

# 华玻科技： 在“过剩”警告中扩大产能

“一边接入大工程的外墙装饰，一边发展代理商和电商。华玻科技公司在许多城市的地标性建筑中，当仁不让地被树为工艺玻璃的“标杆工程”。与此同时，华玻与省内外多家代理商“联姻”，打响了营销“组合拳”。



墙上造景，华玻做得“高大上”

崔连军

## 借“势”扬名

近几年来，玻璃产业的产能过剩是有关部门连续发出的警告，但是，将工艺玻璃作为当家生意的华玻科技工公司，是做逆风猎鹰，扎进建筑装饰抢食业已存在的同类产品，还是借风口之力，顺势而为另辟新市场？无疑，后者的选择更为明智。

随着城市建设的提速，建筑材料商多以“傍大腕”的形式进军当地市场，对华玻来说，要想包抄住工艺玻璃市场，地标性建筑无疑是最佳的“肩膀”，对此，华玻以“快动作”和“精品战”，让营销路经日渐顺畅。即便如

此，要想得到地标性建筑项目方的“点头”也绝非易事，不说别的，在众多竞争者中脱颖而出，华玻科技每次仅送检样品就多达30多次，好在，经过多层次的筛选和严格审核，最终华玻的工艺玻璃，都能以其完备的设计、生产、配送的“一条龙”服务模式和完美的视觉效果，拿到地标性建筑的“入场券”。

目前，在东营商业区中的某个地标性建筑工程中，华玻工艺玻璃矗立在商业中心最抢眼的位置，任凭风吹日晒，不褪色，不花色的耐受性，与当

地旺盛的商业活力交相辉映。而在建的德州、济南的主商区工程，也在不久的将来揭开华玻科技工艺玻璃的身影。此外，在滨州市最为繁华的商业中心，全部灯箱广告牌，也以工艺玻璃作为“新装”，就连市政绿地的标示牌，也将借工艺玻璃展现城市新姿。

再放眼全国大市场，不久前在北京第十三届住宅产业博览会上，工艺玻璃以其特殊的艺术性和实用性的高度融合，为建筑装饰行业带来“新空气”，展会上带来的“楼宇经济”，也为工艺玻璃的产业带来更多商机。

## 听“故事”识品质

今年7月份，华玻科技公司接到四川客户紧急订单，需要生产两件巨幅喷绘工艺玻璃《观海听涛》和《银山飞歌》，每幅喷绘长5.2米，宽3.7米，虽然加工的总面积不大，但“首发”的工艺玻璃产品，让所有人的心弦都是绷紧的。

按照国外专家的指导，整个生产流程“一板一眼”地进行着，等到第一块工艺玻璃“出炉”的时候，一副气势宏伟，色泽饱满，纹路清晰的工艺玻璃“面世”了，大家提着的心也放松了许多。“还不错，第一次做到这个程度也算是比较圆满了。”正当大家为自己的成果沾沾自喜的时候，玻璃右上角处一根

细头发丝引起了大家的注意，按照工艺玻璃的生产流程，是不允许玻璃表面有任何杂质的，无奈之下，只能重新制作。

“首战失利”并没有打击到团队的斗志。“再来一遍，大家一定要注意保持玻璃表面细节的清洁检查。”负责生产的班组更加格外的小心，每个环节都要复查几次，连生产打印过程都要目不转睛地盯着，很快“二次出炉”的工艺玻璃做出来了，大家不约而同的观察这次是否还有瑕疵，令人失望的是，那根头发居然还在，而且比第一次打印的更加清晰！正当大家苦于寻找原因的时候，一名员工反问道：

“会不会是原画上本来就有头发呢？”这一问一下子扭转了大家的思路，技术员赶紧打开电脑，查看扫描图片，放大右上角处，果然有一根精细的头发丝“躺”在高清的扫描原画上，这从电脑上几乎看不到的头发丝竟然在工艺玻璃上还还原度如此之高，以至于“蒙骗”了在场所有人的眼睛。

一次意外的“返工”成了日后的营销故事。现在，每当有客户问起工艺玻璃的清晰度、色彩的还原度时，工艺玻璃的销售人员都会把“头发丝的故事”娓娓道来，用他们自己的话说，这就是工艺玻璃最好的产品“说明书”。

## “私人定制”走市场

经销商“主战”国内，电商“运货”出海。华玻科技创新产品营销模式是实现了工艺玻璃商业价值最大化。以往传统的营销模式，很容易挫伤大部分经销商的积极性，彼此的信任也往往因利益纠葛而耽误市场推广，现如今，改走生产服务性路线后，华玻科技与经销商结为创业共同体，共享产业链上的利益果实。

为了做好生产环节的利益分享，华玻科技购置几十万张的超高清图库资源，让客户享受专属的“私人订制”服务，现有的高清图库资源，囊括

了近现代名家名作，古代西方油画、抽象画以及大量装饰画。为了增加客户的自主参与性，华玻科技以客户设计方案为主，自己的设计团队为辅，并根据经销商收集的要求，在生产加工环节进行再设计。

据了解，华玻现在的设计团队，不仅仅具有西安美院良好的专业人才，有的还积累了丰富的设计经验和实战艺术熏陶，华玻现在根本不为设计担心，只要有订单，就不会让用户失望。

在销售环节，华玻科技公司总经

理董庆亮认为，华玻以主动营销的模式，探索新的方式，甚至以“私人订制”的形式，借助代理商和经销商快速打进市场。在渠道选择上，华玻还将工艺玻璃搬进阿里巴巴国际站，通过向海外买家展示、推广产品，进而获得贸易商机和订单，最终形成工艺玻璃产品的“出海”。

在跨国营销的思路中，华玻科技先是利用大型展会的信息优势，形成产品和客商的持续互动，再从国际大格局中找到适合自己切入的营销点。

“如果说我比别人看得更远些，那是因为我站在了巨人的肩膀上。”牛顿的话，传递着企业营销的“暗语”。

张电脑上的高清图片，放大到一定程度就会失真，但工艺玻璃的画面分辨率达到了720DPI，大大超过了普通家用打印机成像效果，业内堪称世界上最先进的打印机才能达到这样的效果。就在大家对工艺玻璃的成像效果表示怀疑时，一次意外“返工”，让所有人信了。

在互联网颠覆传统制造，工业4.0的强势走来之际，华玻科技公司协同经销商，以商圈占领国内市场、以电商做跨国贸易的有益探索。

## 职场人生

# 裴海刚的“成长记忆”

郭良漫

说到自己的成长经历，华玻科技公司门窗幕墙工程部经理裴海刚总会提到他的8本日志。

这几年，裴海刚虽然搬了好几次家，但8本日志一直被小心翼翼地珍藏着，特别是现在，在工作中一旦遇到“疑难杂症”的时候，他总会翻翻那本工作日志，或从中找到工作启发，或从中找出人生励志。

“2001年9月18日到华兴工作。”这是裴海刚日记的第一句话。进入华玻公司，他就从事门窗制作工作，这段时间，令他印象最为深刻的事情是2002年夏天，门窗事业部为江苏大众电厂制作一批塑钢门窗，因为工

期短，他和工友们连着干了三天两夜，以保证按时发货。日志记载，有一天夜里，干完活，车间主任给送来饭的时候，他们都累得歪在一边睡着了。

2003年，公司承接了10000平方米的东营区经济适用房门窗工程，这是公司由几十平方米、几百平方米，一下子到上万平方米，是一个很大的挑战，为了保质保量完成这个当时最大的工程，公司把管理工程施工的任务交给了裴海刚，裴海刚既是管理人员又是一线工作人员，每天只要清晨一上班，就会忙到晚上11点之后，他和工友们开始了早出晚归的两点一线的生活，这种生活一直持续了180天，直到门窗公司在东营地区首次创响华兴“高质诚信”的品牌。

2013年，在管理人员竞争上岗中，由于裴海刚在工作中的优秀表现，他被公司聘为门窗幕墙工程部经理。裴海刚发挥特长，大胆管理，这一年公司实现工程合同额8000万元，今年，截至目前工程合同额已突破1亿元。

8月份承接的山东德州星凯国际工程，门窗工程总量5万平方米，是华玻公司有史以来最大的工程，这又是一个挑战！相对于以往的单栋楼施工，该工程是8栋楼，每栋33层，工作面之大、楼层之高，创历来工程之最。这对工程施工管理和工程质量管理，都提出了更高要求。

“这个工程最大的困难，就是保证每栋楼一至三十三层门窗副框垂直度统一。”裴海刚介绍，他为此每隔



裴海刚

三层，用打点拉线的方式确定垂直度后，再用经纬仪统一测量，统一调整，每栋楼都安排专人负责这个工作，一天一报工作表，到节点就由监理方验收，工程质量得到甲方好评。

“星凯国际工程是日志中着墨最多的。”裴海刚翻着这个工程的几页记录说，这不仅是因为这个工程工程量大，主要是通过这个项目积累了管理、施工经验，为公司锻炼了施工队伍，为将来承接更大的工程，做好日志记载，打好经验基础。

## 读书生活



# 市场在左 读书在右

唐玉雪

昨天，微信朋友圈里的一个朋友说，生命如同自然，每年或起或伏，所以要找准时期，上升期外出赚钱，下降期回家读书——这或是“大话”，或是职场人群的“养生意见书”。毋庸讳言，即将过去的2014年是人们普遍认同的“压力之年”，网贷、银贷、制造业等几乎全线吃紧，市场不振，职场也就自然处于“下降期”。

我出身于农家，虽然身在城市多年，但从幼年即习惯了农家的作息规律。每到冬闲，当北方农民在完成颗粒归仓后，大概在体力上就可以休养生息了，但实际上人们习惯以“灯下结绳”或“关门堆垛”为明年的农作暗暗忙碌着。这样的习惯，也成了我在职场上的作业周期，只不过把关门堆垛之类的事变成了读书充电而已。算将起来，虽然今年全年工作依然忙碌，但闲余时间读书竟有50本之多。

在2014年读书内容里，我翻阅了大量涉及企业本土化和企业经营微观层面的书目，通读了《2009年滨州年鉴》、《2010年博兴统计年鉴》，对几年来的区域经济进行了初步摸底；细读了所在企业内部汇总的《2007年华兴大讲堂》、《2008—2010感动华兴年度人物》、《1987以来的华兴管理制度汇编》、2006年制定的《2007—2012企业发展战略研究报告》。这些书刊是企业文化、企业整体管理水准的直接反映，也是地方经济成果的扎实数据，对我工作开展助力匪浅。

2014年也是中国产业结构加速调整的重要时期，同时，也是中国休闲健康产业、移动互联网技术勃发的一年，因此，阿文·托夫勒《第三次浪潮》、奈斯特比特《大趋势之改变生活的十个新方向》、丹尼尔·贝尔《后工业化社会的来临》等20世纪80年代的趋势研类著作，未来学家们的经典仍然是很重要的指导性读物，里夫金《第三次工业革命》、彼得·马什《新产业革命》、安德森《创客：新工业革命》、阿奇舒勒《实现技术创新的triz基础教程》是我针对所在集团制造业企业性质所开列并完成阅读的必读书，其中制造业与互联网融合、利基制造和个性化量产等理念对我触动极大。而与未来新商业模式息息相关的基础之一的大数据，也是我的重点关注，与其相关的《大数据时代》、《驾驭大数据》、《创意经济》、《颠覆医疗》、《决胜移动终端》、《商业模式新生代》、《硅谷改变世界》、《硅谷百年史》以及引领互联、移动终端的创新巨头苹果、微软、谷歌、facebook等相关的案例研究类著作，如《数字战争》、《皮克斯的传奇》、尼葛洛洛帝《数字化生存》等以及被称作“新经济思想教父”的凯文·凯利的系列著作，也是我反复阅读的对象。

企业的经营管理是一种技术性、专业性很强的工作，因此一些方法论方面的指导读物是我一直时常翻阅的内容，如《企业研究方法》、《现代统计学》、《兼并与收购》以及与企业投资项目风险控制密切相关的《黑天鹅理论》等，读这些书，让人面向产业和企业运营时有一个较好的视野。

今年是国内房地产市场走熊的一年，为此，我上半年读完的《美国房地产泡沫史》、《城市历史街区的复兴》，区分了国内外房地产泡沫的发生原理，概括了国外城市历史街区的改造模式，可以作为某种业务的借鉴框架。而基辛格写的《论中国》、傅高义的《邓小平时代》，则是哈佛人看中国的经典，看后给人别样心得。

三中全会后，“中国版马歇尔计划”、一路一带蓝图等概念兴起，结合工作需要，我细读了三本有关智利历史的书籍，算是对那个遥远国度的提前了解。

其实，职场跟生活一样，高低起伏，未有竟时。忙时作业，闲时读书充电，市场在左，学习在右，还要留出中间的大脑思考创新；左眼看历史，右眼看趋势，中间的鼻子嗅嗅政策动向。

## (上接第十五版)

“理论来源于实践，又充分运用于实践。”实习的意义就是能够把自己接收到的信息，充分地进行整合归纳分析，上升到理论层面，将自己在大学里学到的东西，与实际工程加工工艺流程相结合，从而对于钢结构行业有更深层的理解和感悟。

进入钢构公司设计部是我成长最快的一段时间。从去年12月16日来到设计部大半年的时间，真心觉得自己成长了，每天最开心的事就是看到自己的点点进步。一开始学习软件的使用，我遇到了很多困难，设计部的师傅们给了我很大的帮助。毕竟是刚刚接触钢结构行业，很多东西都不懂，我就请教同事，他们总是不厌其烦地为我讲解，直到我弄懂为止。但即便这样，当我真正接触到钢结构设计工作时，我还是手忙脚乱。这时候，我的老乡加学长李绍振给了我莫大的支持和帮助。他耐心地教我软件的使用方法和钢结构设计流程及注意事项，使我很快领悟到了理论与实际的结合点。我注意到他对钢结构设计所用到的规范规程等烂熟于心，不管用到什么都能信手拈来，对于这一点我很佩服，并下定决心认真向他学习，为完整流畅地完成钢结构工程设计工作打下坚实的基础。

我很庆幸自己遇到这么一群可敬可亲、爱岗敬业的同事，不管是生活上还是工作上，都给予了我关心和帮助，置身在这样的大家庭中，感觉是温暖和幸福的。有了同事们的言传身教，我现在能做些简单的项目设计，我相信，只要虚心请教、认真学习，总有一天我能成为一名合格的设计师。这一切，如果没有同事们的帮助，我是不敢想象的。

网上流行了一个段子，说好公司都有一个特点，那就是这个公司不但牛人多，更重要的是牛人一个比一个更努力。一年多的时间虽然不长，有时候还很慌乱，但这并不影响我的发现，我发现身边有许多优秀的人，他们不但业务扎实、爱岗敬业，更在于他们乐于奉献、团结助人，而且在各自领域内都表现出担当和责任，这让我不仅学到了业务技能，更重要的是，在这里我能找到优秀员工的成长路径。