



康泰集团热烈欢迎各位经销商老朋友莅临指导

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]

# 康泰® 康泰名片

KANGTAI BUSINESS CARDS

2010年05月第2期 总第6期



## 汗水铸康泰 真情暖人心

——康泰全国经销商巡礼

# 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 梅田设计

### 康泰塑胶科技集团有限公司

KONTI PLASTIC 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.kangtaijitu.com  
邮箱：ktjt@kangtaijitu.com

法律顾问：四川泰达律师事务所 李玉红 (028) 85197722  
2010年5月编印 (内部资料 分享交流 不作任何商业用途)

**康泰** | 不锈钢给水管  
KANGTAI | LIGHT GAUGE STAINLESS STEEL  
**PIPES**

精细的制造工艺  
专业的品质升华  
温馨倍至的售后服务  
感受品牌特属的气质



## 康泰给水用薄壁不锈钢管 3大优点

**强**

**抗拉性能强**  
是镀锌管的2倍，钢管的3-4倍，PP-R管的8-10倍  
**耐蚀性能强**  
管材整体经固溶处理，表面经酸洗纯化，经久耐用

**小**

**阻力系数小**  
内壁光滑，水阻力小，低流速时水阻力是碳钢管的2/5  
**导热系数小**  
热胀冷缩缓慢，热传导是铜管1/25

**少**

**细菌少**  
长期使用不结垢，杜绝水质被二次污染，满足直饮水的卫生标准  
**成本少**  
以50年寿命计算，成本为镀锌管的1/2

**康泰** | 不锈钢给水管  
KANGTAI | LIGHT GAUGE STAINLESS STEEL  
**PIPES**

康泰管业

团队有**激情**

经销商有**信心**

客户能**认可**

一言九鼎

A Word Which Carries Weight



## “送建材下乡” 康泰同心同行

继“家电下乡”、“汽车下乡”等政策成功实施之后，2010年中央“一号文件”正式提出：抓住当前农村建房快速增长和建筑材料供给充裕的时机，把支持农民建房作为扩大内需的重大举措，采取有效措施推动建材下乡，鼓励农民依法依规建设自用住房。“建材下乡”的正式提出，对改善农民居住条件，减轻农民负担有着重要的意义，是一项利国利民的好政策。

除了水泥、钢筋、铝合金等“大件”外，还有很多在农村建设中不可或缺的建材，塑料管道就是其中之一。随着农民生活水平的提高，住房条件不断改善，塑料管道凭借其质量轻、阻力小、耐腐蚀、施工方便、安全、卫生等特点，在农村建设中得到了广泛的应用。目前，全国村镇供水管道中，塑料管道占80%以上，塑胶管道已经成了建设中不可或缺的建筑材料。塑料管道在农村中的应用，极大地促进了新农村建设、提高了农民的生活水平，为服务“三农”作出了贡献。

近年来，康泰集团一直致力于改善人居环境事业，始终以科技创新、技术创新、工艺创新来推动企业及行业的发展。通过在节能减排和发展绿色建筑等相关领域上做文章，积极推进塑料管道的创新工作，使每一款产品都做到了精益求精，为实现可持续发展贡献了积极的力量。

“送建材下乡”是一项好政策，也是康泰集团一直践行的行动理念。作为一家有责任感的企业、一家懂得感恩的企业，康泰集团把一批质优价廉的塑料管道带到了农村，重庆涪陵区人饮工程、海口市农村饮水安全工程、唐山市农村饮水安全工程……等一系列改善民生的工程都留下了康泰光辉的印迹，确保了广大农民能用上合格的塑料管材、喝上放心水，确保了农村住房质量和农民生活安全。

“送建材下乡”是一项崇高的使命，是荣誉、更是动力，康泰人将竭尽全力，通过管理创新、技术创新、产品创新，走出新路子、创造新经验，为社会的可持续发展贡献新的更大的力量。

康泰集团总裁：



## 资讯\_News Information

### ● 全球行业资讯

- P04 门窗开发中低档产品 争建材下乡蛋糕
- P04 低碳经济推动生物降解塑料市场
- P04 高能耗和高污染产品不得搭建材下乡便车
- P05 “质量兴市” 振兴泰州支柱产业
- P05 未来汽车用塑料用量将迅速上升

### ● 康泰集团资讯

- P06 康泰牌系列产品再获“四川名牌产品”称号
- P06 康泰牌方线盒、方盒盖获“3C”产品认证证书
- P07 康泰给水用不锈钢环压式管件企业标准成功备案
- P07 保护消费者权益 康泰与您同行
- P07 踏青出游庆三八 同心同德促增长
- P08 再接再厉 续写辉煌
- P09 康泰集团参展第九届四川住房和城乡建设科技博览会
- P10 康泰管业领航2010东北供热展
- P11 “康泰杯”劳动者之歌文艺汇演成功上演
- P12 踏青出游庆三八 同心同德促增长

### ● 康泰时评

- P13 苦干实干 再创辉煌

## 特别报道\_Special Report

- P14 从天府走向天堂  
——杭州生产基地发展纪实

## 深度企划\_In-depth Enterprise Planning

- 汗水铸康泰 真情暖人心  
——走进康泰经销商
- P23 携手康泰 荣辱与共  
——走进康泰北京经销商陈明涛
- P24 康泰是我生命的一部分  
——经销商情系经销商纪实
- P26 打造“康泰天下”  
——走进内蒙古赤峰经销商王立明
- P27 业务拓展 我信任康泰  
——记康泰集团德州客户廖敏群
- P28 志存高远，做实干的企业家  
——记广东经销商高叶英
- P30 永不更换的品牌  
——记辽宁锦州经销商贺欢
- P31 “康泰有啥，我卖啥”  
——记康泰天津经销商曹洪涛
- P32 康泰，“中”  
——经销商盛建华眼中的康泰
- P33 十余年如一日，“康泰心”永不灭  
——走进康泰兰州经销商白德勤
- P34 管道女强人  
——记山东经销商陶凤

- P36 经销商张建忠：用业绩铸造辉煌

- P37 经销商选康泰、发展更广阔  
——走进康泰福建莆田经销商黄建雄

## 走进康泰\_Enterling Kangtai

- P38 立足上海 走向世界  
——康泰上海办事处纪实
- P40 有一种朴实叫真诚 有一种精神叫富有  
——一名普通员工的精神境界
- P43 云朵姑娘的康泰足迹

## 康泰商学院\_Kangtai Business College

- P47 给经销商卖你产品的理由
- P49 南辕北辙：上司与下属沟通艺术
- P50 赚钱智慧只需要一点点
- P51 结果导向 业绩论英雄  
康泰集团企业文化核心理念诠释（四）

## 人文康泰\_Kangtai culture

- P54 峨眉山游记
- P56 寂寞让美惊心动魄  
——维修管道的员工

- P57 康泰集团坐标一：崇州

- P58 感恩康泰  
——我的“情歌”

- P60 有你相随

- P61 谈“成功的管理者”

- P62 职位不分好坏，更不分尊卑

- P63 笑，就是阳光，它能消除人们脸上的冬色。

- P64 文章中的女人

全球行业资讯



## 门窗开发中低档产品 争建材下乡蛋糕

■ 中国门窗信息网

建材下乡政策的出台，浙江大部分门窗企业都表示这将有效提高企业的销售量，更有走高端路线的门企称将会拓宽产品线，专门研发适合农村市场的新产品。

“虽然政策还未正式出台，但是我们希望能够未雨绸缪，为门窗下乡做好准备。”门窗行业人士表示，针对日前中国建筑材料联合会向工信部提交的《扩大建材下乡政策及实施建议》初稿，相关行业和企业的负责人最近都在开会，商讨“建材下乡”的可行性。

《实施建议》称，农村新建或翻建住房，凡是农民新建住房或翻建住房，购买陶瓷、门窗、钢材等主要建材，属于国家产业政策或允许的产品，可根据实际购买建材的消费金额获得13%至20%的补贴。专家预计，政策一旦实施，可拉动浙江门企销售以每年增长20%—30%，并将在三年内维持同样的增速。

相关人士指出，“家电下乡”从提出到政策出台用时一年多，预计“建材下乡”的具体政策最快也要在今年下半年才能推出。“主要是补贴产品目录难定，全国有多个门窗品牌，哪个品种能享受补贴，政府和企业都还在考虑中。”

有门窗行业人士建议，考虑到门窗产品为耐用消费品，政府应尽量选择性价比高的产品，并要考虑到售后服务。“不能以企业规模来选择，要在价格先行的前提下，选择品牌好、质量好的产品。”

## 低碳经济撬动生物降解塑料市场

■ 中国化工报

发展低碳经济正成为世界潮流，把低碳产业的发展作为保护全球气候及促进本国经济发展的根本途径，越来越受到业界的关注。有关专家指出，若利用生物质资源通过工业生物技术过程生产的生物材料替代我国每年使用的三大合成高分子有机碳材料，可实现数亿吨的二氧化碳净减排。因此，生物降解塑料在推行低碳经济上将发挥重要作用。尤其是淀粉基生物降解塑料、聚乳酸(PLA)、聚丁二酸丁二醇酯(PBS)将呈现广阔的前景。

目前，全球石油基塑料年产量为1.65亿吨。在全球石油资源供给日趋紧张，以石油为原料的合成塑料所引发的环保问题日益突出的情况下，生物塑料市场需求量将迅速增长；另外，低碳经济的发展也给生物降解塑料带来了新的发展机遇。因此，各生产商不断扩大产能、积极开发新品。

据专家预测，今后5~10年内，我国将形成一个以淀粉基、PLA、PBS降解塑料为主的销售大市场，年产值可达数百亿元。在药物控制释放材料和骨固定材料及人体组织修复材料等方面，如能以淀粉基、PLA、PBS降解塑料成功的制成几种药物控制释放系统和骨固定材料及微创导管材料并进入市场，年产值也将有几十亿元；在生态纤维制品方面，如能开发并生产出优质的纤维制品，将有年产值100亿元的市场销售空间；在降解塑料日常制品方面，我国消费市场空间更大，年销售额将达上百亿元。

按照产品生命周期分析，生物塑料产品尚处于萌芽期和发展期，存在巨大增长潜力，其市场需求将由几大因素决定：国家政策，客户需求，石油涨价等。而这些因素和条件正在逐步形成，特别是低碳经济的兴起，更是对全球生物塑料的发展起到了显著的推动作用。同时，碳排放交易将取代石油期货交易，这或将促进生物塑料市场需求呈爆炸式增长。

在低碳经济时代，随着石油产品的价格上涨、人们环保意识的增强及各政策的支持与贯彻实施，淀粉基生物降解塑料、PLA、PBS等降解塑料产品因其环保性、经济性及使用性三方面的优势，将成为新一代最具有发展前景的生物材料，也必将占据更多的市场份额。而包装领域仍将是生物降解塑料最大的应用市场，生物降解塑料产业将迎来发展新契机。

## 高能耗和高污染产品不得搭建材下乡便车

■ 珠海特区报

今年中央“一号文件”提出，要抓住当前农村建房快速增长和建筑材料供给充裕的时机，把支持农民建房作为扩大内需的重大举措，采取有效措施推动建材下乡。有人担心，建材下乡会减缓落后产能的淘汰，拉动高能耗、高污染产品的增长。对此，中国建筑材料流通协会副会长秦占学表示，按照下乡产品可享受国家财政补贴的精神，国家有关部门正在研究建材下乡具体的产品补贴目录。在这个过程中，有关部门会对相关产品的能耗、环保情况进行严格的评估。那些高能耗、高污染、工艺落后企业的产品是不会被列入下乡范围的。而低能耗、工艺先进的产品则会受到扶持，并从中受益。同时国家还正在推广全国低碳建材产品评估。

中国塑料加工工业协会异型材及门窗制品专业委员会秘书长王存吉认为，建材下乡将能促进塑料建材产品由东部向西部、由城市向农村的均衡良性发展。而对环保产品进行补贴的政策，也会促进行业洗牌力度，加速行业整合，抑制非节能环保建材的无序扩张。从这点来看，建材下乡是与结构调整的步伐相一致的。

据秦占学介绍，截至2008年底，农村人均住房面积32.42平方米，农村人口数为7.2亿，测算得到农村建筑住房面积为233亿平方米，占全国总建筑面积的60%左右。目前农村民居大部分还是砖瓦房，面临着把砖瓦房改为钢筋混凝土结构、改善居住环境的需要。目前2.2亿户农村居民中，约有1985万户有新建住房要求。根据现有新建住房要求农户的总量，按建材下乡拉动每个农户10万元消费计算，即使有5%的家庭进行住房的改、装、建，即可拉动近千亿元的建材消费。

## “质量兴市” 振兴崇州支柱产业

■ 成都日报

“质量兴市”是崇州市推动经济快速增长，实现“工业强市”发展战略的重要举措，是崇州市委、市政府全面落实科学发展观的重要实践。在成都市委确定了建设世界现代田园城市的宏伟蓝图后，崇州市委书记范毅表示：我市要进一步深入开展“质量兴市”活动，大力推进品牌战略，把崇州早日打造成为名副其实的“西部轻工名城、田园宜居之都、山地旅游高地”。

崇州市以“质量兴市”为抓手，着力培育家具、皮革和装饰装修材料三大百亿产业集群，努力实现“产业特色化、质量标准化、产品品牌化”。崇州品牌企业从无到有，短短几年里培养创建了中国名牌产品3个、国家免检产品13个、四川名牌产品26个。有中国驰名商标3件，四川省著名商标8件，成都市著名商标16件，地理标志产品2个，四川省质量管理先进企业3家。

## 未来汽车用塑料用量将迅速上升

■ 慧聪

作为车用塑料轻质材料，塑料及其复合材料不仅可减轻零部件约40%的质量，而且还可使采购成本大幅降低，所以近年来汽车用塑料的用量迅速上升。车用塑料可以使车减轻重量且制造成本低、性能优异、功能广泛，能使汽车在轻量化、安全性和制造成本等方面获得更多的突破。据介绍，如果欧洲汽车都采用PC材料替代车窗和后窗的玻璃，使车身轻量化，可每年节省21亿L燃油，相当于24亿欧元。另外，由于车用塑料的使用使得汽车的整体重量减轻，因此欧洲每年可减少10000ktCO<sub>2</sub>的排放。

目前在发达国家车用塑料现已占塑料总消耗量的7%以上，预计不久的将来车用塑料的用量可达到10%—11%。随着汽车轻量化的发展趋势，预计到2030年，发达国家汽车平均用车用塑料的用量将达到500kg以上。车用塑料今后的发展方向一方面是开发结构件、外装件用的增强塑料、工程塑料、高性能复合材料，另一方面，车用塑料零部件呈现模块化供应、专业化生产、技术含量更高等趋势，同时对材料的可回收性要求更高。

康泰集团资讯

## 康泰牌系列产品再获“四川名牌产品”称号



**本刊讯** 2月22日，第九届四川名牌授牌大会在成都金牛宾馆隆重召开。省人大常委会副主任杨志文、省政府副省长黄小祥、省政协副主席曾清华、省质监局局长刘云夏等领导出席会议，并为获奖企业颁奖。康泰牌系列产品自2004年荣获四川名牌产品以来，产品质量和产品品质连年跨越新台阶，经过审核，康泰牌系列产品再获“四川名牌产品”称号。

近年来，康泰集团严格按照省政府《关于强力推进工业品牌战略实施意见》、《关于加快中小企业发展的决定》等政策措施，严把产品质量关，通过技术创新，积极推进产品品牌化建设，并于2006年获得了“中国名牌产品”称号。

荣誉是新的起点，康泰集团将再接再厉，以优质的产品、一流的服务向社会奉献更好、更优的管道产品。

## 康泰牌方线盒、方盒盖获“3C”产品认证证书

■ 宋桃蓉

**本刊讯** 近日，康泰牌方线盒、方盒盖（面板）等通过中国质量认证中心的认证，获得了中国强制性产品认证印刷/模压标志批准书（“3C”产品认证证书），证书编号：2010004293、2010004294。

近年来，康泰集团在产品生产中，一贯重视产品质量基础工作，严格执行国家标准，严密组织生产，严厉处理不合格产品，确保每批次产品质量均达到或高于国家标准。

据悉，此次认证从准备到获得证书，历时数月，得到了集团公司生产、技术、企业管理等部门的协作与支持，一系列工作得到了认证部门的高度认可。



## 康泰给水用不锈钢环压式管件企业标准成功备案

**本刊讯** 3月11日，四川省建设工程标委会组织给排水等相关专家对康泰集团《给水用不锈钢环压式管件》企业标准进行了审查，在听过编制人员的介绍后，专家对原稿中不妥的地方提出了修改意见。最后，专家组鉴于标准符合国家相关规定，一致同意本标准通过审查。在经过修改后，《给水用不锈钢环压式管件》于四川省标准化研究院成功备案，标准号Q/71307543-2010。

给水用不锈钢环压式管件是在原不锈钢卡压式管件的基础上进行改进的一种新型连接方式，主要是产品结构上的革新，改进后，在原有性能指标的基础上简化了工序，缩短了产品生产周期，降低了废品率；同时新型连接方式加快了安装进度，减少了安装难度。

■ 技术中心 黄彦



## 保护消费者权益 康泰与您同行

**本刊讯** 3月15日，在“3.15消费者权益日”之际，崇州市在城市中心广场举行了盛大的宣传活动。康泰集团作为崇州市的名优企业，参加了现场的主题宣传。

近年来，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。

## 踏青出游庆三八 同心同德促增长

——康泰集团庆祝“三·八国际劳动妇女节”侧记

**本刊讯** 春天伊始，万物复苏，到处洋溢着浓浓的生机。在这个踏青的好季节，又一个“三·八国际劳动妇女节”悄然来临！为庆祝“三·八妇女节”，3月7日，集团工会组织各基地、各中心部分女职工，前往成都市龙泉驿区洛带古镇、桃花沟等地，踏青游玩、交流心得、沟通感情。

花儿红艳艳，草儿绿油油。大自然恩赐的无限春光，让这些平口里工作在一线的员工得以身心放松，大家欢快地感受惬意的风光和浓郁的文化氛围，深深陶醉、流连忘返。

在生产任务繁重的情况下，康泰集团通过各种形势的员工活动，凝聚了企业精神，振奋了员工士气，真正形成了“同心同德促增长”的企业氛围。

■ 宋桃蓉





## 再接再厉 续写辉煌 ——河南基地喜迎中原区域经销商参观

**本刊讯** 3月17日，农历二月二，龙抬头，是个吉祥的日子。康泰中原营销区域上百名经销商齐聚华夏圣地新郑，共同参考察了康泰河南生产基地。

上午九点，“河南康泰2010年经销商动员会”在新郑市新烟宾馆召开。会上，河南康泰董事长叶口才致欢迎词，河南康泰总经理张文霖对企业、产品、行业、服务等做了详细的介绍。2009年，康泰人克服金融危机的影响，取得了一系列令人瞩目的成绩，为对销售业绩出色的经销商表示感谢，公司特别向区域营销冠军、优秀工程经销商等颁发了奖牌。会上，集团林云青总裁对全年的工作做了部署，他鼓励所有经销商再接再厉，深耕渠道、创新服务，用更加勤奋的工作，获取更大的突破。

为了让经销商，特别是新经销商对康泰产品及企业文化有最直观的了解。3月17号下午，在公司的安排下经销商们乘坐旅游大巴来到河南基地，对生产基地进行了实地考察。在公司总经理张文霖的陪同下，经销商们深入到各个生产车间，详细地了解了康泰产品的生产过程和制造工艺。干净整洁的厂房、全新的设

备、团结奋进的员工，给经销商留下了深刻的印象，更坚定了他们对康泰的信心。

随后，经销商一行来到新郑黄帝故里，祭拜了我们共同的祖先：轩辕黄帝。

■ 河南基地 白艳霞



**本刊讯** 春光明媚，万物复苏。在这个生机勃勃的季节，4月10日，康泰杭州基地迎来了一批尊贵的客人。作为公司发展的“衣食父母”——康泰集团华东区域的新经销商走进了杭州基地，了解康泰，为新一年创造佳绩增添了信心。

上午11时，在集团林云青总裁、杭州基地执行总经理潘明正等的带领下，近百名经销商走进了正在兴建并已经投入生产的浙江康泰管业科技有限公司，近距离感受康泰带来的魅力。这些前来参观的经销商大多是华东片区（上海、浙江、福建、江苏等）的实力经销商，作为新近加入康泰队伍的经销商，他们被康泰的品牌力量所吸引，希望借助康泰的社会影响力为自己的事业增添新的辉煌。在参观过程中，经销商们不仅零距离接触了康泰产品的生产过程，同时也感受到了康泰人热情和周到的服务。更重要的是，通过参观考察，他们对康泰集团的企业规模和企业实力有了充分的了解，为彼此的合作打下了基础。

下午16时，以“沟通、交流、共赢”为主题的康泰集团华

## 走进浙江 了解康泰 ——华东区域新经销商参观康泰杭州基地

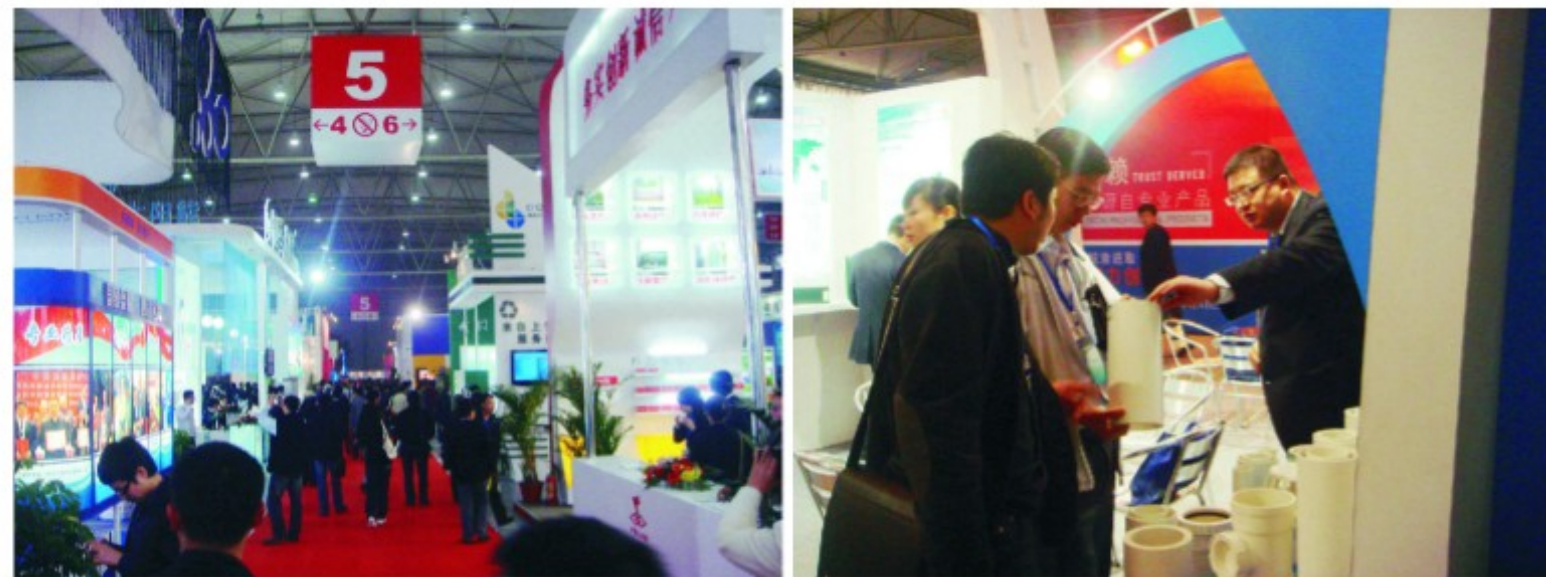
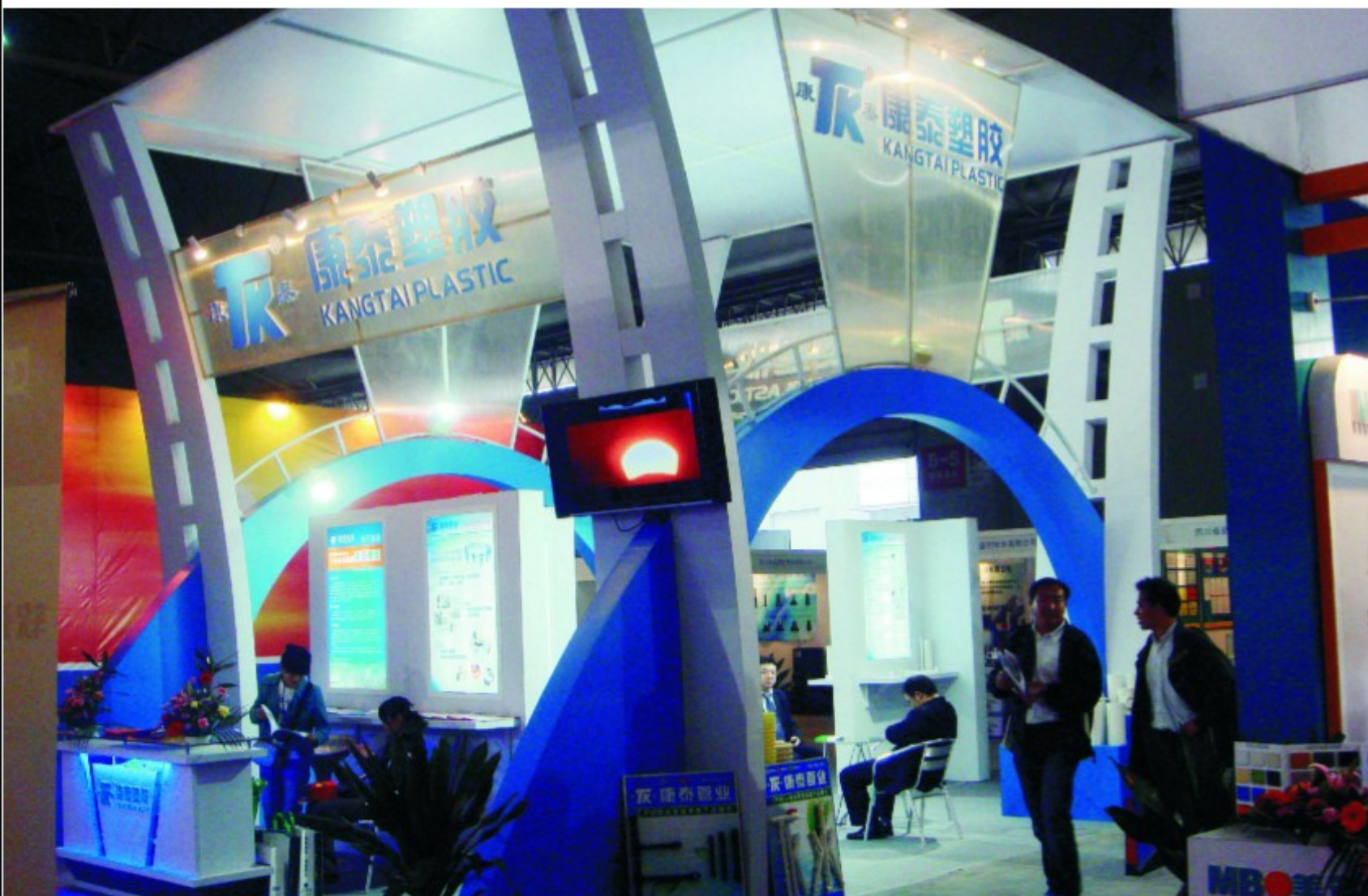
■ 杭州基地 朱敬燕

东区域2010经销商合作洽谈会在浙江德清丽晶大酒店举行。林总裁、潘总及集团营销总公司总经理于在河等与华东区域的经销商齐聚一堂，共谋发展大计。杭州基地执行总经理潘明正致欢迎词，他说，感谢大家对康泰集团一如既往的支持，杭州基地的兴建与投产将为所有经销商在物流、信息流、资金流、商流等多个

方面带来更多的便利，康泰将一直为创造客户价值而努力。会上，还就杭州基地的产品及服务、华东片区的营销策略、计划方向等与与会经销商作了介绍，并达成了共识。林总裁在会上做了总结发言，他说，康泰集团的发展离不开各位经销商的支持，正是有了合作伙伴的并肩前行，康泰才一步步发展壮大，有了这样志同道合的朋友，我们就有能力、有希望获得新的突破，赢得更大的发展空间。康泰集团的诚挚与热情，深深地感动了在场的每一位经销商，增添了大家对康泰、对合作的信心，并积极签订销售合同，在现场签订的合同总量达6460万元，首付打款达514万元。经销商的热情令每一名康泰人感动，为对大家表示感谢，在签订现场，集团公司对积极签约的经销商给予了不同程度的奖励。

笑声伴着掌声，一个愉快的过程。有了精诚合作的经销商，有了强大的企业做后盾，相信在未来的道路上，康泰集团定能与经销商一起共沐风雨、共创新高。





## 康泰集团参展第九届四川住房和城乡建设科技博览会

本刊讯 4月12日，以“低碳节能、服务灾后重建”为主题的2010中国·四川住房和城乡建设科技博览会在成都世纪城国际会展中心隆重开幕。今年是康泰集团连续第三年参加“住博”盛会，旨在通过新技术、新材料、新工艺、新设备等，搭建沟通交流、合作发展的强势平台，提高企业科技建设水平。

### 紧抓机遇 服务重建

在12日的开幕式上，四川省人大常委会副主任张东升，四川省人民政府副秘书长陈保明，中纪委驻住房和城乡建设部纪检组原组长、中国建筑金属结构协会会长姚兵，四川省住房和城乡建设厅副厅长谭新亚等发表了重要的讲话。他们指出，近年来，随着人民生活水平的提高，人们越来越重视生活品质的打造，建材行业也成为人民群众关注的焦点，省内外的建材企业应紧紧抓住这一契机，以“创新”推动四川省及整个西部建材行业的发展。

他们希望参会各企业，抓住机遇，以新技术、新材料、新工艺，实现产品品质新的突破，为发展低碳经济、改善人居环境、又好又快发展贡献力量。

### 借力“住博” 厚积薄发

据了解，为期三天的博览会共吸引了来自国内外的近300余家企业及各省市设计、质检、建筑科研院等单位参加。博览会包含国际塑料门窗及相关产品展览会、中国西南地区房地产业高峰论坛、灾后恢复重建建筑材料质量管理研讨会等内容。

众多企业借助博览会平台展示了环保管件管材，建筑节能保温、隔热材料及技术，建筑节能门窗幕墙材料及技术，建筑防水材料及技术，新型建筑材料生产技术和设备，太阳能光电新能源等应用技术及设备，节能减排利废技术及设备等。一批抗震加固减震技术、市政工程设施、钢结构材料等亮相博览会，供灾

后重建选用。类扫地机、洒水车、垃圾车，各种造型的垃圾箱和中转运输三轮车，水处理技术、照明电器等展品吸引了大批灾后援建单位及客商。

### 科技领先 创新致胜

本次博览会，康泰集团的展厅以蓝色和白色为基色调，白色的顶棚犹如大海中前进的白帆，象征着生命与活力。作为一次推广新技术、新产品的博览会，康泰集团推出了以专利新品“精品家装管”等为代表的系列新品，吸引了众多行家和客商的青睐。眉山、绵阳等地的客商及建筑单位对康泰产品表示出

了浓厚的兴趣。

在康泰展厅，中国建筑金属结构协会姚兵会长迫不及待地拿起一款PE-RT（耐热聚乙烯）管，不停地向康泰工作人员询问它的性能及与PE管的不同。当听到康泰牌PE-RT管已经广泛应用于各种地暖领域时姚会长非常高兴，他鼓励康泰继续拓展新领域，取得新的成就。

站在又一个起点上，康泰集团将再接再厉，以更加进取的心态、更加勤奋的工作，在事业的道路上取得新的突破。为行业发展及改善人居环境做出新的更大的贡献。

## 康泰管业领航2010东北供热展

3月25—27日，由沈阳市人民政府、沈阳市城乡建设委员会主办的“2010中国东北第十三届国际供热供暖、空调、热泵技术设备展览会暨第六届国际地面采暖材料及技术展览会”在辽宁工业展览馆隆重开幕。康泰集团作为邀请的嘉宾，盛装参加了当天的展会。

### 供热第一展——辉煌的业绩

始于1998年的“东北供热展”，已连续举办了12届，得到了政府相关部门、行业协会及东北三省国内外燃气、环保、用水领域专业人士的大力支持和协助，取得了圆满成功。并以规模宏大、专业性强、参展商多、影响面广、展出产品档次高、展出效果好等特点，在行业界影响深远。

### 东北地区——诱人的市场

东北地区包括辽宁、吉林、黑龙江省及内蒙古东部四市区，管辖面积62.6万平方公里，人口1.5亿，是我国供热供暖最重要的区域。每年采暖期较长，少则4个月，多则达6个月之久，保障这些地区居民采暖是事关经济社会发展与稳定的大事。新中国成立以来，国家非常重视东北地区冬季采暖问题，采取了一系列强有力的措施。同时随着人民生活水平的提高，

也要求提高供热采暖水平，这些都为暖通行业的发展提供了广阔的市场空间。

### 康泰参展——抢抓新商机

近年来，随着康泰在东北市场推广力度的加大，康泰系列产品已经取得了令人瞩目的成绩。特别是位于盘锦市盘山县的东北区域生产中心的兴建和投产，康泰在物流、商流、品种多样性上取得了不小的突破，产品种类、产品质量、售后服务、品牌渗透力等都处于行业领先。

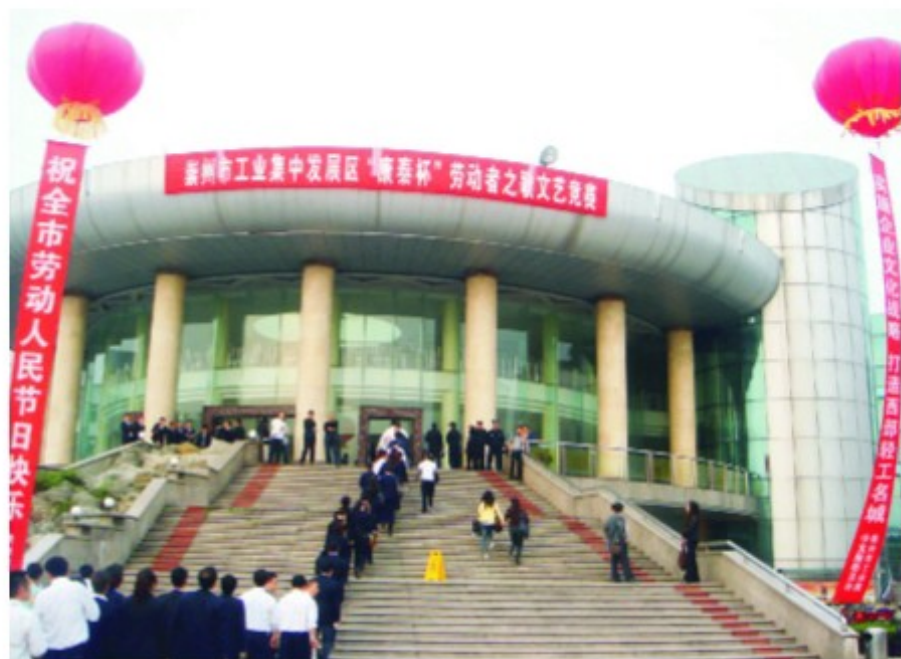
本次展会，康泰集团推出了以PE-RT采暖管、PPR冷热水管、PVC给排水管等为代表的系列产品。通过现场讲解、实物展示、画册介绍等多种方式，向东北客商宣传康泰、推广康泰，取得了良好的效果，并和丹东、锦州、鲅鱼圈等地的客商达成了合作意向。

## “康泰杯”劳动者之歌文艺汇演成功上演

**本刊讯** 五一国际劳动节来临之际，4月28日晚，由康泰集团协办的“劳动者之歌”——崇州市工业集中发展区“康泰杯”劳动者之歌文艺竞赛在崇州市艺术中心上演。来自市直机关、企事业单位近二十支代表队参加了文艺竞赛。崇州市人大常委会主任柳宁、工业区管委会主任肖压西等领导参加了晚会。康泰集团董事长兼总裁林云吉作为企业家代表做了发言。

据了解，崇州市工业集中发展区产值现已超过百亿，目前正瞄准家具、皮鞋和装饰材料三大主导产业分别过百亿的目标前进。肖压西主任表示，工业园的发展目标是成为中国家具名城、中国女鞋基地、西部涂料基地以及西部管材基地，将大力实施产业高端、重点项目、人才培养和企业文化四大战略，强力推进工业经济提档升级。他说，劳动者之歌文艺竞赛正是实施企业文化战略的具体体现，“这不仅为园区企业和工人提供了一个互相交流促进发展的平台，同时也激发广大劳动者热爱崇州、建设崇州的热情。”

林总裁在讲话中表示，由市直机关、康泰集团等联合举办的此次文艺竞赛，将为园区企业和职工提供一个互相交流、相互学习、共同提高的平台，将进一步增强企业凝聚力，激发职工爱企业、爱岗位的热情。他说，近年来，康泰集团全体职工在深化企业管理变革和激烈的市场竞争中，紧紧抓住经济效益这个中心工作，以良好的思想作风和饱满的精神状态，以高度的主人翁精神，在本职岗位上，忠于职守、乐于奉献、勤奋工作，保证了集



团各项工作的顺利推进，企业效益取得了明显的成效。他说，康泰集团将和园区的企业一起，发挥“劳动者之歌”文艺竞赛的动力效应，进一步振奋职工精神，树立克服困难和压力的信心，敢于拼搏和奉献，步调一致、勤奋工作，共同促进工业集中发展区经济的发展。

随后，灯光聚焦，幕布徐徐拉起。由康泰集团带来的舞蹈《不如跳舞》拉开了晚会的序幕，动感的舞姿带动了现场所有的激情，博得了一阵又一阵的掌声。紧接着，豪迈的西部放歌、优雅的现代芭蕾、幽默搞笑的小品……依次上演，掌声响彻夜空，喝彩声此起彼伏。晚会取得了圆满的成功。



▲ 林总裁致辞



▲ 康泰舞蹈《不如跳舞》



▲ 合唱《康泰之歌》

## 苦干实干 再创辉煌

■ 本刊评论员

奋力拼搏克时艰，累累硕果枝头满。今年是康泰集团“二五”的最后一年，在这承前启后的关键时刻，公司提出了“基础建设、团队打造、市场拓展”的战略，针对市场实情提出了2010年工作的指导思想、目标和任务。

回顾康泰集团2009年的发展之路，在金融危机的压力下，康泰集团能组建20家分公司/办事处，兴建辽宁基地、杭州基地、成都新基地。靠的是什么？靠的就是苦干、实干。正是凭着这种斗志、这种精神，康泰集团一步步发展壮大，也历练出了康泰人做事坚韧不拔、竭尽全力的苦干精神和实干作风。在过去的一年中，所有康泰人善于拼搏，勇于奉献，涌现出了“特别贡献奖”李志坚、“拼命三郎”刘建羽等优秀的典型。事实向我们证明，苦干实干是公司 and 员工共同发展的基石，因此，康泰人必须时刻谨记，并把这种精神发扬光大，掀起人人学习先进、个个争表率的气氛。

凡事预则立，不预则废。公司已经将目光瞄向了又一个五年，即把康泰建设成为行业一流、国内领先的塑料管道企业，一步一步迈向全球化建材供应基地的宏伟愿景。在前进的道路上有新困难、新挑战，因此，我们要有苦干实干、攻坚克难的思想准备和行动准备。2010年已经开始，市场的号角已经吹响，收好尾、布好局十分重要，而要实现康泰集团快速健康的发展，更需要全体康泰人苦干实干。为此，我们必须认清形势，正视困难，保持清醒，矢志不移，树立坚定的发展信念、信心和决心，自觉与集团的发展战略保持一致；必须增强主人翁意识，真心实意地以公司为家，与康泰同呼吸、共命运；必须加强学习，不断提升，掌握过硬的技能；必须提升工作质量，做到今日事今日毕，明日事今日计，做好细节，追求完美，一次性做对、做好、做到位……

胸有凌云志，敢揽天上月。我们有理由相信，胸怀“苦干实干 再创辉煌”壮志的康泰人，一定能在集团领导的带领下，打好“二五”战略规划的最后仗，向着第三个五年战略的目标勇往直前。



# 从天府走向天堂

## ——杭州生产基地发展纪实

从天府成都到天堂杭州，康泰生产基地的全国布局整整用了十一年的时间。在这十一年里，康泰集团忍辱负重、奋力开拓，取得了一系列令人瞩目的成绩。在这些成绩中，河南基地、辽宁基地、江西基地、河北基地、安徽基地等相继建立和投产，使企业始终处于一种追赶型、跨越式的发展。目前，河南、辽宁基地的地域优势已经突显，为升华产业结构，实现增产增效，奠定了基础。

在浙江，康泰模式又实现了新的升级。作为华东区域中心，杭州生产基地将立足华东市场，以新技术、新产品，引领企业、行业的发展。从2009年10月破土动工，到2010年9月25日生产出第一米管材，康泰杭州基地的成功让人欣喜异常。回忆走过的每一步，恰恰是为了走向更加美好的明天。未来之路，不会一帆风顺，抬眼回望，细细品味，在心中存留着那份面对挑战的坚韧和气魄，然后继续开始脚踏实地地前行……



# 2009.6.30签约 一座城市与一家企业结缘

夏日午后，天朗气清，一行人的到来，拉近了一个座城市与一家企业的距离。

2009年6月16日，浙江省德清县副县长王少华一行莅临康泰集团，深入各生产车间，实地查看了生产工艺与生产设备。康泰成都基地干净的厂房、规范的操作流程、高效的运转、雄厚的实力，给德清客人留下了深刻的印象。参观后，王副县长与林云青总裁进行了亲切的交谈，他对康泰近年来的高速发展给予了高度的评价，并力邀康泰到德清投资兴业。

时间回到2009年盛夏。此时，康泰集团刚刚完成辽宁生产基地的修建，从1月破土动工到7月竣工投产，康泰完成了在东北区域市场上的空间布局，一系列成绩的取得让行业各界惊叹“康泰速度”。而此刻的德清县已经是全国社会经济综合实力百强县，并已经形成了以生物（医药）化工、机械电子、粮油食品、新型建材为主的工业体系；此外，德清地处长三角洲杭嘉湖平原西部、东望上海、南接杭州、北靠环太湖经济圈、西枕天目山麓的地理优势，让这一片成为投资的热土。

6月下旬，在林云青总裁的带领下，康泰人一行赶到了德清。在德清县经济开发区双山西路，在一片杂草丛生的土地上，他们转了又转、看了又看、问了又问、想了又想……他们离开后，一幅蓝图已经显现，这就是康泰杭州基地——浙江康泰管业科技有限公司。**IT**

6月30日，康泰集团与浙江德清经济开发区管委会签订《投资协议》。从此，一座城市与一家企业结缘。





## 2009.10.25 破土动工 那一段激情燃烧的岁月

2009年10月25日，金秋的江南已添寒意，但在德清经济开发区内却热火朝天、干劲十足。随着轰鸣声中挖土机铲起的第一铲土，浙江康泰管业科技有限公司一期项目正式动工，一场艰苦的战役正式打响了。一辆辆装满土方的人货车、一座座高耸的塔吊、一群群汗水淋漓的工人，还有在后方殚精竭虑的设计、管理者们……这一切都悄然化作了人们眼前，一天一个样的康泰杭州基地。

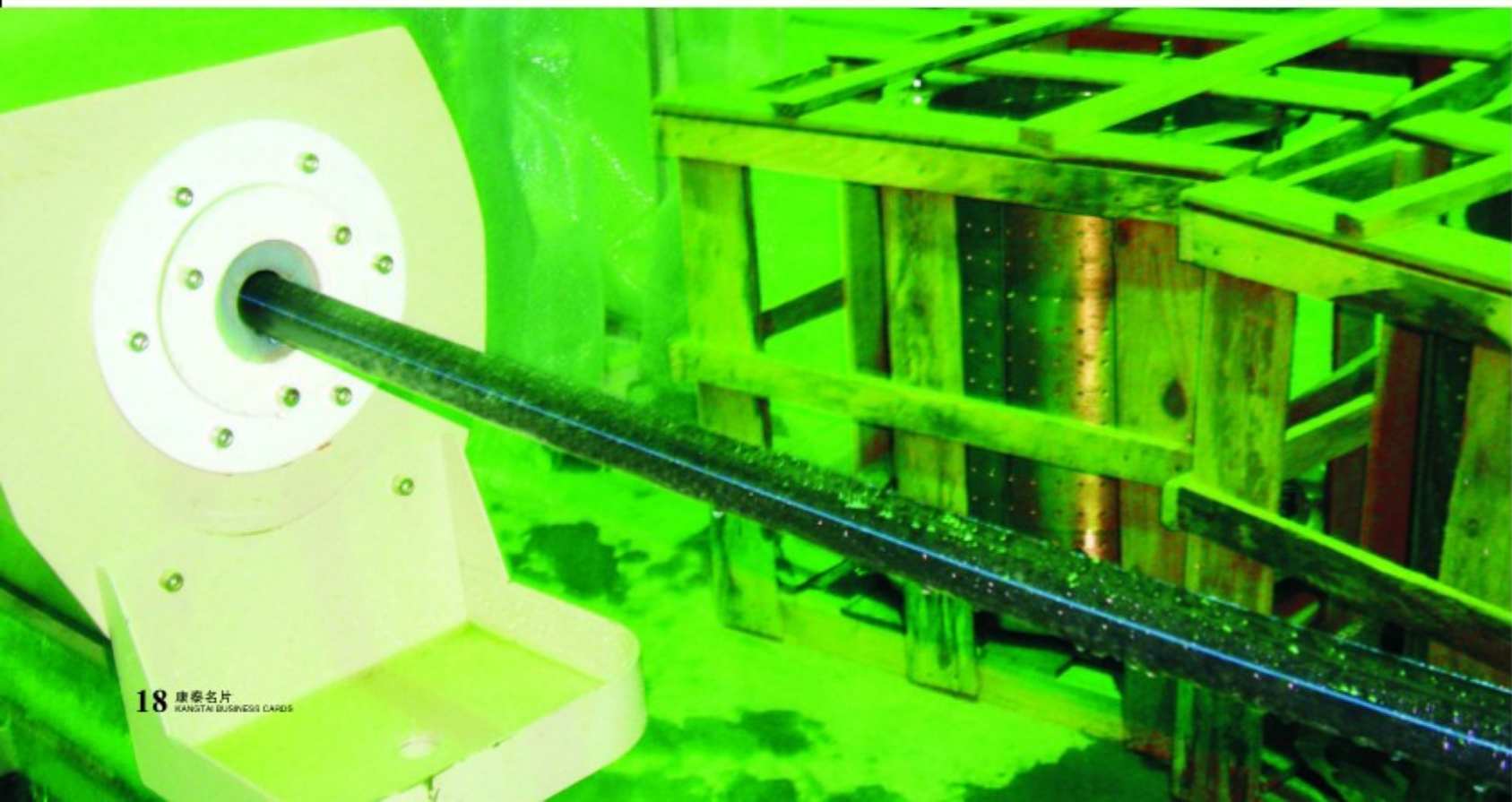
从杂草丛生，到破土动工；从破土动工，到钢筋林立、马达轰鸣……康泰人在浙江、在德清抒写了一篇篇壮丽的诗篇。

作为康泰集团华东区域生产中心，杭州基地在建设始终把创新放在首位，坚持处处重创新、时时有创新。在建设，从多点突破、交叉进行的新方式，从根本上保证了该项目的快

速推进；在管理上，合理分工、责任到每名工人，加强培训、责任明确；在具体施工时，凡是有利于保证或提升质量、缩短工期、降低成本的技术均得到了很大程度的应用……正是凭着这股无时不在的创新精神，保证了建设进度。■

今年年初，德清新闻网以《康泰管业：建设神速 下月投产》对康泰杭州基地做了专题报道，引起各方的关注。

# 2010.3.25 投产 见证光荣与梦想



怀着无比激动和喜悦的心情  
心里倒数着三、二、一  
随着轰隆的礼炮声  
标志着浙江康泰管业投产仪式顺利启动了  
这是个历史性的时刻  
也是个标志性的时刻  
见证了我们100多个日日夜夜  
风里来 雨里去  
起早摸黑抢工期的使命暂时告一段落了

看着我们第一米管材从机器里出来  
大伙都跳起来了  
高兴的都在一起合影留念  
这是历史的见证  
是浙江康泰人努力的结果  
我们会永远记住这一时刻——  
二零一零年三月二十五日凌晨三点十八分

——杭州基地副总经理 周正旺《见证的历史 康泰的骄傲》

2010年3月25日，是杭州基地投产的日子，也是康泰集团发展史上永远值得铭记的日子。这一天，当第一米管材在凌晨三点十八分从真空箱中缓缓地挤出，幸福与喜悦浸透着所有的康泰人，骄傲从浙江传到了成都、传到了河南、传到了辽宁、传到了安徽、传到了江西、传到了河北……

在投产仪式上，集团林云青总裁、基地潘明正总经理等分别致词讲话。

林总裁说，通过十余年的发展，康泰已经从一家地处西南的小公司发展到现在覆盖全国的生产基地，这些成绩的取得离不开所有康泰人的支持与努力，感谢大家的辛勤付出，特别是在杭州基地建设，康泰人克服种种困难，赶工期、抢时间，完成了一次又一次的超越。他说，康泰之所以能发展壮大，是因为康泰人始终把“市场第一 合作共赢 务实勤俭 以人、以诚、以效”的核心价值观落实到了行动上。他希望康泰人再接再厉，脚踏实地、勤学苦干，以实际行动创造新的辉煌。

潘总具体介绍了杭州基地的建设情况，他说，杭州基地定位为以生产、销售市政、建筑和精品家装管道产品为主，重点突出中高端产品开发和华东市场建设，加大对精品家装管道产品和华东市场物流网络投入，营造康泰品牌华东市场氛围，提升品牌知名度；在康泰集团发展战略布局中，作为集团公司拓展海外市场的窗口，产销能力设计为8-10亿元，产销规模为集团公司发展规模的五分之一。

林总裁和潘总的讲话极大地鼓舞了在场的每一名康泰人。在那些披星戴月的日子里，凭着大家的坚持与韧劲，一次又一次出色地完成了任务。这些成绩的取得，将鼓舞更多的康泰人锐意进取、激流勇进，以十足的干劲取得更多、更辉煌的成绩。K





# 未来 梦想从此起航

历史的脚步永不停歇，历史的篇章总是由人来书写。

未来，作为康泰集团华东区域生产中心，杭州基地全面建成后，将成为一家占地面积190余亩，总投资3亿元人民币，年生产能力为6万吨，年产值达10亿元人民币，集塑料管道研发、生产和销售为一体的大型民营企业。

回顾过去，我们意气风发；展望未来，我们豪情满怀。站在新一轮发展的快车道上，康泰将以“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，在市场中践行和打造康泰“安全、环保、高品质”的绿色高端品牌形象。以不懈的努力，使康泰始终处于业界翘楚，行业领先。**KI**

## 携手康泰 荣辱与共

——走进康泰北京经销商陈明清

“说得好，不如做得好”

“先做人，后做事，再结交朋友”

“没有做不了的事，只有不肯做的人”……



人，发展到近50人；年销售额也从最初的几十万元发展到现在的上千万元。

说起与康泰的结缘，陈总说，这源于一名康泰的业务员。“第一次接触，是通过康泰业务员开始的，基于对康泰集团的认识，了解到公司雄厚的实力、完善的服务、齐全的产品配套、较强的创新能力等多方面的优势后，认定康泰是一个有发展潜力的品牌，与康泰合作，也顺理成章地成为我的首选”。

几年的康泰之路，也让陈总对康泰有了更加深入的了解。说起康泰，陈总说，有三个方面不得不提：第一是，康泰发展迅速，他见证了康泰的实力与辉煌；第二是，康泰领导（林总）的人格魅力好，在林总的领导下，企

业发展日新月异；第三是，康泰从生产到服务，每个细节都做得相当不错。陈总特别向笔者举起了例子，“今年1月12日在海南三亚举行的经销商商务年会，从会议议程的安排到服务的接待，每一个细节都做得相当不错”。

在北京市场上取得了不错成绩后，陈总又将目光瞄向了邻近的天津市场。2008年5月12日，在天津，陈总的事业实现了又一次的突破，中国北方国际五金城成为他在天津的又一“据点”。中

这是一名成功人士对做人、做事的理解。为人豪爽、善于创新是他的特点，正是凭着这样的特点，他深入了解消费者的需求，结交了各行各业的朋友，并把“事在人为”作为自己的座右铭。他就是康泰北京经销商——陈明清。

在代理康泰前，陈总经销的是建筑给、排水材料，主要以铸铁排水管为主。对事业的不懈追求，陈总在2005年有了自己的第一家公司——北京元良建材有限公司。凭着对市场敏锐的洞察力，元良建材的业绩蒸蒸日上，员工从最初的一个

# 汗水铸康泰 真情暖人心

——走进康泰经销商

桃李不言，下自成蹊；高山不语，难掩巍峨！他们从晨曦中出发，仰望薄雾中一轮朝阳；他们在夜幕下归来，头顶着天上的点点繁星。烈日下，汗水湿透了衣衫，他们浑然不觉；寒冬里，冰霜凝在眉梢，他们忘我工作。多年来，广大经销商与康泰荣辱与共、同心同德，在激烈的市场竞争中，取得了一项又一项的佳绩。无尚的康泰荣光，凝聚着他们辛勤的汗水；坚定的信念，时刻焕发着灿烂的光华。多少次回决胜疆场的豪迈，多少次热泪盈眶的感动，他们为康泰事业栉风沐雨、默默奉献，谱写出一篇篇灿烂辉煌的康泰华章。

走进他们，你会发现，在出色的业绩背后，还有坚持与感动……

国北方国际五金城是集商贸、仓储物流、加工制造为一体的大型建材市场，东接天津港，对内辐射“三北”，对外辐射环渤海，是京津地区的必经之路，更是连接市区与滨海新区的重要通道。随着天津及滨海新区的持续升温，房地产及装修等领域的逐渐扩大，为建材行业的发展提供了新的契机。

陈总在天津的公司代理了康泰给水系列、排水系列、穿线管系列、采暖管等系列产品。对建材行业研究深入的陈总对新市场非常自信：“天津的建材行业处于群雄逐鹿，还没有一个能在质量和价格上都达到用户满意的品牌，康泰正好可以利用这个市场空白，确立在天津市场上的领军地位”。目前，康泰在天津已有了不小的占有率，随着品牌知名度的不断提高，陈总在稳定现有经销的同时，又把销售网络扩大到天津全市。逐渐打入了天津市各房地产及装修装饰市场，在短时间内营造了“好管材 康泰造”的氛围。陈总说，康泰最大的优势是品牌的力量和创新的力量，康泰产品在品质、售前、售中和售后服务上都给众多消费者留下了很好的口碑。他说，未来，他将不断

增强服务意识、改善服务工作、挖掘服务内涵、实现服务创新，赢得更多的消费者。

携手康泰，荣辱与共。陈总说，与康泰合作，除了收获，还有感动：“09年年底的时候，一位客户到店里拿货，在与客户的交谈中，我们了解到客户对康泰的产品及服务非常的满意，他感动地说康泰的销售经理逢年过节都会给他发祝福短信。可能只是一句很朴实的话，却给对方留下了深刻的印象，康泰的这种服务意识深深地感动了客户，也为拓展市场奠定了信心”。陈总经常说细节决定成败，事实证明，他已经成功了！**KT**

北京分公司 罗玉霜 王红妍

在湖南省衡阳市南华大学的西门口，有一位经营康泰系列产品的客户。店家老板祝瑞廷是一位很有思想、很有经营头脑的商人，正因如此，他的门店被他经营得有声有色。

祝老板是80后，因此，他身上充满了对外界事物敏锐的嗅觉。跟康泰合作前，他是J牛管业的一名业务经理，当时他们的一个团队在衡阳市场上把J牛的产品经营得红红火火，可他在跟康泰公司的一名业务人员交谈后，凭着敏锐的市场洞察力，认准了康泰品牌，于是，他果断地选择了创业，选择了康泰。

祝老板是一位退伍军人，做事有着军人特有的果断与气质。退伍后，他一直从事的是管道产品的销售工作，因此，对管道销售特别是家装产品有着自己特有的思路与技巧。虽然如此，在刚开始创业时，祝老依然遇到了不少困难：资金压力非常大、分销常常受阻、人员配备不齐……祝老板说，创业是一个艰难的过程，每一个困难都是一个不小的挑战，可他从没有退却过，他坚持着做销售就是做服务的理念，坚定信心跟他的业务团队一起打拼，很短的时间内就把产品的分销网络做到了乡镇。用他的话说，他现在是在插旗，他要把康泰的旗帜插到衡阳的每一个角落。在他和众多康泰客户的一起努力下，康泰在衡阳地区已经成为一个集家装产品网络开发、市内房地产开发、水网工程为一体的知名品牌。

在与祝老板的交谈中，笔者感触最深的是他对产品质量的要求非常高。半口里，他开口闭口谈得最多的就是产品品质，他总说不要认为他吹毛求疵，“产品的质量是家装产品的生命，只有重质量才有发展的空间”。祝老板重视产品质量的理念体现在了每一次的行动上：一次他去用户家做试压，试压完后没有发现任何问题，管道供水很正常，用户也很满意，可当他准备离开前突然发现厕所里的一个弯头有些异样，原来是水电工在熔接时热熔时间过长，导致热熔后的分泌物过多，同时管道也有点变形了，虽然短期内不会影响使用，但时间长了肯定会出问题。见到这种情况，祝老板决定当即返工，“与其出



了问题再来处理，不如当机立断”。于是，他要求水电工锯开那段管子和弯头，重新进行了安装。他对水电工说，我们做水电的，最重要的就是要做到万无一失。听到这句话，用户非常感动，后来成了康泰在他们小区“免费”的宣传员，在他的影响下，这个小区近三成业主都使用的是康泰管。

有人问祝老板，你以前是J牛的业务员，为什么会在业务做得最好的时候离开而选择创业，又为什么不选择自己熟悉的J牛而选择了康泰呢？他说其实做这个选择并不难，这就像选择股票一样，他要的是绩优股、潜力股，而康泰就是这么一支绩优的潜力股，康泰不管是品牌还是品质，在管道这个行业里都是首屈一指的。祝老板说，除此以外，康泰公司还有一支战斗力强的销售团队，分公司的业务员非常配合经销商的工作，常常能替他们解决后顾之忧，这样的企业我为什么不选择呢？**KT**

长沙分公司 唐斌

# 康泰是我生命的一部分

衡阳经销商祝瑞廷纪实







“小王啊，来赤峰请你吃烤全羊”电话那头传来王老板亲切、热情的声音。每次给王老板打电话，感觉不像是企业与客户的沟通，更像是朋友之间的问候。

## 打造“康泰天下”

——走进内蒙古赤峰经销商王立明

赤峰地处内蒙古自治区东南部，与辽宁省朝阳市、河北省承德市毗邻。辽阔的地域、丰富的资源、茫茫的草原孕育了朴实、勤劳、勇于拼搏的内蒙人民，康泰经销商王立明就是其中之一。

2007年，王老板到长春康泰生产基地进行考察，经过深入的了解，康泰优秀的企业文化、强大的生产实力、团结的员工队伍，一下子就吸引了王老板。看准了康泰的发展前景，王老板下定决心与康泰合作。从此，王老板就与康泰结下了不解之缘，全身投入到康泰在赤峰的发展事业中。

谈起康泰这几年在赤峰的发展，每一项成绩，王老板都津津乐道。王老板的店主要从事零售、批发及承接小型工程，生意做得是有声有色，但王老板却说：“康泰的产品品

质好，质量信得过，大型工程值得做，“让康泰广泛应用于工程项目，让整个赤峰，乃至内蒙古都知道康泰品牌，打造属于康泰的一片天，我相信康泰有这个实力，我也相信自己有这个能力”。王老板是这样说的，也是这样做的。为了推广康泰，他当起了业务员，跑工地、跑设计院所、收集工程信息……经常是风里来雨里去，从未退缩。两年来，在他的努力下，康泰在赤峰的知名度逐日提高。现在，只要提起康泰，提起王立明，赤峰大大小小的管道经销商、房地产商几乎无人不知无人不晓。面对成绩，王老板却显得非常谦虚，“让他们知道我们的品牌还只是第一步，接下来就让他们真正使用康泰，只有他们真正接触康泰，使用康泰，才能离不开康泰”。“放心吧，这个我心里有数”王老板自信满满。

赤峰市添助建筑公司是当地响当当的建筑公司，每年的工程都很多，管道产品的需求也非常大，王老板看准了这个机会，坚持要把“康泰”推进去，作为他们的合作品牌。尽管添助公司有自己固定合作的品种，而且已经合作多年，但王老板不想错过这个机会，拿着康泰的样管一次又一次地去拜访，去一次不行，就去两次、三次……向他们讲解康泰的品质，康泰的信誉，康泰的服务。终于，王老板的执着打动了对方，添助公司的领导拍着王老板的肩膀说：“我要是再不用康泰，年都过不好了，你也太执着了，不过只给你一次机会，给康泰一次机会”。听到这样的话，王老板高兴不已，信誓旦旦地说“用康泰您放120个心”。如今，添助公司已用康泰产品超过百万元，而且在王老板的精心维护下，客户对康泰的产品充满了

信心。

王老板经营康泰品牌已有三个年头，三年的耕耘、三年的汗水，如今康泰在赤峰的占有率已经达到60%，名副其实的“半边天”。2009年，辽宁康泰生产基地兴建、投产，PE双壁波纹管、PE钢丝骨架管、PE市政管、PPR冷热水管、PE-Xa、PE-RT、PE地热采暖管等系列产品在东北市场上逐渐成为优势产品。“盘锦基地壮大了，品种齐全了，货源充足了，我现在充满了干劲，要把康泰做得更大更强，打造属于康泰的大地！”王老板说要和康泰一步一步走得更远、更坚实。KT

吉林办事处 王雪月

## 业务拓展 我信任康泰

——记康泰集团梅州客户廖敏祥



说起康泰集团在广东的经销商廖敏祥，就不得不提到他在梅县几乎家喻户晓的建材店——恒安灯饰。因为凭着可靠的商品质量以及老板正直的为人，恒安灯饰在梅县老百姓中有着不错的口碑。恒安灯饰位于梅县华侨城宪梓大道，听其名字就知道其实它并不是一家专门做管道产品的经销店，店里还包括了各种卫生洁具类、灯饰类以及其他一些五金商品。随着生意越做越大，廖老板经营的品类也在不断拓宽，在选择管道品牌时，廖老板看品质、比价格，最终“情定”康泰。

廖老板是一位地地道道的梅州人，身上有着典型的广东人性格，即做事认真仔细，做任何事情都要做到最好，有人会觉得这样的人太苛刻，但是廖老板却恰恰相反，为人低调，平易近人，多年来一直从事五金生意的他，熟知五金建材的经营之道，赢得了不少的赞许。商场上的成功并没有让他变得骄傲，他仍然是一步一个脚印地做好每一件事，拥有多年市场经验的他深深明白产品质量的重要性，他知道只有销售质量有

保障的商品，才能赢得市场的认可，也才能让生意长久地做下去。“保证商品的质量，维护店铺市场形象”，这是廖老板多年经商的心得，也是恒安灯饰一直受到客户青睐的原因。

对于这样一名并不是专营管道产品的商家来说能够选择康泰集团的牌子，廖老板说：“看好康泰集团在广东的发展前景”。当时广州分公司的销售人员来到廖老板的店里，向廖老板推荐康泰的产品时，出于对店铺和客户负责的态度，廖老板在选择上非常谨慎。他详细地向业务人员询问了康泰的企业实力与发展规模，当了解到康泰集团是一家具有很强竞争力的生产企业、产品拥有多项专利时，廖老板表现出了很强的合作意向。在前期做了一定的了解之后，出于对客户负责的态度，廖老板还是决定到康泰集团总部进行考察，通过对康泰成都基地的参观，对企业的整体实力有了全面而充分的了解，在这种情况下，他毫不犹豫地选择了与康泰合作，并且一签就签了40万的合同。

广东省是管道行业竞争最激烈的地方之一。当地品牌有L塑、R丰等，再加上全国其他品牌也不愿意放弃这一块大市场，品牌战、服务战、价格战，此起彼伏。

随着生产基地的规划与业务市场的拓展、营销网络布局、广州分公司等相继建立并不断壮大，康泰在广东市场上已有了不小的影响力。和一个新近进入广东市场的品牌合作，廖老板也面临着来自朋友和同行的压力。有人问他为什么会选择康泰集团这样一家企业呢，而且一下就拿出40万进货，难道就不怕日后货卖不出去吗？面对这样的问题，廖老板每次都很有坚定并且简短地回答同样的话，“我相信自己的眼光，我看重的不是眼前，而是这个品牌将来的发展前景”。

因为对康泰集团有充分的了解，现在不管谁问他哪个品牌的管材好，他都毫不犹豫地推荐康泰集团的，经过廖老板的苦心经营，加之产品质量上的保障，如今，康泰集团的品牌知名度在当地市场上不断加大，销售业绩也直线上涨。

随着更多像廖老板一样的实力商家加入到康泰的营销队伍中，康泰在广东的影响力与日俱增，已经成为了影响管道建材行业的主要力量。相信通过更多“康泰人”的努力，在未来，康泰集团必定会在广东发展壮大，成为影响广东管道市场的知名品牌。**K1**

■ 广州分公司 邢雅楠



## 志存高远，做实干的企业家

——记广东阳西经销商叶英尚

阳西县位于广东省西南部沿海地区，属广东省阳江市管辖，面积1451平方公里，人口48万。叶老板的店：“德信五金水电总汇”，就位于这座美丽海滨城市的教育路上。

从品牌选定，到库房管理，再到跑工地跑市场……叶老板负责管理了这个店的所有的运作。凭着良好的信誉、踏实肯干的态度，德信五金在当地越做越大，在阳西百姓中也有着非常好的口碑。

俗话说，“船行远不远，舵手是关键”，只有拥有一个好的舵手，船才能稳健快速地前行。同样，当一个公司拥有好的老板时，这家公司的前景指日可待。叶老板踏实肯干的态度、果断的

做事风格、兢兢业业的为人，得到了各方的认可，生意越做越大，合作伙伴也逐渐增多。在拓宽经营的门类，选管道品牌时，叶老板犹豫再三，当地的牌子在价格上有一定优势，但何以有差异化的竞争；外地品牌有一定的知名度，服务又如何保障……叶老板慎重了很久，看质量、比价格、选服务，最终，康泰“性价比高”的特点一下子进入了叶老板的视野，成为叶老板理想的代理产品。

2009年10月，叶老板正式代理了康泰品牌。虽然只有短短几个月的时间，但从陌生到相识，从相识到相知，叶老板总是信心满满，因为通过这口子双方的合作，他已经认定“康泰”是一款高附加值的产品，性价比非常高，市场推广的空间也非常大。正是看中了这一点，叶老板首先想到的是提高市场知名度，在康泰品牌的推广上，他做足了功夫，大大小小的店招、广告牌，“一瞬间”挂满了阳西县的大街小巷，“康泰”品牌在短短的时间内就成为阳西县家喻户晓的品牌。刚刚合作不久，叶老板就将康泰管用在了一个由他负责的小区工程项目上，用他自己的话来讲就是，“用康泰，我放心”。

和叶老板的交谈，不像是在采访一名老板，更像是在听长

者传授经验，而他身上，你随时都会感觉到一个东西，那就是浓浓的“社会责任感”。他常说的一句话是：“一个人的价值不在于你拥有多少，而在于你能给予社会多少”。叶老板总是说，他今天事业上的一些成功，不是他一个人的功劳，而是店里所有员工共同努力的结果。

人们常说，“一个人的力量如沧海中的一滴水，微不足道，只有结合众人的力量才能凝聚成激流，惊涛拍岸”。正是有着这样一种经营理念，他将“诚信五金”打造成了一支团结向上、能打胜仗的队伍，销售业绩也不断保持增长。叶老板说，他还仅仅是一名商人，做一名真正的实干型企业家才是他的人生目标，他希望可以跟康泰携手并进、共同成长。**K1**

■ 广州分公司 邢雅楠



## “永不更换品牌” ——记辽宁锦州经销商贺欢

80后有一个固有的代名词：叛逆。但从锦州经销商贺欢的身上，我们却读懂了另外两个词：执着和成功。

锦州地处辽宁省西南部，是一座有着2000多年历史的文化名城，也是一座素享盛名的商贸重镇，更是一座生机勃勃、蕴含巨大发展潜力的现代港口城市。美丽的海滨城市养了一群智慧的商人，贺欢就是其中一位。执着肯干、务实奋进，年轻的贺欢和他的“锦州市康泰管业经销处”正一步步发展壮大。贺欢给人的第一印象是英俊的相貌、高大的身材。在与康泰携手走过的几年里，贺欢给人的另外一重印象是：对事业的孜孜以求。

长春康泰生产基地是康泰集团在东北布局的第一个生产基地，主要生产U-PVC给排水管材管件、电工导管、PPR给排水管材管件、PE给水管等。自长春生产基地生产那一天起，贺欢就与康泰结下了不解之缘。在与康泰携手并肩走过的日子里，贺欢坚持与康泰荣辱与共，几年来从未间断过、从未退缩过，更从未经营过其他品牌，并且只要是康泰的产品一律经销。2009年，辽宁康泰生产基地投产后，贺欢在第一时间代理了康泰PPR以及家装管系列。尽管其他牌子的资料和样管不尽其数，但他的店里和库房里永远只有一个牌子，那就是康泰。曾经有人问过他：为什么只经销“康泰”？他的回答非常干脆：相信康泰会给他带来无限的商机；相信康泰会让他挣到更多的钱；相信康泰将会带他到一个崭新的领域。

康泰PPR没有到东北之前，贺欢一直做的是康泰与山城的

排水管，PPR也想尝试，但困于一直没有找到一家能与康泰媲美的企业，打算也只好暂时作罢。去年辽宁康泰生产基地投产后，贺欢一下子抓住了PPR及家装PPR的商机。短短半年时间，PPR在锦州管道市场上的格局已经重新洗牌，康泰的市场占有率、品牌价值正逐步扩大，他为康泰在辽宁地区的推广做出了积极的贡献。

五年的康泰之路，贺欢早已经把自己当成了康泰人。不论什么时候，只要是“康泰人”到锦州，他都会热情款待。“康泰人”有事找他，一个电话，他就会忙前忙后……用东北人的一句话来讲：忒讲究！为何忒讲究？贺欢说：“同为康泰人，同为一家事”。

有了这样一位志同道合的伙伴，怎能不让康泰人尊敬。去年年末，对贺欢来说终生难忘，孩子满月那天，沈阳分公司的15名员工从沈阳驾了三辆车开了三个小时到锦州为他庆祝，为此，他感动万分。席间对分公司的朋友频频举杯，谨表示谢意。贺欢是一个特别能喝的人，可是那一天他醉了，真的醉了，足高兴！也是欣慰！在康泰这样一个大家庭的支持下，他有信心将康泰做到锦州第一，打造康泰品牌。

■ 辽宁分公司 孟繁华

## “康泰有啥，我卖啥”

### ——记康泰天津经销商郭汝辉

天津市是一个总人口三十八万的县级市。郭总的天津万万康泰管业销售公司，位于天津市紫金南街，这里分布着天津最大的建材市场、最有实力的经销商，堪称最繁华的建材聚集地。郭总与康泰的缘分始于2002年，在与康泰合作的几年里，他稳扎稳打，用心经营，使康泰的品牌不断深入人心。在天津，懂管不懂管的都知道：买好管，找康泰，康泰管好用、实惠。郭总在天津的销售也一路见好：09年的销售量更是达到了几百万。

他开朗亲和的笑容，他朴实睿智的话语，他踏实肯干的态度，雷厉风行的作风……点点滴滴折射出他的人格魅力，成功、务实、专注、诚信，这些词都可以放在他的身上，但又不尽然，他就是康泰集团运城的经销商郭汝辉。



### “第一次接触康泰我就认准了这个品牌”

在经销康泰之前，郭总是一名项目经理，包揽过大大小小的工程，对工程项目的需求了如指掌，在当地建材行业中已有相当的声望。改行经商，郭总始终认为，自己从事工程项目的经历将有助于选择品牌。市场上，各种品牌众多，有的靠价格、有的靠服务、有的靠网络，面对众多的选择，郭总始终没有选定主营哪个品牌。

一次做工程期间，他接触到了康泰的产品，当时就被康泰的品牌和质量所吸引，在比较了价格之后。他认定“康泰”是一款高附加值的产品，性价比非常高，很值得推广。他如获至宝，对自己说：康泰，就是它了！

几年的业绩证明，郭总当初的选择是正确的。当然，业绩的背后凝聚着他太多的心血和汗水。

### “康泰有啥我卖啥，宣传康泰我义不容辞”

自经营康泰以来，郭总就把自己当成了一名康泰人。不仅

店面摆放的全是康泰的产品，两个近1000平米的库房，满满当当全是康泰的产品。郭总说，他代理了康泰的所有系列，不仅包括常用的PVC、PPR、PE等系列，还包括钢丝缠绕管、绝缘电工导管等产品。他信赖康泰，“康泰有啥我卖啥，客户要啥我有啥”！

郭总最常说的是：“我不算小账，我看的是长远利益”。正是这样的魄力，他自掏腰包，在天津做了各种形式的广告，墙体、路牌、宣传光盘，每一项推广都是真真切切地用心在做。而他制作的光碟，拿到当地电视台循环播放，康泰在当地的知名度进一步提高。郭总说，既然选择了这个品牌，就要做到最好。宣传康泰是我义不容辞的责任，而且我相信，这绝对是小投入，大回报！

### “第一次投标，我拿了把老虎钳”

看到康泰在天津有如此好的市场氛围，有人曾不止一次问过郭总：你成功的秘诀是什么？他说，做生意没有什么秘诀，只要你认准一件事儿，努力做到最好，成功就离你不远了。第一次成功做成康泰的经历，郭总说，时刻记忆犹新：第一次投标现场，看着其他商家人夸其辞并未表现其产品的质量和自己的信誉，于是我上台之前随手拿了把老虎钳，在演说时，我只让康泰管跟老虎钳较量，同时说了句：“质量你放心，价格让你满意，做生意嘛，诚信为本！”此时台下一片掌声。这是他第一次在天津打出康泰品牌。

郭总说，他信赖康泰，所以他敢用自己的信誉保证康泰的信誉，用“郭汝辉”的品牌宣传康泰的品牌！

目前，康泰在天津的占有率达65%以上，天津及周边区域很少有人不知道康泰管。做完王家岭煤矿工程后，郭总看到了矿用管网改造的商机。2010年，他的业务拓展计划延伸到矿井管网、农村水网改造等领域。

“结识康泰之前，我以为我的事业就是包工程、做工程，按部就班地走下去，自从选择了康泰，我感觉我之前的都不叫事业，我的事业才刚刚开始……”谈到未来，郭总充满信心。

■ 山西分公司 屈蕊蕊

## 康泰，“中”

——经销商盛建华眼中的康泰

“这么冷的天，康泰还记得我这个客户，还特意来看我，与这样的公司合作，让我充满了信心，充满了感动。”店铺的主人盛建华是康泰经销商队伍中的一员大将，作为一名经营康泰品牌的“老客户”，他眼中的康泰就一个字：“中”！

盛老板的店在周口市国际商贸B区，主营塑胶管材管件。他的话不多，嘴角上掩饰不住的笑容流露出一名商人的精明与睿智。十几年的建材销售经历让他接触过不同品牌，他对经营品牌的认识是：“大品牌，信得过”！坚持着这样的理念，盛老板和康泰的合作，一步一步走向辉煌。

盛老板的店铺里有康泰PPR排水给水、山城牌系列产品，主要做工程和批发。说起

“情定”康泰，盛老板向记者讲起了他的经历：起初他是一家管道企业的业务员，工程招投标做过不少，各种品牌的价格了如指掌，对产品的售后服务更是烂熟于心。他印象中的康泰很“低调”。“康泰不做广告，靠的就是产品品质和康泰人一步一个脚印走出来的品牌”，从那时起，他就认可了康泰低调的处事态度，处处为客户考虑的处事风格，他相信有如此的企业经营理念做基础，这样的企业肯定会发展壮大，跟这个企业合作，心里很踏实。

从业务员到产品经销商，盛老板完



2009年，深冬。鹅毛般的大雪已经几次光临了中原大地。“快进来坐！”

在周口市国际商贸城，伴随着店主人热情洋溢的邀请，顿时驱散了身上的寒意。

成了一个华丽的转身。作为经销商，他更看中的是服务，说起康泰的售前、售中、售后服务，盛老板赞不绝口，一、二、三、四、五，他一口气向记者说出了五点：“首先，康泰客服人员会隔三岔五地打电话询问需要什么帮助，产品配送有没有到位，一旦出现问题，4小时内肯定会告知事情处理结果；其次，资料样品发放很及时，这便于及时与工地洽谈，为拿下工程项目打下了坚实的基础；第三，公司为客户提供的工程信息，还专门派业务员帮客户谈工程，这对经销商的扶持力度非常大；第四，公司对客户的接待也很到位，每次带客户去参观，公司都会热情接

待，给客户的印象非常好；第五，与康泰人在一起，感觉到更多的是真诚，大家就像朋友一样，相互扶持、相互帮助。”说起康泰，盛老板总是满怀感激：“以前有位姓朱的经理，调到成都后，还一直给我发短信，过中秋节，还开车到店里来看望我，与康泰合作，总能让我感到接连不断的惊喜”。

惊喜接连不断。盛老板说，项城有个工地的经理，不论做什么工程，首先想到的品牌就是康泰，非常认可产品，每期货

款到位非常及时。洛阳一位姓马的经销商，当看到盛老板对康泰的执着，看到康泰在中原市场上日益扩大的优势，当场决定愿意与公司合作，成为康泰的又一伙伴。

河南人喜欢讲“中”，一句最简单的话却是河南人心目中最真实的感情。在和盛老板交谈的过程中，他一直难掩心中的激动，话语朴实而亲切。最后，他竖起大拇指说：康泰“中”。

■ 郑州分公司 刘振红



兰州是古丝绸之路上的重镇。早在5000年前，人类就在这里繁衍生息。自汉至唐、宋时期，随着丝绸之路的开通，出现了丝绸西去、天马东来的盛况，兰州在中西经济文化交流中扮演了重要的角色。近年来，随着兰州工业、农业、交通等事业的全面崛起，越来越多的外地商人看中了这一市场，纷纷加入到“掘金”兰州的队伍。在这个队伍中，康泰兰州经销商白德勋就是其中成功的一位。凭借出色的业绩，他不仅荣获了康泰3A诚信经销商，还摘下了金牌经销商等桂冠。

## 十余年如一日，“康泰心”永不变

——走进康泰兰州经销商白德勋

白总是河南新郑人，四十岁出头，是典型的中原汉子。性格直爽、做事果断，这样的特点让他对好的方面大嘉赞赏，不足之处直言不讳，这种敢做敢为的个性常常令他人佩服不已。在代理康泰前，白总一直做的是建材生意，石棉瓦和玻璃钢都做过，刚开始接触管道产品时，白总选择的是一家浙江企业的产品，后来经人推荐，接触到了一名重庆康乐的业务员，几经考虑，最终选择了康乐公司的产品。从康乐塑胶到康泰塑胶，时间在变，名字在变，但康泰“市场优先、客户优先、效益优先”的三优先理念始终没变。十几年间改变了许多，也见证了许多。白总说，通过与康泰这些年来的合作，他见证了康泰集团发展的点点滴滴：一是从一个小公司、经营部，发展到现在拥有10家生产基地的企业集团；二是从单一的山城品牌，发展到在康泰、山城等三个品牌；三是从单一的小网络发展到西南、西北、中原、东北、华东、华南的大网

络；四是产品质量和服务质量不断提高，客户满意度也不断增强。愉快的合作经历，坚定了白总对康泰的信心，虽然市场在变，客户在变，但他从没有考虑过更换别的品牌。基于康泰集团雄厚的实力，加之及时的发货速度，白总说，他有信心把事业做得更大、做得更强。

白总的店铺位于兰州市城关区滩尖子，这里留有兰州管道建材行业最辉煌的记忆，因为从这里运出去的管材撑起了半个兰州城，老客户对这一带都有着深厚的感情。白总的店里康泰、山城系列产品都在卖，主要以山城排水和康泰排水、康泰PPR为主，今年，白总还准备主推康泰地暖管。虽然在兰州市场上，知名品牌在工程市场占了较大的份额，小品牌几乎垄断了批发市场。但凭着白总出色的能力和敢闯敢拼的韧劲，他硬是拿下了几块“硬骨头”：

甘肃天庆房地产开发有限公司是白总长期的工程合作伙伴，

从2000年开始合作，至今已有十余年的时间。天庆房地产公司是甘肃最具规模和影响力的企业，因此，凭着其在市场中的号召力，吸引了众多建材供应商的眼球。在与这家房地产公司洽谈时，白总着实遇到了不小的困难，不仅有重庆G地、山西J座等强劲对手，还面对着对方对康泰不太了解的尴尬。面对这种不利局面，白总下定决心，一定要把这个工程拿下。于是，他理清了思路，重新梳理了应对策略，联合生意上的伙伴一起向对方推荐康泰，经过几个回合的周旋，康泰质量优、服务好、配送及时的特点得到了对方的一致认可，白总也成功成为对方

的供货商。十余年来，白总始终与对方保持着良好的合作关系，每年都要向天庆房地产提供近150万的货，并且没有收到一次客户的投诉。正因为彼此的信任，天庆房地产公司也多次表示，用的不仅是康泰的管，更交的是白总的心。

白总常说，他自己是“老康泰”。因为他的执着，因为他的经验，我们有理由相信，在新市场中，白总肯定还会创造属于他的传奇。

■西北营销中心 刘杰

# 管道女强人

——记山东经销商尚随风



第一次见到尚总是她到办事处拿样品，当时还以为眼前年轻漂亮的女士是尚总的助手，简单的邂逅让笔者心生敬畏，真是年轻有为、事业有成啊。有眼光、有魄力也成为尚总留给笔者最深的印象。

尚总的店位于泰安市光彩建材市场21—23。走进店里，你会发现走进了康泰的世界：“康泰”PVC给排水、PPR给水、PE-RT地暖管、穿线管……分门别类，错落有致。尚总以做工程为主，大部分时间都是在工地，店里的日常工作则是由她的姐姐负责。

尚总之前也是做管道的，不过是做另外一个品牌。第一次与康泰谈合作，尚总并没有多大的兴致，不是没有兴趣，而是不敢贸然选择，虽然对康泰有所耳闻，知道康泰是自己当时代理品牌的强力竞争对手，但想到换品牌后一系列的运作，还是迟疑了。

后有一次，山东办事处的肖荣经理与尚总进行了一次详谈，一席话后，康泰的优势及能提供的服务得到了尚总的认可。凭着对管道产品市场的了解，尚总在看过样品资料后，即可拍板，决定与康泰合作。

时至今日，尚总已经和康泰有了两年的合作。两年来，双方相互理解、相互支持，虽然困难仍旧存在，但总能得到协商解决。遇到做标书忙时，所有办事处的后勤人员都在赶标书，每当看到这种情况，尚总总是说，“看到你们那么忙，实在不忍心耽误你们手头工作，我还是自己做吧”。一句简单的话，却让客商之间情谊浓浓。当然，一旦经销商有任何需要，办事处都会全力以赴：

在房管局组织的泰安市经济适用房的投标中，尚总本来觉

得希望不大，所以就没有放在心上，观望一段时间后，觉得还有机会便决定投标，但此时离“开标”还有两天。尚总向办事处说明情况后，办事处立刻开始了行动，向公司借证件，证件第二天就到了；向公司调样品，河南基地当时没有，只能从总部准备。时间紧急，公司上下都行动起来，加班准备，积极协调，最后样管成功从成都空运到了济南。当天晚上肖经理开车带着样品赶到了泰安，在开标前几个小时成功赶到。经过不懈的努力，尚总成功中标了。事后谈起此事，尚总说：“这次投标，咱们的资质全，展板和样品都很漂亮，价格又有优势，这是最主要的因素。另外，一天时间里，你们从准备样品、资料，到发空运，再连夜送到，真是辛苦大家了。早知道啊，我早做康泰了。”

因为有着愉快的合作，今年，尚总拿到了在整个泰安的经销权——签署了区域经销合同。对未来，年轻的尚总充满了信心，与康泰并肩同行，她有信心做得更大、更强！

■山东办事处 于朝霞





## 经销商张建忠：用业绩铸造辉煌

杜甫的诗句“即从巴峡穿巫峡，便下襄阳向洛阳”，白居易的诗句“下马襄阳郡，移舟汉阳驿”……都生动地描绘了一座城市的繁荣。作为湖北省的第二大城市，襄樊毗邻渝、豫、陕等三省，交通便利、物流通达，成为了辐射黄河上下、长江南北的重要原点。

康泰湖北经销商张建忠在襄樊的店铺共有3处，其中一处是在华中光彩大市场，这也是当地新兴的建材市场，品牌集中、人气很旺。日前，张总代理了康泰PVC-U给排水、PVC-M给水、PE给水、PP-R给水系列产品。随着大型楼盘、工业园区的建设和农村饮水安全等项目先后在襄樊启动，这为张总和康泰提供了新的商机。

代理康泰前，张总从事的是店面批发，之前代理的品牌遇到了代理厂家发货难等问题。在这个时候，当时负责湖北区域的康

泰销售人员唐春雨找到了张总的门市，在了解到康泰是一家大的集团公司，产品品种齐全，还有高、中、低等三个品牌，这恰好弥补了其他厂家的不足。在与康泰接触的过程中，康泰发货及时准确，还有专人进行长期服务，不论是刚开始的唐春雨还是后来的彭波，这些都加深了张总对康泰的印象。销售人员认真负责的态度给张总的销售工作带来了极大的便利和人力支持，销售业绩也是一年一个新台阶。康泰在襄樊也从最开始的无人知晓到现在能与G地、L型等品牌形成鼎力竞争，市场占有率也从最开始的零到现在的10%左右。凭借着出色的业

绩，张总荣膺了康泰集团2009年度四星经销商。

在与张总接触的过程中，笔者最有感触的是他的低调与朴实，每次与张总沟通都是很轻松愉快的事情。他的热情好客不仅仅是笔者本人，他的每一名客户都感受至深，所以很多客户都愿意和他做朋友，张总在管道行业中的知名度和影响力也是与日俱增。特别是他的信誉度，在同行业中博得了一致好评，业务也是越做越大：从最早的一个500左右平方的门市发展到现在三处上千余平方的店铺；从简单的门市到现在精装修的门市，对于今年才35岁的他来说，大家用得最多的称赞是：年轻有为。

2007年张总开始做农村水网工程，并成功中取了几个标段，喜悦刚刚过去紧接着带来更多的的是忧愁。为了解各个县、市、区的中标单位的信息，及时掌握标段情况，张总与武汉分公司的员工每天都奔波于各区县、市地。高强度的工作常常使他们筋疲力尽，然而更大的烦恼还在后面，因为刚开始供货和结款中间有个时间差，这让张总在资金上面出现了不小的危机，在这样一个危急时刻，张总想到了公司，在向公司说明情况后，公司同意给予一定的资金支持。这让张总万分感激，因为与康泰接触的时间不是很长，公司在授信上还需要一定的信誉度，虽然刚开始只是小额的授信，但是在供货紧急时，公司加大了对张总的授信额度，这对于他来说犹如雪

中送炭，解决了他的燃眉之急。

2009年10月，全国各个地方的农村水网工程开始大量供货，这给生产厂家带来了很大的生产压力。襄阳区为了完成工程赶工期，每天的要货量很大很急，在公司的 $\phi 110 \times 0.63\text{Mpa}$ 的PVC-U给水管材缺货的情况下，对方向张总下了最后的“通牒”：第二天必须要到。因为第二天上级领导要去工地开现场会议，可是到了下午6点公司的车都还没有到，襄阳区水利局的领导也急得不得了，货到不了就没法开现场会议。当天晚上7点，张总通过各种努力终于在谷城县水利局工程项目上，借到了一批 $\phi 110 \times 0.63\text{Mpa}$ 的PVC-U的管材。晚上8点，张总和武汉分公司员工赶到了谷城县的工地，拉着200根管材连夜赶到了襄阳区水利局，确保了第二天现场会议的顺利进行。在当天的现场会议中，上级领导对襄阳区水利局在农村饮水安全工作中做出的成绩给予了肯定及表扬。后来，当襄阳区水利局的领导得知为保证现场会议的成功举行，张总和几名工人一夜都没睡觉时，非常感激，并对张总所做的服务工作给予了高度的评价。他们连连称赞：“康泰人，好样的！”<sup>[1]</sup>

■ 武汉分公司 彭波

## 经商选康泰、发展更广阔 ——走进康泰福建莆田代理商黄建雄

说起经商，黄总列出了很多他自己的经历。黄总以前经营的是各种装修材料，产品种类繁多，却没有一个特别固定的品牌。为何？主要是没有太多的竞争力，只能通过价格来经营市场，不能形成网络式经营。

看见周围一起经商的朋友的业务蒸蒸日上，而自己却没能找到一个很好的突破口，正为此发愁时，黄总意识到了经营品牌之路的必要性。凭借多年积累下来的人脉关系和经济实力，2009年，张总与W吕铝业定下了莆田市总代理的战略合作，不到一年里不仅完成销售目标，同时还建立起了强大的网络群。正是尝到了品牌代理的“甜头”，2009年底，黄总再次扩大了自己的经营范围和经营规模，并且在经营种类上面他瞄准了新型管道产品。基于以前的经验，这一次，他准备代理一家有规模、有品牌、有竞争力的企业的产品，一方面能将手里的资源再次运用，同时也想以品牌赢得市场的肯定。

为了能更好地经营好管道产品，黄总在市场上进行了全面的了解，同时也跟各个管道厂家进行了沟通和了解，作出了全面的比较。2009年底，通过康泰福建办事处，黄总了解了康泰的市场地位及企业影响力，反复对比、仔细斟酌，最终选择了康泰，他相信，凭借康泰强大的品牌影响力，肯定能在莆田管道市场上占据一席之地。有人问过黄总，康泰为什么能在众多品牌中脱颖而出？黄总给出的回答有两点：一方面康泰的品种齐全，性价比高，能满足不同消费者对产品的需求；另一方面康泰完善的售后服务体系以及及时的物流配送，能为代理商在工程销售方面提供强有力的保障，产品责任保险为消费者免除了后顾之忧。

和黄总交谈，笔者感触最深的就是他工作特别认真、注重每一个细节。黄总常说，今天的一个细微失误，就可能造成明天的重大损失；我们应该为明天将会出现的损失，承担自己的责任，最佳的方案就是把今天的事儿做好。正是这种对客户、对事业认真执着的态度，黄总不仅获得了事业上的成功，更获得了客户的认可。

展望2010年，黄总与康泰集团达成了莆田地区的战略合作协议。在市场运作中，福建办事处给予了黄总支持与帮助，不管是在网络建设、工程运作，还是销售方案等都为经销商出谋划策。康泰人所做的工作，黄总看在眼里，更坚定了他与康泰合作的信心。黄总风趣幽默地说：“做生意就像找对象一样，找到一个对象，这一辈子都有保证，我现在就找到了康泰这个好对象”。<sup>[1]</sup>

■ 福建办事处 张利

# 立足上海 走向世界

——康泰上海办事处纪实

从平凡到优秀是一个漫长而艰辛的过程，从优秀到卓越更是一种痛苦而美丽的蜕变。

营销总公司上海办事处从无到有、从小到大，这是全体上海办事处员工共同努力的结果，更是集团公司品牌网络建设的成功。

上海办事处虽然成立只有短短一年时间，但在办事处负责人的带领下逐步走向成熟，虽然困难重重，但他们始终相信车到山前必有路，就这样，他们一步一个脚印，在逐渐壮大的同时，也成了康泰管业走向世界的航标。

## 扎根上海 全球视野

上海是中国最大的城市，是大陆经济、金融、贸易和航运的中心。外资企业将上海视为打开中国市场的窗口，国内企业则将上海看作是通往世界的跳板。于是，各种产品不断在上海市场上“试金”，品牌战、价格战、服务战，此起彼伏、硝烟四起。

上海办事处成立之初便确立了“扎根上海、全球视野”的发展理念。思路理清了，目标明确了，办事处便开始了实实在在的行动。针对上海市场的实际，上海办事处确立了以工程为主导，网络为辅，区域以松江、浦东、奉贤、嘉定等区域为主的政策，准备在竞争激烈的市场中争得一席之地。办事处还专门设立了外贸部，专人负责外贸事务，并开设了英文网站，直接、快捷地和外商交流。目前，康泰产品已广销于俄罗斯、印度、非洲等国家和地区，受到消费者的好评。

## 巾帼不让须眉 邵氏女将当掌门

办事处的掌门人邵晓红经理是一名女强人，员工们都亲切地称她为“邵总”。在她的身上，有着女性的知性美，更有着商人的睿智，管理团队更是有的一套。对员工行为，无论对错，她都会先以正确的方法来引导，用心去交流，让员工能在交流中得到提高，正因如此，再加上邵经理出色的个人业绩，办事处的员工对她都佩服得五体投地。

办事处的成员中有内蒙的、黑龙江的、甘肃的、贵州的、河北的……面对这样一个来自五湖四海的小家庭，邵经理会在周末组织大家一起活动，聊聊天、吃吃饭、看看电影……大家在活动中敞开心扉，说得得失，团队的凝聚力和战斗力慢慢地增强。

一名分公司的员工说，邵经理对待大家就像兄弟姐妹一样，虽然开会的时候也会对大家的不足之处提出严厉的批评，但大家都能体会到严厉背后的真爱。

## 务实进取 众志成城

办事处成立之初，遇到了很多实际的问题：比如，品牌的市场占有率不够人、产品销售渠道狭窄、人员配备不齐、市场前景不明晰等等。面对这种困境，上海办事处上下团结一致，主动配合、相互协助，用实际行动排除困难，取得了一次又一次的佳绩。

上海世博会是中国2010标志性的事件，而世博会上的场馆建设又是中国建筑史的标志性工程。这样一个大的工程，全国的企业都盯着，全国的商人都看着。要想进入谈何容易？

康泰有品牌、有规模、有实力，那就有机会进入世博会。正是在这种理念的支持下，上海办事处全体员工，广开渠道，拜访一次不行，那就第二次；第二次不行，那就第三次……在这种执着精神的带动下，康泰人最终打开了世博会的大门，康泰PE管成功入驻世博场馆，在康泰集团的发展史上留下了浓墨重彩的一笔。

## 深耕细作 步步为赢

上海办事处设有工程部、网络部、外贸部、公关部，每一个部门分工明确，权责分明。针对上海市场的特点，特别划分了成熟市场、进攻市场、潜在市场。利用手头的优势力量，巩固现有经销商，利用品牌优势带动周边地区市场的发展，重点突出潜在市场。以家装、不锈钢产品等为重点，带动其他产品的销售。

2010年，世博会在上海召开。世博会带来的资金流、物流、信息流等将最大程度地冲击上海市场。是机遇，也是挑战。作为康泰集团迈向世界的风向标，充满朝气的上海办事处已经做好了准备。他们将紧抓队伍建设，形成共识；抓制度建设，规范管理，以一流的形象，突出的业绩，实现更大的发展。

■ 上海分公司 姚丽





**有一种朴实叫真诚  
有一种精神叫富有**

——一名普通员工的精神境界

“任何一名认识他的人，都要对他竖起大拇指；任何一名基地的员工都得到过他的帮助；如果要在基地中评选一名优秀员工，他是无可争议的第一人选……”很难想像生产基地的总经理将如此高的评价给了一名员工。他是谁？他不是管理干部，却常常给员工培训讲课；他不会施惠于他人，却往往是有口皆碑。走进成都二基地，走进袁代红，我们走进了一名平凡康泰人的精神境界，认识了有一种朴实叫真诚，有一种精神叫富有。

### 技能强 说到就要做到

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，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。

自加入成都二基地以来，作为生技部设备动力组的一员，袁代红在基地水电气的设备改造中，兢兢业业，任劳任怨。脏活、累活抢着干；新技术、新工艺学着干。多年的打磨，多年的积累，练就了一身的硬功夫。技能不仅在公司里面数一数二，拿到市场也常常被行家称赞。同事说，在工作上，他非常讲究原则，认准的事，即使遇到了再大的困难也要想办法去解决，这样的坚持源自于他对自己能力的自信。基地做过统计，经车间主任签字确认的事情6-7件，其他人要3-4小时，他1-2小时就可以完成。

在他的带动下，基地牵引机四爪改五爪、运料实现轨道运输、真空箱一改二……这一系列改进，为生产带来了实实在在的改变，达到了增产、增效的目的。

### 负责任 哪里需要到哪里

“门卫说，经常看到袁代红深更半夜赶到公司处理问题；



部门经理说，他除了电脑没修过，公司里的所有电器都修过；同事说，基地员工遇到了困难，第一个想到的人就是袁代红，现在已经形成了一种条件反射……”为什么会形成这样的依赖“反射”？原成都二基地总经理朱鹏飞给出了答案——他负责。

负责任是他一贯的作风：基地中的下埋电线出了问题，他脱



掉袜子、裤子，跳入地沟中，一个一个地找，一根一根地查，最终解决了问题，确保供电；公司宿舍里的电视天线出了问题，他爬上屋顶，接线、校正；公司的厕所堵了，他冲在最前面将其疏通；负责到了甚至把自己的住房让给了妹妹一家。他说做人做事一个样：“做设备保养，就像医生一样，要做到望、闻、问、切，只有这样，才能确保工作的质量和效率；做人更需要理解和配合，只有这样，才能确保家庭的和睦，同事间的和谐”。

袁代红有一个笔记本，上面密密麻麻地记录着各条生产线的位置、机器更换配件的数量、名称。他说，把这些东西记录下来，不仅能提高生产的效率，还能能为其他同事提供帮助，增加公司的效益。

### 懂感恩 康泰是一生的荣耀

人生三十而立，四十而不惑。38岁的袁代红已经到了不惑之年，别人眼中的他充满了生活的艰辛，但袁代红却认为，只要有双手双脚，加上勤劳的意志，就没有迈不过的坎儿。

“如果袁代红出去工作，3-5千肯定不成问题，远高于他现在的工资，但他愿意在成都二基地”。朱总给笔者抛出的疑问，在袁代红看来，却不是任何问题：他说，康泰集团是一家大公司，有人企业的规范，更重要的是，在基地中，领导关心，同事间的协作已经成为了一种习惯。原来，在他的心中，一直充满着对公司的感激：

09年的夏天，部门上的两名机修工，其中一人请假，工作都留给了袁代红，当时恰逢真空箱的改造，时间紧、任务重，工作几天后，他病倒了，打了近十天的点滴。由于担心耽误工作，虽然领导批了假，病情稍有好转，他“固执”地回到工作岗位上。没过几天，袁代红出现了气紧，早例会都没坚持下来，他再次进入了医院。医生诊断：肺炎。听到诊断结果，袁代红顿时傻了眼，他有千万个没想到：他没想到，自己没有扛过这一身体小恙；更让他没有想到的是，全基地每个车间都会组织来看望他。声声问候，声声祝福，公司的温暖冲击着袁代红，感激之情溢于言表。KT

“在康泰，我享受到了所有人没有享受到的关怀，康泰是我一生的荣耀”。

#### 采访手记

阳春三月，春暖花开。川西平原中金黄的油菜花、流光溢彩，放眼望去，生机盎然。在充满生机的成都二基地，机器的轰鸣声打破了上午的宁静，在一片繁忙中，笔者见到了忙碌的袁代红。

因为曾供职媒体的缘故，笔者见过形形色色的人，听过奇奇怪怪的事。所以，我一直试图从他的身上找些“特别”的事迹，比如“工作业绩突出”、“为公司挽回多少损失”，甚至为此在基地四处寻访，但是很遗憾，我没有；得到最多的回答是：“那人不错”。

袁代红的话不多，甚至是笔者问一句他才答一句。但说起他的工作，他却滔滔不绝。他向笔者讲电工中的强弱电，焊工中的氩弧焊，生产线上的主机、真空箱、水箱.....每一项都是那样的专业。在采访的过程中，袁代红很别扭地听着领导对他评价，对他的夸奖。他告诉笔者，他更喜欢去听机器声、去看焊接中的铁花。

采访一线员工，笔者一直有种这样的感受，他们不善言辞的背后，其实更多的是擅长。企业要发展，需要更多爱岗敬业，苦干、实干的员工。就像朱总掷地有声的一句话：“如果所有员工都像袁代红一样，康泰集团的前途不可限量”。



高晓：

# 袁代红

## 姑娘的战略人生

巍峨群山向天边，悠悠羌寨遍江岸，忽闻羌笛声声起，凄凄哀愁泪满面。这里写的就是我的家乡，从羌寨里走出，我走进了康泰，在管业的舞台上，我跳起了最欢快的「萨朗」。看起来，一切都是那么顺风顺雨，没有苦难并不表示我不曾奋斗。我奋斗过，只是那种努力今天看来还远远不够；我懒惰过，好在懒惰的时候，有一种使命推我向前……

成长足迹

- 2009年6月9日 参加学校双选会
- 2009年6月21日 参加公司组织的培训
- 2009年6月29日 入岗实习
- 2010年2月4日 被公司评为“优秀大学生”
- .....

## 童年 云朵姑娘好成长

唐开元年间，诗人王之涣满怀感慨地写道：“羌笛何须怨杨柳，春风不度玉门关”。两百年后的宋代，在苍凉的西北边塞，范仲淹一声长叹：“羌管悠悠霜满地，人不寐，将军白发征夫泪”。在古诗里，羌笛似乎从来都是表达悲伤、凄口感情的。那悲凉、沧桑、幽怨的声音和旋律，似乎在几千年前羌笛被发明的那一刻起，就已经注定了那是它永恒不变的旋律。不管怎样移徙浪迹，不管经历多少磨难坎坷，不管遭受多少战争杀戮，羌民族依旧是羌音不变、羌魂不改。这个生生不息的古老民族和神州大地相依相伴，为中华文明的形成和发展做出了巨大贡献。羌族——这也是我一生的荣誉。

从小在羌寨里长大，那里没有城市的高楼大厦、没有街灯霓虹，但我却深深地爱着那里，那里有一条小河穿过整个寨子，平平缓缓，最后却能通江达海；那里的路不好走，路上有很多碎石头，路边却有很多树，不知名的花草，在他们的身边都留下了我成长的足迹。寨子里的人口不多，日出而做、日落而息，朴实、勤劳却是大家的通性。我家和寨子里多数人家一样，以种植蔬菜和水果来维持一家人的生计。但我总觉得家里的水果蔬菜种类多、数量少，然而妈妈却说买那些蔬菜水果很贵，还不如自己家种划算。瞧，很真实的生活。羌寨大多数位于半山腰或近山顶处，所以羌族又被称为“云朵上的民族”；又因为羌族是游牧民族，以放牧为主，所以羌族的姑娘又被称为“羊背上的姑娘”。不过遗憾，我从来没有放过羊，因为我家只有马儿，没有羊群。爸爸妈妈是一对相当开明的父母，他们教会我生活所必备的技能，使我能独立生活，除此以外，其他的都不强求。我真的很爱我的爸爸妈妈，每当看见爸爸妈妈那么辛苦地劳作，挣钱只为我能更好地生活和学习，心里只有满满的爱和无限的希望。希望爸爸妈妈的生活可以过得更好更轻松。既然要爸爸妈妈过得更好，那我就要找到好的工作，所以为了未来能挣到钱，我努力读书。大山里地多人少，学校更是稀有物，虽然在大山里求学有太多的不易。但一种向上的信念一直支撑着我：我要努力学习、我要走出大山、我要让父母过得更好……

**人生感悟：没有关注不要紧，关键是自己要重视自己，自己要为自己创造机会。**

## 成长 偶遇康泰始结缘

慢慢地，一天天长，也更理解父母的辛劳。总希望做个让父母骄傲的孩子，所以我更努力地读书，希望能让父母觉得我是他们的骄傲，因为他们一直是我的骄傲。

高考结束后填报志愿，我没有听从父母的建议填报师范院校，将来毕业后找一份教师的工作，既轻松又稳定。我听从了爷爷的建议，选择了财务专业，其实这也是我想要的。大学是一个充满青春活力、欢声笑语的地方。在轻松又没有压力的时光中，我度过了我的大学时光。同学们戏说毕业就等于失业，我不想失业，因此我必



须在这之前找到一个舞台。

09年放假前，老师通知我们说有一家公司来招聘财务人员，叫我去试一试、看一看，即使没有被选中，也当是感受一下氛围，积累点经验，于是经过一番准备来到宣讲会现场。在现场，先播放了一段视频，简单地介绍了这家企业情况，我了解到这是一家具有相当规模的大型塑胶管道企业，这也是我对康泰的初步认知。我顺利地通过笔试，紧接着进行的是初次面试。面试官是人力资源部的经理，第一次面对大企业的HR，我紧张得有点结巴，心里满是汗。她问了我一些专业问题，还问我愿不愿意接受公司的异地派遣（到其他地方工作）。我想我可以去外面的世界看看，增加点见识，“异地派遣”这也许是个不错的提议，虽然舍不得离开爸爸妈妈。初次面试完毕，我们在学校外面等消息。过了一段时间，我没想到会接到电话，当时心情有点激动。问过爸爸妈妈的意见，妈妈说，有机会就把握住，只要你好就行了；爸爸说，多去见识见识，那是学习的又一个开端，就这样我来到了康泰集团，大企业的规范让我很震惊，于是我决定在这里努力地试一次。

到了公司参加了培训，在这里我们切身地了解了康泰这家企业，他的构成、他的文化等。培训期间又通过各种活动，使我们更

加了解“适者生存”这个生存指南，也认识到了自身存在着的诸多不足，更看见了求得长远发展的希望。我觉得，我好像找到了我的舞台，接下来是我将扮演一个什么样的角色呢？

**人生感悟：懂得奋斗，才不会被社会所抛弃，机遇只会垂青有准备的人。**

## 工作 有苦有甜更有乐

童话故事里有白雪公主、有灰姑娘、有丑恶的姐姐、还有恶毒的巫婆和自私的后母，每一个都有固定的模式。但我想在现实的世界里，只要我想、我愿意、我努力，要成为什么样的角色由我来决定。

结束培训，我和另一名女生一起分配到成都基地财务部实习。此时，我更加明白，自己的差距有多大，原来自己要学的东西还有好多。所以我要学习、学习、学习。

了解一家企业，除了必要的文字资料外，认识企业的产品才是基础。而在财务部，各车间的统计员是最了解产品的，所以我想到的是向各车间统计员学习，管材车间的统计员柳波也成为我熟悉产品的第一任老师。学习是从柳老师的工作流程开始的，每天他都要先输入每名操作工的生产产量，然后再综合算每个车间的产量，再核对入库数量等等。由于人员多，加之产品种类多，所以他的工作量也不小。要在既定的时间内完成那么多工作，解决的办法只有一个——速度，而且要的是非常快的速度。速度是企业在现代竞争中的一个法宝，如果没有更快的速度，这样的企业终将被社会所淘汰。企业如此，员工个人也是如此，正因为这样，我更加深刻地体会到康泰工作作风中“准、快、信守承诺”的真正含义。在管件车间，由于生产的产品完全不一样，所以代码的编制方法自然也不同。管件车间的张春蓉，我习惯叫她张姐，她告诉我，要记住这些产品的代码必须先认识每一样产品，一有时间，张姐就带我逐个认识产品。由于管件种类很多，所以分不同的区域了解，所以每天我



都两次去车间认识产品。不了解的就向车间里的工友询问，这个方法很有效，在认识了产品后，看见写的内容就知道是什么产品了，相对地也知道了相关的产品代码，我想，这也是其他人可以复制的捷径。在车间待的一段时间里，令我感动的是那些统计和库管，他们虽然默默无闻，却是公司里不可缺少的螺丝钉，正是由于他们的坚持和奉献，才能确保康泰的每一个环节都正常运转。

我的工作内容包括去当地国税局、地税局和银行等办事。虽然我看起来是大大方方，但不知是胆怯还是害羞，总是很难与陌生人交流。现在在面对这一切时，压力不复存在，去不同的地方与不同的人沟通，我也能应变自如。与人沟通，其实也是一种能力，这也是康泰带给我的业务技能外的第二种能力，这也是适应社会所必须具备的能力。

到康泰前，书本上的文字是我的全部。当我走进了这家企业，了解了这家企业，我深知自己的选择是正确的。虽然过程中，还是遇到了不少的挫折，但现在的我能独立完成相应的工作，这就是成长与进步。我非常感谢康泰给我的机会，非常感谢领导对我的督导和指正。感谢指导我工作的同事和朋友。有你们，我才能一步一步走到今天。

**人生感悟：追赶中最累的时候，也是离成功最近的时候。**

## 成功 现在才刚刚开始

冬去春来，忙忙碌碌，一年又过去了。2009年，是一个让我感动与坚强的一年，是一个让我成长与收获的一年，是一个让我幸福与快乐的一年，是一个让我忙碌与充实的一年。这一年我告别了学生生涯，与我熟悉的同学、老师、学校……告别。也告别了我的青春年华、告别了生涩与稚气。这一年我进入社会，参加工作，我开始真正地独立、独立生活、独立学习、独立工作、独立完成我应该做的每一件事情。

今天的回忆与解释，也让我再一次清晰地感受到了具备战略思维的重要性。如果我在学生时代就懂个人战略，对自己有更加清晰的了解与认识，我想我会更有目的地看待学业，不会像温室中的花朵一样，经不起风雨。

而2009年，是我践行人生战略的一年，是我真正成长的一年。所有的成绩都只有一个原因，那就是突破了成长的逻辑，我正沿着一条我自己规划的道路前行。前面的道路很长很长，充满挑战和乐趣，为成长做一次整理和归档，心里很舒畅。

2010，轻装上阵、不改激情、满怀自信。

**人生感悟：生活有很多种，但要成功只有一种，那就是战略、行动。**

## 【康泰商学院】

等待领导分配任务是一种状态，把工作当作享受又是一种状态。如果一个人能够在工作中找到乐趣，把工作当成一种享受，他就找到了事业的方向，找到了成功的起点，也就找到了“勤勤恳恳”的源泉。

在康泰，成长的过程有四点：沉得下、稳得住、干得好、上得来。“沉得下”强调的是要有务实的作风与积极的心态。“稳得住”是体现耐力与毅力的阶段，认准了目标，就要持之以恒，就要有不达目的不罢休的坚定与坚持。“干得好”强调用业绩说话，用行动证明。只要“沉得下”、“稳得住”、“干得好”，“上得来”就是一种自然的结果。



## 给经销商卖你产品的理由

■ 梁胜威

常常见到一些销售人员拿着产品找经销商，他们的说辞基本都是站在厂家的角度去跟经销商谈。什么产品有特色、公司有实力、老板很年轻、销售老总是刚从外企聘请过来的云云。其实，在经销商看来，这都是废话，一句都没有说到经销商的心坎上。说句不好听的话，我管你产品有什么特色，公司有实力与我无关，老板年轻又怎么样，我要的不是这些，我要的是：

### 一、产品好卖吗？

经销商经销你的产品不是拿来自己用的，而是用来换取利益和价值的。产品好不好卖是他关心的第一步。什么样的产品好卖？什么样的产品不好卖？好卖的产品一下子就能切中消费者的心坎的命脉，能把握住产品成为商品的要点，不会只是因制造产品而生产产品。以生活用纸为例，产品的内在质量基本一致，大家都在比拼品牌知名度、比拼价格、比拼包装。而包装则是重中之重，看谁的包装更能感动消费者，更能让你的产品在货架上跳出来。但很多企业还没有真正认识这一点，他们觉得一套包装如果超过一万元钱就不用考虑，但他们绝对没有想过在包装上投进一万元钱，在终端上产品会增值5元钱。第二点就是厂家基本都没有辨别什么样的包装谓之为好？我觉得包装好与不好的唯一鉴定就是好卖不好卖，能不能卖出高价钱，能不能让消费者继续回头买，这是

至关重要的三点。

所以，业务员在经销商面前你必须给出一个明确的答案，这个答案就是你的产品肯定比竞争产品好卖或者你的产品会成为畅销产品。如何才能让经销商觉得你的产品好卖？聪明的营销人都会先从一个点开始，建设样板店和打造样板市场，用榜样的事实来说话，使经销商确信你的产品真正好卖。

### 二、利润高吗？

经销产品就是想获得更大的利润，没有利润就打动了经销商，哪怕你的产品能开出鲜花来，会唱歌也没有用。我这里所说的利润高其实是产品能否带给经销商高额利润，并非是说产品价格高带来的利润丰厚，产品能否卖高价不是自己说了算，很大程度是由市场来决定的。怎么样的产品会带给经销商丰厚的利润？当然是产品回转要快，产品质量要稳定，产品供货要及时。但最为重要的还是厂家要保证经销商的利益。很

多厂家在这一方面都没有能够保证。利益分配是最重要的一环，娃哈哈认识到这一点，所以，能够成就了一个奇迹。广东立白做到了保证经销商利润不低于12%的利益收入，所以，能够在日化行业披荆斩棘，独树一帜。立白为了保证经销商的这一收益，在区域的划分和产品的销售划分都做得相当详细，还在控制窜货上实施了严厉打击和处罚等手段来保证经销商的独立经营。

### 三、公司是否给经销商一个安全感？

经销商选择产品已从原来的感性盲目选择到现在的相当理性分析考察，所以，他们都很害怕厂家在做市场上是不是半途而废，是不是愿意共同开发市场，是不是共同承担费用，共同承担市场风险。他们除了考究厂家的实力以外，还重点看厂家的老板是否有长远打算做市场的理念，还会看一下营销老总是否有成功的市场个

案。比如，他会跟厂家的老板直接商谈经销事宜。这是厂家教会经销商的，因为厂家会经常变换业务员，很多是厂家说话不算数。特别是一些新投进行业来的公司，经销商的考虑更是慎之又慎。笔者去年看过两家刚进生活用纸行业不久的企业，两家企业都是在短短的一年时间里就换掉了四位营销老总。每位老总上任不久都出来一套方案，今天是方案一，明天是方案二，结果，搞得经销商无所适从。事实上，几乎每位老总上任后，一看市场业绩上不去，马上就变换业务员，或者是变换销售方案，这也是很多老板急功近利造成的。接着，就是业务员重选经销商，经销商刚动用了自己的人力物力和网络来推动市场，厂家马上又把市场收回去或者来了个新方案出台。其实，稳定压倒一切！

有什么方法能让经销商相信厂家能稳定投入和开拓市场？

首先，邀请经销商朋友到厂家参观。让经销商来参观厂家，目的就是让经销商感受企业的文化，感受企业的管理，感受企业的实力。企业有没有实力往往让经销商自己来感受比业务员说上一百倍还有力量，经销商很多他已不用耳朵去相信别人，而是用眼睛和脑袋去分析辨别厂家是否言行一致。

其次，老板出面来阐述公司理念。公司的发展大计基本都掌握在老板的手里，在中国，老板说的话才有力量，

职业经理人说的，可能老板明天就把它扭转过来。所以，经销商更多的是看老板是否能给他们一个定心丸。

再次，用合同来保证。虽然，目前的合同都是一边倒的不平等合同居多，可它也是厂家给经销商的唯一书面文字依据，是必不可少的一环。有很多时候，引起与经销商的纠纷就是因为没有在合同上明确注明，没有用文字表述清楚所造成的。

#### 四、是否有一个合适的营销体系来支撑

一个品牌必须有一个合适的营销体系才能支撑起来，任何产品的推动都离不开营销体系来推动，但现在很多企业的营销体系并不合适。我所说的合适就是营销体系是根据企业发展的需要而定的，它是随着企业的目标转移而转变的，离开了特定的企业、特定的时间、特定的资源配置它都应该有所不同。

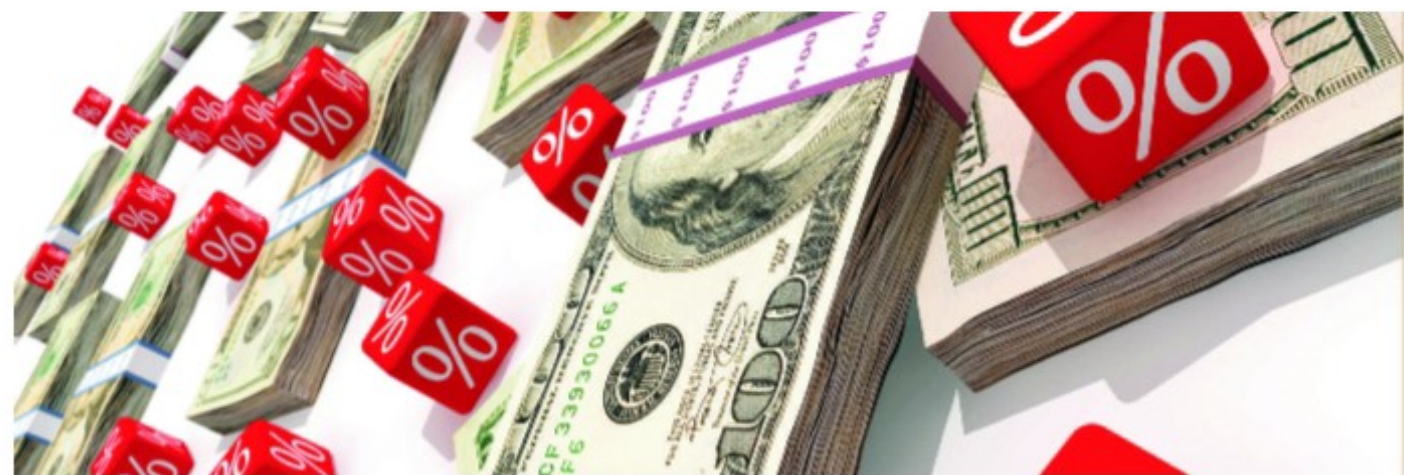
营销体系通常以纵向来分包括计划体系、执行体系、服务体系、监控体系和处理体系等，以横向来分又有产品体系、价格体系、渠道体系和促销体系。每一个企业为了实现其战略目标都需要建立一个体系来支撑。

经销商如何区分营销体系的合适与否？通常他们会问一些问题，举例：他们

会问一些新产品推广方案，看是否详尽和适合市场操作，是否真正是一个能落地的方案，他们会问的很详细，如问产品卖点、问产品特性、问产品包装、问产品工艺、问产品陈列、问产品保质期、问产品与竞争产品的不同点、问售后服务、问供货期、问淡旺季是否能准时供货等等。还会看你的报价在市场上是否有竞争力，他们会与竞争产品作比较。看你的人是否专业，谈的东西是否天马行空，是否浮于表面，是否让经销商感觉到是专业公司的专业素养。对合同的签订的详细内容逐一过滤。总之，他们是比很多业务员还专业，因为很多大公司教给他们如何去辨别优劣公司和有潜质的产品。

以上四点我想应该能给经销商比较充分的理由来卖你的产品，当然，每一种理由应该还可以细分，细分成更有说服力的理由，这个细分我想就是每个企业应该要做的具体工作，这个工作也只能和应该留给每个企业的营销人员自己去把握。<sup>[1]</sup>

■ 推荐人：北京分公司 王红妍



同一件事情，上司和下属会有不同的判断，不然，怎么说沟通是门艺术呢？上司和下属的想法往往是南辕北辙的，因为所处的位置不同，看问题的角度也不同。

## 南辕北辙： 上司与下属沟通艺术

■ 彭阳军

### 事例一

**上司：**员工表现优秀，想给他一些额外奖励，以激励士气，但考虑到种种原因，决定私下发个红包奖励。

**下属：**上司为何私下给我发红包，他有什么企图？

**结果：**激励的目的没达到，反而增加了下属的困扰。

**教训：**如果有私下奖励员工的做法，最好用小道消息的办法传话，让员工都了解到原来还有这样的做法，当轮到自己头上时，不会觉得很突兀。当然，最好采取公开奖励的方式，但在大部分企业中，私下奖励作为一种辅助和调剂手段，也是无法完全取消的。

### 事例二

**上司：**发现下属工作负担重，决定安排人分担一下他的工作

**下属：**上司要分我的权了，他为何对我不满？

**结果：**下属不但不领情，反而有抱怨，或萌生去意。

**教训：**如果下属不主动先提出找人分担他的工作，上司一般只能保持沉默，除非不派人分担就会严重影响部门或公司的利益。

### 事例三

**上司：**发现下属有能力不足之处，于是希望其能去参加相关的培训。

**下属：**上司对我不满意，可能要被炒掉了。

**结果：**下属产生困扰，或萌生去意。

**教训：**上司收集培训需求，尽可能公开地和个体下属讨论，避免个别讨论。<sup>[1]</sup>



# 赚钱智慧只需要一点点

文/吴若愚

朋友开了个公司，拉我去看看。一到他的办公室，我就发现桌子上堆了厚厚的商业智慧类书籍。朋友见我感兴趣，干脆从桌子的侧柜里又拿出了一套电脑光盘，也是商业智慧类的。

我笑了：“干吗？吓唬人哩？这么多的东西，您有时间看吗？”

朋友一本正经地说：“哎！抽时间看吧，多少有长进的。”

我笑了笑，他接着说：“我这叫智力投资。要不，你给我出个点子，怎么样？”

于是，我给他讲了一段故事：

有个年轻人决定凭自己的智慧赚钱，就跟着人家一起来到山上，开山卖石头。

当别人把石块砸成石子，运到路边，卖给附近建筑房屋的人时，这个年轻人竟直接把石块运到码头，卖给了杭州的花鸟商人。因为他觉得这儿的石头奇形怪状，卖重量不如卖造型。

就这样，这个年轻人很快就富裕起来了。

三年后，卖怪石的年轻人，成了村子里第一座漂亮瓦房的主人。

后来，不许开山，只许种树，于是这儿成了果园。

当地的鸭梨汁浓肉脆，香甜无比。每到秋天，漫山遍野的鸭梨就会引来四面八方的客商。乡亲们把堆积如山的鸭梨整车整车地运往北京、上海，然后再发往韩国和日本。

鸭梨带来了小康日子，村民们欢呼雀跃。这时候，那个卖怪石的年轻人却卖掉果树，开始种柳。因为他发现，来这儿的客商不愁挑不上好梨，只愁买不到盛梨的筐。

五年后，他成了村子里第一个在城里买商品房的人。

再后来，一条铁路从这儿贯穿南北。这儿的人上车后，可以北到北京，南抵九龙。

小小的山庄更加开放了。乡亲们由单一的种梨卖梨起步，又开始发展果品加工和市场开发。

就在乡亲们开始集资办厂的时候，那个年轻人却又在他的地头，砌了一道三米高百米长的墙。这道墙面朝铁路，背依翠柳，两旁是一望无际的万亩梨园。坐火车经过这里的人，在欣



赏盛开的梨花时，会醒目地看到四个大字：可口可乐。

据说这是五百里山川中唯一的一个广告。那道墙的主人仅凭此则广告，每年又有四万元的额外收入。

20世纪90年代末，日本某著名公司的老板来华考察。当他坐火车经过那个小山庄的时候，听到上边的故事，马上被那个年轻人惊人的商业智慧所震惊，当即决定下车寻找此人。

当日本人寻找到这个年轻人的时候，他却正在自己的店门口与对门的店主吵架。

原来，他店里的西装标价800元一套，对门就把同样的西装标价750元；他标750元，对门就标700元。一个月下来，他仅批发出8套，而对门的客户却越来越多，一下子发出了800套。

日本人一看这情形，顿时失望不已。但当他弄清真相后，又惊喜万分，当即决定以百万年薪聘请他。原来，对面那家店也是他的。

当你在马路上散步的时候，当你坐在火车上向外眺望的时候，假如有一个相貌平平的人，说赚钱是一件很容易的事，仅需要一点点智慧就够了，你千万不要侧目，说不定他就是个身价百万的人。

“也许，赚钱的智慧，真的只需要一点点！”我讲完了，朋友端在手上的茶杯，却不知为什么，总放不到我的手上。■

推荐人：企业管理部 宋桃蓉

品牌与文化

## 结果导向 业绩论英雄

康泰集团企业文化核心理念诠释（四）





结果导向型企业文化，强调的是逆向思维，用结果来指导行动，用于在推理中的自我完善、缜密自己的行动计划、梳理自己的行动规程、提高自己的工作效率。

对结果负责，受益的是公司及其经营者，但最大受益者是员工自己，是整个社会。一种职业的责任感一旦养成，会让你成为一个值得信赖的人，一个可以委以重任的人。

## （一）任务不是结果

做任务只是对事情的过程负责，任务本身是没有意义的，它只是实现结果的手段和过程。

做结果是对事情的价值负责，只有有价值的事物才能用来交换。当确定客户（外部客户，下道工序或领导上级）要的结果是什么的时候，我们就可以发挥主观能动性去解决过程中所遇到的困难，为实现结果，创造价值而努力。

**要点：**完成任务不等于拿到结果，只有做出可供交换的价值时，才是结果。

如果员工仅仅有积极的工作态度，但没有人对结果负责，就

## （二）态度不是结果

会出现好心的员工犯大的错误。个人热心做事，但公司损失巨大。没有人做事公司会走的慢一些，但员工凡事没有结果，公司必将公死。在走得慢与死之间，你选择什么？

**要点：**态度不是结果，我们必须选择结果导向的工作方式。

## （三）职责不是结果

每个人都对自己的职责，都对流程负责，但就是没有人对结果负责，所以才会有三个俄罗斯人的“种树”变成了两个俄罗斯

人的“松土”。职责是写在纸上的，结果是铭记在心中的，结果才是衡量员工工作的标准。

按照职责做事，是对程序、过程负责，收获结果是对价值、目的负责。

**要点：**职责不是结果，结果是对客户负责，不是对职责流程负责。

## （四）结果与结果思维

好的结果需要事前的设计；任何一件事情的成功都是点滴结果的累积。

有了结果思维，做事变得更有计划性和方向性，同时增强了责任心，提升了个人的执行能力。

有结果不一定解释成功的表现，因为它带有偶发性因素帮你成功，但用结果思维方式考虑及行动，就更具有持续性。

**要点：**要明确结果与结果思维是不同的概念。

## （五）结果的本质是商业交换

商业最简单的原则就是等价交换，结果的本质就是商业交换。

员工拿结果来和企业进行交换，上班不是拿工资的理由，结果才是你交换薪酬的理由！员工不追求结果，个人得不到成长，不能给公司创造价值，一定会被淘汰。

企业用优良产品和优质服务同客户进行交换，获得企业的收入和利润。企业不追求结果就会丧失执行力、竞争力，将导致短期亏损、长期致命！

工作的结果：交换来个人的薪酬、福利、机会、个人发展…

生意的结果：交换来公司的利润、销售额、客户尊重、客户忠诚…

睡觉的结果：交换来健康的身体和饱满的精神！

学习的结果：交换来渊博的知识和人生阅历！

**要点：**从交换的角度看，结果也是一种商品！

## （六）没有任何借口

理由不能带来结果，借口也不能换来结果。犯错误时不要试图做过多解释，因为错误已经造成了，需要的是用最短的时间改正和弥补它，其它解释只是多余。

无论是在上司面前，还是在部属面前，都要勇于承担起责任，不说“因为……原因”。每个人都要抱有“问题到这里结束”的态度，永远不把问题传递给别人。

**要点：**“barrels stop here”，问题到我这里结束！

## （七）锁定责任

汇报工作的时候，开会的时候，只用“我”，不要用“我们”。如果是“我们”的责任，大家对一件事情负责任，就意味着没有人对这件事情负责任。“我们”是推卸个人责任的借口！

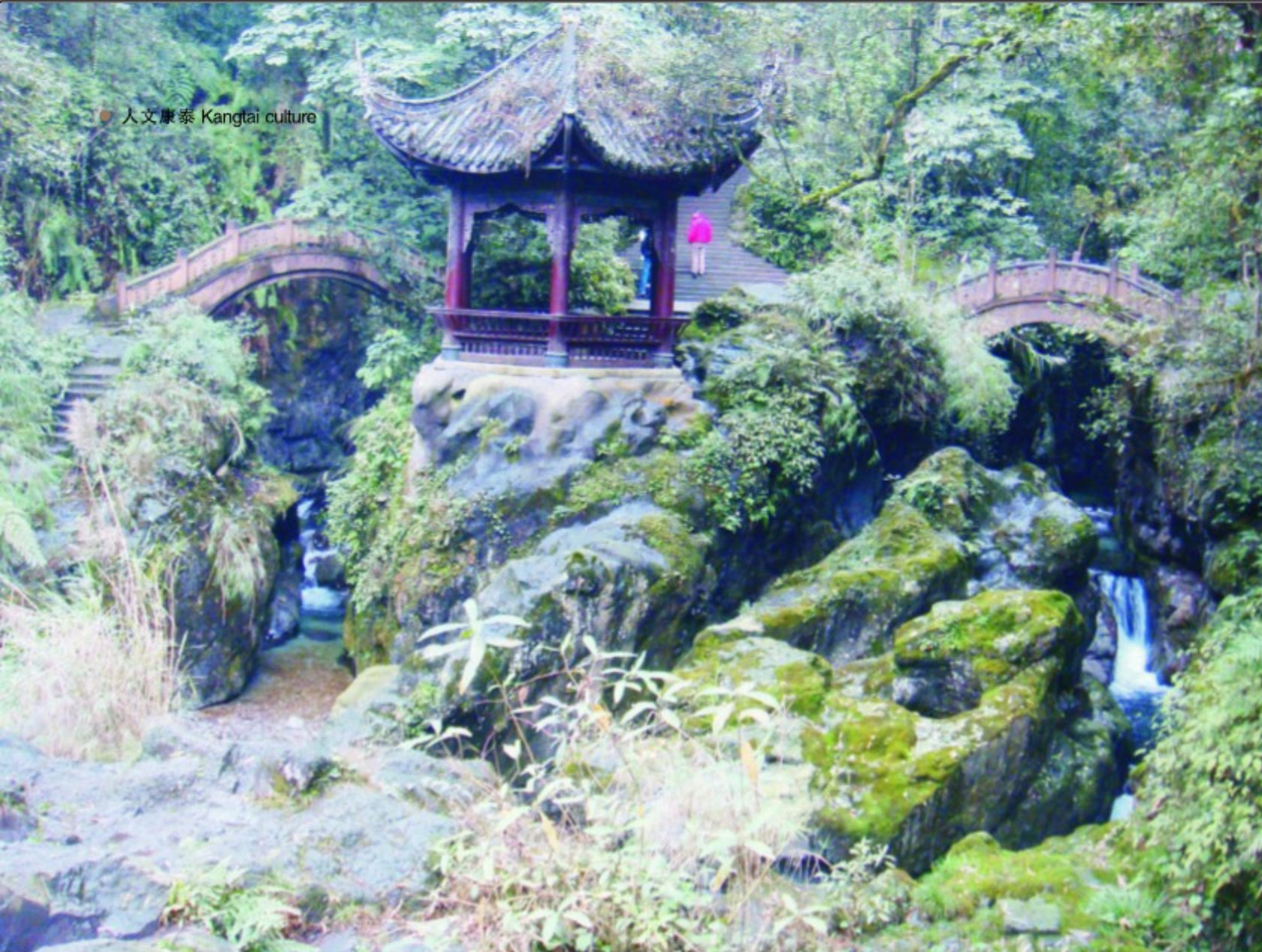
当一件任务出现，首先是进入责任状态，定义好结果，然后明确对应的责任人，建立一对一的承诺机制。

客户不买单，客户不满意，一定是我们的问题。只有每个康泰人都抱有“我对结果负责”的心态，才会在工作中敬畏“客户”，提供更加超值的服务。

谁对结果负责？不是领导，不是下属，是我自己。

**要点：**只准用“我”！





# 峨眉山

EMEI MOUNTAIN



峨眉山是我国的佛教名山，从古至今，以其秀丽的自然风光、巍峨雄壮的气势，举世闻名的佛教道场，游人慕名前往，赞美之词不绝于耳。诗仙李白“蜀国多仙山，峨眉逾难匹”的千古绝句琅琅上口，流传至今。峨眉山也是我向往之地，虎年春节、与朋相邀，共赴圣地。

早晨五点半，天空微明，从报国寺购票进山。我们坐上了出发的旅游车，伴着导游热情洋溢的介绍，听着优美的轻音乐，顿时心灵完全释放，全身倍感轻松，不由地憧憬起此次旅程。

我们的第一站是雷洞坪，到达时，已是清晨八点，途中除了一次例行的查票之外，车内倒显得平静，大伙儿仿佛都在为登山而休养生息。

从雷洞坪到金顶有六公里的路程，可以坐索道，当然也可以徒步登山，大伙一致同意徒步登顶。“说起容易做起来难”，由于雷洞坪地处海拔2900米以上，长年积雪，气温较低，通往金顶的石阶被层层厚冰所覆盖，想要踏着这样的石阶登上金顶，如履薄冰，谈何容易？不过我们早有准备，在山下出发前我们每人从小贩子中购得双草鞋，穿上它既能防滑又觉得很柔软，真是登山必备之良品呀！刚开始我们都还沉醉于沿途美景所带来的欢悦之中，四周环绕的薄雾如丝丝绸缎轻轻滑过脸颊，又如绢毛细流轻轻润入心肺，云里雾里，使人心旷神怡；石阶两旁的皑皑积雪，早已把漫山遍野打扮得银装素裹，仿佛一下就置身于天寒地冻的北国之中；条条冰棱似银针欲坠欲落，调皮的松鼠总是冷不防地擦身而过，给人们带来阵阵的惊喜和欢呼，似乎觉得登山是一件极其逍遥自在的事。

随着石阶一步一步离我们远去，上山的路突然就变得陡峭了许多，开始的喜悦、欢呼也随之慢慢减退，双腿变得沉重，呼吸也变得急促；头顶的云雾似乎也不再那么缥缈，压得人透不过气来；额头早已布满了水珠，不知是汗水、雨水、还是雾水，正当大伙儿意志接近“崩溃”时，当地的一位农民大哥背着一大萝的食物从我们身边走过，默默地爬向高处，看着他渐渐远去的背影，他的坚持打动了我们，仿佛心中多了一份勇气和信念，登山不就是对人意志的一种考验吗？我们再次前进，登山的步伐虽然缓慢了许多，但离金顶却越来越近了。KT

(离金顶越来越近，还会遇到什么困难，下期将为你揭晓)

■ 技术中心 黄彦



寂寞让美惊心动魄  
——赞抢修管道的员工

春 的绿意总在严寒的风雪中孕育，娇美的昙花总在夜晚独自开放，旷世的诗篇总在飘零的小舟上独自吟出，寂寞让美惊心动魄！

默默无闻的人是无私的，是奉献的，同时也是寂寞的。寂寞得让我们赞美，寂寞得让我们崇拜，寂寞得让我们钦佩。春风袭来，寒意未尽，当感动莅临双眸，心却倍感温暖。由于天气原因，辽宁基地的埋地管被冻，无法给水，给生产、生活造成了很大的影响。我们的员工胡福龙、沙守武、郭权、董文武、郝晓博、刘刚，他们放弃正月十五的休假，不畏严寒，抢抓工期。寒风萧瑟，他们依然坚持不懈地与严寒拼搏，为了让所有的员工都能用上水，他们坚持，他们苦干。

“人人为我，我为人人”的大局观，激励着他们不断地坚

持，加班加点地工作，没有豪情的话语，没有惊心的誓言。积雪挡不住他们火热的心，寂寞让美更加惊心动魄。桃李不言，下自成蹊，他们的付出，让基地的每一名康泰人看在了眼里，记在了心里：寒风凛冽地呼啸，挤进衣领和袖口，干燥的寒冷撞击了牙齿的寒颤，脸冻得红扑扑的，脚不停地哆嗦。但他们挥舞着工具，赤裸着胳膊，全神贯注地干着，没有任何的抱怨与不解，完成了这项看似平凡却很艰巨的任务。

康泰人能读懂他们，读懂他们的真诚，读懂他们的热情，读懂他们的寂寞，寂寞得让我们为之动容，为之落泪，寂寞让美惊心动魄！

■ 辽宁基地 侯宇威 阳军

康泰集团地理坐标一

崇州



崇州市地处美丽富饶的川西平原，东距成都25公里，位于天府之国的腹心。全市面积1090平方公里，平坝区占总面积的52%，山区占总面积的43%，丘陵区占总面积的5%。总人口64.15万人。市辖25个乡镇。

崇州市山、丘、坝、河兼有的地理条件，造就了众多的旅游风景，省级风景旅游区九龙沟、省级森林公园鸡冠山是其中的代表。崇州悠久的历史形成了多彩的人文景观，范画池、州文庙、街子古镇都是川西不可多得的历史胜迹。

康泰集团总部所在的崇州市工业集中发展区，紧抓三大历史机遇，坚持以工业发展为主导，工业区发日新月异，园区“三大百亿产业”集群（家具、制鞋、建材）基本形成，“三张名片”（中国名牌家具的摇篮、中国女鞋生产基地、国家级循环经济产业集聚区）知名度不断增强，“一区五园两中心”（家具产业园、制鞋产业园、装饰装修材料园、食品产业园、建材产业园，综合配套中心、物流中心）产业布局基本成型。

如今，崇州这片开发的热土上，不仅仅是原有的神奇与富庶，在当今社会飞速发展的今天，崇州站在历史的新起点上，正以其资源凸显的比较优势，展示着广阔的发展前景，正在成为中国西部极具投资价值的沃土。

Chong Zhou





# 感恩康泰

## ——我的“情敌”

华灯初上，夜一瞬间点亮了万家灯火。19:00，像往常一样，我收到一条信息——“吃饭了吗，我刚从客户那里回来。”发信息的是我男朋友，也是这篇文章的主人公，康泰集团西安分公司的一名业务员。

此文，特别献给像我一样的各位“康嫂”，感恩我们共同的“情敌”：康泰！让我们用爱去携手奔波，用心去体验激情，相信，在康泰的男人们会越来越欣慰！

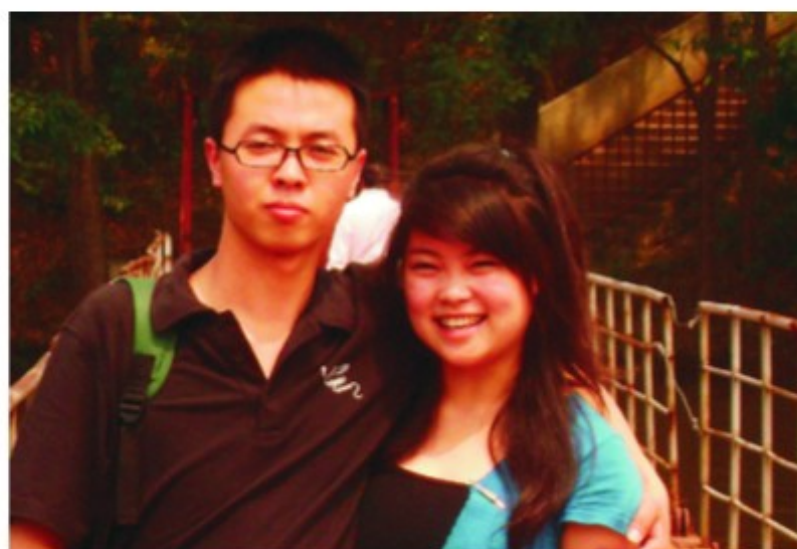


2008年10月，手携爱情、怀揣梦想，我和男朋友决心定居西安，这座繁华的大都市。和所有人一样，这里的美好像熏香般弥漫了我们对未来的憧憬。我们常常感叹，什么时候那些漂亮的住宅区里，也会有一扇我们自己的窗户……

2009年1月，一个阴冷的下午，男朋友打电话笑呵呵地告诉我，他被一家知名企业录取了。就这样，我们的生活又开始了新的一段旅程。

新入职的员工当时要去集团总部参加为期10天的培训。培训的那段日子，每天睡前他都会打电话给我，与我分享当天培训的内容，机关枪般的速度穿插着持续的亢奋。从企业文化到员工守则，从严肃的培训课堂到欢愉的文艺表演。他是一个话不多的人，但这新的一切似乎奇迹地点燃了他对生活的激情。作为旁观者，我惊奇着——康泰究竟是怎样的一种文化，一脉怎样的精神……作为女人，我发自内心地替他欣慰，因为没有一个女人不希望自己的男人是满怀激情的。

虽然之前他在一家小厂里做到了销售管理的中层，但从未接受过正式的、系统的培训，大部分销售技巧都是在日积月累中摸索出来的。万事开头难，他刚开始跑业务的时候，我很担心他会因为没有业绩而有压力，毕竟他才刚刚跨入这个领域，一切都还需要时间。他时常告诉我，同事中某某的思维如何敏捷，某某又多么能言善辩，某某又谈成了一个新客户……虽然表面上看他若无其事，但眼看着他一个个开张了，而自己却没有丝毫的动静，自尊心超强的他，压力可想而知。作为女朋友我能做的最有意义的事情就是模仿客户，陪他练习与不同类型客户的交谈来强化他的逻辑思维和口才。每一次模拟后，我们都会一起找突破口，总结归纳。现在回想起来，那真是一段美好而温馨的回



忆。歌没有人听，委屈下班后自己孤孤单单地挤公车，委屈冷冷的天没人能给我泡杯热茶，委屈一个人守着一盏灯……可是，我却也越来越爱他，爱他处事的果断与理智，爱他对工作的责任心，爱他对客户的真诚，爱他对信念的执着。

他还是那样频繁地出差，从最初的咸阳到榆林，然后汉中，然后宝鸡……他真的越来越

忙。

功夫不负有心人，进公司两个月后他终于开张了，而且一连四个月业绩都居分公司前列，这真是一次苦尽甘来的例证。在同事们的鼓励下，抱着对自己的信心，他踏踏实实地走了过来，用成绩证明给了关心他的每一个人：“做业务就是这样的，‘想’和‘得到’之间，一定得有个‘做’的过程，而这个过程或许是简单平直，或许是迂回曲折。”他说。

看到他有了成绩，我当然开心。但是，接下来的几个月间，我们的生活好像一下子全部塞满了有关康泰的事情：约会聊康泰、电话聊康泰，我朦朦胧胧地感觉到康泰在不远的日子了里，便会名正言顺地成为我的“情敌”！因为康泰似乎在和我一起拼命地撕扯着刘会强的时间。

每次我最盼望的就是他们年终大会的日子，因为按理他可以休两天假陪我。可是有一次，年终大会完毕的第二天他就提着日常行李又出差了，这就是他所谓的“执行力”。领导要求业务员严格要求自己，抓紧时间下市场。我哭丧着脸问他：“为什么不偷闲一天？”他抓着我的肩，坚定地说“执行力是最需要强化的”，说完，丢下一个Bye-kiss就走了……我恨他吗？当然恨！我开始恨他对工作为何那么用心，恨他忙的时候连一个温情的电话都没有，恨他不是和这个同事谈事儿就是和那个客户约见面……我开始觉得委屈，委屈自己每天总是一个人吃饭，委屈打球找不着搭档，委屈逛街没有人陪，委屈唱

忙，我们见面的次数也越来越少。庆幸的是，我预料的“情敌”事件却至今都没有发生，相反，我越来越感恩康泰，举个例子吧：

刘会强习惯性地会把他在工作中新学到的拿来和我分享。印象最深的就是有一次他们单位集体学习杨宗华老师的讲座——《责任胜于能力》（DVD版），完毕后，刘会强还专门向领导申请了12小时的碟片和租借时间，拿回家让我学习。因为这套碟价值不菲，又没法复制，我只能连夜看了。那天晚上他到家的时候都已经是凌晨一点多了，尽管我第二天还得去上班，他还是强行把电脑塞到我怀里，让我把他认为我最值得学习的部分看一遍。他陪着我一直看到凌晨四点多才休息。从那以后，我也喜欢上了这一类的讲座，经常在网上搜索学习，受益匪浅。

感恩康泰，我的“情敌”。康泰对我来说，不仅仅是我男朋友所在的单位，更是一扇让我放眼世界的窗户。这里的人，这里的事，时常启发我，让我领悟到很多未曾经历过的东西。刘会强的进步也无时不在鞭策我，提升我。在康泰这一年的磨砺，一批奋发向上的年轻人正在一起向辉煌的梦想奔跑，激烈的竞争环境，对勇者来说则是无限的生机！

我深信，更多的康泰人都会和刘会强一起珍惜着这个优秀的公司，珍惜着这个融洽的团队，珍惜着向自己走来的每一天！

文/西安分公司家属 刘琼



成都基地 徐晓丽

喜悦、悲伤、成功、失败、爱情、友情……人总是在不断的成长中去感受生命的精彩。每一次悲伤的眼泪，每一次幸福的微笑，都铭刻着让人无法抹去的记忆。人生路上一路走来，让我感慨良多，更让我学会了珍惜每一次的付出与给予。

当你奔走在倾盆大雨的街道中，友情就是一把撑在你头顶的伞；当你身处冰天雪地里，友情就是一盆红红的炭火……我之所以要赞美友情，是因为朋友就是在你最孤独失意、惶恐无助之时，不计利益得失，给予你温暖、给予你力量。正是因为有了这样一群人的存在，生活才会在风雨过后，“雨过天晴”。

回顾过往，人生其实并不漫长。感谢生命中的每一位过客，感谢大家带给我的点点滴滴。踏在友情这条道路上，彼此扶持、相依相伴，让本是枯燥的道路布满了鲜花、充满了欢乐。康泰的朋友，感谢你们一路相随，世界因你们而美丽，生活因你们而精彩。

## 谈“成功的管理者”

**能**够管理好下属的前提是管理好自己，组织行为学上把这称之为“自我监控能力”。也就是说，想要管理好下属的情绪，先要管理好自己的情绪。这就是所谓的正人先正己。无论何时，管理者都要有稳定的情绪状态，尤其是在危机面前，切忌紧张、压抑、情绪暴躁、焦虑、偏执、心力疲惫……

一个成功的管理者不仅是法定意义上的领导者，更是下属的精神领袖，是出色的情绪“演员”，这种精神符号的影响力虽然无形，但作用甚是巨大的。正所谓上行下效，一个始终充满热情、自信乐观的管理者，言行举止对下属来说都是一种无声的示范。

心里学家豪斯认为，具有领袖气质的人常常利用他们的情绪表达能力来激励或影响他人。这说明具有领袖气质的人能够触摸到他人的情感深处，因而，管理者高昂的情绪、坚韧的意志将会对下属的工作积极性和工作态度的提升发挥不可估量的作用。就像比尔盖茨宣称的那样，只要带走100个人，他就可以重新建起一个新的微软。

在工作中，管理者的工作千头万绪，特别是在优胜劣汰的机制中，管理者时常被危机包围，既没有退路，又没有安全感，承受着比他人更大的压力。长时间的劳累、竞争、烦恼等使疲劳综合症纷纷出现。在这样的环境中，成功者永不放弃，放弃者永不成功。为了团队的健康发展，优秀的管理者就必须保持良好的心态，适时适度地调节自己的心态与情绪，主动接受生活的挑战。

《孙子兵法》说：“主不可以怒而兴师，将不可愠而致战。”因为“怒可以复喜，愠可以复悦”，而决策一旦被付诸实施，或者在不冷静的情况下做出决策，就很难避

免漏洞，就很容易造成严重的后果，小则影响人际关系，重则不堪设想。可见，一个管理者情绪稳定是多么重要。

一个真正成功的管理者，能以稳定的情绪表达自己的能力，通过各种方式来缓解和宣泄压力。他们的社会表现力、领导能力、人际关系以及心理健康，特别是在困难和关键时刻表现出的“泰山崩于前而不变色”的胆识和气度，会让下属体会和领略到他们健康的人格修养，感受到一种强烈的人格魅力，在追随者中建立信任，在吸引中获得投入。

人力资源部 肖美



# 职位不分好坏， 更不分尊卑

**作** 作为一名普通员工，我在康泰已经两年了，虽说没什么出人的成绩，但自感在本职工作上还干得不错。前些天，部门领导给我们提出了四个字——优胜劣汰，结合工作的实际，我谈谈自己的一些感受。

“优胜劣汰”，顾名思义，就是好的、优秀的会受到重视，而坏的、低劣的则会被淘汰。看看当今社会，无论哪家公司和企业，他们在人员的录用上都会开出一些条件，然后择优录用。因此，在人才济济的大环境下，我们都应该顺应时代的发展，不断刷新和改变自己，以前那种无所谓的思想就应该从我们思想中彻底摘除。

作为一名装卸工，在一些人的眼中根本就找不到我们的影子，他们瞧不起我们，就因为我们是在下苦力的，但我却不这么想。一个企业，不论哪个职位都需要有人去站岗，就像链条一样，不论哪个关节断开，都无法正常行驶。我既然站上了这个岗，就要好好地站好，我如此，更希望所有的装卸人员都如

此。在今后的工作和生活中，注意自己的言行举止，不要生活和工作在别人的语言下，因为想要得到别人的重视，首先要自己重视自己，我们并不比别人差，只是我们和他们站的起跑线不一样罢了，所以，职位没有好坏，更不分尊卑。只有在竞争激烈的社会环境中，不断充实自己，使自己更加有实力，也只有这样，才不会被社会所抛弃，被社会所淘汰。

作为一名装卸工，我不确定自己还能在公司工作多长时间，但不管怎样，我一定会摆正心态去迎接公司对我们班组下发的各项任务，我会对班组负起责任，圆满地完成任务。我更会带头使他们改变传统观念，做一名全新的康泰员工，发现自我、认清自我、改变自我、提升自我。

电视剧《士兵突击》中有一句话，我把它记在心底，也许这辈子都不会忘记，虽然简单，但却耐人寻味：“做一天人，干一天人事，不要再混日子啦，再这样混下去，小心日子把你给混了”。少时不努力，老大徒伤悲，希望这句话都不要发生在我们身上。KT

■ 河南基地 刘会涛

# 笑，就是阳光， 它能消除人们脸上的冬色。 ——雨果

## 让阳光洒满心房

当你在工作中受到了上司的批评，你会情绪低落；当你在生活中遇到了别人的误会，你会感到气愤和委屈；当你失去亲人朋友，你会悲痛至极；当你在仕途中遇有不顺，你会怨天尤人，工作消极……正所谓“人有悲欢离合，月有阴晴圆缺”，人生活在这个世上，就不可能一帆风顺，如何来面对所遭遇的一切？“让阳光洒满心房”就是对生活的一种美好注解。

阳光的心态，是一种积极向上、宽容开朗的处世原则。当你遇到困难时，你会发现“方法总比困难多”；当你遇到不顺时，你的头脑会更加理性，反思自己做事的方法、做人的原则；当你遇到委屈时，你会更加大度，志存高远……

阳光的心态来之不易，亲爱的朋友，从现在起，就培养自己阳光的心态吧。

如果没有人陪，就学着一个人听音乐看书写文字，这是个好习惯；如果一个人开始怠慢你，请你离开他，不懂得珍惜你的人不要为之不舍；如果可以抽烟，别抽，如果可以喝酒，别喝；不要因为寂寞随手抓一个恋人，这对两人都不公平，更是不负责任。任何情况下，背后不说他人是非，如果一定要你说，说好话……

■ 成都基地财务部 任丽



## 给自己心灵一点阳光

因为爱所以宽容，因为宽容所以慈悲。因为爱，世界到处充满阳光，爱可以让人消除忧愁烦恼。只要你愿意，生活中阳光无处不在。

曾几何时，和朋友聊天经常听到抱怨：感觉压力大、工作量大、期望薪水太低、同事相处不融洽……其实，当我们抱怨的时候，何曾想过，是不是因为自己太封闭或是自己不愿意积极乐观地看待事情，如果人总是和自己过不去，心中总是笼罩着忧郁的影子，再明媚的阳光也会变得暗淡。给自己心灵一点阳光，你就会发觉这个世界的美妙，你的生命之帆将不再孤行。

阳光是什么？

阳光是你的一丝微笑，甜美而舒心；

阳光是临行前父母的千叮万嘱，剪不断，却是最无私的暖；

阳光是朋友的祝福，无声无息，却温情无限；

阳光是晓月风荷，娉婷、飘逸、清香、迷离；

阳光是早春的红梅，夏天的绿叶，秋天的明月，冬天的白雪……

世界充满了美丽让我牵挂，充满了爱让我放不下。花开花落，云卷云舒。生命于动静之间。静静品味生活，浓浓地陶醉。

彷徨失意时，请多给自己一点阳光。

尘埃落定，生命必将精彩美丽。

■ 总裁办 张正超

# 文章中的女人

人类创造了文字，于是人们就喜欢在文字  
纵横交错中寻找快乐与悲伤。

每读一篇好文章，我总会情不自禁地在精彩处留下一些东西，留下的是当时的心情，抑或人生的感悟。有人说写文字的女人是尘埃里盛开的花，这样的观点并不是所有的人都能认同，但我欣然接受了这样的观点。喜欢在文字中找寻一点快乐，喜欢在文字中找寻一点寂寞，更喜欢在文字中找寻一丝坚强。如果说写文字的女人是尘埃里盛开的花，那么文字中的女性则是冰山上盛开的那朵耀眼雪莲。

看过许多有关女性立志传奇的故事，她们在艰辛中成功了，也得到了许多人的认同与赞许，也因此有了效仿的人群。我们多数时候是在效仿她们的外在模样，往往忘记了去体会和感受她们内心世界的寂寞，那是我们在效仿中所领悟不到的真谛。这样的女性是孤独的是寂寞的，但这样的女性却有着不寻常的美。任何文字在这种美的光环下，都显得苍白无力。

在我的转念之间我仿佛看到了谁，这个身影不够高大，没有令人羡慕的容颜，可她有着永不凋谢的微笑。每当她面对生活中的重重压力和打击时，她仍保持着淡淡的微笑从容地面对生活，她不是英雄但是她对生活的态度如同海浪撞击岩石时所发出的巨大声响，拍打中溅起的浪花是岩石回赠给海的微笑，没有人能阻挡海浪对岩石的撞击就像她从不曾向命运低头一样。有人觉得她对人对事太过执着，但当我细细地去品读她时才发现，她原来有着至纯至美的感情，她有

着太多的无奈人们不曾看到，她笑着向往那美好的未来而心里却流淌着寂寞。没有人能同她一起分享孤独和寂寞，她只有独自去承受。难道在生活的道路上选择做一个成功的女性就是她这一生唯一的选择吗？如果这是一道选择题，答案只有唯一一个“是”。有人说她只是在演戏给别人看，其实她仅仅是希望在自己的人生舞台上演绎出属于她的完美人生。她不是风中那支摇曳的花朵，她用顽强的毅力坚持着她的初衷。我虽看到了她的“痛”但却读懂了她的坚强。

有人会提出疑问：有这样的人吗？我的回答是“有”。如果你也同我一样，曾细细地去品读过某某，那你也会和我一样有同样的感受，也会写下同样的文字。KT

■ 营销总经办 王珊

