

吟

季刊
2017第2期

积分制走进公牛
在梦想道路上虔诚前行
看未来 谋定而动
构建精益转换 筑就精益人生
一切都是最好的安排
我们的诗和远方

盛夏

【卷首语】

献给最青春

关于夏天，脑海里的记忆大抵都是热烈、青春与张扬的。这些不安分的因子，在每个年轻人的身体里不断跳跃。22岁的年纪，有着可劲“造”的士气、不服输的“倔强”，也有着比“大人们”更执着的坚持。作为与这位公牛青年共同成长的我们，大概需要积攒更多的东西，才能有足够的底气与这位青年共同奋战吧！

我们开始寻找这样一种方式，如何与这位公牛青年分享，所以就有了《哞》。每一期的季刊杂志，我们都希望能是一场与员工间心灵的对话。我们谈理想，我们也脚踏实地努力。这里是思想的伊甸园，我们想要创造一个不断学习的精神世界，彼此通过文字拉近距离，用对话和世界多一些联系。

当然，现在的我们还需要不断地自我打磨，但是我们还年轻，青春的朝气，让我们在这里清扬挥洒，希望看到文字的您，也和我们一样。

绿草一年复一年，最美不过青春，最爱不过文字。因为热爱而热爱，因为青春，我们无所不能！

绿草地编辑部



扫码阅读电子版

主 办 公牛集团有限公司
承 办 集团党群办
协 办 “绿草地”编辑部

编 委 会
顾 问 陈彩莲 李道一
法律顾问 陈云和

主 编 陈 嫦
责任编辑 章梦甜 郑 超 黄良伟 岑月圆
编 委 黄少鹏 杨 红 黄栋芳 卢立平
吴静珠 刘全凤 王 杰 封 磊
本期设计 戎凌航
本期策划 章梦甜

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7月



目录 Contents

夏 笙

06 动向

夏 至

08 新事

木 荣

11 品新

鸣 蝉

12 积分
[专题] 积分制走进公牛

共 荣

人物

18 在梦想道路上虔诚前行
——访湖州区域转换器、数码经销商 周松

故事

20 一颗感恩的心
——记转换器古窑生管部 徐建儿

江 川

会务

24 看未来 谋定而动
——事业部三年战略规划评审暨集团、职能战略规划编制
启动会顺利召开

26 构建精益转换 筑就精益人生
——记公牛集团精益管理体验营

30 鲲鹏展翅 志在千里
——转换器营销中心LED推广培训会系列报道

32 迎接挑战 奋斗不息
——转换器营销中心2017年第一季度述职大会

耕 耘

关注

34 “新国标 安全大升级”
——公牛召开新国标插座全面上市媒体沟通会

[专题] 增值项目精选

35 增值项目 让战略落地
——公司召开集团级增值项目评审会

35 人才库项目立意 搭建人才体系雏形
——集团人力资源中心“人才库项目”解读

36 思创 出新
——浅谈财务构建以战略经营为导向的预算管理体系

38 改变生活 从公牛家装开始
——公牛装饰开关独家冠名《生活改造家》

39 另类挑战 一起重回初心
——公牛助力《挑战的法则》

41 公牛专属学习生态圈
——公牛网络学堂“开学”了

峰 言

知识

42 法商专栏——浅议产品的“品”

44 审计专栏——碧波荡“恙”

46 健康专栏——清凉一夏

律 动

游记

48 我们的诗和远方

活动

52 红色新势力 蓄势待发

[专栏] 朗读者

53 一切都是最好的安排
——集团党委书记陈彩莲与您共话幸福力塑造

[专栏] 健康素养

56 守护生命 照亮健康

57 超级玛丽 在行动
——助力国标活动强势上线

心 蕊

感想

58 栉风沐雨 百炼成钢
——记海外自主品牌东南亚市场开发

60 一位老木匠的故事

61 少年本草纲目

散文

62 来自夏天的味道

64 对待真正的热爱 永远不遗余力

影评

66 如果奇迹有颜色

书画 摄影

家事

► 声音

6月2日，集团“以客户为中心”业务流程再造推行开工会上，集团董事长兼总裁阮立平在会上作重要讲话。阮总说道：“对管理本质的理解，它是以客户为中心的流程性组织。流程和组织实际上一个是流程，一个是组织。抓牢了这个东西就抓牢了企业经营管理的本质，我觉得抓牢了流程，抓牢了流程性的组织以客户为中心这个关键点，你的经营管理的核心就抓牢了，而且还能延展出非常多的东西。抓牢这个东西以后，其它管理上的很多导向问题就能全部解决，所以从管理的角度来讲，这是非常重要的思想变革，他是一个管理思想的问题。我觉得我们各位主管回去后还要从这个角度再思考流程的再造和流程的变革。”



4月24日，公牛集团与宁波时代光华联合打造的公牛网络学堂项目启动会在集团四楼大会议室盛大召开。集团人力资源总监郑湘洲在会议总结中讲到：“公牛网络学堂为全体员工提供了分享知识、交流经验的平台，要让这个平台发挥更大的作用，不仅需要我们每一位员工的投入与付出，更需要每一位讲师、学员、培训管理人员的共同努力，只有这样才能打造出专属公牛的学习生态圈。”

► 数字

3000

4月26日上线的公牛网络学堂，其课程中心有77类3000多门课程，为员工自我教育、自我提高提供了优质学习平台。

10000

4月底积分制走进公牛，集团、各事业部召开积分制管理动员大会，近万名员工积极参与，体现了各事业部员工对积分制管理的欢迎和期待。

50

5月24日，宁波市委、市政府召开2016年宁波创业创新风云榜表彰会。大会表彰2016年度宁波市“纳税50强”企业，公牛凭借出色业绩荣列其中。

500

第十四届《中国500最具价值品牌排行榜》新鲜出炉，公牛集团首次入围该榜，这是行业对公牛实力认可的最好证明，也是市场对公牛综合实力的认可。

► 热词

智能电工

以住宅为平台，利用综合技术将家居生活有关的设施集成，构建高效的住宅设施与家庭日程事务的管理系统，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现居住环境的环保节能。智能家居近年来发展迅速，公牛在智能家居发展趋势下提出“智能电工”，定位为提供服务于智能家居的智能电工解决方案，将在更安全基础上突出智能化、集成化，打造“公牛智能电管家”。

新零售

“以消费者体验为中心的数据驱动的泛零售”引发商品的生产、流通与销售过程新的变化。新零售背景下公牛一方面将顺应趋势拓展新渠道，加速全渠道布局，优化线上线下渠道关系，实现“一店多卖”，让消费者更加简单、方便的实现购买；另一方面将以用户为核心，搭建互动交流平台，提升用户体验，满足消费者不断升级的需求。

国事

► 聚焦

中国品牌日

经国务院批准，从2017年起，将每年5月10日设为“中国品牌日”。中国品牌日的设立，体现了国家对建设自主品牌的坚定决心，响应了“深化供给侧结构性改革，全面开启自主品牌发展新时代”的号召。



绣花工夫

当前脱贫工作正处于“攻克堡垒”的最后阶段，面对贫中之贫、困中之困，习主席将“精准扶贫”比喻成“绣花工夫”。他说，当前脱贫工作，关键要精准发力，向基层聚焦，下一番“绣花工夫”。

青年要立志做大事

五四青年节之际，国家主席习近平来到中国政法大学与广大师生亲切深入交流。习主席说，青年要立志做大事，要扣好人生第一颗扣子，加强道德修养，注重道德实践，善于明辨是非，善于决断选择，知行合一，在实处用力，不忘初心，方得始终。



天下事

► 视野

法国大选

法国当地时间5月7日，大选结果出炉：“前进”运动党派领导人马克龙当选新一任法国总统。中国国家主席习近平第一时间同马克龙通电话，祝贺其当选法国总统，并指出，中法关系经受住了国际风云变幻的考验，相信在两国人民的共同努力下，中法关系必定在新的历史时期迈上新的台阶。



一带一路

“一带一路”国际合作高峰论坛于5月14日开幕，国家主席习近平出席并发表题为《携手推进“一带一路”建设》的重要讲话，强调坚持以和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢为核心的丝路精神，表明中国有决心和世界各国一道将“一带一路”建成和平、繁荣、开放、创新的文明之路。

虚拟现实

VR，俗称虚拟现实，其概念早在20世纪80年代被提出来，但真正火爆从2015年“双十一”开始。当时淘宝利用“BUY+”黑科技让用户足不出户就体验到实体店购物的奇妙感受，让人们重新对VR聚焦视线。今年上半年，VR技术逐渐在旅游、媒体、游戏等各大平台铺开，为消费者打造高品质内容，以提升用户体验。



公牛入选中国电器工业卓越品牌

4月14日，中国电器工业协会五届三次会议在陕西咸阳召开。会议公布中国电器工业卓越品牌名单。公牛集团凭借安全扎实的产品力，深远广大的影响力，以及成千上万国内外消费者的认可，入选中国电器工业卓越品牌殊荣。

集团技术管理部 刘兵仁



公牛网络学堂 E网职前起航

4月26日，以线上教育资源平台为依托，以打造公牛专属学习生态圈为目标的公牛网络学堂上线并召开启动大会。6月9日，公牛网络学堂在公牛集团微信公众号的交流窗口“E网职前”正式上线，公司学员可借此了解网络课堂学习技巧，获得优质课程推荐，真正实现个性化、主动性学习。

转换器营销中心 罗重重



集团召开“精益管理体验营”

5月11日，由公牛大学主办的集团“精益管理体验营”在宁波公牛培训室顺利召开。60余名公司学员参与培训。会上，领誉（北京）管理有限公司的张玉柱老师通过精彩的培训实践案例和精益管理理念为在座学员带来生动形象的精益课。

集团公牛大学 陆晓慧



公牛上线维基百科

4月20日，公牛集团英文页面上线维基百科，页面详细介绍公牛产品、品牌成就、奖项荣誉、社会责任等内容。此举有助于世界进一步了解公牛，助力公牛实现成为国际民用电工行业领导者的愿景。

集团跨境电商部 白玉



公牛移动式防水插座喜获中国设计智造大奖

5月8日，公牛移动式防水插座从2720件作品中脱颖而出，摘得2017中国设计智造大奖。该奖是继防雨插座之后，公牛插座再次获得此殊荣。

转换器产品策划部 周飞龙



合唱助力 齐展风采

5月27日下午，由宁波总工会主办、宁波市工人文化宫承办的“展示职工风采 助力名城名都”全市企事业单位企业之歌展演在宁波五一广场举行。50多名公牛合唱团成员亮相上台，作为慈溪工会唯一代表参加此次比赛，为现场评委与观众带来一曲《公牛之歌》，优美的和声，精彩的表演，获得了台下评委的一致好评，通过最终努力，《公牛之歌》荣获优秀企业歌曲奖！

集团党群办 徐益辉



墙开荣获“企业信用评价AAA级信用企业”称号

5月，中国电器工业协会对宁波公牛电器有限公司的信用状况进行评价，经过墙开质量部与集团总工办协同合作与积极组织应审，宁波公牛电器有限公司荣获行业“AAA”级信用企业。并于近日收到中国电器工业协会签发的“企业信用等级证书”及“企业信用评价AAA级信用企业”铭牌。

墙开质量部 童明枝



百灵鸟托幼班开班啦

6月1日下午，百灵鸟托幼班在墙开正式试点开班。集团副总裁周正华、集团党群办企业文化经理陈端等公司领导以及20余位家长 and 小朋友一同参加了开班典礼。托幼班的设立，帮助双职工员工解决了下班时间与孩子放学时间不一致，低龄孩子独自在家存在安全隐患的问题。

墙开行政部 张小煊



集团召开“以客户为中心”的流程再造推行会

6月2日，公牛集团“以客户为中心”的业务流程再造推行开工会在墙开事业部顺利召开。集团董事长阮立平携各事业部高层领导、流程再造团队、流程试运行团队等近百人参加此次开工会。会议标志着集团新流程正式迈入试行阶段，开启了公司向流程型组织转型的大门。

集团公牛大学 陈荣

《挑战的法则》与公牛同行

2017年5月起，由公牛装饰开关特约赞助的国内首档艺人演艺竞技节目《挑战的法则》在东方卫视播出。公牛装饰开关将作为重要道具被运用到节目中。

集团品牌中心 董玉姗



走进墙开首次“实验室开放日”

5月18日下午，墙开实验室迎来了首次“实验室开放日”，本次活动选择了开关产品的“寿命试验”作为技术交流主线，该试验可以同时考核产品的电气、机械、结构、发热和耐久等综合性能，是开关产品的核心检验项目。实验室资深检测工程师方益、李彪同与会人员在检测现场进行了深入地讲解和技术交流，专业、热情的讲解获得了与会人员的一致好评。

墙开质量部 程勇





公牛入围2017《中国500最具价值品牌排行榜》

6月22日，由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的第十四届“世界品牌大会”在北京举行，会上发布了2017年《中国500最具价值品牌》分析报告。公牛以80.05亿元的品牌价值首次入围该榜单，同时也是宁波唯一一家入围榜单的电工电器品牌，一路走来，公牛的成长有目共睹！

摘自网络

上海分公司荣获家乐福中国2017年“最佳合作伙伴TOP20”

6月1日，家乐福中国在上海举行合作伙伴大会，大会以“凝聚，创新，突破”为主题，邀请了国内顶尖的50家供应商伙伴参与。在当前中国零售业日新月异的大环境下，家乐福中国积极进行着新业态、新门店、新渠道、新产品的创新探索，并与合作伙伴探索落地合作新模式。在众多公牛员工的不懈努力之下，公牛集团上海分公司凭借优质的产品、突出的产品销售能力和以客户为中心的服务理念，在33000多家供货商中脱颖而出，荣获家乐福中国2017年“最佳合作伙伴TOP20”之一！

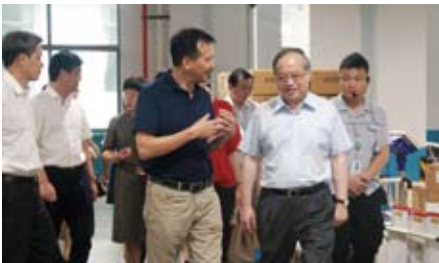
转换器现代渠道部 宋波



风云慈商 走进公牛

6月14日，市委统战部联合市工商联共同策划组织的“风云慈商·走进名企”活动在我司正式启动。启动仪式后，集团董事长兼总裁阮立平与现场200余名慈溪企业家一起分享了风雨二十余年创业、守业的经验。活动受到现场企业家一致好评。阮总在随后的讲话中表示，“风云慈商·走进公牛”活动使人获益良多，面对面的分享交流深深引起了自己对创业、守业艰辛之路的共鸣，学到了本土优秀企业家榜样的成功经验，鼓舞了自己坚持初心、继续前行的勇气和信心。

摘自网络



与公牛同行 铸管理精英

6月20日，2017届金鹰计划“基础管理夯实班”启动会在集团四楼培训室正式召开。集团人力资源中心总监郑湘洲、转换器事业部常务副总邓跃胜等公司高层领导、部分部门负责人及来自各个部门约50位学员一同参加了启动会。集团人力资源中心胡伟从项目背景、学员组成情况、方案介绍三个方面,向参会人员进行了项目介绍。随后，生产管理部前道工厂车间主任叶旭辉和采购中心OEM采购工程师唐伟锋作为学员代表分别发言。郑总在随后的讲话中，着重强调公司人才梯队建设的重要性和强化公司内部人才成长的必要性，集团高层对人才培养极为重视，对金鹰学员提出了更高的要求与期望。

转换器人力资源部 陈梦燕



创新发展 共促经济

6月21日，省人民检察院党组书记、检察长汪瀚莅临公牛墙开事业部调研。集团董事长兼总裁阮立平带领检察长及宁波市委副书记、政法委书记陈奕君等领导参观了生产车间、立体仓库及产品展厅。在随后的座谈中，阮总向参观领导详细介绍了企业发展情况，汪瀚检察长在参观中给予公牛高度评价，并嘱咐检查人员要为企业发展提供更多服务和保障。

集团党群办 章梦甜

数码：数显车充

公牛数显车载充电器机身表面采用一体化黄铜珍珠电镀工艺，用料扎实，散热性能强，高品质黄铜使其拥有上乘手感。搭载的高亮度数显示屏，实时监测显示电流电压，以及防范输出电流过大，具有过载保护功能。在超出额定输出电压、电流时能够自动切断输出，以此保护充电设备和汽车电瓶。同时，公牛数显车充能够智能识别并匹配相应的电压及电流，是一款集颜值、手感、性能于一体的车充产品。



墙开：USB智能充电插座



公牛USB智能充电插座，拥有三位USB插座和五位插孔，同时满足一家三口的充电需求。通过智能分配电流，做到精准充电，保护充电设备；同时，公牛USB智能充电插座比普通USB充电插座更快速，以最快的时间让充电设备满血复活。此外，优质PC材料阻燃防老化；专利鞍形端子，牢牢锁住电线，有效防止电线松动脱落；贴心的防尘盖设计防止日常灰尘钻入，有效延长插座使用寿命。

LED：大功率球泡

公牛大功率LED球泡，采用扩散PC材料，光线柔和，均匀统一，有效护眼；先进的散热材料和抗氧化技术使球泡使用寿命更长久；与普通大功率LED相比，公牛大功率LED球泡在相同功率下亮度更高，相同亮度下更加省电；独特的双重防频闪技术，真正为用户做到爱护视力，爱护家人。





前言

“充分表达管理者意愿，让优秀员工不吃亏”是积分制的特质。

积分制管理是一种充分尊重人性需求，将做人与做事相结合，以正向激励为动机，以竞争机制为动力，对员工进行点对点激励的创新管理模式，它让管理更轻松、员工更快乐、业绩更优秀！

积分制政策的宣贯与执行

管理创新“新”探索 百花齐放推积分

——记公牛集团积分制管理启动暨实操培训大会

4月24日，公牛集团积分制管理启动暨实操培训大会在沈师桥大酒店召开。集团董事长兼总裁阮立平、党委书记陈彩莲，群艺积分制咨询导师单兴万、赖芳菲以及全集团课长级及以上350余名管理者参加了本次会议。

会议由阮总作开场讲话。他强调：一是要统一思想，提高认识。实行积分制管理是提高企业管理科学化水平的有效探索，是破解公司管理难题，进一步规范员工工作生活和发挥员工主观能动性的有力抓手，是有效破解当前企业管理中组织难、管理难、评价难问题的有效途径，是确保实现集团战略目标、企业文化建设健康有序推进的客观要求。全体干部职工要充分认识实

行积分制管理的必要性和重要性，切实把思想和行动，统一到积分制管理领导小组的决策部署上来，对照实操培训中的管理内容，积极创先争优，人人争当先进。二是要精心组织、扎实推进。开展积分制工作，不能流于形式，必须实事求是，广泛动员，形成良好舆论氛围，让员工时刻牢记自己的身份，规范自己的行为，履行自己的职责，勇作表率，形成创先争优的氛围。同时还要在工作中培养树立一批典型，充分发挥典型的示范引领作用，使先进更先进，后进变先进，不断提高广大干部职工的认可度和参与度，打造一支“忠诚有担当”的牛人队伍，推动各项工作“争一流、上水平”。三是要加强领导，合力推进。集团领导、各事业部负责人要高度重视，切实履行职责，真正把积分制管理工作放在心上、抓在手上、扛在肩上、落到实处。

会上，群艺积分制管理咨询老师赖芳菲从积分制导入意义、积分制管理推进方法以及具体软件操作三方面，为在座的管理者进行了实操培训。随后，陈书记作总结发言，她提出了三点建议与希望：一、统一思想、达成共识；二、前途光明、任重道远；三、迅速行动、及时表彰。

积分制管理是一套动态管理工具。它将物质激励与精神激励相结合，制度与非制度相结合，做人与做事相结合，以正向激励为动机，以PK机制为动力，对员工进行点对点激励，员工工作和行为表现均可通过积分得到客观评价，真正做到让优秀员工不吃亏。

集团党群办 卢立平
集团积分办 黄栋芳



统一思想新“启”点 万人培训“迎”积分

4月24日至27日，在各部门的积极配合下分别于全集团四大基地，分批次地进行了10000余名员工的积分制动员大会。集团、事业部高层领导、群艺特邀导师参与了本次动员大会。

湖北群艺特邀讲师单兴万对实施积分制的目的、优势以及如何做好积分工作进行了介绍与动员。单老师通过列举发生在身边的实际例子，形象生动地为员工们介绍了积分制如何体现在工作、生活等方方面面，让员工切实体会到积分制的魅力。

美国行政学家西蒙曾说：从广义上讲，一切行政都是人事行政，因为行政所研讨的，就是人的关系和行为。而如何用人、管好人，充分发挥人力资源优势，形成具有团队竞争力的企业核心，必须使制度化和人性化有机结合。积分制管理就是制度化和人性化有机结合的管理制度。公牛集团引入积分制管理后，在执行严格的规章制度的同时，也注重人性化管理。比如从线长到高管每月都有5-1000分不等的奖扣分权限，在权限范围内，管理者可充分表达自己的心愿。

“让优秀的员工不吃亏”是积分制管理的核心。“让优秀的员工不吃亏”就是将“吃亏是福”不再视作来世的回报，而是变成当下看得见摸得着的“现报”。在积分制引入之前，员工不管在平时的工作或行为上如何表现，我们仅能通过一些口头表扬进行肯定与认可，但随着时间的流逝会被慢慢淡忘，而积分制引入后，可以通过软件将事情记录，通过及时地给予奖分与表扬，及时的肯定让类似这样的优良品质得以保鲜。

集团积分办 黄栋芳

积分制政策的效果与感受 |

第一个吃螃蟹的人 ——访 LED事业部计划管理部经理江磊



“任何一个新事物，开始都是困难的。如果不去做，那么将永远不会成功，所以对于新事物首先就要去尝试，因为只有尝试着做了才会知道结果。” LED计划管理部经理江磊如是说。

江磊，作为公牛2011年第一批雏鹰计划的一员，刚毕业就来到了公司，他的职业生涯也是伴随着公牛不断成长。6年中，从研发工业设计到转换器采购、集团招标再到LED计划管理部，他经历了从一个专员到经理的蜕变。

LED计划管理部是第一批尝试做岗位积分，并已稍有成效的部门。4月25日积分制启动大会是他第一次接触到积分制。刚开始，对于积分制的印象

象也仅停留在这这是集团的重大项目，所了解的规则也只涉及关于行为类、文化类的通用奖扣分标准，但他记住了大会的精髓——“业务部门可对标准进行创新，鼓励大家百花齐放”。

亦步亦趋 初探索

5月初在LED事业部官总大力提倡将积分作为日常管理工具的大环境下，针对计划管理部科室多、人员类别层级较复杂的情况，他最大的顾虑是如何将部门奖扣分标准制定得合理、公平。经过不断的梳理部门业务、与骨干人员访谈，结合多年的管理经验与现行部门KPI指标，他初定了计划管理部工作类通用奖扣分标准和各科室标准。

步步为营 夯基础

为使标准更容易操作，每个科室他目前仅设置3-5条标准，为更好地进行考核，将具体标准进行量化。随后，将每条标准结合奖、扣分进行鼓励与警示。在初稿完成后，通过部门内部的综合评审逐条修改与表决，保证标准的公开公正。标准制定后，为推动标准的落地，他们又拿出部门部分经费作为积分奖励。每月他们会为部门前三名的员工送上价值30元的礼品。有奖必有罚，针对每周最后三名“落后者”将会得到打扫卫生一周的处罚，但若打扫得好，又可加分。

虽然刚开始，部门员工对积分并不敏感，但秉承积分制前期鼓励的那样“以奖为主”的原则，他还是根据初定的标准对员工进行奖扣，同时对标准做的不到位的员工进行重扣。一周过去，当“负激励”来临时，员工就逐渐意识到积分落后的“危害”。积分开始在计划管理部步入正轨，积分制管理渐渐融入计划管理部的工作中。

悄然而至 初见效

“当积分融入工作后，作为动态管理工具的积分制悄悄地开始发挥作用”，他谈到。部门内部的员工以90后为主，年轻刚工作的孩子，在执行力上不够，对于上级安排的任务不会及时进行反馈。需多次确认或经常督促，但这样做又让员工觉得很烦。这样的境况，使他管起来累，被管理者却觉得烦。当岗位积分试行后，部门某位90后员工积分排名成为

倒数后三位，将接受打扫一周卫生的“负激励”。在扫了一周地后，这位员工主动问领导如何才能挣分，也积极主动反馈工作情况，工作积极性有了很大提高。两周后，他由最初的负分到正几十分，脱离了倒数三位的行列。

积分在调动员工积极性的同时，也解决了一个部门内的老大难问题。比如仓库常有一些生产退料，在积分实施前可能完成退料需要两周的时间。刚开始，他进行了协调，制定相关标准。但没有有效的惩罚与监督机制。如果他常去看，退料处理效率会高，但一段时间后，去的少了又会恢复原状。针对该问题，他将积分与此结合，对不按标准处理物料的人员，仓库就可申请对采购进行扣分。通过扣分、积分，又解决了他工作上的一大难题。

不断探索 求创新

当谈到后期工作计划时，他也告诉笔者，积分制与工作的结合还将有一个过程。他也会用好这个工具，用各个击破的策略，通过逐步调整积分标准，针对性的逐步解决相关的老大难问题。同时通过过程监控，让过程考核与每季度绩效考核有机结合起来，能更准确把握部门人员的综合能力，使评价变得更公正、让员工更稳定，促进公司与员工的共同发展。

Q:请问您对于其他部门制定岗位积分有什么建议吗?

A: 标准的制定与主要业务挂钩，初期以3-5条为宜。从标准的内容看，标准必须是可量化的。若遇到无法量化的项目性工作，可对项目的进度与结果进行结合，从时间节点的完成情况进行打分。同时针对标准要进行频率管控，可以每天、每周、每季度为单位进行制定。在标准制定完成后，最重要的是一定要公开、公正地进行评审。

集团积分办 黄栋芳

| 政策梳理与解读 |

积分制的定义：

操作层面：积分制管理是将员工的能力及综合表现，用奖分和扣分进行量化考核，并用软件记录和永久性使用的一种员工激励办法。

积分制的原则：应知应会 公序良俗

应知应会是指在特定岗位上的工作者应该了解、知道、掌握的基本知识和应该具备的基本技能、该知道的基本常识和业务规范为上岗的必备条件。

公序良俗是指社会公民的行为应当遵守公共秩序，符合善良风俗，不得违反国家的公共秩序和社会的一般道德。

能力(固定积分)：指员工的学历、职务、职称、技能及荣誉（均需资质证明）。

综合表现(动态积分)：指员工日常的工作表现、工作业绩（即做人与做事）。

奖分：指在员工产生值得嘉许的事件时给予奖分进行认可。

扣分：指在员工发生不当事件时给予扣分传递信号。

量化考核：指根据奖分与扣分事件的影响程度给予一定的分值（非绝对量化）。

软件记录：指将所有的奖分与扣分录入到一个专用软件记录数据。

永久使用：指所有员工的积分永不清零（直到员工离职）。

激励工具：员工积分与其在公司的短(如福利)、中(如奖金、薪资)、长期激励逐步挂钩。

| 积分制政策的效果与感受 | 积分影响我的一件事



积分制让我们更用心做事，更积极工作了，自从公司启动积分制来，给我们带来了不一样的感受，让我们更有动力工作了。首先我最大的感受就是：积分制开始以来，每做一件事都会得到加分让我感动。记得我上次帮领导家修电器，一会时间就修好了，领导家属很满意马上让领导给我加分，本来是我分内的工作而已，因为一个维修却得到领导的加分，很感动哦，感谢积分制让我在工作中得到领导家属们的肯定和认可，每次在工作后第一时间都会得到相应的加分让我们工作更有积极性，正如积分制的口号：快乐工作，快乐积分，在这个愉快的氛围内工作是最快乐的！

集团行政部 刘梅



积分制就像一个隐形尺子在衡量你工作的态度，表现好的时候可以加分，得到鼓励；工作疏忽的时候扣分，提醒你要注意了，你的态度影响了工作进度和质量，需要改进。在中国，我们都离不开分数。学生时期，就是一个分数决定命运的状态。参加工作后，我们不再有分数的限制，但是同时也减少了别人对你认可的可衡量化。那么积分制的出现，正好可以填补这样的缺失。

虽然只是日常奖惩的变化，但是会觉得受到了认可和尊重，没错，你的认真和积极被看到了，你的变化大家见证了，这就是积分制的魅力所在。

转换器市场部 章丹丹

自从公司积分制导入墙开事业部以来，卓越现场管理项目模块积极开展模块积分制标准推动；在大的通用标准下，细设卓越现场管理模块的积分制奖扣标准；从会议、培训到各部门卓越现场管理计划推动，落实完成情况均采用积分制进行管理考核；从倡导好人好事推动，让完成工作好的单位推行干事不吃亏。

各项工作开展更加有效、更加及时，让推动好的单位不吃亏，推动好的干事不吃亏，让员工意志朝更好的方向发展。

墙开卓越现场推进办 官印敏



有了积分管理制度后，我的工作变得充实起来。积分能给一线员工带来更多学习机会，很好地调动员工的积极性，从而推动生产更好的完成。让员工从被动的心态变得更加有主动性和积极性，让员工从主观意识上发生巨大的变化。积分制度的实行确实影响着我对每份工作的心态，让我的人生观、价值观发生巨大变化。以前对待工作只是单一为了拿薪水，而积分制度的实行，无论关于个人薪水的涨幅，还是让我主动思考一些关于平时没注意的细节，都会更加积极参与到工作中去。

积分让工作的积极性变成满分，企业的活力让我变得更加有动力。积分可以让员工更加有素养的工作。孔子曰：“三人行必有我师，选其善者而从之，其不善者而改之。”积分能够让我养成一种自我约束的良好习惯，同时也可以让我从工作中学习到很多知识，认识到自身很多不足之处。

墙开事业部 孔令虎



在获知自己是月度之星的时候，也是有些意外的，因为平时工作很忙，忙起来不知道已经被加了那么多积分，很感谢领导，也是对自己的一个肯定。督促自己以后更好的工作。

数码产品策划 王宇飞

积分中快乐工作，工作中快乐积分，积分是一种正能量的体现。适当的加减积分，让员工在工作中感觉到既有责任感又使员工在一种责任感下快乐工作。积分执行以来，很认同积分制，已经体现“快乐”两字。

数码事业部 秦明春



2017年5月，是公司完整导入积分制管理的第一个月，总结下来，我发现自己当月内有几天的奖扣分任务还未完成；月度的扣分任务也没达到要求。我决定首先通过改变这种状况来提升管理。

为此，我做了以下三件事：专人负责操作，将我每天的奖扣分情况指定专人登录系统进行操作，将她的积分与我每天的奖扣分完成情况挂钩；加强积分通报，在部门负责人的每周周会以及每周一、周三的部门早会上通报各位主管奖扣分情况，尤其是我自己的奖扣分情况，带头落实，互相学习和提醒，以形成良好的氛围；细化积分规则，在公司的积分规则基础上，根据充分表达管理者意愿的原则，参考其它部门好的做法，制订并实施人力资源中心的积分规则。此项工作正在积极推进中。

集团人力资源中心 郑湘洲



随着积分制项目的深入开展，组二车间积极响应，利用车间早会对制度内容进行了充分的宣导和落实，各线员工也在积分制的作用下，不断提升自身素养，全力投入生产中，在5到6月份涌现出一批优秀的员工。

车间里的90后员工，对积分制平台十分感兴趣，并乐于接受新的事物。如98年的陈果，在工作中，乐于学习，经常帮助其他员工，是一个深受大家喜欢的员工。他的优秀行为，被线长在积分平台上记录下来，让车间领导在奖励审核中，对车间优秀员工有了更生动具体的了解，同时让其他员工向他学习。

转换器组二车间 葛秀士





在梦想道路上 虔诚前行

——访湖州区域转换器、数码经销商 周松

从2006年7月开始，一位怀有梦想的少年，与公牛有了不可割舍的情谊。

起初，他只是将它作为一种养家户口的
手段。那时，他也不曾想，正是这份选择，
让他的梦想，如遇春泥一般，生长、成熟，
并在今后的日子里不断被超越。

他就是湖州区域转换器、数码经销商——周松。

不积跬步 无以至千里

2016年至今，周松与公牛已有了逾10年
的情谊。从营销人员到经销商，他始终将这
份与公牛的情谊牵挂于心，并将这份工作作
为自己的事业去追求，将自己的梦想与公牛
紧紧的联系在一起。

无论哪个时代，青年总是怀抱着各种梦
想。于是，在那个20出头的年纪，他想出去
闯一闯、拼一拼，让自己的人生有不一样的
精彩。梦想平凡朴实，信念执着坚持，于
是，他不断的努力。

他说，他是苦出身，也因此，让他比
别人多了份吃苦耐劳的韧劲。凭借着这份拼
劲，在一年多的时间里，他几乎跑遍了中国
三分之一的市场。他说，让他印象最深的，
是2008年的新年。那时天空已飘起了小雪，
但还是决定去异地跑客户，最后，因为雪太
大，被迫滞留异地。对他而言，那是一段痛
并快乐着的记忆。也许正是因为这段记忆，
激发了他更加一往无前地追求更好生活的梦
想。

梦想是心灵的思想，是秘密的真情，并

激励着你变得更加努力。同年，他在工作中看到了公牛产品
的市场发展前景，决定迎接全新的挑战，这一年，他加入了
公牛经销商团队。“我的人生轨迹因这个决定，发生了重
大转变。”他说，“那年我26岁，刚过完春节，暴雪还未消
融，我带上行囊，怀着满腔热血，开着一辆小面包车，带着
东拼西凑的10万元钱，一个人驶向湖州，追逐让家人和自己
生活得更好的梦想。”

不辟新路 何以绽芳华

初到湖州，经过市场调研，结合其他市场经验，周松为
自己制定了自认为非常理想的操作计划，并且，各项工作也
按照着计划落实执行。他说，那时想着，只要我努力，只要
我坚定的走下去，一定可以实现目标。

常言，理想很丰满，现实很骨干，理想与现实总有差
距。实际的市场，并没有他想象中的那么好操作。窜货、低
价、客户的进货习惯等，市场上有很多预估以外的问题。同
时，加之资金不足的问题，在管理与资金的双重压力下，他
有些应接不暇。他说：“最初的发展，面临着各种各样的棘
手问题。我不断的碰壁，认识到了一个人原来如此渺小。”

在那个全力奋斗的年纪，好像一切都那么不尽人意。不
管再努力，再拼命，事情的发展，似乎总有预料之外。无欲
则刚。因此，在这个时候，就越要学会冷静，学会孤独，逼
出最大的潜能。要么努力向上爬，要么烂在社会最底层的泥
淖里，这就是生活。

不懂就去学，不会就去问，因为他并不是孤军奋战。他
总说，他特别感谢公牛，因为公牛总与他并肩作战。凭借着
“选定目标不放松”的性格以及公司的协助，最终，他摆脱
了克服资金与管理的多重困境，最终克服了发展的难关。

梦想绝不是梦，两者之间的差别通常都有一段非常值得
人们深思的距离。从那时开始，周松觉得，他的梦想不再是
无法触及的梦，它似乎开始有了可以形容的形状，它似乎可
以被触及，并且离他越来越近。

不敛心境 怎能斥方遒

平时的积累与实践经验，在随后的生活中，渐渐显示出
了它的能量。在不懈的努力下，在平和的心态中，周松带领
着自己的团队不断前行。在做经销商的这些年，几乎每年都
能完成公司制定的销售任务。

多年后的现在，他发现，他的梦想与公牛的发展正同步
前进。以电为核心，公牛集团不断拓展产品，让企业焕发无
限可能，展现强有力的生命力。

公牛在改变，周松也在改变。从摸石头过河到形成管理
理念，从年轻气盛的少年小伙到沉着冷静的青年，周松始终
一步一个脚印踏实前行。他也渐渐发现，梦想和人生的进阶
总与公牛集团关系密切，集团的每一次进步，也让自己的梦
想更加丰满。

最初，周松给自己定500万元的销售目标，那时候觉得好
远，但是在一步一脚印的积累中，目标最终实现。现在他的
目标更大了，他也朝着更远的方向前进着。

现在的周松正着力推广数码销售。他说，相比于产品，
他更喜欢向别人推广公牛梦。就像公牛改变我一样。

林语堂先生曾说，梦想无论怎样模糊，总潜伏在我们心
底，使我们的的心境永远得不到宁静，直到这些梦想成为事实
才止；像种子在地下一样，一定要萌芽滋长，伸出地面来，
寻找阳光。

努力向上吧，星星就躲藏在你的灵魂深处；做一个悠远
的梦吧，每个梦想都会超越你的目标。在追求理想的同时，
挫折也会来临。但是，坚持梦想的人能够把它变成好事，会
增强磨砺意志的信心和决心！

集团产品与传播策略中心 岑月圆



她有一颗感恩的心

——记转换器古窑基地生管部 徐建儿

据集团人力资源部发布的统计信息，到2017年全公司在册职工总人数已到了10800人。而在这万余名职工中，她可以算得上是资格最老、工龄最长的元老级职工了，她就是古窑生管部仓储课收料组组长徐建儿。

徐建儿今年56岁了，从34岁进厂到现在，足足在公牛工作了22年。经历了公牛从诞生、成长、发展和壮大的里程，她把自己人生中最美丽的岁月，全奉献给了公牛。从这个角度，可以毫不夸张地说，徐建儿是公牛集团从无到有、从小到大、从弱到强的历史见证人。

说来也许是一种缘分吧，徐建儿不仅本人是公牛的老员工，而且她的一家三代都曾是公牛员工，她的老母亲曾是公牛最早期的工人，她的女儿也在公牛干过五六年，而她和她的妹妹徐亚儿现在还在公牛上班。她们一家都与公牛结下了不解之缘。

时间要回溯到1995年公牛集团的前身。在工厂筹建的初期，那年的公牛集团还只是一个很不起眼的家庭式作坊，阮家兄弟接来一些外来电插头的装配业务，找几位临时工用手工装配一些普通电插头。后来，阮总从武汉大学毕业，开始走上了高科技产品的开发之路，并成就了今天的公牛集团。记得工厂刚办起来时，厂里连兵带将，加起来也不过五六个人。而徐建儿的母亲就是这五六名工人中的一个。

徐建儿是1996年进入公牛的。那时她才34

岁。回忆起当时的生活和工作，徐建儿说：那时条件苦哇。几个人窝在一间不到几十米的厂房里，每天用手工组装电插头和开关，包线头、敲铜皮。十个手指常常一不小心就会磨破皮。当时厂里很忙，常常要加夜班，有时候一个月要工作400多个小时。当时，她的一对宝贝女儿，大女儿11岁，小女儿1岁零8个月，家中没人照管。她每天下了班，就匆匆去幼儿园接女儿回家。给两个女儿安排好晚饭后，然后马上赶去厂里上夜班。有时孩子吃好饭，而上夜班的时间到了，她只能直接先去上班。有时候姐妹俩玩着玩着，就会趴在地上睡着了。徐建儿每天要忙到晚上10时左右，想到这情景，心里就酸酸的老想掉眼泪。直到如今，她心里对女儿还心怀愧疚。

徐建儿生就一副办事认真、干脆果断的男子汉性格。从进厂起，她就被安排在仓库做仓管员工作，收料发料是她的工作职责。仓管员看起来不起眼，但却是一份很重要的工作，而且很容易得罪人。但徐建儿不怕得罪人，她自嘲自己是属老虎的，天王老子也不怕。对工作中出现的一些诸如不爱惜公物、不负责任的



又不是老板，这样死心塌地为公牛苦干，又是何苦？但她对这些议论只是一笑了之。一切只因她的心中记着一本账。一本公牛对她，阮总对她家的恩情账。

虽然阮总是老板，自己只是普通的员工，但他们信任徐建儿，关心徐建儿，对徐建儿如同亲姊妹。当年，在徐建儿体检中查出脖子上患了甲亢性腺瘤，阮家兄弟二话不说，东奔

现象，敢说敢管，毫不留情地提出批评。她常对同事说，落了这只船，总想这只船好。既然来到了公牛，就要做一行，爱一行，而决不能敷衍了事。在她的任职期间，仓库里从没有发生过短斤缺两或财产损失的现象。

徐建儿又是一位要强的女性。哪怕家里遇到最大的困难，她从不向外流露，总是把困难吞到肚子里，自己想办法克服和解决。如今，孩子长大了，不用操心了，可母亲老了，今年已经82岁，身体不太好，前几年，曾发生过几次小中风，跌倒过几次，行走和起居就不太方便了。虽然由她三兄妹轮流照顾。为了不影响工作，这些年来，她每天凌晨4时起床，先到母亲处为母亲倒痰盂、洗衣服、做早饭，安顿好母亲，再赶回自己家中，做好家务，然后匆匆赶去上班。下班后，她还经常去母亲处坐坐，陪母亲聊聊天，说说话，减少母亲的孤单。

有很多人理解她，说都这把年纪了，你徐建儿对公牛没有功劳也该有苦劳了，上班迟到些也没事，更有人私下议论她：你徐建儿充其量也只是公牛的一名老员工，你

西走，帮她联系上海、宁波的医院，手术成功后，还帮她垫付了所有的医疗费用。

那年徐建儿的大女儿考上了大学，阮幼平经理又主动问她学费够不够。“好言一句三冬暖啊，他们信任我，理解我，把我放在这重要的岗位上，一干就是20多年，这容易吗？”徐建儿动情地说，“人是要讲良心的，要学会感恩，不但要报答父母的养育之恩、师长的培育之恩、还要报答朋友的帮助之恩。公牛给了我一份工作，让我有了一份稳定的工资收入，如果没有公牛，也没有我家三代的今天。自己如果不好好工作，也对不起阿立兄妹，从良心上也说过不去啊！”

如今的徐建儿干劲十足，信心满满地工作在她的收料组长的岗位上，她一如以往地认真负责，一如以往地刻苦努力，工作一丝不苟。待人诚恳热情。她说，这一辈子既然已经与公牛结下了不解之缘，就要呵护公牛、忠于公牛，一生与公牛风雨同舟、祸福与共，为公牛的成长发展默默奉献自己的一切。

【采访札记】采访徐建儿的话虽普通，但充满了真挚和真情。让我深受感动。也让我感受到她那颗金子般感恩的心。徐建儿说得真好——人是要讲良心的，每个人都要学会感恩。如果我们每位公牛员工都怀有像徐建儿那样一颗感恩之心，大家的心往一处想，力往一处使，何愁公牛不兴旺、不发展，何愁成不了世界民用电工行业的领航者！

特邀记者 李道一





看未来 谋定而动

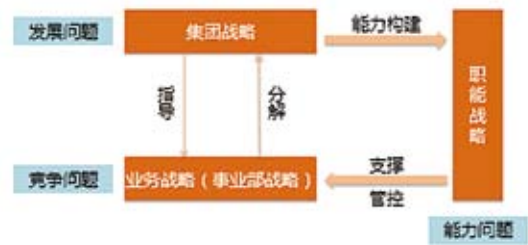
——事业部三年战略规划评审暨集团、职能战略规划编制启动会顺利召开

4月25、26日集团在慈溪达蓬山大酒店召开了事业部三年战略规划评审暨集团、职能战略规划编制启动会，集团董事长兼总裁阮立平、副总裁阮学平及其他副总裁、各事业部负责人、职能部门负责人共90多位高中层领导参加会议。本次会议的召开是对自2016年11月启动的事业部三年战略规划编制工作的阶段性总结，并以此进一步推动整个集团战略、职能战略的厘定。

两天会议主要围绕三年战略规划相关的5个议程开展：事业部三年战略规划评审、集团三年战略规划初稿评审、职能战略规划编制说明、事业部战略实施资源需求与职能部门沟通研讨（人力资源、流程信息、研发）、集团战略议题研讨（新零售、智能家居、企业文化）。

明确中长期战略规划体系

公司自去年开始探索一年战略规划向中长期战略规划的变革，逐步明确、搭建起了中长期战略规划体系，包括集团战略、业务战略与职能战略三个部分，其中集团战略核心解决集团发展问题、业务战略解决已有产业竞争问题、职能战略则要解决支撑集团战略与业务战略实现的能力构建问题。



针对集团战略，要从产品、市场两个角度探索新产业的拓展，现有产业的协同；探索集团能力构建问题；探索集团管控问题。对于业务战略，则要注重对市场的快速抢占，通过打造核心竞争力快速实现行业领导者的目标。对于职能战略，则要快速建立强大的供应链能力、产业研发能力、自动化的能力、流程再造和信息化的能力。

坚定“国际民用电工行业领导者”的战略愿景

本次会议中战略企划中心发布了集团战略初稿，集团愿景仍定义为“国际民用电工行业领导者”，对此，集团董事长兼总裁阮立平对愿景进一步做出了明确的阐释。“国际”，指国际市场，国际化战略是我们10年、20年的方向，我们要用全球化的眼光和视野、现代的思路和方法去尝试、探索成为国际领导

者；“民用”，指民用场景，从终端配电箱到室内的家庭或办公场景；“电工”，指电工产品，包括电连接、电传输、电控制相关的产品，以及围绕电工清单在前装环节的电器产品，如LED灯等。

在“国际民用电工行业领导者”愿景的指引下，阮总进一步提出了新产业拓展的进入原则，主要包括三点：行业尚未有垄断品牌、行业还有技术和产品创新空间、公牛进入是否可以发挥已有的优势。当三个条件都具备的时候，才可能实现我们进入一个产业就要成为领导者的愿景定位。

基于集团愿景，各事业部均明确了自身三年战略的愿景，转换器事业部愿景为“插座专家与领导者·智能安全插座”、墙壁开关事业部愿景为“高性价比装饰开关领导者”、LED事业部为“家用基础LED产品领导者——行业前三”、数码精品事业部愿景为“数码速充配件行业领导者——市占率第一”。

全面启动职能战略规划编制

在集团战略初稿、事业部战略规划基础上，集团将全面启动职能三年战略规划的编制，其中重点将围绕“研发”、“人力资源”、“流程”、“信息”、“自动化”开展。

战略规划将由各职能主体主导编制，战略企划中心将导入科学的方法论，并站在集团角度对各职能建设重大方向进行把控。职能规划立足点为满足业务发展需要，支撑业务实现其愿景，并通过外部对标明确职能发展路径。

重点提出的五大职能战略将在7月份完成，其余职能则计划在12月底完成。

要围绕消费者不断提升其购买、消费体验：产品方面不仅要有更好的单品，还要有成套的解决方案；市场方面则要跟踪渠道融合的趋势，让消费者更加“简单”、“低成本”、“高品质”、“有保障”的实现消费，线下渠道要实现“一店多卖”，线上线下则要协同好，打组合拳，要根据零售行业形态发展变化趋势，及时布局、开拓新渠道。同时，大数据

成为精准满足消费者需求的重要保障，要通过信息化建设获取重要的数据信息。

智能家居是近年来家居领域的新方向，许多企业已经布局、探索多年，针对这一课题，阮总明确了公牛在该领域的发展定位，即我们要做的是“智能电工”，

通过智能单品（如WiFi插座）、智能电工解决方案切入智能家居领域，并实现为智能家居提供电控制、电连接、电传输服务。扎根于自身的优势领域，与绝大部分大品牌切割。

两天的战略规划评审、研讨会，让公司中高层领导从繁重的日常工作中脱离出来，“仰望星空”，构思未来。经过研讨，一方面明确了很多重大方向，另一方面进一步加强了战略共识。谋定而动，正确的战略牵引将团队凝聚，助推公牛早日成为“国际民用电工行业领导者”。

集团战略企划中心 黄少鹏



新课题看清未来方向

本次战略规划研讨会议中，特别围绕与公司相关的三个课题开展了专项研讨，即“新零售”、“智能家居”、“企业文化”。其中“新零售”、“智能家居”均是首次开展如此规模的研讨，战略企划中心根据前期调研针对这两个课题做了专项报告并给出了发展建议，与会的中高层领导则在报告基础上开展了深入的研讨。

新零售是对零售行业新变化、新趋势的一个总体描述，直接影响的是零售终端，我们要主动拥抱这一变化，并快速的调整以跟上这些变化。

构建精益转换 筑就精益人生

——记公牛集团精益管理体验营

5月11日，由公牛大学主办，为期四天的公牛集团“精益管理体验营”在宁波公牛培训室三顺利展开，42名正式学员以及20多名旁听学员参加了本次体验营。领誉（北京）管理咨询有限公司的张玉柱老师结合丰富的实践经历以及融合佛学禅理的培训，不断引导着所有学员学习精益思想及解决问题的工具，用游戏的方式让大家体会精益于工作中的好处，从而让大家接受及转变精益观念，让在座的公牛人获益匪浅。

主讲人张老师从精益基础、精益工具概述、领导战略部署、精益领导力、创建精益文化和学习型组织五个方面讲述了如何构建精益转换。精彩纷呈的演讲不仅让现场每位学员听得津津有味，同时，“不怕犯错，就怕犯见（见解错误）”、“问题是拿来解决的，不是拿来解释的”、“精益的价值不是用金钱来衡



量，而是用时间来衡量”、“真正的学习是在行动之后”等等体现精益思想的箴言，也在不断改变着各位学员对精益世界的认识和理解，引起在场每位学员的共鸣。

“什么是精益？”，张老师用了四天为在座学员解答这个问题。精益不仅是改善，还是一种思维方式、工作态度，更是一种文化。它不仅应用于工作，也与生活息息相关。四天培训，每位学员个人的领导力、改善能力、团队合作、精益改善工具的运用、思考的视角和高度等等的改变，自我反省、执行合一的体验，融入全四天的流程。

同步启发我们思考，“假如我是总经理，为什么要做精益？”以及“未来三年的精益战略研讨，我们的精益应该做成什么样？”，引起各位学员的深思。学员们以小组为单位，展开激烈讨论奋战至深夜，只为寻找这两个问题的答案。四个事业部，从事业部的现状出发，与标杆企业做对比，在Q（质量）、D（交付）、C（成本）、I（库存）、P（效率）等方面仔细研讨，找差距、找问题、找对策，并通过对精益变革中每个关键要素进行识别和管理，制定出了各自事业部未来三年的精益战略规划。

体验营虽然已经结束，但精益管理、精益人生才刚刚开始，坚守正确的精益思想，坚持合理地运用精益工具，不断提高精益领导力，才能真正创建精益文化和学习型组织，才能成功做到精益转换。趁热打铁，各位学员在结束体验营之后，就要立即投入到生产现场的实战之中，运用学到的精益知识和工具为生产现场注入新的改善力量。各事业部也纷纷表示，将持续改善进行到底！

转换器精益管理部 朱燕宾



引言：

集团在战略指引下持续不断地追求卓越，不断地挑战新的目标。对标国际优秀公司并确定以精益为核心路线。故作为公牛人的我们需要对精益有基本的了解及正确的认知。

四天的精益管理体验营中，老师没有讲解过多的精益理念、工具，而是以最朴实的语言、最贴切的案例、最生动的游戏，引领大家在学习、游戏及反思中体会精益。以下为从四天体验营知识点中选取的三个经典小故事，对于未参加体验营的伙伴们，可以更通俗易懂的理解精益；对于参加体验营的伙伴，可以对四天的知识点进行回顾。

[精益故事]

鸡蛋与牛肉

在农场里有一只鸡和一头牛，有一天他们听说一种人类食物汉堡包，相当的受人类欢迎。它们对此显示出了极大的好奇，四处问其他农场里的伙伴，有没有听说过汉堡包并想要制作一个汉堡包试试。直到有一天它们遇见了一只刚刚随主人回到乡村的狗，狗说：“汉堡包就是两片面包中间夹着一块牛肉和煎鸡蛋，配上一些生菜叶子，听起来好像味道一般的样子，但真的很棒！”于是，鸡和牛为了制作一个汉堡，鸡给出了一颗鸡蛋，牛给出了一块牛肉，再配上几片生菜叶子，两片面包一夹，这个汉堡就做成了。

故事解读：

这个故事中，制作一个汉堡包是鸡和牛的共同目标，为了这个共同目标，鸡给出一个鸡蛋，牛给出了一块牛肉，鸡蛋对于鸡而言无关痛痒，而给出牛肉的牛却可能付出生命。通过这个故事，张老师希望体验营的学员，在面对共同目标进行合作的时候，每个学员全力以赴的参与，而不是无关痛痒的支持。

人生“价值流”

在大卫·伊格曼所著的《生命的清单:关于来世的40种景象》中对来生景象进行了神奇刻画，他在对生命秘密的终极奇想中，认为死后世界可能是在世所有经验的重新经历，但顺序重组，同样的事一次做个够。例如你可能会一

觉睡上 30 年，连续 3 年一直吃东西，5个月坐在马桶上看杂志，1年的时间阅读，两周的时间思考自己死后发生了什么，看 6 个月的电视广告，15个月找东西……

故事解读：

精益的5个原则中第一个原则就是价值。通过大卫·伊格曼的奇妙想象，我们发现人的一生中所进行的无价值活动则占去了大部分时间。例如15个月找东西的动作，可以通过5S等手段，减少寻找。通过缩短无意义无价值的活动，令人生能够更为精益，可以花费更多时间去做有价值的事。

游泳与玩水

体验营中，张老师连续问几个问题与学员们进行互动：你会游泳吗？许多人反应热烈地举起手来。你会两种以上的泳姿吗？一部分人默默地把手放了下去。你参加过游泳比赛吗？极少几个人还在自信地举着手。你拿过游泳比赛奖项吗？只有一个人依旧坚定地举着。张老师总结道：刚刚举手的大部分人，仅仅只是会玩水，而不是真正的会游泳。随着我的标准的不断提升，大部分人都把手放了下去。

故事解读：

游泳与玩水，对标准的定义不同，则卓越的程度不同。我们应该制定一个卓越的标准并不断追求卓越。目前公牛处于国内电工行业第一，公牛不能自满于现状，要不断追求高标准，追求卓越。

[精益词汇 专家解读]

价值流绘制

价值流是从客户发出订单到客户收到货，并对客户产生价值的整个过程。价值流图是将创造价值的过程在一张纸上展示出来，从整体角度来看。因为人们在工作的时候，身在价值流当中的一小部分，只能看到局部，而看不到整体。

绘制价值流图则是将现状图和未来图描绘出来。未来图是应用了一些精益的原则后得出的可实现的蓝图。将未来图与现状图对比后，显差来“缺什么补什么”，使人产生行动，来缩短这种差距，走向未来。

标准作业

标准作业是指创建当前的、品质最佳的、最安全的、效率最高的、最容易的，一种结合了人、机、料的最好的工作方法。当前得出的标准作业，又会在未来得到改善。

[学员感悟]

转换器精益管理部IE部经理 郑友斌

专注、置之死地而后生的去做精益，会使成功率大大提高。



转换器精益管理部物流课副经理 雒小勇

张老师四天讲了许多做事的态度，工具讲的很少。如果你愿意去做一件事情，你可以去找工具，找资源去做这件事；如果你不愿意去做这件事，你有再多的工具也是没有用的。



墙开营销系统客户服务部经理 常展

曾经觉得自己对精益有所想法和感悟，经过四天体验营，觉得自己现在对精益的认识只有0，只有对精益去重新认知才会理解它。



转换器师桥采购课采购中心经理 吴方向

之前我的总结是我要“变态”，这次我的总结是我要“发疯”。搞精益先发疯，满腔热血向前冲！





鲲鹏展翅 志在千里

——转换器营销中心LED推广培训会系列报道

提升全国经销商对LED行业及产品的了解，更好掌握LED关键售点及推广技巧，进而充分达成共识，促动LED产品的全线推广。转换器营销中心在全国设三大会场，组织开展《LED行业介绍及产品推广技能》大型培训会。于4月18日、4月20日、4月22日，分别于北京、武汉、温州进行，参训人员主要为经销商及其业务人员，更邀请了转换器营销副总经理刘建成、综合管理部总监张淑荣分别出席，整体参训人员共计约430人。

培训课程展宏图 星星之火待燎原

本次培训特邀LED事业部营销总监阳波作为讲师，阳总于2005年起就职于欧普照明，曾任流通大区经理、流通渠道总监。对LED行业发展非常了解，具有精湛的产品推广技能及丰富的销售管理经验。

培训伊始，阳总先阐述了行业容量及发展趋势，他指出2016年全国LED行业销售达2040亿，相比2015年增幅31.5%，这个数字立即让每一个与会的经销商都瞬间竖起双耳，充分认识到了LED广阔的发展潜力与前景。

紧随其后，阳总就“照明行业基本情况”、“公司LED三年规划及产品培训”、“终端开发和陈列处理技巧”三大部分内容缓缓道来。

其中“终端开发和陈列处理技巧”干货满满，阳总分别传授了专业

灯饰市场、综合建材市场、城市沿街灯饰店面、五金批发市场、替换类五金门店、日杂类五金门店六种LED核心售点的特点、机会点及对应的开发策略。而对于售点陈列，阳总更是指出了四大技巧：（1）落地陈列为主，端头为辅；（2）利用堆叠式陈列最大化；（3）充分利用货架，争取“1米陈列位”；（4）“心灵手巧”变无为有，巧用挂网、挂条。

培训过程中，阳总对行业数据信手拈来，对竞品动态了如指掌，对公牛的市场定位及技巧更是侃侃而谈，充分展现出了公牛对三年内成为五金渠道LED产品领导者的成竹在胸。这每一个信息与知识点，都仿佛在众人眼前展开了一幅壮丽雄浑的画卷，那是一片属于公牛LED的有待开拓的疆土，漫山遍野都是即将燎原的星星之火。

除了培训之外，在三大会场更是有着不一样的亮点与内容。

心路历程引共鸣 感召众人促改变

作为规模最大的会场，4月18日的北京聚集了将近230多位参训人员。上午11:00，从会场里传出了慷慨激昂的声音，令人忍不住热血沸腾。那个声音斩钉截铁地说着，“面对LED市场的前景、集团的重视、产品的战略地位，我知道了，我得干，我得改变！”

这是北京会场在培训之后特意邀请并安排的一场特殊的分享，来自承德市场的经销商丁超，从承德LED发展的心路历程开始，讲述了LED的员工激励、促销活动政策，最后呈现出了LED市场表现的转变与上市以来的出货业绩。其中针对推广LED所设置的员工激励——每日陈列明星奖、月度销售冠军奖励、年度LED指环王、员工旅游激励等，更是充分展现了誓把LED做大做强的决心与信心。这一种字里行间的信任，这一种豪情万丈的激情，深深的触动并鼓舞了在场的经销商朋友。仿佛在每个人心里都埋下了一根导火线，即将引爆的是属于LED的市场、属于公牛的更远的市场未来！

标杆市场秀风采 成就斐然引瞩目

4月20日，16个区域的经销商和营销人员齐聚武汉会场。在阳总的培训之后，武汉会场组织了吉安、合肥、襄阳、武汉四大LED标杆市场经销商，对各自LED市场开拓的实践经验进行了总结。

他们轮流阐述了LED市场的特色、各自市场优秀的管理方法、LED推广过程中的经验与收获，并纷纷秀出了各自市场的风采与所取得的成绩，他们充分的肯定了LED市场的前景与公牛在这片疆土上的潜力与能力。更告诉了在座的经销商伙伴，要拥有高度的信心、专业的产品知识、专业的销售知识、坚持不懈的努力，LED一定能越做越好，更能促动公牛在渠道品牌力的提升。

热烈讨论争发言 答惑解疑稳信心

4月22日下午，在培训与分享环节之后，温州会场进行了将近2个小时的讨论与答疑环节，直至结束的時刻，依然有经销商依依不舍、流连忘返。

在这个环节里，温州会场布置成O型，人人面对面，轮流分享自己的经验、提出关于LED的问题。而与会的营销中心产品经理吴族恩、营销副总经理刘建成、LED营销总监阳波，针对问题逐一进行解释与说明。其中对于一个职业经理人提出的“我们市场竞争对手强力，团队内部人员不够，怎么办”的问题，阳总在分析友品的趋势、特点、弱势后，斩钉截铁地提出，这个仗肯定要打，而“打仗”最关键的是，要么“武器”比对方好，要么“人”比对方多。而针对价格的问题，阳总更是指出，当终端说价格高时，其实更多的是希望我们告诉他理由，要帮终端老板算贵的理由。问题覆盖价格、库存、开发、铺货等各方面，总部领导及阳总不遗余力、真诚坦然的回应，解开了每一个人心中的疑问，更稳固了他们对LED推广的信心。

三个会场分别由刘总、张总的致辞作为结束。两位领导都对本次培训进行了总结，并对LED行业做了分析说明、对排插也做了行业预测以及公司未来发展的方向预判。培训交流会虽然只有短短半天的时间，却达到了数天培训都难以达到的效果。而其中，阳总毫无保留的培训、会场组织负责方对分享与交流环节的促动、总部领导的高度重视都功不可没。

阮总曾说，转换器应当建立渠道概念，将五金渠道作为主力渠道，在这个渠道里，LED市场的销售潜力无比巨大，更在第一季度呈现了爆发式的增长，它将有可能成为公牛未来成长最快的部分。

我们都充分相信，关于五金渠道的未来，一定既有转换器焕发出新的能量，更有LED带去崭新的光彩。公牛的每一次展翅，都指向行业领先，而这一次，我们更是志在千里、成竹在胸、一往直前、毫不停留！

转换器营销中心 杨红



迎接挑战 奋斗不息

——转换器营销中心召开2017年第一季度述职大会

在事业部各部门的支持下，在全国经销商和营销人员的努力下，转换器营销中心一季度取得了销售目标达成率100.6%，同比增长13%，LED销售任务达成率146%；同比增长181%的良好销售业绩。

总结过去，规划未来，转换器营销中心迎接挑战，奋斗不息！为进一步开展后期工作，4月6日，转换器营销中心第一季度区域述职会议在沈师桥大酒店拉开帷幕。

会议开始，集团董事长兼总裁阮立平首先为述职会致辞。阮总指出，我们目前存在着成长或者说再成长的压力，市场占有率的提升导致我们成长的空间变小了；但是我们的前景依旧十分广阔，我们应该改变转换器的概念，以渠道的思维去思考我们的未来。并且，针对转换器本身而言，由于新国标的升级，我们的产品更加精致，功能更加丰富，安全性能更高，性价比得到了更大的提升，同时智能化的普及给我们带来机遇！所以，面对未来的市场，我们要更有信心，更加努力！

阮总的讲话发人深省，鼓舞了在场的每一位同事。各区域负责人在振奋的氛围下，开始了为期两天的述职大会，汇报了各区域市场现状，阶段性工作成果，尤

了点评，并且结合公司发展战略以及各区域的实际市场情况给出了合理的精辟建议。

利用这次难得的聚首机会，营销中心为各位将士们请来LED事业部营销总监阳波先生讲授《LED市场渠道的分析及推广技能》和公牛大学精益学院副院长王宏先生开展“精益思想”的培训课程。

课程中，阳总为我们分享了目前LED行业市场划分，友品的市场定位、分布及优劣势；指出现阶段我们产品最大的优势在于品质，经过对现行业的几个大品牌的比较，为实现未来的目标，阳总指出了营销团队实地开展工作的几个要点。相信在高层领导的指引及销售团队的共同协作下，LED产业将开辟更宽广的市场。

供应链是什么？王院长用简单的小游戏真切地告诉你！通过游戏，我们还能直观地看到几个核心问题：供应链设计基于订单，订单是基于预测而非客户的实际需求，而预测是不准确的，客户的实际需求信息是滞后的。针对游戏中供应链存在的问题，王院长提出了另一种形式：超市形式（超市形式及时消耗及时补充的特点能直接展现消费者需求），进而通过另一个小游戏

“拉动式供应链”展现两者的区别。王院长总结“精益”对于公司而言，是一种以客户需求为导向的不断改善的状态。

针对本次述职会，转换器营销副总经理兼销售管理部总监刘建成先生进行了最后的总结讲话。刘总指出，4月13日开始新老国标的切换，我们一定要做好新老国标引导及滞销品消化工作；强调了以客户为中心的流程再造要以客户需求为输入，以客户满意为输出；文化建设要紧密围绕营销中心的价值观“市场导向，服务为本，务实高效，创新发展”为中心，打造“学习型、高效型，创新型”的营销团队。刘总的讲话为营销中心的工作指明了方向，为营销中心的未来阐释了愿景。

会议的最后，为激发各区域的工作激情，营销中心开展了经理责任制签约仪式，由张总对责任状进行宣讲。在张总的激励下，各区域负责人斗志满满，纷纷为组织目标签约并宣誓：“挑战目标，一定达成”！

转换器营销中心 宋文婷



“新国标 安全大升级”

公牛召开新国标插座全面上市媒体沟通会

随着人们生活水平的不断提高，家用电器、消费类数码产品数量的增多，家庭用电环境正变得越来越复杂，而承载家庭用电重任的插座也越来越受到重视。在新一版插座行业的国家标准执行前夕，公牛于4月13日在宁波慈溪总部举行了“新国标 安全大升级”公牛新国标插座全面上市媒体沟通会，正式宣布已提前完成了旗下7大系列、300余款插座的新国标全面切换，以实际行动加速插座市场的更新换代。

对于即将升级的插座行业新国标，一些媒体还感到比较陌生。在4月13日上午举行的媒体沟通会上，转换器事业部常务副总邓跃胜首先对于新国标的升级内容进行了详细介绍。此次新国标的变化主要体现在4个方面：增加保护门、电源线加粗、材料阻燃性提升、国家3C认证。每项升级看似只是“小细节”，却

能有效防止不同的用电安全事故。比如保护门的增加能杜绝因误触插孔引发的触电事故，进而保护儿童的用电安全；电源线的加粗则可以增强插座的负载能力，避免因用电负荷过大造成的燃烧事故产生。

在上午的现场参观环节，众多媒体近距离接触到公牛的保护门自动化车间和检测中心，新国标对于插座的“细节”要求严苛，特别是保护门的加入，对于插座企业的制造、检测环节提出了更高要求。为了提升新国标插座保护门的品质，公牛在今年新建了保护门自动化车间，实现了保护门等零部件的自动化组装和检测。现场讲解人员同时

还表示，每个新国标插座在出厂前，都要经过专门的插拔安全测试，以评估保护门的耐用性，检测要求甚至比国家标准还要高，国标要求插座保护门必须达到5000次插拔测试，公牛的产品能够达到6000次插拔测试不受损伤。

在下午举行的媒体采访环节上，集团董事长阮立平还向媒体们透露，公牛的新国标插座都有其核心技术，插座的内部连接彻底改变以往的跳线结构，采用更安全的一体冲压整体铜条技术，即铜条周围均有外壳嵌套，铜条与外壳贴合紧密，能确保复杂使用环境中铜条不会与插座发生松动，提升插拔手感和使用极限寿命，并有效减少焊点数量，不会产生短路等隐患，提升插座的安全等级。目前公牛的这些新国标插座已经遍及全国31个省市，为家庭用电安全带来更全面的保护。

在李克强总理提出

“中国制造2025”计划1年之后，插座行业也因为新国标的切换引来了转型风口。阮立平指出，新国标对于行业的最大影响，在于推动插座由“质造”走向“智造”。新的标准对于产品制造工艺及性能提出更严苛要求，促使企业必须在保证品质的同时，通过自动化制造模式，实现出色的产品设计、生产工艺与对成本的有效控制，这将考验一家企业的“智造实力”。目前公牛正在推行“人机结合”的柔性自动化工艺模式，目标是在未来打造“无人化车间”，推动插座行业最终走向真正的“中国智造”。

集团品牌中心 童轶君



集团董事长阮立平宣布公牛已提前完成新国标插座的全面切换

[增值项目专题]

增值项目 让战略落地

公司召开集团级增值项目评审会

6月6、7日，集团召开集团级增值项目评审会，集团董事长兼总裁阮立平、副总裁阮学平及其他副总裁、各事业部负责人、各增值项目负责人参加会议。本次会议主要针对集团级增值项目进行立项评审，以确保项目方向、目标及开展节奏符合战略要求。

本次评审会明确了公司对项目的定义，将先前使用过的“战略项目”、“重大项目”统一名称为“增值项目”，即承接战略规划而衍生开展的项目。项目分为两级，重大核心的项目为“集团级增值项目”，由集团战略企划中心进行管理，其余承接战略的项目为“事业部或部门级增值项目”，由事业部、部门内部进行管理。本次会议评审的即为集团级增值项目。

今年共有23个集团级增值项目参与立项评审，其中集团职能部门10个，各事业部共13个。职能部门项目主要围绕能力构建，如“积分制管理”、“公牛人才库建设”、“以战略经营为导向的预算管理体系”、“合同全生命周期管理”、“海外自主品牌市场开发模型”等。各事业部项目主要围绕竞争能力提升，主要涵盖产品、市场、供应链，如“核心网点打造”、“营销体系构建”、“产品线丰富”、“产销存协同”、“质量提升”等。

经过评审，识别出了各项目存在的问题，并对项目改进提出了明确的建议。总体而言，增值项目要承接战略规划落地，要有足够的高度、挑战性的目标，同时要注重与相关领域的结合，通过“集成式项目”协同解决问题；另一方面对于目标的设定要通过对标国际一流企业来确定，并以3年后的目标倒排，以此实现跨越式的发展；同时，要注重项目策划，提升规划能力，确保后期资源投入的合理性与严肃性。

此外，在评审项目过程中，也识别出一些管理问题，如事业部IT 信息能力薄弱、集团普遍项目规划能力待提高等，相关管理部门将针对性进行改善。

集团战略企划中心 黄少鹏

人才库项目立意 搭建人才体系雏形

集团人力资源中心“人才库项目”解读

“路线确定以后，人就是决定因素”，这句话很好地说明了任何一个组织发展的两个关键因素——“战略”和“人才”。今年年初公司开始提出“人才库”项目，所谓的人才库就是通过人才蓄水池的方式储备战略需要的关键人才，为公司可持续发展提供人力资源支持。从本质上来说，人才库仅仅是一个小的概念，但它又是公司建立战略型人才培养体系的雏形和起点。

“人才库”项目从一开始就受到了公司高层的高度重视，人力资源中心组织与人才发展部围绕这个工作重心开展了调研、研讨、沟通汇报等多项工作。通过分析公司的人才现状我们可以明显感觉到内部人才培养能力的不足，在公牛快速发展的20多年时间里，我们的员工并没有与公司共同成长起来，中高层管理人员中70%以上都是通过外招。对外部人才的依赖严重，导致关键中高层人员离职对组织的冲击太大。同时，公司的人才文化不健全，很大一



部分领导者不能从人力资本的角度看待员工，不重视员工能力的资本增值，“重业务价值链、轻人力价值链”的管理文化不足以滋养内部人才成长。

针对“人才培养”的主题，人力资源部进行了外部对标学习。从企业标杆中我们选取了“美的”，作为中国电器行业的翘楚，美的在人才培养方面有自己独特的方法。在基层，美的建立了“人才储备库”，为中层岗位做专门的后备资源补充。在中高层，美的针对关键岗位做“岗位后备”。但相对于这些显性的“制度”，美的更重要的是它内部的人才文化，各级领导者对内部人才关注、赏识和不断给予机会，使美的的人才能够被激活和快速成长起来。通过与华为的高管讨论后，我们可以总结出华为的人才培养策略：“以战养兵”、“拉出去打一仗”是华为人才成长的途径，只有经过艰苦的斗争、经历艰难的环境，才能获得组织的认可和成长的机会。市委组织部也是重点的标杆考察对象，相比较企业而言，党政干部的选拔和培养更是一项浩大的工程，八千多万党员干部如何组织和培养？组织部在长期的探索中有着独特的方法。“后备干部”制度是其中关键的诀窍，每一层级的干部队伍都有储备，储备人员从下一级优中选优筛选出来，层层选拔保证队伍的先进性。组织部考察干部的方式虽然原始但有效，大量的访谈、座谈、研讨会，深入挖掘干部的业绩、能力、政治态度，干部培养也“很有一套”，组织部通过干部调配，把关键人才放到关键项目和岗位上，让干部在工作中成长。

集团总裁、战略副总裁、各事业部常务副总都多次针对项目进行过沟通和评审。阮总在第一次项目评审时点明项目的目标“让人才提拔有准备”！围绕这个目标，我们关键要做几个步骤：一、选拔高潜力人才，通过横向比较，把各层级中最优秀的人拔出来；二、分析岗位需要的关键能力和经验，并有针对性规划员工培养路线。对照着目标岗位需要的能力经验，补充后备人才尚缺失的经验，让员工晋升到岗位前就具备职位的任职资格；三、给员工

发挥所长的机会和展示的平台，轮岗、挂职锻炼、项目锻炼这些实战的方法应该是培养员工的关键手段，同时定期组织高层听取员工工作汇报，让更多的人凸显出来。

十年树木，百年树人。人才培养的工作任重而道远，庆幸的是我们越来越清晰地能够看到公牛战略型人才体系的前景，我们期待看到越来越多的人才伴随着公牛辉煌的明天共同航行，背负着国际民用电工领导者的愿景，同心同行！

集团人力资源中心 何姗姗

思创 出新

浅谈财务构建以战略经营为导向的预算管理体系项目

财务工作，一直以来是整个集团平稳发展的中坚力量。作为辅助集团业务成长的重要部门，集团财务中心紧跟公司战略经营的步伐，不断改进工作。在年初他们就提出要构建以集团战略经营为导向的预算管理体系，并初见成效。

预算管理体系，从战略、海波龙系统、OA系统、组织绩效四个纬度出发，能全方位优化预算工作。这一项目的提出，是各职能部门紧贴公司战略发展，向前跨出的一大步。在财务工作中，“预算”作为公司来年费用支出、项目制定的重要依据，它的制订、数据分析、整合与监控与公司效益紧密相关。在实际工作中，财务部门深入剖析问题，找到了业务痛点。

财务工作，需要粗中带细的精细，需要大智若愚的智

慧，一丝一毫的分差都需避免。举例来说，往年的公司预算，全公司各部门都是以EXCEL表格的形式提交，200多张预算表单，十几项资金需求，对于财务人员来说，整合数据，不仅数目巨大，且整理繁琐。建立一套简易、方便的后台系统，成为了改善项目的第一要务。海波龙系统呼之欲出。经过逐条分析，财务中心与流程与信息中心联合，构建全面预算系统，提升预算管理信息化。从简化流程、提升工作效率出发，于年初搭建完成海波龙预算系统，预算系统的搭建，让预算工作去纸化、去表格，让预算工作在后台一目了然。历时9个月的海波龙系统，实现了8个事业主体同时上线的工作，并借助系统首次完成了2017年预算编制。

此外，在项目费用的管控中，常常会出现重费用，轻项目的情况，对于项目的整体费用管控与目标达成，缺少评审管控。在预算达成与经营战略落地支撑上，如何平衡其中，也给财务人员带来的极大挑战。嫁接已有系统，让项目可视化、一体化，实现系统壁垒的突破。借助已有OA系统，与海波龙系统的特点，突出预算项目管理，通过项目全流程管控，保证公司战略进一步落地。借助系统后台，还可以快速调出各部门预算指标与经营规划成效之间的差异。建立了一套生产经营能效评估模型，用数据明晰目标达成与差异。

为了让各项数据分析权责界定，财务中心还建立匹配制度，完善了管理制度，让权责分配更加明晰。在权责

立分级授权机制，落实“谁预算、谁负责”的责任担当，加强预实分析与偏差预警机制。这样做的目的，能让归口集中管理的分配，让专业人做专业事。

建立新系统，强化新流程。不仅如此，流程优化也是全面预算项目重要一环。据悉，针对OA流程，已优化流程130条，效率提升目标40%以上。

作为职能部门，财务工作更多也是一项服务工作。在



如何提高服务上，集团财务中心正用自己的实际行动，做出最好的解答。总结过去，放眼未来，集团财务中心创新思变，对本职工作推陈出新，能够积极响应公司战略目标，变革自身工作，给公司其他部门树立了良好的榜样。也相信在项目落实推进的这一年的时间里，能够给公司带来更多意想不到的惊喜！

集团党群办 章梦甜

改变生活 从公牛家装开始

公牛装饰开关独家冠名《生活改造家》

由公牛装饰开关独家冠名、东方卫视携手打造的家装改造类真人秀节目——《生活改造家》，已于4月20日起正式进入观众视线。《生活改造家》是一档为城市生活的奋斗者们服务的“定制型体验式”家装节目，延续了东方卫视“改造家”金字招牌，由“专家改造团”亲自参与体验，打造完全属于“委托人个性”的家。

据悉，《生活改造家》作为东方卫视“改造家”系列节目的新成员，其最大的变化在于节目中的委托人，大多是在都市奋斗的年轻白领，他们的家居改造要求也往往与各自的职业、兴趣爱好以及家庭背景有关。设计师不仅要聚焦这些年轻人的居住环境，还要了解他们的生活习惯以及爱好，进而提出适合这一特定人群的家装改造计划。

公牛装饰开关作为《生活改造家》的独家冠名商，在节目中与委托人一起打破原有生活的壁垒，帮助委托人完成从“生存”到“生活”的升级，实现生活的大改变。

节目播出至今，《公牛装饰开关生活改造家》获得了收视和口碑的双丰收，单集节目多次获得全国同时段综艺节目收视率第一佳绩，是目收视率最高的家装类节目。此外，截止6月上旬，《公牛装饰开关生活改造家》全网播放总量已突破1200万，节目网络关注度持续上升。

随着节目的持续热播，公牛装饰开关品牌和产品进入了越来越多消费者的视野。作为节目的独家冠名商，“公牛装饰开关”元素在节目各个环节亮相，公牛G22 高晶玻璃开关、G20 3D钻面开关、G18幻影纹理开关等不同产品还化身设计师的“秘密武器”，在不同改造案例中发挥效用，帮助委托人实现家居改造梦。

每期节目的委托人都让人印象深刻。首期节目的委托人爱好养猫，改造的家居环境是养了50只猫猫舍，考虑到家



中频繁开关灯可能会惊扰到猫咪，设计师特别选用了公牛G22 触摸屏遥控开关；而猫咪的爪子或牙齿会接触到墙面开关的插孔，设计师则特别建议采用具有保护门设计的公牛家庭组合系列插座，防止由猫咪啃咬或爪子触摸插口引发的意外触电事故。

在第四期中，许老伯家中的用电隐患更是突出，裸露的插座到处都是安全隐患，为了给许老伯打造一个安全的新家，主持人百克力和设计师齐出动，在公牛电器天猫旗舰店精心挑选了公牛G20 3D钻面开关和厨房专用插座。

诸如此类的细节改造案例在《生活改造家》节目中还有很多，观众能看到不同功能、不同设计的公牛装饰开关如何在装修过程中起到画龙点睛的效果。截至目前，公牛

装饰开关四款主打产品均已出境，配合设计师的推荐讲解及包装小贴士，全方位立体化的展示公牛装饰开关产品在家庭装修中的作用、使用环境和功能亮点，力求将“公牛装饰开关，让墙上多一点艺术”的产品形象和理念根植于消费者心中。

对此，《生活改造家》节目制作人表示，虽然这档家装真人秀节目针对的是不同身份的都市年轻白领，但是这类年轻人群具有一个普遍共性，即对于装修细节要求较为苛刻。公牛装饰开关作为节目中的重要道具，与不同装修风格相得益彰，而且能在特定场景下发挥实际效果，在录制过程中也被很多挑剔的年轻委托人“点赞”。

除了品牌元素和产品，公牛装饰开关将“年轻、多彩、品质”的品牌理念与《生活改造家》——“改变让生活更美好”的节目定位自然融合，通过公牛装饰开关“家语录”，在节目情感爆发处、或温情处展示，引发更多消



费者共鸣，加深消费者对品牌的记忆度，传播公牛品牌温度，品牌形象温情升华。《人民日报·海外版》10版发表报道，点赞《公牛装饰开关生活改造家》：给残障群体有力的公益援助，正视外来打拼者在大城市的蜗居现实，解读人与人之间的情感联结，并用改造房屋的形式以小见大，为化解当下社会难题提供有效思路。其积极向上的情感导向，也为现代人的生活注入了温暖和活力。

从目前的装修人群年龄结构来看，主力消费群正逐步从70后、80后过渡到90后甚至00后，新一代的年轻消费群体，在房屋装修的过程中不仅会考虑家装产品的实用性，

更注重设计风格的前沿性和个性化。此次公牛装饰开关与东方卫视携手打造《生活改造家》，希望通过不同场景下的实际案例演示，让更多年轻人能接触了解公牛装饰开关，逐步提升品牌在90后、00后消费群体中的产品美誉度；同时，公牛也希望通过节目的热播，能引发其他传统家装电工品牌对于装饰性开关产品的重视，推动整个行业走向多元化发展。

集团品牌中心

另类挑战 一起重回初心

公牛助力《挑战的法则》

6月9日起每周五晚22:00，由公牛装饰开关特约播出的《挑战的法则》正式与观众见面，为观众献上一场前所未见的综艺竞技秀。

《挑战的法则》是由东方娱乐联合元纯传媒倾力打造的国内首档艺人演艺竞技节目，云集了娱乐圈多名大腕，首发嘉宾名单包括潘玮柏、大张伟、乔杉、刘维、于小彤以及戚薇，这些话题明星在节目中将直面各类突发“挑战”，完成一系列极限任务。此前，由于其独特的赛制及综艺阵容，节目在未播先热，就引起广泛关注。截止六月中旬，由公牛装饰开关特约赞助播出的《挑战的法则》已播出两期，播出后口碑和收视率直线飙升，第二期35城收视更是破1，#挑战的法则#主话题多次登综艺榜第一，单条短视频播放量达400

万。与以往的综艺节目不同,《挑战的法则》首次聚焦“综艺艺人”群体,以户外、棚内“1+1”的模式,打造全新综艺舞台,寻找综艺之王。不仅立意独特,全新的节目赛制也颇具吸引力。

作为《挑战的法则》的特约赞助商,公牛装饰开关与各路明星一起在节目中亮相,成为贯穿节目的另一位“跨界明星”。舞台竞演环节,演出嘉宾将接受观众席中50位鉴评团成员的挑战,而每一个鉴评团成员面前都有一个公牛装饰开关,当他们按下公牛装饰开关那一刻,就意味着选择换台。当希望“换台”的人数累积到一定程度,立柱就会降落,直到完全遮蔽舞台。而即使幕布落下,舞台上的艺人是不能停止表演的,哪怕没有人看,也要继续进行。在嘉宾们在正式接受任务之前,屏幕中央会出现公牛装饰开关的形象以示新一季节目的开启;而在嘉宾闯关的关键环节,象征挑战完成的任务大门上,也会装有公牛装饰开关作为闯关重要道具……

此次公牛装饰开关特约赞助《挑战的法则》节目,希望从退却光环、回归初心的艺人身上,映射出自己作为开关行业领导品牌的态度,即使是一个小小的开关,也要“千锤百炼”才能面向市场,这跟明星台上一分钟,台下十年功的精神是非常契合的。

过去,家装电工行业主要依托渠道深耕的方式,在消



费市场的品牌建设上却鲜有作为。但目前整个市场的消费群体正趋向年轻化,企业的营销模式也应逐渐从保守单一向丰富多样的方向转变,通过合作综艺节目、影视剧作品



植入等多种娱乐营销手段,这不仅有利于家装电工品牌一改过去冰冷、古板的品牌形象,也让墙面开关这类本来就与百姓生活息息相关的产品,能够在90后、00后中间产生有热度、有温度的关注点。

集团品牌中心

公牛专属学习生态圈

公牛网络学堂“开学”了

依托网络技术的高速发展,信息资讯的传播呈现前所未有的便捷化、大众化和高效化的特点,由此改变了现代人生活工作的习惯,也改变了现代人获取知识的方式。和传统知识获取特征相比,现代人的学习愈加体现结构碎片化、时间灵活化、内容自主化。传统“课堂式”传递教学信息的模式,在现今社会,尤其在现代化的企业组织内,渐渐暴露其效率低、限制多、成本高的弊端。公牛的企业培训和员工学习也曾不可避免地遭遇此痛点。

据统计,公司目前在职人数有11000余名,其中1000余名是遍布祖国大江南北,甚至分驻海外的营销人员。面对如此庞大的员工群体,组织培训学习和业务知识积累成了集团培训管理人员工作的重中之重,同时也衍生出长期无法有效解决的顽疾疑难。首先,集团传统培训模式受到时间、地域、人为因素的限制,无法做到有效统配和协调,培训的人力、物力、财力、投入大,且培训质量有波动、培训对象学习主动性不强、知识吸收度不高、培训效果大打折扣。其次,由于岗位的调整和人员的变动,培训成果流失率高,培训投入往往付诸东流,优秀的业务技能和岗位知识无法有效复制和传承。因此,为解决以往培训的痛点,集团投入大量资源打造的公司内部帮助知识沉淀、回顾和传承的线上学习平台——公牛网络学堂应运而生。

公牛网络学堂是宁波时代光华ELN平台根据公牛企业管理特点而量身定制的线上学习平台,其旨在整合集团各岗位优秀师资力量,推动集团整体内外训的展开,满足驻外营销人员的培训和学习需求,激发员工学习的自主意识和创造意识,确保各事业部各岗位优秀业务和管理经验得以积累,推动集团人才管理战略的顺利实施。据时代光华负责人介绍,公牛网络学堂继承时代光华ELN的平台特色,以模块化的界面满足用户个性化需求,以进阶化的课程体系激发学习者内在热情,以社交化的交互设计助力学习者高效沟通及矛盾解决,以移动化的技术支撑实现学习沟通的自主便捷。

人员培训时间不及时、培训内容不统一、培训费用居高不下,培训效果层次不齐的困扰,确保新入职的销售员工快速了解企业文化和掌握岗位知识,及时加入市场运作;同时还体现在公司新产品发布和新政策传达的快捷性和统一性,极速传达,迅速响应;更体现在通过后台大数据分析,查看员工自主学习情况,掌握员工自我学习动向,为企业人才选拔提供参考维度。



当然,任何项目的落地都离不开项目团队的辛苦付出。从去年三月转换器营销系统提出需求开始,项目组便开始着手讨论平台建设方案,筛选确定供应商。直至今年四月初召开项目内部宣导会后,各项目职能小组成立。宣传推广组在公司范围内征集口号,发布宣传信息。资源统筹组对营销系统内部员工培训课件进行分类梳理,讨论确定课程目录。培训执行组梳理并搭建平台课程体系,跟进平台前期试用情况。四月中旬,转换器营销新兵突击营和数码营销新人训练营相继上线。四月底,“公牛网络学堂”项目正式启动,为集团人才培养战略的推进迈出关键的一步。

不过,互联网只能当作一种学习方式的补充。对公司培训管理员而言,不管是线上还是线下,任何企业培训教育,说到底都是员工的自我教育。只有最大程度地发挥员工学习的主动性,不断加强员工的认知主体意识,才能学有所成,学以致用。对广大员工,尤其是驻外营销人员而言,公牛网络学堂固然好,但再好的平台,不去尝试也是无所获益的,好比站在岸上就无法理解游泳的感受。相信经过公司全员上下的齐心努力,“公牛网络学堂”定能打造出具有公牛特色的学习生态圈,为集团业务发展培养一批又一批知识型、技能型“牛人”。

转换器营销 郑超

法商

浅议产品的“品”

引言：好产品，不受罚？产品的“品”，一曰制品，二曰品质，三曰品性，相应衍生出物理、法律和人格三重属性。重视产品的“人格”培养，才能获得持久而正面的评价。

随着商品经济的发展和认知的创新，在自然界本无生命形态的物体或实体，也被赋予了“人格”的含义。比如，企业也可以被定义为“法人”，成为法律上的“拟制人”并顺理成章地享受权利、承担义务。同样，对于产品而言，在岁月的变迁中，也超越了“品质决定一切”的时代，逐渐具有鲜明的“人格”特点。

起初，产品侧重于可用性。在那时，流通尚不发达，对产品最根本的要求就是其使用价值，能用就行，实用至上。在此阶段，产品宛如裸体人，形式上虽为人，但是走不出大门，至少行不远。而且，在产品交换与使用过程中，人们逐渐发现需要完善和规范的东西不少。比如，产品缺乏统一标准，安全问题难以保障，甚至对于结构复杂或者用法古怪的产品颇感费神。于是乎，初步标准、使用说明等附加要求应运而生。但是，这只是产品的本体阶段，或者称之为物理属性，尚不具备“人格化”特点。

之后，人们开始为产品穿衣戴帽、美化包装，此时的产品有点“人格化”的味道。产品的包装，一来可以有效防护便于运输，行得更远；二来可以展示亮点突出卖点，吸引顾客的注意。客观而言，包装防护功能的发挥，一般不会惹出麻烦，但是包装广告宣告变成了风险的重灾区。因为，市场作为产品与利益交换的平台，在利益最大化、成本最小化的驱动下，或有人以假充真、以次充好，或欺诈误导顾客，或冒用他人的厂名、厂址，或借机取巧顺风搭车。如此折腾，市场秩序就乱了，国家必然强力干预。一旦国家介入，产品包装的这件“外套”不能再由厂家随心所欲地“私人定制”，而是要遵从国法家规。

那么，对于产品包装，国家有哪些约束条件呢？

对此，产品工艺、包装设计的匠人们不妨深入了解产品的法律属性：第一、涉及广告用语规范的，有《广告法》与《广告语言文字管理暂行规定》，以及防止虚假宣传的《反不正当竞争法》等；第二、涉及产品标识规范的，有要求厂名、厂址等标识的《产品质量法》与3C强制认证要求的《强制性产品认证管理规定》，以及要求标注执行标准的代号、编号、名称的《标准化法实施条例》等；第三、涉及广告语或图片引用，以及特有包装设计的《著作权法》与《商标法》等；第四、涉及保护消费者对产品及服务知情权的，有《消费者权益保护法》等。根据经验法则，产品若被执法部门查处，问题多半出在包装这个环节。

伴随信息技术的飞速发展，产品有了规范姓名与全球身份，并正式成为一名地球“人”。为满足产品进驻商超的快速识别、分拣、销售、管理之需，在世界物品编码协会的

主导下，产品都被赋予了唯一的编码即商品条码。虽然条码只有13位数字，但商品名称、厂商名称、条码名称可以追溯查询，必须一一对应，并且全球唯一。所以说，条码是产品的全球身份证，是名副其实的全球“人”。当然，这个身份证可不能随便涂改、借用、冒用，否则产品成了“黑户”，终受法律追究。若产品换了“娘家”，那也不能再套用以前的名头，须重新申请条码身份。至于如何申请产品的全球身份证以及注意事项，答案参见《商品条码管理办法》与《国家质量监督检验检疫总局关于<商品条码管理办法>实施过程中有关问题意见的函》。至此，“产”+“品”具备了人格与灵性，可谓之“产品”。

顺便一提，产品既然有了“人格”，自然就免不了责任承担。相应的，涉及局部的责任，或为质量问题，或是包装瑕疵，抑或承诺不当，但针对目标一般限于某一区域；但是，倘若因价格管控不当而被追责，则有可能伤及全局。对此，不妨重点关注《价格违法行为行政处罚规定》与《反价格垄断规定》，以及《部分商品修理更换退货责任规定》，宁可慎重行事，不可掉以轻心。

另外，从趋势上，随着产品“人格化”的阶段演进，实体运作也呈现：立足于产品本身的“产品运营”——立于产品而胜于产品的“品牌运营”——将产品作为优化生产要素、实现资本增值“资本运营”方向转变。

不畏浮云遮望眼，只缘身在最高层。对于专注于各自细分领域的匠人们，对于“产品”的认识是否应该拨云见日、高处着眼？

（注：作者原创，引用请说明）

集团法务部 陈云和

审计

碧波荡“恙”

本期案例主人公：刘某，男，2010年11月入职，担任A省省区经理，其常驻地为A省B市，是当时最年轻有为的省区经理。

2013年8月19日，审计监察部接到一封举报A省省区经理刘某的信件，内容涉及开假发票、赚取开票费用等问题。审计监察部当即成立调查组，针对刘某所负责区域的广告报销发票在税务机关的网上查询平台进行查验，令调查组困惑的是所提供的发票似乎都为“真”票（即通过发票号查询，显示开票单位与实际是一致的），但是A省22个不同地区的经销商所开的发票公司都为同一家，即第一季度发票抬头公司为“D广告制作有限公司”、第二季度发票抬头公司为“F广告制作有限公司”，这一情况很是反常。次日，调查组就带着这些困惑火速赶往A省对此事做进一步调查。

8月26日，调查组来到B市将上述发票的真伪提请税务机关核实。不巧的是，当日负责发票稽查的税务人员刚好外出办事，暂时无法得到专业验证，但接待调查组的税务人员凭“手感”判断，上述发票为假票的可能性较大，并建议我们通过当地手机号码将“连环奖密码”发送至当地税务机关官方手机号可以进行发票真伪查询。当晚，调查组根据税务人员的建议，在当地购买了手机号并进行查验。“打开短信编辑框输入收信人号码”，“输入第1张发票的连环奖密码”，“发送”……，“手机振动收到税务机关官方手机平台回复”，“信息不符，请核对！（说明发票是假票）”。第二张、第三张……随着调查人员将第一季度最后一张发票的连环奖密码发送至税务机关官方手机平台，第一季度所有票据的真伪都得到了确认——全部都为假票。可惜的是，由于第二季度发票系统尚未更新，暂无法查实。

“第二季度的发票肯定是假的，但要怎么查实？”、“刘某到底花多少钱买的这些假票？”、“如果广告是真实做的话，那么广告费的真实金额到底是多少？”、“经销商为什么会心甘情愿让刘某来操办这件事？”。带着这些疑问，调查组决定首先将发票验证的工作进行到底。调查组根据百度确定了第二季度开票公司的联系方式和地址，并决定采用“暗访”方式，冒险接触开票单位。调查组认为此开票单位的性质只有两种可能，即要么是通过“复制自己以往的开票信息”开具假票谋取利益，要么就是发票信息泄露，被不法份子复制。调查组认为，后者的可能性更大，但也不排除前者的可能。

8月27日，调查组根据百度地址显示，来到A省B市郊区的一个小区，但调查组在小区内来回多次，始终没能找到挂有“F广告制作有限公司”门牌的店面。“难道百度显示的地址是错的？”、“又或者是这家单位根本就是制假窝点，故意留的错误地址误导公安及税务机关”……想到这儿，调查组不禁打了个寒颤。

经过讨论，调查组最后还是决定用昨晚新买的手机号拨打“F广告制作有限公司”在网上留的电话号码，并与总部人员取得联系，如果两小时后我们没有打电话给总部，或者两小时后总部打电话给我们手机处在关机或无法联系状态，请总部同事立马报警。安排好一切后，调查组拨通了百度显示的手机号码，听声音对方应该是40岁左右的男性。“喂，你好，你是F广告制作有限公司负责人么？”，“是的”，“我们有一项业务想找你们合作，但我们按照地址没有找到你们公司，你们公司是不是搬了？”，“没有，还是这个地址，

是在X栋X单元，不过我现在不在公司，我一会儿叫其他工作人员跟你联系，具体业务上的事情他/她会跟你详细介绍……，一会儿我叫他/她下来接你。”，“好的！”。大概过了2分钟，调查组的手机响了。“喂，你好”，“您好，我是F广告制作有限公司的业务员XXX，刚才才是您给我们老板打电话的么？”（听声音，是一个年轻女性）、“是的”、“您稍等一下，我马上下来接您”……

不一会儿，X栋的门口走出了一个大概20多岁的女孩，大家彼此确认了一下身份、寒暄了几句，便带我们上楼。女孩带我们上了7楼，7楼708门上挂有“F广告制作有限公司”的门牌。走进房间，客厅摆着一个8人座的椭圆形会议桌，令调查组不解的是房间内竟然看不到任何“跟广告有关的物料”，甚至连一张“海报”都找不到。女孩一面叫我们坐下，一面转身去倒茶。调查组（两个人）借机四处打量着各个房间，确定房间内只有女孩一个人，并开始跟女孩拉家常。通过了解，得知这个女孩子是大学实习生，该广告制作有限公司是她老师开办的（主要经营电视媒体广告制作），公司一共7个人，由于当日老师有课，并不在公司，其他人员刚好都外勤了。调查组在确定自己安全的情况下向女孩表明了身份并告知了实际情况，女孩听了以后表示在调查组来之前税务机关人员曾来过她们公司，并表示会积极配合调查组对此事件的调查。随即调查组查看了开票打印机中留存的开票信息，发现我司收到的发票信息与实际开票信息的“付款方”、“开票金额”完全不一致，属于“套用F广告制作有限公司开票信息的假票”。

至此，公司收到的A省第一季度和第二季度的发票全部确定为假票。

讲到这里，我们还有个疑问——“刘某是如何通过开假票谋取利益的？”怀着这个疑问，调查组决定扩大调查范围，对A省的大部分经销商进行一一访谈。调查组走访了14个市、县的区域经销商，最终确定了刘某以“工作便利性”为由，要求各地经销商支付广告费用的10%作为开票费用，由办事处（刘某借办事处之名）统一开具广告发票。与此同时，调查组还查实了刘某存在利用职务之便私设经销商、伪造客户资料等事实。

后据刘某交待，是在火车站附近通过“开票小广告”找到了开假票的不法份子，并支付了开票金额的1%作为购票费用……

9月的某一天，刘某来到公司。他面色苍白，眼神中充满了血丝，我想他已经做好了准备去面对这一切。面对调查人员，其对开具假发票、赚取开票费用等事实供认不讳。在最后的几分钟，他长呼一口气，所有的担心、紧张、焦虑在那瞬间都得到了释放，并说了一句：假如再让我选择一次，我绝对选择做一个遵守纪律的人。

制度解析：

《中华人民共和国发票管理办法》

第三十八条规定 私自印制、伪造变造、倒买倒卖发票，私自制作发票监制章、发票防伪专用品的，由税务机关依法予以查封、扣押或者销毁，没收非法所得和作案工具，可以并处1万元以上5万元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

《公牛集团廉政规范管理制度》

第10条 不正当利益是指根据法律法规和公司规章制度不应当谋取或获取的利益。具体包括：通过违法犯罪行为而谋取或获取的利益；或者通过违反职权职责、公司规章制度或损害公司利益而谋取或获取的利益；或者通过不正当手段而谋取或获取的利益；或者在正常情况下，通过正常方式，不应当谋取或获取的利益。贿赂是不正当利益。外联单位及客户为谋取竞争优势或不正当竞争便利而向员工给予经济性或其他非经济类好处的，该好处视为不正当利益。

1、该利益获取具有违法性、不公平性、隐藏性、私密性和危害性。

2、该利益及其获取不具有合法正当依据，不具有普遍性、公开性、平等性。

第11条 不正当手段是指不符合法律法规、公司规章制度或有损害公司利益的行为、方式、方法和措施。借正当手段而谋取不正当利益的，该手段视为不正当手段。

集团审计监察部

健康

35℃的高温即将席卷而来，面对市面上五花八门的夏季食材，我们该如何选择呢？本期健康专题，小编为大家准备了两款实用的食材，让我们一起清凉一夏吧！



杨梅汁

原料：杨梅500克，冰糖60克，水1500毫升，柠檬适量

步骤：

- 1.杨梅洗净，用盐水浸泡去虫沥干。
- 2.杨梅加水入锅，大火煮开转小火煮半个小时，搅拌将杨梅碾碎。
- 3.关火，过滤掉渣装入瓶中，保鲜膜封好口，放入冰箱冷藏。
- 4.喝的时候加入少量柠檬，口感较好。

营养师建议：一般甜饮的营养价值都不高，但是杨梅是季节性水果，而且夏天喝的冰冰凉凉，酸酸甜甜的甜饮用来解暑也无可厚非。我在这里还是从食品安全方面提几条小建议：

- 1.装杨梅汁的瓶子一定要清洗干净，沸水煮15分钟消毒杀菌。
- 2.过滤所用的一切物品同上一条操作。
- 3.过滤好以后趁热用保鲜膜封好放入冰箱冷藏，不要等到放凉再放入冰箱，避免给细菌繁殖的时间。
- 4.1500毫升做出来的杨梅汁可以3到4个人分着喝，因为加入的糖较多，一次性不建议喝太多。
- 5.小朋友和血糖不稳定的人群建议不喝或少喝。
- 6.再次强调，各类甜饮营养价值都不高，夏季可以少量饮用，仅用作解暑，或增加口味，最好的饮料永远是白开水。

沙拉

夏季天气炎热，很多人会食欲不太好，这期给大家推荐一道蔬菜沙拉，希望能在炎炎夏日给你带来一丝清凉。

原料：包菜，生菜，紫甘蓝，苦菊，黄瓜，小番茄，沙拉酱

步骤：

- 1.所有原料用纯净水洗净，砧板菜刀和操作者的手也要洗净消毒。
- 2.生菜和紫甘蓝切丝，生菜和苦菊手撕成块或条，黄瓜切片，小番茄切块，所有切好原料放入干净的盘子中，放适量沙拉酱拌匀即可。

营养师分析：这一盘沙拉包含了6种蔬菜，食物品种丰富，富含各种维生素和矿物质，膳食纤维含量也很高，采用凉拌的方式而没有用盐和油，大大降低了这一餐食用盐的使用量，需要控制体重或者便秘的人群可以经常食用。

小贴士：

- 1.这道蔬菜沙拉只可以替代蔬菜，主食类食物和优蛋白食物要另外准备，一餐的话不建议只吃沙拉。
- 2.至于沙拉的量可以吃到半斤，如果一天中其他两餐蔬菜量较少，也可以多吃一点。
- 3.这道沙拉用的是沙拉酱，也可以用油醋汁替代，油醋汁做法：橄榄油和苹果醋一比一，可以适量放点盐和黑胡椒，没有苹果醋也可以用香醋加点蜂蜜，盐和黑胡椒也可以根据个人口味调整，个人不习惯也可以不放，不管是沙拉酱还是油醋汁都建议不要放太多。
- 4.强调一下食品安全的问题，做沙拉涉及的所有用具最好在使用前都沸水煮下消毒，清洗原料最好用饮用水，操作者手也要清洗干净，沙拉做好后最好在半个小时内吃完，不建议食用时间太长或者隔夜食用。
- 5.老年人，儿童或者消化功能不好的人群不建议食用沙拉，如果要吃的话，可以先少量食用，没有不适的话，可以适当加量。
- 6.沙拉的原料可以根据你的口味自己配，当然要确保你选的原料都可以生吃，你也可以接受原料的味道。



集团行政部



我们的诗和远方

人，青春年华，共谱奋斗赞歌。
船，劈波斩浪，告别现代文明；
岛，雁去雁归，静候春秋冬夏；
佛，舍悟空离，教以千年智慧；
海，波澜壮阔，孕育万物生灵；
山，青翠欲滴，布满远古人文；
踏沙山海间，祈福普陀山

习得一句“读书或旅行，身体和灵魂总有一个在路上”启篇，5月19日电商业部及集团战略企划中心一行22人共赴“东海鱼仓”——舟山群岛开启了为期三日的心灵之旅。在未踏上舟山群岛之前，每个人各自想象着自己脑海中岛的模样，一片青葱，一片自然，但都期许着能与世隔绝的海边释放自己，呼吸原始的空气，体验最真实的脉搏。

在驱车5小时后，“普陀金三角”之一的朱家尖岛映入眼帘。大巴车缓缓驶进小渔村——小渔村的有趣在于这里到处夹杂着现代与传统的气息，传统的织网补网方式，现代的家电、银行，传统的晒鱼干修船工，现代的便利店、游艇，现代与传统交辉相应，这也许就是新时代的渔村生活吧。

乘上捕鱼船，告别朱家尖岛，

向着大海深处进发，随风飘舞的国旗，让人激动的像是战士出征，誓要征服浩瀚大海；当两岸树木消失在远方，告别现代文明，让人似乎忘却了来自陆地的烦恼，一心只想安静地沉浸大海。布网、撒网，再晕船的难受、晕眩也都会在收网捞鱼的那一刻被统统忘掉，梭子蟹、皮皮虾、小黄鱼、带鱼，让大人们都能发出小孩子般的尖叫与惊喜，新鲜的海鲜也成了晚上的美味佳肴。

傍晚，船靠岸，择一处沙滩，脱下鞋袜，尽情奔跑，张开双臂，呼唤自由，好不乐乎。再点起篝火，放上欢快的音乐，跳起不协调的舞蹈，在山海之间，铭记欢笑与自由，这才算是真正的徜徉吧。

海边的早餐，阳光穿过白云，照在每一寸岛礁，燕过留声，红肥绿瘦。穿过“布达拉宫式”的码

头，一行人乘船前往了中国四大佛山之一“海天佛国”的普陀山——“海上有仙山，山在虚无缥缈间”。在这座充满灵气的岛屿上，似乎连树木也灵动起来了。虔诚的人们点起熏香，叩拜观音，祈求保佑平安。普济寺的百年香樟，紫竹林里跳动的海浪，西天山顶充满传奇的典故，都让人留恋往返。

朱家尖南沙海水浴场，是我们行程的最后一站，在这里也一圆了许多未曾见过大海的同事的海洋梦，除了踏浪拾贝，最有趣的当属沙滩排球了，阳光，沙滩，海浪，排球，汗水，让你都开始嫌弃之前躺在床上昏睡虚度周末的自己。

返程的车上，普陀佛瓜与桌游，陪伴着心情。告别之际，击掌谈笑，期待下次再见。

电商业部 黄良伟

披荆斩棘 勇攀高峰

春暖花开，静极思动，随着研究院团队的不不断壮大，为了增进友谊，加深了解，4月8日，研究院组织了朱家尖桃花岛二日游团建活动。白山景区里空气温润，宁静安详，走在朦胧的雾中，倾听着鸟儿的鸣叫，让人不自觉要融入这大自然，放飞心情。沿着山路拾级而上，山上危峰兀立，怪石嶙峋，东海神龟石、八戒望海石、鸭头石，造型逼真，栩栩如生。时光是如此短暂，但生活又是如此美好，我们的心仍然无法平静，我们将这份美好、这份感动、这份友情，永存心间！

集团研究院 周建军



高效运作 默契配合

“高效运作，默契配合，精英团队，活力无限”，4月15日，检测中心伙伴们前往美丽的慈溪森林公园寻找春天，拉开2017年团建序幕。在森林公园的草坪上，一场“团队协作大比拼”正在火热进行中，衔纸杯传水、瞎子背瘸子、踩气球游戏、齐心协力运球投球比赛、合力压气球、踢毽子比赛接连上演。本次活动，不仅让大家感受到了春天的气息，也加深了同事之间的友谊，放松了身心，让我们有更好的热情投身到以后的工作和生活中去。

转换器检测中心 蒋丹

邂逅山水风情

5月13日至15日，总裁办员工们一同奔赴享有“浙江绿谷”美名的古城——丽水，开展了本年度第二次团建活动。本次团建大家欣赏了山水如画的美景，体验了田园牧歌式的慢生活节奏，也感受自然山水中的运动休闲魅力。通过本次出行活动，员工们亲近了自然，锻炼了身体，放松了身心。在劳累的工作之余，能邂逅丽水的山水风情，也是一种别样的浪漫。这种浪漫，也成为了这个初夏大家共同的美好记忆。

集团总裁办 唐罗芝



清旦索幽异 放舟楠溪江

楠溪江悠悠三百里，水秀、岩奇、瀑多、村古、滩林美，宛如一幅立体的山水画长卷，素有“中国山水画摇篮”之称。5月19日—21日，海外事业部和信息与流程中心一起出发领略楠溪江的醉人美景。此次团建，离开平日紧张的办公环境，高山流水之间暂时忘却工作上的疲劳，提高了大家的集体荣誉感和团队意识，增加部门凝聚力，让我们以更加热情饱满的精神去迎接新的一天。

海外事业部 余希暖



快乐工作 心中有梦

5月15日，转换器插头车间全员前往慈溪森林公园与鸣鹤古镇开展集体团建活动。此次活动既让大家身心得到放松，又提高了大家的集体荣誉感和团队意识，让同事们共同感受到了春天的气息，大自然之美。

转换器前道工厂 赖婷婷



沧海勇拓 行者无疆

对海天生具有好感的我们，团建当然要与海有关！5月19日下午海外事业部一行驱车两个小时抵达象山石浦镇，这里誉为“亚洲第一钓场”，是国家级海洋生态保护区。刚下车海风袭来，夹杂着淡淡的鱼腥味，一股大海自由的气息扑面而来，在这里小伙伴们与大海一起欢度了两天。此次团建不仅增强了内部凝聚力，加深团队了解。与此同时，拓展活动也调整大家的身心状态，放松心情，让大家更乐观的面对工作和生活的挑战。

海外客户部 欧艳琼

征服尧山 最牛豫陕

5月7日转换器豫陕团队从郑州出发，沿郑尧高速一路向南，开始了期盼已久的征服尧山之旅。经过近4小时的徒步登山，一路上队员们克服困难，互帮互助终于成功登顶尧山，一览无限好的自然风光。回荡在山水之间的加油声、呐喊声、欢呼声让人难以忘怀。爬山结束，工作继续，在工作过程中我们依然相信团队的力量，虽然我们不在一个城市，但我们目标一致；虽然我们相距甚远，但我们方向明确。相信我们会像爬山一样，征服一座座山头，然后站在山头回头一笑：我们做到了！

转换器营销中心 冯卡娜



精英团队 活力无限

为了调节工作氛围，增进同事交流沟通，财务中心协同流程与信息中心组织“高效运作，默契配合，精英团队，活力无限”的团建活动。6月10、11日来到诸暨飞龙栈道、新昌五泄。在这为期两天的活动中，伙伴们始终相互协作，互相帮助，对彼此都有了更加深刻的了解与认识，与此同时，两天的登山更锻炼了大家的身体和意志品质。相信在今后的工作中，财务中心和信息与流程中心的小伙伴会更加团结，更加努力，共同创造属于我们的辉煌！

集团财务综合管理部 王腾霄

游历彩云之南 感悟神奇多彩

五彩斑斓，神奇多彩是人们对云南的想象，为了一睹其真貌，6月15-18日古窑工厂组织了一次以“游历彩云之南，感悟神奇多彩”为主题的云南之旅团建活动。高原湖泊拉市，“月映苍山雪，下关风吹上关花”的大理，洱源小西湖，一段轻松愉悦、放松身心的旅程就这样如画卷般徐徐展开，短短3天，却足以让人用很长一段时间去回味。

转换器古窑工厂 陈侠



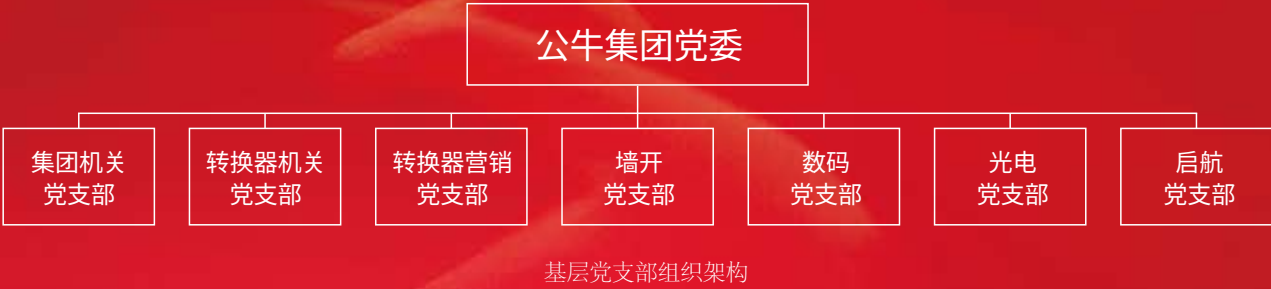
梦回童年 不忘初心

6月17日，人力资源中心走进梦幻的迪士尼，探索童话的王国，重温那些经典的梦幻童年。花车巡游——这是一个充满童年回忆的项目，迎面看到许多亲切的童话场景，冰雪奇缘、米老鼠、唐老鸭、花木兰……这些小时候看过的动画现在都搬到了现实中，配上适当的音乐旋律，勾人回味！极速光轮、加勒比海盗—沉落宝藏之战、翱翔·飞越地平线、烟花秀一个一个惊喜项目接连上演，精彩纷呈。此次迪士尼之旅让大家在欢乐中找回童心，而这正印证着这次出行的目的——远离尘嚣，畅游奇幻；梦回童年，不忘初心！

转换器人力资源部 冯璐

红色新势力 蓄势待发

由于部分党员岗位调整、变动等原因，结合党建工作现状，经公牛集团党委研究决定，对基层党支部组织架构进行调整，此外，基层党支部的队伍也越来越壮大，4月，党支部迎来了“两位”新成员，让我们一起来认识一下他们吧！



数码党支部

成立时间：2017年4月10日

党员人数：正式党员23名，预备党员1名

支部书记：刁斌

支部委员：祝文卿、閻艳梅、吴华平、方笛

数码党支部致力于建设一支充满朝气、求真务实、奋发有为、勇于创新，以先进、奉献、带头精神，且全心全意为公司员工服务的先锋党员队伍，目前支部全体成员正朝着建设一流的党支部而不断努力奋斗。



光电党支部

成立时间：2017年4月13日

党员人数：正式党员12人，预备党员1人

支部书记：袁月萍

支部委员：陆展科、宋伟亮、袁文杰、姜於

光电党支部力争把新的科学发展观和党的创新思想贯穿于全体党员的教育工作中去，努力打造一支朝气蓬勃、与时俱进、积极创新、脚踏实地的新型班子队伍；建设一支党性过硬，积极奉献，追求创新的先锋队。努力发展积极分子，壮大光电党支部的队伍力量。



朗读者

集团党委书记陈彩莲与您共话幸福力塑造
一切都是最好的安排



主持人：我们要请上的第一位朗读者是公牛集团党委书记陈彩莲。陈书记，您好！

陈书记：你好！

主持人：您今天带来的是杨澜的一本书《世界很大 幸好有你》是吗？

陈书记：是的。

主持人：这本书我记得是杨澜女士结婚20周年时写给她爱人吴征先生的，怎么想到要跟我们分享这本书呢？

陈书记：关于这个话题我确实想了很久，我觉得人生在世，开心幸福最重要，我来公司四年多了，大多数的同事都很开心，但是我也发现有一部分员工不是很快乐，经常会有一些埋怨情绪在微信朋友圈里发泄，这个我理解大家，因为公司现在要求很高，大家也不容易，但问题是这样叫苦叫累或者埋怨有用吗？或许会有人来安慰我们、同情我们，但从另一个方面想，这或许会有很多负面影响，尤其是我们有身份的领导，如果也是这样的话，他就会给身边的员工传递负能量。而杨澜这本书中，其中有一篇内容是关于《如何塑造人的幸福力》的，我觉得可能会对大家有所启发，所以就分享给大家。

主持人：说到幸福这个词，我记得2015年中央电视台《新闻联播》曾经播放过一组街头随机采访，采访的内容很简单就是问“你幸福吗？”。当记者采访一对年轻夫妇的时候，丈夫的回答是“我很幸福，幸福就是两个人相爱”，一位售货员的回答是“幸福就是快乐，幸福不光是挣钱，一家人在一起就是幸福”，一位18岁的大学生他眼里的幸福就是“每天把该做的事儿做完，然后就可以舒舒服服地玩儿了”。陈书记，现在我们把这个采访话筒递到您面前，问问您幸福吗？或者说您对于幸福是怎样理解的？

陈书记：我的想法，一个人幸不幸福关键看你怎么想，我们都知道凡事的存在都具有两面性。如果说我们把每一件事情的发生都往好的方面去想，那么他的内心一定是快乐的，快乐了那你的幸福感也就有了。我回忆自己的经历，曾经也碰到过许多困难和挑战，当初压力也是特别大，有的时候完不成突击的任务，有的时候对自己所做的工作不太满意，那我也会愁眉苦脸、心事重重。后来发现

[朗读文章]

《朗读者》
杨澜《世界很大 幸好有你》节选

当我们问“你幸福吗？”，其实这是一个无效的提问，因为每个人对幸福的理解不同。但如果问“怎样才能更幸福？”，我们往往能够得到一些更有意义的答案。怎样才能更幸福？心理学之父马丁·塞利格曼总结出来的获得幸福感的五大要素得到了广泛的认同：第一是愉快的情绪，可以来自吃了一道具美味的菜肴，或者是欣赏了一片美丽的枫叶，或者闻到了一种美妙香水的味道，但这类愉悦的情绪并不会持续太长时间；第二是兴趣和爱好，如果一些兴趣爱好足以让你忘我地投入并陶醉其中，那么你的幸福感就会大大增加；第三是成就感，当你白手起家，把企业做到了某个程度的时候一定会有成就感，但是这种成就感给你带来的幸福的边际效应有可能是递减的；第四是良好的人际关系，健康的、亲密的、相互支持和共同成长的人际关系是一个人幸福最好的保障；第五是价值感，这就到达了自我实现的高度：你认为自己的人生有意义吗？你认为你的存在能够受到别人的认同和尊重吗？能为社会做出贡献吗？

幸福不是一次行为，而是一种习惯，而习惯是可以养成的。王尔德说：“一开始是我们塑造了习惯，然后习惯就塑造了我们。”我们该怎样养成自己的“幸福习惯”？以下是我们可以采取的行动：①问自己，如果你的人生只有一年，你会怎么做？②静观，是一种让人安静下来的方法，关注自己的呼吸和存在，从而改变自己的脑电波回路和情绪反应模式。③学会赞美和感恩，每天写下让你开心的五件事，三个月之后幸福感会大大改变。④建立你的“幸福董事会”，数一数对你的幸福起最关键作用的人，虽然你的电话本里有几百个人、上千个人，但是跟你的幸福直接相关的人不会超过20个，请好好地给予他们时间和陪伴。⑤向镜子中的自己微笑。

谁能总是亢奋和快乐的呢？当你感到挫败、情绪低落的时候，给自己一点心理暗示也是保持幸福的良好方式。发现幸福，理解幸福，学习幸福，我们每一个人都可以有这样的自我期许：人生繁盛，让生命美丽绽放。

结束语：幸福是一种情绪，一种状态，一个过程，更是一种能力，幸福力觉醒从自身了解开始。
集团党群办 卢立平

这样一次两次没有关系，但是次数多了就会影响自己的身心健康，甚至影响身边的同事和家人的情绪。于是我就渐渐地改变自己，一不开心就试着主动切换频道，这样一来烦恼反而少了，很多工作上的困难也迎刃而解，自己的成就感、价值感也随之而来。比如，我们公司现在快速发展，社会各个层面对我们也非常关注，公司的战略目标定位希望大家高标准严要求，不断地取得新的突破，希望各个部门都能成为行业的领头羊，对此大家都有一种紧迫感甚至“压力山大”，于是我发现有的同事就会用不同的方式来发泄自己的情绪。我在想，我们不能改变下自己的思维方式，想一想当今社会，在经济普遍不太乐观的形势下，还有很多人找不到工作，而我们公司已经上了一定的规模，发展非常迅速，社会对我们的评价也非常高，员工关爱也是非常人性化，我们能够在这样的公司锻炼自己，让自己的才华可以展示，又享受着大家庭的温暖真是太好了是吧！我们还可以想一想，通过我们的共同努力，各个新产品上线，一批批大的订单飞过来，一项项文化活动和关爱工程落地，企业产值直线上升，而且不久我们就能够实现100亿企业的目标了，这是多么了不起的事啊，想到这些，我们还会苦吗？还会累吗？我想不但不会，而且还会兴奋、激动、干劲十足！

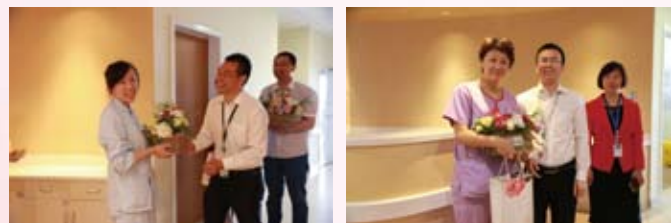
主持人：刚才您说了很多工作当中如何来获得幸福感的一些做法或者一些感受，那我想问问您在生活中又是如何来获得幸福感的？

陈书记：我觉得生活中也是如此。幸福时时处处存在着，我们每天下班回家，与家人们一起聊聊单位的事情，得到他们的理解、支持甚至赞同，我会觉得非常开心。我们也可以聊聊老人的经验、孩子们的学习生活或者说全家人的健康，其乐融融的氛围也是很幸福的。另外到了晚上属于自己的空间了，可以看看自己喜欢的书，培养一些兴趣爱好也能增加我们的幸福感。幸福其实是我们的一种思维习惯，也是一种能力，而这种习惯和能力是可以培养的。只要我们坚持凡事往积极的、好的一面去想，并且有意识的来暗示自己，强化自己内心快乐幸福的信念，那么快乐幸福的指数一定会大大提高。同时，我希望大家凡事学会感恩，这对我们幸福感的增加也很有帮助。比如我们可以感恩大自然的阳光雨露，给予我们生存的灵性万物；可以感恩公司给我们这么好的就业机会，让我们的才华得以施展；更加可以感恩我们的家人给予无私的关爱。总之，我们要感恩一切，包括我们的竞争对手，感恩我们所面临的每一个困难、痛苦和挑战，因为它们能让我们不断地锻炼自己、超越自己，一切都是最好的安排，幸福就在我们的每一个当下。

守护生命 照亮健康 感恩回馈

5.12国际护士节公牛走进慈林医院

5.12国际护士节来临之际，在红色五月，为表示对企业驻地医院长期以来对公司发展支持和员工健康关怀的感谢，集团党委、工会牵头，联合党群办、人力资源中心、总裁办等各部门共同携手，开展以“守护生命 照亮健康”为主题的感恩回馈第



三十八期健康素养工程，为奋战在救护一线的慈林医院及护士送去感恩鲜花和贴心礼品，以表达衷心地感谢和节日的祝福。

慈林医院不仅因地理因素方便了公司员工就医，还主动服务驻地企业，与公司建立长期合作机制，为公牛员工提供更多健康指引与关怀，具体有承办集团每年一次的职工体检、签约集团家庭医生，提供特殊服务、开展免费大型义诊与宣传等。除此之外，今年，慈林医院还将在集团总部及转换器师桥基地设立医务诊疗室，方便公牛员工就诊就医，并及时、全方位提供帮扶，关注员工身体健康，使得公牛员工能健康工作、快乐生活！

集团党群办 刘全凤

Tips: 国际护士节为每年的5月12日，是为纪念现代护理学科的创始人弗劳伦斯·南丁格尔，于1912年设立的。每逢国际护士节，世界各国卫生界都会举行纪念活动，重温南丁格尔“忠贞职守，尽力提高护理专业标准，勿为有损之事”的誓言，激励广大护理工作者优先优良传统，竭尽全力帮助患者恢复健康，减轻病痛，为增进人类和谐、和睦，尽心尽力、尽职尽责。

1854年至1856年间，英法联军与沙俄发生激战。在英国一家医院任护士主任的南丁格尔，带领38名护士奔走前线，参加护理伤病员的工作。因当时医疗管理混乱，护理质量很差，伤病员死亡率高达42%。在这种情况下，南丁格尔下定决心潜心改善病室的卫生条件，并加强对病人的护理和营养。半年之后，医院的伤病员死亡率下降到了2.2%。这一事迹传遍全欧。1860年，她在英国伦敦创办了世界上第一所正规护士学校。她的护士工作专著，成了医院管理、护士教育的基础教材。鉴于南丁格尔推动了世界各地护

理工作和护士教育的发展，因此被誉为“近代护理创始人”。南丁格尔1910年在睡梦中逝世后，国际护士理事会把她的生日5月12日定为“国际护士节”。

1912年，国际护士理事会将南丁格尔的誕生日--5月12日定为国际护士节，旨在激励广大护士继承和发扬护理事业的光荣传统，以“爱心、耐心、细心、责任心”对待每一位病人、做好护理工作。最初称“医院日”，也称“南丁格尔日”，在中国称为“国际护士节”。在这天里，大力宣传护理工作，鼓励护士们学习救死扶伤的人道主义精神，已经成为世界各国护理界的一件盛事。

超级玛丽 在行动!

助力国标活动强势上线

为加强员工之间正能量的传递，减轻工作上的压力，集团党群办在转换器、数码各个车间开展了以“超级玛丽”为主题的趣味活动，活动为每个车间设立了一家“超级玛丽小店”，为员工们带来快乐。

持续5天的活动，18名来自不同部门的志愿者们化身可爱“超级玛丽”，来到各个车间，为奋斗在生产一线的员工们补充加油能量、发布星级任务，送去惊喜。



活动第一天，就吸引了众多员工目光，各个车间主任会给当天完成生产产量的员工发放加油卡片以及一枚加油贴纸来肯定他

们当天的工作。等到了休息时间，超级玛丽们就会来到各个车间小

店，为大家派发任务，每个拥有加油卡片及一枚加油贴纸的员工都可以前

往小店领取“能量水”，拥有三枚加油贴纸则可领取“心愿饮品”，每个瓶口上都会挂着超级玛丽标签，这时就要看运气了，幸运的员工会

抽到带有星级任务的标签，踢毽子、俯卧撑、跳绳、转呼啦圈、吹气球，每种任务都有1-5星的难易程度，完成星级任务就可以获得对应的奖品。

几天的活动热火朝天，每一天都会有新的任务送到员工们的手中，有惊喜、有快乐、有收获。活动从一开始

定位的生产员工到间接人员，员工们纷纷表示这样的活动能够在上班休息时间里来做给他们枯燥的工作带来快乐和激情，整个员工活动中心玛丽的小店为他们而承包，同时大家也希望能够在今年新国标升级最忙碌的时候，能够为自己收获到一些快乐。

每天下班后的超级玛丽兑奖区也是一道美丽风景线，星级任务获奖的员工都会带着卡片来到我们的兑奖区兑

奖，获得心仪的奖品后带着美好的心情回家而去，但是惊喜远远不止这些！幸运的员工抽到并完成三次或三次以上的星级任务还会获得丰厚的“惊喜礼品”。生活就是这样，往往充满着惊喜等待着你！

通过活动，获得收获的，不仅是我们的员工，我们的志愿者——超级玛丽们也收获到了许多，因为新国标升级带来的巨大工作量使生产员工也处于很大的压力之中，但是玛丽们在活动看到了他们脸上露出愉快的表情，顿时心里也感受到了快乐，为别人快乐而快乐。公牛几千名生产员工每天忙碌着，我们能为他们做的还有很多！

集团党群办 徐益辉



市场走访

虽然我们面对的都是一个个陌生的环境，但不用着急，因为我们前期已经将相对集中的批发市场一一查询并记录了下来。本着一切信息源自于市场的原则，我们的第一步就是市场走访。正值旱季的东南亚，日间温度高达38℃，顶着酷暑，坐上便捷的突突车，我们来到了批发市场。

到达市场的零售店内，分工合作：沟通组负责跟店主交谈，咨询销售情况、品牌销售模式、消费者购买习惯等；产品组捋顺当地现有产品制式型号，陈列和推广；记录组负责记录前期准备好的竞品调研表格。经过多个样本采集，我们对当地主要品牌及主销型号和制式有了大致的了解。

即使我们分工井井有条，但走访过程中并非那么容易。有些店主也会在得知我们的来意后直接将我们拒之门外，当然这只是少数。大部分热情洋溢的店主还是会用他蹩脚的英语加上世界通用的手语跟我们侃侃而谈起来。

结束了紧张忙碌的市调，回到住所后集中整理与探讨。在昏暗的台灯下，忙碌的一天伴随着简短的会议告一段落。

客户搜寻

面对完全陌生的市场，人生地不熟是必然的，寻找意向客户便成了另一重大难题。不过不用担心，因为我们是**有备而来的！**

正所谓条条大路通罗马，获取客户资源的途径当然也是多元化的。从市场开发过程中，我们总结了6条寻找客户资源的途径：华商信息获取、国内经销商推荐、物流公司介绍、国内贸易公司获取、客户自荐以及销售渠道摸排。在出发调研市场之前就已经通过前5种渠道积累了一定的客户资源，经过前期的电话沟通基本已经确立对方的合作兴趣，并约定了当面谈谈时间。但是通过这些方式约定的客户往往会出现渠道不完全吻合的情况，所以我们不得不通过渠道摸排的方式在当地寻找客户资源。

一位客户的信息往往是来自于批发市场或零售店里一块不起眼的店招上、一张墙体海报上、一本产品手册上，甚至一个产品包装盒上。因此通过渠道摸排寻找客户资源，更需要我们有细致的观察力和坚韧的耐力。经过多次批发市场和终端店搜索探寻，收集相关渠道客户信息，联系、洽谈，最终才能筛选出符合我们要求的客户。



认证关税

某些国家政府为了加强对市场上销售、流通产品的管制，以达到保护人身健康和安全的**目的**，通常会对某些商品推行强制认证。生产厂家及贸易商考虑到在该国市场长期发展的规划，获取产品认证自然成了第一要务。

然而如何了解认证的相关信息呢？我们需要跟当地制定标准的政府部门，即标准局取得联系。带上产品和图册，我们来到了国家标准局。通过与标准局的技术人员交流沟通，我们了解到产品强制认证的具体标准、认证流程、大致费用以及周期等相关信息。

价格体系的设立与渠道管理是息息相关的，然而关税是影响定价的关键因素。有的国家因其本身对某产品有一定的制造能力，出于对本国企业的保护以及劳工就业岗位的保证，政府会针对该产品设定较高的进口关税，形成贸易壁垒，即所谓的反倾销政策。因此关税是我们所应掌握的另一重要信息。

海关税率表一般会在海关官网上公布，但是需要注册后才能查询。那么如何才能找到我们产品对应的税率数据呢？突破口就在——物流公司。面对陌生的市场，我们唯有借助潜在客户合作的物流公司资源，通过物流公司的系统了解到相关税率信息。

客户访厂

经过两个半月时间的市场调研和潜在客户洽谈，最终挑选出了东南亚6个国家的7位经销商客户，并分两批邀请客户于4月14日和5月24日访厂参观。

客户访厂当天，由海外客户部经理潘冬子组织客户进行了公牛企业文化学习，同时对公司海外市场营销和操作模式进行了宣讲。此外，就各国市场产品认证及上市计划进行了深入探讨。

随后，客户一行在质量部检测中心负责人江朝军的带领下人参观了公司实验室。在江经理对实验室各检测步骤和检测设备进行一一介绍之后，泰国客户林总深深感慨道：“经过公牛实验室出去的产品，根本就不需要经过海外各国认证就

能投放到市场上去了。”可见公司在研发制造和质量控制上的高标准、严要求，非一般企业所能企及。

当天下午，客户一行参观了数码精品工厂。来到工厂门外时，同事拿出防尘服递给客户，客户们露出惊讶的表情：“还要穿防尘服？不愧是一流的企业，车间的标准化**管理**远远超出了我们的想象啊！”



之后又前往墙开事业部参观了自动化生产车间和立体式仓库。面对如此先进的自动化生产和仓库管理，客户们都叹为观止。

次日上午，客户一行来到了杭州西经销商陈总公司进行学习交流。会议上陈总对市场开拓和人员管理等方面做了较为全面的分享，双方也就人员管理、渠道开发、市场维护等核心话题展开了讨论并深入交换意见。精细化的客户卡管理模式让客户叹为观止，“能做到这样，市场怎么会做不好？”越南客户胡斌说。

同日下午，在经销商业行走访市场终端，对品牌推广等做了了解。

通过两天的工厂访问和坚定了东南亚各经销商耕东南亚市场的顺利

部门各同事的支持。我们将一如既往，攻坚克难，在走向国际民用电工领导者的道路上,超越自我,永不止步!

海外客户部 郭海

务员带领下，客户一广、产品陈列、产品市场学习走访，更加耘市场的信心。开发离不开公司各

栉风沐雨 百炼成钢

记海外自主品牌东南亚市场开发

2017年对于海外客户部来说注定是不平凡的一年。迎着国家“一带一路”发展战略的春风，在潘经理的带领下，我们扬帆起航，远征东南亚市场。从2017年2月底至2017年5月初，耗时两个半月，开发了包括越南、柬埔寨、泰国、缅甸、马来西亚、印度尼西亚在内的6个国家，共7个经销商客户。

少年本草纲目

愿你走过半生，归来依然是少年。

鲁迅的百草园，一直葳蕤在语文教科书上，而我的百草园——小杉树林与野湖沟，到如今依旧葱郁在我的心头。

我在垦湖农场长大。我的少年是一只蜻蜓。一梭梭砖瓦房，与一溜溜苦楝树，香樟树，杨柳树，刺槐树，编织成我少年的嬉戏与栖息地。

1970年代的七月釉彩红的余晖，现在依然氤氲如梦。

杉树下，野草丛中，藏着少年捉迷藏的印记，篱笆围成的农家私宅后院，浏览了一个少年的成长记。

扒开干牛屎堆，向暗洞灌水，湮出一只仓惶而逃的“屎壳郎”，真是欣喜莫大于焉。一场骤雨，泥路上全是蠕动的蚯蚓。一截竹竿，一端涂上黏黏的桐油或者蜘蛛网丝，小心翼翼地粘蝉、粘蜻蜓、滚铁环、鸡蛋换苹果，欢笑满纯真。

八月野湖沟，莲蓬个个骄傲得只仰止上天；十月野湖沟，芦苇花绒绒如絮。大人们开始在湖沟里抽藕，连身胶鞋，淤泥里踩踩，铲锹挖几下，便能捞出或长或短的野生藕来。垒土拦一截湖沟，竹篾大舀子，斛干沟水，泥鳅、黄鳝、财鱼、鲫鱼、黄骨鱼、乌龟、鳖、河虾，就全是大篓里的俘虏品。

小时隔壁是河南人家，刺槐树花期时，他们常用嫩白的刺槐树花蒸馒头，那香味真馋人啊。或者，用长杆绑镰刀，割花枝下来，直接嚼花瓣，更清香生津。

少年的许多花草，已经久睽了。曾经朝夕相处，熟悉的藤叶、花蓓蕾、花瓣、果子，都人非物也非了。

还记得当年那些“本草纲目”吗，苘麻，苍耳，蛇莓，马泡……小渴小饿嚼嚼苘麻籽，当然是青苘麻，细啜也能啜出甘冽清甜的味儿来。苍耳，又叫小刺猬，自勾黏一团，塞进书包，上学时调皮地黏在女生的羊角辫上，少艾知慕的小动作。马泡，小时我们农场的水果只有西瓜、香瓜、桑葚，而荒地、路边、田埂的草丛里，匍匐而生，藤生一串的野生小马泡，一旦由青长熟转黄后，就成我们寻寻觅觅的“甜蜜蜜”了。现在乡下也难觅马泡的踪迹了。蛇莓，红彤彤的诱人，说是蛇信子舔的，一想到惊悚斑斓的毒蛇，我就不寒而栗，对密匝匝的蛇莓草丛也一向敬而远之，唯恐蛇从里面窜出来……

眼四十年过去，城市的喧嚣早已习惯。但我还是会想起家乡的那些野湖沟，那片小树林和那个赤脚的捕蜓少年。

集团产品与传播策略中心 陈勇

一位老木匠的故事

这天，老木匠终于盖好了他人生的最后一栋房子，他请老板来收检。老板来到房子前面，握着木匠的手，感激地把房子大门的钥匙递给了老木匠。

“这是你的房子，是我赠送你退休的礼品，感谢你的付出！”

照理说，木匠此刻应该满心欢喜、泪流满面，然而木匠确是满脸尴尬与惭愧。

这是一位准备退休的老木匠，他告诉老板自己年纪大了，不想再盖房子了，希望找点清闲的工作，和老伴过过退休的日子，享受晚年生活。尽管他知道这样收入会少些，但他仍决定退休。老板听了后感到很失望和不舍，不愿让木匠离去。老板问他看在多年交情的份上，是否愿意再帮他盖最后一栋房子，老木匠答应了。但随着时间的流失，很容易看得出来，木匠的心已经不在盖房子上面了。工艺做的马马虎虎，用料很差，手工非常粗糙，可他万万没有想到这是属于他自己的房子。

我们来假想一下，如果老木匠知道这是自己的房子，也许他会盖的好很多，用最好的材料，雕刻最精致的木花，可现在他只能自作自受。其实我们有时也会像这位老木匠一样，在建造生活这幢房子的时候，我们常常被动而不是采取主动，我们常常找好多理由来原谅自己在工作中不去努力，

然后猛然间我们会面对自己双手创造出来的不堪局面而措手不及。如果没有以一个追求卓越表现的态度来经营我们的人生，我们终将会像这位老木匠一样含恨而去。

“生活是自己创造的”，你今天的态度和抉择，将决定你明天的生活质量。生活是一门自修课，谁还能比自己更懂自己呢？工作上，很多人以为自己在“为别人做事”，所以“做好做坏一个样”，自己不必为自己的二流表现承担任何责任，但说实在的，如果你一直都这样做事情的话，迟早会为此而付出代价，即使没有代价，那也会失去那些你本该可以获得的财富。

所以，朋友请记住，人生需要有敬业的态度，无论你身处什么社会环境与地位，敬业所表现出来的就是认真负责——认真做事，一丝不苟，并且有始有终！

墙开设备自动化部 冯继林

来自夏天的味道

2017年6月4日 星期天 上海市图书馆 天气晴

难得忙里偷闲，一个人骑着自行车晃荡在城市的一角，觅得一书馆，便决定也让自己过个文艺的周末，正当准备“遨游”书海时，不经意间身旁急匆匆走过一个背着双肩包的男孩，大概是刚洗完澡，留下一股沐浴露的清香。只是这瞬间，让我为之怔，停住了翻书的手，放空了双眼，因为这味道像极了某次夏季自己刚入大学，在崭新宿舍里开始大学生活时全宿舍一起合用的那瓶沐浴露的清香，不必讶异，为何我能记得如此清楚？那股清新味道留在了我难以忘记的岁月里。它夹杂着初入大学的紧张与刺激，以及对未知神秘世界的好奇，常在夜里与室友卧谈，伴着电扇呼呼的响声，这味道弥漫了整个寝室。

所以不得不承认我是一个奇怪的人，我总是喜欢用味道去记录一段时光。总认为一种味道会镌刻在一段时光里，随着年华逝去，记忆渐渐模糊，但只要生活中又出现了那股熟悉的味道，便能很快唤醒心底沉睡的过往。偶然间味道与心底共鸣，也算是浪漫邂逅，然后静静的呆上一会儿，怀念从前。

记忆中最早自己对味道的记忆来自于夏天，夏日开学时，对于崭新课本所散发的味道记忆深刻。每每开学领到新书，书本所散发出来的味道，让我到现在仍然记忆犹新。发新书的日子里，母亲会拿一些旧海报，帮我和弟弟把每本书的封面都包好，然后在第一页用俊秀的字体写下一句鼓励的话语，然后写上我的名字。母亲的细心让当时其他同学都羡慕不已，每到学期末，拆开封面的海报纸，即使其它页已经被我弄得脏兮兮，但是封面依旧是崭新的，而且那股新课本的味道仍旧在。时至今日，有的时候闻到那股新书散发出来的味道，心里总会想起那个和弟弟牵着手和在门口劳作的母亲挥手去上学的画面，夏蝉鸣叫，不知名的花香满山坡，山上潺潺流水，上山下山，书本便成了母亲为我铺成的通往未来的路。

也许幼年时代深刻的记忆会伴随着你的一生，味道也是如此。如今依然对夏天里荔枝的味道印象深刻。那年夏天，父亲带着我、七岁的弟弟和堂弟，一起出远门，去了赤壁。那是我第一次出远门，只到了赤壁，也是第一次见到车来车往，兴奋地活蹦乱跳。路过一段铁轨，父亲便领着我们站在铁轨旁边，等着火车经过，那是我第一次见到火车，大抵我们站着等了半个小时。就在火车站父亲给我们买了两大串荔枝，当时觉得闻起来特别难闻，总觉得有股胶水的味道，剥开皮，吸了一口汁，就扔在了地上，死活不再吃第二个了。从此荔枝的味道便一直留在了脑海中，不过现在的我已经很喜欢吃荔枝了，每次闻到荔枝的味道总会想起父亲带着我们去赤壁的情形，印象中那天父亲给我们三个都买了件衣服，横条纹的，胸前还有一个小墨镜。后来，每每父亲出远门，回来的时候总会带上一一些我从未吃过的水果，春去春来，父亲给了一个农村孩子一双期盼外面世界的眼睛。



说到六月，自然绕不开高考，那是无数学子撬开未来大门的一次良机，在无数青葱的岁月里，高三的时光此生不忘。在最后的紧张备考的日子里，每天中午母亲都会精心装好饭盒，让我带去学校，在教室没有冰箱没有微波炉的高三时光里总是弥漫着那股饭菜装进饭盒几个小时后，再打开的那股饭菜味，教室里大家彼此打开饭盒，开始弥漫的味道填充着我的高三奋斗时光，到后来夏天，为了让我们吃到更新鲜的饭菜，母亲便每天开始拎着饭盒给我和弟弟送饭了，在这学校的走廊阳台上吃饭便成了我对于高三的另一抹记忆。每天母亲总是笑着望着我们哥俩儿，看着我们把饭菜一口一口吃完，也是那一盒一盒的饭菜，母亲每日的往来，砌成了通往大学的路。

在我的旅途里留着太多太多难以忘怀的味道，夏天里总有些味道让我沉思与感恩。桂花是我家乡的市花，在家乡的街道上都种植着不同品种的桂花，每到桂花开的时候，躺在家里的

床上，都能闻到随风飘来的桂花香味，让人连睡梦都变得香甜起来。如今，从异地求学到异地上班工作，偶然在路边偶遇一阵桂花香，关于家乡、关于儿时的一幕幕就要在脑海中不断浮现，过年的鞭炮、街坊邻里的笑容、父母的期盼等等。

人生路，绵延远方，而如今，有时却也感到诧异：似乎越长大了，能让自己记住的味道越来越少。你好，再见，你来我往，在这个快节奏的时代里，看似这个世界带给我的味道越来越多，实则确是越来越少。我已经不太记得最近我闻过什么味道，也不知道最近有什么味道曾带给过我惊喜、感动、爱与幸福。

用心品味生活，愿你我能多多去发现身边的那些感动、幸福的味道。

电商事业部 黄良伟

对待真正的热爱， 永远不遗余力

<一>

2014年春，南京没怎么下雨，睁开眼便是阳光充沛。那段时间得了抑郁症。每张日历翻过的日出日落，我都在场。通常站阳台上，时不时向下望。内心蛮欢喜的，终于也是有精神疾病的人了。印象中有部电影叫《5 to 7》，台词这么说：如果想成为好作家，你就不能过正常人的生活。过着不正常生活，人容易沉默。不愿意找人倾诉，有些心事只对自己说。

就这样开始写作。从最初的排遣寂寞，到往后的追随热爱，慢慢放不下。于是写作变成了生活。

<二>

第一本小说写于抑郁症快结束的时候。从前言到后记，总共花了两星期。寄给几家出版社，没人愿意出版，那就自己掏钱出版。出版了没人要，那就硬送。一圈送下来，结识蛮多行内人。2015年秋，有出版社编辑向我约稿。这年头，不管约什么，有人约总是好的。我欣然答应。结果通知我，要在十月份之前赶出一部小说，题材反映当代生活，打算整编成丛书内部发行。当时距离国庆还有二十天，我摩拳擦掌，准备大干一场。

因为太热爱，所以辛苦都垫在枕头下，汹涌在睡梦中，醒来依旧焕然一新。每天近二十小时坐在板椅上敲字，屁股疼，腰椎痛，可心脏却澎湃激荡，眼神光芒万丈。最长的一次，八天熬了五个通宵。脸肿得像被人“邦邦”敲过，笑容都僵硬。但一想到好点子，大半夜会对着窗户哈哈大笑，朝着邻居家的狗拍手叫好。

死去活来，终于赶完，发送给编辑。

后来，鬼知道发生什么，那本小说至今都没出版的消息。而我却因此被送进医院。赶完小说的第二天，我坐公交去宁波面试。那天发大水。路上心脏突然断电，眼一黑，整个人栽下去。司机吓得魂飞魄散，以为我要讹人，赶紧打120急救。救护车把我拉到镇海医院，一通心电图超声乱查，结果告诉我是疲劳所致。日后想到一句话蛮贴切：真正的热爱，是野心勃勃的二货，碰上视死如归的勇士。

<三>

我经常对老晨眉飞色舞地描述，“谁谁谁十年磨一剑，啪，当作家成功了！”“谁谁谁以前连房子都租不起，啪，当作家成功了！”“谁谁谁老婆都跟别人跑了，啪，当作家成功了！”十而八九，老晨叼着烟头，眼神轻佻地回一句：“那你呢？为什么你还不成功？”

老晨是我哥，蛇蝎心肠，唇枪舌剑。我不知道该怎么回答。为什么我还不成功？因为我没什么毅力，放弃症患者，妥协重灾区。随便翻翻记忆，到处都是我采撷又遗弃的梦想。比如，小学时我想成为宇航员，感觉在太空自拍帅帅的呢。为了模拟太空舱，我戴上我爸的摩托车头盔，钻进衣柜里想象太空飞行。衣柜越来越闷，我昏昏欲睡。幸亏我妈看到满地杂乱的衣服，打开衣柜把我赶出来，否则小命呜呼。当宇航员还要被骂，不当了。后来想当官兵，感觉握着枪炮帅帅的呢。于是偷了我妈十块钱，去城隍庙买了二十包炮仗。全拆了，火药集中到一起，做成一个大炮仗。结果火一点，“嘭”，把邻居家水缸崩碎。后来赔了五十块吧，忘了，被我爸骂得狗血淋头。当官兵都要被骂，不当了。

这些都算得上喜欢，但喜欢不是热爱。想做而已，不是非做不可。所以很多事，说放弃就放弃。很多人，说离开就离开。

哪天有一件事，躺在病床上都让你牵挂，刀架在脖子上都让你坚持，坑蒙拐骗都要凑钱去完成，那大概就是热爱了。

热爱不是动动嘴巴，是淌过激流的那步脚印。不是羡慕，是攀登。不是崇拜，是翻越。不是遥望尽头，而是到达尽头。

很多人都做不到，所以假装热爱，放弃果断。

<四>

有时环境艰难，使得很多人哪怕再喜欢，都热爱不起来。

比如说钓鱼。男人大多喜欢钓鱼，但很少谈得上热爱。因为限制太多。天气太冷，不去。天气太热，不去。狂风暴雨，不去。电闪雷鸣，不去。起床太早，不去。回家太晚，不去。蛇虫出没，不去。老婆要骂，不去。

老晨也爱钓鱼。我爸曾评价他：如果他赚钱的劲头有钓鱼的五分之一，早就成千万富翁了。老晨钓鱼不分季节，不分地点，不分心情，不分发型。汽车后备箱全是渔具，随时随地，兴头一起就要出发的货色。2015年我在公交车上晕倒，被120拉到镇海医院。老晨得知消息，放下电话来医院接我。结果拉着我直接去了渔场，完全不考虑我是120刚救下的病人。有年春节，老晨约我钓鱼。早上四点五十，我在做春梦。他电话打进来，“快点起床了，我快到你家了。”我下巴掉枕头上，“大哥，你会不会太狠了，现在五点都不到啊，去做贼啊！”

“去晚了钓位都被别人占了。”

“那也不用这么早啊！”

“快点，不说了，我到了，快来给我开门。”

印象中还有年夏天。老晨兴高采烈喊我钓鱼。结果车刚到海边，突然狂风大作，雷声轰鸣。我声音颤抖地问：“这天气...不能钓吧？”老晨往外掏出渔竿：“这有什么关系，下雨更好，凉爽。”凉爽个毛啊，电闪雷鸣跟凉爽有半毛钱关系啊，我书还没写完呢，不能就这么被劈死了啊。结果那天钓完鱼回家，一直到吃晚饭，我内裤都是湿的。湿湿的，好舒服。

我想我看到的大概就是热爱了。热爱，于我是写作，于老晨是钓鱼，不同的形式，都只有一个主题：不遗余力。热爱是交出全部的自己，没有保留的爱。如果“爱”是喜欢一个人，风雨无阻去见你。那么“热爱”就是如果要去见你，狂风暴雨都是好天气。面对热爱，你谈不得条件，说不得坏话，听不得反对。一心去成为野心勃勃的傻逼，视死如归的勇士。热爱会培植决心，不惜把生活折腾到惨淡的决心，而后从惨淡中抬头，看到那个完整的自己。普通人，一辈子寥寥草草，走马观花。喜欢很常见，热爱多难得。碰到真正的热爱，不需要记住很多，有且仅有一点：永远不遗余力。



转换器营销 郑超



如果奇迹有颜色

观《橘色奇迹》有感

如果奇迹有颜色，那会是什么？
我想我会选橘色吧，温暖的，让人充满力量的橘色，那是爱的颜色。
因为你，我们彼此走过青春迷茫的岁月，且一切安好。

漫长的青春期，总能想起一、两件让人记忆犹新的事。那无数个在操场上挥汗如雨的下午，那些即使讨厌也得考试的阴云密布的夏天，那些微笑着说要陪你疯陪你闹到老的死党，招摇过市在街上的暑假。是的，年少时的回忆，简单，但却能陪伴我们走过漫长岁月。

《橘色奇迹》显然就是这样一部能够勾起我们友情与爱情青春回忆的影片。2015年，根据漫画《orange》改编的真人版电影上映。校园题材的青春电影，一直以来都是日本电影的最爱。但在众多电影中，《橘色奇迹》是近几年来为数不多感动人的一部。没有跌宕起伏的剧情，有的只是几个高中生的友情，在日常的校园生活中，慢慢萌生的

喜欢，带着对同伴的爱，最终挽救了伙伴的故事。

故事的开始，要从一封信说起。菜穗，一个普通的高二女生，开学典礼前，莫名收到一封信，信的作者竟然来自十年后的自己。信中预言了很多事情，围绕着班级里即将转来的新生，希望菜穗还有伙伴们能够按照信中所说的那样，给予他帮助。一切都来的如此突然，友情的开始，往往是没有缘由的。我们并不会记得自己和身边这个小伙伴是什么时候开始热络的，但就是这样的缘分，让彼此的生命变得与众不同。菜穗、须和还有其他小伙伴，在开学典礼那天，就和这个新来的转校生一起打开了命运的齿轮。

虽然神秘信件中，提到开学典礼那天不能邀请翔出去玩，会发生让人后悔的事情，但是菜穗和朋友们还是热情的邀请新朋友一起出去了。果然，第二天翔就没有出现在教室。一切的一切，让菜穗开始不安，对于这封信的来历，菜穗一直是半信半疑的，但是事情就是这样神奇得按照信中提到的那样发生了。

原来，开学典礼那天，翔因为想遵守和朋友们的约定，和母

亲发生了争执，结果那天母亲轻生，选择离开了这个世界。17岁那年的翔，某一天在家中找到了母亲手机里的视频，发现自己的母亲是如此深爱着自己，翔非常自责，选择以自杀结束自己的生命。

而这些，都是在平行世界十年以后，菜穗和朋友们去往翔家祭奠的时候发现的。为了避免自己的伙伴出现这样的意外，所以十年后的菜穗选择写下这封信，希望十年前的自己可以和小伙伴们一起挽留翔。

大家开始相信事情的严重性。细心又体贴的翔，大家都很喜欢他。如果能够改变未来，为什么不能尝试着去做呢？

在17岁那个夏日来临之前，小伙伴们开始了挽救翔的计划。大家鼓励翔去做自己喜欢的事情。参加足球社，驰骋在赛场上的翔，笑起来的样子，温暖了整个世界，伙伴们也在一边努力为他加油；翔想要报名参加接力赛，几个小伙伴也义无反顾的加入，就算知道最终结果会以跌倒失败，也不希望让翔一个人因为失败承担这份责任与沮丧；一个人抬不动垫子的时候，伙伴们第一时间出现在了翔身边。慢慢的，内向的翔，开始开朗起来。朋友之间的依赖，变成彼此信任的有力见证。困难的时候，你始终坚定的相信着“他们”会第一时间来到身边，就是这样无来由的自信！

也许，翔并不会知道，伙伴们为他付出的这一切。但在友情面前，所有的感激，只想换回“此生安好”。绝望沮丧的时光常有，难得的是有足够走出来的勇气。

故事的结尾，菜穗、须和还有其他三个小伙伴，一起通过努力，改变了翔。



所以当翔骑车即将和汽车相撞的那一刹那，翔想起了伙伴们温暖的笑容，那些得到过的帮助，那些回忆成为了翔求生的欲望。值得开心的是，翔在最后关头调转了方向，与汽车擦肩而过。小伙伴们也在这时及时赶到，大家互相抱紧翔，感谢他的决定，让一切变得更有意义！命运的轨迹被改写，平行空间里，又一个空间因为“你我”的努力，改变了未来，就在17岁那年。在某个平行的时空里，只要知道你还好，这就是我们为彼此创造的奇迹。

花儿的年纪，我们一起走过一个个雨季。虽然前途泥泞，和你同行，又有何惧呢？相信奇迹的我们，不是因为天真幼稚，相信奇迹的我们，愿意对这个世界，付出绝对的信任。奇迹本身并不存在，而通过你我对彼此间的笃定，才是携手一起创造这个奇迹的力量！橘色奇迹，愿你我都能拥有此心。

集团党群办 章梦甜



《蟋蟀斗》
书法美术俱乐部 葛秀士



《荷塘月色》
书法美术俱乐部 葛秀士



《硕果累累》
书法美术俱乐部 王蒙蒙



《夏日蛙趣》
书法美术俱乐部 王蒙蒙



《夏祭》

数码事业部 产品策划部 高诗博



《观海》

电商事业部 黄良伟



《新疆天池》

电商事业部 杨梦飞



《夏夜》

电商事业部 杨梦飞