

康泰



中国的康泰  
世界的康泰

康泰

康泰名片

中国的康泰 世界的康泰

KANGTAI BUSINESS CARDS

2010年商务年会特刊【总第4期】

康泰集团品牌与文化推广中心

[www.kangtaijituan.com](http://www.kangtaijituan.com)



2010年康泰集团商务年会合影

热烈祝贺

康泰集团2010年商务年会顺利召开



康泰塑胶科技集团有限公司  
KANGTAI PLASTIC SCIENCE & TECHNOLOGY GROUP CO., LTD

地址：中国·泉州康泰工业园  
电话：0086-28-82218488  
传真：0086-28-82211999  
网址：www.kangtaijituan.com  
邮箱：ktjt@kangtaijituan.com





以人 以诚 以效  
 高成就 高要求 高自尊 高自律  
 市场第一 合作共赢 务实勤俭

# 融入·超越

2010年塑料管道行业发展论坛敬请莅临！

海南·三亚

康泰塑胶科技集团有限公司  
 KANGTAI PLASTIC SCIENCE & TECHNOLOGY GROUP CO., LTD



# 新春贺词

律回春晖渐，万象始更新。我们告别了成绩斐然的2009，迎来了充满希望的2010，值此新春到来之际，我谨代表集团董事会和我的家人，向全体职员的努力进取和勤奋工作致以深深的谢意！向各合作伙伴及广大客户的支持厚爱 and 关心帮助表示最诚挚的敬意！祝大家在新的一年里事业兴旺、身体健康、家庭康泰，万事如意！

大浪淘沙，激流勇进，在市场经济的惊涛骇浪中，康泰人始终勇立潮头，劈波斩浪，扬帆远航。康泰人经过十余年的奋斗，从无到有，从小到大，由强到优，发展成今天的现代企业集团，这是各界朋友关心支持的结果，也是各合作伙伴及广大客户爱护康泰的结果，更是集团全体员工顽强拼搏、忘我工作、无私奉献的硕果。我们不会忘记你们，我们衷心感谢你们！

2009年在康泰发展的进程中绝对是不平凡的一年，地处辽宁盘山的东北生产基地完成筹建投产运营；11家销售分公司、9个办事处的顺利组建并成功拓展市场，完成预定的销售目标；浙江德清的华东生产基地项目已经开工建设；康泰牌系列产品顺利通过“中国环境标志产品认证”，给水系列产品通过“新华节水产品认证”；集团总部成都的康泰新工业园也于今年8月8日破土动工，预计未来五年计划年增长目标为40%。公司各项制度正逐步健全，整体发展稳健、业绩良好，康泰正以高追求，向集团化的全球化工建材供应基地的愿景进军。我们的目标：用五年的时间使康泰在二、三线市场成为管道行业卓越的品牌制造商。

康泰人坚持把工作当成事业，把事业融入生命，坚决做一个有责任心的人，办一个有责任心的企业，坚持品质和服务是永恒的主题，坚持与各合作伙伴和客户共赢，坚持经济效益和社会效益相结合，全面关注客户价值的文化理念将伴随着企业的发展而发展。

回顾过去，我们承前启后，继往开来，勤奋踏实，开拓进取，创造了辉煌；展望未来，我们思路清晰，目标明确，意气风发，豪情满怀！创新成就未来，变革创新、知行合一康泰通向未来之路。在当前，变革创新就是完善集团治理结构，建立和完善层次清晰、责权明确的分层管理的管理体制，加大团队建设力度，实施企业基础再造与标准化管理，强化渠道精耕细作，在管理力度和管理风格上实现突破；知行合一就是针对不同的层面，在管理上严格要求、在营销上慎重求实、在技术上掌握核心，真正做到战略合理、组织高效、制度完善、流程顺畅，人员精干。

冬天既然来了，春天就不远了，金融危机既带来了挑战，又带来了机遇，只要我们心中有希望，齐心协力，努力工作，我坚信康泰经过管理变革，背靠优秀的企业文化，通过实施专业化、国际化的发展战略，康泰必将超越同行，成为管道行业的翘楚，定会迎来更加辉煌的明天！

最后衷心祝愿大家新年快乐，阖家幸福，身体健康，万事如意！

康泰集团总裁：

康泰





2009年12月  
2010年商务年会特刊  
【总第4期】  
康泰集团品牌与文化推广中心

顾问 林云青  
总策划 张艳平  
主编 黄朝伟  
责任编辑 宋桃蓉  
张正超  
美编 周蕾

康泰塑胶科技集团有限公司  
KANGTAI PLASTIC SCIENCE & TECHNOLOGY GROUP CO., LTD.  
地址：中国·湖州康泰工业园  
电话：0086-28-82218488  
传真：0086-28-82211999  
http://www.kangtaijitu.com  
E-mail: ktjt@kangtaijitu.com

法律顾问：四川君达律师事务所 李五红 (028) 85197722  
2010年01月编印 | 内部资料 分享交流 不作任何商业用途 |

# 目录

## 资讯

- ◎ 新知 P01 我国塑料工业发展前景广阔  
P01 中外首次联袂交流塑管市场技术  
P01 PVC出口连续三个月增长
- ◎ 纪要 P02 康泰牌系列产品通过中国环境标志产品认证  
P02 康泰牌给水系列产品通过新华节水产品认证  
P03 盘锦市委书记、市长视察辽宁康泰生产基地  
P03 [提升责任心 强化执行力] 集团组织“制度执行力”专题培训  
P04 [校企合作 共享共赢] 康泰集团与沈阳科技大学建立合作协议  
P04 康泰不锈钢产品获国家专利  
P05 [增强忧患意识 永葆安全生产] “11.9消防日”集团在成都二基地举行消防演习  
P05 康泰集团荣获“工程建设推荐产品”证书  
P06 西南营运管理中心成立  
P07 [活力康泰] 全省乒乓球邀请赛在康泰举行  
P07 提升制度执行力落实员工责任

## 特别报道

P08 他山之石，可以攻玉  
——集团高层赴韩国、厦门考察纪实

## 深度企划

- P12 康泰集团简介
- P14 康泰集团大事记
- P16 天道酬勤年年谱写新篇章
- P18 ◆文化的力量  
企业愿景：成为全球化工建材供应基地  
企业使命：为每个家庭提供安全实惠的管道  
企业核心价值观：市场第一，合作共赢，务实勤俭，以人、以诚、以效。
- P22 ◆战略的力量  
康泰蓝图：审视今朝，虑在百年
- P24 ◆产业的力量
- P27 ◆研发的力量
- P28 ◆服务的力量
- P29 ◆营销的力量
- P30 ◆品牌的力量
- P32 ◆人才的力量
- P34 ◆创新的力量

## 走进康泰

- P37 开拓创新 锐意进取——记年轻的西安分公司
- P38 麻辣行天下——重庆分公司纪实
- P39 认真！就没有做不了的事——记重庆经销商夏兵
- P40 从做安装起，我就认准了康泰——记西安经销商袁晓冬

## 人文康泰

- P41 冬，沉静而美丽
- P42 康泰，我起飞的地方
- P43 成就的奇迹——谈《把信送给加西亚》有感
- P44 感恩的心
- P44 诗的四季
- P45 说句心里话
- P46 当幸福来敲门

封三 以身作则，共度寒冬  
——写给全体康泰人的新年誓词

中国塑料加工工业协会会长廖正品17日在包头召开的首届中国塑料产业论坛上说，我国塑料工业发展前景广阔，西部地区发展潜力巨大。当今，中国塑料市场巨大，蕴藏着无限商机。

廖正品说，今年我国塑料制品行业主要产品产量、产值及消费都在平稳增长，1-8月份，塑料制品工业总产值6776亿元，同比增长9.5%；塑料制品产量2782万吨，同比增长7.36%，其中塑料薄膜、塑料管及附件、塑料丝、绳等产品都在增长，行业总体形势是好的。预计在国家不断促进经济增长政策的宏观大环境下，我国塑料行业第四季度将继续保持平稳增长态势，实现较快健康发展，增幅可达两位数。

我国塑料工业具有巨大发展潜力，产品产量从5月起逐月上升，成品存货累计同比达0.2%。为了应对国际金融危机的影响，政府出台了《轻工业调整振兴规划》，把塑料列为三大重点行业之中来规划，把塑料加工业作为重点行业给予支持。

尽管金融危机影响到我国塑料制品的出口，但今年上半年我国塑料制品产量增长仍达到8%，表明国内需求旺盛。特别值得提及的是中国西部塑料制品产业发展迅猛，今1-8月份，西部省份的塑料制品产品产量都在大幅度增长，如内蒙古累计增长49%，青海增长55%，甘肃增长29%，陕西增长22%，西部地区塑料行业正在崛起。

近几年，科研机构在材料研发上持续加大投入，新成果、新技术、新工艺，包括节能技术在塑料机械上的应用极大地推动了塑料行业技术进步与发展。跨国公司在华投资企业拥有很多高科技产品，市场前景看好，如外商投资企业出口占的比例已超过四成。

(中国塑料加工工业协会)

## 中外首次联袂 交流塑管市场技术

11月4-5日，国际塑料管道会议协会首次与中国塑料加工工业协会塑料管道专委会合作在中国举办的高层次市场技术研讨会2009年(北京)国际塑料管道交流会召开。与会人士认为，中外塑料管道市场技术的交流，有助于中国塑管更多地进入国际市场以及中国塑管行业整体技术水平的提升。

据塑料管道专委会理事长陈力群介绍，中国已经成为塑料管道的生产和应用大国，2008年塑料管道产量460万吨。但是与发达国家相比，中国塑管行业在质量控制、技术水平和管理理念方面还存在差距。

塑料加工协会会长廖正品表示，加强中外交流、融入国际市场，是中国塑管行业发展的必然。特别是在当前世界经济低迷、国际贸易保护主义抬头的形势下，中国塑管行业和企业应在不断提高技术水平和创新能力的同时，通过加强国际合作，积极寻求发展的新机遇。

据国际塑料管道会议协会理事罗宾·布莱瑟说，目前，国际上一直在力推塑料作为管道应用的首选材料。与中国合作共同举办技术交流会这还是首次，他在今后的国际交流中有更多的中国企业参与。

来自欧美等10多个国家的200多位中外代表参加了此次会议。

(中国化工报)

# 我国塑料工业 发展前景广阔

## PVC出口 连续三个月增长

海关统计数据显示，9月份中国PVC(聚氯乙烯)出口连续第三个月出现增长，这也是自2007年初以来中国PVC出口最长的上升周期。9月份中国共计出口PVC57237吨，比上月增长20%，比去年同期增长94%。

市场人士表示，9月份中国PVC出口的大幅增长的主要原因有两个：其一是在国际PVC下游市场需求增加；其二是在乙烯价格上涨的过程中，中国电石法PVC生产商的竞争能力获得提高。近几个月来乙烯价格的大幅上扬已经增加了乙烯法PVC生产商的的生产成本，于是电石法PVC生产商的的成本优势得以体现。不过，一些生产商对当前市场的反弹仍持谨慎的态度。

(中国化工报)



# 康泰牌系列产品通过 中国环境标志产品认证

本刊讯 近日，经中环联合（北京）认证中心有限公司核准，康泰塑胶科技集团有限公司的康泰牌给水管材、管件；排水管材、管件；电工套管；PE燃气管材、管件等系列产品通过认证，获得了中国环境标志产品认证证书。

近年来，我国政府强调经济建设和环境保护协调发展的重要性，提出了坚持科学发展观、构建和谐社会的总体目标，并将改善环境作为全面建设小康社会的主要任务。明确提出，“要加快建设资源节约型、环境友好型社会”并把建设资源节约型和环境友好型社会确定为国民经济与社会发展中长期规划的一项战略任务。

作为一家优秀的民营企业，康泰集团在努力发展的同时，非常注重环境保护，无论是产品技术，还是生产过程中的资源再利用都达到绿色环保工厂的标准；同时，康泰集团还积极参与环保公益活动，关注小我，也关注大我，为社会的可持续发展做出了应有的贡献。肩承“十环”，康泰集团将继续承载打造环保产品的重任，引导绿色消费，为消费者提供更为完善体贴的权益保障。

(宋桃善)



## 康泰牌给水系列产品 通过新华节水产品认证

本刊讯 日前，经过严格的现场审查和产品抽检，康泰集团的PE、PVC、PVC-M给水系列产品一次性通过了北京新华节水产品认证有限公司的认证，并于2009年12月1日获得证书。

北京新华节水产品认证有限公司是经水利部综合事业局发起、水利部推荐、国家认证认可监督管理委员会批准（批准号：CNCA-R-2005-094）、工商行政管理局注册、具有独立法人资格的第三方认证机构，专业从事节水产品认证工作并颁发节水产品认证证书的非赢利性质的服务实体。

康泰产品获得了此类认证，是对产品品质的高度认可，也是公司实力的有力表现。公司将再接再厉，竭诚为广大客户提供更加优质的管道产品，为社会做出更大的贡献。

(宋桃善)



本刊讯 11月5日，盘锦市市委书记陈淑珍、市长孙国相等市委、市政府领导一行150余人到辽宁康泰塑胶科技有限公司视察工作。辽宁康泰生产基地执行董事长冯伟忠、执行总经理梁敬才等陪同视察。

冯伟忠董事长向市委、市政府领导详细介绍了辽宁康泰的生产现状及三期工程进展情况：现年产值为6亿元，三期建成后将达到10亿元。孙市长说，辽宁康泰落户盘锦，改变了东北塑胶行业的格局，加剧了东北塑胶行业的竞争，促进了市场的发展，同时对盘锦的经济社会发展起到了积极的促进作用。在冯董、梁总的陪同下，市委市政府领导一行深入到生产车间，实地察看了公司的生产情况。在PE250线，领导们慰问了车间员工，详细地询问了生产情况、产品信息，并观看了主机手的操作，市领导对康泰集团的规范化及专业化赞不绝口。

(阳军)

## 视察辽宁康泰生产基地、市长



## [提升责任心 强化执行力]

# 集团组织“制度执行力”专题培训



本刊讯 近日，为进一步提高员工职业素养和制度执行力，树立良好的服务品牌和企业形象，康泰集团举办了一系列关于制度执行力的专题培训。

根据《责任胜于能力》和《4R执行力》的相关内容，结合集团新发的《关于强化制度执行确保工作落实的通知》的相关要求。集团总裁办就制度规范、行为举止等方面进行了专题培训。并强调：制度的天敌是熟人；制度的背后是好人；制度的执行是坏人，通过遵守制度来推动制度的发展。

良好的企业形象可以使企业在竞争中处于有利地位，受益无穷；而平庸乃至恶劣的企业形象无疑会使企业在生产经营中举步维艰，贻害无穷。企业形象不单局限在硬件设施的完善，更要靠员工良好的自身形象。制度执行力的提升，将规范员工的言行，提高工作效率，提升企业形象。

(张彩云)





## [校企合作 共享共赢] 康泰集团与沈阳科技大学建立合作协议

本刊讯 11月7日，辽宁省太阳能协会秘书长孙凯、沈阳建筑大学材料科学与工程学院副院长赵金波等一行来到辽宁康泰塑胶科技有限公司洽谈合作事宜。

在辽宁康泰生产基地的会议室，基地负责人向来宾介绍了辽宁康泰的情况，总经办就人力资源的相关事宜做了详细的说明，并向客人介绍了辽宁康泰的6S管理等制度。会后，一行人还饶有兴趣地到基地各车间进行了参观，并就辽宁康泰的产能、规模进行了实地调

研。调研后，辽宁康泰总经理助理周正旺与沈阳建筑大学材料科学与工程学院副院长赵金波签订了合作协议，辽宁康泰生产基地成为沈阳建筑大学的实践就业基地，为沈阳建筑大学学生提供实习机会，并优先接收沈阳建筑大学的学生到公司就业；同时沈阳建筑大学也成为辽宁康泰生产基地员工的深造中心，并为公司提供相关技术支持。

(阳军)

## 康泰不锈钢产品获国家专利

本刊讯 近日，康泰不锈钢加强双卡压曲面密封管接头获国家知识产权局专利。证书编号：200920176616.9。

该接头的设计特色在于：在管子外端设有两个凹槽，一个凹槽作为密封圈槽，用于放置密封圈，另外一个凹槽为压缩预留槽，管子由管体承插口插入，通过密封圈与管体进行密封，然后用卡压钳在所述两个凹槽之间进行管道卡压。设置压缩预留槽，减小压接力量，且确保压缩到位，进一步提高压接后管件的抗拉拔能力。管件、管材成型加工较其他结构形式更为简单容易，成品率极高，大大降低生产成本。压接后管件管材实验压力达到10.0MPa以上，无渗水，无拉拔滑动现象，可靠性更高。

该接头内壁具有限位凸起部，可以让两个管材单元分别接触限位凸起部两端进行定位，有效保证了管道连接的可靠性和精确性。

(黄彦)



## [增强忧患意识 永葆安全生产]

## “11.9消防日”集团在成都二基地举行消防演习



本刊讯 为增强员工消防意识，熟练掌握消防器材的使用方法。11月9日正值第18个全国消防日，康泰集团在成都二基地举行了消防演习，以此来增进抗灾自救意识。

演练按照预定方案，有序、紧张地进行，取得了圆满成功。通过对消防知识的讲解和实际演习，使集团员工进一步强化了消防安全意识、提高了对消防器材的操作能力、增强了在火灾事故状态下自救自救能力。使各部门的集体荣誉感得到了进一步的提升，为公司创建安全、稳定、和谐的环境营造了氛围。

(康晓鸿)



## 康泰集团荣获“工程建设推荐产品”证书

本刊讯 日前，康泰塑胶科技集团有限公司生产的PVCU给排水管材及配件、绝缘电工套管及配件、双壁波纹管；塑料异型材及门窗；PVC多孔通信管；PVC-M给水管；PVC-C电力套管；HDPE给水、燃气管材及配件、双壁波纹管、钢丝复合给水管；PP-R冷热水用管材及配件、铝塑复合稳态给水管、PE-RT、PE-X地热采暖管道；不锈钢给水管及配件等系列产品顺利通过了中国工程建设协会产品评审委员会的审查和评定，获得了“工程建设推荐产品”证书。

中国工程建设协会，主要从事建筑、城市、交通、市政等工程建设领域的管理评价、技术研究工作，目的是推动我国工程建设进步、提高工程建设质量、促进工程建设事业的发展。至今已为多家工程建设、建材企业作了技术指导和评价，深受企业的好评。

(张正超)



### 证书

康泰塑胶科技集团有限公司

经中国工程建设协会产品评审委员会审查、评定，批准你单位：康泰牌PVC-U给排水管材及配件、绝缘电工套管及配件、双壁波纹管、塑料异型材及门窗；PVC多孔通信管；PVC-M给水管；PVC-C电力套管；HDPE给水、燃气管材及配件、双壁波纹管、钢丝复合给水管；PP-R冷热水用管材及配件、铝塑复合稳态给水管；PE-RT、PE-X地热采暖管道；不锈钢给水管及配件；为工程建设推荐产品。

特此证明

有效期：叁年

中工建协字第[2009]5108号

中国工程建设协会  
二零零九年十月十八日



# 西南营运管理中心成立



本刊讯 为提高公司敏锐的市场洞察力，加快物流速度，加强营销分公司与生产基地之间的有效沟通、降低运营成本。11月10日，经集团研究决定，康泰集团西南营运管理中心在集团总部成立。集团董事长兼总裁林云青，营销总公司总经理于在河，成都、西南、重庆分公司的负责人等出席了成立大会。

会上，林总裁强调：通过成立西南营运管理中心，整合产销资源，充分发挥康泰区域性品牌和产品市场优势，打造区域性的硬性管理；把市场占有率、生产量，转入规模化、专业化、市场化；以市场定位为向导转向市场需求为导向的产品质量、价格结构调整；建立高效、快速的营销团队，及时为客户服务。

据悉，西南营运管理中心的成立，将优化康泰营销的管理结构，通过整合生产、营销、服务等模块，充分发挥集团的整体优势。通过市场建设、客户服务、产品推介、精耕细作和加强内部管理来提升销售网络的运营质量，不断提高客户的认知和接受程度，确保康泰销售业绩的持续增长。

(张彩云)

## [活力康泰]

# 全省乒乓球邀请赛在康泰举行

本刊讯 11月7-8日，四川省“江源杯”乒乓球邀请赛在康泰乒乓球俱乐部盛大开幕。集团董事长兼总裁、崇州市乒乓球协会会长林云青出席开幕式。

本次比赛由四川省乒乓球协会主办，邀请了包括重庆代表队在内的25支参赛队。康泰乒乓球俱乐部一流的场地、先进的比赛器械给参赛队员留下了深刻的印象。经过两天的角逐，重庆代表队获得了冠军。

(张正超)



## 海

尔集团首席执行官张瑞敏曾谈到：“一个企业的领导要有将一件事从头抓到底的韧性”。这句话道出了执行力对于企业管理和企业发展的重要性。在企业内部出台一个制度或布置一项任务，我们时常会发现有的并不能得到很好地执行，或者执行落实起来有些折扣，这反映出了企业在执行力上还存在着一些问题。

企业在不同的发展阶段，或者不同的企业对于执行力的要求是不同的。一般来说，企业的发展遵循从号令执行力到制度执行力，再到创新执行力的演进过程。也就是说，在企业发展的早期主要是依赖人，发展到一定的规模就需要依赖制度。企业执行力的强弱关系到企业决策层的决策、经理层的工作指令能否得到有效贯彻落实，企业各级各部门能否创造性开展工作，企业核心竞争能力能否真正提高。

在11月，无论是总裁办公会，还是员工培训，一个工作重点都是强调制度执行力、贯彻制度执行力。企业要发展，制度是关键，制度执行力是杜绝熟人文化、面子文化、好人文化的利器。如何才能提高康泰人的制度执行力呢？

一是制度规范行为。通过建立有执行力的管理团队和严格的管理制度，在企业中营造康泰人自己的企业文化；从根本上在全体员工中形成一个良好的工作氛围，让大家形成一个积极向上，要求进步的工作态度。

二是调整心态，从平庸走向杰出。不要总是认为这是小事，其实工作无小事。能把自己所在岗位上的每一件小事做成功，做到位就很不简单了。不屑于做小事的人做起事来十分消极，不过是在工作中混时间；而积极的人则会安心工作，“以小见大”“见微知著”，从做小事中得到认可，赢得人们的信任，最终得到干大事的机会。结论就是：把每一件简单的事做好就是不简单；把每一件平凡的事做好就是不平凡。

三是强化执行，落实责任。强化员工的责任感，让每一名员工明确自己的责任；让员工明确放弃自己的责任，就意味着放弃了自己更好的生存机会。工作就意味着责任。每一个职位所规定的工作任务就是一份责任。你从事这项工作就应该担负起这份责任。当我们对工作充满责任感时，就能从中学到更多的知识，积累更多的经验，就能从全身心投入工作的过程中找到快乐。这种习惯或许不会有立竿见影的效果，但可以肯定的是，当懒散敷衍成为一种习惯时，做起来往往就会不诚实。这样，人们最终必定轻视你的工作，从而轻视你的人品。在工作上投机取巧也许会给一个部门带来一点点的损失，但却可以毁掉一个人的一生。

一个成功的企业，从经营者到经理层以及各部门职员都能够以身作则，身体力行地带头执行相关制度。若是把制度仅当作一种摆设，若是在制度上钻牛角尖，不能与时俱进地看待制度，若是考核责任部门碍于面子不愿“得罪人”，若是我们的各级领导者不能严于律己，凡事过于随心所欲，企业的制度执行力就会大打折扣，最终影响企业的发展。

◎本刊评论员

# 提升制度执行力 落实员工责任





# 他山之石，可以攻玉

## ——集团高层赴韩国、厦门考察纪实

编者按：

随着经济全球化和市场竞争的加剧，如何利用国际国内“两个市场”成为摆在民营企业面前的一项课题。在经济全球化的浪潮中，不论是大企业，还是小企业，都需要具备国际化的眼光和意识，分析自身，比较优劣，努力提高参与国际竞争的能力。

11月下旬，集团高层及部分经销商分赴韩国、厦门等企业，学习调研先进企业的管理模式和运营理念。“他山之石，可以攻玉”，学习先进企业的经验，必定会为丰富康泰的营销理念、管理规范、文化内涵等起到积极的促进作用



11月27日在厦门翔安举行的“成都崇州厦门翔安区域合作”推介会上，康泰管业作为崇州的知名企业，应邀参加盛会。崇州和翔安企业相互交流经验、沟通合作事宜，达成了多项合作。



● 集团高层与LG负责人合影



参观银鹭集团现代化生产线



千里之行  
始于足下

足迹

导语

勤劳、执着、智慧的康泰人，锐意进取，开拓创新，创造了今天康泰的辉煌。

十余年，康泰始终恪守「市场第一、合作共赢、务实勤俭、以人为本、以诚、以效」的企业核心价值观，在每一次企业和行业遇到重大挑战时，总是通过技术创新、产品创新、营销创新和管理创新，以点带面，化危为机，推动企业快速、稳健发展，持续领先、领跑。

业精于勤，行成于思。面对未来挑战，康泰将立足规模化、专业化，实现市场化、国际化，以品牌带动产品，实现康泰新的、更大的跨越。



# 康泰集团简介

**康泰塑胶科技集团有限公司**，创立于1998年，是一家集专业研发、生产、销售为一体的大型塑料建材民营股份制企业集团。公司以“成为全球化学建材供应基地”为愿景，以“为每个家庭提供安全实惠的管道”为做人做事原则。集团自成立以来一直保持着健康、稳定、快速的增长发展势头，先后组建了康泰集团、成都康泰基地、河南康泰基地、江西康泰基地、上海康泰基地、河北康泰基地、长春康泰基地、合肥康泰基地、辽宁康泰基地和杭州康泰基地等10家生产基地成员企业，并建立了完善的企业法人治理结构。公司在全国成立了30个销售分公司和覆盖全国各区、县、乡镇完善的营销网络系统，拥有具国际先进水平的全自动电脑数控挤出、注塑、型钢门窗装配等专用生产设备1000余台（套），现有员工8000余名，总资产20亿元，年生产量30万吨以上。

康泰塑胶科技集团始终坚持“以质量求生存、以价格求竞争、以服务求发展”的市场竞争理念，长期以来，康泰品牌不仅以“品质高、配套齐、网络全、服务快”的竞争优势享誉海内外市场，而且还以其雄厚的集团综合实力在行业界中占据着重要的影响地位。康泰牌系列产品被国家有关部门授予了“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“国家免检产品”和“全国同行业十大品牌”和连年被中国农业银行评为“AAA级信用等级企业”，连年被四川省政府评为“优秀民营企业”等荣誉称号，并成为中国塑料协会副理事长单位，是建设部发布的中国最具规模的化学建材生产基地之一。

康泰塑胶科技集团在技术创新和管理创新方面，硕果累累、成绩斐然：康泰技术中心被国家相关机构认定成为四川省技术中心，独立组建具有行业一流水准的产品检测中心获得了国家级CNAS实验室的权威认定，并取得了由四川省技术监督局颁发的能够出具产品质量检验合格证明的“A级资格证书”，是四川省质检院在四川省同行业内设立的唯一一家网络实验室。公司产品先后获得了HDPE、PVC-U塑胶复合缠绕管、PVC-U双中空管、PE钢丝网注塑预制法兰、耐候隔氧PP-R复合管、格栅式管件、卡扣式管件、封闭钟罩式地漏等多达100余项国家专利。

康泰塑胶科技集团高度重视产品生产的质量、安全、环保和节能工作，康泰牌系列产品通过了“中国环境标志产品认证”、给水系列产品通过了“新华节水产品认证”，全面通过ISO9001:2000国际质量管理体系、ISO14001:2004环境管理体系和OHSAS18001职业健康安全管理体系的一体化管理体系认证。并建立起了规范的现代企业管理体系。在长期开展“QCC品管圈”活动、“现场质量评价”活动及“卓越绩效管理”的同时，康泰人始终牢记百分之百合格品和零缺陷的质量意识，其产品的质量和性能得到了持续的优化和提升，使我们的客户买的满意，用得放心！

康泰塑胶科技集团客户服务以“客户的要求就是我们的标准，客户的需求就是我们要做的”为服务理念，以实行“首问责任制”及“一站式服务”承诺为工作重点，全面关注客户价值，不断提升客户服务水平。集团品牌建设实行统一策划、统一文化、统一标准、统一推广的品牌管理模式，在市场中成功塑造出了康泰“安全、环保、高品质”的绿色高端品牌形象，并深受广大客户的喜爱。

境界决定格局、梦想启动未来，康泰人将继续以高度的社会责任感和民族使命感，充分发挥已有优势，不断创新、携手合作、共享共赢，向着“成为全球化工建材供应基地”的宏伟目标奋进。



康泰塑胶科技集团主要以生产“康泰”牌：

- PVC-U给水、排水管材、管件；
- PP-R冷热水用管材、管件；
- PVC-M给水管；
- PVC-U绝缘电工导管；
- PP-R铝塑复合稳态给水管；
- PVC-C电力套管；
- PVC-U排污用双壁波纹管；
- HDPE给水管材、管件；
- PVC多孔通信管；
- PE-RT和PE-X地热采暖管道；
- HDPE排污双壁波纹管；
- 不锈钢管给水管材、管件；
- HDPE钢丝网复合给水管；
- PVC-U塑料异型材、门窗和家装用管道等系列产品，品种规格达5000多种。



# 康泰集团

# 大事记

## 1998年

- 4月，成立第二家塑胶制品企业：江西康乐塑胶有限公司；
- 12月，成立第三家塑胶制品企业：四川康乐塑胶制品有限公司；

## 2000年

- 08月，通过ISO9001：2000国际体系质量认证；

## 2001年

- 02月，康泰牌系列产品被国家建材局等有关单位授予“中国十大品牌”称号；
- 10月，康泰牌系列产品被中国技术监督情报协会评为“质量过硬放心品牌”；

## 2002年

- 04月，规划建立“康乐工业园”，提前5个月建成，并全面投产；
- 04月，康泰牌系列产品由中国人民保险公司提供产品责任险；
- 05月，康泰牌系列产品被中国工程建设标准化协会评为“绿色环保建材产品”；
- 10月，康泰牌系列产品被中国工程建设标准化协会评为“中华建材精品”；

## 2004年

- 01月，康泰牌系列产品被四川省人民政府评定为“四川名牌产品”；
- 04月，成立河北康辉塑胶制品有限公司；
- 09月，康泰牌系列产品被国家质量监督检验检疫总局评定为“国家质量免检产品”；
- 12月，成立安徽康嘉塑胶建材有限公司；

## 2003年

- 02月，被国家确定为西南建材生产基地；

## 2005年

- 09月，被四川省质量技术监督局被为“质量信誉AAA级企业”；
- 12月，成为中国塑料加工工业协会“会员单位”；
- 12月，康泰商标被四川省工商局评定为“四川省著名商标”；

## 2006年

- 01月，被四川省建设厅评为“建设科技成果推广先进企业”；
- 02月，兼并四川安信铝业有限公司；
- 05月，四川康乐塑胶制品有限公司，更名为：成都康乐塑胶科技集团有限公司；
- 09月，兼并河南嘉合塑胶制品有限公司，更名为：河南康泰塑胶科技有限公司；
- 09月，康泰牌系列产品由国家质检总局评为“中国名牌”产品；
- 12月，成立四川康泰门窗制造安装工程有限责任公司；

## 2007年

- 04月，成为四川省燃气协会“会员单位”；
- 06月，成为中国水利企业协会灌排水分会“会员单位”；
- 08月，通过ISO14001：2004环境管理体系认证；
- 11月，康泰品牌获“中国驰名商标”认定；
- 11月，由成都康乐塑胶科技集团有限公司更名成立为康泰塑胶科技集团有限公司；
- 12月，康泰牌系列产品再次被国家质量监督检验检疫总局评定为“国家质量免检产品”；

## 2008年

- 09月，通过国家级CNAS实验室认定；
- 10月，通过OHSAS18001职业健康安全管理体系认定；

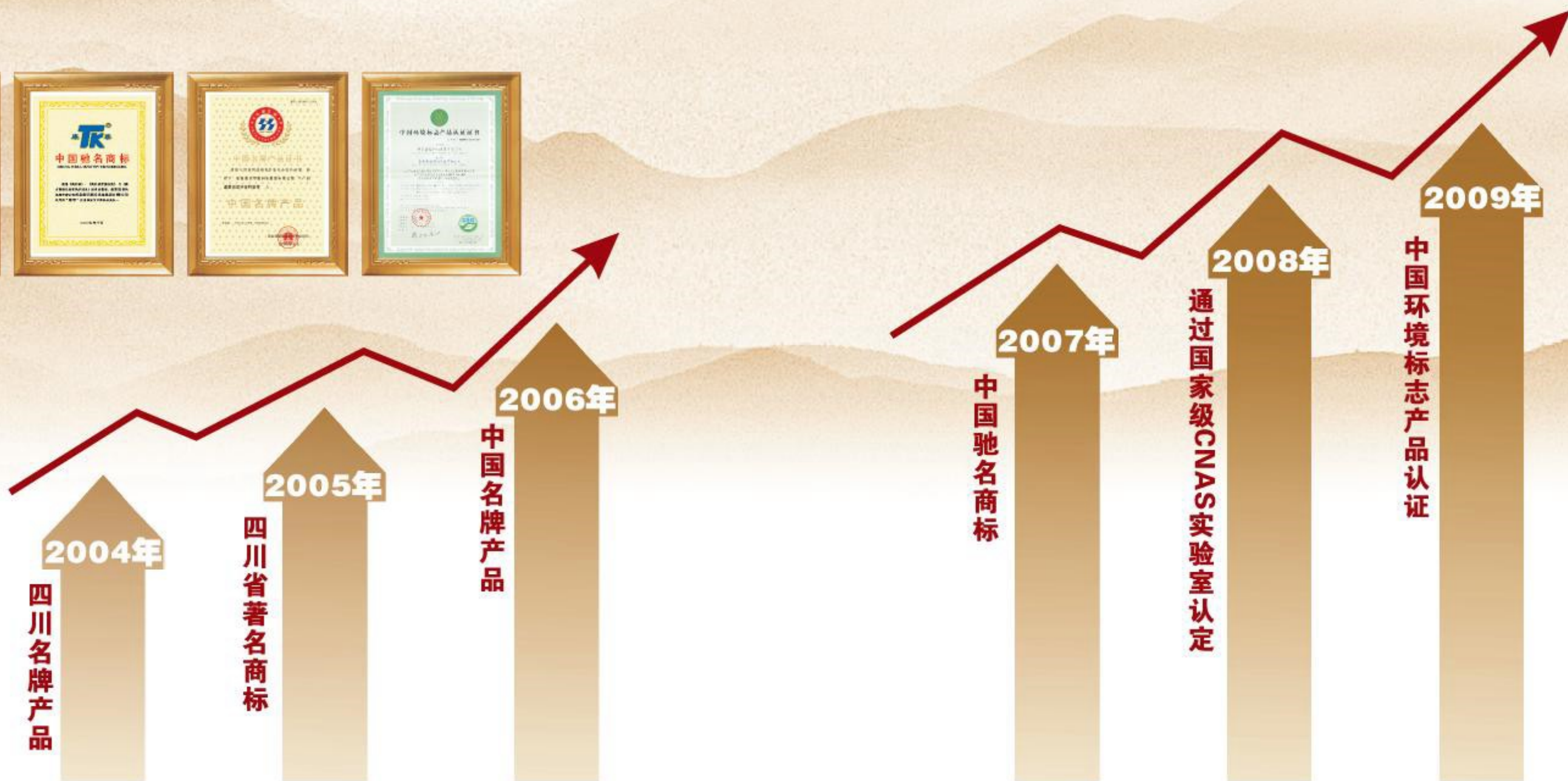
## 2009年

- 01月，成立辽宁康泰塑胶科技有限公司；
- 10月，成立浙江康泰管业科技有限公司；
- 11月，康泰产品通过“中国环境标志产品认证”；
- 12月，给水产品通过“新华节水产品认证”；



# 天道酬勤

## 年年谱写新篇章





## 企业愿景：

# 成为全球化工建材 供应基地

在康泰集团漫长的成长过程当中，逐步形成“成为全球化工建材供应基地”的美好愿景，这是康泰集团发展的远大理想，是每一名康泰员工都应该努力奋斗的方向，是企业战略发展的重要组成部分。是康泰集团根据企业现阶段经营与管理发展的需要对未来发展方向的一种期望、一种预测、一种定位。企业的全体员工都应及时有效地通晓企业愿景赋予的使命和责任，使企业在计划——实行——评价——反馈的循环过程中不断地增强自身解决问题的力度和强度。

# 文化的力量

## 企业使命：

# 为每个家庭 提供安全实惠的管道

作为一家有责任感、敢于担当的企业，康泰集团从发展之初便以“为每个家庭提供安全实惠的管道”作为企业的使命，作为企业赖以生存乃至发展的基础。康泰集团在企业使命上充分体现了康泰人“务实勤俭”的价值理念，没有好高骛远和夸下海口，没有遥不可及，康泰只是踏实地回到一个企业的根本，回到我们客户需求的根本，为每个家庭、为我们的消费者提供安全的管道。

同时，企业要发展，产品是根本，而性价比高、物美价廉的产品才能在市场竞争中立于不败之地，以为每个家庭提供实惠的管道作为企业使命，也是在不断地鞭策康泰人锐意进取、不断开拓创新、树立成本概念，立志为每一个家庭提供用途广泛、价格公道的产品。





# 文化的力量



**企业核心价值观：**  
**市场第一，合作共赢，务实勤俭，**  
**以人、以诚、以效。**

## 市场第一

坚持以市场为导向，市场需要什么，我们就生产销售什么产品；不断了解市场，分析市场行情，了解客户需求，提供能满足客户需求的产品和市场的网络。

## 合作共赢

共同赢利，只要同我们合作就让他们赢利。第一让经销商(客户)赢利，第二让员工赢利，第三让供应链赢利，最后是股东赢利，社会和其它一切共赢。经销商通过开发渠道，占领市场取得销量获取回报；员工通过持续创造客户价值和业绩获取回报，以业绩论英雄；供应商通过提供物美价廉、保证质量的物资获取利益回报；股东通过企业壮大和持续发展获取投资回报的利益；企业发展好了，才有社会和其它一切共赢。

## 务实勤俭

务实，就是稳重、健康、持续高速发展，不虚饰、不夸大、不张扬、不挑逗。企业经营管理、产品开发，对客户、对员工、对供应链、对同行、对社会关系就是要契合实际地「务实」高效和实心实意；对社会、朋友做有价值的事；坚持勤奋、拼搏、奋斗、谦虚谨慎、坚定执着、不断进步；从点滴做起，从自身做起，勤俭节约，提倡节约性、高效率做人做事的企业文化。

## 以人

就是道和智、德和忠  
孝，孝敬长辈、敬畏客户、  
尊重同事、尊重社会，坚持  
先做人后做事的原则。

## 以诚

就是诚实、诚信、真  
诚，发自内心的真诚，做人  
做事要真诚和坦诚。

## 以效

就是效益。工作和做事  
都要讲效益。管理、生产、  
销售、服务都是一个数字，  
提倡效率优先，坚持准、  
快、信守承诺的工作作风，  
以客户为中心，以管理出效  
益，以业绩论英雄，讲求实  
效，超越自我。



# 战略的力量

## 康泰蓝图 审视今朝，虑在百年

康泰集团坚持以产销塑胶建材产品为中心，以上下游发展为产业链。企业愿景是“成为全球化工建材供应基地”，肩负“为每个家庭提供安全实惠的管道”的使命；以“市场第一、合作共赢、务实勤俭、以人、以诚、以效”的核心价值观为准绳，通过经营核心业务、投资增长业务、培育种子业务建立康泰经营战略的“三层业务链”，（建筑材料、市政材料、家装材料、专用管道、种子业务是上游专用原料，打造核心竞争力）；以投资管理重点，实现内部市场化，建立覆盖全国市场的渠道网络；以康泰品牌为主体，对外大力实施市场开拓突破战略，打造集团品牌美誉度，提升核心竞争力；以创新为动力，对内着力推进企业内部市场化战略转型，实现增产增量，提值增效，跨越发展，做专、做精、做强、做大企业规模，把康泰集团公司建设成为机制先进、管理科学、竞争力强的具有国内、国际影响力的特大型现代企业集团。





# 产业的力量

公司拥有具有国际先进水平的全自动电脑数控挤出、注塑、塑钢门窗装配等专用生产设备1000余台(套),总资产20亿元,年生产量30万吨以上。

建立了各职能部门独立的产品测试中心,通过严格质量关,坚持不合格的原料不进厂,不合格的产品不出厂,建立健全了第三方检测机制。保证了出厂产品各项质量指标均达到或优于国家标准,产品质量100%验收合格。

康泰集团各生产基地依托ISO9001质量体系认证,明确了各部门、各岗位的职责职能,对企业的生产、安装、服务都提出了更高的要求,使各项工作有法可依、有章可循,实现质量管理规范化、程序化。

自动化生产线和规范化的生产管理模式,确保了集团管道系列产品从原材料进厂到产品出厂各项指标都领跑于同行业,并于2003年被国家确定为西南建材生产基地。



## THE POWER OF INDUSTRY



## THE POWER OF INDUSTRY

# 产业的力量

### 辽宁康泰生产基地

坐落在辽宁省盘山县经济开发区新材料产业园,占地面积217亩,总投资人民币三亿元,分期形成塑胶管道年生产能力60000吨,产值10亿元,利税1.4亿的东北区域生产中心。项目分两期建设,一期工程投资9800万元,形成年产24000吨,4个亿的产能,二期建成投产后,将达到年生产能力为60000吨,产值达10亿元。





# THE POWER OF INDUSTRY

## 产业的力量

**杭州康泰生产基地**坐落于浙江省德清经济开发区，占地约190亩，总投资三亿元。主要生产PE、PPR、PEX等管道产品。项目分两期建设投资15000万元，形成年产24000吨，4个亿的产能；二期建成投产后，最终年生产能力为60000吨，产值达10亿元。



**康泰集团技术技术中心**成立于2001年，设高工办、设计部、试制车间、技术培训部等八个部门。现有技术中心人员40人，其中，专职从事技术开发的技术人员有36人。技术中心一批年富力强的技术开发骨干，在资深高级工程师的带领和辅导下，坚持“精细创新，追求卓越”的技术开发价值观，构成了公司雄厚的技术力量。

技术中心在积极开展自主研发的基础上，先后与四川大学、南京大学、中科院成都分院等科研院校以及相关的大型设备厂家和模具厂家合作。先后开发推出了空壁螺旋管、芯层发泡管、空壁管及螺旋发泡管、可调地漏、自动吸气阀、PE-RT地板辐射采暖管PE-X地板采暖管、PVC-U彩色共挤型材等系列新产品，进一步满足了用户的需求。公司近年来申报的专利近20项，技术水平均达到国内领先。

# THE POWER OF RESEARCH AND DEVELOPMENT

# 研发的力量



# 服务的力量

集团全面推行“首问责任制”及“一站式服务”的服务制度，为客户提供专业、便捷的服务。“顾客的需要，就是我们要做的事”，康泰集团由生产技术部门、售后服务部门协作成立的专业技术人员队伍，可以根据各建设单位、业主或工程施工方的施工进度和实际需要为顾客提供高品质的工程技术支持，无论是售前、售中还是售后，关注服务的每一个细节，使顾客买得满意，用得放心。

集团公司物流配送坚持效益优先的原则：常规产品保证在接到送货通知后四川省内12小时货到指定地点，500—1000公里24小时到货，1000—2000公里48小时到货，2000公里以外96小时到货。



## THE POWER OF SERVICE



# 营销的力量

一年内成立11家分公司、9家办事处的是什么？康泰的回答是：靠营销的力量！

康泰营销团队根据自身特点和市场环境，创立了独特的营销理念，使企业在市场竞争中逐渐发展壮大。目前，康泰已经建立起了覆盖城乡的三级营销网络，根据区域的不同，分区执行营销政策，立足客户终端、保证物流配送，专业化、精细化的特点能满足不同消费者对康泰产品的需求。

## THE POWER OF MARKETING





# 品牌的力量

THE POWER OF THE BRAND

## ◎系列推广会

### 新品推广 康泰发展新引擎

创新是企业发展永恒的动力，是树立形象，确保企业基业常青的有力武器；是提高销量，维持市场可持续发展的有效方法及途径。在经济危机的大背景下，康泰集团新产品全国巡回推广会分别在包头、长沙、重庆、合肥、新疆召开。此次新产品推广会，康泰集团拿出最新研制的13款产品，分别从质量、环保、安全、除噪等多个方面入手，运用新技术，奉献新产品，向市场传递出“康泰”品牌的力量和魅力。



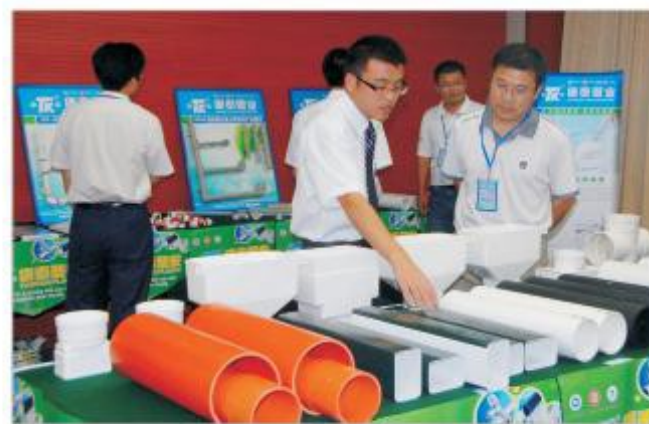
THE POWER OF THE BRAND

# 品牌的力量

## ◎展会

### 敞开家门验品质 展会推广信誉高

聚光灯下，康泰产品的幕布缓缓升起。独特的设计，全新的包装，广阔的应用领域，巨大的市场潜力……每一款产品都放在了消费者面前，“我们就是想让消费者实地检验我们的产品”，康泰集团董事长兼总裁林云青如此谈到参加推广会的目的。从四川省城乡住房展览会和第十届西部国际博览会，康泰在一系列展会中“敞开家门”，让消费者近距离来检验产品品质。这种负责任的工作态度，为康泰集团的成功奠定了基石。





# 人才的力量

## ◎人才与企业同步发展 同步增值

企业发展，归根结底是人才与企业的同步发展。康泰在做强做大的同时，从未忘记人才队伍的建设，尤其是在当前日益激烈的市场竞争环境下，人才的重要性表现得更加明显。有鉴于此，康泰有针对性地制定了一系列人才战略，将人才的发展和增值计划纳入企业长远的战略发展规划之中。

THE POWER OF TALENT

### 康泰人 定位

作为一名康泰人，首先要清楚，我们是不是优秀的康泰人是由客户决定的。其次要明白，优秀的康泰人是：

- ◎企业开发和创意的工具；
- ◎企业博爱与智慧的结晶；
- ◎企业一切活动的价值链；
- ◎企业获得核心竞争力的动力源。



高成就

高要求

高自尊

高自律

## 选人

- 公平竞争、择优录用；
- 逐级提名、隔级批准；
- 结果导向、业绩考核；
- 强调对公司文化的适应性，对文化理念的融入度。

## 育人

- 打造规范化的敬业人；
- 打造职业化的职业人；
- 打造商业化的专业人。

## 用人

- 创造客户价值
- 以结果为导向
- 以业绩论英雄

## 留人

- 员工同企业共同成长，薪资福利待遇在本地区同行业处于中等偏上水平；
- 投资人力资本开发，培养员工专业技术能力、学习管理能力和终身就业能力，为员工提供良好的职业发展平台；
- 打造最有价值的让一切有责任感的有志于借助康泰实现理想价值的事业平台。

THE POWER OF TALENT

人才的力量



# 创新的力量

事事超前 步步为赢

## THE POWER OF INNOVATION



### ◎技术创新

## “三大步” 跻身行业领先

#### 拿来主义

从最初的小公司开始，康泰集团开始了自己的创新历程。在模仿中学习，在学习创新，在创新中超越，本着这样的创新思路，康泰从照着做、变着做，实现了人无我有，人有我优，人优我精的发展之路。

#### 自主研发

康泰集团坚持自主创新之路，通过强化科技管理，加大科技投入和激励力度，极大地调动了广大工程技术人员开展科研攻关、发明创造和新技术新产品推广活动的积极性。企业技术创新工作取得了重大的突破，近年来申报的专利近20项，各项技术指标都领跑于同行业。

#### 整合资源

市场认可的创新才是真正的创新，康泰集团整合自主研发与产学研资源，走出了一条研、产、销相结合的道路。公司2009年推出的双中空节能降噪管、方形雨落水管、PVC-C等系列新产品，一经推出，订单源源不断，有专家指出：“康泰双中空节能降噪管，是现代居家中除噪的‘革命性’产品”。

## INNOVATIVE STRENGTH

# 创新的力量

### ◎营销创新

## 让“中国康泰”走向行业前列

#### 一 一区一策

通过对市场的立体剖析，做到一个区域对应一种政策，通过价格、推广等的分区执行，优化了资源，有效地保证了物流、信息流的传递。通过典型推广，使品牌、技术和规模优势形成的核心竞争力，以点带面，精耕细作，强化了优势市场，拓展了空白市场，提高了区域市场的占有率，巩固了行业领先地位。

#### 二 一点一品一网络

通过对网点、产品（品牌）、网络的立体式解读，使营销形成了一个无形的链，每一个环节都能在市场找到切入的契合点，有效地规避了“有点无品”、“有品无点”、“有点有品无网络”，有利地回答了康泰销售的不是无生命力的产品，而是解决问题的方案。

#### 三 事业部制

即成立专门的事业部，通过将优势产品专业化，以部门为单位负责产品在全国的推广，集中优势力量，形成团队合力，激发产品优势以获得更大的发展空间。2009年，型材、家装、不锈钢、大工程等事业部的成立与运作，事业部制在康泰激发出了新活力，激烈的竞争使营销团队步入了“市场第一”的良性循环。





# 走进康泰

## INNOVATIVE STRENGTH

# 创新的力量

### ◎ 管理创新 成就卓越标杆

#### 法人治理结构

2009年，集团审议通过了《法人治理结构细则》和《基本管理纲要》，标志着集团投资决策权责与经营管理权责相互分离、相互制约。此举，进一步明确了组织经营的权限，规范了公司的运营管理行为，提高了公司的工作效率和有效决策，提升了管理水平，建立起规范化和持续化的发展模式，为公司长期快速稳定健康地发展奠定了基础。

#### 企业内部市场化

即用市场法则来对企业内部进行市场化运作，各基地、各中心实行独立核算、买卖关系、有偿服务，深挖人的潜力，使企业的效益提前，风险延后。有效地打破了传统管理中部门与部门相互依赖、相互推托的关系，增强了企业内部的活力，提升了企业的竞争力。

#### 业绩论英雄

员工通过创造客户价值提供业绩结果、获得回报，这就要求员工的工作符合客户价值的要求，否则能者上、平者让、庸者下。企业通过投资人力资本开发，充分考虑员工的发展和价值，在发展过程中实现客户、员工和企业共同发展。



西安自古以来就是中国中西部和北方内陆地区的金融中心、交通枢纽，是中国历史上建都朝代最多、建都时间最长、以及影响力最大的都城，是世界四大古都之一。在时代经济的大潮中，重庆、成都、西安经济区，正致力于打造“西三角”，在现代经济的刺激下，古都西安将焕发新的活力。

西安，也是康泰营销在西北的重要据点。在北方广袤的大地，西安分公司就像一艘坚固的船舶，乘风破浪，为康泰在北方大地生根与发展披荆斩棘、奋斗不息。

“开拓创新 锐意进取”是西安分公司的口号和目标，也是分公司每一名员工的心声，在这个目标的指引下，所有员工团结一心，踏实努力，销售业绩直线上涨。通过对西安分公司的采访，我们能看到这个年轻团队的风采。

#### ※ 团结一心 沟通为舵

西安分公司主要负责陕西地区市场，市场部实行集中化管理体制，这既有助于公司员工准确无误地领会集团的政策，也有利于上下级之间及时有效地沟通，大家集中探讨，共商解决方法，在业务员下市场期间，定期开网络会议，共同总结拓新，完成既定目标。良好的沟通和交流是一支优秀团队的基本特征，虽每一个人都有自己的个性和想法，但是在分公司领导的带领下，都能自觉地以团队为先，在尽量展现自己优秀一面的同时，也能自觉地摒弃一些自己的棱角，自觉地融入到团队的大环境中。比如有一个人在“谈客户”期间遇到问题，只要一提出，兄弟们就毫不吝惜自己的经验，你一我二地提供意见和建议，因为大家的心里只有团队。

西安是康泰营销在西北市场中的重中之重，

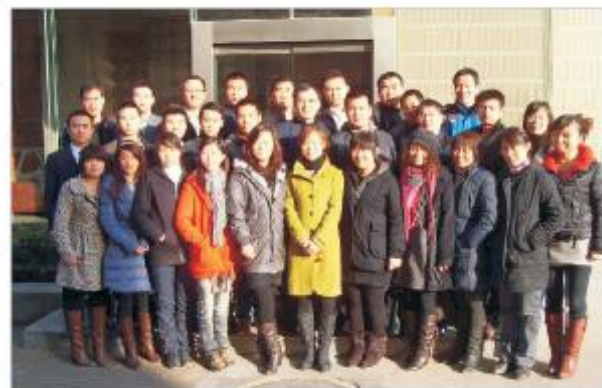
每一名员工都认识到了这一点，并时刻对这一目标保持着高度的责任感，坚决贯彻和执行集团的奋斗目标，“集团荣则大家荣，公司损则大家损”。正是在共同目标的指引下，分公司众志成城、坚不可摧。

西安分公司的每一名员工都以公司的利益为先，而公司也为大家的生活提供帮助。在采访的过程中，记者听到了这样一件事情，西安分公司的一名员工的母亲一直生重病住院，家里情况也不好，张经理知道后，第一时间与大家商量，提议为这名员工义捐，虽然钱不多，但切切实实让这名业务员感受到了公司的温暖，那名员工说，西安分公司就是他的家。

#### ※ 结果导向 业绩论英雄

西安分公司坚持实事求是的原则，在采访时，分公司汪洋波经理告诉记者：“实际表现及市场业绩是衡量一名业务员能力最有说服力的依据，不能单凭印象或者直观判断，感觉再好，难免出现偏差。”因此在工作中，西安分公司坚持责任到人，任务到点。市场部的员工按质、按量地完成工作，让每个人的智慧最终转化为公司的财富。西安分公司坚持“没有借口，只求结果”，如果没有按质、按量完成任务，员工们自上而下都会写一份总结评估报告，来分析这一阶段失败的原因，并从中总结经验，吸取教训，确定自己在下一阶段工作的重点。

西安分公司坚持



## 开拓创新 锐意进取

——记年轻的西安分公司

文/西安分公司 焦娜



赏罚分明，每月销售业绩第一名的员工都会受到奖励，连续几个月没有完成业绩的人员也会受到相应的处罚，因此，每一名员工都能做到自强自律。只要是做出了成绩，公司就会给予一定的奖励，没有例外的情况，所以每个员工都会尽最大的努力做出好的业绩，用事实证明他们的才干。

为争取业绩，分公司不以客观原因为借口，而是最大化地开发利用市场。在汪经理的带领下，他们正确把握市场方向，根据市场发展及时调整市场运作的节奏，把握市场机会，使投入效益最大化。与此同时，他们也深深地明白“冰冻三尺非一日之寒”的道理，坚持在每一次销售中的每一个环节都表现出最佳的状态，在解决客户难题时，做到热情积极，将康泰的品

牌形象一点一滴地渗透到客户心中。

### ※求真务实 学习做帆

求真务实一直是分公司所有员工的做人准则，他们从来不会标榜自己的业绩或成果，而是时刻保持谦虚谨慎的态度。记者在和分公司一名职员说起他的业绩不错时，这名职员马上道：“不要这么说，能取得一些成绩，更多的是靠我们团队的共同努力，我只是在大家的奋斗下，获取了一点成绩而已。”或许这就是西安分公司在市场竞争中屹立不倒的原因。

学而知不足，习而知差距。分公司通过每月的销售例会，来对团队成员进行营销培训，弥补团队成员销售薄弱的环节，同时让团队成员养成学习新知识的好习惯，

员工之间相互分享、学习彼此在工作中的成功经验，最终形成了学习型的团队。

通过团队的学习，西安分公司这支年轻的团队形成了求真务实、求创新、争上进的工作作风，成员养成了正确的工作方法与销售习惯，从而增强了整个团队的凝聚力和战斗力。每次培训以后，团队成员都会做相应的实效评估，测评每次培训后的变化与效果，针对新的问题，及时发现，及时解决。西安分公司就是这样一个学习型的团队，形成了学习共享与互动学习的氛围，康泰文化也在这个过程中得到了进一步的渗透，而员工的潜能也能得到激发与提升。

### ※拨开迷雾 力挽狂澜

重庆分公司建立之初，重庆的管道市场犹如山城“雾都”的称号，迷雾重重。

市场的建设，关键在人员的建设、团队的建设，本着“以人为本”的思路，重庆分公司设立之初，以德服人、合理用人，并制定了明晰公开的赏罚制度，让员工有了用武之地，并让他们的心有了家。正是通过这种方式，稳定了人心，团结了队伍，为重庆分公司的发展奠定了基础。

稳定了军心，便可对市场大展拳脚了，重庆分公司在巩固原有经销商的基础上，走访新的区域市场，充分了解经销商经营情况、终端市场中品牌占有率、当地消费水平等市场概况，得到了第一手量化的市场信息，对市场重新进行布局和分析，制定了周密的计划，打造出了一支优秀的团队，销售业绩节节高升，也在短时间内赢得了同事们的尊重和客户的认可。

### ※不等不靠 自立自强

“不等、不靠、自立、自强”短短八个字，字里行间，体现出来的是一种工作态度，一种自强不息的精神，正是这种态度，这种精神，融入到了重庆分公司兄弟姐妹的实际工作之中。“拓展市场总会有一些困难和问题出现，面对困难我们只有一种选择——击败它。”

2009年康泰集团重庆推广会上，集团公司推出了“双中空节能降噪管”等一系列新产品，以全新的设计和包装风格，赢得了广大客商的一致好评。为配合集团公司的整体营销策略，推动重庆分公司更好地发展，早在今年上半年，重庆分公司就制定了今年工作的主要方向，并确立了主打产品。面对新的挑战，他们以

重庆“麻辣行天下”的气势，投入到工作中，按照集团公司的统一布署，对各级经销商进行了拜访，经沟通后制定了全年的销售策略，调整了产品结构，并针对市场问题提出了相应的处理办法，得到了客户的一致认可。

营销就是口水、汗水、泪水换来可喜薪水的“三水换一水”事业。为此，积极心态的修炼成了重庆分公司员工的必修课。正是这种平时的学习，使得常年奔波在外的营销人员具备了积极应对一切，不等、不靠，正确地面对企业的品牌、产品，达成和超越工作目标、实现自己价值的良好素质。他们深深地明白，营销人员在外部开拓市场，常常是小团队甚至是孤军奋战，更需要有自强自立的心理承受能力，用自强之心去面对形形色色的人、零零散散的事，游刃有余地遨游在营销的蓝海中。

### ※激情工作 麻辣生活

麻辣火锅吃起，山城啤酒喝起，弟娃妹聊起，这就是麻辣的重庆。“激情”是这座城市文脉的主线，是这座城市的性格，是这座城市的灵魂，也是这座城市居民性格特质最好的概括。“激情”是这座城市最显性的生活态度，使得重庆人在每时每刻都激荡着锐意进取的工作状态。虽说重庆分公司的兄弟姐妹中重庆当地人不多，但在重庆生活，与重庆人接触多了之后，也被重庆人做事的那一份激情所感染，带着这一份激情投

入工作，重庆分公司的业绩连连创下新高。

以团队为载体，明确分工，制定周密的工作方案，使得重庆分公司每一名成员都有着严谨的工作作风。众所周知，重庆冰火两重天，山城之夏，酷暑难当，分公司的业务员们没有一位因为天气原因就找借口，每天顶着烈日拜访客户，衣服被汗水浸透了，大家毫无怨言，因为大家都热爱自己的工作。山城的冬天是冰冷的，大家每天准时来到办公室，一起交流工作经验，听从领导的工作安排，不因客观原因找理由。2009年8月，集团在重庆开展新产品的推广会，前期需要准备的工作较多，加之分公司第一次开展这种类型的推广会，没有经验可以借鉴，面对这样一个难题，分公司的每一名成员积极参与，大家集思广益，纷纷为这次推广会出谋划策。天气炎热，大家却干劲十足，邀请设计院的嘉宾、积极参与会场的布置、分装新产品资料、积极向参会人员讲解。他们坚信，“只要充满激情地干一件事儿，就没有做不好的”。会后，参会的嘉宾对重庆分公司所做的工作给予了充分的肯定。

激情工作之余，团队的活动必不可少。每逢过年过节，领导和员工之间，员工与员工之间都会给彼此送上一句问候，话语虽朴实，但充满了温馨。抑或是大家组织在一起吃麻辣火锅、爬爬山、看看朝天门的夜景，到长江、嘉陵江两江交汇处游玩，让每一名员工都感受到了家的温暖。

带着激情，重庆分公司正在发展壮大的路上，迈步前进！

# 麻辣行天下

## ——重庆分公司纪实

●文/重庆分公司 江玲

重庆，中国最富地理性格的城市。

巴山绵延，渝水纵横，山中有城，城中有山。

重庆被喻为火炉，它总是以它的热情燃烧着人们。

在这片热辣的土地上有一支和这座城市同样火辣的团队，他就是康泰集团重庆分公司。



他体格健硕，做事踏实稳重，一件事下来，你会感觉到一种威信；他性格豪爽，做事雷厉风行，不惧困难，说到就要做到；生活中，他充满了幽默，冷不丁地就会讲一个小笑话，让朋友充满了欢乐。他就是康泰集团重庆的经销商夏兵。

夏总的经营部位于重庆市渝北区，经营康泰品牌十余个系列，上千个品种。三年前一个偶然的机会，夏总选择了代理康泰品牌，说起其中的缘由，夏总说这其中有几个原因：一是他觉得，康泰产品价位适中，质量过硬，在普通住宅和工程项目中都有很强的竞争力，在重庆市场上有很大的发展潜力；二是康泰的业务员在与他洽谈业务的过程中，那种认真执着，不愿意放弃任何一个机会的精神深深地打动了他。

夏总和他的柳生建材经营部与康泰一起走过了三年的风风雨雨，三年时间，彼此相互信任，相互支持，共同进步。如今，康泰在重庆市场所取得的众多骄人成绩，凝聚着他与众多经销商的辛勤与汗水。

2009年是康泰集团的市场开拓年，市场开拓就是不断开发新的市场和新的客户人群，使康泰的产品和服务

# 认真！ 就没有做不了的事

## ——记重庆经销商夏兵

●文/重庆分公司 江玲



△重庆市渝北区柳生建材经营部  
总经理 夏兵



能够在客户终端占有率增大，扩大康泰的知名度和美誉度。今年上半年，重庆燃气集团招标，J德、L塑等国内知名品牌及重庆当地的一些品牌，几十家单位争相报名，参与竞标。面对众多的强劲对手，重庆分公司在竞争上陷入了困境：如何与知名品牌比竞争力？如何与当地品牌比价格？

夏总在得知重庆分公司的处境后，第一时间联系上了重庆分公司，和大家一起探讨解决方案，并不断给大家鼓劲加油说：“我的偶像薄熙来曾经对群众说过：世界上怕就怕‘认真’二字，只要你认真，就没有做不到的事！”一语惊醒梦中人！是啊，比认真，我们一定能做到第

一，而只要大家都认真了，就没有办不了的事。

于是，在集团领导和分公司负责人的带领下，加上夏总等经销商的努力，重庆分公司的所有员工重拾信心，理顺思路，制定出了一套周密的竞标方案，几经周折，康泰品牌“性价比高”的优势最终得到了燃气集团的认可，竞争局势也由被动转化为主动，最终成功入围。类似的事件还有重庆市城乡饮水安全工程材料设备供应商资格入围等等。

八月中旬，康泰集团在紧密筹备“重庆给排水学会暨康泰集团新产品推广与技术交流会”，得知这一消息后，他积极配合分公司前期的准备工作，帮忙邀请重庆

市设计院的专家和—些在重庆影响力较大的房地产公司老总等等，还提出交流会应该加强媒体宣传，接着他联系了电视台记者，在发布会当天，还争取到了为康泰集团做了一个电视专访，为此次交流会增添了不少的亮色，取得了很好的效果。

“认真！就没有做不了的事儿”。夏总，就是这样一位康泰忠实的经销商，在自己的事业中不断开拓前行，遇到困难从不轻言放弃，取得成功从不沾沾自喜，还不断鼓励大家：成功，不是一个终点，而是下一次新的起点！

可以给其他工地供货。最终，2009年3月初陕西伟润工贸有限公司成为康泰集团西安分公司的合作伙伴，成为康泰集团一位年轻的“老朋友”。

虽然与康泰的真正合作只有几个月的时间，但是，经营起康泰，袁老板还是有一些心得：一是康泰进入西安市场已经有几年，在工地上有一定的影响力，向别人推荐起来也比较容易；二是康泰产品的质量、价格优。正是这两个原因让伟润工贸的袁老板有信心把康泰这个品牌做好、做大、做强。目前，袁总主要经营康泰PVC-U排水、PP-R给水、PVC穿线管等系列产品，袁老板还准备代理康泰的其他一些产品。

在接受记者采访时，袁老板一直表示，“之所以选择康泰，是因为当年天兴大厦安装时，康泰业务员诚恳的态度给他留下了深刻的印象”。正因此，袁老板更坚定了做康泰的信心和决心。

盛世长安是一个20万平方米左右的项目，自袁老板了解工地信息以后，几经努力，盛世长安定了康泰和其他一个品牌，两个品牌的质量和价格不相上下，袁老板特别向对方推荐了康泰的优势：能保障售中及售后的服务，几经攻关，最终在一个月后拿到盛世长安的供货权，为了供货推荐康泰，袁老板几乎把利润全让给了对方，别人对他的做法不可理解，“做工地不就是为了赚钱吗？不赚钱的工地做来干什么？”袁老板却说：“既然代理康泰，就要尽力推，可能暂时赚不了钱，但把康泰推进去，别的品牌就供不进去了，就能扩大我们市场占有率，提高了我们的知名度，财源就滚滚来了。”



## 冬，沉静而美丽

（文/吉黑办事处 王雪月）

冬天，因为寒冷而不被人喜欢，但它却是一个不应该被遗忘的季节。没有冬天，我们会忘记气温还有寒冷；没有冬天，我们会忘记人间还有冷漠；没有冬天，我们会忘记曾经钻心的疼痛……

冬天在考验我们的意志。“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”，冬天让我们明白，人即使在冷酷的环境中，也可以选择坚强。冬天教会我们沉静，我们一路从喧嚣中走来，在闹市中挣扎，冬天让我们有机会在浮华的背后，冷静地思考自己的得失，展望一下来年的打算。冬天有一种气质让你去沉淀，有一种力量让你去思考。

适者生存，不适者淘汰，这是自然法则；优胜劣汰，勇者致胜，这是市场法则。如何才能在市场竞争中做到“冬泳”而不是“冬眠”呢？关键的关键还在于用何种心态来面对冬天。时至年末，部分工程基本上收尾了，网点开发也处于紧缩状态，此时，不少跑建材的“销售人员”开始浮躁，开始徘徊，不知道该做些什么，整天在市场上游走，没有了方向和激情。同样是面对冬天，有些人却看到了春天的希望，他们奔波于房地产公司收集信息，奔波于各建材市场，建立人脉，着手为来年做准备。冬天过后就是春天，冬天的外形是冷的，心却是热的，如果你只看到冬天冷峻的外表，看不到它火热的心，你就只能在原地踏步，止步不前。

冬天没有春的美丽，没有夏的激情，也没有秋天收获的喜悦，但是她却能净化我们的心灵。冬天的沉寂，是一种希望，一种孕育。河流依然在冰凌下涌动；草儿在地下萌动；鱼儿在冰河下准备一跃而起……就像雪莱说的：“冬天已经来了，春天还会远吗？”

谁的生活里永远繁花似锦？谁的生命里没有寒冷的冬天？不经冬天的生命，就像不经历失败的生命一样是不完整的。只有经过冬天，才能看到更美丽的四季景色。不畏惧冬天，不怠慢冬天，不错过冬天，冬天会让你的生命沉静而美丽。

## 从做安装起，我就认准了康泰

### ——记西安经销商袁晓冬

（文/西安分公司 焦娜）



△陕西伟润工贸有限公司  
总经理 袁晓冬

袁老板是江苏人，做事仔细认真，对朋友厚道仗义，待人热情友好。说起和康泰的缘分，袁老板说那还得从两年前说起，当时的袁老板和自己的哥哥及老乡在陕西建筑工地打拼，负责建筑安装工作，因为这种工作的关系，袁老板对各种品牌的产品都有所了解。当时他们正在为天兴大厦项目做安装，经由一名康泰业务员的推荐，决定用康泰产品，也就是在这个时候，袁老板接触认识了康泰。“管道产品的好坏，我们这些做安装的最有发言权，第一次接触康泰的时候，我们就认可了这种产品”。

后来，袁老板自己在金茂建材市场开了一家公司，经营管道建材。针对代理的空缺，各种品牌相继登门自荐，尽管如此，代理了多种品牌，但袁老板仍然没有说固定做哪个厂家的品牌。近几年，袁老板也在给工地供了一些建筑材料，甲方定什么牌子，他们就提供什么牌子的货，这也就是他们没有单一做哪个牌子的原因。但袁老板也说，“虽然经营了多种品牌，有时候方便，但更多的时候是不方便，他说，因为这样，连做店招都不方便，因此，他也在认真考虑和一家有实力、具有市场拓展力的品牌合作”。集团西安分公司成立以后，通过业务员进一步介绍，袁老板最终决定代理康泰：一是对康泰比较熟悉，质量和信誉都有保证；二是除了继续做原有安装之外，还

熟悉西安的人都知道，如果要买建材，肯定会选择到北二环，因为这里集中了大明宫五金机电市场、不锈钢铁艺市场、玻璃模彩市场、金茂建材市场等多家建材市场，各品牌、经营部门之间的品牌战、价格战不绝于耳。

金茂建材市场的商户主要是以批发和做工地为主，品种涵盖暖气区、油漆涂料区、建材区，虽然没有管道专区，但康泰、金德、伟星等已经在这里擂响了战鼓。陕西伟润工贸有限公司就是金茂建材市场中众多经营商家中的一家。作为一家经营康泰品牌的商家，公司老板袁晓冬说，他从做安装起，就认准了康泰。



# 康泰， 放飞梦想的地方

● (文/合肥分公司 王津津)

2009年的日历翻到最后一页，我坐在窗前，回忆过去的一年，喜悦和收获总是让人欣慰不已。

刚刚踏入康泰大门时，我对管道行业一无所知，对全新的工作环境感到非常陌生。面试的时候还记得人力资源部对我说的话：给自己一个明确的定位，使自己稳定下来，如果自己不主动定位，就会被别人和社会“定型”！面试成功进康泰，当时的喜悦现在还记忆犹新。在李大姐(李建君)那里实习的时候，她的热情让我好感动。我也坚信，如果留下来，和她应该是最好的搭档。但是，有很多的不确定，也有很多的可能性。现在在安徽分公司工作，我也喜欢自己的新环境。作为一名非专业对口的财务人员，我深深感到提高自身素质的迫切性。好好地沉淀，从这份工作中汲

取到有价值的营养，炼好内功，厚积薄发。

当然，后来工作中也有不如意的时候，现实情况远非我所想的那样。于是，当优越感逐渐转为失落感甚至挫败感时，当由坚信自己是一块“金子”到怀疑自己是一粒“沙子”时，愤怒、迷茫、自卑就开始与日俱增。迷茫与困惑谁都会经历，恐惧与逃避谁都会有过，但不能把迷茫与困惑当作可以自我放弃、甘于平庸的借口。经过一段时间的调整，我告诉自己：我并没有失败，只是暂时没有成功！生命需要自己去承担，命运更需要自己去把握。困境在前方，希望在拐角。巴菲特说：“人生就像滚雪球，最重要的是发现很湿的雪和很长的坡。”让自己沉淀下来，学着发现“很湿的雪”，努力寻找“很长的

坡”。在公司领导和同事帮助下，通过对专业知识的学习，我逐步了解到公司及财务的情况。经过一段时间的摸索和适应，我深深地爱上了这份工作。

在康泰，我能做的就是不断学习，不断提高！在工作中学习，在学习中工作，在工作中进步，在进步中快乐，在快乐中完成心中期盼已久的梦。康泰“以人为本”的文化理念给了我深深的触动，公司的发展单靠一个人的力量是不够的，各部门各负其责、相互沟通协调，大家精诚合作，才能创造更好的成绩，为企业争光，为自己添彩。企业发展的强大动力，不仅来自外界，更源自每个员工潜力的挖掘和提升。充分调动自我的工作积极性，就能为康泰的发展注入新的活力，就能为管道行业做出贡献。正因为如此，我享受着我在康泰的每时每刻。

从毕业那天开始，每天都是一个新的起点，每一次工作都从零开始。新的一年，新的起点。梦想，从康泰起飞！站在新的起跑线上，我要更加自信地面对未来，抓住公司快速发展带来的良好机遇，用乐观的态度去迎接挑战，以强烈的责任感完成更大的使命。让青春插上腾飞的翅膀，在公司宏伟的蓝图上，飞向更加美好的明天！



怀着一种复杂的心情，我将这本书看了一遍。这个送信的故事深深地感动了我，那位罗文中尉接到麦金莱总统的任务：给加西亚将军的一封决定战争命运的信，对于这项几乎不可能完成的任务，他没有任何推辞，而是以一种高度的责任感为使命，将这项任务奇迹般地完成了。成就这项奇迹的就是执行力。

当今社会是一个竞争白热化的时代，要想在激烈的竞争中立足并成长，自身的素质是能否立足的关键，关键中的关键便是执行力。麦金莱总统给罗文的任务能够圆满完成，正是靠罗文中尉那种坚定的执行力。

在当前的工作中，这种执行力要如何体现呢？面对竞争激烈的市场，有一些人的业绩不佳，他们却为自己找了一个借口，进行自我安慰；而面对同样的市场，却有一部分人保持了较高的效率。面对不同的结果，有的人把这些归结到自身运气不好上。事实上，大家的平台相同、市场一样，得到不同结果，完全取决于对公司的政策、目标、方法等方面的不同理解和执行力方面的差距。罗文中尉能完成这项艰巨的任务，靠的就是勇气和不屈不挠的精神，说白了，就是执行力。

在我们今天的生活中，很多人没有这种专注和对目标清楚的认识，总是为自己找一理由为自己留几条后路，心里想着成功不了，还可以……就是这样为自己开脱，一次

次与成功擦肩而过，最终一无所获。因为热爱自己的祖国，热爱生他养他的土地，罗文中尉完成了送信的任务。当面对困难时，如果我们也能不惧艰难、不计荣辱，对任务全力以赴，产生的结果自然也会不同。

书中有这样一段话：“军人的生命属于他的祖国，但他的荣誉掌握在自己的手中”。在工作中，我们同样可以用这种方法来理解，我们都拥有同样的平台和机会，但要想获得更多的提高，这一切决定权都在我们自己的手中。

投入才有回报，忠诚才有信任。在竞争激烈的市场中，成功只会惠顾敬业、忠诚的人。因此，面对市场、面对工作，坚持并勇敢地面对，只要坚持下去，你没有成功，就在成功的路上。

## 成就的奇迹

读《把信送给加西亚》有感

● (文/西安分公司 李娟)



# 感恩的心

● (文/营销总公司总经办 王珊)

《感恩的心》是一首在很多场合都会响起的歌，拨人心弦的律，常常能触动人心中最脆弱的那根神经，让人知恩、懂恩、感恩。

其实，在每个人的内心深处都有一颗感恩的心。当我们常怀感恩之情，我们就会时刻有报恩之心，报祖国之恩、组织之恩、公司之恩、父母之恩、老师之恩、同事之恩、朋友之恩……常怀感恩之心，就会将给予视为最大的快乐；就会内心生长一种定力，在纷繁复杂的社会中坚持自己最初的梦想。

其实，人的一生中都会遇到压力，特别是当我们身处职场时，你的职位越高，面临的压力也就越大。但是我们很多人都会说，有压力才会有动力，当我们有了生存的压力时，我们才会很努力去工作，因为我们害怕失业，被淘汰；当有了住房压力时，我们会很努力地把工作做好，因为想升职加薪，但是也有可能当我们面临压力时，我们退缩了，我们胆怯了。如何才能竞争中不被淘汰，如何才能永葆动力？这就需要在我们面对压力时，能够静下心来思考，想出解决的方法，然后有针对性地提出解法，必定会“柳暗花明又一村”！成功来之不易，但成功的背后，你会发现众多支持你的要素，而这些都是你需要感激的对象。

成功绝非侥幸，别人施舍的东西永远变不成自己的。对生活中、工作中不如意的事情，我们要学会微笑着接受。面对工作中取得的成功，要抱有感恩之心，因为我们并不是单独的个体，我们所取得的成功都源于团队的通力协作，所要感谢的恩惠和帮助很多很多。

我常常告诉身边的朋友，认真的女人最美丽，自信的女人最魅力，其实一个懂得感恩的女人，无需言它，本身就是一种美丽的理由。愿我们每个人都拥有一颗感恩的心，拥有着美丽和魅力！



# 诗的四季

● (文/成都基地财务部 高晓)

春夏秋冬四季轮回，是大自然赐予人间最美的景色。春日花儿香，夏日阳儿艳，秋日叶儿光，冬日雪儿霜；春天繁盛，夏天葱茏，秋天斑斓，冬天纯净；春的蓬勃，夏的喧闹，秋的高远，冬的宁静。描绘四季的美文名句，就像变化着的四季，迭荡起伏，变化无穷。

在众多的诗词中，我喜爱两首，一首是带着佛理的禅诗：春花秋月，夏有凉风冬有雪；若无闲事挂心头，便是人间好时节。一首是在词句上独特新颖的春夏秋冬诗：

春：莺啼岸柳弄春晴，柳弄春晴夜月明；  
明月夜晴春弄柳，晴春弄柳岸莺啼。  
夏：香莲碧水动风凉，水动风凉夏日长，  
长日夏凉风动水，凉风动水碧莲香。  
秋：秋江楚雁宿沙洲，雁宿沙洲浅水流；  
流水浅洲沙宿雁，洲沙突雁楚江秋。  
冬：红炉透炭灸寒风，炭灸寒风御隆冬；  
冬隆御风寒灸炭，风寒炭灸透炉红。

细细品读，四季景观尽在眼前，而人生的哲理亦蕴含在诗句之中。“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，不同的人在读同一首诗时，他的理解也是不一样的，那我想他在读春夏秋冬四季诗时也会有不同的心境，也会经历自己心中的四季，阴晴圆缺，酸甜苦辣。

当我在生活工作中遇到困难或者挫折时，我就会想起第一首诗。人生即那般，要快乐就不要在意琐碎的事情……而每到时节更替，细品第二首它描绘的每个时节的特性，独特的文字构造，便会带来奇妙的境界。

生命因真诚而感动，生活因感动而精彩，感动也因真诚而美丽。伴随一颗感恩的心在人生的旅途中前行，你会发现，理所当然的事越来越少，而值得感激的人和事却越来越多。

曾经的我怀着一颗炙热的心在生活的海洋中四处漂泊，没有航标，没有方向，就像汪洋中的小舟，任凭风吹雨打。在人生的拐角处，我有幸漂到康泰这个温馨和谐的港湾。在这里，我得到了领导和同仁们的呵护、关心、照顾和帮助，我们从陌生到相识，再到相知。想想自己刚毕业的那一段时间里，对社会的了解，以及对自己的过份关注使我忽视了自我以外的东西，那的确是一种遗憾。而今，当我置身于康泰这样一个积极向上的新环境时，才真正感受到了康泰这个团队是多么的和谐、团结。

俗话说：“三人行，必有我师”。在财务部，每位同仁都是我的良师益友。刚开始的时候，自己也感觉力不从心，幸得领导的耐心指导和同仁的竭力帮助，才使得工作顺利开展、完成。在工作中，也曾因自己的马虎犯了一些错误，致使其他同事的工作耽误了太多的宝贵时间。我为自己犯下的错误感到深深的内疚，但她们却说，“人非圣贤，孰能无过”，她们的宽容是我最大的安慰。作为一名职场新人，我很庆幸自己能在这样良好的环境氛围下工作、学习。财务部的领导平易近人、体贴下属、丝毫不摆架子；财务部的同仁善解人意、热情助人、可亲可爱，更重要的是大家都有浓厚的集体荣誉

感。这些都是一名新人在成长过程中可遇而不可求的宝贵财富。

由于工作性质的缘故，月初需编制报表，所以每到月底月初时都是最忙的时候，有时彼此连一句话都忙得说不上。为了准确核算基地的财务数据，造工资、做报表，大家都会积极地加班加点工作，甚至占用自己的休息时间。但她们从不会去计较自己的得失，正因为有着这样的敬业精神，才一次次出色地完成任务。在和基地财务部同仁朝夕相处的日子里，从她们身上我也深深体会到：成为一名优秀的财务人员，不仅要熟知自己的业务知识，不断提高自己的职业能力，还要有对工作认真负责，一丝不苟的态度，更要有爱岗敬业的精神。她们都是我学习的榜样，指引着我今后人生前进的方向。

千言万语，万语千言，汇成一句话，在此向大家真诚地道一声：“谢谢！”

# 说句心里话

● (文/成都基地财务部 卢贤君)





# 当幸福来敲门

(文)集团企业管理部 黄朝伟

幸福是什么？你在追寻着幸福吗？如何才能让幸福来敲门？

《当幸福来敲门》是一部老片子，情节不甚出奇，甚至有点老套。它改编自美国一名黑人投资专家的同名自传，却表达了众多职场人士的经历。

威尔·史密斯凭借“英雄”的形象称雄于好莱坞好多年。不过，在本片中，他却屈就饰演了一个小小医疗器械推销员。而这个小推销员就是本片的主人公：克利斯·加德纳，高中文凭，事业不顺，生活潦倒。为了生计，他疲于奔波于城市的各个角落，一次次地被客户拒绝，也一次次遭遇妻子的白眼，但他从来没有因此放弃对幸福的追求。他的勤奋和乐观并没能改善家庭的生活，妻子不堪贫穷，最终离开了他。唯有和聪明懂事的儿子在一起，成为他内心唯一的安慰。由于销售业绩不佳，交不起房租，父子俩只能到地铁卫生间、公共救济所过夜。

机会总会光顾勤奋的人，克利斯·加德纳终于得到了一个无薪实习生的机会。实习公司将会从20个实习生里面挑选出1个优胜者，担任年薪80万美金证券经纪人。没有关系、没有背景、没有学历……职场竞争

中需要的一切克利斯·加德纳都没有，甚至连一个安定的实习环境都没有，生活的压力还需要继续推销他的“时光机器”，为了在晚上和儿子能有个舒适的住处，他需要在5点之前就赶到公共救济所去排队，否则只能露宿街头。天道酬勤，克利斯·加德纳终于脱颖而出，被实习公司录取。

前段时间，第一次看了这部名扬全球的影片，当看到克利斯·加德纳得知自己被录取以后，强忍着泪水若无其事地走出写字楼时，我鼻子一酸，泪水不停地往往肚子咽。也许满腹的心酸与苦楚只有他自己才知道吧。那么幸福到底是什么呢？

其实，这是一个争论不休的话题，在职场上的经历让我对它有了新的领悟。结束了大学生活，我开始了人生的另外一段旅途。文井江畔，风景如画，一个偶然机会，我来到了康泰，也渐渐习惯了这里的生活。全新的环境，让我对未来的工作和生活，充满憧憬和激情。但是在理想与现实间，我一度陷入迷茫，不断追问自己：我是谁，我应当是谁，我应该如何去做。幸得同事和领导的帮助，耐心地帮我分析现状，并把工作经验传授给我，

让我摆脱困惑，正确地给自己定位。

也许我们都不会遭遇克利斯·加德纳那样极度的窘境，但是人生道路上的挫折在所难免，而影响结果的关键，则是看你以什么样的心态来对待。只要我们摆正心态，掌握方法，一如既往地坚持下去，便会左右逢源，所有的难题也会迎刃而解。逆境并不可怕，迷惘也不足为惧，拥有一颗勇敢的心与梦想，幸福就永远不离不弃地伴你左右。

如果你有梦想，你就得悉心的呵护它。其实幸福就是一个不断战胜自我、超越自我的过程。如果你有这样的心态，并不断地努力，那我相信，幸福随时都会来敲门。

## 以身作则，共度寒冬

——写给全体康泰人的新年誓词

●集团总裁助理 张艳平

2009年是世界经济灾年，金融危机波及整个经济界，公司处于西南文化经济中心，难免受影响。怎么能够团结一致，转变观念，调整思维，共同度过这一“寒冬”，是每一位康泰人，管理干部尤其高管人员应该认真思考的问题。

集团总裁林云青先生多次在高管团队会议上强调：员工对我们的管理队伍有些意见，其工作作风、工作品德非但没起到带头作用，反而成了一些的负面效应。在新的一年里，这需要引起每一位管理者的深思。

古人云“禁胜于身则令行于民”，什么意思，就是只要以身作则，就能“令行禁止”，看看我们某些管理者，高高在上、讲条件、谈待遇、工作热情不高、主动性不强、积极性不高、危机意识淡薄、服务意识差、官派作风严重，谋私利而不惜损害公司利益等等，在员工中造成了极其不好的影响，甚至影响了公司的工作效率和正常发展。对此，我们坚决不容，从现在开始，一旦接到员工反映或者外单位的举报，我们就要接到一起，查处一起，严惩一处，决不姑息迁就。

有些管理者，自己管理的部门出了问题，要不就是不知道，要不就是推诿给下属、推诿给其他部门、就是没有自己的责任；有些管理者对自己所管辖的部门，不深入一线，浮在上面；有些善做老好人，对自己分管的工作不愿得罪人，对工作极不负责任；有些管理者，有点成绩就飘飘然，视公司制度为无物，这些严重影响了公司的正常运行和员工的积极性。凡此种种，都是我们这些年管理不善的结果。作为集团企业文化和品牌企划的主管领导，我有相当的责任。我们要度过寒冬，就要狠抓管理队伍作风。我们有些管理者，在员工中没有多少威信，抱怨公司不协助树立威信，“威信”是树立起来的吗？不是，是靠自己在员工中的一言一行、靠自己的品德、工作业绩，而得到别人认可的。我们有时需扪心自问，你做到了吗？

“火车跑得快，全靠车头带”。2009年10月，林总裁带头在第三季度经营团队会上进行了自我批评，带领我们从辽宁盘山基地启动“责任胜于能力”的专题培训辅导。就是告诉我们，要从公司高层领导身上做起，从管理干部做起，我们要强化制度执行力，企业需要规则，规则需要沉淀，要整顿我们的思想品德、工作作风，要深入基层，深入一线，与员工打成一片，才能及时发现问题，解决问题。

最近集团提出“强化制度执行力确保工作落实”也就是这个意思，任何闭门造车的决定、文件，未出门就会“形同虚设”、“形同虚指”，会给公司带来不可挽回的损失，我们任何制度要从每一位高层领导做起，我们的考勤制度、请假制度、出差制度、财务报销制度等等，为什么有些就做不到、做不好呢？从本质上讲，每个人都希望自己有权，就是特权思想做怪，我们首先要打破这种“特权”。

康泰大家庭，现在还在延续，在集团公司最近一次总裁办公会会上，公司提出改善员工福利，提高员工收入，伙食要好，饭菜要好，这就证明我们的企业文化也是在不断的变，不断修正和调整的。相对来说，我们现在不太提倡太空洞的东西、虚的东西，就是什么实用我们提什么。提出一个“实”字，为什么“实”，因为我们是做实业的，实业就是实实在在做事，任何一点“作秀”，都会导致企业的倒闭。我们的原则是“做实事的进来，做虚活的出去”。在新的一年里，更要提倡“说老实话，干老实事，做老实人”的三实精神。我们面临一个百年未遇的困难时期，一个考验巨大的时期，我们能否“火浴凤凰，涅槃再生”，靠的是管理队伍的团结一致、齐心协力，靠的是我们全体康泰人的共同努力。

企业需要规则的，只有有规则的企业，才是安全的，规则少了是不行的。所以，2010年，我们的企业文化应该扮演什么样的角色，我想，制约于康泰发展的一些习惯和错误认识是我们首要解决的问题。管理+文化，康泰会更加健康，我们会更加成功！