



## 积极应对外贸新常态

—— 第 125 届广交会参展总结



>>> P12 · 市场

**联名企之智、创实业未来**

P02 · 新闻

**诚信、成长、品质**

P09 · 聚焦

**强党建，促发展**

P03 · 新闻

**始于匠心、勇于创新**

P13 · 市场

**第一季度集团联席会**

P04 · 新闻

**人生，永无止境的学习课**

P16 · 文苑

**新形势下小家电外贸业务管理实践**

P07 · 聚焦

**弘扬端午文化、传我浓情粽香**

P21 · 家园



## 联名企之智、创实业未来

——广东省客家商会企业走进联创科技集团参观交流号召凝聚力量打响“客商制造”品牌

导语

4月12日下午，广东省客家商会会长温纯青率队莅临深圳市联创科技集团有限公司（以下简称“联创科技集团”）参观学习交流。商会轮值会长陈梓红，常务副会长庄小夸、黄惠强、张镇江，副会长魏军添，常务理事古达奇，理事朱通、吴彩均、张汉武、陈运梅、黄汉民，监事何加锐等六十多名商会及客青会的代表参加了活动。

联创科技集团董事长赖伴来、集团董事、董事办主任周航、集团董事、联顺物业公司总经理李宏清、集团党委副书记（广东省人大代表、深圳市党代表）王海、集团董事办外事副主任（龙岗区人大代表）孔阿敏、董事长秘书何津、联创摩的公司总经理赖昊（客青会理事）陪同参观。

商会企业家们在赖伴来董事长陪同下参观了联创科技集团的产品展示厅、小家电生产车间、采购展厅、工业设计中心、科研中心、党群活动中心等，对联创的生产规模、产品品类、企业文化等进行了深入细致的了解。

随后在联创科技集团会议室中召开了座谈会，联创科技集团董事长赖伴来携公司高管团队对商会一行的到访表示热烈欢迎，与商会企业家们进行了深入交流。赖董事长介绍了联创的发展历程、市场经营情况以及在坚持以小家电产业为核心的发展战略中所做的产业布局；并就联创在精细化管理、成本控制、人才管理等方面的理念和做法作了分享。

从上世纪末生产出国内第一台空调扇，到最近连续多年摘获“红点至尊奖”等国际级的工业设计大奖，联创一步一步走来，在行业中取得了丰硕的成果。赖董事长表示，传统制造企业要坚持下来必然遇到许许多多的困难和挫折，必须要有“打



持久战”和“集中精力干好一件事”的心态和耐力，是坚定的信念和专注的精神才让联创走上了稳健发展的道路。

交流期间，广东省客家商会温纯青会长回忆说，他在青年创业时期就做过联创第一代产品的代理经销商，和联创结下了不解之缘，联创产品过硬的品质和新颖的设计给其留下了极深的印象。温会长表示，联创科技是一家积淀深厚、实力强劲的客属企业，是中国民营制造企业的杰出代表；赖伴来董事长近三十年扎根实体经济、专注制造业、精耕产品和品牌，为人低调务实，做事精益求精，并勤勤恳恳践行企业的社会责任，充分体现了一位“实干家”的精神，值得大家好好学习。

温会长还号召，在新的时代背景和市场环境下，广大的客商企业要紧跟国家经济发展的方针政策和产业导向，多把目光瞄准高端制造、农业食品和医疗健康等涉及国计民生的产业；并积极利用商会等平台，不断学习、整合和合作，凝聚更多的客商力量，打造和打磨出更多诸如联创这样有行业影响力、有持久生命力的“客商制造”品牌。

会上，广东省客家商会轮值会长陈梓红等与会成员热情发言，分享走进联创的见闻体会，就联创在技术创新、出口贸易、银行融资等方面的情况向赖伴来董事长现场“取经”。赖董事长坦诚回应、畅言心扉，与现场的商会成员们进行了开诚布公的交流，“干货”满满的分享赢得大家阵阵掌声。

商会秘书长温彩蓉主持会议时表示，商会自成立以来，就提出建设学习型商会的理念，倡导广大会员要传承和弘扬“知识为本”的客商精神，要经常走进优秀的企业，向优秀的企业家学习，取长补短，提升自己；本次走进联创，大家都收获满满，深受启迪，是一次极具意义的学习之旅。

## 强党建，促发展——南湾街道党工委书记刘渊同志深入联创科技园调研智慧党建工作



6月20日上午，南湾街道党工委书记刘渊同志带队，党工委副书记、人大工委主任、妇联主席肖婷萍同志，街道党工委委员、组织部长唐贻顺同志，街道办副主任尚文军同志，在联创科技集团执行董事、党委书记赖伴周；集团董事、董事办主任周航的陪同下，先参观了联创行政楼展厅，对联创自主研发产品和企业的健康发展表示了肯定。

随后，刘渊书记一行参观走访了园区的党建工作宣传栏、智慧党建馆、党员成才培训示范基地、新时代大讲堂、红色电影厅、企业图书馆等党建活动阵地，详细了解园区的党建工作开展情况。

赖伴周书记介绍道：园区党委始终以“强党兴企、创先争优、和谐联创”为主题，以强化党群共建为抓手，积极打造“互联网+”党建活动阵地，着力探索“中国民族制造企业民营版党建”新模式。此外，园区注重发挥党员的“头雁”效应，通过每个党员联系10名群众的“点对点”帮扶模式，协调解决员工在工作、心理和生活中遇到的实际问题。

刘渊书记充分肯定了园区党委的党建工作。他强调，党建工作既不能形式化，更要避免娱乐化，园区党委要认真学习党章，严格落实党组织工作制度，充分利用智慧党建馆、新时代大讲堂等党建活动阵地，勇于创新、突出特色、注重实效，把党建工作与企业发展紧密结合，切实发挥园区党组织的战斗堡垒作用和党员先锋模范作用带头作用，围绕“公司发展抓党建，抓好党建促发展”的思路实现“强党兴企”。



## 爱岗敬业、锐意创新、无私奉献、感动龙岗

——联创电器公司员工易浩荣获龙岗区第六届“梦想与力量”感动龙岗人物



右4：龙岗区委书记张勇 右1：联创电器公司员工易浩

3月21号下午，龙岗区委书记张勇会见了第六届“梦想与力量”感动龙岗人物，感谢他们在践行社会主义核心价值观、弘扬正能量、助力龙岗社会经济发展方面做出的杰出贡献。

感动龙岗人物都是群众推选出来的身边典型，是培育和践行社会主义核心价值观最有说服力、影响力的榜样；易浩，第六届“梦想与力量”感动龙岗人物，一个来自联创科技集团担任生产线上模具资源方面的主管，在岗数年，一直坚守着联创的企业文化和心中的梦想，兢兢业业、任劳任怨；他爱岗敬业，努力创新、勇敢奋进，以责任和担当、以创新和奉献为企业和社会树立榜样，将自身的形象传递到企业、社会上。

张勇书记向感动龙岗人物表示祝贺，感谢他们为龙岗的企业和龙岗的发展付出的辛劳汗水。他表示，希望大家一如既往发挥模范作用，肩负起推进龙岗文明进步的重任，为时代立心、为城市立德、为市民立标，为龙岗企业经济发展，龙岗率先高质量全面建成小康社会，加快建设社会主义现代化先行区贡献力量。



接着，在龙岗广电中心举行了龙岗区第六届“梦想与力量”感动龙岗人物风采展示活动。

活动中，通过人物短片与访谈的形式介绍了感动龙岗人物，来自联创科技集团的易浩，也通过这样的方式让更多的人认识到了他；从一个不知名的“菜鸟”，到拥有十多项专利的大咖。在联创期间，他坚持学习，参加了联创科技集团组织的“启航”班培训，然后靠自己的努力当上了“启航”班的班长，带领“启航”班的学员共同学习；在充实自身的同时，他也积极参加公司组织的文体活动，并且都取得了优异的成绩。

获得这些荣誉，易浩表示，一方面和自己的努力离不开，另一方便，也是联创科技集团给予了我很多帮助，不论是工作中、学习中，还是生活中，联创科技集团都大力支持，凭着联创这个大舞台，他才能将自己的潜能发掘出来；集团公司也会持续创造平台给更多的员工在这个舞台上大放光彩。

## 做好企业退役军人工作，维护园区企业长久治安

—— 龙岗区退役军人事务部康爱民局长率队考察联创科技集团



2019年5月10日下午，为进一步落实企业退役军人的工作，龙岗区退役军人事务部康爱民局长率队来联创科技集团考察参观，联创科技集团董事长、党委书记赖伴周，党委副书记王海接待陪同。

关心企业退役军人的工作生活、端正工作态度、思想认识，一直是联创科技集团的重点工作，这些企业退役军人是党和国家也是企业的宝贵财富，他们在部队期间，为军队和国防建设作出了积极贡献，进入企业后，继续发挥着人民军队的优良传统，在建设企业中发挥了重要作用。

对于联创科技集团平时组织园区企业退役军人节日聚餐、生活中嘘寒问暖，唐局长表示了充分的肯定，他强调，认识做好企业退役军人的专项工作，对维护企业稳定和社会稳定有着重大意义。

会后，唐局长还参观了联创科技集团的展厅、研发中心和党群活动中心，对联创科技集团从产品到员工，都从实际出发，不玩虚的提出了表扬，并希望联创科技集团接下来继续加强企业退役军人的关爱工作。

2019年4月8日上午，联创科技集团2019年第一季度集团联席会在联创科技园行政楼一楼会议室举行，出席此次会议的人员有：联创科技集团董事长赖伴来、集团执行董事、党委书记赖伴周、集团董事、联创电器总经理彭琦、集团董事、联创电器副总经理赖友森、集团董事、联创三金总经理张育奇、集团董事、联顺物业总经理李宏清、集团董事、董事办主任周航；集团本部各部门长、集团各分公司负责人、集团销售额超一个亿的分公司财务负责人、集团销售额超3个亿的分公司高管代表、集团人大代表。

首先由董事长助理赖定权向大家通报了第一季度各产业公司的业绩，并讲解了税收政策的调整和此次调整后对公司的影响；同时，他也根据政策的调整，对集团各分公司财务系统提出了相关要求。

集团审计部部长尧君通报了今年第一季度的审计检查情况。

集团董事办主任周航对今年第一季度启航、远航班的在过去一年的学习成果在工作中的运用表示肯定，这对今年的启航班开课也有着积极的宣传作用；另外，今年第一季度员工关爱和好人好事集团也进行了汇报。

接着，集团IT部部长魏伟聪总结项目的实施情况，首先，总结了自去年12月18日“集团信息化建设启动会”以来，3个月多时间里在IT建设上取得的各阶段成果，重点提到的是核心主系统SAP-ERP的实施计划，也都紧张有序地按年初既定的规划推进中。

联顺物业安全专员罗燕清先为大家讲解了安全防范知识，然后集团董事、联顺物业总经理李宏清向大家通报了集团消防检查情况，李总表示，在今年第一季度中，联顺物业在安全管理和消防检查中实现了零投诉的目标。

联创电器运营总监邓燕琼为大家汇报了近期联创电器持续提升工业制造能力的举措及效果。不论是仓库货架还是管理系统，电器从硬件到软件都在明显提升；此外，邓总监从物流效率、现场管理效率的提升；遥控器自动化生产线、精益生产概念的导入总结了观念创新下的变革管理；从现已搭建的线体布局评估精益线用人、生产部实际生产数据、人均产能效率方面等现状都得到了改善，并且这个改善还是持续的。

所以总结来说，一切改善动力都来源于我要活下



## 2019年第一季度集团联席会召开

去，而为公司节省成本，为企业创造价值正是每个员工应尽的责任。

会议最后，赖董指出：

一、我们在学习中，不能老想着这个那个和我没关系，在座的都是各管一块的领导，首先，领导一定要转变思维方式，学习别人的长处，别的企业的优点。

二、我们联创已经26年了，我们的领导也都是从员工做起的，经历、经验都比较丰富，但是这就造成了个别“重情”的例子，比如在处理供应商、合作商、承包商的时候，以客户利益为主，把公司利益放在一边，甚至通过不择手段或告知或泄密公司信息给对方；签订合同时，同一个项目和不同客户签订时，给出的条件不一样，为什么不一样？就是因为情太重了，情太重就脱不开。我们一定要客观的公正的做人做事，想要赚钱，来找我谈。

三、我们2017年8月4日集团董事会会议上，正式下发了《联创科技集团责任追究管理办法》（简称红线管理制度），2019年，审计部要对红线管理制度的执行作为一个重要工作去查，大家要要对红线管理制度去阅读，知道红线管理的重要性。

四、2019年工作重点

1、推动战略落地。

2、继续推进全面预算算。

3、坚持研发、技术年度投入不低于销售额的6%，做好标准化、平台化和产品生命周期管理。

4、全面推进信息化建设。

5、坚持OMS三会（经管会、销售会、PSI会）。

6、销售三表找机会。

7、持续提升工业制造能力。

联创已经走过了二十六年了，“联创文化”是联创在过去跌宕起伏的发展过程中形成的企业精神特质，是联创企业价值观与独特竞争力的集中体现。

我们要紧紧围绕2019年的7个工作重点，继续遵循“说到做到、敢担责任；艰苦奋斗、精诚团结、忠于联创、实现自我”的核心价值观，坚持“市场导向、用数据说话、透明化、执行力、寻找机会点”的管理核心，不忘初心、砥砺前行、爬坡过坎、再次出发！

## 萃取优秀经验，打造精品课程

—— 2019年联创科技集团课程开发与内部讲师训练营



2019年5月17日上午，集团赖伴来董事长；集团董事、联创电器彭琦总经理；集团董事、联创三金张育奇总经理；集团董事、联创电器赖友森副总经理；集团董事、董事办周航主任；董事长助理赖定权；各公司产总；以及联创内部42个课程开发学员和种子讲师汇聚在联创学堂，共同培训课程开发。

本次培训不仅对个人而言是一种经验的沉淀、能力的提升，对于企业而言更是人才培养的快捷途径，并且能够增强企业知识的积累和扩散，让联创从借助外面的培训机构转换成联创自己培养讲师、讲师培养学员、学员成为讲师的一个良性循环。

针对即将要教授的学员，这些内部讲师们分组对

课程进行开发，此次课程开发不同以往，他们首先在思维模式上进行了转变，假如自己是学员，最想听到什么课程？

这种转换，对于从基层一步步成长起来的他们来说，其实不难，他们不仅能够理解学员在工作中遇到的各种问题和痛点，然后通过小组讨论和老师的帮助找出最符合条件的解决办法。

这次培训本身意义重大，是联创人才长远发展的战略目标，赖伴来董事长提出，2019年是文化年，我们集团从上到下都要不断地汲取知识，主动学习，借助联创这个大舞台挖掘自身的价值，提高自己的能力，和联创共同成长。

## 集团基层管理干部第二期启航班开营仪式



为贯彻公司人才培养计划，培养他们专业化、会算账、带团队、做项目、激发团队精神、增强团队凝聚力，继2018年第一期启航班学员结业后，2019年5月25日上午，集团组织的第二期启航班基层管理干部训练营在惠州举行了为期一天的开营破冰户外拓展活动。

此次拓展通过“挑兵选将”、“合作接力”、“沟通巴别塔”、“战国七雄”、“疯狂过山车”五个团



队活动，打开了团队成员主动沟通意识，体验有效的沟通办法，体会组织分工的目的。各个小组之间从良性竞争，到最后精诚团结，不知不觉中，第二期启航班的学员们，心紧紧地连在了一起。

通过此次拓展训练，各个小组看到了本组的优劣势，同时也感受到了合作与沟通的重要性，这为以后的工作奠定了很好的基础。同事们在实践锻炼中学习，在体验学习中改变，受益匪浅，有了更多的人生感悟。



在体验着奉献、协作、勇气带来的成功喜悦后，每个人深刻感受到“责任、协作、自信”的精髓，以及作为团队中的一员所要承担的责任。

“为员工创造机会”是联创科技集团众多文化标语里的一句，而联创也希望员工和企业共同见证彼此的进步，相信这一期的学员通过为期八个月的学习成长，一定会绽放不一样的精彩。



经过5月25日联创科技集团基层管理干部第二期启航班拓展训练破冰后，5月26日该班在联创学堂正式开营。联创科技集团董事、董事办周航主任主持了开营仪式。

周航主任首先对学员们能够通过选拔进入该班表示了衷心的祝贺，并详述了集团人才的培养规划，以及开展启航班的意义和目的；开营过程中也邀请了第一期启航班老学员易浩发表感言，周主任与易浩共同为第二期启航班班长杨林桦授旗和帆船，代表着两个班的传承与扬帆启航。

接下来，由卡内基张俊杰老师与周璐老师进

行核心领导力课程卓越情商培训，此次培训主要是为了建立学员卓越情商的核心动力；自我领导、了解自己与他人；培养信任的人际关系；透过肯定来激励他人与自己；培养热忱与积极正向的态度。

公司的发展离不开员工，同样的，员工的成长也离不开公司，联创科技集团在人才培养上的投入和支持，是对员工的关爱和肯定，相信这一批学员在收获知识技能的同时，也会回馈到公司的生产和发展中来，最终达到员工与公司共同成长与发展。

## 用心创造梦想 ——深圳市深一龙电子有限公司新厂区、新产线开工仪式

2019年5月22日上午，深圳市深一龙电子有限公司在深圳市联创科技园举行了新厂区、新产线开工仪式，联创科技集团董事、董事办周航主任；联创科技集团董事长助理赖定权、深圳市新良田科技有限公司董事、温红均总经理及深一龙各部门负责人参加了本次仪式。

深一龙电子有限公司作为联创科技集团旗下深圳市新良田科技有限公司的子公司成立于2011年，是全球领先的新科技高拍仪研发和生产商，也是国家级高新技术企业，同时自身也进行自产自销、代加工业务，深一龙加工产品涉及高拍仪、视频展台、摄像头（主要为摄像头模组，是摄像头的组成部件之一）及无人机等。

开业典礼结束后，温总带着大家去生产制造车间参观，并为在场的所有人准备了开业利是。

深一龙是一个创新的乌托邦，我们搭建了一个尊重梦想的舞台，构建了纯粹的企业环境，努力探索卓尔不群的产品之道和企业文化，将求真品诚的理念贯穿到每一个细节。



news in brief 简讯

## 联创科技集团工会委员及职工代表大会



为深入了解联创一线员工的想法，贯彻落地企业文化，6月6日，联创科技集团工会委员及职工代表大会在联创学堂召开，联创科技集团董事、工会主席周航；联创科技集团党委副书记王海；联创科技集团董事长助理赖定权和其他工会委员、员工代表共同参加了本次会议。

会议重申了职工代表大会职能与职工代表职责，同时审议通过了集团的《员工守则》，会议并公布工会经费使用情况；从工会日常工作、职工学习提升、职工活动、职工福利等方面做了季度工作汇报。

会议最后，周航主席听取了员工代表们的想法和建议，并表示，2019年下半年各工会委员应该侧重在工会干部职业化提升、工会民主管理、职工关爱和帮扶、职工权益保障、职工团队建设、劳动安全管理等方面开展工作，更大的凝聚联创工会委员团队力量，发挥工会职能作用。同时，2019年公司也提出文化年，文化建设是我们的短板，我们工会委员要凝聚在一起，充分发挥团队力量；要与企业文化专员紧密结合，在文化方面发挥作用；要牢记以服务为目的，为员工提供服务；要端正自己的态度，多做实事。

## 关心员工家庭、打造和谐企业 —— 联创科技集团《卡内基亲子沟通培训讲座》



为了提高企业员工与孩子的沟通质量，增强员工家庭幸福感，6月12日晚上，联创科技集团在联创学堂组织开办了一场“卡内基亲子沟通培训讲座”，为联创员工带来了一场别开生面的培训。联创40多个员工及家庭参加了学习。

卡内基训练是世界性企管训练领导品牌，我们在全球各地帮助企业、组织，发挥人力资源潜能，增强企业竞争力。

现如今的家庭几乎都是父母在外上班，小孩交给家里老人带，这就导致了父母与孩子缺少有效的沟通和

了解，而孩子随着时间也会对父母产生距离感，毕竟父母才是孩子的第一老师。卡内基资深讲师老师霍芷兰则用一些实际案例，三不原则不批评、不责备、不抱怨和五大核心原则自信、沟通、领导力、积极态度、人际关系来教导父母与孩子相处时应该怎么做。

此次亲子培训充分体现了联创科技集团对员工的关爱，不仅在工作中组织员工学习职业技能和知识，生活中也给予了员工很多帮助，“做大家喜爱的产品，让生活更快乐”，联创不仅对产品负责，也对员工负责。



## 电器公司安全生产教育培训及应急演练

5月9日下午，电器公司邀请南湾街道培训老师在电器工厂五号会议室举办了安全生产教育培训，根据行政部的统一安排，电器公司各部门安全生产的负责人，约有50多名干部职工参加了培训。

保证培训效果，公司特地邀请了南湾街道安监办培训老师进行授课，以新《安全生产法》为重点，解读了安全生产的重要性；以许多发生在身边的鲜活生

动的安全生产事故的案例，诠释了安全生产必须常抓不懈、警钟长鸣、防范于未然；以诙谐幽默的十六种人的不安全行为，强调了人在安全生产方面的主观能动性；以大量的数据、带血的案例，揭示了“把安全记在心里、把幸福带回家里”内在的真谛。

在培训结束后，公司还举行了安全生产的应急演练，提高协同应对生产安全事故的能力。

## 深圳摩的科技有限公司 深圳车库充电桩科技有限公司 战略合作协议签字仪式



5月16日，联创集团旗下子公司摩的科技有限公司与深圳车库充电桩科技有限公司正式签约，摩的科技总经理赖昊与车库充电桩总经理杨佳维共同签署了战略合作协议书，双方一致同意在新能源汽车充电桩配套建设相关领域开展广泛、深入的合作，此次战略合作协议书的签署标志着摩的科技与车库充电桩合作协议项目正式进入实施阶段。联创集团审计部部长尧君及法务部相关领导共同出席了签约仪式。

签约仪式后，车库充电桩杨佳维总经理与曾卫平总监等一行数人在赖昊总经理引导下饶有兴趣参观了党群活动中心、警务中心、联创产品展厅，参观过程中，杨总对联创的发展历程、历代产品的优良品质及联创园区党群关系的良好氛围赞不绝口，对联创“诚信务实，追求卓越”的企业精神表示由衷佩服，并对摩的与车库充电桩今后的战略合作与共同

发展表达了极高的期望与信心。

深圳车库充电桩有限公司是一家以新能源汽车智能配套服务作为主营业务的国家高新技术企业和双软认证企业，在全国已建设及拥有新能源汽车大型快速充电站十六个，并先后与蔚来汽车、华南城、思科、比亚迪汽车、宇通客车、西部公汽、西湖出租、华强集团、联程共享等众多知名企业形成战略合作关系，是深圳建设新能源汽车充电站民营企业中的领导者及先行者之一。

根据战略合作协议，未来双方将充分发挥各自在新能源汽车充电站建设中的软硬件及产品配套优势，探索多样化的合作模式，建立紧密、稳定的战略合作关系，共同为新能源汽车充电站的发展作出积极贡献。

## 新形势下小家电外贸业务管理实践



集团董事、联创电器总经理 / 彭琦

市场需求下降、自身创新不足是目前对外贸行业产生实质性影响的前三大因素。

联创电器作为一家专业从事小家电产品设计、研发、制造为一体的出口代工企业，同样面临着市场环境变化所带来的深刻影响，新形势下的不确定性因素给联创电器带来的挑战，体现在经营管理和业务实践的方方面面。联创电器主要经营的产品品类主要包括空调扇、电风扇、电暖器、加湿器等环境类小家电产品，市场相对成熟、竞争较为充分，整体需求平稳、区域变动较大，技术创新空间小、产业进入门槛低，这些客观市场特征加上环境因素，给联创电器带来的挑战主要包括以下三个方面：

### 一、关键区域的市场需求碎片化特征越来越明显。

在互联网、移动互联网快速推动信息互联、信息交互加速的背景下，很多消费者在消费选择上，更加追求不拘一格的快时尚，求新、求快、求变。消费者的需求本身更加多元，个性化、定制化需求在很多产品服务领域逐渐得到了更充分的满足。体现在环境小家电产品市场，从出口海关数据统计可以看出，和前几年相比，虽然整个行业的整体市场份额并未下降，甚至稳中有升，但单一上量的型号越来越少，单一型号上量的规模也越来越小。以联创电器日本事业部为例，2018年全年日本市场订单和2015年相比增加了2.39倍，但销售额仅仅增长了83.65%。这一方面是联创电器的经营方向、产品市场定位和客户群体结构所致，另一方面环境小家电产品的季节性因素客观上对这种情况的加剧起到了一定的促进作用，也可以说是市场需求变化的直接反应。

### 二、多品种、小批量订单结构对研发、品控和交付的挑战

联创电器一致坚持专业、创新、好品质的经营理念，集中力量在环境小家电领域苦心耕耘，我们形成了自己独特的核心竞争优势，在产品创新、产品创新等方面取得了丰硕的成果。联创电器通过自身的产品创新、创意设计能力赢得了众多客户的青睐，在诸多细分产品市场取得了领先，同时回避了单一价格竞争的市场压力。联创电器主打产品创新差异化和中高端的市场定位，经过多年的积累形成了自己稳定的客户群体。这种市场定位和客户结构，加上市场需求的碎片化趋势，直接带来了市场订单的进一步碎片化，多品种小批量的订单成为常态，对公司的研发资源投入、品质控制、供应链管理和整体交付提出了严峻的挑战。

### 三、用工成本与费用投入快速上升对企业经营质量的挑战。

从2000年前后，我国外贸企业的要素成本和环境成本开始进入长期上升通道，传统外贸出口企业的原有优势逐步趋于弱化，时至今日，成本上升成为影响外贸行业和企业的最突出因素。联创电器以订单代工业务为主，没有品牌溢价能力，面对逐年上涨的用工成本和原材料价格，唯有通过自身效率不断提升才能内部消化成本上升所带来的冲击和压力。另外，全球汇率的波动，直接削弱了劳动密集型出口企业的价格竞争力，因汇率问题而失去订单的情形时有发生。联创电器自身的订单结构，也带来了制造成本和运营费用的上升，甚至直接威胁到企业的经营质量和生存发展。

阳光总在风雨后，一个人只有不断历练才会变得更强大，企业也一样，唯有迎难而上、砥砺前行才能激发内生动力，建立新的竞争优势，实现既定经营目标和长期成长梦想。2019年，在新形势下，联创电器全面贯彻集团公司全面深入推进二次创业的号召，开

上接 07 版

启新征程、坚定新使命，迎接新挑战，实施好六项关键举措。

#### 一、全面提升联创电器的管理基本功：

- 1、深入推行全面预算管理：以预算支撑战略决策，以预算推进业务目标达成、以预算控制成本和费用，以预算推进降本增效，靠预算实现战略落地，用预算牵引个人绩效。
- 2、系统导入 OMS 管理工具：通过 OMS 管理工具的系统运用，将销售中心、技术中心、开发中心和制造中心的全流程管理和对接实现透明化、规范化、数据化和制度化；
- 3、全面推进信息化平台建设：以集团两化融合贯标项目为契机，加大信息化建设的软件、硬件投入，全面推进公司的信息化建设，助力管理系统升级。

#### 二、全面提升产品开发的综合效率：

做好标准化项目和平台化工程，推进产品生命周期管理（PLM），实现项目准时率、成本达标率、费用控制率和人均效率提升的同时，全面提升产品的开发品质。

#### 三、全面提升工艺水平及垂直供应能力：



## 谈从“制造”到“智造”



联创三金销售总经理 / 王洪涛

2019 年 4 月 15 日-19 日，第 125 届中国进出口商品交易会（又称广交会）在广州琶洲会展中心盛大开幕。据悉，本次广交会的展览总面积为 118.5 万平方米，展位总数 60651 个，境内外参展企业 24846 家。

近年来，中国外贸向创新化及高科技化的势趋发

- 1、工艺水平：包括工艺路线、工艺流程、工艺步骤、工艺指标、操作要点和工艺控制。
- 2、垂直供应：整合注塑、模具的现有供应资源，逐渐提升瓶颈物料的垂直供应能力。

#### 四、全面提升制造效率和订单交付能力：

- 1、推动精益生产，逐步导入半自动自动化生产和半自动检验设备。
- 2、推进全面精细化定额管理，发挥全员主观能动性，实现降本增效目标。
- 3、完善 MIEs 系统，为实现高效、有质量的订单准时交付提供数据支撑。

#### 五、全面提升产品品质的系统管控能力：

- 1、实施“三不”品质管理：不合格品不入工厂门、不上生产线、不入成品仓。
- 2、强调过程管控：重在预防、按单点检；大货标准、精品样机；质量反推、标准细化。
- 3、做好新品品质预防管理：优化完善品保部在产品的设计开发过程细节，充分参与产品立项评审，过程打样与样品测试工作；建立新品品质评审小组；导入可靠性管理项目。

#### 六、全面提升管理干部的个人、团队执行力：

个人执行力是指每一个单个人把上级的命令和想法变成行动，把行动变成结果，从而保质保量完成任务的能力。团队执行力是指一个团队把战略决策持续转化成结果的满意度、精确度、速度，它是一项系统工程，表现出来的就是整个团队的战斗力、竞争力和凝聚力。个人和团队的执行力是企业成长的基石，2019 年，我们将在团队执行力建设、员工关爱、企业文化宣贯等方面下大力气，营造积极向上的工作氛围，建立健康公平的人才成长机制，战略规划、关键举措的落实，关键在于管理干部个人和团队的执行力。

当前，在中美贸易摩擦不断升温的背景下，全球经济下行态势将进一步加剧，市场需求下滑、出口形势严峻的不利局面还将继续。联创电器的经营管理团队，只有继续坚持“专业、创新、好品质”的经营方针和策略，努力践行“珍惜、规划、坚持”的行为纲领，以产品创新战略和成本领先战略为核心，开源节流、降本增效，不断推进经营管理效率的提升，才能化挑战为动力、变不利为机遇。



集团董事长、联创电器副总经理 / 赖友森

一个企业的经营，从原材料、零配件入库，再到上线组装产品出厂，每一个环节，都离不开好的供应和服务。联创从 93 年成立至今已有 26 年，我们从一家小作坊，发展成为今天的集团公司，积累了很多的成功经验，其中就包括供应链管理方面的实践经验。联创在供应链管理过程中形成了具有联创特色的供应链管理体系，大家和供应商一起，一如既往地恪守诚信、合作共赢、坚守品质，同心协力做好供应保障工作，为联创事业的持续稳定健康发展奠定了坚实的基础。

#### • 诚信是合作之本

站在企业的角度谈与供应商的关系，很多人首先想到的可能是“管理”、“管控”，或者是“博弈”、“淘汰”，很少人会想到“协作”或“尊重”。从竞争的角度出发，一个好的供应商是企业真正的合作伙伴和坚强后盾，善待供应商就是善待自己。企业如何和供应商建立良好的合作关系，并赢得供应商的全力支持和尊敬，前提是建立自上而下的诚信文化和诚信体系，诚信是合作之本。

诚信文化体现在管理细节的方方面面，包括企业领导对管理干部的态度、管理干部对普通员工的态度，跨部门协作时的态度，采购人员对供应商的态度等，可以说，企业内部管理上的整体文化氛围，直接关系到企业对外业务开展中的风格和风气。这种氛围和风气，决定了供应商如何看待这家企业、如何看待合作的业务。企业应该将诚信善待供应商提升到企业经营理念和行为准则中，培养员工互相尊重、互助协作的良好品质。供应管理中遇到问题，不能一味归咎于供应商，仅仅凭借甲方的强势位置单方面要求供应商承担所有损失，而应该在做好自查自纠的前提下，选择



采供双方一起面对和解决困难、一起应对危机，做到以诚信守约为前提，同时根据实际情况互相体谅，这一点比什么都重要。因为供应商既然是我们的客户和合作伙伴，就要享受到客户与合作伙伴的待遇。另外，诚信还体现在合作过程中的商务礼仪和沟通细节。采购业务应从基本礼仪、礼节做起，尊重并善待供应企业的人员，不尊重供应商，首先受到伤害的就是企业自身的外部形象。

企业对内对外如何做到诚信为本，打铁还需自身硬，首先要管理到位，必须信守合约、信守承诺、说道做到。尤其是直接和供应商打交道的部门和人员，必须说话算数、一诺千金。诚信，不仅是信守所有的合约和承诺，同时也包括业务信息公开透明、计划清晰、流程简化、结算正规，这些方面做得越好供应商的满意度才越高，从而减少合作中的抱怨和不满。在现实中很多企业不是对供应商非理性压价，就是采取各种理由拖欠付款，把诚信停留在口头，更不要说尊重。非理性压价及拖欠付款将直接影响供应商的生存，影响其在产品、工艺创新上的持续投入，最终影响企业自身的供应保障能力。联创在供应链管理实践中，最为自豪的一点就是，联创从成立 26 年来，我们始终将诚信视为供应商管理的头等大事，我们从不拖欠供应商的货款，从未因为付款问题和供应商产生过任何纠纷。自从 2010 年财务供应链管理软件上线以来，我们实施了供应商货款线上自动支付模式，按照合同和订单到时给付，大大提高了结算效率，减轻了供应商的压力，也赢得了供应商信赖。总之，在任何时候，诚信都是企业的立足之本，是供需双方长期合作的根本。

#### • 共赢是合作之魂

一个企业的成长，必然经历从小到大、由弱变强的过程。在这个艰辛成长的过程中，可调动和支配的最重要的外部资源首当其冲应属供应链资源。一个初具规模的企业，一定有一群大大小小的供应商伙伴在背后默默地支持。从共享成长的角度来说，供应商本质上应该也是“共赢商”。联创的成长，同样离不开众多供应商合作伙伴的大力支持。在这个过程中，联创企业自身得到了成长，许许多多的供应商也和联创共同成长，成为自身领域的优秀企业。

联创将供应商视为重要合作伙伴，携手合作，共同成长，共享成长机遇和成长果实。对于供应商合作伙伴，我们始终坚持携手共进共赢为主，优胜劣汰为辅。只要理念相同，目标一致，我们愿意为供应商伙伴提供管理、工艺等方面的辅导和协助，提供资源共享的机会，甚至直接提供资金支持，目标就是共赢。企业与供应商的共赢关系，本质上是一种共生关系，

既要做到“亲”，又要做到“清”，既保持良性互动、真诚互利合作，又要坚持原则和底线。为此，联创始终提倡实施“阳光采购”，要求采供双方人员都要签订廉洁协议，坚守廉洁底线，讲诚信、讲原则、讲道德，对违规违纪行为采取“零容忍”的态度，对敢于触碰廉洁高压线的行为从严从快进行打击，目的正是为了建立长期稳定、健康良性的战略合作伙伴关系，合作才能行稳致远、道路才能越走越宽。

经过 26 年的摸索，联创始终把供应商当做朋友，建立了一整套供应商评价激励的体系和机制。从 98 年开始，联创每年开展年度十佳供应商评选，对入围的优秀供应商进行表彰颁奖，不仅是为了鼓励供应商伙伴与联创一起共同成长，也是与合作伙伴一起共享联创自身成长的果实。

#### • 品质是合作之基

联创的经营理念是专业、创新、好品质，联创以创新赢得竞争，以品质赢得信赖。对联创来说，品质比规模更重要，没有品质就没有企业的生命力。任何一个行业，同一个部件可能都分布着许多不同的供应企业，这些企业的管理水平和产品能力都有高有低。我们推行合格供应商管理体系和实施供应商准入制，就是为了选择符合我们品质要求的供应商。采供双方保持优良且一致的品质能力和水准，是我们和广大供应商保持良性合作的基础。

为了实现品质的精细化管理，联创针对几大类部件供应商建立了不同的品质管理标准，导入了供应商准入制和合格供应商评价机制。供应商准入制，注重供应商的产品质量能力、工程技术能力、工艺保障能力、环保生产能力，让所有供应商的入围审核、验厂等工作口有了统一规范的依据和标准。合格供应商评价机制，可以实现对供应商的动态管理，对供应商的交付能力、质量水平和配合服务进行量化评估，定期向供应商公布评价结果，并实行正负激励。无论是供应商准入，还是供应商评价，联创都将品质放在优先考虑的位置。我们需要供应商，拥有和联创一样的品质理念和品质管控水平，双方都愿意在品质提升上加大投入，不断进取，共同打造行业的品质标杆。

在联创看来，供应商是伙伴，是保障，也是重要的资源，联创的发展离不开供应商的支持，不管是产能保障还是利润保障都需要供应商的努力参与。诚信为本，成长共赢，品质优先，是联创供应链管理的关注重点和基本原则。

## 降低经营成本，提高增效管理

——精益生产学习与初步推进工作小结



2016 年 10 月，董事长在集团中高层管理干部会上召开 “爬坡过坎，23 年已经过去；再次出发，推进二次创业” 动员会议，并提出了在二次创业中的五项举措。其中一项关键举措就是“打造学习型团队”。为此，集团以不计成本的“请进来，走出去”安排各层各级，各种形式的培训和训练。

聘请行业优秀的咨询团队，组织各方面的培训学习。从战略层面、新产品开发、运营和全面预算等等方面培训；开启“远航班、启航班”等中高层管理的培训；同时走出去培训，前后到到美的、TCL、兆驰、BOSCH 等行业制造能力领先的企业学习，特别是在 2017 年和 2018 年集团不惜成本安排电器十余中高层管理者到日本和德国走出国门去参观学习精益生产的工业 4.0 制造能力提升的学习。

通过一系列的培训，我们扩大视野、拓宽思维模式

从思想上，行为上、观念上有了重大的突破，；在打破壁垒、高度协同的团队作战能力方面有了质的突破。特别是从日本和德国学习回来，面对世界精益生产、智能制造、工业物联网、互联网、工业制造创新能力方面，我们严重认识到个人和企业乃至整个国家平均制造能力的不足和巨大差距，产生了前所未有的危机感、紧迫感和使命感。

联创立志要做百年企业，我们当前首要工作是炼内功，我们要努力学习日本的工匠精神和德国人的创新能力。要快速导精益生产体系，在 3-5 年时间内健全信息化工作，在产品标准化、模块化提高的基础上逐步导入自动化和半自动化生产，通过齐头并进努力追上国际工业 4.0 和中国制造 2025 的步伐！

联创电器通过走出去和引进来的学习，从 2016 年来，这三年通过精益生产，应用自动化半自动化项目，提升效

| 年 份         | 项 目            | 总投资（万元）   | 年收益（万元）         | 提升生产效率                 | 备 注                                    |
|-------------|----------------|-----------|-----------------|------------------------|----------------------------------------|
| 2017 年      | PCBA 车间自动化设备改造 | 300       | 171.52          | 21 个月回收成本              |                                        |
| 2017-2019 年 | 总装线精益生产        | 100       | 减员费用一年达到 480 万元 | 提升效率 15%               | 2017 年总装线每条拉员工配置由 45 人减为 35 人          |
| 2019 年      | 引进封箱打包一体机      | 25.25     | 60              | 提升效率 20% 以上            |                                        |
| 2018 年      | 激光镭雕打标机        | 54        | 19.56           | 降低成本<br>减少环境污染         | 降低委外成本                                 |
| 2019 年      | 遥控器自动生产线       | 92.8      | 60              | 产量提高 18 倍              | 设计开发中                                  |
| 2017、2019 年 | 现代化材料仓库改造      | 234       | 199             | 产量提高 50%               |                                        |
| 2019 年      | 总装车间降温系统       | 145+19.65 | 改善员工工作环境        | 最高温度时，室内环境温度控制在 30 度以内 | 物业主导，改善员工工作环境<br>19.65 万是 14 栋三楼车间装空调费 |
| 2018 年      | 宿舍装了空调         | 38.6      |                 | 改善员工生活环境               |                                        |

率、降成本，改善环境工作总结如下：

典型案例如下：

### 一、PCB 车间环境改造、制造能力提升工作

1、原传统 PCB 车间，面积 1300 平米，传统静电线，无恒温、品质防护和防尘较差。2017 年改造后场地压缩到 820 平米，缩减 37%。改造为恒温、无尘、防静电的 PCB 车间环境

2、2016 年开始到 2019 年 PCB 车间应用自动 / 半自动化设备项目投入（立式 / 卧式插件机、自动贴片机、LED 自动套胶编带机、IC 自动编带机）替代手工作业提升工作效率，同时改入精益生产持续减员，到 2018 年生产人数在与 2017 年同等产值 1800 万基础上减员 22%。从 103 人降到 80 人，减员 23 人，效率提升 30%。

3、旧产品 PCB 标准化工作，工作推进后能满足元件能自动插件（AI）占比达到 57.8%，减少手工插件人员 5 人。同时在 2018 年遥控 IC 由邦定改为贴片后，一年节省成本约 22.2 万元；

以上 PCB 车间的改造和精益生产、自动化、半自动化导入增效收益达到 160 万，房租节省 11.52 万元，合计为年收益（降费、降成本）171.52 万元。

### 二、现代化的仓库改造

2017 年、2019 年仓库货架改造项目和导入 WMS

信息化管理总投入资金总投入：234 万，在原有区域基础上，增加仓储面积 4800 平米；可实时系统查询数据和寻找到物料存储货位，随时了解库容情况，提示需发料库位位置、货架层数、发料数量，自动寻找物料杜绝人为出错，提升工作效率 50%；原 3 天盘点时间可以缩短至 0.5 天，一年合计收益为 199 万元。

### 三、其他自动化的改造项目，如：

冰壶自动化灌装线改造项目投入资金 15.05 万元，操作工由原 6 人减员到 20 人，产量提供 8 倍；

2019 年我们继续在导入遥控器自动线，通过招投标找到专业自动化生产厂，投入 92.8 万元，在现有 10 条拉用人 15 人基础预计减员到 5 人。预计 2019 年 7 月可投入使用

### 四、精益生产、改员增效工作

随着市场竞争的压力持续增大，企业要活下去，就必须以市场、以客户需求，不断自我创新与改进！降费、降本、增效、优质持续提升制造能力，是生产型企业永恒的课题。

2017-2018 年我们在整个团队努力下，通过工序优化，将产线员工从 45 人减到 35 人或更少。同时持续两年来人均提升产能效率 15% 左右。但到了 2018 年的下半年似乎陷入了改进的迷茫期。在 2019 年四月份，公司聘请了华宇企管顾问公司的蔡富丞老师作为我们精益生产的辅导老师。蔡老师以立足实践，以理论结

合实践，从观念、系统流程上改变我们的思维。通过 AT20A 柔性示范线 DIY 搭建和精益示范线改善，目前与之前的人均效率相比提升 4% 与我们定的 10% 目标还有距离，导致目前柔性线效果不明显的问题如下：

1、 部门间合作意向不佳，协同能力差，横向沟通障碍；

2、 精益生产似乎仅是小部分管理层的事情，员工不认为他与提升效率的工作息息相关，主动改善的动力严重不足，这是达不到预期提率目标的主要原因之一。所以相对于半自动自动化硬件方面的导入，精益生产管理模式，我们推动较为困难。员工是企业的财务，更是企业改革道路上最活跃的细胞，激发每个员工的聪明才智，是精益生产是否成功的一个重要突破点，这是我们当前管理提升的基础。

中国制造业能不能走向新一代智能制造，关键不在于“智能”，而在于“制造”，在于“材料、零部件、工艺、装备”四大领域的工业强基，郭台铭说的对，“新制造的核心仍然是制造”。

在精益生产的道路上，我们将持续坚持“以人为本”，激发全员自我改善的激情。坚信在集团战略引领下，在公司高层大力支持下，以及我们须要改变的决心，精益生产的道路我们一定会持续的坚定的走下去，在不远的将来，可能 3 年、5 年，我们一定收获累累硕果！



联创机电副总经理 / 徐进

此次通过参观 4 月份 CMEF 中国国际医疗器械博览会中各公司展品及相关咨询且了解各公司对医疗市场分析后，我国家用医疗器械未来增长空间广阔制氧机行业增长巨大。制氧机采用分子筛制氧机的吸附性能，通过物理原理，以大排量无油压缩机为动力，把空气中的氮气与氧气进行分离，最终得到高浓度的氧气。制氧机主要用于治疗慢阻肺、肺囊性纤维化、心力衰竭、肺动脉高压、中枢性睡眠呼吸暂停综合征、神经肌肉或胸壁疾病、终末期肺疾病、丛集性头痛、高原反应等疾病、对呼吸系统疾病、心脑血管疾病都有良好的预防和治疗作用。虽然目前整个制氧机行业年销量已经突破 100 万台，但根据中国医学科学院和北京协和医院等机构的研究人员通过研究表明，我国仅慢性阻肺患者就达到 1 亿，占我国成年人群比例的 8.6%，即使按照 10% 的家用制氧机渗透率测算，也需要 1000 万台制氧机，考虑到 3~5 年的设备更换周期和使用场所的扩大化如疗养院、美容院、健身中心、高原哨所、高原宾馆、体育训练中心、氧吧等地，因此，市场预计，未来几年，我国制氧机行业仍将保持 15%~20% 的快速增长。



联创万和电器副总经理 / 王希

针对年初制定的工作计划和改善措施，在联创万和电器公司的全力推进下，在各部门主管的认真落实执行下，在广大员工的共同努力下，取得了显著的成效，具体表现如几方面：



## 寻找市场 抓住机会

根据外贸业务国外家用医疗制氧机市场调查，在日本、美国、欧洲等率先开始有氧健康运动的国家，家用制氧机是这些国家的家庭必备品，深受人们的重视。以美国为例，据美国健康运动及保健协会（SRS）公布的一项数据表明，家庭制氧机的问世挽救了许多美国人的生命，特别是老年人和心脑血管病人的生命。美国一些州甚至开展了“将氧气带回家”的有氧健康运动。而著名国外家用制氧机品牌主要销售的家用制氧机 70% 是采用 1.4kg/75L、2.5kg/90L 压缩机制成。40% 销售集中于以下几个客户 Nidek Medical（美国）、Drive Medical（美国）、Invacare（美国）、Chart Industries(美国)、Inogen(美国)、Precision Medical(美国)、Philips Respironics（荷兰）等其主要销售渠道为全球线上网络销售和线下销售。年销售量约为 500 万台。

目前我司生产的无油压缩机为制氧机主要动力核心部件，但目前我司主要生产的是 1.0kg/17L、1.0kg/28L、1.85 kg/45L 等机型只够满足小型家用医疗制氧机需求，及主要销售市场为国内的电商市场。基于市场需求及公司未来的发展需求我司着手申请医疗生产许可证，6010-1 认证、CNAS 认证、美国 UL 认证、德国 TÜV 认证等认证。加强研发技术人员团队力量，整合公司

各方面资源，以标准化平台为基础延伸多型号以满足不同客户的需求及适应未来自动化生产、增加产品竞争力的研发理念。同时根据国际标准每分钟每升制氧浓度达到 93%、噪音低于目前行业 2db、流量损耗寿命高于国内制造商 5000 小时等高标准要求完善实验室、测试房增加三维测试仪高端等检测设备。并开始研发 1.0 kg/18-21L、1.4kg/25-39L、1.4kg/75L、2.0kg/60L、2.5kg/90L、2.0kg/75L、2.0kg/90L 等大型家用医疗制氧机压缩机。来满足国内、国外客户的需求。

未来 3~5 年我们在大健康的背景下和集团的整体战略布局下，我们秉承“诚信务实，追求卓越”的联创精神做好产品为员工创造机会、为客户创造价值为公司创造利润的整体方针下引导所有员工说到做到，敢担责任，艰苦奋斗，精诚团结。以家用、医用压缩机为突破口发展占稳市场，向工业压缩机及家用医疗产品发展打下坚实的基础，实现公司未来 3-5 年的持续增长的整体目标。

我相信团结一致，众志成城，明天一定会更辉煌！

## 改善无处不在，贵在坚持

### 一、降低用工成本

春节过后，上班的第一和第二周各部门（计划部、财务部、仓库组）轮流值班，抽调人手配合人事部一起在各个地点进行招聘，效果明显，基本达到公司现有的用工要求。另外，对于推荐面试成功的员工，采取奖励措施，此举比沿用劳务派遣工方法利大于弊，半年已节约 5000 元。通过对喷涂部门的岗位结合，全年可节约用工成本 55000 元。

### 二、控制注塑部水电费用

原来生产车间照明灯源 30 盏，现在只开 15 盏，用于日常照明。如此一来，全年可节省电费 13500 元。

### 三、降低辅料包材成本

经测试验证，原黑白光面产品所用的保护膜，现可用 PE 膜代替（透明件除外），预计全年可节省

三万元开支。

### 四、增加销售额

主动找主要客户联创电器和康弘公司，调入一些模具，增加订单，增加销售额。目前已调入 1501、1838 模具，增加产值 112 万元。

### 五、提高品质管理，改善不良措施

今天 3 月 15 日，已完成改善新机型 1838 颜色样板，并交付客户确认后开始生产。另外，针对 20A 立柱前壳反馈的批量不良问题，公司计划部积极与注塑部商研究分析，商讨对策，提供了解决问题的方案，通过生产出风口面板配套使用，满足了客户的要求。

总之，我们将通过加强管理，创造客户需求的品质，在服务与技术上持续创新与变革，最终成为最受关注及尊重的行业领军企业。

## 积极应对外贸新常态

—— 电器实业公司第 125 届广交会参展总结



第 125 届广交会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，践行新时代广交会的历史使命，紧紧围绕今年我国外贸稳中提质目标任务，以党的政治建设为统领，将全面从严治党贯穿到广交会的各环节、全过程，深入推进党建与业务工作深度融合、互促共进。在党中央、国务院的亲切关怀下，在商务部、广东省人民政府的高度重视和坚强领导下，在全国各地商务部门的大力支持下，经过全体与会人员的共同努力，本届广交会总体运行平稳，圆满完成各项任务，在服务稳规模、提质量、转动力方面取得积极成效。

第 125 届广交会境外采购商到会 195,454 人，来自 213 个国家和地区，比 2018 年春交会同期（下同）下降 3.88%。各大洲采购商到会人数分别为：亚洲 110,172 人，占 56.37%；欧洲 33,075 人，占 16.92%；美洲 31,143 人，占 15.93%；非洲 14,492 人，占 7.67%；大洋洲 6,072 人，占 3.11%。

2018 年我国十大贸易伙伴国家和地区到会人数占到会总人数的 64%，同比提高 2.56 个百分点。“一带一路”沿线国家和地区采购商到会 88,009 人，占比 45.03%。到会人数排名前 20 的国家和地区占到会总人数的 61.44%，同比提高 0.44 个百分点。到会人数前 10 位的国家和地区为：中国香港、印度、美国、韩国、泰国、俄罗斯、马来西亚、中国台湾、日本、澳大利亚。

在 2019 年最新公布的世界零售商 250 强企业中有 101 家到会，排名前 10 位的有 5 家，分别为沃尔玛、好市多、施瓦茨、亚马逊、阿尔迪。各国行业领军企业继续派员到会采购。跨国采购企业总部派出采购代表人数保持稳定。到会超过 10 次的老采购商 47,588 人。到会采购商中，电子及家电类 40.14%，日用消费品类 32.63%，家居装饰品类 28.7%，礼品类 28.18%，纺织服装类 26.35%。

本届广交会累计出口成交中，机电商品仍排在首位。机电商品成交 160.3 亿美元，占总成交额的 53.9%；轻工产品成交 76.1 亿美元，占总成交额的 25.6%；纺织服装成交 16.2 亿美元，占总成交额的 5.4%。品牌展区成交良好。共成交 85.6 亿美元，占总成交额的 28.8%。对“一带一路”沿线 64 国出口成交 106.3 亿美元，增长 9.9%，占总成交额的 35.8%。成交订单中，中短单占比居高不下，长单占比依然偏低。3 个月以内的短单占 42.3%，3-6 个月的中单占 33.4%，6 个月以上的长单占 24.3%。

新采购商与会踊跃，共有 82,375 人，占总人数的 42.15%，同比提高 0.64 个百分点，有效帮助企业拓展新客户、开发新市场。部分企业 80% 以上的客户都是通过广

交会结识的，70% 的订单都来自广交会。广大参展企业加速提质创新，在技术研发、产品创新、品牌培育等方面持续发力，高技术、高品质、高附加值和自主品牌产品不断涌现。虽然现在出口渠道日益多元，但广交会仍然是中国企业拓展全球市场最重要的渠道，在帮助企业构建全球营销网络、开拓多元化国际市场方面的作用无可替代，是推动中国外贸发展特别是稳定和扩大出口的“定海神针”。110 家设计机构参展，为参展企业推介设计服务 18040 家次。2019 年广交会出口产品设计奖已收到约 300 家企业超过 500 件产品报名，大批行业龙头企业报名参评。历年获奖产品吸引了广泛关注，获奖产品展示厅日均吸引 2300 人次到访。广交会通过设计展示、设计对接和出口产品设计奖评选，有效引导企业提升产品设计创新能力，助力企业树立品牌形象、培育外贸竞争新优势。

我司在第 125 届广交会上，接待客户量 895 家，相比于去年同期展会接待量上升 10%，其中韩国回势拉高最大。样机需求 187 台，意向订单近 300 万美元。单国家事业部客户到访，如日本、美国市场，行业内客户均有接触，无新增大客户；有少量新增客户，均为跨界开展新业务的一些公司；中国跨境电商的增加（此类客户比较难以推动，要求东西新、价格好、设计特别；不敢做大计划，试流量再看）。日本和美国市场存在定向 OEM 合作大潜力客户。美国市场本次有潜在大客户做爆品计划，已经发样机进行核价评估、供应链资源评估、产能资源评估。夏季产品主力地区：港台客户经历 2017 年、2018 年低潮后，客流量回升；疲态求新，有利于新客户发展。拉美地区客户经历 2015 年起持续下滑到 2017 年触底、2018 年维持触底，客流量回升，有利于抓取新业务量；不稳定性仍然很大。东南亚、印度客户数量呈增长趋势，客户质量也有较大提高，得益于东南亚制造业经济的



提升，中国进口商品满足消费升级，大力发展的机会。欧盟地区客户，稳中有升，尤其以风扇的循环扇需求进一步扩大，得益于品牌客户引入推广循环扇产品，较大程度分离风扇产品市场份额。冬季产品主力地区：港台、韩国受暖冬影响，大部分客户（80% 以上）高比例（50% 以上）库存，只有少数客户在特殊渠道销售良好，整体市场在 2019 年冬季预期触底，2020 年冬季预期（上新品）仍然不明朗。传统欧洲市场，有巨大的电暖器规模，我司产品占比非常小，虽然也存在大面积客户有库存，但是普遍库存份额不高，2019 年冬季有小幅下滑但影响不是很大；活跃的中南欧市场客户流量增多，2020 年有机会发展。

📍 联创电器业务支持部 — 鲁贝贝



## 联创三金公司第 125 届广交会报道



2019 年 4 月 15 至 19 日期间，第 125 届广交会家用电器展在广州琶洲展馆举办。联创三金公司在总经理张育奇先生主导策划下，销售各区域负责人密切配合，销售副总经理王洪涛先生亲自带领由业务、后勤人员组成的 40 人参展团队集体亮相在广交会家电展区 4.2 品牌家电展馆。历时 5 天的产品展示推广，联创三金销售订单喜获丰收！

在本届广交会参展前夕，公司张育奇总经理召集本届广交会参展主要负责人开会，共同分析、探讨在全球经济贸易增长势头持续放缓，保护主义、单边主义加剧，不确定不稳定因素增加的严峻外贸环境下，广交会对我司的重要性。张总指出，广交会为我司产



新良田科技公司总经理 / 温红均

2019 年 4 月 26 日，以“展示、交流、合作、发展”为主题，由中国教育装备行业协会主办，重庆市教育委员会和重庆市商务委员会承办的第 76 届中国教育装备展示会在重庆市国际博览中心盛大开幕。市场一部、市场二部、研发部以及营销策划部在温红均总经理安排下，全公司 7 人团队在会展中心 S1 馆 S1031 展位，展示了我司的新产品、新技术及新方案。

此次展示会，展位数量突破 1 万个，展示面积达 18 万平方米，参展企业 1450 家（来自我国以及美国、加拿大、日本、韩国、德国、丹麦、英国等国家，包括爱普生、松下、索尼、佳能、NEC、A.O. 史密斯、百度、京东等世界 500 强企业），展示 25000 余件各类教育装备产品，到场观众超过 20 万人次，是历届中国教育装备展示会中展位数量最多、参展企业最多、

品出口销售搭建了非常重要的销售平台，在这个平台上，能够快速找到与公司产品匹配的优质客户，建立互惠互利的合作关系。我们要抓住时机，将公司智能厨房家电产品及优质服务，通过广交会这座桥梁，快速销往到世界各地。张总强调，不进则退的理念。你不进步，竞争对手在进步，就会超越你，就会占领、瓜分有限的销售市场！所以，我们只能前进，齐心协力打赢广交会这场没有硝烟的硬仗。会上张总还对广交会展馆设计、新品推广定位、展示样板布局、新产品功特性演示等进行了详细工作部署。

在本届广交会上，业务员们收集到的每一条客户信息，都会在当天发回到公司，张总亲自对每一条涉及产品、订单、服务信息进行细致分析，将商机信息转化成为公司相关部门的行动指令，并落实责任人，跟进完成效果。本届广交会共收客户需求信息 120 件，这些信息对我司产品结构改善，提升产品质量，制定销售策略以及今后新产品开发方向提供了强有力的数据支撑。

初步统计，在本届广交会上，各销售区域业务员每天合计接待观展客人近 1200 人次，结识新兴市场新客户 21 家，68 家长期合作客户均到联创三金展位洽谈继续合作业务。世界知名品牌 BSH、Panasonic、SEB、

BUP、BEKO、ETA 等老客户继续保持长期战略合作，还与 HB 协商合作开发全新商用强力搅拌机项目。本届广交会上，欧洲区现场签订订单上千万人民币，各区域共接到意向订单总额上亿元人民币，本届广交会联创三金取得了丰富成果。

广交会期间，联创三金公司董事长赖伟来先生、联创三金公司总经理张育奇先生亲自先后到联创三金展位指导参展工作。

联创三金公司是一家有着 24 年发展历史，专注于厨房智能家电研发、制造的国家级高新技术企业。联创三金最新开发具有一键操作系统的新一代智能制汤机、智能抽真空破壁机系列智慧型产品，成为了本届广交会的焦点，受到我司新、老客户青睐。机器运用目前最先进的第三代微电脑控制技术，高速运算出食材重量、容积、温度等数据，迅速对食材进行抽真空、预热、搅拌、蒸、煮等智能处理，确保食物新鲜度、营养、口感等最佳。智慧型产品可以通过手机 APP 下单操作，支持用户个性化定制，符合现代人 DIY 需求，是目前最先进的厨房食物处理产品。

广交会刚结束，广交会形成的各项行动计划已经展开，相关部门将按照广交会安排的工作抓紧落实，将一个个订单生产出货，按时按质按量满足客户需求。

我们有信心，联创三金公司在张总带领下，全体管理干部与员工上下一心，团结一致，逆流而上，一定能够战胜一切困难，创造出联创三金的美好明天！

📍 联创三金电器文化专员 — 周乃清



## 始于匠心，勇于创新

—— 新良田科技公司第 76 届中国教育装备展示会

展示产品覆盖面最广、预计到场观众最多的一届，其中教育信息化、人工智能、创客教育成果占比显著提升，揭示出行业当前发展的热点方向。

新良田已连续多年为中国教育装备展提供优质的产品 & 解决方案，在收获各界客商认可并取得愉快合作的同时，也收到了许多宝贵的产品需求和技术建议。

此次展会，新良田采用企业蓝 + 简洁白色彩搭配进行展台设计，结合产品高端、商务、时尚设计理念，凸显科技感、时尚感和商务感。作为新型教育设备 & 多媒体解决方案提供商，新良田携带了微课制作仪、无线 WIFI 高拍仪、壁挂式高拍仪、多维度展示高拍仪、多接口（USB+VGA/HDMI）高拍仪、单 USB 接口高

拍仪、一体机集成专用高拍仪等教学产品，书籍高拍仪、签批屏高拍仪、人脸识别高拍仪、多功能集成高拍仪以及超高像素高拍仪等办公产品，微课解决方案、教育数据采集 & 教学测评、互动视频教学、实物演示 & 视频展示等教学解决方案，同时，整合行业资源，推进班班通、数字化校园建设等多媒体教育信息化解决方案，助力我国现代化教育信息化的进程，为学生的成长和学习提供最大的帮助。

目前，观众对高拍仪的认识已经很普遍，对新产品、新技术、新方案的关注和需求是较高的，受大环境和趋势影响，书籍高拍仪，壁挂产品，书法培训产品依然非常受欢迎。随着人工智能技术的进步，“AI+教育”成为发展趋势。本届展示会中的众多录播教室、

上接 13 版

智慧教室类参展产品，纷纷引入人工智能、语音识别、人脸识别技术，为众多的教育用户提供新的解决方案，用大数据实现教育个性化，用人工智能赋能教育。一些参展商也推出了基于 MR 技术的教育产品。相比传统的 VR 头显式体验形式，MR 能催生更为逼真的感官体验，并且克服了 VR 可能导致的眩晕感及 VR 设备携带不便的弱点。

展会中不难看出，教育信息化产品占了 4 成，《教育信息化 2.0 行动计划》提出的要加大教育信息化投入力度，对于新良田而言，也是一个发展的契机。未来，随着《教育信息化 2.0 行动计划》深度实施，新良田将继续创新的理念，不断优化产品和方案，打造新良田的教育信息化 2.0 的建设、应用和培训的生态圈。

结合我司现状，新良田将从“三新一专”方面着重入手：

“一新”——新产品、新方案

随着市场的不断发展，类似于鸿合等大型企业均在成立自己的高拍仪品牌，加上同行产品较快的更新

迭代，新良田需要顺应市场变化，在产品和方案上再下苦心。

“二新”——场景化教学方式以及人工智能 + 教育

近年来人工智能技术突飞猛进，赢得人工智能将赢得未来成为了业内共识。教育行业是一个非常适合、也非常需要被 AI 改变的领域。传统教育模式下，学生教育质量的高低很大程度上依赖于老师的好坏，而优秀教师的培训周期长、价格相对较高、在国内供需也不平衡。另外，教学规模的扩大势必影响教学质量，学生学习效果易变差。对于像教育这种有明确目标的学习，AI 技术的出现可以说是在根本上减少人的依赖，提高教学效率，帮助老师因材施教，让学生的学习更有效。

“三新”——文字 / 图像识别、视觉识别、人脸识别、行为动作识别等

比如，人脸识别技术可应用在幼儿园、中小学，快速识别本校学生、老师、家长，提高校园安全率，杜绝陌生人进入，杜绝小朋友被冒领现象。各种重大考试中，可利用人脸识别技术确认考生身份，防止假

## 突破现状、再创新高

—— 三明电器公司 2019 年夏季深圳礼品展



联创三明副总经理 / 廖小燕

2019 年礼品业界最重要的采购盛会——深圳礼品、赠品展览会在会展中心拉开序幕。礼品事业部团队在会展中心一号展馆 M01、M012 合计 12 个展位，展示我司的青春、时尚新品。

青春，有态度！是我们三明电器 2019 年的方向。青春、时尚在我们的新产品上得到很好的体现，金黄白相间的色彩搭配、时尚的产品外观设计理念无不透露出我们时尚的态度，青春的节拍。

此次展会，我司共展出了 39 款新产品，共计 6 大展区，每一个展区都有亮眼的亮点产品。第一展区的母婴温奶器、第二展区的的专业护眼灯区域吸引了络绎不绝的专业礼品采购人士的驻足，落地台灯、无线充电台灯、镜子灯都得到了客人的青睐；第三、第四展区主要是厨房小家电展示。面包机、早餐吧、电饭煲作为传统主流产品，得到大部分的联创展位客人的称赞；第五、第六展区的定制机：电煮锅、养生壶产品，4 天展销签单 1 万台，取得

了不错的业绩。挂烫机、净化器、机器人扫地机等特点鲜明的产品，依然是展会的主流，也是高端礼品采购商的目标。

2019 年，受国家经济形势的影响，集采、会议、福利礼品受到一定大环境影响，采购增长乏力，尤其是目前整个市场环境受到传统一线品牌的冲击，导致我司的竞标能力不断被拉低。这主要体现在礼品采购传统行业的金融机构、房地产、企业积分平台、营销品、积分等竞争白热化。美的、九阳、苏泊尔一线品牌、西屋、惠而浦、山水、伊莱克斯、飞利浦等品牌授权商逐渐在竞标中受到青睐。作为二线品牌的联创，受到巨大的压力。这个在我们的平台竞标中体现明显。

另外，本次展会，除一号馆作为核心的电器品牌馆得到参展商和礼品采购商的重视外，9 号馆也逐渐体现出家纺产品的专业化。而食品类、电子类、促销品类在一号馆也有逐步扩大的趋势，这表明，以中粮产品、益海嘉里等为代表的知名国企、外企食品类企业也逐渐加大团购类投入，且占据的份额不容小觑。

结合我司现状，以及与礼品同行的沟通，目前的礼品市场逐渐呈现以下市场特点：

1、礼品销售市场占比主要集中在金融保险类，其需求达到 40%，如果积分平台在前期竞标中不能够中标，全年的礼品需求会有比较大的下降。

2、外企、国企积分、福利、开拓市场的馈赠。这部分不稳定性较高，由于企业的采购与企业的发展相匹配，因此在采购需求时，预算越来越低，甚至取消采购（如辉瑞制药、ABB 等知名跨国企业）

3、市场变化：传统渠道的美的、九阳、苏泊尔在礼品渠道逐渐受到采购方的青睐，跨国品牌授权商份额逐渐夸大，作为国内品牌，很难在渠道采购中站稳脚。

证考试、替考等不良现象。在视觉识别和行为动作识别方面，有些企业已经将高拍仪用于书法教学、钢琴教学以及学校餐具识别中。

“一专”——专注高拍仪领域，创新发展

创新发展是新良田不变的宗旨，新良田将一如既往的专注高拍仪领域，不断推出新型的高拍仪产品和新方案以适应社会发展的需求。

我司会依据公司的发展计划，加大市场投入，计划参加两次全国性教育展，成都、青岛展，其他地方性的教育展根据需求参展，尽可能的通过专业展会，与客户建立更加紧密的关系。

每一次参展，都能让我们看到创新带来的巨变，创新带来突破。2019 年，尤其是在高拍仪教学业务领域，我们将充分发挥新良田的核心技术、产品、品牌优势，推动业务步入正轨，走向稳步发展的阶段。

“乘风好去，长空万里，直下看山河。”2019 年，加满油，把稳舵，鼓足劲，用拼搏和奋斗努力实现公司的销售任务。

这要求我们在产品的个性化、时尚感、色彩搭配上取得突破。

4、2019 年京东慧采、苏宁易购的“B2B”业务受到国家政策的影响，逐渐在中行、农行中得到确立阳光采购渠道，这也打击了部分小客户、追逐利润的单帮，导致这部分我们的主力需求受到限制。

5、专业的资源整合公司逐渐顺应礼品需求的变化建立了礼品卡册市场、单件代发支持。这部分客户在目前的渠道销售中成长迅速。如蓝卡、礼卡通等贸易公司在全国渠道销售中通过展会抓住了各地的礼品客户，从而完成了突破。

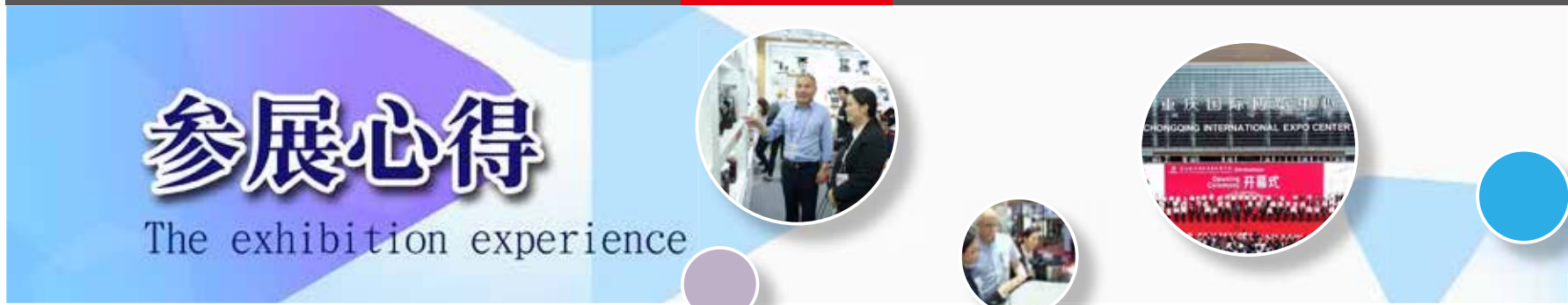
6、小额贷款平台利用其庞大的会员逐渐加大了礼品需求，但是由于其不确定性太强，加上月结模式，导致我们公司的风控无法配合这样的公司，因此，导致我们无法与部分竞争品牌竞争。

7、代理制的销售模式。目前除了联创外，其他很少再坚持这样的销售模式，而是逐渐实行区域分公司操作，甚至针对单一客户投入、公关，以实现销售突破。

8、我司会依据公司的计划加大市场投入。计划参加两次深圳礼品展，成都、上海、北京礼品展，南京、安徽、湖南、辽宁、山东、哈尔滨展，尽可能的通过礼品展会，与我们的礼品客户建立更加紧密的关系。

2019 年，我们依然脚踏实地，不好高骛远。产品开发务实、真实。绝不开发中高端、差异化大、市场需求少的产品；我们依然坚持 2017 年、2018 年的模式，打造爆款新品，在定制上下功夫；新品依然是传统型产品，精品电器，市场喜闻乐见的家庭实用品。

本次展会，最大的感触就是，礼品市场变化太快，无论是产品，也或者是销售模式，创新性一直伴随着礼品渠道。我们要适合礼品渠道的变化，时刻创新销售模式，无论是目前我们重点开发的大客户体系，还是平台客户的创新模式，我们都要坚持学习，为我所用，为 2019 年实现公司的销售任务，奋勇向前。



## 在广交会中成长

大程度上决定于谈论的双方，我更多的只是作为一个工具在传递信息。当我整理好服装，看着镜子中的自己，依旧稚嫩的脸庞，却在西装的衬托下凸显几分英气，到了自己作为主角上战场了。

短短几天，从一开始的惴惴不安，局促和紧张，不敢与客户的眼光接触，一直跟着客户屁股后面跑，到后来逐渐引导客户，努力将客户安排座位上坐着聊。感觉自己还是收获了不少，虽然，对话时依然会紧张，甚至于词不达意，但当真的谈下一个客人，签了一个样机单以后的感觉还是挺开心的。除了自己主谈，更多的是一种学习和揣摩，自己作为一个菜鸟，第一次作为业务员上展会，看着身边许多比自己更优秀的人也在努力着，通过旁听他们接待客户的方式推广产品的，潜移默化中也在影响着我们的思考方式。特别是朱哥和苏姐谈的时候，更多的是一种淡定，一种自信，和一份自然，这些都是基于业务水平过硬和时间经验



联创电器电暖器事业部：郭东亚

为期四天的广交会之旅总算圆满结束，从参展前一周的踌躇满志，到参展前一天的翘首以待，再到参展前一小时的忐忑不定，和展会开始时与客户谈话时的稍显局促到后期的应付自如，此次广交会之旅于我而言，才是破茧成蝶之旅的第一站。

出发前已经被多次告知，作为第一次参加广交会的新人，我要学会抓住一切机会向优秀的业务员学习，同时，也要尽可能地发掘自己的潜能。整个参展下来，我感觉受益匪浅，总结了以下我认为最重要的几点：

首先，了解区域及市场销售情况，把握与客户谈话的节奏，准确得到自己想要的信息及精准推广产品。

而产生出来独特的气场和魅力。

当然，学习过程中最重要的是要知道自己的不足，通过不断地积累，更好的学习和成长，经过量变到质变的过程，实现厚积而薄发。希望下次展会到来之前，自己能够变得更好，努力向着优秀的老一辈业务员看齐，继往开来，与时俱进。下面就分享两张与客户的身影吧，希望下次有更多照片。

联创电器空调扇事业部 — 邱鹏



做于易；天下大事，必做于细。

最后，善于总结和学习，找准定位，尽快建立自己的谈判风格。广交会上没有客户接待的时候，我会尽量去听其他业务员是怎么跟客户谈话的，然后梳理、总结别人谈话中好的地方，分析自己的不足，找准需要努力的点，属于市场不了解的就多去搜集信息，是谈判技巧待提高的就多去锻炼、多总结，尽量让自己快速成长起来。

广交会之旅作为自己进入销售职场的第一场战役，总的来说对自己的表现还算满意，有签 SI 也算是不枉自己来了广交会，对自己也是一种鼓励，希望自己今后能继续保持，时刻学习，充实自己，尽快丰满自己的羽翼。

## 态度决定成败



联创三金销售2组：杨春翠

四月的广州总是阴晴不定，但也不能磨灭我们热情的心。这是我第一次以公司员工身份参加广交会，心情即兴奋又紧张。对我而言，这不是一次简单的出差，而是一次能力的锻炼，更是只是阅历增长之行。

这次展会让我收获很多。就接待外商来讲，是一

次难得的锻炼。从笑对客户，有礼接待，介绍产品，交换名片等都有学问。以下就这次展会，谈谈我的心得。

既然是新手，作为销售型企业的一员，对产品的熟悉是必不可少的。你充当着公司产品与客户的媒介，你介绍产品的得当与否直接影响客户是否愿意购买该公司产品。所以，我利用展会前一个月的时光记公司产品种类及特点，当然，公司也给我们新员工做了产品全方位培训，就当是临时抱佛脚也好，但是还是挺有效的。

作为一家企业，员工形象及其精神面貌直接体现该企业的风貌，员工形象是一家公司的门面，只有维护好了个人的形象，公司的形象才能够有很好的表现。

而工作态度，对于一个销售人员来说，更是一个很重要的问题，因为客户第一眼所接触到的就是销售人员，若销售人员抱着一副无所谓的情绪，而恰恰摆出来的这副相貌又被客户看到，那么，客户就会认为我们不够专业，这样的话，就不能够有



效地抓住客户，潜在客户的流失量就会增加。相反的，如果你对客户热情，接待有礼，让客户感受你的好客，并且在客人询问关于公司及其产品的问题时能给予正确、专业的回答，在和谐融洽的氛围中交谈，那么，相信合作的成交率也会事半功倍。所以态度问题绝对是一个首要的问题。

以上就是我对于125届广交会的总结，总的来说，这次参展所得到的经验都是十分宝贵的，让我对公司产品有了更深的了解，让我知道态度决定一切，让我的职业生涯增添了一份色彩，期望下一次能得到更好的经验。

在此，要感谢公司给了工作机会，感谢部门领导给了我关怀与支持，感谢同事们给了我帮助与鼓励！

## 人生，永无止境的学习课

能承受的压力。在取得成功的过程中，有些品质是必须具备的，我觉得有没有这些品质和精神就决定一个人能否成功，能否走得更远。



毕业将近，我即将离开熟悉的校园，踏进充满好奇和疑惑的另一个人生课堂。2018年12月08日这一天，我真真正进入了这个课堂，开始了在联创三金的工作。

进入公司的时间不长，从2018年12月08日到2019年4月20日，在这三个多月的时间里，经过公司领导和同事们的悉心教导，加上自己的学习、反思和总结后，我感觉自己内心中曾经的一些疑惑得到了解答，使自己的做人做事的价值观得到了进一步确认，在这样的基础之下，自己得到了一定的成长。

在公司三个多月的工作很精彩，很难忘，是我人生画卷上中很重要的一笔。在这里谈谈我想自己最大的收获，谈谈初入社会开始工作所感悟到的道理。

初到公司时，在部门领导跟我的一次谈话中，有一点在我的印象中非常深刻：要取得成就，就要经得起挑战；要想取得成就，更必须要经历一些他人所不

第五，不断提高专业知识。在如今信息知识高速发展的时代，不进则退，只有努力学习，不断更新自己的知识库，才能跟上时代的步伐。时刻关注所在行业的动态和对人才知识结构的需求变化，让自己与时俱进，保持竞争力。

第六，团队精神。工作往往不是一个人的事情，是一个团队在完成一个项目，在工作中如何保持和团队中其他同事的交流和沟通是相当重要的。个人英雄主义注定成不了大事，作为联创的一员，应该时时优先考虑公司的利益，团结协作，先集体再个人，只有这个大家庭变好了，我们每一个个体才会变好。

第七，为人处事。在工作中要与同事之间保持一种平常心，不要存在偏见，高傲，自卑等情绪，多沟通并要设身处地从对方角度，换位思考而不是只为自己着想。

虽然来联创三金公司时间还不长，但是，我深深感觉到我当初的决定是对的，我庆幸自己来到了联创三金，遇到了部门和蔼可亲的好领导，热情友善的同事。当然，我清楚的知道，在现在的岗位上，还有许多的东西等着我去学习，去努力，去尝试，去拼搏。我相信，在联创三金温馨的大家庭里，有领导的关心，有同事的帮助，通过自己的不懈努力，一定能实现自己的理想。真心祝福联创三金公司的明天更加美好！

第四，注重细节的重要性。例如，会前，准备好开会的相关资料，会后离开前是否有意识，整理自己周围的物品，我想这些细节反应了一个人是否用心的做事，是否在仔细的观察，是否在自己思考问题：应该为公司，为他人做些什么？

## 那一抹联创蓝

2019年4月25-28日，深圳夏季礼品展都如期在会展中心举办，来自全国数十万的专业礼品采购商汇聚在1-9号馆，寻找自己的心仪商品；而数万家参展商也通过次专业展会，寻找适合自己的代理商、专业批发商，让自己的产品铺遍全国。

每一年，参展商和采购商都会变换，因此，留下了需要故事，让我们阅读。联创，20年如一日，从未间断，联创的那抹蓝依然留在会展中心一号馆M01-12，不管是新礼品人也或者是老礼品前辈，对联创的那抹蓝都有深刻的认识和眷恋。我们本次展会收取名片1200张，合同意向订单800万元，基本达成预定目标。

今年，联创依然选择在礼品的商海中，寻求改变，寻求突破。“时尚、专业、新选择”的口号，在2017年作为礼品销售部的口号确立至今，依然那么朝气，创新体现在各个方面。

格调的改变。展台搭建，选择的主色调为蓝白相间，辅助于喷绘金色格调，显得清新华贵。帷幕的包围，点缀着青春的寄语，青春，有态度；做自己，坚持梦想。每一年我们的展台搭建风格都凸显一群联创礼品人的无限青春气息。展台错落有致，每一个品类都在各自的区域独具风格；落落大方的展示风格，都展现了26年联创的格调改变，让参展的专业礼品人士眼前一亮。

色彩的改变与坚持。自从2017年，确立了改变的方向，我们一直走该改变的路上。联创陶瓷白+金色，雍容华贵；联创陶瓷白+银色的风格搭配，凸显了2018年色调的主流方向；2019年，主流的联创陶瓷白+米黄的色调确立，让每一款新品都凸显了自由的

## 蜕变 ——到联创三金公司实习有感

时间过的真慢，今天，我还只是个未正式毕业、与一群职场老前辈坐在同一间办公室朝夕相处的乳臭未干的实习生。通常在我看来，觉得时间过的快的人多半是虚度了光阴，大学四年对每个人而言都是一样长的，如果一个人大学过的很轻松，没什么压力，那自然就觉得时间很快。而觉得时间慢的人，肯定是在承受一些压力，或处于一种使自己感到不舒服的逆境之中，就像我现在的状况，从“湖南理工学院”踏入“深圳市联创三金电器有限公司”。我曾一度庆幸自己有种先人一步的觉悟，所以我没让自己被大学安逸的漩涡陷得更深。我计划好了我要做的事情，清楚地明白自己想要什么，并且一步一步地实现它。然而，环境对人的影响是很深的，不知不觉我也患上了强烈的拖延症。就在没来公司前在学校的几个月里，由于大四没有课程安排，离毕业还早，工作也还没着落，基本上每天我都是无所事事的状态，早上甚至可以睡到十二点起。这样的状态长久下去真的可以废了一个人，我什么事都做不成，毕业论文也没写，因为总觉得还有明天。我决定换个环境，让自己承受压力，同



风格。养生壶系列、挂烫机系列、电饭煲系列、烤箱、恒温加热器系列，都展现了今年的主流色调，引领了2019年的礼品新产品的风向标。

产品的更新变化与适应。年轻是纯粹、坚持、梦想、热泪盈眶，每一个联创人似乎都经历了岁月的洗礼，懂得了年轻不只是拥有轻狂，更多的是肩上的责任。我们的产品为何收到了80、90青春人群的喜爱，就在于我们的产品选择在于适应了现今年轻人的性格，产品用了性格，就会深入人心，备受喜爱。有一句英文对我们的产品做出最好的注解：Product is Invincible youth！

联创“蓝”在展馆的灯光照射下，格外耀眼。今年突出的产品煮茶器、美容仪、电煮锅、恒温加热器、破壁机，每一个单品都受到了到联创展位上参观的专业礼品人士的青睐，我们的业务人员，也给与他们很好的讲解和推荐。每一次的介绍，每一次的讲解，都能够为我们的客户带来不同的感受，既感受了我们的青春，有感受到联创的产品魅力。

折扣套餐，与往年相比较，依然得到了我们的礼品客户喜爱，络绎不绝的前来驻足了解，接受业务员的介绍，购买，也为我们在夏季礼品销售中做好的铺垫。

此次展会，我们携带我们最新产品，展示我们的未来；每一个展台，都展示着每一个青春时尚的新品，时尚电饭煲、烤箱、辅食机、绞肉机、榨汁机等，

时也把时间利用起来，所以我来到了联创。

刚来公司的那几天里，感受非常强烈，有意料之中的也有意料之外的。就如想象中一样，联创三金作为一个电器出口企业，有着一股外贸公司该有的一切，有自己的研发团队，有自己的产品装配流水线，一切都很完备，销售部的办公室非常整洁宽敞，大家都在忙着自己的事情，甚至没几个人注意到我这个新来的。但心理落差还是有的，毕竟刚从学校出来，毫无准备地面对这一切。在公司里，没人愿意也没人有这个义务像学校老师一样不厌其烦地教你东西，大家都只顾自己的事情和利益（在这里没有褒贬含义，因为客观上来讲人都是先从自己利益出发的）。你需要有很强的主动性、执行力和学习力，来快速适应并熟悉公司的运作模式，并且在熟悉之后再寻找自我发展的空间，为公司获得利益，这才是公司真正需要的人。其实道理什么的在我没工作之前我都懂，只是我知道要想成为那样的人，让自己变得更有价值是需要付出代价和努力的，时间只是个基本要素。所以，我也经历了一个星期左右的灰暗期，期间我不停地想，自己到底是不是适合干这个？我是不是在这浪费时间？为什么我做的事情这么烦琐？这是我想要的生活吗？类似的这种心境，我相信每个刚踏入职场的人都会有，或是觉得自己被大材小用，或是彷徨不知所措。这时候我就非常希望时间过的很快，想知道我已经在这待了两年会是什么样子，待遇又是怎样。当然只是想想，人总是要脚踏实地的，任何事业的成功都有一个或长或短



每一个新产品都有一个新的故事，每一个新的故事给我们的采购商注释不同的新意。我们时刻改变着，不但改变我们的陈旧思维，也改变着我们的设计风格，既符合新时代的消费理念，也寻找着年轻人的采购眼光；每一分、每一秒，我们都在为我们的市场开拓，倾注心血，以实现我们的参展目的。

作为礼品行业的专业供应商，我们时刻走在市场的前列，引领潮流才是我们不断取得进步的动力，也是我们能够在激烈市场竞争中取得成绩的法宝。对于礼品行业，26年是比较漫长，对于我们每一个团队成员，都是青春洋溢，这一刻，希望我们用激情的青春，与现实做好碰撞，迎接我们幸福的未来。

本次展会，我们依然坚持我们的“时尚、青春、新选择”的理念，依然让青春的火花变成四间，每一分的改变，都让联创这抹“蓝”变得不再那么孤单，我们的青春团队赋予它年轻的意义，带领我们礼品销售团队走向胜利的彼岸。

年轻的三明，年轻的联创礼品人，我们在“青春无畏、青春无敌”的寄语中，努力前行，找到我们这个年轻的团队真正的那抹联创“蓝”。

全新联创，执着、梦想。

联创三明电器 一贾耀军



的过程。

现在我来联创已半个月有余，我也慢慢习惯了公司的上班生活，各种不适也都烟消云散。但我还是有很多不认识的同事，基本上没打过交道，还有很多基础性的工作事宜没有弄明白，对公司产品也不那么熟悉，我会尽我所能，继续努力。其实我是个自尊心很强的人，我不信奉“人在屋檐下，不得不低头”的道理，如果别人值得我学习，我会毫不犹豫地虚心学习，优秀的人有很多方面值得学习；但人是不能满足于现状的，不想当将军的士兵不是好士兵，不想升职的业务员也不是好业务员。当然这是需要自己去提升自己的价值的，这并非野心勃勃或者口出狂言，我只是个就算在工地搬砖每次都想比别人多搬一块的人。

联创三金销售部 一王明声

联创三金销售一组 一何玉田



一对父子，无声无息的在我对面坐了下来。

我环顾这家店，店内的桌子虚无坐席，只剩我对面有空位，他们得和我拼桌。我和他们不相识，无法交谈，我埋头吃着自己的午餐。

我用余光打量这对父子，装作不经意。父亲穿着一件竖纹衬衫，衣服有汗水浸湿的痕迹，小孩是大约七八岁的模样，脸上尽是稚嫩，一双眼睛特别水灵清澈，他坐在凳子上，比桌子高出一个头，能够得着碗筷。

不久后，服务员给他们端上一大碗的排骨饭和一碗汤，他再次询问价钱，“这是十五块的吧。”

“十五块。”

“加多点饭吧，再拿个小碗来。”这位父亲说。

服务员拿来的小碗，是盛汤的碗，服务员体贴的配上一把勺子。这位父亲小心翼翼的用勺子往小碗里舀了满满一碗饭，夹几块排骨肉，再夹点青菜。

## 家乡的味道

已经5年都没有在夏季回到老家了，每年都只是在春节放假时，才有时间回老家与亲人们团聚。

今年，恰逢五一放假4天，加上现在高铁速度快，基本上半天能够到家了。因此，决定利用五一假期回一趟老家。刚好，回家的火车是在晚上出发，经过一晚上的颠簸，第二天上午就到了家了。

我的老家，在一个三面环山的山脚下。房屋前不远处，一条清澈见底的小溪流伸向远方。门前，一条



公路连接着集镇。五一期间回到家里，眼前的一切是那么的熟悉，同时又觉得陌生，高大的春树将房屋包围，绿色的山，绿色的树，绿色的田园，甚至天空都是蓝绿色的！这与冬天回家的感觉截然不同。

白天，虽然夏天阳光有些火辣，但是被漫山遍野的高大树木遮挡后不再灼热。树林里，成群的小鸟在

“赶紧吃，吃完要去坐车。”父亲的语气尽是温柔。

小孩不紧不慢的拿起勺子，舀了一口饭。

他吃得很慢，像是心不在焉，吃了老半天，他的碗里还剩满满的白饭，而青菜和排骨

早已吃完。

父亲假装呵斥：“要吃饭，别光吃菜。”说完，他又朝儿子的碗里夹了几块肉，之后大口大口的往嘴里刨了几口饭。

小时候，我也喜欢吃菜不喜欢吃饭，家里的大人会和我讲：吃菜不吃饭的话，会不聪明，学习会倒数。后来自己长大了，就再也没有听到有哪个家长和小孩子说过这些话了。

小孩说，“我想喝水。”

父亲把那碗汤推到小孩面前，他双手端起这碗汤来喝，喝完之后，“哎”的一声吐气，就好像是憋着一口气在喝水，喝完水之后才有时间将那口气吐出来。

“够不够吃？”父亲问他。

他回答得很小声，“嗯。”

## 一碗排骨饭

这回，他用勺子往嘴里送了一大勺白饭，小小的嘴巴鼓了起来，他嚼了很多下才咽下。他连吃了好几口，就好像在和他父亲比赛谁先吃完。

服务员主动端来一碗汤，这位父亲见孩子的碗中的汤还剩半碗，问他，“还要不要汤？”

他摇摇头，“不用了。”

其实在这家店，加饭免费，加汤免费，这醒目的提示贴在橱窗上。

我吃的慢，因为我吃的是刚煮好的汤粉，很烫，直到他们吃完付款，我才将最后一口汤喝下。

这对父子践行了光盘行动，一大一小的碗中，只残留几粒米饭。

不知两人共吃一碗排骨饭，是否都吃饱了？但这位父亲，绝对不会让儿子饿着的。

父亲的左肩背着一个橙色的环保袋，右手牵着儿子的手，离开了这间店铺，儿子的身高只到父亲的腰处。

有时候，父亲给你的东西也许不是最好的，但这是他竭尽所能给予的。就如同餐桌上的排骨饭，和星级酒店佳肴无法比拟，但这是这位父亲所能给予小孩最好的午餐。

—— 摘抄自网络



家里厨房墙上，挂着一排已经熏得发黑的腊肉，长长短短的，分不清是哪个位置的猪肉了。不过只要将腊肉取下来，在小河里用清水冲洗后，那金黄色的腊肉就呈现在你眼前。老家的腊肉，都是由吃青饲料养大的家猪宰杀肉腌制后，再使用松树木柴火慢慢熏制而成的。食用时，不需要添加其他佐料，只要煮熟就可以了，色泽诱人，味道清香，肥而不腻。在过去，只能在过年的时候才能吃得到，所以，那个年代的小孩都盼望过年！

在喧嚣的城市待久后，突然在一个寂静的山湾里生活，没有城市尾气熏染，没有工厂机器轰鸣，没有行人接踵，细嗅山湾里水土气息，品味山野里自然长出的菜肴，聆听树林里小鸟们的歌唱，或许这就是心里家乡的味道！

联创三金 — 刘莲

## 初入联创

初次见面，我通过网上的投递简历，得到了联创三明电器的邀约面试，内心惊喜而又紧张，每一次的机会都是难得的。经过两轮的面谈，我进入了这个公司，我不知道这个职位的竞争有多大，只知道把自己掌握的技能表述出来，不敢掺有半句不实。最终，我通过了面试。

从17年毕业至今，两年的时间都是从事于平面设计类的工作，但是电商对于我来说是一知半解。很庆幸在我勇敢尝试的时候，联创给了我机会，而我也选择了联创，正如联创也选择了我一样，对于双方来说，都是一个极大的挑战。但好在，刚进入公司就让我感受到了满满的温暖，以至于让自己有勇气走下去。

我刚进入联创这个大家庭时，有幸和大家伙一起参加了聚会，也一起参加了植树，使自己能开始融入到这个大家庭里。说到种树，那是我第一次参加这样的活动。那一天，早早的起来去等车，一个小时的车程，沿途看着窗外的风景，每处都不同，车一直往前开，人也一直往前走，直达目的地。记得以前有老师说过：每一次的活动，都会有它存在的意义，也许每个人不尽相同。正如我，植树是一项公益活动，于我来说，种下的是树苗，埋下的却是勇气的种子；不管这过程艰难或者简单，我也要坚持下来，这是我种下的坚持。这也是我来到联创学的第一堂课吧。

从我开始进入公司，到投入紧张的工作当中，每一个人都在为4月份的展会忙碌着，而我还在紧张的吸收知识。对于我来说，加班是在所难免的，我没有理由也不会去排斥，因为自己的能力还不够，只能通过加班的时间去巩固、学习，那是争分夺秒，为的是自己更好更快的适应工作岗位。

深圳——这里聚集了很多的年轻人，这里也有很棒的发展平台，到处充满着机遇，留给每一个有准备的人去捕捉。很多人来到这座城市会这样觉得，深圳是一个大城市，是年轻人该去闯荡的地方，是年轻人该去征服的地方，是年轻人怀揣梦想的地方。对我而言，每天脚踏实地，能做好属于自己的本职工作，那就是合格；而我能做好的同时，还能出色的完成，那我是在一步步的前行。

来到联创的我，也经历过一无所知，也抱怨过自己心烦意乱一窍不通，也害怕过自己不能做好事情。经过一个多月的学习，从一无所知到熟悉了解，从心烦意乱到下定决心，从害怕到勇敢坚持，我能感觉到自己能力的提升。就像从一开始做PPT毫无头绪，对新品不了解，摸不清方向，到现在能做，哪怕不一定做的很好，但是心态很重要，我相信自己会一步步去做好，与联创共同进步，共同成长。同时也很感谢联创给了我机会，给予我广阔的平台空间，学习成长，路无止境，脚踏实地，希望自己能多为此大家庭出一份力、多尽一份心。最后，衷心的祝愿联创，相信联创会越来越好！

三明平面设计师 — 冯丽娜



Lianchuang Sohui 联创科普

## 浅谈 GB/T 9473-2017《读写作业台灯性能要求》



联创三明电器：罗伟

目前LED光源在照明产品中大量应用，读写作业台灯也不例外。本标准提出的是通用性能指标，适用于使用钨丝灯、荧光灯或LED光源的读写作业台灯。

读写作业台灯任务是阅读、书写或电脑操作，处于智力和身体生长期的青少年是台灯的主要使用人群。读写台灯的任务就是在保证安全的基础上，不仅使用方便，而且舒适，能使作业面上有满足照度要求的光

通量和相应的分布，对使用者不会产生眩光，不会发出能察觉的噪音。

### 1. 何谓读写作业台灯

通常，台灯是指放置在写字台或类似桌面上、使用过程中可以方便移动的灯具，台灯种类较多，如装饰台灯、床头柜台灯，等等，读写台灯是指其中为阅读、书写或类似活动提供照明的台灯。

### 2. 标准适用于LED光源的读写台灯

目前LED光源在照明产品中的大量应用，读写作业台灯也不例外。本标准提出的是通用性能指标，适用于使用钨丝灯、荧光灯或LED光源的读写作业台灯。

### 3. 标准适用于声称“护眼”的台灯

学习阶段的青少年每天要进行较长时间的学习，学生家长在挑选台灯时特别青睐标有“护眼”、“舒适”、“学习用”、“工作用”等标志性宣传的台灯产品。为保证这类产品的视觉舒适性，标准已在范围中明确：本标准适用于在家庭、教室和类似场所作为读写照明用的台灯和宣称“护眼”的台灯。因此有“护眼”和

▶▶▶ 上接 17 版

$$F=\sum_{f=20\text{k}^{\circ}\text{Hz}}^{10\text{MHz}}\frac{J_{\text{cap}}\left(f_{\text{n}}\right)}{J_{\text{fpp}}\left(f_{\text{p}}\right)}$$

类似声称的台灯在 GB/T 9473-2017 标准规范的范围内，应满足标准规定的性能要求。

#### 4. 足够和均匀的照度是读写作业台灯的重要性能指标

足够和均匀的照度。足够的照度能保证眼睛对目标有良好的识别度，均匀的照度可避免眼睛目标上移动时频繁的调节，因此照度和照度均匀度指标是视觉舒适性的重要指标，标准规定，在进行读写作业的中央区域和边缘区域，灯具的照度和照度均匀度至少要达到 A 级，更好的是达到 AA 级。A 级的照度要求是，中央区域照度至少达到 300lx，边缘达到 150lx，AA 级的照度要求是，中央区域照度至少达到 500lx，边缘达到 250lx。A 级和 AA 级照度均匀度（最大值与最小值的比值）的要求均为不超过 3。

灯具应有遮光性，避免眩光。读写过程中人们并不是保持一个姿势不变的，如抬头，此时目光会离开桌面上的纸面而触及灯具的外表面，如灯罩、外露的光源或反射面等。读写台灯的灯罩有透光和不透光两类，一般来说适当透光的灯罩是比较好的，但如果透光点太亮，而且亮度大大高于纸面的亮度时，对人眼来说就是不舒适的眩光，当然灯具外露的反射面或光源更亮。标准规定读写台灯要有遮光性，当人处于坐姿的位置时，人眼观察到的所有发光部件的表面亮度不应高于 2000 cd/m2。

色温不宜超过 4000K。相关研究表明，蓝光可能抑制人体褪黑素素的分泌而影响睡眠，所以应避免在晚上长时间使用高色温的 LED 灯具。标准规定如果使用的 LED 光源色温高于 4000K，灯具使用说明书上应有避免夜晚使用的说明；如果 LED 灯具具有色温调节功能，灯具的使用说明书上应提示夜晚使用时将色温调节到 4000K 以下。

#### 5. 防止视网膜蓝光危害

研究表明，青少年眼睛的晶状体对蓝光有较高的透过率，与成人或老年人相比，同样的蓝光会更多地穿过晶状体到达青少年的视网膜，也就是说同样情况下，青少年眼睛的视网膜受蓝光伤害的风险更大。因此对青少年使用的灯具应提出更高的蓝光防护的要求。按危害风险从低到高排序视网膜蓝光危害组别为 RG0、RG1、RG2 和 RG3，目前安全标准规定，LED 灯具产品的蓝光危害组别不能超过 RG1 或 RG2。为了更好的保护青少年稚嫩的眼睛，GB/T 9473-2017 规定，读写作业台灯的视网膜蓝光危害组别不能超过 RG0。

#### 6. 控制灯具对人体的电磁辐射

灯具对人体影响和评价的关键要素包括 3 个方面：被评价产品的工作频率、人体可以接受电磁辐射的限值、照明设备对人体影响的测量和评价方法。

本标准应用的 GB/T 31275-2014《照明设备对人体电磁辐射的评价》适用于人体暴露于照明设备电磁辐射的评估。由于照明电器中使用电子控制装置高频工作产品的设计频率为大于等于 20 kHz，灯具对人体的电磁辐射需要进行限制。

评估内容包括 20 kHz ～ 10 MHz 的感应电流密度和 100 kHz ～ 300 MHz 的比吸收率（SAR）。

-100 kHz ～ 300 MHz 的比吸收率（SAR）的要求：应符合 GB/T17743-2007 规定的电源端子的骚扰电压、辐射电磁骚扰的要求；

-20 kHz ～ 10 MHz 感应电流密度的要求：测得的 20kHz ～ 10 MHz 频率范围内电场产生的感应电流密度与规定的人体电流密度限值作加权计算，得到，标准规定 F 的限值为 0.85。

#### 7. 要注意灯具的标记和使用说明书

除了灯具的一些主要电参数以外，灯具标记和使用说明书通常含有保证灯具安全性和性能的重要信息，购买和使用灯具时应仔细阅读。

光源可替换性的信息。随意更换灯具可能造成危



险，应注意灯具上或使用说明书上光源是否可替换和如何替换的信息。不可替换光源灯具意味着光源损坏灯具即不可继续使用；非用户替换则意味着一般用户替换可能有触电危险，需要专业人员操作；光源可替换则应使用灯具上和说明书上规定光源进行光源更换。

适合读写作业的档位或范围。调光和（或）调色灯具上应标明满足照度、照度均匀度和遮光性要求的档位或范围。

照度等级。灯具制造商应在产品标记或说明书上声明或提示产品的主要性能，如照度等级 A 级或 AA 级应标在灯具的标记上。

色温和显色指数。灯具所用的光源色温和一般显色指数应在使用说明书中有相关提示或使用说明。

工作位置。读写台灯的工作位置通常是可以调节的，并非所有的位置都能达到读写作业规定的性能指标，如将灯具调节到非推荐的工作位置是，照度、照度均匀度和遮光性往往会不达标。制造商应在说明书中说明灯具的正常工作位置，使用者应在规定位置上使用台灯提供的读写照明。

#### 8. 闪烁的试验和评估方法尚待确定

在交流下工作的所有光源都会产生闪烁。闪烁的程度取决于交流电流的频率、光源产生的光的持续性和观察条件。目前国际上对灯具的闪烁特性有多个评价方法，国内还缺少相关研究和各个方法的比对数据，因此目前在标准中提出了闪烁的要求，还未给出相关的试验和评价方法。

对劲儿呀！”后来，他觉得自己在溪里直往下沉，就大叫道：“救命呀！主人，救命呀！”

商人弯腰把这头喘着气、喷着白沫的驴从水里拉上岸。“我们回家吧，怎么样？”商人说着牵了湿漉漉的驴子向山腰走去。

驴子迈着沉重的步子向村里走去时难过地想：“这回动身，驮的东西重了一倍。”

点评：商人用海绵来巧妙地惩治了偷懒的驴子，说明了不同的问题要用不同的办法来解决。在企业人力资源管理中，面对员工的“出勤不出力”，变法子偷懒的行为，虽然可以制定许许多多的管理制度来避免或制止这些不良行为，但是再完善的管理制度也不可能是“疏而不漏”、无懈可击的，总会有这样或那样的一些小漏洞，被一些别有用心的员工钻进去“乘大凉”，一旦发现新情况，管理者一定要及时出台“补丁程序”——为相关的管理制度制订补充规定，这样就能使管理制度起到奖勤罚懒、奖优罚劣的功效。

—— 摘抄自网络



端午节是中国民间十分盛行的民俗大节，过端午节，是中华民族自古以来的传统习惯，由于地域广大，加上许多故事传说，于是不仅产生了众多相异的节名，而且各地也有着不尽相同的习俗。仲夏端午是龙升天的节日，以扒龙舟形式祭龙是端午节的重要礼俗主题，此俗至今在我国南方沿海一带仍盛行。



6 月 7 日是一年一度的传统“端午节”，端午节为每年农历五月初五，五月是仲夏，它的第一个午日正是登高顺阳好天气之日，故五月初五亦称为“端阳节”。端午节是流行于中国以及汉字文化圈诸国的传统文化节日。

端午节吃粽子，这是中国人的一传统习俗，为了在联创工作而不能回家的员工能有家的归属感，让员工切实感受到联创大家庭的温暖。早在 5

## 成功是逼出来的

每个月为《新东方英语》杂志写一篇篇首语，原则上应该不难，因为一个月只要一篇，怎么也不算繁重的任务。但每次编辑部向我索稿时，我都惊慌失措，因为我无比繁忙（主要是因为自己无事生非），从来都没能把稿件预先准备好。别看一篇小小的卷首语，如果不能静下心来思考几个小时，是写不出来的。而且，即使静下心来，也还得有灵感才能写出来。像我这样每天被世俗事务所纠缠的人，灵感日趋枯竭，有的时候坐上两个小时，脑袋里依然是一片空白。

所以，每次写卷首语之前，我都会在书桌边暗暗“仇恨”编辑部的人，恨他们总是在最后几天这样“逼”我交稿，让我本来可以轻松几天变得心情沉重、食不甘味。然而，就是在这样一次次被“逼”之下，一篇篇卷首语被“逼”了出来，几年后居然结集出版了几本书。尽管出书多少有些自娱自乐的意味，也没指望多少人读，还常常免费送给学生，但每次见到装帧漂亮的书摆在自己眼前，我还是免不了产生一点成就感。就像俗语所说的那样，再丑的孩子父母都会爱，面对自己的作品，心里也总会感到欣喜。

我想起自己读书的年代。由于天资并不聪颖，我



联创科技集团为了丰富园区企业员工的业余生活，满足员工文化需求，让员工感受到端午节的节日氛围，6 月 5 日晚上，由联创科技集团协办的大型端午节惠民文艺演出在联创科技园隆重开演。

月份开始行政部就已经开始统计各科技园内的各公司人员数，提前申购粽子及其他物资。每年公司都会在放假的前一天安排食堂加餐，发放粽子等物质，这个也是联创的一个传统。

为方便职工领取端午节福利，公司行政后勤工作人员凌晨 5 点就把粽子全部煮熟后进行物资的分包。浓浓粽香，绵绵情长。6 月 7 日中午一袋袋饱含着集团及公司关爱和祝福的粽子传递到每一名干部职工的手中。领到福利的职工喜悦之情溢于言表，他们纷纷表示，粽子虽小，情谊很深，端午节的福利发放，是集团和公司对大家今年辛勤付出的肯定，不仅让大家提前感受到了佳节的气氛，也将公司浓浓的关怀融入到了缕缕粽香之中。

—— 联创电器通讯员 — 李颖

龙岗区文化广电旅游体育局张有菊副局长、文化事业促进科张英信科长、海湾街道文体服务中心黄国胜主任、海湾街道办事处廖雁展副调研员及联创科技集团党委王海副书记出席本次活动，与近 400 名企业员工共同观看了演出。

本次文艺演出节目丰富多彩，形式多样，舞蹈、京剧、小品、快板、杂技、楚辞朗诵等十二个节目精彩纷呈。不仅让联创科技园内企业员工齐聚一堂，共庆端午，也体现了文化局和联创科技园对园区企业员工的关爱，接下来，联创科技园也会经常组织文化让企业员工都参与进来，一起促进园区企业和员工的和谐发展。



就满世界去求人；我高考失败，她就鼓励我再考。最终，我被母亲“逼”着连考三年，最后考上了北大。所以，如果没有严厉的母亲，可能就没有今天的我。

祖国正在日益变得强大，这强大也是被“逼”出来的。想一想清朝前期，清帝国自以为是世界上最强大的国家，过着世界上最幸福的生活，眼中除了中国没有世界。结果，鸦片战争惨败，国人这才发现自己成了挨打的对象。人家把圆明园烧了，东西抢了，被抢走东西到今天都没有还回来。一百多年，在羞辱和悲愤中，国人开始发奋图强。到今天，我们终于看到了曙光，赢得了一点民族的尊严和别国的尊敬。也许，我们应该“感谢”那些曾经欺负过我们的国家和强盗，是他们让我们清醒地意识到了“落后就要挨打”的真理。

生活从来都不是一帆风顺的，成功从来都不是唾手可得的。如果我们觉得在被“逼”着做某些事情时，不必为此感到无奈或懊恼，因为这些事情从长远来看也许不是坏事，比如被老师“逼”着背课文，被同学“逼”着参加活动，被老板“逼”着不断工作，被竞争“逼”着天天学习……也许，适当的逼迫能够把我们的惰性“逼”走，把我们的平庸“逼”走，把我们的勇气“逼”出来，把我们的前途“逼”出来，也把我们的成就感和幸福感“逼”出来。

—— 新东方董事长兼总裁：俞敏洪

## 健康中国 职业健康同行

今年4月25日至5月1日是我国第17个《职业病防治法》宣传周。为深入宣传贯彻《职业病防治法》，进一步落实企业主体责任，提高劳动者自我防护的意识和能力，切实保障广大劳动者职业健康权益，龙岗区卫生健康局、龙岗区卫生监督所、龙岗区南湾卫生监督分所组织开展“健康中国，职业健康同行”为主题的《职业病防治法》宣传周活动仪式，2019年4月30日上午在联创科技园党群活动中心广场举行仪式，南湾卫生监督所邓所长、李所长、联创科技园党委副书记王海等领导参加活动。

活动现场，南湾卫生监督所的工作人员就劳动者职业病防治法律法规及职业病预防等知识，进行了专业细致的讲解，并向现场广大工友群众发放了印有职业病防治科普知识的宣传资料和物品。

通过宣传周活动，提高了广大群众和企业职工对《职业病防治法》知识的知晓度，对依法享有的职业卫生保护权利、职业病患者的工伤保险待遇和常见职业病防治等科普知识有了较为详细的了解，增强了职业病防护意识，提高了防护能力，使“健康中国，职业健康同行”的理念进一步深入人心。



## 齐聚生日会、联创大家庭——联创科技集团六月份员工生日会

6月10日晚上，由联创科技集团工会组织的员工集体生日会在联创食堂一楼贵宾厅举办，所有六月份生日的联创员工齐聚一堂，共庆生日。

现场气氛热闹非常，在经过工作人员两轮抽奖、发群红包后，这群寿星们联合工作人员将氛围掀到了顶点。



生日，是我们每个人的一个重要节日。小时候的生日，我们身边有父母的陪伴；求学时，生日有同窗的庆祝。当我们走入社会，为生活四处奔波时，经常会默默地度过生日，甚至在忙碌中忘记。今天你在联创的生日，我们团队伙伴们陪你一起度过……

欢声笑语回荡在公司生日PARTY会场里，整个过程中笑声不断、热情洋溢。生日会的举办，体现了公司“以人为本”的良好企业文化氛围，丰富了员工的业余生活，也促进了员工与领导之间的情感。

丰盛的晚宴，诚挚的问候，醉心的祝福，幸运的抽奖，让大家徜徉在联创的大家庭里，享受着“家”一般的温馨、快乐与幸福。

团队的友谊、关爱及公司对大家的关心与祝福一直在继续，希望大家把这种友情与互助的精神带到工作中，团结合作，积极上进，为联创的发展尽一份绵薄之力，共同构建联创人更美好的未来！



## 联创科技集团组织开展义务植树活动

为倡导人人参与植树、共建绿色家园的新风尚，3月24日，联创科技集团党委组织志愿者们队伍前往坪山开展了义务植树活动，为龙岗绿化贡献自己的力量。

活动现场，联创党员们热火朝天，他们三五成群的扶植树苗，挥锹培土，大家配合的很默契，整个劳动场面繁忙而有序，所谓众人拾柴火焰高，原本还比较秃的坪山上多了一片绿色。

此次活动不仅让人意识到了绿化环境的重要性，也能带动身边更多的人参与进来，加快龙岗生态文明建设，促进龙岗和谐发展。

## 联创好人好事榜



保安：高士强



保安：陈世强

### 联创科技园安全卫士用实际行动告诉您“遇到晕倒老人该不该扶”？

尊敬联顺物业领导您好：

我是联创万和电器的职工，一家人都住联创二期18栋。

2019年3月8日上午，在广州的我和先生接到母亲慌张的打来电话，说在买菜回来的路，父亲突发疾病，躺在了联创科技园公交车站附近的地上，情况紧急，我们又离得那么远，老人年纪大了，不知如何是好。

这时联创科技园1期1号岗上班的两位保安同志陈世强和高士强看到情况后，马上跑过来用胳膊扶住父亲的头，一边喂水一边安抚父亲，安慰母亲不要惊慌，快回家拿药，这里交给他们。

母亲这时才反应过来，赶紧回家拿药及相关证件赶过来，

这时救护车及医护人员也到了，保安同志和医护人员一起把父亲送上了救护车。

去医院才知道父亲是突发的心肌梗死，如果发病后，不及时动手术，直接危及生命，感谢联顺物业的两位保安同志陈世强和高士强，忠于职守，救人无私，给父亲争取了宝贵的抢救时间。

以一封简短的感谢信来表达家人内心深处的感激之情，你们的付出给我们带来了心中的安全感，在这样的园区工作生活感觉很安心很幸福。

本人特此感谢！

联创万和电器 一张泽雷

### 社评

当有人还在思量“老人跌倒扶不扶，老人晕倒救不救”的问题时，联创科技园的安全卫生高士强、陈世强用实际行动给出了一份温暖的答案！

2019年3月8日17:00时左右，在联创科技园一号岗值班的保安员高士强、陈世强听到老人晕倒在联

创公交站台的消息立即赶往现场。时间就是生命，紧急关头没去想“该不该扶？该不该救”？陈世强搀扶起老人，高士强立即拨打120求救，几分钟后救护车到达现场，二人再次协助救护人员把老人抬上救护车。

后来了解到，晕倒老人为联创万和电器员工家属，

由于抢救及时，老人已经转危为安了。

有一句歌词写道：只要人人都献出一点爱，世界将变成美好的人间……让我们为陈世强、高士强见义勇为为行为点赞，向他们学习，用爱心传递社会正能量！

联顺物业 一张玉丽

## 身体力行，从小事做起



食堂餐饮组：胡福清



食堂餐饮组：丰珍连

5月6日餐饮组胡福清在食堂三楼打扫卫生时捡到一串钥匙，钥匙串上挂有一个U盘。即通过部门领导进行失物招领，经询问后钥匙归还集团IT部李克勋副部长。

5月9日餐饮组丰珍连在食堂三楼打扫卫生时捡到一部手机，立即上报部门领导，经询问后销售部邓健飞主管10日上午到食堂领取。

餐饮组胡福清、丰珍连这种拾金不昧的精神，充分体现了我们联创公司良好的精神风貌和道德情操，望广大员工以胡福清、丰珍珍为榜样，将联创人的美德传承、发扬，争做一名有良好操守的、优秀的职员！



生产部物料员：梁东林

5月20日下午16点生产部M拉物料员梁东林在生产车间捡到现金若干，立即上交领导，生产部通过工作群通知各拉长寻找失者，至今无人认领，于21日上午交至行政部进行失物招领。请失主及时联系，到行政部认领。

生产部梁东林这种拾金不昧的精神，充分体现了我们联创公司良好的精神风貌和道德情操，望广大员工以梁东林为榜样，将联创人的美德传承、发扬，争做一名有良好操守的、优秀的职员！



**主 办**  
联创科技集团

**编 辑**  
联创科技集团董事办

**执行主编** 曾玉楼  
Executive Editor

**美 编** 廖奕鹏  
Artistic Designer

### 本期通讯员 Correspondent



集团文化专员  
曾玉楼



联创三金电器  
周乃清



联创电器行政部  
李颖



联顺物业总经理助理  
张玉丽



联创机电国外销售  
王燕妮



联创万和电器  
章佳

### 《联创风采》诚邀您撰稿

我们渴望听到所有人的声音，上至领导高管，下至前线精英。或许您擅长运筹帷幄，或许您专职调兵遣将，又或许您一身文能武艺，不管在哪个岗位，任哪种职能，不管是您的思想、疑惑、感悟、观念、还是生活、成就、兴趣、作品，我们全都想知道。

所有作品一经刊登将按照《联创风采》稿费标准奉寄稿酬。投稿时请注明作者真实姓名、稿费收取地址及邮编、联系电话。感谢您的支持与参与。

曾玉楼 ☎ 0755-8415 0770 138 02202129 ✉ 911730894@qq.com



## 联创科技园举行 第二届“工会杯” 篮球友谊赛

为了进一步加强企业联系，丰富联创科技园区内企业员工的业余文体活动，6月5日下午由联创科技集团、联创科技园党委、联创科技园工联会主办的联创科技园第一届“工会杯”篮球友谊赛拉开了序幕，联创科技集团执行董事、联创科技园党委书记赖伴周；党委副书记、工联会主席王海；联创科技园工联会副主席朱丹出席了本次活动，现场比赛欢呼声不断，各大公司代表队汗水挥洒球场。

此次活动共有六支球队参加，采用循环积分制。开幕式后，第一场比赛正式打响，由联创二队对卓德榜。比赛一开始联创二队先声夺人拿下两分，随后卓德邦代表队迅速追赶，两队比分交替上升，最终联创二队 39 比 38 险胜卓德邦一分。在另外两队代表队中联顺物业 52 比 51 险胜富毕德。四只代表队实力不分伯仲，打出高水平赛事，赛出联创好风采。

今年是联创科技园举行的第一届“工会杯”篮球友谊赛，让科技园内企业与企业联系交往更加紧密。接下来科技园还将会不定期举办不同类型的赛事让员工能够在工作之余不断充实自我。

📍 联创电器通讯员 — 李颖

**Lian 联创科技集团**



集团公众号



集团官网

地 址：深圳市龙岗区南湾街道布澜路联创科技园一期办公楼

集 团 官 网：www.szlianchuang.com

投 资 发 展 部：周航 (136 0302 0922) 王海 (137 1399 9015)

电 话：(0755) 8403 1408

全国服务电话：400 700 1666