



★ 一线员工CI明星——注塑车间徐志春

季度CI积分13785分



CI寄语:
每一个改进带来的自我价值实现的自豪感是我参与CI的最大动力!

自7月CI文化推广以来,注塑车间徐志春师傅已参与完成7个CI项目,其中4个为AB类项目,分别为AO50/75及AO400G防尘罩产能提升、F型活塞模具改模、十寸外扣机及外扣盖新模改模。在第三季度CI项目评估中共获得CI积分13785分,成为当之无愧的一线员工CI明星。

作为一名模具技工,模具是徐师傅天天打交道的“伙伴”,然而模具可不比“玩具”,任何对于模具的修改都是严肃且影响重大。没有数年技术的累积,对于模具也只能远观,而不能“亵玩”。诚如徐师傅每一次对模具的改进,都是经历过多次研究、实践、再研究过程,来回往复修改两三个月是常事。这也是因为徐师傅对自己的高标准要求,面对模具生产过程中存在的问题,徐师傅总想看如何能从根本上解决问题,如何能让效率提升更多,质量有大的飞跃。在这个过程中,徐师傅也在不断收获着自己最看重的那份自我价值实现的成就感和自豪感。每每攻克一个模具技术难题,总会无比兴奋,为自己技术上的每一份精进欢欣鼓舞。当然,每一份成就的取得也离不开一个团结协作的Team,徐师傅说正是因为在这样一个和谐、开放的部门中,大家遇到问题真诚的交流、探讨,不断寻找更好的方式,才会有这么多CI项目的实现。

笃信技术,可以实现用更好的工艺制造高品质的产品,秉承着这样的信念,相信在未来的时间里,徐师傅以及他所在的团队,可以为公司创造更多的价值,呈现更精彩的CI故事!

★ AO50/75及AO400G防尘罩产能提升



项目成员: 金勇、刘崇毅、徐志春
项目背景:

AO Smith 50/75侧流防尘罩以及AO Smith 400G防尘罩,生产过程中成型周期均在110秒左右,单班产能在375左右。然而此产品的需求量比较大,是注塑车间交货压力比较大的产品之一,同时存在工人作业困难等问题,若能够对这种情况进行改善,也可减少员工操作强度。

行动方案——笃信技术,寻找更好的方式

模具是注塑车间的生命力。为了提高产品产量,关键就在于对模具进行优化。注塑车间的模具师傅们依据多年与模具打交道积攒的经验,对AO50/75及AO400G防尘罩的两套模具进行仔细研究,发现模具存在主要问题包括:水路老化导致冷却时间长、斜顶设计不合理导致脱模困难,同时缺少限位开关导致产品成型后顶出的时间较长。针对每一个问题,模具师傅们开始研究如何彻底解决的最佳方案。经过近两个月的反复试验,通过改善模具顶针结构和水循环系统,实现了取出和冷却时间的缩短。当问到参与这个项目的徐志春师傅,解决这两套模具存在的问题难度大不大时,徐师傅笑说,“做任何事情,心细加热情,可以解决一切困难,何况有技术在,不怕啥难的!”

改善后,AO50/75及AO400G防尘罩的产能相比之前提升至少20%,而且产品良率也提升了近4个百分点,同时一线工人也不再抱怨操作困难的问题。通过技术改进,不仅给公司带来效益,而且提升工人的满意度,正如A.O.史密斯一直秉承的理念,笃信技术,可以用更好的工艺制造更好的产品回馈客户。

CI感悟: 笃信技术和团队合作,能够使我们做得更好更出色!

CI积分礼品兑换开始啦

自10月开始,CI积分礼品兑换正式开启。百余种礼品,苏泊尔电饭煲、美国旅行者机长箱、ACA面包机、希捷500G移动硬盘、罗技键鼠套装……总有一款打动您的心!

10月份的CI礼品兑换活动中,共有8名员工使用CI积分兑换到心仪的礼品,生产运营中心副总经理吴红平先生亲自为员工进行礼品兑换,鼓励大家在未来的时间里,发现更多有价值的CI项目,赢得更多更精美的CI礼品。

CI,期待着您的精彩创意!

CI礼品,期待您把“我”带回家!



CI积分兑换方式:

1. 员工每月20号之前根据《CI礼品手册》选择礼品,填写CI礼品申请单给您所在部门的CI辅导员,各相关部门CI辅导员在此截止日期(每月20日)将部门申请单汇总报给CI项目组。
2. 礼品以实物为准,数码类礼品如遇更新换代,可选择同等价值的其他产品;若遇到产品停产等情况,亦可选择推荐的同等价值替代产品。

(CI项目组 刘希供稿)

生产体系多技能交叉培训顺利开展

作为2013年人力资源部的管理培训生项目,生产体系的工人多技能交叉培训已于9月初正式启动。项目切入点是以组装车间和膜车间为试点,推行多技能交叉培训。预计将于11月底前正式发布相关的制度和流程。

项目小组引入了制造工程部和质保部的工程师作为项目组



ME和QC共同验证培训效果

制造工程部工程师亲自培训一线员工

(人力资源中心 杨露供稿)

成员,他们将深入参与培训规范制定、培训执行、培训评估等各个环节,为多技能交叉培训提供最权威、最专业的指导和建议,保证技能培训的准确性和专业度。项目管理过程中,项目成员将秉承公平公正公开原则,充分地听取员工意见,保证多技能交叉培训制度的切实落地。

有效的多技能交叉培训可以实现车间工人一专多能,提升员工技术水平,保证产品质量,实现客户满意。多技能的培养将为员工创造内部竞聘优势,拓宽员工职业发展通道,有效提高员工稳定性,降低离职率,实现员工满意度。具备多技能的员工有利于实现柔性生产,满足日常生产安排,提升运营效率,实现股东满意。建立公平公正公开的多技能交叉培训制度,将为业界相关领域提供很好的实践经验。为员工技能发展做出有效的尝试,这也是A.O.史密斯公司作为企业公民应尽的责任。

(销售中心上海大区 吕英坤供稿)

2014年校园招聘项目启动

2013年10月22日,公司2014年校园招聘项目正式启动。本次校园招聘仍以“管理培训生”和工程师类职位招聘作为校园招聘的主要内容,主要招聘对象为2014届硕士毕业生、具有1-2年工作经验的往届研究生及2-3年工作经验的往届本科生。

为达到广泛宣传公司效果,人力资源部于10月22日在一所学校在应届生求职网、前程无忧网站发布信息,并同时向40所学校就业网发出招聘简章,发出当天即有10余所学校回复已经将我们招聘信息发布于学校网站。在A.O.史密斯公司品牌的影响下,招聘信息仅仅发布7天,求职邮箱已经收到1110余封简历,相信随着招聘时间的增加这个数字还会直线上升!

校园宣讲会是宣传公司及招聘的另一种形式,公司从11月1日起在南京理工大学等10所学校举行宣讲会。为了给大学生带来更好的求职体验,人力资源部将去年校园宣讲物料合并,在市场部同事的帮助下,通过校园招聘专刊的形式将公司文化及价值观等精彩内容展现给大学生面前。

编辑部电话:021-34677641

全国客服热线:400-820-0606

邮箱:newsletter@aoswtc.com

艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司
A.O.SMITH (SHANGHAI) WATER TREATMENT PRODUCTS CO., LTD.

编辑出版:市场部 | 地址:上海市闵行区七莘路2888号宝利大厦6楼 | 网址: www.aoswtc.com | 邮编: 201101 | 内部资料 免费赠阅

水之声

The Voice of Water

2013年
NO. 06
发刊日期 2013年11月20日
第6期 总第12期 双月刊

热烈庆祝我司蝉联
“最具影响力企业”和“十大知名品牌”荣誉称号

艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司
“佳能特”荣获“浩泽杯”2013净水行业十大评选
“艾欧史密斯”荣获“浩泽杯”2013净水行业十大评选
特别此证。主办单位:中国净水行业十大评选委员会

艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司
“艾欧史密斯”荣获“浩泽杯”2013净水行业十大评选
特别此证。主办单位:中国净水行业十大评选委员会

坚守139年价值观与道德规范 筑就中国成功之路

A.O.Smith集团董事会成员及高层领导视察南京工厂

2013年10月8日,美国A.O.Smith集团公司10位董事会成员以及6位美国高层一行视察了艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司南京生产基地。艾欧史密斯集团公司高级副总裁、中国区总裁兼总经理丁威先生,艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司总经理陈东先生等10位高管陪同参观并作了相关汇报。

A.O.Smith集团公司董事会成员以及高层领导首先参观了产品展示间,对净水系统产生了浓厚的兴趣,艾欧史密斯集团公司中国区总裁兼总经理丁威先生在此做了详细介绍。随后,他们参观了工厂,针对整个生产流程,自动化改进项目,产能提升等进行询问和现场查看。A.O.Smith集团公司执行主席Paul W. Jones先生、A.O.Smith集团公司总裁兼首席执行官Ajita G. Rajendra先生等一行详细了解了员工的工作场所安全和环境。

参观完后,A.O.Smith集团公司董事会成员及高层一行在公司多功能厅会议室听取了公司总经理陈东先生和热水器公司净水事业部总经理陈琦先生关于我司在中国市场运营进展的最新汇报,包括销售、生产、研发和人力资源等各个方面,集团公司董事会成员和管理层就关心的问题诸如销售与市场活动、客户满意度和质量改进等进行了进一步讨论。集团公司董事会成员及管理层对工厂在近期内发生的巨大变化给予赞赏,对工厂各个方面的工作给予了肯定。Ajita G. Rajendra先生表示,通过这次视察,美国高层对艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司在中国市场的发展充满信心!



A.O.史密斯集团专利表彰大会

2013年10月9日,艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司的研发人员应邀参加了在艾欧史密斯(中国)热水器有限公司举办的艾欧史密斯集团专利表彰大会。这是首次将中国热水器工厂和水处理业务的研发人员汇聚到一起,共同举行专利表彰大会。美国A.O.Smith集团公司10位董事会成员以及7位高层共同出席了这次专利表彰大会。

艾欧史密斯集团高层对2013年A.O.Smith水处理公司在技术创新方面取得优异成绩的团队和个人进行了表彰。A.O.Smith集团公司执行主席Paul W. Jones先生和A.O.Smith集团公司总裁兼首席执行官Ajita G. Rajendra先生先后进行了发言,对获得专利的员工给予赞赏和认可。Paul W. Jones先生还着重介绍了净水产品专利侧流膜,并且夸奖道,此测流膜技术“在一个极其饱和的市场上,使得艾欧史密斯真正做到了独树一帜,帮助我们加速了家用净水产品业务的增长”。

从2005年至今年,A.O.Smith水处理公司累计申请获得119项专利,居国内同行前列,其中发明专利18项,实用新型专利43项,外观设计专利67项,在家用反渗透净水产品设计方面处于世界领先水平,高效吸附及净化领域处于国内领先地位。

随后,公司集团高层对获得专利的发明人进行了颁奖。



集团董事会执行主席Paul W. Jones先生为侯晓直总监颁奖

此次美国董事会和高层的来访以及亲自颁奖对中国的工程研发团队来说是一种极大的鼓舞和认可。集团高层在会上再次强调了创新在A.O.史密斯的重要地位,鼓励大家持续创新,通过研究寻找一种更好的方式。在不断的改变与创新的想法中,我们坚持在商业活动中保持诚信,与我们的客户、供应商和员工互尊互信。在艾欧史密斯全球范围内的员工,从中国到加拿大以及各地区之间员工,都认可并欣然接受了这套价值观,同时将其融入自己的价值观中。

A.O.史密斯全球超级产研基地落成启用

2013年10月10日,A.O.史密斯在南京打造的全球超级产研基地正式落成启用,A.O.史密斯集团公司执行董事长Paul Jones先生、集团公司总裁兼首席执行官Ajita Rajendra先生及全体董事会成员、全球副总裁兼中国区总裁丁总及中国家电协会领导等共同出席落成启用庆典,共同见证了A.O.史密斯在中国发展道路上的又一辉煌时刻,盛典取得圆满成功!

A.O.史密斯全球超级产研基地于2012年2月开始建设,总投资6.2亿元,总规划用地25万平方米。现有的全球研发中心内,拥有各品类研发人员近250人,累计研发投入超4亿元,未来,A.O.史密斯会把更多的目光投向中国市场。A.O.史密斯全球超级产研基地位于南京经济技术开发区新工厂,是一个研发与生产规模均为世界一流的超级产研基地,它将全面满足中国市场未来在水系统领域的节能产品需求,新的产研基地将会推动A.O.史密斯的研发实力迈向新境界。



114届广交会圆满落幕

秋十月,丹桂飘香,第114届广交会于2013年10月15日正式开幕,艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司携新品及尖端水处理技术亮相广州展馆。展会期间,国外客户络绎不绝,5天内收到意向客户名片不计其数。采购商对我司展出的几款新产品,特别是侧流膜技术给予很高的认可,纷纷称赞我们为水处理行业带来了新的理念。今年展会各大品牌电商的加入,给采购商带来了更多的选择。一方面,大型家电商净水行业说明净水领域的前景十分广阔;另一方面,更多的生产厂家加入,势必会加快市场上优胜劣汰的进程,鼓励更多优质有实力的厂家不断提高,也激励着艾欧史密斯更好的专业技术服务。佳尼特作为艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司旗下知名自主品牌,秉承“为中国消费者提供健康饮用水解决方案”的核心理念,不断创新先进的净水技术、完善更优质的售后服务。在此次评选盛会中,我们与诸多行业领袖同台竞技,强力比拼,收获此荣誉证明我们的企业和品牌受到行业的认可和消费者的信赖。我们越来越认识到,只有不断树立品牌形象、提高影响力,才能赢得更多的市场。艾欧史密斯也希望在技术创新服务升级的市场环境中,与众多优秀的净水企业一起,带动净水市场的规范化发展,共同创造净水行业更美好的明天!



(销售中心外贸部 桑世晔供稿)

终端为王，广告先行

——访佳尼特沧州代理商高洪波先生

谁掌握了终端，谁就拥有了市场！这个市场法则被无数的厂家和代理商所推崇，但怎么才能更好的掌握终端，尤其对净水行业。目前净水行业只有行业品牌，还没有形成真正意义上的消费市场品牌，如何才能更好的打造自己经营的品牌成为区域强势品牌是众多净水代理商比较头疼的问题，现在让我们看看沧州佳尼特代理商是如何操作的。

问：高总，您好，刚来到沧州，就已经看到很多沧州运行的公交车上的车体和滚动的液晶广告屏上都有佳尼特的广告宣传，据我们所知，您目前代理佳尼特品牌也只有几个月的时间，是什么原因让您选择了佳尼特这个品牌？

高总：选择佳尼特作为我们公司主打的品牌，有三点原因：一是源于市场的需求。通过这几年对沧州消费者净水概念的引导，大家已经普遍认同RO机，RO机的市场销量近两年有很大的增长；二是原经营品牌的短板，形成品牌互补。普通经营的品牌主推净水，产品线比较单一，而佳尼特品牌有净水、直饮水、商用和工业设备，产品线比较齐全，可以形成较好的品牌互补；第三，我们在品牌选择之前，也对我们的工厂进行过考察，对公司的生产规模、研发实力和对品质的要求都非常认可，这才是我们作为净水行业代理优先选择的厂家与品牌。众所周知，净水行业目前随着几个知名家电企业的进入，已经初步进入了品牌洗牌期，我们选择佳尼特，其实也是抱着树好亲民的心态，愿意和史密斯公司佳尼特品牌共同增长。至于你刚才谈到的公告广告这一块，其实是我们公司针对沧州市场制定的“终端为王，广告先行”的营销策略。

问：高总，“终端为王”容易理解，对于“广告先行”您是如何理解的？

高总：现在很多做净水的经销商一提到广告，都觉的只有厂家做了较大的品牌广告投入，经销商才能做好区域市场。我个人认为，厂家能够在广告方面下较大的投入，对我们代理商的市场建设和消费拉动的确有很大的作用。但目前净水行业还不是很成熟，很多的厂家不能像传统的企业行业那样做大市场的推广，所以我们就有必要协同厂家一起做好我们品牌形象的建设与维护，因为我们最近市场，消费者购买产品时，第一时间想到的就是我们。

问：您目前正在广告方面都做了哪些投入呢？

高总：我们主要在流动性大、受众面比较广的公交广告上做了一些投入。在公交车体广告方面，我们拿下了沧州公交的黄金路线505路作为主线路，其它各条通过繁华街区的线路上也投入了数量



沧州红星美凯龙店 高总带队来工厂参观

商场联动 齐力打响大连净水品牌

目前有很多合作商想进入所在地的卖场做净水销售，实际的效果往往不尽人意，如何才能有效的利用自身优势打开市场，是每个经销商思考的问题。大连彼得贸易有限公司总经理高金龙先生不到一年时间从刚起步的一家商场发展成现在的三家核心卖场，佳尼特产品在当地知名度提升与他的努力密不可分，下面将高总的商场销售经验与大家分享，希望可以给其他区域提供帮助。

一、商场点位相互依托

对于大连地区的广告宣传，高总还在计划进一步的调整。前期在商场内部，通过公共区域比如立柱、护栏等粘贴海报进行宣传，对外发传单、公交车尾LED广告、报纸广告投放。但是派发传单和3个月的公交车尾广告效果并未达到预期理想，报纸广告因费用高昂、连续性需求较高、选取的版面较小等因素也没有取得预期成效。对于大连地区的下一步拓展计划是通过发展分销商、合作举办活动、团购等方式提升销量和知名度。

二、售后服务

售后服务是非常重要的，更换滤芯本身就产生利润，售后服务做好后客户还会介绍更多的新客户，久之会有良性循环。所以对于售后服务，我们要立足长远，不能目光短浅，体现在具体工作上面就是要对顾客的要求，千万不能推卸责任。对于非我方造成的问题也要积极帮助解决。简言之，就是让顾客感到温暖并且值得信赖。这就要在售后体系、售后人员、薪酬体系上面进行探索和创新，需要下很多功夫。

正如高总所说：现阶段净水机的普及率在我们当地已远不止资料记载的5%或10%左右，净水意识在消费者中非常普遍，我们认为水处理行业已经过了市场导入期，某些品牌通过电台、报纸、电视台的宣传在消费者中已小有名气并得到实惠，如果我们在某些成熟地区的品牌推广和宣传方面加大力度，将会收到明显的效果并且促进自身建设更加完善。

(销售中心山东东北大区 全勇供稿)



国美电器



红星美凯龙



夏宇供稿

案例分享：内江砍价会活动

净水器行业发展到了今天，竞争越来越激烈，在没有国家统一标准制度制衡的情况下，经销商们为了卖机器也纷纷练就了一身技艺，用各种各样的模式和方法来销售净水器。当然也从某些方面大大地开拓了我们销售业务的思路。

砍价会这种销售模式在建材行业来说已经不新鲜了，但放在净水行业还算是一种新兴的销售模式。一方面它符合我们鼓励经销商变坐商为行商的销售宗旨，另一方面，它能通过良好的现场气氛带动消费者的购买热情，从而达到经销商们的销售目的。最重要的是，这种销售模式使用得当，能够满足经销商在某一段阶清理库存或者冲刺销售量的愿望。综上所述，砍价会作为一种销售模式，可以成为一个底牌有效地帮助经销商们赢得理想业绩。

今年10月，西南区域内江代理商参加了一次由当地建材联盟举办的大型砍价会活动，砍价会名字很新颖——疯砍会，仅以此场会议作为案例分享，希望能给大家提供一些经验。

一、砍价会的前期筹备

砍价砍价，砍给谁看？拉动人气是第一步，此次砍价会是由四川省内江地区的12家建材家电代理商联合举办，这12家代理商成立了一个建材联盟。其中有雷诺照明、圣象地板、家乐仕漆等知名品牌。个人认为联盟的模式也很适合现在的净水器经销商尝试，但是一定要选择好的联盟，有名品牌的带动才能扩大自己品牌所面对的客户群体。前两个代理商经过20天的时间，通过自己的渠道进行门票销售，门票售价20元。由于参加的商户都是知名品牌，在当地有一定的时间积累，分配给每个代理商的最低任务为30人，所以前期门票确定的人数就达300多人，加上当地出租车电台配合宣传，最终前来参会的人数有500人左右。

二、砍价会现场

好不容易聚拢来了人气，目的是什么？当然是拉动销售。现场全是知名品牌，消费者是冲着促销而来，但是假如现场的气氛不够热烈，带动不起消费者的积极性，价格再低也无法吸引消费者。砍价师才是关键，在会议之前，一定要和砍价师沟通好经销商的最低承受价格是多少，有哪些配赠的礼品。好的砍价师对群众的心理揣摩非常有经验，会通过开场的铺垫一步步地带动消费者的热情，价格也会通过两到三次的砍价，砍到你所能承受的范围。经销商们的表情也很重要，让利确实要给消费者以实惠，但是不能让得太淡风轻，和砍价师的互动需要让消费者体会到利益，销售量自然也就上来了。

另外在人员、会场布置方面也有一些注意要点：

1、展位的布置：展位一定要规范，展台、横幅、X展架、易拉宝、价格牌等一定要配套，给人井井有条的感觉，灯光要打亮，能有效地衬托产品的档次。

2、讲解人员的配比：销售人员的专业知识一定要丰富，因为现场来客比较多，很多消费者询问的问题涉及很广，讲解人员一定要有足够的耐心。

3、秩序的维持：通过砍价师的砍价后，展区可能会变成战区，人流大的情况下一定要维持好秩序，以防造成混乱。



三、砍价会的后期服务

在砍价会上，消费者买了门票，交的是定金，经销商们需要准备足够的收据进行手工开单，详细记载成交客户和意向客户的联系方式和地址，后期的跟踪服务非常重要，不要认为定金到了手，客户就跑不了，好的服务态度能让经销商事半功倍，成立专门的回访小组组织机器的按时安装，优良的售后服务会给经销商们带来更多的客户资源。

砍价会只是作为销售的一种模式存在，只能偶尔为之，经常做会造成员心理价格麻木，甚至会造成客户的反感，更多的销售量还是要依靠经销商们平时下功夫，台上一分钟台下十年功，打好基础才是重中之重。

(销售中心西南大区 夏宇供稿)

2013价值观即将完美闭幕

作为A.O.史密斯最具有影响力和最受欢迎的活动之一，2013年价值观推动活动9月22日正式拉开帷幕，在南京工厂、上海销售中心以及驻外各分公司、办事处同时启动。“价值观推动”活动由美国总部自1995年开始发起，现已成为A.O.史密斯公司最具影响力和最受欢迎的活动之一。

从9月22日正式启动到10月31日价值观提名截止日，行政部一共收到1540份的提名，其中生产运营中心提名1126份，销售中心119份，研发中心213份，财务中心25份，人力资源中心43份，QAD项目14份，感谢各位同事的热情参与，今年收到的提名创下历年来的最高记录。

经各职能部门筛选提炼并内部初评后，合计40份提名提交管理层进行评选。本着“最能体现史密斯价值观”和“公平公正”的原则，经管理层集体多轮投票评选，一共有15个项目获得入围奖和当选奖。目前，进入入围奖和当选奖的项目和人员正在紧锣密鼓的确认当中，据悉，还有几个项目将冲刺最后的美国总部当选奖。

让我们一起期待最终的结果！

2013价值观推动

2013年9月22日—2013年10月31日

(行政部供稿)



用更好的管理方式，创造更有力量的企业价值

——2012年“价值观推动活动”获奖成员专访

据，便于双方协商和处理质量问题。检验标准的完善使得检验方法合理，检验手段、过程都客观、标准，结果判断准确，提高检验的质量和效率。

0. 此项目的完善是研发和质保等部门合作的成果，在团队合作的过程中，您有什么特别的体会吗？

王志明：“管理流程改进奖”当选奖获得者，参与ERP系统中设置汇总发料和倒冲功能，有效提升了计划与仓储效率，并确保了物料消耗可控。

0. 在2012年SWT价值观推动活动中，您荣获了管理流程改进奖的当选奖，与我们分享一下您的获奖感受吧！

王志明：听到这个项目获了当选奖的时候很开心，对我来说，能获得这个奖励不容易，所以我觉得特别荣幸。冷静下来再回想这个项目，感觉公司有很多可喜的变化，自己通过项目也有很多收获。一是公司的变化。从公司的角度来说，我还记得2010年在上海的时候我就加入了新生的艾欧史密斯水处理产品有限公司，亲历了公司从上海到南京，一步一步地变化，不管是生产还是销售、还是管理等各方面的变化，用一句话来说，也许我们不是最好的，但一直在不断地提升，在不停地变好。二是员工的变化。公司搬到南京之后，2011年第一届价值观推动活动开始启动，记忆也很深刻，而2012年的价值观与第一届相比有一个很大的变化，特别是在价值观提名多了，在工作中员工谈价值观的话题也多了，侧面反应价值观的理念也是深入到员工内心，工作中有很多的部门都有项目在开展以提高公司的效率和利润。三是关于项目管理的重要性。汇总领料和倒冲能实现数据的分析，对于供货商不能接受，因此2011年初搬迁至溧水正式生产以来，采购价还是老价格，而人工成本在不断增加以致产品成本上升，采购吴总对于项目的整体控制、财务经理所做的成本计划和控制，以及生产计划部何经理、IT部倪经理、财务的王治宁、车间文员、生产计划员、仓库文员等所有人的努力才使得整个项目顺利完成，这是一个团队付出的结果。

年度计划。在总的计划中，实施成本优化节约项目的采购成本，为我们公司提供性价比更高的产品，赢得更多的市场份额。制定了明确的目标。首先，我们根据供应商物料的种类和采购金额做数据分析，对于年供货在超百万的供应商实施年度3%-5%降价谈判。谈判之初供应商不能接受，因此2011年初搬迁至溧水正式生产以来，采购价还是老价格，而人工成本在不断增加以致产品成本上升，采购吴总对于项目的整体控制、财务经理所做的成本计划和控制，以及生产计划部何经理、IT部倪经理、财务的王治宁、车间文员、生产计划员、仓库文员等所有人的努力才使得整个项目顺利完成，这是一个团队付出的结果。

Q. 通过此获奖项目，有效提升了计划与仓储效率，可以说谈在其中您参与的工作细节吗？

王志明：汇总领料和倒冲是吴总根据热水器的成功经验在我们水处理产品公司进行推广的，这个项目的成功实施，对于生产计划、仓储管理等部门有极大的优势。这个项目我全程参与其中，主要负责的工作有：1、业务流程设计。公司原来的模式是先做生产任务单，然后根据生产任务单，每一张任务单做一个调拨单来实现发料。现在的做法是生产计划部提前一天做好任务单，然后根据所有的任务单，一起汇总发料。在业务上发生了变化，就需要相应的流程和控制来支持，如谁做汇总、如何发料、信息如何沟通等。2、使用培训。对于主要涉及到的人员如车间文员、生产计划员、仓库文员等做流程讲解和培训，培训如何做计划，如何做汇总调拨，如何发料等，对于流程里的控制点跟各部门员工加强。3、实际数据模拟。业务流程设计好了之后，就需要验证流程是否可行。在系统中如何实现数据流，在工作中如何实现信息一步一步传递，以及控制到位等。需要以实际的数据为支撑，尽量模拟实际情况，考验流程的可行性，打印的效果和信息量等。在上述工作都完成之后正式切换，先从组装车间开始，然后再慢慢扩大到公司所有的部门，开发报表，每天要求各车间经理解密报表中异常数据的原因。这个项目成功实施，最直接的成就是减少仓库的人员数量，提高仓库和生产计划部的效率，另一方面也是将一种新的管理理念和方法融入了员工的心中。

Q. 采购是一个企业获取资源、保证生产的重要环节，接下来我们采购工作的重点项目或改进措施是哪些呢？

赵雪峰：管理流程改进奖入围奖获得者，实施成本优化项目，年节约采购成本477万。

Q. 恭喜你获得“管理流程改进奖”的入围奖，可以向大家介绍一下此次成本优化具体的项目内容吗？

赵雪峰：2012年初，我们定了采购部

年度计划。在总的计划中，实施成本优化节约项目的采购成本，为我们公司提供性价比更高的产品，赢得更多的市场份额。制定了明确的目标。首先，我们根据供应商物料的种类和采购金额做数据分析，对于年供货在超百万的供应商实施年度3%-5%降价谈判。谈判之初供应商不能接受，因此2011年初搬迁至溧水正式生产以来，采购价还是老价格，而人工成本在不断增加以致产品成本上升，采购吴总对于项目的整体控制、财务经理所做的成本计划和控制，以及生产计划部何经理、IT部倪经理、财务的王治宁、车间文员、生产计划员、仓库文员等所有人的努力才使得整个项目顺利完成，这是一个团队付出的结果。

年度计划。在总的计划中，实施成本优化节约项目的采购成本，为我们公司提供性价比更高的产品，赢得更多的市场份额。制定了明确的目标。首先，我们根据供应商物料的种类和采购金额做数据分析，对于年供货在超百万的供应商实施年度3%-5%降价谈判。谈判之初供应商不能接受，因此2011年初搬迁至溧水正式生产以来，采购价还是老价格，而人工成本在不断增加以致产品成本上升，采购吴总对于项目的整体控制、财务经理所做的成本计划和控制，以及生产计划部何经理、IT部倪经理、财务的王治宁、车间文员、生产计划员、仓库文员等所有人的努力才使得整个项目顺利完成，这是一个团队付出的结果。

0. 在参与筹划税收工作的过程中，一定存在着困难，您是怎样克服的呢？

顾小娟：首先感谢公司对我们工作的肯定，给予我们这样的荣誉。这将激励我在之后的工作中更加努力，协助实现公司

利润最大化。谈到这次工作中的困难，印象最深刻的是在进行项税转出的时候，由于我们初期很多发票开的都是中央空调，按字面意思应该算厂房的一部分。按照规定，这些是不能抵扣进税的，但实际我们很多都是属于吸顶式空调，独立使用，可以抵扣的，但税务局方面坚决不同意。我们在查阅了很多资料，又咨询了相关机构的同时，积极邀请税务局有关领导到厂进行实地参观指导，介绍公司目前的生产运营情况及今后的发展，对深水经济带来的推动作用，以及扩大招工对本地带来的就业利益。

通过多方面努力，我们申辩得到了认可，税务局将原有的调整清单进行了大幅调整，将办公区的空调从清单中剔除，节约七十余万元。

0. 您觉得参与这个项目对于个人的职业发展有着怎样的促进作用？

顾小娟：之前一直在书本上学习税收筹划，但很少在工作过程中真正实践过。这次能参与到这个项目中，更加深了我对税收筹划的了解，更加意识到税收筹划的重要性。工作过程中资料的大量查阅及多次的电话咨询，提高了我的资料收集能力，解决问题的能力，与人交往的能力。总结这次工作中获取的经验，运用新的理论思路，我将继续为实现公司利润最大化贡献自己的一份力量，继续争取2013年价值观大奖。

通过本期访谈，我们看到了可爱的同事们在自己的岗位上勤勉付出、严谨创新，点点滴滴的努力让管理流程更加有序，企业发展更加顺畅。L.B.史密斯说过，“变革并没有什么可怕的，只要我们随着变化去转变。”面对瞬息万变的市场，我们始终面临着一些问题和挑战，唯有不断的前进，提高企业市场竞争力，提升客户满意度，我们才能在行业中领航，在发展中收获成绩，创造更有力的价值！

朱秋燕：管理流程改进奖入围奖获得者，参与团队合作确保了上海注塑车间如期成功搬回南京。

0. 可以介绍一下在车间搬迁的项目中，您作为人力资源中心的代表参与负责的工作是什么？

朱秋燕：在注塑车间搬迁项目中，我代表人力资源中心主要负责搬迁中涉及到与员工有关的协调沟通工作，如员工关系，员工的工作安排，搬迁过程中与搬到溧水后员工的后勤保障协调等工作，以及合法合规的履行搬迁程序，确保整个搬迁过程人员稳定和员工满意。在整个搬迁过程中，人员

0. 从质检工作的角度出发，您认为此次完善图纸及检验标准的益处具体表现在哪些方面？

郭秀云：图纸的完善首先让物料的识别和管控真正有据可依，让大家对物料有了明确的认识，比如在设计要求上，该物料应该是什么形状、什么颜色，哪些技术规格和性能指标是系统匹配上或装配上的重点，以便于制定检验标准来进行管控。不像最初只能以库存对照来判断，既不准确也浪费时间。同时图纸也是对供应商所供物料的基本质量要求，在发生问题时双方有相同的判定依

据，便于双方协商和处理质量问题。检验标准的完善使得检验方法合理，检验手段、过程都客观、标准，结果判断准确，提高检验的质量和效率。