



XIAO
悉奥控股

悉奥涂料
中国好工程

专注于建筑涂料的研发、生产、销售及涂装



悉奥控股有限公司 XIAO HOLDING CO.,LTD

■ 公司地址：浙江杭州临安高虹崇贤路 598 号 ■ 服务热线：4008-269-700
■ 公司网址：www.china-xiao.com ■ 邮政编码：311307

今日悉奥

XIAO TODAY

2022 年第 2 期 (总 50 期)

今日悉奥

XIAO TODAY

第 50 期

2022 年第 2 季度 出版
内部刊物 免费交流

涂料第一品牌



管理纵横

做事情，别忘了
“指挥官命令”

● P24

营销谋略

市场如何更好地
做好客户跟踪

● P16

行业动态

中国房地产行业的
运行逻辑变了

● P48

封面人物：2021 年度销售状元——夏晓萍



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯

如何快速实现职业化的转变？



毫不夸张地说，你的职业化程度决定了你的晋升速度。职业化本质是去本能化，它要求你用职业的需求去重塑自我，懂得做对重要的细节，让领导和合作方觉得你专业靠谱，才能争取更多的资源和机会。如何迅速养成这一套习惯，我帮你整理了这9个要点，希望对你的职场生涯有所帮助。

1. 去本能化，用职业需求重塑自我。职业化，是你能用职业的需求去重塑自我。职业化的本质是通过尊重别人，从而赢得尊重，降低信任成本。

2. 永远站在对方不舒服的角度考虑问题。职业化，是你在商业世界的教养，体现在当别人和你打交道的时候，感觉到非常舒服。所以，职业化问题背后的思维方式，是要永远站在对方不舒服的角度，去考虑问题。

3. 在自己利益与别人得失之间，要拿捏好分寸。在自己的利益与别人的得失之间，要拿捏好分寸。职场中，每个人都有自己的目标、计划、任务、优先级，甚至自己的困惑。如果别人正好有空帮到你，你可以选择感激。

4. 沟通方式要跟着沟通工具变化。交流是职业化的重要部分，不同特性的沟通工具，沟通方式也不同。电话和微信在工作中的使用频率很高，但使用它们的职业化表现会有所不同：电话交流，应该不断说“对”、“是”，这是为你让对方知道你一直在与他同步；微信，千万不要说“你好，在吗”，应该直接以有事说事的心态，简短地说清楚你想说的事情。

5. 开会前做足准备。认真对待职场中每次沟通，不管是向上级汇报还是组织更多人开会，提前做足准备工作，提高效率。一个有效的高价值的沟通，要想办法增加产出，得出更多的结论和共识，尽量减少大家的时间投入。

6. 30秒内讲清楚观点。有意识地训练自己在30秒内，清晰准确地向对方讲明观点的能力。不仅因为对方时间有限，也能检验你是否真的想明白了这个问题。

7. 遇到不同观点，学会说“有趣”。职场遇到不同观点时，职业化的表述应该是：有趣。不要面红耳赤、割席断交。因为职场中的很多分歧，其实不是事实问题，事实是可以被证实或者证伪的东西；观点则是无法被证明对错的東西，它很可能只是不同的认知体系之争，这种永远难以说服对方。

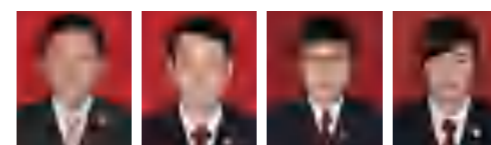
8. 理解并尊重别人的时间颗粒度。时间颗粒度，是一个人管理时间的基本单位。一个具备职业素养的商务人士，和别人打交道时，会懂得至少以30分钟为单位安排时间，以1分钟为单位信守时间。千万不能迟到，这是职业化的基本要求。如果真的迟到，一定要非常诚恳地道歉，并且补偿对方。

9. 不要过分承诺。不把自己的承诺当回事，或者超出自己能力过分承诺，是职业化的大忌。有些人喜欢说“这件事，就包在我身上了”，“放心，你的事，就是我的事”。可是，第二天就忘记自己说过什么了。

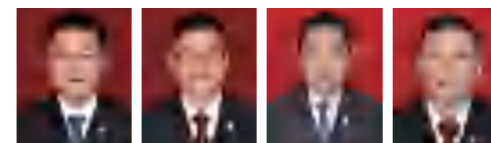
目录

CONTENTS

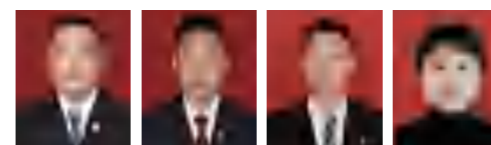
EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部



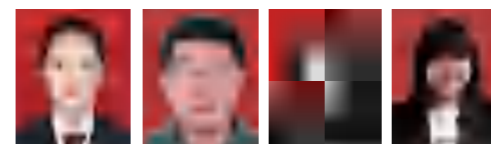
主编 黄金谦	副主编 夏小良	副主编 黄锡	责任编辑 童亚青
-----------	------------	-----------	-------------



编委 范黎明	编委 马勇军	编委 喻光炎	编委 陶志培
-----------	-----------	-----------	-----------



通讯员 徐玉俊	通讯员 陈钰亮	通讯员 黄鑫	通讯员 周圆
------------	------------	-----------	-----------



通讯员 罗雄飞	通讯员 连城	编辑 胡霞	编辑 钱梦琪
------------	-----------	----------	-----------

出刊日期：2022年7月
主办单位：悉奥控股有限公司
地址：杭州临安高虹崇贤路598号
服务热线：4008-269-700
传真：0571-63813189
网址：www.china-xiao.com
投稿邮箱：zhejiang.xiao@163.com

公司 风采 Company Elegant

- 02 | 悉奥时讯
- 07 | “千年古城 秘境寻源”全省摄影大赛正式启动
- 10 | 悉奥荣获“御匠挂石漆影响力品牌”
- 12 | 省第三届建筑涂料十强品牌企业广东行圆满举行
- 14 | 临安区企村结对共建“天目共富联盟”启动仪式

营销 谋略 Marketing Strategy

- 16 | 市场如何更好地做好客户跟踪
- 20 | 利益 立场：谈判为什么会进入僵局？

管理 纵横 Management Aspect

- 24 | 做事情，别忘了“指挥官命令”

科技 之光 Frontier Technology

- 28 | 建筑涂料乳液简述
- 32 | 悉奥轻石漆助力行业绿色“石”代

鲁班 评说 Engineering Management

- 34 | 外墙涂料21条施工常见问题及解决方法（下）

党政 要览 Party News and Policies

- 38 | 公司党支部开展主题党日活动

员工 心声 Employees' Voice

- 40 | 当我们遇到问题时，如何做？
- 42 | 失败，没什么大不了的
- 44 | 多思考，多实践
- 46 | 入职感悟

行业 动态 Industry Dynamics

- 48 | 保利地产：中国房地产行业的运行逻辑变了
- 52 | 中国建筑涂料行业发展现状

知识 百味 Joy and Knowledge

- 54 | 风险管理：悲剧里挖出来的学问

悉奥时讯

XIAO NEWS

大客户中心新团队成员工作布置会议

4月2日，大客户中心举行新团队成员工作布置会议。会议由大客户中心总经理罗雄飞主持，大客户中心全体成员参与，特邀公司董事长黄金谦、总裁黄锡参与此次会议。首先，罗总布置了大客户中心2022年工作计划，随后对各分公司2022年销售业绩摸底进行汇报，并制定了各分公司4月应收款计划。最后董事长黄金谦进行总结性发言，主要从精细化团队建设的好处、大环境销售形势、工作建议这三个方面展开。



区委书记杨国正一行莅临我司走访调研

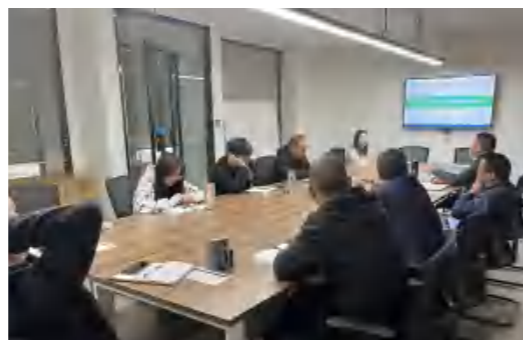
4月14日，区委书记杨国正、区委副书记李莲萍、政协副主席冯镛等一行人赴高虹镇走访调研，在高虹镇党委书记陈熊滨、镇长周海鹏的陪同下，莅临我司参观指导工作。公司董事长黄金谦代表公司全体员工对杨书记一行表示热烈欢迎，在黄总的带领下一行人参观了产品展示和研发工厂。调研中，黄总向杨书记一行介绍了公司的发展状况、生产运营模式和销售情况。

在得知公司受疫情影响，面临物流减速、原材料供应紧张的难题，杨书记要求，各级各部门要竭尽所能地帮助企业纾困解难，与企业携手同心、共克时艰。他还鼓励我司，要提高专利意识，推进品牌建设，提高产品竞争力。董事长黄总对杨书记和区委、镇政府对公司的关心表示感谢，并表示将会继续保持和加强与政府相关部门的沟通，为企业高质量发展做出贡献。



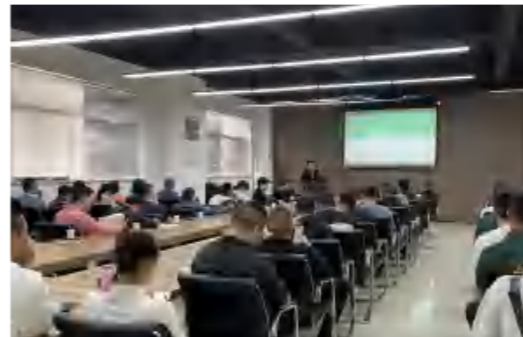
公司大客户中心第三次周例会

4月16日，公司大客户中心在行政楼三楼会议室召开第三次周例会。会议由大客户中心总经理罗雄飞主持，大客户中心全体成员及各分公司协管经理参与。首先，各分公司经理汇报了各自一周以来的工作情况及所遇到的问题与困难，并针对所提出的问题进行讨论。随后，罗总针对回款计划和项目制完成情况两项数据进行通报，并提出在结算业务费时需要注意的一些事项。最后，罗总还做了资金回收率缓慢情况的分析。通过本次会议的召开，希望各分公司在“问题60分专栏”中收获更多，更好的推进项目，更优质的服务客户。



公司组织召开高质量工作会议

4月21日，公司在七号楼二楼会议室组织召开悉奥高质量工作会议，会议由总裁黄锡主持。会议主要分为以下几个议程：1、保障中心就公司最新颁布的《产品销售风险控制实施细则》进行解读。2、工程中心总经理陈钰亮对公司最新颁布的《工程涂装项目制管理办法》进行解读。3、大客户中心总经理罗雄飞主要从管理目标、动态管理和如何落地进行讲解。4、营销中心总经理范黎明对最新颁布的两个文件进行了补充说明，然后对营销中心接下去的工作进行了部署和安排。最后，公司董事长黄总作重要讲话。黄总首先从会议主题“质量”一词进行了多维度深度剖析，然后就公司现阶段相关“质量”问题进行分析讲解，最后动员全体员工转变思想意识，强化工作管理。



公司参加高虹镇党建工作例会

4月21日，高虹镇党建办组织召开“学新思想、谋新作为”主题月活动部署会暨2022年第一季度党建工作例会。高虹镇党委副书记陈丽、各党建办领导、高虹镇各村书记及两新企业联络员参加本次会议。公司保障中心钱梦琪作为企业党建工作联络员参加了此次会议。会议首先由党委委员李岚作“学新思想、谋新作为”工作部署。然后，陈丽书记作了2021年党建工作回顾，同时，对2022年党建工作作了新要求。最后，党建办周林鸿主要就2022年党员发展名额和党员发展情况做了沟通及交流，对党员发展的关键时间轴做了重点讲解。



公司参加高虹镇安全生产、消防工作会议

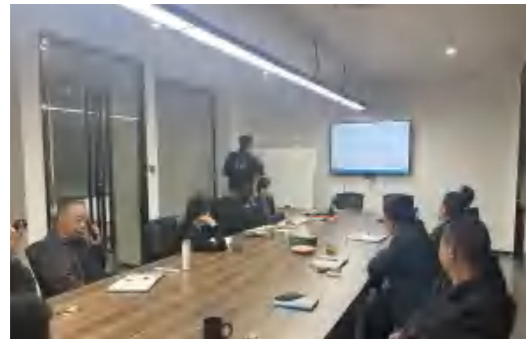
4月29日，高虹镇在高虹镇政府会议室组织召开安全生产、消防工作会议，公司总裁黄锡参加本次会议。会上，高虹镇镇长周海鹏与各村、各企业签订高虹镇2022年度安全生产、消防安全、环保责任书，并强调安全生产是企业的重中之重。企业要与各部门签订责任书，将安全生产、消防安全各项责任明确到每一个工作岗位、每一个工作人员身上。通过层层签订责任书，要使每名员工认清自己的岗位安全责任，使安全员掌握安全监督责任，使企业认识到抓安全生产、消防安全工作就是在抓经济效益。



公司大客户中心第四次周例会

4月29日，公司大客户中心在三楼会议室召开第四次周例会。会议由大客户中心总经理罗雄飞主持，大客户中心全体成员参加本次会议。首先，各分公司经理汇报了各自一周以来的工作情况及所遇到的问题，并针对所提出的问题进行讨论。随后，罗总列举了几个相关工程案

例，通过抽签的方式请大家回答假设出现相关问题该如何解决，并对项目成本测算、税金计算方法进行解读。最后，罗总对各分公司四月份以来的指标完成率进行公示评比。通过本次会议的召开，相信大家收获很多，也希望大家在共同学习的同时能取得实实在在的效果。



公司营销中心、大客户中心工作交流会

5月14日，营销中心联合大客户中心在公司三楼会议室召开工作交流会议。公司总裁黄锡及营销中心、大客户中心全体成员参加本次会议。本次会议由大客户中心总经理罗雄飞主持，首先，罗总针对项目制易错的通病进行详细的解读，并对项目制单成本测算的计算方式进行举例分析。随后，营销中心总经理范黎明着重解读了市场角度下的《工程涂装项目制管理办法》，并结合相关项目制管理实例作了详细解说。在各分公司“不懂就问”交流环节中，大家纷纷提出了各自在工作中所遇到的问题与困难，各与会人员也都积极讨论，并提出解决方法。本次会议圆满结束，在范总和罗总的讲解分析下，相信大家对项目应收账款动态管理的工作要求有了进一步的了解。



公司党支部开展拔草义务劳动

为更好的养护公司内部绿化，发挥党员的先锋模范作用，公司党支部组织开展党员志愿者服务活动“拔草”。在公司支部书记黄锡的带领下，党员们个个干劲十足，积极踊跃谁也不甘落后。经过半个多小时的奋战，绿化带的杂草就被全部清理干净了。通过此次活动的开展，不仅美化了公司环境，还进一步发挥了党员的先锋模范作用，提升了党支部的凝聚力和向心力。



公司参加全市基层党建工作会议

5月20日，全市基层党建工作会议行动推进会召开。会议以视频形式召开，各市、县（市、区）设分会场，公司总裁黄锡在高虹镇分会场参加本次会议。会上，与会人员共同观看了党建工作视频，省委常委、市委书记刘捷的重要讲话在广大党员干部中引发热烈反响，大家一致认为，刘书记的讲话为我市党建工作指明了方向，我们围绕“守好红色根脉、强化党建统领、建强基本单元”的主题主线，聚力“争星晋位·全域建强”行动，以高质量党建引领和保障高质量发展、高效能治理。



2022年度公司ISO体系审核

5月26日，公司迎来了质量管理、环境管理及职业健康安全管理体系的监督审核工作，在公司领导的高度重视和各部门的积极配合下，外审工作圆满完成。此次外审专家小组由浙江公信认证有限公司两位审核老师组成，通过查看文件、面谈问答、现场抽样等方式对公司各部门的质量环境体系进行了详细的审核工作。各部门积极配合审核，对于审核组提出的要求及问题给予快速的回应和解答。在经过严格细致的检查后，审核老师们对我公司质量环境管理体系、职业健康安全管理体系给予了充分的肯定。



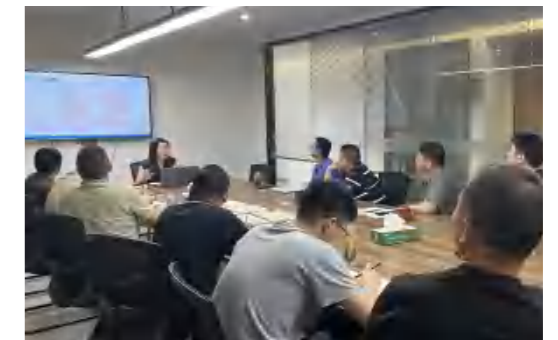
公司新技术新产品交流推荐会圆满成功

5月28日，公司制造中心牵头举办的“双碳所趋，绿色石代”新产品推荐会在7号楼会议室举行，公司董事长、总裁、副总裁及各中心共计50余人参加此次推荐会。本次推荐会由制造中心总经理童亚青主持，技术部高亮、骆凯威进行具体讲解。在随后的研讨会上，各与会人员各抒己见，热烈讨论，提出了许多宝贵的意见和建议。公司总裁黄锡肯定了此次新品推荐会，同时要求各研发人员要切合实际，多方位考虑，不能落后于市场主流，将技术中心研发的新产品新技术及时推广并应用。最后，公司董事长作重要讲话，他表示，在面对严峻的市场形势和竞争态势，我们各研发人员要不断进取、不断创新，我们其他部门的同仁们也要风雨同舟，坚持高目标、高挑战，紧紧围绕市场和客户需求，持续深化创新，以达到减少碳排放的目的，助力行业绿色低碳升级。



公司营销中心、大客户中心案例分析交流会

6月2日，营销中心联合大客户中心在三楼会议室召开案例分析交流会，公司总裁黄锡及营销中心、大客户中心全体成员参加本次会议。首先，营销中心总经理范黎明对典型风险案例项目进行了解析，并对项目负责人在施工过程中吸取的经验教训进行分享交流。随后，大客户中心总经理罗雄飞提醒各市场人员签字为证的重要性，对应收款催收情况进行分析，并对项目风险指数及应收款“账龄”进行解读，时刻提醒大家书面资料及红圈系统的重要性。



公司参加省“万企兴万村”行动县域实验项目试点启动仪式

6月6日，浙江省“万企兴万村”行动县域实验项目试点暨临安区企村结对共建“天目共富联盟”启动仪式在临安区太湖源镇举行。公司作为结对企业之一，副总裁范黎明参加本次活动。在省“万企兴万村”行动领导小组的指导下，临安区委统战部、临安区工商联牵头开展了“万企兴万村”行动暨企村共建“天目共富联盟”工作。启动仪式上，市、区有关领导为

13个企村结对“天目共富联盟”“天目共富红盟”共建点及“天目共富联盟”共富顾问、共富指导员授牌或颁发证书。此次组建的“天目共富联盟”以企村结对共建形式建立13个共建村，通过共富联盟实现产业共促，带动“项目共建”。



建筑反射隔热涂料浙江省推广现场审查

6月29日，由浙江省建设科技推广中心组织，对我公司建筑反射隔热涂料浙江省推广项目续评进行现场实地审查。公司董事长黄金谦对领导们的到来表示热烈的欢迎。首先，专家组审查了我司提供的相关技术资料，听取了相关工作人员的材料汇报。随后，各专家来到了生产车间进行各项检查。接着，来到公司研发大楼，对检验设备进行一一检查，并检查相关体系文件是否跟实际生产相匹配，产品原料、出厂检验原始等记录进行了检查。还对公司原料、成品检验员进行现场提问。经过专家书面申报材料审核、生产现场实地考察、资深专家现场审核提问等多轮审查，专家组对我司完整的产业链、生产能力、产品质量等给予高度认可，一致同意公司生产的建筑反射隔热涂料通过浙江省建设科技成果推广项目的续办。



公司参加“虹心·光电”党建联盟发布会

6月29日，高虹镇在工业产品体验中心召开“虹心·光电”党建联盟发布会，公司党支部书记黄锡参加本次会议。此次发布创新载体，以微动漫的形式进行解说，从年轻人的思维和方式出发，让党的精神真正入脑入心。此次党建联盟的成立，标志着“虹心”党建联盟在高虹实现全域覆盖。在党建联盟的推动下，高虹镇立足本地资源优势，联合发布了“虹心”严选和“工业初心之旅”两大品牌，邀请各党员干部以党建联盟为引领，为高虹产业发展添翼铸魂。



公司制造中心组织召开半年度工作例会

6月30日，制造中心在公司四楼会议室召开制造中心半年度工作例会，制造中心组长及以上人员参加。会议由制造中心总经理童亚青主持。会上，各部门负责人依次汇报了上半年整体情况以及下半年工作规划，并对上半年存在的问题进行讨论和提出解决方案。童总针对各部门的工作情况进行总结，肯定了大家所做的工作，对上半年度生产、调色等内容进行数据透析，并对各部门的7大点进行工作安排。



“千年古城 秘境寻源”

——全省摄影大赛正式启动

文 / 本刊编辑部

在杭州市临安区有一个叫高虹的古镇，历史悠久，景色优美，杭州市临安区高虹镇作为有千年历史承载的临安古县治，厚植传统文化，近年来，更是因为光电产业重镇、中国攀岩小镇、龙门秘境综改项目等广为人知。

为全面展示高虹形象，用影像抒写高虹镇的生态之美、人文之美和发展之美，助力“吴越名城，幸福临安”建设，由浙江省摄影家协会、中共杭州市临安区委宣传部主办，杭州市临安区高

虹镇人民政府、杭州市临安区文学艺术界联合会承办，杭州市摄影家协会、杭州市临安区摄影家协会、悉奥控股有限公司协办的“千年古城 秘境寻源”全省摄影大赛正在火热进行中，热忱欢迎广大摄影人积极参与、踊跃投稿。



一、大赛时间

即日起至2022年10月15日（以收到时间为准）。



二、征集内容

1. 拍摄区域：杭州市临安区高虹镇域范围。

2. 拍摄内容：内容涵盖生态环境、美丽乡村、企业风采、非遗人文、创业创新、党建引领和红色印记等。

三、入选作品荣誉设置及稿酬

金质收藏1件，稿酬人民币5000元；银质收藏3件，稿酬各人民币3000元；铜质收藏6件，稿酬各人民币1000元；优秀作品90件，稿酬各人民币300元。

收藏奖作者不重复，优秀奖作者可以重复，个人获奖总数不超过2件。入选作品均颁发荣誉证书，并可按浙江省摄影家协会之规定累计入会申请积分。入选作品稿酬由承办单位向入选投稿者给付。

四、征稿细则

1. 广大摄影人均可投稿。
2. 参赛作品必须是2021年1月1日之后拍摄。
3. 作品须取材于杭州市临安区高虹镇境内，并指明具体拍摄地点。对于拍摄地域存疑的作品，投稿者应与主办方委托的律师共赴拍摄地，经勘察确定作品在指

定地域范围内拍摄的，有关律师费、差旅费等由主办方承担；经勘察无法确定作品在指定地域范围内拍摄的，有关律师费、差旅费等由投稿者承担；投稿者未配合勘察的，其资格将予以直接取消。

4. 投稿作品，除对影调、色彩进行适度调整及构图剪裁外，不得对原始图像进行任何足以影响其真实性、准确性的改动。

5. 每幅参赛作品只能一人署名，谢绝共同创作，谢绝署名网。

6. 主办单位将在评选结束后统一调取拟入选作品的大尺寸数字文件（JPG最高格式压缩文件建议不低于5MB，须含有完整的exif数据）。请接到主办方通知的投稿者务必将大尺寸数字文件（胶片拍摄的请扫描底片）在规定的时间内向主办单位提交，逾期不提供者视为自动放弃资格。

7. 活动实行结果公示制度，评选出的拟入选作品将在浙江文艺网进行公示，在此期间接受社会监督。公示期满后，择机在省摄影家协会微信公众号、高虹发布公布名单并展示作品精选。

8. 对于入选作品，主办单位有权在著作权存续期内，以复制、发行、展览、放映、信息网络传播、汇编等方式，在与本活动相关用途中使用入选作品，并不再支付报酬。

9. 禁止该活动的评委及其近

亲属投稿，一经发现随时取消一切资格。

10. 投稿者应保证其为所送作品的作者，并对该作品的整体及组成部分均拥有独立、完整、明确、无争议的著作权；投稿者还应保证其所送的作品不侵犯第三人的包括著作权、肖像权、名誉权、隐私权等在内的合法权益。

11. 对于足以妨害公序良俗的作品及行为，一经发现将立即取消入选资格。“妨害公序良俗的作品及行为”包括但不限于可能严重误导公众认知、具有欺诈性质等一切违反法律、道德、公共秩序或善良风俗的情形。



12. 不符合本征稿启事规定的，不能参选；已入选的，将予取消资格；主办单位有权收回作品稿酬、荣誉证书等，并可在媒体上通报。

13. 该活动不收参加费，不退稿。投稿作品在邮寄、发送过程中损毁、灭失或迟到、未到的，相关损失及后果由投稿者自行承担。

14. 广大摄影人创作期间必须严格遵守所在地疫情防控相关要求。

15. 本征稿启事解释权属于主办单位。凡投稿者，即视为其已同意本征稿启事之所有规定。

五、作品评选

由主办单位组织专家、学者和相关单位负责人等进行评审。作品评选分两次。第一次初评截稿时间为2022年5月30日，评出优秀作品50幅；第二次初评截稿时间为2022年10月15日，再评出优秀作品50幅，然后对两次初评的100幅优秀作品进行终评，分别产生收藏作品。

六、投稿须知

1. 征集作品只接受电子文件投稿。摄影作品为JPG格式，长边不小于1500像素，文件量不大于2M。作品彩色、黑白、单幅、组照均可，组照每组限4—8幅，每组计1件。

2. 投稿邮箱：lasyjxh@163.com或3319591520@qq.co。参赛作品按照“作品标题+投稿者姓名+手机号+拍摄地”格式为作品命名，并将投稿作品压缩成一个文件包投至邮箱（注明“千年古城 秘境寻源”全省摄影大赛投稿）。备注信息不全的投稿作品，主办单位有权取消其参评资格。

3. 联系电话：
13989888258
0571—61083776
13706713500



2022 涂料行业盛会 悉奥荣获“御匠挂石漆影响力品牌”

文 / 本刊编辑部

7月8日，以“数字连接新机遇”为主题的第十八届中国涂料产业峰会在广州香格里拉大酒店举办。公司总裁黄锡参加本次会议。

本届盛会旨在聚焦产业链的上下游企业之间的协同创新发展，探索和挖掘新机遇。推动产

业质量变革、效率变革、动力变革，加速产业资源互通，价值为赢，优化资源配置，协同产业高效运转，运用数字技术，赋能中国涂料和防水上下游产业链条，共克时艰，实现共赢！

作为2021中国涂料产业峰会的指导单位之一，浙江省粘接

技术协会涂料分会携浙江省第三届建筑涂料十强企业在这次峰会上的集体盛大亮相。

十强企业均为浙江省内在企业规模、生产条件、产品质量控制、科研创新、社会责任、企业文化等六项要素指标上处于领先地位的十家涂料企业，悉奥非常荣幸位列其中，亮相峰会舞台。颁奖典礼上，公司总裁黄锡代表悉奥涂料上台，浙江省粘接技术协会涂料分会秘书长王益民先生为十强企业代表佩戴红围巾以示祝贺并合影留念。

7月9日，以“聚力焕新·智领未来”为主题的2022涂料行

业高峰论坛 & 防水行业高峰论坛暨品牌盛会隆重召开。

作为涂料领域的顶级行业盛事，这既是一场行业思想汇聚的盛宴也是优秀品牌展现影响力的舞台，2022年度涂料行业影响力品牌颁奖盛典同期举行，面对涂料行业的持续创新发展，企业应该明确品牌战略定位，品牌价值的延伸以及品牌创新的重要性。

2022年度涂料行业影响力品牌立足于涂料行业品牌价值塑造与提升，在业界发挥了标杆典范的作用，全方位发掘企业品牌价值，展示优秀品牌的行业影响

力。这场历时近半年时间的精心策划，经过网络票选、专家评定等多个评定环节，从数千家涂料企业中评选出的十二项影响力品牌大奖在行业瞩目中重磅揭晓。其中悉奥控股有限公司荣获“慧聪网2022年度涂料行业品牌盛会御匠挂石漆影响力品牌”这一重要奖项。

悉奥涂料也将不忘初心，砥砺前行，秉承“绿色、科技、人文”的核心价值观，不断创新开拓进取，以“工匠精神”做产品，服务市场，促进涂料产业繁荣，引导涂料企业朝着品牌化、创新化的发展方向前进，为中国涂料的壮丽事业而奋斗！

浙江省第三届建筑涂料十强品牌企业广东行圆满举行

文 / 本刊编辑部

7月10日，由浙江省粘接技术协会涂料分会主办，买化塑、慧正资讯承办的“浙江省第三届建筑涂料十强品牌企业广东行”活动顺利举行，公司总裁黄锡参加本次活动。本次活动旨在促进浙江与广东两地优秀涂料企业的交流沟通，将两地企业紧密结合在一起，充分发挥两地企业资源优势，共商合作共赢、创新发展之道。



两地企业家座谈会

2022年7月8日，由买化塑、慧正资讯主办的第十八届涂料产业峰会在广州香格里拉酒店盛大举行。峰会期间，广东浙江两地优秀涂料企业家座谈会隆重举行，浙江省粘接技术协会涂料分会秘书长王益民、买化塑 CEO 郭喜鸿、以及广东浙江两地优秀涂料企业家出席本次会议。

会议上，与会企业家就当前行业现状、地方政府支持、产业资源共享与协作、两地企业共同发展面临的问题和挑战以及如何加强企业间共赢发展纷纷表达了自己的见解。

英德科迪颜料技术有限公司为此次浙江省第三届建筑涂料十强品牌企业广东行活动提供了大力支持，并在座谈会后组织了科迪特约午餐，联接两地优秀涂料企业家，共探推动行业发展经验，

共创行业发展价值，加强企业间合作交流，合作共赢。

第一站——格式文化

本次广东行活动的第一站，是广东格式装饰文化投资发展有限公司。在交流团到达格式文化后，销售总监洪志联以及格式文化团队成员亲自带领参观团队参观了产品展示厅，并介绍了产品情况及企业文化、发展历程等。参观嘉宾对格式文化产品表现出浓厚的兴趣，双方就产品以及行业话题进行了热切交流。



中午，金宗机械组织了欢迎午餐，迎接企业参观团。席间，金宗机械领导和与会来宾亲切交谈，期待两地企业借此机会积极打通相关的领域合作渠道，打造更多合作新亮点，推进两地行业合作迈上新台阶。

第二站——路易诗兰

浙江省第三届建筑涂料十强品牌企业广东行第二站来到路易

诗兰（广东）新材料有限公司。交流团到达路易诗兰后，路易诗兰中国区运营中心总经理孙继明、执行总裁何泽带领参观团参观路易诗兰展示厅，介绍路易诗兰产品信息、企业文化及发展历程，并就行业热点问题与到访企业代表展开深入讨论。

第三站——巴德富

紧接着，交流团到达巴德富

（集团）有限公司。巴德富相关领导热情地接待了交流团，巴德富产品管理部苏星，为参观企业详细介绍了巴德富的愿景、企业文化、内部管理体系、全国六大生产基地生产情况及产量，技术研发实力及产品等。

晚间，巴德富为到访嘉宾准备了盛大的迎接晚宴。巴德富相关领导对本次到访企业的嘉宾表示真诚的感谢，期待各方进一步深化拓展合作领域，践行本次活动合作共赢的初衷，为两地涂料产业的发展贡献力量。行程满满的参观活动，使大家收获颇丰。

此次浙江省第三届建筑涂料十强品牌企业广东行活动的成功举办，进一步加强了两地企业间的信息交互，资源整合。浙江省粘接技术协会涂料分会也将在未来积极组织会员企业参与更多的行业交流活动，为会员企业发展创造条件，纾困解难，凝心聚力，共启未来！



公司参加临安区企村结对 共建“天目共富联盟”启动仪式

文 / 本刊编辑部

6月6日上午，由省、市工商联指导，临安区委统战部、区工商联举办的浙江省“万企兴万村”行动县域实验项目试点暨临安区企村结对共建“天目共富联盟”启动仪式在太湖源镇政府广场举行，公司作为结对企业之一，副总裁范黎明参加本次活动。

高质量发展建设共同富裕示范区是习近平总书记亲自谋划、亲自定题、亲自部署、亲自推动的重大战略决策。广大民营企业家在党委政府领导下，在各级工商联和商会引领下，富而思源、富而思进、富而思报，积极投身

共同富裕生动实践，充分体现了民营企业家的责任意识 and 使命担当。

这次的“临商助力·同心共富”“万企兴万村”企村结对共建“天目共富联盟”行动，以组团结对联动党建共建的形式，不但有效提升了结对帮扶的实效，也更好提升了企业家的获得感和美誉度，更为结对村企的后续发展预留了提升空间，与本地实际贴得紧，与中心大局扣得实，是临安区工商联凝聚民企共识、汇聚民企力量，助力共同富裕的有益探索，为全市乃至全省提供了



“结对+结亲+结情+结果”的现实样本。

启动仪式上，市、区有关领导为13个企村结对“天目共富联盟”“天目共富红盟”共建点及“天目共富联盟”共富顾问、共富指导员授牌或颁发证书。工商银行临安支行、建设银行临安支行、临安农商银行行为13个结对村进行总额1.3亿元的“共富授信”。

此次组建的“天目共富联盟”以企村结对共建形式建立13个共建村，由临安区工商联（总商会）领导班子成员中的民营经济代表人士牵头，采取“5+1+X”模式（5家区工商联执委企业+1个属地商会+若干协作单位和属地商会会员企业）组织13个企

业帮扶团队，分别与13个村共建“天目共富联盟”，通过共富联盟实现产业共促，带动“项目共建”。

其中，我司与杭州宇中高虹照明电器有限公司、中天建设集团浙江钢构有限公司、临安金朝照明电器有限公司、杭州泽众环保科技有限公司组团结对长溪村，共建“天目共富联盟”。

推动企村结对共建是助力乡村振兴的有效抓手，也是实现共同富裕的重要路径。近年来，临安广泛动员社会各界力量，深入推进以企助村，村企合作，有力促进农民稳定增收，乡村蓬勃发展，尤其在推进以企助村、村企合作等方面形成了一定的基础和优势。

如今临安的新农村建设进入了“共建+共富+共享”的3.0版，把村里人的家园打造成城里人的乐园。我们3.0版的目标就是通过共建实现共富进而共享，这样的城乡合伙人模式，不是单向输血，而是合作共赢，实现富村富企富民。今天，我们正式启动企村结对“天目共富联盟”，就是要以更高标准，着力打造“共富”示范。

启动仪式后还举行了天目共富论坛，邀请了省委党校包海波教授和杭州师范大学赵鑫博士与工商联、太湖源镇、结对企业代表可靠护理用品股份有限公司和结对村代表天目山镇桂芳桥村等单位负责人一起，共同探讨了乡村共同富裕的话题。



客户来公司只是开始，单子成交也并非终止。善待每一位客户是我们市场的要职，更不能轻言放弃。相信自己，跟踪久了，时间长了，客户迟早都会再来！

市场如何更好地做好客户跟踪

文 / 罗雄飞 大客户中心总经理

在市场销售过程中，有许多环节需要我们市场人员去了解、分析、解决。作为一名市场人员，我谈几点对于如何做好客户跟踪的个人看法。

我经常反思以下几个问题：对于离开老客户我们是怎么处理的？离开客户再邀约都有哪些章法可循？我们有对客户坚持跟踪吗？在跟踪过程中该采取什么

样的策略？我们又存在哪些误区？相信大家或多或少也可能都有此类困扰。

那么先来看看咱们在工作中是不是存在以下几种情况：

一、顾客跟踪不及时。

一般情况下客户离开公司

30分钟给予第一个短信（微信）的关心，24小时内做第一次跟踪，然后根据该客户的级别设定自己的跟踪频率。

而实际过程中，我们市场人员普遍存在对自己客户没有整理，容易犯“眉毛胡子一把抓”

的毛病，导致客户近半年甚至一年没有沟通。

二、在第三次、第四次跟踪后就放弃。

实际工作中，我们发现，

80%的客户信息跟踪记录在第三四次后就开始放弃，理由是客户没有一次回复或者有不理睬的状态。

三、跟踪内容缺乏新意。

我们的跟踪内容不外乎就是节假日问候、邀请客户再来公司考察等等话语。

四、非常害怕给客户打电话。

经常停留在短信（微信）的问候，很多人还反应可能你的客户已经把你列为黑名单了，所以连发条信息他们收不到。

那么针对以上问题，我们可以有哪些措施呢？这里分享6点建议：

一、提前做好下次沟通的预约。

客户离开时，我们除了送别客户之外，多和客户寒暄几句，

» 悉奥涂料——浙江湖州·新黄浦南浔国际旅游度假区中心



例如“今天非常开心和您认识，与您聊天学到了很多，您看什么时候方便，下次我打电话给您”。

市场人员应该是具备非常高的敏感度，预测性分析是一个技能，为什么要那么说，我认为还是给自己预留下次打电话不显得唐突。



二、通话之前充分准备。

经常听到同事打电话犯得一个大忌就是，将“听风就是雨”用错地方，着急忙慌得拨通对方电话却没有通话的主题，甚至当对方提出问题却无法对接上。

我之前也因准备不充分吃过亏，所以这样的通话的效果无疑是大折扣的。应当做到，在通话前就要列出主要通话内容，明确通话的目的。哪怕对方打断自己的话后，有了这些准备后就能

确保被打断后还能继续通话的主旨，保障了通话的完整性，同时让客户感受到我们的专业。

三、注意礼仪和感谢。

一个非常不礼貌的通话，会让我们的客户非常不愉快。比如打电话时，尽量不对着电话咳嗽、大声“喊叫”的方式，哪怕客户怎么无礼或者愤怒，我们都要对他表示感谢和歉意。

这点我遇到过其他公司销售员，做得很好，我总能对她每一次的电话无反感，反倒是久而久之造成“没买她东西”自己会不好意思的体会。语气千万不能表露出对客户“不咸不淡”的态度。

四、帮助客户解决疑虑。

当然，这点如果没对客户进行类比描述性分析、预测性分

析工作的销售人员是很难做到位的。假设遇到客户不成交或者不及时下单，我们要了解原因，哪怕原因多种，又或真或假，前期调查工作必不可少。

一般来说分为价格问题、比较问题、资金问题、预算问题、使用问题、实时环境情况等等。比如说今年很多客户不和我们这么早签合同，是因为他说亚运会的原因，可能要停工延期进度，反过来也能分析出他当前的想法（可有更多时间找其他供应商做对比）。

再比如业主提出来或由于

疫情影响、总包更换、设计变更等等诸如此类的原因，我们都要主动与客户进一步深入交流，了解原因再对症下药解决。

五、给自己一个台阶。

每次的邀约，不管成功与否都不要把话说太死，要留有余地。比如当客户说起“你们产品价格有没有降价的余地了？”，你直接回“不好意思，这个产品已经是最低价”。

这样的回答，显而易见是拒绝。换位思考，假设你是客户也

肯定直接丧失兴趣。那么假设换成“某某总您好，公司最近在推一款新产品，产品性能基本能达到之前产品效果，而且价格可以达到您的需求...”，巧妙得用其他产品替代的转移话题来挽留客户，当然是个办法。

这里我仅举例其一的说辞，并非每个场合都适用，需要得是我们市场人员多注意语言的表达。

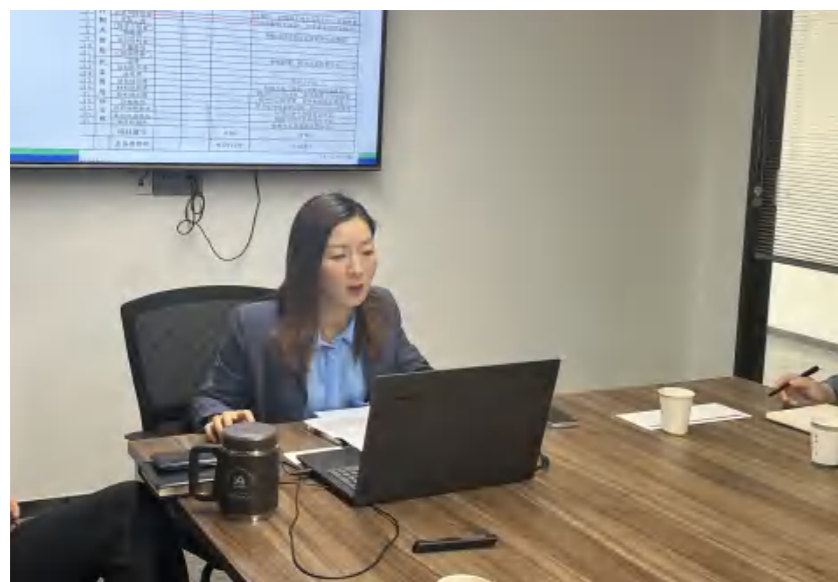
六、多种方式保持联系。

有些客户由于各种原因并非马上能签合同，但是他们来询问了，证明他们就是我们的潜在客户。这样的客户要适当的延长跟踪时间，跟踪的方式也要尝试改变，切忌不能让他对你产生反感。

对于实在没有意向或者意向已经明确其他品牌的客户，一般建议休眠3个月或者三个月后再重新追踪。平日工作傻瓜式的准备一个本子，就是记录每一个客户的特殊需求和记录，以及跟踪频率时间表，其实对于没有相对好关系的销售人员来说，还是可以借鉴的。

客户来公司只是开始，单子成交也并非终止。善待每一位客户是我们市场的要职，更不能轻言放弃。相信自己，跟踪久了，时间长了，客户迟早会再来! 🌱

» 大客户中心工作会议



» 悉奥水性涂料生产车间



利益 ≠ 立场： 谈判为什么会进入僵局？

文 / 本刊编辑部

谈判，是现代社会不可或缺的一项重要能力。我们在谈判中常常会犯一个错误，那就是混淆了利益与立场。

你也许会有些不相信：利益怎么可能会等于立场？利益是利益，立场是立场，我从来也没混淆过呀！

让我们用两个场景性的沟通

案例来试试看。先看第一个沟通场景：

这个案例，来自 Roger Fisher 等人所著的经典谈判学著作《谈判力（Getting to Yes）》。

假设你是孩子的父 / 母亲，家里有两个孩子，你今天回家非常疲劳，推开门发现两个孩子正



在厨房里，拼命争抢一只橘子。请问，你会怎么做？

我相信不同人一定有各种各样的答案。有人会这样反应：“你们俩是不是要打闹？是不是要争吵？那就都别吃！”

我首先建议你不要采用这种反应的模式。因为无论两个孩子如何争抢这只橘子，最终他们或多或少会得到一些利益。

而因为你的到来，两个人利益完全归零，你不是利益创造者，你是利益的终结者，不要成为这样的人。

还有其他的处理方法，比方说哥哥应该让弟弟，因为要关爱幼小嘛。还有的说弟弟应该让哥哥，因为他们想到了中国的传统美德——孔融让梨。



但我想最普遍、最直接和最能够被你得到的方法，一定是拿一把刀，把橘子从中间公公正正切开，然后一人一半。那我们把故事继续。

这时，哥哥拿着他的那一半，然后吃掉橘肉，扔掉桔皮很正常。而弟弟，拿走他的那一半则是把橘肉给扔掉了，他只留下了橘皮，他想烤蛋糕——你知道，橘皮是西点烘焙中的香料。

那我们不妨可以回到那个你分橘子前的一瞬间。你有没有发现你的处理方法其实错误了？因为本来哥哥可以拿到完整的橘肉，而弟弟可以获得一整张橘皮。

这里面真正的错误，就是把利益跟立场混淆。是的，利益不等于立场。

所谓利益，就是你的谈判对象内心真正的诉求。

而所谓的立场，就是你设想、揣测、认为的对方想要什么。

“立场”是你自以为是的，你的潜意识或意识当中所包裹的执念。

利益不等于立场。这是一个基础性的观念，这个判断是，所有谈判和冲突解决机制得以正常运转的认知前提。

看完家事情景，再看商业场景。

假设你是某公司的人力资源总监，你老板让你面试某个程序员，据称他是这个领域非常优秀的程序员，他能够帮助企业解决某些编程当中的疑难问题。同时老板提示你：这个人很重要，注意保持薪酬的弹性。

碰面之后二人没聊几句，那位程序员明确、清晰地表达了对你们公司的向往和认同，非常愿意到你们公司工作。

你觉得幸福来得太突然，真是“得来全不费工夫”。那接下来你就拿出了合同文本，让对方看格式合同。

接下来你认为，既然对方来

利益不等于立场，这是我们挖掘利益过程中一个关键的束缚要素。谈判的过程中，经验多，有时是我们的优势，但有的时候，也会成为我们的障碍。

你们公司工作的意愿那么清晰而强烈，那不妨直接聊一聊入职谈判中最关键的环节——谈钱。

一个月到底多少薪酬呢？以类似的背景和资历，像我这样的

程序员在你们公司大概每月两万块钱，这里我只是说一个大概数。但因为老板说你要对他好一点，所以你的第一个开价是2万5。

这时对方说：不行。请问，你会怎么做？我打赌，有不少人

» 悉奥涂料—浙江温州·泰顺县青草湾飞苑



会说：那3万，对方说：不行。你说：那3.5万。对方说：不行。这时你想说4万，但你想说4万之前有一点点不高兴，因为毕竟4万这个金额是这个领域跟我相同资历的程序员两倍的薪酬了。

你心里想：为什么3.5万还不行？这样的一种愤懑和不理解，让你脱口而出问出了这个问题：为什么不行？

对方说：因为没法“全职”。工作要求我每一天都来上班，但我现在还在复旦大学读MBA，所以我星期五要上学，无法上班，没有办法满足你们的合同要求。

你现在的状态真是万分尴尬——因为你没有想到，对方是以这样的理由来拒绝你给予的薪酬。

你觉得你自己是知道的，你觉得对方不就是要钱吗，你又获得了老板的授权，可以有弹性价格的空间，那当然直接涨价把这个单子谈下来呀。

没想到对方要的并不是钱，而是时间安排的弹性和自由。这就是我们在日常生活中经常能够看到的利益和立场的混同。



» 悉奥涂料—安徽宁国·学林雅苑

当你混同的时候，你突然发现你自己站在一个非常尴尬的位置，在这个对话情景里，要么给予我一个明显超过本人价值的酬劳——两倍于正常的薪资，要么回去跟老板无比沮丧地汇报今天的失败。

利益不等于立场，这是我们挖掘利益过程中一个关键的束缚要素。

谈判的过程中，经验多，有时是我们的优势，但有的时候，也会成为我们的障碍。

你对一个行业了解越深，经验越透彻，这些所谓的经验就会

成为你牢牢不可放手的执念。

它会在你的对话过程中不愿意走出自己的偏执，不愿意屈尊降贵地去了解对方的意愿。

经验越多，可能你会照着既定的方案做，而正是照着自己曾经的成功经验，让自己真正错过了对方的需求，而与这场合作失之交臂。

把利益跟立场区分开来，这是整个原则谈判机制运转的起点。

把利益与立场区别开，这也是我们每天都要自省的洞察。🌱



做事情，别忘了“指挥官命令”

文 / 黄锡 总裁

记得台湾著名辩论高手黄执中在某一次采访中谈到沟通的一个概念，叫做“指挥官命令”。

什么是指挥官命令？看名字也很好理解，那就是指挥官下达给部下的命令。那你觉得这种命令应该是什么样子的？是清单式的吗？比如一条条罗列需要执

行的内容？我们常规理解也是如此，清单式的指令不是更容易让人执行吗？

但事实上，指挥官命令从来不是繁琐的事项罗列，而是一个纲领性的目标。比如，如果指挥官命令部下，明天去炸毁那座桥，占领那座山头，然后在那里埋伏敌方部队，部下领命。

但第二天天气突变，骤降暴雨，那座桥被冲毁了，山头也发生了泥石流，大部队的通讯中断，收不到指挥官的命令了，那你说，部队领头的人应该怎么办？

如果指挥官下达的命令不是那么细致的内容，而是一个总目标——阻碍敌方部队，让我方部队顺利撤退。

那么当天气变化，计划不得不变动的时候，部下也就能够随机应变，围绕着指挥官的总目标来行事。这样的命令，就是指挥官命令。

《华尔街日报》的一篇报道中谈到，在迪士尼，对一位员工工作成绩的最高评价是，“沃尔特迪士尼先生一定会喜欢这样做”。

这样的评价，一听就懂，虽然没有具体的措施指导你去行动，但最高的“指挥官命令”一直都在，它成了员工的各种行为的准则。

在企业管理中，也有“指挥官命令”，那就是企业的使命、愿景、核心价值观。至于战略分解、部门指标、员工 KPI 考核等

等，都是从企业的使命上分解出来的，过分关注一些细节，就有可能迷失企业真正的方向目标，就像部队为了炸桥而炸桥，为了占山而占山，全然忘记了自己真正的使命。



指标和目标

我们做管理的时候，常常习惯于将大目标拆解为小目标，小目标又拆解为一个具体的指标，这是管理者常常要做的事情。当然，管理者还要做一个事情，就是关键指标。

有些指标是不重要的，20%的指标决定了80%的结果。所以，你要确定什么是关键指标，KPI 就是关键业绩指标。

在足球比赛中，教练、观众、评论员都要看一些指标。比如说控球率，你的全场控球率是50%以上还是50%以下，场上奔跑的时长、攻进禁区的次数、角球数、点球数、犯规数等等，都都叫指标。

我们理所当然地认为，要管理好这个球队，那么就必须要目标分解为指标。但是，目标和指标常常并不是一一对应的。

» 悉奥涂料—江苏太仓·滨江丽都





有一个笑话说的是，有人问人工智能，我要找一个女朋友，像赵薇一样的大眼睛，像朱莉娅罗伯茨一样的大嘴，喜爱运动，陆上运动、水上运动都会。电脑就根据这几个指标给出了答案——青蛙。所以，指标和目标常常并不是一一对应的。

只看到指标，只知道盲目地执行，时间久了，我们就会滞留在指标上，忘记目标。

大家都知道海底捞的服务非常好，某家火锅店为了提高用户满意度，就模仿海底捞，只要是来吃火锅的戴眼镜的客人，都要给他一块眼镜布；杯子里的饮料低于 1/3，就要赶紧给客人加饮料；如果客人带了手机，把手机放在桌上，要赶紧用一个塑料袋把它给套上。如果做不到，就扣 0.05 分，最后直接反映在工资绩效上。

如此，你猜结果会怎么样？这些店员们最后就是不断地“骚扰”顾客。

不管顾客是否真的需要，店

员们就一直不停地加饮料，递镜布，套袋子。因为店员考核的是 KPI，一旦被店长发现，就会被扣工资。结果，顾客不胜其烦。

指标是为了实现目标的，但是指标常常是与目标为敌的。

管理者常常把目标拆解为指标，时间久了以后，他就只知道指标，不知道目标。

如果目标是林，那么指标就是木，时间久了就是只见树木，不见森林。

在整个公司里，看上去好像是每个人在忙自己的事情，实际上他们一直在不断地协调自己的步伐，时刻牢记“指挥官命令”，进而共同完成一个目标。

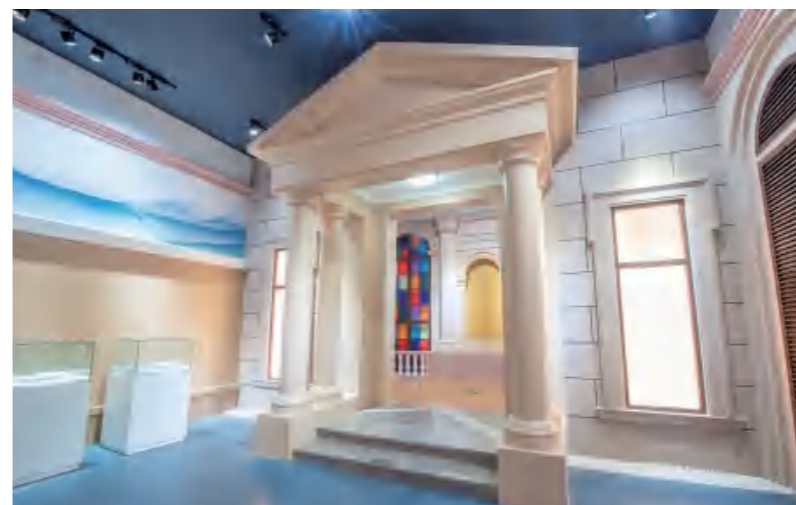


因为忙碌，所以盲目

这个时候忘记了目标是什么的管理者，就变成了一个盲目忙碌的人，因为对目标的盲目，所以忙碌，因为忙碌，所以盲目。

在一个公司里，常常会出现越来越多的盲目的人，事实上他们并没有成事，只是在工作。他们就是按照指标的指引去做事去执行，但未曾去想一想做这件事的“指挥官命令”到底是什么，

» 悉奥形象展示厅



» 悉奥涂料—浙江金华·蓝湾上林苑

为什么上级要制定这样的一个命令，是要解决什么样的问题等等。

企业需要一颗标准一致的螺丝钉，但更需要一个懂得“指挥官命令”的好部下。最好的状态是群策群力，每个人在不同的点

上想办法，解决自己的问题。但是又不是各自为政，因为他们都有共同的目标。

公司的管理可以很透明，定义目标，对齐目标，我干这个，你干那个，时刻保持跟其他人同步。

就像两个网球双打运动员，并不需要教练在旁边喊叫，运动员根据每一时刻的态势和场景来不断地调整自己的行为，跟对方保持步调一致。

一旦相互之间不同步了，就及时纠偏，不断沟通，随时调整，快速迭代。

所以，在整个公司里，看上去好像是每个人在忙自己的事情，实际上他们一直在不断地协调自己的步伐，时刻牢记“指挥官命令”，进而共同完成一个目标。



立的乳胶粒中，进行烯烃类单体自由基加成聚合生产高聚物的一种技术。

乳液聚合常用单体：



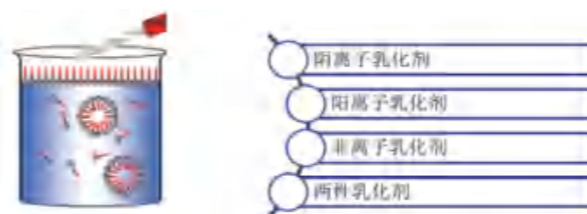
乳化剂是乳液聚合体系中主要组分，乳液聚合中乳化剂必须满足：

- 对聚合物体系起有效稳定作用；
- 不影响聚合反应的进行。

乳化剂的作用：

- 维护生长和成型的颗粒稳定性；
- 主要决定颗粒的尺寸

乳化剂的类型：



单体在配方中约占 50%，是构成聚合物乳液性能的基础。单体性能和选择决定：

- 聚合物乳液的耐候性、耐沾污性、耐水性、耐 UV、耐碱性和耐皂化性能；
- 聚合物乳液的柔韧性和力学性能；
- 聚合物乳液的附着力；
- 聚合物乳液的玻璃化温度和最低成膜温度；
- 对乳液聚合工艺；

单体的选择：

硬度、耐沾污性和最低成膜温度、延伸率之间的平衡；

突出特性，综合平衡性能、资源、成本和工艺。

聚合物 Tg: Fox 计算公式：

$$1/T_g = W_1/T_{g1} + W_2/T_{g2} + \dots + W_n/T_{gn}$$

T_g 为单体均聚物玻璃化转变温度 (单位为 K) W 为单体在聚合物中质量分数

表 1 几种常用单体均聚物的 Tg

单体	Tg/°C
丙烯酸甲酯	8
丙烯酸乙酯	-22
丙烯酸正丁酯	-64
丙烯酸 2-乙基己酯	-95
甲基丙烯酸	125
甲基丙烯酸甲酯	105

最低成膜温度 (MFT) 是指乳液能够成膜的温度下限值。乳胶粒干燥过程与乳胶粒的 Tg 有很大的关系。

当 MFT 大于干燥温度时得到粉末状树脂；

当 MFT 小于干燥温度时，干燥到一定的程度，乳胶粒发生聚结，形成连续的薄膜。

表 2 几种聚合物的 Tg 与 MFT 的关系

聚合物组成	Tg/°C	MFT/°C
St/BA 75/25	48	68
St/BA 85/15	17	28
St/BA 95/5	10	21
MMA/EA 50/50	30	27
MMA/BA 65/35	28	18
聚丙烯酸乙酯	30	13
聚丙烯酸甲酯	3	20

成膜助剂又叫聚结剂、助溶剂或共溶剂，是分子量数百的高沸点化合物，多为醇、醇、酯、醇醚类，实际上是聚合物的一种溶剂。

在涂膜干燥过程中，水分挥发后余下的成膜助剂使聚合物微滴溶解并融合成连续的膜，成膜助剂除有溶解作用外，还会对聚合物起短暂的增塑作用。

Texanol: 化学名为 2, 2, 4-三甲基-1, 3-戊二醇单异丁酸酯，又称醇酯-12、十二碳醇酯、UCAR Filmer IBT 等。Texanol 是聚合物的良溶剂，

建筑涂料乳液简述

文 / 高亮 制造中心

乳液，也称为树脂，聚合物，成膜物，涂料基料等。建筑涂料是通过乳液把各组分黏结在一起，形成一层薄膜，并牢牢地附着在基层上，也就是所谓的涂层。所以说，乳液是涂膜最主要的组分，在一定程度上，涂层的性能主要取决于乳液的性能。

对于清漆形成的透明涂层而言，涂层的所有性能都取决于乳液，而色漆和功能性涂料还与颜料和添加剂有关。

除了粘合成膜性等基础性能之外，涂层所应具备的各种使用性能，例如装饰性（光泽、丰满度、

透明度）、耐久性（保光、保色性，耐候性，耐热性，耐黄变性，耐污性等）、物理力学性能（硬度、耐划伤性、耐磨性、耐冲击性等）以及特殊的功能要求都主要取决于乳液的性能。

一、乳液基本构成

乳液聚合：单体、水、水溶性引发剂、乳化剂配合成乳液状态所进行的聚合

乳液聚合是指水乳液中按胶束机理形成彼此孤

几乎不溶于水，水解稳定性好，挥发性较低，能有效地降低许多乳液的成膜温度，毒性小，不易燃烧，所以是一种很好的成膜助剂。

表3 不同的成膜助剂对一种丙烯酸改性聚氨酯分散体 MFFT 的影响 (分散体的初始 MFFT 为 35°C)

成膜助剂	1	2	3	4	5
丙二醇	35	6	5	2	0
甲氧基丁醇	35	0	0	0	0
乙二胺丁醇	35	0	0	0	0
二乙二醇甲醚	35	7	5	0	0
二乙二醇乙醚	35	11	6	4	0
丙二醇丁醚	35	9	5	4	0
二丙二醇甲醚	35	8	5	6	0
二丙二醇丙醚	35	7	4	0	0
二丙二醇丁醚	35	9	5	0	0
三丙二醇丁醚	35	10	6	0	0
二丙二醇二甲醚	35	15	9	6	0

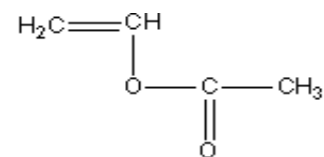
二、乳液的标准及基本性能

项目	指标
外观	乳白色或浅黄色，无杂质、无沉淀、无分层
固含量 (质量分数)	40-50%
pH 值	6-8
粘度 (25°C)	10-100 mPa·s
玻璃化温度 (T _g)	≤ 5°C
最低成膜温度 (MFFT)	≤ 5°C
贮存稳定性 (3 个月)	无沉淀、无分层、无凝胶、无结块
冻融稳定性 (5 次)	无沉淀、无分层、无凝胶、无结块
相容性	与常用乳液相容性好
特殊性能 (如耐水性、耐碱性)	根据配方要求

项目	指标
乳液分子量 (数均)	50,000-100,000
乳液分子量 (重均)	100,000-200,000
乳液分子量 (多分散性指数)	1.5-2.0
乳液分子量 (分布)	符合设计要求

三、建筑涂料常用乳液种类

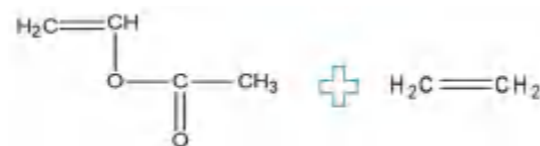
1. 聚醋酸乙烯乳液



单体
聚醋酸乙烯乳液俗称白乳胶，一般以 PVA 作为保护胶体；
属于均聚物，玻璃化温度为 30°C，在涂料中使用时常常需要加入增塑剂；

成本较低，其中醋酸酯容易水解成羟基，而产生的羟基有通过临近基团效应，进一步促进其临近的醋酸酯水解，因而耐水性和耐碱性较差；耐光老化性很差。

2. 醋酸乙烯 - 乙烯共聚乳液 (EVA)

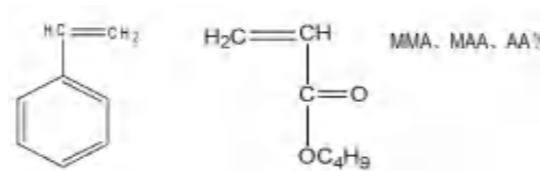


单体
称 EVA (或者 VAE) 乳液，聚乙烯玻璃化温度低，PVA 共聚物引入乙烯后在主链上内增塑，根据乙烯量调节乳液的玻璃化温度；

EVA 乳液玻璃化温度较 PVAc 有显著降低，柔韧性和成膜性提高；
主链上乙烯的引入可以提高乳液的耐水性、耐碱性；

EVA 类乳液气味较低，成膜温度较低，在涂料应用中不需加入成膜助剂、没有助溶剂。用于室内乳胶漆，但室外应用耐水性和耐候性不足。

3. 苯乙烯 - 丙烯酸酯共聚乳液

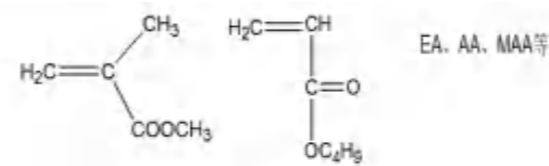


单体
涂料用苯丙乳液，一般要求涂膜具有良好的硬度和耐沾污性，玻璃化温度一般大于 20°C，苯乙烯含量比较高；

苯乙烯吸水性极低，苯丙乳液的耐水性较好，但苯乙烯受紫外线照射易黄变、耐冲击性差，较 MMA 的强度和延伸率都要低；

耐水性较 EVA 乳液优，可以用于内外墙涂料，也可以用于水泥基产品 (具体特性差异很大，电解质稳定性差异也很大)。

4. 纯丙烯酸酯共聚乳液

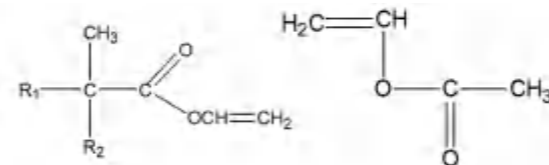


单体
纯丙乳液具有良好的耐水性、耐碱性、耐候性、耐光性、抗冲击强度；
甲基丙烯酸甲酯玻璃化温度与苯乙烯相近，但力学性能和抗冲击强度明显提高，另外耐候性也较好；

根据主单体含量不同，纯丙乳液玻璃化温度范围也较广；

广泛应用于内外墙涂料中，尤其是外墙涂料中，由于其优异的耐候性和化学稳定性，在防腐工程中也广泛使用。

5. 醋酸乙烯 - 叔碳酸乙烯酯共聚乳液



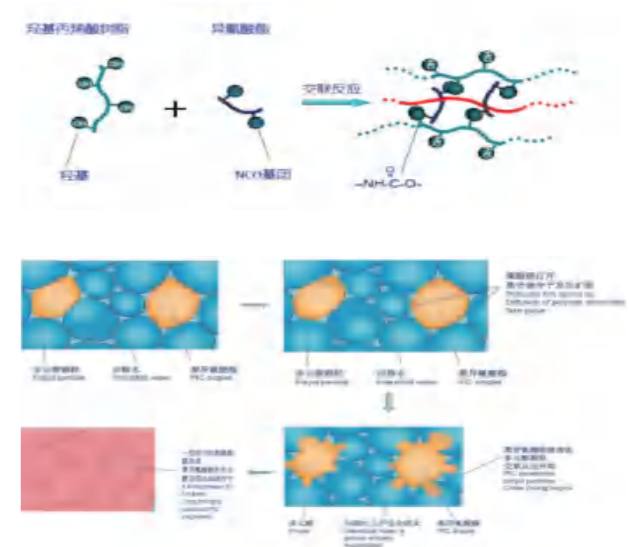
单体
Veova/VAc 优势：
侧链上叔碳基团很强的保护作用，使得酯键不易水解，耐水性和耐碱性得到很大改善；

Veova 水中溶解度极低，较苯乙烯低，叔碳基团具有很强的疏水性；
当 Veova 含量超过 25%，具有良好的耐候性；
Veova 和 VAc 的竞聚率非常接近，有利于无规共聚。

6. 羟基丙烯酸树脂乳液

羟基丙烯酸树脂是由苯乙烯、甲基丙烯酸甲酯等硬单体和丙烯酸乙酯、丙烯酸丁酯、甲基丙烯酸丁酯等软单体以及丙烯酸羟乙 (丙) 酯、甲基丙烯酸羟乙 (丙) 酯等含羟基的功能单体为原料，在分

子链调剂的作用下，经自由基聚合制备的一种丙烯酸树脂。



异氰酸酯是异氰酸的各种酯的总称。
若以 -NCO 基团的数量分类，包括单异氰酸酯 R-N=C=O 和二异氰酸酯 O=C=N-R-N=C=O 及多异氰酸酯等。
★ O=C=N-R-N=C=O + HO-R'-OH = ~RNHCOOR' OOCNHR~

外墙涂料用乳液比内墙涂料用乳液性能的要求要高，因为外墙涂层经常受到日晒及风吹雨淋，为了使涂层保持一定的耐久性，要求乳液要有好的耐候性。

除此之外，还要求外用乳液有优良的耐碱性及耐水性。因为涂料是直接呈碱性的水泥砂浆或水泥混凝土砂浆基材上使用，即使批刮腻子，也大多为水泥系外墙腻子，因而要求乳液有优良的耐碱性。外用乳液的涂膜应有较高的硬度，这对提高抗沾污性，使建筑物保持清洁的外观是十分重要的。内墙涂料由于应用于室内，所用乳液必须满足环保要求，除此之外还要求有较好的耐水性、耐碱性、耐擦洗性。对耐候性没有特殊要求。

总之，外墙涂料用乳液要比内墙涂料用乳液更多地考虑耐候、耐沾污及耐水、耐碱等性能。

悉奥轻石漆 助力行业绿色石代



文 / 本刊编辑部

在“双碳”背景下，涂料势必应在如何降低对传统自然资源的过分依赖，减少对资源和能源的使用，以及研发更低碳的涂料产品，以达到减少碳排放的目的，助力行业绿色低碳升级。为此，公司在近期推出了新产品——XA-809 轻石漆。

XA-809 轻石漆

XA-809 轻石漆采用天然彩砂和柔性复合材料调配而成，采用喷涂工艺可仿大理石质感和外观的高品质水性砂壁状彩石外墙建筑涂料。适用于各种建筑墙面，尤其适用于结构复杂之墙面及需要体现庄重、豪华、大方、个性化仿石效果的墙面。

一、升级创色设计

在外墙涂装实现石材效果的材料中，真石漆酷似大理石、花岗岩的效果广受客户信赖。在如今“双碳”背景下，如何做到涂料产品绿色“石”代，助力行业绿色低碳发展。

轻石漆的推广及应用不仅能降碳减耗，同时也为外墙涂装解决了更简单轻便的施工方案。

为提升轻石漆的外观效果，悉奥专业的技术创色团队，为配方选用了特殊砂型级配，配合多



>> 选用特殊砂型级配，配合多样化的色彩方案

样化的色彩方案，让客户选择空间较大，同时上墙色彩、外观效果也更丰富。

二、轻松施工交付

三分涂料，七分施工。轻石漆的配方设计不仅能降低耗量，同时也提高了施工效率，且降低了常见真石漆易发花、落砂的风险。有助于项目缩短施工周期，减少对周边环境的影响。

>> 降低耗量，提高施工效率，降低常见真石漆易发花、落砂的风险



三、长效耐污耐久

轻石漆具备良好的耐污性，漆膜致密不易产生孔洞孔隙，加上配套罩面漆，不仅形成稳定逼真的石材效果，更具备不易沾灰、不易藏灰等特点，大大提升了外墙墙面耐污的能力。

样板经 600 小时耐人工气候老化试验，涂层未出现起泡、剥

落、裂纹、粉化等现象。

轻石漆以绿色降耗开发源点，从产品原料去采砂化，用白砂替代，降低了自然资源的破坏。产品配方通过更高比例的乳液和填料，每平方米用料仅传统真石漆的一半，在降低整体材料用量的同时提升涂层的品质。

四、轻松降耗减碳

轻石漆不仅做到了降耗减碳，而且也考虑了绿色产品的多个环节，整个生产过程降低了单吨能耗，在运输环节，降低了每平方米平均耗量，大大降低了项目的运输成本。

悉奥涂料，中国好工程。轻石漆通过从创色设计、施工交付、耐污耐久、降耗减碳四大维度，在“双碳”时代，助力实现降耗减碳的同时，促进建筑涂料行业绿色健康发展。

外墙涂料 21 条施工常见问题及解决方法（下）

文 / 本刊编辑部

外墙涂料在施工过程中会出现各种问题，下面我们具体来看一下真石漆施工过程中常见问题和解决方法。

一、遇水发白，抗水性差

现象和主要原因：

一些真石漆经过雨水冲刷和浸泡后会明显发白，天气晴朗后又恢复原来的状态，这是真石漆抗水性差的直接表现。

1. 乳液品质较低
低档或低价位乳液为了增加乳液的稳定性，往往会加入过量的表面活性剂，这些表面活性剂会大大降低乳液本身的耐水性。
2. 乳液用量过低
高品质的乳液价格较高，厂家为

了节约成本，只添加少量的比例乳液，从而使得真石漆干燥后漆膜疏松、不够致密，漆膜吸水率比较大，黏结强度也相应降低，一旦遇到长时间的阴雨天气，雨水就会渗透到漆膜里，导致真石漆发白。

3. 增稠剂过量

厂家在制造真石漆时，往往会加入大量的羧甲基纤维素、羟乙基纤维素等作为增稠剂，这些物质都属于水溶性或亲水性，涂料成膜后留在涂层中，大大降低涂层的耐水性能。

解决方法：

1. 选择优质乳液
要求厂家选用耐水性非常优良的高分子丙烯酸聚合物作为成膜物质，从源头上提高真石漆的耐水性。

2. 增加乳液比例

要求厂家增加乳液的比例含量，对真石漆乳液的添加量做大量的对比试验，确保真石漆施工后得到一个致密完整的漆膜，阻挡雨水的侵袭。

3. 调整亲水物质配比

为保证产品的稳定性和施工性，添加纤维素等亲水物质是必需的，关键是找到一个精确的平衡点，这就需要要求厂家通过大量反复的试验，研究纤维素等亲水性物质的合理配比。既保证产品的效果，又能将对耐水性的影响降到最低。

二、喷涂飞溅，浪费严重

现象及主要原因：

有些真石漆在进行喷涂时会掉砂，甚至会四处飞溅，严重时浪费 1/3 左右。

1. 碎石级配不当

真石漆中天然碎石颗粒不能采用均匀大小的颗粒，必须采用大小不同的颗粒混合搭配，如果采用均匀颗粒或颗粒搭配不合理，均会造成喷涂飞溅。

2. 施工操作不当

可能是喷枪口径太大、喷枪压力选择不当等因素也会造成飞溅。

3. 涂料稠度不当



涂料稠度调制不当也会造成喷涂时掉砂和飞溅，严重浪费材料。

解决方法：

1. 调整碎石级配

通过施工现场观察发现，过多使用粒径小的天然碎石会使漆膜表面质感偏低；过度使用粒径大的碎石，则容易造成飞溅和掉砂，只有按一定级数配比，才能达到均匀统一。

2. 调整施工操作

如果是喷枪原因，则需要调整喷枪口径和压力。

3. 调整涂料稠度

如果是涂料稠度造成原因，则需要调整稠度。

三、真石漆发花

现象及主要原因：

1. 基层酸碱度的影响，酸碱度大于 9，就会导致发花现象。

2. 施工过程中薄厚不均匀容易出现发花，此外真石漆喷涂用量过少、漆膜太薄也会造成发花现象。

3. 真石漆生产过程中，纤维素比例过高，是发花的直接原因。

解决办法：

1. 严格控制基层酸碱度，使用抗碱封闭底漆做封底处理，防止碱性物质析出。

2. 严格执行正常施工用量，不偷工减料，正常的真石漆理论涂布量为 3.0-4.5kg/ 平米左右。

3. 按合理比例控制作为增稠剂的纤维素含量。

四、真石漆黄变

现象及主要原因:

生产商采用了较差的丙烯酸乳液作为粘结剂,乳液经过太阳紫外线照射会发生分解,析出有色物质,最终造成黄变现象。

解决方法:

要求厂家选用优质乳液作为粘结剂,提高产品品质。

五、漆膜过软

现象及主要原因:

合格的真石漆漆膜会很硬,用指甲无法扣动。漆膜太软主要是由于乳液选择不当或含量较低,造成漆膜成膜时的涂层不够紧密。

解决方法:

生产真石漆时,要求厂家不能选用与制造乳胶漆相同的乳液,应选择粘结力较高、成膜温度更低的复合溶液。

六、色差

现象及主要原因:

同一墙面没有使用同一批号的涂料,两批涂料存在色差。真石漆涂层色彩完全由砂石颜色决定,出于地质构造的缘故,每批彩砂难免有色差,所以在进材料时,最好要选用同一批石矿加工的彩砂,进货一次要进全,以减少色差。涂料储存时分层或表层出现浮色,喷涂前没有充分搅拌均匀。

解决方法:

同一墙面尽量使用同一批号的涂料;涂料储存时分批放置;喷涂前应充分搅拌均匀后再使用;在进材料时,最好要选用同一批石矿加工的彩砂,进货一次要进全。

七、涂层不均匀、接茬明显

现象及主要原因:

没有使用同一批号的涂料;涂料储存时分层或表层出现浮水,喷涂前又没有充分搅拌均匀,涂料粘度不同;喷涂时空气压力不稳;喷涂时喷枪喷嘴的口径因磨损或安装错误而发生变化;配合比掌握不准,掺加料不均匀;涂层厚度不一致;施工洞口等封堵不及时或后补造成接茬明显;面层施工没将茬子甩在分格处或不明显处,而是无计划乱甩茬形成面层涂层接茬明显可见。

解决方法:

应安排专人或厂家对配合比、稠度等相关因素进行控制;施工洞口或脚手架的搭设口等应提前封堵修补完成;尽量使用同一批号的涂料;涂料储存时分批放置,喷涂前应充分搅拌均匀后再使用;喷涂时及时检查喷枪喷嘴,调整喷嘴压力;施工中间甩茬,必须把茬子甩到分格缝或管后不明显的地方,严禁在块中甩茬;二次接茬施工时注意涂层厚度,避免涂层重叠,形成深浅不一。



八、涂层起泡、起鼓、开裂

现象及主要原因:

涂料施工时基层的含水率过大;水泥砂浆、混凝土基层因龄期不够,或因养护温度过低而强度不够,混合砂浆基层设计强度偏低,或者施工时配合比不正确;没有使用封闭底涂料;主涂面还没有完全干燥即涂装罩面涂料;基层开裂,底层抹灰没按要求分格,或分割块太大;水泥砂浆面积过大,干缩不一,会形成空鼓及裂缝,底层的空鼓以至将面层拉裂;水泥砂浆没有进行分层抹灰保证基层的抹灰质量;一次喷涂量太大,涂层太厚,又稀释不当;涂料本身性能存在缺陷等都易引起涂层开裂;天气温差大,致使内外层干燥速度不同,表干里不干形成裂缝。

解决方法:

打底灰应按要求进行分格;在基

层的抹灰过程中应严格砂浆的配合比和进行分层抹灰;按施工程序和规范施工;严格把关原材料质量;改用小嘴喷枪,薄喷多层,尽量控制每层的干燥速度,喷涂距离以略远为好。

九、涂层脱落、损伤

现象及主要原因:

涂料施工时基层的含水率过大;受过外力机械冲撞;施工气温太低而造成涂料成膜不好;揭去胶带时间不适或方法不当造成涂料损伤;外墙底部未做水泥脚线;未使用配套封底涂料。

解决方法:

按施工程序和规范施工;施工过程中注意成品保护。

十、交叉污染严重、变色

现象及主要原因:

涂层颜料褪色,经风吹、雨淋、日晒颜色变化;施工时各专业之间的施工顺序不当造成交叉污染。

解决方法:

要求选用抗紫外线、抗老化、抗日光照射的颜料的涂料,施工时严格控制加水,中途更不能随意加水以保证颜色一致;为了防止面层的污染在涂层完工 24h 后及时刷一道罩面漆。刷罩面漆时注意防止流淌或过厚形成花感。施工过程中应按照施工程序组织施工避免施工时专业的交叉污染或破坏。

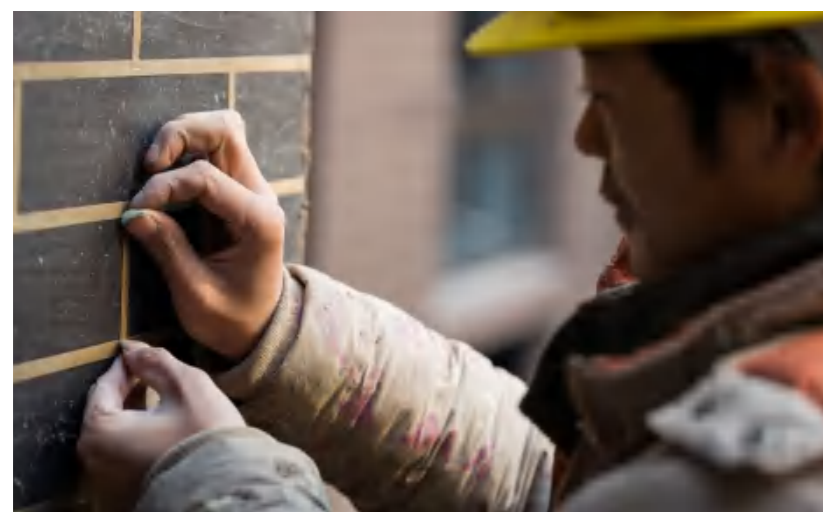
十一、阴阳角裂缝

现象及主要原因:

有时在阴阳角处出现裂缝,阴阳角是两个面交叉,在干燥过程中会有两个不同方向的张力同时作用于阴阳角处的漆膜,易裂缝。

解决方法:

发现裂缝的阴阳角,用喷枪再一次薄薄的覆喷,隔半小时再喷一次,直至盖住裂缝;新喷涂的阴阳角,则在喷涂时注意不能一次喷厚,采取薄喷多层法,喷枪距离要远,运动速度要快,且不能垂直阴阳角喷,只能采取散射,即喷涂两个面,让雾花的边缘扫入阴阳角。



“初心不改、党性锤炼” ——公司党支部开展主题党日活动

文 / 本刊编辑部

2022年是中国共产党成立101周年,为庆祝党的生日,共同回顾党的光辉历史,感悟共产党人的初心使命,牢记党员的责任担当。7月3日,公司党总支组织全体党员赴高虹新四军纪

念馆开展“初心不改、党性锤炼”主题党日活动。

新四军是一支具有光荣革命传统的英雄部队。在1945年粟裕司令领导下建立的浙西抗日根

据地,远离中央的新四军紧紧团结和依靠人民群众,进行了艰苦奋战,用鲜血和生命诠释了铁心向党、赤心为民、不畏艰险、不懈奋斗的精神,矗立起一座丰碑,留下了宝贵的精神财富。

该馆是浙江省新四军历史研究会的革命传统教育基地,非常适合开展中小学生和党员、团员学习革命精神、了解党史知识的红色文化教育活动。使大家更加深刻地感受革命先辈们浴血奋战,开辟红色热土,不怕牺牲、顽强拼搏的英雄气概。

进入高虹新四军纪念馆,“红色气息”扑面而来,大家详细了解了新四军进驻临安后的日常生活和抗战事迹。



从三次反顽战争到抗战胜利,在这里,军民关系好比鱼水,群众们积极支援新四军抗战,帮助新四军筹集、运送军粮,为争取抗战胜利而共同努力奋斗着。

随后党员们怀着崇敬之心,跟随讲解员,依次参观了高虹新四军纪念馆“浙西烽火”“天目反顽”“军民齐心”“高虹丰碑”四个部分,观看并学习了图文、实物、影像等珍贵的历史资料,党员们仔细端详着纪念馆里的英烈们用过的老物件。

简陋的生活用品、一件件锈迹斑驳却凝聚着厚重历史感的枪支及手榴弹、往来的信件、泛黄的行军包静静地诉说着烽火岁月革命斗争的艰苦卓绝。



通过此次固定主题党日活动,全体党员同志接受了一次全面而深刻的革命精神洗礼。

革命的胜利来之不易,吾辈当不忘初心,牢记使命,珍惜现

在,发扬革命优良传统,强化廉洁自律意识,永葆我们党的先进性和纯洁性,为国家富强、民族复兴、人民富裕的伟大事业而奋斗。



» 悉奥涂料—山东泰安·中泰御湖湾

遇到问题，怎么办？

文 / 胡霞 保障中心

生活中，有一些人在遇到问题的时候，最常用的应对方式是“忍着”。生病，忍着；不方便，忍着；被欺负了，忍着。在我看来忍着，是逃避的一种外在表现。这样的人，既缺乏解决问题的能力，也没有解决问题的决心。

我觉得当一个人遇到问题时如何处理，最能反映出这个人的学识以及素养。方法对了，事半功倍；方法不对，效果减半。那么当我们在遇到问题时，我们可以怎么做呢？

一、不轻易动怒

其实我们每个人都有每个人不同的脾气，对于不如意，不顺心，不痛快的事，总是会本能的产生不良情绪。比如小时候，当我们心情不好时，我们嘟着个嘴巴不理人；当我们不开心了，就会使使小性子；当爸爸妈妈不满足我们的愿望时，我们就躺在地上，又哭又闹，表示抗议。

可是长大后，我们就会发现，

哪怕我们面对一些不合理不公平的事，发脾气使性子是完全不顶用，它不仅不会让事情变好，反而会让事情越来越糟糕。比如在工作中，当你遇到苛刻的领导，尖酸的同事，刁蛮的客户，你要么提高能力，另谋高就，要么调整心态，积极应对。

在生活中，总会有人对你说三道四，指手画脚，如果你是对的，你没必要发脾气；如果你是错的，你没资格去发脾气。我们不管在什么时候都应该冷静、平和，怨恨和生气是浮躁与无能的

表现。我们要时刻记着：发怒是解决不了问题的，发怒只会让事情变的更加糟糕，甚至无法挽回。

二、遇事转个弯

看过这样一个故事：有几个人乘船出海钓鱼，返航的时候他们意外地迷失了航行的方向。

天上一颗星星都没有，没有光亮指引方向，他们不知道该如何行驶船只。有的人记起自己带了灯，于是打开灯照向四周，可是徒劳无功，根本看不到任何东西。正当大家都陷入了混之时，船上一位老者说：“大家把灯全都关了。”

所有人都很疑惑，可是没有更好的办法，只能照老者说的做。灯灭了，四下里瞬间漆黑一

片，老者说：“大家都别害怕，请静静等一下。”过了一会儿，所有人的眼睛都慢慢适应了这种黑暗，他们惊讶地发现，四周并不是漆黑一片，在很远的地方，有一片光亮。原来这是海边城镇上的灯光，而那里正是他们要回去的方向。

生活中，任何问题的解决方法都不止一种，不管什么事情都有两面性，这条路走不通，那么就转个弯换一条。很多时候工作并不是一帆风顺的，在面对工作的重重阻碍时，要敢于挑战，开拓新的局面。其实，每一次转弯，都是一次新的机遇，机会也往往藏在这些勇于改变的人身边。

三、懂得换位思考

生活中，人与人之间避免不

了矛盾和冲突。遇到问题时，如果只考虑自身的利益，不考虑别人，只会让双方的关系越来越紧张、问题越来越难解决。如果大家懂得换位，互相让步，就能化干戈为玉帛，让矛盾得到化解。

之前看到过这样一个故事：一人请一个瞎子朋友吃饭，吃的很晚，瞎子说很晚了我要回去了，主人就给他点了一个灯笼，他就很生气的说：“我本来就看不见，你还给我一个灯笼，这不是嘲笑我吗？”主人说：因为我在乎你才给你点个灯笼，你看不见，别人看得见，这样你走在黑夜里就不怕别人撞到你了，瞎子很感动！

理解不同，结果就不一样，如果我们学会换位思考，站在对方的角度看问题，那么就会有不同的见解。归根结底，换位思考是为了寻找最好的方案去解决问题，既能做到理解和尊重他人，也能保有自己的一些立场。但是如果只是一味地站在别人的角度，向别人妥协，那就变成了“讨好”，就不是真正的换位了。

人生就是一个问题接着一个问题，解决不完的。唯有在解决问题的时候，控制好自己情绪，心平气和地好好沟通，如此才能把问题解决好。很多时候，我们眼中的绝境，并非是真的绝境。而是我们的固有思维，给我们筑起了牢笼。只有懂得转弯的人，才能有出奇制胜的机会。当我们能够用对方的角度，去考虑问题，也就能理解对方的难处了。

失败，没什么大不了

人的一生，总有某段路，只能一个人走；总有许多事，需要一个人扛。失败也没什么大不了的，只要不害怕孤独，它肯定能帮你划清内心的清浊；只要不躲避困苦，它肯定能让你重展笑容。

文 / 钱梦琪 保障中心

人生不如意十之八九，学生时期或是因为考试没有达到理想的分数而沮丧；成年长大或是因为工作事业不顺心而烦恼；中老年时或是因为家庭或是因为个人身体不健康而懊悔苦闷。也许人生就是这样一轮一轮无尽无解的轮回。

在我看来，人生就是一道没有标准答案的单项选择题。就像我这次花钱报考了一次考试，考前认真的准备刷题背题，本以为拿到证书轻而易举，却没想到证书与我擦肩而过。

郁郁寡欢的我去西湖边坐了坐，偶然间听到胡庆余堂创建人

胡雪岩的故事，想与大家分享。

一天上午，胡雪岩正在客厅里和几个分号的大掌柜商谈投资的事情。谈到最近的几笔投资时，胡雪岩面色凝重。店里的掌柜们最近做了一些投资，大家多少都赢利了，只是，有的大掌柜赚取的利润很少。胡雪岩绷着脸，教训起其中几个在投资中获利甚微的大掌柜，告诉他们下次投资时必须分析市场，不要贸然投入资金。

胡雪岩话音刚落，外面便有人禀告，说有个商人有急事求见。前来拜见的商人满脸焦急之色。

原来，这个商人在最近的一次生意中栽了跟头，急需一大笔资金来周转。为了救急，他拿出自己全部的产业，想以非常低的价格转让给胡雪岩。

胡雪岩不敢怠慢，让商人第二天来听消息，自己连忙吩咐手下去打听是不是真有其事。手下很快就赶回来，证实商人所言非虚。胡雪岩听后，连忙让钱庄准备银子。因为对方需要的现银太多，钱庄里的又不够，于是，胡雪岩又从分号急调大量的现银。第二天，胡雪岩将商人请来，不仅答应了他的请求，还按市场价来购买对方的产业，这个数字大大高于对方转让的价格。那个商人惊愕不已，不明白胡雪岩为什么连到手的便宜都不占，坚持按市场价来购买那些房产和店铺。

胡雪岩拍着对方的肩膀让他放心，告诉商人说，自己只是暂时帮他保管这些抵押的资产，等到商人挺过这一关，随时来赎回这些房产，只需要在原价上再多付一些微薄的利息就可以。胡雪岩的举动让商人感激不已，商人二话不说，签完协议之后，对着胡雪岩深深作揖，含泪离开了胡家。

故事讲到这里，大家肯定跟我是一样的看法，做生意本就在商言商，有的大掌柜赚钱少了都被训斥半天，为什么他自己这笔



>> 公司党支部开展拔草义务劳动

投资赚钱更少，而且到嘴的肥肉还不吃，不仅不趁着对方急需用钱压低价格，还主动给对方多付银子。

胡雪岩喝着热茶，讲了一段自己年轻时的经历：“我年轻时，还是一个小伙计，东家常常让我拿着账单四处催帐。有一次，正在赶路的我遇上大雨，同路的一个陌生人被雨淋湿。那天我恰好带了伞，便帮人家打伞。后来，下雨的时候，我就常常帮一些陌生人打打伞。时间一长，那条路上的很多人都认识我。有时候，我自己忘了带伞也不用怕，因为会有很多人帮过我的人为我打伞。

说着，胡雪岩微微一笑：“你肯为别人打伞，别人才愿意为你打伞。那个商人的产业可能是几辈人积攒下来的，我要是以他开出的价格来买，当然很占便宜，

但人家可能就一辈子翻不了身。这不是单纯的投资，而是救了一家人，既交了朋友，又对得起良心。谁都有雨天没伞的时候，能帮人遮点雨就遮点吧。”

对啊，有付出才有回报，所以胡雪岩的生意才会做的出奇好。

对啊，我这次考试失利也没什么大不了的嘛，既然一次不行我就再考一次，上帝为你关掉一扇门的时候总会给你开一扇窗。

人的一生，总有某段路，只能一个人走；总有许多事，需要一个人扛。

看吧，失败也没什么大不了。只要不害怕孤独，它肯定能帮你划清内心的清浊；只要不躲避困苦，它肯定能让你重展笑容。🌱

多思考，多实践

文 / 应程彬 制造中心

2022年忙碌的半年过去了，我们制造中心真石漆组的任务和担子也是越来越重。工作的重点大致就是，顺利完成计划部下达的订单，要保交期，保品

质，还要保安全。下面就是从这三面方面谈谈我的一些感受。

一至二月份是春节期间，所以单子量是比较少的，从三月份开始，排下来的单子就是前面的两倍至三倍的增长。如何合理地把计划部排下来的单子完成是非常重要的环节。

我会先要求品管把单子的颜色先拿来，根据单子的吨位，排到相应的大缸，然后从颜色出发，有些同吨位的颜色，要从颜色的浅到深，点子的无到有先后安排投料生产，这都是需要考虑到，节省了人工提高了生产效率。

除了合理安排生产计划，我们生产制造部门也是非常重视产



公司新产品推荐会

品质量，产品质量从胶生产到产品调色到产品包装，每个环节都要严格遵从公司的各类产品的内控指标，指标达到了那么产品的质量也得到了保障，做出来的材料性能也稳定，减少投诉量。对于员工要提高工作责任心，规范操作，影响产品质量的不规范操作要杜绝。

安全生产是关系到企业的兴衰，关系到整个公司的根本利益，关系到广大职工生命和财产安全的大事，对于我们生产部门来说，安全就是生命，安全就是效益。安全生产不是一项阶段性的工作，而是长期不断的持续性工程。

在平时工作中，我都会要求员工做好防护措施，戴好防护器

具，提高一线员工安全意识。在机械设备这一块，车间设备运行良好，没有因为设备故障影响到工作进度，定期的检修和日常保养。

我个人在工作中也会遇到很多问题和困难，所以我自己也在工作中不断的学习，提高自己的分析能力和解决问题的能力，争取少犯错误，犯了错也要学会自我反思。遇事要多想这事怎么做能做好，做下去会怎么样，会有怎样的结果，不是说脑子想想就可以完成的。

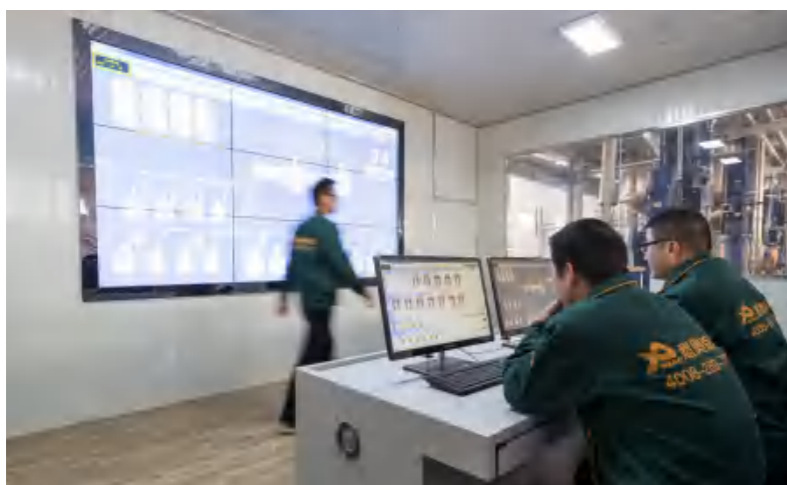
多思考，多实践，思考提高员工工作的积极性，思考怎么提高生产效率。比如投下去的尾料，导致颜色难调，那么我们就可以

采取试小样，取样加进去尾料，那么颜色大跑是不可能的，就规避了一系列因为大生产尾料加多无法调色的后续处理工作，避免浪费时间也浪费人工。在这类的问题还有许多。

尽管这些年自己在努力的工作，但由于潜力有限，仍然有一些工作未能做到尽善尽美的结果。在公司不断的发展中，我的工作能力和个人能力都得到了很大的提高，这些和公司的领导，同事帮助是分不开的，相信自己在以后的工作中一定会做到最好。

公司的发展和自己的发展息息相关，这一点觉悟我还是有的，所以我会一直坚持努力的工作下去，我相信一定能够顺利的完成公司交给我的工作。虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。

俗话说“点点滴滴，造就不凡”在以后的工作中，不管工作是枯燥的还是多姿多彩发热，我们都要不断积累经验，与各位同事一齐共同努力，勤奋工作，刻苦学习，努力提高文化素养和各类工作技能，为公司的发展做出贡献。



入职感悟

文 / 潘诗怡 制造中心



不知不觉，入职已经快一个月了。作为一名进入一个全新工作环境的新员工来说，刚进入公司，难免还是有点压力。

为了能让自己尽早进入工作状态和适应工作环境，有问题及时请教同事，积极学习工作所需要的各项专业知识，努力提高自己的工作效率。

从第一周开始，在同事佳芮和莉姐的协助下，开始自己逐步开始开单子，刚刚接手开单子的时候，我带着一知半解就匆忙上场了，同事就在一边细心的指导我，要是有不懂的，她就会耐心的辅导我。发货我需要核对产品是否做好，是否能发货等等问题。

看似简单的工作，需要十分地谨慎小心，要注意每一个细节内容的填写。如若稍微粗心，那将会造成对发货仓库、财务、物流等环节部门诸多的麻烦。往往我做好核对后，同事再次看看是否正确，确保不出问题，遇到我不熟悉不会的部分同事会仔细和我讲解。

第二周开始，不管对于工作内容还是和同事之间，我都已经基本熟悉。偶尔我会和她们一起贴标签，虽然累但是很欢乐，大家一起边贴标签边聊天，关系就在不知不觉中促进了。

回顾这一月以来的工作，我在公司领导及各位同事的支持和

帮助下，基本上了解自己的本职工作。

这段时间我学到了很多知识，自己的技术水平也得到了很大提高，过得非常充实和快乐，一切都是值得的！

在这里，我要特别感谢在这段时间帮助过我的领导和同事，正是因为有了他们无微不至的关怀和不厌其烦的帮助，才使我尽早从那种紧张情绪中解放出来，使我尽快地适应了工作环境，全情地投入了工作！

虽然我接触工作的时间不长，但是我在这段时间里学到了很多在学校不曾学到的知识。另

外在工作中也在慢慢学着与同事相处，慢慢融入到悉奥这个大家庭中来。来到悉奥之后，对悉奥的企业氛围有了深入的了解和认识。

在今天，我已经学到了很多的东西，面对各种数据不再手足无措，面对人出库也不会不敢动手，能够独自处理一些简单的工作。虽然在这短短的日子里掌握了很多新的知识，但也有更多的迷茫。遇到一堆师傅来拿单子，我往往会手忙脚乱的，同事都会说：“慢慢来，不要急单子一张张慢慢开就行，只有慢慢来，仔细核对才不会出错。”我就会沉下心来，把每个单子开好，开仔细。

通过这大半个月的工作，个

人需要完成的任务有：1、认真完成领导交代的任务；2、做好平常的每日工作以及月末工作总结；3、熟悉公司的员工守则以及工作流程。

对于接下来的计划和今后努力的方向为：我将继续努力提高自己的工作水平，为公司的发展贡献自己的绵薄之力。我想我应努力做到：首先，遵守公司内部规章制度，维护公司利益；其次，加强学习，增加自己的知识面，加强对专业知识技术的强化、学习，要对自己的工作有规划、做到心里有数。

总之，我会努力将自己的知识背景和公司的具体情况相结合，利用自己精力充沛、接受能力强的优势努力学习专业知识和技术，为公司的发展尽我绵薄之力。

再次感谢领导和各位同事的支持和帮助，我会继续努力，不断提高自己的专业水平，虚心向大家学习，不断努力，争取更上一个新台阶。



» 悉奥涂料物流门(西门)

» 悉奥涂料—浙江温州·萧江诚园





保利地产： 中国房地产行业的运行逻辑变了

文 / 本刊编辑部

自从恒大债务危机后，房地产行业迎来遽变，那么行业里面头部央企国企们又怎么理解房地产行业的变化趋势呢？正好，中国的保利地产，作为最大也是最市场化的房地产央企，近期发布了一份《保利 2021-2022 年房地产行业白皮书》，来阐述它对市场的观察和理解。

你可能知道，中国的房地产

行业里有两大预言家，一个是万科，一个是保利。

其中的央企保利，从 2017 年初开始，每年都会发布一份行业白皮书。它开始做行业白皮书的这个时点非常有大局意识，因为从 2017 年开始，中国地产行业就围绕着「房住不炒」这个理念，启动了一轮大调控。行业里很多的从业者看不清方向，于是，

保利就出来扛起了责任，带着全国八九万家同行看看方向、找找路。

保利是央企，对宏观环境的理解自然要比地方民企要透彻；同时它在过去 30 多年里，它一边把经营规模做到了行业前五名，另一边又能够把负债规模驾驭在安全范围内。所以，保利怎么理解环境、怎么制定自己的战略，整个行业都很愿意去参考。

保利在 2017 年提出过判断说：房地产行业进入了「总量峰值时代」。到了 2018 年又提出了「城市生命周期论」，行业里面都很当回事。

到了 2022 年这份行业白皮

书，保利又提出了一个拐点式的判断：中国的房地产行业进入了「减量发展时代」，运行的逻辑发生了根本变化。

这个「减量发展时代」，是保利给整个行业定义的里程碑。它上一次给地产行业定义里程碑，还是在 2017 年，当时的它说，行业进入到「总量峰值时代」了，在这个时代里，全国每年成交的商品房面积会停留在 17 亿平方米上下，不再快速增长了。而且这同时，行业还有一个典型的特征：行政边界不再是市场边界，物理距离终将打破心理距离。

这句话在 2017 年的白皮书里面是这么解释的——在当时的房地产市场上，城市的市场边界

是大于行政边界的。

拿上海来举例子：2011-2016 年的 5 年间，上海的常住人口增幅远远高于旁边的苏州和嘉兴，但这期间，苏州和嘉兴的商品房销量增幅却比上海要快，这俩周边城市增幅增加了接近一倍，而上海自己却只增加了 20%。

为什么会这样呢？保利认为，这是因为上海这样的一线城市，土地的开发已经接近极限了，价格也飙升得脱离了普通人的购买力。

但是普通人「在上海买房」这个需求并没有消失，所以这个需求就越过了行政意义上的上海，外溢到了周边的苏州和嘉兴，也就消化掉了这两个城市的存量房。

同样的事情也发生在广州和深圳，广深对人才的吸引能力超强，但是它们的商品房销量增幅却不如周边城市大。

这就是所谓的「行政边界不再是市场边界，物理距离终将打破心理距离」。

所以，当时的保利说，同行们喊出的「拐点论」、「白银时代」都太悲观了。政府进行的行业调控能够让行业更健康地发展。

在总量峰值时代里，房地产



化解原材料价格不断上涨带来的成本压力，涂料企业都在积极采取应对举措，最大程度地削减成本保护利润。

企业们可以探索多元化经营，可以研究房地产金融，总之，很多事可以做，这是房地产最好的时代。

那么，进入了2022年，变成了「减量发展时代」又有什么不一样呢？我们来对应着「峰值时代」说说区别。

首先，所谓的减量发展时代，是行业在成熟期里，开始构筑右肩了。什么叫构筑右肩？我们把一个行业的生命周期曲线分成四段，初创期、成长期、成熟期、衰退期。

保利在上一个5年说的「峰值时代」等于是说到了曲线的头部，也就是行业进入了成熟期，

现在从头部下来了，但又还没有到衰退，所以呢是在「画右边的肩膀」——构筑右肩。

而在这样一个时代里，全国商品房的成交面积就没法再停留在17亿平方米上下了，销量会往下走。这事其实在我们身边，在2021年下半年开始就已经发生了，2021年的上半年全国商品房的销售面积还是在增长的，

同比还增了27%，但下半年就同比下降了15%。

保利统计了自己新楼盘的来访者数据，结果发现，2021年上半年平均每周来看房的来访者还有80-100组，到了下半年，每周就只有50-60组了，这算断崖式下跌。

其次，峰值时代的商品房销售特点不是市场边界大于行政边界吗，到了减量时代，情况又变了。保利说：有效需求的边界在退缩。

因为政府的限价政策摆在那儿，一线城市和中心城市的房价不让涨了，这就使得它们周边城市的房价看起来也没那么便宜了。

另外，政府一边限价，一边还在增加市场的长租房供给。按照十四五的规划，全国40个重点城市要新增650万套保障性租赁住房。

这些变化统统摆到一个年轻



» 悉奥涂料—浙江杭州·杭房御东方

人面前的时候，他要考虑的问题可能就变了，他大概率就会去想：我是先租个离公司近的房子，等一等在城市里买房的机会，还是花差不多的钱，到隔壁城市去买一套，然后忍受每天2-3个小时的通勤呢？

这样的年轻人万一刚好再是一个网红、主播这类的灵活从业者，他的选择当然就会更倾向于前一个。

2021年10月，国务院还放出过一个政策意向：要在全国部分地区开展房地产税改革试点工作，为期5年。这事虽然至今还没有落地，但也影响到了买房者们的热情：你想啊，房价不但不让涨了，而且还要收税？这样一来那还是别瞎买、别炒房了，要买就买真的要住的。

于是，原本那些外溢到城市行政边界之外的购房需求也就开始退潮，那些受益的外溢城市，现在反而都变成了「被虹吸的城市地区」。比如说北京周边原本有一个受益的河北区域叫燕郊，燕郊在2017年的房价一度涨到过3万，但2021年跌到了1.7万以下。

所以，在进入了减量时代之后，保利说，房地产行业的运行逻辑要发生根本变化，要顺应这么五个趋势：

第一个，去金融化。在过去很多年里，不少人都是把中国的房地产行业当成类金融业来对待的。而现在要去金融化，也就是说房地产企业不能够过度借贷，消费者也不能把房子当成投资品了。要回归实体。

第二个，制造业化。这刚好又回答了前一个趋势引发的新问题：那既然不能再当类金融业了，应该向什么行业靠拢呢？向制造业靠拢。房地产这一行以后不能再吃土地红利了，得靠制造业思维和精益管理的理念来挖掘利润空间。

第三个，极致专业化。既然「房子是用来住的」，那么市场对产品和服务的专业度要求也会比以前高。这也确实是制造业的常规要求了。

第四个，功能民生化。房地产企业们光把房子当商品卖也不行，你还得去考虑房子的民生功能，你得参与到保障房、社区建设、基层治理里面去。

第五个，竞争格局加剧分化。因为这个行业最核心的竞争力会变成信用和专业能力，也就会使得地产行业的门槛越来越高。融资能力和产品能力不行的小企业可能就会被慢慢淘汰掉了。

房地产行业是中国的支柱产业，这个市场又是中国最大的内需市场，2021年中国一二三手住房合计销售额超过了23万亿元，占到了GDP的五分之一，这个行业还能够带动家具、家电这些千万亿量级的市场消费。所以，地产行业的政策逻辑和演化方向，对整个中国的经济运行、民生百态都有巨大的影响。



中国建筑涂料行业发展现状

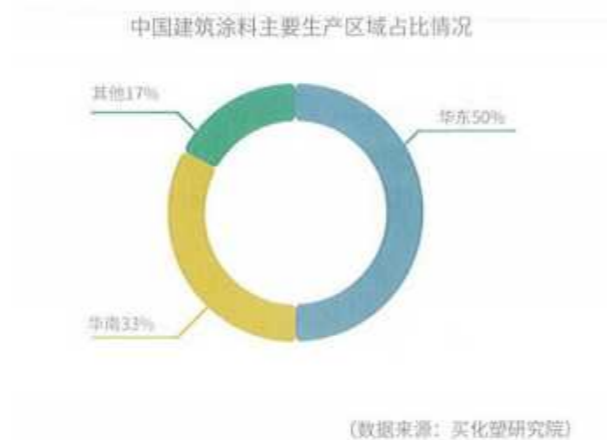
文 / 本刊编辑部

亚太地区目前是规模最大、发展最快的建筑涂料市场区域，人民不断增长的收入和城市化水平将支持强劲的住宅和非住宅建筑活动，但2020年我国建筑涂料市场因疫情等因素影响，建筑业及相关产业发展有所放缓。

一、西南地区市场增速逐渐提升

中国建筑涂料的主要产地在华东、中南地区，上述地区产量分别占全国建筑涂料产量的49.59%和32.86%，西南、西北、东北、华北地区仅占17%左右。

华东、中南地区仍然是涂料企业最为重要的市场；西南地区涂料市场增速逐渐提升；东北、西北地区产量全国占比降低，其中华北受政策影响较大，中南地区全国产量占比较往年减少0.74%。



二、受下游房地产行业发展影响较大

“十四五”期间，楼市或将持续延续严监管态势，尤其融资端“三条红线”对行业影响显著，政策长

效机制作用正逐渐显现。未来房地产市场或将继续呈现量价齐跌的现象，而建筑涂料作为其下游产品，其自身发展依然受困于房地产行业的发展。

建筑涂料产量增速与商品房竣工面积、销售面积增速对比



三、原材料价格大幅上涨导致成本上升

近几年，涂料原材料价格上涨的困扰一直存在，自2016年到现在，不少原材料价格涨幅超过100%，如钛白粉、丙烯酸丁酯、乳液、树脂等产品。

受原材料价格上涨导致涂料企业利润空间进一步被挤压。进入2021年，大宗商品涨势不断，叠加国际政治冲突、国内环保高压，以及海外疫情反扑造成的生产受阻、物流受限造成建筑涂料企业成本上升。

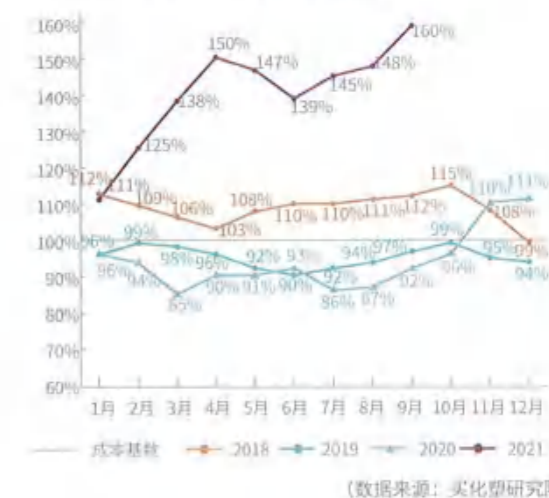
在不利因素影响下，2021年下半年原材料价格依然高位运行，涂料企业面临的成本压力将加剧。

建筑涂料需求上涨速度远跟不上原材料提价的幅度，涂料企业很难将原料提价的成本向下转移，建筑涂料产品提价困难。

首先消费者并不愿意为此买单，加之同行业间竞争激烈，提价动力不足，所以在目前的建筑工程

和零售市场中，建筑涂料价格大多没有大幅提价，或涨幅不足，说明大多涂料企业并没有足够的能力通过提价销售来抵抗原材料涨价的压力。

2018-2021年涂料采购成本指数



四、新产品越来越多，同质化愈发严重

目前，行业内新产品质量及技术创新的匮乏同样是建筑涂料忧虑的来源，虽然新产品越来越多，但同质化也越来越严重，无法跟上消费市场不断上升的需求。

技术创新对国内建筑涂料行业来说依然是一大难题，国内建筑涂料企业普遍在科技创新上动力不足，据悉，我国涂料行业投入的研发经费不足销售总额的1%，无法与发达国家平均5%相比。而且目前我国涂料行业大多是“引进多于原创”，生产出来的产品也大多数投放到国内中低端市场。

虽然我国已经是世界涂料第一大生产国，但具有自主知识产权，处于国际领先水平的创新型涂料产品在国内占比依然不多。

我国建筑涂料行业除了要应对不断变化的市场，还要适应接踵而来的一系列政策法规。近几年随着环保督查持续，大批企业关停，涂料企业为保生存需不断做出相应调整，亦或转型。在如今楼市紧缩政策之下，建筑涂料行业发展依然面临困境。

knowledge tips
知识小贴士



风险管理： 悲剧里挖出来的学问



1912年4月，英国豪华游轮泰坦尼克号从英国的南安普顿出发，驶往美国纽约。“泰坦尼克”的意思是“巨大的，无与伦比的”。这艘当时世界上最大的，搭载了2200名乘客的，11层楼高的，“无与伦比的”豪华邮轮，居然“意外”地撞上了北极冰山，沉入海底，造成1523人丧生，轰动了整个世界。

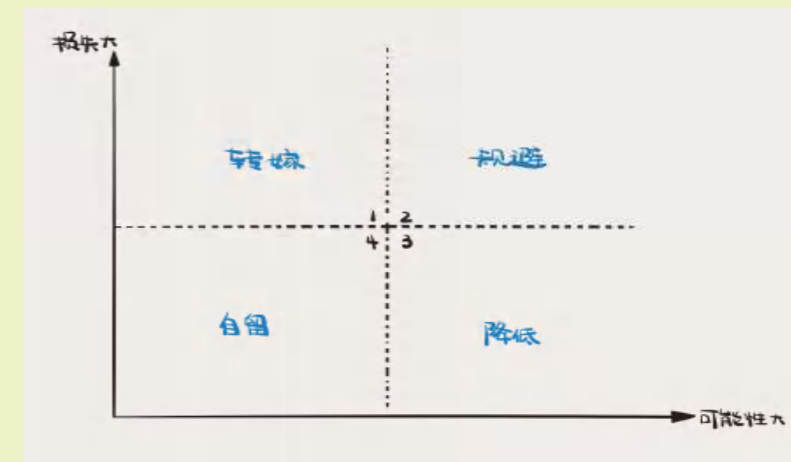
今天，我们从风险管理的角度来谈谈这个“意外”。泰坦尼克号上有2200名乘客，但救生艇只能容纳不到1000人。它没有配备足够的救生设施来规避风险，现在看来，是非常不理性的，这个不理性最终造成了1500多人的丧生。泰坦尼克号的风险管理，是有很大问题的。但泰坦尼克号的悲剧并不是个案。1953年，美国通用汽车公司发生大火，损失达5000万美元。这件事的连锁反应，给美国经济带来严重后果。这场大火，与50年代其它偶发事件一起，推动了“风险管理”作为企业的一项管理活动的发展。可以说，风险管理，是从悲剧里挖出来的学问。今天，我们来谈谈如何做好风险管理。

概念：风险管理

风险管理的目标就是要以最小的成本获取最大的安全保障。要理解风险管理，必须首先理解风险的两个维度：损失和可能性。

损失，就是如果这个风险发生了，会造成多大的伤害？比如得了感冒，会一个星期头晕无力流鼻涕；但得了非典，伤害就大得多了，很可能会致死。可能性，是这个风险发生的概率有多大？校长说，明天如果下雨，运动会取消。你回去听天气预报：明天降水概率30%。那么，运动会不召开的概率，就是30%。校长说，明天如果下刀子，运动会取消。那你就明白，运动会不召开的概率几乎为零。

风险 = 损失 x 可能性。这个看似简单公式，给了我们识别风险、管理风险的基本框架。基于这个基本框架，管理专家们提出了四种风险管理方法：转嫁，规避，降低，自留。



运用：四种风险管理方法

第一，转嫁。

有些风险，发生的可能性其实很小，但如果一旦发生，会造成巨大的损失，比如癌症。得癌症的概率并不高。但如果很不幸患得了癌症，很难治好；就算能治好，也要花很多的钱。对于这样的风险，应该转嫁。买保险，是转嫁风险很重要的手段。过去，保险在中国还不被普遍接受。现在连淘宝上买东西都有运费险，买手机还有碎屏险，成为上市公司董事还有董事责任险，这些都代表了商业文明在“风险管理”上的进步。另外，航空公司为了转嫁油价波动的风险，可以购买原油期货，锁定价格；外贸公司可以进行远期外汇买卖，转嫁汇率波动的风险。

第二，规避。

如果发生的可能性挺大，发生之后，损失也很大的风险，其实就不能叫“风险”了，它接近一定会发生。比如赌博，大概率你是要输钱的，从损失上看，有多少你就能输多少。对于这种风险，策略就两个字：规避。在商业上也一样。很多人的商业策略形同赌博，在几乎必输的游戏中，心存侥幸，总觉得“万一呢”。对于这样的风险，记住：不赌就是赢。

第三，降低。

对于比较有可能发生，损失也尚可接受的风险，要降低风险发生的可能性。这也是我们常说的“预防”。比如，培训员工合规经营，预防企业经营的法律风险；经常找员工谈话，预防突然离职的风险；给项目设置合理检查点，预防项目的失控风险；和客户保持联系，预防客户的流失风险；等等。

第四，自留。

对于不大可能发生，发生了也没什么大不了的，可以选择“自留”。意思就是：损失我认了。比如，员工请病假是小概率事件，就算请了，也没什么大不了的。客户退货是小概率事件，退几件货，也没有巨大损失。对于这样的风险，可以计提一笔“管理储备”的预算，专门用来消化这些损失。

要正确认识风险管理，风险管理的目标就是要以最小的成本获取最大的安全保障。

征稿启事

《今日悉奥》(季刊)为悉奥控股有限公司的内部交流刊物,贯彻“学习与推广并重”的办刊方针,坚持“雅俗共赏、形式活泼”的办刊风格。为本公司员工及同行业内人士提供一个信息交流的平台,以促进我公司全面发展。

本刊主要设有如下栏目:

- 1、**写在卷首** 公司重要会议或活动纪要,或者人生哲理感悟。
- 2、**公司风采** 发布公司发展动态信息及获得的荣誉宣传。
- 3、**营销谋略** 提供适合行业及本公司的营销战略、战术等市场营销方面的策划与研究。
- 4、**管理纵横** 针对企业管理理念、管理模式、管理创新等进行探索与交流。
- 5、**科技之光** 涂料产品制作技术或涂饰工艺等相关的内容。
- 6、**鲁班评说** 针对涂料装饰工艺技术、工程管理等进行交流。
- 7、**党政要览** 公司党支部、工会等活动信息。
- 8、**员工心声** 分享自己的工作、生活、生产技术经验。
- 9、**行业动态** 企业或行业中的新政策、法规、快讯、市场信息等。
- 10、**知识百味** 行业知识宣传以及诗歌、散文、幽默笑话等。

为了《今日悉奥》的稳步成长,特向我公司员工、同行业领域人员及社会各界人士广泛征集稿件。本刊欢迎千字左右的短文,也欢迎有学术价值的论文。长篇文章一般不超过5000字。因编辑人手有限,本刊一般不接受手写稿件,欢迎电子邮件投稿。本刊对来稿有删节权,不愿删节的请予以说明。所有来稿将在三个月内处理完毕,一经采用,即通知作者,给予一定稿酬,未被采用者,恕不退稿。

本刊通信地址:浙江省杭州市临安区高虹镇崇贤路598号

电话:0571-63813189

传真:0571-63813189

Email: zhejiang.xiao@163.com

HAPPY BIRTHDAY

7

7.02 吕 堃 7.03 潘煜聪 7.05 楼月花 7.12 孙月娟
7.15 江 朋 7.18 丁同舟 7.18 杨 清 7.21 王月明
7.24 楼加耀 7.24 范丽华 7.25 苏荣杰 7.27 叶银炎
7.28 黄继会

8

8.05 何继宏 8.07 董忠新 8.11 郑庆丰 8.12 雷宇迪
8.23 陶志培 8.28 金秋云

9

9.01 杨 光 9.02 连 城 9.05 胡军超 9.08 胡颖颖
9.16 郑明忠 9.20 陈福忠

HAPPY BIRTHDAY! HOPE YOUR DAY IS FILLED
with lots of love and laughter! May all your
birthday wishes come true.