



### 管理者必须先管好自己

■林挺

管理一门科学，也是一门艺术，更是一门实践工作。管理工作更多地强调“理”，而不是“管”。如果一个管理者理不清工作头绪，那么他再怎么管都不见效。管理效益的好坏不是讲出来的，而是做出来。即使一个人的管理知识学得再好，如果他没有好的管理心态，管理经验、管理艺术，也一样做不好管理。因为管理不是以权压人，而是以德服人。所以优秀的管理者必须先管好自己。

为什么多数企业管理效益低下，其实不是员工出了问题，而是管理者自身出了问题，管理人员对管理工作的认识有误。他们把管理当作权力和金钱的象征。人人都希望管理别人，又不希望被别人管理，因为管理代表职位，代表地位，代表权力，代表财富。所以企业一旦有了管理者的空缺，企业内就会发生一场政治斗争。大家为了得到这个职位争得你死我活。他们只想捞取管理的好处，而不想承担管理的责任。在企业里，一旦这样的管理者占据了管理位置，那真是员工的不幸，企业的不幸。因此，企业老板一定要有清醒的头脑，绝不能让小人当道，君子失宠啊！

一个优秀的管理者，他不仅仅要会做事，更要会做人。当然，这里所讲的做人，不是讲拉关系、拍马屁、送红包、走后门，这是小人所为，不是君子作风。一家企业一旦管理者出现这种腐败作风，那么这家企业离倒闭也不远了。优秀的管理是以德服人，以理服人，以能服人。他的管理原则必须是先管好自己。然后再影响别人。好的管理者必须是人品正直，作风正派，业绩良好，能力卓越。也许我这个要求有点高，但是企业必须这样做。因为管理者是楷模，是标杆，是榜样，他是团队中的核心成员，管理者的一言一行将直接影响员工的思想品德，工作情绪。如果企业管理者没有选好，那么整个团队都会遭殃。所以企业管理实质上是管理者的管理。员工的好坏都是由管理者好坏所决定的。一家企业只要管理者没有问题，企业就不会有问题。

管理是一项能力，而不是一项权力，是一份责任，而

不是一份享受，是一个岗位，而不是一个地位。我们千万不要认为自己做了管理者就高高在上。就可以以势压人，以权谋私，其实这是大错特错。管理者只有把员工放在心上，员工才会把管理者放到位上。真正的好管理者，他的管理职位不是上级颁布下来的，而是下级推荐上去的。如果一个管理者由上级任命，下级不服，企业把错误的人放在错误的位置，那么只会给整个企业带来巨大的损失。企业一个管理者选错，既会害个人，也会害团队，更会害企业。因此，企业选择管理者一定要慎重。千万别感情用事。

优秀的管理者都有一个共同的特质：善于管理自己。他们信守承诺，坚守原则，严于律己，宽以待人。因为管理不是用来说的，而是做的。不管是旷工也好，请假也好，迟到也好。如果管理者自己都做不到，那么他就无法在员工面前树立威信。一个管理者的个人生活习惯，工作作风，品格修炼都是员工关注的细节，学习的榜样，他们会看在眼里，记在心里。如果你要求员工忠诚、勤劳、正直、感恩、节俭、负责，积极、上进、好学等等，那么管理者自己做到了吗？如果你自己做不到，那么你的管理知识再丰富，理论讲得再多，说一套做一套，谁也不会服你。因为员工不是听你所讲的，他们是看你所做的，你讲的也许是假的，你做的才是真的，所以优秀的管理者必须先管好自己，你不能关说不练啊！

一个好的管理者是有责任自己承担，有功劳大家分享；而差劲的管理者恰恰相反，他们是有成绩是自己管理有方，出了问题员工工作无能；好的管理者是欣赏员工的优点，差的管理者挑剔员工的缺点；好的管理者是高调做事，低调做人，差的管理者是低调做事，高调做人；当然，一个管理者好坏区别有很多，在此不一列举。

管理者的管理能力不仅仅是学习而得来的，而且更需要长时间的修炼。因为管理不在于知，而在于做。知道而做不到，那是达不到管理的效果。所以，要想做一名好的管理者，先把自己管好吧！



### 杏园花雨

■余海涛



远眺，烟雨迷蒙，迷蒙中醉了整个春天。近看，那是一张张粉红的笑脸，朵朵花儿是春的使者。

雨丝含情脉脉地掠过杏花娇嫩的脸庞，留下浅浅的吻，给那一一张张面颊洗去淡淡的哀愁。一阵清风，杏花舞动霓裳，抖落一身清香，微笑搁浅在嘴角，而那雨珠宛若星星般盈盈闪烁。

沐浴在粉红的依偎里，花香沁心，洗尽铅华，滤净心尘，蘸一笔馥郁的芳香，让这唯美的境遇，流于笔端，沉淀在心间，静静地跳动，那是春天最美的音符。

心是花园，思想为种，可知杏园般美景可掬，也可花

凋残枝。生命若有坚持，便会四季如春。思绪飞扬，心事幽渺，种一朵心花，让思想怒放。也许，会绽放为天际的一抹幽蓝；也许，会流淌成疏竹的低声细语；也许，会成长为沙漠中迎风摇曳的绿意；也许，会轻舞成静夜里的一丝温暖。也许，就是那些静默而又细腻的美，在你人生充满憧憬的追求中，抑或是充满苦涩的征程中，将你的生命、你的灵魂、你的思想引向另一种暖而亮的高度。

花香依旧，微雨点点；赤子之心，怀揣善良。那些涤洗杏花的微雨，在这静默的杏园中细细品味，口齿留香；那些清新的空气，让疲惫的身心远离尘世的喧嚣，超脱世俗的浮华，弥漫着幸福的味道。心灵的震撼源于此，亦温暖、亦坚强、亦灵动、亦深刻、亦广阔，静静的感悟总可触碰到内心最柔软的地方，发现最真实的自我。心之花绽放的时刻，总可看到安慰，看到勇气，看到纯真，看到生命的初衷。

岁月挂疏桐，漏断人初静。谁见幽人独往来，缥缈孤鸿影。那些从指间滑落的流年，那些被岁月雕刻的时光，恬静的、落寞的、喧嚣的，都随着杏园花雨的季节走过，逝去。摇曳梦的裙裾，我满身花雨从杏园归来，掬一枚明月洗尘，品一杯清茶静心，倚栏再等一年花开，一场微雨。

当四月的大地，被谷雨清洗，你拉开行囊，仿佛从四月的皮肤上，划开一条口子；

此时，田野有了生机，你将农人的勤劳，随你的足迹延续，人们用七彩的笔，绘一副麦苗拔节、抽穗，游鱼戏水草的诗意，可你千万别让垂钓的人，缠住你的步履；

周霞



### 最美的相逢是什么？

■郑友友



在金庸的武侠小说里面，有一个人叫刘瑛姑。她花了50年的时间恨一个人，那个人叫袁千仞，他曾经杀了刘瑛姑的孩子。这是所有金庸小说里最旷日持久、最刻骨铭心的一场仇恨。我经常想：当他们相遇的时候，会发生什么？是刘瑛姑大吼一声，猛扑上去，咬他、打他，和他拼命吗？作者是高手，很懂得人性和人心，他写出的结果是：刘瑛姑居然认不出仇人了。当旁人把袁千仞——这时已经是一个垂死的、枯瘦的老僧抬到她面前的时候，她只是白了他一眼，漫不经心道：“我怎么认得这和尚？”旁人温和地提醒：“他就是你的大仇人啊！你恨了他50年。”刘瑛姑惊呆了，这才反应过来，于是尖叫起来：“袁千仞这恶贼，你便是尸骨化成灰，我也认得出你！”这是作者随手玩的一个小幽默：前一秒，她还认不出人家；后一秒，又变成了“化成灰我也认识你”。可每次看到这里，笑过之余，我就很感慨：有时候，我们真的夸大了仇恨的力量。它无法保证我们会记住一个人。

这种故事，并不只是发生在刘瑛姑身上，连一些更伟大的人物也不能免俗。在金庸的小说里还有一个大高手，叫黄裳，他是大名鼎鼎的《九阴真经》的作者。黄裳也有仇人，他们杀了他的父母妻儿，多年来他一心想报仇。为了保证复仇成功，黄裳隐居起来，苦练武功。等到40多年后，他自我感觉武功已经大成，这才重出江湖，一个去寻找仇人，准备来一场“男神”版的Kill Bill。可黄裳却惊讶地发现，他的那些仇人不是不老了，就是他几乎不认得了。书上说，黄裳因此十分感慨，继而大彻大悟，从此放弃了寻找仇人，用余生闭门写书，成为一代宗师。

金庸或许相信，仇恨做不到的事情，爱可以做到。仇恨不能保证让你记住一个人，但爱或许可以。例如刘瑛姑有一个男朋友，就是著名的老顽童周伯通。他们照样很多年没见了。书上说，他们“少年时分手，暮年时才重逢”。在这漫长的分别中，刘瑛姑的变化不比她的仇人袁千仞的变化小。她从一个受宠于大理国皇帝的美人，变成了一个半人半鬼的可怕形象。可她的男朋友周伯通却一眼就认出了她。周伯通走到瑛姑身前，大声道：“瑛姑，咱们所生的孩儿，头顶是一个旋儿，还是两个旋儿？”这也让人觉得好笑，但笑完之后，我们可能会热血沸腾。同样是久别重逢，我们忘记了仇人，却记住了相爱的人，这是作者留给我们的小小温情。

武侠小说里最著名的一次久别重逢，是小龙女和杨过。两人曾经分别了16年，杨过苦苦等候妻子不到，然后决定寻死，跳下了山谷。但杨过跳崖未死，在谷底，他发现了一些东西，确定了小龙女就在这里。杨过是凭什么确定小龙女一定在的呢？只是靠几个手印——在谷底的大树上有一些蜂巢，“杨过一见到，就禁不住‘啊’的一声惊呼出来”，因为“蜂巢之旁砌有泥土，实是人工所为，依稀是小龙女的手迹”。我猜想，当作者写到这一段的时候，他一定想过，该让男主角从哪里认出这是女主角的住所？最后他别出心裁地选择了手印。金庸大概觉得，辨识出你牵挂的人，有几个淡淡的手印就够了。看到你抚摸过的东西，我就能认出你。随后他们很快就相见了。对于小说家而言，这一类离别多年的重逢场景也是真的很难写。如果放在电视剧里，必然是安排一个喊“娘子”，一个喊“官人”，呼天抢地。金庸怎么能干这种事呢？他写的是，杨过忽然感觉到，有一只柔软的手，在轻轻抚着自己的头发，随即是小龙女的声音响起：“过儿，什么事不痛快了？”

金庸不写大喜大悲，反而写一种平静——与爱人久别重逢，在极度欢喜、极度压抑下，反而平静了。这大概是一种很取巧却也很感人的写法。有时候最美好的不是和情人的初遇，而是重逢——哪怕你已经完全变了，哪怕你已经没有了一点当初的你了，甚至哪怕我都没见到你，只看见你的几个手印，但我知道那就是你。



康泰塑胶科技集团 主办

# 康泰人

第2期 总第29期

双月刊

2016年4月28日 星期四

农历丙申年三月廿二

编辑出版/《康泰人》编辑部

顾问/林云青

总编/郑光铎

主编/唐小波

内部刊物 仅供交流

## 塑协盛会 康泰鼎力

# 康泰集团承办塑协管道专委会2016年年会圆满闭幕

本报讯 欢腾迎盛世，凯歌庆丰年。4月14-15日，由中国塑协塑料管道专委会主办、康泰集团承办的中国塑协管道专委会2016年年会在成都隆重召开。本次大会以“服务市场、行业规划、科技创新、健康发展”为主题，主要议程是审议专委会2015年工作报告、财务报告及2016年工作计划、审议专委会新理事单位的申请、发布“塑料管道行业‘十二五’总结以及‘十三五’发展建议”及其他相关行业信息技术交流。这次会议既是全国塑胶管道行业的盛会，也是同行业交流、认识、合作的盛大PARTY。

中国塑料加工工业协会理事长钱桂敬、常务副理事长曹俭等领导出席了本次大会。管道专委会理事和理事单位的代表、全国管道生产厂家、设备厂家、原辅材料生产厂家等300多家企业共计600余人参加了本次大会。中国塑料加工工业协会副理事长单位、康泰塑胶科技集团董事长兼总裁林云青应邀出席了会议开幕式。

作为中国塑协及塑料管道专业委员会的副理事长单位之一，一直以来，康泰集团恪守行业规律和行业规范，积极履行相应责任义务，广泛参与和支持协会和专委会的各项工作，为中国塑料管道行业的健康稳定发展贡献绵薄之力。在本次年会方案策划之初，康泰集团市场中心与会议秘书处深

度沟通互动，用真心和诚心与秘书处积极沟通和交流，统筹策划协助相关事宜，并最终凭借雄厚的企业实力和真诚态度获得了本次会议的承办权。

获得承办权后，康泰集团全公司上下十分重视本次会议的召开。自3月份开始，康泰集团就着手会前的各项准备工作，其中包括会议方案的修改、会议资料的收集、会议物料的准备、会议工作人员的分工等。与此同时，还积极与会议秘书处沟通，接洽参会领导的行程安排、参会人员接送和食宿等。在会议召开的前一天，在与会议秘书处的合作期间，每一位康泰人充分展现出了热情、积极、温馨的面貌，展现出了“康泰欢迎您、成都欢迎您”的积极姿态，使每一位参会人员充分感受到了康泰集团专业、务实、高效、规模的企业自信力和企业形象。通过此次会议，康泰也全方位的向全国塑料管道同行推广和宣传了康泰集团，公司美誉度、知名度也得到了进一步的提升。

根据会议议程安排，在4月14日的开幕会上，中国轻工业联合会副会长、中国塑料加工工业协会理事长钱桂敬发表了重要讲话，随后塑料管道专委会领导作了2015年工作报告、财务报告及2016年工作计划。

康泰塑胶科技集团董事长兼总裁林云青代表承办方发表

了题为《转型升级、自律合力、共赢未来》的欢迎词。林总裁在致辞中代表全体康泰人对各位领导、各位同仁以及社会各界朋友的到来表示了欢迎，对管道专委会的支持表示了感谢。致辞全面介绍了康泰集团的发展历程，阐述了康泰集团生态、环保的企业发展理念，以及全面构建品牌化、规模化、规模化集团企业的远景。同时，林总裁还在致辞中回顾了塑料管道行业的发展历程，以及当前经济环境下，塑料管道行业面临的竞争和压力，并提出倡议，希望塑料行业各成员企业在专委会的领导下，全体会员企业认真贯彻专委会和政府相关政策，自律合力、以高度的社会责任感，以诚信共同抵制和打击行业低质低价、傍名牌、恶意竞争等不良、有害行为，维护塑料管道行业的信誉，不断推进行业科技创新与技术进步，促进产业结构调整，提高行业综合竞争能力，最终为用户提供放心产品和优质服务，共创、共建、共推、共享塑胶建材行业健康、科学、可持续发展，共赢未来。

林总裁的讲话真切、深刻，不仅准确描述了塑料管道行业面临的困境和未来发展方向，而且也道出了每一家企业的心声和转型升级的势在必行，有力的抨击了行业当前存在的不良行为，讲话引起了全场代表的强烈共鸣，现场掌声不断、气氛热烈。（下转第二版）

## 中国塑协理事长钱桂敬莅临康泰参观指导



本报讯 4月13日下午，中国轻工业联合会副会长、中国塑料加工工业协会理事长钱桂敬等领导、嘉宾一行莅临康泰集团参观考察。康泰集团董事长兼总裁林云青、副董事长叶叶才等领导热情接待了钱桂敬理事长一行。

会谈前，钱桂敬理事长在林总裁及相关领导的陪同下，参观了生产车间。随后，钱桂敬理事长在会议室与康泰集团高层进行了座谈。钱桂敬理事长等人观看了全新的企业宣传片，随后听取了市场总监郑光铎的汇报，他通过PPT的形式介绍了康泰集团的企业概况、转型升级、创新驱动、卓越管理等方面内容。

在随后的总结交流会议上，钱桂敬理事长对康泰集团多年来以科技创新为驱动表示赞赏。他说，现场的参观调研加强了他们对康泰集团的认识，他肯定了康泰集团多年来在塑料管道行业的发展成绩，并对有关问题提出了建议。他希望康泰集团通过产品开发需要，倒逼上游，推动技术的研发。林总裁等相关领导对钱桂敬理事长的意见表示了感谢，并表示康泰集团将振奋精神、坚定信心、扎实工作，为确保2016年中国塑料加工业持续、稳定、健康发展贡献力量。

本报讯 3月25日下午，在康泰集团多次的盛情邀请下，成都市兴蓉安科建设工程有限公司工程管理部部长冯良、成本管理部部长范德培率领兴蓉安科工程建设、勘察设计、现场施工等方面的专业人才共计30余人到康泰集团进行了参观，并详细听取了康泰集团近年来在科研上的成就介绍和新产品汇报。本次会议由市场中心主办，销售中心协办。康泰集团市场总监郑光铎、销售总监何朝晖、质量总监徐水平、技术总监张双全以及康泰集团战略合作伙伴陈杰等热情欢迎兴蓉安科客户的莅临，并全程陪同客户参观了康泰集团总部生产车间和康泰不锈钢。

近年来，全球市场发生了复杂深刻的变化，随着国家十三五规划的提出，中国经济新常态的转型升级，康泰提出的“创新驱动、品牌营销、转型升级、资本运作”的第三个五年发展战略规划，以及“稳定民建、发展市政、建设网络、推广新品、培育型材”的营销战略都为康泰在市政领域的开疆拓土提供了有力的战略支撑，使得康泰在市政工程领域获得了越来越多的客户的认可。康泰产品也多次入围省、市大型样板工程，成为各领域的佼佼者，不仅加深了广大客户对“康泰”品牌的认知度，宣传推广了“康泰”品牌的美誉度，同时，市场销量和布局的扩大与提升也是康泰产品质量和康泰集团实力的有力见证。

下午3时，康泰-兴蓉安科产品交流会在康泰五楼会议室正式召开。康泰集团新产品推广经理赵谦从企业发展历程、企业规模、企业愿景等方面向客户介绍了康泰集团，进一步加深了客户对康泰的印象和了解。同时，还从生态民用管道工程系统、生态工程管道工程系统、生态型材门窗系列、生态家装管道系列四方面介绍了康泰的主营方向和成果。（下转第三版）

## 康泰-兴蓉安科交流会召开

轻松扫一扫，分享康泰集团最新资讯！



腾讯微信



新浪微博



官方网站

# 热烈祝贺中国塑协塑料管道专业委员会第九届四次会员大会暨2016年年会圆满闭幕

中国塑协塑料管道专业委员会 主办 康泰塑胶科技集团等 承办 2016年4月14日-15日 四川成都



（上接第一版）开幕会上，会议主办方还对会议承办方颁发了证书，对承办方给予的大力支持和帮助表示了谢意。



## 转型升级 自律合力 共赢未来 ——在中国塑协塑料管道专委会第九届四次会员大会暨2016年年会上的致辞

（2016年4月14日 成都）

康泰塑胶科技集团董事长兼总裁 林云青



尊敬的钱桂敬会长、尊敬的各位领导、专家、企业界的同仁、媒体界的朋友们：

大家上午好！欢迎来到历史悠久、人文荟萃的天府之国，一个来了就不想走的城市——四川成都，共同出席以“服务市场、行业规划、科技创新、健康发展”为主题的...

首先，衷心感谢塑协主办方给予康泰集团承办及代表承办发言的机会！

今天，美丽的成都高朋满座，有老朋友，也有新朋友，

借此机会我简单的汇报、介绍康泰集团。康泰集团作为一家专注生态管材研发、制造、销售为一体的现代化集团企业，历经17年发展积累，秉持“科技、质量、价值、共赢”的经营理念，不断加强技术创新和管理创新，倡导“环保、关爱、科技”的品牌内涵，肩负“为每个家庭提供安全、环保建材”的企业使命，践行“市场第一、合作共赢、务实勤俭、以人、以诚、以效”的核心价值观，全面构建康泰实现品牌化、规范化、规模化的现代化集团，致力于环境与人和谐共生而努力，让生活更健康、让天空更蓝。2016年，康泰集团全面启动“创新驱动、品牌营销、转型升级、跨越发展”的第三个五年发展战略规划，构建以品牌为核心的价值链，康泰建材，生态未来，打造“康泰”成长为生态建材行业领导者品牌；以技术创新为发展基石，致力于生态建材与整体解决方案；不断技改提升智能制造；开展全员整体营销，力争实现跨越发展。在这里，不论康泰的过去、现在和将来，都离不开我们的娘家——塑协管道专委会，以及各位领导、专家、企业同仁和社会各界朋友一如既往的关怀、支持、帮助！在此，我代表康泰集团全体员工致以衷心诚挚的感谢！

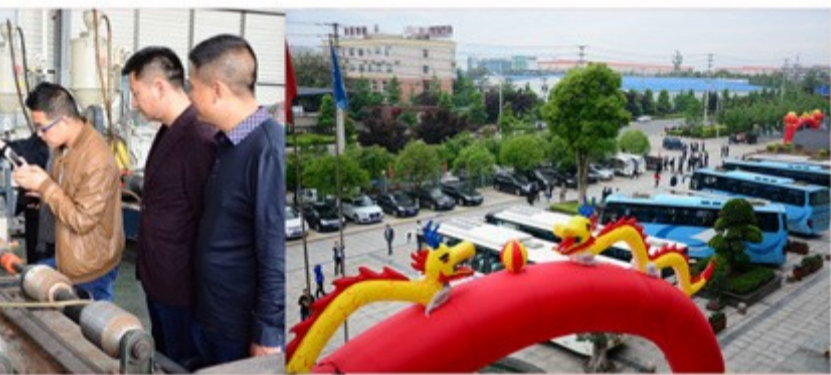
各位同仁，回顾中国37年改革开放，中国塑料行业、塑胶建材随着民用、房地产行业高速发展、市政建设需要得到快速发展和黄金发展时期，中国塑料管道行业实现了历史性的跨越，取得了显著成就，产量增长，应用领域拓宽，产业结构优化，技术水平和产品质量水平不断提升，行业整体成熟度日益提高。但同时也要清醒的看到，当前，全球经济仍然艰难复苏，中国经济新常态，中国制造业整体面临产能严重过剩，人口红利消失带来的劳动力成本上升，货币贬值带来的综合制造成本上升、融资成本上升，以及互联网金融带来的营销冲击等，都在宣告中国制造业低质低

的规模化、规范化、自动化和良好的员工人文风貌给予了高度评价。

中国塑协塑料管道专委会2016年年会已闭幕，但康泰集团与中国塑协及塑料管道专委会的合作将永不止歇。未来，康泰集团将根据需要和安排，积极参与塑协各项工作，为中国塑料管道行业发展贡献力量，为生态中国、美丽中国建设贡献力量！康泰建材，生态未来！



康泰集团每年开工前的一年一度的例行培训，2月28日康泰集团营销精英训练营在集团总部如期开营。这次培训依然是召集了所有驻外的销售人员。但是与以往不同的是，今年中国乃至全球市场都在发生复杂深刻的变化，市场营销也比以往面临更多的挑战。特别是随着国家十三五规划的提出，中国经济新常态的转型升级，一成不变的销售模式也无法完全支撑企业的发展。今年，康泰顺势而为，提出了“创新驱动、品牌营销、转型升级、资本运作”的第三个五年发展战略规划。因此我们要做的就是由以前的经验主义营销、公关型营销向卖战略、卖品牌、卖理念、卖产品、卖服务转型，由销售战士向营销特种兵转型，向广大客户讲好康泰故事，迎战市场。



康泰集团着力打造规范化、规模化、自动化的集团企业，销售管理上同样如此。在三届二次董事会上，会议审议通过了《康泰塑胶科技集团母、子公司2015年度经营总结暨2016年度经营规划报告》。会议强调，建立集团管控体系，集中集团优势资源，加强大型战略客户的推广合作，深化战略直销合作模式，强化集团整体抱团发展，是全面执行集团五个统一管理战略的必然要求。下一步，要进一步加强市政行业大客户推广入围，抓住国家政策机遇，促进市政突破发展；要加大优质网络及三四级网络建设，建设网络强大，提升市场占比和份额。目前，根据这一重要战略指导思想的意见，康泰也对原有销售区域做了一次大调整。首先，在原有基础上成立了金属管道事业部和战略合作部，同时还按照区域位置，又新成立了华南、华北、东北、西南、西北五个商务部。特别要指出的是，公司总裁亲自兼管成都、金属管道、通信三个重要部门。另外，除销售总监和副总监的管理范围稍微做了一些调整后，最大的改变就是，市场总监也开始直接管理销售部门，即西南商务部。康泰的营销网络已覆盖全国。按公司目前的情况来说，康泰的战略已经比较清晰，可以说还没有哪一家企业像康泰这样系统性、战略性的梳理和策划。另外，康泰的基地布局也比较合理，适合战略性客户的发展，也便于物流配送和后期的关系维护；此外，从整个塑料行业来看，康泰的产品线广而全，相对来说，只有联盟能匹配，加之推行的是内部核算，比较有优势，也更方便客户。

每家企业都有自己独特的销售方式和产品侧重点，并且在行业内形成了自己的市场品牌。目前国家在大型市政工程投入和地下管网改造方面出台了一系列指导政策，投入的资金也相当可观，城市管网建设必将迎来一次大升级。此前，住建部已明确表示，近年来城市内涝呈现发生范围广、积水深度大、滞水时间长等特点，这直接反映出目前城市排水管网覆盖率、设施排涝能力偏低等问题。通过以上来看，全国各地都在大兴管网和燃气管网改造，并出台了一系列的指导扶持政策，这无疑对以塑料管道行业来说是个好消息。而作为公司来讲，综合竞争优势明显，产品用途广泛，并有着灵活的市场销售政策，此时更应该在国家各类管网改造中抢占市场，抢占机遇，在百家争鸣中独具鳌头！（文/唐小波）

最后，预祝本次盛会取得圆满成功！祝各位领导、各位嘉宾以及社会各界朋友身体健康、工作顺利、阖家幸福、万事如意！谢谢大家！

# 绘蓝图 谋发展

——康泰市场营销走笔

作为一家专注塑胶管道研发、生产、销售为一体的企业，通过十余年的快速膨胀发展，目前，康泰已在国内塑胶管道方面有着绝对的市场综合竞争优势，但随着公司的发展壮大，公司的发展也需要不断改变策略，以此来支撑企业的发展，并且仍然需要通过借鉴行业标杆来弥补自己的不足。对新产品、新技术、新型科研项目应结合市场，系统规划。同时，还必须经过市场认可才能转化为实际效益，否则，只能是摆设。目前，康泰主推的新产品有，这些都是作为公司经营业绩的支柱产品。但究竟前景如何，这些都需要通过市场来检验。总而言之，目前状况，还需要靠营销制胜。

作为康泰集团每年开工前的一年一度的例行培训，2月28日康泰集团营销精英训练营在集团总部如期开营。这次培训依然是召集了所有驻外的销售人员。但是与以往不同的是，今年中国乃至全球市场都在发生复杂深刻的变化，市场营销也比以往面临更多的挑战。特别是随着国家十三五规划的提出，中国经济新常态的转型升级，一成不变的销售模式也无法完全支撑企业的发展。今年，康泰顺势而为，提出了“创新驱动、品牌营销、转型升级、资本运作”的第三个五年发展战略规划。因此我们要做的就是由以前的经验主义营销、公关型营销向卖战略、卖品牌、卖理念、卖产品、卖服务转型，由销售战士向营销特种兵转型，向广大客户讲好康泰故事，迎战市场。

众所周知，塑料管材的需求主要来源于对金属管和水泥管的替代，如同塑料对传统材料的替代发展历程。从某种意义上说，塑料管材对传统管材的替代是必然趋势。目前不能替代的领域主要是耐高温、超大口径和超大强度的管材领域，这些领域总体市场规模不大。因为管材的绝大部分应用领域在水、天然气、石油等的管道运输，很显然这些领域对温度要求不高，其中80%以上的市场在供、排水领域。当前塑料管道行业大概有5000多家厂家，产能超过1600万吨，竞争激烈。市场地位相差悬殊，大的、优秀的厂家毛利在20%以上，销售净利率在10%以上，其中相当部分处于亏损的边缘。市场规模和市场的潜力大，主要还看各家厂商的经营管理能力。

康泰集团着力打造规范化、规模化、自动化的集团企业，销售管理上同样如此。在三届二次董事会上，会议审议通过了《康泰塑胶科技集团母、子公司2015年度经营总结暨2016年度经营规划报告》。会议强调，建立集团管控体系，集中集团优势资源，加强大型战略客户的推广合作，深化战略直销合作模式，强化集团整体抱团发展，是全面执行集团五个统一管理战略的必然要求。下一步，要进一步加强市政行业大客户推广入围，抓住国家政策机遇，促进市政突破发展；要加大优质网络及三四级网络建设，建设网络强大，提升市场占比和份额。目前，根据这一重要战略指导思想的意见，康泰也对原有销售区域做了一次大调整。首先，在原有基础上成立了金属管道事业部和战略合作部，同时还按照区域位置，又新成立了华南、华北、东北、西南、西北五个商务部。特别要指出的是，公司总裁亲自兼管成都、金属管道、通信三个重要部门。另外，除销售总监和副总监的管理范围稍微做了一些调整后，最大的改变就是，市场总监也开始直接管理销售部门，即西南商务部。康泰的营销网络已覆盖全国。按公司目前的情况来说，康泰的战略已经比较清晰，可以说还没有哪一家企业像康泰这样系统性、战略性的梳理和策划。另外，康泰的基地布局也比较合理，适合战略性客户的发展，也便于物流配送和后期的关系维护；此外，从整个塑料行业来看，康泰的产品线广而全，相对来说，只有联盟能匹配，加之推行的是内部核算，比较有优势，也更方便客户。

每家企业都有自己独特的销售方式和产品侧重点，并且在行业内形成了自己的市场品牌。目前国家在大型市政工程投入和地下管网改造方面出台了一系列指导政策，投入的资金也相当可观，城市管网建设必将迎来一次大升级。此前，住建部已明确表示，近年来城市内涝呈现发生范围广、积水深度大、滞水时间长等特点，这直接反映出目前城市排水管网覆盖率、设施排涝能力偏低等问题。通过以上来看，全国各地都在大兴管网和燃气管网改造，并出台了一系列的指导扶持政策，这无疑对以塑料管道行业来说是个好消息。而作为公司来讲，综合竞争优势明显，产品用途广泛，并有着灵活的市场销售政策，此时更应该在国家各类管网改造中抢占市场，抢占机遇，在百家争鸣中独具鳌头！（文/唐小波）



康泰集团每年开工前的一年一度的例行培训，2月28日康泰集团营销精英训练营在集团总部如期开营。这次培训依然是召集了所有驻外的销售人员。但是与以往不同的是，今年中国乃至全球市场都在发生复杂深刻的变化，市场营销也比以往面临更多的挑战。特别是随着国家十三五规划的提出，中国经济新常态的转型升级，一成不变的销售模式也无法完全支撑企业的发展。今年，康泰顺势而为，提出了“创新驱动、品牌营销、转型升级、资本运作”的第三个五年发展战略规划。因此我们要做的就是由以前的经验主义营销、公关型营销向卖战略、卖品牌、卖理念、卖产品、卖服务转型，由销售战士向营销特种兵转型，向广大客户讲好康泰故事，迎战市场。

# 共创、共建、共推塑胶建材行业健康发展

■人民网

4月14日-15日，康泰塑胶科技集团有限公司承办的中国塑协塑料管道专业委员会九届四次会员大会暨2016年塑料管道行业交流会在成都召开。

据介绍，此次行业峰会将发布“塑料管道行业‘十二五’总结和十三五发展建议，而将如此重要节点的会议交由康泰塑胶承办，并非缘于其副理事长单位的身份，而更重要的关键因素在于，康泰塑胶与塑协理念高度契合。

有生态才有健康 尽管2016年的“两会时间”已经结束，但正如两会期间总书记在参加黑龙江团和青海团审议时反复强调的那样：绿水青山就是金山银山，要像保护眼睛一样保护生态环境。与会人士预料，管材直接关系到人的身体健康和生态环境的好坏，随着科技水平的发展，人民生活水平的提高，绿色管材是消费者的追求，也是未来管材市场发展的方向。全行业在十三五的布局与展望中肯定会要求相关企业更加高度重视生态环境。

作为塑胶管道行业健康专家的康泰塑胶则始终坚持将生态作为企业发展的主题：环保型管材必须要保护人体健康和自然环境。

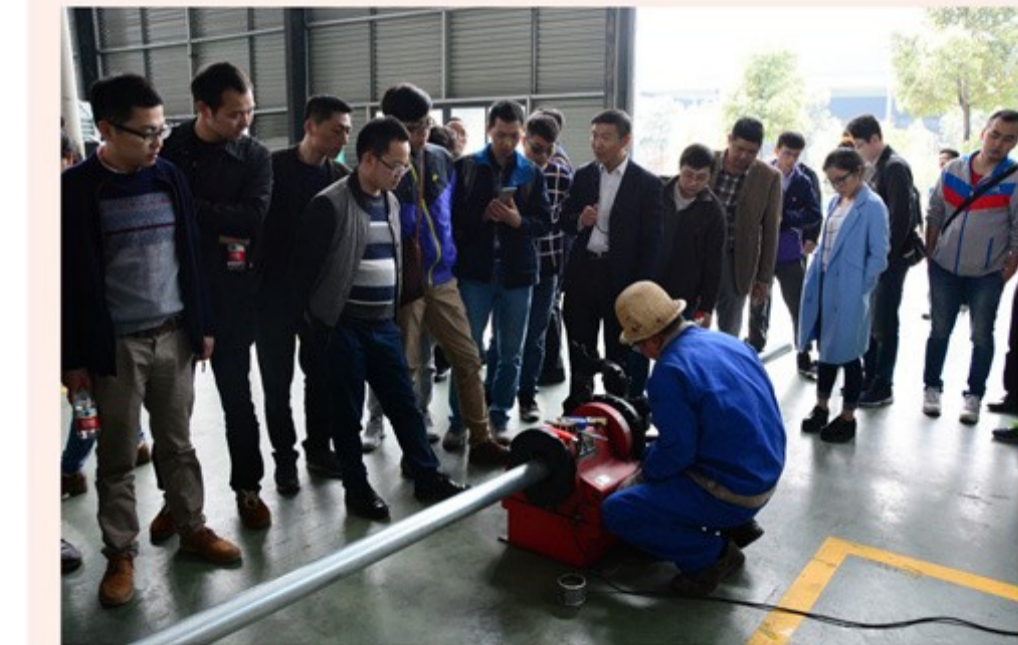
以生态PE给水管道为例，其采用的是国际先进聚乙烯管材挤出生产线生产，有效保证了原料的充分熔融、塑化，不仅具有优异的力学性能、电学性能、抗冲击性能、环保性能，更具备有效的抗快速及慢速开裂性能，非常适合40℃以下自来水及其他非溶剂类液体介质的输送，是省心安装，安心使用的最佳市政建设给水管道。

而据协会专家介绍，康泰塑胶生产的所有产品都



## 图片新闻

来自康泰集团销售中心的消息，3月份康泰产品销售同比增长24%，迎来开门红。在当前成本上升、竞争加剧、经济不景气等诸多困难与压力下，康泰仍然销售呈现产销两旺势头，堪称奇迹。图为装满货物的车辆正在驶出公司厂区（4月18日摄）。



（上接第一版）随后，康泰集团质量总监徐水平也向客户介绍了衬塑钢管和PP-R管道两款主打产品，并向客户进一步阐述了康泰集团“产品如人品”的质量管理的理念和方法，增强了客户对康泰产品的认可度。

随后，康泰集团技术总监张双全着重向客户推介了康泰集团MPE、MPVE波纹管、PVC-M饮

是绿色环保型产品，无一例外。其具有整体性、专业性、人性化的特点，不会对消费者身体健康造成危害，不会对生态环境造成影响，并能将生态、建筑与人完美融合，进而实现城市的生态环境健康可持续发展，提升居民生活水平和幸福指数。

科技创新永远是第一生产力，人们对于科学技术的追求正在不断提高。回眸“十二五”，管道行业实现了经济发展高位求进的历史跨越；展望十三五，为了满足消费者的需求，推动国家的科技发展，像塑胶管道这样的“冷门”行业同样也在不断追求技术的突破。

据了解，康泰塑胶已拥有塑料管材管件先进专利132项，处于行业前三甲，历经康泰人十余年研发成功的“稳净配方”具有革新行业生态标准的划时代的意义。目前，康泰塑胶正在转化专利近10项，十三五期间将转化近20项专利，同时，康泰塑胶正在打造博士工作站、院士工作站、国家级企业技术中心。科研实力的雄厚让康泰塑胶生态在未来五年的发展中会走得更快。

行业协会的相关人士表示，在国民经济进入“新常态”的大背景下，全行业可以积极抓住加快新型城镇化建设、建设“海绵”城市、加强城市地下管廊建设与改造、加强农村水利建设等多重市场机遇，优化产品结构，转变发展方式，提升产品质量。该人士也期待康泰塑胶能带动行业其他厂商一起共同为塑料管道行业的发展做出更大的贡献。（刊登时有删节）

而据协会专家介绍，康泰塑胶生产的所有产品都

质量、价值、共赢”的市场竞争理念和企业形象，密切了与广大客户和行业专家的联系。会议主题鲜明、议程清晰、海报林立，新产品陈列整齐有序，会议取得圆满成功，获得客户一致好评。未来，康泰集团将继续开展与兴蓉安科公司的战略合作推进，实现共赢！