



# 拼搏者

FIGHTER

强力巨彩企业文化内部资料 ★ 2023年07月 ★ 总第17期

渠道纵深 服务致胜



#### 封面 COVER

只要我们上下一心，集众智、采众长，奋力拼搏汇聚起追风赶月的澎湃动能和强劲信心，吹响2023年发展的新号角，向渠道更纵深化挺进、向服务更高境界迈进，就一定能实现2023年发展新目标。



强力巨彩人微信公众平台  
QLJC2004

**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

#### 总编 GENERAL EDITOR

肖猛 Xiao Meng

#### 编委 EDITORIAL BOARD

黄文杰 Huang Wenjie | 布羽行 Bu Yuxing  
周辉 Zhou Hui | 范邦雄 Fan Bangxiong  
王尚谦 Wang Shangqian | 洪荣辉 Hong Ronghui  
阳亭 Yang Ting | 马武渊 Ma Wutian  
廖小斌 Liao Xiaobin | 廖生棉 Liao Shengmian

#### 主编 CHIEF EDITOR

王冬梅 Wang Dongmei

#### 编辑 EXECUTIVE EDITOR

林婷婷 Lin Tingting | 许琳琳 Xu Linlin

#### 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

qljcpbz\_2022@qq.com

#### 服务电话 SERVICE LINE

400-100-1222

## 渠道纵深 服务致胜

### ——全体强力巨彩人进入奋战模式

黑夜褪去，黎明破晓。2023年伊始，疫情管控全面放开，LED显示市场强势复苏，强力巨彩人抢抓机遇，全力出击，奏响了凝心聚力的最强音，开创了LED大显示崭新格局，在渠道、服务等方面获得了跨越式发展：

积极开拓市场，渠道布局再发力，往纵深化发展。我们积极布局全国各地众多展会，以总部为首的ISLE 2023深圳展、广州灯光音响展、北京安博会；省级经销商、品牌工程服务商参与的区域展会，以及主题为“赋能大显示，畅享大商机”的推介会，浩浩荡荡，席卷各地，向细分领域、专业领域、大显示领域强势推进。与此同时，营销大体系携手并进，始终坚守普及一线，走遍大街小巷，不断下沉抢占地市县级市场，在大江南北点亮强力巨彩大屏。

完善服务网络，升级服务标准。我们倾力打造行业领先的高满意度、高质量、高效率的服务模式和服务体系。驻外团队和总部各职能中心牢记“用户至上”的使命，集合所有力量为一线需求服务，做好培训赋能，处理好各项问题；新增服务主管外派至省区的“服务前移”模式，促进用户体验的飞跃提升。总部带领省级经销商和品牌工程服务商，以热心、初心、恒心，为每一位用户提供品质服务，打造用户身边的美丽体验。

2023年过半，旺季冲锋号再次吹响，今年注定是一个转折之年，随着疫情消散，经济回暖，国家对于民营企业及制造业的各项利好政策，我们迎接前所未有的机遇，也面临着市场的风险挑战。面对大有可为的新市场环境，我们必须做好全阵营准备，不断创新进步，夯实产品品质、深化渠道建设、提升服务品质，投身于LED大显示普及事业中，为客户及广大用户创造更大价值，持续释放强力巨彩的品牌势能。

树木相依偎而生长，星辰因辉映而璀璨。我坚信，只要我们上下一心，集众智、采众长，奋力拼搏汇聚起追风赶月的澎湃动能和强劲信心，吹响2023年发展的新号角，向渠道更纵深化挺进、向服务更高境界迈进，就一定能实现2023年发展新目标，实现“创世界级伟大公司”的远大理想！

# 目录 CONTENTS

● 寄语  
渠道纵深，服务致胜 ..... 001

## ● 创世界级伟大公司

● 特别策划  
聚力拼搏，行稳图强 ..... 006  
随着国家经济复苏，各种政策利好，我们面临着前所未有的机遇，全体强力巨彩人凝心聚力，力出一孔，利出一孔，拼搏奋进，稳稳前行，共同图强，争取更大的发展，真正做到“巨强”。

荣耀加冕，载誉前行 ..... 010

图说 ..... 013

让客户从“满意”服务到“感动”服务 ..... 017

在普及之路上步履不停，逐心而行 ..... 019

坚定服从，坚决执行 ..... 021

巾帼不坠青云志 ..... 023

用好金招牌，做好真服务 ..... 025

## ● 以拼搏者为本 创造价值 分享价值

● 拼搏者榜样  
周辉：在激情燃烧的岁月里， ..... 029  
培养“挺拔”与“明白”

范邦雄：将理想抱负熔铸在智慧拼搏中 ..... 031

邓子前：因为相信，所以努力 ..... 033

朱剑：身体力行，诠释天道酬勤 ..... 035

汪亚权：不畏时光，躬行成长 ..... 037

● 拼搏者先锋  
先锋身影，践行精彩 ..... 039

## ● 拼搏 真诚 服务 冠军 快乐

公司新闻 ..... 048

● 新品特辑  
幻云 HY 系列租赁屏新品闪亮登场 ..... 058

明悦系列透明屏 / 格栅屏跃然上市 ..... 060

全能 Q Pro，升级 4200Hz 真超刷 ..... 062

● 技术介绍  
LED 显示屏的摩尔纹与扫描线 ..... 063

● 解决方案  
多维赋能，助力文旅复苏 ..... 065

行业聚焦 ..... 071

● 大咖说  
坚持初心，迎接未来：晶台，为卓越显示而生 ..... 075

## ● 同心 同德 同行 同分享

慧眼识英才：赋能面试官，识别优秀人才 ..... 078

如何提升省级经销商业务团队的执行力 ..... 083

招投标项目成功的秘诀 ..... 086

LED 显示屏安装及使用过程中的问题与解决方法 ..... 090

合同订立应注意的 21 个要点 ..... 093

见智 · 名家名言 ..... 099

CREATE A WORLD-CLASS  
GREAT COMPANY

# 创世界级伟大公司 愿景





## 2023年强力巨彩第九届全国经销商大会顺利召开

4月21日，“渠道纵深，服务致胜”2023年强力巨彩第九届全国经销商大会在厦门佰翔五通酒店顺利召开，来自全国各地的省级经销商、合作伙伴代表及总部营销团队胜利会师！强力巨彩公司董事长朱志强、副董事长兼总裁周国华出席大会，与强力巨彩大体系共同回顾光辉岁月，共绘未来战略蓝图！

会议伊始，强力巨彩董事长朱志强发表精彩致辞，他表示，在过去一年里，强力巨彩经受住了重重考验，在逆境里取得突破性成绩。2023年，面对全新的市场机遇，我们必须做好全阵营准备，不断创新进步，夯实产品品质、深化渠道建设、提升服务品质，投身于LED大显示普及事业中，为客户及广大用户创造更大价值，持续释放强力巨彩的品牌势能！

副董事长兼总裁周国华发表了《聚力拼搏，行稳图强》主题演讲，回顾疫情三年来行业发生的变化及强力巨彩取得的成就，同时详尽分析现阶段国家政策环境及行业发展机遇，从战略全局出发，制定思想统一、方向统一、目标统一、方法统一的经营方针，提出“渠道纵深，服务致胜”的营销战略方向，为2023年加速发展夯实基础，进一步推动强力巨彩普及之路行稳图强！

基于强力巨彩年度经营方针及战略使命，品牌市场中心总监廖小斌、业务管理中心总监黄润成、销售中心总监吴建发、客户服务中心总监田丰、品牌市场中心副总监詹国栋、营销事业群HRBP余宗德，围绕战略执行策略发表主题演讲，以客户为中心，以市场为导向，凝聚共识，统一行动，全面打造标准化服务体系，构建高效的渠道服务网络，完善多元化产品体系，携手迈向新高度。

下午，颁奖盛典荣耀启幕，各类奖项逐次公布，现场气氛随着重磅奖励揭晓，掀起一轮又一轮欢乐高潮！热血沸腾的誓师大会紧随而来，8个大区依次接受检阅，将士们怀着踌躇满志的激情，郑重立下军令状，并进行慷慨激昂的誓师宣誓。全国将士们以“长空砺剑，致胜苍穹”的气魄，奋勇争先，一往无前！

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越！随着2023年强力巨彩第九届全国经销商大会圆满落幕，一个更值得我们期许的美好明天迎面而来。未来，强力巨彩大体系将秉持“用户至上，美丽显示，以普及LED大显示为己任”的使命，紧跟“渠道纵深，服务致胜”的战略主旋律，拿出奋勇争先的拼搏精神，把握发展机遇，共展宏图大略！



董事长朱志强致辞



副董事长周国华演讲





# 聚力拼搏 行稳图强

以“渠道纵深 服务致胜”为主题的2023年强力巨彩第九届省级经销商大会上，副董事长兼总裁周国华与强力巨彩大体系共同回顾疫情三年来行业发生的变化及强力巨彩取得的成就，同时详尽分析现阶段国家政策环境及行业发展机遇，号召全体强力巨彩人凝心聚力，拼搏奋进，稳稳前行，共同图强！

行周致道

## 以企业文化为指引，实现“全球产销量第一”

思想决定行为，行为决定结果，今天我们所取得的成绩都是在企业文化指引之下取得的。一个伟大且正确的愿景和使命，能够让我们在面对风云变幻的市场环境时，不忘初心，应对各种变化，能够让我们在面对任何困难和挑战时，给予我们前进的方向和动力。企业文化也是让团队凝聚在一起的巨大向心力，唯有团队形成合力，我们才能取得经营成效，获得突破。

强力巨彩的企业文化在行业内、行业外，都具备非常强的号召力、影响力、前瞻性，正是因为有如此优秀的企业文化，在过去的几年里，即使是国际和国内形势非常严峻，我们依然笃定前行，奋勇拼搏，在所有强力巨彩人、经销商、服务商、合作伙伴的共同努力下，我们能够转“危”为“机”。

就在去年，通过多方数据证实，在LED显示屏行业，我们是全球产销量第一！这个荣誉实至名归，在整个行业，我们占据了30%以上的灯管使用量，每年我们单元板的产出量不计其数，由强力巨彩制造的LED显示屏点亮全球各个角落，在我们的身边随处可见。

从2004年创业至今，历经19年，实属不易，这份成绩的背后是大家的功劳。

## 以必胜信心战胜三年疫情

过去三年，几乎也是疫情贯穿的三年，全球经济都受到了影响，各行各业也都受到了巨大的考验。但我们的企业文化，让我们拥有“乐观向上的心态”、“敢于行动的决心”、“勇于担当的责任”。

在前两年，很多喊着要做渠道的厂家都不见了，而我们却在变得更加强大。因为自从我们确定“渠道为王”的经销模式后，我们和经销商就是事业共同体、利益共同体，为此，疫情期间我们做了很多友商无法模仿的事。

比如疫情期间大家买不到口罩的时候，我们想办法给大家送口罩，大家买不到药品的时候，我们想办法给大家寄过去；比如对疫情封控区域，我们给经销商全体员工送生活补贴和额外奖励；比如对调价补差政策不断做出调整，原有很多产品的调价补差是30天，为了跟上市场的变化，我们调整调价补差天数，最少达90天，最高达270天，几乎是兜底式降价补差政策，很多超期的补差我们都给予兑现……

我们所做的这些事情，在这个行业中，真的没有人可以做得比我们更好。我们始终把经销商的生存与发展当成是自身的生存与发展，这就是为什么其他做渠道的友商一直在模仿我们，却从未超越。而我们的经销商在行业中稳定性最高，盈利性也最强。

我经常说这样的一句话：不要浪费每一场危机，在每一场危机之下，如何转危为机，这才是我们应该去做。在这三年疫情中，我们抓住了机会，取得了比别人更好的成绩。

### （一）2021年产销两旺，量价齐升

2021年，行业爆发缺“芯”荒，面对困难，强力巨彩积极应对，通过上下游联动，平衡供需关系，带领经销商获得爆发式增长；2021年，百亿产业园投入使用，智能制造自动化覆盖率达98%，产能产效大幅提升；2021年，品牌投入更加精准，千万级品牌高铁驶向全国，极大地提振品牌声量；2021年，我们的销售额突破50亿，业绩创历史新高。

产销两旺，量价齐升，这一年，所有强力巨彩的经销商，都是收获满满的一年。

### （二）2022年扩大市场占有率，拉大与友商差距

2022年，全国疫情反复，面对动荡的市场环境，我们以变应变，快速调整策略，想尽一切办法，快速降价保流通，稳住了经销商的市场份额，拉大了与竞争对手的差距。我们也付出了任何厂家都做不到的担当，补差金额达3个多亿，下发了行业最长补差政策。

同时，哪怕疫情严峻，我们仍然将资金大幅投入到新产业园的建设中，最终二期主楼如期封顶，今年，集产、办、住为一体的百亿产业园将全面竣工。

更难得的是，面对2022年动荡的市场环境，我们市占率再创新高，渠道占有率超过50%，虽然上游灯管整体下降40%，但我们的灯管使用量没有下降，还有略微上升，这些都为我们持续打开市场奠定了良好的基础。最终，我们也实现了年初定下的目标：扩大市占、拉大差距。

### 2023年聚力拼搏，行稳图强

过去的两年，我们都实现了既定目标，2021年业绩创新高；2022年市占创新高。面对已经到来的2023年，我们确定了全新的目标——聚力拼搏、行稳图强。

定目标，不能盲目，必须了解大环境。首先我们来看看2023年的宏观环境，今年以来，国家宏观经济政策不断释放积极信号，2023年的核心关键词是“求稳”、“稳中求进”、“扩大内需”、“提振信心”，吃喝玩乐等消费行业已经率先复苏，其他行业复苏也逐渐体现出来。国家有信心，我们更有信心。

再看2023年LED显示屏行业与市场环境，就产业上游环境来看，2022年需求萎缩，导致价格不断下行，这样的形势有利有弊，弊端是产销额下降，但有利的方面就是加速了行业的快速普及。

客户对于应用场景的需求更加多元化，地市县的需求爆发，用户对于品牌的需求愈发强烈；客户结构变得复杂，大型工程商生存环境恶劣，中小型工程商迅速增加，各种行业的中间商也是快速增加，行业正在加速“洗牌”。总体来说，随着经济的复苏，LED显示行业的发展已按下“加速键”。

那么，面对国家经济复苏，各种政策利好，LED显示行业应用更广、成本更低、效果更好等种种有利形势，做为全球产销量第一、市占最高、渠道布局最久最广最深最稳的厂家，我们今年应该如何抓住这次腾飞的机会呢？

开工即开战，开战得统一行动听指挥。所以在2023年的经营规划，从公司层面，我们提出了今年经营管理的四个统一：

思想统一	以愿景和使命为核心思想，坚守和践行企业文化八大条
方向统一	坚持“模组为核，渠道为王”的发展方向
目标统一	实现2023年20% → 30% → 40%的销售增长
方法统一	再造业务流程，重构管理体系

在营销层面，2023年的经营管理指导方针是“渠道为王，模组为核”，着重完成四个维度的提升：

产品多元化	市场纵深化	做好品牌穿透	服务标准化
-------	-------	--------	-------

围绕着渠道下沉的方向，我们提出了渠道纵深；围绕着服务前移的方向，我们提出了服务致胜，最终形成了**2023年营销核心战略——渠道纵深、服务致胜。**

要达成2023年公司经营管理的四个统一，要达成“渠道纵深、服务致胜”的营销核心战略，需要我们聚力拼搏、行稳图强，这也是我们今年的主基调。所有强力巨彩人凝心聚力，力出一孔，利出一孔，拼搏奋进，稳稳前行，共同图强，争取更大的发展，真正做到“巨强”！

我相信，这些战略方针和行动举措的落地，我们一定能够实现中长期的战略目标：

**以客户为中心，让更多客户知道，做LED大屏，就找强力巨彩，分到LED显示市场更大的份额，我们就能在3-5年内实现百亿营收；**

**以用户为中心，让更多的用户，使用LED大屏，就是强力巨彩的，加速LED显示大普及，把整个行业做大做强，相信我们就能在10年内，实现300亿营收。**

强力巨彩的全体员工、经销商、服务商与合作伙伴们，此时此刻，我相信大家和我一样，对未来充满了希望与信心，相信只要我们同心同德同行，一定可以创造更加美好的明天！

在强力巨彩大平台的背书下，经销商们通过自身不断地拼搏与坚持，完成了令人瞩目的成绩。接下来让我们来听听 2022 年度经销商前三强的声音，领略他们的心路历程，学习他们成功的秘诀。2023 年，一起拼搏出更辉煌的成绩。

## 强力巨彩2022年度经销商销售冠军

杭州亿而亿科技有限公司



赵志松  
总经理

疫情三年，面对错综复杂的市场环境，我们进行了必要的经营调整。首先在客户层次方面做了分类，调整客户结构；其次在团队的服务及协作能力上做了提升，这些内部变革调整让我们冲出困局，经受住了市场的考验。

期间最让我动容的是强力巨彩在面对复杂形势及疫情反复时所做的各项工作与努力。不断出台的各项支持政策为经销商提供了强大的后盾，也用实力为经销商输出强有力的必胜信念。

2023 年，我们的目标还是冲击冠军。我们将围绕营销中心、服务中心来重构内部团队，依托强力巨彩的产品实力，重点打造服务口碑，把有形的产品和无形的服务组合成亿而亿的特色品牌推向市场。我们始终秉承敢想、敢做、有为的信念，用真诚和专业来迎接市场的千变万化，用宽容的姿态海纳行业的洗礼。



2022年会盛典



团队协作

## 强力巨彩2022年度经销商销售亚军

郑州梦之龙电子科技有限公司



韩北方  
总经理

时光荏苒，我们已经跟随强力巨彩走过了九个春秋。一路风雨兼程，伴随强力巨彩的发展进程，郑州梦之龙不断地开拓创新、锐意进取，在发展中壮大，在拼搏中成长，从零星几人到近百人的规模。我们的冠军团队在河南市场上深耕细作，以强有力的姿态开拓了广阔的市场，销售业绩节节攀升。

2023 年，我们向“2 个亿”的目标进发。为此，我们将任务分解到每个作战小组及每个业务经理，为达成目标制定相应的奖励政策；聚焦核心客户，调整市场部的营销作战方案；开展月度项目分析复盘会，强化目标，提高工作效率；完善市场部人员配备，赋能提升服务人员知识储备。在瞬息万变的市场中，郑州梦之龙有信心携手强力巨彩建成 LED 大显示行业的发展标杆。



推介会



客户答谢会

# 强力巨彩2022年度经销商销售季军

## 山东金巨电子有限公司



李泉启  
总经理

回想一路走来有很多的艰辛与成长，从默默无闻到如今的成绩，我深知“选择大于努力”，所以我们一直采取“一托三”的举措，以强力巨彩的品牌为依托做到以下三点：

- 1、聚焦强力巨彩品牌，聚焦强力巨彩产品；
- 2、与强力巨彩总部保持高度的理念一致、方向一致、目标一致、行动一致；
- 3、坚定信念，在强力巨彩平台上蓬勃发展。

面对已经到来的2023年，我们需要用行动去创造更大的成果。我们将做好品牌及产品推广；做好团队建设、团队管理、团队培训；建立健全服务机制，维护存量客户，开发增量客户。

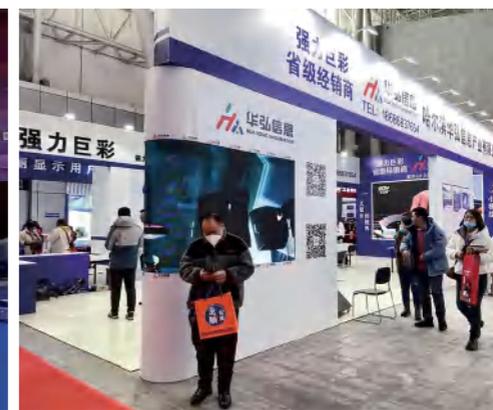
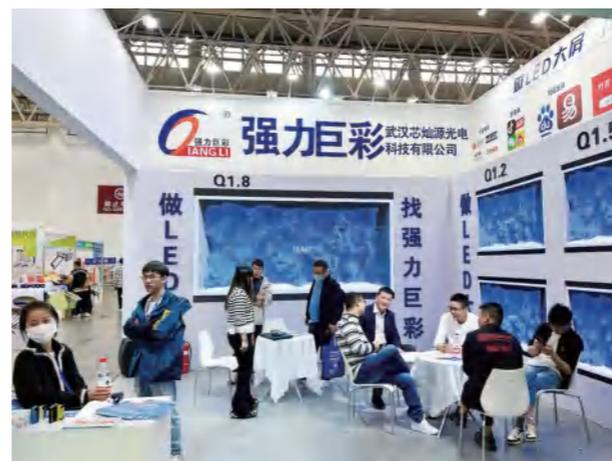
同心同德谋发展，互助协作勇向前。我坚信只要我们团结一致，必将在在新的一年里创造更大的成绩，2023年实现年销售额再次破亿，重拾冠军梦！



金巨团队



2023年誓师大会



## 渠道纵深 让品牌之光璀璨绽放

向细分市场覆盖，全面提振品牌声量  
展会、联盟会、推介会如火如荼地开展  
覆盖 IT、安防、监控、系统集成等多个领域  
精准锁定细分领域用户，开拓更为广阔的市场



### 服务致胜

#### 让客户满意度不断飙升

开展技术交流会、研讨会、培训会  
理论和实践相结合，为客户赋能  
拜访客户，实地了解问题，解决困难  
为客户送好每一趟货物  
解决每一个技术难题  
对客户，省级经销商细致入微，全心全意



向地市县级市场延伸，扩大品牌覆盖率  
他们时刻奔波在普及大道上  
用韧劲和冲劲攻城略地、开疆拓土  
让品牌之光璀璨绽放各个角落  
让LED显示体验店遍布街头巷尾  
为用户带来美丽显示





客户服务中心开展省区服务主管训练营  
 将优秀的服务主管外派至省区  
 为客户提供专业高效的技术服务  
 销售中心开展线上培训，远程为客户答疑解惑  
 对客户，全体强力巨彩人坚守初心，用心用情



培训行业资讯、产品知识、业务技能  
 为客户赋能，提升其专业能力  
 开展月例会、订单会、交流会  
 为客户分析市场情况，锚定战略目标  
 协助项目进展，确保按时交付  
 对客户，驻外伙伴兢兢业业，使命必达



2023年05月23日 星期二  
 杭州市·杭州大雄工贸创业园区



2023.05.20 星期六 市政融创青山湖壹号

# 让客户从“满意”服务到“感动”服务

文 / 林婷婷



总经理  
 韩北方  
 郑州梦之龙电子科技有限公司

“好的服务，令客户满意；更好的服务，令客户感动。”这是韩北方时常挂在嘴边的一句话。

作为强力巨彩的省级经销商，他带领梦之龙团队秉承真诚服务的精神，创新服务，打造河南区域的服务网络，培养服务商体系，为客户提供本地化专业服务；完善售后服务管理，提供个性化、差异化的服务项目，全力打造一流的服务品质，赢得客户感动。

## 探索突破，创新服务

敢蹚别人没走过的路，才能收获别样风景；敢拓前人没垦过的荒，才能开辟新的空间。在服务客户领域，韩北方始终在探索、突破，经过长期的规划与调研，在总部客户服务中心的支持协助下，梦之龙打造了河南区域的服务网络，带领旗下服务商，深入本地为客户提供专业化服务。“在强力巨彩经销商队伍中，论服务网络我们一马当先。”韩北方自豪地说道。

搭建河南区域的服务网络，由梦之龙主导筛选出有技术团队的服务商，邀请他们前往梦之龙展厅，由梦之龙的专业售后团队开展每月两次的统一培训，聚焦安装、调试、维修、工艺把控等技术领域，将知识讲解与实际操作相结合，针对服务商的薄弱环节重点攻克，全面提升服务商的项目承接能力、安装施工能力和售后服务能力。梦之龙还会定期组织考核，对通

过考核的服务商颁发拥有机构认证的极具含金量的资质证书。

在韩北方看来，打造这个服务网络体系，为梦之龙的客户提供了极大的便利性。“这种本地化服务，不仅工艺有保障，售后有保障，而且相较于外地的安装团队来说，效率更高，成本更低。”

曾经新乡市有个60多平方米的安裝项目，客户在下午五点多下单，要求一天半的时间内必须安装调试完毕，面对如此紧急的项目，梦之龙的服务网络就发挥了极大的作用。韩北方第一时间协调当地服务商，连夜送货到项目现场，由梦之龙的技术团队与当地服务商通力合作，保质保量按时完成了项目交付，得到客户的由衷赞赏。



梦之龙协助服务商安装项目

与此同时，韩北方更希望这个服务网络体系，能够给下游的服务商输送订单，让他们在提升服务水平的时候，增加额外收益，未来服务范围能够辐射到郑州市乃至整个河南省的所有售后服务项目。他也正为了这个目标持续努力着，“我们的服务网络目前已经覆盖了七八个地市，计划今年上半年全部建设完毕。”

### 用心服务，感动客户

服务的形式要创新，服务的内核还是要用心。“客户至上、用心服务”是梦之龙团队始终奉行的服务原则。“客户至上，要求永远把客户放在第一位，客户高于一切、重于一切。用心服务，要求对客户要付出真心，全心全意为客户服务。”韩北方解释道。

为了做好服务，梦之龙采取多项举措，开发售后管理软件，针对返修物品一对一建档管理，详细登记数量、批次、故障情况等，统一放入待维修区，技术人员从手机端软件上接单，整个维修过程一目了然，维修完成后有专门的客服人员满意度调查，根据客户反馈查漏补缺，优化改善。

随着客户对服务的要求越来越高，韩北方一直在思考为客户提供个性化、差异化的服务项目。“通过市场调查，创造出原有服务之外的新的服务项目。比如，我们正在配合客户做招投标授权，除了原有的单元板项目，增加周边产品的控标项，进行综合性控标，助力客户顺利开展招投标。”

“客户至上、用心服务”不只是一句口号，而是真真正正烙印在梦之龙团队心里的宗旨，践行在实际行动中。犹记得，去年冬天凌晨1点多，梦之龙的技术员张磊在睡梦中接到客户十万火急的电话，对方表示施工现场屏幕点不亮，影响第二天早上交付使用，张磊了解完情况后，迅速排查出是系统问题，立马修改方案，前往仓库取货连夜送达现场，安装屏幕，成功点亮，整个过程用时不到两小时。



梦之龙开展技术培训会



梦之龙技术维修培训会实操

除了技术团队尽职尽责，梦之龙的后勤人员也兢兢业业。去年国庆假期，梦之龙接到一个非常紧急的项目，为了按时交付，后勤人员放弃假期休息，主动加班组装箱体，提前完成组装任务，保障工期顺利进行。

梦之龙真诚服务的态度，在疫情时期更显珍贵。去年10月郑州疫情严峻，进入全面封控状态，出货异常艰难，销售人员薛富奎、张帅克等人为了保证客户的货物能够准时送达，很长一段时间“以司为家”，驻扎在仓库为客户打包发货。这样的举动不仅令韩北方大为感动，也让客户真真切切地感受到梦之龙在服务客户上的用心和决心。

坚守初心、用实际行动践行着“客户至上，用心服务”的梦之龙团队，把客户当朋友，服务创优永不停歇，追求客户从“满意”服务到“感动”服务，种种服务举措与服务态度更值得我们学习借鉴，共同打造强力巨彩“真诚服务”的良好口碑。

## 在普及之路上步履不停 逐心而行

文 / 许琳琳



总经理  
林树春  
广州炫邦光电科技有限公司

“服务好、货品全、发货快、性价比高”。这些都是客户选择广州炫邦，选择强力巨彩的原因。

2008年入职强力巨彩，2015年创立广州炫邦光电科技有限公司，林树春以豁达向上的姿态，在LED显示屏行业闯荡了十五年。日月落，春去秋来。不变的是深耕渠道的初心，改变的是管理者的思维认知，他笑称“我现在很闲”，但在旁人看来他从未停下前进的脚步。

### 闯关难过关过

创业就像一锅粥，里面有坎儿还有沟，翻过山越过河，才能看到广阔的天空。从三四个人到三十多人，八年创业经历里，林树春带领着广州炫邦一路“升级过关”：开拓市场、挺过疫情、规范制度……稳扎稳打成长至羽翼丰满。

在广东地区开拓市场并不容易，该区域有三千多家LED显示屏生产厂家，品牌林立，市场容量大，走批发模式的竞争也就更激烈。因此，林总实事求是地说：“我们在开拓市场方面做得还不够好。”

拓展业务的难点有客观阻碍，也有主观欠缺。广州炫邦是强力巨彩在广东的第一家省级经销商，各方面都需从零开始。但林总不畏前路迷雾，积极运用自身在LED显示屏行业里摸索多年的经验，带领团队开展技术交流会、地市推介会、行业展会。时至今日，广州炫邦的核心服务商覆盖了广东省的

重点地市，强力巨彩logo点亮将近三千家门头。

疫情三年令不少企业举步维艰，直至2022年陷入摇摇欲坠。然而广州炫邦充分发挥分销渠道的优势，逆势增长，在第九届全国经销商大会上挺进销售额前十名，



服务商点亮门头



技术交流会

荣获 2022 年增长之星。“广州炫邦 90% 的业务来源是批发，现款现货，所以只需把控好应收，就能稳中求进。”林总补充道。

在林树春看来，加入强力巨彩经销商大体系后，广州炫邦公司内部各个方面都更加规范了，也正是有了规范的管理，企业才能在开拓市场、扩大团队、搭建仓储系统、提升售后技术等方面，走出一条灿烂道路。

### 精耕细作挖渠道

林树春对所有员工只有一条要求——服务好客户。尤其是业务人员，回信要及时，办事要尽快，将“用户至上”作为使命，让每个客户都能感受到温暖的服务。

“公司主做批发，技术层面涉及较少，因此只有一个念头，就是尽全力把服务做好。”林总笃定地说。不论是人员调度还是物流发货，都以客户需求为优先级，当客户反馈问题点时，都要在第一时间解决。

今年 4 月，在筹备某领导参观中新广州知识城的活动之际，现场屏幕出现了问题，广州炫邦迅速组织技术团队，连夜赶到现场处理。再比如，某块户外屏突然出现死灯，客户讲明隔天就要使用，炫邦技术团队彻夜进行维修。又或者，某客户提出想参观沉浸式展厅的诉求，业务人员立即预约好时间，领客上门。

诸如此类的服务案例不胜枚举，有时即便客户与公司没有直接合作关系，广州炫邦也会响应客户的需求。没有太多的曲折辗转，正是点滴真诚服务，正是潜心精耕细作，使得广州炫邦收获了大量忠实客户。

服务好、货品全、发货快、性价比高，这些都是客户选择广州炫邦，选择强力巨彩的原因。产品的稳定性给了广州炫邦信

心，炫邦再把这份信心传递给服务商，服务商则将这份安心传递给用户，相辅相成，共谋普及。

### 放权放心地管理

从前想生存，后来想温饱，现在想发展。话糙理不糙，这正是林树春作为创业者多年的心路变化。“创业初期想的都是增加财富，这么多年下来，变成了‘打江山容易，守江山难’。”林总满怀感慨地说着创业心得。

正所谓，“用人不疑，疑人不用”，自从成为老板后，林树春逐步放权给各部门的员工，让自己成为了一个“佛系”老板。“我是业务员出身，曾经也拼了命地跑市场，一天几十个电话忙忙碌碌，风里来雨里去。”林总回忆起往昔，“但是当身体很忙时，人就空不出心思来想别的事。”

如今成为老板，是把勤奋拼搏转为智慧拼搏，也是将更多机会让路给后辈。身体是闲下来了，脑子闲不下来。“每天一睁眼就在想公司的短板在哪儿，业务如何突破，仓库怎么管理，人员如何分配。”林树春悉数着不愿躺平的想法。

创业伊始，林树春有着和大多数老板一样的念头——赚钱，如今他又和大多数老板有个相似的期盼——长久。公司经营长久的同时，员工能有幸福感、获得感，那就是锦上添花。

好服务是林树春对员工的要求，坚定走批发则是他对广州炫邦的规划，未来他也将继续带领队伍听从总部指挥，向着“渠道纵深，服务致胜”迈进。



炫邦团队

## 坚定服从 坚决执行

文 / 林婷婷

“3年内我们一定能够实现一个亿的目标，全体万特人都在努力。”彭专坚信跟着总部走，听指挥就能打胜仗。



彭专  
总经理  
长沙万特电子科技有限公司

在第九届全国经销商大会上，万特电子荣获“2022 年度全国经销商业绩第六名”，在经销商行列中的排名又提升了。当谈及成功秘诀时，其创始人彭专总结了一句话：“坚定服从，坚决执行。”

无条件地迅速响应并坚决执行总部的所有方针政策——大力开展推介会，推广品牌；业务驻点地级市，渠道纵深；全力支持服务商，真诚服务。

### 相互交融，合作共赢

2022 年因疫情影响，许多经销商都暂停开展推介会，但万特电子排除万难，争取一切机会，总共举办了 8 场推介会。今年，随着全国经济强势复苏，LED 显示市场持续加热，万特电子抢抓机遇，以分秒必争的劲头，推动推介会如火如荼地进行着，截至 5 月份，已开展 16 场推介会。

“通过推介会保持品牌发声，让客户知道我们一直在做 LED 大显示，一直在做强力巨彩。这也是我们提升业绩的一大利器。”彭总一语道出开展推介会的意义。

在开展之前，万特团队都会花大量的精力寻找最佳合作伙伴，一般是与音箱类、商显类、安防类、办公用品类的客户一起合作。大家分工邀约客户、制定议程、携手举办一场精彩纷呈的推介会，多个

行业、多个品牌轮番展示，为客户诠释行业发展新动能。

对这种资源共享的模式，彭总认为，“这是一个相互交融的时代，单打独斗是行不通的，如果在推介会上只介绍一个品牌，会让客户感到枯燥无味，多个行业一起合作，不仅能够释放大量信息吸引客户，还能以最快的速度捕获其他行业的客户。”

万特电子正是通过不遗余力地开展推介会，成功挖掘到新的客户群体——集成客户。这类客户一直是万特电子梦寐以求想要合作的对象，可是在常规的渠道开发中，很难接触，也难怪促成合作，通过推介会，万特电子成功打动集成客户，也助力公司业绩提升了 20%。

### 渠道纵深，服务致胜

万特电子提升业绩的另一大利器是建设庞大且稳定的服务商队伍，现拥有的 641 家服务商，都与万特电子建立了深厚的革命友谊。

谈起他们，彭总自豪地说道，“公司 80% 的业绩都是靠他们打下来的。”万特电

子会将每年的年度任务，进行分解，捆绑核心服务商，大家齐心协力，一起完成目标，而万特电子对服务商也会予以返利及综合服务支持。

庞大的服务商队伍是靠万特电子的业务团队一家一家跑出来的，彭总坚决执行总部推行的“渠道纵深”策略，在每一个地级市派一名业务员和一名技术员长期固定驻点，深耕细作、深入服务。

稳定的服务商队伍也是靠万特团队的真诚服务换来的，始终秉持“诚信共赢”的服务原则，定期拜访，了解他们的问题，解决他们的困难；加强赋能，提升他们的产品认知、维修技能、销售能力，助力他们更上一层楼。

为更好地服务客户，万特电子专门建立了8人的售后团队，分为维修组和安装组。维修组伙伴各个技术精湛，从单色到全彩，到小间距1.0都能轻松搞定，甚至还承接了许多同行无法维修的产品。安装组伙伴专业能力过硬，每个人都能单兵作战、独立施工，协助服务商成功点亮一个个大屏。

渠道纵深，服务致胜。万特电子紧紧跟随总部战略指引，全面打造标准化服务体系，构建高效的渠道服务网络，携手服务商，共同征服LED大显示的广袤寰宇。

### 共同拼搏，追逐梦想

尽管万特电子已经是强力巨彩全国经销商的佼佼者，但彭总并不满足于此，在他心中装着“一个亿”的梦想。

“公司业绩虽然稳定，但却没有突破。”说到这里，彭总眉头紧锁，他详细罗列了现阶段万特电子存在的不足，比如招投标能力、集成客户的开发、业务团队的投入、企业文化的建设等。

知不足而奋进，望远山而前行。针对这些弱势板块，彭总加大力度，逐步完善和提升，同时也着手搭建万特电子的业务框架和组织架构，完善制度流程，配置硬件设施。所有的努力都是为了实现那个“破亿”的梦想。

“3年内我们一定能够实现这个目标，全体万特人都在努力。”彭总坚定地说道。在他看来，有拼劲的团队能创造无限可能，万特团队就是这样的。

无论是前线冲锋的业务员，还是后勤保障的助理，都是今日事今日毕，工作没做完就主动留下来加班，凌晨时分，办公室依然灯火通明是常态，伙伴们专注的眼神常常令彭总动容。

当项目遇上假期，或接到根本不可能完成的任务时，万特团队都会选择迎难而上，日夜兼程，团结一致，将不可能变成可能。

心齐则事成。相信未来在强力巨彩总部的指引下，在万特团队和旗下服务商的共同拼搏下，彭总定能早日实现梦想，向更美好的未来进发。

## 巾帼不坠青云志

文 / 王冬梅



总经理  
韩红娟  
济南蓝极光光电技术有限公司

“说到做到，诚信经营”是蓝极光电的服务原则，只要是客户的需求，蓝极团队使命必达。

越来越多女性创业者撑起了创业领域的半边天，但在LED显示屏渠道内，韩红娟是为数不多的女老板。从成为强力巨彩省级经销商至今，她用独特的人格魅力带领团队，诚挚服务客户，以持续增长的销售额和2022年度全国经销商业绩前十的佳绩，创造了属于她的神话。

在韩红娟身上，我们感受到了强力巨彩大体系的“她”力量。

### 创业十年，坚韧不拔

不喜欢按部就班的生活，想靠自己的努力打破职业的天花板，韩红娟在2012年开始创业，机缘巧合下进入LED显示屏行业，一干就是十年。

2018年，深受其他品牌品质问题困扰的韩红娟终于遇到强力巨彩，立即决定加入省级经销商行列。在强力巨彩产品优势与品牌实力的双重保障下，短短一年时间，她就带领团队实现了销售额的翻倍增长，打了一场漂亮的胜仗！

连续5年，蓝极光电保持着30%的年平均增长率，走到强力巨彩全国经销商十强，在第九届全国经销商大会上摘得“卓越之星”。

5年来，不仅是业绩的持续增长，蓝极光电的品牌建设、团队能力、组织机制都有了一番新面貌。

2020年，韩红娟斥资上百万建设品牌旗舰店，带来了品牌形象的极大提升，旗舰店不仅展现了蓝极光电的

实力，更方便了客户实地体验产品，吸引众多客户和同行人员前来参观学习，成为蓝极光电的一张品牌名片。

顺境攀登，逆境播种。在疫情期间，韩总更关注公司机制建设与组织变革，在2021年参考总部用人机制和管理经验，反复推敲，用半年时间重新制定组织岗位方案和薪资制度，改变“老员工上不去，新员工进不来”的困境，提升经营管理优势。

“要么不做，做了就要做好。既然进入这个行业，我就会坚持下去。”一步一阶，入行十年，韩红娟从摸石头过河的行业小白，到拥有丰富经验的优秀经销商，见证了行业蓝海的广阔无垠，也挺过了疫情三年的风风雨雨，跟随强力巨彩走向繁荣。

### 重信守诺，使命必达

作为老板，韩红娟很重视产品的质量，但更注重的是服务质量。

十年来精益求精，蓝极光电坚持为客户供应多样化全系列产品，提供标准化的专业服务，满足客户的差异化需求。



万特电子参加展会



万特电子团建

为了更好地满足客户的需求，韩总组建了7个部门，配备专业技术团队，在售前售中售后服务上具备项目报备、整体方案设计、报价预算、投标支持、现场勘察、图纸设计、现货供应、技术支持、调试点亮等专业服务能力。每年蓝极光电会举办3场以上推介会、3场以上技术产品交流会，为旗下196家服务商提供全系列产品供应和技术支持。

“说到做到，诚信经营”是蓝极光电的服务原则，只要是客户的需求，蓝极团队使命必达。

“之前有个客户临近下班了突然下单，90平方米的户外租赁屏要求第二天就送到现场交货，蓝极家人们当天加班加点，通宵完成模组、电源、接收卡的组装调试，保证客户如期交工！”韩总回忆道。

良好的服务自然换来客户的赞赏，最好的肯定是客户说：“以后，还是我们继续合作。”

渠道纵深，市场下沉；优化服务，体现服务价值。2023年韩总将扩大公司的营销队伍，进一步增强团队的服务能力，“凡是做LED显示屏的客户，都要开展合作，都要服务好！”这是她的目标。

### 蓝极家人，团队合力

在事业上，韩总敢拼敢闯，但在团队管理上，韩总有细腻的另一面。

首先是以身作则，对自己严格要求。为了做得比别人更好，韩红娟在业务、管理上，付出比别人更多的努力，在对团队提出要求前，她要求自己先做到，比如要求团队24小时待命，她

必须先做到全天在线，让客户随时能找到她，无论几点，第一时间为客户解决需求。

其次是在公司规模扩大后勇于变革，主动健全制度，明确团队分工，形成合力。“团队还小的时候，我们的制度是笼统的，现在公司规模变大，这两年我专门梳理了岗位和制度，目前还在不断优化，希望能形成蓝极光电的管理优势。”韩总还说，打胜仗是最好的团队建设，每到月底她会及时公布公司的业绩情况，激励大家继续拼搏，公司连年增长的业绩也给了团队最大的信心和成就感。

最后是人文关怀方面，韩总展现出一位女性领导的魅力，她把团队成员当成家人，时常关注大家的状态，如果有人状态不好就会主动沟通，节假日团建或祝贺仪式上带头活跃氛围，看到周末或节假日加班的同事主动发红包慰问……用细节营造良好的团队氛围。

创业十年，韩红娟感谢自己和团队的坚持与努力，今天她初心不变，依然要在LED显示屏行业深耕到底。

巾帼皆有凌云志，韩红娟身上充满奋进的力量，为下一个十年继续拼搏。



技术培训会



蓝极团队风采

## 用好金招牌 做好真服务

文 / 许琳琳



坚定树立品牌意识，坚持做好每次服务。胡松林用真诚打出口碑，打开LED大显示的广阔天地。

“干脆利落，有目标有规划”是胡松林对自己的评价，带着一颗沉稳务实的心，他已在商场上奋斗十几年。2014年，他开始接触LED显示屏，并在强力巨彩品牌影响力的感召下，成为长期合作伙伴。2021年初，湖北米尼特光电科技有限公司（以下简称“湖北米尼特”）正式加入了经销商大体系，亮剑出征，为普及之路披荆斩棘。

### 始于品牌，忠于品牌

采访过程中，胡松林多次提到“品牌”一词。从加入强力巨彩的那刻起，他就认准了“强力巨彩”这块招牌，合作多年来，已经是强力巨彩的“铁杆粉丝”，并将树立品牌意识的思维落到与服务商的合作中，带领着客户一起走品牌化发展道路，实现互利共赢，同心向前。

品牌是一种识别标志、一种精神象征、一种价值理念，是品质优异的核心体现。胡松林之所以与强力巨彩建立长期合作关系，正是因为后者在业内的“好名声”。

“起初加入强力巨彩，主要有两方面原因，一方面湖北是强力巨彩最早开始布局渠道推广的地区。”胡总简练地说着，“另一方面，是因为办事处能够在工程上提供技术指导。”

因为相信，所以看见；因为看见，所以坚持。“我相信，不论是过去、现在还是未来，强力巨彩的品质把控都是整个行业里面做得相当好的。”胡松林用坚定的口吻说。

相信强力巨彩的口碑，相信产品的质量，所以能够看见强力巨彩的美好愿景，也因为这份相信，所以选择追随多年。“自进入LED大显示行业，公司都只用强力巨彩的产品，坚持打造属于湖北米尼特的品牌标签。”胡总补充道。

丹之所藏者赤，漆之所藏者黑。加入强力巨彩后，湖北米尼特有两方面的变化：在签约成为强力巨彩的经销商之前，公司每年的营业额是1000万上下，而在2021-2022年，虽然有受到疫情影响，销售额却突破了2500万。胡松林认为，这便是品牌实力带来的价值和流量。

“另外，公司之前是做工程订单的，所以内部有明显的短板，没有系统的架构。”胡总接着说，“加入大体系后，总部会在各个方面给予指导建议，如今公司的组织架构、销售团队都进行了升级，从而带来了销量的增长。”

### 用心服务，提振士气

真诚的服务不是一次性消耗品，只有在每



品牌服务商推介会

一次面对客户的时候都如同初次会面，保持用心服务，才能收获一段有质量、有回馈的合作关系。

“公司在开发服务商的优势，一是工程商转经销商的企业，有熟悉的客户圈子；二是有工程承包经验，更加理解客户的痛点在何处。”胡松林娓娓道来，“我们着重帮三类客户解决难题，一是刚进入LED大显示行业的客户，像无头苍蝇摸不着方向；二是已经初步打开市场，但是营业额遇到瓶颈的客户；三是缺乏品牌意识，对主打产品仍有迷茫的客户。”



品牌服务商现场交流

除了提供产品，湖北米尼特往往会给客户id提供增值服务，比如为客户讲解销售技巧、培训产品的知识、传授售后维修的技术等。

“有时候我们甚至会陪同客户去参与工程方案的设计、公司的招投标。”胡总继续说，“公司人手其实不多，但是我们愿意花精力将内部的管理理念、执行订单的方法，传递给服务商，再用他们的力量去开发更多客户，最终的结果就会有更多的用户来购买产品。这就是创造价值，分享价值。”



工程商月度交流会

曾有服务商因近年的市场低迷、疫情波荡而陷入迷茫，在湖北米尼特的建议下，在电脑城里建设了十来平的小展厅，用来展示产品元素、资料。此番举动落地后，该客户的进货额出现了显著的涨势。

“在和客户的交流中，我们不断向他们宣导强力巨彩的品牌优势，不少客户表示认可，有的甚至转换主打产品。”胡松林略显兴奋地说。武汉某服务商曾是其它品牌的核心二级工程商，在胡总多次上门洽谈，对方使用强力巨彩的产品后，转而更换主打品牌。“我们拥有的产品培训、售前售后知识赋能、性价比等都是竞品提供不了的，当然客户在把品牌标签改为强力巨彩后，就会发现成交率提高了许多。”胡总自信说道。



通途行动

创业之行一路走来，胡松林步伐稳健，当问及2023年的发展规划时，他满怀信心地回答：“下半年想优化售前、中、后、销售、技术、工程、商务接待等职能，各个部门的人员再扩充一下，专人专岗专责，分工更细致一些；此外，会考虑建设标准的强力巨彩旗舰店，让客户在了解产品时有更好的体验。”

FIGHTER-ORIENTED  
CREATE VALUE SHARE VALUE

# 经营理念

## 以拼搏者为本

## 创造价值 分享价值





## 拼搏者榜样

文 / 王冬梅 林婷婷 许琳琳

强力巨彩辉煌成就的背后，离不开这样一群人。他们与强力巨彩同心同行，为推动普及事业赋能团队，激情燃烧；智慧拼搏，创造价值；砥砺前行，不断努力；脚踏实地，身体力行；躬行实践，不畏险阻。他们就是强力巨彩拼搏者榜样——周辉、范邦雄、邓子前、朱剑、汪亚权。

全体强力巨彩人应向拼搏者榜样学习，与拼搏者榜样同行，汇聚起气势磅礴的力量，在普及进程中踏平一切艰难险阻，征服星辰大海。

## 在激情燃烧的岁月里 培养“挺拔”与“明白”



周辉  
制造事业群总经理  
兼产业园项目副总指挥

在 2022 年度拼搏者颁奖仪式上，周辉从朱志强董事长手中接过公司最高荣誉——“拼搏者榜样”的奖杯，难掩内心激动。

感言中，他说道：“加入强力巨彩的时光是一段激情燃烧的岁月，而拼搏是点燃激情的钥匙，让我和团队快乐地工作，创造令人骄傲的事业。”

### 眼里有光，心里有梦

不愿在熟悉的岗位上“躺平”，他选择离开工作 13 年的外资企业；加入强力巨彩共同打造民族工业的世界品牌，是他给自己的新挑战。

2021 年 6 月，周辉正式成为强力巨彩的一员，而后担任制造事业群总经理，他在公司的愿景和企业文化里看到了激情和希望，在采访中多次强调，“创世界级伟大公司的愿景十分激励人心，所以我毫不犹豫地加入强力，对未来充满信心。”

将“创世界级伟大公司”的愿景拆解到制造事业群，周总规划了“精益生产的标杆工厂”“智能制造的灯塔工厂”两个目标。

国家早已将“数字化、智能化改造”写入方针，但强力巨彩的数字基础较为薄弱，公司过去的信息技术版本落后，数字技术覆盖面窄，制造人员需要学习最新的工具方法论。正

如周总所说，“数字化转型涉及到方方面面，但我们不会在落后的工艺上做自动化，不在落后的管理上做信息化，对制造事业群来说，有许多基础工作要做。”

两个目标看似困难重重，但周总形容公司的生产车间内“遍地是黄金”，120 米长的 SMT 产线、容纳上千台贴片机的生产车间在国内屈指可数，一个小措施一经推广就能带来巨大的价值，因此他着力推行精益生产，打造流程型组织驱动核心业务改善，在 2022 年初就提出要年度改善价值做到 5 千万元。

“最初团队都很忐忑，不敢相信能做到 5 千万，但我不停地同大家沟通，最终我们通过 OEE、提案改善、专项改善、自动化改进等系列举措，2022 年做到了远超目标的改善价值！”说起这段时间取得的有形价值，周辉引以为荣，也将成绩归功于制造团队的团结奋战。

2022 年的胜利为制造事业群打入强心针，在 2023 年度规划中，大家提出了更高的目标。周总介绍道，“一方面我们为公司创造了价值，另一方面制造团队收获了价值，信心倍增，今年我们的精益改善价值目标是突破去年取得的成绩，而且都提供了项目预测和支撑策略！”

系统规划，还需分步实施，在信息化、数字化的道路上，困难和阻力很多，但周辉坚信，办法总比困难多。经过 2022 年的基础打造，精



精益生产项目启动会

精益生产和智能制造蓝图将在 2023 年绘制，并计划在 2025 年达成“精益生产标杆工厂”，再以此为基础打造“智能制造灯塔工厂”，用三年时间获得智能制造的国家认证和国际认证。在蓝图的激励下，周辉说：“愿景是自上而下，又自下而上的过程，这个蓝图由制造事业群全体共同绘制。我们的团队很兴奋，现在大家是眼里有光，心里有梦，走路带风！”

### 人才辈出，共同拼搏

除了精益改善价值的有形数字，周辉认为，人才的有效培养和管理机制是更重要的无形价值，他最大的收获是制造团队的快速成长，希望未来制造事业群乃至公司可以人才辈出、人才倍出。

曾国藩曾说，居高位者，以知人晓事二者为职。在他的识人体系中，人才的标准有两点：挺拔与明白，周总将之应用于制造人才的选拔与培养中。

什么是“挺拔”？自带动力，有使命感，做事勤勤恳恳，是拼搏中的“拼”。

2021 年厦门突发疫情，公司各中心目标一致，前赴后继协助仓储部门发货，通宵达旦之下，终于在封城前创造了奇迹——两天发了一亿多货物。这件事令周总印象深刻，也让他发现了强力人的底层特质正是勤奋拼搏，做事兢兢业业，吃苦耐劳。

什么是“明白”？做到维度丰富，层次分明，逻辑清晰，是拼搏中的“搏”。

为了达到“明白”，周总针对各职能建立了知识技能清单和方法论工具包，并进行知识沉淀，为 SQCDET 业务提炼内部和国内外企业的最佳实践案例。“方法论就像脑筋急转弯，一旦见过一次，第二次大家一定会了。所以从战略制定到战略执行、管理格局、风险意识、战略意识等方面，我们都建立了相应的知识库。”聊及人才培养，周辉已有丰富经验，理论与方法信手拈来。

对团队和下属要负责，让他们在职业生涯上获得功效的增长，是周总的目标之一，因此“教”是他的重要管理课题。无论是业务技能还是管理能力，他都给予团队耐心指导，每每在项目最初提出更高的目标，在过程中给予帮助，不断调整，令团队“闻过则喜”，不断成长，真正从工作中收获快乐。

“学习，并且学以致用。”这是周总送给所有强力年轻人的方法，把书读厚，再把书读薄，提升学习功效，在一万小时定律下，每个人都可以成长为某个领域的专家。

赋能团队，与团队共成长，周辉认为，与有激情的人共同拼搏的日子就是激情燃烧的岁月，大家在一个战壕里打仗，更要将激情都燃烧起来，让拼搏真正成为强力巨彩的名片。



周辉向团队赋能

## 将理想抱负熔铸在智慧拼搏中



范邦雄

供应链事业群总经理兼产业园项目总指挥兼统筹运营管理部

范邦雄，一个有理想有抱负的管理者。他时常问自己，“我为公司带来的价值是什么？我为公司带来的变化是什么？”在他看来，作为一个管理者，如果只是把之前的东西一成不变地维持下去，那是毫无价值的。

秉持着这样的人生信条，自 2021 年 11 月加入强力巨彩，短短一年的时间内，他就为公司创造了巨大的价值：引入供应链管理新模式极大地降低了公司经营成本；制定流程体系推动产业园二期项目建设“加速度”；运用新颖的管理方式培养供应链人才……

总裁评价他是“智慧拼搏”的典范。

### 全新模式，促进发展

2022 年，原材料供应不稳定，价格攀升不止，风云诡谲的市场环境使得整个供应链面临着严峻的考验，在这场不见硝烟的战争中，强力巨彩承担着巨大的压力。

“我们在行业的供应链地位，决定了传统的交易模式已经不能解决当下所遇到的问题。”自接手供应链事业群起，范总就知道“改革”已迫在眉睫。“前期虽然我们也做了一些改变，但没从根源上解决，没有真正地释放我们自身的现金流，而且原来库存设在供应商处，时刻面临着一旦市场供不应求，供应商就掌握了主动权，我们应该要‘反客为主’，将

库存设在公司，无论市场如何变化，都要把主动权牢牢掌握在自己手中。”谈到供应链的改革方向，范总眼神坚定，目光如炬。自此，全新的供应链管理新模式——VMI&JIT 模式，在强力巨彩如火如荼地进展着。

2022 年 2 月底完成整体规划，3 月份正式实施，一个月时间已见成效——实现自有库存降低 96%，大幅度释放现金流，快速适应风云变化的市场需求，解决困扰公司已久的市场价格不平衡、不稳定的问题。

“在推行的过程中，整体都很顺利，这是团队集体智慧的结晶。”范总面带微笑地说道，“虽然在跟供应商协调时，起初有部分供应商不愿意配合，但我们秉承着‘诚信共赢’的价值观，与供应商分析利害得失，最终大家都选择统一战线。”

### 产业园竣工，指日可待

除了改革供应链的管理模式之外，产业园建设按下“加速度”，是范邦雄在 2022 年的又一突出成绩。

强力巨彩 LED 光电产业园 2018 年开始全面施工建设，2021 年 9 月一期项目正式投产，2022 年 2 月范总被任命为产业园建设总指挥，基于一期项目的建设经验，将二期项目的建设速度提升数倍，同年 12 月底就完成了

办公楼主体封顶。与一期工程对比，纪律零违规、工期大幅度缩短、质量与过程管理有章可循。范总坚定地说道，“搬进新产业园这件事，可以提上日程了。”



范邦雄在新产业园施工现场

所有成功的背后，都有数不清的艰辛。产业园项目组人员紧缺，每个人都肩负重任，在采访的过程中，范总随意点开相关文件夹，数百个文件密密麻麻地展现在眼前，可以窥见工作量之大。“去年是我近十年来职业生涯最忙的一年，”回忆往昔，范总感慨道。

虽然团队成员数量偏少，工作量大，但在工程项目方面拥有丰富经验的范总，心中自有乾坤。他与我们分享道，“一要设置好所有的技术规格参数；二要把技术参数形成相应的点检模式；三要做好团队成员的分工；四要健全整个反馈机制。做一个项目，首先要想好管理模式，如果没有考虑清楚，就盲目开干，想到哪里，干到哪里，实际上，也就错到哪里。”

### 携手团队，一起向前

在范邦雄的带领下，供应链团队展现出朝气蓬勃的全新局面，团队成员的业务能力

精进提升，大家通力合作，完成了一个个重大项目。

这得益于范总独特的团队培养方法——项目式育人，范总摆正了坐姿，认真地说道，“用项目去培养人，可以得到全方位地锻炼。”在供应链事业群，即使是基层员工，范总都会为他们设置对应的项目，让每个人都能在做项目中锻炼自己的沟通协调能力、组织统筹能力。

优秀的团队需要优秀的领导者指明方向、引领前行。在团队管理方面，范总采用“制度型管理模式”，他认为，在信息化时代，管理的基石是流程和制度，加之领导者的管理思路与公司的战略方向匹配，团队才能共创价值，所以在具体工作中，范总会为团队制定清晰的目标与规划，指引他们一路向前。



范邦雄为团队颁发VMI项目奖励

范总是一个追求高效做事，智慧拼搏的人。在他看来，拼搏的核心，应该是价值导向，它不能用时间来衡量，最好的衡量标准是对企业和经营的贡献。

所以未来，范邦雄期望，在他这个“供应链事业群班长”的带领下，伙伴们能继续智慧拼搏，为公司创造价值，共同实现“创世界级伟大公司”的宏伟蓝图，同时在实现公司梦想的途中，每个人都能够在业务能力、职业发展、薪酬福利上实现自己的愿望。

这，就是范邦雄的理想和抱负。

## 因为相信 所以努力



邓子前  
公共事务部总监

2015年夏，邓子前怀揣着满腔抱负加入强力巨彩，一路从人力资源中心到行政中心，从行政中心再到如今的公共事务部，他始终相信着强力巨彩有着美好的明天。抱着这份“相信的力量”，他辛勤努力，对外以永不言弃的韧性拿下多项荣誉项目，对内以细致服务的态度做好后勤保障、环安外联等工作，为强力巨彩实现伟大愿景而努力。

### 无处不在，无微不至

衣、食、住、行、用是每个人生活中的基本需求，邓子前持续5年带领着行政团队，为全体员工做好工作及生活中各个方面的保障服务。

过去的三年人们深受新冠疫情的困扰，作为员工规模近两千的大企业，“行政团队能为大家做些什么？”这是邓子前第一时间考



邓子前在疫情防控会议上安排任务

虑的，“疫情好似一夜之间爆发，所有人都措手不及，但我们没有惊慌，立刻启动应急预案，整个行政团队迅速投入战斗，积极防疫。”

口罩，是当时最有效的防疫手段，也是当时最稀缺的物品之一。“总的来说，分国内国外、省内省外四个维度，多线并行，协同采购部门出动所有人采买大量口罩，目标就是让全体员工都有口罩可用。”邓总眼神坚定地说，“国内的话，一方面向全国100多家经销商发出通知，要求只要能买到口罩就通通抢下来；另一方面，派人到南昌、漳州等地的口罩厂蹲点，现场一手交钱一手交货。”

此外，同步从海外征集回十几万个口罩，最终将口罩这一“紧俏”物资牢牢掌握在手中。

小到茶歇区的饮水机损坏，大到新产业园的规划建设，行政工作渗透在员工所处空间的方方面面。正是因为行政伙伴的无微不至，行政服务的无处不在，公司才能有良好的秩序，员工才能有更好的工作状态。“让大家住得舒心，吃得放心，用得安心，踏实满意，就是我最大的成就感。”邓总说道。

### 胆大心细，事在人为

“总结起来就7个字，胆大、心细、脸皮厚。”所谓话糙理不糙，邓子前在面对一次次

公共事务难题时总是能屈能伸，转败为胜。

任何部门从职能上来讲，都有它的核心价值 and 意义。对于公共事务部而言，邓总认为，第一是创收目标的完成率，基于公司的实力，推动和落实国家对企业的扶持政策，申报各类荣誉资质项目；第二个是搭建和维护强力巨彩的“朋友圈”。

“以去年8月开始申报的厦门成长型企业为例，如果能够成功评定，将为公司带来可观的创收，我们一直在努力争取。”邓总介绍道，围绕着申报成长型企业的工作，他带领团队伙伴四处奔走，多次拜访相关部门，屡次提交申报材料，即便吃了闭门羹仍不懈坚持。直到今年1月底，在厦门火炬高新区管委会发布的公示中，强力巨彩得以进入拟复核认定成长型企业名单。

“处理对外联络工作时，要盯着目标不放弃，敢想敢做大胆出击，厚起脸皮不怕委屈。”邓总补充道，“同时要以‘实事求是’为原则，不欺瞒不夸大，做好功课熟悉政策，才能有的放矢。”

### ■ 征途路上，满载荣誉

“对公司有利的，我们都要去做；对公司不利的，我们要坚决制止”。这是邓子前总结出的工作宗旨，所以遇到对公司有利的事，他总是带着团队磨薄脚底子，磨破嘴皮子也要争取到底。

2016年至今，邓总带领公共事务的伙伴，累计为公司、高层领导获得省级以上荣誉100余项，其中包括国家制造业单项冠军企业、国家绿色工厂、国家知识产权优势企业等国家级荣誉；福建省智能制造试点示范企业、福建省工业和信息化省级龙头企业、福建省文化企业十强等省级荣誉。此外，还为公司争取了不少政府奖补资金，助力强力巨彩的良



厦门市常委、宣传部长一行莅临强力巨彩

性发展。在实现“创世界级伟大公司”的征途上，一路硕果累累。

在内邓子前带领团队打理好后勤、安全、环保、消防、商务等行政各项业务的工作；对外，他为公司一次次争取荣誉和激励，即便如此，他依然谦虚地说，并非能者多劳，只是职责所在。

### ■ 初心不改，再启新程

加入强力巨彩的8年时光里，有7年的春节邓子前都坚持留守在公司，在他看来，这是出于职责也是出于情感。作为强力巨彩的企业文化官，他深知企业文化的重要性，并做到了知行合一，“以厂为家”就是企业文化中“同心同行”的体现。

事了拂衣去，深藏身与名，此话形容邓子前正合适。问及2023年的祈盼，他同样有一份淡然：“不求轰轰烈烈，只求平平安安。希望这一年从顺利到胜利，顺利就是工作的各项任务指标都达成，胜利就是到了年底能交付出好成绩”。

以清零的心态再出发，以奋楫的姿态再前行，怀揣着相信的力量，邓子前一步一脚印迈向了新篇章。

## 身体力行 诠释天道酬勤



朱剑  
品质工程中心副总监

采访过程中，一通电话打进来，朱剑快速说了句“抱歉”，边接听电话边从口袋里掏出钢笔在本子上记录要点。品质，藏在细节之中。在强力巨彩的12年里，朱剑用行动诠释了“天道酬勤”，他勤记、勤学、勤思、勤勉，用积极敬业的态度、谦逊刻苦的姿态，完成了自己的成长。

### ■ 下功夫，动脑筋

在生产部门工作的日子里，朱剑有许多攻坚克难的时刻，他总是靠花双倍的时间去解决最紧迫的难题，下更深的功夫去寻找最优的方案，主动思考去探索正确的方向，实现一次次跨越。

2017年，时任生产副经理的朱剑接下“扩建部门”的重任。“我在SMT产线上有丰富的经验，所以领导派我打头阵，去把新部门



朱剑在车间查看贴片机

的框架、标准、团队建立起来。”为了保质保量完成部门扩建的重任，朱总主动放弃了周末的休息，连轴加班，专注在这一项任务上。

勤奋拼搏补时间，智慧拼搏找方法。朱剑以原来的生产一部作参考，尽心尽力地规划车间场地规划、人员培养计划等，为了让整个部门运作得更顺畅，他时刻思考着，怎么优化现场的人员分布与产能产量。

“执行过程中，以成本最低化、效率最高化为结果导向，我着力培养现场管理人员，管控制造成本，管控生产效率的达成，保障产品的质量。”直到最后将所有建好的部门交付给车间负责人进入日常运营，朱总才功成身退。

### ■ 从零起步，到精通

朱剑接手品质工程中心时是纯粹的新手，对他来说所有的业务都要从零开始学习。“那时候每天晚上愁得睡不着，不知道要从哪里下手，但是既然接下了任务，就要坚持到底、排除万难、刻苦学习，工作内容分出轻重缓急，优先次序处理。”

时间来到2020年，彼时的品质工程中心“有形没型”，成品品质、SQE、制程品质、来料品质四个部门归三个中心分管，整体质量管控流程未拉通。“我的首要目标就是把各个

部门的业务整合起来，组成一个中心。”说话间，朱剑的酒窝消失，陷入愁容。

梳理管理品质工程中心的难点后，朱剑认为，一是客观存在着部门分散各管各的，工作思想、团队面貌、考核指标、质量要求等不一致的问题；二是除了对制程品质相对了解之外，他对其他部门的工作内容、标准都不太熟悉，意味着他需要花更多的时间、精力，快速地学习、上手。

两年多的时间里，朱总从零开始做品质工程，向前辈学习熟悉各种管控流程，向工程师学习各种材料知识，解决自身能力不足的难点。另一方面，经过与各部门负责人的反复沟通、多方协调、业务流程梳理，重新理清各部门的工作职责，将品质工程中心的标准统一化。

“不管是材料、制程还是出货，以整体质量目标为首，按顺序推动工作，每个环节扣着下一环节，出现问题就向上一个流程溯源。”朱总讲述着整合各部门后的变化——实现了产品质量的可控。一系列举措带来最显著的成效就是客诉的减少，“2020年至今，公司客诉费用损失减少了50%。”



朱剑组织质量改善项目

### 实事求是，因材施教

在下属眼中，朱剑可能有些许的严肃，但他们都知道这份严肃是对事不对人，是实



朱剑荣获2022年度“拼搏者榜样”

事求是，是对工作的认真负责，正如他自己的经历：从扎根一线到深耕生产制造，从对品质工程一知半解到对管控细节熟稔于心，他用勤奋刻苦历尽千帆，用专注敬业实现突破。

“因为我们是管控质量的，涉及很多数据标准，这些信息务必要认真审查，这是岗位职责赋予我们的严谨性，品质一旦出问题都是大问题，”朱总顿了顿继续说，“当然，也不能因为追求数据的好看，报喜不报忧，若未以实际情况汇报，误导了解决问题的判断就违背了‘实事求是’的核心价值观。”

朱总在管事方面坚持实事求是，在管人方面采取因材施教。“每个人都有自己的优缺点，根据‘木桶理论’去了解员工的长处与短板，去思考把这个人放在什么位置能最大化发挥他的价值。”朱总边回顾自己的管理方法，边说着给后辈的建议：“在学习方面，要找对方向，用对方法，懂了的要多练，不懂的多问。年轻人不要怕吃苦受累，务必脚踏实地，用心实践。”

季羨林曾说：“时间从来不语，却回答了所有问题”。在朱剑的身上，时间留下了很深的刻度，却也让我们见证了“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”。即便如此，他仍认为自己“还学得不够”，未来，他表示也将继续以实事求是的态度、脚踏实地的行动，发扬拼搏精神砥砺前行。

## 不畏时光 躬行成长



汪亚权  
华南大区副总监

成长是躬行实践，不畏险阻；成长是勤勉务实，砥砺前行。

扎根营销岗位14年，汪亚权却自称是一个不善言辞，只会干实事的人，成长的每一步都是脚踏实地走出来的。

### 临危受命，力挽狂澜

2022年，对汪亚权而言，是重大转变的一年，也是收获满满的一年。7月，他升任华南大区负责人，第一次全盘掌管大区业务，于重重困境中逆势突围，力挽狂澜，带领华南大区取得佳绩，并荣获“拼搏者榜样”。

2022上半年，华南大区的业绩出现持续下滑的现象，1-6月份的平均完成率均只有70%，在全国大区里多次垫底，雪上加霜的是华南大区的渠道管理出现问题，客户流失，再加上瞬息万变的市场环境和反复无常的疫情冲击，使得华南大区的业务开展进入困难重重、举步维艰的境地。

面对这样的局面，汪总毫无畏惧，挺身而出。回想起刚接管华南大区时，因对辖内五个省区的市场不够熟悉，工作一时之间难以开展，常常压力大到寝食难安，但他十分感恩和珍惜公司给予的机会，暗暗下定决心，定不负重任。

所谓兵荒马乱，先稳军心。汪总深知首要任务还是要提升经销商的信心，所以他积极推动公司的各项利好政策，动员经销商落地执行，让他们感受到公司的关心和支持；其次通过历史资料和数据加快了解经销商的业绩、库存、组织架构、人员情况等，各家资料熟记于心；加大出差频率，点对点面对面沟通，短短时间内，汪总把所有的经销商全部走访完毕。在拜访经销商时，他会详细了解其遇到的困难，并传授方法策略，通过内部的整顿盘活，让经销商焕发生机。除了提升现有经销商的盈利水平，他还想方设法引入新经销商，合理规划渠道布局，强化强力巨彩在华南大区的渠道优势。

经过半年的奋起直追，华南大区最终业绩完成率达到98.6%，相较于上半年，进步飞速，但对于未能100%完成任务，汪总言语中透露出遗憾。



汪亚权做华南大区工作汇报

### 驻外 14 载，战绩辉煌

每一次爆发都是长久以来的点滴积累。汪亚权在华南大区斩获的硕果，得益于他驻外 14 载的经验积攒，回首这一路走来，他带领过的区域都取得不俗战绩。

2016-2019 年带领福建区，业绩提升 230%；2020 年带领内蒙区，全年仅一个月未 100% 完成任务，带领山西区实现首次销售破亿；2021 年，带领浙江区，业绩同比 2020 年增长 40%.....

谈及成功经验时，汪总总结道，“多关注细节，考虑得更加全面，比如要实时关注经销商的资金情况、市场情况，引导经销商囤货，并关注动态变化；坚持每个月做进货计划表，并根据实际情况实时调整；管控好区域市场，规范经销商的市场行为，鼓励良性竞争；在管理经销商时，一定要做到公平公正公开，但对于积极主动响应公司政策的经销商，可给予更多关注与支持。”

再好的方法，不去努力执行就没有意义，驻外 14 载，汪亚权始终用脚步丈量市场，以行动铸就成绩。他不是在做客户，就是在见客户的路上，每分每秒都在战斗中，不敢有丝毫松懈，就连这次访谈也是在出差广西南宁的车上完成的。对于这样的工作状态，汪总早就习以为常，他认真地说道，“公司的拼搏文化催人奋进，作为团队带头人，更要以身作则，将这种拼搏精神向团队传承。市场机会会有很多，但是如果你不去拼搏，就永远没有机会。”

### 继续奔跑，加倍努力

14 年弹指一挥间，汪亚权甚至都未曾察觉自己已经在强力巨彩走过了这么长的时光。

省区调换，岗位转变，于他而言，在强力巨彩的每一天都是全新的。他认为自己最大的改变是在管理方式上，随着工作职能的转



汪亚权荣获 2022 年度“拼搏者榜样”



2023 年汪亚权带领华南大区签订军令状

变，他学会“全盘思维”，由原来带领省区内部单打独斗转为统筹大区内部团队集体作战。但谦虚如汪总，他自认为还有很多不足的地方，还需要多沉淀、多反思。

2023 年又是全新的一年，作为华南大区的带头人，汪亚权对这个潜力无限的大区充满期待，但又因为竞争激烈的市场环境，导致变数重重，所以他时刻警醒自己不能盲目乐观，要保持危机意识，同时付出加倍的努力。

面对未来，汪总目标明确，在业绩上，短期内率先让广东省冲到全国省区前三，继而带动华南大区，争取完成全年任务指标；在团队管理上，运用全新的管理方式，注重过程管理，赋能团队，争取华南大区有更多优秀的人才涌现出来，成为“拼搏者先锋”。

在躬行中探求真知，在反思中不断成长，在强力巨彩的 14 年，汪亚权一直在路上，收获一路欢歌，一路成长。

让我们一同细数他们的辉煌成绩，学习他们的拼搏精神。

他们快乐拼搏，乐观向上，成人达己；

他们勤奋拼搏，持续挑战，追逐冠军；

他们超额完成任务，是杰出个人表率；

拼搏者  
先锋





**康红江**

营销事业群-长江大区总监

从一个茫然懵懂的门外汉蜕变成从容不迫作战指挥的大区总监，康红江历经重重挑战，始终永不言弃。每当区域调任，他总能第一时间根据不同区域制定相应的经营管理制度，积极进行渠道布局、市场推广、经销商赋能、市场秩序规范，带领团队攻城略地，斩获辉煌战绩：重庆区业绩提升66%，山西区从全国倒数一路攀升至名列前茅，内蒙区实现业绩翻番，西南大区业绩增长87%。

驻外8载，康红江用一腔热血、一身担当，谱写人生赞歌。

拼搏者先锋

凭借丰富的市场实战经历和勤勉努力的品质，郑朝宋从0到1建立渠道管理部，完善各项管理制度和激励政策，实现专人专业化的经销商管理与激励。主导完成营销驻外团队薪酬和业务工作指导手册、经销商激励方案、同心普惠政策项目、校企联合技术员认证项目、经销商一站式移动服务模式，极大地推动了经销商的全方位发展，实现了内外部贯通。

为构建世界级伟大公司的渠道网络布局，郑朝宋全心全意、竭忠尽智。



**郑朝宋**

营销事业群-渠道管理部经理

拼搏者先锋

作为驻外营销人员，李春光不惧严寒酷暑和极端气候，用脚步丈量市场，踏遍区域的大街小巷，用勤勉务实立下赫赫战功：湖北区2017年首次破亿，山西区2020年首次破亿，东北大区2021年客户开发完成率193%，年度任务完成率118%。与此同时，他还不断创新思维，在品牌推广与市场开发过程中积极献计献策，提出展柜方案，在全国范围内实施，取得了突出成果。

勤于付出、脚踏实地；擅于思考、探索突破，这就是李春光创造辉煌战绩的秘诀。



**李春光**

营销事业群-东北大区副总监

拼搏者先锋

作为客户服务的最前线战士，她执行力强，对客户的任何需求第一时间处理，共推动300余项政策执行；她擅于思考，在补差支持平衡优化方案中，利用科技手段快速提取分析数据，补差效率提高了约50%；她用心服务，曾在一个月内拜访11家经销商，了解经营难点并给予改善建议；她勤奋好学，突破岗位需求，考取内审员证书，学习PLM产品生命周期管理等课程。

面对客户，陈芊芊始终用心服务，用情服务。



**陈芊芊**

营销事业群-销售一部副经理

拼搏者先锋

在公司的客服技术岗位，深耕7年，叶伟东积累了丰富的产品知识和维修技能，因勇于挑战的性格，他毅然从技术岗转为销售岗，过往的专业技能，助力他在驻外工作中所向披靡。屡次协助经销商拿下重大项目，区域业绩也节节攀升，安徽区2019年破亿，同比增长28%；上海区2021年业绩增长145%，特别是2022年因疫情受挫，他携手经销商逆势突围，解封后取得完成率排名全国第一的好成绩。

突破自我、不断求变，叶伟东走出了人生的另一条康庄大道。



**叶伟东**

营销事业群-西北大区副总监

拼搏者先锋

她是项目授权能手，主导中国移动项目资料准备，30个工作日整理1000+页资料，成功中标1个亿；她是市调高手，为公司价格调整和市场动作提供数据支持，推动导入10款产品，创造千万价值；她是产品管理推广精英，制定覆盖逻辑和整体运行流程，4个月主导新品覆盖27806张，创建《LED应用助手》，成功获得《计算机软著证书》，结合公众号推广，效果显著。

专业精湛，加之勤奋好学，叶燕红完成多次岗位的完美转变。



**叶燕红**

营销事业群-产品部中级产品经理

拼搏者先锋



秉承着“用户至上”的使命，高冰在服务前移、流程制度建设、客诉常态化管理机制建立、客诉信息化建设、服务标准建立等一系列客服举措中勇挑重担，助力服务管理升级，推动客诉结案时效提升48%，客诉处理满意度提升至97%。除了提升业务能力，她还积极参与管理工作，提升自身管理能力和体系化思维，成功向管理人员转型，带领团队共成长、同进步。

服务永无止境，为提升客户满意度，高冰永不止步。

### 高冰

营销事业群-客服主管

拼搏者先锋



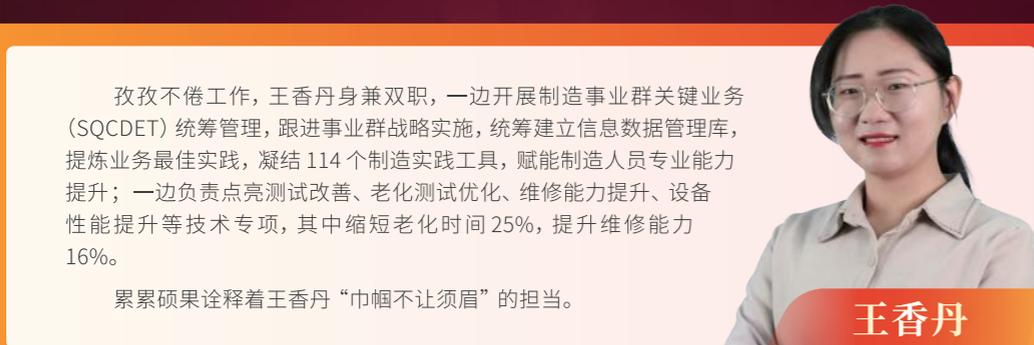
他是新产业园建设的先锋，2021年8月调往新产业园架设第一条SMT生产线，连续一个月加班到22点，成功实现试产一周后产能达标；他是提质增效的主力，梳理换单流程，改变长线体（40模组）换单模式，将单个订单换单时间从60分钟缩短到30分钟；他是提案改善的代表，主导精益项目快速换线，改善换线产能损失，每次换线效率提升约50pcs。

披星戴月、精益求精、团队同心，安文贵用行动彰显拼搏者先锋本色。

### 安文贵

制造事业群-生产三部主管

拼搏者先锋



孜孜不倦工作，王香丹身兼双职，一边开展制造事业群关键业务（SQCDET）统筹管理，跟进事业群战略实施，统筹建立信息数据管理库，提炼业务最佳实践，凝结114个制造实践工具，赋能制造人员专业能力提升；一边负责点亮测试改善、老化测试优化、维修能力提升、设备性能提升等技术专项，其中缩短老化时间25%，提升维修能力16%。

累累硕果诠释着王香丹“巾帼不让须眉”的担当。

### 王香丹

制造事业群-统筹经理兼技术中心测试工程部经理

拼搏者先锋



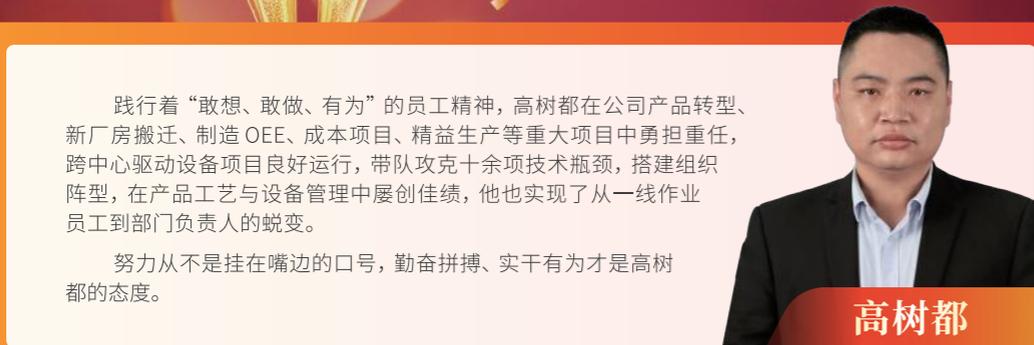
作为制程工艺的带头人，方志龙凭借“勤”字当头的精神和不断钻研的毅力，主导研究灯管烘烤、真空镀膜、软模组工艺开发等多项重大工艺项目，提升产品市场竞争力；指导攻克技术难题，主导多起制程重大异常项目改善，保障产品质量；两年间完成提案改善项目86件，带领团队申请并通过96件专利，提升公司创新实力。

不惧挑战，勇攀高峰，方志龙在磨砺中蜕变，在蜕变中成长。

### 方志龙

制造事业群-PE部经理

拼搏者先锋



践行着“敢想、敢做、有为”的员工精神，高树都在公司产品转型、新厂房搬迁、制造OEE、成本项目、精益生产等重大项目中勇担重任，跨中心驱动设备项目良好运行，带队攻克十余项技术瓶颈，搭建组织阵型，在产品工艺与设备管理中屡创佳绩，他也实现了从一线作业人员到部门负责人的蜕变。

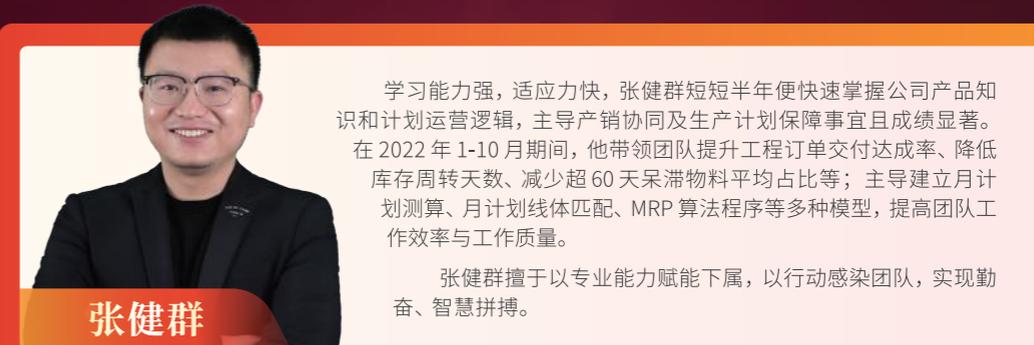
努力从不是挂在嘴边的口号，勤奋拼搏、实干有为才是高树都的态度。

### 高树都

制造事业群-设备工程部经理

拼搏者先锋

拼搏者先锋



学习能力强，适应力快，张健群短短半年便快速掌握公司产品知识和计划运营逻辑，主导产销协同及生产计划保障事宜且成绩显著。在2022年1-10月期间，他带领团队提升工程订单交付达成率、降低库存周转天数、减少超60天呆滞物料平均占比等；主导建立月计划测算、月计划线体匹配、MRP算法程序等多种模型，提高团队工作效率与工作质量。

张健群擅于以专业能力赋能下属，以行动感染团队，实现勤奋、智慧拼搏。

### 张健群

供应链事业群-生管中心副总监

拼搏者先锋



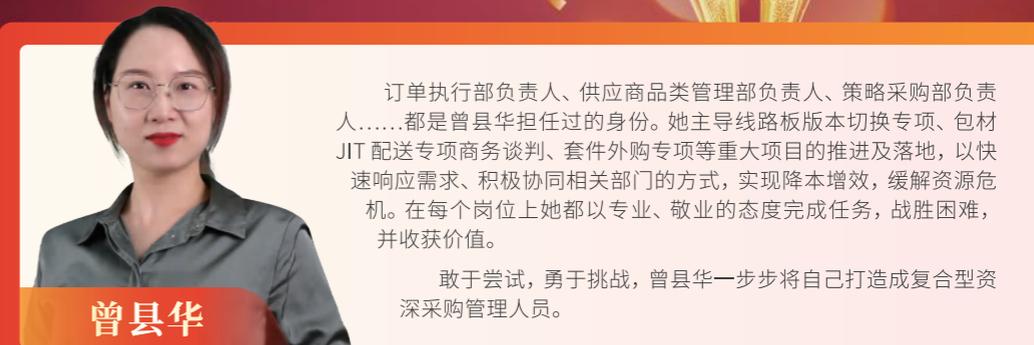
勤奋学习、不耻下问，黄润泉通过以学促行、以行践学完成了从业务人员到采购专员的转变，并在多次专项任务中得到锻炼，成为内行。2016-2020年，黄润泉主导导入PCB、IC、五金、模具及套件等品类几十家新供方，满足公司每年增长的物料需求。2021-2022年期间，又分别在墨色专项、降本专项中，协同各个部门，顺利实现墨色管控良率要求、年度降本达到-19%。

从门外汉到真专家，黄润泉用脚踏实地实现了自己职业生涯的跨越。

### 黄润泉

供应链事业群-采购中心总监助理

拼搏者先锋



订单执行部负责人、供应商品类管理部负责人、策略采购部负责人……都是曾县华担任过的身份。她主导线路板版本切换专项、包材JIT配送专项商务谈判、套件外购专项等重大项目的推进及落地，以快速响应需求、积极协同相关部门的方式，实现降本增效，缓解资源危机。在每个岗位上她都以专业、敬业的态度完成任务，战胜困难，并收获价值。

敢于尝试，勇于挑战，曾县华一步步将自己打造成复合型资深采购管理人员。

### 曾县华

供应链事业群-策略采购部经理

拼搏者先锋



在公司奋斗十余年，沈美丽将拼搏精神贯彻到每一件工作中。在现场管理方面，通过培养核心骨干人员、识别现场风险，带领团队改善现场流程；在项目主导开展方面，通过导入储位制管理、系统分单审核、人力优化降本等项目，节省费用51.7万元/年；在重大事项支持方面，能够以身作则，完成老厂仓库搬迁项目、疫情期间补位支援工作。

乐于奉献，兢兢业业，总是洋溢着正能量是沈美丽给同事的印象。

沈美丽

供应链事业群-仓储部稽核主管

拼搏者先锋

作为初入职场的萌新，高晓雪凭借吃苦耐劳和积极向上的品质，在众多优秀的海外销售助理中脱颖而出。她负责南美区、港澳台菲区、俄罗斯区等9个以上国家的出口订单，0失误完成239次下单、231次发货、113次报关事项。她执行力强，遇事快速反应，主动学习熟悉各个国家进口条款和要求，成为海外订单顺利落地的坚强后盾，协助区域连续超额完成拼搏任务。

不负青春，拼搏向前，高晓雪正在强力巨彩创造美好未来。

高晓雪

海外事业部-海外销售二组大区助理

拼搏者先锋

技术过硬，管理有方，践行使命，不停成长。在技术方面，朱卫平于PCB板设计优化、室内32扫以上产品开发、ERP系统产品BOM表审核OA流程设计优化等项目中，积极发挥专业能力。在管理方面，赋能下属分享经验，不吝赐教。在践行拼搏方面，秉持“用户至上”的使命，多次带队高效解决工程订单问题，攻克工程技术难关，获得客户好评。

十七年与公司共成长，朱卫平已是元老级员工，但他始终没有停下拼搏的步伐。

朱卫平

产品研发事业群-产品研发中心总监助理兼材料导入部经理兼认证实验室经理

拼搏者先锋



作为质量监管者，左丽侠主导推进10余个开发试验、检验新方案、建设材料实验室等项目，指导制定修订材料品质、制程品质、认证实验室检验标准、制度规范累计178次，多次优化品质检测方案，解决产品异常和检测难题，把好质量关；她注重团队的培养和发展，赋能品质团队的技能和素质提升。

以质量生命，推进品质管理，左丽侠坚守品质“三不”原则，为公司产品质量保驾护航。

左丽侠

品质工程中心-制程品质一部主任

拼搏者先锋



作为一名研发岗位上的工程师，郭艺伟积极发挥着光和热。在不喷油不刷胶的带卡扣小间距无边框面罩的设计、户外Q4热流道面罩的开发、墨色不均的PCB库存呆滞超期的处理等多个项目中，他担任主导负责人，协同团队创下千万级业绩。在工作中，郭艺伟积极赋能同事，发扬先锋力量，屡次带领团队克服难关，实现价值创造。

专业度、使命感驱动着郭艺伟在一次次改善项目中，兢兢业业、不屈不挠。

郭艺伟

产品研发事业群-结构设计部资深结构工程师

拼搏者先锋

凭着卓越执行力与不惧困难的品质，赖招金自学软件技术、网络安全、数据分析、系统集成、项目管理、流程管理、数字治理数字架构等知识，带队建设OA系统、帆软系统、招聘系统、资金系统等6个中大型信息化项目并顺利推行。在ERP全面升级&管理体系重构项目中，她再任项目经理，带队架构流程体系，对外培训赋能，助推公司向流程型组织发展迈出第一步。

在企业管理信息化、数字化的进程中，赖招金兢兢业业，秉志前行。

赖招金

信息与风控中心-系统实施部经理

拼搏者先锋

顶着40°C高温奔走在印度街道上，日复一日地拜访客户；2次感染新冠，隔离期间仍不忘普及使命；用自己的专业能力创新印度市场的安装方式，为客户节省30%的成本；打开印度区的租赁箱体市场，抢占竞品客户，成交800个订单。通过NEERAJ的不懈拼搏，印度区2022年度拼搏任务完成率150%以上，实现4倍以上销售增长率，8月提前完成年度拼搏任务，8-10月业绩完成率200%。

在普及大道上，NEERAJ以坚强的毅力和必胜的信念，拼逆境，搏奇迹。

NEERAJ

海外事业部-R2区经理

拼搏者先锋



以做好企业的“保健医生”为目标，黄志贵积极发挥财务稽核、经营分析、内部审计等方面的专业能力，参与审计创造的经济效益约449万、审计发现风险和问题点共225个；主导审计中心内控体系建设，包括审计工作逻辑、审计流程说明、内控矩阵等工作。带领团队保证企业内部财务、内控、工程、合同等方面的真实、正确、合法。

细致入微是对审计工作者的基本要求，而黄志贵正是这四个字的最佳践行者。

黄志贵

审计中心-综合部经理

拼搏者先锋



陈财彬

财务中心-会计部经理

操守严谨、手握红线、善于规划是陈财彬的标签。经多年努力，陈财彬在销售、采购、费用、总账、资产等模块，推动建立规范化、标准化的核算体系；建立内控体系，增强内部风险管控能力；推动费控系统、发票管理系统、业财税一体化、ERP及流程梳理项目，以提升财务模块的信息化建设；主导输出节税方案，为公司节税千万。

身为企业的“账房先生”，陈财彬始终以细心耐心的态度，守护着一分一毫。

拼搏者先锋



廖生棉

人力资源中心-人力资源中心总监助理

以支撑业务发展、服务员工、赋能团队为己任，廖生棉在业务创收、体系建设、人才发展、企业文化及员工关系等模块倾注心力，带领建设公司培训体系、任职资格体系，优化招聘体系、职位职级体系；围绕公司愿景、使命和企业文化理念，着手构建全方位员工关心关爱发展体系，提升温度感和员工满意度，打造幸福强力巨彩。

积极主动，敢于作为，廖生棉以身作则践行企业文化，为公司创造价值。

拼搏者先锋



杨城

行政中心-行政部经理

面对新产业园 19 个新建或改造工程项目，杨城连续作战到深夜，带领团队一个个啃下来；直面员工吃穿住行的多样诉求，他带队改造“华庭苑宿舍”、“宿舍健身房”、“新厂食堂”、“自助餐厅及配套厨房”等建设项目，提升行政服务满意度。无论是重大工程建设、员工服务、资产管理，还是疫情防控、应急抢修等后勤保障，他始终工作在一线。

杨城是一名勤劳实干的行政人，默默地保障公司工作和生产正常运行。

拼搏者先锋

FIGHT SINCERITY SERVICE  
CHAMPION HAPPINESS

拼搏真诚服务  
冠军快乐

企业精神



## 1 强力巨彩开局创佳绩，喜获政府行业双认证

2月，强力巨彩喜获由厦门市工商业联合会颁发的2022厦门市民营企业100强第41名、2022厦门市民营企业制造业20强第12名荣誉牌匾，以及由深圳市照明与显示工程行业协会颁发的“2021年度中国LED行业显示屏25强企业”、“《Mini LED室内商用显示屏》优秀参编团体”奖项。强力巨彩以强劲势头，推动全年发展新局。

本次厦门民营百强调研活动由厦门工商联总商会牵头，参照全国民营企业500强，以销售收入为主要标准进行评选。强力巨彩深耕行业多年，凭借雄厚的企业实力、优秀的经营业绩和强大的品牌影响力，从参选的414家企业中脱颖而出，荣耀登榜。

作为行业知名品牌，强力巨彩致力于推动LED大显示普及，多年来持续为智能会议、智慧校园、数字政府、广告传媒等领域提供LED显示产品及解决方案，普及脚印遍布全球130个国家



和地区。此次荣获中国LED行业显示屏25强企业，正是业界对强力巨彩智能制造硬实力和技术创新软实力的双重认可。

强力巨彩积极主导、参与行业标准和规范的建设，深度参编《Mini LED室内商用显示屏》等多部行业标准文件，该团体标准不仅可作为Mini LED室内商用显示屏生产企业或产品提供商开展深圳标准认证的采用标准，还可作为行业主管部门、检测和认证机构对该产品进行先进性评价的参考标准。

捷报频传添动力，不忘初心自奋蹄！强力巨彩将带着政府和业界的这份肯定与激励，在新的起点上探索创新，再接再厉，继续向着“创世界级伟大公司”的美好愿景前进，为推进LED显示行业发展和LED显示屏全球普及提供强大支撑。



## 2 强力巨彩荣登福建首届品牌价值百强榜

5月，由中国品牌建设促进会授权，福建省企业与企业家协会、福建省品牌建设促进会联合组织的福建首届品牌价值百强榜单发布大会在宁德举办。强力巨彩在全省参评企业中脱颖而出，荣获“福建首届品牌价值百强”称号。

据悉，全省共有268家企业和单位自愿申报本次品牌价值评价工作，福建省企业与企业家协会、福建省品牌建设促进会经中国品牌建设促进会授权，根据品牌价值评价国际标准和国家标准，按照“五要素”理论对福建省内品牌价值较高、品牌发展潜力较大的优秀品牌区域和企业进行评定，共评出100个品牌企业和20个区域品牌入选“福建首届品牌价值百强”榜单。

品牌价值是品牌竞争力的核心能力体现，也是评估品牌建设成果的主要指标。强力巨彩自创立以来，立足国际化发展视野，积极响应国家品牌战略计划，深入实施品牌建设，助推企业高质量发展。历经多年沉淀，强



力巨彩品牌价值屡获社会各界认可，这一次荣登“福建首届品牌价值百强”榜单，是强力巨彩品牌实力的再一次权威力证。

未来，强力巨彩将持续立足品牌，不断提升品质、扎根市场、坚持创新，持续增值企业价值，成为闪耀世界的“中国品牌”，同时也将承担起更多的民族责任，为推动中国品牌崛起贡献力量。

### 3 管理体系重构 & ERP平台升级项目蓝图汇报阶段圆满完成

3月，强力巨彩管理体系重构 & ERP平台升级项目取得重要进展。经过为期一周的汇报会议，经由朱志强董事长、周国华总裁的审议与认可，最终各业务中心顺利完成蓝图规划，基本上达成管理重构的目标，标志着强力巨彩内部管理水平的进一步提升。

本次蓝图汇报会议不仅是一次成果展示会，也是项目建设的重要里程碑。会议上，各业务部门负责人轮番上台汇报，获得董事长与总裁的认可。总裁助理兼信息与风控中心总监王尚谦表示，项目进展至今基本上达成管理重构的目标，对产品的管理要求和作业方式都实现了新变革。

该项目是强力巨彩实现数字化转型的重点项目，自2022年9月项目正式启动以来，在公

司高层的大力支持、各业务部门的共同努力下，正按照计划如火如荼地开展着，并计划于今年正式上线，助力强力巨彩构建管理底座，提升质量管理能力，提升经营效益，实现“创世界级伟大公司”的愿景！



### 4 精益咨询一期总结暨二期咨询项目启动会顺利举行

6月，强力巨彩举行第一期精益管理咨询项目总结暨第二期精益项目启动会。会议伊始，全体成员对精益管理咨询项目进行总结复盘，并对一期学员进行认证，表彰了一批优秀学员和优秀团队。一期项目历时7个月圆满结案收获颇丰，迄今创收超千万。随后，相关负责人进行了第二期精益管理咨询项目推进思路汇报和执行表态。



紧接着，周辉总也对大家在一期项目的表现给予肯定，同时号召大家继续努力，改变一期中存在的问题，让二期项目做得更好。

最后，朱志强董事长发表赋能讲话，强调在任何项目和行动中，都要把客户价值放在第一位，这是价值的导向；希望大家都一起学精益生产，学习精益改善的思维，才能实现价值的传承；项目出现了阶段性成果，该奖励的要奖励，从而实现价值的分享。

未来，制造事业群将继续以打造精益生产标杆工厂和智能制造灯塔工厂为目标，以价值创造、价值评价、价值分享为基石，推动建立属于强力巨彩的精益运营体系，建立人才的有效培养机制。

### 5 江西品牌工程服务商赴总部交流活动圆满举行

3月9日，强力巨彩迎来了江西品牌工程服务商代表。来宾们参观了强力巨彩新产业园自动化生产车间，了解智能制造与品质管控体系，切身感知强力巨彩作为大国品牌的智造力量，进而加强对强力巨彩品牌认同感。



在交流会上，长江大区总监康红江发表致辞，他表示，2023年经济市场复苏向暖，LED行业将迎来诸多发展机遇，期待与各位伙伴有更深入的合作，实现互利共赢；时任江西省区总监盛鹏涛结合江西区域营销现状，全面解析公司强大的营销竞争力，并鼓励大家一起乘势而上，砥砺前行，赣出成绩；HRBP余宗德为来

宾们带来企业介绍及企业文化解读，表示强力巨彩将始终践行“同心、同德、同行、同分享”的管理理念，与全体合作伙伴携手并进，共创辉煌；市场部、渠道部、产品部和售前支持部主要负责人根据客户需求，分别从行业市场、产品实力、服务管理和渠道优势等方面进行全方位解读，并对现场提出的问题给予详细的解答和专业的建议，获得品牌工程服务商们的一致认可。



以本次交流为良好开端，强力巨彩将持续开展业务互通，经验互鉴，资源共享，与全国各地的品牌工程服务商携手并进，深化大营销体系建设，构建创新发展新格局！





## 6 强力巨彩安徽LED大显示旗舰店中恒光电盛大开业

3月，强力巨彩协同省级经销商安徽中恒光电科技有限公司共同打造的LED大显示旗舰店盛大开业，强力巨彩品牌市场中心总监廖小斌到场致辞祝贺，与众多合作伙伴共同见证了这一喜悦时刻。

在流光溢彩的展厅里，绚丽多彩的明悦系列室内透明屏惊艳亮相，轻薄通透的屏体、美轮美奂的显示效果，让到场嘉宾零距离领略明悦系列新品的魅力；还有全新升级4200Hz真超刷产品Q Pro系列大屏亮相，作为业内刷新率

标杆产品，全能Q Pro凭借细腻逼真的显示效果引得嘉宾驻足欣赏，大家拿出手机检验Q Pro拍照效果，细节处也栩栩如生的拍照效果令人赞叹。

除了高清炫彩的LED显示大屏，展厅展示了多种场景智能化展示方案，如无纸化系统、视频会议解决方案等，现场工作人员向来宾细致讲解各场景使用方式，帮助大家理解LED显示解决方案如何助力企业高效办公。

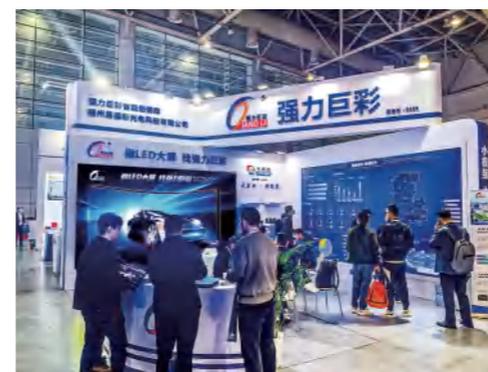
## 7 强力巨彩多场展会、推介会掀普及热潮

2023开年以来，随着LED显示市场强势复苏，强力巨彩抢抓机遇，全速推进LED大显示普及进程。当下，强力巨彩全国展会及推介会如火如荼进行，海内外客户共襄盛会，LED显示屏行业专业人士齐聚一堂，共谋未来发展新机遇，释放行业发展新动能！

今年，强力巨彩布局全国各地众多展会，类别涵盖安防、教育、系统集成等多个领域，以全明星产品阵容及可视化解决方案屡次亮相，展现出强大的品牌实力。除了展会，今年强力巨

彩以“赋能大显示，畅享大商机”为主题的推介会也热火朝天地进行着，覆盖全国30多个省份，品牌影响力覆盖IT、安防、监控、交通、系统集成、灯光音响、智能化应用等多个行业，全面提升品牌声量，与业内及相关领域有识之士携手共进，探讨行业发展新趋势，共享无限商机。

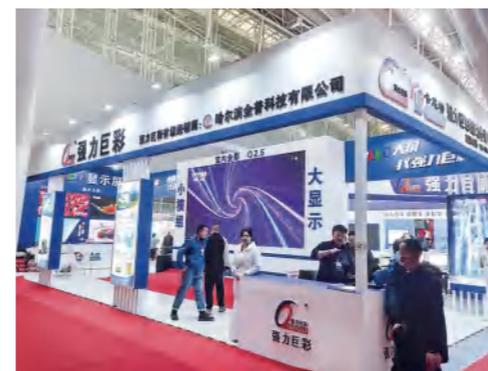
2023年强力巨彩全国展会、推介会持续火热推进中，诚邀广大合作伙伴并肩同行，引领LED大显示行业新动向，共同谱写LED大显示宏伟蓝图！



福建高速公路信息展



推介会-安徽池州站



2023 哈尔滨第 30 届广告印刷安防展览会



推介会-新疆额敏站

## 8 强力巨彩盛装亮相2023广州国际专业灯光、音响展览会

5月22-25日，第二十一届广州国际专业灯光、音响展览会于中国进出口商品交易会展馆A区隆重举行，强力巨彩携多款硬核好屏及全新升级的明星产品盛装出席本次展会。

明星产品Q Pro已全系升级，刷新率高达4200Hz，室内Q Pro小间距产品以更高刷新率搭配每平米百万级像素，带给现场观众更优体验；软模组R Pro产品打造异形圆柱屏，独特的造型和流光溢彩的视觉效果，成为展会上一大精彩看点；由户外Q2.5 Pro产品打造的裸眼3D大屏也在本次展会上惊艳亮相，户外小间距的超高清画质搭配逼真的裸眼3D视频内容，震撼视觉效果惊艳四座，吸引展会观众纷纷驻足。

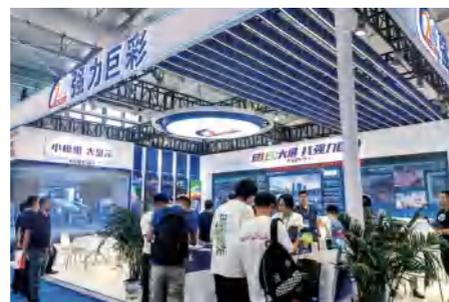
LED显示技术融合创新科技，赋能行业优化升级，满足业态新发展需求。在这场团聚盛宴上，强力巨彩LED显示产品为我们呈现出LED显示屏在声光、视听领域的多元作用，展示了LED显示屏的广泛应用价值。



## 9 强力巨彩携明星产品与智慧显示方案亮相2023北京安博会

6月7-10日，第十六届(2023)中国国际社会公共安全产品博览会，在北京首钢会展中心开幕。强力巨彩携明星产品与安防监控智慧显示解决方案亮相现场，引爆数智安防新时代。

超高清S0.8小间距LED显示屏，



0.8mm点间距，精选高端金线灯管，工艺精细难度大，再搭配14-16Bit灰度处理，视觉的色彩层次倍加丰富，俘获在场观众的芳心；以Q1.2 Pro小间距为LED显示屏主体，着力打造的安防监控指挥显示解决方案，多种数据可视化展示，多屏联动、多点视控，让整个指挥中心更具智能与高效，实现一屏尽览，尽在掌控；由Q2.5 Pro展示的3D裸眼大屏智慧显示区域，融合5G创新技术，突破百万级像素呈现，让观众在不需要佩戴任何设备的情况下，可直接观看真实的3D效果。

强力巨彩将继续秉承“以普及LED大显示为己任”的使命，一如既往地致力于为用户提供更加智能、高效、环保的LED显示屏解决方案，同时不断推进技术、产品创新，赋能智慧安防，共同见证智慧城市新未来！



公益 进行时

## 10 强力巨彩向集美大学诚毅学院捐赠LED显示屏，助力教育事业

3月15日，集美大学诚毅学院向强力巨彩授予“公益证书”仪式在集美大学诚毅学院隆重举行，集美大学诚毅学院党委书记罗钊，党委副书记、院长姚进忠，党委委员、副院长陈三明及部分党委成员出席了仪式。强力巨彩副董事长兼总裁周国华作为显示屏捐赠方受邀出席。

仪式现场，罗钊书记为周董授予公益牌匾与荣誉证书，盛赞强力巨彩勇担社会责任的公益之举。他表示，这次捐赠充分体现了强力巨彩对教育事业的鼎力支持，更体现出强力巨彩董事长朱志强、副董事长周国华的无私奉献、责任担当和家国情怀，相信两位企业家的善举定会感动更多的人关注教育发展。

教育兴则国家兴，教育强则国家强。周董表示，本次通过厦门红十字会向集美大学诚毅学院捐赠的2面LED显示屏，是为了帮助学校改善办学条件，优化育人环境。希望同学们倍加

珍惜学习时光，锐意进取，创新发展，完善自我，为建设祖国、奉献社会打下坚实的基础。

多年来，强力巨彩始终不忘初心回馈社会，积极参与公益事业，多次为贫困地区学校捐赠LED显示屏，价值超五百万元；同时设立教育、养老等基金，为有需要的人提供及时的帮助。不论是关爱孤寡、扶贫助学，还是抗震救灾、疫情防控，强力巨彩都坚持关心关爱，落实各项帮扶支持工作，做一个有温度的民族品牌！



公益 进行时

## 益学无忧 温暖陪伴！海德宝慈善基金向强力巨彩员工子女捐赠学平险

4月1日，海德宝慈善基金系列活动之小花伞公益保障项目捐赠仪式在厦门强力巨彩光电科技有限公司圆满举行。



活动伊始，朱志强董事长发表致辞，他表示，强力巨彩本着“创世界级伟大公司”的愿景，“为员工创造美好生活”的使命，一直坚持“以拼搏者为本、创造价值、分享价值”，特别是对拼搏在前方的员工，公司会尽可能地为其家庭提供各项保障。今天的活动是公司慈善基金携手的开始，期待未来全体强力巨彩人继续努力，一起向创造美好生活进发，一起创造价值、分享价值。

随后，海德宝慈善基金创始人林贤娇女士上台致辞。她介绍道，海德宝慈善基金成立于2015年，致力于助残、助困、助学、助老四大公益领域。“汇爱成海、崇德向善、善以为宝”是海德宝慈善基金成立的初衷和使命。向强力巨彩员工捐赠学平险保障项目是一个小小的心



意，未来会继续在慈善事业上尽绵薄之力，传承公益善举。

活动中，工会主席邓子前代表员工子女接受海德宝慈善基金的捐赠，并向林贤娇女士颁发捐赠证书。据悉，海德宝慈善基金向强力巨彩员工子女捐赠白鸽公益学平险184份，累计捐赠保障金额3386万，以公益慈善捐赠保险的方式，为强力员工子女的健康安全提供一份切实有效的保障，为114个员工家庭筑起爱的屋檐。



最后，思明区人大代表陈锋和厦门市白鸽慈善会会长涂锦波向朱志强董事长、林贤娇女士送出“福泽善德”的祝福。



扶贫济困、乐善好施是中华民族的传统美德。未来全体强力巨彩人将带着这份爱心坚守LED大显示行业，为实现普及使命勇毅前行，为行业、为社会创造更多价值！

## 2023年上半年新品 闪耀上市

为进一步普及LED大显示，拓展多领域LED显示屏的应用，强力巨彩于2023年上半年发布多款产品——软模组室内全彩R1.5H/R1.5Pro、户外全彩Q2 Pro、户外全彩Q系列H版、租赁屏幻云HY系列和透明屏明悦TS系列、格栅屏明悦GS系列产品，同时强力巨彩还在原有产品的基础上，对户外全彩Q系列Pro版产品进行刷新升级。



梦幻视界 风云再起

## 幻云HY系列租赁屏新品闪亮登场

### 一板多用 兼容多种公模箱体



250\*250mm单元板尺寸，配置通用HUB75数据接口及VH4电源端子，兼容性强，升级换代更便捷。

### 3840Hz真高刷 留住每一刻精彩瞬间

标配PWM驱动芯片，支持3840Hz高刷，无需高端设备即可拍得高清照片及视频，留住精彩时刻。



### 140°广视角 多角度悦享完美视效



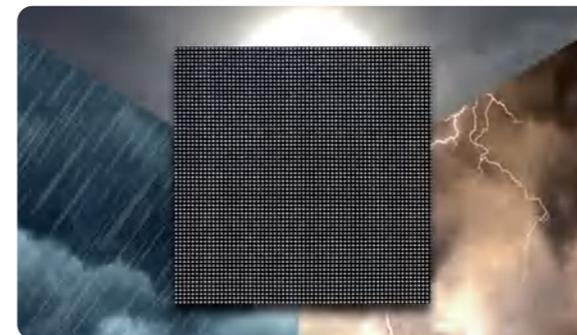
采用140°广视角设计，无论在舞台正面或侧面，都能舒适观看高保真画面。

### 性能稳定 使用寿命更长

采用优质气密性的TOP结构灯管，可靠性佳，寿命绵延，使用成本低。



### 防水防尘 无惧阴雨天气



户外HY3.9支持正面IP65防尘防水等级，无惧风吹雨打，户外演出更安心。

#### 产品参数

具体参数		室内全彩 HY3.9 H	户外全彩 HY3.9 H
规格参数	像素间距(mm)	3.9	3.9
	模组分辨率(WxH)	64*64	64*64
	模组尺寸(mm)(WxH)	250*250	250*250
光学参数	白平衡亮度(cd/㎡)	≥600	≥3500
性能参数	刷新率(Hz)	3840	3840
服务方面	出货配件	排线、电源线、单元板提手、皮圈(户外)等	
	质保年限	1年	

明心悦目 如光之翼

## 明悦系列透明屏/格栅屏跃然上市



### 轻薄通透

明悦系列产品采用镂空铝型材箱体设计，室内透明屏 TS3.9 Pro 通透率高达 50% 以上，户外格栅屏 GS10.4 Pro 通透率高达 25% 以上，使玻璃保留了采光透明的功能，远看基本看不到 LED 灯的存在，透明显示，不影响室内采光。

室内透明屏 TS3.9 Pro 产品整体厚度 75mm，户外格栅屏 GS10.4 Pro 产品整体厚度 77mm，相对于常规显示产品薄 50% 以上，整体轻薄灵动。

### 高亮炫彩

明悦系列产品采用高光效、高亮度、高品质的 LED 灯，室内透明屏 TS3.9 Pro 亮度高达 5000cd/ m<sup>2</sup> 以上；户外格栅屏 GS10.4 Pro 亮度高达 5500cd/ m<sup>2</sup> 以上。灰度等级达 14-15Bit，高亮炫彩，显示清晰。

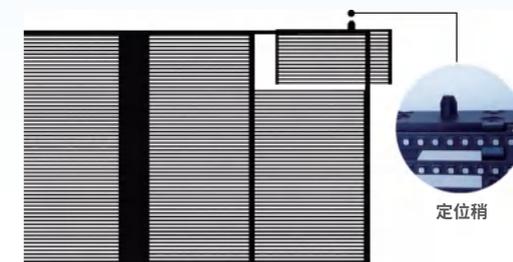


### 高刷新率

明悦系列室内透明屏 TS3.9 Pro 产品和户外格栅屏 GS10.4 Pro 产品刷新率可达 3840Hz 以上，拍照高清，人眼长时间观看不易疲劳。

### 安装便捷

明悦系列产品采用独立的模块化设计、隐藏式电源和接收卡，自由组合成任意尺寸的屏幕，无需繁琐安装。



### 3年质保

明悦系列室内透明屏 TS3.9 Pro 和户外格栅屏 GS10.4 Pro 实行 3 年质保，服务网点遍布全国，售后无忧。

#### 产品参数

类目	具体参数	室内透明屏 TS3.9 Pro 产品	户外格栅屏 GS10.4 Pro 产品
规格参数	像素间距 (mm)	3.9*7.8	10.4*10.4
	模组尺寸 (mm)	500*125	250*1000
	模组分辨率 (点)	126*16	24*96
	像素密度 (点/m <sup>2</sup> )	32256	9216
光学参数	亮度 (cd/m <sup>2</sup> )	≥5000	≥5500
	色温 (K)	3000-12000 可调	3000-12000 可调
	水平视角 (°)	140	140
	垂直视角 (°)	130	130
	亮度均匀性	>95%	>95%
	对比度	5000:1	5000:1
	灰度等级 (Bit)	14-15 可调	14-15 可调
性能参数	刷新率 (Hz)	3840	3840
	换帧频率 (Hz)	50&60	50&60
	透明度	>50%	>25%
电气参数	峰值功耗 (W/m <sup>2</sup> )	≤800	≤650
	平均功耗 (W/m <sup>2</sup> )	≤240	≤200
使用参数	工作湿度范围 (RH)	10-65% 无结霜	10-65% 无结霜
	存储湿度范围 (RH)	10-65% 无结霜	10-65% 无结霜
服务层面	质保年限	3 年	3 年

## 全能Q Pro 升级4200Hz真超刷

本次升级产品线为：户外全彩 Q2 Pro、Q2.5 Pro、Q3.0 Pro、Q4 Pro、Q5 Pro、Q6 Pro、Q6 Pro 大板、Q8 Pro、Q10 Pro

### 4200Hz 真超刷

户外全彩 Q Pro 升级 4200Hz，拍照摄像高保真，细节之处分毫必现。



### 高灰度宽色域

户外 Q 系列 Pro 版产品灰度等级达 14-15Bit，色域覆盖率为 120%NTSC，可呈现 43980 万亿种色彩，真实还原画面，细节分毫必现。



### 美观排线，性能优越

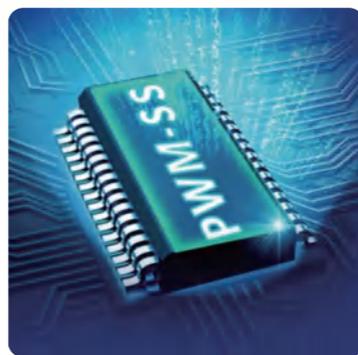
多彩排线辨识度高，十色独立电子线加透明 PVC 覆膜工艺设计，双重防护，安全性更高。

经多重实验（耐压、高/低温负荷、盐雾、拔插实验）验证，稳定性高。



### PWM-SS/PWM 芯片，画面无卡顿

户外 Q Pro 产品配置性能强悍的 PWM-SS/PWM 芯片，画面无卡顿，人眼观看更舒适。



### 标配面罩，墨色佳

户外 Q 系列 Pro 版产品均标配面罩，墨色更佳，防护性更强。

### 3 年质保

户外 Q 系列 Pro 版产品实行 3 年质保服务，保证客户售后无忧。



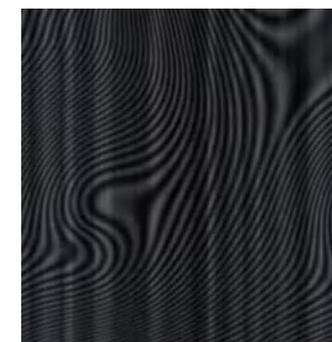
## LED显示屏的摩尔纹与扫描线

文 / 林训杰 (产品研发事业群)

### 一、摩尔纹

#### 1、摩尔纹的原理与产生条件

摩尔纹（也称水波纹）呈现无规则弧形扩散状态，成像画面存在不规则的水波纹状图案。摩尔纹是当两个呈栅格状的像素点阵，其角度和频率发生干涉后，栅格的明暗部分相互交错重叠产生的纹状现象。摩尔纹是差拍原理的一种表现。同样，差拍原理也适用于空间频率。空间频率略有差异的条纹叠加，由于条纹间隔的差异、重合位置会逐渐偏移，也会形成差拍。当相机的感光元件的像素点密集程度与被拍摄的物体的纹理复杂程度相差不大的时候，就会拍摄出摩尔纹。在不同旋转角度与倾斜角度所拍出的摩尔纹都不一样。



摩尔纹



图1

图1：两个空间频率略有差异的条纹，它们左端黑线位置相同，由于间隔不同，向右端逐渐线条就不能重合了。



图2

图2：这两个条纹重叠的结果，左边由于黑线重合，所以可以看到白线。而右边逐步错位、白线对着黑线，重叠结果变得全黑。有白线和全黑的变化，组成了摩尔纹。为了让大家看到摩尔纹产生过程，两组条纹没有完全重合，上下各有一段独立。



图3

图3：两个条纹的空间频率相差较大，结果在画面中出现了四次重合、错位过程，形成的摩尔纹空间频率提高了4倍。



图4

图4：将图3的两组条纹完全重合，后退几步去掉眼镜，就可以看到典型的摩尔纹了。



图5

图5、图6：如果空间频率相差很大，理论上将形成很密的摩尔纹。而实际上由于每个周期所占的像素减少，反而不明白了。



图6

从上面分析可以看出：如果感光元件 CCD (CMOS) 像素的空间频率与影像中条纹的空间频率接近，就会产生摩尔纹。对于 LED 显示屏，由于像素点多，灯管排布规律，就很容易拍出摩尔纹的问题。

## 2、消除摩尔纹方法

只有使摩尔条纹的宽度小于人眼能够识别的最小宽度，使人眼无法察觉，或者使摩尔条纹的宽度大于观看者的一般活动范围，使观看者无法看到，才能一定程度减弱摩尔条纹的不良影响。

(1) **改变相机角度。**由于相机与物体的角度会导致摩尔波纹，稍微改变相机的角度（通过旋转相机），可以消除或改变存在的任何摩尔波纹。

(2) **改变相机位置。**此外，通过左右或上下移动来改变角度关系，可以减少摩尔波纹。

(3) **改变焦点。**细致图样上过于清晰的焦点和高度细节可能会导致摩尔波纹，稍微改变焦点可改变清晰度，进而帮助消除摩尔波纹。

(4) **改变镜头焦距。**可用不同的镜头或焦距设定，来改变或消除摩尔波纹。

(5) **用软件处理。**消除最终影像上出现的任何摩尔波纹。

## 二、扫描线

扫描线是水平黑色条纹直线，其形成原因主要是由于显示屏的刷新频率偏低，被拍摄器材捕捉到扫描线而引起的一种现象。

LED 显示屏驱动方式有静态扫描和动态扫描两种，静态扫描又叫扫描驱动。下面具体来看看这两种扫描方式的特点及区别：

**1. 静态扫描：**静态扫描是从驱动 IC 的输出到像素点之间实行“点对点”的控制，静态扫描不需要控制电路，成本更高，但显示效果

好，稳定性好，亮度损失较小，显示屏亮度高。

**2. 动态扫描：**动态扫描是从驱动 IC 的输出到像素点之间实行“点对列”的控制，动态扫描主要为行扫描的方式，需要控制电路，成本更低，显示效果差一些，亮度损失较大，亮度偏低。



目前 LED 显示屏主要应用为动态扫描的方式，模组从第 1 行的扫描控制、第 2 行的扫描控制……直到最后一行的扫描控制，其过程也基本相同。控制过程都完成后，LED 显示屏就能够出现 1 帧图像的完整显示。虽然按照这种工作方式，LED 显示屏是一行一行点亮的，每次都只有一行亮，但只要保证每行每秒钟能点亮 24 次以上，即刷新频率高于 24 Hz，那么由于人的视觉惰性，所看到的 LED 显示屏显示的图像还是全屏稳定的图像。

如果使用拍摄设备拍照，由于屏幕刷新频率低于设备的快门速度，会导致扫描线的产生，刷新频率就是我们常说的屏幕的赫兹 (Hz)。可以尝试将刷新率提高，这样可以稍有改善。当屏幕的刷新频率能够满足拍照设备的快门速度时，能够得到一副清晰完整的图像。

刷新率越高，在观看效果上体现为图像的流畅度更高，画面更加清晰。如果刷新率过低，就会产生图像闪烁，长时间观看会让人产生视觉疲劳，因此刷新率越高越好。强力巨彩 Q Pro 系列刷新率全新升级至 4200Hz，真超刷，画面效果清晰细腻，拍照摄影高保真，随时随地都可拍出高清照片！

## 强力巨彩LED大显示

# 多维赋能 助力文旅复苏

随着疫散花开，今年全国各景区人气火爆，文旅行业迎来全面复苏。而在各大旅游场所，随处可见强力巨彩 LED 大屏的身影。无论是信息指示、舞台演艺，或是结合裸眼 3D、VR 等科技手段，打造更具有互动性和想象力的展览区，强力巨彩 LED 大屏凭借高清炫彩、任意大小、造型百变等优势，助力文旅行业加速发展！

### ◆ 文艺演出



河北阳腾某文化宫

◆ 文史科技馆



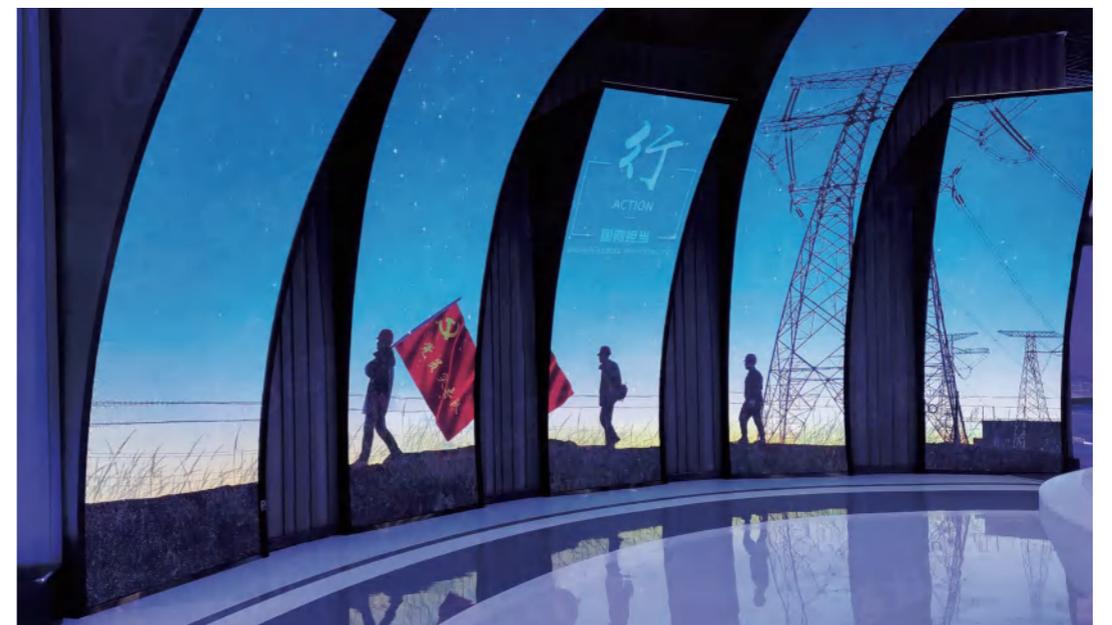
江西景德镇某演艺中心



重庆巫山某数字博物馆



河南伊川某演艺中心



河北张家口冬奥会展馆

◆ 景区景点



河北保定某景区



云南迪庆某景区



山东济南某创业园区文旅城

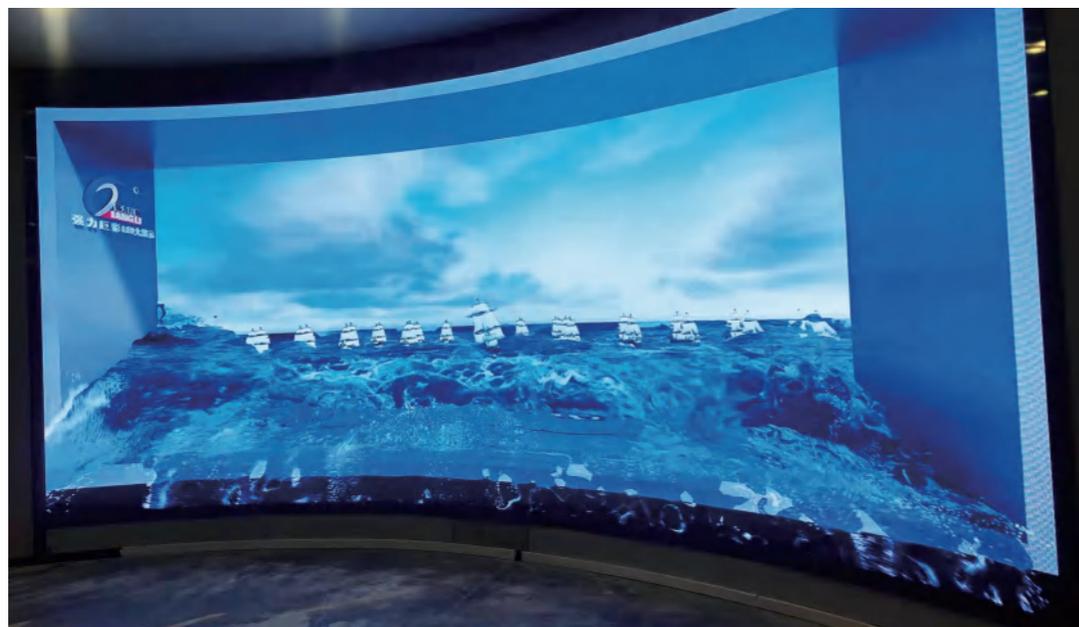


重庆武隆某森林公园

◆ 展览展示



四川眉山某文化村展览厅



浙江杭州某景区展览厅

## 行业聚焦

热点聚焦，跃动行业脉搏  
 趋势分析，瞭望行业环境  
 咖位漫谈，分享行业动态

.....

与强力巨彩  
 坐看风起云涌的时代变迁  
 静待云卷云舒的行业发展  
 携手奋进，创赢未来





## 强力巨彩震撼亮相 ISLE 2023 深圳展

本文来源：数字视听工程网

4月7日-9日，为期三天的ISLE 2023国际智慧显示及系统集成展（深圳）已圆满收官。本次展会涵盖了LED显示、LED照明、广告标识、会议系统、音视频集成等题材，吸引了上百家相关企业参展。其中，全球知名的LED显示产品制造商——强力巨彩带来了多款硬核新品及全线升级的明星产品。

强力巨彩的这些展品有哪些技术亮点和应用场景？代表了强力巨彩怎样的发展方向、商业策略和未来愿景？数字视听工程网记者邀请到强力巨彩的品牌市场中心总监助理兼市场部经理陈永波接受采访，围绕上述问题进行探讨。

### 以满足用户需求为导向，为用户提供完美的解决方案

记者发现，强力巨彩的展品品类十分丰富。如室内小间距可视化大屏、裸眼3D应用、舞台租赁应用、异形屏（圆柱屏）应用和透明屏应用及Q Pro全系产品等可满足各种场景应用需求。

“随着LED显示屏行业的发展，仅以显示屏产

品是无法满足用户的需求，我们将通过更完整的解决方案，为客户提供更全面、更系统性的服务。”陈总提到了强力巨彩最新的发展基调。

在陈总看来，经历了三年的疫情防控后，今年的整体经济开始恢复。从复苏的场景来看，演艺租赁的需求、商业显示屏在今年将是井喷式增长。场景需求将会决定用屏需求，为此，从去年开始，强力巨彩发布多款产品，如强力巨彩幻云系列租赁屏、软模组屏、透明屏等。

位于强力巨彩展馆C位，有一款极具吸睛的圆柱屏。陈总首先向记者介绍的展品，就是这款软模组产品，可以满足用户多种非常规的屏体需求。

记者曾现场亲身触摸该产品，产品具有柔软触感的同时亦十分坚韧可靠。此外，由软模组打造出来的成品亦有多样化形态，除了能打造出展会现场这样的圆柱屏，还可以打造成飘带屏、波浪屏等。

这款“柔中带刚”的产品支持定制同一批次驱动芯片、灯管，实现软模组、常规模组DIY安装，给创意更多可能；Pro版刷新率高达4200Hz，拍照摄像高保真，可应用于景区、商场商超、规划馆、科技馆、艺术馆、博物馆、创意中心等。

### 明星产品Q Pro系列，焕新登场

近年来LED显示屏的高速发展，与户外和室内屏的需求高度相关。在XR、裸眼3D等新兴技术发展下，从户外广告、企业大堂、多媒体教室、医疗教学、数字影棚等应用场景已然涌现出大量的需求，而想在此场景展现新兴技术，具有高清像素的LED显示屏将是最优选的载体。

在陈总看来，未来的用屏需求将会越来越多，而LED显示屏的发展，肯定会从专业到商业，商业到民用这样的路线进行。基于LED显示屏目前的产品形态，产品仍未全面普及到民用，但早已广泛应用于政府方面，现在正慢慢普及到商用如广告传媒、企业、教育等。为此，强力巨彩通过开发更能满足用户需求的整体解决方案，为LED显示屏在商用市场全面落地作布局。

有鉴于此，强力巨彩在本次展会中，带来应用场景最为全面的产品Q Pro系列。为满足多样化的场景，强力巨彩的Q系列全彩LED显示产品具有多款型号，兼顾室内户外，为用户提供完美的产品显示体验。

以面向户外场景的Q Pro系列户外全彩LED显示产品为例。芯片方面，采用动态节能高刷



PWM-SS芯片，更为节能省电。

视觉方面，4200Hz真超刷，拍照更高清，观看体验更舒适；高灰度等级、宽色域，画面显示逼真细腻，不偏色，还原本色。

制作工艺方面，严格筛选每一颗灯管，波段、批次统一高标准，显示均匀，缔造高品质；优质纯铜电源线、镀锡铜彩色排线，品质可靠，不易损坏。

安全方面，自主研发、生产套件，面罩墨色均匀，底壳稳固可靠；高性能户外防护硅胶，耐候性强，适用于各种恶劣环境。

应用场景方面，可应用于户外广告传媒、政企工程、文化旅游、运动场馆、商业地产及门头等领域。

另一款面向室内场景的Q Pro系列室内全彩LED显示产品，同样具备上述特点，在视觉方面的体验一样优质，4200Hz真超刷，拍照摄像高保真，细节之处分毫毕现。

而应用场景则包括以室内为主的会议视频中心、信息中心、演示中心及指挥中心、室内大厅、电视台演播厅、展览馆、剧院、政府部门、会议室、娱乐场所、学校、医院、演艺中心等场所。

值得一提的是，在展会同期举行的颁奖典礼上，强力巨彩凭借创新求变的精神及过硬的产品综合实力，获得“创新奖”及“优秀产品奖”两项大奖。

### LED显示屏，未来可期

陈总表示，LED显示屏未来发展空间巨大，满足用户需求，为用户提供极致的显示体验变得尤为重要。各种新兴的应用需求正不断呈现，未来需要整个行业上下游共同发展，为用户实现更多需求。



## 强力巨彩入选“绿色制造国家队”公示名单

本文来源：厦视新闻

2月，工信部公示了2022年度绿色制造名单，包括绿色工厂、绿色设计产品、绿色工业园区和绿色供应链管理企业等4个类别，强力巨彩赫然在列。

发展至今，强力巨彩将绿色供应链管理理念融入到产品研发、设计、采购、制造和回收利用等各个业务流程，所以本次成功入选2022年度绿色供应链管理企业公示名单。

走进位于翔安的强力巨彩LED显示屏产业园，一条条智能化生产线高速运作，工人只需完成上料、加料的动作，其他作业都交由自动化设备完成，能够减少一半的操作人员。而产品制造所产生的废料还能经过回收，重复利用到材料的包装使用上。此外，企业还积极发挥龙头带动作用，对供应链上下游供应商进行管理评级，通过选择与低风险供应商合作，提高能源资源的利用效率，提升产业链绿色发展水平。未来，企业还将投入建设屋面光伏发电项目，在节能减排的同时，促进绿色低碳发展。

厦门强力巨彩光电科技有限公司公共事务部总监邓子前表示，在能源降耗这一块，平均每一年可以减少10%；在供应链的支出费用方面，同样也能够实现将近8%-10%的收益。通过强力巨彩逐

步地落实和执行绿色供应链的打造，未来将不断提升节能减排和循环经济的综合效益。

去年，我市出台了《厦门市“十四五”节能减排综合工作实施方案》，进一步完善节能减排制度体系，加快发展方式绿色转型，积极稳妥推进碳达峰碳中和，力争到2025年全市单位地区生产总值能源消耗比2020年下降13%，能源消费总量得到合理控制。



## 坚持初心 迎接未来 ——晶台，为卓越显示而生



苏州晶台光电有限公司  
文彦彦

苏州晶台光电有限公司（以下简称“晶台”）是一家从事LED封装产品研发、生产与销售的高新技术企业。公司目前主要产品为SMD LED，产品主要应用于显示领域。公司拥有较为齐全的LED显示封装器件品类，按照应用场景主要划分为户外显示封装器件、户内显示封装器件、小间距显示封装器件、微间距封装器件系列，基本实现了户内外显示各类场景的全覆盖，始终致力于为全球客户提供高质量、高性能的LED全彩显示封装器件及解决方案。

### 一、卓越显示，为客户带来极致体验

晶台一直秉持着“为卓越显示而生”的初心，专注创新和研发，深耕显示LED封装领域，拥有深圳、苏州两大研发基地。晶台的产品一直保持着更高的亮度、更好的显示效果、更高的产品可靠性。旗下的Kinglight品牌也得到了国内外客户的高度一致认可。

在和强力巨彩多年的友好合作过程中，晶台提供的产品种类繁多，有1010、1212、1415、1515、1820、3535等型号，搭载了强力巨彩室内到户外各种尺寸的产品。相较于同行产品，晶台的产品有着诸多优势：

#### 1. 更高的产品亮度

与同行产品相比，晶台产品的亮度高出10%甚至20%，终端客户可以获得更高的整屏

亮度，提升显示屏的视觉体验；同时可以降低显示屏整屏功耗，更加节能；整屏温度更低，减少屏幕使用过程中，屏幕颜色的偏移，保障显示效果。

#### 2. 更细的产品参数

相对于同行产品，晶台产品的分光参数更加细致，保障整屏的显示效果，提升画面一致性，画质更加细腻。

#### 3. 更加一致的外观

晶台产品在制程过程中通过对产品胶量的严格管控，保障产品胶面外观的一致性，同时产品点胶后经过100%的外观检验，剔除外观不良，保障灯珠整体外观的一致性，实现整屏黑屏下外观的一致性。

#### 4. 更好的产品品质

作为一家知名的LED封装企业，晶台一直以来都把产品品质放在第一位，公司建立了完善的实验平台，产品从研发到试产、量产，内部实验室均对产品过程进行了严格的监控。晶台实验室还建立了SMT实验线，完全模拟客户SMT使用后的场景进行实验，在与强力巨彩充分交流后，也将强力巨彩的实验标准与我们的相互融合，不断地完善晶台的实验标准，持续提升产品品质。晶台的多款产品经强力巨彩的测试和长期的使用，也获得了A级的评级。



苏州晶台光电有限公司车间

正因为晶台的产品有着同行不可比拟的优势，在与强力巨彩携手共进的时光中，通过不断完善、提升，为终端客户带去了极致体验，广受好评。

## 二、顺应趋势，引领行业发展

随着 LED 显示屏行业发展日趋成熟，整体技术水平发展迅猛，尤其是 LED 显示屏产品小间距化、微间距化的趋势下，未来显示行业将朝着高清化、定制化的方向发展。

### 1. 更高的产品可靠性

产品可靠性的提升永无止境，晶台会持续对产品的封装胶水配方加强研究，提升胶水与支架的粘结性，减少胶水自身吸湿性能，提升胶水密封性；同时与强力巨彩的研发团队、品质团队充分交流，对支架结构持续优化，杜绝毛毛虫不良。目前我们已经取得了一定的成效，产品可靠性的提升方案持续落地中。

### 2. 显示屏高清化的发展

从全球显示屏的市场规模及预测数据中我们可以看到小间距显示屏的复合增长率达到 19%，微间距显示屏的复合增长率达到 36%，小间距及微间距显示屏仍呈现快速增长的态

势，市场对于小间距及微间距需求持续增加。在小间距、微间距市场，晶台已推出 TOP1212、TOP1010、MiP1010、MiP0606 系列产品，产品点间距覆盖 P0.78-P1.5，满足客户对于高清显示的需求。晶台未来还将进一步推出 MiP0404 产品，可满足客户 P0.5 的微间距显示需求。

### 3. 细分应用定制化

随着显示屏行业的快速发展，显示屏市场已经发展出各种高端细分应用。户外大型裸眼 3D 显示、户外超高清、XR 虚拟影棚、LED 影院 P3 等，晶台拥有丰富的全系列产品，满足客户各种细分市场应用。同时针对客户的特殊需求，晶台可实现点对点定制化生产，对客户需求进行定制，为客户创造超额价值。

### 4. 更节能环保

LED 最大的优势就是节能环保。近年来终端客户对于 LED 显示屏的需求是持续降低能耗，追求更节能。在这方面，晶台对于户外、户内均推出了共阴系列产品，以及户外超高亮整屏 14000nit 产品，可以满足客户持续降低显示能耗的需求。

晶台与强力巨彩在传统产品上已经进行了长期友好的合作，未来晶台将持续进行产品可靠性提升，在显示屏高清化、定制化、节能升级等方向与强力进一步充分合作，携手引领显示行业发展，为行业做出贡献！



BE OF ONE HEART AND ONE MIND PEERS  
AND SHARE TOGETHER

同心同德同行  
同分享

管理理念

HRBP 谈营销组织

# 慧眼识英才 ——赋能面试官 识别优秀人才

文 / 余宗德(营销事业群 HRBP)



战略落地，人才先行，人才是组织战略目标实现的核心力量。随着业务的快速发展，组织需要更多高质量人才的加盟，因此需要专业的面试官队伍为公司甄选并吸引合适的人才加入。本文以业务岗位的人才招聘为例，总结标准化的面试流程、体系化的甄才方法论、具象化的甄才工具、精炼的赋能话术，赋能面试官的选才标准，提高面试官的选才能力，增强面试官的雇主品牌传播意识。

## 一、什么是对的人

在招聘开始前，我们要弄清公司需要什么人，谁是对的人？主要有三个考察标准：

### 1、人岗匹配

主要基于岗位的知识、技能与经验要求，通过笔试、面试等方式来考察候选人的岗位胜任情况。

### 2、人与团队匹配

主要基于中心/部门的团队风格、内部沟通方式等维度，考察候选人的个人人际关系倾向与团队的匹配程度。

### 3、人与组织匹配

主要基于公司企业文化内核要求，通过简历筛选、面试、背景调查等方式，评估候选人与公司企业文化的匹配性。

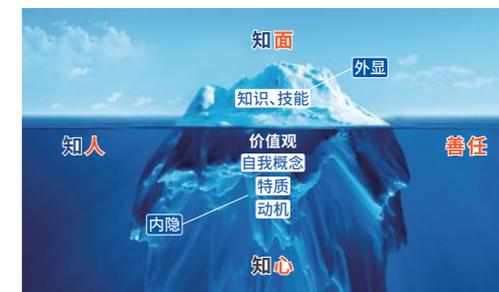
根据匹配条件，我们可以详细绘制出招聘岗位的人才画像，人才画像的作用是把专业词汇较多的岗位人员需求，变成了活生生的人，能更具体地“看见”这个人，并知道“人在哪里”。接下来以总部销售经理的招聘为例，来看看销售经理的人才画像。

#### 总部销售经理的人才画像

硬性专业能力	① 本科及以上学历，专业不限，年龄 25-35 岁之间；	② 管理经销商团队，围绕二级订单落地执行，协助经销商团队开拓服务商，协调经销商团队信息收集、转化销售订单；	③ 4 年以上的工程类产品 To B 销售工作经验，有独立操盘省区/片区市场经验优先，有成熟行业、领头羊企业任职经历优先；	④ 围绕二级订单落地执行，转化销售订单的经验；	⑤ 可以服从驻外调配就职，必须持有驾照。
	专业问题	① 负责的区域大小：1 个地级市以上，有操盘省区以上更优； 体量：年销售额 1000 万以上； 经销商数量、团队管理数量、业绩排名：同岗位间或区域业绩处于中上，如出现排名较差，需了解原因；	② 从哪几个维度进行二级分销（具体举措和方法）；	③ 从哪几个维度管理经销商（A 资金盘 B 产品盘 C 人员 D 库存）。	

底层特质	① 信念： 强目标，正确动机	② 心态： 有想法，积极向上	③ 皮实： 脸皮厚，有危机感	④ 勤劳： 勤跑市场，能吃苦	⑤ 自信： 谈吐得当，有信心	⑥ 灵光： 表达有逻辑
重点考察	侧重渠道下沉，二级分销能力	① 能“产粮”即能卖板，有工程类的经验，例如：中央空调、家装（直营）；	② 有跑市场的经验，产品或者行业需要有安装、售后、维修或者招投标的经验；	③ 以订单为导向，客情管理优秀。		
建议重点提问	验证冰山上下特质	① 如何达成销售目标？	② 是否有跑甲方/客户的经验？	③ 判断是否有激情？在舒适圈待久后是否得过且过，不上进？	④ 是否有企图心？个人的职业规划是怎么样的？是否有向上的欲望？	⑤ 人是否灵光？

从以上分析，我们得出销售经理的人才画像，包括核心工作经验和能力（冰山上）、核心素质（冰山下）。在招聘中，不仅要关注冰山上的部分，使招到的员工学历达标、专业对口、业绩优秀，同时还要关注冰山下的价值观、素质、潜力、动机和个性，这些因素不太容易因外界的影响而改变，对员工的行为与工作业绩起着决定性的作用。



## 二、邀约人选的注意

### 1、添加人选微信，给人选推送公司简介

在邀约人选参加面试时，应大致介绍公司的基本情况，增加邀约成功的概率。

例如，强力巨彩的招聘人员会这样介绍公司：“您好，我们公司是厦门强力巨彩光电科技有限公司，主要生产 LED 显示屏，是一家集研发、生产、销售和服务为一体的高新技术企业。目前员工 2000 余人，年销售额 50 多亿，近几年销售额都是以 20-30% 速度增长。目前公司在全国有 33 个办事处，在每个省会城市和直辖市都覆盖，有 150 家省级经销商，22000 多家品牌工程服务商。公司地址是厦门市火炬高新

区（翔安）产业园翔安西路 E6 幢 8065 号。”同时附上 1-2 个公司公众号和推文视频，让面试官深入了解公司的基本情况。

### 2、邀约人选参加面试

在邀约人选参加面试前，应该详细说明面试的流程，让面试官提前做好心理准备。以总部的营销主管/销售经理、省区总监、大区总监为例，不同岗位参与的面试流程不同。

营销主管 / 销售经理	
第一轮： 营销事业群 HRBP 初试	第二轮： 业务管理中心各大区负责人复试

省区总监		
第一轮： 营销事业群 HRBP 初试	第二轮： 业务管理中心 各大区负责人 复试	第三轮： 业务管理中心 总监、人力资源 中心总监复试

大区总监		
第一轮： 营销事业群 HRBP 初试	第二轮： 业务管理中心 总监、人力资源 中心总监复试	第三轮： 总裁终试

### 3、应聘表填写

选定人选之后，通过招聘系统给面试者发出面试邀请，并让他们抽空做一下 DISC 性格测试，填写应聘履历表，以便后续流程安排。

### 4、面试方式选择

视频面试可以通过微信视频，也可以通过腾讯会议（APP 或小程序）。为顺利面试，需提前调试设备，确保摄像头和麦克风正常。

### 5、背调材料提供

背调环节非常重要，要让面试者提供详细的材料。在将这些背调材料发给面试者时，要温馨提示对方，如果资料提供有任何困难，可以及时沟通。

### 6、淘汰话术

如果人选简历筛选没通过，要礼貌通知对方，可以说：“很遗憾，经过用人部门评估，您的简历与我们的岗位需求不太匹配，没有通过筛选，我们将把您的信息录入公司的人才库，希望您继续保持对强力巨彩的关注，也祝您早日找到满意的工作！再次感谢您应聘强力巨彩！”

如果人选面试没通过，也要礼貌通知对方，可以说：“很遗憾，经过用人部门评估，您没有通过面试，我们将把您的信息录入公司的人才库，希望您继续保持对强力巨彩的关注，

也祝您早日找到满意的工作！再次感谢您应聘强力巨彩！”

## 三、如何做好面试准备

面试，作为招聘工作中最核心的部分，是招聘人员最为重视的，要想在面试过程中提高人才甄选成功率，掌握面试准备、面试破冰、全面了解、辨真伪、面试结束等阶段的面试小技巧显得尤为重要。

### （一）面试前的准备

面试过程是双向选择的过程，当你在考察应聘者，应聘者也在审视面试官。所以，要想找到最合适人选，并且留下优秀人选，就需事先进行充分准备。

#### 1、准备资料

准备好应聘者简历、人才画像、岗位/团队/公司介绍、薪酬福利等。

#### 2、设计问题

基于所空缺岗位的人才画像，明确候选人所需要什么核心能力；基于岗位所需要的核心要求与应聘者简历的核心内容设计面试问题；基于简历疑问点逐一核实。

#### 3、其他准备

面试官个人形象、商务礼仪培训；提前做好时间安排；选择合适的面试地点。

### （二）面试前的破冰

在面试开始前，首先简单扼要地介绍面试官。紧接着，可以从简单的问题切入，营造良好的氛围。通过问应聘者一些他熟悉的话题，同时也是面试官所关注的基本信息，循序渐进切入面试话题。

常见的导入类问题有：请问您是从哪里过来的？对 HR 初试的印象如何？请您做一下自我介绍？您对所应聘岗位的了解是怎样的？有了解过我们公司吗？

## 四、如何进行面试提问与追问

过去的行为是未来行为的良好预测指标，所以在面试过程中，要引导面试者举过去的例子。完整的关键行为事件面试（BEI 行为面试法）应该包括四个方面信息，让应聘者讲述关键事件，通常需要通过追问才能实现，一般不问假设性问题和封闭型问题。

比如，你可以这样提问：你对你区域的渠道是怎么划分的？你分析过落后区域业绩落后的根本原因是什么？主要的问题和困难在哪里？有什么数字可以衡量当时的情况吗？对于提升一、二级销售业绩，你做了什么？结果怎么样？有没有总结经验教训？等开放性问题。

### （一）“STAR”面试法

判断求职者在原单位是否有好的绩效表现，询问过去要讲究方法，“STAR”面试法是最常用的。先问情景（situation）：描述所处的环境、时间、地点、背景；然后问任务（task）：描述当时需要完成的任务、要求、目标；接下来问行动（action）：完成任务采取了哪些行动；最后问结果（result）：最终结果是什么，目标是否实现。通常来讲，候选人能把这样的事情说清楚，我们就可以了解他的水平了。

举个案例，在一份面试销售岗位的简历上显示，该面试者有四年的销售经验，曾拿过年度销售冠军。针对这位面试者，面试官可以按照“STAR”面试法展开提问：有 4 年销售经验，可以谈谈你感到最有成就感的一个工程项目案例吗？

**情景（situation）**：当时是通过什么方式获取到这个订单信息的？

**任务（task）**：当时你是独立完成还是协助经销商达成？项目金额多少？

**行动（action）**：在过程中你扮演了什么角色，做了什么，过程遇到最大的困难是什么，你是怎么解决的？

**结果（result）**：最后的结果如何？经销商是什么评价？有没有提供后续服务？有没有总结经验教训？

按照 STAR 结构，缺啥追问啥。用开放式行为问题，导入提问；用 5W1H（What、Where、When、Why、Who、How）进行追问；通过复述/封闭性的提问，澄清自己的理解，获得对方反馈；最后检查是否获取了足够的 STAR。

### （二）面试常见考察点

#### 1、求职动机、职业发展定位

常用结构化面试法，了解应聘者的自我认知、价值观、职业发展定位与公司所提供的岗位和平台的匹配度。可以提出以下问题：之前公司离职的原因是什么？为什么应聘或选择我们公司？你所学的专业是 XX，从事的行业和职位是 XX，是基于什么原因考虑跨行/转岗？你的户籍是哪里？家庭情况是怎样的？能接受外派/出差吗？你选择新工作机会的标准是什么？请按照重要顺序进行排列。未来 3-5 年，你的职业规划是什么？

#### 2、职业道德、价值观

常用情景面试法，了解应聘者做出某种选择的真实想法和原因，与公司价值观有没有背离。可以提问以下问题：公司讲究拼搏文化，你觉得你是工作狂还是劳逸结合？客户给你赠送礼品，你会怎么处理？你开除过经销商吗？为什么？心情如何？在学习、工作、生活中，你最尊敬的人是谁？为什么？

#### 3、逻辑思维能力、沟通能力

常用观察法、半结构化面试法、情景面试法，从应聘者的个人简历和问答的内容中考察其思维逻辑性、沟通表达能力，是否会使用 1、2、3 或“论点-论据”的方法来阐述自己的观点。可以提问以下问题：请做一下自我介绍。你核心的擅长领域在哪里？你的优点和缺点是什么？你向上晋升的瓶颈是什么？

#### 4、创新性思维

常用行为面试法、情景面试法，了解应聘者发现问题及解决问题的思路和能力。可以提问以下问题：**在过去的工作中，销售管理和制度流程上是否存在不合理的地方？为什么不合理？后来你是如何调整的？是谁主导调整的？为什么这么调整？**

#### 5、工作经验及业绩

常用行为面试法，观察应聘者表情、肢体动作，不断追问细节，判断其叙述的真实性，重点考察应聘者是否把感性认知上升为理性思考和总结。可以提问以下问题：**之前的工作中，你最有成就、产生价值最大或失败的事情是什么？**

#### 6、性格特点

常用观察法、半结构化面试法，看应聘者的外在表现、人际交往偏好和内在倾向。可以提问以下问题：**你喜欢的领导风格是什么样的？你喜欢或不喜欢和什么人共事？你的上级领导和朋友是怎么评价你的？你认为自己性格的优势和劣势是什么？**

#### 7、简历疑问

通过简历可以关注面试者的年龄、学历、专业、婚育及家庭、兴趣爱好、抽烟喝酒、有无驾照、职位变动、工作时间连贯性、行业变迁、工作地点变化等。简历中存在的疑问常用压力面试法、情景面试法、封闭式问题提问，对简历内容进行核实和补充。

### 五、如何有质量地结束面试

招聘是一个长期的过程，可以通过面试官的影响力与候选人建立良好的关系，所以一场成功的面试要有始有终，有质量地结束面试，给应聘者留个好印象，也是非常重要的。

在面试结束前，完成了所有预期的提问后，首先应该给候选人一个机会，询问候选人是否还有问题，是否还有什么事项需要加以补

充说明；然后给候选人提供关于岗位的基本描述，让候选人更加清楚地了解；接下来告知候选人下一步的面试程序和时间，让候选人提前做好准备；最后真诚地感谢候选人参与面试。面试是双向的，即使不打算录取候选人，但仍然要完成这最后一关。

在面试结束后，需要对候选人做一个面试评估记录、存档，方便日后筛选查看。还有一个更重要的环节是背景调查，再次验证拟录用人与所空缺岗位、团队、企业的匹配度，以便降低用人风险，为面试官的录用决策提供支持。背调可以采用如下方法：

#### 1、资料核实法

身份证、毕业证、学位证、银行收入流水证明、社保缴纳记录等；

#### 2、背景调查法

通过背调之前任职公司的直接上级、人事，核实应聘者基本信息：任职年限、岗位内容、工作业绩表现等

#### 3、学历查验法

通过学信网核实学历证明情况

### 总结

人力资源管理的终极目标是将合适的人放在合适的位置上做正确的事。作为面试官，根据人-岗、人-团、人-组三大匹配条件，绘制正确的人才画像，不仅关注冰山上的核心工作经验和能力，更要关注冰山下的核心素质，先找到对的人，再用心规划面试过程，做好面试前期准备，在面试过程中用好“STAR”星星面试法，全面了解候选人，辨别真伪，为企业找到优秀人才，同时提升候选人的面试体验，实现对外部人才的吸引和尊重，打造企业雇主品牌。



## 如何提升省级经销商业务团队的执行力



文 / 乐华锋(营销事业群)

### 引言

最好的执行者，都有很强的自觉力，他们不是被动应付，而是主动负责，有“只要塔山不要伤亡数字”的决心。关于执行力，有一个公式：执行力=自觉力×(思考力+落实力)。这个公式告诉我们，执行力包括自觉力、思考力和落实力，三点缺一不可。但自觉力起决定性的作用，它对其他两种力量能起到乘数效应。

任何一项市场战略、市场规划制定后，就必须由业务团队负责执行。执行力的强弱直接决定公司发展的快慢与上限，任何高明的决策，若是团队没有执行力，亦将变成梦幻泡影，难以实现。执行力就是充分利用有效资源，所有人第一时间马上行动，各司其职，各尽其责，为了一个共同的目标一起努力，直到完成这个目标，将企业战略、规划、目标等转化为企业收益。

笑林广记中有一则笑话：兄弟二人，父母双亡，家徒四壁。一日邻居送来几个羊肉包子，哥哥刚准备切包子吃，发现弟弟看着包子来回晃动，原来是弟弟肚子不适，想先如厕，但恐哥哥偷吃包子，不敢走开。哥哥让弟弟先如厕，他来看看着包子，保证不偷吃。起初弟弟万般不信，最后哥哥无奈发毒誓，弟弟才走开。

哥哥等了许久，不见弟弟归来，怕羊肉包子凉了不好吃，最终决定先吃自己那一个。刚刚拿出刀子准备切包子时，看见弟弟拿了块板砖站在门前，怒目而视，直言道：“我就知道你偷吃包子，我站在门缝看你好久了，今天非要揍死你。”

这个故事虽是个虚构的笑话，但却反映出我们很多的现实问题，两人分包子没有制度，就无法明确包子怎么分，私下偷吃会有什么后果？没有偷吃有什么奖励？故事里采用人盯人

的传统模式，弟弟在那盯着哥哥，等待哥哥犯错，哥哥不犯错，弟弟不出来，那么在这个过程中，哥哥是一定会犯错的，所以两个人在分包子这件事情上就注定没有解决方法。

许多强力巨彩的省级经销商内部也是没有规则制度的，业务团队不清楚自己每天的工作目标和工作规划。很多业务员早上8点上班，一直到下午6点下班，上班期间就是打开电脑，一坐就是半天，至于干了啥，不清楚，也没人知道。老板过来了，就打电话，正襟危坐；老板离开了，就开始“葛优躺”。这种全靠老板盯着的管理，是最无效的管理，自然也就没有执行力可言。

公司业务团队没有执行力，所有业务都是摆烂的状态，想开拓市场，想提高业绩，基本是痴人说梦。对于业务团队而言，他们年轻耗得起，大不了过一两年就换个工作。但是对于老板来说，时间是耗不起的，投资做生意，他们已经倾其所有。

意识到业务团队的执行力是如此重要，那么应该如何制定规则，让业务团队充满斗志？主要从以下六大方面入手。

### 一、三个“讲清”

经销商老板或管理层要讲清楚目标、方法、奖惩。

首先，讲清楚目标，就是讲清楚干什么。任何指令都一定要清晰，必须是量化的结果，可以随时计算出来，一切模糊概率的指令都是毫无意义的。

某省级经销商老板给业务新人制定一个指令——拜访客户，学习产品知识。对于一个新人而言，这个指令是正确的，但有个最大的问题就是指令不清晰，目标不明确，无法被量化考核。拜访客户具体是拜访几个客户？拜访哪些类型的客户？产品知识要学习哪些？怎么检验

成功？最重要的就是没有明确的奖惩，所以这个指令很含糊，执行起来也容易打马虎眼。

假如这个指令要重新发布，可以换个思路。在拜访客户方面，这个月拜访工程商客户10家，拜访集成商客户10家，了解二者需求的不同，输出一份分析报告。在学习产品知识方面，要学习Q系列的产品参数和卖点，下个月1日准备考试，至少要考95分以上。两项工作全部完成，奖励500元，若没有全部完成，则罚款300元。

知道了干什么，接下来就要了解怎么干。业务员由于自身认知的局限性，自然有一些事情考虑得不够全面，也难以有很好的手段去解决这些问题，所以老板在发布指令的时候，就要跟他们沟通好执行的思路，根据每个人的实际情况去制定行动方案。

最后也是最重要一点要讲清楚，那就是奖惩。没有永远的关系，只有永远的利益。一切指令的核心关键点都是利益，利益的得失才是执行力的核心驱动。



### 二、马上行动

指令发布之后，团队要马上行动，一定要手比脑子快。有些人夜里想起千条路，白天继续磨豆腐。太多的思考反而会困住我们前进的步伐，只有马上行动，知行合一，才可以知道

这个指令对不对，哪些需要修改，也才有时间去进行修正。世界上最珍贵的时间永远是今天，不要害怕犯错，大不了改过，但一定要迈出步子，敢想敢干。所有指令发布之后，经销商老板或管理层就要督促业务团队马上进入状态，投身到市场前线中去，而且必须本月执行，切忌拖到下个月。

### 三、细节管控

天下大事必做于细，天下难事必做于易。细节是执行过程中一个非常重要的环节，其中有个非常注定的不等式——细节不等式，1%的细节错误=100%的结果失败。在执行一项指令的时候，管理者不仅仅要对结果负责，同时也要对细节、过程负责。领导老是粗枝大叶，那么下面员工自然也就是稀里糊涂，各种指标性任务都是敷衍了事，虽然从结果指标来看，事情是完成了，但是实际上事情干得不是很理想，更可怕的是由于细节不管控，导致一些指标弄虚作假，对公司造成损失。

### 四、没有例外

这一点是很多省级经销商老板经常犯错的地方，有一些老板比较“仁慈”，当月制定的指标，业务员没有完成，老板以一句“下不为例”画上句号，或者某些业务员没有完成相应的考核，老板还会给他们找理由，减免处罚。表面上来看，确实显得老板很仁爱，平易近人，但是“慈不掌兵，义不掌财”，太过于仁慈、宽厚，只会让自己的奖惩措施没有威慑力，久而久之，对员工就没有约束力和驱动力。

团队就是要一视同仁，奖惩分明，有功必奖，有过必罚。大家知道秦国之所有强大，就是由于商鞅变法，而真正让商鞅变法起作用的就是全国上下一心，无条件服从，就连太子都因为违反制度而被流放，正是这种无条件的服从，才让变法发挥出作用。同理，既然一项指令发布出去，针对其结果，所有人都必须无条件服从接受，才可以形成政策的推动力和威慑

力，避免人管人、人治人的危害，而应该用制度管人。

### 五、赏罚分明

根据制定的政策制度，结合量化的考核标准，由财务计算出每个人的完成情况，奖励多少，处罚多少。老板只负责最后的签字，不得去更改财务提供的计算结果，不可以人为干涉考核结果。

每周固定开一次周例会，了解本周的工作进度、不足点，业务团队汇报遇到的问题，一起讨论解决方案。每个月开一次总结大会，针对优秀的员工给予嘉奖，奖惩都同时兑现，提升大家的积极性。有一个细节要特别注意，就是涉及到奖金部分，一定要以现金的形式发放，更直观，也更能鼓舞人心。

### 六、危机管理

针对每个月的考核结果，要适当做出改变，让每个人都有危机意识。比如业绩连续几个月完不成；市场动作没有如期开展；多项考核指标长期不达标等，这类业务员要给予警告。作为省级经销商老板，要明确一点就是，公司离开谁都可以照常运转，不能因为害怕个别业务员的离开，会带走核心客户，或者会影响公司业绩，就不敢管他，对他法外开恩。针对一些摆烂、不思进取的业务员要直接降工资，或者劝退。敢而开除人，敢于管理人，要让每个人都有危机感，都有压力，这样才会有动力。

### 总结

养成执行力其实不难，以政策为参考，以结果为导向，通过制度来管理团队，通过结果来评估奖惩，一视同仁，严格执行。正所谓“用制度管人，用习惯做事，习惯成自然。”通过这些政策、执行、奖惩，如此反复，养成习惯，团队执行力就自然得到提升了。

# 招投标项目成功的秘诀

文 / 殷佳嘉 (泰州市强力巨彩光电科技有限公司)



近年来, LED 显示屏项目招投标呈现快速发展态势, 本文从当前 LED 显示屏项目招投标的现状 & 趋势, 对其进行深入研究和探讨, 总结了 LED 显示屏项目招投标近十四年积累的一些秘诀, 希望对强力巨彩的经销商和服务商有参考作用。

## 一、零基础快速学习招标

如何零基础快速学习招标? 首先需要了解招投标的相关法律法规, 主要包括两法两条例: 《政府采购法》、《招标投标法》、《政府采购法实施条例》、《招标投标法实施条例》, 做到有法可依, 有规可循。其次还需要经常参与招投标, 多多积累招投标的经验, 掌握招投标的规律。招标无非就是个流程, 就像路一样, 只有你自己走过的路才会记忆深刻, 以上这些知识掌握了, 剩下的就是需要积累日常工作经验来面对各种突发事件、质疑投诉等。

## 二、投标人必须知道的网站

招投标人必须知道的网站: 中国招投标导航网 (www.zgztbdh.com), 里面收录了信用



中国等 46 个常用查询网站、2100 多个全国各类招标网。可谓是全国招投标平台一网打尽, 查询网站一应俱全, 甚至包含各类招投标实用工具、全国招投标服务平台、全国招投标协会、各省政策法规、全国 CA 锁办理、招投标常用文库等, 凡是与招投标相关的, 这里都收录了。有了它, 招投标事半功倍。

## 三、如何寻标

如何寻标一直是投标者的一大难题, 我总结了六种寻标的途径:

第一是网络, 也就是各个招投标平台, 比如乙方宝、销邦招标平台;

第二是通过政府部门的工作人员获得一些消息;

第三是通过招标代理, 接到代理项目自然就能了解具体情况;

第四是合作伙伴, 这里指的是重复招标的项目;

第五是社会关系, 也就是亲朋好友各种渠道的信息;

第六是行业交流, 行业内有些信息是互通的, 也可以获取相应的信息。



以上无论从哪一种途径获得信息均可, 只有大量掌握招标信息, 才能做好比较、淘汰、筛选。所以关于寻标, 我们的原则是必须做到招标信息全面掌握, 可以不参加投标但是不能够不知道项目信息。

## 四、标书制作的心法口诀

根据近十四年来的经验, 我总结了标书制作的心法口诀:

①“投标须知”莫弄错, 这个招投标文件都有规定, 这里不做赘述;

②“实质要求”莫遗漏, 实质性要求一条不能少;

③“重要部分”莫忽视, “投标函”、“项目实施方案”、“技术措施”、“售后服务承诺”等都是投标书的重要部分, 也是体现投标者是否具有竞争实力的具体表现, 不可忽视;

④“细小项目”莫大意, 这些细小项目主要包括封装、盖章、签字等符合性要求;

⑤“联合制作”莫轻视, 这个指的是联合体投标时组成联合体的各方都要具备投标资格, 不可轻视投标书的联合制作。

## 五、如何提高盲投中标率

想提高中标率, 除了坚持和运气之外, 更多靠技巧, 因为多数企业不可能做到处处都有关系, 所以盲投也是常有的事。那么该如何提高盲投的中标率呢? 根据我的经验分享一些小技巧, 可以让大家的盲投中标率提高 20% 左右。

首先在自己最熟悉的 LED 显示屏领域, 在公共资源交易中心或者是政府采购网找项目, 找价格分占比比较大的项目, 因为这种项目更贴近于最低价中标, 金额最好控制在 30 万以下, 因为项目小竞争力也相对较小; 然后再找商务得分接近满分的品牌工程服务商去投, 可以做到客观分基本不丢, 当然这其中的重头戏就是要制定一套合理的报价策略, 如此一来, 价格分高, 客观分高, 主观分不是太低, 就能大大提高中标的成功率。

## 六、多看竞品如何控标, 找到控标的根源密码

“控标”是招投标专业术语, 真正的含义是控制招标, 即是通过一些手段方法, 让招标过程向着对某一方有利的方向发展, 最终使得这一方能够中标, 或者用自己独特的参数 / 技

术来控标，让别人都做不了这个项目，这个项目就是你的了。一般被控标采购项目程序，首先采购人具有采购需求，然后某供应商得到消息上门推销，或者是采购人主动联系建立起相互之间的合作关系，该供应商按照采购人的需求，设计采购实施方案，采购人修改后，呈报上级领导和财务部门审批，得到审批后，选取中介机构，按照设计好的方案进行招标。

在这个过程中关键点是采购实施方案，由于采购人大多没掌握相关产品或者是服务的专业知识，对市场行情也不了解，使得采购人的采购方案依赖于前期参与的供应商，在采购方案的制定上往往被其操控，所以我们需要多下载一些竞品的招投标文件，总结归纳出竞品控标点，及时与总部沟通更新资料。另外储备几套质疑的方案，比较、提炼出强力巨彩在资料方面的特性与共性，方便后期输出。

### 七、投标最适合的时间

可以通过全国公共资源交易中心 (<http://www.ggzy.gov.cn/>) 的统计数据，查到全国近一年的交易量走势。基本每年的2月到12月期间，每个月政采和工程的交易量高涨，11月份前，每个月采购趋于平缓，12月是

全国工程和政采最集中的一个月，特别是政采，甚至达到于平时的2.5倍。但有时也要根据具体省份具体分析，比如说我们江苏省，政采最集中是在8月份，如果你投江苏省的标，那么你是不是需要在8月份之前就做好准备呢？以此类推，你想投哪个省的标，就要知道对应省市的招标政策，这个统计表看起来很宏观，但是却可以从大方向上来把握和安排各省投标的总体时间，从而做好规划。

### 八、招投标的猫腻及投标中如何捡漏

各行业都有或多或少的猫腻，招投标亦然。所谓的猫腻是指，一般招标方已经有了一个意向单位，又不得不走招标流程，这时候就需要公开发布招标信息，招标方当然就希望知道的公司越少越好，于是他们就会通过以下几种途径去减少投标报名和参加投标的公司。例如，第一是节前发公告，节后就开标，缩短公告的时间，当你发现时已经来不及了；第二是压缩工期，把这个工程的工期压缩到最短，让投标人认为自身是无能力做到；第三是苛刻的付款方式，明明有预付款但是在招标公告里说没有，让企业觉得付款方式有风险，以减少投标欲望；第四是限制人员要求，比如要求项目经理是本单位的专职人员，要有社保合同，甚

至社保要达到多长时间等；第五是资格要求提高，比如要求提供近几年或规定精确年数内的相应业绩，以及各种授权资质等。以上只是举例，类似的方式多种多样。

随着招投标行业越来越正规化，很多企业每年捡漏也能中几个标。那么如何才能实现捡漏？第一，多留意节前的网上信息；第二，登记合作的工程服务商的技术人员的信息，面对工期短的项目，有可用的储备施工人员的资源；第三，做好品牌工程服务商的资源响应信息登记卡，面对各种项目有储备的客户响应；第四，多选因为投标人不足而流标的二次开标的项目，如果是投标人数量足够，却反复开标，那就不建议了；第五，投标文件，尽可能编写完美，不出差错。

### 九、谁决定你是否中标

招投标中正常有三个人可以决定你是否中标。第一个，就是甲方的主要负责人，大家知道甲方有绝对的话语权，可是有时一个项目会有很多领导，那就需要你找到最具备话语权的人，否则每个人都有三亲六故，都说跟甲方沟通，最后约等于没沟通。第二个，就是代理机构的主要负责人，甲方有意向单位一般是按照甲方的要求，但如果巨大利益或者是甲方授意不明确，比如说有多个领导多个意向人，那么这个时候代理机构就有操作空间了。第三个，就是甲方代表，因为评标委员会中只有他是固定的，并且参与评标，在评标中有发言权。

### 十、遇到这些情况当场提出来

在遇到下面的这些情形时，千万不要等着开标后再提出异议，一定要当场提出来。第一，发现招标代理机构时间与客观时间不一致；第二，竞争对手迟到，招标代理机构还允许其参加开标；第三，第三家单位迟到，招标代理机构要求所有的投标单位写承诺书，同意一起开标；第四，竞争对手的标书没有按照要求密封；第五，投标人授权代表的身份证明、授权

委托书未按照招投标标准文件要求准备；第六，唱标过程中竞争对手现场提交的降价声明作为投标报价；第七，投标人出现选择性的报价或者是附加条件报价等情况。

### 十一、LED显示屏行业招投标的趋势、应对措施

未来每一家LED显示屏的标书都将是一部微电影，而不再是书。主要的原因如下：

1、随着 office 的智能化，投标文件主观观将逐渐减弱，甚至暗标都不再有意义，将被 AI 所代替，既然全面智能了，那就没有评比的意义了。

2、个性化服务、售后服务将成为重头戏，企业真正需要的还是好产品好服务，所以只有高质量的产品和服务才会更吸引人。因为 AI 对综合资料的整合有优势，但还没达到专业领域的创新和开发的级别，所以未来的 LED 显示屏标书中呈现的创新水平和售后服务水平将是重头戏。

3、图文及视频资料的应用将更加普及，无论何时，真实的图文及影视资料、个性化的设计都是 AI 所无法取代的，就像现在的 BIM 在未来的投标中的应用将会迎来新一波的机遇。

基于以上几点，大家应该意识到，招投标中 AI 能代替完成的部分将从减弱到消失，而不能代替的则相应增加、强化。LED 显示屏的投标人更需要加强企业文化、硬件实力、图像及视频资料的积累，加强服务和创新，以增强自己的不可替代性，而不是简单的资料文件堆砌，不再是那些 AI 可以随意编制出来的各种方案措施，未来一个 PPT 或者是一部短片，便可以说明所有问题，LED 显示屏的投标也将更简化，而投标人则需要掌握更多的影视摄像及视频编辑的技能。



# LED显示屏 安装及使用过程中的 问题与解决方法



文 / 王志文(武汉彩亮光电科技有限公司)

信息时代，LED显示屏随处可见。凭借着高亮度、寿命长、耐冲击、性能稳定等优势，被越来越多地应用到各个领域。面对不同安装环境、不同显示需求及售后问题，难免会在安装和维护过程中遇到一些技术问题。

武汉彩亮光电科技有限公司于2014年成立，紧随着强力巨彩的脚步逐渐发展壮大，具备单元板维修和控制系统二次开发的专业技术，充分保障产品的售前售后服务。我充分凝结、提炼了近十年的行业工作经验，与大家分享LED显示屏安装过程中各种难题的解决方法。

## 一、关于LED显示屏的安装

在行业发展高度集成化的今天，LED显示屏的安装似乎越来越简单，业内临时安装人员也越来越多，厂家的服务也越来越好，大多数产品都能提供上门指导或调试服务。看似你只需下订单，其他问题都有人帮你完成。但我一直认为，安装是用户体验最重要的一步，再好的产品，如果安装有问題，也会影响用户的使用体验，同时在安装过程中注意细节，才能使产品的寿命更长久。

整屏的平整度是客户最直观的感受，如果请非专业的安装师傅安装，可能当天没发现问题，但在后续使用过程中却问题频发，而因为安装的原因导致的屏体损坏是非常不值的，不

仅浪费钱还影响品牌口碑。特别是户外LED显示屏，在价格越来越透明、利润越来越低的情况下，很多非专业的安装师傅连最基本的防水箱体都没有使用，明明可以使用多年的产品，却因为省成本造成进水，影响客户的体验感。所以我建议如果预算允许的情况下，最好培养或请专业的人员进行安装。

## 二、LED显示屏使用中各种问题及解决方法

### 1、整屏黑屏或者完全没有画面显示

在显示屏安装完成后，我们第一步就是要通电测试整体屏幕的状态，最容易出现的问题就是整屏黑屏不亮，主要是因为供电或者信号源出问题。在通电前，我们需要先用万用表测试电压是否为220V，供电是否正常，再检查信号源，遇到这种现象可参照以下几个步骤来判断“故障”。

A、请确保包括控制系统在内的所有硬件已全部正确上电（开关电源供电为220V，控制卡供电为+5V，勿接反、接错）；

B、检查并再三确认用于连接控制器的视频信号线是否有松动或脱落现象；

C、同步显示的电脑复制模式或扩展模式

是否打开，往往很多时候都是由于误操作，关闭了复制和扩展模式。

### 2、局部“死灯”

局部“死灯”是指LED显示屏的灯面上有一颗或者几颗灯不亮，这种不亮区分为全时不亮和部分颜色不亮，一般这种情况是灯本身出现了问题，要么是受潮，要么是芯片损坏。我们维修的方法很简单，就是用厂家配备的LED灯珠备品换上即可，使用的工具就是镊子、热风枪，换上备品LED灯珠以后，用测试卡重新测试一遍，没有问题说明已经修好了。



### 3、“毛毛虫”

“毛毛虫”只是一个比喻的说法，指LED显示屏在通电条件下而没有输入源的时候，部分灯面出现一长条的暗亮条的现象，颜色以红色居多，出现这种现象的原因是灯内部芯片漏电，或者背后的IC面行管线路短路，第一种情况更为常见。这时，我们只需拿着热风枪沿着漏电的这条变色“毛毛虫”吹热风，当吹到有问题的那颗灯，一般就可以了，因为受热使得内部漏电的芯片连接崩开了，但是仍然存在隐患，我们需要找到并换掉漏电的那颗LED灯珠。如果是背后IC面的行管线路短路，就需要使用万用表具体测量一下相关的IC针脚电路，换一颗新的IC即可。

### 4、局部色块缺失

LED显示屏正常播放时出现一个小方块的异色块，方方正正，这种问题一般是背后控制该色块的颜色IC烧掉了，处理的办法就是换一颗新的IC即可。

### 5、局部黑屏和大面积黑屏

当一块或多块LED单元板呈现整区域的不亮现象，少数几块LED单元板区域不亮我们称之为局部黑屏，更多区域我们称之为大面积黑屏。出现这种现象，首先考虑开关电源，排查LED电源指示灯是否正常工作，如果指示灯不亮，说明电源损坏，换一个对应功率的电源即可，也可以排查黑屏对应的LED单元板电源线是否出现松动，很多时候重新拧一下线头也能解决局部黑屏问题。



## 6、局部乱码

局部乱码问题比较复杂，当LED显示屏播放时，局部区域出现杂乱的无规则闪烁或乱码现象，首先排查信号线连接问题，然后测试接收卡是否能正常工作，再检查网线是否松动，接收卡供电是否正常等。使用排除法，调换与邻近正常播放的单元板和接收卡，基本就可以判断问题出在哪里，针对问题再来单独处理。

在这么多年维修实践中，我们也经常遇到连地线都没有的LED显示屏，没有地线，LED显示屏静电就无处释放，就会造成单元板死灯与毛毛虫现象，严重时人体触摸屏幕还会造成触电。除此之外，在强力巨彩推出低电压4.2V/4.5V节能单元板的产品下，仍然有人使用5V电源带载，短时间内没有问题，长时间运行后，会给产品带来质量问题，而且是不可逆，因此电源问题应该受到重视，规范使用。

## 三、如何选择合适的LED显示屏

在使用LED显示屏过程中，想得到美丽的体验感，除了要请专业的安装师傅，还有一个重要的前提是要选择优质的产品和品牌，那么应该如何选择合适的LED显示屏呢？

### 1、屏体的选择

LED显示屏受众面宽、视距远、视野广，显示介质选用新型广视角管，视角宽阔，色彩纯正，一致性协调，寿命超过10万小时。LED显示屏刷新率越高，画面就会越稳定流畅，我们常见的LED显示屏刷新率一般是1000Hz-3000Hz，而强力巨彩高清高刷Q Pro版配置的动态节能超刷PWM-SS款芯片，超高刷新率≥4200Hz，低亮度也不失显示细节，呈现细腻自然的画面。

### 2、钢结构的选择

安装LED显示屏时结构要够结实，户外要

考虑到强降雨、雷雨大风天气和抗震等级，电子设备被淋湿或严重受潮会引起短路甚至起火，引发故障甚至火灾，造成损失。

LED显示屏是由电路板、塑胶底壳和面罩组成，如果电路板短路，或散热处理得不好，会引起燃烧。因此，屏体内部散热功能要重点考虑，安装在通风位置，让设备降温，使屏体内部温度在-10℃~40℃之间。LED显示屏屏体与建筑的结合部位必须严格防水防漏，屏体要有良好的排水措施，一旦发生积水能顺利排放。

### 3、售后服务

对于LED显示屏设备的售后服务，往往也是我们最容易忽视的地方。但事实上，由于显示屏拆卸麻烦，而且维修技术含量高，所以在售后环节上，显然要比一般的普通电器设备更为重要。如今，许多厂商都承诺拥有长效的质保期，但大多是把设备故障件寄回厂商处维修，这就需要用户自行拆装且长时间等待，最终影响用户的使用体验。强力巨彩售后服务团队脚步走遍全国600+个城市，对客户的需求极速响应，产品可享原厂质保长达3年，买LED显示屏，找强力巨彩，卓越产品、专业售后，值得信赖。

行业发展逐步进入成熟期，想要入门分一杯羹并非难事，但要产品真正彰显其价值，还要看产品品质和安装后续的配套服务，正所谓“三分产品，七分安装”，只有将安装工艺和售后服务做到极致，才能减少故障率，得到客户的认可。在材料上盲目节约、不同批次零件拼接，短期利润固然十分可观，但高故障率只会消磨客户的信任。

武汉彩亮光电科技有限公司成立至今，一直秉持“诚信为主，服务至上”原则，我们也始终坚信，适当的利润、卓越的品质和全面的服务才是发展的长久之道。未来，我们将继续脚踏实地，为服务好客户倾尽全力。

# 合同订立应注意的21个要点

文 / 张真真(信息与风控中心)



在公司的生产经营过程中，我们不可避免地需要签订合同，在订立合同的过程也会不同程度上遇到一些“坑”，我们应该如何避免订立合同时的坑点呢？希望通过本篇文章的分享，能够让各位读者掌握合同相关的法律知识及合同实务操作中常见的“地雷”，规避合同签订过程中的风险。

## 一、合同订立应注意的要点

### 1、合同一定要订立书面的吗？

当然不是。《民法典》规定合同订立有以下三种形式：口头形式、书面形式、其他形式。

(1) 口头形式：适用于集市的现货交易且交易金额较小，比如商场购物等，优点是能够及时结清、快捷；

(2) 书面形式：包括合同书、信件、电报、电传、传真等，电子数据交换、电子邮件等可以随时调取查用，是生产经营活动中最常用的一种方式，尤其在诉讼案件中是很重要的证据材料，所以建议商业合同都需以书面形式签订。

(3) 其他形式：例如推定形式，试听资料，类似微信语音、视频，可以体现合同内容的形式。

### 2、订立合同要约定什么？

合同的八个常素，也就是一份完整的合同通常要包含以下内容：

(1) 当事人的名称或者姓名和住所；(2) 标的；(3) 数量；(4) 质量；(5) 价款或者报酬；(6) 履行期限、地点和方式；(7) 违约责任；(8) 解决争议的方法。

其中，前面三个为合同的要素，也就是说三个要素缺少一个，该合同就不能称之为合同，合同无法生效和履行。其他部分的内容如果没有约定，还有补救的机会，具体在第7个问题进行解答。

### 3、合同订立时签字盖章生效如何避坑？

大家都知道合同条款中通常会有一条类似“本合同经双方签字盖章后生效”，小小的一句话，却有大大的学问，表述稍有变化，意思大不相同。

(1) 合同签字并盖章之日起生效，即需要签字 + 盖章才能生效；

(2) 合同签字或盖章之日起生效，即签字和盖章只要满足一个就可生效；

(3) 合同签字盖章之日起生效，即签字和盖章只要满足一个就可生效；

(4) 合同签字、盖章之日起生效，即需要签字 + 盖章才能生效。

如果公司公章由法定代表人自己保管，或者由其他人保管但公司有严谨的用印管控机制，则可以约定“合同盖章之日起生效”，即仅加盖公章就可以生效；如果由财务、秘书等员工保管，又无配套印章控制机制，则最好约定为签字 + 盖章后生效；如果法定代表人外出需要紧急签约使合同立即生效但又没有携带公

章，则可以约定双方法定代表人签字后生效，除此之外一般不建议约定为法定代表人签字就可以生效。

### 4、合同要如何签字盖章才能有效？

一张图说清楚：



### 5、合同没有签字或盖章就不成立吗？

不一定。《民法典》第 490 条规定：当事人采用合同书形式订立合同的，自当事人均签名、盖章或者按指印时合同成立。在签名、盖章或者按指印之前，当事人一方已经履行主要义务，对方接受时，该合同成立。

### 6、合同没有订立，但一方因此遭受损失能否要求对方赔偿？

可以的。《民法典》第 500 条规定：当事人在订立合同过程中有下列情形之一，造成对方损失的，应当承担赔偿责任：

(一) 假借订立合同，恶意进行磋商；(二) 故意隐瞒与订立合同有关的重要事实或者提供虚假情况；(三) 有其他违背诚信原则的行为。

**案例 1：**甲知道乙有转让餐馆的意图，甲并不想购买该餐馆，但为了阻止乙将餐馆卖给竞争对手丙，却假借与乙进行了长时间的谈判。当丙买了另一家餐馆后，甲中断了谈判。后来乙以比丙出价更低的价格将餐馆转让了。

**分析：**这种情况就是甲假借订立合同，和乙恶意进行磋商，损害了乙的利益（转让差价），乙可以要求甲进行赔偿。

## 二、合同履行应注意的要点

### 7、合同没有约定的事项怎么处理？

《民法典》第 510 条规定：合同生效后，当事人就质量、价款或者报酬、履行地点等内容没有约定或者约定不明确的，可以协议补充；不能达成补充协议的，按照合同相关条款或者交易习惯确定。

根据《民法典》第 511 条 当事人就有关合同内容约定不明确，依据前条规定仍不能确定的，适用下列规定：

#### (一) 质量要求不明确的：

按照强制性国家标准履行；没有强制性国家标准的，按照推荐性国家标准履行；没有推荐性国家标准的，按照行业标准履行；没有国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

#### (二) 价款或者报酬不明确的：

按照订立合同时履行地的市场价格履行；依法应当执行政府定价或者政府指导价的，依照规定履行。

(三) 履行地点不明确：给付货币的，在接受货币一方所在地履行；交付不动产的，在不动产所在地履行；其他标的，在履行义务一方所在地履行。

(四) 履行期限不明确的：债务人可以随时履行，债权人也可以随时请求履行，但是应当给对方必要的准备时间。

(五) 履行方式不明确的：按照有利于实现合同目的的方式履行。

(六) 履行费用的负担不明确的：由履行义务一方负担；因债权人原因增加的履行费用，由债权人负担。

### 8、第三人是合同的履约方，如果第三人违约怎么办？

**案例 2：**经销商 A 与某用户签订了《LED 显示屏工程施工合同》，由经销商 A 将一面显示屏卖给用户，合同约定由品牌工程服务商 B 为用户进行安装。如果品牌工程服务商 B 不履行安装业务，应由谁来承担责任？

**分析：**合同具有相对性，即合同约定的是合同双方的签订主体，一方只能追究合同对方的责任。根据合同相对性，本案例应由经销商 A（债务人）向用户（债权人）承担责任。

### 9、当事人约定债务人向第三人履行债务，债务人不履行，谁可以向债务人主张权利？

**案例 3：**经销商 A 与某广告公司签订《LED 显示屏工程施工合同》，约定经销商以优惠价将一面显示屏卖给广告公司，广告公司为强力巨彩投放广告。之后，广告公司未按合同约定履行广告投放业务，谁可以要求广告公司（债务人）承担违约责任？

**分析：**根据合同相对性：经销商 A（债权人）可以要求广告公司（债务人）承担违约责任。

**案例 4：**经销商 A 与某广告公司签订《LED 显示屏工程施工合同》，约定经销商以优惠价将一面显示屏卖给广告公司，广告公司为强力巨彩投放广告，强力巨彩可直接要求广告公司履行投放广告的义务。之后，广告公司未按合同约定履行广告投放业务，谁可以要求广告公司（债务人）承担违约责任？

**分析：**强力巨彩（第三人）可以要求广告公司（债务人）承担违约责任。依据《民法典》第 522 条规定，法律规定或者当事人约定第三人可以直接请求债务人向其履行债务，第三人未在合理期限内明确拒绝，债务人未向第三人履行债务或者履行债务不符合约定的，第三人可以请求债务人承担违约责任；债务人对债权人的抗辩，可以向第三人主张。这个是对合同相对性的突破。

### 10、合同约定先履行债务的一方，不先履行债务需要承担违约责任吗？

一般是需要的。如果合同有约定履行顺序，约定谁先履行，该方就得先履行。但是遇到一些特殊情况，让先履行的一方感觉不安，先履行可能会使自己遭受损失，则可以中止履行而不用承担责任。

《民法典》第527条应当先履行债务的当事人，有确切证据证明对方有下列情形之一的，可以中止履行：（一）经营状况严重恶化；（二）转移财产、抽逃资金，以逃避债务；（三）丧失商业信誉；（四）有丧失或者可能丧失履行债务能力的其他情形。

但是需要注意的是：当事人没有确切证据中止履行的，应当承担违约责任。同时，当事人依据前条规定中止履行的，应当及时通知对方。对方提供适当担保的，应当恢复履行。中止履行后，对方在合理期限内未恢复履行能力且未提供适当担保的，视为以自己的行为表明不履行主要债务，中止履行的一方可以解除合同并可以请求对方承担违约责任。

### 11、因为债权人的原因无法履行债务，债务人应该怎么办？

可以中止履行，或者将标的物进行提存，提存费用由债权人承担。提存可以找公证处办理。选择中止履行的，之后债权人的原因解除了，债务人仍然需要继续履行；选择提存的，相当于债务人已经履行完毕，之后不用再承担对应的合同责任。

### 12、债务人要求提前交货，债权人一定要同意吗？

不一定。要看提前履行是否会损害债权人利益，若会，债权人可以拒绝；若不会，可以提前履行，债务人提前履行债务给债权人增加的费用，由债务人负担。

## 三、合同撤销与解除应注意的要点

### 13、什么情况下可以变更或撤销合同？

(1) **重大误解**：基于重大误解实施的民事法律行为，行为人有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。

(2) **欺诈**：在违背真实意思的情况下实施的民事法律行为，受欺诈方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。第三人实施欺诈行为，使一方在违背真实意思的情况下实施的民事法律行为，对方知道或者应当知道该欺诈行为的，受欺诈方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。

(3) **胁迫**：一方或者第三人以胁迫手段，使对方在违背真实意思的情况下实施的民事法律行为，受胁迫方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。

(4) **显失公平**：一方利用对方处于危困状态、缺乏判断能力等情形，致使民事法律行为成立时显失公平的，受损害方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。知道明确表示、行为表明放弃之日起可立即解除。

当事人知道撤销事由后明确表示或者以自己的行为表明放弃撤销权以及当事人自民事法律行为发生之日起五年内没有行使撤销权的，撤销权消灭。

### 14、什么情况下可以解除合同？

(1) **协商解除**：合同经当事人友好协商后，可以随时解除。

(2) **约定解除**：当发生合同约定的可以解除的情形，守约方有权解除合同。

(3) **法定解除**：即使合同没有约定什么情况下可以解除，但按《民法典》第563条规定：有下列情形之一的，当事人可以解除合同：

（一）因不可抗力致使不能实现合同目的；（二）在履行期限届满前，当事人一方或者以自己的行为表明不履行主要债务；（三）当事人一方主要债务，在合理期限内仍未履行；（四）当事人一方迟延履行债务或者有其他；（五）法律规定的其他情形。

以持续履行的债务为内容的不定期合同，当事人可以随时解除合同，但是应当在合理期限之前通知对方。

### 15、合同解除后的影响是什么？

(1) 合同尚未履行的，终止履行；

(2) 合同已经履行的，恢复原状 / 其他补救措施并赔偿损失；

(3) 合同因违约解除的，解除权人可以请求违约方承担违约责任，担保人对债务人应当承担的民事责任仍应当承担担保责任。但是合同另有约定的除外。

### 16、不履行合同义务需要承担什么违约责任？

(1) **继续履行**：守约方可以直接要求或向人民法院请求违约方继续履行合同。如果需要履行的是金钱债务，可以要求违约方继续支付价款、报酬、租金、利息等；如果是非金钱债务，可以要求违约方继续履行或者承担由第三人替代履行的费用。

(2) **补救措施**：守约方可以要求违约方修理、重作、更换、退货、减少价款或者报酬。

(3) **赔偿损失**：守约方可以要求违约方赔偿因违约造成的损失，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失，包括合同履行后可以获得的利益；但是，不得超过违约一方订立合同时预见到或者应当预见到的因违约可能造成的损失。

以上违约责任可以叠加使用，比如合同既约定维修、换货等，又约定支付违约金额的，

守约方可以要求违约方都承担。还有一种情况大家比较困惑的，比如合同约定“供方逾期交货，每逾期一天应支付合同总金额3‰的违约金”，又约定“如果供方不能交货，需支付不能交货部分的20%作为违约金”，合同履行中，供方延期30天最终还是不能交货，守约方可以同时要求逾期交货天数的违约金以及不能交货的20%的违约金吗？答案是肯定的。

### 17、约定的违约金和造成的损失不一致时，怎么计算赔偿额？

当事人可以约定一方违约时应当根据违约情况向对方支付一定数额的违约金，也可以约定因违约产生的损失赔偿额的计算方法。

约定的违约金低于造成的损失的，人民法院或者仲裁机构可以根据当事人的请求予以增加；约定的违约金过分高于造成的损失的，人民法院或者仲裁机构可以根据当事人的请求予以适当减少。

当事人就迟延履行约定违约金的，违约方支付违约金后，还应当履行债务。

### 18、定金与订金，如何分得清？

合同通常会约定付款方在合同签订后先支付定金 / 订金。

定金是法律概念：给付定金的一方不履行债务或者履行债务不符合约定，致使不能实现合同目的的，无权请求返还定金；收受定金的

一方不履行债务或者履行债务不符合约定，致使不能实现合同目的的，应当双倍返还定金。

而订金的含义跟预付款一样，可以抵做价款，是否可以不还或者双倍返还要看合同是否有具体约定。

#### 19、违约金和定金，选择哪个好？

定金的数额由当事人约定，但是，不得超过主合同标的额的百分之二十，超过部分不产生定金的效力。实际交付的定金数额多于或者少于约定数额的，视为变更约定的定金数额。所以如果是收受定金的一方违约，支付定金的一方要求双倍返还，最多可以要求返还合同标的的百分之四十。

另外，法律规定，当事人约定的违约金超过造成损失的百分之三十的，一般可以认定为“过分高于造成的损失”，则当事人可以请求人民法院适当减少违约金。一个是可以返还合同标的的40%，一个是不能高于损失的30%，当事人可以根据合同的具体情况来选择对自己有利的条款进行约束。

### 四、买卖合同应注意的要点

#### 20、买卖合同货物交付之前损坏风险由谁承担？

交付之前由出卖人承担，交付之后由买受人承担，法律另有规定或当事人约定除外。

法律另有规定：在以下情况下，标的物毁损、灭失的风险由买受人承担：

(1) 因买受人的原因致使标的物未按照约定的期限交付，自违反约定时；

(2) 出卖交由承运人运输的在途标的物，自合同成立时；

(3) 将标的物运送至买受人指定地点并交给承运人，交付给承运人后；

(4) 没有约定交付地点或者约定不明确，标的物需要运输的，交付给第一承运人后；

(5) 按约定将标的物置于交付地点，买受人违反约定没有收取的，自违反约定时。

#### 21、购买货物没有及时检验，两年年后才发现质量问题怎么办？

买受人收到标的物时应当在约定的检验期限内检验。没有约定检验期限的，应当及时检验。

当事人约定检验期限的，买受人应当在检验期限内将标的物的数量或者质量不符合约定的情形通知出卖人。买受人怠于通知的，视为标的物的数量或者质量符合约定。

当事人没有约定检验期限的，买受人应当在发现或者应当发现标的物的数量或者质量不符合约定的合理期限内通知出卖人。买受人在合理期限内未通知或者自收到标的物之日起二年内未通知出卖人的，视为标的物的数量或者质量符合约定；但是，对标的物有质量保证期的，适用质量保证期，不适用该二年的规定。

出卖人知道或者应当知道提供的标的物不符合约定的，买受人不受前两款规定的通知时间的限制。

### 五、结语

加强企业合同管理是市场经济条件下的必然要求，企业只有制定了合理规范的合同管理制度，才能更好地使合同管理为企业提供更加规范的保障。依法订立合同也可以从各方面保证公平原则，保障双方当事人的权益。希望这篇文章可以有效帮助各位企业主规避可能发生的风险。

## 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



## 学会对“知识劳动者”的管理

包政 { 人民大学管理学教授、清华大学EMBA营销讲席教授



从管理的角度说，劳动者可以从“工作的对象”作出严格的区别，一个是“事情”，另一个是“物品”；一个是“做事情”的劳动者，另一个是“做物品”的劳动者。

“做物品”的劳动者，他们是依靠机器系统劳动的人，劳动成果体现在“物品”中。物品的质和量，都可以用数理的方式表示出来。换言之，可以设定标准，予以衡量、纠偏和控制。

“做事情”的劳动者，他们是依靠知识系统劳动的人，可以分为两类，一类是知识劳动者，如医生和经理人员，另一类是服务劳动者和辅助劳动者，如医务人员或辅助人员。

我们之所以没有学会对知识劳动者的管理，是因为知识劳动者以及服务劳动者和辅助劳动者，他们的劳动成果体现在“事情”上。事情的质和量，是无法用数理的方式表示出来。换言之，无法事先设定标准，予以衡量、纠偏和控制。

尤其在质的规定性上，好与坏存在着量级上的差距。用中国人的话来说，结果好坏、价值大小，有着天壤之别。在做得好的情况下，只能用如下的词进行描述，比如，他的创意让人眼睛一亮、他的见解与思想有独到之处、他的对策与方案精妙绝伦、他的服务让人感到温馨与体贴，等等。

而这一切，又跟知识劳动者以及服务劳动者和辅助劳动者的天赋、掌握的知识和经验，以及做贡献的意识和意愿相联系。

按照德鲁克的思想，“做事情”的劳动者，本质上是自我引导的，经理人员无法对他们的工作过程或思考过程进行干预。只能提供指导与帮助，激发他们的工作动机和工作热情。

经理人员以及知识系统，就是这种善意的指导与帮助。而且这种指导和帮助是可以持续强化的，可以成为企业创造价值的源泉，与核心竞争力的来源。

然而，对待“做事情”的劳动者，不可能放任自由，需要系统加以约束和规范。否则就是一群乌合之众，不可能创造任何价值。就像机器系统是人的异化物一样，知识系统也是人的异化物。每一个“做事情”的劳动者，都要自觉或不自觉地遵循知识系统，以保持分工一体化，及其价值创造能力的内在统一性和外在的适应性。

经理人员的职责，除了指导和帮助以外，还需要约束和激励，主要是依据知识系统，对“做事情”劳动者的行为进行考核与评价，并加以引导和矫正，以维护或提升分工一体化关系体系的效能。

德鲁克特别强调，对于“做事情”的劳动者的考核与评价，不应该像医生那样，专挑患者的毛病。要发挥他们的长处，并使他们的短处不发挥作用。

本文来源：华夏基石 e 洞察 (ID: chnstonewx)

# 聚力拼搏 行稳图强

2023  
全新出发

以“不破楼兰终不还”的拼搏精神，  
以“直挂云帆济沧海”的前进信心，  
冲锋作战，乘风破浪，  
打赢2023年这场攻坚战。



强力巨彩LED光电产业园



强 / 力 / 巨 / 彩 / 有 / 你 / 更 / 精 / 彩