

中国的康泰 世界的康泰

www.kangtaijituan.com

康泰集团品牌与文化推广中心主办

[内部资料 分享交流]

康 **TK** 泰

康泰名片

KANGTAI BUSINESS CARDS

2010年03月第1期 总第5期



携手并进 和谐共赢 挑战未来

——集团董事长兼总裁林云青先生在2010年经销商商务年会上的讲话

- 服务决胜财富 品牌创造未来
- 关注行业发展 创新赢利模式
- 塑料管道的快速发展影响深远
- 塑料管道为“低碳”保驾护航

大品牌 值得信赖!

康泰，把自然融入生活

康泰名片
KANGTAI BUSINESS CARDS

编委会主任 林云青
编委会委员 韩儒理 廖正品 王占杰
高立新 何 凡 汤 浩
方汝清 程 峰 余忠兴
黄显奎 魏若奇 刘山生
黄家文

总 策 划 张艳平
责 任 编 辑 黄朝伟 宋桃蓉 张正超
美 术 编 辑 周 蕾

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

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

法律顾问：四川君达律师事务所 李玉红（028）85197722
2010年3月编印（内部资料 分享交流 不作任何商业用途）

卷首语
PREFACE

拥抱春天

阳春三月，万物复苏，百废待兴。
站在又一个十年的门槛上，回顾过去的十年，欢乐与悲伤相伴，酸甜与苦辣相随。十年前，康泰还是一家地处西南的小公司，而现在集团化的规模已让康泰生产基地遍布大江南北，经营网络遍布长城内外。十年前你在哪里？你在做什么？这些已经成为记忆，时间会给你一个公正的评判。但未来，对我们每个人都是公平的，十年以后，再回顾，成绩只会属于那些敢闯、敢拼、有韧劲的人。

2010年伊始，海南三亚。康泰集团2010年经销商商务年会、2010年塑料管道发展论坛、股东会、董事会等相继召开，在新年的第一时间，用行动向市场传递出突破阴霾、长期稳定发展的信心和决心。新的一年，公司将围绕“基础建设、团队打造、市场拓展”下功夫，做到真诚为客户服务，加大市场开拓，精细内部市场化管理，规范基础管理，打造品牌价值，做专、做强产品，把康泰打造成为专、精、强、大，在行业内具有较高知名度的企业。

“一年之计在于春”，拥抱春天的号角已经向我们吹响。

拥抱春天，春天是耕耘的季节。世间万物都会把一冬积蓄的能量在春天释放，机遇只会垂青有准备的人，如果你愿意去耕耘，愿意为自己的梦想执着前行，那么必定会迎来一个春光灿烂的春天。只有春的耕，才能有夏的获，秋的实……

拥抱春天，让春天成为不断前进的契机。天上不会掉馅饼，把握时间，才能把握未来，只有把握住春天的每时每刻，才会有成功的机会。每个人都有把握成功的权利，都享有成功的运势。但，有个前提，那就是奋斗不息。

春天已经来临，拥抱春天，希望与梦想同在。

海南·三亚

康泰集团 2010 年经销商商务年会
2010 年塑料管道行业发展论坛

康泰集团 2009 年度客户联谊酒会

Hainan

资讯_News Information

- 全球行业资讯
- P04 我国色母粒产业发展呈上行景气
- P04 巴西研制出新型可再生塑料陶瓷体
- P04 建材下乡带动千亿消费
- P05 中国将成为世界最大的药品塑料包装市场
- P05 节能减排投资商目光转向新型门窗
- 康泰集团资讯
- P06 国家、省市领导莅临河南康泰生产基地指导工作
- P06 康泰集团参加成都重大技改项目集中开工典礼
- P06 关注慈善事业康泰集团在行动
- P07 成都基地不锈钢车间夺魁2009年度集团品管圈活动
- P07 协同办公系统开启康泰信息化之路
- 康泰集团新春特辑
- P08 庆元旦,迎新年河南康泰基地文艺大联欢
- P09 林云青总裁出席成都台州商会2010年新春团拜会
- P10 康泰集团2010年迎新春晚会圆满举行

康泰时评

- P11 弘扬康泰文化 铸就精神丰碑

特别报道_Special report

- 法律讲堂
- P12 打击假冒伪劣产品 维护社会长期稳定

深度企划_In-depth enterprise planning

- 康泰集团2010年经销商商务年会
- P14 服务决胜财富 品牌创造未来
——康泰集团2010年全国经销商年会在三亚成功召开
- P16 携手并进 和谐共赢 挑战未来
——集团董事长兼总裁林云青先生在2010年经销商商务年会上的讲话摘要
- P23 天高云阔,管道行业的明天会更好
- P24 康泰集团二零零九年度获奖经销商名单
- 2010年塑料管道行业发展论坛
- P26 关注行业发展 创新赢利模式
——2010年塑料管道行业发展论坛在三亚成功举行
- P29 新型塑料建材产品应用前景广 李振东
- P30 塑料管道的快速发展影响深远 廖正品
- P31 质量铸造品牌 品牌成就未来 韩儒理
- P32 改善人居环境:新型管材功不可没 汤浩
- P33 塑料管道为“低碳”保驾护航 余忠兴

康泰集团2009年度客户联谊酒会

- P35 华灯璀璨夜 康泰耀三亚
——康泰集团2009年度客户联谊酒会侧记

- 康泰集团顾问委员会第一次会议
- P38 把脉康泰 专家献计献策
——康泰集团顾问委员会第一次会议成功召开

走进康泰_Enterling kangtai

- P41 选择康泰,我放心!
——走进康泰辽宁经销商三勇
- P42 唯有双赢,才有发展
——走进康泰代理商重庆唯双物资
- P44 团结向上,学习共进
——浙江办事处纪实
- P46 通往金牌销售之路
- P48 在路上
- P49 志存高远,坚定不移
——记2009年集团特别贡献奖获得者李志坚

人文康泰_Kangtai culture

- P51 只要你想,你就能!
——康泰人2010年的梦想

副刊_Supplements

- “责任胜于能力”征文稿件
- P57 责任,一路相随
- P57 责任胜于能力 责任重于泰山
- P58 承担责任是一种快乐
- P59 强化意识,担当责任
- P60 承担风雨,铸造辉煌
- P60 工作一分钟,敬业六十秒
- P61 江城小吃
- P61 仰望
- 超越梦想·共同分享
- P62 康泰集团二〇一〇年迎新春晚会掠影

全球行业资讯



我国色母粒产业发展呈上行景气

□ 中国化工报

10月13~15日在北京举行的2009年全国塑料着色与色母粒学术、技贸信息交流会上传出信息,尽管受全球金融危机影响,色母粒及下游的塑料制品出口量骤减,但国内需求稳定,加之占据行业主流的大企业经营状况良好,色母粒产业仍然保持了近几年景气上行的势头。

据中国染料工业协会色母粒专业委员会最新统计,目前我国色母粒年产能约为50万吨。在调查的243家色母粒企业中,尽管遇到金融危机,但大部分企业产量和经营效益没有下降,仅有约1/5的企业受金融危机影响较大。

该专委会秘书长乔辉认为,国际市场上,家用电器、汽车等行业萎缩,我国相关塑料制品出口量大幅下降,导致上游色母粒用量的减少。我国色母粒产能与下游的塑料制品行业需求匹配基本合理,在国内塑料制品

市场需求稳定的情况下,大部分企业仍保持良好的经营状况。国家出台的家电及汽车消费刺激政策,推动家电和汽车消费量的上升,带动了塑料的需求,塑料产量及价格大幅回升。同时,塑料制品出口退税率的提高也拉动了塑料制品产业的增长,给色母粒企业带来了良好的发展机遇。

乔辉表示,我国色母粒行业已经熬过了最困难的时期。另外,在金融危机中,企业不得不在产品开发、质量控制、管理水平、经营思路等方面下足功夫。这些历练,使色母粒企业不断走向成熟,行业景气也将继续上行。



巴西研制出新型可再生塑料陶瓷体

□ 科技日报

去年,巴西化工集团公司科技创新研究中心宣布用甘蔗提炼的乙醇生产品出了高密度的聚乙烯。经过美国实验室认证,这种用甘蔗生产出来的100%可再生塑料具有和以石油为原料

的传统塑料同样的化学成分,在工业应用上具有广阔的前景。

巴西的苏威子化工集团和陶氏化学公司也在研发绿色塑料产品。他们率先研发出低密度聚乙烯树脂,用来生产塑料胶片和PVC板。另一家合资企业计划投资3亿美元,兴建一座以乙醇为原料的PVC工厂。巴西的“绿色塑料”可能会引领一场新的环保革命。

10月,巴西米纳斯吉拉斯州联邦大学的两名化学家与一家企业合作,共同研制了一种陶瓷体,可过滤燃料燃烧后排放的二氧化碳,并将其转化为工业原料。发明者计划进一步改善这种陶瓷体过滤二氧化碳的能力,以期将捕获二氧化碳的效率从目前的40%提高到60%。

建材下乡 带动千亿消费

“中央一号文”首次提及将采取有效措施推动建材下乡,意味着农村建房将成为农村消费新的增长点。中国建材行业下乡是继汽车、家电业之后的第三次下乡。业内人士分析认为,建材下乡比家电下乡对于农村消费市场的拉动作用还要大。

新型建材“下乡”对于摒弃旧的传统模式,发展低碳经济意义重大。受千百年来形成的建筑传统影响,时至今日耗能蚀地的“秦砖汉瓦”,在农村建材市场仍然唱主角。据统计,目前我国农村民用建筑面积达到240亿

平方米,占全国总建筑面积的60%以上。新型建材下乡一方面可以拉动内需、加强新农村建设,另一方面也可以实现综合利用资源、节能减排。建材下乡,意味着钢材、水泥、玻璃、塑料管道、木材等将会大量地用于新农村的建设当中。

初步推算,内地农村居民每年建房和房屋维修消费近5000亿元,补贴将激发10%~15%的净增长,每年增加国内消费最少500亿~600亿元。根据《扩大建材下乡政策及实施建议(初稿)》估计,若暂定为期3年的“建材下乡”启动,将使全国1500万~2000万户、约6000万~8000万农民受惠,财政补贴资金将达1000亿元人民币,当中80%由中央承担,20%由省级财政负责。



中国将成为世界最大的药品塑料包装市场

□ 中国轻工业信息网

塑料包装有很多方面的用途,因此塑料包装的独特优势就在于中国医药塑料包装方面。

预计,未来5年全球药品塑料包装市场将成为软包装的第二大经济增长点,中国将成为药品塑料包装增长最快的地区。到2050年时中国将会成为世界上最大的药品塑料包装市场。为适应消费者环保意识的变化,医药塑料包装企业已着手进行“绿色”塑料包装的开发,主要有:可循环使用的绿色塑料包装、环境调节塑料包装、高阻隔塑料包装、无菌塑料包装、抗菌塑料包装等。

除此之外,由于塑料包装产品具备独特优势,药品塑料包装形式也因此不断变化,而汽罩塑料包装及条形复合膜塑料包装也将成为固体剂型药品包装的主流。

节能减排投资商目光转向新型门窗

□ 中国建材网

随着我国节能减排工作的深入开展,具有良好的保温隔热和密封性能的新型塑料门窗日渐成为投资商比较关注的门窗品种。去年我国开始实施新的《外商投资产业指导目录》。新《目录》把可替代钢材、木材和其他材料的多个塑料建材项目列为外商投资鼓励类项目。根据行业专家分析,节能性能突出的塑料建材将成为产业投资的热点。按照国家“十一五”规划,未来5年内,我国建筑节能要实现节约1.01亿吨标准煤的目标,节能建筑总面积将超过21.6亿平方米,其中新建建筑16亿平方米、改造现有建筑5.6亿平方米。这些建筑对节能材料和技术的市场容量可达数万亿元,这将

为节能环保型塑料建材的发展提供巨大的市场空间。

在诸多塑料建材品种中,塑料门窗由于产业基础好、市场前景广而备受投资商的青睐。塑料型材经过多年的发展,目前已成为塑料建材中技术最成熟、应用状况最好的塑料建材品种之一。

在东北三省和内蒙古等地,40%以上的新建住宅都使用了塑料门窗,青岛和大连新建住宅中塑料门窗的应用量则达到80%以上。而根据“十一五”规划,我国建设行业的发展仍将推动塑料型材的广泛应用与快速发展,巨大的市场潜力将为塑料门窗型材行业发展吸引更多的投资。塑料门窗具有保温、隔音和防潮等特性,再加上原料来源比较丰富,可替代传统的木材、钢材等建筑材料,近年来在建筑市场中得到广泛应用。我国节能减排工作的深入开展有利于具有良好的保温隔热和密封性能的新型塑料门窗提升市场占有率。

康泰集团资讯



国家、省市领导 莅临河南康泰生 产基地指导工作

□ 河南基地/白艳霞

本刊讯 1月8日，原国家建设部副部长、中国城镇供水协会会长李振东，原广州市副市长戴治国、中国地产研究会地产市场委员会常务副主任兼秘书长贺和平、广东利海集团副总经理谢华宏、郑州自来水总公司副总经理张可欣等国家、省市领导及企业界代表一行莅临河南康泰生产基地，参观指导工作。欢迎仪式上，河南康泰塑业科技有限公司董事长叶日才代



表公司全体员工对各位领导的来访表示热烈欢迎，并介绍了河南康泰的企业规模及生产实力，基地总经理张文霖向各位来宾详细地介绍了公司产品，企业发展历程及企业发展方向。通过听取介绍与实地考察，几位领导对河南康泰的产品、企业文化及公司荣誉给予了充分的肯定，并寄予了厚望，希望河南康泰立足中原，服务全国，深耕水网，关注民生，为改善人居环境，倡导健康用水做出更多更大的贡献。



康泰集团参加成都 重大技改项目集中 开工典礼

□ 张正超

本刊讯 为确保一季度工业经济实现“开门红”，1月21日，成都市在龙泉经济开发区举行了重大工业技改项目集中开工仪式。四川省副省长李成云、成都市副市长白钢等省市领导为奠基仪式掀掀、培土。康泰集团作为崇州市工业经济的代表参加了奠基仪式。



据了解，这批新开工的项目中，新兴产业、重大支柱产业和高新技术产业占主导，其中，电子信息、装备（机械）制造、汽车、新能源、新材料等项目总投资达49.6亿元，投资额占全部项目投资总额的62.8%。

康泰集团抓住灾后重建的机遇，通过技术改进，全面推进产业升级。康泰新建基地项目，投资4亿元，占地300亩，年产塑胶管道120000吨，产值10亿元人民币，税收达0.3亿元人民币。

关注慈善事业 康泰集团在行动

□ 宋桃蓉

本刊讯 1月22日，第三批“光彩事业·阳光助老（康复）工程”捐赠暨慰问敬老院活动在崇州市桤泉镇敬老院进行。成都市市委常委、市统战部部长包惠，成都市民政局副局长陈列勇等领导出席了活动仪式并讲话。集团工会主席吴彬受集团林云青总裁之托，参加了活动仪式。

包部长在讲话中说，近年来，成都



的民营企业积极响应市委、市政府的号召，配合全市农村敬老院修建，认捐敬老院的运动康复设施，充分体现了成都民营企业家关爱老人、回馈社会的情怀，对维持社会稳定做出了积极的贡献。

“吃水不忘挖井人”，康泰集团以社会责任为己任，积极参与到社会慈善事业当中，在第三批“光彩事业·阳光助老（康复）工程”中，累计捐款数万元，用于改善社会福利事业，以实际行动践行着作为企业的责任感与使命感。

成都基地不锈钢车间夺魁 2009年度集团品管圈活动

□ 黄彦



本刊讯 1月26日，由技术中心质量管理部主办2009年度品管圈成果发表大会在集团总部举行。

2009年，自集团开展品管圈活动以来，各圈积极参与、开展交流，取得了优异的成绩，共计8个品管圈上报了成果。本次成果发表大会由“成果讲解”和“现场评审”两部分构成，经过激烈的竞争，成都基地不锈钢车间“一心圈”的“承插环压管件连接方法的开发”一举夺魁。

据了解，“承插环压管件连接方法”是在原来的双卡压管件连接的基础上做的改进，双卡压产品加工工艺复杂，共有12道工序，其中凸环导致废品率较高，因此设法减少这个环节，最后改成承插式连接。为了保证耐压能力，又对连接的密封圈和安装用的卡压钳进行了设计，后期定型产品安装后抗拉、抗压强度DN15-50能达到5MPa以上，DN65-100能达到4MPa以上，完全能满足一般工程最高试压1.4MPa的要求。

据悉，承插环压管件已投放市场，客户反映良好。

协同办公系统开启 康泰信息化之路

□ 张正超

本刊讯 根据集团全面启动信息化建设的要求，1月9日，康泰集团协同办公系统项目启动大会在集团总部召开。

协同办公系统整合了“工作协作体系”和“知识管理体系”，能让每名员工都成为企业协作的一员，把领导的监督指示、员工的工作汇报、员工之间的协作配合有机地结合在一起，规范办公



流程，提高工作效率，它具有以下特点：

一、将先进的管理制度融入到OA工作流程中，规范工作，辅助管理思想落地和有效授权。

二、提高跨部门、跨地域的实时沟通与协作效率，减少内耗和边缘化问题。

三、逐步推进，量化工作，结合岗位职责，优化KPI绩效，提高人均产能。

四、营造团结、活泼、共享的企业文化，提高组织学习、创新能力。

在项目启动仪式上，集团董事长兼总裁林云青宣布动员令，他指出，信息化建设是康泰集团发展的必然之路，并且列入了集团2010年战略规划，他要求各部门、各单位积极配合，“协同”合作，以协同办公系统为带动点，全面推进集团信息化建设的进程，早日实现康泰在信息建设中的腾飞。

协同办公系统

协同办公管理系统是以知识管理为核心，协同运作为进化手段，使企业的资源融会贯通，吐故纳新，始终以崭新的形象生机勃勃地面对多变的外界环境的管理软件平台。平台至少包括公文管理、事务管理、会议中心、新闻中心、资料中心、互动中心、查询中心、系统管理和网站管理等几个主要子系统和二次开发的协同办公平台。

康泰集团新春特辑



△林云青总裁致新年词



△林云青总裁与四川省工商联副主席谢光大共同浇灌希望之树



△林云青总裁与成都市委常委、统战部部长包惠亲切握手

林云青总裁出席成都台州商会2010年新春团拜会

□成都台州商会 刘轶

本刊讯 水鼓声中一岁除，春风送暖入台蓉。1月22日晚，来自川浙两省、蓉台两市的工商企业界代表300余人相约成都台州商会新春团拜会，共贺虎年吉祥，共庆新春佳节。成都市委常委、统战部部长包惠，成都市委统战部副部长、市工商联党组书记刘战国，集团董事长兼总裁、成都台州商会会长林云青等齐聚一堂，共话台州商会一年的收获。

团拜会上，林总裁发表了新年致辞。他在致词中感谢了各位领导、嘉宾对台州商会的长期支持和帮助，并祝福大家新年快乐。他说，成都台州商会2009年取得的成绩，离不开社会各界的帮助，并表示任何困难都改变不了商会创造美好明天的强烈愿望，任何挑战都阻挡不了全会加快跨越式发展的信心和决心，成都台州商会将振奋精神，以更加顽强的毅力，更加务实的作风，抢抓机遇，奋力拼搏，迎接更加

辉煌的明天！
包常委在听取在川台州商人投资的情况后，对台州商人给予成都乃至整个西部地区经济发展做出的贡献表示感谢。她说，成都建设中西部地区创业环境最优、人居环境最佳、综合竞争力最强的现代化特大中心城市。要实现这一目标，离不开广大在蓉台州商人积极的参与。她希望成都台州商会在新的年里紧跟时代步伐，团结和带领广大在蓉投资的台州籍商人围绕“城乡统筹、四位一体”科学发展思路，积极开展工作，在实现“新三最”目标的宏伟征程中建功立业。

水鼓舞《盛世中华》拉开了晚会序幕，精彩的歌舞表演，博得现场一阵又一阵的掌声。晚会上，林云青总裁和四川省工商联副主席谢光大携手浇灌点亮2010年希望之树，将晚会的气氛又一次地推向高潮。



庆元旦 迎新年 河南康泰基地文艺大联欢

□河南基地/白艳霞

本刊讯 庆元旦、迎新年。为感谢康泰人一年来辛勤的工作和奉献，增进部门之间的友谊，增强员工间的合作意识。2010年1月1日，河南康泰基地在基地车间成功举办了一场由员工自编自导的文艺联欢活动。

本次联欢活动，各部门、各车间积极提报节目，活动内容丰富多彩、形式多样，其中管件车间一次提报了9个节目，既有民族歌曲，还有戏曲、小品；

销售部提报的三个节目，全部上演，他们自编自演的幽默搞笑小品《傻女婿回家》赢得了全场员工的阵阵掌声，并获得了本次活动的一等奖。大合唱《明天会更好》唱出了所有康泰人的风采！河南康泰基地董事长叶日才为获奖团队颁奖，并鼓励大家在新的一年里团结协作，再接再厉，为开创河南康泰更美好的明天而努力奋斗！



康泰集团 2010年迎新春晚会圆满举行

金牛凯歌辞旧岁，瑞虎起舞贺新年。

2月4日晚，崇州市琴鹤苑内歌声悠扬、掌声雷动，“超越梦想·共同分享”康泰集团2010年迎新春联欢晚会在这里盛情举行。集团领导林云青、张文霖、洪青成、于在河、何朝晖、张艳平、张传中、朱鹏飞、徐水平、陈春燕等与职工代表千余人欢歌共舞、共贺新年。



晚会在喜庆欢快的开场曲《好日子》中拉开帷幕，小品《人情债，何时了》由一线职工创作讲述自己身边故事，体裁独特、别致新颖；诗歌朗诵《感恩的心》一首优美的抒情诗，抒发了对企业的无限深情，饱含着对祖国的无限热爱；集团财务部的集体舞《踏浪》节奏轻快、春天的气息扑面而来……整场晚会洋溢着欢乐、祥和、喜庆、团圆的氛围，高潮迭起、笑声不断、掌声不歇。林总裁为本次演出和集团2009年的工作做了总结，2009年在集团全体员工的努力下，集团的业绩取得了新的突破，在行业中也确立了品牌地位，他希望全体员工在新的一年里，紧随集团发展的步伐，上下一致、团结一心，更加勤奋地工作来取得新的、更大的突破，并祝愿大家在来年里心想事成、万事如意。

严冬渐逝，缕缕春意已在寒风中潜滋暗长，一切仿佛都在预示，这将是集团又一个蕴涵精彩、充满希望的春天！

康泰时评

弘扬康泰文化 铸就精神丰碑

□ 本刊评论员

二十年前，有产品就能壮大一个企业；十年前，天时、地利、人和占一条，也不难拿下一片市场；如今，当初强大起来的企业，尽管市场覆盖大江南北，全盘看来却摇摇欲坠，市场江河日下。行进中，他们无不自以为是为稳扎稳打，他们无不自以为为丝丝入扣，可一旦遭遇对手，就会呈现出自己满地散沙的一面。为什么？因为缺少企业的润滑剂和粘合剂——企业文化。

有人说：社会是一个大舞台，看谁更精彩；还有人说：竞争是一套有氧健身操，能舒筋活络，谱写跳动的脉搏；这些说法都没错，但一家企业除此以外还拥有优秀企业文化的话，那这家企业将激发出无穷的能量，是企业基业常青的保证。

那么应该如何来理解企业文化呢？企业文化的意义在于它充盈着整个企业的方方面面。它既是企业的灵魂和潜在生产力；又是企业生存和发

展的动力；更是企业立足市场的源泉。总而言之，企业文化对内是一种向心力、对外是一面旗帜。具体而言，比如，你踏进一个企业，马上就能感觉到该企业所处的氛围，人们是如何彼此问候的，如何待人接物的，如何规划办公环境的等等，这些有声无声的事物向您展现着的就是企业文化。企业文化是深入地体现在每一个细微之处，甚至是那些容易被遗忘的角落，正所谓企业文化无处不在。

历经十余年的发展，康泰集团已经形成了“市场第一，合作共赢，务实勤俭，以人、以诚、以效”的核心价值观；“为每个家庭提供安全实惠的管道”的企业使命；以及“成为全球化工建材供应基地”的企业愿景。这些理念的取得，是康泰集团历经曲折，在实践中获得的一种对企业生存、发展、壮大的理解。

康泰的企业文化是发展的、进步的，无所不在的。您所看到的每一条

规范企业与员工行为的制度是一种企业文化；一次次感恩社会的捐赠活动是一种企业文化；一套套代表整体形象识别系统的工牌是一种企业文化。所有这一切都证明了康泰是一个充满温情的、充满人性的大家庭；一个充满战斗力和凝聚力的团体；我们的领导是如此地具有亲和力、英明决策力；我们的员工是如此地互助互爱、团结协作……

一艘航船的顺利航行是一个舵手的成功，一个企业的成功是一个团队的成功。弘扬康泰文化，是每一名康泰人义不容辞的责任。弘扬之路重在坚持，贵在执行，只要我们紧紧地拧在一起，心往一处想，劲往一处使，那么必将建立起一座指引所有康泰人前进的精神丰碑，指引我们共同前进。

法律讲堂

本期话题/假冒

“假冒”一词，最原始的解释是以假充真，在不同的领域，假冒有着不同的含义。本期专题，将取“假冒”一词在产品市场领域的理解，逐一分析。

康泰集团坚持“以质量求生存”的发展理念，坚持把产品做精的思想，康泰牌系列产品以其优异的性能和良好的品牌形象，深受广大消费者的爱戴和青睐，产品年销量连年创下新高。在广大经销商和消费者的努力下，康泰已经成了国内塑料管道行业里的一面旗帜。

然而，目前在市场上有一些不法分子，他们为了谋取个人利益而置法律于不顾，制造假冒伪劣产品混入市场。这不仅严重损害了康泰的声誉，更损害了广大经销商和消费者的利益。为维护大家共同的利益，严厉打击制假、售假的犯罪行为，康泰集团将会同各地区质检、公安、工商、政法等部门，在全国范围内开展一系列的打假活动。

在3·15消费者权益日来临之际，本刊特邀集团法律顾问李玉红律师，结合一个具体的案例，向大家讲解“假冒”的危害性。



打击假冒伪劣产品 维护社会长期稳定

真实案例

李光系个体工商户，于2006年6月与广州三三服装公司签订《合作协议》，经销“三三”品牌服饰，成为三三公司在西南片区的总经销商，通过李光的不懈努力，截止2008年6月，李光在西南片区共发展二级经销商200余家，实现西南片区年销售额2000余万元，李光实现个人年收益100余万元。

为了获取更大的个人利益，2008年7月，李光在成都市青白江区寻找到天利服装加工厂代其生产“三三”品牌服饰，并向天利服装加工厂提供了其伪造的“三三公司授权生产委托书”，随后由李光将生产的假冒产品分发给各经销商按三三公司正牌服饰价格销售。2009年8月，天利服装加工厂、三十余家成都市内经销商因他人举报被依法查获，此次查处库存假冒服饰正牌价值约240万元。

同月，李光被依法逮捕，现已移送检察机关。

一、民事责任

1. 李光与三三服装公司之间：

三三服装公司于2009年9月将李光告上法庭，同时依法查封、冻结了李光的房产、车辆及银行存款、证券。同年12月，受诉法院依法作出判决判决内容大致如下：

李光与三三公司签订的《合作协议》终止；李光违反协议约定，未经三三公司合法授权私自生产“三三”品牌服饰，其行为构成违约，其所缴纳的30万元保证金不予退还，同时向三三公司承担违约金50万元；

2. 李光与天利服装加工厂之间：

天利服装加工厂因被李光欺骗而代为生产他人注册商标产品，其所产生的损失均应由李光个人承担，共计30万元；

3. 李光与二级经销商之间：

事发后，李光因不能正常为经销商供货，而不得不终止与各经销商之间的合作，200余家经销商因不知所售的产品系假冒产品，由此产生的损失由李光个人承担，合计约60万元。

二、行政责任

查获的240万元服饰被依法没收，并处罚金120万元。

三、刑事责任

因被查获的假冒产品市值约240万元，属于情节特别严重，根据我国《刑法》规定，李光将面临三至七年的有期徒刑，并处罚金。因该案尚在检察机关，李光所获得的具体刑期及罚金将最后由人民法院依法确定。

本期案例中，李光成了“假冒”一词的最终受害者，其不仅遭受了高达290万元的经济损失，同时还将面临3至7年的牢狱之灾。

在我去成都市看守所会见李光的时候，我问李光：“你与三三公司合作的时候已经赚了不少钱，为什么还去假冒呢？”李光低着头回答道：“我花了那么多的心血帮三三公司发展客户，赚到的钱大部分都给了三三公司，我想自己多赚点，所以就……哎！”不难看出，李光演绎了一个较为常见的“欲望”犯罪过程，其从最初的“想发展、有钱赚”的理念演变至“要赚钱、就我赚”的邪念中，从而给自己埋下了不定时的地雷。

本案中，李光是一个出色的营销人员，其行为的唯一目标就是利益最大化，却疏于了防范其行为的风险性。现代市场经济体制，法律对市场行为的监控越来越严密，只要参与市场竞争，参与人的每一个行为都可能违背相应法律、法规、规章的规定。当参与人无视或不重视法律规定的时候，参与人行为的风险已经被提至最高级别。

在此，律师建议：请回顾你的市场行为，用法律的杠杆衡量行为的高度，确保没有给自己埋下不定时地雷。

相应法律、法规索引

《产品质量法》第五十条：在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格产品冒充合格产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品货值金额百分之五十以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

《刑法》第二百一十三条：未经注册商标所有人许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

《最高人民法院最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释》第一条：未经注册商标所有人许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，具有下列情形之一的，属于刑法第二百一十三条规定的“情节严重”，应当以假冒注册商标罪判处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金：

(一)非法经营数额在五万元以上或者违法所得数额在三万元以上的；

(二)假冒两种以上注册商标，非法经营数额在三万元以上或者违法所得数额在二万元以上的；

(三)其他情节严重的情形。具有下列情形之一的，属于刑法第二百一十三条规定的“情节特别严重”，应当以假冒注册商标罪判处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金：

(一)非法经营数额在二十五万元以上或者违法所得数额在十五万元以上的；

(二)假冒两种以上注册商标，非法经营数额在十五万元以上或者违法所得数额在十万元以上的；

(三)其他情节特别严重的情形。

法律后果

律师点评

律师寄语：

四川君士达律师事务所为康泰集团提供常年法律顾问服务已有五年，伴随着康泰集团前进的脚步，我们借《康泰名片》搭建的平台，普及法律、防范风险，提升大家的法律意识。在这里，我们真心希望：通过我们的不懈努力，能让大家了解法律、学习法律、运用法律，以法律的尺度衡量行为的距离。

康泰法律顾问：李玉红
联系电话：028-85199000



携手并进 和谐共赢 挑战未来

——康泰集团2010年经销商商务年会

中国 三亚 二〇一〇年元月



服务决胜财富 品牌创造未来

——康泰集团2010年全国经销商年会在三亚成功召开

总结2009, 展望2010。1月13日, 中国管道行业最具竞争力的品牌, 康泰集团2010年经销商年会在海南三亚成功召开。深耕网络渠道, 关注客户终端, 康泰集团在中国管道行业中发出了“品牌赢销”的最强音。

深耕渠道出效益 品牌致胜破迷境

受经济危机的影响, 2008年起, 管道企业出现两极分化的趋势, 全行业重新洗牌在所难免, 企业发展危机四伏。在此基础上, 国家4万亿的经济促进计划, 让各行业看

到了在逆市中的希望。危机和机遇并存的情况下, 如何才能深耕渠道出效益? 管道企业四处寻找秘方。

据了解, 早在2008年末, 康泰审时度势, 确定了2009营销的主题——市场拓展。围绕这一目标, 康泰把深耕渠道、抢占区域市场作为重中之重。董事长兼总裁林云青经常是亲力亲为, 夜以继日地奔波在全国各地, 指导战

略的实施, 以市场助推品牌, 以品牌突破迷境。

据集团营销总公司总经理于在河介绍, 2009年, 康泰集团共成立了11家销售分公司, 9家办事处, 营销网络遍布全国。全年市场的均销量与2008年相比有大幅的提升, 网络市场朝着规范化、深度化发展。全国各地的经销商的销售业绩让公司所有人增强了信心, 这说明管道行业仍有巨大的发展潜力。

据行业人士观察, 经过一年的深耕细作, 康泰集团的销售网络在行业内已首屈一指。在品牌优势的指引下, 康泰逐步完成对二三线市场的掌控, 市场占有率逐渐提升。

创新服务为终端 合作共赢齐奋进

企业要发展, 售后服务是关键。康泰坚持准、快、信守承诺, 把对客户的每一项承诺都落实到行动中。

康泰集团坚持质量第一、客户至上的原则。为满足客户对康泰产品的需求, 在交货上, 公司要求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公里以外24小时到货, 1000公里以外48小时到货, 2000公里以外96小时到货, 确保能在最短的时间内实现客户价值。

此外, 康泰集团由生产技术、售后服务等成立的专业技术队伍, 可根据各建设单位、业主或工程施工主的施工进度和实际需要密切配合项目的技术及服务工作。

康泰创新的服务方式在社会中得到了一致的认可, 一系列产品订单随即而来, 一位经销商在年会上接受记者采访时表示, “康泰在市场中树立起来的口碑, 得益于康泰

对维护客户利益所做的工作, 这样的企业信得过”。

学习为帆驭大船 共铸康泰康丰碑

管道建材行业的发展面临着众多的挑战, 大企业大品牌尚未形成垄断优势, 小企业众多且价格竞争很大的情况下, 如何才能保持持续的赢利? 康泰破题的做法是: 探寻新的盈利模式, 提高品牌附加值。

康泰集团一直没有停止过对新盈利模式的探索, 积极地向国内外知名企业取经。2009年11月, 康泰集团组织部分经销商到韩国LG学习考察, 这次经销商年会更是把全国行业领导、设计院的专家请到了现场, 与所有的经销商一起探讨行业发展, 讨论如何提升品牌的竞争力。

此外, 康泰集团更注重营销团队的学习提高, 通过对营销人员的培训, 在康泰的营销系统中, 建立起了抓执行、重结果的执行型团队。

在不断学习与创新的氛围中创新康泰的赢利模式, 已经成为了所有康泰人的共识, 这也成为康泰集团铸造新丰碑的基石。

“已经到来的2010年对于中国管道行业来说是充满挑战的一年, 灾后重建即将结束, 对管道建材的需要量急剧减小; 房地产业尚不明晰的情况下, 管道建材业的压力越来越大, 不确定的因素众多。我们将会把本次经销商年会打造成为全行业年度思想交流的盛会, 以创新的思想, 为中国管道行业继续发展寻找新的增长点。”林云青总裁表示, 康泰将坚持市场第一、合作共赢的理念, 创新经营模式, 以务实、高效的工作来应对未来的挑战。





携手并进 和谐共赢 挑战未来

——集团董事长兼总裁林云青先生在
2010年经销商商务年会上的讲话摘要

2009年，康泰集团取得佳绩的秘密何在？还存在哪些不足？2010年的工作重点在哪里……在康泰2010年经销商商务年会上，林云青总裁作了《携手并进 和谐共赢 挑战未来》的主题讲话，讲话结合康泰发展的实际，高屋建瓴，切合实际。本文的刊出，必将为读者认识康泰、了解康泰起到积极的意义。

携手并进 和谐共赢

康泰集团2010年经销商商务年会

中国 三



△林云青总裁作专题讲话

回首刚刚走过的2009年，我们心潮起伏，感慨万千。2009年是大事多、喜事多、难事多的一年，是极不寻常、极不平凡的一年，这一年注定要在中华民族的历史上写下浓墨重彩的一笔，也是中国在金融危机下，实力增长和影响力最大的一年，也是我们康泰集团在行业中提升又快又好的一年，这一年，注定要成为康泰集团发展征程中具有里程碑意义的一年。在这一年里，广大同仁紧紧围绕公司2009年的战略部署，以市场开拓和内部市场化两大战略为重点，上下一心、攻坚克难、奋勇拼搏、开拓创新，积极应对复杂多变的发展形势，成功克服全球经济危机带来的不利影响，特别是房地产业的不利影响，提前完成公司第二个五年规划目标，实现了平稳快速发展。集团公司全面完成09年下达的20%的增长目标和各项业绩指标，实际已达到30%，并超额完成各项指标，这些业绩的取得离不开经销商朋友们的大力支持和帮助，对你们给予公司和我本人的厚爱、关心、支持、帮助，我衷心地表示感谢，有你们的支持才有我们今天的所取得的成绩。

2009年康泰集团经营发展情况

2009年，是康泰集团第二个五年规划的关键之年，我们从多个方面进行了艰苦的探索和努力。

2009年，国内管道市场可谓“冰火两重天”，也是房地产行业受金融危机冲击最大的一年。下半年，原材料价格一路攀升；进入下半年以来，由于经济危机的冲击，形势急转直下，管道行业整体有所下滑，出现了销售不畅。面对严峻的市场形势，营销总公司全体员工坚定信心、群策群力、抛家舍业、发扬忘我的敬业精神，迅速采取一系列强有力的应对措施。首先，对营销机构和网络重新优化，全国成立11家销售分公司、9个办事处，成立销售团队400多人，使营销资源得到合理配置；其次，及时调整营销思路，将产品市场重心从西南部转向到全国，成功进行战略转移，成功地开拓了新区域的网点近500家，新网络的业务量占总量的30%，对公司下一步的发展打下了基础。

历经09年的发展，我们进一步巩固和提升了企业品种多、品牌多、性价比高的优势。生产基地布局具备了区域性市场发展优势；销售团队成长，经销商强大，具备了品牌和规模基础的优势。

回顾是为了深刻认识自己、不断提升自己。只有深刻认识我们的优势和劣势，才能不断强化优势、弥补劣势。从康泰集团09年尤其是后期销量的逆势增长，我们分析，主要有以下几个原因：

康泰合作共赢的宗旨

康泰发展的每一步，我们都始终坚持合作共赢、共同赢利、互利共赢的经营理念，我们始终将经销商的利益摆在第一位，才有这么强大的合作伙伴替我们卖货。经销商通过开发渠道、占领市场取得销量获取回报；在公司的发展中我们感到：只要把康泰集团的事业当作相关方共同的事业，致力于全面关注客户价值的提升，着眼于上下游事业伙伴的协同发展，我们就让他们赢利。特别是在工程业务拓展中，我们坚持为客户进行工程公关服务，集团坚持不直接做工程业



务，使他们获得有力的发展支持。客户的发展，反过来又促进我们业务的增长。真正做到优势互补、资源共享、共同发展。康泰集团长期坚持“客户优先、品质优先、效率优先”的三优先理念已在顾客中形成共识，如今，这种理念逐渐被广泛认同，成为我们共同的价值观。不仅越来越多地体现在我们事业合作中，建立了一大批志同道合的事业伙伴；而且越来越深入到我们全体员工的生活里，深入到他们做人做事的行为方式里，在长期的竞争中体现出了企业文化的优势。

公司的品牌和性价比

2009年康泰品牌在市场的知名度得到了很大的提升，康泰牌系列产品获得中国环境标志产品认证、新华节水认证；公司获得了四川省质量管理奖，被四川省评定为“实施卓越绩效模式先进企业”。公司坚持市场导向，市场需要什么，我们就生产、销售什么产品，从简单产品到中国名牌再到中国环境标志产品认证，从简单的商标到中国驰名商标，康泰的品牌资质建设与与时俱进，履创佳绩。

近年来，随着社会的进步，人们对于高品质、专业化、性价比非常看重。康泰产品通过这几年的打造在行业也有相

当的知名度。我们产品“综合使用成本低、综合性价比高”的市场定位，已经深入人心。在市场竞争日益激烈、行业发展遇到寒冬时，康泰管业这种优势得到了更深层次的体现。

公司强大的推广和宣传

在经济危机的大背景下，2009年，集团投入近800万进行市场推广，全国巡回推广会分别在成都、包头、长沙、重庆、合肥、新疆召开。公司组织参加了四川省城乡住房博览会和第十届西部国际博览会，康泰“敞开家门”，让消费者



携手并进 和谐共赢 挑战未来

——康泰集团2010年经销商商务年会



近距离来检验产品品质。店招广告有的放矢、墙体广告遍布城乡、高速路牌纵横全国，再加上电视广告的推广，进一步提升了康泰品牌的知名度和美誉度；《康泰名片》杂志编辑出版，协同办公系统助力集团办公自动化，这些都成为企业品牌形象的窗口。公司通过品牌形象整体运作实施公司的经营管理，为康泰集团与现在的客户、潜在的客户、将来的客户搭建起共享资源、共同发展的平台，为公司的发展插上了腾飞的翅膀。

公司的生产基地和产品的结构

2009年，我们重点投资了三大基地项目。辽宁盘山生产基地于国庆前成功投产，项目增加了公司在东北区域的竞争力和影响力，把公司的产品线延伸到最北端；浙江杭州生产基地项目土建工程即将结束，并顺利转入设备安装阶段，预计今年3月份可正式投产；集团总部成都康泰新工业园项目前期工作进展顺利，有关手续正在办理，该项目的实施标志着集团公司整体企业形象和现代化水平的提高，特别是河南基地中原优势已经展现，销量得到提升。2009年，康泰集团推出最新研制的13款产品，分别从质量、环保、安全、降噪

等多个方面入手，运用新技术，向大家奉献新产品。目前，公司产品已经达到10余个系列，3000多个单品，产品结构布局逐步完善，极大地满足了市场需求，在同行业中品种和品牌都处于领先地位。

当然，在回顾了09年历程之后，我们也有很多不足之处：

09年增长快，管理没有跟上

整体的人员素质跟不上，特别是业务团队，没有充分地认识公司文化和理念，没有把公司核心文化中创造客户价值的理念掌握，造成偏离，没有真诚为客户服务。我们要求是开发一个、支持一个、服务一个、稳定一个的原则，像种树一样变成森林，做到诚信、真诚关注客户价值。

产品的品质和品牌的宣传没有达到“中国名牌”的标准，对客户的接待和服务没有达到客户满意

特别是物资、物流上没有及时供应，管理规范上没有完全走上正规化道路，给我们的客户带来了许多不便和麻烦，产品配套和产品供货有缺货现象，也给我们的客户造成了损失，在这里我深表歉意。

朋友们，问题出现了并不可怕，可怕的是长期延续下

携手并进 和谐共赢 挑战未来

——康泰集团2010年经销商商务年会



去。我们要解决存在的问题，寻求新的突破，是我们今后销售工作的重中之重。我们经常说的一句话：今天不等于今天，今天的业绩是昨天努力的结果，今天的好坏不重要，过去的好坏只是个总结，重要的是未来的结果，只有从今天做起才有未来的结果。

公司发展的总体规划思维

朋友们，康泰的愿景是：成为全球化工建材供应基地。未来，集团必须在此愿景基础上进行延伸，重点在产业链方面领先，成为具有强大发展和盈利能力的管道供应商。

推广快、执行力强的销售分公司

全国成立各省销售公司和办事处，形成1000家网络经销商，从品牌推广到合作发展，网络建设到渠道管理，客户服务到客户满意，打造具有独特气质的狼性营销团队，成立集团销售分公司（办事处）和事业部，分公司（办事处）走区域性、多样化发展之路，事业部走专业化、全国性发展之路。打造专业化营销队伍，包括市场、设计、生产、促销、销售渠道及服务，一律走专业化，围绕“专、精、强”的

网络，打造精兵强将。

打造专业化生产基地

生产供应坚持“专、强、成本化”，大区域配置专业生产基地、小基地专注专业于单一品种。在每个省成立个生产基地，每个大区有个大型的生产基地，年产能在5-8万吨；小的生产基地年产能在2万吨。打造成本化最低、物流效益最快的基地，从专业生产到标准化、简单化、成本化战略发展，打造可复制的生产模式，独立快速供应市场。

打造高效快捷的供应链

全国统一供应，降低生产成本，并进入上游产品企业的合作，打造供应链的核心竞争力。建立自己的全国性物资供应公司，供应网点和供应分公司建设统一规划、统筹安排。发挥全国物资供应公司的配套集中采购能力，协调各生产基地、销售分公司的物资采购和常规采购，提升供应水平。以满足康泰总部生产为起点，逐步向上游产品发展，并进入上游产品企业，参与其他上游产品的生产基地、协作厂供应物资，掌握核心资源，对内以合理价格销售，合作兼并上游企业，做精成本化，打造产业链发展。

携手并进 和谐共赢 挑战未来

——康泰集团2010年经销商商务年会



往规范化和标准化方向发展

加大文化建设、制度建设力度，走企业规范化和标准化道路，朝上市方向发展。康泰的事业也是我们大家的事业，加强合作，我们才能更好更快地发展。

康泰集团2010年度经营思路与规划

面对即将过去的金融危机，国家已经出台一揽子的计划，而且强化基础建设的举措已逐步实施，房地产行业正渐渐恢复振兴。我想，针对塑料管道行业的一系列基础建设的政策，将会更加具体，操作性更强，机遇更多。

2010年，机遇和挑战并存，我们将继续强化我们的优势。坚持以创造客户价值为导向的企业文化，以合作共赢的理念，始终把客户的利益放在第一位，做到真诚为客户服务，加大市场开拓、精细内部市场化，规范基础管理，打造品牌价值，做专做强产品，把康泰管业打造成为专、精、强、大，在行业有较高知名度的企业。

总体思路

2010年，按照康泰集团既定的战略规划，是集团第二个五年规划的最后一年，重点强化团队建设和基础建设，大力开展技术进步和管理进步，做专、做精、做强、做大的模式，打造销、产、供产业链的核心竞争力，力争行业内保持领先水平。2010年重点突出提高品质，快速服务，加大网络开发，力争在2010年产销量增长率在40%的增速，使自身的行业地位和企业实力得到进一步提升，为下一个五年战略打好基础。康泰集团将围绕这一经营目标开展工作。

四个突破

提高品牌的美誉度

这是我们下一步品牌建设的工作，主要有三方面：一是差异化的品牌定位；二是多元化的传播手段；三是坚持将“以客户为导向”作为整个经营模式的基础，充分保障经销商的利润。

保证我们的产品领先

2010年我们将通过加快新品的研发速度、推出领先的产



品、优化产品的结构、合理定价、严格控制产品质量这五个方面的措施，保持我们产品的领先优势。

●优化我们的网络布局

在2010年度，我们将注重三个方面的网络优化工作，首先是稳步发展网络数量，重点提升单个质量。第二是大力扶持潜力客户，建立长效的合作机制。第三点合理规划战略布局，重点区域重点客户重点投入，重点突破。

●提高客户的满意度

客户满意度是双方能否建立长期、互信、深入合作关系的基础，这就要求企业一切经营行为以客户导向为原则。对此我们需要从八个方面进步：

一是渠道管理全面；

二是市场管控，规范市场正常运行；

三是售后服务保障，加强一站式的服务；

四是以加快产品流转速度，提高经销商资金利用率；

五是将渠道推广工作落到实处，保障“无忧经营”；

六是财务结算，康泰的财务结算将继续以“准、快、信守承诺”的态度服务各位；

七是我们将进一步开展针对所有终端的建设工作；

最后一个“客户要求的就是我们要做的”，这是康泰人不变的信条，也是我们兑现承诺的一个最有效的办法。通过进一步的深度研究与落实，相信届时各位经销商将会看到一个全新的康泰。

一个希望

在这里，我对我们的经销商朋友有个小小的希望：我们

的经销商们在这个快速发展的社会中必须要快速进步，我们不进步就要落后。市场是竞争是无序的，要知足常乐。要有信心和自信，要有长期的激情，走规范之路，做专、做强、做区域的冠军。人要长期地努力和付出，不断地学习进步，打造强大的自己，也希望你们都是社会的领头人，是一名成功人士。

朋友们，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、知行合一就是康泰通向未来之路。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。

朋友们：辞旧迎新，展望未来，我们豪情满怀，重任在肩。我们面前有困难，更有战胜困难的信心和办法；我们征途上有风险，更有应对风险的经验和力量；让我们团结一心，迎难而上，奋勇拼搏，再创辉煌，以实际行动为康泰在新的一年里创造新的辉煌做出更大的贡献！

通过大家的努力，未来的结果一定比今天好！我始终坚信：胜利一定属于我们！



中国塑料加工工业协会塑料管道专业委员会秘书长王占杰先生在康泰集团2010年经销商商务年会上致辞

天高云阔 管道行业的明天会更好

近年来，康泰集团一直是影响塑料管道行业发展的重要力量。从几大基地的布局到物流供应上的保障，从生产到营销上取得的业绩，应该说，康泰集团是不断进步的。从规模不大的企业发展到现在的全国知名品牌，这些成绩的取得，无不饱含着林总裁等康泰人的努力。感谢康泰集团对管道行业作出的贡献。

通过近几年跨越式的发展，中国已经成为塑料管道的大国。到08年底，全行业实现了360万吨的产销量，成为了影响世界塑料管道行业格局的重要力量。09年1-11月份的数据显示，我们大致完成了523.6万吨产量。这些成绩的取得，是我们全行业共同努力的结果，离不开康泰集团等行业骨干企业的支持。08年到09年底，尽管我们遇到了金融危机、房地产波动、部分管材出口困难、部分产品数量下降等不利因素，但我们仍然取得了很好的成绩。这个成绩不光是对中国塑料管道行业的贡献，也是对世界塑料管道行业的贡献，目前，塑料管道产品大量应用在城镇给排水、农用、矿山、冶金等，尤其是在一些农用设施上得到了广泛的应用。我们把塑料管道比喻成城市的血管，为城市的运转提供重要的保障，这也是塑料管道行业的特色所在。

展望未来，我们期待有更加美好的前景。以下几个方面为我们取得更好的成绩提供了支持：

一、政策支持。国家相关部门把塑料管道行业放在国民经济发展的重要一环。塑料管道产品的广泛应用，符合国家倡导的环保、节能减排、低碳经济、可持续发展等的要求。因此受到了各级职能部门的高度重视。发布了一系列重要文件，把塑料管道技术作为一项推荐技术，从政策上加大了塑

料管道的应用空间。

二、环境保护和可持续发展，将促进塑料管道的发展。我国政府高度重视低碳经济，包括节能、节地、节材等，建设节约型社会，未来几年在污水处理，中水利用等方面，塑料管道产品将有更大的发展空间。

三、城市建设速度加快。中国和发达国家相比，市政建设等还有很多有待提高的地方。据相关报告显示，今后10到20年间，我们将重点加大城市、城镇、中心村的建设力度，扩大市政设施建设，塑料管道产品在其中的延伸力度非常大。

四、建筑业。城市的商用住宅、小城镇化建设等的兴起，将为塑料管道提供了广大的市场。

五、农用管道是大市场。不光是农村工程项目，还包括灌排等，特别是在缺水地区，国家在这个方面的投入将逐年增大。

六、扩大内需。这为塑料管道的发展提供了巨大的空间。金融危机对塑料行业来讲，不是危胁，而是机遇，这是一个很好的机会，也要把握好这个机会。

七、十大产业振兴。塑料管道行业关系到方方面面，抓住机遇，能使我们行业得到跨越式的发展。

管道行业发展中还存在一些问题，挑战仍然存在，但机遇永远和挑战并存，只要我们解决好自身存在的问题，提高综合的竞争能力，我相信在康泰集团等行业骨干企业的共同努力下，行业在专业化、品牌化、特色化、节约化等方面，一定会取得大的突破。

康泰集团 二零零九年度获奖经销商名单

◆ 钻石级经销商 | ● 成都 陈杰

五星级经销商 ★★★★★

- 成都 李文才
- 成都 蔡尚林
- 成都 潘明川
- 贵阳 江泰建材

四星级经销商 ★★★★

- 成都 茂森建筑装饰安装有限公司
- 成都 康顺达商贸有限公司
- 德阳 刘伟锋
- 德阳 刘建友
- 德阳 冯志忠
- 北京 冯志忠
- 北京 冯志忠
- 北京 冯志忠
- 北京 冯志忠
- 北京 冯志忠
- 北京 冯志忠
- 北京 冯志忠

三星级经销商 ★★★

- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林
- 怀化 叶福林

★★★

- 海安县长江引水农村饮水工程
- 朝阳市水利水电建设工程有限公司
- 西昌市地区人饮工程
- 新市 胡俊君
- 丹阳市水利建设工程有限公司
- 丹阳市水利建设工程有限公司
- 丹阳市水利建设工程有限公司
- 丹阳市水利建设工程有限公司
- 丹阳市水利建设工程有限公司
- 丹阳市水利建设工程有限公司
- 丹阳市水利建设工程有限公司

★

- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成
- 西安 刘高成

二星级经销商 ★★

- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华
- 南充 单兴华

★★

- 泰安 尚随凤
- 永安 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德
- 永年 唐圣德

一星级经销商 ★

- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部
- 成都金牛区鲜氏先创建材经营部

★

- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇
- 成都 黄智勇

融入超越

导语

如何才能破解塑料管道企业发展的瓶颈?如何才能让塑料管道行业,持续健康地发展?1月14日,由康泰集团主办的2010年塑料管道行业发展论坛在海南三亚成功召开。原建设部副部长、现中国城镇给排水协会会长李振东,中国塑料加工工业协会会长廖正品,中国标准化协会副秘书长韩儒理,国家塑料制品质量监督检测中心(北京)高级工程师刘山生,重庆市给排水协会会长黄显奎等行业专家领导齐聚一堂,关注行业发展,共谋塑料管道企业变革与创新之路。康泰集团董事长兼总裁林云青作为企业代表,发表了“融入·超越”的主题讲话,并表示,在国家部委和行业协会的领导下,企业定能以过硬的质量和精湛的工艺提升企业竞争力,以科学的管理和先进的技术实现企业的大发展。



海南三亚

关注行业发展 创新赢利模式

——2010年塑料管道行业发展论坛在三亚成功举行

关注行业发展

2009年是我国管道行业发展中极不平凡的一年，经历了金融危机的洗礼。“适者生存，不适者淘汰”从上游的原材料，到中游的加工生产，再到下游的终端用户，都面临着重新洗牌。

在国家推动节能减排和循环经济发展政策、经济和技术创新、社会主义新农村建设速度发展加快、城市化进程不断

推进人们生活水平大幅提高、促使国内消费上升等积极因素都对塑料管道行业的发展提出了更高的要求。经过一年的发展，塑料管道行业具有以下明显的特点：

生产具有明显的地域性，中西部产业在崛起

管道行业的生产具有明显的地域性，主要生产地区集中在我国东、南沿海地区。广东、浙江、山东、江苏等的管道总产量居全国前列。随着国家对农村饮水工作投入力度的加大，加之沿海企业纷纷在中西部建立生产基地，四川、贵

州、陕西、宁夏等地的塑料管道需求逐步增加，行业发展迅猛，成为影响全国总产量的不可忽视的力量。

总产量持续快速增长，市场需求仍然旺盛

随着国家绿色建筑概念的提出，以塑代钢、以塑代木，成为持续推进塑料管道行业增长的催化剂。2009年，塑料板、管、型材等塑料制品较往年相比都有不小的增长，特别是在国家4万亿元经济促进计划的助推下，市场对塑料管道的需求巨大。

新产品产值比重偏低，产品结构调整任重道远

由于塑料管道产品具有入门门槛低的特点，造成了市场上的管道产品质量参差不齐，主要表现在中低档产品多，高档与特殊配套产品少；通用技术和高附加值的产品少。日前，塑料制品行业仍以传统产品为主，虽然企业已开始重视、加强新产品的研发工作，但投入力度与能力仍显薄弱，

产品结构调整任重而道远。

创新赢利模式

塑料管道行业要发展，如何才能在现有的模式下获得持续的赢利？与会领导、专家畅所欲言，每至精彩处，掌声不断。分别从新产品开发和利用、企业标准化建设、塑料管材在节能减排中的应用等入手，旁征博引，层层剖析，为塑料管道行业及企业的发展，点燃了一盏明灯。

开发新产品

重庆市给排水协会前会长汤浩指出，塑料管道具有重量轻、耐腐蚀、耐压强度高、卫生安全、水流阻力小、节约能源、改善生活环境、安装方便等特点，这是塑料管道产品的优势所在。因此，在原料合成生产、管材管件制造技术、设计理论和施工技术等方面加以再造，能让塑料管道产品的美



中国城镇给排水协会会长李振东先生在2010年塑料管道行业发展论坛上发言



新型塑料建材产品应用前景广

观性、抗冲性、抗压性、节能环保等特性得到淋漓尽致的体现。开发出更多适应社会需求的产品。

推进企业的标准化建设

如何才能让企业在竞争中不被淘汰？中国标准化协会副秘书长韩儒理说，只有持续推进标准化建设，才能转危为机。他指出，只有不间断地推进技术标准化工作、管理标准化工作、工作标准化工作，才能让企业在激励的社会竞争中始终葆以活力。

拓展新领域

在越来越受到社会关注的节能减排的话题面前，西南设计院的资深顾问余忠兴表示，拓展塑料管道的应用领域，是塑料行业发展的必由之路。特别是在水力、农饮、市政、燃气等方面的拓展和应用，有着深远的意义，是企业拓宽门路，确保可持续发展的利器。

融入竞争 超越巅峰

思想创新格局，智慧展现力量。论坛上，集团林云青总裁做了融入与超越的主题发言，他说，在金融危机的大背景下，康泰集团作为国家重点支持的塑料管道大型企业，要承担起行业结构调整的历史重任，以融入竞争、超越巅峰的思想观念，加快发展，科学发展，落实科学发展观、走新型工业化道路，是实现企业良性循环的重要保证。

林总裁表示，在国家部委和行业协会的领导下，康泰集团一定能克服金融危机的影响，在已有成绩的基础上，发挥跨行业协作的优势，在企业经营中实现管理创新、技术创新、产品创新，走出新路子，创造新经验，以点带面，开辟我国塑料管道工业更加美好的明天。完成由塑料管道建材大国向管道建材强国的转变，从而引领世界塑料管道建材工业的发展。

新型塑料建材产品发展前景广阔，这和我国大规模的建设密切相关，仅就我们给排水行业来讲：

第一、当前国家拉动内需政策，支持城镇给排水设施建设，供水行业为提高供水普及率，新建供水工程。以提高供水水质、落实国家新的“生活饮用水标准”，对现有4000多座水厂净化工艺需要进行改造，同时，现有10万公里的地下供水管道普遍也需要改造。

第二、执行新的“生活饮用水标准”考核的地点由过去的出厂水质改为用户水龙头的水质。所以大量的居住小区管网、高层的二次供水、户表也需要改造，塑料管材的需求量很大。

第三、全国排水行业以提高排放水的水质标准，现有的1800多座污水处理厂需要进行改造，另全国目前正在建设的污水处理厂1900多座，都需要配套管网。

第四、中央经济工作会议提出加快农村公共设施建设，改造农村饮用水水质和改善生态环境，全国除655座城市外，

还有县城1635座，建制镇19200多个，乡15000多个，自然村246万个，行政村57万个。农村改水工程每年国家都投入几十亿元，绝大多数使用塑料管材。

第五、全国城乡每年新建住宅10多亿平方米；需要配套小区管网和户内管道。

第六、我国对外出口塑料管材逐年增加。

从以上情况不难看出，我国新型塑料管材发展的前景是非常广阔的。



中国塑料加工工业协会会长廖正品先生在2010年塑料管道行业发展论坛上发言



中国标准化协会副秘书长韩儒理先生在2010年塑料管道行业发展论坛上发言

塑料管道的快速发展 影响深远

中国塑料工业是新兴的产业，在国民生产中越来越重要，既是生产资料，又是消费资料，是国民经济中重点发展的支柱产业之一，在振兴纲要中，塑料行业已成为轻工三大重大发展的行业。

现在的塑料行业有很多重要的种类，其中之一就是塑料管道，随着塑料管道行业的蓬勃发展，近三个月来，它是增长最快的行业之一。管道与包装一起，增幅都在22%以上，塑料管道的规模越来越大、水平逐步提升，将在应对金融危机的挑战、拓展国内外市场发挥重要的作用、产生不可估量的深远影响，从而推动国家建设。

做强、做大，是我们塑料加工行业的奋斗目标，也是我们的神圣使命。这里面有一组08年的数字，全国塑料企业有发展地位的有95000多家，从业人员3874000多人，资产总额增加了，反映出了我们整体经济效益在增强，规模企业从08年的16200余家，发展到去年11月的19000余家，利润占到了整个行业企业的67%。改变落后的生产方式，改变落后的

发展状态，培育更多的抗风险的规模企业，这是我们塑料企业今后应加强的工作。

总之，塑料行业，在今天明天未来，都是我们国家重点发展的产业。特别是塑料管道行业，从去年以来市场前景好，建设新农村、城镇化建设等都要用到我们的管道产品，塑料管道行业的发展是值得我们每一个人期待的。

质量铸造品牌 品牌成就未来

质量决定企业的生命，近十年来，越来越多的企业重视产品品质的打造，并且部分已和国际标准等同（或者直接引用国际标准），塑料管质量监督和检测逐步完善。多数企业（尤其是领先的大企业）的生产条件和技术水平可以达到标准要求，有不少企业的产品已出口国际市场，部分还进入了欧美发达国家市场（通过获得国际认证）。

企业要生存、发展必须得跟上时代的脉搏，而对于品牌来说，质量是影响品牌知名度和美誉度的关键因素。换句话来讲，也就是质量铸造品牌，品牌才能成就未来。随着我国经济的不断发展，质量问题已引起消费者的普遍关注和高度重视，高品质的产品、高效率的运营理念才是赢得市场的关键。质量问题，事关全局，影响甚广。所以，无论是管理者，还是普通职员，都应该有视质量为生命的精神。只有有高度的敬业精神和职业道德，质量问题就不会成为问题！而事实也向我们证明，凡是优秀的企业，都有着对质量问题极为严苛的态度，这就是这些企业取得成功的保证。

创牌不易，要把这个牌子发扬光大更为不易。坚持从质量抓起，做精，做细，那我相信，这样的企业一定会从激烈的竞争中脱颖而出，成为业界的翘楚。



重庆给排水协会前会长汤浩先生
在2010年塑料管道行业发展论坛
上发言



中国建筑西南设计院顾问余忠
兴先生在2010年塑料管道行业发展
论坛上发言

改善人居环境： 新型管材功不可没

自20世纪90年代初我国开始研发推广应用塑料管材管件以来，十多年来，塑料管道产品已广泛用于城镇给排水、燃气、通讯、电力以及建筑给排水、热水、暖通、电气等领域，随着应用理念的不断更新，管材的应用更加科学，能根据各种管材自身的理化特征，将不同性能的管道应用到不同领域中，从而达到最佳的效果。性能优异的新型塑料管材被称为绿色产品，而这些产品的应用，使“绿色建筑”的建筑理念得以在一些大型公共建筑和超高层建筑中得以实现。新型给排水管耐高压、抗冲挤、阻燃、降噪、静音的特点，极大地丰富了塑料管道产品的品质内涵，扩大和延伸了使用范围，对提升生活品质、改善了人居环境有不可估量的作用。

一、美观性。

新的设计理念让管道与建筑更加完美融合，使管道突破了传统的给排水功能，在此基础上注入了更多的文化韵味，比如一些厂家推出的新型家装管，能根据家庭装修风格来确定产品，复古、新潮的产品相继被应用，使塑料管道产品

突破了单一的产品特性，美观性、人文特色相继被应用到产品之中。

二、抗冲性和抗压性。

近年来，企业自主创新意识不断增强，新型管道产品的物理与化学特性的变革趋势也相当明显。这种技术进步给给排水行业带来了新的气象，其典型的是PVC-U管材的技术进步，是在不降低管材强度的前提下，改善管材的韧性，扩大应用领域，目前国内外突出的技术创新成果是PVC给水管用改性PVC(PVC-M)管材和双轴取向于PVC(PVC-O)管材，二者通过物理化学改性，使管材在保持原有强度优势的同时，提高其抗冲性和抗压性能，这类产品集PE管的韧性和PVC-U的强度于一身，大大改善了PVC管材的技术性能，扩大了PVC管材的应用范围。

三、节能、环保。

节能、环保是近年来社会发展的一个突出主题。节能建

(下接33页)

塑料管道为“低碳” 保驾护航

塑料化学管材是一种新型建筑材料。与传统管材相比，它具有一些不可比拟的特点：耐腐蚀、化学稳定性好；生产能耗低、节约能源；内壁光滑、不积污不结垢、水力条件好；重量轻、安装维修方便；使用寿命长……这些优势的存在，使塑料管道产品成为现代居家生活的理想产品。特别是在提倡“低碳”的大环境下，以塑代钢、以塑代木将在更大层面得到应用，塑料管材将在节能减排方面发挥积极的作用，对改善人居环境，实现可持续发展创造条件。

(上接32页)

筑议题下，作为基础设施建设重要组成部分的塑料管道行业受到了社会各界的大力关注。从中央到地方各级政府都在大力推动，从报刊、会议到展览都在热烈宣传，从科研、设计到施工单位都在积极探讨。这一来势很猛的建筑节能热并不只是盛行一时的“浪潮”或“风暴”，而是一场影响深远的

战略“革命”。新型的管道产品，分别从物理特性和化学特性再造的角度出发，开发出了双中空节能降噪管、双壁波纹管等系列新产品，这些新产品的推广和应用，能在生活居家、市政管网中起到推动性的作用。比如，双壁波纹管波纹外形的设计方式，通过物理特性的改变，分散了着力点，增强了管道的抗压能力，拓宽了管道排污的应用空间。

2010年1月13日，海南三亚。华灯初上，全城聚集。玉海国际酒店内，高朋满座，谈笑风生。一场精心准备的“康泰经销商答谢盛宴”的帷幕被徐徐拉开。

华灯璀璨夜

康泰耀三亚

——康泰集团2009年度客户联谊酒会侧记

中国的康泰 世界的康泰

康泰塑胶科技集团2009年度客户联谊酒会

市场第一 合作共赢
务实 以大以效

康泰塑胶
市场第一
务实 合作共赢
以大以效

感谢、感恩

灯光聚焦舞台，掌声响彻云霄。

在雷鸣般的掌声中，林总裁走上舞台。与大家回忆起了康泰十余年的风雨之路。他说，康泰走过的是一条不平凡的道路。在这条道路上，经历了酸甜与苦辣，也面对着机遇与挑战。康泰集团在管道行业中取得的成绩，离不开各位领导专家、经销商朋友的支持、帮助和关心，有了大家的支持，康泰才一步步发展壮大。林总裁深情地敬上了三杯酒。第一杯敬领导专家，感谢对康泰的指导；第二杯敬父亲，感谢父亲的养育；第三杯敬经销商，感谢“衣食父母”的支持。



春风促人进，万象始更新。

一年之计在于春，林总裁说，通过经销商商务年会，康泰对2009年进行了总结，并对2010年进行了规划。康泰的蓝图已经展开，规划、方向、希望，已经传递出来。康泰的目标、方向、蓝图已定，而要实现这些既定的目标，要靠各位朋友的支持，要靠所有康泰人的努力。

他希望，在新的一年里所有的经销商能和康泰一起，同心同德，并肩奋进，为创建更美好的前程而努力。



同心、奋进



欢庆、憧憬

悠扬的音乐、动感的舞蹈，会场中洋溢着收获的喜悦。席间，大家推杯换盏，共同欢舞，一起讴歌。

一年以来，康泰的经销商克服金融危机带来的不利影响，精耕细作，不辞辛劳，始终奋斗在市场一线，为康泰品牌的生根与发芽，为康泰产品走进千家万户，做出了不可磨灭的贡献。

酒杯中记录着与康泰的点点滴滴。一起欢庆，一起憧憬，相信在所有康泰人的共同努力下，康泰的明天会更好。



幸运、祝福

与康泰合作，幸福随时都会来敲门。

酒会上，最令人激动的环节莫过于“幸运抽奖”。抽奖时刻常常使人激动万分，获奖人员又常常让人羡慕不已，数码相机、笔记本电脑、液晶电视、捷达轿车等都名花有主。每一名获奖人员的背后，都是一张张出色的业绩单，正是因为他们辛勤的付出，他们必然能得到回报。

祝贺获奖的经销商，更要祝福所有的经销商。正是大家的努力，在成就自我的同时，也创造了康泰的辉煌。桃李不言，下自成蹊。康泰衷心地祝愿所有的经销商朋友生意兴隆、财源广进！



客户 幸运 抽奖 活动 获奖 名单	一等奖	浙江	林梅顺	捷达轿车一部
	二等奖	上海	钱 聪	微型面包车一部
	三等奖	成都	覃德青	液晶电视一台
		西南	袁 科	液晶电视一台
四等奖	重庆	冉光华	笔记本电脑一台	
	重庆	杨 嫒	笔记本电脑一台	



把脉康泰 专家献计献策

——康泰集团顾问委员会第一次会议成功召开

1月14日，康泰集团顾问委员会第一次会议在三亚召开。公司顾问委员会成员：韩儒理、廖正品、王占杰、高立新、魏若奇、刘山生、何芃、黄家文、黄显奎、汤浩、余忠兴、程峰等，与康泰集团高层团队齐聚一堂。以振兴塑料管道行业为己任，把脉康泰，为康泰发展之路献计献策。

全球视野 科技助跑

“成为全球化工建材供应基地”，是康泰集团的企业愿景。与会专家非常欣赏康泰的全球视野，中国标准化协会副秘书长韩儒理指出，要实现这一愿景，需要在两个方面下功夫，第一是走出去，第二是品种多样。只有这样，才能突破

地域、品种带来的影响，实现康泰集团领跑全国，走向世界的目标。

如何才能实现康泰持续稳定地发展？会上，与会专家达成共识，以科技创新来带动康泰的发展是康泰集团发展的必由之路。2010年，康泰的一个重点工作就是完成省级科技中心的申报及评估工作，以科技促发展，使企业获得持续的竞争力。

科学发展 质量第一

质量是企业的生命。只有重质量，才能确保企业基业常青。康泰集团以为每个家庭提供安全实惠的管道作为企业使

命，重安全，始终把质量放在首位。正是因为这一点，中国塑料加工工业协会廖正品会长说，他要为康泰鼓掌，因为据他了解到，不少企业，甚至是一些大的企业，在利益面前，不重质量重数量，最终造成严重的后果。

康泰集团如何才能在竞争激烈的市场中取胜？与会专家一致认为须在产品质量上下功夫，只有以科学的发展观作指导，精造产品品质，使产品的生产、技术、管理等都达到或超过国家标准，这样的发展思路，才能使康泰在竞争中获得话语权。

深耕品牌 创新渠道

通过十余年的发展，康泰集团已经拥有了康泰等三个品牌。如何处理三个品牌的关系？住房与城乡建设部科技发展中心高立新处长指出，区分开三个品牌的关系，才能有更加明确的市场，从准确的定位中，有助于品牌的渗透，从而获得更大的发展空间。

品牌之上，如何才能实现更大的发展。重庆给排水协会黄显奎会长给出的答案是：创新。他指出，开发新产品，有

助于企业获得新的增长点。他说，消防管道、医药化工管道等新型管道的开发和使用，将拓展塑料管道的应用领域，有助于促进行业和企业的良性发展。

市场导向 服务致胜

近年来，康泰以“客户需要的就是我们要做的”，作为企业理念，始终把客户的利益放在第一位，赢得了“服务康泰”的品牌。

客户就是上帝，客户直接决定着企业的命运。当竞争对手越来越多，市场越来越小的情况下，如何才能实现企业效益，确保实现企业的可持续发展？专家为康泰支的招是：以客户为中心，以服务获效益。

国家塑料制品质量监督检测中心（福州）总工程师何芃、国家化学建材检测中心主任魏若奇等都不约而同地表示，只有以市场为导向，满足客户的需求，建立强大的服务体系，以软实力赢得市场，才能实现增产、增效的目的。

走进康泰.....

——走进康泰辽宁经销商兰勇

——浙江办事处纪实

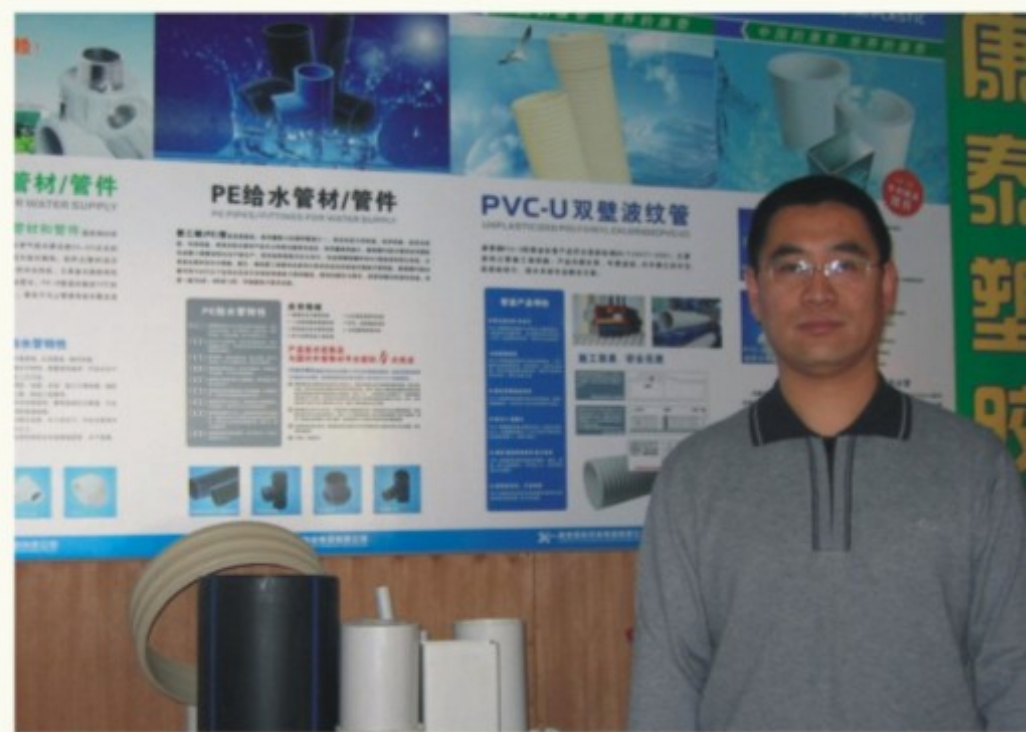
——走进康泰代理商重庆唯双物资

通往金牌销售之路——刘鲜明

在路上……范金峰

一名商人，要转行卖其他产品，考虑最多的是什么？兰老板的回答是，发展潜力和售后服务。因为对康泰的产品充满信心，加上精明能干，中兴水暖商店被他经营得有声有色。

□ 沈阳分公司 刘刚



选择康泰，我放心！

——走进康泰辽宁经销商兰勇

振五街水暖建材市场是辽宁省丹东市水暖市场聚集区，主营水暖管材管件的经销商户有30余家，建材市场水暖管材的销量占丹东市水暖管材需求的百分之六十以上。中兴水暖就是众多商家中的一家。老板兰勇，年轻有为、成熟稳重，特别具有品牌经营意识。说起与康泰的机缘，兰老板说，他看中了康泰的发展潜力，“只有与具有发展潜力的品牌合作，生意才能做大、做活”。

中兴水暖有多年的建材营销经验，之前主要经营水暖、阀门、五金类。主要产品有玛钢消防管件，中低压阀门，法兰盘、冲压弯头、消防器材、柔性铸铁排水管、件等。与康泰结缘前，兰老板正考虑产品种类的更新换代，“当时我们的产品以铸铁件为主，类别单一，不能满足市场和客户对PVC和PPR产品，特别是地热管的需求，我一直在考虑代理一家有规模、有品牌、有竞争力的企业的产品，前前后后考虑过好几个品牌，比实力、比品牌、比服务、比价格，最终选择了康泰。”兰老板说，最终选择康泰，有三大原因让他放

心，第一是康泰的品种齐全，性价比高，能满足不同消费者对产品的需求；第二是康泰完善的售后服务体系和及时的物流配送，能为经销商在工程销售方面提供自信和保障；第三是康泰沈阳分公司对经销商鼎力支持，特别是对刚进入塑料管道行业的经销商，分公司帮忙分析市场，提供当地市场信息、竞争对手情况等，会让经销商感觉到不是一个人在“战斗”。

说起与康泰的故事，兰老板心中还充满着一段“歉意”：

刚开始和康泰接触，还没签订代理合同，有一天一名老客户要用一些PVC的排水管，兰老板马上联系了康泰的业务员并试探地问能不能多拿些样品管材和管件，并表示比较着急，当天就要用。从沈阳到丹东最快也要一天的时间，当时康泰的业务员让兰老板先别着急，将会用最短的时间把样品送到。令兰老板惊讶的是：从虎跃快客发货到丹东，从公司库房到他的商店，只用了4个多小时。惊讶康泰速度的同时，

兰老板后面才得知，当时的路费都是这名业务员自己掏的钱。“当时特别感动，后来那位老客户又表示不用PVC了，感觉白麻烦了人家一趟，就感觉更不好意思了。”

兰老板说，凡事就怕有个比较，找过他的业务员和厂家

也不少，但是能真正把客户的事当自己事办的却不多。他说，从康泰员工办事效率高中看到了康泰集团“全面关注客户价值的理念”，与这样的公司合作，没有不让人放心的！



唯双物资营销总监：黄志铭

孝宗淳熙十六年(1189年)，皇子赵昀于正月封恭王，二月受内禅即帝位，自诩“双喜临门，双重喜庆”，遂将恭州升格命名为重庆府。从此，双重喜庆就成了重庆的美好寓意。在重庆，有这样一家公司，他的名字叫“唯双”，有好事成双，成对之意，带着这份理解，笔者走进了康泰集团在重庆的代理商——重庆唯双物资有限公司。

□ 重庆分公司 江玲

唯有双赢，才有发展

——走进康泰代理商重庆唯双物资

“我们的名字可是得道高僧算过的哦！”唯双物资的营销总监黄志铭风趣地谈到公司的名字，“如今做生意啊，已不再是卖方市场，而是十足的买方市场，竞争一天比一天激烈，不管你通过何种渠道开发业务，其结果无非都是双赢或双输的，永远没有持平的现象发生，我们深刻地理解这个道理，所以，在业务的拓展中，我们始终把客户的需求放在首位，先要让客户赢利才有我们企业的收入，因此为了时刻警示自己，就把企业命名为“唯双”，意指‘唯有双赢局面，企业才有发展’”。记者了解到，随着市场越做越大，客户越来越多，“唯双”也有了新的含义：“宁静致远，开拓双

赢——指用‘清晰的思路+正确的方法+辛勤的经营+以客户为向导’的双赢模式”，从而来换取企业的进步和个人的成长。

唯双物资位于重庆市北部新区龙湖水晶星座8楼，地处重庆有名的经济开发区和税收优惠区，周围交通便利、经济繁荣。优秀的公司文化打造出了一支“年轻化、上下一心、激情澎湃、处事谦逊和达”的营销团队，销售业绩直线上涨，企业经营蒸蒸日上。

“2007年底，一个偶然的的机会，一名客户指名要康泰的产品，于是我们与康泰集团有第一次的接触，比价格、比质

量、比服务、比实力、比规模，经过慎重的考虑，康泰成了唯双的拳头产品这就是缘分。”黄总说，因为对康泰有信心，2008年4月他们专门成立了“重庆唯双物资有限公司”来专营康泰产品。在两年的合作中，有喜有悲，有得有失，更交了很多志同道合的朋友。每年黄总都要参加几十上百项工程投标活动，每次最让他放心的就是康泰：一是凭着多年与康泰的合作，他相信康泰有这样实力；二是，康泰完善的售前、售中及售后服务体系让他很放心。有了这样的相互信任做基础，仅2009年一年，他和“康泰”就在重庆的丰都、綦江、万盛等地的农村饮水安全项目工程投标活动中脱颖而出，成为同行业中的佼佼者，拓展了市场，提升了知名度。

从合作开始，唯双物资先后代理了康泰不锈钢管和精品家装管等。精品家装管是康泰集团2009年推出的一款新产品，全部采用绿色优质材料，全电脑数控管道制造设备进行生产，具有高质、环保、安全的特性。自去年集团全国巡回推广会以来，一直作为集团的主打产品。当了解到家装管巨大的发展潜力后，黄总主动请缨，为家装管产品在重庆市场上的推广策划了一系列活动，使得这款产品打开了重庆市场，取得了良好的效果。

黄总说，康泰工作气氛和销售政策是最值得称道的地方：康泰集团上下和睦，待人热诚，上至董事长，下至普通销售人员，对人很友善，无架子，善于倾听经销商的意见，并时刻对经销商的销售策略提供帮助；在价格政策上，康泰

的最大优势不是价格低，而是销售政策灵活，这种灵活的销售政策为经销商跑工地、拓市场带来了便利，这也使得经销商有底气去完成这些项目，取得销售业绩。

2009年，康泰品牌在全国推广中，康泰集团电视广告、报纸广告、高速路牌、墙体店招多管齐下，品牌传播覆盖城乡。品牌的力量最直接的感受者就是经销商。黄总说，有了这样的力量做基础，为经销商的宣传、投标、攻关都带了极大的信心和方便，再加上康泰产品性价比高、品种多、规格齐、售后服务有保障，这些都促成了康泰品牌的成功。

“最近又新中了几个标段，为2010年完成销量打下了基础，当然要达到集团要求的成绩，我们还需努力。2009年集团把不锈钢产品独家授权给了唯双公司拓展市场，2010年又将康泰家装PP-R管独家授权给我司开发重庆，这项工作对我们来讲是一个巨大的挑战，也是集团公司对代理商的巨大期望。因此，唯双专门制定了营销方案，成立了专门的营销班子，全力以赴完成这个任务，全力以赴推好这两款产品，全力以赴做好市场典范。”

黄总说，康泰就好比一棵大树，唯双就好比大树上的一片树叶，只有当大树的根扎牢了，这片树叶才会得到更好的营养和庇护。只有当大树的躯干壮大了，整片树叶才茂密多姿。

唯有双赢，才有发展。带着这份对事业的热爱和执着，唯双走在发展壮大的路上。



“它精致宁静，温文尔雅，如同西湖水那样浑然天成；它大气开放、自强不息，如同钱塘乐奔赴海洋之约”。2008年，《瞭望东方周刊》毫不吝啬地将“中国最具幸福感城市”授予杭州，这也是杭州连续第五年蝉联“中国最具幸福感城市”。

在幸福的城市中间，有一群幸福的人，他们团结向上，学习共进，追求卓越。它就是康泰集团浙江办事处。

□ 浙江办事处 林丽萍

团结向上，学习共进

——浙江办事处纪实

和谐共处 真情互动

2008年12月6日，一群怀着美好理想的人相聚在了“天堂”杭州，从此，他们有了一个共同的名字“康泰人”。

杭州办事处自成立以来，延续了康泰的文化底蕴。生活中，他们互相关心互相照顾；工作中，他们真心交流协作互助。当有人遭遇生活变故、挫折、彷徨时，大家都会伸出援助之手，给予他关心与慰问。大家用不同的方式传递着关爱：有人轻声慰问，有人走近拍拍肩膀，有人擦拭泪水，有人在异地打来电话，有人在深夜发来短信……他们就这样情真意切地传递着关爱！

浙江办事处自成立以来，他们约定把每月的28号定为家庭聚会日，每个月的这天，办事处的成员就会带着市场拓展的收获回到“大本营”，大家团聚在一起，诉说生活趣事，

畅谈市场行情；期间，大家还会自发地玩游戏、尽兴地表演节目，每到精彩处，常常是忍俊不禁。

浙江办事处，用真情和真心，营造了和谐的家庭氛围，实现了“和谐团队”的美好梦想！

快乐工作 快乐生活

快乐是一缕春风，是一缕阳光，是幸福的源泉，是生活的动力……每个人都向往着一生拥有快乐，而浙江办事处追求的则是：“快乐工作，快乐生活”。

办事处的每一名成员都是快乐的使者，他们把自己的快乐与大家一同分享，他们用快乐与微笑来感染身边的每一个人，快乐是他们致胜的法宝：作为一家新成立的办事处，面对着众多强敌，营销工作困难重重，在拜访客户的过程中，经常会遭遇拒绝甚至是刁难指责，但浙江办事处的每一名员工都能坦然面对，从容地接受每一次挑战！每一天，大家快

乐地奔赴市场一线，带着真诚与微笑去拜访客户，认真详细地给客户讲解产品的优势卖点，耐心地解答客户的疑难困惑，他们尽情地享受着“我工作，我快乐”的惬意，同时也细心品味生活：不悲观不气馁，不自怨自艾，不停滞不前……

2009年9月15日，浙江办事处应杭州西湖明珠频道之邀，参加《开心茶馆》的拍摄，办事处快乐工作、快乐生活的作风给电视台和其他单位的同仁留下了深刻的印象，举手投足，活力十足，充分展示了康泰人的形象。

团结协作 全心融合

浙江办事处是个高度融合的团队，大家有着共同的事业目标，并全身心地投入到工作之中，每名成员都拥有着高度的责任感、荣誉感。大家深信“独木不成林”，只有大家团结协作才能凝聚强大合力。正因为如此，每名员工都清楚自己的岗位职责：团队的灵魂就是办事处王忠诚经理，他是团队的最高指挥官，负责市场作战策略的整体策划与战术指导；团队的先锋就是所有的市场部人员，他们为品牌营销战役冲锋陷阵；团队的后备军就是所有的行政后勤人员，他们在做好后勤保障的同时，积极为产品宣传加油助力……

办事处的发展凝聚着所有成员的梦想与力量，大家互敬互重，优势互补，每个人都乐意分担任务、承担责任，工作氛围一直处于最佳状态，大家全情全力投入工作，全心融合在一起。

学习共享 共谋发展

浙江办事处是一个崇尚“学习、共享”的团队，他们不会为所取得的成绩而沾沾自喜，而是始终孜孜不倦地学习，不断营造着“持续学习，共享共进”的氛围。

工作中，他们不断探索实践，及时总结，积累创新：积极向客户请教，与同事朋友探讨学习，认真阅读专业书籍……

办事处以打造“学习型团队”为目标，根据集团的统一



安排，结合工作开展的实际情况，特别制定了“培训学习计划”。培训内容包括：新品介绍、渠道开发、职业生涯规划、责任胜于能力等，内容广泛，全员参与。

培训中大家认真聆听，做好每一个记录，当有疑难或困难时，就会积极寻求答案，有时候他们也会开展激烈的讨论，甚至为某一观点争论得面红耳赤，当然也会为观点策略的不谋而合而会意一笑……他们享受着团队学习带来的乐趣！学习之外，办事处更强度共享，他们不仅共享学习成果，而且共享生活的感悟！以他人之长补自己之短，大家沉浸在“学习中共享、共享中成长”的氛围之中！

挑战极限 超越梦想

浙江办事处在实战中不断完善、不断超越，他们不满足于仅仅是提高产品市场占有率，或超越市场竞争对手，而是不断努力超越自己，挑战极限：让康泰品牌走进浙江的千家万户。

随着康泰杭州生产基地的建立，物流、信息流、客服、品牌等都给予浙江办事处更多的支持和保障。有了这样的保障作基础，浙江办事处将抓住机遇，完善自身，在已有成绩的基础上，挑战极限，超越梦想。



□ 刘鲜明

通往金牌销售之路

“无论在哪个领域，要想取得成功都需要具备两个条件：一是较高的情商，热爱并忠于自己的本职工作，拥有良好的抗压能力和自我调节能力；另一个则是拥有良好的专业素质和熟练的技能技巧。”这是我的营销之道，也是我在通往金牌销售之路上孜孜以求的东西。

我自营过饭店，在创业的过程中，我一直想找一项能提升自己语言能力和社交能力的工作。2006年，我下定决心，要在销售上闯出一条路来。在我看来，销售是语言学和心理学完美结合的一项职业。

刚开始跑销售是艰辛的，不了解行业、不熟悉市场、没有人际关系……这些都困扰着最初的我。在建材市场上，每天都要围着经销商转，遇到态度好的商家还要好一点，但遇到态度不好的商家，常常是冷嘲热讽，再加上每天都要步行去拜访，一天下来，常常是身心疲惫。这样的工作我坚持做了一年零八个月，虽然辛苦，但也积累了一些工作的经验，懂得了如何察颜观色，如何去应对压力。

2009年3月，我到了康泰集团，负责康泰集团在云南地区的销售推广，3月中旬，我到云南开发市场，在昆明中林建材城，我在拜访中得知，一位姓蒲的经销商准备更换代理的品牌，同时了解到，蒲老板之所以要换，是因为之前代理的品牌供货不及时，常常是客户订了货迫于无奈又退订；售后服务也没有保障，工地出了问题以后，也没有人来处理。针对这些情况，蒲老板决定换一家有企业实力，服务有保障的品牌。当听到蒲老板有这样的想法，我立即向他推荐我们公司的品牌，并重点向他讲了我们的优势，比如品种全、性价比高、设计独特（管件抗冲击能力强）等特点，虽之前他做过康泰PVC给水产品，但蒲老板还是左右不定，因为基本上每天都有不下十个各种品牌的业务员向他推荐。

第二次我去拜访的时候，蒲老板说想仔细研究一下康泰集团的产品，不过一定要快，如果晚了，他就会看其他的品牌。听到这一消息，我立即把情况反馈给了总部的王总，由王总负责产品样品的发放。“PVC110管件2个、PVC三通2

个……”第二天下午我就收到了从公司总部寄过来的样品。收到以后，我立即将样品交给了蒲老板，他看了以后，给了一个中肯的评价，“比较独特，比较好，管材和管件的色差小”，并表示愿意到公司去考察。听到这些，我即刻告知了王总，王总在公司接待了蒲老板夫妇，经过10天的努力，终于获得了一份600万的年代理合同。这是我在康泰的第一次成功，也为我不断开拓市场奠定了信心。

“我不是最优秀的，但我可以做到最优秀，永远争创最优秀”，通过在公司这些时间的工作，我也总结出了一些营销方面的小经验跟大家一起分享，这也是作为一名康泰营销人员应该具备的技能技巧。

一 热情满怀的工作态度

热爱本职工作，积极主动学习产品知识，对本公司产品和竞争品牌优劣势了如指掌。要有意识地了解客户的姓氏和喜好，以便能准确地叫出客户的称谓，以及找到客户感兴趣的话题，这样就能为自己的营销做好铺垫。

二 专业的沟通技巧

对自己充满信心，自信真诚的微笑服务是与客户沟通的首要条件。在实践与学习中不断提高自己的沟通技巧。在沟通中，使用职业化的语言，如普通话，言行举止都要得体，使客户从对你的行为认可到对你人的认可，最终到对你的产品、你的公司的认可。

三 真诚细致化的服务

在营销的过程中始终要做到三心，即“真心、贴心、细心”。在销售过程中，要留意客户的消费层次，并在心里进行初步评估、定选，以便更好地为客户提供服务，给客户推荐最适合他的产品；其次是跟客户真诚地交流，拉近彼此间的距离，根据公司的相关培训，对症下药，多站在客户的角度上想问题，为客人着想，本着诚信的原则，以真心实意的态度，真诚地为客户服务，从而让客户轻松选择你所推荐的产品。

四 完善的终端维护

做好客情维护，使我们的产品成为终端人员的首推品

牌。其实和跑销售打交道的最多的不是客人，而是店方人员，每天一起上下班，也算得上是同事了。要想每天把我们的产品销售做到最好，光靠一己之力确实有困难，还需要借助店员的力量，首先要和店方人员搞好关系，选择1-2个能在店方起带头作用并能直接帮助销售我们产品的核心服务员，与之深交成为朋友，并在适当的地点、适当的氛围里向其灌输我公司的产品知识与优势，再给予一些小礼品，这样不仅能在店方把关系处好，而且能带动其他店员帮助推广我们公司的产品，且店方的经营动向等对产品销售有影响的信息也能及时掌握并上报至公司。

五 及时的信息回馈

在店方积极收集关于产品的所有相关信息与销售动态，努力为客户营造一种良好的销售氛围，建立起平等的沟通平台，积极主动询问了解消费者的想法及建议，并为消费者解答各种疑难问题，将问题总结并及时反馈回公司，积极提出自己的想法和建议。

六 自我总结与评估

每个阶段都制定自己的工作计划和工作目标，建议可以细化到每月、每周、每天。每天销售工作完毕以后都及时思考和总结完成目标情况，找出自己工作中存在的问题与疏忽，从而为第二天的工作做好充分的准备。全力提高公司产品在终端的占有率，顺利实现自己的销售目标。每个月都针对自己的当月工作完成情况进行自我评估和总结，从而为后期工作的顺利开展奠定坚实基础。

七 自我学习完善

随时保持积极进取的心态，积极学习专业知识，并主动向身边的同事、朋友、领导学习，不断充实完善自己。

用一颗热爱康泰营销的心来积极面对每一天的工作，不怕辛苦，努力克服各种困难，坚定不移地维护公司的利益，是成为一名优秀销售人员的基础。在此基础上，再做到激情四射，学习创新，那么我相信，下一个康泰金牌销售人员就是你！



我没有成功，
就在成功的路上。

□ 范金峰

在路上

一直对营销人员的风光无限憧憬，开着小车、穿着名牌服装，拎着笔记本电脑，潇潇洒洒，好个自在。今年，我有幸加入了康泰集团沈阳分公司，开始了梦寐以求的市场之行。在这几个月与市场亲密接触中，可谓痛并快乐着，对于销售的理解也开始了更深层次的感悟。做销售，其实就是不断锤炼自我的过程，这个过程结果怎样完全取决于自己。作为销售人员，必须是一个积极、乐观、自信、真诚、勇敢、善良的人，所以必须把自己的心理状态往这方面去调整，必须不断地锤炼自己。在此，奉上我的几篇营销日记，虽然琐碎，却是最真实的心情和感悟，全当分享吧！

○2009年10月3号 星期六 阴

“十一”大假的第三天，当城市还沉浸在喜悦中时，我已经开始上路了。不知不觉中，那句话又冒了出来：前线人员不功就是过，跑了这么久，看到其他同事都陆续下单了，我的业绩还没着落，很郁闷。一次、二次、十次，基本客户都走了十几回了，几乎每一次与客户进行沟通都不会顺利地顺利开展下去，没有让我充满信心工作下去的勇气。

成功者永不放弃，放弃者永不成功。在通往成功的道路上，总是充满了挫折和坎坷，销售工作更是充满了艰辛和困难，但谁又能否定我为成功所做的工作呢？加油啊！

○2009年10月14号 星期三 晴

来公司有一段时间了，从一个新人慢慢成长起来，也取得了一定的进步，懂得了销售技巧，不过无论是业务知识还是工作方式、方法、心态仍属于一个初学者，这次回公司开会，领导给我们上了一节非常有教育意义的课——责任胜于能力，我也从中感悟到自己存在的问题：工作遇到困难时，没有从自身找原因，没有想过自己是否尽了百分之百的努力……

○2009年11月5号 星期四 雨夹雪

十月份的工作重点是锁定在工程项目上，也算是双管齐下，既了解代理商情况，又可以了解当地重要工程信息，嫁接到代理商，以发展代理商为主。我在营口市场已经2个多月了，整个营口市场大大小小的建材店，建材市场已多次走访，但效果不明显，今天外面又是风雪交加，一个人来到一个陌生的地方，是为了挣钱来的，可是两个多月了都不见效果，真是有种说不出的郁闷，在回旅店的路上，电话响了，是客户打来了，接起电话客户说要我晚上5点过去，虽然正是雨雪交加，但是心却是多云转晴了，见到了希望，返程回到了客户那里，2点就到客户店里了，浑身都湿透了，一个小时、两个小时，分公司刘经理听说了我的情况及时赶来店里，通过刘经理和王老板的再次深入沟通，就康泰具体的销售政策以及点位，我又仔细地给客户展示了我们产品的样管，介绍了康泰产品的特点、性能。最后，通过我和刘经理的努力，终于得到了客户的认可，达成了合作意向。

成功做下单子，在回家的途中，我不停地哼起刘欢演唱的《在路上》：

那一天/我不得已上路/为不安分的心/为自尊的生存/为自我的证明/路上的心酸/已融进我的眼睛/心灵的困境/已化作我的坚定

在路上/用我心灵的呼声/在路上/只为伴着我的人/在路上/是我生命的运行/在路上/只为温暖我的人/温暖我的人

在路上，这是我最真实的写照。我没有成功，就在成功的路上。

编者手记

什么叫成功？有人说功成名利，有人说家财万贯……当然，这些都对，但都不全对。

成功其实是一种感觉，可以说是一种积极的感觉，它是每个人达到自己理想之后一种自信的状态和一种满足的感觉！

有人说，营销人员不仅辛苦，而且心苦。因为他们总是徘徊在成功和失败之间，常常遭受客户不解带来的烦恼。成败之间，成功的人清楚地知道自己想要什么，有一套完整的计划，他相信自己做得到，并且投注了大量的心血。失败的人没有明确的人生目标，他认为成功只是靠运气，因而做事被动，不肯用心。

除非你放弃，否则就不会失败。你的每一次失败，都是通往成功

的一个脚步；你每发现的每一处错误，都是在引导你走向真理。爱迪生发明电灯曾经历了无数次失败，但他仍埋头于这项发明。一位年轻的记者问他：“爱迪生先生，你目前的发明曾失败过一万次，你对此有何感想？”爱迪生回答说：“年轻人，因为你人生的旅程才起步，所以我告诉你一个对你未来很有帮助的启示。我并没有失败过一万次，只是发现了一万种行不通的方法。”

无论是工作还是生活，都从自身的逻辑出发，要求人们变通进取，从挫折中不断总结经验，产生创造性的变迁。成功的经验告诉我们，补偿是付出的最好回报；在此受到挫折，到彼取得补偿，自身的劣势也在创造中得到完善。当完成一件事后，自己觉得满意，那你就成功了！

产量超计划1000吨，成本节约65万元，现场管理提高了一个台阶……这是集团成都基地管件二车间2009年交出的成绩单。

成都基地管件二车间从管件车间划分出来以后，从那时起，李志坚就挑起了这个车间的大梁。在担任车间主任的这些日子里，他兢兢业业、尽心尽力，把勤奋工作当作自己最大的乐趣，把建设一个文明向上的车间作为自己最大的追求，正是凭着这股韧劲，李主任和他的管件二车间多次受到了集团的嘉奖。

成功与荣誉的背后凝聚着他辛勤的汗水和无私的奉献！身为车间主任，李志坚始终用自己特有的“坚韧不拔”的精神感染着身边的每一位员工，带领着他的团队一步一个脚印向前迈进。走进管件二车间，走进李主任，一连串“特别”的事迹呈现在我们面前。



△李志坚（右）在指导员工操作

志存高远，坚定不移

——记2009年集团特别贡献奖获得者李志坚

以身作则树榜样

火车跑得快，全靠车头带。身为车间主任，李主任时刻不忘学习，为了充实并超越自我，将自己锻炼成为思想觉悟

高、业务技能精、奉献精神强的管理干部。在工作之余，他耐心地向其他先进榜样学习，努力提升自己的思想意识；钻研新技术、新工艺，提高自己的技能水平。并把学到的新东西、好东西与员工一起分享，使全车间员工的思想素质和技能水平都有不同程度的提高。

在成都基地管件二车间的管理看板上有一张快乐基金收支表，上面清楚地记录着每一次的奖励与罚款。比如某月某日的车间例行检查，好人好事，见义勇为，违规违纪，重大失误，以及现金奖励与现金处罚等。因为没有先例，制度刚刚实行的时候着实遇到了一些困难，就连李主任自己都不敢相信，所有的员工都习惯了现金奖励，突然来了个现金处罚，怎么可能行得通？好的制度重在执行、贵在坚持，李主任说，通过大家共同探讨提高了认识，在实际执行当中多奖少罚、说到做到，职位越高罚款比例越大，他自己做错了也要罚，而且罚得最多，并接受员工的监督。这种看得见摸得着的监督机制，有效地减少违规违纪的发生，重大失误不断减少；工作、生活中的好人好事，见义勇为增多了，现场环境变好了，执行力提高了。

榜样的力量是无穷的，正是这种干部以身作则树榜样，敢作敢为的作风，使得管件二车间逐渐形成了“领导干部齐心，员工队伍团结”的良好局面。

变革管理求创新

末位淘汰就是淘汰掉队伍中，能力达不到要求的员工。虽然末位淘汰的好处大家都清楚，但困于怕得罪人和不知如何细化和量化“末位”等原因，能真正搞末位淘汰的部门并不多。鉴于这种情况，李主任在管件二车间对末位淘汰进行了大胆的创新。比如在机修工的末位淘汰上，管件二车间先由操作工无记名投票，然后由班组长工段长审核出一、二、三、四名，按10%的比例直接淘汰倒数第一第二名，接着把倒数第三第四名的名单写在黑板上，前面加上优胜劣汰四个字，意思是这两名员工如果不改变态度、转变作风和提高技能将会成为被淘汰的对象。事实证明，90%出现在黑板上的人员，通过这种方式，有效地调动了对工作的态度，且积极性绝对不低于他人。

李主任建立的辅导员制度，有效地提高了员工工作的积极性，使车间里从班长到基层员工形成了良性的互动氛围。以培养副班长为例：首先由操作工无记名投票选出副班长候选人，然后以群众基础好，操作技能好和管理技能相结合考虑的原则，由班长和工段长选出副班长，接着由班长带着副班长一起工作，就像母鸡带小鸡一样，从产品质量到写报表，从现场管理到领导艺术，一点一滴地教，一步一步地

带。这样经过一个月，就可以进行角色互换了；也就是副班长顶替班长进行独立工作，班长暂时下来当操作工体验生活。除非有什么重大问题，否则班长不能出面，让副班长有问题自己解决，并把副班长的工作业绩拿来考核班长的工资，使班长不得不尽职尽责地培养自己的接班人。副班长的存在其实对班长来说也是一种压力，对于公司来说，也就不担心班长请长假，或者突然不干了。

精于专业求效益

设备改造是现代企业发展中的一个重中之重，是通过专业技术调整，提高原有设备的技术含量和工作效能，从而提高设备的效率、降低消耗、节约成本，维持设备的高效运转，降低工人的劳动强度。

从09年下半年开始，李主任将管件二车间把机修工分成两部分，一部分专业搞工艺调试，一部份专业搞设备保养，然后把全部设备分到搞保养的每个人头上。在没有特殊安排的情况下，每个人天天检查自己的设备：该清洁的就清洁、该加油的就加油、该紧螺丝的就紧螺丝、该换配件的就换配件，这样天天搞天天练，员工就慢慢地上手了，而且越做越好。接下来，通过引导和宣灌，管件二车间的员工养成了填写维修保养记录的习惯：包括日期、机台、维修人、出现问题、原因、措施、所换配件型号、数量等等。这样就便于追查配件使用时间，配件流失，以及对什么时候该换什么配件做出安排。这样又过了几个月，管件二车间集中资深机修师傅和保养工开始编写《设备保养制度》，内容包括一、二、三级保养的定义、内容、周期、标准以及操作步骤。现在初稿已经完成，一边操作一边修改，一边修改一边实践。

李主任还说，他还准备把自己多年来在工作中遇到的问题，汇集册，到时候，一本《康泰设备保养大全》将有效地提高工作效率，增加工作效益。

面对荣誉，喜悦之情溢于言表，但李主任更多的表现是坦然依旧，“既是压力，更有动力”他说，荣誉源自于他团队中“兄弟伙”的齐心协力。当问起他成功的经验时，他说的最多的还是那句老话：“爱岗敬业不仅仅是口号，更要踏踏实实地将它落实到行动，只要我们每个人做到了，康泰就能兴旺发达。”

只要你想，你就能！

——康泰人2010年的梦想

他们是分布在全国的工作者

这一刻，他们只有一个名字：康泰人

他们中有文员、库管、出纳、经销商

这一刻，他们没有层次的隔阂

我想……

说出新年愿望的那一刻

你会发现——

人人都有许愿的权利

人人都有梦想的机会

……

白艳霞

希望有一份稳定的工作

●河南基地行政部
时光飞逝，岁月的年轮又转完了一圈，新的一年向我们走来！要说新年愿望，其实我的想法很简单。当我慢慢长大，生活的考验，工作的磨练，让我不再诗情画意，不再浪漫多情，多了一份成熟、一份责任。我是一个很现实的人，我不幻想自己以后要多么多么的有钱，我只希望过得平淡、幸福。我只想做好我自己，脚踏实地、用心去描绘自己的一生！新的一年我想拥有一份稳定的工作，希望父母身体都能健健康康。虽然每天的工作平淡、枯燥，但我还是觉得很开心，人活着要的就是一种心情。我们不能总活在梦里，平平淡淡才是真！2010年，我要更努力工作，活着一天就要有活着的价值，还是那句老话：在平凡的岗位上创造出不平凡的价值！



黄朝伟

职场三件宝，一件不能少

●企业管理部

时间：2009年1月11日；地点：四川师范大学；事件：研究生入学考试。
人生中少有的提前交卷，夹杂着冬日的寒意，就这样，遗憾留在了狮子山，半年的辛酸、三年的梦想也在此时支离破碎。

时间：2010年1月3日；地点：康泰集团；事件：记录下自己新年的梦想。
文并江鲜，风景如画。在城市的街灯下，看车流徐徐驶过。思想聚焦，笔尖一动，缓缓地写下自己又一年的梦想。

梦想就像一颗种子，你的辛勤程度决定着这颗种子开出的花。一年的工作经历，让我对梦想少了些许的稚气，多了一份稳重。可新年我的梦想是什么，明年我又能在哪里？

在父母的眼中，我还是个孩子；在同事的眼中，我更像一名学生。说实话，在很多时候，我真的享受这种感觉，我从来都不愿意去想别人的言下之意，我只是一个情愿地认为是别人羡慕我的梦想。一年的工作也并不是一帆风顺，特别是对一名职场新人来说更是如此，可每当遇到难题时，我想到的依然是校园，想从中汲取一些营养，但又不是。

我曾经是典型的校漂族，毕业后的半年时间里，还习惯在校园里晃来晃去。遇上熟人还马不停蹄地打着招呼，乐此不疲地向师弟师妹支着逃课的妙招。日子在一天一天地流逝，自己却浑然不知。

“驾驶、外语和电脑”，曾经的职场三件宝，每一件都让我倍感遗憾。驾照都压箱底两年半了；外语也渐渐生疏；网络语言一点都不会。庆幸的是，我还有为梦想不断奋斗的勇气。新年伊始，我去报了计算机培训班，得加强自己对网络的了解；想多和做外贸的朋友交流，提升自己的外语水平；还有驾驶……

2010年，还有很多靠谱和不靠谱的梦想：假如那一天我重新进入学校，你别奇怪；假如我从后勤做到一线，你别惊讶……



希望培训的氛围更好

张彩云

●人力资源部

2010年，我祈盼：社会更加文明，祖国更加强大；康泰更加繁荣，同事更加幸福；孩子更加快乐，父母更加健康；培训课件备齐，企业培训气氛更佳；打好培训基础，做好培训体系；搬进新家，幸福全家；房价下降，物价下降，工资上涨；总之，2010年有太多太多的希望，太多太多的梦想，最后汇成一句话：愿我和我认识的、不认识的人在2010年里都更加富足、幸福、健康。



李思秋

每天做到“三省吾身”

●山西分公司

翻开日历，翻开了新的一年，翻开了一段精彩的故事。回首过去的一年里，有过汗水，有过快乐，也有过悲伤。这一切所发生的事仿佛就在眼前。我不禁轻声笑了出来。

去年的我还是一名在校生，出现在学校的各个场所；现在的我，已经是康泰的一员，为了生活而拼搏；去年的我和所有的毕业生一样开始踏上寻找工作的道路，奔走在各个人才市场，而现在的我已经拥有了一份很不错的工作。想想觉得自己真的很幸运，能够进入康泰，有机会学到很多东西，提升专业素养和感受企业文化……

转眼间我在康泰已经工作大半年了，在财务经理、主管的热心帮助下，我取得了不小的进步，我诚挚地感谢他们的付出。

面对新的一年，我祈盼，我的2010年比2009年收获更多。为实现这个总体目标，我将把它划分为365个小的目标，按照“三省吾身”的要求，每日自问：“你努力了吗？你进步了吗？你收获了吗？”相信通过不断的反思自省，通过每日的努力，能使自己的工作业绩更加明显。我希望我能在在新的一年里，努力工作，加强学习，积极实践，提升自己各方面能力，更能适应公司和岗位对自己的需要。生活上，我祈盼我的家人朋友都能够平安幸福，同事们快乐繁忙，工作顺心。

告别了旧年，我的眼前仿佛又出现了一条新的跑道，也许我还会在这条跑道上跌倒，但我仍会顽强地站起来，顽强地向重重困难挑战。我坚信，在暴风雨后，总会出现一道美丽的彩虹出现。



文霞

牵挂父母，祝福朋友

●广州分公司

第一次在异乡过元旦，坐在冷清的办公室里脑子里没有一点节日的概念，正当我以平常的步调步入2010的时候，朋友发来了节日的祝福，点开礼包看着屏幕上闪烁的烛光，心里充满了激动，节日的喜庆也迎面而来，对着烛光我用最真诚的心许下了我2010年最真挚的愿望。

第一个愿望是愿父亲身体健康、天天快乐。虽然不喜欢回家，虽然不常联系，但我却在心底存着这份深切而又真诚的祝愿。父亲是那拉车的牛，父亲是那避天的梯，父亲为我承受的风风雨雨，我都铭记在心。

第二个愿望是愿母亲及亲人们都能平安、快乐。在我的生命里有许许多多值得珍惜与感谢的人，小的时候曾在心里默默地许下承诺，长大以后一定要报答他们的爱，可是长大以后才发现，不能长伴他们左右，反而不能报答他们的爱，所有的精神关爱都只能用物质来体现，想着远方的孤独、苍老的脸，真想用手抚平那深深的皱纹，抹去那岁月的痕迹，让我有更多的时间去实现自己的承诺，报答他们的爱。

第三个愿望是愿我所有的朋友在2010年都能天天开心。除了亲人，对我来说朋友最重要，漫漫人生路总有朋友伴着我，走过多少风风雨雨，走过多少喜怒哀乐。只要是朋友开心的日子里，生活的天都是万里晴空，所以朋友的开心是我2010年最大的期待。

站在2009的尽头回望，最大的领悟是快乐，最大的心愿是快乐，最大的祝福也是快乐，愿2010年所有的人都能快乐，愿美丽的笑容绽放世间每一个角落。





曲海翠

2010, 带着梦想上路

●成都分公司

“如果骄傲没被现实大海冷冷拍下，又怎会懂得要多努力，才走得到远方……”

随着年龄的增长，“最初的梦想”也在不断地变化，似乎越来越贴近现实。但是一旦梦想与现实结合，称之为计划更为妥帖。曾经有很多的梦想，凡是美丽的东西都想得到。但是最初的梦想似乎已经被深深的埋葬在了心底，许久不被提及。

终于买了凯鲁亚克的《在路上》，有美丽的风景，喧闹的人群和陌生的城市。最初的梦想就像一幅褪色的油画已经变成了沙沙的白点，只能在别人的笔下和描绘中幻想着成为主角的自己。不是没有勇气出发，只是生活的步调还不到，对自由的向往可以埋藏在心里让自己觉得有生机和希望，而目前生活所需要的是对责任的承担。

“星爷”曾经说一个没有梦想的人和咸鱼是没有区别的，喜剧中的大道理往往更能“刻骨铭心”。因此，只要梦想还存在，只要生命还在继续，就会有实现梦想的可能。

好好珍藏梦想，执着努力，如果实现，人生就是成功的。如果不小心沦为了幻想，那也是一份美好的回忆。2010，我带着这样一份心情走在成功的路上。

蒲媛

做一个幸福的人

●成都分公司



喜欢海子的诗——《面朝大海，春暖花开》：

从明天起，做一个幸福的人，

喂马，劈柴，周游世界。

从明天起，关心粮食和蔬菜，

我有一所房子，面朝大海，春暖花开。

从明天起，和每一个亲人通信，

……

给每一条河每一座山取一个温暖的名字，

陌生人，我也为你祝福，

愿你有一个灿烂的前程，

愿有情人终成眷属，

愿你在尘世获得幸福，

我只愿面朝大海，春暖花开。

曾经以为，梦想是远大的、崇高的。第一次读海子的诗，被他的淡然所震撼，才发现自己的梦想其实很简单，只为做一个幸福的人。

朋友最近一直在看《蜗居》，每看一集总是感慨无限，宋思明的某些特质似乎成了他所追求的对象。我倒是没有认真看过，只记得宋思明的一句话：“如果时光能够倒流的话，我要去过另外一种生活，不必太有钱，每天去菜市场斤斤计较，为论文、评职称跟人争得面红耳赤，为女儿考不上好学校而心焦。也许这样才是一种幸福的生活，可是我以前并没有意识到。”看得出，他后悔了，可惜世上没有后悔药。

幸福可以很简单，正如海子的诗：喂马、劈柴、周游世界，和每一个亲人通信，给每一条河每一座山取一个温暖的名字，为陌生人祝福……我们做不到全部，却可以做到一部分。

幸福是要自己体会的。富人为了事业和家人聚少离多，每日和家人通话就是幸福；穷人每天与家人在一起，这也是一种幸福；父母看着孩子健康成长，那是他们最大的幸福，孩子得到父母的夸奖，那是他们想一直拥有的幸福……

在公交车上看到一对夫妇，妻子是盲人，从上车到下车，他们的手就一直没有松开，下车的时候，丈夫慢慢地、一步步地带着妻子踏下公交车后门的两级台阶，极尽呵护，让旁人羡慕不已。

2010，我的梦想也很简单：

做一个幸福的人，先做一个简单的人，因为简单才会成就幸福；

做一个幸福的人，先做一个乐观的人，因为乐观才能体会幸福。



王丹

取得会计证

●陕西分公司

为了能充实生活，提高生存能力，在新的一年里，希望能实现以下愿望：

扩展知识广度，提升操作能力。加强英语的学习强度，实现简单对话，能写简单的文章。其次，取得会计证，继续加强自己实际做账的能力，熟悉中国的几大税法；通过注册会计师的会计和统计，争取明年能把剩下2科一次通过。

完善工作制度，提高工作效率。加强库房平时的管理，最大限度地实现账物相符；进一步完善出库流程，严格控制出货和退货；加强账目的管理，实现账账相符。

此外，希望我的家人能幸福快乐、永远健康，我的朋友事业有成，家庭和谐美满，每个人都有自己的那片天地。

连女士

●经销商

做好老公的贤内助

在这辞旧迎新的时刻，每个人都会问：“你的新年愿望是什么？”每个人的回答也都会有所不同，对于康泰的经销商廖洪辉一家人来说，他们的新年愿望既简单又实在。

廖老板的店在汕头市潮南区一个小镇上。“大鸿展装饰材料城”——廖老板给自己的店寄予了很大的期望。他说，这个店倾注了他们全家心血，经营一个门店，就像养育一个孩子一样，对未来，有着无限的憧憬。

说起新年的愿望，廖老板夫妇露出了朴实的笑容。廖老板说，希望他的爱人连女士身体健康，无论什么事情，都一起面对；而连女士则说，她最大的心愿便是能够帮助自己的老公好好地经营这家店，做好贤内助，让他没有后顾之忧。最简单的话语，最真挚的情感，却不得不让人感叹什么叫“执子之手，与子携老”。



刘晓琳

●沈阳分公司

用积极的心来面对困难

眼睛一闭一睁一年过去了，没有对2009年的遗憾与抱怨，有的只是对新年365天每一天的美好向往。今年最火的电视剧莫过于《蜗居》吧，其实刚看时我并没有觉得什么，当我看到海平为了这个家付出那么多时我心中突然有种热流往外涌出，当我再看到海平为了能够尽快地还贷款去做兼职时，我的心真有说不出的滋味。她为了能做好一个英语老师，原本不精通英语的她每天上下班都在背英语单词，一丝的时间都不放过，最终她这份工作做得很出色。她的学生把她介绍给一个日本的小学生，她为了能够让这个日本的小学生喜欢上她的课费尽心思，最终她也成功了。海平的这种精神真的值得我去学习，我想不论以后遇到什么困难都要用积极的心态去对待，做事情就要用心去做，让自己能够迅速地成长起来，勇敢面对而不是逃避。

这些是我2010年的愿望，虽然没有大的规划，但都是我内心最真实的想法，因为我觉得无论做任何事情，只要发自内心的去做，都会有意义。

编后语

“西安分公司的王丹说，她要学财务，改变生活；人力资源部的张彩云说，她希望明年公司培训的氛围更好；经销商连女士说，她希望明年做好老公的内助，把店经营得更好……”看到这些最真实的愿望，作为编辑，实在不忍心去掉他们愿望中的任何一个字，如果不小心漏掉了他们的愿望，实在有愧！

在所有的愿望中，能看到西安分公司库管王丹的愿望实属不易。几次约稿，他都以文笔不好、没时间等推托，后面才知道他每一次写稿子，都是下班以后在网吧完成的，每听于此，着实有些欣慰。

《康泰名片》自创办以来，得到了公司领导、生产基地、分（子）公司、经销商、通讯员的大力支持，每一张图片、每个文字都凝聚着大家的心血，有了大家的帮助，《康泰名片》才一步步走向成熟。在新年来临之际，《康泰名片》也许下了自己的新年愿望：愿集团蒸蒸日上，愿经销商生意兴隆，愿同仁工作顺利……



征文稿件

「责任胜于能力」

“责任胜于能力”并非否定能力，而是强调，如果你负责任地做每一件事，你的能力将变得更强。

2009年末，集团各基地、分（子）公司、办事处等开展了“责任胜于能力”的大讨论。通过征文、演讲等一系列具体的形式，“责任”二字已深深嵌入每一名康泰人的心里。



一等奖

●山东办事处 于朝霞

责任，一路相随

还记得2008年5月12日，八级强震袭来，祖国汶川，山河移位，生离死别。在这危急存亡的时刻，有用身体为孩子撑起石板的母亲；有为教学生而牺牲的老师谭千秋、何代英；有失去多位亲人依然坚守在一线的人民警花蒋敏；还有一批批争分夺秒奔赴前线士兵、一批批运往灾区的物资、一双双感动你我的援救之手……这是奉献，也是责任。

所谓责任，是指份内应做的事。而心中有责任，做事勇于承担责任才是我们所提倡的。21世纪是一场没有硝烟的战争，优胜劣汰的竞争无处不在。而竞争靠什么？靠责任。有责任，才有战胜困难的勇气和决心，才有重建汶川的实力和魄力，才有令世界瞩目的中华民族。

责任之于国家。“国家兴亡，匹夫有责”。精忠报国的岳飞，虎门硝烟的林则徐，手举炸药的董存瑞……他们都肩负着守卫国家的重任而不惜以生命的代价来捍卫责任。“有责任心就有竞争力，有责任感就有战斗力”也正是这份对责任的执着，我们的国家才不断强盛，我们的民族才更加团结。所谓得民心者得天下，国家离不开我们每个公民的“责任”。

责任之于企业。企业与员工就像船与船桨。船靠船桨的共同

努力才能靠岸。而船桨的价值只有依附于船才能得以体现。所以公司的利益在我们每个人手中。没有做不好的工作，只有不负责任的人。只有每个员工都深知自己的职责任务，担负起自己的责任，那企业才会走得更远、更宽。如此，责任对于企业不仅是一种意识，一种职业精神，更是成就百年基业的精髓。

责任之于个人。言出必行，一言九鼎，一诺千金，这是一种信念，一种责任，是做人的基本准则。托尔斯泰曾说：“一个人若是没有热情，他将一事无成，而热情的基点正是责任心。”一个人没有能力可以提高，没有智慧可以学习，可是没有责任那恐怕只有失败。因为没有责任心，不负责任的人，没有人愿意与之合作，这样的人企业不需要，国家也不需要。相反，一个尽职尽责，踏踏实实为履行责任而奋斗的人在实现自我价值的同时，也为他人、为社会做出了应有的贡献。

朋友们，为了实现理想，为了奉献价值，请担负起自己的责任：孝敬父母，回报公司，报效祖国，感恩社会！“一树一菩提，一沙一世界”让责任充满心田，从点滴做起，从现在做起，勇敢地扛起肩头的责任。让脚步与责任同行，让生命与责任同在。

二等奖

●成都二基地 周立群

责任胜于能力 责任重于泰山

悠悠五千年，责任赋予我们希望，赋予民族富强，赋予社会和谐。

因为责任，我们不谙世事的心不再迷茫。

因为责任，我们的灵魂得以明净，阴秽的私欲不再燃烧。

因为责任，我们学会了适应社会的心态，更加积极认真地对待工作。

我认为责任就是态度，责任重于泰山，给我们积极向上的力量，激励我们用感恩的心去勇敢担当。

古人云：“天下兴亡，匹夫有责”。国难当头时，先烈们用血肉之躯抵抗外来侵略，捍卫祖国母亲的尊严，用可歌可泣的豪情壮志铸就巍巍长城，用生命与无畏谱写太平盛世。拯救民族于危难，谱写的是中华儿女义不容辞的责任。

是的，当责任变成动力的时候，一种无形的力量就会鞭策着你、我、他……

家庭是我们盛爱的乐园，避风的港湾，肩负责任，我们的家庭会更幸福温馨。

工作给我们充实的物质资源，是展现人生价值的舞台，肩负责任，能让我们以更积极、乐观的心来对待工作，不再逃避，不再推卸。

社会广阔的天地，让我们的人格得以历练，让我们的才智找到萌芽的沃土。肩负责任，人们安居乐业，祖国兴旺发达。

其实，责任赋予我们太多太多，万事万物，一草一木，我们都应尽一份责任。

关爱弱势群体是社会赋予我们的责任，保护生态平衡，只因我们同是地球村人。狼的精神，让我们得到启迪，锲而不舍的信念和对团队昌盛所要承担责任是获得成功的决定性因素。其实，很多时候，不管你的能力有多大，机会和成功往往只留给那些认真对待工作，有责任心的人。

有人把能力作为炫耀的资本，把个人利益放在第一位，忽视他人的价值。或许，因为你的能力而得到“赏赐”，却又因为你的不负责任导致他们陷入绝境的深渊，这样的人得到的胜利不是真正的胜利。“三鹿事件”为我们敲响了关于社会责任的警钟，血的教训告诫我们，纵使超强的能力让你拥有满贯的财富，倘若置他人生命与利益于不顾，不负责任的行为，必将把你摔得粉

碎。因此，责任胜于能力，责任决定成功并非偶然。

在消费观念越来越精益求精的今天，我们也需要改变一些陈旧观念和模式，把责任落在实处，谁生产谁负责，而不是一味地追求数量而忽视产品质量。那些所谓的“产量高，工资就高，奖金照拿不误，至于产品质量，反正有人扛着，不关我的事”。这种观念在我们的工作中依然存在，对于这种对公司利益极不负责任的人，我们需扪心自问：究竟是什么助长了这种态势，是金钱蔑灭了良知，还是人性的扭曲了人格？在残酷的市场竞争中，以质量求生存，提高产品质量，尊重客户价值是我们每个员工刻不容缓的责任。

孟子曰“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨”。是的，上天将把重大的责任降落在我们的身上，我们就得保持良好的心态，有“苦其心志，劳其筋骨”的信念。从细节做起，尽职尽责地做好份内的事情，视责任为泰山来回馈那些有恩于我们的人和事，急客户之所急，想客户之所想，只有这样，我们的企业才会应变于百变之中，在激烈的竞争中巍然耸立，再创辉煌!!!

记在心上
不如扛在肩上
它不一定
能使你的前程灯火般辉煌
但一定会

给你一份厚厚的人生礼物

用我们的肩膀扛起对家庭、公司、社会的责任，从做好自己份内的事中享受快乐。心系责任，肩负责任，让自己的生命绽放光芒，共同迎接明天最美的阳光!

三等奖

●广州分公司 邢雅楠

强化意识，担当责任

在这个大浪淘沙、竞争激烈的时代，能力的重要性不言而喻。人们努力学习，不断进修都希望自己的能力有所提高，能够更好地服务于工作。但，人们在越来越强调能力重要性的同时，往往忽略了更为重要的一点，那就是每个人身上所应承担的责任。

杨宗华博士一开场，就对我们所处的这个时代做了一个剖析：我们这个时代最需要的是责任。据介绍，一个人学习成长的时间是2年，一个企业所需发展的时间是20年，一个国家崛起所需的时间是200年，从1949年新中国成立至今，整整60年时间让我们知道，中国的经济还有很大的发展空间，这就需要每个人尽自己最大的努力，担负起振兴民族的责任。

什么是责任？责任是一种约束，一种负担，一种羁绊，一种选择。责任也是对自己所负使命的忠诚和信守，是忘我的坚持，更是人性的升华。责任是动力，是觉悟。责任是使命，是价值。履行职责才能让能力体现最大的价值，逃避责任会失去重要的成长机会。举个最简单的例子，在一定程度

上，许多人不是根据自己的兴趣和意愿来选择工作，而是将工作视为谋生的手段来选择。而我认为，不管以一种什么样的心态来适应这个岗位，也不管是否对自己的工作有兴趣，只要是自己的工作，就该责无旁贷地完成，而且要做好，这本身就是自己份内的事，更是肩负责任的一种体现。我们可以从孔子的理论来认识责任，认识自己。孔子的《子绝四》提到：毋意、毋必、毋固、毋我。毋意：信任。毋必：相互肯定，鼓励。毋固：不拘泥固执。毋我：保持本色，放弃自我。

一个要想走远的企业，也必定是一个有责任感的企业。在整个团队中，我们不能互相猜忌，要做到“胜则举杯同庆，败则拼死相救”，这其中很大一个因素就是每名队员之间要相互负责！以责任来铸造的团队是打不垮，攻不破的。

最后，用杨博士的：“宽其心，容天下之物；虚其心，受天下之事；平其心，论天下之事；潜其心，论天下之理；定其心，应天下之变”，作为结尾，以此共勉。

二等奖

●营销财务部 刘忠

承担责任是一种快乐

承担责任就是做好自己份内的事。有些事情并不是要很费力才能完成的，做与不做之间的差距就在于责任。一个人的工作做得好坏，关键在于是否认真履行了自己的责任。责任是一种荣誉，为荣誉而工作，就是全力以赴，我们得到荣誉的同时也会享受到承担责任的快乐。

面对责任，我们是快乐的。我们为家庭的幸福努力拼搏，家庭会给我们温暖和快乐。我们努力工作，公司发展了，回报我们的就更多，就能得到生活质量提高的快乐。我们在社会中尽一份公民的责任，同样也会得到社会认同的快乐。我们是快乐的，因为我们敢于面对困难，勇于承担责任。

当我们面对责任时不要胆怯、不要恐惧、更不要逃避，因为不承担责任只会是懦夫。国家强大了，作为中国人都会很自豪。在南京大屠杀纪念日之际，我想所有中国人内心深处都会有个声

音在呐喊：“中国人不是东亚病夫，中国人民站起来了”，因为我们继承着先辈们的意志，那是用生命换来的民族要富强的责任感。作为康泰人同样应有一种责任感，就像公司领导说的那样“只要你们付出了你们应该付出的，康泰也定会回报你们应得的，这是公司对大家不变的承诺”。公司信任我们，把一份工作交给我们，我们对公司承担着一份责任。我们是公司小小的基石，只要我们有“准、快、信守承诺”的工作态度，康泰的每一个人承担起的责任聚集在一起就会形成巨大的合力，这股力量就是“成为中国管道行业的领导者，成为全球化工建材的供应基地”。这股力量可以任凭风吹雨打，历练风雨方可显真正英雄。

很喜欢的一首小诗：

挂在嘴上
不如记在心上

（上接60页）

值。工作，就意味着责任，做好身边的每一件事，是体现我们责任心最好的机会！

责任感是简单而无价的，世界上没有不承担责任的工作，只有自己把工作做得比别人更专注、更正确、更完美，就能调动起自己的全部智慧，就会把自己的本领发挥到最佳状态！

“工作一分钟，敬业六十秒”，这是领导经常对我们说的一

句话。是啊！勇敢地担负起自己的责任，人生才会充实，生活才会有意义。有句话说的好：“机会永远是留给那些有着优秀职业精神和崇高职业态度的人”。

让我们用一份责任心和一颗感恩的心，在追求进步中不断地充实和完善自己，为康泰的发展壮大贡献自己的力量。让我们用团结的力量把市场做大做强，为康泰集团的美好明天而努力奋斗！

三等奖

●成都基地PE吹膜车间 章成良

承担风雨，铸造辉煌

大至一个国家，小至一名公民，都要负责任。这是世人所称道的事。大至一个公司，小至一名员工，都要负责，这是公司与员工生存和发展的硬道理。

责任是素养的一种体现，责任没有大小、没有对错，只有选择。如果从一开始，你就学会了选择责任，那你的综合素质必将随着你的能力的提升而提升。

为什么说责任胜于能力？时常我们说思想决定行动，当我们在思想上选择了负责任，就会明确我们的工作思路，工作目标。我们就能更好地发挥主观能动性，尽心尽力的做好本职工作，以出色的业绩来完成我们的任务，在这一过程中，能力只是工作效率高低的体现，而不是完成一项工作的关键因素。因此，选择了责任，也就意味着选择了承担风雨；放弃责任，能力再强也将显得苍白无力，所以说，责任胜于能力。

面对今天的客户经济时代，市场化已为世人所共知。过去，谈对市场负责；今天，公司谈对客户负责；选择了为客户负责，也就意味着要：想客户之所想，急客户之所急。我们所从事的一切都要围绕以“客户”为中心去一一展开，为客户去研发新产品，为客户去生产、销售、服务，在这个过程，如果你愿意去承担责任，你会发现为客户所做的工作都是理所当然。当然，我们所倡导责任的重要，并非是对能力的否定。如果你在工作中，选择了负责任，工作能力会得到同步的提升，这样会给客户的服务打下坚实的基础，同样，也会给公司、员工、客户的多方共赢提供保障。

面对激烈的市场竞争，公司、员工都担负起各自的责任，落实到实际工作中，能力和责任并肩前行，那么，公司的综合实力就将不断加强，康泰的明天也将会更辉煌！！

三等奖

●成都二基地 李娟

工作一分钟，敬业六十秒

在工作和生活中，我们经常会听见“责任重于泰山”这样的话，却很难真正了解和领悟责任赋予我们的意义。我认为责任从大的方面来讲，就是职业精神和职业素养；从小的方面来说，就是一个人做事的基本准则。

说到这里，不得不提起六年前的往事，那时，我在一家宾馆上班，宾馆里规定上班时间必须说普通话。一次，我们的领班在上班时间没有说普通话，正好被我们经理发现了，结果，罚她用吸尘器吸一个星期的地毯尘，当时大家都瞪大眼睛“天啊，六层楼啊！”而且是用下班时间打扫，但她却毫无怨言，每天下班乐呵呵地将六层楼的地毯灰尘用吸尘器吸得干干净净，逢人还主动打招呼，一点不因吸尘感觉低人一等或不好意思，

大伙儿不解地问她，她却说：“既然让我吸尘，这就是我的工作，我就必须做到，而且还要比其他人做得好。”听完这样的话，大家哑口无声……过了一段时间，我们领班被评为“优秀领班”。这种认真负责的精神，一直铭记在我的心中，至今难忘！由此可见，负责任是成功的必备素质，负责任是迈向成功的必经之路，一个有责任心的人是充满人格魅力的，责任本就是一种能力，那么什么是能力呢？能力永远由责任承载，能力体现在细节中，细节体现责任，责任决定成败。有句话是这样说的：“如果你存在，那么就不要再让自己可有可无地存在着。”是呀！我存在，我们存在，就应该让自己有存在的价

(下接59页)



□武汉分公司 伍晓露

江城小吃

小吃，顾名思义是有别于山珍海味的食品。品尝一地小吃，便可体味一地风情。今天小女子就来做一回主厨，让大家品一品江城武汉的小吃。

武汉历来被称为“九省通衢”之地，是中国内陆最大的水陆空交通枢纽，因此南来北往、东奔西走的人多了，给武汉的小吃带来了不同的变化。容纳了其他地方小吃的特点，武汉人发展了自己有特色的小吃，因此武汉的小吃品种特别丰富、繁多。

武汉小吃的特色在早点。武汉人习惯地把吃早饭叫“过早”，武汉人看重早饭，所以过早一向是内容丰富。

热干面是武汉小吃中的一绝，与山西刀削面、两广伊府面、四川担担面、北方炸酱面并称为我国五大名面，是颇具武汉特色的过早小吃。关于热干面的来源还有一个典故，20世纪30年代初期，汉口长堤街有个名叫李包的食贩，在关帝庙一带靠卖凉粉和汤面为生。有一天，天气异常炎热，不少凉粉未卖完，他怕面条发馊变质，便将凉粉煮熟沥干，晾在案板上。一不小心，碰倒案上的油壶，麻油泼在面条上。李包见状，无可奈何，只好将面条用油拌匀重新晾放。第二天早上，李包将拌油的熟面条放在沸水里稍烫，捞起沥干入碗，然后加上卖凉粉用的调料，弄得热气腾腾，香气四溢。人们争相购买，吃得津津有味。有人问他卖的是什么面，他脱口而出，说是“热干面”。从此他就专卖这种面，不仅人们竞相品尝，还有不少人向他拜师学艺。过了几年，有位姓蔡的在中山大道满春路口开设了一家热干面馆，取财源茂盛之意，叫做“蔡林记”，成为武汉市经营热干面的名店，后干脆改名叫：武汉热干面。

热干面是武汉人过早的首选，所以武汉人对它的感情，不言而喻。外地人来过武汉，留在记忆深处的多半是热干面。因为热干面在

武汉，不仅仅是一种小吃，更是一种情怀，一种乡土之味，食之则香气喷喷。

鸭脖子是武汉的另一道名小吃，又名酱鸭脖或酱鸭脖子，起源流传于清朝洞庭湖区的常德，经湖南流传至四川和湖北，近年来风靡全国。酱汁类食品通过多种香料浸泡，然后经过风干、烤制等工序精制而成，成品色泽深红，具有香、辣、甘、麻、咸、酥、绵等特点，是一道佐酒佳肴。二十世纪九十年代初，汤腊九在成都学习卤菜技术和中药材配方，回武汉后，开起了首家鸭脖子专卖店。武汉鸭脖一下闻名全国，现在武汉的鸭脖子有好几个品牌，比如周黑鸭，汉口精武等，每一款都让人回味无穷。

武汉的小吃反映了武汉人的性格：有韧性、有干劲，也是一种不达目的决不罢休的精神，这种精神和爽朗个性相结合，就形成天不怕地不怕的性格。武汉人的这种性格也深深地影响了生活：在三伏天也要吃油炸食品，在酷热的夏天，武汉人乐此不疲地排队去买油饼油条。厨师们汗流浹背地站在油锅前炸，食客们则汗流浹背地站在油锅前等，大家都不在乎。可以说武汉小吃就是在这样的期盼中成为武汉风俗的代表。

武汉的小吃还有鲜香可口的豆皮、内软外酥的面窝、焦脆香浓的欢喜坨、酥脆的糯米鸡、味鲜汤浓的汤包、滑而美味的小张烤鱼、清淡可口的清蒸武昌鱼等等，是不是很诱人呢？每一道菜都有一段来历，记录着江城市井民生的生活百态，朋友，下次来江城的时候，千万不要错过哦。

□广州分公司客服 江春华

仰望

仰望，
一种坚持的情愫
一份坚信希望的信念
一种艰难中的勇敢姿态
一种蓄势待发的状态
学着，
寻一处，沉静的所在
腾一段，自省的空白
持一个，坚定的方向
退一步，以期清晰的距离
换一个，未尝试过的角度
揣，勇敢的心
却，妄嗅于无形
在，沉淀中成长！
换一份豁然开朗！
冬已至，
充满希望的春，
跚指亦至！



中国的康泰

超越梦想·共同分享

康泰集团2010年迎新春联欢晚会

2010年迎新春联欢晚会

康泰集团

2010年迎新春联欢晚会

超越梦想·共同分享

2010年迎新春联欢晚会

虎跃龙腾迎新春，盛世欢歌谱新篇。带着一年的收获，带着一年的喜悦。康泰人，唱起来；康泰人，跳起来。歌声中带着欢乐，舞蹈中跳出幸福……

超越梦想

共同分享

——康泰集团二〇一〇年迎新春晚会掠影



林云青总裁向特别贡献奖获得者李志坚颁奖



优秀员工合影



优秀大学生



先进集体



拼命三郎



创新奖



优秀管理干部

