



拼搏者

FIGHTER



封面人物

周宗吉

倔强是内心的坚守

夜空中最亮的星

记录拼搏故事

我们的价值

04
2019年12月
强力巨彩企业文化内部读物



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
周有文 Zhou Youwen | 黄文杰 Huang Wenjie
廖小斌 Liao Xiaobin | 邓子前 Deng Ziqian
阳亭 Yang Ting | 郭雪静 Guo Xuejing
钟如春 Zhong Ruchun | 周德华 Zhou Dehua
田丰 Tian Feng

主编 CHIEF EDITOR
栾春风 Luan Chunfeng

执行编辑 EXECUTIVE EDITOR
陈建 Chen Jian | 林婷婷 Lin Tingting

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.qllled.com>

投稿信箱 SUBMISSION BOX
2851151733@qq.com

服务电话 SERVICE LINE
400-100-1222



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。

历经艰难困苦 方能玉汝于成

——致全体强力巨彩人的一封信

“困难越大，荣耀也越大”，即将结束的2019年，印证了哲学家西塞罗的这句名言。

在LED显示屏行业深入变革，市场竞争持续加剧的2019年，虽然遭遇前所未有的挑战和困难，但强力巨彩从未停下前进的脚步，勇立潮头，劈波斩浪，再创辉煌战绩，销售额再创新高，市场份额飞速飙涨，用拼搏付出书写新的辉煌。

在此，特别感谢广大用户、合作伙伴对公司最真切的信任和支持，感谢全体强力巨彩人的拼搏和同行，感谢员工家属们的理解与奉献！

过去十五年，强力巨彩用“信徒”般的虔诚，和伙伴、客户一起，把LED显示屏带到“村村祠堂，镇镇礼堂”，璀璨绽放各行各业。可以自豪地说，强力巨彩行业首创的分销模式，在LED显示屏商业化普及的历史进程中立下赫赫战功。

放眼未来，LED显示屏行业依旧是一个激动人心、充满希望的行业。强力巨彩15年的积累，必将大有可为，我们的每位同事也大有可为。国家战略的制定、国家计划的颁布、智慧城市的建设方兴未艾，消费者渴望享用更优质的LED显示产品和服务。所以，我们在经营管理上必须苦炼内功，提升经营管理质量；在组织变革上解放思想、激发活力，提高工作效率；在技术创新上求真务实，勇立潮头，引领行业发展；在客户服务上，努力满足客户需求，实现公司新未来。

沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。伟大的背后都是艰难与磨练，任何困难与挑战，休想阻挡我们前进的步伐，我们终将实现梦想：成为世界级的伟大公司。

厦门强力巨彩光电科技有限公司
董事长

牛志强

目录 CONTENTS

寄·语

历经艰难困苦 方能玉汝于成 001

一 | 风·采

图说 004

产品案例 006

专题策划：夜空中最亮的星 009

为了真实、全面地展现强力巨彩办事处同事的日常工作，经过前期沟通与了解，企管部内刊组于十月下旬分别前往四川、广东区域市场，跟随办事处同事一道进行实地走访，近距离观察、感受他们的日常工作与生活中的酸甜苦辣。并通过与省级品牌运营商、品牌服务商的沟通，捕捉强力巨彩人最真实、最鲜活、最生动的拼搏状态与精彩瞬间。

永远热爱 永远执着 040

激情燃烧的岁月 043

陈财彬升职记 046

逐流不随波 朱洋的故事 048

“狼性”叶淇文 052

二 | 拼搏者

倔强，是内心的坚守 056

“忘掉所有‘不可能’的借口，去坚持一个‘没问题’的理由。”这是周宗吉时常挂在嘴边的一句话。

每当产品出现品质问题，而其他人都束手无策的时候，他始终不肯放弃，坚信方法总比困难多，不厌其烦、不辞辛劳地反复验证，他认为每一次验证就是一个寻找希望的过程。

三 | 风·声

公司新闻 064

四 | 智·见

传习录：我们的价值 070

总裁徐慧能在关于企业文化建设若干意见讨论会上的谈话

浅析企业年底结账注意事项 076

省级品牌运营商如何做好预算管理 081

省级品牌运营商如何做好年终 085
工作总结

运营商内部运营管理参考办法 089

省级品牌运营商如何做好年度 093
营销规划

经营管理经典书籍”严选系列丛书 097

五 | 匠·品

新品介绍 100

2019年第四季度新品璀璨发布

技术介绍 105

强力巨彩一键调试技术 开启智能单元板新时代

未来已来——LED显示屏控制 107
系统发展新趋势



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



图片人物
生产中心（一部）王勇志

你的努力 终将成为最美的纪念

此去经年，
你立下的目标，是否已实现？
你拼搏的瞬间，是否还可见？

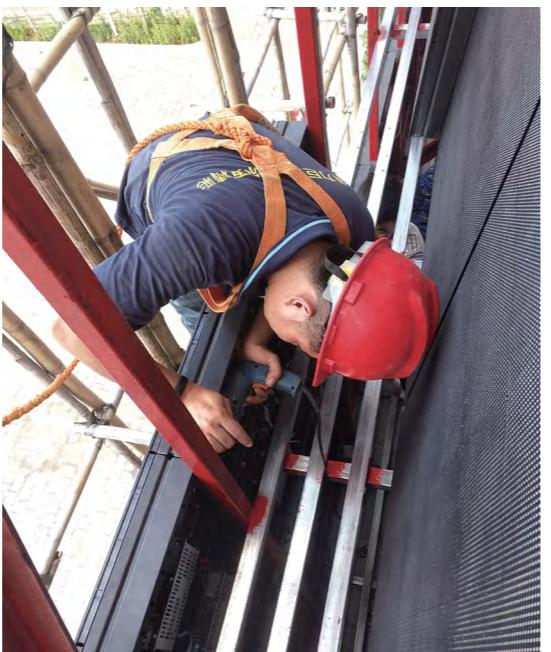
此去经年，
你的失意和遗憾，都已成为过去；
你的收获与成功，注定刮目相看。

新年将至，
梦想依旧，愿你对生活，
依旧充满热情和期盼。

新年将至，
未来已来，愿你对人生，
依然怀揣执着和信念。

亲爱的伙伴，
深情不及久伴，厚爱无需多言。

你的努力，终将成为最美的纪念！
你拼搏的样子，真的很美，很好看！



Q Pro 势不可挡 室内小间距流量担当

搭配PWM-SS双节能驱动IC;

高清高刷，拍照无水波纹；

低亮高灰，显示细腻逼真；

双重节能，更加环保省电；

现货供应，工期缩短80%；

本地服务，体验完美快捷；

2年质保，承诺售后无忧。

买得起的高端，买得到的现货。

深得用户青睐，赢得火爆销量！



四川 · 某创新创业基地展示中心

产品规格：室内小间距 Q1.86 Pro

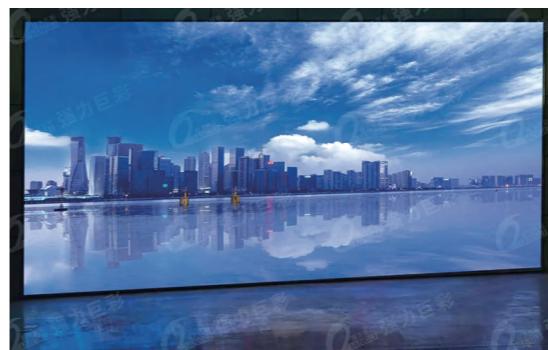
面积尺寸：70m²



某酒店会议室

产品规格：室内小间距 Q1.83 Pro

面积尺寸：70m²



江苏 · 某政府机关

产品规格：室内小间距 Q1.83 Pro

面积尺寸：48m²



河北 · 某化工企业数据监控室

产品规格：室内小间距 Q1.66 Pro

面积尺寸：42m²



江苏 · 某银行信息监控中心

产品规格：室内小间距 Q1.83 Pro

面积尺寸：135m²



福建 · 某大学礼堂

产品规格：室内小间距 Q2 Pro

面积尺寸：76m²



某综合执法中心监控指挥室

产品规格：室内小间距 Q1.86 Pro

面积尺寸：40m²



山东 · 某政法委会议室

产品规格：室内小间距 Q1.25 Pro

面积尺寸：40m²



新疆 · 某部队监控中心

产品规格：室内小间距 Q1.53 Pro
面积尺寸：31m²



湖北 · 某校园

产品规格：室内小间距 Q1.83 Pro
面积尺寸：30m²



新疆 · 某国税局会议室

产品规格：室内小间距 Q2 Pro
面积尺寸：30m²



湖北 · 某法院

产品规格：室内小间距 Q1.53 Pro
面积尺寸：28.5m²



福建 · 某公安局

产品规格：室内小间距 Q1.66 Pro
面积尺寸：27m²



河北 · 某电视台演播厅

产品规格：室内小间距 Q2 Pro
面积尺寸：25m²

夜空中最亮的星

◎策划_栾春风 ◎执行_陈建 / 林婷婷

走进蜀粤 记录拼搏故事

每当我找不到存在的意义
每当我迷失在黑夜里
夜空中最亮的星
请指引我靠近你





拼搏在华夏神州的强力巨彩人，
犹如散落在夜空中的点点繁星，
努力闪烁，顽强发光，
只为成为夜空中最亮的那颗。
奋战在天南海北的强力巨彩人，
宛若悦动在光阴里的串串音符，
时而舒缓，时而激昂，
只为奏出人世间最美的乐歌。



勇者不惧 角力天府

虽然不知道前方会有多少泥泞，但既然下定决心，选择前行，
留给过往的，一定是无悔的曾经。

虽然不知道前路会有多少不定，但既然选择追寻，无论输赢，
留给现在的，一定是执着的背影。

虽然不知道未来会有多少飘零，但既然选择坚守，保持清醒，
留给将来的，一定是熹微的天明。

因为，不忘初心、顽强拼搏的强力巨彩人，
便是那夜空中最亮的星！

位于中国西南腹地的四川，又称川、蜀、天府之国。

这里，自然环境优美，历史文化厚重，聚集、生活着中国的56个民族。虽然四川整体经济发展质量落后于东部沿海地区，但是却逐渐形成了极具自身特色的发展之路。

如今，四川的强力巨彩整体业绩虽不及山东、浙江、江苏、广东等区域，但经过多年厉兵秣马、深耕细作，已然呈现出稳中有升、势头良好的发展趋势。

然而，个中滋味只有亲身经历的人，才能真切体会。

为了真实、全面地展现强力巨彩办事处同事的日常工作，经过前期沟通与了解，企管部内刊组于十月下旬分别前往四川、广东区域市场，跟随办事处同事一道进行实地走访，近距离观察、感受他们的日常工作与生活中的酸甜苦辣。并通过与省级品牌运营商、品牌服务商的沟通，捕捉强力巨彩人最真实、最鲜活、最生动的拼搏状态与精彩瞬间。

● 成长心路

晋鹏飞 强力巨彩四川办事处业务主管

自从加入强力巨彩这个大家庭后，感受到了前所未有的工作与执行。在与区域领导和四川区同事的工作交流中，每天都是充实的，自己也成长许多。感谢他们给予我的帮助和支持，也让我克服了自身的懒散、浮躁，逐渐改变自己、磨炼自己、提升自己。

2019加油，2020我来了。



丁 浩 强力巨彩四川办事处业务主管

2017年我作为一名大学应届毕业生，通过校园招聘认识了强力巨彩，并抓住了强力巨彩抛出的橄榄枝，顺利进入强力巨彩，至今在这个大平台上已经度过最精彩的两年时光。期间，我从福建—云南—四川，逐渐进入社会并了解社会，与人接触、了解并达成合作、长远合作的形成，以及自身对于强力巨彩企业文化的呼应。

1、与人接触。怎么去和陌生人打开交流的窗口，需要自身以高度的热情去打开这个窗口，和客户建立交流关系，自然热情的迈开第一步。这两年来，感悟颇深，热情洋溢的一面总是能带来很好的成果，即使是竞争对手，也依然能坐在一起畅聊。

2、了解并达成合作。运用自身所学的行业知识，给客户最适合、最恰当的分析，引导客户选择高质量有保障的产品和服务。相信品牌的力量，并致力于提供高水准的服务，想客户之所想，急客户之所急，通过好的产品以及高水平的服务赢得客户的信任，以达成长期的合作。

3、容易买，买得到，买得放心是强力巨彩一路前行的座右铭。把自己置身为一个消费者，谁不希望在家门口就能买得到，而且买得起也是消费者最希望的，买的放心就是消费者的诉求。其实我们把位置交换，就能更好地理解客户，更好地去引导和服务客户。

虽然收获颇多，但自身还有许多不足，需要不断地成长和改变。努力拼搏，青春无悔！



● 精彩闪光

“光彩”背后的郑光平

——宜宾光彩照明科技有限公司总经理

66

“初心”这个词，来自日本禅师铃木俊隆的《禅者的初心》。所谓初心，就是开放的心，而不是封闭的人，是颗随时准备好去接受的心。对于宜宾光彩照明科技有限公司（以下简称“光彩科技”）总经理郑光平而言，初心，就是记得我们当初为什么出发。



起点·创业的难，让我学会微笑

2012年以前，郑光平在广东中山的一家生产LED灯企已经从技术成功转岗销售经理，负责华北地区的产品销售。但考虑到常年在外、家庭等因素，骨子里不安于现状的郑光平毅然回到宜宾创业。他拿出自己所有的积蓄，还发动全家凑钱，找店面、进产品，主营业务是他最熟悉的LED灯。

“创业前三年，其实走了很多弯路。虽然之前一直做销售，但是对经营还不是很了解。2012-2014年，正好赶上网商迅速发展，对实体店冲击非常大。所以，那三年虽然很努力，但也就维持在‘温饱’水平。”

那时热情高涨，每天忙碌的郑光平，由于经验不够，成绩不甚理想。“有时候忙了一天，晚上回到家躺在床上，想着以后的发展，心里非常着急。那段时间所有的事情都要自己做，而且成绩又不好，真的很难。”

认真努力的人运气都不会太差，这句话或许是对的。一次偶然的机会，一个朋友建议可以考虑往工程方面发展，恰好郑光平之前接触过几次LED显示屏，之后就开始把注意力转移到LED显示屏上面。

那么，问题又来了。虽然有心想做LED显示屏，但是厂商众多，产品也是参差不齐，如何选好平台，选优质厂商，郑光平又经历了一波三折，直到他遇到强力巨彩。

“那时候，朋友有介绍一些LED显示屏厂商资源，但是总觉得产品质量不够好，不是板子不规整，就是出现各种问题，印象最深的是经常100张板子里有10多张有死灯……反正也交了许多学费。”

2013年，通过朋友介绍郑光平认识了强力巨彩四川省级品牌运营商的同事，第一

单是一块总价10多万的室内全彩Q4显示屏。当时的郑光平实在没那么多钱，只凑到3万左右。经过真诚、坦诚的沟通后，郑光平说带着运营商同事去甲方现场，对方付款后就立刻结算。就这样，强力巨彩运营商同事亲自开车到宜宾送货。

第一次合作之后，郑光平就把注意力逐渐转到LED显示屏及其产品质量上了。当他拿到强力巨彩第一块授权牌的时候，主营业务虽然还是灯，但是他已经开始嗅到了一些新商机和未来发展的新方向。“因为我吃过太多质量不好的厂商产品的亏，所以第一次用过强力巨彩的产品后，就决定要长期合作，到现在已经6年了，一直在做强力巨彩。”

郑光平待人和善，喜欢微笑。但是微笑着的人并非没有经历过苦难，只不过他们善于把苦难锤炼成诗行；微笑着的人并非没有痛苦，只不过他们善于把眼泪化作心灵的灯盏，照亮前行的路。

秘诀 · 定位清晰，重在服务体验

从2014年开始，郑光平逐渐放弃主业LED灯

产品，开始转向LED显示屏。凭借之前的销售经验，逐渐打开市场，特别是在与强力巨彩合作之后，事业稳步前进。今年，更是打造出宜宾地区第一家强力巨彩LED体验中心，开启事业发展新阶段。

六年间，郑光平从个人单打独斗逐渐建立起一支拥有9人的高素质团队，其中技术服务人员就占到三分之二。在被问到原因时，他说，LED显示屏行业的技术要求比LED灯要高，而且由于光彩科技的主要定位就是中高端的集成商、工程商、直接用户，同时还有一部分建材、音响器材合作客户。业务主要以涉及到环节更多的工程项目为主，需要为客户提供前期咨询、方案设计、图纸测绘、方案确认、项目施工、效果检测等全套服务。

“我们已经从原来单纯卖产品转变到现在提供全程服务的业务模式了。现在的竞争压力很大，这就要求我们的内部管理要更严格。比如从今年开始超过15平方的项目，我们都提供测绘图，比如CAD图、钢结构图、效果图、产品、内部线路规整和工艺等全套服务，最后甲方按效果施工图进行验收。”郑光平认真地说。



宜宾光彩照明科技有限公司展厅

“那会不会因为这样的定位流失掉一些客户？”

“这个肯定会的，但是我们的定位很清楚，重点开发中高端客户，为用户提供上乘一流的产品和最佳的效果体验！加上这么多年的资源积累，很多项目都是朋友介绍的。另外，我们选用的产品、原材料、电源、系统、钢结构工艺都是最好的，质量有保证。所以，虽然流失一些客户，但也没觉得发展的路变窄。”

从今年开始，为了响应宜宾地区市场需要与强力巨彩发展要求，光彩科技主打强力巨彩室内全彩Q2.5、Q2、户外全彩Q5以下的产品，在谈到销售秘诀时，郑光平笑了，“其实，也没什么秘诀，就四点。”

1、真诚沟通，在满足客户需求的前提下，适当引导客户。比如做两套不同产品类型和报价的推荐方案让对方选择。虽然工作量会很大，但是也要这么做，这样有对比客户会觉得用心，同时也增加了引导客户的机会。

2、带不同厂家的产品样品进行对比，给客户进行解释和说明，让客户自己感觉差距。

3、带产品案例，直观地给客户看。必要时会带客户去之前甲方的场所，实地参观讲解项目，从外在效果到内部工艺，增强客户体验。

4、直接带到公司展厅参观。之前没展厅的时候，去客户那里谈业务要多花很多时间和精力，有时候说太多，又会让客户感觉是在忽悠。建完展厅后，可以直接给客户看实物，让他们结合效果自己选，提高专业体验。

今年，对于郑光平来说最大的突破除了业绩上的增长以外，莫过于他精心打造的强力巨彩LED体验中心。

“经商就是要不断做大，一直发展；要么越来越小，最终被淘汰。所以，我当时就觉得不能一直这样不上不下、不温不火的。当初和朋友们聊打造展厅的时候，很多人都不理解。我说因为我想做好、做大，展厅对客户来说，最大的感受就是空间视觉、直观体验、专业程度的改变。有时候没办法用语言去和客户描述的时候，就带他们过来展厅直接体验，其实对销售是非常有帮助的。同时，展厅要规整，产品类型齐全，能够尽量把产品效果展示出来。比如Q2.5或者Q2做1平方以下效果是不明显、不



宜宾光彩照明科技有限公司团队合影

清晰的，所以我当时就根据分辨率来打造，比如1080P、720P，而且Q2.5对面就是Q3，方便客户直接对比显示效果。”

透过郑光平的话，可以感受得到他的决心和用心。长久经商看人品，而用心坚持，终会有收获。

管理 · 培养骨干，提拔项目经理

“我想培养一些骨干，给他们提供机会和平台，让他们发挥自己的能力，挖掘自己的潜力，实现更好发展，大家一起把这份事业做大、做强。”

现在对于郑光平和光彩科技来说，最重要的事情就是培养骨干，扩大团队。“因为公司要发展，而我个人的精力有限，这是最主要的原因。而且他们也想发展，也要不断进步，赚的越多，他们也有更好的生活，为什么不这么做呢？！”

所以，郑光平从去年开始转变思路，推行项目经理制，培养核心骨干。去年年底提拔了2名项目经理，相应地薪酬绩效制度也做了调整，项目经理与安装人员均设置提成。同时，项目经理根据项目进展和客户满意度等标准进行额外考核，增设管理提成。

“那如果他们自己想单独做，你会怎么办？”

“如果他们有这样的想法，就可以采用合伙人方式，大家一起合作。我的客户、上游、经验、资源、技术也可以帮助到他们，宜宾地区很大，LED显示屏市场也不小，只要他们的能力真到了可以独当一面的时候，我非常支持他们出去，大家坐到一起沟通、合作，一起做大。”

或许，这就是别人常说的，思路决定出路，格局决定高度，态度决定成败，选择决定未来。

团队 · 相敬相亲，携手走向明天

“能和强力巨彩一起发展，和同甘共苦的兄弟姐妹一起拼搏，是件很幸运的事。”

在与光彩科技同事聊天的过程中，他们对郑光平的评价是，工作中非常严格，但生活中非常和善。出现问题时，讲道理比较多，大家总结就是：公私分明、关心员工！

“他们都是和我一起打拼多年的兄弟姐妹，彼此很了解，也互相信任。他们选择与我一起拼，我就有责任帮助、关心他们。工作中，大家都互相扶持；生活中，大家都互相尊重。”

有时光彩科技举行团建活动，郑光平会让同事们把家人叫来一起。一是增进团队的感情，提高凝聚力；二是让同事的家人可以多了解一下他们的工作，这样彼此多了解，就会少些误会，也更有利于家庭和睦。反过来，对大家工作也减轻很多不必要的困扰。

同样，员工在生活中，有任何困难也会和郑光平主动沟通。而每次，他也会尽力提供帮助。一位员工说，光彩科技是一个很温暖的大家庭。

正如那句：团队力量，来自亲情合作。

截止10月，光彩科技的年度业绩目标已完成80%以上。当问到，是否有信心完成时，郑光平很自信地说，没问题。

“那明年的目标是多少？”

“争取翻倍吧！”郑光平斩钉截铁地说。

光彩背后，是不为人知的拼搏与付出。
光彩背后，是不为人知的心酸与痛苦。
但，
不经风雨，怎得云开？
不尽沧桑，怎得光彩？

► 青春绽放

雷定姚：风雨洗礼，愈见芬芳

66

花从春走过，留下缕缕幽香/
叶从夏走过，留下片片荫凉/
风从秋走过，留下阵阵金浪/
雪从冬走过，留下种种希望/
.....

青春从拼搏走过，留下绽放芬芳。



雷定姚，八年前跟随父亲踏入LED显示屏行业，从最初帮助父亲打下手的“小学徒”，历经风雨洗礼后，如今已是独当一面的成都市安亿电子有限公司（以下简称“安亿电子”）总经理。这在男性总经理居多的强力巨彩营销事业群体系内，显得尤为特别。

一路走来，其中的艰辛、酸楚，甚至是误解，或许只有雷定姚自己才知道。所以，在来到成都的第三天，我便跟随四川办事处同事探访位于成都城隍庙电子城的安亿电子，面对面听她讲述自己的故事。

八载春秋，只为书写诚信

随风潜入夜，润物细无声。雷定姚和她的LED显示屏故事，没有太多的波澜壮阔和惊心动魄。由于缺乏经验，帮助父亲打下手是雷定姚在LED显示屏行业获得的第一个职位，也就是这个不起眼的岗位，成为她事业的起点。

诚信、踏实、勤恳、努力，八年风雨，从最初的助

理变成现在的掌舵人，雷定姚在不断地摸爬滚打中，丰富阅历，提升能力，不知不觉间从含苞待放到吐露芬芳。回顾这八年的时光，雷定姚坦言，做LED显示屏就是做人，做人就是做诚信。“对客户不能光想着把产品卖给对方，而是要做好全程服务。而且要说到做到，做不到的绝对不能承诺。一旦承诺了，就必须尽力建立、做好。”

她说，因为受到父亲的言传身教，和平时的耳濡目染，所以她“遗传”了父亲的认真，谙熟产品技术的父亲非常严厉，时常告诫她，一定要诚信。

“八年来，强力巨彩的产品质量一直都很稳定，没有大起大落，真的让我觉得很安心。之前也有其他品牌厂商带着货品与我接触，说货先放这里，卖出去之后再付货款。”雷定姚说，“这不是钱的事，第一，你们的产品质量不敢保证；

第二，出现问题时，也不知道你们有没有担当。对比过很多厂家的产品，还是觉得强力巨彩的产品最让人放心。”

此外，最让她佩服的就是强力巨彩的担当和责任，出现问题时的解决态度和速度，又好又快，不像某些厂商推卸责任、互相踢皮球，“没有对比就没有‘伤害’。”她说。

八年风雨，只为诠释用心

在成都城隍庙电子城，聚集着许多LED显示屏商家。在2017年之前，整个电子城只有他们一家专门销售强力巨彩LED显示屏。“那时，很多人都选择其他价格更低廉的厂商产品，我也试图劝说我的父亲，但是被他一口回绝了，他说要相信一分钱一分货，贵肯定有贵的道理，就看自己怎么去做。这些年，在这座电子城里许多店铺都是开了又关，关了又开。我们家算是比较久的了……”

在问到原因时，雷定姚说，有些老板选择赚快钱，有些老板眼光盯着眼前，还有一些老板因为选择产品不当，一招失误，满盘皆输……“这些年看了很多，也经历了很多，自己有时候也会总结。其实原因很简单，一方面是因为强力巨彩这么多年的产品稳定，另一方面就是团队的用心服务。”

说到“用心”，雷定姚的语速变得稍微慢了一些。

“因为用心，所以把每一位客户都当作朋友来对待，真诚、坦诚地沟通，站在客户的角度思考问题，出现问题时第一时间去及时解决。久而久之，客户也会把你当成朋友。”这便是雷定姚和安亿电子一直存在并且不断壮大的原因。

正因如此，如今的安亿电子已经从当年的“父女档”组合发展成一个拥有12人的正规团队，其中技术服务人员占了大半。“LED显示屏的服务很大一部分其实是在售后服务上，真正的用户体验也更多集中在售后服务环节。”

因为用心，所以用户选择；因为用心，所以用户满意；因为用心，所以用户信任……

刚柔并济 巾帼无须让须眉

工作中的雷定姚，果敢、坦诚、自信，面对不同的客户游刃有余。“这么多年下来，自己和团队也多少积累了一些经验。其实与客户打交道，最重要的就是有理有据，在探知清楚客户的需求之后，结合产品特性给客户合理的建议，然后再提供高效、优质、专业的服务。”

回想起这些年的磨练与改变时，雷定姚坦言，由于LED显示屏行业的客户多为男性，加之刚入行不久，经验不足，时常会遇到一些问题，特别是面对要求比较高的客户时，显得非常不自信。但是时间久了，接触多了，对品牌、产品、技术等知识的不断积累，慢慢地开始自信起来，也敢于表达自己的想法和意见，或许这就是改变吧。当然，面对不合理的诉求或者遇到不公平的对待时，她也会展现出刚强、直接的一面。

由于性格比较直爽、乐观，所以多年合作下来的客户也大多是这种性格，沟通起来，相对轻松、简单，合作也都很愉快。或许，这就是人们常说的人以类聚，物以群分。



工作时的雷定姚很忘我，经常和同事们一起加班熬夜、赶工期，“他们能吃的苦，我同样也能吃。因为大家是一个团队，都在为了一个目标在努力、拼搏，我绝对不能掉队！”或许，正是这样的坚守、信任和陪伴，才造就了一支充满凝聚力、富有责任感的团队。

八年的风雨积淀，成为雷定姚LED显示屏之路进步的钥匙。面对LED显示屏行业这些年的浮沉路，雷定姚感慨颇多。但若说这行是男人的天地，雷定姚却不认同。“LED显示屏行业是一个需要不断创新、不断挑战自我的领域，不分性别，只要怀揣激情，不断在学习中创造价值，就能在这个行业有所收获。”她表示。

感性思维 工作家庭两不误

“女性可能心思更细腻，在与客户交流的过程中，更富有耐心和亲和力，比较容易建立信任感；同时，也能将感性思维与理性思维相结合运用到工作中。”雷定姚笑着说。

但如何兼顾工作和家庭确实是职场女性必须面对的一个课题。

“工作并不是生活的全部，作为女性，要奋斗出事业精彩，同时，也要关爱自己的家人，做好作为女性必须承担的角色。”



雷定姚认为女性总归要回归家庭，一定要学会调节和管理情绪。“平时工作时一定要有清晰的思路和掌控全局的大局观，确保工作安排有条不紊，同时要适当的放权，解放自己给下属更多独立处理事情的机会。回到家以后，尽量不要将工作中的问题和情绪带给家人，休息的时候能全心陪伴。”

“作为带领团队打拼的女性，我希望把自己的每一个角色都扮演得更到位，不要只给人一种女强人的感觉。要让全世界都知道，职业女性同样也有女性优雅动人的一面！”雷定姚如是说。

在采访尾声，雷定姚感慨道：“其实，这些年看到电子城这边的LED显示屏商铺开了又倒，倒了又开，真的感觉和强力巨彩一路走来，是件非常幸运的事。虽然市场在不断变化，客户需求和产品类型也在变化，但是强力巨彩有担当、有责任，产品质量稳定、营销思维超前、服务效率迅速、整体认可度高，确是多年来始终如一的。这也让我和团队非常安心、放心。因为没有后顾之忧，我们才能把大部分精力放在产品销售方面和项目客户的业务开拓、客情维护上。所以，在这里非常感谢强力巨彩和身边一直以来支持我们的省级品牌运营商、客户、同事和朋友。”

如斯岁月洗礼，玫瑰愈见芬芳，正是她八载LED显示屏春秋的真实写照。

后记

雷定姚跟随父亲踏入LED显示屏行业八年有余，宛如历经岁月洗练的“甘醇美酿”，耐人寻味。她，以不输于男儿的豪气驰骋拼杀，翻波弄潮；温柔与刚强并存，家庭与事业并重。作为强力巨彩四川地区的优秀品牌服务商代表，雷定姚用实际行动展现着强力巨彩人特有的那种坚毅与果敢、努力与拼搏！我们期待她用激情与才智谱写属于安亿电子和强力巨彩的华美篇章。

▶ 温暖能量

李勇：若不畏将来，就勇敢逐梦

——宜宾精锐光电科技有限公司总经理

66

三毛曾说，心若没有栖息的地方，到哪里都是流浪。这个能让心栖息的地方，就是我们的梦想。



回想一下，15岁的你在做什么？

可能很多人的回答是上学、读书。而15岁的李勇，已经赚到了人生的“第一桶金”。

三毛曾说，心若没有栖息的地方，到哪里都是流浪。这个能让心栖息的地方，就是我们的梦想。

我们都是行走在时间的旅人，当心安定下来，梦想才会清晰可见。带着这样的心，去历事，去磨练，不念过去，不困现在，不畏将来，勇敢逐梦。

1994年出生的李勇，在LED显示屏行业已经摸爬滚打近10年，他是怎么做到的？带着这样的好奇和疑问，来到宜宾的第二天，我们走进宜宾精锐光电科技有限公司，走进这位“少年”出道的“90后”总经理，听他讲述十年逐梦的故事。

Q：听说你“出道”很早，一路走来最大的改变是什么？

A：我是1994年出生的，从事LED显示屏行业已经快十年了，做强力巨彩的品牌服务商也3年了。对我

来说，最大的改变就是身份和定位不同了。先说身份不同吧，原来是自己一个人在拼，一人吃饱全家不饿，但是现在是和一群人在一起拼；而且成家之后，角色也变了，责任也就越大。定位不同，其实原来很年轻，20岁不到就出来创业了，那时候目标很简单就是为了赚钱。但是随着年龄增长、阅历增加，慢慢地自己心态就会稳了下来。做事多了一些思考，少了一些冲动。另外，就是对行业、产品、服务的理解都在不断加深。现在的目标是把公司能经营好，让团队的人能发展好，然后能把家庭照顾好。所以，最大的改变就是自己对自己的定位不一样了。

Q：这种改变反应在实际工作中，是如何执行的？

A：最主要就是自己对行业的认识加深，然后经营的思路逐渐转变。原来其实就是单纯的买卖关系，单打独斗居多，但是现



宜宾精锐光电科技有限公司展厅

在需要更多的是抱团发展，而且从买卖产品逐渐到输出服务。另外，从管理、销售、服务等方面逐渐正规化、制度化、流程化。

Q：可以具体说明下吗？

A：比如说管理，以前主要就是靠感情管理，但是随着公司规模扩大、团队扩充和市场要求的提升，就要求公司、团队的专业化程度和服务质量也要逐渐提高。所以，从去年开始在工作流程、团队建设、工作制度等方面都在不断完善。目的就是壮大自己，这样才能更好地为客户服务。今年我们的重点工作就是：

1、重新装饰店面、布置产品展厅，增加样品展示，给客户提供更好的直观体验。刚出来创业时，年纪比较小，那几年心里不踏实，也没什么底气。现在有了像样的门面、展厅，可以很坦然地邀请客户过来参观。另外，随着工程案例的增加，也可以直接带客户去实地参观。

2、完善团队建设。原来都是自己去谈业务，现

在慢慢地开始培养其他人，以前遇到最多的问题就是有项目，但是自身建设、配套服务跟不上没办法胜任，所以认识到这个问题之后就开始一步一步去完善，到现在建立了一个10人的团队，其中，包括工程服务、技术服务和商务服务。毕竟公司还是要发展的，也想长久地做下去。慢慢完善的过程中，底气也会增加。

3、进行客情维护。之前因为自己的时间、精力有限，很多合作客户没有及时去维护，导致数量流失。加上我们这个行业的产品更换也是有周期性的，所以特别需要定期维护，还要及时去跟进和沟通。认识到这个问题之后，从今年开始随着团队的不断完善，也把工作重心放在这方面。

4、完善管理制度，一切按制度执行。从今年开始，也更注重管理的方法和技巧，与员工沟通的方式，薪酬方面也推出了提成制。让大家工作更有效率的同时，逐步提升管理质量。

Q: 那你觉得，自己哪方面还要提升？

A: 就我个人来说，需要提升的是制度管理。因为我创业比较早，管理经验基本为零，之前都是靠感情管理，但是公司如果要长期、规范发展，就一定要正规，无论是制度还是自身，都要不断加强。

Q: 加入强力巨彩3年，你最大的感受的什么？

A: 我当初选择加入强力巨彩品牌服务商队伍，就是看重品牌的担当和影响力。这三年下来，我越来越觉得强力巨彩是个有担当、有责任心的品牌和企业。所以，有客户质疑强力巨彩的价值略高时，我都很有底气地说，一分钱一分货，质量、服务是不一样的。目前宜宾地区做得比较好的LED显示屏商家有4、5个，其中3个都是强力巨彩的。



宜宾精锐光电科技有限公司团队合影

Q: 相比原来，现在的客户有什么变化吗？

A: 有的。主要的客户类型由原来的广告商为主，逐渐变成现在以集成商为主，集成商客户占50%、广告客户占30%、直接（终端）客户占20%。其中，学校、医院、酒店、政府等行业的客户会相对多一些。客户的分布也比较广泛，主要市场在宜宾地区，但是比如在云南昭通、四川泸州、自贡等地也有我的合作客户。

Q: 听说，你们是“90后的夫妻档”，工作中肯定也会有不少摩擦吧？

A: 是的，肯定会有摩擦。

Q: 那出现摩擦，你们一般怎么处理？

A: 我老婆在公司是做销售的，平时对她要求比较严。每个人看问题的角度不一样，所以经常出现摩擦。但是基本不会吵架，都是谁有道理就听谁的，因为吵架不能解决任何问题，对吧。

Q: 对于未来，有什么期待？

A: 努力提升自己的管理经营水平，优化客户资源，开发优质客户，努力让团队的每个人都有更好地收入和生活。目标的话，明年定个500万的目标，争取实现。

自从2012年，李勇赚到人生的第一桶金开始，他沉下心开始专攻LED显示屏行业。在与他交流的过程中，可以感受到他作为“90后”的冲劲，作为总经理的担当和作为丈夫的责任。

他说，这么多年支撑他一路走来的是梦想。每个阶段都有不同的梦想，过去有，现在有，将来还有。在很多人感叹“后生可畏”的时候，李勇选择用“不念过去，不困现在，不畏将来”的勇气，一直实现着自己的一个又一个梦想。

因为心中有梦，所以他选择摒弃浮躁，脚踏实地，一步一步，坚实地往前走。

► 温暖能量

李涛：适应改变，做更好的自己

——四川新元达科技有限公司销售经理

66

繁星点缀夜空，动静相宜、相得益彰。

拼搏装饰人生，慷慨激昂、神采飞扬。

繁星是夜空的温暖，拼搏是人生的能量。



越小，价格越来越透明，原来那种通过卖产品就能获取暴力的盈利模式已不再有，而是要不断提高服务品质和服务体验，才是未来致胜的关键。

李涛在改变自己适应这个行业中，慢慢总结出一条心得：做LED显示屏行业的销售，最重要的是有一颗“服务”的心。这也是李涛多年做销售坚持的初心。

职务改变，以“服务”的心管理团队

李涛从最初的一名销售业务员，一路成长，现已成为四川新元达的销售经理，日常工作中，他不仅管理着销售团队，还兼管着其他职能部门，他幽默地说：“我现在就是公司的内务管家。”

“作为一名管理者，我给自己的定位就是服务团队，提高团队凝聚力，工作上帮助



2019年年中会议合影

大家解决问题，生活中关心大家的家庭情况、身体状况。”

能够晋升到管理层，李涛绝非靠运气。当他还处在基层奋战的时候，就练习管理思维。每当接到领导交办的任务时，李涛都有意识地站在领导的角度思考这项工作的出发点和领导期望达到的目的。久而久之，持续锻炼自己作为基层人员的执行力和管理者的前瞻性思维。

李涛坦言，管理是一门大学问，当自己涉入越深，越发现自己的经验太少，要学习的知识实在太多。所以，他看书学习、参加专业培训，还和强力巨彩总部和四川办事处的伙伴经常交流，吸取经验。

在李涛看来，在管理中遇到的最大问题就是协调。当出现岗位跟岗位之间互相不了解，无法站在对方的角度看待问题时，就会出现摩擦。这种情况，硬性协调就会产生不满情绪和负能量，而换个环境、换种方式，就会有意想不到

的完美结局。比如可以通过团队拓展或交流会，双方在轻松愉悦的氛围里，把事情说开了，问题自然而然就解决了。

四川新元达是一个和睦的大家庭，虽说忙碌是他们日常的主旋律，但每个月都会设置温馨活动日，大家欢聚一起，开展活动，沟通交流，聚餐游玩。

在和李涛的交流中，可以感受到他对管理有着自己的见解。他认为，企业文化对管理非常重要。“我们也一直想建立专属四川新元达的企业文化，当然是需要依附在强力巨彩企业文化的基础上，这个东西首先自己要有概念去构建框架，然后要让所有的员工认知、认可、执行，落地执行是最难的，所以我们还在摸索中。”

李涛通常采用人性化管理方式，“现在的团队越来越年轻，有自己的个性，管理不能再一味地以高姿态去打压他们，而要站在平等的角

度，交心相处，鼓励他们，帮忙他们，反而能让他们成长，而且他们所爆发出来的能量也会超出你的想象。”李涛稍稍停顿了下，继续说道。

“还有在我看来，管理者要学会忍，一件事自己做，一个小时就搞定了，教别人做，可能需要两三天。但是你不能心急，要引导、鼓励他，如果着急自己来，那你永远学不会放手，而下属也永远不会成长。”

谈到管理之道，李涛有说不完的话题，而他也乐于将自己的想法说出来跟大家一起分享，相互交流，互相提高。

心态改变，听指挥才能打胜仗

李涛直言在强力巨彩，总部与省级品牌运营商之间的粘性和互动，比他之前所从事过的行业都要强。所以，他深知四川新元达作为省级品牌运营商，所承担的责任有多重。



这几年追随强力巨彩，对LED显示屏行业前景、现状，以及总部的理念越来越熟悉后，李涛也逐渐理解了总部的目标和要求。“总部对我们是有期待的，它不想我们单纯地只为赚钱，而是想让我们一直生存，并且能更好地发展下去。所以，总部发布的各项政策，我们都是理解并且支持的。因为总部看到的是全国市场，汇总的是各地出现的问题，或许有些问题，我们还没经历过，但不排除即将经历，这些政策就是为了让我们能更好地规避问题，少走弯路。”

说到这里，李涛说了一件事。“之前总部一直要求我们要把组织架构建立起来，当时其实还不是特别理解，我们做销售的，只要把业绩做上去就好了，为什么还要设置其他岗位。时间是检验真理的唯一标准，原来的那种销售人员要从前期的开发市场，一直到后期的售后服务，一个人从头打到底的模式，已经不适应现在的市场了。而且客户需求也越来越多，过多

琐碎的工作会分散销售员的精力，但是他们最主要的工作应该是开发市场。意识到这点后，我们就下定决心，必须要建立组织架构，设置财务、人力、采购、技术等其他后勤部门，还把每个岗位的工作流程和工作职责重新梳理，来提高整个团队的工作效率。”

强力巨彩有着更具前瞻性的思维，所以听指挥才能打胜仗，这是李涛加入四川新元达后心态最大的改变，也是只有在强力巨彩才能深刻体会到的。

学会适应改变，是为了坚持不变。坚持初心不变，坚持追求不变，坚持梦想不变。

▶ 拼搏感言

成都晶元光电科技有限公司

自 2016 年加入强力巨彩，公司一直秉承“合作共赢、用户至上、同心同德同行”的经营理念，以质量的传递，品质的传承，铸就行业标杆。客户不断地正向反馈，印证了我们的发展之道是正确的。同时，全心全意为客户做好每一次服务，也让我们得到了丰厚的回报，我们跟随强力巨彩一直在进步，也得到了全川广大客户的高度认可。

未来，我们的目标是销售和渠道进货“双破亿”！期待未来，期待有晶元光电的强力巨彩更加精彩！



成都市恒源达科技有限公司 总经理 雷刚

岁月在忙忙碌碌中悄悄溜走，回头一望，一年又即将逝去！2019已接近尾声，回顾这一年的心路历程，感触颇深，2019对于我来说是不同寻常的一年。我无比荣幸加入了强力巨彩，有了这个迅速成长、锻炼提升的机会和平台。我坚信我的选择是正确的，我也坚信我们会越战越强，越来越好。我的目标：超越自己，一个人心中无敌，则天下无敌！

四川新元达科技有限公司 总经理 丁科

加入强力巨彩有 10 年了，对它，我有着深厚的感情。省级品牌运营商起着上传下达的作用，不是自己足够努力就可以，更重要的是要选对平台。“选对”，不是指平台有多大，而是要理念一致。一个好品牌，对省级品牌运营商而言，不只在于能提供好产品，让大家赚到钱，更重要的是教大家品牌推广、渠道建设，获得长期稳定发展。所以我很庆幸我选对了平台。

LED 显示屏行业日新月异，机遇与挑战不断，一路行来感慨万千，能够走到现在，必须要感谢强力巨彩的指导与帮助。



越来越“粤”好

广东，简称“粤”，位于南岭以南，南海之滨，与香港、澳门、广西、湖南、江西及福建接壤，与海南隔海相望，下辖地级市 21 个，也是目前中国人口最多的省份。

广东是中国的南大门，处在南海航运枢纽位置上。改革开放后，广东成为改革开放前沿阵地和引进西方经济、文化、科技的窗口，取得骄人的成绩。

对于强力巨彩来说，广东是一个潜力巨大的市场，这里是众多 LED 显示屏厂商、批发商的集结地。

2017 年 - 2019 年，广东从 0 到 1 的开拓、质变，是强力巨彩广东办事处与当地省级品牌运营商、品牌服务商共同努力的成果。

这一次，我和广东办事处的同事们先后去了广州、深圳、东莞、佛山等地，跟随他们走访省级品牌运营商、开发品牌服务商、组织推介会、参加展会……了解他们的日常工作，倾听他们的心声感悟。

赵金凌：做自己喜欢的事

66

本篇素材源自于我和赵金凌10月18日晚上从深圳回广州路上的一段谈话。

一颗业务心，热情似火，让梦想不再遥远。

赵金凌，一个生活在南方的内蒙古人，他的性格里既有北方人的豪爽，又有南方人的细腻。

2008年，赵金凌大学毕业踏入职场后放弃所学专业做起了销售工作，迄今为止已有11年的职业经历。作为在销售领域摸爬滚打了10多年从未中断过的“老江湖”，这样的资历可以说得上是最能代表外办经理成长历程的标准范例之一。

坚持着那份热爱

赵金凌形容自己是一个“矛盾”的人，例如高中的明明是理科，报考大学专业却选择了行政管理，在大学毕业后又从事了销售岗位。赵金凌回忆称：

“当时我们班级有45个人，其中有43个人都在考研、考公务员，只有两个人没有报考，而我就是那两个中的一个。”

当同班同学都在继续深造或是报考事业单位的时候，他毅然决定入行销售，不为别的，只因为热爱。就这样，他成了青岛啤酒的一名业务员。

摩西奶奶曾说：“当你选定一条路，另一条路上的风景便与你无关。”赵金凌当初的选择亦是如此。



当被问到后来是否有后悔当时的决定，赵金凌微微皱了下眉头说：“没有后悔，因为我的性格不太适合安静的工作，也从来没有想过要考事业单位，当初我自己为什么选择行政管理这个专业都是一个谜。”

村上春树说：“每个人的天赋和际遇不同，当你选择开始做一件喜欢的事情的时候，并非都是坦途，有鼓励，也有打击，但既然喜欢，并且享受着，一定要坚持下去啊！”做自己喜欢的事，就会忍不住勤奋。

在青岛啤酒的7年时光，赵金凌一步一个脚印，从业务岗晋升到管理岗。

直到2015年，赵金凌带着那份“热爱”来到了强力巨彩，开启了全新的旅程。凭借之前资深的业务经验，赵金凌一进公司就是外办经理，起初负责的是沈阳市场。他坦诚地告诉我，当时业绩不算突出，只能说是小幅增长。

经过两年的磨炼、适应、熟悉……在2017年，赵金凌被调往等同于一张白纸的广东市场，这对于他来说既是机遇也是挑战。机遇是在待开发的市场他可以大展身手，挑战则是广东是一块“肥肉”，LED显示屏厂商聚集地，他要带领强力巨彩从竞争激烈的市场中杀出重围显然不是一件易事。

人的一生中都会遇到很多挑战，有的人敢于逆流而上，有的人畏畏缩缩，赵金凌是前者。

刚毅外表下的那份细致

在大家印象中，企业和运营商之间应该就是普通的客户关系。但在我看来，赵金凌和运营商更像是工作中的“战友”、生活中的“朋友”，十分和谐的一种相处模式，他们可以从工作上的运营管理谈到社会百态，再到吃喝玩乐。

跟运营商不断磨合、配合，就是赵金凌的工作之一，他需要时刻关注运营商老板及公司整体的人员情况，运营商膨胀的时候要及时去纠

正他们的心态；在他们士气低落时，他也要鼓舞他们提起精神。赵金凌直言：“我们和运营商，需要互相信任，无信任无业务。”

虽然赵金凌是北方汉子，但在他刚毅的外表下也有着细腻的一面，既有原则又有人性化的一面。10月18日那天，我随他一同拜访了一家深圳运营商，这家运营商的员工因个人原因导致差价补贴的订单有出入，而出现的流程错误需要赵金凌签字才可以进行下一步操作。但有一个问题是，只要赵金凌签字，那么这个“黑锅”就将由他来背。所以，起初赵金凌认为是她自己的原因并没有签字，并告诉她“谁的原因谁负责”，小姑娘失望地离开了办公室，期间运营商老板也没有为其说话，而后赵金凌靠在椅子上点了一根烟沉思了一会，大约是觉得一小姑娘也不容易，后来还是给她签了字，同时赵金凌与她和运营商老板直言“之后再发生类似人为错误，谁的错谁负责。”

在从深圳回广州的路上，赵金凌接到一个电话，是营销事业群办公室主任蔡丽娟打给他的，原来是蔡主任跟他要“作业”。他说，第



赵金凌在深圳安防展和客户讲解产品

四期内刊有一篇关于“省级品牌运营商如何推广小间距”的主题稿件安排给了他，这让他很苦恼，因为他自毕业后已经很久没有写长篇大论了，加上自己属于理科思维，一时不知该如何下手。虽然有同事提供了一些建议，但是赵金凌认为这并不是百度一下就能完成的文章，他认为一篇好的文章一定会有它的中心指导思想、意义，正是如此他才没敢轻易下笔，从这可以看出赵金凌是一个谨慎的人，不打没准备的仗。

赵金凌可谓强力巨彩的老将了，强力巨彩现在的外办团队大多是90后大部队，80后的他数了数，算上他自己已经不足十个了，原来的老伙计相继离开，聊到这里赵金凌不禁感慨了一番时光匆匆。

离别是每个人一路走走停停，倍感无力却也只能选择接受的一件事，于是我们每个人都记着那些经历了的，被后来的我们称之为故事的东西。

为梦想奔波的那群人

作为一名带区外办经理，赵金凌还要管理一支小团队，他对他们的要求很简单，就是“主动、积极”，比如客户要主动去跑，总部需要的材料，赵金凌希望他们都能第一时间反馈，不要被人催了又催，更不要等到时间期限的最后截止前才提交。

赵金凌表示，自己其实是属于放权型的，不管是副经理还是主管，他希望他们每一个人都能把自己当做带区的区域经理角色去工作，每个人都能积极、独立解决遇到的问题，不希望所有事都要等他来催，等他来善后。想要让自己快速成长，唯有自己端正态度，主动去学习。他坦言：“我不怕他们犯错，他们要大胆去做，做错事还有我担着，我会给足够的空间让他们去尝试，但前提是这件事一定是值得去做的。”

用了一年的时间，赵金凌和他的团队就在广东区域成功开发了3家省级品牌运营商与4家市级品牌运营商（目前4家市级品牌运营商现已调整为品牌服务商）。另外，截止到2019年10月，广东区域的品牌服务商已突破2000+，是目前全国区域市场最多的一个。众所周知，广东是LED厂商集散地，竞争对手相较其他区域市场会更多，但目前强力巨彩综合出货量与品牌影响力已然处于中上水平。

赵金凌当时告诉我，去年广东市场业绩排在第15名，而今年目标是希望冲进前五名。据悉，截止10月份广东区已完成公司下达的任务指标，而接下来两个月时间就是往自定目标突破、冲刺。不过，在我整理采访稿期间，广东区域进行了市场业务调整，是否对广东区域市场的业绩统计有所影响尚未可知。

赵金凌有两个女儿，一个两岁多，一个刚三个月，虽然现在妻子和孩子都在广州，但他也经常顾不及她们，在18日出差深圳那天，她的妻子因为急性肠胃炎发烧，大女儿也感冒发烧了，原本计划第二天早上再回广州的赵金凌，在当天晚上谈完工作后就直接赶了回去。赵金凌或许代表了所有外办的工作状态，倍感时间不够，就像赵金凌每一天都在跑市场、跑客户、跑供应商，穿梭于城市与城市之间。

生活给了一个人多少磨难，日后必会还给他多少幸运。为梦想颠簸的人有很多，不差你一个，但如果你能坚持到最后，你就会是唯一。

在冬天里守望春天，在夜空里守望黎明，在迷茫中守望光明，在困顿中守望奋进。无论如何，我们有理由相信，总会有一种期待在不远的前方，如星辰闪耀，高高挂在头顶。相信在赵金凌的带领下，强力巨彩在广东市场会越来越“粤”好，赵金凌和他的团队也会越来越好。

朱勇珍：扛起家庭重担 笑对生活每一天

66

本文素材源自于我和朱勇珍10月22日出差晚上休息的一段谈话。

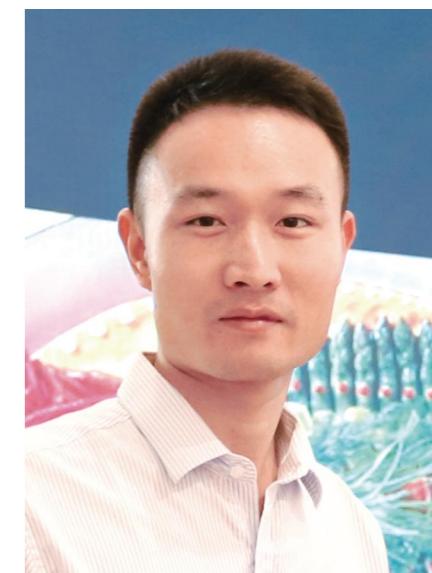
一边是年迈、身体不太好的父亲需要赡养，一边是刚上大学的弟弟的学费和生活费，这就是朱勇珍每天醒来要面对的生活。

强迫自己把“不喜欢”变成“喜欢”

“我原来也不喜欢做销售，但是为了生活不得不逼着自己去喜欢。”

朱勇珍，广东办事处副经理，一个91年的湖南大男孩。由于当初学习的是计算机相关专业，所以刚进强力巨彩那会儿，朱勇珍负责的是IT运维，那段时间的生活与工作都还算安稳。

没过多久，迫于生活压力，朱勇珍开始意识到自己不应该太早过上安稳的日子。从谈话中了解到，朱勇珍家庭条件比较一般，父母都是农民，因为他的父亲年轻时常年在矿山工作，受恶劣的环境影响，导致肺部感染严重，长期与药物为伴，现在已经不能做任何重活，而他的母亲也上了年纪，在农村也只能勉强干点杂活赚点生活费补贴家用。另外，朱勇珍还有一个弟弟，今年刚考上大学，未来几年的学费、生活费都要靠朱勇珍来支持，再加上老家的各种人情往来，目前家庭的生活重担已然全部落在了朱勇珍一个人身上。



当时还在IT运维部的时候，朱勇珍已经预感到父亲的身体最多再做一两年就该退休了，所以那时他意识到自己不能再做原来的工作，因为那点工资是一定支撑不了整个家庭的开销。正因如此，他决定试试销售，其实他自己刚开始并不喜欢销售这份工作，他觉得自己不适合做销售，但是面对家庭和生活的双重压力，他别无选择，他只能去尝试，强迫自己去喜欢这份工作。就这样，之后朱勇珍顶着压力去参加了公司内部的外办应聘，开始了一份“他并不喜欢的工作”。

在他看来，一个人一定要有压力才会有动力去努力。朱勇珍仿佛在一夜间就长大了。

辗转多地 两次想放弃

起初，朱勇珍被派往浙江省学习，两个月之后被调往江西省正式上岗。



朱勇珍在佛山推介会&深圳安防展向客户讲解产品

在江西区，朱勇珍的工作可以说不太顺利。他说，原本公司是计划让他长期驻在江西区，但是当时负责江西市场的外办经理并不喜欢他的性格，就和领导反馈说他不行，要求换人，那一次他差点被开除。朱勇珍现在回想起也坦言，那会自己确实表现得不太好，情商不高，做事也不够积极主动。

朱勇珍自己也笑了笑，在江西的时候很有挫败感，没有得到负责人的肯定、支持、信任，甚至连鼓励都没有，导致他当时一度想离开强力巨彩。直到后来，当时负责江西市场的区域总监找他谈话以后觉得也没有那么“差劲”，便给他申请调往北京市场，时任北京区域负责人通过电话沟通之后觉得朱勇珍虽然看起来有点“木讷”，但为人朴实，属于那种雕琢一下还是可以提升的潜力股，于是朱勇珍顺利调到了北京区。

在北京跟随时任负责人一年多，给予朱勇珍很多鼓励，也教会了很多，后来这位区域经理

离职了。北京区域经理走了后就由王兆江来负责，之后朱勇珍就开始跟着他学习，王兆江也让他收获很多。朱勇珍感慨，如果说在北京学到了什么，一是学会了“做人”，二是学会了“做事”。

朱勇珍略带羞涩地和我说，有一次他跟当时北京区的副经理去拜访客户，副经理提了一箱三十多斤的水果，走了很长时间朱勇珍都没有主动去问要不要帮忙，后来副经理就停下来跟他说：“小朱，你这样不行，我好歹也是副经理，你都不问我不要帮忙的吗？做销售的要反应灵敏一点，多做一点总比少做一点要好。”这一席话把朱勇珍点醒了，他意识到自己这一方面确实有待提高，这件事之后朱勇珍就特别注意这一块。

朱勇珍一共在北京呆了三年，在北京那个城市，平均月薪差不多5000元左右，他坚持了三年。朱勇珍的工资补贴完家里也就所剩不多，王兆江也会时不时问他钱够不够用，不够的话



朱勇珍走访品牌服务商

就和他说，但这总归不是长久之计。这一次，因为收入问题，他有了想走的念头。

朱勇珍这点“小情绪”被王兆江看穿了，于是就主动找他谈话，开导他。后来没过多久，朱勇珍被调去负责海南市场，这对他来说无疑是一次机会。

没有辜负公司的期望，朱勇珍在海南市场呆了一年，完成的业绩还可以，算是小有提升。朱勇珍也就是在海南区升任的办事处副经理，那一年收入也提升了，日子总归还算不错。

只有当你足够努力，你才会足够幸运，这世界不会辜负每一份努力和坚持。而生活，永远不会有亏待用心经营它的人。

相信未来会更好

在今年4月份，广东市场开始主力重推，因为广东外办经理赵金凌的极力推荐，朱勇珍被调

到了广东一起开拓市场，因为他和赵金凌都是呆了比较久的“老人”了，彼此都了解对方的处事风格，配合起来很轻松。谈及赵金凌，朱勇珍评价其能力很强，眼光长远、判断力强、分析透彻。

朱勇珍外表虽还是青涩模样，但一旦投入到工作中，就俨然变得成熟和稳重，开导潜在客户加入品牌服务商的超强逻辑，指导品牌服务商如何运营、如何跑市场头头是道，在品牌服务商推介会现场主持演讲也是沉着稳重……

跟随朱勇珍的那几天，先后在广州、东莞、佛山、深圳等地，拜访了十余家客户，我看到了他的主动、他的勤快、他的情商，与他口中之前的自己着实有着极大的“反差萌”。他说，努力过好每一天的生活，主动做好每一天的工作，日子总会越来越好的。

穆怀杰：希望广东成为一个标杆

66

本文素材源自于10月23日我和穆怀杰在省级品牌运营商公司的一段谈话。

广东办事处业务主管穆怀杰，是一位体型偏瘦的93年男孩，十分幽默，跟他聊天简直是乐趣十足。

趁年轻给自己一个机会

穆怀杰告诉我，他是2015年来的强力巨彩，当时在生产中心一部的产线做事，主要工作就是负责打老化螺丝，大概做了一年时间，他觉得这份工作对自己来说没有什么发展性，也较为无趣。后来，公司发出了外办内聘信息，他和其他几位同事就抱着试一试的心态去报名应聘了。

“因为我自己属于比较开朗、外向的那种，原来在生产一部的时候算得上是气氛担当，部门小姑娘也多，经常和她们开玩笑逗乐。”穆怀杰补充说到，

“面试的时候，当时领导觉得我年纪小，可以好好培养一下，就这样我就转岗到外办来了。”

时光荏苒，不知不觉穆怀杰已经在外办干了3年多，他掰着手指数了数自己待过的区域市场，从浙江——上海——福建——广西——广东，三年时间走过了五个市场，其中也在广西市场带过区。当被问到这样是否很累时，他说：“其实还好，我们都是放养型的，因为自己比较年轻，在多个市场跑动可以和不同的领导学到不同的东西，成长的空间



很大。”此外，穆怀杰觉得自己运气很好，一路走来遇到的领导都很好，给了很多鼓励，也教会了他许多。

幽默开朗的外表下，穆怀杰也有着内心脆弱的一面。他坦言自己初中一毕业就出来工作了，刚到外办的时候觉得自己没有读过很多书，会觉得很自卑，心情一度很低落，不过后来经过领导的开导与自我消化慢慢调整了过来。通过跟他的谈话，可以感受到他言语间的那份从容与自信，乐观与开朗。

从小独立 3岁跟随爷爷奶奶生活

穆怀杰老家在湖南怀化，他的家庭条件比较一般，虽然是家中独生子，但父母在他很小的时候就外出打工，差不多三岁的时候就跟爷爷奶奶一起生活，小学到初中就一直在学校寄宿，也就逢年过节的时候可以和父母见上一面。

正因如此，穆怀杰从小独立性就很强，不会依赖父母，他已经习惯了自己一个人。他说：“可能也是过于独立，出社会以后我也很少和家里要钱，印象中就找过父亲要过两三千块钱。”

我问他会不会把工资汇点给家里吗？他说前几年没有汇，因为前几年自己收入也比较低，虽然家庭条件一般，但自己是独生子，倒也不需要补贴家里的开销，只需要顾好自己，基本上就是一人吃饱全家不饿的状态。不过，穆怀杰说今年开始陆续有往家里打钱了，他说不管结婚没结婚都要为以后着想，现在年纪也不小了，男孩子要负起该负的责任。

一个人成熟的标志
是不再与世界针锋相对
收敛了所有的锋芒
也卸下了所有的骄傲
学会了温柔
也学会了沉默
好像每个人都是这样成长的
从无所畏惧地横冲直撞
到小心翼翼地摸索前行
似乎这是一个必经的过程
人是慢慢成熟的
也是一瞬间成熟的

希望广东成为一个标杆

我问穆怀杰有没有找对象，他开玩笑说：“我目标很远大，今年要谈三个女朋友，只是……可惜这都到年底了，一个都还没处上，其实我觉得谈女朋友不好，女孩子花里胡哨的。”随即自己就乐呵呵地笑了起来，又一本正经地补充说：“你知道的，干我们这行的时间少，工作压力又大，现阶段基本上都没什么多余精力去谈恋爱，我们不是在办事就是在办事的路上。”非常幽默的一个男孩子，而且他的话并不会让人觉得幼稚。对了，在和我谈话前，穆怀杰刚从中山、东莞出差回来。

穆怀杰坦言LED显示屏行业的销售比其他行业难很多，不过好在强力巨彩品牌强大，出去谈也比較有底气。让他欣慰的是，强力巨彩的福利待遇比其他公司好，对比其他厂商，他觉得平时出差无论是从住宿还是餐补等补贴费用都比其他厂商好，而且我们办事处可以选择小区，他们只能住城中村，归根结底是强力巨彩规模大、实力强，才能支持这些，可以看出他对强力巨彩十分认可。

穆怀杰是今年3月调来广东区的，虽然待的时间不长，但在他看来，强力巨彩在广东市场才运营两年，能有现在的成绩已经挺不错了，他相信未来会发展得更好。同时，他个人觉得外办的工作其实都大同小异，就看每个人如何去处理得更好、更完善，他个人小目标是希望广东市场能在他们的努力下成为一个“标杆”。

走在成长路上，有欢笑，亦有挫折，有阳光，亦有风雨，荆棘之中，朋友，去开山劈路，去披荆斩棘吧！去经历你成长历程中一次次冒险，把握你人生中的每一次机会，那将是你的蜕变！



穆怀杰在深圳安防展为客户讲解产品

杨永和：青春外表下的那份成熟

66

本文素材整理自我和杨永和零零散散的几次对话。

杨永和，广东办事处业务主管，一位来自福建泉州的“90后”男生。

成熟稳重是他给我的第一印象。



“菜鸟”蜕变“老司机”

2012年11月14日，杨永和清楚地记得初入强力巨彩的日子，他说到今年11月14日刚好七年。

“山不过来，我就过去。”这句格言告诉我们：世上没有不可移动的山，只有懒于行动的人。漫漫人生路上，环境因素如同大山，是难以被你一己之力改变的。想要个人际遇有所改变，只有从改变自己开始。

杨永和告诉我，最初他是在总部担任售后技术岗位，主要负责处理售后维修，随着经验的积累，他不断向前辈学习技术、安装调试等内容。之后被外派到杭州负责江浙沪以及安徽这几个区域市场的技术维修工作。

就这样，杨永和在技术维修岗做到第五年时，他开始思考未来的发展方向。因为他一直在思考除了技术还能做什么。2017年5月，杨永和看到公司在内招业务岗位一职，基于在杭州任职技术时和廖总聊过有关业务的事，他说：“廖总当时鼓励我转业务

岗试试，同时我姐也支持我去业务岗锻炼一下。”杨永和坦言，从技术岗转业务岗对他来说是一个很大的挑战，因为从来没有接触过，自己的性格也不是很外向，所以应聘时内心忐忑不安，回到家整夜失眠。

最终，杨永和得偿所愿。他告诉我，刚开始被外派的第一站是陕西区，当时在陕西任职业务主管一年左右，期间经历很多。之后他又被外派到四川区，5个月后再次调动至福建区；10个月后，在今年的9月9日调动到广东区……短短两年时间，杨永和闯北走南的同时，也逐渐从一名业务“菜鸟”慢慢成为外办队伍的一名“老司机”。

做一行爱一行

做业务和做技术哪个岗位更累更辛苦？

他毫不犹豫地说，技术。因为技术要到处出差支援，而且项目赶工时间段经常是半夜或凌晨。在杨永和看来，外办虽然也需要经常出差跑市场，但熟练之后并不觉得累，反而自己越来越热爱这份工作了。技术岗位学到的是显示屏相关的专业知识和技术，但是业务岗改变了他的性格，同时，与人沟通的能力也得到极大提升。

杨永和说：“入行之后，我在这个岗位里找到了自己的定位，也想深入发展，可能就是常说的‘做一行爱一行’吧。”另外，他也有建议他在公司的双胞胎弟弟转岗来尝试做业务，因为外办的业务岗真的很锻炼人，跟领导也可以学到很多东西。

阳光升起前的黎明总是最为寒冷的，而成长最快的时候总是压力最大的。外办工作既需要能力，也需要耐力，这意味着每一个外办人员必须付出百分之百的努力。“与运营商、服务商打交道，一个不小心都可能导致严重错误。”面对这样的工作，杨永和有自己的小秘诀——细心、尽职尽责。两个普通的词语，坚持下来就变得不普通了。

未来不远 逐心前行

面对年度高标的业绩任务，工作量可想而知。而对杨永和来说，压力就是动力，不管有多少工作，他都会尽自己最大努力去完成。面对压力，负责是另一种坚守，而坚守，则是通往高处的阶梯。他说，压力特别大的时候，会给自己一个全身放松的方式来解压——晚上偶尔出去跑跑步，每次流一身汗的时候都能让自己从一天的疲倦和压力中释放出来，他也享受跑步过程中的那份宁静。

对于工作表现，杨永和自觉做的不够好，尤其是在区域统筹和独立带区等方面的能力还有待提升。所以，他给即将到来的2020年定的小目标，就是希望能努力提升自己独立带区的能



杨永和在深圳安防展和客户讲解产品

力。“为了实现目标，收获更好的自己，我愿意尽自己最大的努力。”

如果内心贫瘠，换一万个地方，生活都是雷同的。未来，该向前走还是继续等，杨永和用行动告诉大家：都是平凡人，都过着平凡的生活，有人却把自己放在了一条逐心前行的路上，恪守本心，抗衡着生活中的每一次困难或挫折。所以，当我们在平凡路上，脚踏实地，无惧风雨，这才是最好的姿态。

毕竟，人生最清晰的脚印，往往踩在最泥泞的路上。

在赵金凌、朱勇珍、穆怀杰、杨永和的努力下，广东市场越来越好。
今年，广东新加入一家省级品牌运营商。
广州、深圳、东莞、佛山等地市级市场，品牌服务商的队伍也日渐壮大。

► 新晋省级品牌运营商

深圳大森林智显科技有限公司

孟非，曾经强力巨彩第一家省级品牌运营商老板，曾经的全国单色销量冠军，2019年9月再度牵手强力巨彩。在孟非看来，做强力巨彩省心，因为品质、品牌都不用担心，运营商只要把渠道、客户做好。

谈及未来目标，孟非表示公司刚搬到新园区，短期目标就是先把团队搞定，至于业绩目前没有定太大目标；长期目标的话希望两年内能冲到一个亿，做到强力巨彩运营商全国前五名，毕竟和强力巨彩有这么深的渊源，未来尽力把量搞上去，做大规模。

基于对强力巨彩管控模式和方向的认可，孟非对强力巨彩在广东(深圳)市场还是比较看好的，压力大归大，同理机会也会更多。就像孟非所说，现在已经不是单打独斗的时代，抱着成就团队的心态去做事才会往好的方向发展。



► 新晋品牌服务商

广州康睿光电科技有限公司

李秋全、曾桂英夫妻俩是今年9月份加入强力巨彩品牌服务商队伍的，当时他们只接触了强力巨彩一个星期，就决定从普宁迁移到广州开启新的征程。从建筑行业转行来到LED显示屏行业，对他们来说，虽然充满了未知和挑战，当然也充满了希望。

不过生活，本就是一场接一场的未知冒险，谁也不知道，未来会发生什么。唯有努力，才会让明天变得更好！



► 新晋品牌服务商

东莞市东城亮点光电产品经营部

来自江西的两个93年小伙子——宁华波、刘永亮，在东莞从事LED显示屏行业已经有5年的时间。这期间，大大小小的品牌他们接触了很多，有些LED显示屏品牌没有品质保障，不仅损耗信誉口碑，还费时费力不挣钱。

他们是在今年1月份正式加入强力巨彩品牌服务商大家庭的，他们说“只要产品质量高，售后问题也就少了，口碑也自然可以累积上去，价格贵一点无所谓，高品质可以让我们省心”。

8月份，他们搬了新店面，比之前的店面更大更宽敞。他们说，新起点新希望，努力一点总会有收获！



► 新晋品牌服务商

佛山市富才电子科技有限公司

钱喜龙，佛山品牌服务商，从事LED显示屏行业10多年，之前他和另外两个合伙人一起创业，后来因理念不合退出。现在自己重新组建了一个团队，在今年上半年加入了强力巨彩品牌服务商，开了一家强力巨彩LED显示屏形象体验店，事业蒸蒸日上。

10月26日，钱喜龙在佛山顺德举办了第一场推介会，11月24日又在佛山高明举办了一场推介会……

无论新朋还是老友，他们都将是强力巨彩广东市场奇迹的创造者。

来吧！未来，一起拼搏共赢！只为越来越“粤”好！



永远热爱 永远执着

◎ 撰文_林婷婷

陈 红强

Chen Hongqiang

喀什聚彩电子科技有限公司（以下简称“喀什聚彩”）掌舵者。

一个永远充满冲劲，永远执着追求的人。



他爱这个行业，爱他团队里的兄弟们，爱他的客户朋友们。正因为这份爱，他坚定地追求着，执着于在这个竞争激烈的行业里闯出一片天地，执着于为兄弟们创造一个安稳的未来，执着于为客户朋友们提供真诚、高效的服务。

◆ 创业初心，“对自己事业有一种执着”

聊起过往的创业时光，陈红强打开了话匣，娓娓道来：“我是2010年7月份开始从事LED显示屏行业的，在之前我从事IT行业。偶然机会听说国家要大力支持新疆发展，特别是重金投入喀什，2010年，我卯着一股冲劲，毅然离开河南老家，来到喀什。那会还不知道自己要干嘛，就在喀什转了几天后，发现已经在内地广泛使用的LED显示屏在这里竟然很难看到，当下就决定试一试这个行业。”

IT行业转到LED显示屏行业，隔行如隔山，期

间的辛酸苦辣恐怕只有陈红强自己知道。“这行水很深，刚开始做的时候，都是懵懂状态，也没有品牌概念，上家发什么货就用什么货，收到的板子经常亮度不均、做工差，还有七七八八一大堆问题，也没有售后服务，自己摸着石头过河。那段时间真的很痛苦，不过我从未想过放弃。”回想创业之路的艰辛，陈红强依然心潮起伏，尽管他面带微笑，看似云淡风轻。

在一大批参差不齐的产品中，印有强力巨彩字母标识的板子，优质且稳定的品质，引起了陈红强的注意。于是从2011年开始，陈红强就认准了强力巨彩，随后更是成为一名优秀的服务商，紧随着强力巨彩这艘全速前进的航空母舰，生意一年好过一年。

义无反顾地踏上转型之路，需要迎难而上的决心和勇气，以及对自己事业的执着，这些，支撑着他熬过那段艰难的岁月。

当然更少不了强力巨彩这位领路人，陈红强坦言选择比努力更重要，选择强力巨彩让他少走了很多弯路。在合作期间，也发生过很多让他记忆深刻、充满感激的事情。2017年，陈红强团队接手一个85m²的弧形屏，就在屏幕安装完成，刚刚调试点亮的时候，市领导过来一看就说85m²相对现场情况，显得太过小气了，当场决定把屏幕改大，一经测量需要改成245m²，而工期只有短短10天。当下一听可把他们急坏了，首先245m²的弧形钢结构本身就是个难题，更主要的是245m²的现货去哪里找。当下陈红强立马就跟省级品牌运营商商议，马上跟公司总部沟通，最后确定了方案。喀什聚彩现有85m²，加上省级品牌运营商还有将近100m²，缺少的60m²，正好西安的省级品牌运营商有同批次货物，第二天就从西安发空运到新疆。货全部到齐后，就马上开干，整个团队同心协力、披星戴月，终于在规定时间内完美收工，获得了市领导的肯定与赞扬，可以说强力巨彩在喀什的名气借此一炮而红。



245m²的弧形屏

这样的例子在强力巨彩比比皆是，一方有困难，八方来支援。整个强力巨彩大体系，同心、同德、同行、同分享！

◆ 兄弟相称，“我要让他们都买房买车”

喀什聚彩，整个团队只有6人，虽说不够庞大，但战斗力十足，都很拼，他们有着极高的思想觉悟，也有着极强的执行力。

这个团队尤其在安装施工方面，专业性强、能力过硬，在整个喀什市场，是远近闻名的，这也成为他们抢占市场，获得客户青睐的法宝。陈红强无奈又自豪地说：“现在在喀什有个特别的现象，好干的活被人低价抢走了，不好干的都来找我们了，因为我们专业，不偷工减料，做出来的屏问题少。就这样我们在保住现有客户的基础上又开发了一些相信我们能把活干好的新客户。”

这个规模小却精悍的团队，能力有多强，速度有多快？举个例子，做个60m²的屏，只要一天就轻松搞定。整个团队分工明确，一到现场，各司其职，立马开干。

任何一个优秀的团队，都是经过常人无法想象的一次次磨难和痛苦，才成为现在的样子。摸爬滚打近十年，遇到的施工难题更是数不胜数。

2016年，陈红强和团队接手一个行政服务中心20m²的Q4全彩屏，有199个窗口，每个窗口有一块长1m高0.4m的窗口屏。难点是这些窗口屏不是常规屏，还有若干个十几平方的单色条屏，但工期只有8天。全彩屏和单色条屏都好解决，主要问题是199个定制的窗口屏实在是个难题，随后陈红强仅用一上午时间终于联系到北京的一家可以定制的公司，立刻飞到北京对接生产，第二天中午所有货物准备完毕。运输难题又接踵而至，空运，费用远超预算；陆运，时间不允许。经过考虑，最后他们决定包车拉到喀什。

4000公里的路程陈红强和司机换着开，路上都不敢休息，2天时间终于到达喀什。以为货物到齐只要加班加点安装，就可以按期完成，谁知道更大的难题还在后面。花了2天时间眼看着就要收工了，现场来了一位职位更高的领导，否定了之前的安装位置和要求，让重新来，团队成员们当下心里太绝望了，几个日夜的加班加点化为乌有。所谓好事多磨，等他们按照改动的位置，重新安装并且已经安装一大

半的时候，地区领导来检查工作，又否定了安装位置。

当下大家真的想打退堂鼓了，几个日夜兼程，不眠不休，精神和身体都已处于奔溃边缘，可是他们的专业素养不允许这么做，他们代表的是强力巨彩的形象，不能这么轻易放弃，否则前面所有的努力都白费了，最后整个团队咬牙坚持，在30个小时内按要求把屏幕改装完成，现场所有人都被感动了，纷纷竖起大拇指，强力巨彩人就是不轻言放弃、能打胜仗。

苦中作乐是陈红强和兄弟们的常态，虽然绝大多数时间都扑在工作上，经常刚要休息，突发事件就来了，但还是要劳逸结合，忙里偷闲的，否则永不停歇的备战状态只会拖垮大家的战斗力。稍有空闲陈红强就会组织大家去钓鱼，这是他们的共同爱好，然后把“战利品”让厨艺了得的刘大师傅做成美味佳肴，大家围坐一桌，斟上小酒，谈天说地，好不快哉。

在陈红强心中，他和团队成员的关系并不是老板与员工的关系，更像是朝夕相处、同甘共苦的兄弟。他由衷地说到：“兄弟们大老远地来到中国的最西边，跟着我一干就是7、8年，这是我的荣幸！我一定要为他们创造更多的福利，让他们每个人都买房买车，这也是我的责任！”

◆ 真诚服务，“给客户的承诺一定兑现”

在陈红强的观念里，每做一块屏，就是给客户的一个承诺，只要客户一直在用这块屏，他就一定要遵守诺言。无论何时，无论何地，及时响应客户需求。

陈红强接手政府单位类项目比较多，经常遇到这类问题，比如明明很认真细致地培训过单位相关负责人，可是在用屏的时候又不会了，或者受过培训的人临时出差了，又没有对接给其他人，诸如此类问题，他们自然而然地就想到让陈红强派人过去现场支持。

前段时间，陈红强团队做了个政府单位的舞台屏，前一天晚上单位负责人紧急给陈红强打电话，说第二天临时有个汇报演出，会有大领导出席，因为屏幕刚验收不久，他们也不太熟悉，怕出状况，一定要陈红强派技术过去全程指导。虽然那个地方距离喀什300多公里，虽然这样的突发事件打乱了第二天的工作安排，但还是要急客户之所急，所以技术人员第二天凌晨三点半就出发了，为客户的汇报演出全程保驾护航。

这就是真诚服务，真心付出，客户亦是朋友。

◆ 期待未来，“先实现3年目标”

沧海横流，方显英雄本色。陈红强在经营好现在的的同时不忘规划未来的事业蓝图，“梦想总是要有的，万一实现了呢。先定个3年目标。2020年实现销售额1000万，2021年实现销售额1300万，2022年力争让工作5年以上的团队员工都买房买车，现在已经有的到时候换更大的！”谈到喀什聚彩的未来，陈红强柔和的目光里，透露着坚定和自信。

这样一个迎风而上，追逐梦想的人，他拥有敢为人先的胆识和非凡的创业能力。运筹帷幄之中，决胜千里之外。相信喀什聚彩必将迈向辉煌！



陈红强团队

激情燃烧的岁月

◎ 撰文_林婷婷

黄润泉

Huang Runquan

2016年，挥手告别湖北办事处，毅然转战采购中心，从一名采购门外汉，奋勇拼搏，华丽蜕变成如今的采购精英。



从湖北办事处到采购中心，
从一名业务员变成一个采购员，
转型之旅是懵懂的，痛苦的，曲折的，
却也是充实的，精彩的，收获满满的。
岁月流逝后，回首强力巨彩的点滴，
终将是异彩纷呈、激情燃烧的岁月。

◆ 我是采购“门外汉”

2016年以前，我从没做过采购相关的工作，在我的认知里，采购就是花最少的钱买最好的东西。我不擅长买东西，更不擅长砍价，也从来没想过有一天我会踏入这一行。

现在回想起来，一切都是机缘巧合。2016年，是我加入强力巨彩的第三年，在此之前，我背井离乡、只身一人在湖北办事处，从事销售业务工作，也是这一年，我的第一个孩子出生，

初为人父的激动之情加深了我回家的渴望。

从孩子出生到申请回家期间，仅见过孩子两面，以至于她都不认得我。那种缺少陪伴的失落促使我向公司提出调回总部的申请，恰巧那时采购中心严重缺人，便抱着试试看的心态应聘，很幸运居然被选中，由此开启了我采购“门外汉”的进阶之路。

一进来，领导就让我负责主材之一——线路板的采购工作，看惯成品的我，那会连线路板是什么都不知道。我印象特别深刻，第一次跟供应商见面的时候，问的第一句话就是，线路板是什么？而且那时，整个采购中心的制度相对缺失，也没人跟我交接，只能自己慢慢摸索，还好有黄总的大局思维做指导，他也会请专业老师来给我们培训。

在具体执行过程中，遇到不懂的，我就问研发，比如要找哪家供应商打样，找哪家下单，

这种东西没办法，不懂就是不懂，在供应商面前是装不出来的，只能多问多学，尽快上手。

就这样过了三个月，我对工作内容有了基本了解，在之后长达两年的时间里，我有将近70%的时间都是在外面出差，把所有合作的供应商，以及我通过各种渠道寻找到的意向供应商，都跑了一遍，也让我对线路板、行业情况、供应商状况都有了深刻了解。

之后便着手将原有的线路板供应商体系进行调整，重新梳理优化，建立更完善更合理的线路板供应商体系。把原本规模小，品质和交货都没保障的供应商剔除掉，导入在品质、交付方面比较稳定的新供应商，并且还要考虑供应商的分布，避免出现不良情况发生。

就这样，我抱着求知求学的心态，从采购门外汉开始做起，终于打开了采购这扇门。

◆ 采购不是简单的采买

采购是一门学问，入行越久，越能体会到采购不止是简单的采买。特别是我们公司这种大批量和大规模的采购，必须要有规划。而要提前规划，就必须对市场趋势、公司的销售情况、产品情况非常了解，才能优化公司的需求，提供更好的解决方案，否则只能傻瓜式地执行，单纯地给公司供货。

2016年我刚进采购的时候，恰巧遇上线路板价格十年大波动时期，因为之前做业务，相对敏感一些，在走市场的时候，能感觉出来线路板要大幅涨价，就把这个市场信息反馈给领导。



随后公司综合销售情况等各方面因素，立马做出决策，在6、7月份就把9月份以后的线路板材料都提前备齐。因为9月份开始是我们的销售旺季，每年都会出现抢货的情况，对线路板的需求也很大。果不其然，2016年10月份线路板价格前后涨了6次，但我们全部完美避开，2017年也成功避开一大波涨价潮。

所以要做好采购，要给公司节约成本，就要了解公司的销售情况，知道旺季在哪个节点，清楚公司的产品方向。除此之外还要抱着多听多问多学的心态，经常走访供应商了解市场情况，同时对当下的政策热点也要敏感，当时市面上刚好在炒作铜箔、玻纤布等PCB材料（线路板的主要成分），它如果涨价，线路板自然跟涨。

我们公司的采购人员还要承担一份重要的职责，那就是把市场的前沿趋势、技术革新以及供应商的情况等信息带进公司，为研发人员提供合理性意见。

2016年公司研发的Q2.5的外形公差、尺寸公差要求都非常严格，这种要求在供应商那里是做不到的，如果要做到就要花大量成本去开发定制，当我把情况反馈给研发，他们还是坚持自己的研发理念，那时我真的头大。后来还是黄总出面推动这个项目，直接召集供应商与公司研发人员当面沟通碰撞，明确我们的目的是要做到性价比最大化，所以综合考虑我们的品质与成本之后，研发重新制定了更适合我们公司的产品方案。

此前研发通常是直接把设计图纸给我们，我们只管采购执行。现在出新品时，如果有特殊的需求，都会先跟我们确认，供应商是否能满足我们的需求，结合我们的意见，再来综合考虑，研发出更合理的产品。所以采购人员也要了解产品的工艺和技术，才能辅助研发进行产品优化升级，达到性价比最大化。

一个采购人员要像一只八爪鱼，多方面猎取知识，才能在这个岗位发挥真正的价值。

◆ 谈判是一种博弈

谈判是采购中的一个重要环节，涉及到沟通、交流、策略等方方面面，每一次谈判之前，都要做足功课，要对行业趋势、对方公司的情况了如指掌，才能抓住关键点。

谈判讲究策略，比如旺季时，对方货物卖得火爆，就会以此抬价，这就要求我们对线路板的成本结构非常了解，逐项跟他们分析自己所了解的每个部分的价格，从而让对方不敢虚报，给出合理的价格；淡季时，我们就从供需关系来谈，供大于求，我们的大批量需求能让对方获得更好的收益。

任何谈判我们代表的都是公司，所以无论是处理方式还是合作方法，都要思量再三。谈判过程中，真诚很重要，跟他们敞开地聊，有什么顾虑都可以说出来。

每次与供应商博弈，我都不是一个人在战斗，所以我要特别感谢同事的支持，更要感谢领导的信任和适当的放权。在采购，开发和订单执行是要分开的，但领导准许我可以参与其中，因为谈判，我需要拿我们的订单优势跟对方谈，这是我成功的筹码之一。还有如果在外跟供应商谈判时，遇到对方提出的额外需求，我可以先权衡利弊，如果可以得到更好的谈判结果，我可以有决策权，只要在合理范围内，领导也是支持的。

在我看来，谈判最好的结局就是双赢，要想长久合作，就要真诚。

◆ 在孩子眼中，我的工作就是出差

我也是儿女双全的幸福父亲，女儿5岁，儿子3岁，他们是我努力奋斗的动力。可是在内心深处，我对他们深感愧疚。

由于我经常出差，就算没有出差，晚上也是经常加班到十点，甚至更晚。每天早上出门，孩

子们还没起床；晚上回家，他们又睡着了。所以在他们那里，我一直都在出差，以至于当老师问我女儿，爸爸是做什么工作的时候，她天真地回答：“爸爸是出差的”。

好像作为强力巨彩的员工家属，都要比别人更辛苦，承受更多。虽然我妻子一直都很体谅我，支持我，但是去年因为一件事，她真的崩溃了。那时俩孩子都生病，而且一直反复，持续将近三个月，她整个人都瘦了一圈，非常憔悴。一天晚上九点多，俩孩子又突发高烧，很不巧，我又出差了。她就抱着一个，背着一个，自己一个人带去医院挂急诊。半夜十一点多，我还在跟供应商谈事情，她打电话过来，跟我一边哭一边抱怨。

虽然他们已经习惯了一个“不着家”的丈夫和永远都在“出差”的父亲，并且接受了，但这就是我的工作，我希望通过自己的努力给他们创造更好的生活条件。

我希望在做好本职工作的同时，不留下太多遗憾，就像我工作一样，尽量做到称职。



陈财彬升职记

◎ 撰文_陈小建



陈 财彬

Chen Caibin

90后，强力巨彩财务中心总账协理。

他，进公司四年，连续三年被评为“年度优秀员工”。

“不好意思，我刚开完会，来晚了。”

这就是陈财彬的工作状态——忙。

陈财彬，现在是强力巨彩财务中心的总账协理。

◆ 从“不被认可”到“被认可”

90后的陈财彬，2015年决定到厦门闯一闯，在人才网上看到强力巨彩在招财务会计岗位就投了简历。经过初试、复试，陈财彬顺利入职。

最初，陈财彬担任费用会计一职，一切按照制度来做，相对轻松。工作两年左右，晋升为协理，那时，协理职位采用轮值式负责人形式，每人轮流一个月，但是慢慢很多人不想去轮

值，觉得做好自己的工作就好了。后来领导找到陈财彬，想让他负责，不过他自觉入职时间短无法胜任，在领导的坚持下，他也逐渐有信心去尝试，毕竟不能让领导失望。

职场如同战场。刚开始做协理时，陈财彬就遇到一个棘手问题——其他员工不服，以至于前期工作的分配执行十分吃力。有的员工觉得他才来没多久，有的员工觉得自己的资历比他久，凭什么被他管……这让陈财彬的处境十分尴尬。

陈财彬坦言，刚开始也会和领导反馈工作安排不下去，而领导给他的回应是——“安排不下去工作，你做什么领导！”就是这一句话刺激到他，他发自内心觉得“不可以这样，我要证明我自己可以，我要证明自己比别人强，我要让大家都心悦诚服”。

虽然很辛苦，但是不认输的他下定决心要做到让别人“服他”，只有自己努力变得更完美，才能成为一个可以指导下属的管理者。从此之后，陈财彬不懂就问，问同事、问领导…皇天不负苦心人，陈财彬的努力付出和业务水平最终还是得到大家的认可。除了刚进公司的第一年没有被评为优秀员工，后面连续三年他都被评为“年度优秀员工”。

◆ 他的成长

陈财彬告诉我，他以前是很内向的一个人，就连跟女生沟通都会脸红，一被领导点名就会心跳加快……但是现在在强力巨彩成长很多，可以独立面对总监、面对其他中心领导去沟通，甚至可以给领导提建议，这就是他的成长。

陈财彬相信付出总有回报，从所做的事情被团队和公司认可，从小费用员到现在的总账协理，自身的成长、薪资的提升……都让他很有成就感。如果给自己评分，陈财彬给自己打85分，还有15分的成长空间。

◆ 完善自我走好每一步

作为代理中层管理，陈财彬平易近人，但工作是工作，生活归生活。在管理团队的过程中，

他因人而异，会针对每个人的优势去安排工作，尽量让每个人发挥所长。如果一件事比较急但不是很重要，陈财彬就会安排速度快的人优先处理；如果是不急但是很重要的事，他就会安排细心的人去负责。

而对于新进同事，陈财彬认为最重要是要给予他们足够的关心，让他们尽快融入团队。在他看来，每个人都应该要有自己的想法，而不是一味地去执行别人的想法。

陈财彬平时经常加班。他说因为白天经常要开很多会，所以只能下班延迟时间去处理其他事，已经习以为常了。当然，曾经也会有累到想离开的冲动，不过冷静之后还是觉得平台很好，这里是一个有才华不会被埋没的平台，机会很多，可以学到很多。

面对重重压力，陈财彬有他自己的解压秘诀——跑步。他说，跑步是释放压力最好的方式，可以让自己恢复状态，每次跑半小时，流汗的过程就把压力通通挥发掉了。

2020年，陈财彬计划去报考中级会计师，他说这是自己所欠缺的技能证明，他要去完善自己，提升自己。

陈财彬，用实实在在“小目标”走好每一步。



逐流不随波 朱洋的故事

◎ 撰文_春风 / 陈小建

朱 洋

Zhu Yang

山东办事处经理。

产线测试员-维修员-物料员-副组长-组长-业务专员-业务主管-办事处经理……

他的成长轨迹，亦是他的故事。



在近十年的工作中，我采访过许多人。采访对象从高知、教授到企业家、社会精英，从普通百姓到达官显贵，采访足迹从边陲小城到国际都市，从严冬的北国到盛夏的南海……曾经有人问我，哪种人的故事最能打动别人？我所问非所答，认真的人。

当看完七千多字反馈稿件的那一刻，我确信：朱洋是认真的。

你可以没有梦想，但一定要知道自己在做什么；你可以平凡到淹没在人群中，但不能随波逐流成为替代品；你可以被压力逼哭一百次，但哭完记得对它笑一千次；你可以习惯为别人付出，但至少别忘了为自己而活；你可以学会假装的微笑，但不要变成你当初讨厌的人。

这，就是逐流不随波。这，就是强力巨彩山东办事处经理朱洋的故事。

◆ 经历

2012年初，朱洋和朋友到泉州找工作，对比几家工厂后，发现强力巨彩薪资待遇比较高，3月份正式加入强力巨彩，任职产线测试员（一线员工），这是他的第二份工作。

那时，朱洋觉得产线维修员技术很厉害，什么故障模组都能修好，所以一有空就去找维修员讨教。俗话说，机会总是垂青有准备的人。经过几个月的学习，他从4组调到1组做维修员兼物料员（副组长职位）。当年10月前后，泉州工厂搬迁至厦门，朱洋被分配到生产三部4组做副组长，不久正式升任组长。

2014年4月，生产办公室文员告诉朱洋公司正在内招外办销售，机会难得建议他去试一下。朱洋说：“当时内心很激动，觉得机会来了，不管怎么样都要去试试，哪怕失败也是一种成

长的经历。”第二天，他就去人事部参加初试，接着复试，期间让他印象最深的是销售中心总监郭雪静的提问，“业务专员这个职务可能一段时间会比你现在组长的工资低不少，你还愿意吗？”

第二周，内聘两名外办销售的名单正式公布，朱洋如愿以偿。2014年5月份，朱洋正式异动到销售部学习，跟随江苏销售助理直到外派。

2014年6月份，朱洋结束总部学习被外派到北京见习，最初是了解外办销售模式、出去走访市场、拜访客户，锻炼业务谈判技巧及产品技术问题。两个月后，朱洋又被调任到南京办事处做见习业务专员，跟着时任负责人廖小斌学习。“因为当时江苏省区比较特殊，是一区两办，我在南京学习两个月后又到无锡，之后廖总带我走访苏州市场，在常熟市廖总亲自示范在陌生市场通过客户沟通把区域市场情况和有量客户摸得一清二楚的方法。”

2015年11月，朱洋从江苏办事处业务主管调任到新疆区域做带区业务主管。3个月内，他和团队先后开展区域市场调研、梳理市场规范、明确运营商内部制度、整顿内部内耗等工作，提升市场开拓效率。2016年3月份，朱洋正式晋升为区域经理，在他的组织、协调下，新疆区连续三个月都超额完成冲击任务。7月份朱洋获得公司给予的购车奖励。同时，经过运营商及办事处一年的努力拼搏，新疆区域在2016年度取得亮眼的成绩。

2017年3月份，朱洋被调任到山东担任办事处经理，负责整个山东市场。

这些年，走过多少路，收获多少经验，只有朱洋自己知道。

◆ 成绩

在朱洋的带领下，强力巨彩在山东市场的发展越来越好。

2018年，山东市场夺得强力巨彩全国销售亚军，更诞生两个冠军——全国省级品牌运营商销售冠军山东金巨电子有限公司、全国品牌服务商销售冠军青岛邦德光电实业有限公司。

朱洋没有把功劳归功于自己，他说山东市场本身容量相对较大，这是山东区域整体业绩较好的基础之一。

同时，在总部推出二级渠道建设战略暨品牌服务商建设伊始，山东区域就积极响应，建设进度遥遥领先。通过几年的持续推进，山东区域建立了相对健硕的渠道基础，特别是2018年在重点突出二级渠道关系管理方面着重下功夫。

1、要求各个省级品牌运营商建立品牌服务商群，在公司政策、价格、技术变更、产品培训、企业优势介绍及培训等方面常态化，真正做到与公司战略“贯通”。

2、针对核心品牌服务商客户单独建立一个对接讨论组，把运营商对接业务人员、办事处人员、战略盟友、品牌服务商全体人员组建单个品牌服务商对接组，提升日常对接效率与效果。

3、让品牌运营商学会统计品牌服务商数据，分析品牌服务商数据，公布品牌服务商销售数据排名，让品牌服务商有攀比心理促进他们良性竞争，达到你追我赶的良好氛围。

4、对办事处、战略盟友要求核心品牌服务商必须上门拜访，了解最新市场情况、客户经营情况及所遇到的困惑或者问题点，逐一分析、解答。

5、区域推介会由省级品牌运营商举办下沉到由核心品牌服务商牵头举办，运营商、办事处、战略盟友协助配合，把当地品牌服务商推在前面，提升核心品牌服务商的影响力，推广积极性及合作粘性，并树立标杆，全省复制。

为了让省会工程商圈客户群体有所突破，朱洋把省会工程商分为两个梯队。第一梯队是年营

业额超过2000万以上的省会大型工程商，第二梯队是年营业额低于2000万的省会中小型工程商。

结合山东实际情况，朱洋及团队重点针对第二梯队进行切入合作，通过分析市场定位、品牌优势，确定合作模式，加之省级品牌运营商配合、办事处资源扶持，快速拉动业绩增长，树立强力巨彩品牌工程商标杆。以此反向拉动第二梯队中小工程商加入强力巨彩，从而扭转强力巨彩品牌在省会工程商圈的局面，奠定强力巨彩品牌影响力在省会市场的基础。

◆ 格局

在朱洋看来，驻外办事处、省级品牌运营商、品牌服务商是个互相成就的大团队。

他说，驻外办事处要让省级品牌运营商充分了解品牌服务商的重要性，不仅只是卖货单元，更是举着强力巨彩大旗打头阵的先锋队。所以，如何通过品牌服务商这个“先锋”去布局当地市场，打造三公里服务圈，是办事处、省级品牌运营商的核心工作。

那么，如何协助省级品牌运营商、品牌服务商开拓市场？

省级品牌运营商：

- 1、分析各省级品牌运营商在各地市的销售数据，挑选薄弱区域进行试点提升。
- 2、分析各省级品牌运营商旗下各品牌服务商的销售数据及分布情况，筛选销售额下滑的品牌服务商，安排所负责的业务员重点跟进，相关负责人负责监督。同时，对品牌服务商分布薄弱的区域要重点开发建设，定出指标，持续推进。
- 3、驻外办事处重点梳理竞品核心客户名单，分配给相应的省级品牌运营商，要求业务员出差必须重点公关，发展成为品牌服务商，进行收编。



品牌服务商：

- 1、日常出差上门拜访与产品、技术、招投标参数、评分标准等培训常态化，对于日常驻外办事处接到的显示屏咨询业务，结合情况分配给核心品牌服务商，提升合作粘性及销售积极性。
- 2、对于贫瘠地区的核心品牌服务商，需结合不同区域的市场情况，分析找准品牌服务商定位，重点突出品牌服务商的“本地化服务”，并承接一部分外地辐射项目。
- 3、富饶地方的核心品牌服务商，分析当地市场客户结构，重点培训关于细分客户深挖技巧。如线上的百度引擎、360搜索、招投标网中标目录查询、微信全网商机公众号等，可以查询当地各细分行业的招投标项目及中标结果；在线下，通过电子科技集中市场、产品线上自上而下梳理的客户名单等。

◆ 自律

真正优秀的人，往往具备几个特质——自我总结、自我反思、自我要求。

在别人眼中，或许朱洋是优秀的外办经理。但他自认为只是中等水平。自我分析如下：

- 1、工作积极性、状态、勤劳方面，中等水平。
- 2、产品、技术等专业知识方面，中上水平。
- 3、商务交际能力、客情维护方面，中等水平。
- 4、市场管理，对省级品牌运营商管理、品牌服务商的管理方面，中等水平。

朱洋在工作中对自己有三点要求：知识与技能提升、效率提升、人际交往提升。

- 1、知识与技能提升：主要是对产品、渠道管理、市场营销、业务沟通和项目运作技能等方面提升。
- 2、效率提升：知识与技能提升，会促进工作效率的提升，但核心关键是制定工作计划。由于外办事情繁杂，如没有工作计划，很多时间就会荒废，所以制定工作计划是非常必要的。把每天要做的事情、要出差的行程、拜访的客户提前计划好，按部就班行动。晚上对当天工作做个回顾，把未做的事全部记录下来，做第二天工作计划。再慢慢养成做周计划、月计划的习惯。
- 3、人际交往的提升：包括人际交往，团队协作等软实力的提升。因为外办团队要对接多方资源，所以平时需要多观察人际交往，以及和能力较强的同事多交流学习。

除自我要求之外，朱洋在工作中对下属也有几点要求：

- 1、自律：每天上下班时间、工作状态及日常工作的硬性指标。
- 2、不拖延：面对省级品牌运营商、品牌服务商和客户的问题，要第一时间回复，即使现场解决不了也要寻求其他部门帮助，以最快的速度解决问题，避免没有及时处理导致事件遗忘或者延后处理的情况发生。
- 3、强烈的责任心：对公司总部每天安排的事项及办事处负责人安排的工作必须执行到位并及时汇报。
- 4、主观能动性要强：对于区域工作的事情要勇于承担，遇到问题要有自己的意见和寻求建议的思维。
- 5、勤奋：天道酬勤，要有不怕吃苦的精神。
- 6、形象：整洁的着装。

对驻外办事处新人的建议：

- 1、专业知识方面：要具备产品方面的专业知识，这是与客户日常沟通最常见的话题。
- 2、心态方面：要沉住气，要有抵抗压力的责任感和勇气。
- 3、职业道德方面：君子爱财，取之有道。切莫做有违职业道德，违背强力巨彩企业文化的事情。
- 4、办事处经理方面：新到区域市场的办事处经理，首先要进行市场调研，了解区域经济、地方分布、物流、省级品牌运营商经营、地市客户、竞品同行等多方面情况，做到知己知彼。之后，结合具体情况，理清思路，开展有效地计划与行动，并把思路、想法及时告知省级品牌运营商。只有这样才能聚焦，效率才能更快。

◆ 未来

朱洋说，在强力巨彩工作多年，物质、阅历都有明显改善、提高。现在，很多亲朋好友遇到问题都会主动和他交流，包括父母也会征询他的意见。这就是成长，让朱洋有成就感的成长。

关于未来，朱洋的目标明确而具体。

俗话说，不想做将军的士兵不是好士兵。未来，朱洋希望通过努力能快速提升自己的业务能力、管理水平，也能够有机会晋升为大区负责人的同时，在老家省城买套房子，给家人创造更好的生活环境，给孩子争取更好的教育条件。

现在，朱洋和他的团队正在全力冲刺第四季度目标任务，并希望可以赢得2019年区域销售冠军的宝座。

这，就是朱洋的故事，未完待续……

“狼性”叶淇文

◎ 撰文_陈小建



叶 淇文

Ye Qiwen

玖经考验铸铁军，捌方贵客不请自来。

壹心想着客户至上，强力巨彩比谁都牛。

——江西玖捌壹实业有限公司总经理 叶淇文

◆ 从感性到理性

自嘲是“游牧民族”的叶淇文，祖籍浙江，出生于江西，成长在深圳，如今回到江西创业。

他说，用深圳速度在江西打拼是有优势的。

2014年，叶淇文决定从深圳回到江西老家创业，起初从事安防监控工程业务，做了一年多不见有起色，他决定改行。经过了解，叶淇文觉得走字屏很有市场，所以就毅然投身于此，但因为合作的品牌不给力，售后保障一度成为他们的困扰。

眼见走字屏做的不顺畅，在2016年初，他又提出改行做LED显示屏。叶淇文回忆起当时他们公司四个股东开了三天三夜的改行交谈会，最后还是有两个股东不同意继续投资，面对这种情况，果敢、果断的他最终强制执行。从那一

刻的决定开始，叶淇文和江西玖捌壹实业有限公司（下文简称：玖捌壹）离梦想更近了。他说，很庆幸自己当时的坚持、坚定，经过3年的发展，如今LED显示屏占公司总销售额的70%。

叶淇文带领玖捌壹改行做LED显示屏，选择的合作品牌就是强力巨彩。从交谈中得知，叶淇文早在2015年底就开始接触强力巨彩，当时是强力巨彩省级品牌运营商众磊科技业务员联系到他，一开始有些犹豫，不过经过几个月的了解和沟通，在2016年5月份，叶淇文和玖捌壹正式加入强力巨彩品牌服务商队伍。

至于为何选择强力巨彩，叶淇文坦言原因有四点：

第一，强力巨彩在做一份伟大的事业，要让老百姓3公里内就能找到服务站点，是做走终端市场、薄利多销，人人都买得起的产品。

第二，强力巨彩LED显示屏在生产过程中品质管控很到位，设备点检、设备校准、设备保养、首件确认、100%例行检验、出货抽样，每个环节都很认真对待，让他们对品质很放心。

其三，强力巨彩有自己的工厂，不会经常因为厂房租金涨而产品价格涨或经常搬厂房等环境因素造成品质INT失控。

其四，强力巨彩、南昌众磊与玖捌壹服务理念一致，所以选择携手同行。

◆ 叶淇文的“套路”

在叶淇文的带领下，重新出发后的玖捌壹，一切都在往好的方向发展。

这几年，玖捌壹的业绩逐年增长50%以上。当问到他是如何做到的，叶淇文说他有自己的“套路”。

比如，2016年刚加入强力巨彩体系时，他就投了25万元买了32m²室内Q4租赁屏。在每次活动现场入场前、退场后都播放玖捌壹的广告，其他大公司举办推荐会时，他就免费把屏当做赞助借用，赞助的条件就是换取玖捌壹的广告宣传页在现场投放。

玖捌壹在所在市场区域的火车站、汽车站以及吉安最大的商场这三个高人流地段还各有一块户外广告屏，轮番滚动玖捌壹公司广告，抢占眼球。同时，有很多传媒广告公司想要有人维



护他们的显示屏，但又不想出钱，叶淇文就会用技术维护置换他们的广告位。

此外，叶淇文对员工也有微信朋友圈考核标准，每个月转发公司广告或强力巨彩相关动态低于15次的员工就以生吃苦瓜为惩，16次以上合格加5分，30次加10分，后期再按积分给予相应奖励。

叶淇文说玖捌壹的价值观一直是“安全第一、工艺第二、效率第三、利润第四”。他说，“已接的工程不管客户多刁难，我们都把对方提的要求放在第一位，做好事情再谈利润，即使亏本，只要交了漂亮的结果让客户满意了，我相信他也一定会介绍其他客户给我，哪怕他不介绍我们也可以当个案例作分享.....”

叶淇文直言，他没跑过业务，都是朋友介绍或通过广告找来的。他坚信，只要把服务做好，客户自然也就维护好了。

这一个个“套路”，体现出叶淇文的睿智。

◆ 叶淇文的“狼性”

狼，一直是叶淇文崇拜的对象，它的灵动、勇敢、团队意识，一切以客户（猎物）为中心。只要有目标，必须拿下，就算利润少甚至没利润的工程也一样，最多也就白当几天劳动力。

因此，玖捌壹的制度也和狼一样很“狼”，只要员工不是一条心、思想不统一战线，就会被淘汰。叶淇文说，这三年来他先后开了三个股东，因为理念不合的人确实不适合一起打拼，新员工流失率也高达80%，不过他认为能为他所用的，才是人才。心不在一起的，留下也没有任何意义，所以作为鼓励，叶淇文给留下的老员工都分配了股份。

截至今年10月，玖捌壹团队共有21人（不含分公司），外包团队15人，分公司6家，同盟参股公司5家。

如果说玖捌壹是一个小团队，那强力巨彩体系

精彩案例



投放广告



就是一个大团队。在大团队中，叶淇文也展现出他的“狼性”，他经常会在区域品牌服务商群里分享案例、分享经验，为其他品牌服务商解答相关问题。

叶淇文坦言，吉安市场本身不规范，各品牌的LED显示屏竞争激烈。刚开始确实疑惑，后来慢慢想通了。叶淇文认为玖捌壹不应该靠价格占有市场，而是应该靠实力靠团队。“上午看现场、下午签合同、第二天完工，这就体现出我们专业和时效。”叶淇文补充道。

在狼的世界里，没有捕捉不到的猎物，只有不肯追赶到的决心。没有争夺不到的食物，只有不敢挑战的勇气。做人，就该像狼一样，一人时

独立，一群时团结。有好处，要分享；有麻烦，互承担。

39岁的叶淇文，已经给自己的未来定了一个明确的“九年规划”。

他希望玖捌壹近三年销量保持稳步增长，努力做大规模，在2021年实现业绩5000万，利润突破500万；2022年—2024年有自己的厂房和写字楼；2025—2027年投资软件开发类事业。

一份规划，代表着狼一样的叶淇文的“野心”。

相信有着“狼性”的叶淇文，选中目标，定会奋力往前冲！

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



倔强是内心的坚守

◎ 撰文_林婷婷

66

忘掉所有‘不可能’的借口，
去坚持一个‘没问题’的理由。



借用请登记

曾国藩曾说：“男儿自立，必须有倔强之气。”

这世上有一种人，生来倔强。

逆风的方向，或许更适合他们飞翔。

“忘掉所有‘不可能’的借口，去坚持一个‘没问题’的理由”。这是他时常挂在嘴边的一句话。

每当产品出现品质问题，而其他人都束手无策的时候，他始终不肯放弃，坚信方法总比困难多，不厌其烦、不辞辛劳地反复验证，他认为每一次验证就是一个寻找希望的过程。

正因他的倔强和永不言弃，使得公司的原材料品质上了新台阶。

他的倔强，是内心深处对强力巨彩产品品质的坚守。

他就是品质工程中心材料品质部SQE组的一名品质工程师，周宗吉。

别在年轻时，选择了安逸

年轻，是我们一生中既普通，又宝贵的财富。普通，因为每个人都拥有青春；宝贵，因为它是限量版，每个人一生只有一次。因为每个人都有的，所以唯有更加努力，才能脱颖而出；因为仅有一次，所以必须要好好把握。

2015年，26岁的周宗吉，正是青春洋溢、激情澎湃的时候。那时的他，正在强力巨彩附近一家从事触摸屏行业的公司上班，从事分析触摸屏失效的工作。每每听说强力巨彩的规模不断壮大时，都让他心生向往。

“强力巨彩是行业佼佼者，有着完善的流程和制度，如果能进去，肯定可以学到很多东西，所以对那时满心浮躁的我来说，是个可以沉淀自己的好机会。而且听闻强力巨彩的工作岗位选拔制度和‘以业绩论英雄’的模

式，是非常锻炼人的，另外公司的福利待遇也非常好。”之后，周宗吉抱着试试看的心态参加公司应聘，并如愿地加入客服分析的品质工程部OQE。

从分析触摸屏失效到分析客服的失效不良率，虽说工作模式很相似，但毕竟隔行如隔山，触摸屏行业与LED显示屏行业还是有本质区别的，这对刚入职的周宗吉而言，等于一切从头开始，但毕竟之前有些基础，加之他敢问肯学，比别人花费更多的时间和精力，很快便上手了。

日子就这么忙碌又充实地过着，周宗吉犹如海绵一般快速地吸收着知识，积攒着经验。一年时间，他已经对岗位内的工作了然于胸。俗话说，机会总是垂青努力的人，很快机会就到了。当时品质工程中心材料品质部的SQE组严重缺人，很多紧急工作需要开展，正巧需要像周宗吉这种对材料失效了如指掌的人，就这样周宗吉又一次挑战自我，转到了SQE组，开始一段全新的旅程。

趁年轻，去追逐梦想，去做你想做的，不浪费时间，不挥霍时光，不沉迷过去，不恐惧未来。努力从来不会白费，今日播下的种子，正在你看不见、想不到的某处悄悄萌芽、生长。

品质守护者

一直以来，强力巨彩高度重视产品品质，各个环节都严把质量关，周宗吉所在的材料品质部SQE组就是原材料第一环节的品质守护者，直接从源头上把控产品品质，其重要性不言而喻。

周宗吉的工作主要是分析处理供方材料在公司来料、制程、客诉中出现的异常问题，保证上线直通率，保证异常材料不流入，并针对性地推动供方有效改善；同时检讨、稽核、辅助供方的材料品质提升，让其符合公司的需求，全方位推动品质改善。



“随着公司自动化设备不断引进，以及批量化生产模式成型，产品的品质稳定性、制程规模化生产也越来越顺畅。这两年公司也越来越认可我们部门，SQE也转变了原有内部‘守株待兔’和‘做消防员’的模式，提前预防，主动出击。”周宗吉谈及自己的工作，眼里放光，脸上洋溢着满满的自豪和欣慰。

这份工作需要不定期稽核检查供方，进行现场辅导、培训等对供方品质管控，协助供方建立标准，使其标准与公司的标准达到统一。“这样还能降低供方的风险，比如之前实验标准的不一致导致争议，供方做实验是单灯散粒验证，而我们是模拟制程贴板，供方怎么做都无异常，我们每次做却都不合格。现在不一样了，我们与供方的标准统一后，可以提前预防，让供方少走很多弯路，双方都达到共赢。”

“你认为这份工作的价值是什么？”

“这份工作的价值就是保证原材料质量，从源头上把控产品品质，使原材料真正满足公司的需求，进而保障公司的产能和产品质量，通过改善原材料的品质来减少客诉问题，这是目前最迫切、最艰难的任务。”

“工作压力大吗？”

“说实话我们部门的SQE没有哪个压力不大的。主要是因为我们自动化水平非常高，设备会机械化地判定材料的合格性，不像其他竞争对手，智能化水平不高的情况下，就会有更多的人工来处理这些不合格材料。所以我们公司对原材料的要求应该是行业里最严苛的，对我们部门的要求也就更高。”

周宗吉每天的工作时间是早八点到晚八点，但是他经常在公司忙到晚上十点多才离开。他认为当天的事，不能因为自己的拖拉影响到后面的工作环节和进度。长达14多个小时的工作量还不是最大的，周宗吉几乎每个月将近有一半

的时间都要去供方车间，现场稽核辅导品质改善，为了确保培训效果和改善进度，以及查看白夜班的差异，经常要夜班突袭供方车间确认状况。

但在周宗吉看来，这份工作不苦也不累，反而价值巨大，不仅守护着公司的产品品质，还推动供方进行品质改善。“智能化将是未来发展的趋势，我们走在了行业前端，我们的不良率要求，是其他竞争对手都不敢想象的，以我们的严格要求来推动供方，不断改善品质，迎合趋势，这是一份非常有意义的工作。”

每当压力大到缓不过气来的时候，周宗吉就会去打篮球，这是他解压的方式之一。在运球和投篮的过程中，挥洒汗水，尽情释放压力，把工作的烦恼短暂性地抛到脑后，享受篮球带来的简单快乐。当身体疲惫超过精神疲惫时，晚上就能美美地睡上一觉，第二天再以更好的状态迎接崭新的工作。

所有的辛苦、付出，都是有回报的。在工作期间，周宗吉以自己的专业能力和努力拼搏的精神，在工作岗位上大放异彩，不断取得佳绩，推进上游供方品质改善，提高公司产品品质。

灯管气密可靠性提升、银胶甩胶、银胶剥离、30PPM不良降低至10PPM内良率管控等，一个个棘手的工作，一个个难解的问题，周宗吉和部门同事夜以继日、披星戴月，不断验证，失败了重头来过，忘掉所有“不可能”的借口，去坚持一个“没问题”的理由，最终用拼搏与汗水让公司的产品品质实现质的飞跃，不断登上新台阶。

坚持让人变得勇往直前，坚持让人明白如何成功，坚持让人所向无敌……俗话说：“坚持就是胜利。”世界上再艰难的事，只要有锲而不舍、持之以恒的精神，再难办的事也会迎刃而解。

敢于尝试 永不言弃

想主宰自己的命运，先要学会主宰自己的性格，一个人的成功5%归于性格。人生如同湍急河流上的一叶扁舟，性格是舵手，它既可带你抵达光辉的彼岸，也可使你随波逐流。

和周宗吉的交流中，能感受得到他骨子里的那股倔强、坚韧和永不言弃。每当出现产品品质问题，在大家甚至供方都束手无策时，周宗吉就是不肯放弃，始终坚信方法总比困难多。他不厌其烦地反复要求供方配合验证，求助领导、同事帮忙，他认为每一次验证就是一个寻找希望的过程。

“我在这个岗位，就要奉献自己的价值，如果我都处理不了，那我在这个岗位就没有存在的价值了；如果我能解决，而别人解决不了，那我就可以为公司创造价值。每次出现疑难杂症，我就抱着这样的信念，所有的结果都是有原因的，只要坚持下去，总会找到原因，总有方法来解决。”周宗吉认真地说。

这样坚韧不拔、永不言弃的周宗吉，获得了众多领导的溢美之词，极强的责任感和使命感，尽职尽责、以司为家、爱岗敬业。当听闻领导对自己的评价时，周宗吉抑制不住的惊喜，他从未想过这些赞美词会用在自己身上，在他看来，他只是每天都做好自己的本职工作而已。

“我真的特别喜爱这份工作，公司给了我这个机会，给我很大的发展空间，我当然要好好发挥我的价值，回馈公司对我的这份信任。不管遇到什么困难，首先要去尝试，如果连试都不试，怎么知道不行？”周宗吉稍作停顿，继续说。

“现在行业内的供方和竞争对手对我们的品质和专业度非常认可，但这是基于我们是强力巨彩的员工，我们背靠着公司这座大山，别人对我们的认可是源于他们对强力巨彩的认可。”

三十而立的周宗吉，看待事物总有自己独到的

见解。与他的短暂交流，都会让人受益匪浅，这样的人格魅力自然也吸引着与他长期共事的同事。

周宗吉所在的材料品质部，氛围很好，成员性格直率，相处融洽，互帮互助，该工作的时候认真工作，该放松的时候好好放松。“大家工作都很积极，根本不需要领导出面安排工作，自己手头上的事做完后，都会主动帮同事分担工作，大家的团队意识很强，只有整个团队做好了，公司才会认可我们部门的成绩和价值。而且主动帮助同事做事，也能提高自身的能力，学到新的东西，现在公司需要多面手，一人多职。”

尽管在领导和同事眼中，周宗吉已经很优秀了。但是在他看来，还不够好。周宗吉对做好和没有做好的评估标准是：来料、制程、客诉异常少，说明他做得好；如果他一天到晚各种奔忙，要不断地去解决问题，那就说明他还没有做好。

周宗吉回忆起去年原材料出现批量性问题的时候，生产过程不顺畅，他就特别自责，这件事令他印象深刻。当他们发现问题后，去供方排查，在一定程度上已经拖延了一些时间，而当他们把改善方案提交给供方后，供方的进度又慢，生产端已如热锅上的蚂蚁。所以，周宗吉时刻提醒自己，必须提高监督力度，在源头上把控好品质，避免返工，因为如果材料有问题，即使产品完工也入库不了，入库了即使出货，也会产生客诉和退货，所以一定要非常敏感，直接把不良拦截在供方。

周宗吉每天最希望听到产线的伙伴跟他说，“没问题，特别流畅，这次改善的不错”。

在周宗吉看来，他还需要不断努力，不断拼搏，亦如他对“拼搏”这个词语的理解，所有的事，拼了不一定有结果，但只有努力过，才知道行不行。努力过后，才不会为结果感到遗



憾，我们要在自己的岗位上，完成岗位本身赋予的工作，还要不断努力创造更大的价值。

恪守底线 廉洁自律

SQE组是对接供方品质的窗口，工作原则性非常强，必须严格按照公司制定的标准执行，确保供方的材料品质符合公司要求。

周宗吉坦言在工作过程中，会经常遇到供方没有底线原则，特别是在公司缺货的情况下，供方为了赶进度，往往在品质上“偷工减料”。有些供方也会动用“贿赂、诱惑”等招数，周宗吉说这种情况前几年经常发生，随着公司在制度上形成严格规范，对供方的惩罚力度加大，这类情况现在几乎已经杜绝，部门内部每个月都有廉政培训。当遇到这种情况时，他会第一时间马上汇报给领导。

当问到工作这么多年，遇到这么多次，有没有动过心时，周宗吉回答地很果断，“不是我的就不是我的，这就跟赌博一样，不能存在侥幸

心理，而且公司推崇‘连坐法’，一个人犯错，就牵连整个团队，大家都靠这份工作养家糊口，所以公司的底线永远不能触碰。”

谈起公司的企业文化，周宗吉自豪地说：“我非常认可，特别是‘诚信共赢、实事求是、令人尊重’这条我特别感同身受，因为我们这个岗位大部分时间都在跟供方对接，真真切切在践行‘诚信共赢、实事求是’，在别的公司，企业文化都形同虚设，流于口号。而我们公司不一样，我们也能从供方的评价中感受到，他们对强力巨彩的认可、赞美和尊重。”

未来，先实现一个小目标

面对磨砺，不退却。磨砺是成功这本书的重要一章。流水洗涤万物，阳光普照大地，时间磨砺人性。有一天，当你发现，自己改变了，变得成熟、稳重、豁达、开朗，说明岁月已然为你磨砺出一个春天。

强力巨彩让曾经频繁跳槽的周宗吉稳定下来，

他不再异想天开，而是脚踏实地，懂得成功的路是一步步实打实走出来的。周宗吉坦言，这是他在强力巨彩最大的改变，思想变得成熟，人也逐渐稳重，这要感谢领导的教诲、信任、支持。

在专业技能上，周宗吉自然也精进不少。从最初的零基础，到现在独当一面。现在的他对整个供应链非常熟悉，对自己负责的领域更是了如指掌，可以说强力巨彩让周宗吉成为了一名全方位人才。

以前的周宗吉性格内向，不善于跟人沟通，可是这个岗位就是需要对接很多部门，包括生产、研发、采购、生管、销售，这也“逼迫”他必须改变，提高自己的沟通能力。在与不同部门对接的过程中，逐渐了解学习各个部门的工作内容，让自己的思维更加全面，掌握内、外部不同的沟通技巧和方法，提高沟通能力，锻炼开朗活泼的性格。

谈及未来，周宗吉只期望整个部门能跟上强力巨彩发展的步伐，更好地服务生产，降低客诉率，“先实现这个最小、最基本的愿望，如果这个都做不好的话，何以谈更大的愿望呢。我觉得目前我们做的还不够好，很多品质问题是隐形的，可能目前还没有检测出来，但不代表它不存在，所以只能持续性地完善标准，把标准越建越全，把问题越测越少，把供方的标准和我们的标准统一起来，让大家坚定地按照标准执行。”说到这，周宗吉语气变得异常坚定。



周宗吉有理解和支持他的家人，所以他可以全身心投入在工作中。他说，努力工作对得起公司，不辜负领导对自己的认可；对得起家人，不辜负他们的期望；对得起自己，不辜负青春岁月。

余生未歇不牵强，浮生若梦靠倔强。

立志不易，励志更难。人需要的是一种精神，可以面对长年累月枯燥、乏味、单调、寂寞的平庸生活，可以穿越遍布荆棘的苦难岁月。这种精神，就是倔强。

倔强，源于无限热爱。

倔强，源于内心坚守。

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】





湖北武汉市安防协会莅临参观强力巨彩

近年来，随着智慧城市、平安中国的迅猛发展，LED显示屏在安防领域起到至关重要的作用。8月份，省级品牌运营商湖北旭峰伟业携手武汉市安防协会秘书长陈虎等一行20余人组团至厦门强力巨彩总部参观考察，公司总裁徐慧能先生进行了接待，他们盛赞强力巨彩的实力强大。

随后，来宾们参观了强力巨彩展厅，观看了央视《匠心》栏目聚焦强力巨彩的专题纪录片，深入了解强力巨彩的企业文化、公司实力、产品优势和匠心服务等。现场工作人员演示了会议显示系统：电子黑板等智能设备直接连接LED大屏，实现小屏大屏同步互联。LED显示屏“小模组大显示”，小到一块模组，大到无限大，自由拼接，在承载“任意终端”的功能上，LED显示屏“硬件为王”优势愈加明显，现场嘉宾们叹为观止。



现场与会嘉宾们对强力巨彩LED显示屏产品表现出了浓厚兴趣，并先后参观了强力巨彩的实验室、自动化生产车间、老化车间，近距离观摩室内小间距及户外LED显示屏生产流程，深入了解了智能制造体系和品质管控体系。一流的制造设备，严苛的生产标准，有序的车间管理……均给嘉宾成员留下了深刻印象，令他们赞叹不已，参会的武汉市安防协会秘书长陈虎先生更是给予强力巨彩高度评价。

强力巨彩闪耀军运会赛场

10月份，第七届世界军人运动会（简称“军运会”）正式开幕，这是中国第一次承办的综合性国际军事赛事，作为此次军运会的合作伙伴，强力巨彩为赛事提供了专业的LED应用解决方案。经过严格筛选，强力巨彩成为

军运会5个赛场场馆的LED显示屏提供商，倾情打造了11面LED显示屏，应用于女篮、羽毛球、击剑、摔跤、游泳等比赛项目，全方位向观众展示军运会比赛的精彩瞬间，传播军事体育魅力。



羽毛球比赛场馆



摔跤比赛场馆



击剑比赛场馆



女篮比赛场馆



游泳比赛场馆

2019深圳安博会，精彩纷呈不容错过

10月28日—10月31日，第十七届中国国际社会公共安全博览会（简称“安博会”）在深圳会展中心隆重开展。强力巨彩携超强实力与超高颜值的Q Pro小间距精彩亮相，引爆安博会。



Q Pro小间距作为市场认可度极高的产品，此次不仅带来一场美轮美奂的视觉盛宴，更是为公共安全领域带来专业美丽的LED显示产品与系统解决方案，光彩靓影，璀璨尽绽。



2019福建省民营企业
100强



2019福建省民营企业
制造业 50强

福建省第三批制造业单项冠军企业名单		
单项冠军企业		
序号	企业名称	主营产品
1	福建捷联电子有限公司	液晶显示器
2	福州大通机电有限公司	漆包线
3	福州福耀模具科技有限公司	汽车玻璃包边注塑模具
4	福建恒杰塑业新材料有限公司	塑料硬管
5	福建坤彩材料科技股份有限公司	珠光材料
6	厦门强力巨彩光电科技有限公司	LED显示屏
7	晶宇光学(厦门)有限公司	LED芯片
8	厦门艾美森新材料科技股份有限公司	新型环保气垫保护包装系统(智能充气设备及其薄膜耗材)
9	清源科技(厦门)股份有限公司	光伏支架
10	阳光中科(福建)能源股份有限公司	单晶太阳能电池(P型)

喜讯！强力巨彩又添多项荣誉

作为制造业的典型代表，强力巨彩近期又喜获多项荣誉，陆续获得“福建省制造业单项冠军企业”、“福建省制造业企业100强”、“2019福建省民营企业100强”、“2019福建省民营企业制造业50强”。捷报连连的背后，始终离不开强力巨彩实业报国、推动LED显示屏商业化普及、一切为用户出发的坚守与努力。



财务中心 部门要闻

2019年11月，阳光明媚，晴空万里，财务中心开展户外团队建设活动。伙伴们在丰富多彩的活动中促进沟通、加强信任、提高团队凝聚

力，以更加饱满的热情与昂扬的斗志投入到日常的工作中，更好地服务于整个大团队。“星星之火，可以燎原”，燃烧吧，火苗们！



强力巨彩推介会再掀热潮

高潮一波接一波！强力巨彩湖南、广西、云南、辽宁、山东、江苏、安徽、湖北、河北、陕西等地二十余场推介会接连圆满落幕，在全国各地掀起了阵阵热潮，加深强力巨彩在各地市场的品牌知名度以及客户认可度。



山东-青岛



广东-顺德



陕西-宝鸡



湖北-仙桃



广西-南宁

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，思经营之理

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



我们的价值

总裁徐慧能在《关于企业文化建设若干意见》讨论会上的谈话

传习录



引言

十五年砥砺前行的强力巨彩，始终践行“以人为本，创造价值”的文化核心理念，并将其作为衡量一切工作、行为的准绳与标尺。可以说，强力巨彩的持续发展就是不断创造价值的过程，强力巨彩人的拼搏奋进就是创造价值的集中体现。

那么，强力巨彩倡导的“价值”究竟包含哪些内容？我们应该如何理解其具体内涵？

总裁徐慧能在关于企业文化建设若干意见讨论会上的谈话，首次通过多维度、全方位的解读，向大家系统介绍、阐述强力巨彩企业文化中的“价值”观，以便全面了解强力巨彩价值理念。

演讲原文

一、价值的定义

价值，从哲学认识论上来说，是指客体能够满足主体需要的效益关系，是表示客体的属性和功能与主体需要间的一种效用、效益或效应关系的哲学范畴。

强力巨彩作为商业组织——制造型企业所强调的价值，包含广义与狭义两层内涵，更具有普遍性和概括性。广义的价值，包括由个人、组织、用户、企业、社会等对象与范围组成所产生的经济与精神价值的综合体系；而狭义的价值，则特指经济价值。

需要特别说明的是，强力巨彩的经济价值，属于经济范畴，是指可以被量化的劳动价值及其所表现出的量化标准、规范等；而精神价值，源于情感，是人类古有的本能，如理想、信念、意义、态度等，换言之即某种需求得到满足。

强力巨彩文化理念中，所倡导的“创造价值”是一个全面、系统的哲学概念，是物质价值、精神价值的统一。

二、文化理念概述

在15年的发展历程中，强力巨彩的文化理念始终处于一种动态与静态相辅相成、共同作用的平衡状态。在内外部环境不断变化、发展、演变的过程中，持续沉淀、丰富、完善，最终形成具有强力巨彩特色的企业文化体系。

其中，无论企业如何发展、环境如何变化，强力巨彩文化体系中的愿景、使命、价值观将一以贯之，始终如一。

◆ 梦想：创世界级伟大公司

世界上任何一个伟大的公司，都拥有世界级的影响力，拥有改变人们认知和生活方式的产品和服务，当然，还必须具备世界级的价值创造能力。如苹果的智能手机、微软的操作系统、阿里巴巴的移动支付、腾讯的微信……

面对风云变幻的市场与行业环境，强力巨彩初心依旧，深耕LED显示应用领域15年，同样拥有伟大的梦想——创世界级伟大公司，并一直在不断践行与逐梦的路上。

其中，创造价值作为实现梦想的基础，既是维持、发展、壮大的前提条件，又是支撑梦想实现的必要条件。实现梦想，就必须要坚持并深化价值创造，这就要求强力巨彩要顺势而为，建立完整的价值链，在满足利益价值链相关方的同时，统一思想、明确目标，不断拼搏、创新，实现新飞跃。

同时，要求所有强力巨彩人在立足本职工作的同时，不断完善自己、丰富自己，解放思想、实事求是，影响他人、改变环境，从而实现经济价值与精神价值的全面进步。

◆ 使命：用户至上 美丽体验

强力巨彩作为制造型商业组织，坚持一切以用户为中心，并以为用户提供卓越的LED显示应用产品与高效完美的服务体验为己任。

满足用户的需求，引领用户的需求，是强力巨彩孜孜不倦的追求目标。那么，如何践行“用户至上 美丽体验”的使命呢？创造价值又与强力巨彩使命之间存在哪些必然的联系呢？

首先，满足用户的需求，就是要创新、创造、提供有价值的产品和服务。一切没有价值的产品和服务，从短期来看，不符合强力巨彩可持续发展的战略与追求；从长期来看，不利于发展、壮大，无法实现强力巨彩伟大的梦想。

其次，创造价值就要求强力巨彩一切工作的中心任务，就是要不断地创造价值。这里的价值，既包括狭义的产品和服务，同时还包括广义的思想、理念、信仰、精神等，如追求成为拼搏者榜样，践行企业文化，并直接反映在日常工作的具体行为中。

最后，创造价值既是强力巨彩作为商业组织的根本属性，又是时代、市场、用户、合作伙伴等等价值链利益方对强力巨彩提出的要求，还是践行强力巨彩核心价值观的重要表现。唯有不断地创造价值，才能引领企业走向未来，才能创造企业的辉煌，实现企业的梦想。

◆ 价值观：诚信共赢 实事求是 令人尊重 以人为本 创造价值

将创造价值作为强力巨彩的核心价值观之一，符合企业的发展需要，符合员工的发展需要，符合行业的发展需要。

那么，如何来理解强力巨彩的价值观呢？

诚信共赢，就是奉行诚实做人、诚信兴企，言必行，行必果，坚持“为用户创造价值，为拼搏者创造机会，为社会创造财富”，实现互利共赢，实现伟大理想。

实事求是，就是以梦想为纲领，以使命为指引，在尊重行业发展规律，尊重人的发展规律，尊重商业活动规则，尊重用户需求的基础上，务实创新，拼搏进取。

令人尊重，就是坚持用孜孜不倦，精益求精，突破自我，臻于至善的态度和行动，践行“为用户提供卓越的显示应用产品和服务体验”的使命，并以此奉献社会。

以人为本，就是以拼搏者为本。强力巨彩“拼搏者”应该具有：创新进取、勤勉务实、以司为家、团结友善、孜孜不倦、敬业奉献的美好品质。

创造价值，从个人层面说，就是要立足本职工作，不断完善、提升自己，敢于拼搏、不断创新，在创造经济价值与精神价值的同时，践行强力巨彩的梦想、使命、价值观；从企业层面来说，就是为用户提供卓越的LED显示应用产品和完美高效的服务体验，并与利益链相关方实现互利共赢，进而实现企业的可持续发展。

换言之，强力巨彩诚实守信、实事求是、以拼搏者为本，在不断创造价值的过程中，增强价值链利益相关方的影响力，从而实现互利共赢的发展，实现令人尊重的使命与梦想。

可以说，没有价值与创造价值，就不会有强力巨彩更好地发展。当然，也不会有未来可期的合作与共赢。

三、强力巨彩价值体系

作为LED显示应用制造企业，强力巨彩在充分吸收国内外优秀文化与先进经验、技术的基础上，通过实践与摸索，不断深化认识，建立起一套完善、具体且广泛的价值体系与价值链。

按照价值类型的不同，强力巨彩的经营价值体系，由经济价值、使用价值、成就价值、社会价值、精神价值构成。

经济价值，是强力巨彩实现发展的重要基础，分为直接经济价值、间接经济价值两类。在强力巨彩的组织结构中，有些部门、同事是直接经济价值创造者，如研发、制造、采购、营销等；而其他职能部门则更多是间接经济价值创造者，如人力、行政等。当然，在整个价值链中，以团体为单位的，如省级品牌运营商、品牌服务商等同样如此。因为这是伴随商业活动分工与定位而产生的。

使用价值，指物品能够满足人们某种需要的属性。强力巨彩按照经济学等价交换原则，通过让渡产品的使用价值以获得价值。换言之，即用户喜爱并使用的产品，才具有使用价值。通过不断提升使用价值，提高商品的普及率，扩大目标用户群体，才能实现可持续地稳定发展。

成就价值，是指为实现企业与个人的长远目标，暂时放弃眼前的某种满足，控制和排除各种不利因素，争取成就的决心和信念。强力巨彩通过树立、传播拼搏者文化鼓励并满足员工努力实现自己的成就，并积极带动、影响他人，形成人人争取成就的氛围；同时，通过个人实现成就价值进而取得企业的成就价值，所谓“积跬步至千里，积小流成江海”。

社会价值，指社会组织或个体通过自身和自我实践活动满足社会或他人物质的、精神的需要所做出的贡献和承担的责任。这就要求强力巨彩在创造利润、对股东、员工、合作伙伴等价值链利益方承担法律责任的同时，还要承担对用户、社区和环境的责

任。强力巨彩的社会责任要求自身必须超越把利润作为唯一目标的传统理念，强调要在生产过程中对人的价值的关注，强调对环境、对用户、对社会的贡献。

精神价值，是指社会组织和个人所具有、形成的精神品质对他人的影响与对社会的贡献。强力巨彩在不断发展的历程中，在梦想、使命、价值观的影响下，逐渐形成了具有自身特色的文化体系与拼搏精神理念。在文化建设与日常工作中，树立拼搏者榜样，深入宣传拼搏精神，并通过拼搏者所具有的可贵品质，影响、带动更多人坚定信念、孜孜不倦、拼搏奋进、永不言败，这就是强力巨彩精神价值的重要表现。

按照价值作用对象的不同，强力巨彩的经营价值体系按内外部依次由员工、股东、省级品牌运营商、品牌服务商、合作工程商、用户、行业纵向上游及横向合作伙伴、政府及相关部门等构成。其主要诉求与价值点如下：

价值关联方	主要诉求	价值点
政府及相关管理部门 (社会责任)	利税、用工、政绩、经济标签	企业规范化经营、行业内领导者有较高影响力、为地方经济贡献GDP、利税、用工
用户	品牌、稳定性、性价比、服务	卓越的性价比、服务的品牌与解决方案
终端 (品牌服务商、终端网点)	品牌、利润、发展性	现时有钱赚，未来有发展，行业领导品牌、共享公司发展红利
省级品牌运营商	品牌、利润、发展性	现时有钱赚，未来有发展，行业领导品牌、共享公司发展红利
合作工程商	品牌、产品、利润	定制产品供应、现时有钱赚，未来有发展，行业领导品牌、共享公司发展红利
员工	挣钱、职业成长、自我实现	竞争性的薪酬，良好的职业发展平台
股东	股东价值最大化、可持续经营	兼具现时与未来发展考虑的合理的利润回报
行业纵向上游及横向伙伴	市场增长、公司发展	开放渠道资源平台，拉动伙伴同行同进步同发展

四、衡量价值的标准

价值衡量标准基于强力巨彩对价值的哲学定义与价值观，为实现使命和梦想而产生。

强力巨彩衡量价值的标准也是广泛而非单一的。当然，作为盈利性商业组织，其中最重要的价值衡量因素是经济价值，但不可否认，对于持续开展经营活动，实现长期稳定发展来说，精神价值同样重要。二者相辅相成，互相融合，共同构成强力巨彩价值衡量的标准体系。

根据强力巨彩的流程与环节，衡量日常经营管理工作是否具有价值的方向与标准如下：

研发：持续培养一批具有创新思维与专业能力的“高、精、尖”研发人员；以用户需求为导向，以市场反馈为依据，研发出符合行业发展趋势、满足用户需求、高性价比、稳定卓越的标准化、集约化、简单化的LED显示应用产品。

采购：为研发科创持续提供高性价比原材料；在保证产品原材料品质的基础上，持续优化并降低采购成本；持续优化供应链资源结构，使之合理、安全、平稳，保障公司的战略安全。

制造：根据市场需求，以销定产，围绕“人、机、料、法、环、测”持续优化改进，实现智能制造；不断提高生产制造效率，全面降低生产成本；制造出性能稳定、品质卓越、让用户满意的LED显示应用产品。

营销：基于市场变化、公司战略与用户需求，不断完善营销体系、优化营销结构与渠道建设；建立一支快速响应、能打硬仗、敢打硬仗、勇往直前的高标准、高质量营销队伍；为用户提供更优的服务，完成并提高营销业绩目标，为公司创造更大的效益。

服务：服务具有广义与狭义之分。广义的服务，包括产品服务、技术服务、行政服务等；狭义的服务，特指产品技术服务。强力巨彩树立以服务为核心的理念，通过高效流畅的内部协作，互相配合与成就；通过与合作伙伴的密切合作，提供互相支持，实现互利共赢；通过为终端用户提供卓越的产品，并提供全程服务满足其需求与创造价值。可以说，没有服务，强力巨彩便无法创造价值与实现发展。

总结

强力巨彩作为商业社会组织，创造价值是其根本属性之一。与其他商业组织的价值理念相比，有共性但亦有自身特性。也正是由于这些特性，成就了如今的强力巨彩。所以，如何更好地全面理解强力巨彩的价值与创造价值理念，将有助于强力巨彩更好地开展日常经营、管理活动，有助于强力巨彩人更好地明确自身定位、规范日常行为，实现更好发展。为此，必须贯彻、深化与落实“价值”理念，为实现自身与企业价值而不断拼搏。因为没有价值与创造价值，就无法发展，无法实现使命与梦想，就像一艘无帆之船，无法驶向远方。

浅析企业年底结账注意事项

◎ 撰文_梁晓津(财务中心)



岁末年初是企业财务人员一年中最繁忙的时候，不但要清查资产、核实债务；要对账、结账编制财务会计报告。年底应在财务、账务清理完毕，账目核对相符的基础上进行年底结账。年底结账是核算企业经营成果、申报纳税的关键节点，也是对会计专业水平的最终考验。对于省级品牌运营商来说，年底结账该注意哪些事项？下面笔者就来和大家一起探讨下。

一、做好盘点工作

1、结账前必须盘点库存现金和银行存款，要确保账实相符。

2、对公司所有资产进行全面核实，对现有固定资产、存货及相关物资进行年终彻底清盘，安排往来询证。

二、检查税前扣除凭证是否齐全

《企业所得税税前扣除凭证管理办法》规定，企业发生支出，应取得税前扣除凭证，作为计算企业所得税应纳税所得额时扣除相关支出的依据。企业在规定的期限未能补开、换开符合规定的发票、其他外部凭证，并且未能按照本办法第十四条的规定提供相关资料证实其支出真实性的，相应支出不得在发生年度税前扣除。

1、费用性支出：结账前需要检查是否有按规定取得相应的税前扣除凭证，包括但不限于发票（包括纸质发票和电子发票）、财政票据、完税凭证、收款凭证、分割单等，如果还没有取得，就要督促有关人员催要。

2、存货：购进材料，货到票未到，有没有暂估入库，如果平时没有暂估，那么在年底结账前一定要先估价入账，并督促有关的人员尽快索要发票。估价入账是会计制度的要求，但是估价入账的时间要有合理性，如果所得税汇算清缴申报前还未取得发票，应在所得税汇算清缴申报时做纳税调整。

建议省级品牌运营商的财务在平时就要做好相关扣除凭证的审核把关工作，对有缺失的单据及时做好登记、跟催工作，年底结账前进行再次复核检查，确保税前扣除凭证的齐全，减少公司损失。

三、防止已发生的成本费用跨年列支

企业发生的支出应根据权责发生制原则入账，当年的费用一定要计入当年的损益。所得税法规定：可以税前扣除的，必须是实际发生的与取得收入有关的、合理的支出。年底结账前应对所有预提、计提、待摊费用项目进行清理，防止企业已发生的成本费用遗漏，以免造成跨年度费用入账的情况发生，一般来说应尽量避免大额成本费用跨年度入账。

1、损益类科目：是否按照权责发生制，真实完整地记录，是否存在提前或者推迟确认，常规的来不及在当年报销的发票，也应计提入当期费用。

2、年终奖：根据公司的年终奖计算规则，计算应发金额，与账上现有余额对比，进行冲销、补提。

3、待摊费用：企业发生的应作为长期待摊费用的项目，要按照规定摊销标准进行摊销。

建议省级品牌运营商的财务在年底的时候，要提前对接各业务部门，要求其统计当年已实际发生但未进行报销部分的费用明细情况，年底结账前根据权责发生制原则，提前进行预提入账。

四、确保满足条件的收入都已确认

《企业会计准则》规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入。

1、合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务。

2、该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务。

3、该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款。

4、该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额。

5、企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

建议省级品牌运营商的财务要结合与客户签订的合同条款及业务的实际情况，按会计准则要求，做好收入的确认工作。

五、各项往来账的核对

财务人员应对本年度的应收、应付、预收、预付、其他应付款等各往来账项余额与供应商或客户核对清楚，尤其是长年往来交易额比较大的账项，年底结账前科目发生额及余额应重点关注。对于无法收回的应收账款应确定为坏账，对于不再支付的应付账款，取得相关证据并经内部审批后及时进行账务处理。

1、客户和供应商往来

应收账款及时核对确认金额，作出账龄分析，了解债务人的财务状况，评估坏账风险，对超过三年以上的应收账款是否对账函证，确定无法收回应及时处理。

应付账款及时核实金额，记账、暂估金额是否属实、合理，差异应及时处理。

2、关联方往来

财务人员还应关注关联方往来，通常大部分财务人员都重视非关联方的业务往来，而对关联方的业务往来却并不十分在意，但实务中关联方交易的复杂性，使一些企业长期以来对关联



的往来账项无法核对清楚，这种情形无论是财务会计核算和税务申报上都存在有风险，建议企业财务人员在年底结账前应对这些往来应好核对一次，直到双方相符一致后方可结账。

3、个人借款

《关于企业为个人购买房屋或其他财产征收个人所得税问题批复》(财税〔2010〕83号)规定：根据《中华人民共和国个人所得税法》和《财政部国家税务总局关于规范个人投资者个人所得税征收管理的通知》(财税〔2003〕158号)的有关规定，符合以下情形的房屋或其他财产，不论所有权人是否将财产无偿或有偿交付企业使用，其实质均为企业对个人进行了实物性质的分配，应依法计征个人所得税。

①. 企业出资购买房屋及其他财产，将所有权登记为投资者个人、投资者家庭成员或企业其他人员的。

②. 企业投资者个人、投资者家庭成员或企业其他人员向企业借款用于购买房屋及其他财产，将所有权登记为投资者、投资者家庭成员

或企业其他人员，且借款年度终了后未归还借款的。

对个人独资企业、合伙企业的个人投资者或其家庭成员取得的上述所得，视为企业对个人投资者的利润分配，按照“个体工商户的生产、经营所得”项目计征个人所得税；对除个人独资企业、合伙企业以外其他企业的个人投资者或其家庭成员取得的上述所得，视为企业对个人投资者的红利分配，按照“利息、股息、红利所得”项目计征个人所得税；对企业其他人员取得的上述所得，按照“工资、薪金所得”项目计征个人所得税。

建议省级品牌运营商的财务要关注各项往来款项，特别是对于关联交易、股东个人借款及员工借款，如果存在长期未收回的款项应及时处理。

六、资产损失资料的留存备查

从2017年度企业所得税汇算清缴开始，税务系统进一步深化“放管服”改革，简化企业纳税申报资料报送，减轻企业办税负担，国家税

务总局下发了《关于企业所得税资产损失资料留存备查有关事项的公告》(国家税务总局公告2018年第15号)，明确企业所得税资产损失资料由备案改为留存备查，要求企业完整保存资产损失相关资料，保证资料的真实性、合法性，否则要承担《征管法》等法律、行政法规规定的法律责任。

备查不代表不申报，申报仍按规定进行，资料也并没有简化，只是资料不再报送给税务机关，由企业自行留存10年备查。由此看来，资产损失的税前扣除由备案改备查并没有减轻企业的法律责任，相反，在减轻办税负担的同时，反而加大了企业后续扣除的风险。

建议省级品牌运营商的财务，如果有涉及资产损失的处理，一定要保存好相关资料备查，减少后续的涉税风险。

七、关注企业所得税扣除项目的限额

1、企业发生的职工福利费支出，不超过工资薪金总额14%的部分，准予扣除。

2、企业拨缴的工会经费，不超过工资薪金总额2%的部分，准予扣除。

3、除国务院财政、税务主管部门另有规定外，企业发生的职工教育经费支出，不超过工资薪金总额8%的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。

4、企业发生的与生产经营活动有关的业务招待费支出，按照发生额的60%扣除，但最高不得超过当年销售(营业)收入的5‰。

5、企业发生的符合条件的广告费和业务宣传费支出，除国务院财政、税务主管部门另有规定外，不超过当年销售(营业)收入15%的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。

6、企业当年发生以及以前年度结转的公益性捐赠支出，不超过年度利润总额12%的部分，

准予扣除。年度利润总额，是指企业依照国家统一会计制度的规定计算的年度会计利润。

建议省级品牌运营商的财务要结合自己公司实际情况结合企业所得税扣除项目的具体金额，合理控制各费用项目的开支，以便最大限度享受税收优惠政策。

八、当年的税费缴纳情况

税务机关的稽查选案往往从年度税负率异常的企业中甄选，所以企业在年底总体计算一下自己的税负情况。财务人员应检查企业的税金缴纳是否及时足额，有无漏缴，对当年的各项税费做一个总分析，计算一下当年税负情况，再与当地税务机关规定税负作一个比较，根据税务机关规定的税负进行适当调整。

建议省级品牌运营商的财务要结合自己公司实际情况及当地税务环境合理评估税负，年底结账前要确保税费及时足额缴纳，避免涉税风险。

九、检查企业当年的账务处理

建议省级品牌运营商财务要根据企业实际情况，选择适合公司执行的会计准则和会计制度，建立健全会计账务处理流程，查看会计科目的设置、账务处理的方式是否正确，针对会计准则、会计制度的规定重点检查一下自身的会计处理情况，是否有不符合会计准则规定的处理事项。如有，则应在结账前调整，确保进行正规的税务操作，降低企业税务风险。

十、做好档案整理

1、会计凭证

①. 会计凭证是否装订成册，并检测是否按照顺序装订，是否有断号、跳号的情况，并在凭证封皮上注明企业名称、会计期间、凭证起止号码等相关信息。

②. 会计账簿应该设置齐全，结出余额或发生额。采用电脑记账的单位，应在结账后，将会计账簿打印齐全，装订成册。

2、会计报表

①. 增值税纳税申报主表、附表一、附表二、固定资产抵扣明细表、海关完税凭证清单应按照月份装订成册，并扫描电子档备查。

②. 所得税季度申报表、所得税年报申报表及附表应装订成册，扫描备查。

③. 国税综合报表、个人所得税申报表应按月装订成册，扫描备查。

3、其他会计资料

①. 一般纳税人应该将增值税专用发票抵扣凭证按月装订成册，并与认证汇总通知书和增值税申报表核对。作废的发票应该三联齐全，并加盖“作废”章。

②. 将半年度报送税务机关的申报报告，审批文件装订成册。

③. 审计报告、鉴证报告、年度财务报表装订成册。

④. 出口企业应按照出口企业单证备案制度的规定，将出口相关单证（出口报关单、发票、核销单、箱单、提单等）按照规定按月装订成册。

⑤. 其他各种合同（固定资产合同、采购合同、销售合同等）。

以上内容就是根据准则内容、相关法律法规以及平常工作过程中的经验积累，总结归纳的年底结账注意事项，仅供大家参考。年底结账工作对公司财务来说是一项重要事项，建议各省级品牌运营商财务人员，要结合自己公司的实际情况，因地制宜，摸索、总结出真正适合自己的年度结账流程并真正贯彻执行到位，从而降低公司各方面的涉税风险，保障公司的利益最大化。

参考文献

百度文库 - 《年底结账流程与账务处理》	2015. 7. 16
好家网讯 - 《会计年底结账流程及年底结账注意事项》	2018. 4. 1
税屋 - 《企业所得税税前扣除凭证新规五大亮点》	2018. 6. 16



省级品牌运营商 如何做好预算管理

◎ 撰文_陈丽虾（财务中心）



陈丽虾

凡事预则立，不预则废。在竞争日益激烈的 LED 行业，对于省级品牌运营商（下文简称运营商）来说，做好预算管理十分重要。然而，品牌运营商的预算管理理念相对薄弱，在预算依据、编制方法、决策机制等方面存在一定缺陷。做好企业预算管理，才能更好保障品牌运营商的持续健康发展。本文将介绍预算管理的作用，分析省级品牌运营商在预算管理存在的问题，梳理如何做好预算。

一、预算管理的作用

（一）资源配置，预算管理能将省级品牌运营商的资源加以整合与优化。

（二）管理协调，预算管理通过机制运行替代人为管理。

（三）全员参与，预算管理绝不是财务的事情，而是品牌运营商的全面管理，可细化至各个部门及所有员工。

（四）战略支持，预算管理通过规划未来的发展指导当前的实践，因此具有战略性。战略支持功能最充分地体现在动态预算上，通过滚动和弹性预算将未来置于现实之中。

二、品牌运营商在预算管理存在的问题

预算管理是确定经营活动所需资金的来源以及在预算期内如何将资金用于预算活动的计划，

通常包括现金预算、营业收入预算和财务状况预算等内容，是一个需要统筹考虑的复杂系统。目前品牌运营商主要存在以下问题：

（一）预算管理意识薄弱

公司的省级品牌运营商大多所有权与经营权相集于一身，在决策方面则主要依赖经营者的个人经验，忽略预算管理的重要性；部分品牌运营商对预算管理在理念上存在偏差，认为预算管理只是财务行为，未能有效运用预算管理工具。当然，也有一部分品牌运营商认识到预算管理的重要性，但不知道如何有效安排和实施预算管理。

（二）财务预算不周全

当经营状况波动时，运营商对于市场的把握就比较困难。另外，运营商在编制财务预算时往往忽略或不能准确预估未来销售情况、盈利能力以及资金回收的影响因素，这些往往导致

运营商的财务预算脱离实际情况，使运营商面临资金紧张等危机。

(三) 财务预算编制方法不完善

许多品牌运营商，在预算中的预见性、连续性及计划性不够；财务预算不够细化，具体指项目和明细资料缺失，透明度不够；还有存在财务预算的编制、审核以及分配的周期比较长等问题。另外，预算编制方法选取不完善，会使预算在执行的过程中，出现经常追加预算等情况。

三、如何做好品牌运营商的预算管理

(一) 树立正确的预算管理观念

1. 加强对品牌运营商预算管理意识，夯实预算管理的各项工作。

1) 领导层：重视和预算管理工作，建立健全各级预算管理组织机构。

2) 员工层：提高员工其参与预算管理的积极性和责任感。

2. 树立“以企业战略为基础”理念，明确长期发展目标，使品牌运营商预算管理具衔接性和前瞻性。

3. 树立“走向市场”理念，使预算指标经得起市场的检验。财务预算的基础是销售预算，而销售取决于市场，据此确定预计弹性的销售额预算。

(二) 构建适应的预算组织机构

良好预算组织关系着企业预算的质量，提出预算要求、规划管理预算。品牌运营商预算组织应包含三个角色：决策层、治理层、执行层。

(三) 运用科学的预算指标和编制体系

1. 运用广泛的市场研究和先进的分析方法、分析工具来进行科学的预测和预算。

2. 在设置和选择评价指标时，应考虑能够既

反映品牌运营商战略、目标实现影响因素，既包括财务指标又包括非财务指标；

3. 注意各种预算指标之间的相互衔接和勾稽关系，以保证各部门之间的协调、配合和预算体系的系统性、完整性。

(四) 完善预算管理制度

明确制度文件，规范奖惩制度，让管理层及员工明确自身职责。制定时遵循：

1. 执行和监督相分离。

2. 明确奖惩制度（绩效考核）。

3. 制定制度需要符合企业实际情况。

(五) 预算的过程管控与追踪

充分利用预算实施过程中反馈的信息，及时了解预算执行效果，发现问题、原因分析，并采取适时控制对策。根据控制时间不同分为事前控制、事中控制、事后分析以及滚动预警：

1. 事前控制，是对预算对象在执行前进行控制，各业务单元发生须有预算。

2. 事中控制，能够及时发现预算执行和预算的差异，在问题刚出现时及时解决，提高预算控制的效果及预算目标的实现率。

3. 事后分析：定期汇报经营结果，分析各月预算分析及累计预算使用进度及偏差度情况，分析结果责任部门或责任人签字，并提出改善措施和整改排期。

4. 滚动预警：定期进行滚动预测，纠偏预算，实时预警。

(六) 建立考评机制与信息反馈机制

把预算执行情况与责任单位、责任人的切身利益挂钩，构建灵活有效的预算反馈机制，使之与品牌运营商形成责、权、利相统一的共同体。同时，严格的考评机制是预算目标得以有效实现的重要手段之一。

四、品牌运营商预算编制的常用方法——销售百分比法

(一) 概念

销售百分比法，是根据销售额与资产负债表和利润表中敏感项目的比例关系来编制财务预算的一种简易方法。

(二) 编制步骤

1. 利润表的编制

1) 收集数据：本年度利润表、资产负债表、下一年度销售计划、品牌运营商利润分配和留存方案、企业信贷情况等。

2) 用本年利润表，计算各敏感项目销售百分比。

3) 计算：预计利润表各项目金额=预计年度销售额×各敏感项目销售百分比。

4) 计算：预计未分配利润=预计净利润×利润留用比例。

2. 资产负债表的编制（同上）

(三) 案例

预算编制：某品牌运营商2019年年末编制2020年预算。

1. 利润表编制步骤：

1) 收集数据：2019年利润表（表1）和资产负债表（表2），2020年销售收入预计550万；2019年利润表和资产负债表如表1和表2所示；企业缴纳的税种包括所得税、增值税、附加税等，企业短期借款利率为6%，该品牌运营商的借款期限一般为1年，2020年利润留存数为净利润的50%。

表1 年度利润表(2019年) 单位：元

项目	金额
营业收入	5,000,000
营业成本	3,750,000
减：销售费用	150,000
管理费用	300,000
财务费用	50,000
税前利润	750,000
减：所得税	187,500
净利润	562,500

表2 年度资产负债表(2019年) 单位：元

资产	金额	负债与权益	金额
货币资金	1,500,000	短期借款	800,000
应收账款	500,000	应交税费	100,000
流动资产合计	2,050,000	流动负债合计	900,000
长期股权投资	50,000	负债合计	950,000
固定资产	400,000	实收资本	1,100,000
其他资产	50,000	留存收益	500,000
非流动资产合计	500,000	所有者权益合计	1,600,000
资产总额	2,550,000	负债与所有者权益合计	2,550,000

2) 计算各敏感项目销售百分比（表3）。

3) 计算预计利润表各项目金额（表3）。

4) 计算2020年利润留存数=618750×50%=309375元；2020年末留存收益数=309375+500000=809375元，按上诉的编制步骤，可得预计利润表（表3）。

表3 年度预计利润表(2020年) 单位：元

项目	销售占比(2019年)	金额
营业收入	100%	5,500,000
营业成本	75%	4,125,000
减：销售费用	3%	165,000
管理费用	6%	330,000
财务费用	1%	55,000
税前利润	15%	825,000
减：所得税	4%	206,250
净利润	11%	618,750

2.资产负债表编制步骤：

经过分析，敏感项目主要为：货币资金、应收账款、应交税费等，经以上步骤计算可得2019年资产负债表销售百分比表（表4），对于敏感项目根据2019年资产负债表销售百分比表编制2020年预计资产负债表（表5）。

表4 销售百分比表 单位：元

资产			负债与权益		
项目	金额	占销售额百分比	项目	金额	占销售额百分比
货币资金	1,500,000	30.00%	短期借款	800,000	-
应收账款	500,000	10.00%	应交税费	100,000	-
流动资产合计	2,050,000	40.00%	流动负债合计	900,000	2.00%
长期股权投资	50,000	-	负债合计	950,000	-
固定资产	400,000	-	实收资本	1,100,000	-
其他资产	50,000	-	留存收益	500,000	-
非流动资产合计	500,000	-	所有者权益合计	1,600,000	-
资产总额	2,550,000	-	负债与所有者权益权益合计	2,550,000	-

对于非敏感项目，需单独分析，2020年该品牌运营商不准备进行长期对外投资，不准备购置长期资产扩大企业规模，也不接收其他投资者的投资，仅保证2020年长期资产规模与2019年持平即可。因此2020年企业长期股权投资、固定资产、其他资产和实收资本不发生变化。2020年预计资产负债表如（表5）所示。

表5 年度预计资产负债表（2020年） 单位：元

资产			负债与权益		
项目	金额	备注	项目	金额	备注
货币资金	1,650,000	预计2020年度 销售额×销售 百分比	短期借款	743,125	流动负债-应交税费等
应收账款	550,000		应交税费	110,000	预计2020年度 销售额×销售百分比
流动资产合计	2,255,000	合计数	流动负债合计	845,625	合计数
长期股权投资	50,000	未发生变化	负债合计	845,625	资产总额-所有者权益
固定资产	400,000	未发生变化	实收资本	1,100,000	未发生变化
其他资产	50,000	未发生变化	留存收益	809,375	2019年留存收益+ 2020年预计未分配利润
非流动资产合计	500,000	合计数	所有者权益合计	1,909,375	合计数
资产总额	2,755,000	合计数	负债与所有者权益权益合计	2,755,000	合计数

以上就是笔者对于企业预算的见解及经验分享，希望能对各省级品牌运营商有所帮助。

省级品牌运营商如何做好年终工作总结

◎ 撰文 郑朝宋（营销事业群）



时光荏苒，转眼 2019 马上离我们而去。在这一年里，也许你随波逐流，得过且过地干了一年，最终发现 LED 显示屏行业越干越难干；在这一年里，也许你认真地总结与规划发展路线，不断跟随市场的变化做出改变，适应行业的发展，发现行业越干越来劲，对未来的发展充满希望。

该认真的总结过去一年的发展，总结客户群体的变化，总结产品销售品类的变化，总结内部人员管理与分工的变化等。

一、销售情况分析

销售情况的变化直接影响到一个公司的经营指标，利润是一个公司的立市之根本。我们需要认真总结分析我们的销售情况，才能得到更好地提升。

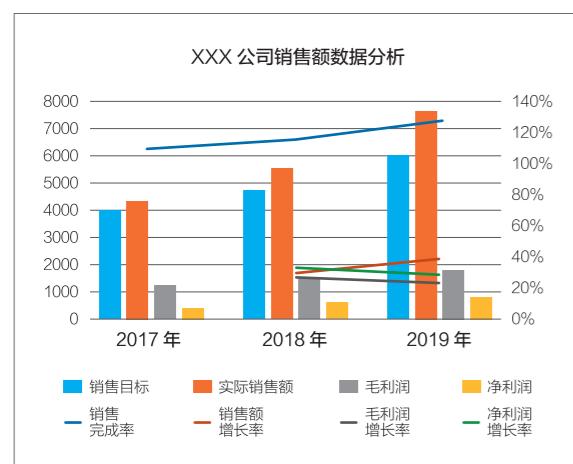
（一）销售额分析

2019 对 LED 显示屏行业而言是不平凡的一年，行业遇冷，内需乏力，上游产能过剩，最终导致了整个行业至上而下都陷入了恶劣的价格战，能活下来的厂家也通过不断地减产来保证企业的运行。而相关行业也开始纷纷涉足 LED 显示屏渠道，使得行业竞争越来越激烈，最终还是如强力巨彩制定的战略路线一样，显示屏市场更加透明化、商业化。但强力巨彩每年总是能很好的总结市场发展的规律，及时做出调整，在这一年里我们进一步扩大了市场份额，同时也根据市场的变化，进一步提高我们的内部管理能力与市场服务能力。所以，2019 对强力巨彩，对强力巨彩的省级品牌运营商们，对强力巨彩的品牌服务商们，对认可强力巨彩战略路线的客户们来说，都是丰收的一年。

当然再好的规划，再好的市场战略部署都是基于我们对市场以及对我们自己有足够的了解。在 2019 年即将结束之际，省级品牌运营商应

1、每个公司根据自己前一年的经营情况，制定各自本年度的经营销售目标，具体的任务情况划分到每个月，使得每个月都有明确的目标，督促公司前进。

2、每个月都需要分析实际销售额的同环比情况，总结当地市场的销售节奏，区分出淡旺季，以便在淡季的时候多做市场推广活动，

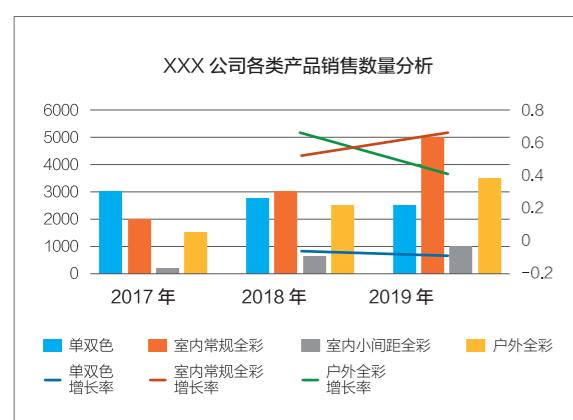


以及在旺季之前提前储备人员以及库存情况等。

3、销售额的增长，间接表明公司整体的发展情况总体向好，但是毛利率可能出现下滑，表明市场竞争格局以及行业透明化、成熟化所带来的必然变化。从而如何提高我们的净利率，对公司的经营负责人来说就有了很高的要求。

4、为提高净利率，我们必需先去考虑如何做更多的市场动作来保证我们的销售额增长，而不是一味地节省开支，更不是转变思路一味地追求高利润。只有客户群体不断增加，订单数量不断增加，销售额不断增长才是一个公司长久稳定发展的必由之路。当然，作为经营者而言，精力是有限的，各自经营环境也不一样，所以找准合适自己的发展方向就变得尤为重要。

(二) 各类产品销售数量分析



1、LED显示屏行业每年都在以30%左右的速度降价，所以销售额的增长，必然带来销售数量的快速增长。与此同时，为保证增长，我们就需要更多的人员投入到市场的售前、售中、售后服务体系中去。对于中小型公司而言，在这个过程中能够快速的管理好团队，尤其是提前做好业务人员储备的公司，在未来一年的发展就会更加顺利。

2、单双色产品伴随着各地市政府的城管管控制度，基本上都呈现出了一定下滑的趋势，但是单双色产品是一款流量型产品，它作为渠道的战略型产品，可以快速普及，深耕客户群体。以此带来流量客户，后期带来的订单量是不可预估的。

3、户外全彩产品近年来在重点经济市场已经逐渐饱和，但是三四线城市正在发展，对户外全彩的中小型显示屏的需求依然旺盛。强力巨彩的户外全彩产品多年来品质稳定，有口皆碑。一块完美的显示屏是作为宣传推广最为经济有效的方式之一，故而要各个层面尽全力配合客户把户外标杆性案例拿下。

4、室内常规全彩已然成为近年来LED显示屏行业发展的主力军，而小间距全彩更是一枝独秀，LED显示屏发展至今可以说是经历几个重要的阶段，任何在这几个阶段中把握住机遇的企业，他们都在蓬勃发展着。从LED显示屏单双色产品的诞生，到室内全彩的普及，再到户外表贴全彩的普及，以至目前小间距产品的普及，完全可以把显示屏带入一个新纪元。可以说是各方都看好未来的LED显示屏小间距市场，并且近一两年必然会进入一个爆发的阶段。故而小间距市场谁能在当地抢先获得商业市场份额，也预示着他占领了未来LED

显示屏商业市场的一块大蛋糕。这就需要我们去分析现有的订单来源与客户来源，结合自身情况，加速做出调整。

二、客户群体分析

LED显示屏行业地快速发展，也带来了LED显示屏行业从业人员的快速变化。从一开始的广告类客户，到后来声光电领域等客户的进入，再到现在更多系统集成客户的进入，行业从业人员可以说是鱼龙混杂，并且还在不断涌入。所以做好客户群体分析，就变得非常有必要。

(一) 按区域划分各地客户区别

各地市的经济环境有所不同，但是市场容量基本上跟随着GDP在走，而我们总结数据，对比数据分析，如果发现市场销售情况与GDP情况偏差较大的时候就应该及时做出调整。所以在做重点市场划分的时候，重点经济城市必然重点突破。但是经济重地带来大量的信息流也导致了市场更加快速商业化、普及化。

(二) 按客户类型区分各类客户占比

目前LED显示屏行业客户群体可分为：广告类、传媒类、安防监控类、灯光音响类、电脑类、教育装备类、视频会议类、弱电及系统集成类等。在现有公司整体经营人员快速扩张的同时，快速扩张客户群体也变成了一个必然的选择。不能还停留在朋友圈的生意，行业迅速的发展，必然会有更多的人群接触到LED显示屏。这个时候主动把我们推销出去，都知道在当地，“做LED显示屏找强力巨彩，就选某某服务”，我们就成功了一半，同时快速帮助现有客户植入新产品，小间距产品的认知也能实现销售业绩的提升。分析现有的客

户资源情况，以现有自身条件找准缺失的核心产粮客户群体，就能事半功倍。

三、内部管理情况分析

(一) 各岗位人员情况分析

XX省级品牌运营商团队情况汇总表					
公司人员总数	业务员人数	业务员占比	财务及商务人数	售后及服务人数	人均产出(万)

必要的人员更替，补充团队的新鲜血液是非常有必要的。但是伴随着公司的发展，合理的人员配置更能突显效益，节省人员开支的同时，能够更好的的提高公公司的运作效率。衡量一个公司人员分配是否合理，人均产出是个重要指标，稳定的运营团队对贸易公司而言人均产出20万元/月。

(二) 业务板块流程梳理分析

LED显示屏行业发展时间较短，导致大部分的经营者都是夫妻店出生，没有太多的管理经验，当目前发展遇到瓶颈的时候往往不知所措，很多时候想通过人员的增加与更替达到成长。实际上业务流程板块梳理是一个很重要的板块，业务流程理顺了，可以实现人员的梯度成长，让老员工有多余的精力腾出手来开发重点客户以及培养新人。

(三) 售后服务体系分析

LED显示屏作为工程型产品，再好的产品也离不开本地化服务，强力巨彩在构造三公里服务圈的同时，也在不断修炼内功，定期组织省级品牌运营商以及品牌服务商开展技术培训活动。当然，熟练的技术服务更需要一个良好的售后服务管理体系的支撑，才能真正提高客户的体验感。目前我们行业很多运营者都是把自己当做是全能的，所有的技术问题、售后服务问题全部集中到一个人身上，减少了真正去开发业务的精力，最终导致团队无法成长，公司全靠一个老板在支撑。构建良好的售后服务团队，确立售后服务团队

负责人，直接由负责人负责调度人员的售前、售中、售后服务等各项事务。经营者最终只需要对接售后服务团队负责人即可，这样能够腾出精力到最应该开拓的市场中去，公司才能更好的发展。

(四) 财务正规化情况分析

财务正规化是目前必不可少的环节，国家税法正在不断完善，税务监督也越来越严格。同时正规的税务之外，合理纳税与合理避税也要请专业人事管理。除此之外，会计与出纳一定要分开，做到钱、权分离，这样才能保证公司资金安全。

(五) 资金利用率情况分析

可能很多人从来没有算过资金利用这个账，伴随着资金利用而来的一个相关词汇，资金周转率也是很少有人去计算的一个重要的环节。分析资金周转情况，结合库存情况，部分老旧呆滞库存应及时做折价促销处理。

例如：100万的货，一年卖不动，一点利润不会产生。而按照8折销售出去，按照5个点毛利计算，仅需周转五次就可以把折价的利润完全弥补回来。

而我们的正常经营周转率完全高于这个数，这样不但盘活了库存，也提高了资金的运用。而对工程项目而言，先收款也大大的降低了经营风险。

四、市场品牌推广情况分析

当然除了日常的经营管理之外，市场的开发与推广也是我们必不可少的环节，在日常经营过程中推广的费用占总费用的不少份额，但是往往很多人忽略这一项投资，没有很好的统计相关收益情况。各个地方的市场推广情况，目前主要分为以下集中方式：

1、业务人员出差情况

- 2、参加的展会、推介会等相关推广会议情况
- 3、平面媒体广告投放及收益情况
- 4、网络媒体广告投放以及收益情况
- 5、重点案例情况
- 6、其他推广情况

总的来说目前业务人员出差拜访客户还是最直接有效的开发推广方式，而专业市场的平面媒体投放往往是最经济有效的一种方式。

五、业务成交情况分析

公司的经营销售额、利润额虽然是一个公司经营的重要指标，但是从长期发展来看，客户数量的提升，客户结构的升级可能更为关键。所以年终总结中，我们省级品牌运营商对自己客户订单，以及客户群体的总结分析可以帮助自己更快地找到突破的方向，主要分为：

- 1、订单总数情况
- 2、客户总数情况
- 3、新增客户数量
- 4、客户流失情况
- 5、大订单以及大客户跟踪情况

古人云：不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。认真分析客户的流失情况就能很容易发现我们的不足，老客户的回访工作要不定期进行，有成交经历的客户相对而言再成交的概率，会比开发新客户来得容易的多。

总而言之，各方面的总结分析都是为了在这LED显示屏行业快速发展变化的进程中，我们还能一直引领行业。这么多年来，良好的市场总结分析，快速的市场反应手段，不断的开拓新市场，成为强力巨彩人成功的秘笈之一。在LED显示屏行业，强力巨彩感谢您的一路相伴，强力巨彩，有你更精彩！

运营商内部运营管理 参考办法

◎ 撰文 _ 廖勇（销售中心）



廖勇

常言道：“商场如战场”，每个区域市场的竞争都是非常残酷的。但有些区域省级品牌运营商的业绩做得好，经常受到总公司表扬和嘉奖，满面风光；而有些区域运营商的业绩就达不到预期目标，整天都在发愁，不知道该如何做好。

正所谓“内因是决定事物发展的根本，外因对事物发展起到一定的影响作用”。市场做得好坏，除了会受到一些外部经济和政策因素影响外，更取决于内部的管理。所以，做好区域市场，最主要的是做好运营商内部管理，修炼好内功。下面笔者将从客户管理、订单管理、应收账款管理三个方面为各位运营商提供参考办法。

一、客户管理

作为省级品牌运营商，一般来说是无法马上将产品直接提供给终端消费者的，而是通过客户（本文“客户”是指与运营商有业务往来的所有客户）来实现业绩和利润的变现，因此运营商需要通过开发和维护更多的客户来进行市场竞争，完成总部制定的业绩指标，这也就是常说的客户管理。

首先从客户的选择上就要把控，建议遵循以下几个基本点：

- 1、将客户看作是自己的员工，看作营销团队营销网络的一部分，选择时要全面考虑，选定后要多加关心、支持和引导，用自己的服务、信誉缔造牢固的客情。
- 2、选择客户要有全局眼光，不能单从纯商业、纯贸易的角度出发。生意伙伴的选择如同结婚找对象，财大气粗不一定合适，关键是他爱不爱你（是否有合作意愿），另外他的商业素质（包括商业道德、口碑、信誉、行业意识、服务等）也是决定你们“婚姻”是否幸福的关键。
- 3、选择客户要有长远眼光，好的客户不一定会第一时间选择你，这就需要发现潜在的优质客户，通过后期的合作与培养，让其成为大客户，这样的客户才会忠诚。

其次，客户管理需要一定的筛选，必须具备必要的条件，符合自身发展的要求。比如可以先填写一份客户资料的档案表，如下图：

客户信息登记表					
基本信息					
登记时间		登记人		客户类别	
所属区域		城市		经济规模	
姓名		性别		年龄	
出生年月		籍贯		政治面貌	
手机		性格		爱好	
受教育程度		婚否		身体条件	
公司信息					
公司名称		公司地址			
法人代表		经营状况		信用风险	
电话/手机		邮箱		QQ	
联系人		电话		手机	
店面地址		店面面积			
店面位置分析					
经营类别		经营品牌		品牌档次	
资金实力		联盟合作品牌		市场口碑	
近三年销售额					
经营思路及设想					
合作意向		员工人数		车辆数量	
办公面积		店面面积		仓库面积	

然后根据客户的档案，如果需要加盟的，就结合《强力巨彩品牌服务商管理办法》(QL-MD11-2019D)进行申请报备，审批后正式加入到强力巨彩大家庭。

在日常合作之后，可以建立一个关于客户销售的动态分析表，时刻关注客户的销售动态，如下图：

区域	县城	客户类型	年销售任务	截止到上月完成	年度完成率	年度差额	本月销售任务	本月1-17日完成销售	本月销售达成率	本月差额
福州市	闽侯	A	500	350	70.00%	150	50	40	80.00%	10
南平市	建阳	B	200	120	60.00%	80	30	20	66.67%	10
泉州市	南安	C	350	185	52.86%	165	40	25	62.50%	15

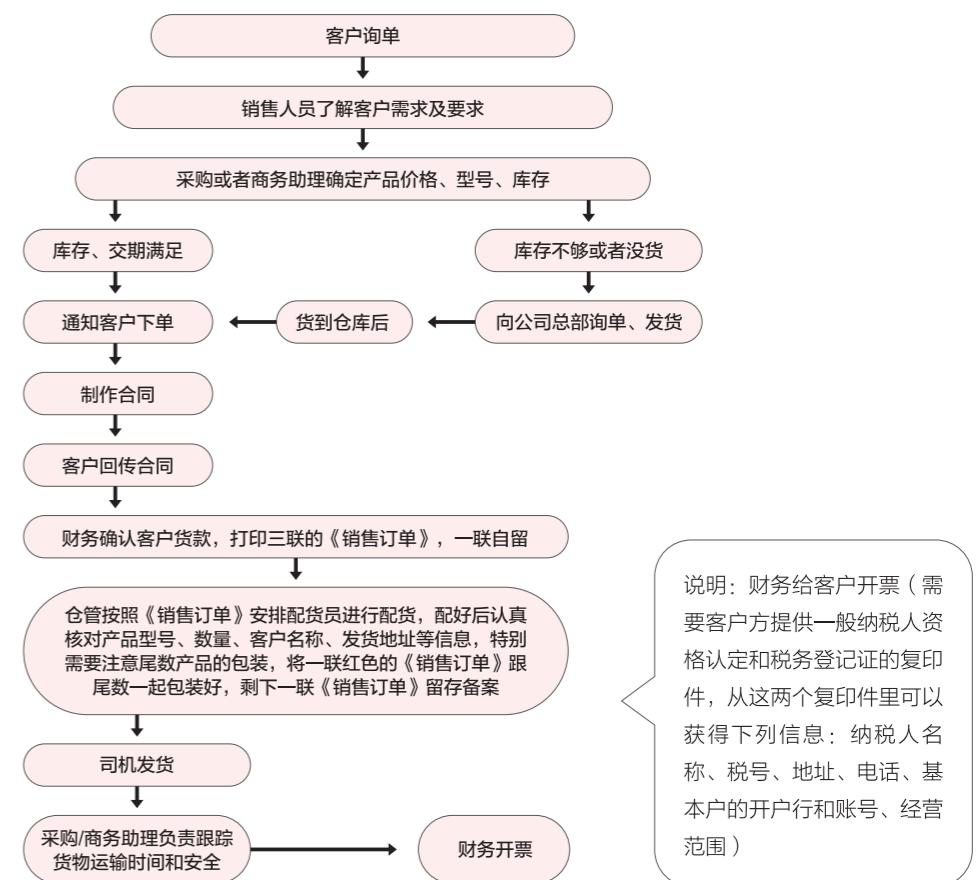
通过以上两个表，就可以很清楚地知道客户的基本情况和销售情况，并能区分客户的优劣势。填表的时候，要保证数据的完整性和真实性，对客户的信息分析设计到销售人员及时掌握销售的动态，能够为销售人员对客户采取针对性的措施提供可靠依据，而且能够有效避免其他风险。

二、订单管理

订单是运营商与客户最主要的合作内容，加强日常订单的管理，规范双方的行为，是对运营商与客户双方利益的保障，也是双方合作的关键点。订单管理可以分为询单和下单两个方面。

首先，询单即客户有需求向业务人员咨询产品、价格、数量等，销售人员接到询单后，第一时间先了解客户的项目是否报备、安装的要求、施工环境等。如需报备，则按照强力巨彩相关的制度和要求进行报备，报备成功后，运营商给予相应的报价方案（授权书、公司资质、产品价格、交期等）。针对有特殊的安装要求和施工环境，可以咨询强力巨彩的技术人员妥善处理。如无需报备，就按照常规项目进行报价，提供交期。

如正常或者不需要报备的单，可参照以下流程图进行下单：



三、应收账款管理

案例：某省区运营商旗下刚刚开发了新服务商B，前期为了支持B去开拓市场，在货款上给予大力支持，每批货款只需按照80%预付即可，剩下的20%可以推迟3个月结清，前一年合作中，B每次都是按时结算，一年后发现竞品的价格更有优势，偷偷把钱挪去做竞品，每次到期的货款总要拖延1-2个月，慢慢地账也对不清了，货款也不给了，最后双方对簿公堂。从运营商角度出发，本来好心好意去扶持客户，最后因为货款管理不善，损失了客户，也损失了货款，得不偿失。如果能够做好回款管控，客户可能连犯错误的机会都没有。

由于行业的销售特点不同，前期运营商在与客户合作的时候，往往会支持客户，实现赊销经验，协助客户强化当地市场竞争力、扩大产品市场占有率，从而减少运营商存货、降低存货管理成本、增加收益。但赊销形成的应收账款也会挤占运营商的运营资金，降低资金的周转速度，增加与应收账款有关的管理成本、坏账损失，从而导致运营商的资金利润下降，甚至有可能造成运营商财务资金状况恶化、信用降低。因此，建议运营商最好是收取全款。另外，由于缺货、返利、现金折扣等因素使得客户应收账款经常发生变动，为使运营商与客户的应收账款保持一致，运营商财务人员应每月出具“客户对账单”，由销售人员与客户进行核对，确保双方应收账款准确无误。同时，让客户签收对账单，也是作为客户欠款的重要凭证，可以从法律上保护运营商的合法权益。客户对账单参考下表：

XX 公司对账单			
客户名称: ××公司		对账期间: ×年×月×日-×年×月×日	
一、对账汇总表			
序号	结算项目	发生金额	备注
1	9月份期初余额		
2	9月份付款金额		
3	9月份应付金额		
4	9月份期末金额		
二、对账明细表			
付款明细		应付明细	
序号	收款日期	金额	备注
1	2019/9/5	61960.00	
2	2019/9/6	48870.00	
3	2019/9/7	300000.00	
4			
小计		410830.00	
备注：付款明细中正数表示收款，负数表示退款，应付明细表中正数表示正常发货，负数表示退货 声明：以上对账各项内容经双方核对一致，确认无误（我司于每月10日出上月对账单，请贵司于每月15日前回传上月对账单）			
我方确认：***有限公司（盖章）		客户：***有限公司（盖章）	

“高筑墙，广积粮，缓称王。”这是明太祖朱元璋征求大学士朱升对他平定天下战略方针的意见，说得就是练好内功的重要性。同样，省级品牌运营商要想在激烈的市场竞争中突围，也需要练好内功，做好内部管理，提高内部工作效率，一步步取得优势。以上就是笔者对于运营商内部运营管理参考办法的分享，希望对各位运营商老板有所帮助。

省级品牌运营商如何做好年度营销规划

◎ 撰文 王兆江（营销事业群）



王兆江

本文旨在阐述现阶段省级品牌运营商（以下简称运营商）在营销规划中存在的问题及做好年度营销规划的重要性。

强力巨彩在行业内首创的以省级品牌运营商体系为二级分销主体的分销模式，经过多年沉淀、积累与成长取得了长足发展。但在快速发展过程中，运营商营销规划能力水平不足也逐渐显现，市场动作执行差、业务团队人均产出低等问题表现突出。追根究底，上述问题的产生与运营商的营销规划不清、执行不力有直接关系。为此，着力提高运营商的年度营销规划制定与执行能力迫在眉睫。

当前，运营商在营销规划中存在的问题如下：

- ◆ 缺乏统筹全年、全局的意识和能力，没有规划。有销售但无经营概念，凡事凭感觉，遇到什么问题解决什么问题。
- ◆ 营销规划只是老板的个人想法或销售部门的计划，缺乏组织营销规划制定的科学流程，致使目标不明确，措施不力，组织、资源无保障。
- ◆ 凭经验、拍脑袋对营销规划中的目标进行分解和分配，缺乏科学系统的年度目标分解方法。
- ◆ 规划内容太过空泛，对营销工作中关键问题的判断缺乏有效、科学、可量化的系统方法。
- ◆ 营销规划制定后，将其束之高阁，导致规划的制定与规划的执行严重脱离，缺乏有效性。

营销规划的基本原则与核心依据

运营商首先要明确强力巨彩年度营销规划的营销目标和市场目标、具体举措与行动、各项组织及政策保障性措施，因为这些都是公司全年市场开拓的方向和具体的动作要求，同时一定是公司各项支持性政策及资源投入的重点，作为运营商只有依托公司的指引、领导及资源投入，才能达成公司要求与实现自身经营目标，反之，与公司的要求、投入背道而驰。

运营商营销规划的方法

（一）链条分析法

运营商要充分理解自身在公司营销体系内

的角色、作用及责任。上游是导向，下游是需求，上下通畅才能顺利实施营销规划。作为整体分销体系中的二级平台，要对总部、自身、渠道客户的三级资源进行分析及有效整合，对接上、下游资源，结合总部年度任务、市场动态指标（如品牌服务商开发和推介会场次等）转化成自身的营销目标，同时进行科学分解并匹配三级资源，作为目标达成的资源保障。

（二）三段分析法

1. 上游：明确上游公司具体达成目标及自身分担的子目标、具体市场举措、实施方案、人力物力等投放资源，并对目标按时间和空间进行分解。

2. 自身：认真分析自身情况，可采用SWOT分析方法，分体系内和区域竞争品牌两个维度进行分析。

SWOT分析法基本解释：

SWOT分析，是基于内外部竞争环境和竞争条件下的态势分析，是将与研究对象密切相关的各种主要内部优、劣势与外部机会、威胁等，通过调查列举出来，并依照矩阵形式排列后，用系统分析的方法，把各种因素相匹配加以分析，从中得出一系列相应结论的分析方法。SWOT分析结论通常带有一定的决策性。

运用此法可以对研究对象所处的情景进行全面、系统、准确的研究，从而根据研究结果制定相应的发展战略、计划以及对策等。

S (strengths) : 优势

W (weaknesses) : 劣势

O (opportunities) : 机会

T (threats) : 威胁

按照企业竞争战略的完整概念，战略应是一个企业“能够做的”（即组织的强项和弱项）和“可能做的”（即环境的机会和威胁）之间的有机组合。

模型表格如下：

SWOT 分析模型

战略	机会
劣势	挑战

通过客观的分析和科学方法的深入辨析，充分发挥平台优势，挖掘内部潜力，取长补短。

3. 下游：对市场端的分析最为关键。目前运营商普遍存在的问题是对于市场了解不深入，仍停留在过去粗浅的认知上，未注意到客户群体结构和需求的变化，导致销售被动。

随着LED显示屏产品持续推陈出新，对传统显示产品的替代性、侵略性越来越强，运营商面对的客户已从过去的综合型广告客户、专业工程型客户发展到如今的复合型系统集成客户，客户结构发生质变的同时，终端用户需求也呈现差异化趋势。所以，细分市场的分析、合作都要结合变化趋势做出相应调整，同时充分发掘、整合、利用好市场资源。

运营商在整合三段资源过程中，能够不断提升自身能力，创造更多附加值，在形成核心竞争力的同时产生更多经济效益，提高盈利水平，实现可持续利润增长和竞争优势保持。

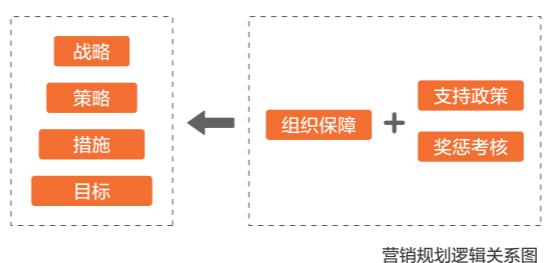
（三）时间轴分析法

运营商对自身经营状况与经营要素（人员、资金、方法、平台硬件、物料、市场、管理等）要进行客观分析，尤其是上年度及本年度分析，总结得失利弊，扬长避短。

通过科学分析，运营商要制定出新年度的经营计

划，然后根据经营计划对营销提出的要求制定本公司年度营销规划。

制定年度营销规划



通过以上逻辑关系图可以知道，营销规划通常包含以下几个部分：

1. 战略目标制定：运营商年度经营规划中对营销板块提出的具体要求，是营销规划中的纲领性内容；是导向，也是核心目标；所有营销工作都围绕完成战略规划而开展。战略目标制定必须要有一定的高度，没有高度会造成策略矮化，导致营销规划无法开展；同时不能太空洞，否则可能会导致其无法落地执行，失去指引方向性的作用。通常，运营商的战略要与强力巨彩的战略相结合，以总部发展方向为方向，以总部为导向为方向，要高度吻合且能结合本区域实际情况去执行。

2. 策略问题：即方法，通过什么样的方法来实现既定战略目标。通常营销策略的制定需考虑以下几个因素：

①. 市场环境：进行市场环境分析的主要目的是为了了解产品潜在市场需求的品类、总量，以及竞争对手的信息。只有掌握市场需求才能做到有的放矢，减少失误，从而将风险降到最低。

②. 客户及用户情况分析：行业特点包含两个层面的问题，一是客户层面，我们直接面对的客户在经营、销售等过程中遇到什么样的问题导致合作未达到预期效果，运营商要对客户进行培训、提升及“赋能”，提高其专业水平，通过附加值的提升来

摆脱价格泥潭；二是用户层面，用户是基于什么原因、什么目的去购买产品，通过消费引导让用户在品牌、产品、服务、技术、价格等方面建立起采购标准，才会避免因为不懂而被动选择低价。

③.商品SWOT分析：讲商品而不讲产品的原因在于，产品只是商品的一部分，商品同时包括服务与综合方案。这里的商品优势分析包括本品分析和竞品分析。

④.营销平台/模式分析：行业本地化趋势以及用户需求多样性，决定运营商在小区域内必须要解决二级平台问题，实现用户的完美体验和对服务便利性、高效性的需求。

⑤.需求导向分析：行业发展的速度和用户需求之间的匹配度问题，通过产品迭代和服务升级来摆脱低端竞争的困扰。

综合以上分析，运营商可以在战略规划明确的前提下制定市场和客户开发、产品销售与服务的具体方法，这些方法都是策略的重要核心组成部分。

3. 行动举措：即具体行动计划。有了目标、方法之后需要落地执行，即通过什么样的具体行动落地实现目标的方法。这些行动要包含时间、地点、执行人、组织、做哪些事、过程管理，即营销“5W2H”中的6个：

WHAT——目的：做什么

WHY——为什么要做

WHO——谁来做

WHEN——什么时间做

WHERE——在哪里做

HOW——怎么做：效率、如何实施、方法是什么

4.目标管理：营销工作中的一个关键管理要素，目标管理中包含两部分——定性目标和定量目标。

①.定性目标：指具体要做成哪些事，通常是用文字表述而不可以量化的，如2020年度初步建成有现代化管理的业务团队。

②.定量指标：指要有具体的“量”来要求，如2020年2月份要完成全年销售额的10%（即1000万元），其中小间距产品占比达30%以上（即300万元），这就是定量目标。

在制定定量目标时要有科学依据，如制定月底销售任务要结合上年度同比及本年度上月环比，并结合市场需求变化进行微调。但往往在定性目标上没有想法或即使提出的想法也无法达成。

5.组织保障：通过由“人”组成“团队”来执行具体营销工作。这个组织需要跳出狭隘的概念，这里的组织包括几部分：

①.运营商内部组织：含营销部门及其它部门。

②.大组织概念：即总部组织，含公司全体与运营商有直接业务关系的中心部门，如营销、物流等，以及没有直接业务关系的研发、生产、品质等，甚至包括强力巨彩大营销体系的所有关联组织和个人。

③.分销渠道组织：包括品牌服务商、工程师与系统集成商等。

6.政策保障：兵马未动粮草先行，做事要有相应的资源、政策进行推动。运营商要深入了解总部在年度规划中的各项投入政策，并把其转化成自身策略作为营销推动资源，如品牌服务商开发、区域展会、推介会策略等，同时结合自身年度经营中的营销费用预算制定相应的市场策略。即上文所讲

的营销“5W2H”中的并未提及的另一个“H”——HOW MUCH（费用支出）。

运营商在营销规划中的策略性支出缺乏统筹概念，投入多少全看心情。这不仅是营销课题更是经营课题，运营商要把这一部分作为重点考虑，并制定分解、投入跟踪及动态调整。

7.奖惩政策制定：运营商在内部团队及个人薪资、KPI考核中需要明确这一项，主要存在两方面问题，一是短期奖惩与长期激励机制的结合；二是，如何激发组织（上文提及的包含组织渠道客户组织）的积极性，也要给予充分的思考和有效的实施办法。

再好的营销规划也会出现结果不理想的情况，究其原因往往是因为在规划制定和执行过程中没有注意到以下几个问题：

1.协调性：规划要注意内外部、各环节、各部门之间的相互协调，使营销目标得以实现，才能使企业获得最大限度的效益。

2.灵活性：市场是动态的，瞬息万变的，营销规划要有微调空间，不能只是机械式执行和一成不变。

3.可靠性：规划中的各项指标，要以资源条件作为保证，通过努力能够实现，使规划既具有先进性，又具有科学性。

规划中的策略、举措、目标等信息应当具体化，便于理解与执行。另外，公司愿景与员工愿景需要形成共同愿景，作为规划达成的根本保障。包括短期与长期的利益，企业和价值观地建立与认同，因为单一的利益驱动无法实现企业的总体规划。

预则立不预则废。笔者认为不完美的营销规划总比没有规划好，毕竟事物从无到有、从有到精需要一个过程，也需要企业决策层、管理层和执行层全员的努力和提升才能得以实现。以上仅供参考，相信各运营商一定能通过公司经营计划和营销规划取得更好的成绩。

见智 · 书坊

“经营管理经典书籍”严选系列丛书

浮躁的社会，心静者胜出。
心静，源自何处？
书中。

书，是生命智慧的结晶，是历经浮华的智见。

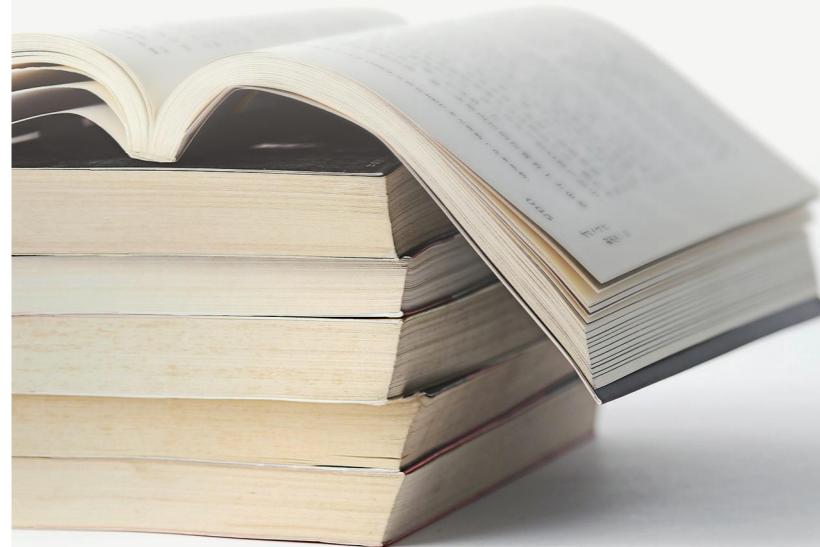
读书，让人“任你红尘滚滚，我自清风朗月”。
读书，使人归于宁静淡泊，使生命超然物外。

胸无江海心难阔，腹有诗书气自华。
陋室常余书卷在，清心自有墨香来。

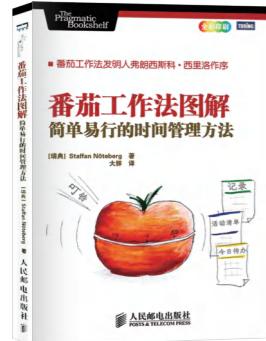
所谓，展一卷书，口存余香，醍醐灌顶，物我两忘。

见智·书坊
阅读一本书，徜徉一种悠然自若的闲适时光；
分享一本书，开启一段遇见智慧的书香之旅。

【“经营管理经典书籍”严选系列丛书】
倾情分享，智慧领航！



经典推荐 >>>



- 番茄工作法发明人弗朗西斯科·西里洛作序推荐!
- 一本能改变你生活的书!

番茄工作法图解：简单易行的时间管理方法

★★★★★

作者：[瑞典]史蒂夫·诺特伯格 (Staffan N·teberg)

Staffan N·teberg，瑞典人，做过多年程序员，番茄工作法的受益者和传播者。多年来致力于协助个人和团队应用番茄工作法，改进运作流程，优化时间安排。并将工作法的概念成功地进行了视觉再现，本书内容丰富，易于使用，充满启发，行之有效，是一座宝山！

推荐理由：

1、番茄工作时间管理法，利用你身边简单的工具，让你成为真正的时间的主人。

——Herbert Wong 微软中国有限公司业务经理

2、《番茄工作法图解》就是这样的一本关于效率的好书——听书名就知道，这不是QC、企管那些一本正经的工商类教程，而是一本充满趣味和实验性的书。

——BBQI 独立动画作者



- 70载人生沉浮，30年管理智慧。从小民企到世界500强，华为30年管理层思想精髓重磅披露，深入解读教父级企业家的商业精髓。
- 一本真正适合中国人的管理宝典！

华为 28 条军规：任正非的管理哲学

★★★★★

作者：沈方楠

沈方楠，管理咨询师，班组建设、员工训练导师。

多年任职外资大型企业高管，曾为美泰玩具、光宝集团、索尼、康舒电子、力士集团、王氏港建等200多家企业及上市公司提供合理化改善、卓越绩效管理训练等服务。

推荐理由：

1、教父级企业家任正非究竟有何经营管理秘密，带领华为从一个注册资金只有2万元的6人小作坊，花费不到30年的时间，打败众多拥有百年发展历史的跨国巨头，成为全球范围内通信设备行业的奇迹？

2、《华为 28 条军规》为华为帝国崛起打下了坚实的基础。本书深入解读华为管理真相，全面揭示了华为不断成长、壮大背后的管理秘籍。

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

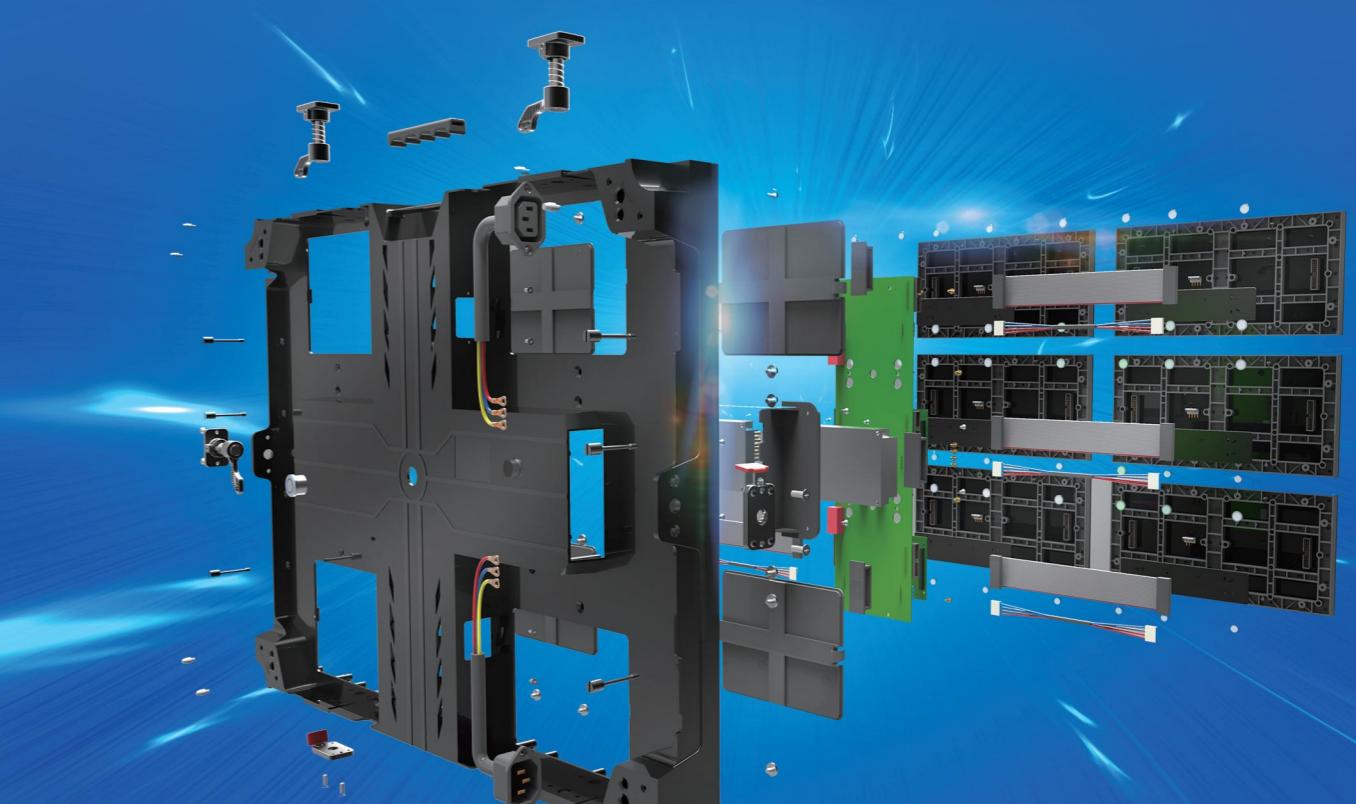
在传承中坚守

在坚守中创新

在创新中发展

在发展中荣耀

.....



2019年第四季度新品 璀璨发布

回顾2019年，强力巨彩持续高歌猛进，战绩辉煌，发布十多款爆款产品，室内全彩、户外全彩和小间距全面开花，其中室内全彩Q1.86 Pro、Q2 Pro和户外全彩Q3.0 Pro、Q4-E销量火爆，精品案例遍布全国。

在2019年的最后一季，强力巨彩又为大家带来两款震撼市场、震撼行业的爆款产品——户外小间距Q2.5 Pro和户外P10表贴单红，以此给2019年完美收官，为2020年全新征程预热。



户外小间距普及新力度 Q2.5 Pro震撼登场



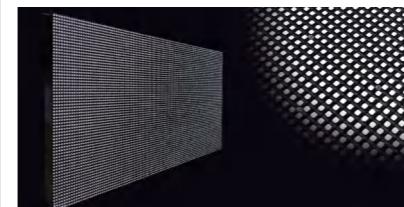
户外点间距 先锋之作

引领前沿科技风范，突破更小间距瓶颈，实现点间距的空前飞跃，视觉体验大幅升级，缔造完美崭新视界。



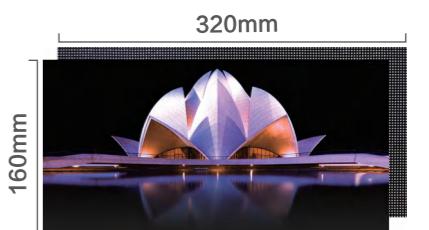
IP65 防护等级高

突破户外小间距灌胶难的技术问题，实现产品IP65防护等级，防水、防潮、散热快。



标配面罩 高效防尘

标配自主设计、生产的大尺寸条纹式面罩，高效防尘、墨色均匀。



通用模组 升级便捷

延续户外320*160mm黄金标准尺寸和孔位设计，与其他320*160mm尺寸的户外全彩模组一致，换屏不换结构，升级更方便。

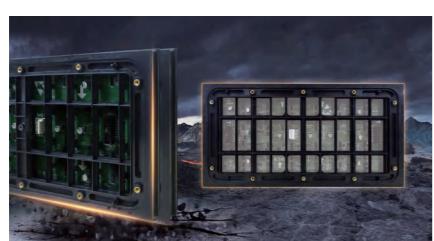


4K超高清高刷显示

配备PWM-SS双节能驱动IC，4K+刷新率，拍照无水波纹，14-16Bit灰度处理，细节显示细腻逼真。

**双重节能 更节能**

动态节能技术搭配低转折电压驱动，
双节能，综合节能30%-45%

**结构强劲 平整度佳**

纵横加强筋底壳结构设计，强劲结实，平整度好，不易变形。

**安装多样**

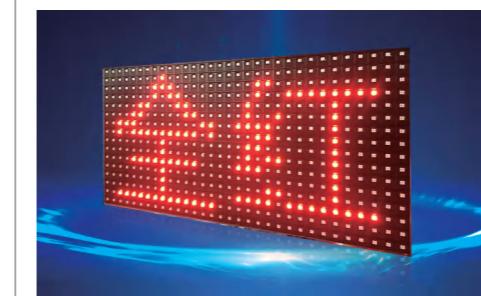
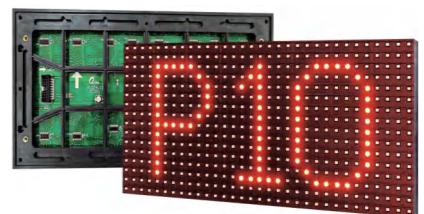
支持模组搭配箱体整屏安装，也可租赁使用。

**匠心品质 2年质保**

源于品质自信，享有2年质保承诺，全面保障客户售后无忧。

产品参数	
产品型号	Q2.5 Pro
点间距	2.5
单元板尺寸 (mm)	320*160
像素密度 (Dots/m²)	160000
单元板分辨率 (Dots)	128*64
亮度 (cd/m²)	≥3500
扫描方式 (扫描)	1/16
刷新率 (Hz)	≥3840
数据接口	HUB75

顺应发展 P10单色刮起表贴狂潮

**高品质灯管 高亮度**

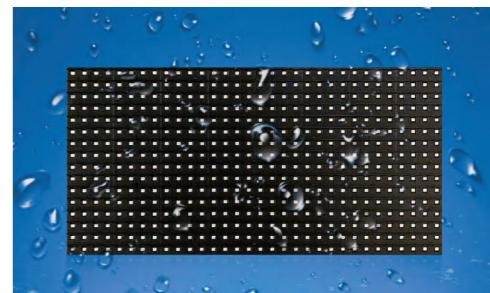
采用用户表贴SMD2835H高亮灯管，自动化贴片生产精度更高，产品一致性好、显示柔和，产品视角可达140°以上，全方位观看效果更佳。

**高集成芯片 显示效果好**

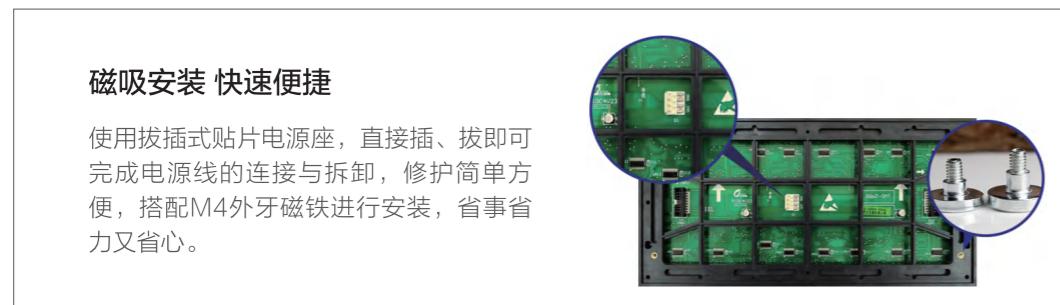
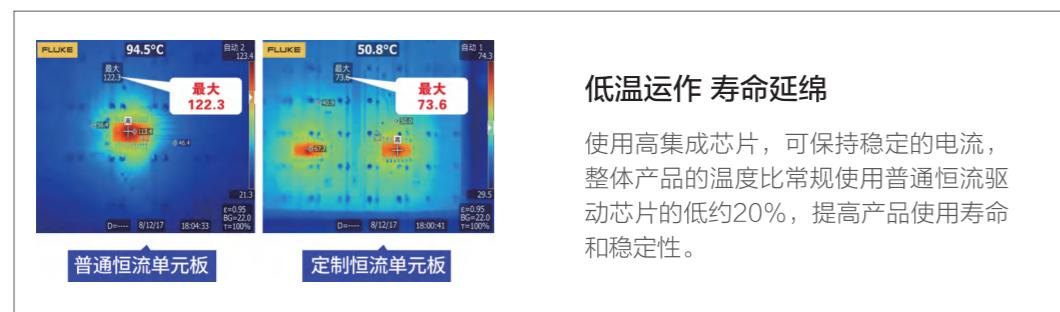
高集成芯片设计，有效消除鬼影，刷新率可达480Hz以上，播放文字顺畅，无闪烁、抖屏等不良显示，显示效果好。

**PCB板带阻燃 防火等级高**

采用V-0级的阻燃PCB板材质，使用更安全、更放心。

**防水性能强**

具备IP65的防水性能。



产品参数

产品型号	P10
点间距	10
单元板尺寸 (mm)	320*160
像素密度 (Dots/m ²)	10000
模组分辨率(Dots)	32*16
亮度 (cd/m ²)	≥1000
灯管型号	SMD2835H
驱动芯片	SM16188

不易变形 平整度佳

多加强筋底壳结构设计，产品的抗拉伸能力强，不易变形，进一步提升产品平整度。

底壳采用纵横加强结构设计韧性十足，稳固可靠不易变形，整屏平整度好。

强力巨彩一键调试技术 开启智能单元板新时代

◎ 撰文_蔡清峰(市场部)

从2008年北京奥运会后，我国LED显示屏行业高速发展，一大批相关企业如雨后春笋般涌现，业内企业数量和从业人员都有大幅增长，但由于相关从业人员技术水平参差不齐，部分技术人员甚至从未接受过正规培训，导致在屏体调试过程中出现很多“显示问题”、“安装问题”、“质量问题”等，进而造成客户投诉，使得对LED显示屏产品品质印象大打折扣。

一、产生问题的原因

1、软件版本、固件多

随着LED显示屏驱动芯片种类的增加，调试软件也在持续优化，进而导致软件版本种类繁多、固件数量庞大，造成技术人员在调试时不知道应该使用哪款软件，导致屏体显示异常，调试时间久。

2、加载程序老旧

各种芯片的不断升级，程序文件更新换代加快，部分技术人员的加载文件数据库老旧，更新不及时，调试时无法正确匹配加载程序，导致屏体显示异常，调试难度大。

3、调试效果差

随着LED显示屏效果越来越细腻，芯片功能也越来越强大，软件需要启用的功能也越来越多，技术人员水平参差不齐，无法调试到最佳效果，影响整体显示效果。

为规范化、标准化安装过程，解决现有LED显示屏调试过程中出现的问题，让调试不再是一种困扰，强力巨彩特联合各系统厂家推出一键调试功能软件，使LED显示屏调试变得简单，实现调试智能化，更好地践行强力巨彩“用户至上，美丽体验”的使命。

二、“一键调试”优势

1、一键配置

一键式操作，调试速度快，时间短，轻松解决调试现场无加载文件、加载文件老旧、不清楚译码方式、驱动芯片、走线方式等问题，让基础薄弱的技术人员也可以轻松完成调试，实现调试智能化、简单化。



2、一键优化效果和升级

自动匹配最佳刷新率、灰度、色彩，且智能升级版本，轻松避免调试现场软件版本多，软件老旧的问题，一键搞定各种芯片，和调试繁琐说Bye-Bye。



3、一键云同步

采用云技术，云端自动更新模组信息，实时更新海量数据库，让每位技术人员都能“随身携带”，调试效率有保障，再也不用担心新品、新芯片不会调试了。

强力巨彩一键调试，截止2019年11月，已匹配市面上常规流通的控制系统。颠覆LED显示屏调试模式，开启智能单元板新时代！

未来已来

— LED显示屏控制系统发展新趋势

◎ 撰文_杨建峰

杨 建峰

Yang Jianfeng

卡莱特（深圳）云科技有限公司 总经理

2019年，强力巨彩 & 卡莱特，正式开展战略合作，强强联手，互惠互利，共赢未来。



LED显示屏控制系统，作为LED显示屏的核心部位，在推动LED显示屏行业发展的过程中，地位尤其重要。

LED显示屏的“大脑”

LED显示屏控制系统，又称LED显示屏控制卡、LED显示屏系统卡。它是组成LED显示屏的核心部件，堪称LED显示屏的“大脑”，在LED显示屏的发展演进过程中起着至关重要的作用。无论是材料的更新、灰度等级的进步，还是色彩表现的真实、校正技术的多元，都充分体现着LED显示屏控制系统对LED显示屏的推动作用。

LED显示屏控制系统，是人屏对话的唯一交互工具，二者互相推动、互相影响、互相成就。LED显示屏是控制系统的载体，只有显示屏行业的飞速发展，控制系统才有更好的土壤。反

之，控制系统技术进步，能更好地服务显示屏行业，给用户带来更好的产品体验。

发展趋势：稳定、可靠、易用

这些年，伴随LED显示屏行业的快速发展，LED显示屏控制系统也加快了更新步伐。从原来的一张卡带载64*64像素点，到现在的512*512像素点，控制面积扩大64倍；灰度从8bit到如今的24bit，甚至更高；显示应用从复制显卡内容到HDR、3D、VR、4K、8K等；传输从1Gb的速度到万兆通讯。众所周知，控制系统在LED显示屏的成本构成虽占比不高，但却是实实在在的核心部件。

此外，控制系统已从单一发送卡+接收卡，快速发展到现在的前端采集、控制、发送、播放一体化，化繁为简，减少中间环节，让控制端

成为真正的一套系统，而非一堆设备拼凑而成。作为控制系统，一定要用技术提升实现产品性价比，而不是一味牺牲原材料品质，否则会给行业带来巨大灾难。

换言之，如今的LED显示屏控制系统的稳定性、可靠性及易用性等方面均得到大幅提高。

未来发展趋势：集成化、网络化、智能化

如今，LED显示屏越发趋向平民化，为了满足当下市场对LED显示屏高质量的显示要求，LED显示屏正朝着更高亮度，更高耐气候性，更高的发光均匀比，更高的可靠性、全色化、多媒体等方向发展。

LED显示屏新产品 新技术的不断推出，也进一步加速LED显示屏控制系统技术革新。未来，LED显示屏控制系统的运行、操作与维护也向集成化、网络化、智能化方向发展。具体表现为三个方向：

第一，接收卡会向高集成，大带载，提升传输速度，降低传输延迟，同时提升显示质量发展。

第二，主控设备向提升发送功能、兼容视频处理方向发展，以便为客户提供更简洁、方便，性价比和稳定性更高的产品方案。同时，随着8K显示屏的普及，对于8K及更大主控的需求也呼之欲出。

第三，人工智能的不断发展，对控制系统提出更加智能化、人性化的要求，这是未来最大的市场增长点。所以，控制系统的研发也将会融入更多科技应用，向着产品智能化方向发展。

加大研发投入，迎合发展趋势

在LED显示屏控制系统竞争激烈的市场环境中展望未来，LED显示屏控制系统厂商只有在加大研发投入的同时，坚持走科技创新路线，才能赢得一席之地。

在接收卡方面，卡莱特目前推出了有单卡带载512*512，并将基本款接收卡的带载提升至512*384。同时，一如既往地在低延迟、12bit、颜色调整、色域变换等高端功能上不断完善，持续提升，力争给用户带来更完美的视觉体验。

在前端设备方面，卡莱特不断提升主控的视频处理能力，并持续往多接入、大带载、高集成的方向发展，会为主控设备增加诸如VR、3D、低延迟、HDR等扩展功能。

在未来产品方面，无线传输、5G带宽、人工智能、VR、AR等，都是卡莱特目前积极拓展的方向，直面控制系统的未来市场走向，加大技术研发投入。

小间距LED显示屏对控制系统的需求及影响

小间距LED显示产品点间距的缩小，对LED显示屏控制系统也提出更高要求。

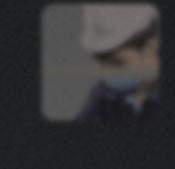
对于控制系统，首先是单卡带载变大。卡莱特单卡带载512*512的i9早已大批量出货，后续单卡更大带载的接收卡也在研发之中。同时，为顺应小间距产品的发展潮流，率先推出自带通用小间距接口的E320接收卡。

其次，0.9间距的箱体，传统的一根网线655360点的带载点数仅能控制2个箱体，远远不能满足实际需要，单根网线的5G带宽传输是市场急需的，卡莱特相应产品即将面世。

同时，客户对于屏体的关注点已逐步从单块屏的显示效果向整套系统的综合解决方案转移。与之相对应的低延迟技术，超大屏的带载，120HZ的帧率，3D显示都需要针对小间距LED显示屏做全方位的配套。

未来已来，卡莱特迎接行业发展趋势，不断推陈出新，以市场需求为导向，以研发为根本，紧跟行业发展，努力向前。

《拼搏者》封面人物 征集活动



● 活动背景

为落实《拼搏者》的宣传宗旨，弘扬强力巨彩“拼搏”的企业文化精神，展现在平凡的工作岗位上默默付出的一线员工的精神风貌，捕捉最有拼搏精神、最具拼搏价值和正能量的“一线拼搏者”。为更广泛地发现、推荐、树立、宣传积极向上的“拼搏者”，弘扬正能量，表彰榜样楷模，现面向公司各中心、部门发布《拼搏者》“封面人物”征集活动。

● 征集条件（性别不限，年龄不限，岗位不限）

- ① 具有“拼搏”精神的公司一线员工
- ② 为人和善，对待工作勤勉、务实认真、兢兢业业
- ③ 热爱公司、热爱同事，以公司为家
- ④ 具有良好的责任感和使命感
- ⑤ 有“平凡中见伟大”的工作经历
- ⑥ 有特殊/突出贡献者（可优先推荐）

● 推荐要求

- ① 各职能部门、部门推荐的拼搏者须符合“征集条件”3条以上（含）
- ② 说明相关推荐理由，及被推荐人基本情况介绍（姓名、年龄、性别、部门、岗位、入职年限等）
- ③ 推荐材料以表格形式提交，标题统一为“部门+《拼搏者》封面人物推荐”（表格与内刊组联系）
- ④ 附上推荐人个人姓名、联系方式
- ⑤ 提交邮箱：chenjian@qlled.com

● 征集时间

自本通知下发之日起长期有效

● 活动详询

联系人：陈建（电话_18559787578）

林婷婷（电话_18106939326）

强 / 力 / 巨 / 彩 / 有 / 你 / 更 / 精 / 彩

2020 芒进新征程

与(强)(力)(巨)(彩)



奋发图强兴大业 · 阖家欢乐纳千祥

HAPPY NEW YEAR

— 鼠 — 年 — 吉 — 祥 —



— 新 — 春 — 大 — 吉 —