

【新常态·大讨论】

# 内外联动部署营销力量

穆春利

新常态之“新”，意味着不同以往；新常态之“常”，意味着相对稳定。

当前经济形势下，我们机械制造行业在新常态下该如何作为？孙华董事长讲过，改变自己的心态以及落后的管理方式和经营思路，是融入新常态的前提；在这个过程中，“不抱怨、不懈怠、不放弃”，完成产品转型升级，尝试新的营销模式，将此作为适应新常态“常规动作”。

## 跟进园区市场

针对我从事的销售工作来说，2015年形势依然很严峻，产品做主、营销队伍稳定、南方同行业厂家竞争激烈等等，种种问题摆在面前亟待解决。我们应摆正心态，当务之急是搞好产品研发思路和研发走势，理顺好我们的产品分类和存在竞争优势的产品，静下心来找到我们的不足：价格、产品质量、使用性能，集最优力量搞好市场调研和市场跟进，反应迅

速，搞好优化改进。

销售机制我们应打破常规，标新立异，打破以往多年来的大包制销售模式，实施全国大区域销售模式、区域包干负责制，随着地方石材加工行业的规范，个人单打独斗的局面已经结束了，我们必须顺应形势调整架构，以后逐步整合力量，以工业园区为主，以区域和团队的力量，去跟进园区市场的大订单；并将安装服务业务从中剥离，服务要多点布局，信息共享，统一调配，相互监督制约。省外可实施销售额分段递增提成法，拟定基础销售额和分段提成政策，制定可行的激励政策，以此来刺激市场。

建立健全新模式下的相关规定，在营销管理上做到有章可循，严格考核。新定岗办事处或新增市场，没产出或年销售额低于一定额度的，实施调离原岗位或轮岗安排；销售额同比去年递减的，根据个人能力和潜力发挥情况，做调离原岗位或轮岗安排。2015年要广纳贤才，选用忠诚度高的销售人员来加入我们的团队，并借助

新生业务人员的力量，完善“替代机制”，搞好梯队建设。

## 借力“一带一路”

面对国内经济增速放缓，行业产能过剩，我们应借助“一带一路”的辐射延伸和周边带动，把握好这两条线上的市场需求，特别是新亚欧大陆桥经济带，围绕内蒙古、新疆、哈萨克斯坦、中西亚、中东欧，设立好实体营销网络，拟定成立海外市场开发部，调研选取石材加工业走势好的国家，开发当地代理商，做好海外市场的拓展。

在新常态下，我们行业可进入转型期，做好产业链的延伸准备，选拔年长、有市场经验人员成立板材销售部，制定销售政策，把下游板材销售渠道建立起来，上延矿山开采，下伸板材营销，并夯实机械制造实力，增强公司抵御风险的能力，实现可持续发展。也可借此契机转型到相近的人造石、陶瓷机械、工程机械和能源装备领域，提升增长点，“稳中求进，进中

求优”。

当前网络科技化时代，加强与信息技术公司深入合作，着眼于构建一个领先于机械行业的流程信息化体系，以支持我们在新行业环境下的转型升级、开拓新的销售渠道，从传统的线下营销模式转变为线上营销，从PC端到移动客户端，紧跟移动互联网步伐，逐步完善网络销售、O2O模式与实体营销点相结合的商业创新模式。我认为，石材机械需求用户更易接受O2O（线上营销线下交易）的电商新模式。

随着国家宏观经济进入新常态，我们也应调整自己的排兵布阵，未来的我们，要更多地提升技术创新能力，持续提升产品质量和服务质量，提高成本费用控制能力，进一步提升我们在“一带一路”沿线的国际化影响力，提高国内外市场的抗风险能力，同时还要加强上下游的产业链建设，随时跟进大局调整营销思路，融入新常态。

（作者系石材机械公司销售部经理）

# 华兴工艺玻璃与建筑市场形成“热传导”

(上接第十九版)

这种高温玻璃数码陶瓷印刷设备，通过将数码印刷玻璃转化为高端的收益性产品，极大提升玻璃产品的附加值，为玻璃生产厂家带来可观利

润，这种类型的数码印刷设备将在建筑玻璃市场具有很高的投资价值。事实上，除了在建筑玻璃领域，玻璃数码陶瓷印刷技术还可以应用于诸多与玻璃相关的产业，例如：家电、家具

玻璃、汽车、游艇以及特殊交通工具，甚至在陶瓷地砖方面。

就目前国内已印刷完工的十几个建筑项目而言，项目大多数是在二三线城市，这个市场空间十分巨大。

而且由于中国制造成本相对较低，玻璃产量又占了世界上的较大份额。由此可以设想，通过运用这种数码印刷技术，也将会极大地推动中国制造业的发展。

## 玻璃工艺大突破

随着经济的发展，人们越来越重视室内装修，也舍得投资，但是，建筑装饰装潢所用的普通玻璃，与现代住宅以及现代人的审美越发不相适应。消费者的需求空缺，为华玻的技术更新积蓄了动力。

人们可以在室内尽情地享受现代文明带来的愉悦，但赶不走来自公路、铁路和街道的噪音；人们可以在室内尽情地享受空调带来的舒适，但居高不下的电费总令他们感到若有所失，所有这些均归结于一点：现有窗户玻璃已经跟不上现代住宅的发展。因此，研制和开发高隔热、隔音性能的玻璃已是当务之急，人们对高隔热玻璃的需求也将迅速膨胀。

目前，镀膜真空玻璃是满足人们这一需求的最佳选择，因为镀膜真空玻璃的传热系数只有镀膜中空玻璃的30%—40%，且厚度只有中空玻璃的40%，按线传热系数计，真空的只有中空的1/6—1/7，隔音性能远远超过中空玻璃，所以高隔热隔音性及价格适中，价值比适中的真空玻璃是我国建筑用窗户玻璃的发展趋势。

步入新的一年，华玻科技将与有关院校合作，进行真空平板安全玻璃产业化研究与开发，该项目特有的封头工艺，可以使真空烘烤排气封头工艺提高生产率100多倍，并且该封头工艺封头无明显外露，不但不易碰坏，而且外观平顺光洁，增加美感。该项目完成后，将尽快形成批量生产，投放市场，满足人们装修需求，同时为华玻科技创造可观效益。

## 营销模式再创新

现代人生活品位提高了，工艺玻璃也就越来越受到人们的追捧，它为室内室外装饰装修提升了品位与艺术感，兼具使用和欣赏功能的工艺玻璃制品更是一种绿色、环保产品，是现代科技成果带给人们的生活享受。

2015年华玻科技主抓工艺玻璃礼品制品和家居生活制品研发，同时，为了做好产品推广，华玻科技创新营销模式，以新颖的营销模式促进产品迅速打入市场，反过来以产品在市场的畅销促进产品的研发和生产。

传统的营销模式是先有产品，再做销售并逐渐形成销售网络。但是，华玻科技的工艺玻璃是目前一种基于高温玻璃数码陶瓷印刷技术的创新产品，这种产品集艺术、实用、收藏、增值于一身，这一特色，使得华玻科技的工艺玻璃制品，有一种“皇帝的女儿不愁嫁”的优越感。因此，华玻科技在营销模式上反其道而行之，就是先建营销网络，再推自有新品，然后，随着产品和营销网络的不断发展，形成良性互动，从而带动华玻科技，或

者说带动整个工艺玻璃行业的发展。按照规划，华玻科技要借助互联网平台，实现电商运营模式。目前已经借助微信平台，制作了华玻公司的微网站、微网店，进行工艺玻璃产品推广。2015年随着工艺玻璃礼品项目的研究，产品类别的丰富，在微信平台的基础上，借助中国制造网搭建电子商务平台，同时开发国内、国外的销售市场，使工艺玻璃产品与现代化、科技化、国际化接轨，让工艺玻璃走进千家万户、走出国门。

## 特别策划

# 不一样的“三八”节

胡兴国 范振春/文图

①华兴钢构公司国贸部高玉芳：“我正在和阿联酋工程外商联系后续发货的事，我们头一批货已到港，外商非常满意。”

②华玻科技公司玻璃深加工车间常少红、赵楠楠：德州星凯广场工程是咱们华玻科技公司的重点大型工程，需要大批量的内部固定美景条的中空玻璃，现场需要这批货，我们抓紧打包，发货越多我们越高兴，发货多了，我们收入才多。

④华兴农装事业部吴霞：“三八”节一年就一次，让年轻人多点自由时间，我年龄大了值值班。吴霞说，下午自己刚卸完三百多件机架。

③“总不能都歇着吧，趁着今天不忙，来对一下帐。”石材机械公司仓储部郑敏说，“上班的路上遇到好几个今天来上班的姐妹，你们还是多报道一下他们吧。”



## 半边天风采

多年来，华兴公司广大女职工活跃在各个岗位，她们紧紧围绕公司任务目标，开拓创新、奋发有为，爱岗敬业、自强不息，以强烈的主人翁意识，巾帼不让须眉，在公司的各项工作中起着“半边天”的作用，发展成为公司生产经营活动中的一支重要力量，获得公司领导和同事认可，被授予公司“三八”红旗手。

## 谁说女子不如男



朱肖红

初媛

石材机械公司机加车间有一名普通女员工，她扎根一线，一干就是十四年。十四年过去，这名女工不仅成长为一名优秀的“技术控”，还成了一名身兼数职的“多面手”，不但在机电焊光中待机弄锤，还作为公司内刊的一名优秀记者舞文弄墨。数年来，她个人的总工时量，一直居一线女员工榜首，以此在工作中连续创造出骄人业绩，在员工中无声立起了很好的榜样。数年来，她在华兴这个大家庭里，以兢兢业业、品行兼优的工人形象，收获着进步和快乐。

这名女员工名叫朱肖红。

朱肖红于2002年进入华兴，十多年来，她严格要求自己，积极上进。在工作过程中，从不认为女人天生弱小，只要是男人能干的工作，她坚信自己也能干好。每天她第一个来车间，最后一个离开，在本职岗位上认真负责。她的总工时量，不仅在所有女工当中数一数二，有些男职工也在她之下。作为班组长，她围绕着创新管理，积极提出合理化的意见和建议，不断尝试采用新的加工工艺，自制很多的专用工装，改变装夹方法，有效地提高了工作效率。

2014年8月份，因工作需要，公司领导提议让她学习操作插床，她二话没说，立马投入到新的工作岗位。短短一个月的时间，她就开始独当一面。而且加工出来的键槽精度，比原来有明显的提高。这只是工作中的一例，只要是工作需要，她绝对地服从公司安排。就在2015年元月份的一天晚上，为了一个订单，她独自留守车间，一直等其他工序。当时因为零件缺毛坯，等毛坯送来，已经是下午4点多了，离下班不到一个小时，但发货时间是第二天早上7点，情急之下，她照例连夜加班赶制。因为工序原因，该零件第一道车工序就需要两个小时，车完之后才能进行插工序。夜深人静时，肚子饿了，她顾不得晚饭，偌大的车间里，她只身一人，但她忘了害怕，满脑子的事，就是赶时间、早完活。

除了干好自己的本职工作以外，朱肖红还经常参与公司企业文化宣传工作。作为《今日华兴》的一名兼职记者，她时时关注公司的发展动态，关注员工的变化，常常深入一线采访、采集公司焦点、热点话题，在公司领导和员工之间，她善于架起沟通的桥梁。为了确保稿件的时效性，她经常加班加点至深夜为编辑部供稿，不折不扣的完成公司交办的宣传任务。尤其是《今日华兴》和《中国企业报》战略合作之后，她不断学习，笔耕不辍，钻研大报、大刊的写作技巧，每篇稿件，她都反复修改，她总是以最认真的态度拿出最好的作品给编辑部。有同事笑称，只要经朱肖红报道过的员工，肯定会成为华兴“名人”。

她还积极参与公司主题活动，甘心为他人做“嫁衣”。5年来，公司举办的感动华兴年度人物、优秀员工、优秀党员的先进事迹、演讲比赛讲演稿，很多都是出自她之手。为推动企业文化建设，营造良好的舆论氛围，她主动担当，贡献着自己的一份力量。

付出总会有回报的。由于朱肖红的不懈努力，她得到了公司上下的肯定，先后被授予“博兴县十佳女杰”、公司“优秀员工”、“感动华兴年度人物”、“优秀记者”、公司“三八”红旗手等荣誉称号。

## 快讯

### 扮好“伯乐”引进“千里马”

人才是企业的核心竞争力，人才的优劣决定企业的发展。结合企业的实际需求，华兴公司人力资源部不断创新优化服务举措，努力扮好“伯乐”，为企业搭建引进“千里马”的桥梁。

公司人力资源部近期正积极参加博兴县2015年“春风行动”大型人才招聘会。根据公司制定的2014—2020年发展战略，企业未来发展需要更多的高层次、高技能人才参与进来，对此人力资源部将积极做好人才储备，为公司的稳定发展提供强有力的人力资源保障。

（董一浩）

### 差异化销售促进短倒业务开展

金属物流公司在钢材贸易业务中开展差异化销售，1—2月份，仅外围市场短倒业务就达近万吨。

在开展钢材贸易业务中，金属物流公司避开钢厂直发、直供的品种和市场，进行差异化销售，开拓那些面广、量大的普通热卷板、螺纹线材、圆钢等钢材终端市场。利用拥有先进加工设备的优势，按客户要求进行加工配送，按时按量送货上门；除去大客户外，和小批量、多批次、供货周期长、总量多的客户加强合作力度，短倒业务由周边向外围不断扩展，开辟青岛、临沂等市场，不断将市场向纵深发展。

（王蓓）