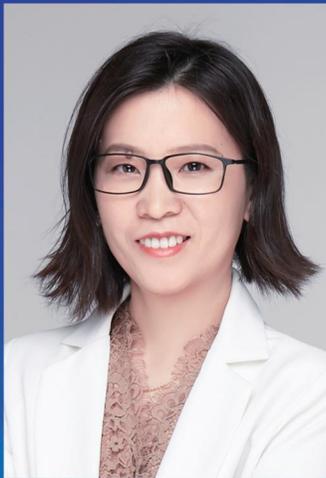




拼搏者

FIGHTER

★ 强力巨彩企业文化内部资料 ★ 2021年01月 ★ 总第08期 ★



温暖2020 微笑2021



封面人物 COVER

拼搏者 Fighter

拼搏，一直是强力巨彩的底色，拼搏者则是强力巨彩乘风破浪的中坚力量。回顾2020，强力巨彩历经风雨，仍然坚持在LED显示屏行业的蓝海中逐浪前行，无论是省级品牌运营商、品牌服务商，还是驻外业务团队、总部各职能中心、生产一线的操作员，都在自己的岗位上熠熠发光，为普及LED大显示而拼搏！



强力巨彩公众微信平台

QL4001001222

版权声明：本资料为厦门强力巨彩光电科技有限公司内部资料，仅供内部学习使用，免费交流，不做商业用途。图文版权归厦门强力巨彩光电科技有限公司所有，未经允许，任何人不得以任何目的、任何形式或手段复制、翻印及传播，违者必究。如因个人违反上述声明，所导致的各种后果，均由本人自行承担。本资料保留一切法律追究权利。部分配图源自网络，如有疑问，请与我们联系，妥善处理。

保密声明：本资料内容可能涉及厦门强力巨彩光电科技有限公司的商业秘密信息，请员工不要擅自使用或对外泄露，否则公司将保留追究其法律责任的权利。



出版 PUBLISH

厦门强力巨彩光电科技有限公司

总顾问 GENERAL COUNSEL

朱志强 Zhu Zhiqiang | 周国华 Zhou Guohua

总策划 CHIEF PLANNER

徐慧能 Xu Huineng

总编 GENERAL EDITOR

布羽行 Bu Yuxing

编委 EDITORIAL BOARD

黄文杰 Huang Wenjie | 郭雪静 Guo Xuejing
王兆江 Wang Zhaojiang | 邓子前 Deng Ziqian
田丰 Tian Feng | 阳亭 Yang Ting
洪荣辉 Hong Ronghui

执行编辑 EXECUTIVE EDITOR

林婷婷 Lin Tingting | 王冬梅 Wang Dongmei
陈嘉馨 Chen Jiaxin | 陈燕玲 Chen Yanling

美术编辑 ART EDITOR

曾欢 Zeng Huan

法律顾问 LEGAL ADVISER

张真真 Zhang Zhenzhen

厦门强力巨彩光电科技有限公司

地址 ADDRESS

福建省厦门市火炬高新区（翔安）产业区
翔安西路E6幢8065号

No. 8065, Building E5—E8, West
Xiang'an Road, Xiang'an Torch
High-tech Industrial Zone, Xiamen,
Fujian P.R.C.

邮编 ZIP CODE

361100

电话 TELEPHONE

0592-7885888

传真 FAX

0592-7885656

网址 WEBSITE

http://www.qllcd.com

投稿邮箱 SUBMISSION BOX

2880038643@qq.com

服务电话 SERVICE LINE

400-100-1222

信心 · 信念 · 信仰

信心、信念、信仰，在任何时候都至关重要。无论是个人、团队、企业，乃至民族和国家，只要有信心、信念、信仰，就会愈挫愈奋、愈战愈勇！

信心，源自成就与相信。

2020年我们风雨同舟，面对疫情难关，强力巨彩仍然初心未改，信心不变，选择在疫情寒冬中执起“信心之炬”——坚持不减薪、不裁员、不减产！在业内率先组织复工复产，用关怀传递温暖，用行动传递信任。这样的魄力源于强力巨彩对LED显示屏行业的信心，也来自于强力巨彩对自身实力的自信！

信念，源自理想与目标。

“创世界级伟大公司”就是强力巨彩的明确目标，并一直为之不懈努力，奋力拼搏。公司的发展是一场漫长的马拉松，道阻且长，但坚定的信念，为我们拨去前行道路上的迷茫，指引我们专注目标、摒弃诱惑，在拼搏的道路上一往直前！

笃定的信心与明确的信念，支撑起我们对崇高信仰的追求与向往。

日心说对布鲁诺而言是信仰；耶稣对基督徒而言是信仰；民主和共和对为国而战的革命者而言也是信仰。而“以普及LED大显示为己任”不仅是强力巨彩的使命之一，更是强力巨彩的行业信仰。

16载沧海桑田，从率先开创行业内外办现货模式，到建立“渠道为王”的发展战略，再到全面转型升级，成为行业革新先行者，开启LED大显示时代。强力巨彩引领着LED显示屏的行业潮流，团结所有强力巨彩人，以及众多强力巨彩追随者与合作伙伴们，为推进LED显示屏商业化普及、推动LED显示屏行业思想革新而矢志不渝。我们将对愿景的向往逐渐化为现实，也让我们的使命成为行业标杆！

凡是过往，皆为序章。2020已成回响，强力巨彩站在2021的新起点，也站上了LED大显示的新高度。对LED显示屏行业的信心，对创世界级伟大公司的信念，对以普及LED大显示为己任的信仰，指引和支撑着强力巨彩这艘巨轮沿着正确航向乘风破浪，斗志昂扬！

新的一年，强力巨彩万众一心，继续保持战斗队形，擘画新蓝图，开启新征程！

厦门强力巨彩光电科技有限公司
总裁



目录 CONTENTS

寄·语

信心·信念·信仰 001

一 | 风·采

图说 004

致强力巨彩大营销体系的一封信

产品案例 012

只要路是对的 就不怕遥远 016

风云人生 精彩演绎 021

一场永不停息的攀登 026

质检精神就是坚持到底 029

办好平常事 做工程“大管家” 032

以拼搏之梯 越梦想之墙 035

二 | 拼搏者

信心·信念·信仰 038

一如当初强力巨彩扶持中恒光电，如今的中恒光电满怀信心、信念与信仰，帮助年轻的晟达电子以及更多品牌服务商，在LED显示屏行业生根发芽，同行在普及LED大显示的路上。

三 | 风·声

公司新闻 048

四 | 智·见

传习录：终身美丽 058

如果你懂得感恩，又具备在逆境中拔地而起的能力，同时你又心怀远大的梦想，并且在孜孜不倦地努力追求。当你做到了这些的时候，你在别人心目中就会美丽，并且是终身美丽！

如何树立服务商对品牌的信心 063

浅谈省级品牌运营商的成本管控 066

面试中如何高效识别人才 069

心远“行”更远 074

见智·名家名言 077

五 | 匠·品

新品介绍 080

2020年第四季度新品强势来袭

技术介绍 086

有一处不同 便是与众不同

后疫情时代的“芯”未来 090



风·采

有一种信仰，叫做拼搏

有一种温暖，叫做真诚

有一种体贴，叫做服务

有一种荣誉，叫做冠军

有一种乐观，叫做娱乐

.....

榜样风采，感动的力量



回望2020 致敬强力巨彩拼搏者

2020年是令人难忘的一年。

突如其来的疫情席卷了全国上下，

各行各业都饱受重挫，

但强力巨彩从未停下普及LED大显示的脚步。

我们不畏难、不言弃，

在危机中把握契机，在挑战中寻找机遇。

全体强力巨彩人，同舟共济，万众一心。

用自己的汗水，留下了2020拼搏的身影。

也铸就了强力巨彩在2020的辉煌战绩！

强力巨彩，2020感谢有你！

致强力巨彩大营销体系的一封信

强力巨彩大营销体系的伙伴们、战友们：

大家好！

2020年，我们走过了非凡的一年。在全球疫情大蔓延的背景下，世界经济遭受重创，中国成为全球极少数实现正增长的主要经济体之一，以令世界震惊的速度恢复了发展，这得益于在党中央坚强领导下，全国上下团结奋战，夺取了疫情防控和经济社会发展双胜利。2020年伊始，疫情对LED大显示行业也形成较大冲击，强力巨彩作为行业领军企业，率先践行企业社会责任的同时，大力推动LED大显示普及。这一年来，董事会领导高瞻远瞩、领航掌舵，无敌之师（高管团队）、冠军之师（驻外团队）、虎贲之师（省级品牌运营商）、奋威之师（品牌服务商）坚决贯彻公司战略和营销规划部署，在广大用户/客户的认可和鼎力支持下，强力巨彩研产供销都取得了重大发展，企业规模进一步壮大，年销售额再创历史新高……在面向LED大显示新时代新征程中，我们阔步前行，奏响了凝心聚力的最强音，开创了LED大显示崭新格局。在此，要向各位道一声：“谢谢，您辛苦了！”

这一年，我们品牌的影响力再上新台阶。“强力巨彩LED大显示”高铁动车专列，承载着我们LED大显示普及的使命和梦想，贯通东西南北，纵横华夏大地；国际乒联总决赛赞助活动，我们借力国际顶级体育赛事，影响力覆盖全球；主题为“大显示 大未来”的推介会浩浩荡荡，全年近200场席卷各地；总部为首的深圳LED展、北京 Infocomm展，以及省级品牌运营商、品牌服务商参与的数十场展会，向安防、教育、大显示等领域强势推进；今日头条、高工、慧聪、业绩榜等多平台合作，实现360°立体传播……我们面向LED大显示的品牌发声，声声铿锵有力，振聋发聩！

这一年，为了满足LED大显示领域用户的多样性需求，我们不断丰富产品线，全新推出Q Plus系列、Q Pro-Max系列等，构建丰富而强大的Q系列、S系列等，全方位满足用户需求；为了提升用户体验，持续在点间距上取得重大突破，重磅发布室内小间距P0.8，为用户缔造极致的视觉盛宴；更有睽丽多功能租赁箱体，实现320*160mm模组的库存转身变为租赁屏，实现库存增值；我们大力推广4.2V 50A电源、智控盒等，引领更智能、更节能、更安全、更便捷的应用，极大提升用户的产品体验。

这一年，我们掀起了LED大显示普及热潮。LED大显示具有更炫丽、更美观、更节能等先天优势，在取代投影、拼接等传统显示的进程中势如破竹，一举成为大显示主流。我们始终坚定不移地推动LED大显示普及，任凭“涨”声一片，放弃了高端品牌的定位，扛住巨大压力室内全彩Q2.5不涨价，室内户外全彩和小间距更是大幅让利用户。强力巨彩“高性能、高品质、高性价比”深得用户青睐，这背后离不开

首屈一指的供应链体系提供强大支撑，确保我们价格优势业界无可匹敌。再有渠道优势、规模优势等，多项优势叠加，迸发面向未来高速发展的无限潜力。

这一年，我们在LED大显示普及大道上更进一步。各地轰轰烈烈开展的珍爱计划、铭牌计划等市场行动，让我们在大显示领域加强渗透。同时，今年省级品牌运营商队伍，吸纳了一大批来自LED大显示领域的成员，极大增强了我们的主动权，在知敌制胜中壮大了力量。为了实现用户“买得到，买得起，买得放心”，全面升级终端用户体验的脚步没有停止，河南、浙江、江苏、广东、山东等地大力推进LED显示旗舰店、体验店建设，涌现了一大批终端店标杆，促进用户体验的飞跃提升。

这一年，为了响应猛增的市场需求，我们月月扩产，8万平方米厂房内，行业一流的松下、富士、西门子SMT设备满负荷生产依旧供不应求。与此同时，强力巨彩LED光电产业园总投资超十亿元，总面积高达15万平方米，马不停蹄加速建设，预计2021年年中，现代化、综合化、高端化的LED光电产业园一期项目将全面竣工，为强力巨彩向LED大显示时代扬帆领航提供强劲引擎。

回望普及之路，硕果累累。LED大显示普及已取得首战胜利，在乡村的祠堂、在城镇的礼堂、在地处偏远山区的卫生院、在海拔数千米的雪域高原，在零下数十度的酷寒之地，在世界的许许多多角落……强力巨彩LED大显示的靓丽身姿，精彩着大千视界。用户的认可，就是我们的最大荣光，让我们在行进中充满了信心和力量。

时代在发展，历史在前进，我们初心始终未变。“用户至上，美丽显示，以普及LED大显示为己任，为员工创造美好生活”，我们铭之于心、践之于行，始终谨记“四个凡是”：凡是有利于强力巨彩普及LED大显示事业的事情多做；凡是不利于强力巨彩普及LED大显示事业的事情少做；凡是阻碍强力巨彩普及LED大显示事业的事情绝对不能做；凡是破坏强力巨彩普及LED大显示事业的事情要坚决捍卫！

乘风好去，长空万里，直下看山河。强力巨彩巨轮正沿着正确航向，行稳致远！LED大显示无比壮美的画卷已然展开，2021年波澜壮阔的征程已然开启，让我们携手共进，保持昂扬斗志和磐石般定力，向更深层次挺进、向更高境界迈进，去开创LED大显示时代更加美好的未来！

再次感谢您2020年对我们的理解、支持与厚爱，在这新年到来的美好时刻，为您送上诚挚的问候和美好的祝福！

祝您新年快乐！阖家幸福！万事如意！宏图大展！

强力巨彩，有你更精彩！

厦门强力巨彩光电科技有限公司
营销事业群

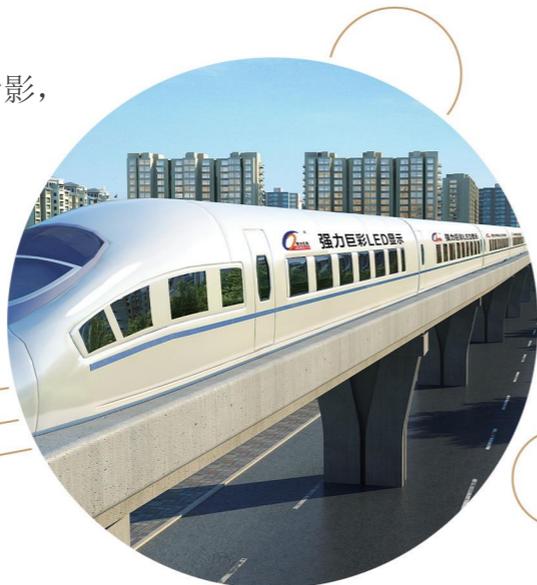
齐心抗疫 风雨同舟

不减薪、不裁员、不减产，
强力巨彩严格防疫、热心捐款，
以大企业担当成为行业表率。



拼搏不止 全速前进

全副武装、蓄势待发，
每个岗位都有强力巨彩人拼搏身影，
普及LED大显示，我们在路上！



打响旺季 遍地开花

枕戈待旦，旺季出征，
强力巨彩旗舰店全国开花，
国际展会惊艳亮相！



硬核实力 满载荣耀

百亩高新产业园拔地而起，
国际乒联赛事高清显示，
2020见证荣耀！



致敬平凡岗位上的拼搏者

平凡岗位上不平凡的你，
皆是2020最美强力人。



强力巨彩 Q Pro 系列

助力智慧政务大升级

应急指挥中心应用：提高指挥效率，有效周密部署

会议应用：提升政务交流，灵活高效运转

传媒大屏应用：增进政务公开，透明信息传递

展厅展览应用：升级城市魅力，文化信念传播

强力巨彩 LED 显示屏，

多场景助力应用，提供优质高效服务，

助推智能化政务大升级，建设安全和谐社会！

◆ 应急指挥中心应用



湖南·某应急管理中心

产品规格：室内全彩 Q1.6 Pro

◆ 会议应用



江苏南京·某事业单位会议室

产品规格：室内全彩 Q2.5 Pro



重庆市·某政府会议室

产品规格：室内全彩 Q1.8 Pro

◆ 传媒大屏应用



江苏南京·某城管局

产品规格：室内全彩 Q1.2 Pro

◆ 展示展览应用



福建福州·某规划馆展厅

产品规格：室内全彩 Q3 Pro



江西上饶·某县政府

产品规格：室内全彩 Q1.8 Pro



四川·某规划局展厅

产品规格：室内全彩 Q1.8 Pro

只要路是对的 就不怕遥远

文 / 王冬梅

王剑 Wang Jian

南昌众磊科技有限公司 创始人

道阻且长，行则将至。在普及LED大显示的道路上，众磊笃定前行。



江西南昌素有“物华天宝，人杰地灵”之誉，在这座有历史、有文化、有活力的英雄城市里，无论人还是企业，都深受一往无前的革命精神和无坚不摧的乐观气质影响，只要认定了目标，他们就不怕山高路远。南昌众磊科技有限公司（以下简称“众磊”）自创立伊始便扎根江西南昌，在强力巨彩的带领下，以披荆斩棘的拼搏姿态和风雨无阻的精神气质，在LED显示屏的普及道路上不断向前。

创业十年，众磊创始人王剑和方青回望这稳扎稳打的十年，不禁感慨于不断发展壮大的众磊团队，更感谢一路陪同成长的强力巨彩。

从零到一，突破人生界限

2003年是王剑在LED显示屏行业奋斗的开端。在成为某LED显示屏公司的业务人员后，王剑打算在这个行业中一展拳脚，但那时行业刚萌芽，市场

不如预料大，项目信息极少，公司对业务员也缺少正规的培训。专业知识不够，对市场状况不清楚，导致王剑像一只无头的苍蝇，到处碰壁，仅有的几个项目信息也在报价后渺无音讯。当时格外迷茫的王剑离开了这个行业一段时间，直到2007年重新进入一家做LED显示屏渠道的公司，逐渐改变王剑对这个行业的认知。

经过又三年的沉淀，王剑对行业有了更深一层的了解，创业之心蠢蠢欲动。“想做一份事业，提升自身的价值。”他的创业理念和初衷与公司两位老同事不谋而合，三人一拍即合，从零起步，创办公司被提上日程。

2010年9月，取义“三人为众，金石为开”的南昌众磊科技有限公司正式成立。王剑、方青等三人叩开了LED显示屏行业的大门，这份立志在LED显示屏行业打下

一片天地的野心和抱负，让他们站上人生的新起点，迈出重要的第一步。

有野心、有技能的创业者才是理想的践行者，在行业内积淀6、7年的王剑和方青对市场独具见解，所以在创业之初就选择与强力巨彩合作。“当时LED显示屏行业，产品质量参差不齐，价格混乱，而强力巨彩的产品质量稳定，价格实在，客户接受度比较高，在众多品牌中脱颖而出。并且当时这个行业大部分客户对品牌没有概念，认知度不高，我们要去培养大家的品牌意识。我和合伙人商议，为了公司长远发展，还是要做品质、做口碑、做品牌，所以加入了强力巨彩体系。”回忆起当初的决定，王剑说道。

后来长达十年的携手合作，证实了他们选择的正确性。

从一到百万，风雨同舟

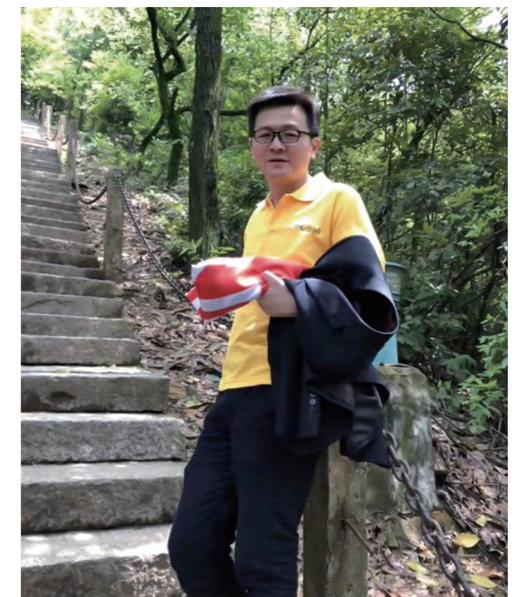
借助强力巨彩产品质量稳定、价格实在、品牌拉动力强、市场口碑好的优势，王剑、方青与创始团队很快拿下多个项目。秉承着“求实进取、诚信为本”的经营理念以及对项目精益求精的严谨态度，众磊迅速在南昌当地占据一席之地。

“强力巨彩对我们的帮助至关重要，其中有一件事至今让我记忆犹新。”时间转回2012年，众磊参与了南昌洪城大市场大屏项目投标，王剑介绍道，“南昌洪城大市场”是江西最大的商品批发市场，需要两块合计200㎡的室内P5大屏，但竞争对手给出了低于众磊报价一半的价格。在危机时刻，王剑带着用户到强力巨彩总部参观考察，在总部的配合下，众磊一举翻盘，用品牌 and 产品质量说服用户，顺利拿下该项目。这个室内全彩屏在当时的南昌市乃至整个江西省都是面积最大的项目，影响力巨大，让众磊一夜间声名鹊起，盛况空前。

不想，项目在实施过程中又遇到了挡路石，安装后的屏体隔一段时间会突然出现死灯情况，严重影响项目验收。王剑马上将问题上报强力巨彩总部，总部迅速派技术人员到现场检查原因，最终判断是上游供应商提供的灯管出现故障，总部立即为客户更换了新屏。如今8年过去了，这两块大屏依然运行良好，大大提升了众磊的口碑和声誉。

“强力巨彩的处理方式让我更加明白，这是一家令人尊重的公司，有格局，有担当，这也是我们与强力巨彩合作至今的重要原因。”王剑表示，正是这休戚与共的合作，让众磊与强力巨彩携手同行的步伐更加坚定，十年来始终如一。

选择大于努力，众磊从创立之初就选择和强力巨彩合作，为创业之路增加了足够动力，创业第二年，众磊的业绩突飞猛进，已达到两百万，但王剑知道，LED显示屏的市场还有更大蓝海值得探索，此时强力巨彩渠道分销战略正在全国如火如荼地进行。“首先，强力巨彩建立渠道分销的商业模式，让LED显示屏市场瞬间变大，与2003年我刚入行时不可同日



而语；其次，强力巨彩还专注于品牌建设，拒绝一切贴牌代工，使得‘强力巨彩’品牌在行业内如雷贯耳，市场影响力不断扩大。”在这两大优势吸引之下，众磊很快成为强力巨彩的省级品牌运营商。

从百万到千万，乘风破浪

“我们公司最困难的时候就是2014年和强力巨彩共同建设渠道的时候。”王剑回忆道。习惯了做工程的众磊突然转型做渠道，“困难”成为唯一的形容词。当时众磊的销售团队还未建立，因为缺乏组建和管理经验，公司团队一时如同散沙，业绩迟迟无法提升，而总部又给众磊设定了业绩目标，要囤货，更要打造巨仓。“整天走路都像踩着棉花，脚底轻飘飘，心中没有底。”王剑这样形容当时的心情。

此时，强力巨彩省区办事处伸出援手，帮助众磊建立业务团队，王剑、方青等众磊管理层也在摸索中快速成长，主动优化组织架构。经过一年的调整和打造，众磊团队逐渐成型，综合

管理部、销售部、财务部、技术部、售前设计部、售后服务部、商务部、仓管部、物流部、租赁事业部等十个部门分步成立，分工明确，内外业务井井有条。随后，众磊仿照强力巨彩总部的营销模式，建立起销售经理（外勤）和商务助理（内勤）相结合的模式，充分解放销售经理，让他们全身心投入到市场开拓中去，而方案设计、签订合同、下单、开票等公司流程全部由商务助理全面协助处理，使得整个团队效率瞬间提升。

总结如今的成功，王剑觉得是“天时、地利、人和”三者合一的结果。除了拓展团队带来的“人和”，“天时”是指众磊的成长恰逢LED显示行业的发展期和强力巨彩行业首创经销商分销模式的关键时期，顺势而为，带领团队成功转型；“地利”是指众磊因地制宜，选择了最好的产品——强力巨彩LED显示屏，同时为高效快捷地服务客户，众磊已在九江、赣州、抚州、宜春、萍乡、新余、景德镇、鹰潭、吉安、上饶等十个地市设立了办事服务机构，并配备了经验丰富的技术人员，为江西省数千家客户提供周到细致的服务。

放弃眼前可见的利润，摒弃工程思维，众磊的业绩从每年200万，一下蹦到了2000多万，批发事业开始步入正轨。王剑的脚终于踏到实地，从中他也体会到，不逼自己一把，不知道自己的潜力有多大，只有直面风险，勇于挑战更高的目标，才能迎来蜕变。

一人行速，众人行远

所谓“一人行速，众人行远”，企业的发展离不开团队，只有众磊人守望相助，个人与团队的成长之路才能畅通无阻。从最初3人到如今的60人团队，众磊拥有江西LED显示屏行业内最大的团队，王剑和方青意识到团队建设必须引起重视。

为了提升团队凝聚力，形成良好的团队氛围，众磊积极建立符合公司特色的企业文化，把企业愿景、企业使命、核心价值观、近期目标和团队精神等逐一梳理，与团队成员阐述、分享；同时，不断地优化和完善众磊的培训制度，让每一位团队成员在各自岗位上发光发热，创造价值；王剑、方青与强力巨彩省区办事处一起探讨出薪资制度和奖励制度，主张团队人才内部培养，拒绝空降与拿来主义，极大激励团队成员的积极性。多重举措齐下，众磊团队拧成一股绳，工作热情高涨。



王剑宣导众磊企业文化

在渠道建设上，众磊秉承着同样的原则，与旗下1316家品牌服务商形成良性互动，全力服务各个市、县级品牌服务商，及时提供技术支持、技术培训，帮助品牌服务商提升整体水平，同时协助品牌服务商做好售前、售中、售后服务，打造三公里服务圈，以求迅速占领当地市场。王剑介绍道：“第一，我们建立了品牌服务商微信群，有任何问题都可以直接对接技术咨询沟通，24小时在线回复；第二，经常派技术工程师和业务人员下地市对品牌服务商做针对性的培训，培训内容涉及业务、技术、产品等各方面，查漏补缺；第三，我们还时常邀请品牌服务商的技术人员上门接受售后维修操作的一对一培训，只有提升他们的技术实力，才能更好的服务客户；另外，众磊定期举办品牌服务商专场交流会，分析行业动态，打开品牌服务商的市场思维，引导他们全力开拓市场，推广强力巨彩品牌。”

为了促进总部、运营商与服务商之间的沟通，众磊每月还会在自家展厅组织一场客户交流



众磊组织的品牌推介会



众磊团队风采

众磊企业文化	
企业愿景	成为一家基业长青，令人尊重的行业龙头企业
企业使命	提升全体员工的幸福指数，为客户创造价值，为行业谋福祉，为社会做贡献
核心价值观	诚信共赢，互相尊重
近期目标	成为江西省客户满意度最高的LED显示屏供应商
企业精神	梦想一致，目标一致，行动一致



众磊团队风采

会，邀请强力巨彩大区总监与大家分享市场动向与总部最新策略。通过交流会，品牌服务商能更好地了解LED显示屏行业的最新资讯和动态，客户也可以通过众磊1200㎡的展厅体验强力巨彩的美丽显示。有些客户最初对众磊将信将疑，一场交流会后也陆续跟众磊展开合作，可谓一举两得。

从千万到亿，蓄力发展

普及之舟因拼搏而前行，十年间，众磊经历了创业、壮大、转型的历程，从2011年全年业绩200万，到2019年全年业绩7500万，到2020年即使面对疫情的冲击，众磊的业绩依然在全体成员的努力下，创造了新高！

面对不断发展的众磊，王剑和方青仍然坚持一步一个脚印。2021年，两人为众磊树立了年度销售1个亿的目标，为了实现这跨越性

的目标，他们殚精竭虑，计划在新一年继续完善公司管理制度，优化公司的组织架构，引进优秀人才，加强人才培养力度，夯实众磊的企业文化，同时要与强力巨彩继续深度合作，一起改变行业！

对众磊的长远发展，王剑信心满满：“LED显示屏行业发展至今，已经渐入佳境，但我相信目前行业还处在发展阶段，市场空间非常巨大，众磊常年维持1000万库存就是我们的信心表现。随着众多老牌LCD和安防厂家进入LED显示屏市场，我们面临着前所未有的挑战，但与狼共舞，会促使我们更加强大，众磊作为江西LED显示屏行业的领头羊，与强力巨彩携手前行，绝不会退却！”

只要路是对的，就不怕遥远，众磊坚定信念，为用户开启全“彩”视界，不管普及之路多遥远，行程多漫长，王剑相信：道阻且长，行则将至；行而不辍，则未来可期。

风云人生 精彩演绎

文 / 林婷婷

杜叙虎 Du Xuhu

成都晶元光电科技有限公司 创始人

想成功，就要肯折腾，会叛逆，而且要叛逆得瑰丽而惊人。



在人生的每个重要节点，他都能巧妙地抓住机遇，在逆境中涅槃重生，实现人生的完美蜕变，与其说他运气好，不如说好运气总是眷顾有准备的人。

弱冠之年·开启创业之路

一方水土养一方人，四川盆地地势复杂，高山深谷纵横，从中冲决而出的滔滔洪水终归万里长江。得此山川文化的哺育和滋养，四川人身上始终洋溢着一种吃苦耐劳、敢为人先的精神。他们从未向困难低头、屈服，而是积极勇敢走出盆地打拼，就像余秋雨笔下所描绘的那样，他们就像冲出峡口的山洪，“有点叛逆性，而且都叛逆得瑰丽而惊人”。

杜叙虎就是一个土生土长的四川人。上世纪70年代，他出生在绵阳下辖的一个穷乡僻壤的小山沟里。山里的孩子都渴望走出去，看看外面的世界，出于对贫穷落后的抗争，对美好生活的追求，杜叙虎凭着一股子闯劲，小小年纪便只身外出拼搏，大

有一种誓不回头的志气，定要干出一番惊世骇俗的事业。

20岁，弱冠之年，很多人还在享受象牙塔里的时光，持有一腔抱负的杜叙虎就已经开启了自己的创业之路，他陆续做了很多行业，可是都没有激起太大水花。这一度让杜叙虎很是挫败，不禁怀疑自己当初的选择是否正确。

而立之年·迎来事业转机

2008年12月一次偶然的的机会，杜叙虎接触到LED显示屏行业，十来年的创业经历锻炼出他敏锐的嗅觉，瞬间窥探到这个行业潜藏着巨大的商机，崎岖坎坷的创业路终于有了新转机，杜叙虎义无反顾地踏上了显示屏探索之旅。

初涉LED显示屏行业，杜叙虎就是做渠道，奈何在行业初期，市场混乱，鱼龙混杂，客户根本没有品牌意识。为了生存，杜叙虎只能随波逐流，转战工程项目。但万事发展到一定阶段都有瓶颈期，2016年，杜叙虎发现很多客户对行业品牌有了一定的认知，报价时往往会要求选择品牌产品，“那时真不知道报哪家品牌，所以就把行业的各个品牌都报一遍，客户觉得我们什么品牌都做，认为我们公司是转包公司，丢了很多订单。”杜叙虎无奈地说道。

现实给了杜叙虎当头一棒，让他开始思考公司现阶段的问题：一是公司没有品牌，与客户之间没有黏性；二是做工程项目，订单增多，应收款加大，公司的经营风险就增强了，现金流断裂风险也就非常高。

该何去何从？俗话说，“这里关上一扇门，那里就打开一扇窗”。但要打开那扇“窗”，关键是要先跳出“只会从门口走”的固定思维定式，才能找到新的方向，发现更宽阔的道路。杜叙虎幸运地跳了出来，找到了自己的路。

“转型！这是箭在弦上，不得不发了。必须回来继续深耕LED显示屏渠道，做现款现货生意，这样虽然利润低，但是公司资金风险小，对行业发展更有意义。”在公司发展的关键时刻，杜叙虎总是极具魄力，当机立断。

不惑之年·携手强力巨彩

转型做渠道，遇到的第一个问题就是选择品牌，杜叙虎毫不迟疑地选择了强力巨彩。可是这条合作之路一开始也并非那么顺利。

其实早在2014年，杜叙虎就想加入强力巨彩省级品牌运营商的队伍，但当时由于其它原因没能实现，只做成了品牌工程商。多年的合作，杜叙虎深知强力巨彩不仅产品品质好、价

格实在、品牌影响力大，最主要的是，强力巨彩是一家非常有担当的企业。

犹记得2015年，杜叙虎还是强力巨彩的品牌工程商时，有一个工程项目使用了强力巨彩室内全彩Q4，这款产品是当时市面上的高端产品，价格昂贵。在使用半年后，突然出现批次质量问题，客户十分着急，可是按照当时行业的常规解决办法，从检测到更换没有2个月是搞不定的，而且不一定能换。杜叙虎非常着急，立马寻求强力巨彩的帮助，办事处第一时间安排技术人员上门检测，当场确定是批次质量问题，需要更换产品，又立马上报给总部，总部当即安排省级品牌运营商调用现货，从更换到调试只用了3天时间。这一系列操作让杜叙虎和客户既震惊又感动，这“用户至上”的效率和态度是其他品牌根本不能比拟的。

所以，强力巨彩一直是杜叙虎的不二之选。2016年初，杜叙虎第二次提出申请要成为强力巨彩的省级品牌运营商，还是被婉言谢绝了，越挫越勇的杜叙虎怎肯就此放弃，在他的人生字典里就没有“放弃”两字。所以在2016年底，杜叙虎第三次提出申请，终于被邀请到总部详谈。与总裁徐慧能深聊几个小时后，让杜叙虎对强力巨彩的渠道发展战略有了更加清晰的认知，认定强力巨彩的理念与成都晶元非常契合，更加坚定了携手合作的信心。

放弃很容易，坚持却很难，两者往往只在一念之间。杜叙虎虽然屡遭拒绝，却能够百折不挠地挺住，也许这就是他成功的秘密。

搭上强力巨彩这艘高速运转的航空母舰后，成都晶元的发展速度惊人，员工从10人增加到50人、销售额由500万增长到8000万。但思维的转变，是杜叙虎认为自己加入强力巨彩后最大的收获。

例如，在人才培养上，杜叙虎开始重视内部培养。“有的公司为了吸引人才，往往不惜重金



成都晶元团队风采

从外面招聘员工，其工资待遇高出本公司员工几倍，甚至几十倍。这种情况往往导致公司原有员工心理不平衡，在管理配合上也有抗拒心理，最终工作效率和积极性下降，甚至出现人才流失的后果。而在公司内部选拔人才，既有利于提高本公司人员的工作热情，又能把公司的企业文化快速深耕，还能避免高质量的人才外流。同时也因为这种晋升机会，营造了一个良好的风气，它激励员工们从长远角度考虑自己同公司的关系，也让基层员工看到希望——只要努力，都有升职加薪的机会。这种做法可以使人才外流减少到最低限度。”对于人才培养，杜叙虎有自己的一套方法。

“回想这些年，如果没有选择做渠道，没有选择强力巨彩，可能我们不会有现在的规模，所以我们非常自豪能与强力巨彩合作，也非常感

谢强力巨彩当初对我们的认可。”在与杜叙虎的交谈中，听得出来他对强力巨彩充满感激。

未来可期，精彩继续

对2021年，杜叙虎信心满怀，新的一年，他的目标很简单，一个亿。

因为强力巨彩是一家有担当敢创新的企业，跟着走，有信心；因为成都晶元有一群有责任又拼搏的伙伴，有他们，有信心。在这个大浪淘沙的时代，执着努力的人始终能带着那股可以征服世上任何一座高峰的顽强毅力，熠熠生辉，杜叙虎亦然。

成都晶元未来可期，精彩还在继续。

杜叙虎有话说

团队管理、团队建设至关重要

加入强力巨彩这个大体系后，成都晶元飞速发展，团队规模扩大，员工人数激增，随之而来的问题频频出现，杜叙虎开始意识到团队管理和团队建设的重要性。

之前只凭经验管理的杜叙虎开始选择学习充实自己，买书、报培训班、请教专业人士，利用一切资源和时间，为团队管理和建设寻求突破口。关于团队管理、团队建设，杜叙虎也在实践积累中，总结出自己的心得。

高效管理团队的四大利器

“管理”这二字包含了的东西，在杜叙虎看来，可以大致分为以下四点：

管理意识：是想管理，愿意管理。

管理理论：是一种文化，是一种知识，是大家认可的一种理念。

管理技术：是方法，是技巧，是工具，是标准。

管理能力：是修养，是素质，是品德，是思想。

一个人只有具备了管理意识才会具备一定的管理知识和技术，个人的意识越强，知识和技术也会越强。有些人具备了管理的意识，学习了许多的管理理论，但是却没有管理能力，就是所谓的修养不够，素质不高，品德不端正，即使他们具备再多的意识、理论和知识，到头来也是没有任何作用。

相反，有些人学历较低，虽然对管理知识学习得不够全面，但他们善于思考，善于总结，使得管理能力能充分地体现出来，这一切都得益于他们具备了非常强的管理意识和超高的管理修养、素质。

杜叙虎直言，要想成为一名合格的管理者，必先学会做人！管理者在加强自己的管理意识的同时，还要提高个人素质和品德；其次就是不断地学习管理理论和知识，并结合实践不断总结，这才是管理正道。

完善团队建设的三大法宝

1、转变团队的管理方式，治“本”

作为团队领导，杜叙虎认为在日新月异的今天，学会改变传统的管理方式，才能更加有效地开展团队工作。对于成都晶元的团队建设，杜叙虎具体是从以下几个方面着手：

增强团队的理解能力

让团队成员充分理解工作目标和任务，在工作中才能保持步调一致。

培养团队的责任意识

责任胜于能力，负责任是最基本的职业

精神，没有做不好的工作，只有不负责任的人。在团队中鼓励共同承担责任，培养团队成员的责任心，工作中遇到问题，首先要从自己身上找原因。

建立团队的信任能力

信任是团队开展工作的基础。有两方面意思：一是团队领导信任团队成员，敢于授权，给予行动的自由，鼓励成员创新性地解决问题；二是团队成员之间相互高度信任，彼此相信对方的能力，包容对方的个性，只有建立相互信任关系，提高团队成员的信任能力，才能达到1+1>2的效果。

提高团队的沟通能力

一是在团队中建立充分的沟通渠道，鼓励成员加强沟通，激发思维的碰撞；二是塑造平等、自由的沟通环境；三是建立公开、以问题为导向的沟通方式；四是塑造积极、正面、共鸣的沟通氛围。

2、提高团队的综合能力，强“根”

团队的综合能力应包括团队的执行能力、学习能力、绩效能力、和谐能力等。

执行能力

执行能力是指“当上级下达指令或要求后，迅速做出反映，将其贯彻或者执行下去的能力”。一个团队的执行能力，直接决定企业的生命，无论多好的经营、管理策略，假如执行不力，都是废纸。执行能力也折射出领导者的统筹能力和团队的整体作战能力。

学习能力

学习能力是提高团队素质、确保较强攻坚能力的基础要素，是一个团队创造能力、自我超越能力和系统思考能力的综

合体现，是企业发展的源动力。只有不断地加强学习，提高团队整体素质，才能更好的适应发展需要，促进工作目标的完成，从而推动企业发展。

绩效能力

工作就要有效率和效果，绩效反映了团队成员的贡献高低。建立有效的绩效管理机制，提高团队绩效能力，对整个团队出色完成工作有着很强的推动作用。要让团队成员深刻认识到，团队的绩效成果远大于个体成员绩效的总和。

和谐能力

和谐融洽是衡量团队凝聚力、战斗力的一个重要标准，团队和谐的核心是团结力。提升团结力的根本方法是提高团队成员的道德水平，树立正确的价值观。

3、培育团队的文化精神，塑“魂”

团队精神是指团队的成员为了团队的利益和目标而相互协作、尽心尽力的意愿和作风，是一流团队中的灵魂。如果没有正确的管理文化，没有良好的从业心态和奉献精神，就不会有团队精神。

杜叙虎将学习到的理论知识，结合自己的理解，运用到实践中，总结了一系列行之有效的办法，逐步将成都晶元的团队打造成一支狼性团队，在这个竞争激烈的LED大显示行业里纵横驰骋，所向披靡。



成都晶元团队风采

一场永不停息的攀登

文 / 王冬梅

杨杰 Yang Jie

临沂鸿谛光电科技有限公司 创始人

创业如攀登，唯有永不停息才能成为别人眼中美丽的风景。



从2008年至今，杨杰已经在LED显示屏行业探索12年了。深耕行业，深植初心，杨杰对LED显示屏行业怀着一腔热爱和执着，支撑着他一路向前，全力以赴。

对杨杰来说，逐梦LED显示屏行业就像是一段登山之旅，作为一名攀登者，他从踽踽独行到团队携手，在重重挑战中负重前行，途中遇到的所有崎岖和坎坷都被他收入行囊。越向上，杨杰越知晓这是一条登峰造极之路，无限风光在顶峰之上，但一路走来，他更明白，最重要的是脚下的每一步都要走得扎实。

创业如攀登，步步扎实

2008年，第一次接触LED显示屏行业，杨杰对这个新鲜事物格外好奇，在看到LED显示屏行业可观的发展前景后，他毫不犹豫地踏入这条大道。

最初，对显示屏一知半解的杨杰只能靠自己大量地

学习吸收行业知识，他坚信，只要肯吃苦，结果定会不负有心人。入行没多久，杨杰遇到一位江苏的甲方客户着急用屏，但公司的技术人员在另一个安装现场忙着，无暇顾及，为了不让客户久等，错失这笔生意，杨杰决定自己顶上。但小学毕业的他对电脑操作不熟悉，连电脑怎么开关机都不清楚，在现场忙活了一天却毫无进展，甲方负责人拒绝杨杰第二天继续调屏的要求。但倔强的杨杰不服输地说：“明天我一定要来，我不来的话，你这块屏几天都点亮不了。”当晚，杨杰找到网吧，边查资料自学，边和技术人员沟通学习，直到半夜。

“第二天，我用了不到半小时就把那块屏幕调试好。我记得当时客户的一位领导拍着我的肩膀跟我说，小伙子，你有这种精神什么事情都能做好。”谈起当时的场景，杨杰记忆深刻，甲方客户的一句话更



临沂市兰华家居市场户外大屏

坚定了杨杰稳扎稳打的想法，只有脚踏实地，才能走得更长远。

杨杰立志要做当地最好的LED显示屏服务商，但创业如同登山，攀登不易，创业维艰，公司的经营管理路上荆棘丛生。创业之初，由于技术不够精通，公司接不到生意，有时一两个月才有一个单子，此时的杨杰只能埋头苦干，一步步学习技术、积淀经验。通过杨杰的稳扎稳打，慢慢地公司走上了正轨。

初入行业，三年事成。杨杰摸索出一套自己的从业经验，也接触到许多LED显示屏的品牌，在2017年他决定正式加入强力巨彩大体系。

其实早在2008年，杨杰便与强力巨彩结缘，认识到强力巨彩的产品和品牌实力，“我记得2009年的时候，日照所有的移动公司单色条屏、新沂农业银行所有单色条屏都用强力巨彩，2010年国税局室内P10全彩也是咱们的产品。后来更是千店万点，走到哪儿都是强力巨彩！”长时间看到并使用强力巨彩的产品让他更加信任其品质和品牌影响力，在机会来临时，杨杰毫不犹豫地果断抓住，成为强力巨彩大体系的品牌服务商。

从此，杨杰的攀登路上有强力巨彩带领，脚踏实地走好向上的每一步，坚持不懈地攀向顶峰。

越过坎坷，才有绝美风光

如果成功有捷径，杨杰认为那只会是——用心做事，用心服务好每位客户，让客户买得放心、用得安心，以更好的服务，让强力巨彩的品牌在他们心中扎根。本着客户利益最大化的原则，多年来，杨杰坚持不用任何廉价劣质的辅材，所有项目做到精益求精，每个细节都把控到位。

2017年加入强力巨彩不久，鸿谛承接了一个最困难的安装项目——临沂海洋世界主题公园的大屏。虽然屏幕只有16m²，但海洋世界处在地下，环境十分潮湿，再加长期海水浸泡，室内全彩产品在这种环境下很难保证长期运转。为解客户之忧，提供最佳服务，杨杰召集公司技术，寻求运营商和办事处技术指导，最终在室内屏外采用了户外的防雨箱体，成功应对种种困境，让这块显示屏点亮三年都没有出现任何问题，客户对此也十分满意。

除此之外，鸿谛还有一个服务原则——“24小时服务”，不管多晚，只要客户有需求，鸿谛的技术人员和安装工人随时赶到现场。“如果员工没有时间，我也会第一时间赶去服务客户，保证让客户无后顾之忧。”说起这个服务原则，杨杰还分享了一件趣事：“武警支队的显示屏是我们安装的，记得有一次，晚上8点

多打电话跟我说有一块屏怎么不亮了，第二天省里的领导来开会就要用屏，很是着急，我赶过去一看，原来是处理器上一根线被碰到了，接触不好。那天正好是我女儿的生日，家里饭还没吃完我就赶过去了。”

正是在这样的不懈攀登下，鸿谛走过多年风雨，加入强力巨彩短短3年创造了巨大变化：进货量从最初200多万，到2018年400多万，再到2019年已达600多万，而2020年更是争取完成800万小目标；公司规模从一家门店到两家、三家，再到品牌形象店每年更新一次；团队也从夫妻两人壮大到十人，业务、技术、会计俱全；承接的工程项目也从几十平方到几百平方，完美呈现了临沂兰华国际家具博览城400多平方的户外全彩大屏、阜阳临沂商城7块共计400多平方的大屏等等项目，让强力巨彩的产品绽放在临沂各商场、公园、街道，点亮城市的各个角落。

2020年，行稳致远

2020年是特殊的一年，新冠疫情、抗洪抢险，为生活增加了诸多艰难和遗憾，LED显示屏行业也在年初陷入原材料困境，但2020年也是国家全面建设小康社会目标实现之年，疫情之中强力巨彩走在复工复产前列，助力上下游企业恢复正常运营，带领鸿谛在内的强力大体系最终以坚强意志和拼搏精神实现不退反进，为这一年创造不平凡的回忆。

上半年在疫情影响下，鸿谛的业务一度很受影响，杨杰只能积极响应国家号召，带着团队闭门不出，每天在家自行学习。直到4月份，技术人员开始可以出门施工，杨杰立马带领团队人员完成去年枣庄服务中心未完成的订单。疫情的影响一直持续到5月份，才慢慢地有订单上门。但随着旺季到来，鸿谛团队很快忙碌了起来。

上半年的市场需求堆积到下半年爆发，杨杰带领团队紧抓业务，加紧施工，保质保量完

成每一个项目。不过短短5个月，鸿谛就完成了全年目标——400万销售额，直到12月，鸿谛已实现600万销售额的突破，正向800万发起冲击。

杨杰用“不平凡”总结这一年，“上半年我们没气馁，让大家在家学习，我也带领团队去体系内做得好的伙伴公司学习，学技术、做培训，让大家强大起来。功夫不负有心人，下半年就忙起来了！最忙的一天，我们同时做了3块屏。”

在忙碌中，鸿谛依然十分注重品质、注重服务，往往只是客户的一句“明天要用屏”，鸿谛团队就会全力以赴，满足客户的需求。最晚的一天，杨杰忙到凌晨4点多，为了让客户第二天开会能用到大屏，他们连夜将120m²的Q2 Pro室内全彩大屏安装完成，成功点亮！

在2020年的磨练之下，鸿谛团队在成长，虽然曾经陷入低谷，但杨杰相信自己，也相信团队，更相信强力巨彩，道路再艰险也不会打消他深耕LED显示屏行业的激情。面对即将到来的2021年，杨杰雄心万丈：“明年我们公司规模会更壮大，打算店面再扩大一间，品牌形象店再一次精装改造，更好的体现强力巨彩的品牌形象。同时希望年度进货额超过一千万！”

杨杰始终认为，LED显示屏行业前景远大，普及之路任重道远，为了实现这一梦想，鸿谛的攀登之路将永不停息，他期待着顶峰的无限风光。



鸿谛团队风采

质检精神就是坚持到底

文 / 陈嘉馨

张海棠 Zhang Haitang

品质工程中心 IPQC 室内组 FQC 组长

执着，是张海棠的性格；不服输，是张海棠对自己的定义。



流水线上的作业员、电子元件的质检、服装厂的销售，张海棠从事过许多行业，但上一份工作不求思变、晋升无门，让她眼睁睁看着自己的工作热情被消磨殆尽。2016年，张海棠决心远离碌碌无为的工作，在朋友的介绍下来到强力巨彩，重新出发。

“在强力巨彩，我重新燃起了干劲！”张海棠初听闻强力巨彩的企业文化，便有着发自内心的认同感，特别是“敢想、敢做、有为”的员工精神，就像一记强心针，一下子激活了她对工作的激情。虽然最初只是产线上一枚不起眼的“螺丝钉”，但公司广阔无阻的晋升通道让张海棠确信，只要有能力、有想法，在强力巨彩就永远不会缺少向上的机会。

“不良标”事件

走进强力巨彩的大门，张海棠第一次接触到了LED

显示屏模组。在老员工的带领下，她参观了整个LED显示屏模组的生产流程，印刷、贴片、焊接、测试，而她最开始承担的职责，就是在生产一部的老化区进行不良品筛选。由于曾经干过质检员，张海棠当时的第一印象是：“这些也没什么难的。”但一个意外的发生，让她很快转变了自己的想法。

那是进厂的第四天，负责老化FQC的张海棠在工作中出现了一次漏失——她未将送检后带有不良标的模组全部取出，所幸，当时班组的组长及时发现了那块“漏网之鱼”，避免了问题模组流出产线。张海棠也因此被记过处罚，但她与我们坦言，“当初被组长纠错时，我还没有意识到问题严重性，认为只是一次小失误。”

负责任的组长意识到张海棠作为新员工，并未理解公司对于质检工作的重视。事

后，组长特地找到张海棠，向她举例FQC漏失导致的客诉事件，说明质检工作的重要性：“如果不小心将带有不良标的产品发货，客户看到肯定会怀疑咱们产品良莠不分，若此事在业内传播开来，必然会对公司的整体形象和口碑造成恶劣影响。”得知后果严重性的张海棠，此时才一阵后怕，她意识到，品质工程作为生产线上的把关者，容不得丝毫轻忽。

四年过去，张海棠至今仍对这起“不良标”事件念念不忘，通过这件事情，她认识到，一名优秀的质检员不能只是关注产品的检验，对于细节更要精益求精。现在已是组长的她，并不避讳自己曾经的失误，反而时常将此事拿来警示刚入厂的新人们，培养他们的品质意识，加强他们对异常拦截的重视，同时也勉励自己，在今后的工作中时刻保持专注谨慎。

预防拦截在事前

如今，严谨细致的张海棠对QC工作再老练不过，她与我们介绍，对于灯管、芯片性能稳定性的管控，一直是老化FQC的工作难点。由于产品老化时已经步入产线尾声，因此每当发生性能异常时，质检员一定要争分夺秒，及时跟进反馈，在过程中拦截异常，对拦截时效的保证是他们工作时的重中之重。

质检人员在管控订单不良率时，不仅要严格按照检验标准去判定订单产品的老化过程是否稳定，还需要学会运用经验积累融会贯通。例如，某个订单的不良率总体未超标，但检验过程却很不稳定，质检人员在结单前一定要再次进行复核判定。如果只是按规定，放任老化的不稳定趋势持续，很容易因为订单濒临结单而错失拦截时效，无法做到“预防拦截在事前”的质检宗旨。



除此之外，为保证订单产品的品质，品质工程中心不仅针对订单的尾数箱进行全检外观、全测性能，对于订单的尾数栈板也会进行20%的性能抽检，严格核对订单下架良品数差异，用最严格的标准，保证每一单的产品质量。

论起FQC岗位上的心得，张海棠可谓如数家珍，但她深知，自己要是一直在老化做FQC，不主动接触新的技术，必然也将永远局限于老化车间。在领导的期许与鼓励之下，张海棠通过跨工段自学，基本了解了全段流程，对质检工作有了更全面的认识，并在2017年3月份顺利竞聘为助理。但她并未满足，仍然持之以恒提升自己，不断学习。2019年，她再次成功竞聘，升任IPQC室内组的组长。

推动改善的成就感

关注异常订单的数据稳定性、收集不良实物向供方反馈、跟进结单不良率判定入库、跟进新材料工艺以及新产品试产、量产品品质……在强力巨彩的四年里，张海棠从一名普通的质检员逐渐成长为优秀的制程品质部组长。除了将工作重心从老化区辐射扩大至全段巡检，在身份转变的同时，她的技术水准也实现了阶段性跨越，从前只是将现场异常提报反馈，如今张海棠已然主导改善了不少产线上的品质问题。

2020年初，室内全彩Q1.8的电源座锡珠频繁出现问题，经查明，原来是由于焊盘钢网开口较大，过炉之后容易使得锡珠附着在板材上，而锡珠一旦落在IC面或者芯片引脚上就会发生短路，导致产品批量不良。张海棠等人针对这一现象，反复进行生产技术分析，最后决定导入阶梯钢网，更改焊盘开口面积，改善了漏锡点问题。诸如此类，张海棠通过稽查反馈，并最终推动整改的提案还有很多，这些推动不仅使得相关产品的质量明显提升，对订单不良率的控制更是有着明显改善。

随着工作上不断的自我提升，张海棠的技术水平也愈发巩固。如今，她对线上的工艺流程已经十分熟悉，她也为自己设下了新的目标，“我今后想去学习材料方面的构造，这样不仅能结合制程的工艺，对产品有更深入的理解，也能应用于产品质量提升。”

品质工程不容后退

“我最大的长处就是每天拼命的干活，就像是制程品质部的领导说的那样，性格太执拗了。”别人都说张海棠实在是太直了，不懂委婉，可张海棠却认为，工作就是得按照标准来，不执着怎么去执行标准，当然，在执着的过程中就难免会产生一些摩擦。

销售旺季，生产一线火力全开，张海棠常去线上顶岗QC，虽然生产十分紧张，但当产品出现问题时，她依旧持续地反馈，坚持让产线不断返工，直至产品达到标准。其实张海棠并非不通人情世故，她能够理解生产的繁忙和产量压力，但在品质方面，她绝不退后一步，哪怕被生产人员误会在针对某个人或某条产线，她也要执着到底，“不良就是不良，质检的精神是坚持到底，不能因为他说我针对他，我为了避嫌就逃避不管，或者放水让不良品流出去。”也正是因为张海棠在质检工作中的铁面无私，同事们在私下里给她取了一个“老

黑”的外号，张海棠得知后，有些哭笑不得，还不忘和我们纠正：“其实我一点也不黑。”

2021，充满信心

回顾2020，张海棠对这一年的工作很满意，技能和工作经验的增长让她更好地胜任制程品质部的组长岗位，对未来的成长也充满希望和野心。但对于家庭，作为两个孩子的母亲，她怀有许多愧疚。虽然她已经尽量挤出时间陪伴孩子，一有空闲，便会在家里陪着孩子看书学习。但当她全身心地投入到工作中，难免会无暇顾及家庭，“我在工作中肯定要全力以赴，不能因为家里的事情就影响我的工作，这样两头都做不到尽善尽美。”

2021，在家里人的鼓励下，热衷学习的张海棠还报考了成人高考，充实的自学过程也让她的精神世界逐渐丰富起来。她希望自己无论是能力还是岗位都能有更进一步的提升，为公司创造出更大的价值。

在新的一年里，对于生活，她会更加用心地经营自己的小家庭，回报自己的家人；对于工作，她对强力巨彩一直充满着信心，并且将坚定不移地跟随着强力巨彩，一步一步向前走！



办好平常事 做工程“大管家”

文 / 王冬梅

杨健 Yang Jian

行政中心 工程管理专员

上到车间改造，下到漏水维修，他无处不在。



当你打开生产车间崭新的大门，走在平整的地板上，享受着夏天中央空调的凉风，却不知道它们背后的施工故事，可能也不认识这一切背后默默付出的人——工程管理专员杨健。他很少被提及和关注，却与我们的日常工作息息相关。

工程管理专员的一天

早上8点，杨健已经在公司门口等待，今天是新供应商第一次入厂区，他需要提前过来做好对接。在完成一系列登记和施工作业证后，杨健带着施工人员前往现场，沟通、协助，盯着施工顺利开展。

9点，杨健又接到了另一个施工场地的电话，需要有人协调项目的设备吊装，话音刚落，他便马不停蹄地赶了过去。每天巡视施工现场、对接施工方与车间协调事宜、对接需求部门签字验收、沟通供应商看现场……只看到他匆匆忙忙的身影穿梭在各个楼层。

下午2点，估摸着前两天的施工项目临近收尾，杨健前往现场验收，如有问题还要让供应商及时修改。两个小时后，验收工作终于告一段落，杨健还没歇一口气，车间有一位组长联系他说培训室的网络连不上，需要协助。杨健挂了电话，便匆忙赶过去查看。

傍晚6点，杨健才回到办公桌前，整理工程验收资料。想起这两天收到供应商的催款电话，他埋头案前，整理提交了工程项目的质保款付款申请。等工作结束，窗外的夜色已黑沉沉。这就是工程管理专员的一天，整天泡在各类工程项目和维修事项里，杨健早已习惯。

以老化墙建设为例，杨健要与需求部门确定施工时间；确认材料提前到场验收；通知老化区做好现场清理和围挡，避免在施工中影响其他区域正常生产……往返好几

趟，终于做好施工前准备。施工当天，要在供应商进厂区时做好施工登记，制作动火作业证，告知安全作业要求。接下来的两天，他还要充当需求部门与施工方面的桥梁，在现场协助沟通，直到施工团队能顺利进行施工，之后他还要每2小时到场巡视一遍，确保进度。

两年工程管理专员工作让杨健接触了大大小小无数个工程项目，但让他印象最深刻的不是某一个工程的完成，而是强力巨彩的每一个夜晚。“不管多晚，我一转头总能看到办公室里还有人在岗位上专注地做着自己的工作，每当工程需要跨部门协助的时候，不管多晚，总能找到值守的对接人。”正是这种责任心和拼搏氛围让他深有感触，感受到强力巨彩的与众不同。

成长是机遇与坚守

杨健与强力巨彩的相遇十分偶然。2017年，正处在学业最后一学期的杨健与同学来到厦门旅游，被这座沿海城市深深吸引，产生了留下来的想法。6月，还未正式毕业的他入职强力巨彩生产四部，在老化组当一名普通作业员。

但是两个月之后，与专业完全不符的工作让杨健打起了退堂鼓，时任老化组长的赖卓钦挽留杨健，向他介绍了公司内部畅通的晋升通道，特别是频频发布的内部竞聘预示着更多成长机会。杨健思虑再三，最终选择留了下来。一年之后，杨健原计划竞聘老化车间的佐理岗位，但面试领导发现他有工程造价的专业背景，转而推荐他竞聘行政中心的工程管理岗位。

2018年9月1日，杨健正式成为一名工程管理专员。“最大的变化是沟通。在老化车间，作业员只需按领导安排完成岗位职责，而工程管理需要对接各中心部门，经常要应对各种突发情况。”

工程管理专员的工作内容纷繁复杂，所谓

“各部门不管的都归行政中心管理”，上到车间大改造，下至洗手台漏水维修，门窗改造、空调安装、地板维修等等，均为工程管理专员职责所在。最初，杨健左支右绌，勉强应付，经过两年的磨练，如今的他游刃有余，即使面对E5栋5楼仓库改造生产车间这样的大型工程项目，杨健也能做好相关工作，推动项目完美收工。

据杨健介绍，这类大型改造项目并非难题，最困难的反而是车间改造小项目，要在车间不停产的情况下施工。“车间需要的工程改造与维修必须以不影响生产为前提，同时要注意保护车间的设备和产品。”为了满足7条生产线24小时运转不停歇，每一次施工，杨健都要求加强防护，至少达到90%防护的情况下才能开展工程。

多数时候，杨健只能抓住车间白夜班转班的24小时来制定施工计划，而更大的工程通常只能放在节假日，如地板维修、车间整改等项目需要集中更长的时间，于是众人休息的“黄金周”成了公司工程施工的黄金周，随之，坚守公司也成为杨健节假日的常态。也正因为这一次次积累和坚守，他对公司的角角落落更加熟悉了。

成长是向着目标不断奋进，为了在工程管理的道路上更进一步，杨健正在备考二级建造师，利用业余时间学习建筑工程管理与实务、建筑法规及施工管理等方面的书籍，增强自己的专业知识储备，并在实践中不断充实丰富。

“干不死就往死里干”

杨健最喜欢的一句话是公司电工师傅常说的“干不死就往死里干”，这看似简单粗俗的一句话，内里却有一股不服输的拼搏意味。

电工师傅是杨健在工程管理岗位上接触最多的人，他们身上粗狂豪放、勇往直前的工作风格



也让杨健深受触动。有一段时间车间生产设备经常出现跳闸现象，十分影响生产效率，车间联合行政中心逐步检查，发现问题出在配电室容量不足。配电箱内的线路急需整改，但请供应商整改电路预计需要2万多元，几位经验丰富的电工师傅一番商议后，决定在做好安全防护的前提下，尝试自行做电路扩容方案，最终竟在几个小时内顺利完成，既为公司节省了相关费用，又为下次车间疑难杂症的处理增加了经验。

什么样的品质是工程管理专员不可或缺的？杨健认为是：“能吃苦、不怕苦”，在“吃苦”的磨砺里成为工程专家。2020年夏天，杨健负责生产四部空调风柜的增加工作，为了不影响第二天正常生产，他只能抓紧转班当天的24小时，但车间中央空调施工难度大，等管道排水、开口、加阀门及管道焊接完已经是晚上9点多。又遇到风柜体积大，车间过道窄小无法通行，为了保护车间设备，杨健只能协调安装人员利用电动葫芦将风柜吊起来，全程

小心翼翼地拉动。等各部分安装完就要补水，补完水、排完气进入试运行，此时时间已接近凌晨3点。

一番调试结束时，窗外的太阳冉冉升起，生产人员马上就要进厂工作了。看着空调正常工作，不影响生产线的正常运行，杨健才松了一口气，和忙活了一夜的同事在公司找个角落短暂休息，等到8点上班又是忙碌的一天。

这种拼搏精神在行政中心并不少见。行政工作人员就像强力巨彩的“大管家”，公司众人的衣、食、住、行和生产保障都离不开他们。正如杨健所说，“在公司蓬勃发展的今天，我们会跟随公司前进的脚步，做好大后方的服务工作。”每天，他们奔波在公司各个角落，事无巨细，全心保障，为公司井井有条的运营默默付出努力，他们保障着后方，让前方战士攻克市场，共同成就了公司的辉煌。他们是我们最信赖的伙伴，也是最美强力人！



以拼搏之梯，越梦想之墙

文 / 王敏（人力资源中心）

11月21日，在距离厦门1480公里的郑州，2020国际乒联总决赛火热开打。也就在当天，郑州奥体中心体育馆聚集了一支身着蓝色、玫粉色冲锋衣的百人观赛团——来自全国各地的强力巨彩省级品牌运营商、品牌服务商、品牌工程商及总部的优秀员工受邀来到郑州观赛。在拼搏之余，践行强力巨彩的“娱乐精神”。

梦想，因拼搏而长久

从厦门到郑州，一千多公里跨越，在下飞机的刹那，霎时从暖冬化作了严寒。与四面环海、明媚湛蓝的厦门不同，郑州的主色调，是厚重的白与灰，饱和度极低的素色点

缀着郑州的冬天。这时，棉裤和暖气格外令人想念，眼镜上扑满的雾气，滤去了夏日的炽烈与秋分的萧瑟，一不小心，风跑进袖口，让人不自觉地打个寒颤。就在这样一个令人瑟瑟发抖的时间里，强力巨彩人一路浩浩荡荡地冒着刀风霜剑却满怀期盼地走进了体育场馆，一路检查过关斩将，寒冷早已在兴奋中消散殆尽，贮藏了温暖的比赛会场即刻展现在我们的眼前。

人员落座，比赛恰好开始。当努力与拼搏逐渐成为名利之锚，百人观赛团身临其境，近距离感受乒乓选手们在赛场上挥洒汗水，乒乓球一来一回的清脆响声攥紧了观众的心跳，我们也随之被运动员们的那股子拼劲所感染，热血沸腾地见证中国选手赢下比赛时的那瞬高光。老将马龙顶住压力重回巅峰，让我们看到了拼搏的意义和价值。

“成功不必在我，而功力必不唐捐”，正如获得此次乒联比赛男单第一的马龙，与女单第一的陈梦，他们的成功无不是因为从不懈怠的拼搏。孙中山先生言：“吾心信其可行，则移山填海之难，终有成功之日”。纵观马龙十余年的拼搏历程，曾数次输给黑马、错失满贯、带伤出战……方知他在梦想的征程里一路向阳，逆风生长，坚持是真。与此同时，获得此次比赛女单第一的陈梦，在同年十月的全锦赛里，拿到了2冠1亚的成绩并发表感慨：拼搏的日子总是煎熬并快乐的。

一如强力巨彩人推崇的拼搏文化与拼搏精神，生命有所拼搏的执著，才更有强度与韧性，只有坚定自己的方向，以行动拼搏，才有可能创造出令他人惊艳、令自己畅怀的奇迹，进而抵达梦想的终点。

精彩纷呈的赛场内，除了选手们拼搏的身影，还有两道靓丽的风景线。强力巨彩所赞助的LED显示屏，不仅让场馆观众能够更加清晰地观看比赛，通过场内围栏屏滚动播出的品牌广告更是向无数观众普及了强力巨彩的LED显示

屏。亲临现场的强力巨彩百人助威方阵，则通过直播信号，将强力巨彩之名传播到世界各地，与全球的强力巨彩人共同分享这份享誉世界的喜悦与自豪。

实力，因拼搏而强大

赛场之外，郑州当地的省级品牌运营商们也热情招待了远道而来的总部人员，带领大家先后参观了两处强力巨彩LED显示旗舰店。在流光溢彩的展厅里，独具匠心的展馆设计、新颖丰富的应用场景、美轮美奂的显示效果，无一不让在场的强力巨彩人震撼地感受到强力巨彩大体系的品牌发展与魅力。

“大河有水小河满，小河有水大河满”，时光荏苒，青春踟躇于莺飞草长，光阴似箭，梦想点缀于苍穹之上。2004年建立伊始，强力巨彩至今已有16年的发展历程，始终秉承合作共赢的发展方向，坚持“以拼搏者为本，创造价值，分享价值”的经营理念，以拼搏者为榜样，敢于追求，以冠军为目标，勇于超越，摒弃零和游戏、你输我赢的旧思维，树立双赢、共赢的新理念，在追求自身利益时兼顾运营商与服务商利益。

强力巨彩在寻求自身发展时，不忘促进运营商与服务商共同发展；在把握拼搏机遇时，亦始终带领运营商与服务商共同前行。多年磨砺，运营商与服务商们也见证了强力巨彩大体系的成长，越加成熟，越加精彩！

纵观现下强力巨彩的精英，正是弱冠之年、花信年华，正值青春拼搏时分。但行好事，莫问前程；行路迢迢，终将抵达。让我们拥抱“爱拼才会赢”的信条，以拼搏之梯，越梦想之墙，继续坚守“用户至上，美丽显示，以普及LED大显示为己任，为员工创造美好生活”的使命，为实现“创世界级伟大公司”的梦想而不懈奋进！

拼搏吧，强力巨彩人！

拼搏者

拼搏，是永不言弃的笃定
拼搏，是一往无前的精神
拼搏，是志存当高远的抱负
拼搏，是敢为天下先的勇气

.....

拼搏者，是道义的守护者
拼搏者，是创新的践行者
拼搏者，是荣誉的创造者
拼搏者，是光明的追逐者

.....

礼赞追梦人，致敬拼搏者



图片人物
生产中心（二部）邓小龙

信心 信念 信仰

文 / 陈嘉馨

信心、信念、信仰，任何时候都至关重要。

有崇高信仰，有为崇高信仰不懈奋斗的信念，有攻坚克难的坚定信心，LED大显示的普及将在我们手中筑就。

我们的信仰

以普及LED大显示为己任

安徽宿州作为“此去淮南第一州”，苏鲁豫皖四省交汇，是淮河文化的重要发源地，自古便是风云际会处、人才辈出地。秦末逐鹿时，刘邦正是依靠此地，施展“下邑之谋”扭转乾坤，吹响了大汉一统的号角。而不屈不挠的淮河文化，也锻造出了许迪恒从业十余年来，面对激流而奋发有为，历经磨难而自强不息的精气神。

许迪恒早在大学时期，就开始跟着自己的哥哥招揽墙体广告的业务。等到毕业，踌躇满志的许迪恒便拉起了自己的队伍，组建工程团队，在合肥成立了安徽中恒光电科技有限公司（以下简称“中恒光电”）。

坚持的信念

平面、立体、亮化……刚创业的许迪恒只要一有时间就去开发客户，各种广告招牌的工程项目他都接，白天跑业务，晚上忙安装。但万事开头难，中恒光电刚成立的头两年，许迪恒带领自己的小团队摸着石头过河，虽然又忙又累，可到年底一结算，发现公司的账面上居然是负资产。面对身边亲友的质疑，团队运营的压力，年轻的许迪恒不肯放弃，那是他第一次燃起了名为坚持的信念，“我不甘心，我不想被瞧不起，不想半途而废，不想身边的亲人需要我的时候，只能自己骂自己无能，其他什么都做不到。”

许迪恒与我们回忆，小时候家里兄弟姐妹很多，父母只是普通的农民，在那个看天吃饭的年代，经常会有吃不上饭的日子。那段充满饥饿感的童年时光刻在他的脑海里，也磨练出许迪恒不屈的精神与面对逆境时的毅力。

凭借着这份精神和毅力，许迪恒在创业路上摸爬滚打，但从未退却。2009年，许迪恒第一次接触到LED显示屏的安装项目，多年的工程经验让他在这次邂逅中窥见了LED显示屏行业光明的未来。许迪恒至今还记得当时安装的是一块户外单色屏，利润不算太高，但那块单色屏对于他而言却意义非凡——这是一块“敲门砖”，敲开了中恒光电通往LED显示屏领域的大门，让当时尚处于迷惘的中恒光电找到了发展的方向，之后他们又陆续承接了许多门头屏项目，慢慢地在合肥闯出了名堂。

2011年，名声渐显的中恒光电迎来了一个意料之外的订单，那是第一次有客户上门来找中恒光电做LED全彩屏。许迪恒坦言，当时的中恒光电在LED显示屏行业只能算是蹒跚学步的初学者，全彩屏刚刚兴起，他之前也没做过。

所以许迪恒心里直打鼓，一直在犹疑要不要接单，只怕这个项目做得不好，反而砸了这些年辛苦积攒下的公司口碑。

但进入施工后，许迪恒意外发现，经过三年磨砺的工程团队，加上有之前安装单色户外屏的技术和经验打底，进展顺利得有些不可思议，全彩LED屏的项目并没有他想象中的那么困难。

而随着LED显示屏在广告行业的兴盛，许迪恒还发现相较于其他形形色色的广告牌，LED显示屏的安装具有短、频、快的特点与优势。以前做得比较多的发光字等亮化工程，不仅施工过程繁琐、风险大、工期长，而且费时费力，利润还低。而LED显示屏，只要拥有足够的技术团队，一个10万元的订单项目仅需两天就能交工。

中恒光电决心趁热打铁，谋求转型之路，在LED显示屏行业扎根落地。如今，许迪恒常常感慨：“每当出门看到那些自己做过的LED屏，看着那炫彩的画面，感觉自己为合肥这座城市的美丽增添了色彩。”

走遍弯路，终见曙光

从门外汉到踏入LED显示屏领域，中恒光电的这段历程并非一帆风顺。相反，早些年由于许迪恒和团队对这个行业一知半解，对产品更是两眼一抹黑，和客户介绍时，业务人员除了说色彩就是谈品牌，对上游、供应链等细节都不清楚，更不懂得长期经营，中恒光电也因此走了许多弯路。

直到2014年，许迪恒在朋友介绍下，认识了强力巨彩。作为LED显示屏行业的大品牌，他对强力巨彩自然早有耳闻，但因为这些年在LED显示屏行业吃了不少暗亏，与强力巨彩合作之始，许迪恒显得格外谨慎。



他先是抱着尝试的心态，陆陆续续采用强力巨彩的LED显示屏做了好几个订单，虽然都只是小额项目，但强力巨彩每一次都没有让他失望。但凡屏幕有丁点儿瑕疵，经过反馈后，运营商都会及时予以更换，绝无二话。既解决了客户的问题，也解除了他的后顾之忧。

强力巨彩留给许迪恒的最深印象就是负责任！不用担心因为质量问题，导致钱没赚到，全赔进了售后，还毁了自己的口碑。

提及以往自己交的那些“学费”，许迪恒一脸无奈地和我们大吐苦水，“之前合作的那些深圳厂家，一旦出现问题，不是电话不接，就是消息不回，我一点办法都没有，又不能耽误工期到深圳去找他们。”在遇到强力巨彩之前，许迪恒被这些无良厂商骗了好几次。其中，有一单项目是从深圳定制的P2.5，因为质量不过关，中间换了两次屏，结果点亮效果还是不行，厂家随之也没了音

讯，本来能赚十五万的工程后来倒赔了十几万。最后，不堪售后问题烦扰的许迪恒出于对强力巨彩的信赖，选择自掏腰包换上了强力巨彩室内全彩Q2.5 Pro。果然，一次就成功点亮！

那次风波后更加坚定了许迪恒选择强力巨彩的决心，强力巨彩对于品质的保障、对于服务的承诺，让用户能够真正买得到、买得起、买得放心！同时，强力巨彩在各省会都有省级品牌运营商的旗舰店，还设有驻外办事处，即使遇到产品质量问题与技术问题，也能第一时间进行沟通 and 解决，合作期间着实帮了中恒光电不少忙。许迪恒清楚地认识到，这才是一个值得跟随和推广的好品牌！

2015年-2017年，中恒光电一直以工程商的身份与强力巨彩深度合作，所有LED显示屏的工程项目都使用强力巨彩产品。

中恒光电的华丽转身

可作为工程商，中恒光电更像是LED显示屏行业中的一匹孤狼，没有坚强的后盾，这就意味着没有强大的品牌宣传和技术支持。虽然团队每天都在外面跑业务、做推广，但一直都收效甚微。随着LED显示屏的百花齐放，更多的商户进入到这个行业，行业内的激烈竞争不可避免。夹缝求生的中恒光电不得不陷入价格战的厮杀，公司的收益更是严重缩水，员工的积极性也受到了打击。

雪上加霜的是，中恒光电做亮化工程的时候发生了两起安全事故，这些年的利润几乎都用于赔偿。而工程账期多、员工工资无法及时发放等一系列问题像是一座座大山接踵而至，让许迪恒一度心灰意冷，想要放弃自己的LED显示屏事业。“但人生都是在坎坷中成长，扛一扛就过来了。”不肯服输的许迪恒，依靠着他心底的那份信念，再一次坚持了下来。



在那段困境里，许迪恒带领着中恒光电积极自救，为公司规划新的发展道路。这时，强力巨彩向中恒光电伸出了橄榄枝。

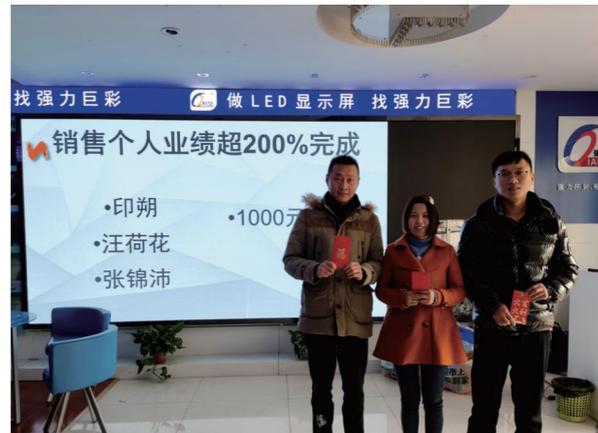
与强力巨彩两年多的深度合作里，中恒光电上下无论是对品牌、对服务还是对产品质量已经产生了充分的信任，所以对于加入强力巨彩的决定，中恒光电团队一致支持。在奔向强力巨彩的路上，许迪恒还特地来到厦门总部学习，随着对LED显示屏行业认知度的加深，他更加确定公司的选择没有错。

强力巨彩高效率的管理和严格的质量把关，让中恒光电能够放心向客户推广，不必担忧产品的质量。“质量，是企业的根本和生命，强力巨彩始终以质量为先，而且敢于兑现诺言，敢于承担责任，这样的公司肯定不会差！”许迪恒说道。

2017年，中恒光电主动申请加入强力巨彩大体系，从工程商成为省级品牌运营商，这既是二次转型，也是华丽转身。在强力巨彩的指导下，中恒光电在组织架构上进行了全面的升级改造，并且确定了未来的发展方向。

但从工程商转型为运营商，难免会有阵痛期。许迪恒在最初也曾犹疑过，“我们能做起来吗？客户都在原来的运营商手里，我们想开发，太难了。”但随着中恒光电正式加入“虎贲之师”，成为强力巨彩大体系的一份子后，强力巨彩对中恒光电的扶持也随之而来。面对最初囤货的资金压力，总部向中恒光电给予了很大力度的支持，并且随着官网和办事处各种造势宣传，中恒光电作为强力巨彩省级品牌运营商，在业内的知名度也渐渐打开。

但要整个公司由原先的工程模式转型至渠道批发模式，并非一朝一夕就能完成。组织架构、薪酬制度、订单流程、仓库管理都需要改革，同时还要调整业务团队的市场方向、业务思维。在此期间，中恒光电之前在管理与技术



中恒光电总结会

问题上存在的劣势也都一一浮现，许迪恒虽然觉得十分艰辛，但依然充满信心与改革的决心，“在强力巨彩强大的支持下，这条道路也没有那么难。”转型之路上，强力巨彩的安徽办事处和中恒光电也在共同成长，碰到问题双方会第一时间一起探讨，不断地造势、推广，开展推介会，中恒光电这张省级品牌运营商的“名片”也终于得到了市场和客户的认可。

与放弃相比，收获更多

自从加入强力巨彩，一路走来，许迪恒最大的体会就是感恩和感谢。“我很感谢自己和团队当时做了这个决定。加入强力，我放弃了原来多年开发和维护的终端客户，但跟放弃相比，收获更多！”

这三年间，中恒光电由原来的10人团队发展扩张到28人，特别是销售团队的表现有着长足进步。转型之初，强力巨彩总部在了解了中恒光电的具体情况与困境后，先是对中恒光电的团队分工进行优化，指导中恒光电为每个销售员配上销售助理，让销售员在外跑业务时，能够全心与客户进行谈判，报价等琐事则由销售助理来做，大幅提升了团队的工作效率。

强力巨彩总部还会不定期地为他们安排培训，分发系统、完整的产品教材，让销售人员知其所然，知其所以然，深入了解整个行业，与客户介绍时也能够为其深度剖析利弊，让客户更加信任中恒光电，公司业绩也因此直线上扬。

除此之外，许迪恒还学习强力巨彩的销售模式，每年都会给中恒光电的销售团队设下年度任务指标，再具体分解成月度指标并分发给每个人，而且每周还会进行一次销售会议，分享大家的成功经验，并将会议成果整理后列入中恒光电的经验库，以便后期进行新人培训。

“中恒光电登上强力巨彩这艘航空母舰后，就立刻腾飞了，刚开始的时候飞得不是特别稳，跌跌撞撞的。但我们认真听取总部给出的建议，坚决落实总部所有政策方针，始终贯彻强力巨彩的战略大方向，才有了今天的成绩。”

许迪恒说他记忆最深的，还要属当初仓库的备货发货问题。按照以往惯例，客户通常会在16:30左右才付款，导致仓库要在16:30之后才能下单，造成每次仓库到晚上20点，货都还没有发完，经常会拖延至深夜，仓库的工作人员也经常向许迪恒抱怨下班太晚。中恒光电为此开会讨论多次，但总想不出更好的解决方法，这也成为许迪恒当时管理上的一大

烦恼。后来，许迪恒专门就这个问题请教了强力巨彩中部大区总监廖小斌，廖总在得知许迪恒的烦恼后，很快给出了解决方案：首先让客户提前打部分定金，方便中恒光电提前备货，而意向订单备货完毕后，先留着不发，等货款到账之后再出库。这样一来，既利用了仓库上午空闲的时间备货，也解决了仓库人员下班很晚的问题。

自从成为强力巨彩的省级品牌运营商，许迪恒的心态也在不断地成长。原先做工程时，他对客户总是患得患失，哪怕面对很多恶意拖欠货款的甲方也不敢得罪，只能顶着坏账的风险，硬着头皮接项目，导致公司现金流紧张。但现在，享受到强力巨彩的品牌红利，中恒光电在安徽的辐射面和影响力不断扩大，很多客户都认准了强力巨彩的品牌主动找到他们。因此，许迪恒面对那些要账期难啃的客户也敢于坚定地说“不”。如今，中恒光电走的是现款现货的路线，资金链的良性流通也让许迪恒敢大胆囤货，客户来考察时看到满满的仓库，自然就能感受到中恒光电的实力，合作起来更加放心，订单也就越来越多了。

跟随强力巨彩以来，除了行业资源的分享，对于公司定位的厘清更让许迪恒受益匪浅，

他不仅找到了自己对于事业的明确目标，中恒光电也被赋予更多的行业期望，吸引了众多品牌服务商的加盟。对于中恒光电的前途，他信心满满！

中恒光电的信心、信念、信仰

“以普及LED大显示为己任”是强力巨彩的使命之一，也是强力巨彩伟大的行业信仰。这同样也是许迪恒的行业信仰，他对于“普及”的理解很质朴，就是让每个用户都能够买得起强力巨彩的LED显示屏，把LED显示屏做到千家万户，做进每一个乡村祠堂，走薄利路线让更多的人能够使用LED显示屏，不必再去选择投影仪、拼接屏或者DLP背投。

随着中恒光电的逐渐壮大，期间也有许多其他品牌的厂商找上门，试图让中恒光电为他们代理产品，但都被许迪恒严肃拒绝了，“干事业就要持之以恒，不能这山望着那山高，那样的话什么都做不好。总部严格的管理和高效率的执行，能让我们看到更远的将来，我们也会继续坚定不移地跟着强力巨彩走，跟着总部的政策走。”如果说许迪恒之前的信念是那份百折不挠的坚持，是为家人

创造美好生活的向往，那么他如今的信念就是跟随强力巨彩大体系，一同向“创世界级伟大公司”这一目标发起冲击！

2020年初，面对疫情寒冬，各行各业前路迷茫，中恒光电却不改初心，仍然加大力度，加紧囤货，许迪恒直言他之所以敢于做出这样的决定，一方面是因为中恒光电累积了足够的客户资源，并且在疫情期间他们仍然在不断地进行客户开发。另一方面是对于强力巨彩和LED显示屏行业的信心！他相信疫情期间肯定压抑了很多的刚需，疫情解封后市场需求会在短时间内爆发。

“2019年底，我们就做好了规划，2020要疯狂地搞地推推介会，我们相信好的质量，一定会有好的市场。我们只要信心十足地去推广，不怕囤货风险。”

市场回暖后，战斗力充足的中恒光电率先打响旺季之战，发动全体员工积极开展扫街、扫楼等地推活动，开发品牌服务商，进一步扩大客源。强力巨彩得知后更是大力支持，让安徽的驻外业务团队全力配合，助力安徽中恒光电与众多供应商伙伴们一起推广繁荣，向普及LED大显示之路更进一步！



我们的信念 点亮每个角落的显示屏



中恒光电在强力巨彩的指引下，无论是销售团队还是技术员工都愈加成熟。在这样欣欣向荣地发展下，他们也吸引到了许多年轻具有活力的品牌服务商，安徽晟达电子科技有限公司（以下简称“晟达电子”）就是其中之一。

晟达电子的创始人殷现银出身科班，在专业领域很有一番自己的见解，“让美丽的显示屏绽放每个角落，让灿烂的颜色点亮每双眼睛，这不单单只是利益，更是一份社会责任。”如同强力巨彩“小模组、大显示”的口号，无数的强力巨彩人正在通过一块块小模组，点亮世界。

殷现银说，他做的第一块单色屏选用的就是强力巨彩，之后又陆续做了一些教育机构、事业单位的LED工程，始终使用的是强力巨彩显示屏。而中恒光电作为强力巨彩的省级品牌运营商，在合作过程中，以专业、耐心、负责的形象给殷现银留下了很深刻的印象。

创业前期，晟达电子作为行业内的初生牛犊，没有口碑，也没有宣传，业务量岌岌可危。这时，是中恒光电慧眼识英雄，向他们伸出了援助之手，为晟达电子介绍代工业务渡过了最困难的时期。殷现银感慨道，“可以说没有中恒光电的扶持，就没有现在的晟达电子。”加入中恒光电的麾下后，晟达电子好不容易拿下了一些大型项目，却苦于进货资金不足，无法出货。中恒光电在了解情况后更是不吝扶持，大方地给予账期，帮助他们走上正轨。

自从晟达电子成为强力巨彩的品牌服务商后，殷现银调侃道，他们现在就连出门干活都更有底气了，“因为不管遇到什么问题，我们背后有强力巨彩、有中恒光电。”

强力巨彩与中恒光电为晟达电子带来的不仅是业务，还有公司发展的方向，使他们不至于像之前的无头苍蝇一样，东一榔头西一棒子，业务范围杂乱。从刚起步时依靠做代加工糊口的个体户，到后来跟随强力巨彩主攻LED显示屏，晟达电子的客户群体也在慢慢变化升级，如今主要以企事业单位为目标，配合集成商竞标做方案，不仅业绩利润翻了好几番，公司规模也扩至10人，影响力还扩散到了蚌埠市的周边地区。

“真正吸引品牌服务商加盟的不是我们，是强力巨彩！”看着晟达电子发展欣欣向荣，许迪恒如此感叹道。他与我们介绍，中恒光电始终将强力巨彩“同心、同德、同行、同分享”的管理理念贯彻落实到实践中，“第一，我们会定期为旗下的品牌服务商组织全方位的技术培训；第二，通过我们渠道找来的甲方客户，也会介绍给品牌服务商去对接；第三，中恒光电的销售还会不定期下地市做回访，解决他们面临的问题，就像当初总部及时为我们解决问题一样。”一如当初强力巨彩扶持中恒光电，如今的中恒光电也在尽己所能，帮助年轻的晟达电子以及更多品牌服务商，在LED显示屏行业生根发芽，同行在普及LED大显示的路上。

我们的信心 100%信任+100%付出



与中恒光电、晟达电子一起拼搏、成长的是强力巨彩安徽区副经理，叶伟东。

2009年，在一场企业校招的宣讲中，LED显示屏几个字牢牢吸引住了当时尚未毕业的叶伟东，出自对这一新兴行业的好奇与兴趣，叶伟东向强力巨彩投出了自己的简历，成为了客服部的一名技术员。

维修、组装、安装、调试各种产品的应用方式……叶伟东的足迹遍布天南地北，第一时间为强力巨彩在全国各地的客户解决技术难题。2016年，他提出了全国运营商技术工程师回厦门总部开展技术培训这一富有建设性的计划，解决了客户端技术服务的时效性问题。他也因此在同年4月升职为客服部协理代经理，负责客服部管理工作。

2018年，当时在东部大区负责客户服务培训及运营商技术团队建设工作的叶伟东，在工作时被驻外业务团队的拼搏精神所吸引，看着大家为普及LED大显示而孜孜不倦地拼搏着，有目标有方向，跟着他们不断学习的叶伟东不禁也深受感染。2019年，他毅然决定从技术岗位转职为业务人员。

无论是在客户服务领域还是销售岗位，叶伟东始终兢兢业业，面对转岗的巨大挑战，他不断出差、拜访客户，了解市场环境问题，实地考察市场声音，还跟着相关行业的客户学习他们的营销模式，跟着大区总监学习与不同客户的交流方式。并通过自己的不断总结、不断分析，与客户建立起长期有效的沟通。

如今的叶伟东已经从销售小白，成长为安徽区副经理，他也从一名强力巨彩企业文化的执行者，转变为企业文化的传播者。在客户服务技术岗长达9年的专研，也让叶伟东对强力巨彩“以普及LED大显示为己任”的行业信仰有着更深层次的理解。

在他看来，行业的普及趋势是必然的，事实也已经证明，必须要让用户买得到、买得起、买得放心，才能打破传统显示行业的包围，把优秀的LED显示产品送到终端用户的手中。中恒光电的成功转型、晟达电子的慕名而来，再一次验证了LED显示屏行业普及的重要性与未来的发展趋势。

从技术到销售、从工程到渠道，无论是叶伟东还是中恒光电，都放弃了原本熟悉的领域。殊不知塞翁失马，焉知非福，放弃自己经营多年的一亩三分地虽然看似可惜，但舍弃的只是眼前的短期利益。当他们为普及LED大显示而不懈拼搏时，将拥有更多的收获和回报，也将走得更加长远！

11载的职业生涯，叶伟东几乎亲眼见证了LED显示屏行业的移易迁变，也见证了强力巨彩的腾飞领航。从单色产品、全彩产品再到小间距产品，从杂乱无章的产品质量到品质标准化，从行业暴利到合理利润……强力巨彩一直在以行动推动和影响LED显示屏行业的发展。如今LED显示屏在大显示领域里占有率直线上升，整个行业仍不断在增量，叶伟东直言：“我对强力巨彩充满了100%信任！对LED显示屏行业充满了100%信心！也愿意为了行业普及100%付出！”

风·声

动态，描绘发展的脉络
资讯，延伸发展的内涵
新闻，记录发展的历程

这里汇聚

风声 雨声 强力声

大事 小事 巨彩事

你所关心的

动态、资讯、新闻

尽在【风·声】



1 强力巨彩董事长朱志强荣膺“福建省优秀企业家”荣誉称号

9月29日，第十八届福建省优秀企业家表彰大会在福建会堂隆重召开，福建省副省长郑建闽、原省委副书记黄瑞霖、原副省长李川等省领导出席活动。大会揭晓了第十八届福建省优秀企业家名单并进行现场表彰，厦门强力巨彩光电科技有限公司董事长朱志强受邀出席大会，荣膺“福建省优秀企业家”荣誉称号。

据悉，“福建省优秀企业家”评选工作由福建省企业与企业家联合会组织开展，共评选出134名经济贡献突出或在抗击新冠肺炎疫情、稳就业、农业产业化等方面表现突出的企业家。本届优秀企业家参评者共有373名，朱志强董事长凭其锐意进取、勇立潮头的企业家精神和实践成果脱颖而出，荣获“优秀企业家”称号。

朱志强董事长自2004年创立强力巨彩以来，在继续深化改革开放的大好发展契机下，引领公司快速发展，取得卓越成果。2020年面对疫情冲击，朱志强董事长带领公司为防疫抗疫爱心捐款200万元，帮助上下游企业、省级品牌运营商、品牌服务商防疫，并率先恢复生产运营，实现业绩逆势增长，为保经济稳增长贡献民企力量。



2 喜讯！强力巨彩LED光电产业园一期封顶

10月8日上午，伴随最后一方混凝土浇筑到位，位于火炬（翔安）产业区的强力巨彩LED光电产业园一期工程顺利封顶，标志着项目向竣工试投产迈出重要一步。

强力巨彩董事长朱志强、副董事长周国华、总裁徐慧能等高层领导及施工方出席封顶仪式，并完成最后一方混凝土的浇筑。朱志强董事长在致辞中表示，强力巨彩LED光电产业园的建设，将助力强力巨彩实现销售额突破100亿，迈向万亿大显示市场，为强力巨彩走向LED大显示时代扬帆起航奠定良好的基础。

据悉，强力巨彩LED光电产业园总投资超十亿元，总面积达15万平方米，将建成集工业厂房、国家级技术中心、国家重点实验室、LED光电产业化基地、综合办公楼、营销公司等众多功能于一体的高端综合性产业园。

园区全面落成后，将成为国际先进的LED光电创新与研发制造基地，着力于小间距LED显示、新型显示、新材料、LED绿色环保、智能人机交互、多屏交互、智能播控等前沿技术的研究和产业化，向产业链和价值链高端迈进。同时，园区还将大批量导入国际尖端生产设备，打造现代化智能制造车间，全面提升产能，满足全球各地的供应需求。



3 爱心点燃希望，强力巨彩开展爱心捐款帮助患癌员工

10月12日，一场特殊的爱心捐助在强力巨彩厦门总部进行，朱志强董事长、邓子前总监将来自公司全体员工和工会的两笔捐款交至前员工王燕手中。捐赠结束后，朱志强董事长鼓励王燕乐观应对，放松心情，早日康复。

王燕曾是强力巨彩品质工程中心制程品质部的一名员工，在职期间勤劳勇敢、爱岗敬业，2019年7月不幸查出横结肠癌。作为两位孩子的母亲，家中还有年老的父母需要照顾，在长期的坚持治疗之下，高额的费用耗光王燕多年积蓄，更让她的家庭陷入困境。

公司管理层获悉王燕不幸罹患癌症后，立即组

织发出“爱心捐款倡议书”，捐款活动得到了全公司员工的积极响应与支持，大家纷纷伸出援助之手，献出自己一份爱心。短短几天，共募集善款85131.33元，同时公司工会决定捐助王燕3万元。捐助仪式上，公司领导代表全体员工将11万余元爱心款送到王燕手中，助她度过难关。

真情相守，因爱互助。强力巨彩作为一个温暖的大家庭，在员工面对困难时感同身受，毅然伸出援助之手，用爱心点燃生命的希望，用真情传递温暖，祝愿王燕早日康复，再次回到工作岗位上。



4 浙江系统集成商一行莅临强力巨彩参观交流

10月16日，强力巨彩总部迎来了一批客人——浙江系统集成商一行50余人组团至厦门总部参观考察。

一行人首先参观了强力巨彩“荣耀与梦想”展厅，对强力巨彩在LED显示领域取得的卓越成就表示高度赞赏；交流会上，强力巨彩营销事业群总经理王兆江对来宾表示热烈的欢迎，并作了主题为“显示屏行业本质及发展趋势”的精彩演讲；同时，强力巨彩还从企业文化、公司实力、产品优势等方面进行了全方位解读，让大家深入了解强力巨彩卓越产品、优质服务和背后的匠心智造。

除此之外，集成商客户们还实地参观了强力巨彩的实验室、自动化生产车间、老化车间，近距离观摩室内、户外LED显示屏的生产流程，完善的智能制造体系和严格的品质管控体系，让远道而来的客人留下深刻印象。深入了解LED显示屏行业和强力巨彩的强大实力后，集成商们赞叹不已，纷纷表示十分看好强力巨彩的发展前景，期待未来深入交流合作。





5 强力巨彩获评厦门市2020-2021年度龙头骨干民营企业

11月1日，以“弘扬企业家精神,推动高质量发展”为主题的首个“厦门企业家日”在厦门国际会展中心举办。作为企业家日的重要活动，2020-2021年度厦门市龙头骨干民营企业榜单公布，并现场授牌，厦门强力巨彩光电科技有限公司作为光电行业的代表企业荣耀上榜。

据了解，为推动民营经济高质量发展,大力培育发展龙头骨干民营企业,经过媒体宣传、企业申报、材料审核、征求意见、复审、市民营办组成单位会议评审及公示后,最终认定90家企业为厦门市2020-2021年度龙头骨干民营企业，涉及平板显示、光电、计算机与通讯设备、集成电路、软件和信息服务、新材料、文化创意等领域。

作为领先的LED显示屏企业，强力巨彩扎根厦门十余年，致力于将LED显示屏普及到千家万户。深耕LED显示屏产品研发，专注全国分销渠道市场建立，强力巨彩已打造3公里服务圈，

为用户提供高质量产品和优质服务，让用户买得到、买得起、买得放心，广泛得到市场和用户的认可。

荣获厦门市龙头骨干企业，充分肯定了强力巨彩的综合实力和影响力。带着这份肯定与鼓励，强力巨彩将继续秉承“诚信共赢、实事求是、令人尊重”的核心价值观，发挥民营企业 and 企业家精神，奋勇拼搏，为厦门市经济发展做出更大的贡献。



6 强力巨彩斩获福建省两项重要荣誉!

11月21日，2020福建企业100强研究发布会暨福建企业家大讲堂在宁德举办。会上发布了“2020福建企业100强”“2020福建制造业企业100强”等诸多荣誉榜单，强力巨彩凭借耀眼的营收额与超强的企业实力入围“2020福建制造业企业100强”和“2020福建战略性新兴产业企业100强”！

据悉，本次制造业百强的评选对象包括福建的国企、民企、外企等各种所有制企业，主要以营业收入为标准，考核企业净利润、资产总额、纳税总额等综合指标，所评选出一份严谨、科学、专业的榜单。而“2020福建战略性新兴产业企业100强”则是为促进福建省企业发展战略性新兴产业所推出的新榜单。

匠心筑梦，实业报国，作为福建省制造业的典型代表，16年来，强力巨彩始终专注于LED显示屏，坚持以实体经济为发展根基，以智能制造推动产业升级，斥巨资引入国际一流设备，7个智能化生产车间，28条全自动流水线，实现大规模生产、大规模品控、大规模供应、大规模销售、大规模技术保障等。强力巨彩以用户易见、易买、易得、易服务为宗旨，践行核心商业使命，坚定不移地推动LED显示屏行业商业化普及进程。

本次斩获两项省级荣誉，是强力巨彩扎根实业、专心专注的回报。我们将不忘初心，砥砺前行，继续紧跟国家战略发展方向，立足LED显示行业，大力推进LED显示屏的普及，继续提高企业核心竞争力，发挥在行业中的示范和引领带动作用，为中国向制造业强国转型贡献自己的力量！



7 强力巨彩LED显示旗舰店遍地开花，多家旗舰店盛大开业

近期，强力巨彩LED显示旗舰店迎来开业潮。强力巨彩协同全国省级品牌运营商打造的多家显示旗舰店隆重开业，火力全开，迎接广大用户的参观体验，让更多当地用户切身体验强力巨彩的美丽显示，真正将强力巨彩的品牌和服务建设到用户身边。

2020年，强力巨彩全新开业的多家LED显示旗舰店在全国遍地开花，积极构建强力巨彩3公里服务圈，为全国用户提供本地化服务，让客户买得到、买得起、买得放心，为LED大显示的普及增添助力。



▲ 11月，强力巨彩武汉LED显示旗舰店开业



▲ 11月，强力巨彩临沂LED显示旗舰店开业



▲ 12月，强力巨彩南京LED显示旗舰店开业

8 强力巨彩“理标准、抓培训、促提升、保品质”质量月圆满落幕

为梳理技术标准，提高全体员工品质意识，促进员工综合素质的提升，强力巨彩开展以“理标准、抓培训、促提升、保品质”为主题的质量月活动。自8月启动后，质量月聚焦标准、深抓培训、严控品质，开展了客诉率目标体系改善、技术标准统一、品质事件教育训练、入库合格率提升、品质与服务理念提升、QCC改善等多个系列活动，通过多次的讨论、培训，制定多项技术和作业标准，进行多项QCC改善。

至12月初，质量月圆满落幕，系列活动取得丰硕成果，在员工中营造了人人讲品质的良好氛围，不断促进强力巨彩产品的品质提升。

◆ 技术标准统一项目

技术中心完成技术SOP标准统一，15份技术标准优化改善；品质工程中心完成50项作业标准、技术规范标准统一；研发中心完成39份研发标准统一；各中心/部门共计废除3353份不适用的规范文件，成果显著。

◆ 入库合格率提升项目

生产中心各部门针对生产中发现的三个核心问题立项改善，如灯管撞件、面罩破损等改善项目，提出改善措施，最终入库合格率有明显提升。

◆ 客诉率目标体系改善项目



◆ 品质事件教育训练项目



◆ 品质与服务理念提升项目



◆ QCC改善项目



智·见

云中世界，静里乾坤
孤云出岫，朗镜悬空
传承精神，启迪思想
管理方法，营销技巧

.....

字字珠玑，真知灼见
听智慧之音，明经营之理
烁智慧之光，见管理之道

智·见

用有温度的文字，享见智慧思想





传习录

终身美丽

引言

强力巨彩砥砺前行十六载，整个大体系始终都在孜孜不倦地努力拼搏，但是也有不思进取者与被淘汰者。当物质不再是首要追求，那整个体系的每一个独立个体到底在追求什么？总裁徐慧能在关于企业文化建设若干意见的讨论会上，与大家分享他的所思所想、所感所悟。

演讲原文

我们这个体系里的人每年都在发生变化，有很多人走了，当然有更多的人还留在这里，然而留在这里的人也有部分，已经由刚开始站在台上分享荣耀，变成现在藏在角落里。我一直在想能否用一种方式，或者讲明一个道理，让这些“藏在角落里”的人能够回忆起当年的辉煌，能够重新燃起斗志，勇敢地面对我们今天所碰到的困境。所以接下来我将分成四个部分和大家进行分享。

/ 第一篇章 懂得 /

懂得是什么？

懂得是需要穷尽洪荒之力，痛苦地付出并给出结果。懂得与知道不一样，好比很多人在问，你真的知道吗？其实他是在问，你真的懂得吗？所谓的知道是你仅仅只是知道而已，但是你没去做；而懂得是你不仅知道，你还做到了。

要懂得什么？

感恩！以感恩之心为出发点，才能真正去努力结出感恩之果。

有很多人对我说：“我一直对你很感恩，甚至我也经常对别人说，我对你很感恩。”那么，到底什么是感恩？感恩之心人皆有之，如果从人性本善来讲，每个人都愿意做一个感恩的人，但是每当在碰到困难的时候，比如我很感谢你，但是现在我要生存，所以我必须做出不符合感恩的事，这真的叫感恩吗？所以很多人虽然知道感恩这个道理，但是真正能做到的人不多，因为每次要做到的时候，总要你放弃很多东西。如果你真的很感恩一个人，即使外面有再多的诱惑，再多的困难，你都会努力摒弃诱惑，战胜困难，拼搏到无能为力，就算结果不好，但是你至少在为感恩的心，努力结出感恩之果。

这就是我要跟各位分享的第一个篇章，那么为什么我要最先分享“懂得”这一道理呢？因为我们团队里有部分人，他们经历过辉煌期，也经历过沉沦期，他们兴奋过，也郁闷过，而我都跟他们一起经历过，所以我要告诉他们：要懂得感恩。

/ 第二篇章 不负时光 /

接下来再来分享第二篇章，不负时光。**人生用庄子的话说：“人生天地之间，若白驹之过隙，忽然而已。”**这句话的意思是，我们人类自己觉得自己很伟大，要是放在地球上人类是很伟大，但如果换到宇宙当中，我们不过是一粒尘埃，用宇宙的运行原理来讲，

我们只是在宇宙中一闪而过的一瞬间。想想也是，其实人的寿命按照医学的说法，最长寿也只有3万多天，很少能活到4万天的。那么，在如此短暂的人生中，我们应该要怎么度过？

还是以我们团队里部分人为例。他们在强力巨彩出发之初，跟着强力巨彩努力过、拼搏过，从零到一，他们成功了，得到他们想要得到的。然而在强力巨彩由一到十的过程中，强力巨彩一直在进步，他们却止步不前，甚至沦落了。他们沦落成什么样子了？我用一句诗来形容，“八百里秦川尘土飞扬，三千万懒汉齐吼秦腔。”每当开会的时候，他们就说：“好！好！好！保证完成任务！”但每当强力巨彩要带领大家冲锋的时候，他们就说：“哎呀，肚子疼，跑不动。”可是当看到别人辉煌地站在台上分享荣誉的时候，他们又发酸了，因为去年他们也在台上呢。这种人，我们称之为“口号党”、“行动上的侏儒”。

然而，当他们在强力巨彩找不到存在感的时候，就会激发一种莫名其妙的自尊心，于是他们就变成了“外交家”。当竞争对手来拜访的时候，他们是最热情的，其实他们就是想要得到别人的夸奖，“你做强力巨彩做得很好啊”！其实他们也并不是想离开强力巨彩，这么多年，他们成功过，辉煌过，可是慢慢地他们觉得缺少一样东西，叫存在感。这种存在感并不是被别人剥夺的，是他们自己舍弃了，他们没有了目标，没有了追求，他们堕落了，可是当看到整个体系在蓬勃发展，他们又无法接受这个事实，于是他们选择在体系外寻找存在感。但这种体系外的存在感，是因为你是强力巨彩的省级品牌运营商，别人才会给你的，是一种虚假的荣誉感。

那么他们找不到存在感的根源在哪里？其实并不在于这个平台，也不在于他们自己，而是新的目标出现了。旧的目标还是可以让它们继续辉煌，但是新的目标出现后，一群人在奔跑，就你不奔跑，当然就要落后了，就会慢慢地失去存在感。你不奔跑自然有你的原因，因为你遇到了逆境。

什么是逆境？

举个浅显的例子，好比你有车，但你不会开车，你从不会开到会开，这就叫逆境。首先你要明白第一个道理，你有车，多少人还没有车呢，多少人连逆境都没有，你已经幸福很多了。其次你再去想你不会开车，不会开车就学啊，学会了不是很牛逼吗？这是第二个道理。

很多人就是想不明白第二个道理，天天在问自己：“我真的很失败吗？”都已经变成一种惯性，惯性地认为自己真的不行。其实今天我想告诉我们的省级品牌运营商，你们行的。你们不行怎么会拥有车呢？有车就证明你们成功过，也就是说从0到2000万，你们已经很成功啦，你们为什么要否定自己呢？就因为我们这体系有人更成功，在看着别人成功时，你们开始觉得自己不行，开始到体系外寻找存在感。我真的很想告诉你们，你们行的，你们至少拥有了2000万，只是现在公司要求你们从2000万做到5000万。

假如5000万是一座山，你们现在只有2000万的能力，这个是逆境，你们是想爬上去呢，还是停在原地？你们是把它看作一次磨难，还是磨练？这是值得大家去思考的问题。面对逆境，有两种选择。很多人选择的是逃避，生命如此短暂，如白驹过隙，你们要逃到什么时候，难道要逃到生命结束的那个时刻吗？还有另一种选择，在逆境中拔地而起，凤凰涅槃，找到方法，勇敢地越过去。

这个时候，大家有没有发现一个很有意思的现象，成功的人都喜欢讲自己过去有多穷多苦。我从来未发现一个失败的人讲自己过去有多穷，为什么呢？因为现在就已经够苦的，还讲啥。那么现在很成功的人讲过去，想表达什么？比如我们经常听到某个显示屏上市公司的董事长讲，他过去穷得连裤子都穿不起，你知道他在表达什么吗？他在表达，你看我过去穷得连裤子都穿不起，现在我是上市公司的董事长，你看我多成功！

也就是说，在逆境中能越过5000万这座山的，是可以拿来吹一辈子的牛。我们团队里也有，比如某两个老省级品牌运营商，他们曾经从0做到了1000万，1000万之后原地踏步了两三年还是1000万，最后在死亡边缘，崛地而起，搞了1个亿，牛吗？牛！在逆境中崛起，何其壮丽，这就是可以用来吹一辈子的。

所以，不负时光，逆境而起，方显英雄本色。在顺境中一直成长的人，这种人生是不值得回味的，没有什么特点。我一直认为，能够由成功经历过失败再成功，才能体验到成功的真谛。

/ 第三篇章 追求 /

接下来这个篇章讲的是追求，追求其实很有意思，关于追求，我想阐述两个观点。

第一，你追求的和我要追求的有什么不同？

第二，你自己的追求，即使实现了又能怎样？

这两个观点结合起来其实就是表达一个道理：**我的追求要跟你们有一定的关系，你们才会追随我，拥护我，支持我。**

追求的另一层定义是欲望，比如我想开玛莎拉蒂，这是我的欲望，跟你们没有多大关系，你们就笑着看我，但是我想让你们每人拥有一个亿，这是我的追求，你们还会笑我吗？你们不仅不会笑我，还会为我鼓掌，因为和你们有关系。所以只为自己追求的人，往往不会得到别人的帮助，因为那只是你个人的欲望而已，但如果你的追求跟很多人产生关系，能给很多人带来好处，那么就会赢得很多掌声，并且有很多人帮助你。

当我们明白了什么叫做追求，我们还要明白另一个道理：**追求的大与小。如果你的追求太小，即使实现了也还是那么小；如果你的追求很大，即使你最后没有实现，也能在追求的过程中得到很多东西。**就像我前面说的，如果我要让大家拥有十万块，大家不会鼓掌，因为十万块是小追求，大家已经拥有了，就没有那么大的动力，但如果我想让大家拥有一个亿，大家肯定都会鼓掌，在鼓掌的同时，我偷偷告诉大家，先赚个一百万，大家也会觉得挺好的。

所以首先要有正确的追求，其次要有大的追求，这是能否顺利实现目标的两大基本保障。反过来也是一样，如果你一开始追求就错了，错把欲望当追求，你就不要怨恨别人不理解你，当你的追求本身就是错的时候，所带来的行为也是错的，目标错，行为错，结果错。还有如果你的追求太小了，这倒没关系，只要你在我们这个体系内，我们可以给你树立一个极其远大的追求，创世界级伟大公司，这是我们大家共同的追求，你只需跟随我们就够了。

/ 第四篇章 美与丑 /

到了最后一个篇章，美与丑。

何谓美？何谓丑？从外表看，你真的很漂亮，但是你没有给别人带来任何帮助，你再漂亮又有什么用呢？再说了，外表的漂亮终究抵不过岁月，岁月是把杀猪刀，刀刀催人老。

所以如何评价一个人美与丑，不能只看外表，应该要看，你在别人眼中是什么样子？你有没有影响到别人，你有没有给别人带来帮助？

过去的我觉得自己很帅，但我知道我在别人眼中很丑，因为我没有影响到别人，也没有给别人带来任何帮助；但是现在虽然岁月已经爬上了我的脸颊，从外表上看，我不再年轻，但是我认为，在你们心目中我很帅，为什么？

因为我在做一件事，这件事影响了很多，改变了很多东西，同时也让世界朝着更美的方向发展，每当别人想起这件事的时候总是充满光明。**如果你成为了这样的人，又懂得感恩，又具备在逆境中拔地而起的能力，同时心怀远大的梦想，并且在孜孜不倦地努力追求。当你做到了这些的时候，你在别人心目中是什么样子的？**

就两个字，美丽！

如果一定要加上时间，那就是，终身美丽！

如何树立服务商对品牌的信心

文 / 陈纯（营销事业群）



LED显示屏行业的销售模式随着行业的发展逐渐变化，从单一模式逐步向多元化方向拓展。LED显示屏行业也已经步入转型期，产品正朝着节能化、智能化、屏幕超大化、小间距等方向发展。随着LED显示屏朝着小间距方向发展，LED显示应用渗透领域不断增加，尤其是安防监控指挥调度市场、商用显示市场和教育系统、会议等领域，LED户外广告屏在区域发展方面将向三四线城市下沉，开启全民LED显示屏时代。

众所周知，在目前的LED显示屏行业内，用户对产品与服务的认识，都是通过品牌的推广与服务商的宣传，以及平时一些制作案例的接触所获得。因此，品牌服务商对我们普及LED大显示有着极大的作用，不论是服务还是推广都是一个重要中轴。而提升客户对品牌的信心，首先要确保品牌服务商是出于自己的初心和恒心来打造品牌，那我们该如何树立服务商对品牌的信心呢？

一、当下服务商对品牌的信心来自于哪些方面

1、品牌和理念的认可。要增强服务商的信心，首先就是从观念上灌输强力巨彩品牌和公司理念，使其高度认可，才有信心去推广、销售。

2、挑选正面积极、行动力极强的服务商。对于信心的培养方面，人是关键。如果一个群体

内都是积极的人，那么就极少会出现负面情绪的传播，从而影响服务商的营销活动。

3、做好服务商的坚实后盾。对于服务商提出的问题或是存在的困难、矛盾，办事处和运营商一定要积极拿出应对措施。

4、组织服务商参观交流活动。因为服务商来自全国各地，为了让服务商对自己的品牌更加有信心，就需要经常组织他们进行考察和交流，总部也对应推出“品牌服务商回家”活动，可以增加服务商对强力巨彩的了解。

5、定期为服务商安排培训。在产品的营销、促销和产品的培训、技术指导方面给予及时的帮助，这是服务商最需要的后援之一，这点务必做好！

二、当下服务商对于品牌的痛点

1、没有好的品牌合作，产品质量难保障。

2、无现货，交期长，导致丢单，不能正常维护客情。

3、自身的服务能力跟不上，没有厂家的技术指导 and 培训。

4、产品价格贵，寻找不到性价比合适的产品来推广、销售。

5、产品线短，找不到产品全面的实力厂家合作，无法满足自身客户的需求。

6、在项目上报备时常被“翻墙”，没有安全感，不敢深入合作，有一定的防备之心。

三、我们应该如何培养服务商的品牌信心

1、多沟通、多交流，信息对称

品牌服务商在与运营商的合作过程中，希望得到厂家的重视与支持，多沟通能解决服务商心理上存在的顾虑，消除一些不必要的误会。及时沟通与交流，不仅能将公司一些扶持政策、激励政策传递给品牌服务商，同时也能了解服务商的真实心理。而且充分的沟通与交流能够为解决做好铺垫，可以密切了解服务商的客情，一定程度上也防止了市场之间的窜货行为。

2、了解品牌服务商的需求

服务商选择一个品牌去推广，更多的是想从中得到一些实际利益。针对这方面，第一，强力巨彩一直保持着品牌服务商指导价与销售价的价格体系，我们有物美价廉的产品，也有精美绝伦的高端产品，性价比与口碑都经过市场检验。其次，强力巨彩有充足的产品线，产品系列丰富，型号齐全，质量稳定，可以协助服务商完善自己的订单与项目服务能力。

当服务商迷茫自己的方向在哪里，对自己公司没有一个很清晰的规划时，作为当区办事处和运营商，我们有义务也有能力帮品牌服务商解决思想问题。

四、强力巨彩品牌能带给服务商哪些利益

1、线上、线下、终端，不断地品牌植入，已经让很多客户指定强力巨彩品牌，此时我们就需要有更多服务商协助落地，运营商和办事处可以在订单方面给予当地品牌服务商支持。

2、不断搜集当地的区域案例实时分享，便于服务商联合推广。各种样式的案例也属于一种协助资源，可以针对性的协助服务商成交订单，这也是一种硬实力。

3、对于使用方，强力巨彩的品牌口碑一直很好，便于服务商推广。而且在线上宣传方面，有百度、今日头条、公众号等平台推广；线下有旗舰店、高铁广告、展会，以及三公里服务圈的优势；对于媒体，有央视、各大杂志、报纸等商业推广，证明了强力巨彩是一个自带流量的品牌。强力巨彩对市场的投入已经说明我们一心只为行业普及，让大家看得见，买得到，用得放心。我们走的道路就是——渠道批发，利用合理的利润空间分层机制，将价格打穿。我们做的就是性价比，把更多的利润空间让给用户，从而提高市场占有率，提升品牌服务商的价值，让大家有更多的活干。

4、强力巨彩自带品牌效应，有溢价空间。当地客户咨询到总部或者办事处时，会直接转给当地服务商，提升销量的同时又壮大品牌服务商的业务规模。

5、每年强力巨彩都会组织服务商“回家”，总部及时的技术指导和新产品培训，让服务商与时俱进，扎实行业本领，让其自身更具有竞争力。

6、协助品牌服务商在当地举行推介会活动，给品牌造势宣传，提升强力巨彩品牌在当地的影响力，强力巨彩与战略合作伙伴给予全程补贴。

7、每个强力巨彩的品牌服务商都具有授权书，项目无忧，保障服务商报备项目不被

“翻墙”，不用担心安装和售后。我们也会发挥强力巨彩大体系的优势，介绍当地的服务商负责项目施工和售后。

8、当我们的优势是别人劣势的时候就更容易成功，强力巨彩打造当地巨仓，产品齐全，现货优势，交期快，不误工期，可以促成订单更快成交。

9、授人以鱼不如授人以渔。每个人对行业的认知都是有限的，但是当地办事处采取一对一沟通，开展产品知识、业务培训，手把手教你接单，让每个品牌服务商都可以接触第一手的行业资源信息。

五、强力巨彩在用户层面（使用方）的优势

用户在做出购买之前总是有很多顾虑，对产品、对公司、以及对实现的显示效果都可能存在质疑。作为区域业务人员要明白一点，用户的这些顾虑都是不可避免的，即使我们的产品是最好的，企业是最讲信用的，要打消用户的这些顾虑，我们自己需要绝对的自信，才会给用户一种信任，一份肯定，一种坚持。

作为终端的使用方，更多的考虑是产品稳定，性价比高，资金合理使用，满足需求。将心比心，当我们是用户方的时候，首先挑选的是品牌，然后会去找当地最有名、口碑最好、服务最优质公司合作。在商业LED显示领域，强力巨彩已是行业的标杆，随处可见都是我们的LED显示屏，无论从案例数量、市场占有率、出货量都遥遥领先，强力巨彩在终端大量的投入已经在本领域深入人心。

尤其是当产品同质化的时候，用户会更多地考虑节能层面，而强力巨彩的LED显示屏不仅支持低电压4.2V驱动，同时还具备动态节能功能（动态息屏），还具备PWM-SS双节能驱动芯片，灰度处理能力强，显示效果好，平均1小时能为用户节能高达30%左右。

六、真实案例分享

协助铭康光电举办推介会

品牌服务商重庆万州区铭康光电于2020年11月19日在当地举办强力巨彩推介会，为保障推介会顺利举办，办事处从1号开始协助制作预热海报，宣传造势。而且每天电话沟通邀约情况，及时跟进进度，给予协助与支持，日常会议上强调品牌服务商的推广活动，让其有更多归属感、荣誉感。办事处及运营业务人员更是提前3天到达当地，协助品牌服务商开发客户，邀约客户给予铭康光电客户资源，保证推介会后有订单让铭康光电跟进。

19号会议当天有80人左右参加，客户现场便下单的有：Q1.8 Pro、Q2-E、Q2 Pro、户外Q5 Pro，意向订单不下6个，这都是强力巨彩、省级品牌运营商、品牌服务商三方共同合作的成绩。铭康光电年度签约目标是200万，但在这次推介会后，其负责人罗总对本年度完成300万非常有信心，会议结束后，罗总也非常感谢强力巨彩及运营商的支持，他向我们表决心，明年将向500万年度目标任务发起挑战。

七、总结

通过一步一步扶持品牌服务商，增加与服务商的粘度。就像栽树一样，浇水、施肥、给予充足的阳光，从而壮大自己的枝干，开花结果。

LED大显示时代已然来到，我们坚信强力巨彩品牌服务商势必成为行业的中坚力量。加入强力巨彩，让我们一起普及LED大显示，携手共进，一起为客户带去最美丽的显示体验！

浅谈省级品牌运营商的成本管控

文 / 方小燕 (财务中心)



随着 LED 大显示行业的发展，竞争越来越激烈，产品更新换代的速度飞快。强力巨彩始终走在行业最前沿，不断引进自动化、信息化水平更高的机器设备，加大科研投入，不断推出用户喜爱的产品，抢占市场份额，引领行业发展趋势。

省级品牌运营商（以下简称“运营商”）需要跟随公司发展脚步不断成长壮大，如何在同等条件下创造更多价值，这是每个运营商都需要思考的问题。

运营商核心业务模式都是批发、零售，在激烈的市场竞争下往往忽视成本管控。事实上，成本管控牵制企业的发展，从而直接影响了企业的最终利润。

一、运营商成本管控的相关概述

1、成本管控的概念

成本管理是企业管理的重要组成部分，它要求系统而全面地对企业经营过程的各个环节进行科学、合理地管理，有利于促进增产节支、加强经济核算，改进企业管理，提高企业整体管理水平。研究成本的目的是，充分动员和组织企业全体人员，在保证产品销售的前提下，力求以最少的耗费取得最大的运营成果。

2、加强成本管控的重要性

成本管控是实现企业财务目标利润最大化的主要手段之一，资金成本、仓储成本和人员成本及其他成本构成了成本管理体系。组织好成本核算，对全面提高企业管理水平，落实企业各部门责任制度，提高企业经济效益，有很大的推动作用。

二、运营商普遍存在的成本管控问题

1、资金成本问题

A、部分运营商只追求利润高的工程项目或定制项目，这类项目普遍账期和质保期较长，容易影响企业的资金周转率，易出现坏账款项无法收回，增加资金成本，容易导致资金运转问题，阻碍企业发展。

B、大部分运营商库存周转率低，流动资产中存货的占比较大，易出现产品积压现象，本身存货变现能力较弱，大量的存货占用了企业的

资金成本，也增加了企业的管理成本，长期持有大量库存会降低流动资金比重，导致资金周转率低。

2、仓储成本问题

A、未对仓储进行规划，存储空间较为局限，货物随意摆放，不同产品型号叠放堆积，易造成某个批次或型号难于寻找，影响产品出库率，容易造成呆滞品及尾数，不利于库存的消耗，也会影响日常的盘点，降低盘点准确率，增加企业的管理成本。

B、客户备料区未进行提前统筹规划，运营商备料后未及时提货，占用了仓库空间，增加企业的仓储成本和管理成本；配件区域较为零散，排线、电源线、螺丝等其他配件未设置货架分层管理，容易遗失并且占用仓库空间。

C、仓储设备不健全，库存管理未连接财务系统，进销存台账未及时登记更新，出入库全靠仓管员的记忆，寻找存放地点，影响出货时效，也容易出错库，造成批次尾数存放随意。若客户急需某个产品批次备板，未管控的尾数库存就难于查找，不利于尾数的消耗和利用。

3、人员成本问题

A、人是企业运营中最活跃的要素，企业的经营、管理各项业务推动都是由人来完成的，这些费用表现在会计上就是工资、差旅费、招待费等诸如此类的支出，但运营商普遍缺乏对这些费用的有效管控措施。

B、部分运营商未进行放权，中高层管理者没有实质性的管理权限，难以施展管理者的水平。未建立完善的规章制度，导致执行缺乏标准，长久之下导致人才流失，人员成本也在无形中增加。

C、有些企业为了节省人员成本，一人身兼多职，岗位职责不明确，有问题处理不及时甚至没人处理，影响工作效率，多领导指挥，影响

工作人员积极性，当员工对企业没有责任感的时候，企业便会止步不前。

三、管控成本，提升效益

1、管控资金成本，提高应收账款周转率

A、运营商应少做或不做工程项目，多做渠道分销。提倡现金收款，加快库存周转率，提高资金利用率；关注应收账款账期，对客户信用等级进行评级分类，根据信用等级进行账期管理，对信用等级低的客户加强管控，减少赊销，加快资金回笼，降低资金占用率。

B、库存过高会占用资金成本，而盘活库存资金就可以让资金运转起来。运营商要合理规划库存，对呆滞品进行专项清理，不要让积压的库存占用资金，制定安全库存，既能满足销售的需要，又不会出现缺货情况，最大化地利用现有资金。

2、合理仓储布局，扩大空间利用率

A、运营商可根据现有仓储空间进行布局划分为：收货区、储存区、拣货区、出货区等，或利用钢结构支架增加纵向及横向空间，扩大空间利用率，根据产品销售情况、产品类型、产品数量等情况，依序整齐摆放在货架上，在货架显眼位置贴标识卡，注明型号、数量、出库情况、结存情况，便于代班人员出库、盘点。

B、规划客户临时寄存区，设定寄存期限、寄存数量，实时跟踪提货情况，登记客户取件情况形成《取件跟踪表》，定期分析数据，对提货效率进行排名，后续可根据排名优先备货给提货效率高的客户，并给客户一些特殊优惠权限，例如尾数样品赠送、呆滞品打折促销、获得优先购买权、赠送产品画册等。

C、通过系统进行出入库登记，财务可实时了解库存信息，及时发现呆滞品并提出改善建议，可多角度多条件地筛选产品库存，并按

客户需求发货，用最快捷的方式匹配合适的批次，尽量减少批次尾数。可根据产品入库情况进行分析，合理安排一些促销活动，加快库存周转率。

3、管控人员管理成本，以岗定人，赏罚分明

A、每一位员工的工作可能是有效的，也可能是无效或者低效的，但即使是无效的，也依然会产生成本，只不过这个成本会变成无效成本。建议每个岗位要有合适的KPI考核指标，将每个岗位的重要工作内容进行量化，转化成可量化的考核指标，通过日常绩效的考核，来完成每个岗位的工作职责，最终达成有效成本；统计、分析各项差旅费用、招待费用等其他费用，转化成标准进行费用管控，超出制度规定的需自行承担费用，并不定期对标准进行实地核查，对标准进行完善修订。

B、建议企业适当放权给中层管理者，树立中层管理者的威信，也便于中层管理者传达企业的决策，提高与基层员工之间的沟通协调，同时建立适用性的规章制度，让全体员工在工作中都有制度约束，依靠制度来推动业务发展，遵循制度并为公司创造价值者，赏；违反制度者，罚。

C、以岗定人，合理制定每个岗位的职责和义

务，便于管理和分配工作任务，使企业的组织结构更清晰，可以通过考核指标，将职责范围内的工作事项进行量化考核，各岗位职责明确，避免推诿扯皮、人浮于事，使绩效考核机制易行、公平，有利于激发员工的积极性，企业的战略性目标也更容易达成。

四、总结

综上所述，成本管理是企业进行经营等一系列经济活动中最基本的要素，贯穿于企业整个生产经营的始末，具有举足轻重的作用，是财务管理的集中表现。

良好的成本控制管理有利于降低企业成本，能够提高企业资金周转率和库存周转率，增强市场竞争力，有利于优化改善企业的经营管理水平，促进企业的持续发展，提高企业的盈利水平。

如今，成本管理在企业管理中越来越重要，运营商需要在增加销售渠道的同时，需采取行之有效的管理和控制措施。例如，综上所述的疏通资金流转环节、统筹规划资金管理、加强仓库建设、做好人员管理及其他成本管控，以达到降本节能，提高企业经济效益的目的。



面试中如何高效识别人才

文 / 王敏 (人力资源中心)



站在辛丑年门口，LED显示屏行业从“无人区拓荒”到如今，爆发呈现出前所未有的新技术井喷式发展，竞争局面愈加激烈。跟随强力巨彩大体系发展的运营商在此时更应乘势而上，在抓住机遇的同时，运营商团队也亟待扩充建设，否则没有人才，再宽的护城河也难以持久。那么，如何在面试中高效识别人才，找到合适的人选组建拼搏队伍呢？

一、了解人才的定义

首先要从人才的定义上看。何谓人才？从资料解释中看，人才为具有一定的专业知识或专门技能，并进行创造性劳动，对社会作出贡献的人，而从人力资源角度来看则更显精炼——人才指代兼具较高能力与素质的劳动者。

追根溯源，人才一词出现得似乎更早——出自古老《易经》中的“三才之道”。孔子及孔门弟子《易传》中讲到：“《易》之为书也，广大悉备。有天道焉，有人道焉，有地道焉。兼三才而两之，故六。六者非它也，三才之道也”。所谓“三才者，天地人”，类似于五行。天才，天纵之才，可遇而不可强求；地才，尝尽世间百态，负阴而不可多得；人才，居天地间之能人英才，是易为我所用之人。

那运营商们需要什么样的人才呢？显而易见，不同岗位所需的人才对应能力不同，但团队组建的模式所对应的人才类型却与当下流行趋同。

1、团队倾向精兵策略——实干型人才

在业务方面，“小团队干大事”，是当下不少企业越来越明显的工作趋势。团队从科层制组织的金字塔，转变为灵动性强的小组模式，从正规军向特种部队转型，不论是小公司，还是大公司大团队，也逐渐将大而粗细分为小而精，运营商的企业性质决定了团队的精简程度，也决定了人才的类型基本要求。

小团队，大成就：2012年，16人的Facebook收购了价值10亿美元的图片社交软件Instagram；2004年，12人的谷歌团队推动了电子邮件Gmail功能上线。

小团队，精标配：优步打车，每个城市的运营只设立一名总经理、一名用户管理与一名司机，打造「城市铁三角」。

由此可见，当要实现小团队的精兵策略时，更要求求职者是一名有能力的实干型人才。这不再只是老生常谈的管理套话，而是成为每个团队带头人的首要任务。

2、建设学习型组织——学习型人才

著名教育心理学家德韦克曾说，决定我们是否成功的，不是能力和天赋，而是你选择僵化型思维，亦或是成长型思维。社会发展前行，对人才的要求也随之发生了一项重要的位移。谷歌有个经验是，招聘“学习型动物”，要求人才具备自我驱动能力，能够进行远超过工作需要的高强度学习，从而通过掌握的技能达成工作目标。过去有种说法，团队人员需要新的技能，那带头人要自己先学会了，再教给团队成员。纵观当下工作现状，由于一份工作需要太多技能标签，团队每个人都需要各自去学习，才能相互支持、相互培训、快速前进。因此，学习能力强的人才成为了当下人才需求意识的主流。

3、与企业文化相容——适应型人才

招聘的宗旨是“人岗匹配，人文匹配”，尤其是企业招聘中高层管理岗位，“人文匹配”比“人岗匹配”更重要。“人文匹配”实际就是求职者与企业文化相一致，尤其是价值观，企业文化中的价值观就是企业遵循的判断事物是非对错的标准。纵观各公司的人员辞退或者流失，很大一部分原因来自于价值观不相容。

二、运营商现阶段团队招聘的主要方向和要点

诚然，运营商们想要取得发展，离不开招兵买马，但更离不开核心人才的支

撑。作为运营商，本身经营的公司就类似于一个小世界，需要“人才”在其中各司其职。而不同的发展阶段，运营商们需要的人才以及架构也不尽相同，大致分为四个阶段。

1.0 成长型运营商阶段

公司初创，基础客户与订单较少，只需要如图简单的人员构成即可。前期可以没有业务员，由运营商公司总经理直接负责业务版块，成为经济支柱。但是，销售助理不能少。销售助理是合作的好搭档，能够分担老板琐碎的事项与繁冗的工作，配合对接、服务客户，甚至是未来发展销售团队的潜在人才储备。



1.0 阶段：组织架构



1.0 阶段：营销模块

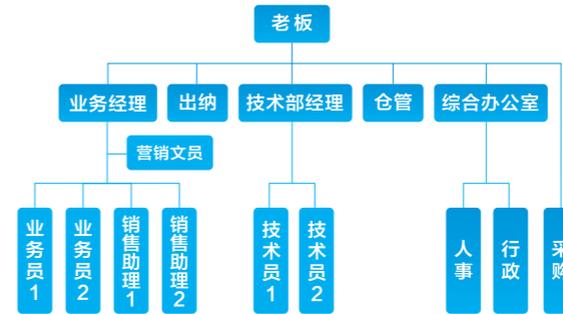
2.0 发展型运营商阶段

2.0阶段相对1.0来说，客户积累处于完成阶段，公司业务量已达可获取利润的程度，但是处于增量突破瓶颈的境况。

这时的公司人员，一方面要着重招聘专职业务员，可以出差或者拜访客户，具备专业知识、技术以及素养，帮助实现客户和订单的增量，要求其实现效率原则与质量原则。另一方面销售助理的角色职能发生了转换，除了老客户的客情维系与订单交付，还要负责对接1-3名业务员带来的新增客户，以及新客户的咨询、订单交付等工作，进一步升级销售助理的能力与发展空间。

3.0 进步型运营商阶段

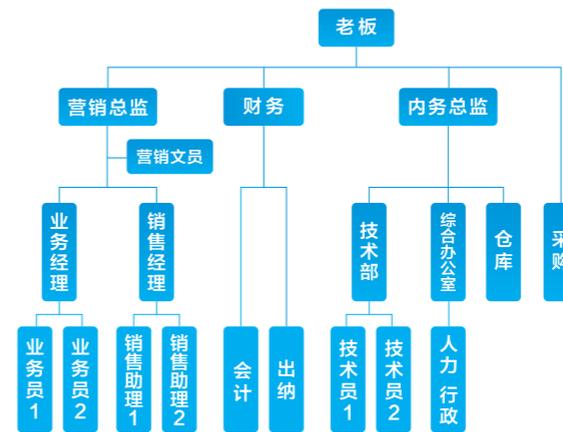
3.0的升级已经出现了职业经理人，由职业经理人负责业务版块，并对已经基本成熟的业务团队进行提升。同时，公司需要培养专业的技术人员，以保证订单的售后服务及时到位，为后续的合作添砖加瓦。



3.0 阶段：组织架构

4.0 成熟型运营商阶段

在3.0阶段之上，4.0增设销售部管理层级，因此销售部主管成为需要招聘或者是内部选拔提升的岗位，负责销售部日常工作的培训、管理与考核。此时业务量增大，涉及的账务也是非常繁杂，不是一个出纳所能解决的，财务部门以更加规范的形式出现，需要增设专业性更强、素质更高的会计等岗位，对公司的账务进行优化处理。采购与仓库的规模也更具体，需要加派人手以加速订单的出货率。



4.0 阶段：组织架构

因此，运营商所需人才对应的岗位里，无外乎有三类，即营销人员、内务人员、财务人员，是以，运营商们可根据发展阶段以及对应阶段所需人员岗位对应的特点，优先瞄准人才，招合适人才，逐步建设人才梯队。

三、面试中如何高效识别人才

如何判断求职者是否为我们所需要的人才呢，我们今天就简单讲讲以下几道识别筛选门槛，助力高效面试。

1、看外表

五官好看与否不是最重要的，但气质是一定要有的。气质是个大话题，与生俱来却又受后天环境影响，就像着装，你可以穿质地并不华贵的衣服，但一定要干净整洁，举手投足礼貌谦逊，一看就是有教养有素质之人，而素质与教养并不是短时间内生成，必须是经过较长时间的习以为常，装不出来的。通过外表，就基本能判断受过教育的程度和家庭出身。

首先是男士衣着正式合体，女士淡妆，可以看出对面试官的尊重及对本次面试的重视程度。同时，穿戴干净整洁的人，都是对自己要求比较高的，行为习惯较为自律；而不修边幅，衣服皱巴巴，在面试的场合仍不知道整理的人，可见对自己都疏于管理，何谈对工作的敬业精神。

其次从服装色彩上也可以看出求职者的几类性格，看是否符合用人需求：喜爱穿颜色鲜艳的衣服的人多活泼，为人豪爽，大大咧咧，较莽；如果身上穿的过于花哨，多少有些喜欢张扬；喜爱穿深色衣服的人，为人较注重细节，较稳重；喜爱穿白色等淡色

系的人较为谦和，更加注重生活的品质；喜穿红色的人热情大方，但有可能好冲动。如若从衣服的款式来看，也可以看出一些门道。套装在身显刻板，但执行力与办事能力较强；喜爱穿休闲装的人多喜爱自由，为人随意，言语表达一般较好，容易相处；喜爱穿时装的人，这样的人思想开明，易采纳吸收不同的意见，较经得起挫折；如果打扮十分前卫，那多是敏感之人，偶有愤世嫉俗之人，这类人情感丰富，只要话题聊对就十分好相处。

不同岗位的人需要的性格不同，面试时可以大致从中分析一二。

2、看谈吐

有的人长得非常漂亮，但是开口说话就会破坏原有的美好印象。我们首先从语速的快慢来看出性格品性。

说话语速快的人一般性格比较外向，不矫揉造作，思维敏捷，应变能力强，并且口才较好，能说会道，善于交际，

会迎合对方的心理，在交际场上更加如鱼得水，也更容易达到自己的目的。但是这类人可能性格比较暴躁，容易生气、发怒，遇事武断，可能会一意孤行。

说话的语速相对比较慢的人，属于慢性子，说话通常是不紧不慢，即使有比较紧急的事情，他照样能够雷打不动地用平缓的语速来转述。这样的人大多温柔善良，为人宽厚仁慈，富有同情心，能够关心和体谅他人，思维细致，善谋划，能够吸取他人意见，但又不失自己独到的见解。但他们可能思想比较保守，对新鲜事物有排斥的倾向，原则性很强，思维不够敏捷，做事总是犹犹豫豫，缺乏魄力。

其次我们可以在面试的沟通中分析求职者说话是否有逻辑，表述是否清楚。

比如在自我介绍中，由于成年人的注意力时间只有一分半钟，逻辑性强的求职者除了介绍自己外，还会在面试官面前突出自己的特点、呈现优点以便抓住你的注意力，如果求职者不能在一分半钟内抓住你的注意力，那就说明求职者的逻辑性和条理性较弱。

还可以通过情景设定或者让求职者讲述一件自己熟悉的经历，如果求职者给出了“总-分-总”的结构式回答，那就意味着这位求职者的思路与逻辑相对清晰，如果给出的是车轱辘话，倒来倒去，那自然

就意味着这位求职者的条理性较差。

除了回答的内容可以进行研究外，还可以从谈吐看出个人的素质。例如在面试中如果能感受到求职者在抢话题，那可以判断求职者有可能是一个过度自我的人，表现欲强，也代表着此人过于自信。当然，有意愿使对方从“你说他听”变成“他说你听”，也说明他是一个缺乏耐心、不善于倾听的人。而懂得倾听的人，则是较为专注的人，能与他人实现有效沟通，并且达成思想的一致和感情的共鸣。

3、看眼神

面试中，眼睛是探究求职者素质与诚信度很重要的窗口。

单看眼睛，可以看出很多东西，如果一个人眼神涣散，对周围的事情没有兴趣，那么他的生活状态也不会太好，如果一个人眼睛非常有神，说明他是一个有目标的人。当然，从眼神中探寻“猫腻”也是常用的方法。眼睛作为心灵的窗户，让求职者在被直视的状态下说话，眼神飘忽不敢直视，有可能是心虚的表现，其语言的真实性有待考察。

4、看行为

很多时候，一个人的品性是暴露在各种行为中的。

例如姿势，许多求职者没有意识到面试其实从接待室就开始了，因此在这样轻松的状态下能够更直观地观察求职者。如果求职者坐挺坐直，颈部伸直，耳朵与肩膀对齐，胸部微微撑挺，比无精打采者更显自信。

面试时如果求职者总是动静过大，比如坐不住，或者翘腿，并将腿换来换去，通常认为是无聊、不耐烦的发泄。相反，身体微微向前倾、头微微朝上、并随着与面试官的对谈随时点头，则表示认真倾听。

可以注意的是，求职者身体不自觉地向前倾，说明对面试官说的话感到舒适和赞同，相对来说，遇到不喜欢的话题或者人时，身体就会向后倾，当然，如果谈话的内容产生意见分歧的时候也会这样。在一般的情况下，人们总是将身体倾向于自己感兴趣的事物，远离那些自己讨厌的东西和话题。

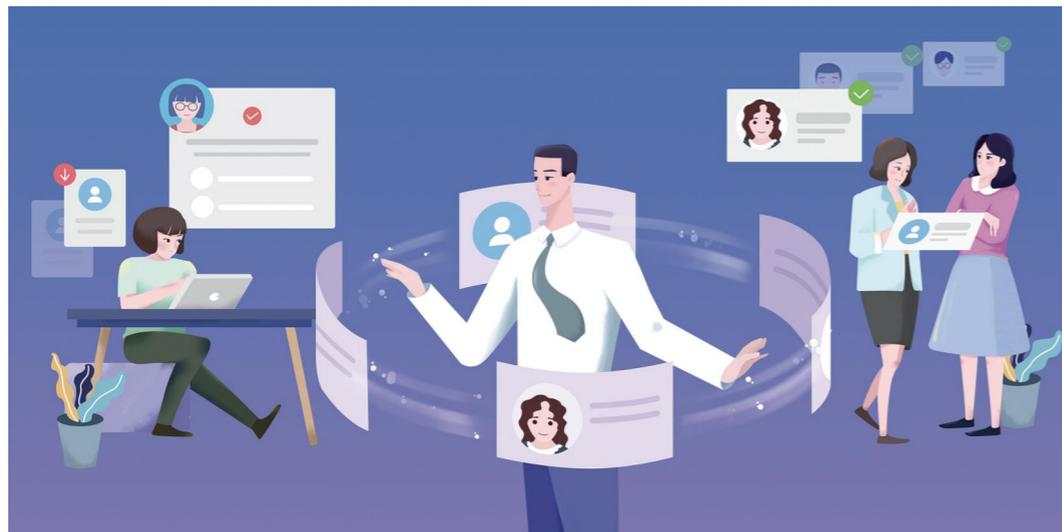
其次，头部倾斜是一种良好的讯号，人只有在感觉舒服和愉悦的时候才会倾斜头部，如果在面试中，对方多次出现头部倾斜和笑容，就是说这次面试过程很愉快。相反的，如果多次出现擦拭前额的动作，就要警惕了。

另外，手势也是观察的一个方向。十指交叉本来是自信的表现，但注意了，十指交叉紧扣是紧张和缺乏自信的信号，手指搓动手掌或双手搓动是缓解心理的不安，很多时候在说错话，或表达出现问题的时候会通过搓手来降低压力。如果在说话过程中会用手抚摸颈部，那么代表他并不是十分自信，或者是尝试通过抚摸颈部来释放压力。面试中的小动作过多，如求职者频繁触摸自己的脸或者头发时，通常表示需要自我安慰，这样的行为是软弱与缺乏自制力的体现。

四、总结

面试是一门学问，远不止今日所谈。人是复杂的，面试其实就是阅人，既要向书本学，更要在实践中学，不断总结经验，阅人才会越来越准。

“能用人者，无敌于天下”，人才作为企业的生命力，知人善用有助于企业发展长青，做好选人的这一步，运营商们也将离成功更近一步。



心远“行”更远

——重视长期利益，运营商才能长远发展

文 / 卢钦煌（广东诚行总经理）
王强（广东诚行营销总监）



在LED显示屏行业，做工程模式，应收款大，公司经营风险大，现金流断裂的风险也非常高；相反，做渠道模式，风险低，可以服务的客户量大，涉及的客户群体广，能满足更多人对显示屏的需求，自然钱也赚得更多，走得更长远。

以诚行自身为例，运营商只有重视长期利益，搞批发，做渠道，才能越做越大，路越走越宽，发展越来越快。

一、广东市场短期求利的工程思维盛行

随着LED显示屏行业的飞速发展，在广东市场，有好多入陆续开始运作渠道模式，但目前广东短期求利的工程思维依然十分盛行，主要有以下几个原因：

1、历史原因

很多工程商的资金链是不安全的，做工程的时间越长，公司的不良账款越多，每年的资金或多或少被压在项目里面。有很多工程商也羡慕做批发的现款现货，风险低、回款快，但是迫于自己的资金情况，不敢退出来做批发，原因主要是：一方面自己没有良性的现金流，根本做不来批发；另一方面放弃工程模式后，之前那些不良的账务基本很难要得回来了，很少人能抗住这笔损失，所以只能硬着头皮继续做工程，因此造成恶性循环。

2、利润原因

纯批发的订单往往毛利空间不高，如果运营得

不好，库存周转太慢，会导致看起来资金的投入产出比不高。相反，做工程的订单账面毛利空间比较诱人，不考虑其他因素，好像投入产出比挺高的。很多人做工程习惯了，看不到做工程环节复杂、成交周期长、隐形费用多、回款周期长等其他因素，也看不到批发模式操作简单、现款现货、高速周转、覆盖面广等优势。再加上眼界有限，觉得自己现有的资源无法支撑做好批发，自然而然就放弃往前走一步。

3、市场原因

在LED显示屏行业，广东相较于其他省份而言比较特殊，其他省份LED显示屏厂家极少，品牌化的环境已经建立了，所以做批发就更加简单快捷，但在广东市场，有三千多家LED显示屏生产厂家，品牌林立，市场容量大，因此做工程相对容易，相反，做批发因为竞争激烈，导致困难系数直线飙升。种种原因复杂交错，导致目前在广东市场短期求利的工程思维依然十分盛行。

二、广东诚行坚持长期经营

在这种行业现状下，广东诚行以发展的眼光看问题，果断脱离工程思维，始终坚持长期经营。

1、放短求长，可持续发展

诚行扎根广州，放眼广东，做了十几年的工程，见证广东LED显示屏行业的发展，也看到太多同行的起起落落，更能看清广东市场的现状和未来发展趋势。

广东LED显示屏厂家不计其数，价格混乱，导致品质、服务都良莠不齐，这对诚行来说是冲击，也是机会，而且我们预测未来行业一定会趋于品牌化、规模化，最终市场必然都要洗牌，我们看好LED显示屏这个行业，想在这个行业里长期发展下去。所以我们必须顺应时势，放短求长，而且我们相信选择大于努力，选择一个有发展的大品牌和大平台至关重要。

2、真心为用户，运营商才能走得长远

未来，竞争越来越激烈，我们更应该从产品本身和用户角度去考虑，用户需要的就是品质稳定可靠、性价比高、售前售中售后服务好、品牌知名度高，只有真心对待用户，满足用户的需求，做好公司自身经营，就一定可以在广东越做越好，越做越良性。

3、对强力巨彩企业文化的认同

我们与上个品牌终止合作，主要是由于他们的内部管理混乱、产品品质不稳定，在寻求新的合作伙伴时，我们多番考察了行业众多品牌，进行认真地分析与评估，最终还是更加青睐强力巨彩，希望能携手合作。这几年，我们感受到强力巨彩的发展速度非常快，特别是去了总部后，亲身感受到了强力巨彩的综合实力，让我们更加有信心，而且强力巨彩的企业文化是我们非常认同的，“用户至上，美丽显示，以普及LED大显示为己任，为员工创造美好生活”也是我们一直想做的事，所以毅然决然选择跟着强力巨彩走。

三、加入强力巨彩，广东诚行的改变

1、心态改变

加入强力巨彩后，作为运营商最大的感受就是压力更大了，当然压力就是动力，将激励广东诚行向更高目标前进。

◆ 来自外部的压力

以前的我们一直比较低调，圈子不大，感觉行业内的竞争也不大，现在圈子变大了，面临的压力也就更大了。



广东诚行店内全景

◆ 来自大体系内其他运营商的压力

与上个品牌合作的时候，我们在那个体系里是相对比较优秀的。现在加入强力巨彩后，看到体系内的前辈，大部分都做得更好，令我们常有一种紧迫感，要求自己快点进步，不能落后。

◆ 来自内部管理经营的压力

以前团队不到10个人，都是老员工，比较好管理，现在团队增加至30个人左右，内部管理的压力剧增，幸运的是我们可以多跟办事处和总部沟通学习，加快调整。

2、思维转变

接触强力巨彩之前，广东诚行更多强调的是每个人的自身能力，没有提升到团队观念，大家在一起接二手工程赚钱，努力的兄弟就多赚一些，不努力的兄弟就少赚一些，没有拧成一股绳做事的观念和氛围。加入强力巨彩后，对团队有特别深的感触，我们感受到了大体系的力量，把一群人组织在一起，往普及LED大显示的方向前行，一起做改变行业的伟大事情。目前我们的思维更加清晰了，诚行也从之前的“个人作战”模式，转变成“团队作战”模式，多跟体系内的其他前辈学习经营管理经验，将诚行的团队打造得更加专业、高效。

在利润方面，我们也有了改变。这一路走来，从工程模式转变成批发模式，最开始的时候，单个订单的毛利很低，也因此经历了痛苦和迷茫。但总部和办事处一直鼓励我们，不把眼光放在当下，放眼于长期收益，相信未来有更高的收益。因为大团队的坚持，我们已经从之前的小办公室到现在的1500m²的展厅，从以前的10人团队到现在的30人团队，这巨大的变化和成长就发生在这段时间内。现在的销售额对比以前翻了几番，没有一笔坏账，账上的资金也充裕了，库存也越来越齐全，毛利总额对比之前也有了大幅增长。

3、完善组织架构

加入强力巨彩大体系后，总部给予了很多帮助，近期我们也跟办事处一起开了多次会议，重新梳理了组织架构和未来的重点工作。在原有服务集成商等二手工程的项目部基础上，重点投入资源和团队，新增了渠道部和商务部，各个板块的具体工作职责也有了清晰的规划。

渠道部：开发省会和各地市品牌服务商，尤其是重点扶持核心品牌服务商，走单元板和配件流通的方式，扩大客户基数和销售规模，通过增量的方式，提升影响力，毛利总额自然就增长起来了；

项目部：维护原有集成商客户，同时开发新增客户，并为客户提供完美的二手批发工程服务；

商务部：做好业务团队和核心客户的服务及对接工作，保障团队良性发展。

组织架构完善了，我们的管理思维也清晰了，接下来的方向会更加坚定。

四、未来，坚定不移建设渠道

不管目前的现状有多么艰难，广东诚行始终坚定信念，最难走的路就是最长远的路，相信未来一定会更好。成功是可以复制的，强力巨彩大体系全国一百多家运营商都在稳步前进，相信广东诚行也一定可以。而且我们在广东市场拼搏这么多年，积累了大量资源，加上强力巨彩的品牌红利和大力扶持，我相信，诚行能够快速提升，早日实现过亿的销售规模。

把用户放在“心里”，用户就会把你放在“心上”。未来广东诚行会以为用户提供超高性价比、超稳定质量、超优质服务为出发点，一方面结合自身的情况，按照强力巨彩的指引，有规划的去开拓市场，大力开发优质的品牌服务商，做好渠道的布局；另一方面，修炼好内功，提升团队的综合能力，相信我们的未来一片光明！

见智·名家名言

以古为鉴，可知兴替
以人为鉴，可明得失

观名家，阅名言
领略思想的高度
感受见地的深度
他山之石，可以攻玉
博观约取，见微知著

.....

战略，是目标的聚焦
管理，是决策的艺术
文化，是企业的灵魂

见智·名家名言
品读成功背后的管理哲学与生存智慧



名家语录



徐小平 真格基金创始人 新东方联合创始人

不要用兄弟情意来追求共同利益，这个不长久，一定要用共同利益追求兄弟情意。**不能纯粹为了理想去追求事业，但你的事业一定要有伟大的理想。**



彼得·德鲁克 现代管理学科开创者

效率是“**以正确的方式做事**”，而效能则是“**做正确的事**”。对企业而言，不可缺少的是效能，而非效率。



苏世民 美国黑石集团创始人

失败是一个组织最好的老师。开诚布公地客观谈论失败，分析问题所在，你就会从失败中学到关于决策和组织行为的新规则。如果评估得当，失败就有可能改变一个组织的进程，使其在未来更加成功。

匠·品

以匠人之心，琢光影之器
用精美之品，传真善之意
初心在方寸，咫尺在匠心

技术、服务、产品

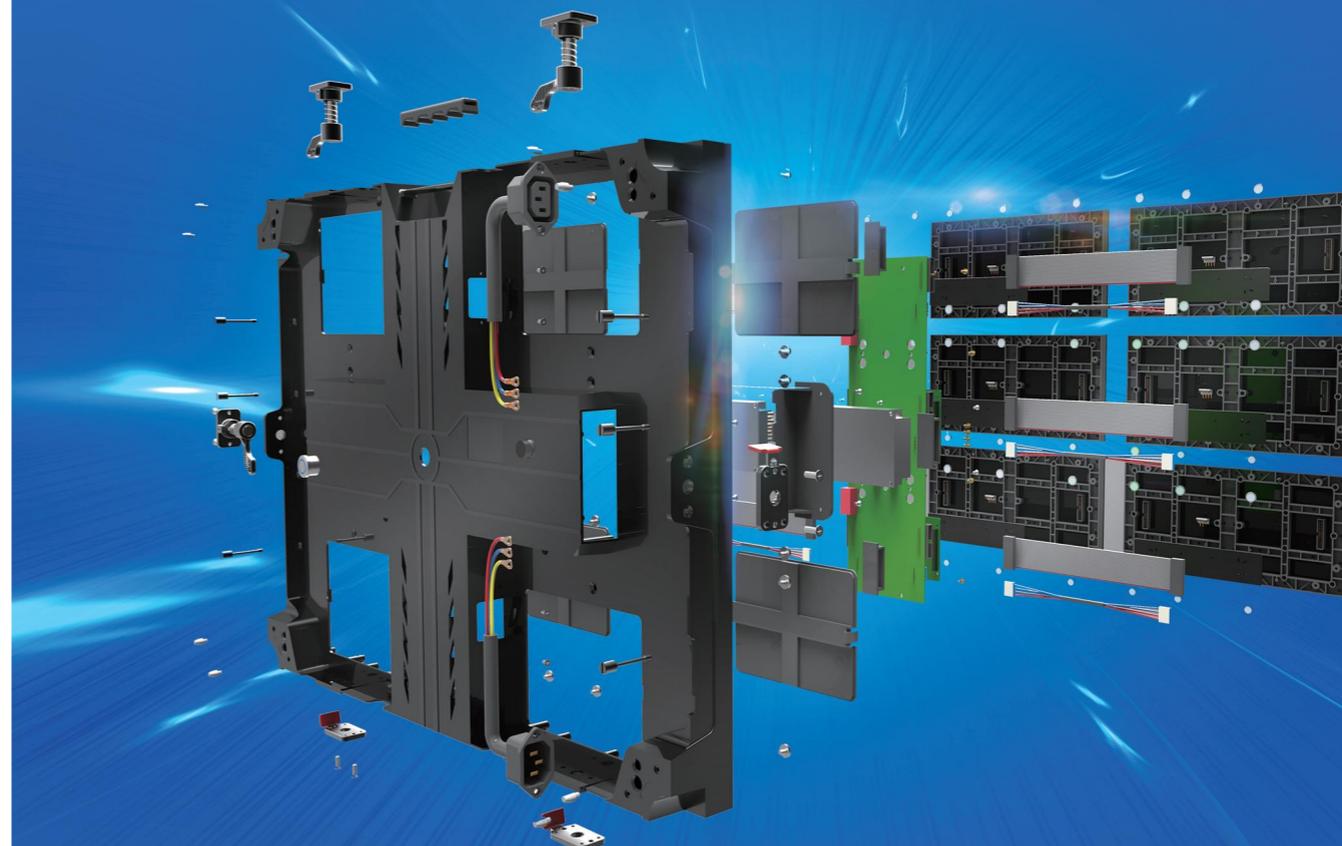
在传承中坚守

在坚守中创新

在创新中发展

在发展中荣耀

.....



2020年第四季度新品 强势来袭

伴随小间距 LED 显示技术的日趋成熟和城镇化，互联网 + 和智慧城市建设的不断推进，使得工程商、集成商、终端用户对小间距 LED 显示屏的关注度越来越高，对其显示效果、高色彩还原度及无缝拼接的要求也越来越高。

强力巨彩始终秉持着“用户至上，美丽显示”的使命，在最后一个季度，特携带强力巨彩 Pro-Max 系列产品和强力巨彩智控盒隆重登场，助推 LED 显示屏产品商业化普及。



Q Pro-Max 强势袭来 Q系列家族增加新成员



高端大气

全新铝底壳设计，轻奢风格，外观高端、大气，富有灵动气息。

平整度佳，不易变形

航空级铝合金材质压铸，高精度 CNC 加工，平整度好，完美金属结构支撑，平整度 $\leq 0.1\text{mm}$ ，无缝拼接，不变形。



高效散热，寿命绵延

密封式铝合金后壳设计，增大数倍散热面积，散热快，有效降低屏体温度，寿命绵延。

三年质保，售后无忧

Q Pro-Max 产品享受三年质保承诺，售后无忧。



除此之外，Q Pro-Max还涵盖Q Pro产品所有功能

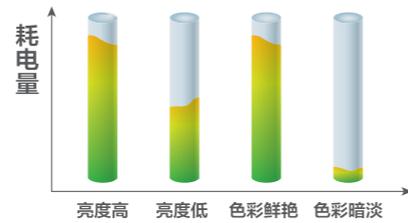


高清高刷，显示细腻

配备PWM-SS驱动IC，刷新率≥3840Hz（超刷级），高清高刷，拍照无水波纹；灰度处理能力最高支持22Bit，低亮度不失灰度，显示更细腻。

低压启动，动态节能

支持4.2V低压启动，智能息屏动态节能，综合省电30-45%。



标准尺寸，安装便捷

延续标准通用的 320*160mm 单元板尺寸，维护升级更便捷，安装省钱又省力。

镁丽箱体，最佳搭档

可搭配镁丽箱体，贴墙安装，全前维护，节省装屏空间。

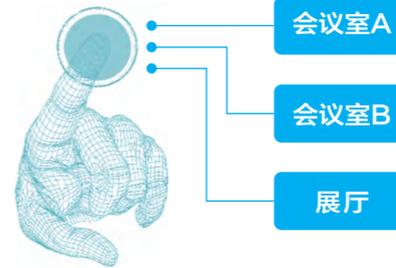
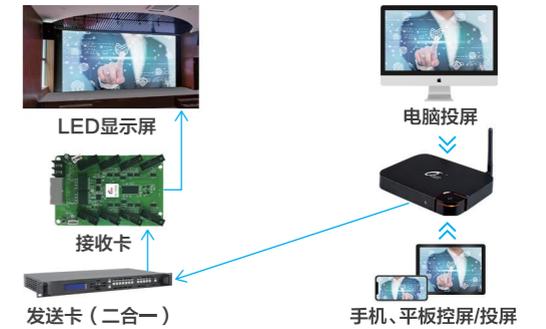


产品型号	点间距 (mm)	分辨率 (Dots)	单元板尺寸 (mm)	扫描方式	亮度 (cd/m ²)	刷新率 (Hz)	灯管型号
Q0.8	0.88	360*180	320*160	1/45S	≥600	≥3840	SMD0606
Q1	1	320*160	320*160	1/40S	≥600	≥3840	SMD0808
Q1.2	1.25	256*128	320*160	1/32S	≥600	≥3840	SMD1010
Q1.3	1.37	232*116	320*160	1/29S	≥600	≥3840	SMD1010
Q1.5	1.53	208*104	320*160	1/26S	≥600	≥3840	SMD1212

改变！让大屏播控更简单一点 强力巨彩智控盒轻盈上线

升级轻松一点点

兼容现有系统设备，新旧LED显示屏均可升级，玩屏投屏轻松实现，轻松拯救老屏操作复杂的应用难题！



工作减少一点点

改变了专人专管的模式，一人多管，简单通用的操作让“普通人”用手机/平板就能轻松适应，轻松玩屏。



画质清晰一点点

硬件解码，超清画质，支持全高清和超高清窗口播放，画面逼真细腻。

响应麻利一点点

配备5G WIFI芯片，30米内信号稳定，响应速度快，操作“0”延迟。



接线简单一点点

也可直接代替电脑和处理器，仅用一根HDMI线即可用于LED显示屏影音播放。



操作简单一点点

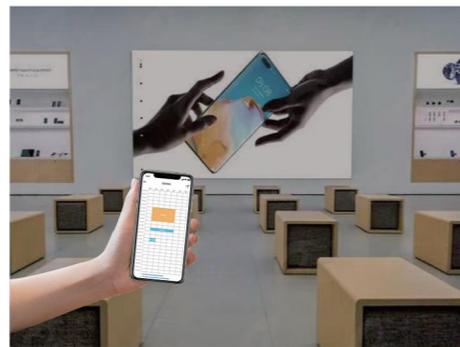
支持视频部分“切割”“溢出”功能，假如屏幕非规则，只需选取视频一个部分内容实现点对点显示、图像居中显示，呈现完美的视觉效果。

所见即所得，LED大屏界面与手机APP操作界面一致，播放窗口大小、位置均可手指缩放、拖动，随意分屏，让节目编辑如同玩手机一般简单，真正的随心所欲操作。

功能齐全一点点

支持Android、iOS系统手机、平板APP控屏，支持手机、平板、电脑投屏，自带会议模块，会议主题、会议场景轻松简单编辑和切换，直播、开会如此简单。

支持字幕、轨迹字幕、炫彩文字、图片、轨迹图片、2K视频、4K视频、投屏窗口、外接信号、日期、时间、播放画面元素丰富。



产品类型	强力巨彩智控盒 2K版	强力巨彩智控盒 2K投屏会议版	强力巨彩智控盒 4K版	强力巨彩智控盒 4K投屏会议版
产品型号	QL250	QL280	QL480S	QL480M
最大播放图层数	5		10	
最多视频窗口数	2个 (1920*1080)		4个 (1920*1080) 或1个 (3840*2160)	
控制方式	手机APP+平板APP			
功能	播放	播放+投屏+会议主题	播放	播放+投屏+会议主题
应用场所	展厅、商场、橱窗、大厅、电影院、酒店等	展厅、商场、橱窗、会议、电影院、酒店等	展厅、商场、橱窗、大厅、电影院、酒店等	展厅、商场、橱窗、会议、电影院、酒店等

案例展示



有一处不同 便是与众不同

——强力巨彩智控盒教你轻松玩转会议室

文 / 蔡清锋 (市场部)

如果你受够了会议室的投影仪，受够了只能“暗中进行”的会议，也受够了DLP和LCD拼接屏割裂画面的物理拼缝，那么LED显示屏就是最佳选择。LED显示屏可大可小，还能小屏投大屏，无论大型、中型，还是小型会议室都能带来舒适的视觉体验。

但在日常使用过程中，由于LED控制系统的专业性强，您是否遇到过以下情况：

- 1、开屏时，屏体不亮，视频处理器、主控灯不亮或乱闪，喊技术人员来处理，时间已过去5分钟；
- 2、设备多，接线乱，故障排除难，一个异常排查需要10分钟；
- 3、培训老师自带电脑，要投屏，又要切欢迎界面拍照，重新喊技术人员来操作，时间又过去10分钟；



设备多、故障排除难



设备多、接线乱

4、投屏器质量差，延迟高，语音不同步，还卡顿，画面比例不正确，显示失真，培训效果差。



画面不同步

5、等到培训完后，一堆设备、一团线、一群灯乱闪，场面令人发愁，不知从何开始收拾。干脆眼一闭，总闸一拉，瞬间一切太平，让此屏继续静待下个有缘人。

为进一步解决现有LED屏使用过程中的操作难问题，让LED显示屏使用不再是一种困扰，让人人都会用LED显示屏，强力巨彩特推出强力巨彩智控盒系列产品，使LED屏播控变得简单，实现节目编辑智能化，播放控屏人性化，更好地践行强力巨彩“用户至上，美丽显示”的使命，助推LED显示屏商业化普及。

那么智控盒应用在会议室里面，具备什么优势呢？

首先智控盒可直接代替电脑和处理器，减少了设备数量，仅用一根HDMI线对接主控即可，连接完成后，设备无需再进行任何拔插或按键的切换，其他功能均通过APP实现，既解决了接线乱、不好排查异常的问题，也避免因屏体未显示导致的人员误操作情况出现。

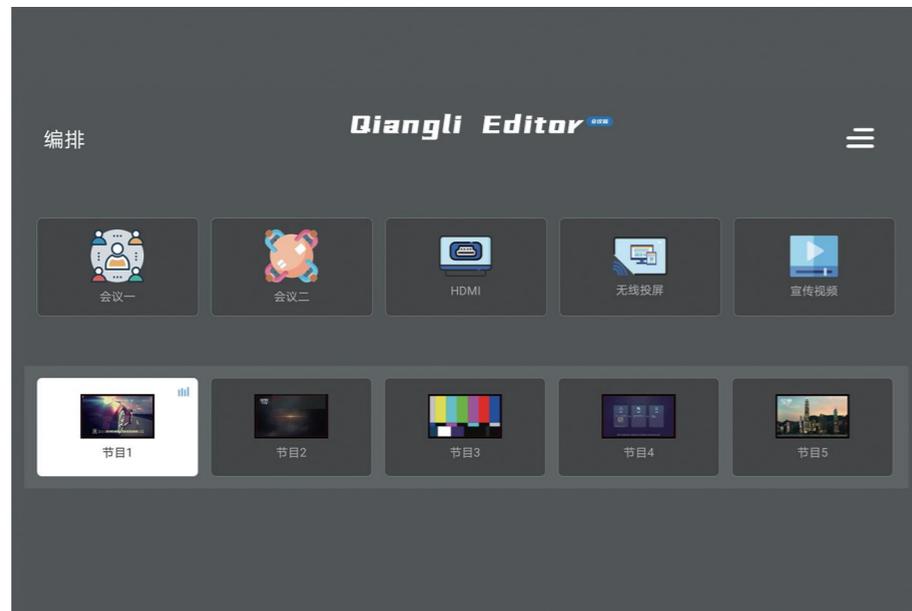


强力巨彩智控盒

智控盒支持Android、iOS系统手机、平板控屏，也可以支持手机、平板、电脑投屏，无论老师带的是华为手机、苹果手机、荣耀平板、iPad 4、笔记本电脑等均可应对，随意投屏，培训方式不再受限，再加上5G WIFI芯片加持，传输无延迟无卡顿，硬件解码，还原真实效果，视觉效果美轮美奂。

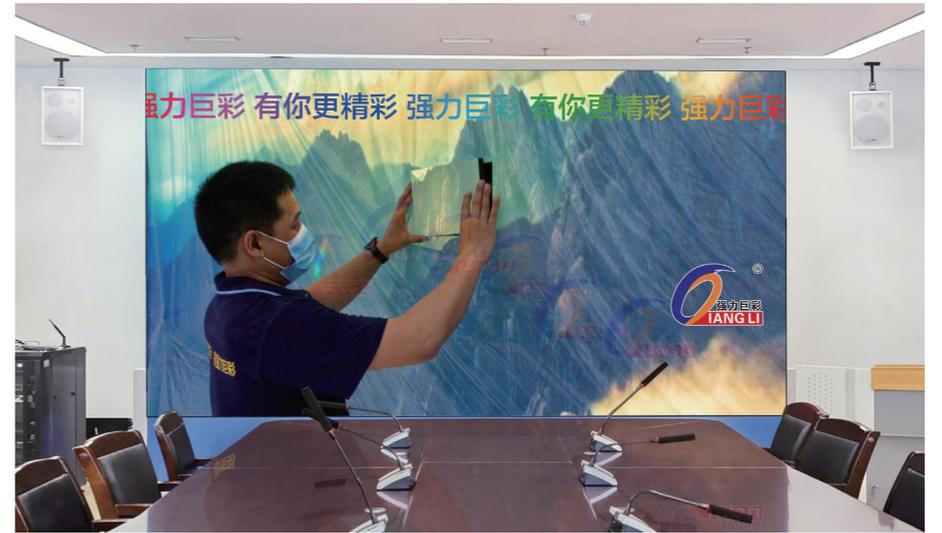


同时智控盒会议版（QL280与QL480M）自带会议室专属会议模块，最大支持预设36个主题/场景，会议上通过会议中控平板进行欢迎词、会议主题、会议排程、企业宣传片、会议内容等主题场景的自由切换，无论是培训、交流会、线下会议都能完美应用，玩机般、所见即所得的操作界面，让任何人都可以轻松当主持人。



智控盒会议版（会议室专属会议模块）

最后，也是智控盒最强大的一点功能——素材处理功能，自带10图层的叠加显示、任意开窗、拖动、切割功能，和字幕、轨迹字幕、炫彩文字、LOGO、图片、轨迹图片、2K视频、4K视频、投屏窗口、外接信号、日期、时间等素材自由DIY功能。让画面点对点显示，会议内容清晰明白，企业宣传片也变得与众不同，精彩炫酷，科技含量满满。



轨迹Logo+宣传片+炫彩文字



多窗口+不规则屏幕满屏

强力巨彩智控盒的推出，也印证了强力巨彩始终秉持着“用户至上，美丽显示”的使命，为了给用户提供更完美的产品和服务体验，我们在追求卓越、精益求精的道路上，始终孜孜不倦，拼搏前行！

后疫情时代的 “芯”未来

文 / 林婷婷

张世侨 Zhang Shiqiao (视芯科技 副总经理)

2018年，强力巨彩携手视芯科技，开启战略合作，共同秉持着“用户至上，美丽显示，以普及LED大显示为己任，为员工创造美好生活”的崇高使命，向深蓝大显示挺进！

近两年，LED芯片行业本就处于激烈的价格竞争阶段，又加上2020年疫情挑战，整个产业链市场不活跃，生产及营收再度缩减，整个行业面临重新洗牌的命运，面对如此严峻的形势，LED芯片企业该如何求变？未来LED芯片又将迎来什么趋势？本期特邀杭州视芯科技有限公司副总经理张世侨进行精彩分享。

Q: 2020年的疫情，对LED芯片行业的影响如何？

A: 2月初整个行业还在兴致勃勃地准备开工，可是到了2月底发现市场并没有需求，到了3、4月份，市场需求基本上停下来了，一直到5月底随着国家疫情防控出现转折点，LED芯片行业才开始真正复苏，所以纵观2020年整个上半年，整个行业是很惨淡的。

但是到了下半年，市场有了转机。先看国内市场，需求奇迹般地爆发，同比去年同一时期，甚至还有所增长；再看国外市场，由于疫情还



未得到控制，销售额只是去年同一时期的2-3成，但因为这个行业国外市场的销售额一般只占总体销售额的40%，今年国外市场的销售额更是只能占到总额的8-10%。所幸国内市场的小幅度增长填补国外市场的部分亏损。

因此，从整个国际市场来看，2020年LED芯片行业的产值对比往年有所下滑，但是影响没有想象中严重，这已经是相当乐观的了。

Q: 近几年，LED芯片出现低价和利润下滑的情况，能具体跟我们谈谈这一行业现状吗？

A: 这几年，LED芯片的价格一直处于低价的状态。从2017年至今，LED芯片企业的利润持续下滑，这主要是因为行业越来越成熟，整体市场趋于平稳，加之库存释放的影响。各位同行也在积极利用清库

存的活动改变这一状态，经过两年多的努力，到2019年年末芯片供需关系趋向平衡，因此从第四季度开始，不少LED芯片企业利润开始抬头，产品价格和利润也慢慢上涨，大家积极布局2020年的市场计划。

但2020年开头的一场疫情，又让这个行业回到“解放前”，复工项目延期令产能下降、生产进度放缓，虽然下半年有所回温，但还是使得开始活跃的芯片市场再度陷入寂静，所以LED芯片企业利润目前依然处于持续下滑状态。

Q: 针对这一行业现状，您有哪些建议可以与同行分享？

A: 任何行业，从不成熟走向成熟阶段，毛利率下降，这是必然趋势，谁也阻止不了。

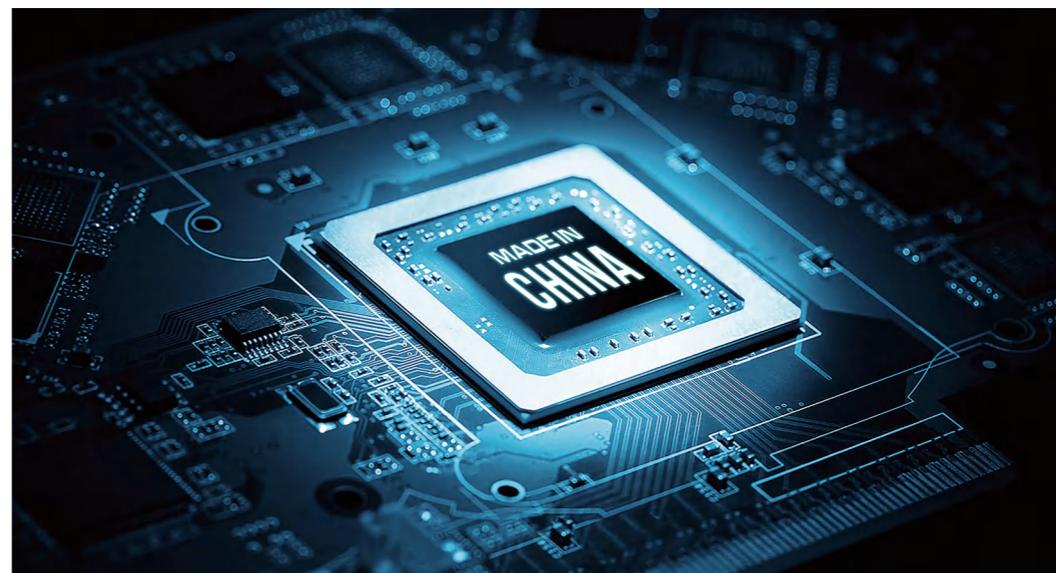
针对这一行业趋势，不同的企业会有不同的做法。有的企业第一反应就是省成本，但这一方法要非常谨慎，如果是通过技术

创新达到省成本的目的，这种做法是可取的；但很多企业选择降低材料品质来省成本，这是很危险的做法。LED芯片行业集中度越来越高，大客户的订单量越来越大，一旦出现质量问题，但凡就一次，赔偿金额都会达到上百万，你省下来的成本未必足够弥补这一次损失。所以如果硬靠降低成本来保障总体利润不下降的话，还是建议使用创新技术、工艺等方法。

还有另一种做法，也是视芯科技一直在做的，那就是薄利多销。毛利率在下降，但是把量做起来，总利润就不会下降。为了抵抗这一趋势带来的影响，视芯科技在保证产品稳定、质量可靠的前提下，积极开拓市场，提高销量，以期求得企业稳步发展。

Q: 未来，LED芯片的发展趋势是什么？

A: 第一方面，对LED芯片企业而言，虽然近年来LED芯片价格下降，但受益于小间距显示屏的市场占有率增长，Mini LED、Micro LED等产品市场整体占比有所提升，所以 Mini



LED、Micro LED芯片成为LED芯片企业未来提高产品竞争力的关键，由此大量的芯片企业涌入Mini LED、Micro LED赛道，以求提升企业利润。

据权威机构预测，国内Mini LED应用市场在此后两三年内将达到20亿元以上，并将快速形成规模化发展，加上随着LED显示屏点间距越来越小，小间距以及Mini LED显示屏的需求将会持续上涨，而Mini LED被认为是小间距到Micro LED的过渡产品，因此Mini LED已成为新一代的显示技术趋势，而Mini LED、Micro LED领域则成为各大芯片企业未来的战略必争之地。

第二方面，对LED芯片这一产品部件而言，芯片的走势是由显示屏的走势决定的，由于LED显示屏已然进入了“小间距时代”，间距从2.0到1.5到0.9甚至更小，芯片肯定也要跟着这个趋势变化。之前显示屏间距在1.0以上时，芯片产生的变化不大，只是扫描数由少变多，但是间距发展到1.0甚至0.9以下后，芯片的变化就大了：第一要求集成度更高；第二由于间距小，灯管之间、电容之间的相互影响更大了，对效果的处理要求也就更高了。

所以随着“小间距时代”的到来，LED芯片未来发展的主流趋势将是集成化和简单化。要解决芯片尺寸缩小、相对亮度提升、小电流显示均匀性好、可靠性高等一系列难题，控制电路集成化是有效举措。

集成化方面：在集成更多数量晶体管，提升芯片性能的同时，需将多个功能模块封装在同一颗芯片里，从而实现芯片功能多样化。

简单化方面：以线性驱动芯片为代表，线性芯片采用一体化方案，全贴片器件、外围元器件少、散热功能强等特点，将增强保护性能。

同时，Micro LED、Mini LED对LED芯片的制造工艺也提出更高要求，芯片越小对光刻的精确度要求越高，切割分裂的难度越大，测试分选的一致性、准确性要求也越高。

Q: 随着Mini LED、Micro LED技术的发展，视芯科技是如何应对的？

A: Mini LED、Micro LED技术的发展，特别是Micro LED，对LED芯片而言是革新，单从架构方面就需要发生巨大变化。因为Micro LED的间距更小，在0.5甚至0.3以下，单纯依靠我们这个行业的技术是没办法达到最佳状态，需要运用其他行业的技术来做。目前同行都在“试水”阶段，大家都在边走边看，是否有更加合适的方案。

视芯科技目前正在做两手准备，一方面保底方案是从传统方面做技术储备，用扫描来做小间距的模式，由于这种模式本身就存在很多问题无法克服，而Mini LED、Micro LED更小，难度就更高，所以如果这种传统方案继续运用在Mini LED、Micro LED上，弊端就更明显，甚至都无法确保其稳定性，但这保底方案还是要拿来当备选。另一种依靠全新思路的新方案，我们也已经提上日程了，并经过多方探讨，雏形已形成，不过目前还是保密阶段。我相信联合整个行业的力量，共同探索，LED芯片的未来光明灿烂。

谈及LED芯片行业和视芯科技的未来，张世侨在一问一答间透露着一股“谦逊的自信”。这种自信是源自视芯科技多年来始终怀揣着初心，不断创新技术，提升品质，在市场惊涛骇浪中，勇立潮头，劈波斩浪，扬帆远航。

2021 HAPPY NEW YEAR

勇担使命开启新征程 砥砺前行再创新辉煌

牛年春节 好运连连

2021



强 / 力 / 巨 / 彩 / 有 / 你 / 更 / 精 / 彩



强 / 力 / 巨 / 彩 / 有 / 你 / 更 / 精 / 彩