



长塑内刊 DANCING CHANGSU

中国品牌内刊年度“好杂志”一等奖

长塑之速

DANCING CHANGSU

人文长塑 · 科技长塑 · 生态长塑

瞄准战略目标，全面突破升级

AIM AT THE STRATEGIC GOALS, ACHIEVE COMPREHENSIVELY
BREAKTHROUGH AND UPGRADE

开局事关全局，起跑决定后程

The start relates to the process and decides the result

创新 + 拼搏，成就“虎狼之师”

Innovate, struggle, to be a stronger

锂电包装用铝塑膜只能进口？长塑PHA有话说

Does Al-plastic film that used for Li-battery packaging must be imported? Changsu PHA sees from a different view

销售冠军法则：拼搏·服务·学习

Sales champion's rules: struggle, service and learn

01

总第十六期



TO BE THE STRONGEST GLOBAL
BOPA FILM SUPPLIER

成为全球最强
BOPA供应商

开局事关全局，起跑决定后程

文 / 董事长

风华绝代总是乱世生，过去一年经济下行压力持续加大，许多行业呈现负增长，在这样严峻的局面下，我们创造了历史性的优异成绩。长塑逆势增长，销量继续保持全球第一，同年落成世界最先进的磁悬浮生产线，所生产的EHA膜打破国际高端产品垄断局面，代表“中国制造”向世界迈出了一大步。这是长塑勇于担当拼搏、持续革新的硕果。

从规模上看我们站在了峰顶，我们有理由为这一阶段性胜利而自豪，但绝不能躺在过去的功劳簿上睡大觉。新形势下行业竞争激流涌动，大部分BOPA膜企正酝酿着大肆扩产，行业外资本也蠢蠢欲动，前所未有的严峻挑战不容忽视。未来我们应以怎样的姿态迈入新的历史征程？应以怎样的面貌冲破危机，从一个巅峰走向另一个更高的巅峰？

开局事关全局，起跑决定后程。在环保和节能要求越来越高、软包装需求越来越多样化的BOPA消费市场里，长塑需要从过去“快速做大”转身“做优做强”。去年底，我们确定战略目标“成为全球最强BOPA供应商”；开始从追求发展速度向追求发展质量转变，引入卓越绩效管理体系；从追求销量向追求效益转变，建设CPS精益制造体系和BOPA智能制造工厂；从追求排名向追求品牌提升转变，打造工业企业品牌培育示范企业；从行业上下游合作向全产业链合作转变，整合全球行业优势资源，提升自身创新能力，先后与巴斯夫、帝斯曼、布鲁克纳等世界级企业展开深度合作；从核心技术的创新突破到聚焦体系化集成创新，实现整体推进的转变。

时光飞逝，“成为世界级绿色生活材料引领者”的愿景言犹在耳，我们要坚定战胜困难的决心和勇气，每位员工要做好本职工作，实现自我价值创造，更要有全局意识和主人翁精神，积极主动作为；我们的管理干部要进一步增强责任感、使命感和紧迫感，发挥骨干引领作用；我们的经营管理要群策群力，充分利用市场和环境的倒逼机制，从实际出发，着力解决影响企业发展的突出矛盾和问题，向创新要动力、向市场要活力、向管理要效益，不断精进前行。只有这样，我们才能经受住各种考验，成为时代的引领者。

主办单位

厦门长塑实业有限公司

承办单位

品牌中心

总 编

王哲夫

主 编

颜艺林 牟青英

技术顾问

郑 伟

编委会

王华锋 元 勇 李大方

许剑坡 刘桂珍 戴 辉

执行主编

姚 敏

责任编辑

曾先花 天 霖

美术编辑

游纬国

翻译

辛 清 Tara

本期通讯员

林 霖 官礼华 江伟森 傅一笑
 汤 洁 兰峰先 素 笔 祁 柳
 徐 微 朱武洪 张胤生 闫 惠
 鹭 榕 楚之铭 邱贤辉 郑瑞刚
 李永泉 朱小娜 朱丽芳 William
 Wenky Canace Ann Lila



2017年第1期 总第16期



DEVELOPMENT

卷首语

01 开局事关全局，起跑决定后程

动态速览

06 我司荣获“福建省著名商标”称号

06 我司获批厦门市企业智能制造试点示范项目

06 连续三年一等奖《长塑之速》获中国品牌内刊大奖

07 我司受邀作客易贸尼龙论坛，深度解析BOPA发展趋势

07 从优秀到卓越，我司开启卓越绩效管理模式

专题视点

10 突破创新 同心同行

12 瞄准战略目标 全面突破升级

14 突破秘诀：每天“创造性”地工作

行业风向标

16 机遇与挑战并存，BOPA行业的未来在哪里

18 锂电包装用铝塑膜只能进口？长塑PHA有话说

人物风采

22 创新+拼搏，成就“虎狼之师”

24 销售冠军法则：拼搏·服务·学习

28 探索未知，研发就是着眼于未来

32 积极心态，让一切变得简单且美好



CULTURE

文化品鉴

34 探访世界级薄膜工厂，首届家庭开放日成功举办

36 武夷登山，长塑人“拼”劲十足

38 在回顾中看清并提高自己

39 这一站努力，下一站起航

40 化繁为简：实用销售方法1+2+1

41 企业传承的奥秘：打造优秀内训师

职海智海

48 爱智求真

美人美事

52 幸福瞬间 童“画”世界

悦见生活

56 翠花之花

57 春的美丽——写给一位少年

58 绿色饮食健康生活，其实很简单

59 生命之徒

60 桐花万里丹山路

61 我想



LIFESTYLE



高速
发展



我司受邀作客易贸尼龙论坛



我司举办卓越绩效管理模式导入项目启动会

我司荣获 “福建省著名商标”称号

2017年1月3日，我司收到喜讯——“长塑CHANGSU”注册商标被福建省工商行政管理局认定为“福建省著名商标”。产品是品牌塑造的根本，长塑获得省著名商标的称号，离不开长塑人对产品品质的执着追求和产品研发上的创新突破。经过多年的精心培育，长塑的品牌建设成效显著。公司被评为福建省首批“科技小巨人领军企业”，还是中国包装联合会的重要成员、全球性公益组织“SAVE FOOD”的首位中国成员。未来，长塑将坚持创新与发展，努力实现“成为世界级绿色生活材料的引领者”的企业愿景。

我司获批厦门市企业 智能制造试点示范项目

2017年1月6日，厦门市经信局公布2016年厦门市企业智能制造试点示范项目名单，全市共有10个项目入围，我司凭借“BOPA薄膜智能制造试点示范项目”成功上榜。打造“智能工厂”是长塑一直以来的发展方向，公司在设备设施、生产技术、管理服务等方面已取

得一定成果，未来长塑将持续深度布局智能制造项目，助力中国BOPA薄膜行业实现转型升级。

长塑正在逐步积累智能制造方面的经验与优势。在设备设施方面，公司引进全球最先进的薄膜生产线，不断提升生产效率和产品质量；建造的智能化立体仓库不但作业迅速准确，还节约了场地、人力和储运费用。经过多年的发展和投入，长塑已建成客户大数据管理体系、需求结构模型、物流信息查询和客户问题解决平台，实现了实时数据采集储存、生产过程跟踪管理、智能化的产品运送，完成从接单到发货的整个价值流的全过程信息管理。此外，由于采取资源集成化、管理信息化、考核规范化的方式，长塑在促进安全生产、提高产品质量、降低运营成本、快速响应市场等各方面都取得优异的效果。

连续三年一等奖 《长塑之速》获中国品牌内刊大奖

2017年3月12日，《长塑之速》获得中国品牌内刊2016年度“好杂志”一等奖，继2014年、2015年之后再次获此殊荣。“中国品牌内刊·2016年度优秀内部报刊和内部媒体”评选活动由内刊网主办，共设有好报纸、好杂志等10项大奖。内刊网是国内影响力最大的内

刊行业门户网站。中国品牌内刊的年度评优活动从2011年开始，到2016年已是第六届，在业内有广泛影响，深受好评。

《长塑之速》经过多年努力，已跻身中国品牌内刊行列。我们聚焦行业发展，关注行业最新趋势，也记录我们员工自己以及企业的成长故事，未来我们还将不断创新升级，稳步成长，以企业文化为指引，打造一本有趣、有料、有情怀的内刊。

我司受邀作客易贸尼龙论坛 深度解析BOPA发展趋势

2017年3月15日，第十五届己内酰胺及尼龙市场论坛在宁波召开。我司作为尼龙产业链下游应用代表厂家受邀在论坛上作主题发言，产品经理王晓飞针对“BOPA薄膜对PA6切片的市场需求”、“BOPA薄膜的行业现状与发展方向”等市场热点问题，做了深度解析。长塑的主题演讲，引起业界广泛关注。

王经理深入剖析：“产业链原材料价格的大幅上涨，是推动BOPA膜价上涨的重要因素。更深层次的，则是因为市场上消费者对BOPA薄膜的需求增加。”近年来，随着生活水平逐渐提高、生活节奏的加快，蒸煮、冷冻、休闲类食品的需求增长，相应的包装需求也

增加；电商的快速发展及商品包装小型化，食品、药品安全意识提高，促使包装结构升级；锂电池铝塑膜、VIP真空绝热板、真空压缩袋、气柱袋等领域近年来增长迅速；这些原因，促使国内BOPA薄膜需求量持续增长。从长期来看，差异化的功能性产品是未来的方向。

从优秀到卓越 我司开启卓越绩效管理模式

2017年3月15日，我司举办了卓越绩效管理模式导入项目启动会，厦门市质量监督局、方圆认证集团相关领导与辅导老师、我司高层管理人员及各部门负责人30多人参加了此次启动会。

卓越绩效管理模式总结了大量企业的经验和成功之道，已在国际上被广泛认同，世界各国企业和组织纷纷引用，如微软、通用公司等，并运用该模式取得了出色的经营成果。卓越绩效管理模式的导入是个系统工程。公司领导非常重视，特地安排各部门负责人及三位高管成立项目组，并号召所有员工积极参与。公司导入和实施这套模式，着力于管理创新，全面提升管理水平和经营绩效，将促进长塑从“优秀”迈向“卓越”，实现成为全球最强BOPA供应商的战略目标。

突破|创新 同心同行

仅用不到十年时间，长塑就发展成为全球最大的BOPA薄膜供应商。

2016年，在充分对外部环境和内部情况做细致分析后，

公司制定了“2020年成为全球最强BOPA供应商”的战略目标。

由大做强，虽仅一字之差，但要实现目标并不简单。

公司需要在哪些方面实现突破？

有哪些成功的经验可以借鉴？

员工如何在每天的工作中实现自我突破？

本期“专题视点”进行探讨。



跨越不连续性 企业基业长青的第一因

文/李善友

遭遇不连续性是大公司衰败的第一因，反过来讲，如果跨越不连续性，也是基业常青的第一因。每一个企业家都想让公司基业常青，方法就是根据实际形势变化，一轮一轮革新自己的公司。对长塑而言也是如此，如何跨越不连续性，不断突破创新，让公司长期保持行业领先地位，值得我们深思。

连续性只是一个错误假设

人类知识99%来自归纳法，归纳法的前提是连续性。什么叫归纳法？比如，你看到亚洲的天鹅是白色的，就认为全世界的天鹅都是白色。几千年以来，我们所有知识都建立在这个归纳法上。但是，英国哲学家休谟第一个发现了归纳法的致命bug：即使所有前提都正确，结论依然有可能错误。归纳法隐含假设“未来将延续和过去一样”，换句话说叫连续性假设。

问题是，你凭什么相信未来会继续跟过去一样呢？唯一的原因是：今天跟昨天一样，昨天跟前天一样……所以未来总是跟过去一样的，并且会继续跟过去一样。但是，这只是一个隐含假设而已，逻辑上无法证明。所以连续性不是一个客观事实，而是人类思维和生存不得不依赖的一个假设条件而已。一旦连续性假设是错误的，归纳法将会失效，人类一切知识将失去根基。

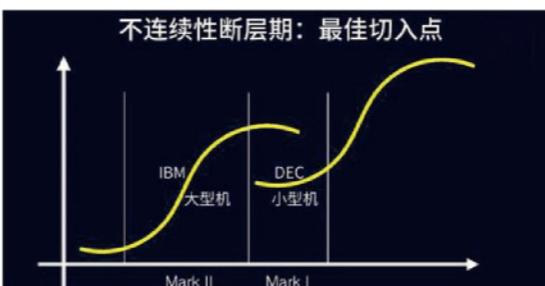
过去一年，我最大的收获就是“非连续性”这四个字。管理思维也是建立在连续性基础之上的，它的推理方式是归纳法，所以，归纳法的坑，同样也是管理思维的坑。

自信预知未来比无知更危险

那么，基于归纳法的成功经验是否可靠？关于这一点，罗素有一个非常著名的比喻，农场里面有一只鸡，每一次看到农场主来会被喂食，这只鸡就认为农场主的到来和喂食存在着因果关系。结果有一天，农场主带来的不是鸡食而是猎枪。我们几乎在所有的時候都是这只鸡。

《哈佛商业评论》有一篇文章《经验害死人》，作者研究发现，即使经验丰富的专家，也不能精准预见经济和技术发展走向。你如果认为自己无知，面对新情况时还能警觉；你如果自信能预测未来，即使事情变化了，你也会看不到的。

当产业发展缓慢的时候，产业周期是连续性的，归纳法是最有效的，可以根据经验来指引未来。但是，当市场遭遇不连续性，由于产业本身的S曲线变化，在一个新的S曲线里面，两条曲线的性质和趋势根本不一样，这时，过去的数据不但没用，反而有害。



经济发展沿双S曲线进步

《人类简史》中有这样一句话：经济发展建立在进步论假设之上。Foster在1986年提出S曲线；不是沿着直线进步，而是沿着双S曲线进步。什么叫双S曲线进步？就是现实中的不连续性。

任何技术一定会遭遇发展的极限性。这个技术是广义的技术，你可以把任何东西都当成技术。在某个时点，该技术会被新的技术取代。两个S曲线之间的间隙，就代表着技术的不连续性，能否跨越这个不连续性，关乎生死存亡。

这张图有两个推论，技术发展的不连续性是不可避免的，没有任何一个行业是连续性的，而遭遇不连续性是企业兴和衰的第一因。关于这个论断，我可以举大量的例子。

诺基亚是不是死在从功能机向智能机的不连续性上？诺基亚在功能机时代连续14年世界第一，但是没有跨过不连续性。

微软今天还是很赚钱，但是它的影响力已经没有那么大了，PC的操作系统王者在移动操作系统市场，份额几乎忽略不计。

联想的PC是世界老大，还说PC是一条不沉的船，但如今却没有做出好的智能手机。

苏宁线下门店很强，前年做电商，跟刘强东打赌，如果苏宁干不过京东，就把苏宁送给刘强东。现在呢？

百度被挤出了前三名，除了PC搜索之外没有产品有同样影响力了。看看过去十年，谷歌做了多少伟大的产品？

不要觉得盖茨傻，全世界最厉害的人，不是也没有过去吗？你难道不觉得这是最重要的问题吗？过去和未来是不连续的，能否跨越这个不连续性生死攸关。

方法就是不断革新自己

英特尔从存储器到芯片，IBM从硬件到软件到服务，跨越不连续性成就了它们的基业长青。苹果完成从iPod，到iPhone，再到iPad的跨越，以及谷歌从搜索到安卓系统的跨越。这些案例说起来容易，做起来真的很难。

阿里巴巴是2B业务起家，但是2B不行后，做出了淘宝、天猫、支付宝、蚂蚁金服。不得不说马云是中国战略第一人。

腾讯在PC时代有QQ，移动时代有微信，看起来很顺利。但是马化腾说：微信如果不是出现在腾讯，对腾讯将是灭顶之灾，我们根本挡不住。

你看，中国两个过千亿的互联网公司，都是跨越了不连续性曲线的。

那么，苹果、谷歌、Facebook，谁将成为史上第一个万亿元的公司呢？我看会是Facebook。我们来看谷歌和Facebook的比较：

PC时代，谷歌是广告之王，广告收入占总收入的90%。但是移动时代，它已经输给了Facebook。对于苹果，各位想想看，iPad之后，苹果有什么产品吗？没有。做硬件要一代强于一代的。

另外，这三个公司里只有Facebook的扎克伯格正当年，还在一线工作。Facebook日活跃用户超过10亿，还用190亿美元买了当时只有55个人的WhatsApp。有人说他疯了，可是他买的是下一条曲线，而且今天为止十亿用户了，还没有商业化。

回溯发达国家发展历程会看到，S型理论是必然的事情。种种迹象表明，创新已经驱动新经济发展，中国经济正在经历一场脱胎换骨的质变。如果这个曲线是对的，是谁在推动第二条曲线？正是所有的创业者，他们能否起来，关系到中国经济能否跨越过去。

所以说，连续性是人类思维去除不掉的隐含假设，能否跨越不连续性，是企业基业长青的第一因。学会如何跨越这个不连续性，至关重要。

瞄准战略目标 全面突破升级

文/楚之铭

经过不到十年发展，长塑已成为行业领军者，尤其在2016年取得了优异成绩，更是让我们内心充满欣喜。冷静梳理市场环境，我们正面临创新产品不足、缺乏无法被模仿的先进技术和制造工艺、行业低价恶意竞争等困境，距离全面的行业领先还有很长的路要走。

高建华在《赢在顶层设计》中说，经营企业的本质是起源于哲学，历经科学，最终回归哲学的生命轮回。我们的管理层埋头苦干、奋力拼搏，在把精益生产、团队管理、流程优化、信息化建设、5S等各个体系发挥到极致，与此同时，也需要偶尔形而上一些进行自我反思，公司真正无法被超越的核心竞争力究竟是什么？未来要走向哪里？我们的突破升级之路又是什么？

由大做强，蓝图已经绘就

从国内企业发展历程来看，在一个发展不完善、产品短缺、市场高速增长、竞争比较小的市场环境中，早期企业发展的关键是企业家具有胆识、勇气和冒险精神，由此才能快速、准确的把握机会。

经过多年的发展，市场增长趋缓，商品极大丰富，竞争白热化，信息不对称几乎消失殆尽，因此“勇气+冒险+摸着石头过河”的成功方式必然要升级，新的商业形态，不再过度依赖企业家个人的商业敏感度和意识，而是需要由个人拼搏转向团队作战，要有详细的战略规划、明确的目标和路径选择，要用科学数据支撑经营决策，

关于企业家转型，长塑已经走在前列。在组织层面，我们加强战略管理部门和市场部门的建设，强化市场数据、竞争分析在决策中的作用，已逐步从“摸石头

论”走向科学决策；在公司治理层面，基本实现了所有权与经营权的分离，业务单元有了更多的自主经营权。

在2016年底举行的战略规划会议中，公司仔细对外部环境和内部情况做分析后，制定了“2020年成为全球最强BOPA供应商”的战略目标。

由“大”到“强”，一字之差，却几乎决定了企业未来几年在资源投入、关键业务领域拓展、人员布局等方面全面调整。企业若一味追求规模大，以此博得知名度和政策扶持，会出现大而不强的问题，面对市场风云变化，总是转身慢、决策缓、机构臃肿、人浮于事。企业经营，本质上靠的是自身的核心技术、创新产品、经营能力等，无论政策扶持还是资金帮扶，更多只是锦上添花。



公司制定战略目标，让管理团队和员工对自己工作的重心和方向有了清晰的认识。未来的四五年，我们最核心的工作，是技术创新和特种功能性薄膜产品的开发。唯有做到这些，我们才能实现创新产品的销售规模和高端产品的市场引领，这是长塑突破升级的方向选择。

纵横全球，打造一流企业

“立足自身、全球布局、产业思维、嫁接资源，进行价值再造”是我们的立身之本。一切规划、目标的实现都依赖于战略的执行，而执行的效果始终与详细明确的路径设计、团队的执行能力、态度以及意愿相关。为实现战略目标，长塑将实施两项核心战略举措。

其一，嫁接外部资源，建立设备制造工艺、产品开发两项核心技术，形成核心竞争力。未来四到五年，长塑将加强研发和设备工艺等组织的建设，通过自身组织充分嫁接外部资源，进行技术突破及技术成果转化。资金投入、组织建设、人员构成、激励机制也将全面倾向产品技术和设备工程技术两个方面。

其二，实行“纵横全球”的发展思路，通过业务组合优化和产业链打造形成优势。所谓“纵”，即上下游一体化的纵向发展战略。所谓“横”，意味着我们将在现有BOPA的基础上，进行其他膜事业的拓展，形成膜事业群，通过产品生态和业务组合的优化，为客户提供一体化解决方案。同时，在BOPA现有以食品软包装为主的应用领域上，向新能源软包装等领域拓展。所谓“全球”，意味着我们以全球化的视野，实行生产制造体系、市场和渠道布局的全球化，产业的全球化，技术资源的全球并购与整合、生产基地和市场的全球化、人才的国际化等举措。

冷静前行，只为走得更远

2016年，长塑在“规模化、专创新”模式和“速育才、速创新、速周转、速覆盖、速扩张”五速战略指导下，坚持“担当 拼搏 创造 成长”的企业文化核心价值观，成就有目共睹。因此，这些指导思想需要继续坚持。此外，在未来工作中，有几点需要特别注意。

首先，我们要保持清醒的头脑，既不妄自菲薄，也不盲目自大。我们还是一个中小型企业，没有建立自己的绝对优势，对长塑所面临的行业竞争态势要有清晰的认识。

其次，战略的落地和执行，核心在于管理层和员工执行的意愿和态度，其中关键在于速度。对公司制定的既定方针能够保证快步落实，我们就有机会走得更远。

最后，开放、包容的心态和灰度机制。我们要嫁接全球技术资源进行自身产品开发以及设备工程工艺等核心建设，面对不同的文化、观念和看法，以包容开放的态度促进技术、人才的有效融合。创新可能会失败，我们不能非黑即白、非此即彼，对待以公司愿景和目标为初心的各种创新，都要抱着灰度的心态。鼓励创新，意味着我们要更宽容的看待失败。

结语：企业要实现基业长青，始终需要一个具有文化信仰和战略耐性的铁血团队，一个永远以技术引领为傲的发展思路，要以拼搏奋斗作为精神核心。

突破秘诀： 每天“创造性”地工作

文/稻盛和夫

□ 即使每一天的努力和钻研创新只有很小一点点成绩，但是，如果积累1年、5年、10年，那么进步之大就极为可观，最终就能获得惊人的创造性的丰硕成果。

敢于走别人没走过的路

“我们接着要做的事，又是人们认为我们肯定做不成的。”

这是得过新闻界最高荣誉“普利策奖”的美国著名记者戴维·哈尔伯斯坦所引用的我说过的话。戴维在其所著的《下一世纪》一书中，专门用一章的篇幅，讲述了京瓷和我的故事。

他说，自创业以来，稻盛就以这样的气魄不断开发新产品，不断突破，向新事业发起挑战。

确实，回顾我自己走过的人生，凡是人们都熟知的“走惯的路”，我从未涉足过。昨天走过的路，今天再走一趟，或者去重复别人已经走过的路，这与我的天性不合。我总是选择别人没走过的路，一直走到今天。当然，这样的道路绝非平坦。

同别人干一样的事，很难获得出色的成绩，因为那么多人走过的路上不会剩下什么有价值的东西。而无人涉足的新路，尽管寸步难行，却可以有许多新的发现和巨大的成果。我一直这么想，也就这样一路走来。

实际上，那些没人敢走的泥泞之路，行走虽然艰苦，却通向难以想象的光明灿烂的未来。

“扫地”改变人生

从创业到今天，半个世纪中，我充分利用新型陶瓷的特性，从各种产业用陶瓷零部件到各种半导体电子封装零部件，从太阳能发电系统到复印机、手机等，向广泛的事业领域持续地发起挑战。而且，后来又投入跨行业的通信事业，涉足宾馆事业等。

这并不是因为我具备各行各业的技术，而只是“每天不断进行创造性的工作”，半个世纪以来持续不断，如此而已。

为了说明这一点，我常用“扫地”作为例子。比如，到昨天为止，打扫车间总是用扫帚从右到左扫。那么，今天从四周向中间扫扫试试会怎样呢？

或者，光用扫帚打扫不干净，用拖把试试怎样？用拖把效果不好，向上司建议，花点钱买台吸尘器如何？买吸尘器要花成本，但从长期看，可以节省时间精力。再进一步，自己改良一下吸尘器，让它扫地又快又干净，如何？

就这样，扫地这么一件小事，只要开动脑筋，就可以想出许多又快又好的办法。

这样天天钻研突破，积累一年，你就成了扫地专家，你的经验就会受到车间全体人员的好评。这样的话，整幢大楼的清扫工作可能就会委托你负责。再后来，你就可以干脆成立清扫大楼的专业公司，并让它发展壮大。一切亦非不可能。



|稻盛和夫缔造的两家公司都进入世界500强

如果有另一个人，认为自己“不过是扫地而已”，懒于改进，天天都漫不经心，那么这样的人就绝不会进步，绝没有发展，一年之后还是老样子，仍然磨磨蹭蹭，还是扫地而已。

对工作和人生也完全一样。无论多么渺小的工作，都积极去做，抱着问题意识，对现状动脑筋进行改良。总想做得更好，总想不断突破自己，能这么做的人和缺乏这种精神的人，假以时日，两者之间会产生惊人的差距。

每天一点的钻研创新，日积月累，今天比昨天进一步，希望做得更好，这种“上进心”是工作和人生中最重要的，也是进入真正的“创造”之门的秘诀。

工作取得突破创新的“正确地图”

新型陶瓷技术革新的先驱——给予我这一光荣的称号，我觉得过奖了。如果说我配得上如此之高的评价，我认为那是因为我对新型陶瓷寄予的期望特别强烈的缘故。

在技术开发领域，要取得革命性的成果，光有专业知识，光积累技术还不够，还必须对工作具备强烈的

“愿望”。特别是在未知领域开拓事业，“无论如何，一定要把这样的东西做出来”，这种强烈的愿望绝对必要。具备了这种强烈的愿望，在未知领域遭遇意想不到的困难时，才能突破它。

在新型陶瓷这个行业内，我们是最后出发的。开始时，技术、设备、人才都不足，所拥有的只有“愿望”。但是，后来的发展证明，只要有这种“愿望”，只要这种“愿望”足够强烈，就足以克服任何不利条件，达到预定目的地。

当然，划时代的发明创造，不是只要一两年就能轻易做到的。有时即使10年、20年也达不到预定的目标。但是，如果因此半途而废，那么，任何新事业都不可能成功。

而强烈的愿望，就是在达到成功之前绝不放弃，一步一步前进，天天钻研突破，日积月累。所谓强烈的愿望，就是靠这种执着的努力来支撑。

以新型陶瓷的结晶技术为基础开发的太阳能电池就是一个突出的例子。取得今天的成功，我们花费了将近30年的时间，但现在它已经成为我们的主力事业。

就是说，“无论如何也想这么干”这种强烈的愿望是事业的起点。“不管怎样也要继续干下去”这种持续不断、不知疲倦的努力、钻研和突破，就是事业成功的推动力。

我没有可以夸耀的高学历，上苍也没有赋予我杰出的才能。我努力去喜欢自己的工作，强迫自己投入到新型陶瓷的研究中去。在这个过程中，我对新型陶瓷真的产生了兴趣，不知从何时起，就一头钻了进去。后来，按照客户的要求，我一心一意、踏实努力，不断钻研创新。因此，不仅经营的企业在新型陶瓷领域内首屈一指，而且我本人也成了这一领域的专家，从产、官、学各方面都获得了很高的评价。

我意外获得了一些荣誉，但回顾自己的人生，首先浮现在我头脑里的就是“天天钻研创新就能实现突破，孕育真正的创造和成功”这句话。这实在是太过平凡的经验。

即使每一天的努力和钻研创新只有很小一点点成绩，但是，如果积累1年、5年、10年，那么进步之大就极为可观，最终就能获得惊人的创造性的丰硕成果。

机遇与挑战并存， BOPA行业的未来在哪里？

文/徐微

凯文·凯利（Kevin Kelly）在《必然》一书中说：“没有不好的世界会停滞不前；某些方面过于公平的世界，也会在其他方面不公平得可怕。乌托邦中没有问题可烦恼，但乌托邦也因此没有机遇存在。”

对于BOPA薄膜行业来说亦是如此，一个行业的崛起并非一帆风顺。2016年是BOPA行业不平凡的一年，几乎全年都处于高位运行的市场行情。当然，对于BOPA薄膜厂家，与其说是迎来了行业的春天，不如说是迎来了新的机遇和挑战。

那么问题来了，BOPA行业未来的发展趋势到底如何？为什么说BOPA行业挑战与机遇并存？

BOPA薄膜行业的现状

中国是世界包装制造和消费大国，塑料包装在包装产业总产值中的比例已超过30%，在食品、日用品及工农业生产各个领域发挥着不可替代的作用。而在薄膜界拥有“薄膜皇后”美誉的BOPA薄膜，更是以其优异的特性在塑料包装领域脱颖而出。BOPA薄膜强度大，耐冲击、抗穿刺、温度适用范围广，目前主要应用于食品包装、日化及日用品包装、药包及电子类产品包装、其他包装如气球包装、建筑保温板包装等多个领域。随着人口的快速增长及人们生活水平的提高，更环保、形式更多样化的包装方式越来越受到人们的欢迎。近几年，除了传统的食品包装以外，BOPA薄膜在新的应用领域呈现出了逐年递增的趋势，锂电池铝塑膜等新应用领域的扩展也直接导致了BOPA薄膜产销量的不断攀升。

BOPA薄膜行业的挑战

BOPA具有较高的行业门槛，对设备装置的理解、对工艺技术的掌控、对研发创新的投入等因素，在一定程度上决定了今天的市场格局。但随着市场行情向好，BOPA膜企大部分都已有或酝酿新增产线计划，也有一些行业外资本正在蠢蠢欲动，2018年之后，BOPA薄膜行业的竞争将更加激烈。

BOPA行业未来的决定因素

智能制造引爆行业变革。近年来，新工业革命方兴未艾，全球制造业正迈向数字化、智能化时代。2016年11月，长塑实业隆重召开了BOPA4.0新时代发布



■ BOPA薄膜在新的应用领域呈现逐年递增趋势

会，在成功运行了2条LISIM生产线的基础上，又追加投资了4条LISIM生产线，重点布局并独家拥有BOPA第四代高端薄膜制备技术。该生产线实现了高度自动化，在“智能生产”和“工业4.0”方面有着突出表现，一举开创“BOPA 4.0”时代。长塑新建厂房的规划和设计都是围绕智能工厂的相关要素，一方面实现目前条件下所能达到的部分智能自动化和节能化，另一方面充分预留接口，为将来智能制造更新的成果尽可能实现无缝对接。2015年，国务院印发《2025中国制造》十年行动纲领，围绕“创新驱动、质量为先、绿色发展、结构优化、人才为本”的方针，从工业大国迈向工业强国。在不久的将来，BOPA行业将迎来新一轮的产能爆发，行业竞争将达到空前的白热化。智能制造所带来的“品质保证、成本最优”将成为BOPA膜企的核心竞争力之一。

唯改革者进，唯创新者强，唯改革创新者胜。创新是一个民族发展的灵魂，创新更是一个企业发展的不竭动力。

在产品方面我们要创新：随着生活水平的提高和人们对环保、节能愈发重视，目前软包装已由最初的简单保护内容物避免在流通过程中受到污染、渗漏而发展为承载更多的作用，比如延长内容物保质期等阻隔性、美观度、便利性、客户体验、绿色环保等。差异化、功能

性BOPA薄膜的开发和应用必将快速发展。在今年的全国两会上，商务部部长钟山提出“推动供给侧改革，满足个性化、多元化消费需求”，推动国民经济增长。目前长塑实业已经研发并成功推出了多款满足市场需求的新型功能性且高质量的BOPA薄膜产品，如具有优异的氧气阻隔性和气味保香性的EHA产品、高雾度及低光泽的MATT产品、易撕裂且呈直线的TSA产品等。

在客户服务方面我们要创新：激烈的市场竞争之下，要以客户为中心，以市场为导向，解决客户真正的需求。除了开发更高质量的产品外，膜企只有找到新市场、新需求、新趋势，才会找到新客户。

市场风起云涌，扩张不再是第一驱动力。习近平主席在APEC工商领导人峰会开幕式的主旨演讲中说：“生活从不眷顾循守旧、满足现状者，而将更多机遇留给勇于和敢于、善于改革创新的人们。在新一轮全球增长面前，我们要拿出‘敢为天下先’的勇气，锐意改革，激励创新，积极探索适合自身发展需要的新道路、新模式，不断寻求新增长点和驱动力”。膜企也一样，在当下市场利好的行情下，市场机遇和挑战并存，只有把握好行业发展的风向标，改革技术，升级产品，积极探索适合企业发展需要的新道路、新模式，才能在行业里稳健发展。

锂电包装用铝塑膜只能进口? 长塑PHA有话说

文/天霖

在上个世纪八九十年代，买一个大哥大外加入网费6000元，大概需要28000元。买两个大哥大的钱可以在北京三环内买一套一百平的房了。那时大哥大如同黑色砖头，重量超过一斤，往桌上一放，格外拉风。

据悉，2017年下半年iphone8将上市，重量不到两百克。

手机不断更新换代，在软件、硬件配置上都有迅猛发展。作为手机的动力源，从镍镉电池、镍氢电池到锂离子电池，再到聚合物锂电池的应用，手机电池一直往绿色环保、更安全、更轻薄、续航能力更强的方向发展。

锂离子电池主要有方形、圆柱形、软包三大类，其中方形和圆柱形的外壳主要采用铝合金、不锈钢等硬壳，而软包的外壳则采用铝塑膜。和硬壳电池比较，软

包锂电池具有安全性能更好、更薄更轻、电池容量大、循环性能好、内阻小等优异性能，它设计灵活，可根据客户需求定制外形。电子产品向小型化、智能化发展，软包电池体积小、轻薄化、柔性化的特点正好满足其需求。目前，软包电池在智能手机、平板电脑、可穿戴设备等消费类电子产品中得到广泛使用，苹果、华为、亚马逊等产品都采用了软包电池。

软包聚合锂电池采用铝塑膜包装，铝塑膜对软包电池的质量起着重要作用，是目前锂电池材料领域技术壁垒较高的环节。铝塑膜结构为PA/AL/CPP，三层膜之间通过粘合剂粘结，其中最外层采用PA薄膜，保护铝层不被刮伤和氧化。在阻隔性、耐电解液性能、绝缘性和耐穿刺性、工艺适应性等方面，软包锂电池对铝塑膜有较高的要求。尤其在铝塑膜冲深成型性能上，要求最外层的PA具有极高品质。目前，国内只有长塑的锂电



| PHA能有效满足锂电池的最外层结构对材质的性能要求

铝塑膜专用型尼龙薄膜PHA，能有效满足锂电池的最外层结构对材质的性能要求。

长塑新品PHA采用特定双向拉伸工艺生产，特别适用于冷冲压过程中对高延展性有要求的包装，比如锂电池冷冲压铝塑包装。它具有优异的均衡性、耐穿刺、耐撕裂性、抗扭曲性能，韧性好；并且阻隔性能优良，透明度和光泽度好，温度适用范围广，产品品质已达国际水平。

软包锂电池综合性能优异，在国内具有良好的发展前景。在数码锂电池领域，软包电池已占绝对优势，产值占比超过65%，未来还将进一步上升。动力电池是未来软包锂电的主要成长领域，国内如东风、众泰、北汽新能源、比亚迪等主流电动汽车企已纷纷开始尝试软包动力电池。2016年中国生产新能源汽车超过50万辆。到

2020年，全球预计生产电动汽车1600万辆（其中中国500万辆）。伴随行业快速发展，软包电池在新能源汽车市场的渗透率将不断提升，未来有望超过50%。据悉，多家主流软包电池企业均在2016年发布扩产计划，不少圆柱形电池企业也在考虑或已布局软包生产线。

目前，国内软包锂电池铝塑膜大部分来自国外进口。国内锂电池厂商面临巨大的成本压力，迫切需要降低锂电池原材料成本，铝塑膜实现国产化以替代进口的需求日益凸显。长塑所生产的高品质功能性新产品PHA填补了国内市场的空白，可以很好地满足市场需求。据了解，2017年国产铝塑膜市场占有率达到10%。可以预见，今后中国铝塑膜将逐渐不再依赖进口，中国制造将改变未来软包锂电池的格局。



We Are Family
We Are Family

长塑首届 家庭开放日

同心同行 塑造未来



创新+拼搏，成就“虎狼之师”

文/鹭榕

公司这些年业绩蒸蒸日上，是所有员工拼搏努力的结果。设备工程部作为公司的核心部门，肩负着维护公司设备安全、稳定、经济有效运行，及技术改造、节能降耗、工程扩建的重要任务。这支“虎狼之师”在这过程中做了哪些事，他们有何致胜法宝？

改善创新“成瘾”

公司管理层清醒地认识到：创新是企业发展的第一动力，要成为行业的引领首先要技术上具有优势。设备工程部始终将“改善创新”作为工作重点，践行工匠精神，精益求精。

设备工程部坚持独有的CPS精益制造体系，以“打造令行业仰慕的技术团队，运行行业最优良装备，制定行业清洁生产标准”为愿景，在拥有一线实战经验的同时，开创性的提出“员工个人进行自我启发与导师带教相结合”的培训模式，使班组成员不只注重提高个人能力，还努力提升全体成员的综合素质和技能。

设备工程部最引以为豪的工作，是保障新安装的全球最先进的BOPA磁悬浮生产线(LISIM)顺利由调试运行转为正常运行，成为国内独家掌握该技术核心的团队，并使之成为公司新的利润增长点；并利用LISIM生产线，配合开发成功高阻隔薄膜产品EHA，成功应用于多个市场领域，为国内客户在透明耐蒸煮高阻隔薄膜的选择方面，提供了难得的性价比极高的解决方案。

此外，设备工程部通过实施冷冻站纯水输送泵控制改造，缩短节水时间4个小时；对S120变频器散热风扇进行优化改善，可以提前预防维护类故障的发生，节省停机时间近300小时；通过技术改善，使过滤器更换时间延长，节约了大量停机时间，令压力处于可控状态，进一步提升了产品品质。

在过去一年里，设备工程部共提交技术改善建议82项，实施76项。几乎每个人都对生产线提出了改善项目，每一项均描述出详细的改善内容。其中重大技术改造8项，多项突破国外企业设置的技术壁垒。在持续进行设备改善与技术创新的同时，设备工程部还实施多个项目，大幅降低能耗。通过各项改善创新，设备运行效率得到极大提升，创经济效益数百万元。

在抗击台风的过程中，设备工程部团队协同作业，充分体现专业、高效、奋勇拼搏的精神。由于大家的努力，公司生产迅速恢复，损失降到最小。台风过后，公司对参与救灾的以设备工程部为主的所有员工进行了记功及嘉奖。设备工程部将公司赠予的“虎狼之师”牌匾，悬挂于办公室最显眼处，时刻激励班组成员。



■设备工程部团队

用行动诠释拼搏精神

设备工程部全体同仁坚持创新，更以百分百的激情，人人争当拼搏进取的长塑拓疆者。他们不顾一切地极度努力，去实现工作目标。

2016年中秋节夜间，超强台风莫兰蒂强势登陆厦门，狂风暴雨肆虐，公司厂房和生产线均受到严重的影响，导致整个动力、能源停止，整个生产停产。

台风登陆前，设备工程部的人员早已集合完毕，严阵以待；风力渐大，台风将登陆时，工作人员有序的关掉设备，断电，锅炉及时停机；雨越下越大，车间及高压房漏水严重，大家马上搬运沙土堵水，防止水漫到设备上造成损失。台风肆虐，一片狼藉，第二天一看，树木倒了一大片，门窗也坏了好多，锅炉屋顶甚至被掀翻，台风比想象中的破坏力更大。设备工程部人员马上对生产线、配电、配水、能源供给系统等进行抢修，连续奋战24小时，在市政恢复供水供电不到四小时，即让公司生产全面恢复，演绎长塑之“速”。

在抗击台风的过程中，设备工程部团队协同作业，充分体现专业、高效、奋勇拼搏的精神。由于大家的努力，公司生产迅速恢复，损失降到最小。台风过后，公司对参与救灾的以设备工程部为主的所有员工进行了记功及嘉奖。设备工程部将公司赠予的“虎狼之师”牌匾，悬挂于办公室最显眼处，时刻激励班组成员。

设备工程部人员个个爱拼敢赢，动力课的机修班长

老苏是典型代表。公司新近进行全厂检修，老苏的工作是5#、6#锅炉落灰口处理。锅炉长期运行温度达900-1000度，锅炉落灰口有5-10cm长期浸泡在水里，水面漂浮着煤灰，时间久了容易堵塞。每次堵塞，锅炉工就得下去疏通，单打开落灰口的检修门就得花5-10分钟，而且高温令人难以忍受。经过工程师反复研究，决定采取改善措施。

虽然已经降温检修，但是依然高热，进去不到十秒就会汗流浃背，在这样高温、缺氧、不能站立、只能蹲着的环境下，老苏总是拼在最前面，在只有一人宽的狭小区域进行一次次焊接、一次次切割。等他从里面带着笑脸爬出来时，早已浑身是汗，鞋子几乎能倒出水了。老苏用行动诠释拼搏，最终顺利完成任务。

结语：持续拼搏创新，不遗余力地忘我工作，由于在工作上的出色表现，设备工程部在2012年、2014年分别荣获厦门市和福建省工人先锋号，2016年获得长塑创新大奖，并于2017年获得全国工人先锋号殊荣。

设备工程部是一支朝气蓬勃的队伍，通过不断提升团队的综合素质和技术水平，吸引、培养众多高级技术人才，历经多年奋斗，已发展成一支敢创新、有技术、能拼搏的“虎狼之师”。以“创一流工作、一流服务、一流业绩、一流团队”为标准，全体成员专注精微、追求卓越，将助力公司“由大做强”，持续引领BOPA行业发展。

销售冠军法则 拼搏·服务·学习

文/鹭榕

做销售最重要的素质是什么？不同的人有不同的答案。有些人认为销售不就是多和客户交流，订单就水到渠成，其实没这么简单；有的人说是沟通技巧、亲和力、外表形象等等，不可否认，这些都很重要。对长塑营销中心销售人员来说，最重要的是拼搏的精神、用心的服务、以及持续学习。

2016年长塑全员齐心协力，公司销售业绩创造了一个新的高度。在公司的年终评优中：营销中心李荣周获得忠诚感恩奖，江伟森夺得年度最具拼搏精神奖，多名营销成员当选公司优秀员工，兰峰先、连新明、林远志拿下公司年度最佳销售团队。近日，《长塑之速》采访了营销中心部分同仁，感受这支销售铁军的风采，探寻他们的成功之道。

不管处境如何，瞄准目标全力拼搏

2017年春节前，员工陆续放假回家，长塑营销中心总监许剑坡在办公室写下了一篇深情的短文《这是一个需要被理解的群体》：

他们外表光鲜亮丽，西装革履，生龙活虎，到晚上可能常因为工作压力睡不好，在琢磨这个月的指标怎么办；

他们出差总会留心各种优惠打折的信息，只为尽量降低公司费用成本；

他们坐过各种交通工具，从飞机、高铁、动车、汽车、私家车、黑车、三轮车到开得跟飞机一样快的

摩托车，有些乡镇地区只能靠走路，他们还经常使用“霸道”手段，见车就拦，希望有哪位好心人可以捎上一段路；

他们背着沉重的行李包，可能一边挤公交车，一边打电话谈一两百万的生意；

他们尽力为客户提供最好的产品和服务，却没时间陪妻子看一场电影；

他们经常出差各地，其实从早到晚多数是酒店、车站、客户公司三点一线，那些著名旅游景点没空去看过。



【营销中心团队】

这里所描述的，就是长塑销售人员日常的经历。许剑坡常说：“销售比任何其他工作都更能锻炼人”。身处市场一线的销售人员，面临很多压力，只有将压力化为动力，以顽强的精神去拼搏，才能历经失败与痛苦的风雨，见到彩虹。

长塑成立不久，许剑坡就加入公司，成为销售团队的一员。此前他做工程材料销售，没有薄膜销售方面的经验。而BOPA属新型包装材料，彼时市场尚未成熟，产品应该用在哪些领域，要销往哪里，多数销售人员都像许剑坡一样不大了解。

但大家并没有被困难吓倒，他们投入大量时间和精力，从网络、书报资料、供应商、客户、行业专家、同行优秀企业等各方面深入钻研BOPA行业，熟悉竞争对手和上下游企业，全面了解最新市场信息，并及时将信息反馈给研发、制造部门，对产品进行改进，制定更准确的销售策略。他们全国各地一家一家客户去拜访、洽

谈、签单合作，也历经过许多拒绝和挫折。通过各种努力，逐渐打开市场。

市场压力巨大，早期许多销售人员因为忍受不了漫长的订单“空窗期”而离职，但也留下一批像许剑坡一样抗压能力强的人，摸爬滚打，顽强拼搏，无论如何也不放弃。正是因为他们，长塑才一步一步成长壮大，技术不断提升，产品质量升级，客户逐渐增加。

经过迅速发展，长塑已成为全球最大的BOPA薄膜供应商。如今所有长塑人站在更高的起点上，正向新的目标奋力前进。2017年初，长塑营销中心举行了一场特别的誓师大会，会上确定奖惩——“如果未完成2017年的既定指标，我区人员将全体吃生辣椒”“诅咒我这个胖子再胖3斤”“没完成任务就请各位吃饭、唱歌、大出血”……誓词虽略带搞笑，但体现了大家拼搏的决心。



| 精益求精，为客户提供高品质产品



| 服务客户必须专业且用心

不止是专业，服务更需要用心

销售是直接面对客户的人员，服务客户必须专业，但更重要的是用心。长塑拥有一流的技术和产品，销售人员训练有素，专业上自不待言。“很多人向我请教销售经验，但大部分是想知道销售的技巧和方法。以我的经验来说，技巧尚在其次，销售关键是一种用心服务客户的心态。”江伟森谈道。态度认真可以做对一件事，用心才能做好一件事，服务如何真正令客户满意，需要我们用心去体会和创造。

销售的天职就是组织公司的资源，通过做好日常的工作，来满足客户的需求。要做到这点，就要对自己公司和产品足够了解，更重要的是对客户有深入全面的了解。在客户需求不明确时应主动沟通，客户无需求时要及时保持联系，客户若回款不到位要及时处理。

销售人员蔡荣显分享了一套以“用心服务”为核心理念的完整工作心诀：做好销售工作，要乐观开朗，勤劳热情。与客户见面要保持微笑，电话沟通要耐心了解需求，回复客户要快速有效的构思销售策略。拜访客户，提前预约，合理安排线路，达到成本最优，时间利

用最高效。对客户的每个订单制定合理的销售策略，详细了解生产工艺、订单需求，并牢记于心，能脱口流利讲述，提高订单的达成，降低合作后的投诉风险。关注客户企业的发展情况，多方了解客户的生产、库存等信息，把握客户对订单的需求节奏，及时提供最好的服务，减少订单丢失风险和回款问题带来的合作风险。

真正用心把售后服务做到位，客户会很感动。长塑曾有一个客户，该公司按照高标准进行精细管理。长塑的薄膜卷用到底部，会留下包装用的底座，这家客户要求将这部分包材退回。物品虽不值多少钱，但处理起来比较繁琐，长塑销售人员都会按客户要求一件件耐心处理好。有一天，三十多度的高温天气，这家公司的董事长恰好经过，看到销售人员满头大汗，很专注地在处理这些事情：底座等包材称重，扣除防潮剂重量，计价，打包，找物流……了解到是长塑的员工，他非常赞叹：

“有这么好的员工，长塑一定不会差到哪里去，可以和他们长期合作。”

做销售工作，业绩固然重要，但不能只以业绩为目的，与对方接触交流。许剑坡提醒：“用心服务客户，关键是要待人以诚、尊重对方。真正进行商务谈判，可能十分钟就搞定，可是日常的交往也很重要。我们和客户之间，不能只是买卖，日常生活中要交心，真诚交朋友。”常年和客户接触，江伟森、李宏健等人都结交了一些既是合作伙伴，又有深厚情谊的朋友。

持续进步，打造学习型团队

做销售爱拼敢赢不够，还得注重学习。优秀的销售人员必定是一个专家，一个可以成为客户顾问的人。市场竞争非常激烈，销售人员只有不断学习，才能提高自己的素养、气质和言谈水平，而这些对职业成长是非常有帮助的。

长塑营销中心在市场上战果累累，同时非常注重团队学习。早在2014年3月，他们就成立名为“三人行”的内部知识分享平台，每个月精选一两名销售大咖，设

定一个与销售业务管理、团队文化建设、职业素质、职业能力等相关的主题，结合各销售片区遇到的问题、案例、优秀企业和优秀销售人员的经验等，做主题分享，并在内部开会探讨，相互学习。此举旨在打造学习型团队，帮助营销人员成长，实现高品质的业务交付。坚持三年下来，已有不错的成效，涌现出一批优秀的销售精英。

后记：在和长塑营销人员的接触交流中，能感受到他们身上那股拼劲，和注重服务、持续学习的精神。带着梦想扬帆起航，相信他们新的一年可以再创佳绩。

探索未知 研发就是着眼于未来

文/天霖



如今市场竞争越来越激烈，创新能力将决定企业未来的竞争力。对长塑来说，创新最明显的体现，是在研发上。2015年，长塑推出创新产品EHA高阻隔膜，填补了国内高端尼龙市场的空白，随后又陆续推出直线撕裂尼龙、锂电池铝塑膜专用型尼龙薄膜等新产品，满足市场日益增长的需求。致力于为客户提供更高品质的产品，长塑将持续研发，创新不止。

研发中心陈工程师是土生土长的厦门人，2011年留学归来，他毫不犹豫的选择回到厦门，加入本土BOPA行业新兴企业长塑；六年来他专注研发，和团队成员一起开发出多种新产品；他经常翻译国外最新文章，分享行业前沿动态；如今他再启征程，研发超高阻隔膜，试图为食品找到更好的包装材料。近日，《长塑之速》采访了陈工，聊聊他和产品的那些故事。

《长塑之速》：你在长塑工作了多久？回国后为何选择厦门，选择长塑？

陈工：我在日本大阪念研究生，2011年10月回厦门，也许是机缘巧合，第二个月就加入长塑大家庭，大概有六年了。我学化学专业，主要研究方向是有机合成，和长塑产品在专业上有一定的相关。糕点包装在日本是非常常见的，我发现他们的很多软包装糕点都是半湿润的状态，即使这样在常温下也能存放15-20天，并且香味保持得很好，让我觉得有点不可思议，后来才知道包装袋用的就是BOPA高阻隔膜。而那时国内的食品软包装相对比较薄弱，还有很大的提升空间。综合了解，我发现BOPA薄膜是个很有前景的行业，于是毫不犹豫的加入长塑。

《长塑之速》：前后算来你在长塑工作六年了，研发工作吸引你的地方是？

陈工：现在的时代，技术进步飞快，不确定性越来越多。研发工作最大的特点是不确定性，充满未知，这点让我很着迷。长塑的新品研发走在行业前沿，能从事新品研发，在BOPA行业有所建树，践行“长久呵护你我健康家园，倾力塑造人类绿色空间”的企业使命，我感觉很有成就感。在研发过程中我们也会遇到很多困难，这可以让我更多的去思考。和团队一起突破这些困难，做出新产品，得到客户认可，是很开心的事。长塑这几年开发的新产品，我都有参与。

《长塑之速》：和国际上一些厂家比较，长塑在规模和设备现代化上有优势，但在功能性尼龙薄膜上，我们是否存在一些差距？如何缩小这方面差距？

陈工：日本是世界上最先成功开发BOPA薄膜的国家，在软包装、BOPA薄膜这方面，可以说是全世界最领先的，代表性企业尤吉尼可已经经营了五六十年。在特种功能性薄膜产品上，他们也走在最前沿。长塑成立时间短，仅用不到十年就发展成为全球最大的BOPA薄膜供应商，公司不断致力于改善管理，对产品品质从严把关，引进世界上最先进的LISIM生产线，提升制造技术，注重科学的分析和总结，研发新产品，各方面已在国内处于领先地位，并逐步赶超国际顶尖水平。

《长塑之速》：留学的经历，给你留下比较深刻的印象是？

陈工：在工作上，日企员工给我最深的印象是专注，干一行爱一行，几十年坚持做一件事。一个事情做得久了，会有很多经验和新想法。他们会不断改善产品细节，改进工作的各个方面，把一件事做到极致。

这点跟公司所倡导的核心价值观很像，我们秉持工匠精神，高度专注，对产品研发和制造精益求精。长塑这几年快速成长壮大，但也只做BOPA薄膜这种产品，持续研发提高产品品质。

《长塑之速》：这些年在长塑工作，感觉如何？对从事研发的新员工，有什么建议吗？

陈工：我很喜欢这里的工作氛围，喜欢我所做的工作。我们公司老员工不少，大家以强烈的主人翁精神，一路拼搏，与公司一起发展到今天。

一般来说，公司的飞速发展，伴随的是更多的机遇。企业发展之路充满了风险和挑战，创新是提升竞争力的法宝。专注研发，不断优化升级产品，开发新产品，才能把握企业的未来。长塑作为行业领军企业，非常重视研发工作。新员工能在这个平台上施展自己的才能，是非常幸运的，应该珍惜难得的机会。相对来说，从事研发工作出成绩没那么快，须得恒久坚持，才能走得更远。

《长塑之速》：长塑成功开发了EHA高阻隔膜、直线撕裂尼龙、锂电池铝塑膜专用型BOPA等新产品，填补了国内高端尼龙薄膜市场的空白，这些新产品现在市场反馈如何？

陈工：长塑的新产品直撕裂膜，客户反馈效果不错。锂电池铝塑膜专用型BOPA已经在批量化生产，这种产品国内只有我们能生产。EHA高阻隔产品已经有成熟的运用。另外，消光膜，镀铝尼龙，都是比较成熟的产品，客户反映都很不错。



《长塑之速》：作为研发人员，开发一款新产品，碰到过最困难的情况是？新产品成功开发，原因有哪些？

陈工：成功开发一种新产品，要靠集体智慧，靠团队的默契和拼搏。首先要由市场人员了解客户的需求，深入调研沟通，收集信息；研发人员进行试验，设计配方；再交由生产、工艺人员制造新品。要是没有他们，新产品永远只能停留在实验室环节。

在实验室用小设备研发新产品，相对还是比较简单的。做实验小样品，几个人就可以操作。研发最困难的一点是从实验室到生产线，这是一个放大实验，受多种因素影响。实验室是间歇式的，做一块产品出来即可；生产线用大型生产设备连续生产，和实验室不同，操作难度非常大。可能在实验室已经做好了，但在生产线上无论如何也做不出来。这时需要不停地修改工艺，甚至连设备也可能要改造。

比如我们新产品EHA的研发，尝试了不同厂家10多种型号的高阻隔树脂，经过两年试验，多次失败和坚持，才设计出理想的配方。这还只是完成第一步，从配方设计，到材料筛选，工艺摸索，实验线小试，产品检测，客户试用，放大中试……完全成熟后才进行规模量产。这其中，凝聚了很多人心血和汗水。

《长塑之速》：到2020年，长塑要实现全球最强BOPA供应商的战略规划，从产品研发角度，你觉得可以如何帮助实现这个目标？

陈工：总体来看，国内BOPA薄膜需求量将持续增长，功能性薄膜的用量会越来越大。虽然现阶段用量相对小一些，但我们看发达国家，如美国、日本，功能性薄膜用量占比就比较大，这是一个趋势。随着人们生活水平逐渐提高、生活节奏加快，蒸煮、冷冻、休闲类食品的需求增长，相应的包装需求也在增加；电商的快速发展及商品包装小型化，食品、药品安全意识提高，促使包装结构升级；锂电池铝塑膜、VIP真空绝热板、真空压缩袋、气柱袋等领域近年来增长迅速……这些原因，将促使功能性薄膜用量增加。

长塑注重研发队伍建设，目前我们研发中心还在不断扩军。此外，我们还注重和高校、研究机构合作，聘请专家作为指导。高校有研究方面的优势，通过校企合作可以提升公司研发水平。

常规产品一般公司都会做，质量差别不大，一味拼价格，对大家都不利。从发展趋势来说，功能性薄膜代表公司的创新能力，将决定公司未来的市场优势。只有开发新的功能性产品，才能为未来做好技术积累，并打开国际市场，帮助公司由大做强，持续引领行业发展。

领先源自创新

我们专注BOPA薄膜的创新与发展
并推出多款新型BOPA薄膜产品



EHA

高阻隔型尼龙膜，适用于冷鲜食品及饮料、化学品及电子军工品等包装



PHA

锂电铝塑膜专用型，适用于锂电池铝塑膜



TSA

直线撕裂尼龙膜，适用于高温蒸煮食品、休闲食品、点心、拉链袋、医疗药包等包装



MATT

消光尼龙膜，适用于高档精美气球



VMPA

镀铝尼龙膜，适用于高档精美气球

积极心态 让一切变得简单且美好

文/天霖



制造一课制膜C班的罗雪珍长期奋战在制造一线，她以自己的坚持和乐观，默默奉献，成为很多员工的榜样；

她曾多次获得嘉奖及记功，是公司2016年度优秀员工；

工作之余，她还积极参加义工活动，是两岸义工联盟的优秀义工；

积极乐观的心态，感染了部门的同事，她所在班组被评为最有爱团队……

用心工作，成就职场价值

虽然已经过去了几年，罗雪珍还准确的记得入职那天的日期是4月6号，记得刚开始的情景。刚到长塑，面对新环境和新行业，罗雪珍感觉有些陌生。她决定把以前的一切归零，以空杯心态从头开始。在课长和同事们的热情帮助下，加上做事积极，学东西上手快，不到一个月，她已经熟练掌握并喜欢上了新岗位的工作。

目前罗雪珍已是经验丰富的员工，在制造一课负责把控两条生产线再造区域的运行情况及再生料的质量。经常给新员工做培训，她很乐于分享自己的经验，“新进一个公司，要学会接纳工作。不能想着只是为了完成任务，要在做事过程中去体会、学习，这事怎么做，其中有何原理，用心感受做事的乐趣。总的来说，好心态还是最重要的。”

罗雪珍在工作中认真负责，不计得失，敢于担当。岗位工作完成后，她又包揽了两条生产线再生设备的维护工作。凭借多年工作经验，查找出四十几处机器设备隐患点，并协助工程师实施三十多项细节改善。她提交的提案，如控制再生料质量的提案、解决一线再造切割压实机出口结块问题的方案、二线真空泵排污口溢料改善方案，均获得实施并起到很好的效果。持续跟踪并改善设备运转情况，罗雪珍为保障再生设备正常运转做出了贡献，于2016年底获得公司嘉奖。

2016年，罗雪珍因为在抗台风“莫兰蒂”过程中表现突出，获记小功一次。台风肆虐，厂房进水，很多树倒了，让她心里很难过。她四处巡逻查看异常，提前转移原料到地势更高的地方，不断清扫渗透进来的水……台风登陆当晚，罗雪珍一夜没睡，和制造一课课长及其他同事一道，从晚上八点一直坚守到第二天早上八点。在大家的共同努力下，将台风造成的影响降到了最低。

因为工作上的出色表现，罗雪珍获得2015年忠诚贡献奖，还被评为2016年度优秀员工。制造一课课长陈济显对她的工作非常认可，“她技术熟练，做事积极主动，责任心强，工作上的事情安排给罗雪珍，我非常放心。”

热心公益，践行企业理念

罗雪珍在工作上表现优秀，工作之余她还有一个身份——义工。2014年的一次偶然机会，罗雪珍接触到厦门情系未来义工服务中心，在民政局登记注册的一家民间公益组织。那时，她应一位朋友邀请去蔡尖尾山爬山，到现场发现他们一边爬山，顺便还带一些工具，做环保清洁工作。陆续去了几次，整个山变干净了，游客们也慢慢自觉的爱护户外环境。

参与几次义工活动后，她感觉挺好的，可以锻炼身体，还能做一些公益的事。更重要的是，她发现义工中心所倡导的宗旨“快乐自己，助益他人；完善自我，美化家园”，和公司“关注健康安全、环境友好和资源节约”的理念相似，长塑非常重视企业和人、自然、社会的和谐发展，这些理念已经逐渐融入她的心里和日常行动中。比如，公司加入全球性公益组织SAVE FOOD，响应“为人类食品提供合适包装”的倡议，她就从自己做起，吃饭时少拿一点，尽量光盘，不浪费粮食。参与公益活动，有机会进一步践行这些理念，让她感觉很欢喜，做起来毫不费力。罗雪珍心想不管做什么，都要认真做好。这三年来，她参加了义工中心关爱老人、环保、助学等大大小小不少活动，已逐渐成为骨干成员。

做义工让罗雪珍感到很快乐，时常心怀感恩。良好积极的心态，也影响了部门的同事。2016年初，她曾组织制造一课制膜C班和分切A班的同事，到公司附近社区做环保活动，倡导垃圾不落地。很有爱的举动，令清洁阿姨忍不住点赞。慢慢的，有一些同事如副课长胡小波，以及分切的同事，也会带孩子一起去做义工，同事们外出游玩会更加留心爱护环境。2016年底，制造一课制膜C班和分切A班的成员被公司评为最有爱团队。

后记：罗雪珍很感恩公司提供这么好的发展平台，感恩部门主管和同事的信任和关照。获得一些荣誉，让她有些意外，她觉得只是做了应该做的事。她把工作当作自己的份内职责，力求做到最好，还经常想办法改进。罗雪珍给身边同事最深的印象，是心态很好，积极乐观。她善待每个人，有时也会有一点点小确幸，在工作、生活中，或是做义工时，感觉一路上遇到的都是很好的人。她说：“人只要把心态调整到幸福快乐的状态，就会经常都是快乐的。在工作中不断突破挑战、实现目标，让我很开心。”

探访世界级薄膜工厂 首届家庭开放日 成功举办

文/鹭榕

2017年1月14日，主题为“同心同行 塑造未来”的首届家庭开放日在长塑园区成功举办，吸引了近600位员工和家属参与。世界级薄膜工厂首度向员工家属开放，长塑“神秘”的面纱一一展现在大家眼前，各种妙趣横生的活动让平日高冷的“智能工厂”充满了欢声笑语。

长塑精心准备了一系列丰富多彩的活动让家属们游玩互动。大家不但可以在签到处领取潮流玩具，拍摄全家福，还可以在文化活动区绘画、套圈圈、滑滑梯……尽情地玩耍放松。值得一提的是，长塑还将下游应用的包装产品，如火腿肠、豆腐干、洗衣液、大米等植入到

游戏环节，让家属们对长塑产品可知、可见、可感。

长塑安排了精彩的游园活动，同时，还开放BOPA现代工业区，让家属们实地参观各条生产线。当亲眼看到世界最先进的磁悬浮生产线自动化生产薄膜的整个过程，家属们更是纷纷赞叹，对长塑先进的科技实力大开眼界。

走进自动化的生产工厂，了解世界上最先进的薄膜生产技术，家属们边走边看，边听边问，对长塑的认识开始变得清晰、立体起来。“以前不懂长塑是做什么的，现在一看，原来我们每天用到的洗衣液包装袋、大



| 我司精心准备了一系列丰富多彩的活动

米包装袋，都是用咱们长塑薄膜制造的。孩子在这么优秀的公司工作，我真是高兴。”参观时，一位阿姨自豪地说道。

为了让家属们进一步了解家人的工作，深入体验科技长塑的魅力，公司还组织家属们参观完善的检测室和先进的实验器材，现场讲解好坏包装产品的辨别，并展示用长塑薄膜制作出来的产品。活动结束后，公司还暖心地给每个家庭拍摄、印制全家福，以留住这美好的时刻。

首届家庭活动日的成功举办，让家属们更加理解了

家人工作的意义与重要性。它在公司和员工家庭之间搭起了一座桥梁，增进沟通了解，拉近双方的情感联系，进一步提升了员工的归属感。作为全球最大的BOPA薄膜供应商，长塑所取得的成就，离不开员工们的不懈努力和辛勤付出，也离不开家属们背后的支撑。在公司不断发展壮大同时，长塑一直努力为员工们营造更加温馨的企业文化，创造更加广阔的发展空间，提供更加舒适的环境和更加丰厚的回报。而正是这样的企业文化，不断推动长塑创造一个个“世界奇迹”。

武夷登山 长塑人“拼”劲十足

——记营销中心2017誓师动员大会

文/林霖

2017年初，我参加了营销中心在武夷山举行的团建活动，领略武夷山鬼斧神工的天然魅力，更深刻的感受到了整个团队的凝聚力，和不惧困难、积极前行的精神。

武夷山拥有秀美的身姿，吸引无数游客前去饱览那醉人的山色。清晨的武夷山，微微凉风带着蒙蒙的水汽环绕整个山城，仿佛仙境。我们第一天的行程，从登天游峰开始。

马上要登山，导游简单的介绍登山安全注意事项后，大家迫不及待的出发了。小林一马当先，拿着旗帜走在最前方，外销和客服的妹子们巾帼不让须眉，紧跟大部队，甚至有些走在队伍的前端。刚开始路还算宽敞，在转过弯路后，大家渐感吃力，这时的路其实不是路，只是古人在山背上凿出来的凹槽，两边用水泥柱子连接着铁链，非常不好走。男同事主动帮女士们拿背包、拿衣服，大家互相鼓励，立志要共同征服这座山峰。

走到半山腰，大家已气喘吁吁，汗流浃背，只好停下来喘口气。倚栏远眺，四周是层层叠叠的青山，山下就是幽静怡人的九曲溪，溪上一队竹筏顺水而下，听到筏上的游客对着远山呐喊，一股豪情顿时涌上心头。再苦再累对我们长塑人来说都不是个事，大家卯足干劲继续爬山，汗水湿了衣裳，感觉双腿已经不是自己的，剩下的一段路极其陡峭，大家只能手扶栏杆，咬着牙齿一步一步向上攀登。

眼看就要到达山顶，队伍速度越来越慢，这是体力和精神上的双重考验，大家没有退却。忽然听见一声呼喊，抬头一看，原来小林已登上山顶，正向我们挥舞着旗帜。看到旗帜，大家又有了干劲，继续向前，终于一个一个登上山顶，脸上露出成功的笑容。站在山顶上可以看到大半个武夷山，九曲溪忽隐忽现映入眼帘。山上云遮雾绕，恍如隔世。清风拂面，逐渐吹干了衣服，带走全身的疲惫。一个小时后，大家恢复活力，重新集结队伍，兴冲冲地向山下走去。头一次和数十人的队伍一



【登山，不轻言放弃】

起登山，感觉特好，真为我们永不放弃、从不轻易言败的顽强团队点赞！

下山后，我们乘小竹筏顺流而下，游览九曲溪，体验人在画中游的美妙感觉。最后，到一处农家茶庄品茶，茶香萦绕，大家畅谈分享喜悦的心情，结束了第一天的行程。

第二天，此行重头戏上演，营销中心举行了一场总结和誓师大会。在会上，表彰了过去一年交期、销量，成长最快的同事。许总谈道：在大家的努力下，2016年我们顺利完成既定目标，但还有许多可以改进的地方，比如可以做到更准确的交期，应追求更高的产品品质。随着产品种类增加，产量扩大，产品质量提升，压力也越来越大。一件事情做好容易，要持续做好就不那么简单。

到了立军令状环节，九张金黄色的军令状一字排开，各个片区销售人员轮流上台，铿锵有力地喊出自己

的口号，做出销售目标的具体承诺，并在军令状上签字。签了军令状，又多了几许责任，每个人对自己也有更高的要求。从大家坚毅的眼神可以看出，2017，我们准备好了。

第一次参加团建活动的新员工很兴奋：“看到同事们拿奖好羡慕啊，我要学习他们身上那种担当、拼搏的精神，学习他们的销售经验和技巧，很感恩公司提供这个平台让大家尽情发挥，感恩领导在困难时候给予支持，还有同事的帮助。”郑总高度赞扬了销售团队在2016年市场运营中所起到的先锋作用，他提醒大家居安思危，随时保持清醒的头脑。

武夷山之行是短暂的，但是内心的感受久久难忘。这次活动让每一位员工感受到了快乐，更感受到了公司家庭般的温暖，大家心连心、手牵手，增强了凝聚力，彼此加深了解，增进感情，团队相处更加和谐。未来我们的挑战将更大，还有很多困难要去攻克。2017我们将踏实工作，奋力拼搏，谱写新的篇章。

在回顾中 看清并 提高自己

文/兰峰先



都市的快节奏，让我们急着赶路，总在焦虑前面的路怎么走、终点在哪里，却忘记了路上的风景和美好的回忆。

学生时代，我们会经常复习功课，以取得理想的成绩，但是参加工作后，往往少了回顾。

我们需要回顾，回顾让我们找出自己的不足，及时充电、改进、提高；或发现自己的优点和长处，提高自信，面对困难时不逃避、不毛躁，提高抗压能力。例如：当我们碰到一件事没法处理，无数次想放弃，但最后还是坚持下来，事后会发现其实没有想象的那么困难，只要耐心处理，方法总比困难多，总会度过难关。以后再碰到其他困难，不会轻言放弃。

生活需要回顾，在不同的时空人有不同的心情，从新的角度回顾一件事，会有不同的收获。生活中不缺少美，而是缺少发现美的眼睛。多从不同的角度看问题，多给自己或他人机会，不着急下结论，会发现同一件事有不同的解决方式，会发现同一种东西具有不同的美。

回顾工作，可以让我们认识到错在何处，不再重蹈覆辙；可以让我们提高工作效率和客户满意度。在BOPA销售过程中，我们有时会吃闭门羹，有时一个订单反复谈判几天甚至几个星期才搞定，这就需要进行总结；一张订单看似简单，其实包含很多细节。谈订单的时候，如果没有确认好数量、交期、规格等细节，可能会造成交货不及时，耽误客户生产。如果没有确认好用途、产品等级，会给客户和公司造成巨大损失。回顾可以让我们更注意工作细节，积累经验，快速成长。

有人会说，有些事就是不愿意再回首，有些人就是不愿意面对，感觉是在揭自己的伤疤。不再回顾就真的好吗？不愿意回顾就代表没有战胜自己，不愿意面对困难，不愿意承认自己的错误，不愿意原谅别人……要知道自己才是最大的敌人。

让我们多回顾、敢于回顾。面对真实的自我，解放自己，战胜自己，从自己的阴霾中走出，面对阳光。让我们在回顾中发现不同的美，在回顾中增强自信，提高自己，找到快乐。

这一站努力 下一站起航

文/素笔



一天上午爬楼梯时，迎面下来一群青涩且自在如风的少年，感到莫名熟悉，猜想他们是新来的应届生吧，是我们曾经的样子。不禁让我想起，自己是应届生时，领导给我们培训，曾把公司比作“诺亚方舟”。现在想来确是对的，在经过长达三个月的实习期里，大家必须努力学习，从众多应届生中脱颖而出，具备优秀的职场素养和专业技能知识，才能获得如期登船的资格，与公司一起扬帆远行。

既然下一站要起航，这一站必须全力以赴拿到登船的船票。关于这一站如何努力，我想和大家分享一下自己曾经的实习感悟，希望能给迷茫的你们一点帮助。

首先，要清楚实习期最主要的任务就是了解企业文化及业务流程。针对这个任务，公司会安排一系列的讲座培训及分模块的实践学习。讲座培训的内容属于理论干货，内容可能不易理解，培训形式比较单一，刚开始你会带着满腔热情好好听讲、做笔记、学习，但是时间一久，就容易懈怠，上课开始走神、玩手机、不做笔记、不认真总结等等。如果没有坚定的信念和毅力，学习就容易虎头蛇尾，浅尝辄止。那么很遗憾地告诉你，你已经输在起跑线上了，前期知识掌握粗浅，导致后续的实践无法快速接轨，更容易犯错甚至发生事故。这样的情况在很多新人身上发生过，希望大家引以为戒。

其次，要开放包容面对分模块实践学习。这个阶段，我们实习生会被分配到公司的营销中心、制造中心、技术部等关键业务环节去定岗实习。这时候最经常犯一个错误：只在自己定岗的部门认真实习，对其他部门的事不以为然，抱着一份事不关己、高高挂起的心态面对。其实恰恰相反，这是最好的学习机会，你可以在各个部门随心学习，遇到的任何问题都会有人耐心帮你解答。等过了这个时期，关于其他部门的问题已经没有人有义务帮你解答了。因此希望大家认清各部门实习的重要性，以开放包容的心态去迎接业务链条上的各种实践学习，切莫错过最佳的学习机会。

最后，在实习后期把握初心，方得始终。实习后期找不到方向和位置，感觉到迷茫和尴尬，是新人最常遇到的问题。他们觉得这时候已经无事可做，白白浪费时间，于是急切回归本部门。其实想早点回归自己岗位工作本无可厚非，但如若因此影响团队协作和整体计划推进，又错过了学习确定目标和职业生涯规划的机会，就得不偿失了。因此，友情提醒大家，你们是一个团队，即使你没有能力成为团队主心骨，也绝不能成为拖累团队的绊脚石。实习期会给你一种重新上学的新鲜感，也会给你带来一群志同道合的好伙伴，别在最后辜负了三个月的实习，辜负了小伙伴们的情谊。

在实习这一站真正努力的你，才有资格虎虎生风地在下一站起航。至于下一站该如何起航，相信你有你的姿态，而我，也愿在那时再与你分享……

化繁为简 实用销售方法 1+2+1

文/朱武洪

在销售人员眼中，没有卖不出去的产品，有的只是方法问题。在学习销售产品之前，首先要学会销售方法。掌握合适的销售方法，让客户相信你和你的产品，最后才会买你的产品。但是，现在的销售行业越来越热，门槛越来越低，很多销售人员没有学过销售课程，就上岗销售，这样摸着石头过河，想要干出一番事业确实比较难。

一个公司要有自己的文化和理念，才能把所有人团结起来，朝共同目标前进。在销售方面也要一个好方法，才能赢得客户信赖，建立稳定的合作关系。“销售1+2+1”就是非常好的销售方法。

对于已从事或即将从事销售工作的人，我们的社会经验、人脉关系不论丰富还是空白，都要有饱满的工作激情和不怕失败的心，保持这种心态特别重要。

“1+2+1”中的第一个1是指：销售的第一步，在目标客户公司中要有一个“向导”，他可以是目标公司的任意一位工作人员。通过必要工作与向导打好关系之前，我们要先提高自身的“硬件”和“软件”。所谓“硬件”就是我们的内在修养和外在形象。第一印象非常重要，第一印象好与不好，决定了这“向导”还愿不愿意跟你第二次见面，给你有用的信息。我们的“硬件”非常好了，也不是就一定能成功地找到向导，还要看“软件”如何。“软件”指的是我们的专业知识、公司产品的好坏、公司的信誉等。毕竟我们是要通过“向导”把我们的好产品引进他们公司，如果我们的“软件”不行，就算把我们领进门，也会破坏他在公司的形象和地位。所以，我们必须先把“软件”和“硬件”完善好，才进入销售的第一步。

接下来跟“向导”接触的时候，可以进一步了解目标公司，掌握有用的信息。向导在目标公司的地位高低不等，但一般可以介绍目标公司的架构，公司的决策者是谁等等。了解这些后，再进行下一步销售工作。

“1+2+1”中的“2”代表的是两个人——自己和决策者，这两个角色是决定销售成败的重要因素。“自己”的任务是要把我们的产品推荐给客户，让客户接受它。而决策者就是顾客，他决定要不要买你产品，他是整个销售过程最重要的角色。决策者在目标公司的地位一般属于中上层，可以是采购经理，可以是老板，或者是技术总监。无论是谁，首先考虑的都是他们公司的利益和产品。拜访客户时，我们要先做好“功课”。可以先做一个SWOT分析，弄清楚自己公司的优势劣势、机会和威胁，了解客户的需求、背景、现状，以及客户最头痛的问题。然后策划一个方案，帮助客户解决问题。最后，要多拜访客户。拜访客户时，要经常展示公司的新产品给客户看，以增进了解，让客户对产品有个好印象。

“1+2+1”中后面的“1”代表的是销售人员。作为销售人员，不光要做目标公司前期情况收集、努力促成交易，还要做好后期客户关系服务及管理，建立详尽的客户档案，提供及时、定时的客户回访互动，建立稳定的客户关系。

做好以上所说的几步，销售工作看似复杂，其实没那么难。在实践中多应用，注意总结经验，不用多久就可以应付自如。



部分学员心得

及人才发展培养计划。内部讲师培养和另外两项重点工作有着密不可分的关系，因此，内部讲师培养可以说是今年培训工作的重中之重。

今年2月，公司发布了《内部讲师管理制度》，将从讲师甄选、培养、聘任、考核、激励五个方面对内部讲师进行系统的管理。在制度发布后，第一批讲师的甄选随即启动，要进入内部讲师候选人队伍，不仅要具备良好的业务能力、丰富的业务知识与专业经验、良好的表达能力，还要乐于分享、具有优秀的品行，经过各事业部层层筛选，36位讲师候选人脱颖而出。

3月24日至3月25日，第一批内部讲师TTT培训拉开了帷幕，在两天一夜的课程中，来自博格咨询的饶老师带领大家一步步了解并掌握课程选题与命名、课程核心目标确定、课程结构设计、课程内容开发的技巧，饶老师运用理论引导、影片分享、案例分析、互动讨论、身体力行的参与、列举解决问题方案等方式，让学员体会到掌握课程演绎技巧对提升课程效果有极为关键的作用。

TTT培训靠学习强化，更注重实战，按照考核要求，两天的时间内所有学员都要运用所学的课程开发和授课技巧，完成原有课件的优化，并准备5分钟的微课程，现场进行演绎。在第一天白天的课程结束后，学员们就开始着手将课堂所学运用到课程主题开发中，通过老师一对一的辅导，对知识点的吸收和运用有了进一步的提高。很多学员为了更好的呈现自己的课件设计内容熬夜到凌晨，投入越多，收获越多，第二天每个人5分钟的课程演绎，课件内容设计比受训前有了很大提升，演绎更加生动。最后，共有33位讲师候选人通过考核，公司第一批内部讲师正式产生了！

课程结束时，学员的分享引发大家深入思考成为内部讲师的收获和意义，“准备课件时我要查阅大量资料，为了让枯燥的知识可以使学员有效吸收，第一次尝试把课程设计得更生动，这个思考优化的过程，我发现收获最大的是自己……”，教学相长，没有实践永远体验不到其中的收获和喜悦，这是比知识技能提升更为宝贵的财富。TTT培训只是为内部讲师开启了一扇学习之窗，在内部讲师养成的路上大家仍需不断努力，相信会有更多的收获。希望越来越多优秀的伙伴加入到内部讲师队伍中，达己达人。

靠学习强化 用实战说话

——第一批内部讲师 TTT培训侧记

文/Canace

培训界常说，一个企业培养人才的水平主要取决于两个群体的能力，一个是培训管理者队伍的能力，另一个则是内部讲师队伍的能力。在大多数企业，内部讲师都是公司人才培养、知识传承的重要载体。公司处于高速发展的阶段，对人才的需求非常急迫，也对我们人才培养的能力上提出了更高的要求。年初，培训部门确定了年度三大重点工作：内部讲师培养，课程体系开发



有幸参加2017内训师TTT培训，短短两天的课程，真是收获满满。老师用他的睿智和风趣让我知道作为一名合格的讲师，不单要懂得“讲”，还要做好演讲中的技巧和细节，比如生动的开场导入，台上的礼仪，控场技巧等。导师在整个过程中要发挥“编、导、演”的作用，才能让学员有效的接受到知识。——邱贤辉



TTT培训有系统的知识结构，涵盖了课程设计的方法、上台演绎技巧等，让人印象深刻。这个课程最大的亮点，是通过学员直接上台讲演，把真实的自我展现出来，紧张感如何克服、眼神如何交流、手势如何展现、走动如何更自如、语调如何更亲切，这些在以前讲演中不懂处理的细节，老师都一一作出点评与指正，让我受益匪浅。师傅领进门，修行在自身，让我们在以后的实践中共同成长。——郑瑞刚



虽然我不是最优秀的学员，但是学到的一点也不少。课程内容设计、生动化设计以及演绎技巧这三方面我都得到了全面的提升。其中，给我启发最大的是“课程生动化设计”，作为一名老听众，深知它对听众的杀伤力。一堂枯燥无味的课，不但在听的学员少之又少，而且在听的学员能学到的也不多。而一堂生动的课，既能激发大部分学员的学习兴趣，又能提高学员的吸收能力。对我来说，最困难的是面对不同的课程内容，怎么去查找与选择素材使其生动化。当然，给我足够的时间，一切都不是问题！——李永泉

出名要趁早 ——五招搞定自我介绍

文/汤洁



当你22岁大学即将毕业，第一次参加面试时，主考官让你介绍自己，还记得你说了什么吗？新人入职你要怎么向陌生的同事介绍自己？相亲见面时你又要怎么介绍自己，把自己成功卖出去？

常规的介绍大概就是：“我叫张三，今年26岁，籍贯天津，生于江西，长于广西，学在山西，现在福建。”进阶的介绍可能变成了美食介绍：“我叫张三，今年26岁，籍贯狗不理包子，生于瓦罐汤，长于桂林米粉，学在老陈醋，现在铁观音之乡。”

内部讲师TTT培训中，学了介绍大法之后同学们天马行空奇思妙想，给自己的名字“添油加醋”，肤白貌美的A同学用上了广告词：“我就是传说中白里透红、与众不同的A。”B同学用上了谚语：“滴水之恩，理当涌泉相报，我是李永泉。”C同学急中生智：“司马光砸缸，我是李大方。”D同学采花无数：“这是花木兰，这是花无缺，这是苗翠花，我也是一朵花。”E同学自嘲了一把：“不管我怎么努力，都当不了正总，因为我姓傅……”

本来枯燥难记的名字，经过老师指导、组员们互相提点之后，大家的自我介绍犹如神来之笔，引来台下阵阵掌声。

达芬奇说：“眼睛是心灵的窗户”，而好的自我介绍则是与人沟通的一记敲门砖。自我介绍能拉近你和对方的距离，也能拉开你和对方的距离；自我介绍能让你赢得满堂喝彩，也能让你嘘声一片；自我介绍能让你一举成名，也能让你泯然众人。

春雨贵如油，出名要趁早，让别人记住你也要趁早，以下五招，赶紧学起来吧！

TIPS 自我介绍五招式

— 漏斗法 —

从自己的工作经历、专长、爱好、性格等方面找出与主题相关的元素进行自我介绍，让主题与名字产生关联。一名叫张丽云的老师：“我叫张丽云，在公司从事环境安全管理工作8年，学习的专业是环境工程，今天和大家分享环境保护的内容，希望我们一起来保护环境，每天都可以看到蓝天白云。”

— 幽默法 —

同故事中的E同学。

— 谐音法 —

一名叫崔德姬的老师分享《生产管理》，他幽默地介绍自己叫“催得急”。

— 名字拆解法 —

一名叫刁媛的老师分享《工作关系》，她介绍：“刁是习近平的习字少一点，媛是彭丽媛的媛，希望大家学习《工作关系》课程后能像他们一样幸福。”

— 名人联想法 —

一位讲《如何成为一名优秀的基层管理者》的朱荣华老师介绍自己时，在PPT上引用朱元璋、朱德、朱镕基等名人图片，说明他们的共同特点是姓朱，而且都是很好的领导者，希望课程之后大家也能成为优秀管理者。

日前，有幸参加了公司组织的内部讲师TTT培训。在两天的课程里，饶建辉老师以精彩的讲课技巧，运用理论引导、影片分享、案例分析、互动讨论等各种方式，为我们讲授课程设计及课程演绎技巧，为大家创造了一个思想碰撞的机会，在碰撞的过程中，才感觉自己距一名内部讲师的要求还有一定距离。

曾子曰：“吾日三省吾身：为人谋而不忠乎？与朋友交而不信乎？传不习乎？”这里的“传不习乎”有一层意思是传授给别人的东西，自己是否反复实践操练过，这是对学员的负责，否则就是误人子弟，所以我对课堂上老师所说的“准备比资历重要100倍”很认同。要想做好一件事，事先要有充足的准备，一个好的内部讲师更是如此。记得我们五分钟的微课演绎，学员上台前会在脑海里过一遍要讲的内容，想着一定要用上老师教的手势、眼神聚焦、声调起伏等，但真正站在台上还是紧张，把该用的手势、眼神等技巧都忘了，不好的口头禅及习惯一时之间也难以改变，时间把控不好……其实这就是准备做得不够，操练不够，所以说准备比资历重要100倍。

培训虽然结束了，但我们的思考没有结束。老师所传授的知识和技巧都适用于我们公司内部培训吗？答案是否定的，如果希望用一种培训达到包打天下的目的，这种初衷就是不正确的，不同岗位的员工具有不同的知识结构及不同的需求，不同的课程也具有不同的授课局限，这就需要不同的授课方式，而不是非得把老师教的生搬硬套全都用上，那样反而不伦不类。我们应该从老师所传授的知识和技巧中，选取适合我们各自课程的部分加以运用，就像鲁迅先生讲的“拿来主义”，而不是全盘接收。企业做内部培训的目的，是通过培训让员工迅速成长，能更好的服务于本职工作，所以我认为内容为王，要有员工需要的知识和实际工作中解决问题的办法，而不是注重华而不实的东西。对于企业的内部讲师来说，一定要了解企业内训的意义，注重培训内容的真实性与针对性，结合当前培训本身做诊断，知道需要培训什么内容。缺什么补什么，这是做培训的原则，也是一个内部培训师的职责。

培训是一项任重道远的工作，需要全员参与，接下来还有艰巨的任务等着我去完成，我会好好准备，把自己所学的知识分享给大家。内部培训是我们学习交流和共同成长的舞台，为我们提供了一个充电重新出发的机会。我相信，通过我们内部讲师的努力，必将为公司的持续发展注入源源不断的动力。

TTT培训 虽已结束 思考才刚刚开始

文/傅一笑

梳理经验 有效传承知识

——内部讲师TTT培训 学习成果分享

文/William

唐代韩愈《师说》“古之学者必有师，师者，所以传道受业解惑也。”学校老师常直译为传播道理、教授课业和解答疑惑，实际是指教育的综合过程。师者梳理总结既有经验，并转化成可传播的语言，在课堂上有效地教导知识，让学员们有效吸收，才能实现有效的传承。

通过本次TTT（Training the Trainer to Train）学习，让我们更进一步了解内部培训：首先要了解讲师的角色：编辑、引导、演绎；认知内部讲师的价值方向：促进自身成长、有效传授以实现被认可的成就感；同时要求内部讲师需要具备人才发展、互联网、绩效管理三大视野。

俗话说“台上三分钟，台下十年功”，内训师的固有使命是传播知识、分享智慧、让学员具备丰富的专业知识以及广阔的视野；内训师的主要职责是编写教案、授课，并承担部分培训课程的开发，承担培训项目（如新员工培训项目），或一些不需要由外训师承担的培训课程（如产品知识培训课程、管理制度培训课程、企业文化宣导课程等）。内训师面对的是工作中的同事，你的一言一行学员们了然于心，要获得好的效果，必然要求课程的设计简明扼要，引人入胜，做到“凤头开场——引人入胜；猪肚主体——内容充实、条理清晰；豹尾收结——简短精悍、耐人寻味”。

学校教育，主要是培养我们学习方法、学习习惯，一个人的成长更多的是在进入社会后不断主动汲取知识，职业生涯的发展尤其仰仗于自身知识能力的积累。而要成为企业内部培训讲师，作为成人教学，与学校老师的循序渐进式大有不同，在职教育，成人教育，须短平快，在培训课程中需要结论先行，亮明观点。适用于成人学习培训的方式主要有：游戏启发、案例分析、头脑风暴、角色扮演、竞争比赛、现场辩论、边学边做、分组研讨以及视频资料等，要让学员进入角色，共同参与，以实现在课程中掌握消化。

通过本次培训，我学习到控制紧张情绪的有效方法：生理舒缓——肌肉放松、呼吸调适；心理诱导——回想喜悦、预演成功；自我解脱——放开自我、身心投入；超量准备——准备充分、大量练习。人们在一对多的场合中，常常因自身怯场引发自我压迫感，只有做好情绪调整，才能有效地释放自身能量，以免出现“茶壶里的饺子——有料倒不出”的尴尬。当然，内训师自身的能力是基础，这就要求我们具备专业知识、专业技能、问题解决、人际关系、周边知识以及基本素养这些素质。

师者，亦为桥梁，承担着知识传播、经验传承的主要作用。在这过程中对事前准备、课堂演绎、效果调研要全过程充分掌控，方能有好的效果。因为专业，所以从容，和大家共勉。

有幸参加了公司组织的TTT培训，我深刻的认识运用工具和方法对课程成功的重要性，和大家分享我的收获和感想。

从开发一门课程到最终在课堂上演绎成功，其实是一个小型的项目。“编—导—演—收结”是这个课程从开始到结束完整的生命周期。项目成功的关键，在于对这个过程每个环节的有效管理。在其他大型项目，如产品开发、基建工程、大型赛事、软件工程、管理变革等，会运用到很多的方法和工具以确保成功，而对于课程开发演绎这类小项目，我们却往往忽视了方法和工具的应用。在追求效率和实用主义的今天，有时甚至会在主观上不屑运用，认为只要有“干货”就好，不需要那些“花架子”，认为用了喧宾夺主，还浪费时间。我之前也有类似的想法，在上完TTT的课程之后，有两个感受让我转变了观念：

第一个感受：之前开发课程我会考虑呈现方式、互动、氛围营造等，但都是非常感性和零散的方法，未上升到系统知识结构的层面。TTT的课程让我豁然开朗，老师呈现了一个“百宝箱”，在课程开发这个小项目中运用工具方法的丰富性、系统性，让我大开眼界。

第二个感受：在我用思维导图总结TTT课程的“干货”之后，我猛然意识到，这些“干货”像咸鱼干，没有活力，如果不是老师在两天内，用那些工具方法激情演绎，可能这些内容根本无法让我们有效接受和运用。听课可以算作一种“体验式消费”，我们主观以为提供“深度干货”就能提升这种体验感，事实证明不是的，学员只有在老师不断轮换的各种课程技巧、方法中体验到课程的精彩，才能感受到“干货”的深度。

TTT培训过程中，公司领导强调了内部讲师对实现企业人才梯队培养目标的重要性，这也促使我思考，公司到底需要什么样的培训队伍。TTT培训可以培养一批具备授课技巧的讲师，这些讲师来自不同业务领域，他们将在知识传承、人才培训中发挥重要作用。除此之外，还有同事用其他方式在为企业经营做知识传承：在工作中以身作则，影响周围的人；与同事分享经验、教训；为新员工做工作指导；分享推荐业务相关书籍；师傅带徒的细心指导；现身说法，示范操作……这些同事可能不具备讲师的素质和能力，也没上过专业的培训课程，但是在做着非常“接地气”的培训工作，同样值得推崇和肯定。

从这个角度来看，如果公司努力营造一种“人人都是企业培训师”的“教学相长”的工作氛围，那么，每个同事都可以在工作中为企业人才梯队建设做出贡献。

人人都是 企业培训师

文/祁柳



爱智求真

曾经有人问巴菲特成功的关键何在，他指着身边的一摞书说：“每天读书500页，知识总会发挥作用的。它也会不断累积，就像复利一样。这一点你们所有人都做得到，但我敢打赌，没有多少人真的会去做。”



《最重要的事，只有一件》

作者：[美] 加里·凯勒 (Gary Keller) , [美] 杰伊·帕帕森 (Jay Papasan) 著；张宝文 译

出版社：中信出版集团

推荐：

在当今移动互联时代，越来越多的人正受困于纷繁复杂的事务之中，该书能让我们从无尽的琐事和对未来的迷茫中醒悟，坚守自己的人生目标，做好自己每天最重要的那件事，获得极简之道，一步步实现梦想。该书具有极强的可读性，并且提供了简单易行的方法，帮助人们实践书中的理念。作者加里·凯勒 (Gary Keller)，是世界著名地产公司之一凯勒威廉姆斯房地产公司的董事长。他著有多部畅销书，已在全球范围内售出超过130万册。



《刻意练习：如何从新手到大师》

作者：安德斯·艾利克森博士

出版社：机械工业出版社

推荐：

所有人都以为“杰出”源于“天赋”，“天才”却说：我的成就源于“正确的练习”。著名心理学家艾利克森在“专业特长科学”领域潜心几十年，研究了一系列行业或领域中的专家级人物：国际象棋大师、顶尖小提琴家、运动明星、记忆高手、拼字冠军、杰出医生等。他发现，不论在什么行业或领域，提高技能与能力的最有效方法全都遵循一系列普遍原则，他将这种通用方法命名为“刻意练习”。对于在任何行业或领域中希望提升自己的每个人，刻意练习是黄金标准，是迄今为止发现的最强大的学习方法。



心若菩提

曹德旺 著

人民出版社

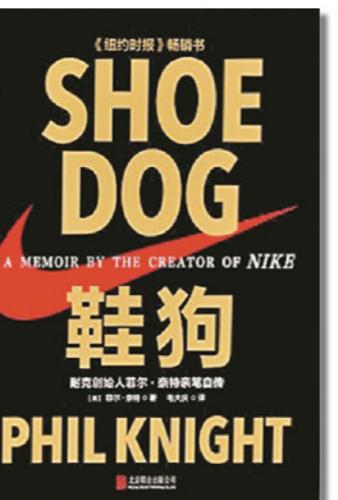
《心若菩提》

作者：曹德旺

出版社：人民出版社

推荐：

曹德旺1946年出生于福建福清高山，9岁上学，14岁辍学，卖过烟丝、贩过水果、修过板车。1983年承包高山异型玻璃厂，1985年将主业转向汽车玻璃，1987年成立福耀玻璃有限公司。目前是宾利、奔驰、宝马、路虎、奥迪等豪华汽车品牌重要的全球配套供应商。《心若菩提》是一本非常质朴且坦诚的自传，记述了曹德旺白手起家创立福耀集团、将其发展成为全球规模最大汽车玻璃专业供应商的艰辛而又辉煌的创业之路。本书还首次披露了曹德旺2001年至2005年相继打赢加拿大、美国两个反倾销案的真实过程。从1987年至今曹德旺累计捐款逾80亿元；他于2009年荣膺企业界的“奥斯卡”——安永企业家全球奖。



《鞋狗：耐克创始人菲尔·奈特亲笔自传》

作者：[美] 菲尔·奈特 著，毛大庆 译

出版社：北京联合出版公司 湛庐文化出品

推荐：

在《鞋狗》中，耐克创始人菲尔·奈特讲述了耐克“从0到1”的过程：作为一位美国俄勒冈州的普通人，他出于对跑步的热爱决定进入跑鞋销售领域，从50美元起步，带领一支个性古怪的“杂牌军”，游走于随时破产的边缘，却最终缔造了一个强大的体育商业帝国，让耐克标志成为少数几个可以被全世界人毫不费力认出的商标之一。创业过程中，合作伙伴的背叛、开户银行的翻脸、竞争对手的构陷、国家权力的紧逼、狡猾的融资技巧、粗犷放纵的企业文化、近乎不要命的扩张策略……菲尔·奈特用朴实、幽默的语言，真实袒露了一群“鞋狗”创业路上的挚爱、执着与疯狂。



《腾讯传（1998-2016）》

作者：吴晓波

出版社：浙江大学出版社

推荐：

从1998年创业到成为世界级互联网巨头，腾讯以即时通信工具起步，逐渐进入社交网络、互动娱乐、网络媒体、电子商务等领域，在超高速发展的同时亦饱受争议，在“3Q大战”的激烈冲突之后又进一步走向开放……腾讯的发展路径，亦是中国互联网企业成长的缩影。读懂腾讯，读懂中国互联网。吴晓波，著名财经作家，“吴晓波频道”、蓝狮子出版创始人，常年从事中国企业史和公司案例研究。著有《大败局》I和II、《激荡三十年》《跌荡一百年》《浩荡两千年》《历代经济变革得失》等颇具影响力的财经书籍，著作两次入选《亚洲周刊》年度优秀图书。



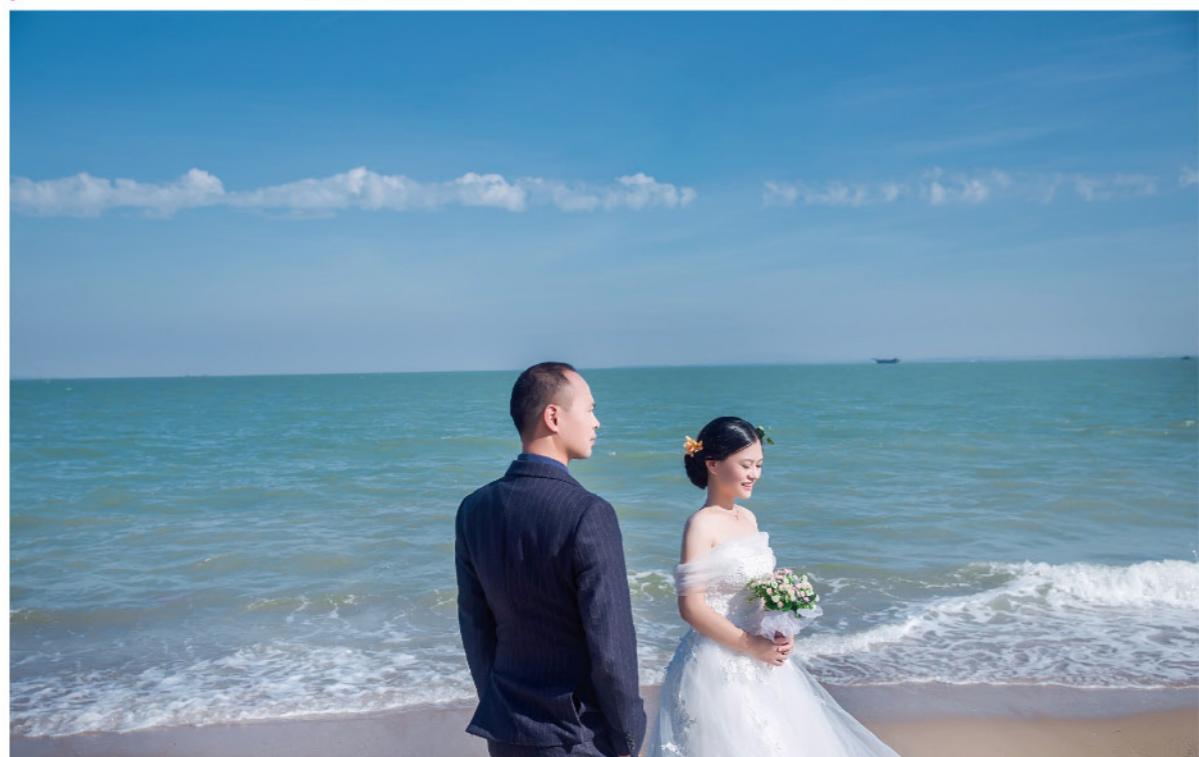
| 朱小娜 婚照



| 熊大 汤洁家宝宝 7岁



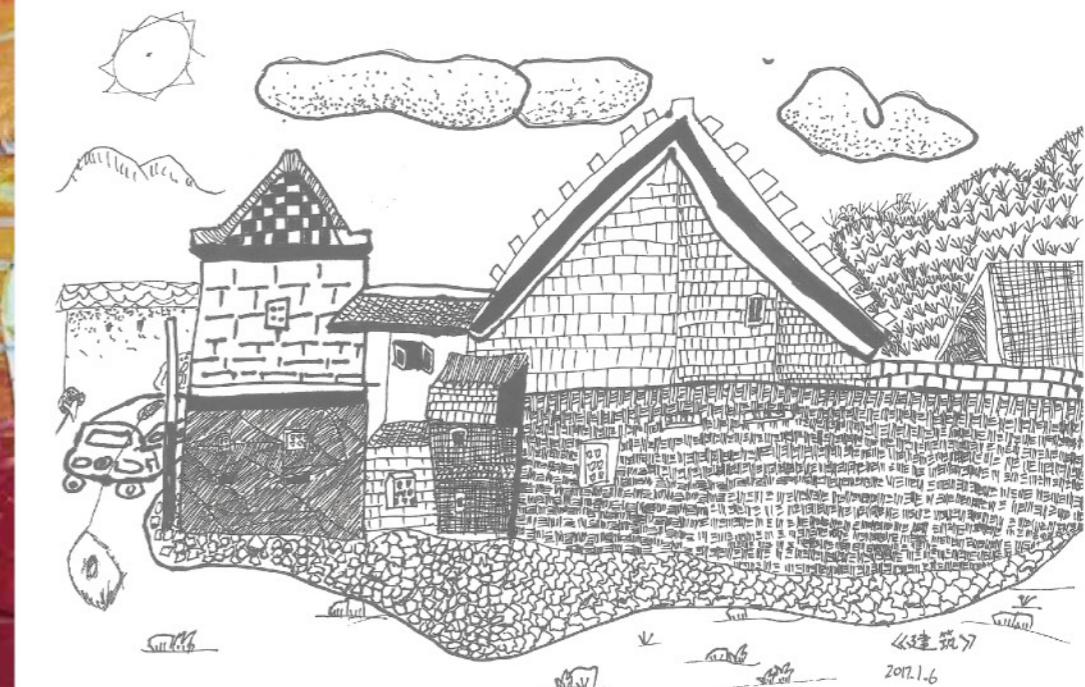
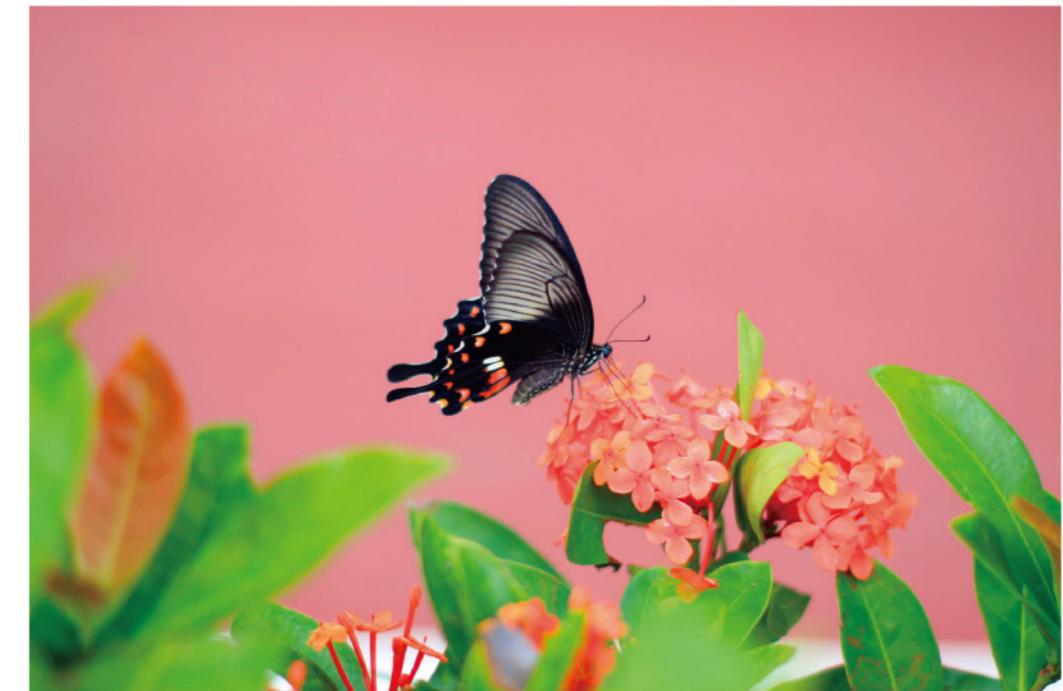
| 朱丽芳 婚照



|《舞》Canace女儿王周琪 6岁



|《蝶恋花》Wenky 摄影



|《建筑》刘桂珍之子 林逸松 7岁

翠花之花

文 / 汤汤圆圆



翠花之所以叫翠花，是因为她有个哥哥叫熊大。

翠花第一次见烟花，是2017年的春节，除夕的夜里。

翠花在妈妈的奶奶家吃完年夜饭，隔壁的小孩家便放起了烟花。南方的冬天很冷，翠花穿着厚厚的红色袄子，依偎在娘的肩头。星星点点的光从参差不齐的地面上和楼房间隙闪动着向上升，很快光亮就不见了，但另一个地方又有新的光点升了起来，如此反复数轮，烟花灭了，翠花的大眼睛却更亮了。

除夕的夜里，从乡里到镇里都是黑漆漆一片，远光灯强得晃眼，乡间小路远处的村庄突然升起一窜光亮，烟花又放起来了。这个村，那个村，大人带着孩童此起彼伏地点燃了导火线，漆黑的夜被这些光芒晃动。

翠花隔着车窗，看着无声的烟火，她人生美好的光景快进式地掠过脑海，一种静谧的满足感充满了她的心。在摇曳的花火中，翠花安然入梦。

同样是春节，也是翠花头一次见鞭炮，一条红蛇似的鞭炮躺在地上，忽然红蛇叫嚣起来，电光火石雷鸣一般狂响，一阵灰色的烟雾迅速腾空，霎时又静了下来。翠花紧紧地抱住娘，用她的双手、双脚、用她的胸脯、她的额头、细小的绒毛抱住娘，鞭炮声停下来了，翠花终于松了一口气，缓过劲来。

还是这个春节，翠花吃了很多鸡腿鸭腿。翠花的外公对翠花的奶奶说：“今年的鸡腿鸭腿可不能斩喽，孩子们都馋鸡腿呢！”翠花吃鸡腿大概是她这辈子做过的最投入的事，一根鸡腿拿在手中，就好像享尽了人间美味，再多的期权股权美元欧元也换不走她手上这根鸡腿。

翠花咂吧咂吧嘴，吃了这只鸡的左腿，又吃这只鸡的右腿，好开心。

夜深了，阴雨绵绵的春分过后，闲时贪欢，往事忆来，不是花也不是雨，而是超市促销4块2毛的薯片，清薄脆响入味。此刻，一岁有半的翠花裹着干净的尿不湿正在梦中的海洋球中翻滚。

晚安，宝贝。

春的美丽

——写给一位少年
文 / 张胤生

离校了的心
云影徘徊
进城了的你
圆缺阴晴

春天有人携手走过
似春风将心中涟漪吹起
摸摸日臻成熟的脸
来不及思考未来
稚嫩的肩
有全家的幸福托寄

春雨打湿了地
纷乱的集体宿舍里
回家的梦常下雨
雨泪迷蒙中
弟妹期待的眼神
依然清晰
空旷的假日没有边际
老家的温馨
却总把你趁虚偷袭
不知何时起
你的歌声少了阳光
你的眼睛飘过云翳
你的笑语多了幽深
你的稚脸始有思虑



其实很简单 绿色饮食健康生活

文/官礼华之女官欣怡 14岁



食品安全问题就潜伏在我们身边，事关你我的身心健康，要怎样做到“绿色饮食，健康生活”呢？

首先，饮食结构要合理，少吃零食，多吃蔬菜，水果、鱼类、豆类、蛋类、肉类都不能缺少。要均衡营养，不能有挑食的坏毛病。俗话说“祸从口出，病从口入”，购买和食用食品时要看清保质期，以及是否有质量认证标志。

其次，尽量不在路边等卫生条件差的地方购买食品和进食，因为这些地方没有达到卫生合格的标准，也可能没有正规营业执照，食品安全卫生缺乏监管，质量自然也没有保障。吃了可能对身体不利。

最后，每天必须吃早餐。很多人都会用“没时间，不好吃”作为不吃早餐的借口，其实这是不对的。不吃早餐可能增加胆结石、低血糖的危险，还会引起大脑注意力、思考力下降，从而导致学习、工作效率下降，也会增加肥胖、三高等风险。早餐应多吃富含优质蛋白的食物，如鸡蛋、牛奶、豆浆、豆腐、熟肉等。丰富的早餐可以使人整个上午都精力充沛，让人感到舒心，还可以远离一些疾病，何乐而不为呢？

我们跟食品的关系，有时扮演供应者，有时充当消费者，但说到底人都是消费者。“没有买卖，就没有伤害”，作为消费者，我们不要贪图便宜、方便和口味好，别买不卫生不安全的食品，让黑心商贩没有生存的空间；作为供应者，我们更应该想到，如果我们提供的食品是有问题的食品，等于是自断后路，迟早一天会暴露，如果很多人都这样做，饮食安全还有保障吗？食品安全事关你我健康，每个人都无法置身事外。

听老爸讲，他在一个与食品安全相关的公司工作。想起“民以食为天，食以安为先”这句古训，我决定用心了解一下食品安全这个问题。

上网查阅相关资料，发现近年来我国食品安全领域出现了一些令人忧虑的问题：肯德基的“苏丹红”，豆腐中的“吊白块”，喷过“敌敌畏”的火腿，还有在全国闹得沸沸扬扬的“三聚氰胺事件”，弄得人心惶惶。一种种假冒伪劣食品不断被揭露，被曝光；一起起触目惊心的制假售劣案件被查处，被打击；一颗颗善良的心灵被愚弄，被震撼。

现实生活中，我们是否被学校周围和街边的小摊上那些香气扑鼻的烧烤、无骨鸡柳、臭豆腐，以及糖葫芦、辣条所吸引？这些琳琅满目的食品馋得你口水直流，但请止步。你是否想过：这些食品所用的油是不是地沟油？配料是不是一些过期的、禁用的东西，制作食品的过程是否卫生干净？就在我们有滋有味地吃着食物时，细菌是否会悄悄进入我们体内？

生命之徙

文/张胤生



“洞庭一夜无穷雁，不待天明尽北飞。”春暖花开，又到雁叫长空、候鸟北飞的季节。

候鸟一年一度，秋来春回，终其一生如此。“人生到处知何似，应似飞鸿踏雪泥。”人何尝不似候鸟，迁徙漂泊于天地间，偶一驻足，也不过是留下片刻的淡淡

痕迹。生命在于运动，迁徙成了生命的普遍形式。生命在一次次迁徙中前进，在无数的迁徙中结束。

人生如日月穿梭般迁徙往来，总想纺织出丝绸般的华丽。自古以来，人类就逐草而牧，逐水而居，把迁徙当作一种生活方式。近代更迁徙出了闯关东的铿锵雄浑、走西口的悲壮缠绵、下南洋的毅然决绝。然而能放出光彩的迁徙总如晨星寥落，更多的迁徙只能成为妆点人类前赴后继，生生不息的宏大背景，但正是这无数人的无数次生命之徙，促进了华夏各民族的大融合，创造了历史的多彩动人。

历史在延伸，上世纪九十年代开始，一拨拨的农民离开土地，从农村到城市，汇成了民工洪流，注满一个个大城市如浩瀚湖泊，于是中国成了世界制造业中心；许多人不安于小城生活，从小城市到大城市，于是有了南下，有了北漂；大城市人放眼世界，飘洋过海，于是有了偷渡客，有了绿卡族；然后荣归故里衣锦还乡，于是有了留洋海归，有了华人外商。

天性宁静如我，也离不开时代的裹挟，每一次迁徙都是被动掣拽，都以最经济的步履匆匆完成。即便如此，至今也经历了不少迁徙，并又面临一次出发。从山村小学到镇初中，又到县高中，上大学进城市，择业厦门。初到厦门，又二年一迁三年一换，后来终于业定家成，稍事歇息，如今却又在为下一代的教育而在城里多处迁徙。这一路平凡迁徙正是城市化大潮中多数新移民的样本，是平凡生命在尘世中的分子运动。

有一个宏大的迁徙与我的生命有关，那就是客家人的千年大迁徙。据史书记载，客家人自魏晋时期躲避中原战乱开始南迁，一些人迁进了《桃花源记》，更多的人一路南下，在康乾盛世之时，才尘埃落定在闽粤赣三省交界的深山僻壤，成为土楼人家。其间千年一路辗转流亡，颠沛流离，筚路蓝缕。然而对于许多客家青年而言，土楼还不是终点站，他们在冬暖夏凉的土楼喘了口气，怀揣一杯故土，又走番客，渡台湾，演绎出了回肠荡气的《云水谣》。

非洲大草原雨季到来时，成千上万的动物不远千里，不顾危险，来追逐丰美的水草。每年春季阿拉斯加的鲑鱼如约逆流而上，长途跋涉，拼尽生命的最后一丝力气，只为完成传宗接代的种群使命……每一个生命都在迁徙，生命的每一个阶段都在迁徙。在不断的迁徙和运动中，生命得到升华，变得丰盈而美好。

桐花万里丹山路

文 / 张胤生



桐树岗是故乡村庄的名字，但自小我并未在村子里见过一株梧桐。听老人们说，祖上来此辟地开居时，这里曾是一片桐树的海洋。尽管桐海已经消失，但我从此对桐树多了一分关注。

少时没发觉桐树美。桐叶形似枫叶却无其红艳，因此从未成为我的书签。桐树枝干松脆，不似杉木可以做家具盖房子，也不如密实的杂木可做扁担等农具。读过许多梧桐清秋、梧桐秋雨的诗词，这让我怀疑桐树的多愁善感。后来信了，因为我发现桐树枝干在受伤后，伤口总会涌出眼泪状的粘液，久久不干。

上学后，我看见了梧桐树的另一面：魁梧。我不知道魁梧的词源是否为梧桐。小学校园里那棵桐树给我诠释着魁梧的词意，它粗壮得要四五个小孩才能合围，耸立在校园百级台阶的尽头，傲视学校每幢楼和每个人。百级台阶是学校的中轴线，在此至高的中心位置，梧桐如君临天下。每次到校拾阶而上，我望着它就仿佛朝圣似的，总要一番努力攀登，才能到达它脚下。后来经年累月日久生情，便觉得它友好如黄山迎客松，每天将我们迎来送往。桐树享受着学校给予的高规格待遇，树身用井状水泥花池围着，池沿成了我们的坐椅和躺床，孩子们围着它嬉闹。秋天到了，桐叶纷飞，梧桐树就成了摇钱树，桐叶夹着桐籽洒落满地。学校让人收集好，送去供销社换钱。我们在桐树的落叶世界里度过了一个又一个秋天，却未曾领略秋风秋雨的悲凄，真是少年不识愁滋味。

梧桐的美，待我稍长时才发现。每年四五月花期，粉白的花从整个树冠里喷涌而出，开一层落一层，落一层开一层，就像有魔术师躲在树里操纵，层出不穷，落满一地。站在树下一阵子，头发也会成为花冠。摘了花萼，吮吸花蕊，有微微的香甜，和着空气的味道，构成了我对春天校园的多重感官记忆。

此后进城，再未见过桐花。去年春天去漳平茶山，人在深山中穿行，满眼翠绿中不时有白花耀眼，一株两株点染在山边路旁，定睛细看，正是桐花，心中惊喜堪比少小一别后他乡遇故知。桐花在清寂的山中热烈地开着，落花满地，映白了树影，映得我们一行人春风满怀。孩子们互相抛掷落花嬉闹，花谢花飞，扬扬洒洒，花中少年更是英姿焕发，我似乎看见了当年的自己。

“桐花万里丹山路，雏凤清于老凤声”，此时，是诗境，也是心境。

我想

文 / 闫惠之子 黄天浩

12岁

我想把小鸟的翅膀，
安在背上，
飞到天空看看美丽的世界，
飞啊，飞
飞出自由的姿态。

我想把土拨鼠的手，
安在我的手上，
挖到地下看看蚯蚓的世界，
挖啊，挖
挖出一片新天地。

我想把眼睛，
变成蒲公英，
飘到世界各地，
飘啊，飘
四海八方都是我的家。

我想让自己，
变成动物，
变成狮子，称霸森林，
变成猎豹，成为速度之王，
我变啊，变
变成各种奇怪的动物。

但是变成动物之前，
还是要和爸爸妈妈说一声。





Changsu Was Entitled As Fujian Famous Trademark

On January 3rd, 2017, Changsu Industrial Company received a good news that the registered trademark "Changsu" was recognized as "Fujian Famous Trademark" by Fujian Industry and Commerce Administration Bureau. For the product is the essential of brand building, Changsu could not acquire the title without Changsu people's persistent pursuit for the quality and the innovation for research and development. Changsu had made evident progress through years of carefully cultivation. It was entitled as the first batch of Fujian's "Little Giant Science and Technology Enterprises". Despite of those, Changsu is also a crucial member of CPTA and the first Chinese member of global welfare organization "Save Food". In the future, Changsu will continuously engaged in innovation and development, realize its target "to be the leader of the world-class green living materials" assiduously.

Changsu Was Approved To Be A Pilot Demonstration Project of Enterprises Intelligent Manufacturing in Xiamen City

On January 6th, 2017, the 2016 pilot demonstration project list of enterprises intelligent manufacturing in Xiamen city was released by Xiamen's Economic Services and Information Bureau. When there were only ten projects on the list,

being one of the ten, resort to its "intelligent manufacturing pilot demonstration project of BOPA film" Changsu gets on the list successfully. For construct an "intelligent factory" is always the development orientation for Changsu, the company itself has achieved certain progress on facilities, production techniques, management and services. In the future, Changsu will remains make arrangements for profound intelligent manufacturing project in order to promote the successful transformation and upgrading of China's BOPA film industry.

Changsu has been committing itself to the accumulation of experiences and advantages in intelligent manufacturing. In terms of equipment and facilities, Changsu has introduced the state-of-the-art film production, and propel the efficiency and quality of the products ceaselessly. Not only the operation of the intelligent tridimensional warehouse was quick and precise, but also saved the expenses on fields, labors, storage and transportation.

Through all these years' development and devotion, Changsu has built its own big data management system of clients, requirement structural model, logistic information inquiry and a platform for customer problem solving, achieved the collection storage of real-time data, tracking management of production process and the transportation of intelligent products. From the order taking to delivery, Changsu has completed the whole process information management of the entire value stream. Besides, attributed to the usage of resources integration, information management and standardized examination, Changsu had made outstanding achievements in the aspects of production safety promotion, production quality improvement, operating costs decreasing and respond to the market quickly.

Retain the Title for Three Years, <Dancing Changsu> Won the First Prize of China's Brand Internal Magazine

On March 12nd, 2017, the internal magazine of Xiamen Changsu, <Dancing Changsu> won the first prize of China's brand magazine of 2016, it was the third time for Changsu to win this prize again since 2014 and 2015. The selection "China's brand magazine-Excellent internal magazine and internal media of 2016" was hosted by Neikanwang, ten awards has been set which including Good Newspaper, Good Magazine, etc., Neikanwang is the most potent industrial portal website in China. The annual excellent assessment of China's internal brand magazine started from 2011, and the assessment held in 2016 is the 6th one, with its vast influence in the industry, it has received great favorable comments.

After years of efforts, <Dancing Changsu> has already among the list of China's brand magazine. We concentrated on the industrial development, focus on the newest industrial trend, in the meantime, we write down our own company and stuffs' story. In the future, we will innovate and upgrade constantly, take our corporate culture as guidelines, growing steadily, do our best to make our internal magazine to be an interesting, powerful and profound one.

Being Invited to the Easy Trade Nylon Forum, Changsu Has Given A Profound Analysis of the Development Tendency of BOPA

On March 15st, 2017, the 15th Caprolactam and Nylon Marketing Forum held in Ningbo City. Changsu made an address as a representative company of the downstream application of Nylon industrial train. Changsu PM Xiaofei Wang deeply analyzed several hot issues in marketing, such as "BOPA film's marketing requirements toward PA6 chips" "BOPA film's industrial state and development direction" and so on.

"The upsurge of raw material was the essential factor to propel the price of BOPA film. See from a deeper perspec-

tive, it could also attribute to the lager requirements of the consumers", the representative of Changsu Market Department, Xiaofei Wang said. In recent years, with the improvement of living standard and the faster living speed, the increasing requirements for stewing, freezing and leisure foods bring a lager packaging requirements relatively. The swiftly development of electronic business, commodity packaging miniaturization and the ascending safety consciousness of foods and drugs promoted the upgrade of packaging construction. In the fields of Lithium battery aluminum film, VIP vacuum insulation board, vacuum bags and gas bags, the improvements were significant. All these factors ensure the sustainable growth of BOPA film's domestic requirements. The differentiating functional products should be the prospective orientation in the long run. Changsu's keynote address has aroused considerable attention in the industry.

From Excellent to Outstanding, Changsu Launches an Outstanding Performance Management Model

On March 15th, 2017, Changsu held the leading-in project launch of performance in which more than 30 people attended, ranging from relevant leaderships and counselors from Xiamen Quality and Supervision Bureau and Fangyuan Certification Group to the leaders from Changsu and all heads of each department.

A lot of experiences and keys to success of the enterprises were summarized in the outstanding performance management model and received vastly international recognition, enterprises and organizations from all over the world referred this model and made great result of operation even includes some big businesses like Microsoft and GM. The leading-in of the outstanding performance management model is a sturdy and lasting work, it's a systematic engineering. Leaders from Changsu think highly of it, they summoned each and every employee to anticipate actively and even arranged three senior executives and heads from every department to set up a project team specially. Changsu lead in and implement the model, dedicated to the management and innovation, improve the managerial level and operating performance comprehensively, aims to lead Changsu from "excellent" to "outstanding" and realize its strategic plan to be the strongest BOPA supplier of the World till 2020.

编|读|往|来



Canace

我们的内刊，速发展和树文化模块，让我看到公司不断成长，未来充满希望。塑生活模块，记录了小伙伴们生活中平凡的点滴，暖暖的，很温馨。每一期总有那么一篇文章，或一段文字打动我。



Ann

柳下桃蹊，乱分春色到人家。我伴着春日暖阳加入长塑大家庭，内刊让我认识了长塑人，了解长塑事。一切都是那么新鲜，让人充满了求知欲。我愿意做一个忠实的读者倾听这美妙的声音，也愿意做一个讲述者，给大家分享有趣的故事。这就是一个长塑新人的心声。



Lila

整本书无论是色调、纸张材质，都充满着书香气息。公司很多有才华的人，可以多分享，讲述自己或者部门的故事。另外，期望文字尽量简短精炼些，多一些精美图片和设计。



Qianlihua

近日获悉公司内刊荣获中国品牌内刊2016年度“好杂志”一等奖，继2014年、2015年之后再次获此殊荣，可喜可贺！也希望公司同仁多多投稿，参与其中，共创共享“人文长塑”。



Xuwei

我们的内刊内容很不错，涉及各个方面，有人文情怀有行业分析有企业发展，从各方面让读者了解长塑，了解我们这个行业。不管是对我们的员工，还是对我们的客户，内刊都是一份不错的提升公司整体形象的读物。

征稿启事

DANCING CHANGSU

WITH YOU

《长塑之速》与您有约

我跨过山和大海，成为中国品牌内刊

但沸腾着的，拼搏着的，文艺如潮的小伙伴们，

春风十里，不如您

无论您是不是长塑人，我们愿与您许一场笔墨之约

记录每一条资讯，见证“速发展”历程

撰写每一个故事，抒发“树文化”情怀

描绘每一处美景，悦享“塑生活”多彩

无论您热爱写作、摄影还是书法绘画，我们愿成为您的原创首发平台

茶和稿酬都已备好

您，约吗？

【投稿方式】

投稿邮箱：qywh@chang-su.com.cn

地址：厦门市海沧区新阳工业区翁角路268号（邮编：361026）

来稿请注明“投稿”字样