的背影，带着哭腔说“爸爸再见”。即使如此，2016年连有这个印象的频次都降低到仅仅两次。

“想家吗？”当我这样问潘经理的时候，他毫不犹豫的回答我：
“想，但市场需要我。”
转换器营销中心 杨红



