



**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

2023 年第 4 期 (总 56 期)

今日 XIAO TODAY 悉奥

第 56 期

2023 年 第 4 季度 出版
内部刊物 免费交流

鼎力打造工程涂料第一品牌

■ 管理纵横

制造业企业为什么一定要做抖音?

● P16

■ 行业动态

解读 2023 年涂料行业十大关键词

● P42

■ 营销谋略

同行做过的是义务，同行没做的才是服务

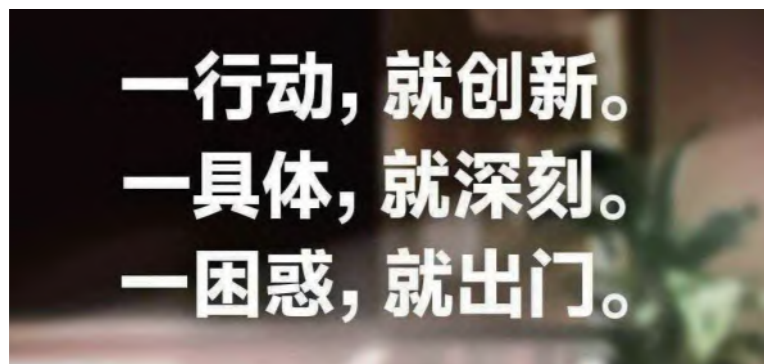
● P14

封面人物：2022 年度销售状元——丁春明



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯

换一个角度，做另一张卷子



虽然世界还是那个世界，但只要肯换角度，哪怕只是镜头的位置稍微低一点，总能发现一些惊喜。这个世界上总有一些对你非常有用的事情，但它们藏在各个角落里，不作声，也没有流量。或许需要换个“狗眼看世界”的视角，才能找到它们。

因为人间不过就是那些难题，每个难题都绝不止一个答案，而那些真正有趣的答案，往往在你视野之外。乐观者是傻呵呵地相信永远阳光明媚吗？不是。他们如果预感要下雨，二话不说，就先去把雨伞准备好而已。

经济周期、人口结构这些事，一个普通人能拿它怎么样呢？一个普通人能做的，无非就是在给定的条件下，怎么行动，让明天比今天好一点。而一行动，就有创新的可能性，突破也就在其中了。

行业内卷，企业想要降本增效，往往会逼迫我们不得不更加勤奋，那么，卷不动了，怎么办？面对内卷，我们或许可以去找寻独辟蹊径的好卷子，我们可以不和别人卷，可以答一份自己的题，做一张自己的卷子。

面对同一个问题，在不同场景下，在不同人的眼中会产生不同的回答。真正干事的人会为自己找到许多不一样的、最适合自己的参考答案，甚至创造新的答案，这些答案能够帮助我们远离困惑，走出一条属于自己的路。这，才是一个“成年人”应该具备的能力。

怎样才能解决问题？不是天天坐在那讨论理念，而是要深入到这个世界的具体场景和行动中去。简单说，就是：

- 一行动，就创新。
- 一具体，就深刻。
- 一困惑，就出门。

目录 CONTENTS

EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部

主编 黄金谦	副主编 黄锡	副主编 夏小良	责任编辑 童亚青
编委 范黎明	编委 马勇军	编委 陈钰亮	编委 罗雄飞
通讯员 陶志培	通讯员 徐玉俊	通讯员 黄鑫	通讯员 周圆
通讯员 曾新明	编辑 胡霞	编辑 钱梦琪	编辑 黄丽青

出刊日期：2024年1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
- 06 | 公司荣获2023年浙江省AAA级“守合同重信用”企业
- 08 | 公司参加高虹镇第五届全民运动会
- 10 | 公司顺利通过“中国绿色建材、中国绿色产品”认证
- 12 | 公司党支部组织全体党员参观大型主题档案文献展

营销 谋略 Marketing Strategy

- 14 | 同行做过的是义务，同行没做的才是服务

管理 纵横 Management Aspect

- 16 | 制造业企业为什么一定要做抖音？
- 20 | 开始内卷的艺术涂料

科技 之光 Frontier Technology

- 24 | 浅谈涂料质量固体分与体积固体分的差别

鲁班 评说 Engineering Management

- 28 | 冬季建筑涂料施工注意事项

党政 要览 Party News and Policies

- 32 | 2023年中央经济工作会议：2024年经济工作重点

员工 心声 Employees' Voice

- 35 | 职场生存法则
- 38 | 我心中的女性力量
- 40 | 好习惯成就好人生

行业 动态 Industry Dynamics

- 42 | 解读2023年涂料行业十大关键词

知识 百味 Joy and Knowledge

- 50 | 照着扔就对了！幸福人生当要断、舍、离！

悉奥时讯

XIAO NEWS

公司荣获省级AAA级“守合同重信用”企业

10月26日，临安区发展和改革局、临安区市场监督管理局在昌化镇联合开展了“诚信建设万里行”临安站主题活动。公司总裁黄锡应邀参加本次活动。本次活动公布了《2023年浙江省AAA级“守合同重信用”公示企业名单》，其中公司荣获浙江省AAA级“守合同重信用”企业荣誉称号，这是公司多年来一直坚持守合同重信用工作、以诚信推动企业发展结出的丰硕成果。AAA级“守合同重信用”企业认证是浙江省市场监督管理局对企业信用评级中等级最高的认证级别，是行业信用体系建设的重要组成部分。公司成立20几年来始终坚持诚信经营，严格落实合同管理制度，做到每一份合同都有专人审批、专人管理、专人跟踪，同时引入互联网合同管理软件进行合同的静态与动态的全周期管理。未来，公司将一如既往地重视企业合同管理和履约践诺，诚实守信、合规经营，发挥行业标杆示范作用，继续以高标准、严要求推进企业诚信体系建设，为创造良好的市场经济秩序，推进高质量发展作出新贡献！



公司市场部应收款会议

10月30日，营销中心、大客户中心在7号楼大会议室组织召开2023年度市场应收款动员大会。公司董事长黄金谦、总裁黄锡、副总裁马勇军，相关中心负责人及市场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。会议上，营销中心总经理范黎明深刻分析了今年严峻的应收款形势，并对催款难提出了方式方法。随后，公司总裁黄总针对市场提出更高要求，强调任何工作要真抓实干，精细化管理，落实到位。最后，公司董事长黄总做总结性发言，黄总对当前应收款以“问题导向”方式剖析，提醒大家要时刻警惕因房企普遍存在的“多米诺”连锁效应而带来的资金链风险。本次会议圆满结束，希望各部门间要加强沟通、注重合作，增强责任意识，确保应收账款回收工作全面落实落地。



区新联会高虹镇分会正式成立

11月6日，区新联会高虹镇分会成立仪式顺利举行，区委统战部常务副部长黄浙挺，镇党委副书记、镇长周海鹏，区新联会会长伍丰平，以及区新联会高虹分会的全体会员参加本次会议。公司总裁黄锡参加本次会议。成立仪式上，周海鹏对区新联会高虹分会提出了强化使命担当，绘好时代新篇章；强化责任担当，聚好同心新力量；强化自身建设，树好示范新形象等三个方面的要求。黄浙挺就做好新的社会阶层人士统战工作，对区新联会高虹分会领导班子提出了三点希望与要求：一是要加强政治引领，

做到“心”不偏航。二是要坚持服务中心，做到“力”聚一处。三是要强化内外外联，做到“才”有所用。会后，黄浙挺、周海鹏、伍丰平等一行为“虹光同心荟”揭牌，并实地参观区新联会高虹分会的活动阵地和会长何江南的直播基地。



公司顺利通过“中国绿色建材、中国绿色产品”认证

11月7日，经北京国建联信认证中心有限公司委派，由检查组对公司进行“中国绿色建材、中国绿色产品”认证现场审核，公司总裁黄锡、制造中心总经理童亚青以及各中心、部门负责人参加首末次会议。审核组走访了生产车间，实地了解公司产品生产的全过程，包括从来料检测到成品出厂，需要经过的所有工序以及各个流程，各流程中需要严格执行的生产标准和各类规范，审核组逐一对每个流程进行仔细考察。在评审末次会议上，评审组组长代表认证中心通报了评审组评议结果，评审组一致认为悉奥无论在品质管控、环境保护、现场管理还是社会责任方面均符合“中国绿色建材、中国绿色产品”的评审要求，同意通过评审。



公司党支部组织全体党员参观大型主题档案文献展

11月10日，公司党支部书记黄锡带队全体党员和部分群众参观“感悟思想伟力 凝聚奋进力量”大型主题档案文献展，重温中国共产党带领中国人民筚路蓝缕、砥砺奋进的百年光辉历程。回首百年征程，礼赞峥嵘岁月。文献展聚焦党史上的重大事件、重要会议、重要人物，通过大量珍贵的档案、资料、图片，全面、生动地讲述了中国共产党人坚守初心使命的感人故事，鲜活展现了中国共产党团结带领中国人民筚路蓝缕、砥砺奋进的百年光辉历程。本次观展，既是一次对历史的回眸，更是站在新起点的一次眺望。通过本次参观，全体党员干部在思想上受到了熏陶和洗礼，也进一步坚定了为人民服务的初心和使命，坚定了理想信念。



走访会员企业——浙江异涂新材料有限公司

11月11日，浙江省粘接技术协会涂料分会会长赵新建，副会长、悉奥控股有限公司董事长黄金谦，涂料分会秘书长王益民，涂料分会理事裘忠平等走访理事单位浙江异涂新材料有限公司，受到了吴帮坚总经理的热情接待，在吴总的陪同下，涂料分会一行参观了展示厅、实验室、生产车间和厂容厂貌，然后进行了座谈，就建涂发展现状、企业经营模式，特别就市场推广方面进行了深入的交流和探讨，吴总介绍异涂新材料在电子商务营销方面有着自己的特色化、专业化，不仅有自营店、电商第三方平台，还有线下实体店、批发商、零售渠道。还可根

据不同应用场景，为客户提供自有品牌产品的定制化服务。浙江异涂新材料有限公司是一家专业生产各种内外墙高档建筑类涂料的公司。公司曾荣获浙江省中小型企业科技奖和浙江省级新产品成果奖及杭州市技术高新企业。



临安区首届工会财务经审业务技能竞赛决赛

11月13日，区总工会联合区财政局、区审计局组织开展了以“学知识、强技能、展风采”为主题的临安区首届工会财务经审业务技能竞赛。公司保障中心钱梦琪参加本次会议。本次比赛形式新颖、内容丰富，设个人必答题、团体必答题、抢答题及风险题四类题型。比赛过程中，选手们赛出了水平、赛出了风格，全面展现了工会财务、经审干部的良好精神风貌。现场还设置观众互动竞答环节，观众们积极举手抢答，现场气氛活跃。通过此次观摩，进一步加深了对习近平总书记同全总新一届领导班子成员集体谈话时的重要讲话精神和中国工会十八大精神以及《中华人民共和国工会法》《浙江省实施〈中华人民共和国工会法〉办法》的学习，强化了对工会业务知识的学习。



区工商联十届三次常委会议隆重举行

11月27日，临安区“最美临商”表彰暨区工商联（总商会）十届三次常委（常务理事）会议隆重举行。杭州市工商联党组成员、二级巡视员杨建雷，区领导陈立群、陈娜、吴云海、夏强、区工商联常委会成员等120余名领导嘉宾出席了本次会议，公司董事长黄金谦应邀参加本次会议。临安区委常委、副区长陈立群指出，今年以来，区工商联（总商会）重点围绕新时代“两个健康”先行示范县创建工作，提升工商联工作能级，不断优化队伍建设，在推动共同富裕、推进临安高质量发展中展现新作为、创造新业绩。大会对临安区第二届“最美临商”进行了表彰，发布了第一批暖企服务超市成果，并为8名临安区营商环境体验官、9名营商环境监督员颁发了聘书。其中，公司董事长黄金谦被聘为临安区营商环境监督员。同时为进一步优化营商环境、简化办事流程、推动经济发展，会上，临安区企业综合服务中心正式挂牌，“临企通”服务平台也正式上线。



公司参加高虹镇第五届全民运动会

12月9日，由杭州市临安区高虹镇人民政府、杭州市临安区健康临安建设领导小组办公室主办，杭州市临安区高虹镇总工会协办，杭州市临安区文化和广电旅游体育局指导的2023年高虹镇第五届全民运动会在长溪村举行。本次运动会涵盖：三人制趣味篮球、乒乓球、中国象棋、王者荣耀比赛，担里有什么、齐心大作战

趣味比赛共6个竞赛项目，吸引了来自镇机关、高虹派出所、各行政村，以及镇域内企业的13支队伍近300名选手参加。其中，公司由总裁黄锡带队，共23名运动员参加本次运动会所有项目。赛场上，选手们本着“友谊第一、比赛第二”的精神，以饱满的热情全身心的投入到比赛中。经过一天的激烈角逐，我公司代表队最终获得男子乒乓球第三名、中国象棋第三名的好成绩。



围炉夜话，“虹光青年”共赴一场暖“新”约会

12月19日，高虹镇政协联络组和区新联会高虹分会联合举办了一场特殊的协商交流活动，各行业近20名优秀青年相聚于一素隐一民宿，围炉煮茶、协商议事、畅谈未来，公司总裁黄锡参加本次活动。在活动现场，青年们各抒己见、畅所欲言，分享了自己的创业经历和来年规划。他们希望能够通过交流和学习，提高自己的创新创业能力，为高虹的经济发展贡献自己的力量。同时，镇经济发展办副主任、镇总工会主席何骏还为在场青年送上了政策汇编，详细解读了创业就业方面的政策和扶持措施。



万科彩筑相关领导莅临公司考察

12月22日，万科彩筑相关领导莅临我司考察。公司董事长黄金谦、大客户中心总经理罗雄飞、制造中心总经理董亚青对领导的到来表示热烈欢迎。一行人来到形象展示馆、研发中心、生产线等地参观考察。各位领导全方位地了解了公司的规模、研发实力、产品、企业文化等情况，对公司目前所取得的成绩表示赞许。此次参观考察，不仅展现了悉奥专业化的企业风貌，也对今后提升悉奥客户服务能力大有裨益。



海维特新材料相关领导来我司参观

12月26日，海维特新材料相关领导莅临我司参观考察。本次参与接待的领导有公司董事长黄金谦、副总裁马勇军、制造中心总经理董亚青。在简单的介绍和相互了解后，黄总对公司的基本情况进行了简单细致的讲解。随后一行人来到形象展示馆、研发中心、生产线等地参观考察。相信通过本次考察，各位领导也对我司的整体实力有了更深入的了解，也为今后的合作打下了坚实的基础。





公司荣获 2023 年浙江省 AAA 级“守合同重信用”企业

文 / 本刊编辑部

为全面弘扬中华民族积极向上，诚实守信的传统文化，增强公民守信意识，争做守信践诺践行者。10月26日下午，临安区发展和改革局、临安区市场监督管理局在昌化镇联合开展了“诚信建设万里行”临安站主题活动。公司总裁黄锡应邀参加本次活动。

本次活动公布了《2023年浙江省AAA级“守合同重信用”公示企业名单》，其中公司荣获浙江省AAA级“守合同重信用”企业荣誉称号，这是公司多年来一直坚持守合同重信用工作、以诚信推动企业发展结出的丰硕成果。这是一份荣誉，更是一份社会责任，它承载着上级主管部门、



>> 活动现场照片

客户及合作伙伴多年以来对我们的信任与支持。

“浙江省守合同重信用企业”是浙江省为推进全省社会信用体系建设，引导企业建立科学规范的合同信用管理制度而对符合公示条件的企业，将其合同信用等信息向全社会予以公示的行政指导行为，是对企业合同信用管理、合同行为、合同履行状况、经营效益、社会信誉等方面较高水平的行政认可，也是省内最具

含金量和最受社会认可的企业信用水平认定称号之一，“AAA级”是最高等级。

作为浙江省AAA级“守合同重信用”企业，我们觉得守信是企业经营的根本。一个企业必须树立“守合同，重信用”的理念，才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。公司成立20几年来始终坚持诚信经营，严格落实合同管理制度，做到每一份合同都有专人审批、专人管理、专人跟踪，

同时引入互联网合同管理软件进行合同的静态与动态的全周期管理，做到签订前把控风险，签订后监控履约，线上线下随时随地审核，真正做到守合同重信用。

未来，公司将一如既往地重视企业合同管理和履约践诺，诚实守信、合规经营，发挥行业标杆示范作用，继续以高标准、严要求推进企业诚信体系建设，为创造良好的市场经济秩序，推进高质量发展作出新贡献!



» 三人制趣味篮球

» 中国象棋



» 担里有什么



» 齐心大作战



为打造“10分钟体育健身圈”打下坚实基础。

赛场上，选手们本着“友谊第一、比赛第二”的精神，以饱满的热情全身心的投入到比赛中。经过一天的激烈角逐，我公司代表队最终获得男子乒乓球第三名、中国象棋第三名的好成绩。

本届运动会不仅是对全镇竞技体育和群众体育事业的一次全面检阅和推动，对人民群众精神风貌的一次全面展示，而且还提升了企业的凝聚力和向心力，同时全面展示了大家团结拼搏、奋发进取的精神风貌，助推了“全民健身 共享健康”理念的发展。

参加此次全民健身运动会的队员纷纷表示，本次活动既强化了身体素质，又缓解了紧张的工作压力，大家将继续以敬业、奉献、团结、进取的精神面貌和饱满的工作热情投入到工作岗位中去。

这场超燃运动会，你“趣”了吗？

——公司参加高虹镇第五届全民运动会

文 / 本刊编辑部

为全面推进健康浙江行动、健康杭州行动，12月9日，由杭州市临安区高虹镇人民政府、杭州市临安区健康临安建设领导小组办公室主办，杭州市临安区高虹镇总工会协办，杭州市临安区文化和广电旅游体育局指导的2023年高虹镇第五届全民运动会在长溪村举行。

镇党委书记陈熊滨，镇党委副书记、镇长周海鹏，镇人大主

席汪勤勇，区卫健局党委委员、副局长、区健康临安建设领导小组办公室副主任许向军，区文化和广电旅游体育局党委委员鲍承成，以及高虹镇全体领导班子成员出席活动。

本次运动会涵盖：三人制趣味篮球、乒乓球、中国象棋、王者荣耀比赛，担里有什么、齐心大作战趣味比赛共6个竞赛项目，吸引了来自镇机关、高虹派出所、

各行政村，以及镇域内企业的13支队伍近300名选手参加。其中，公司由总裁黄锡带队，共23名运动员参加本次运动会所有项目。

活动当天，长溪村健身公园正式揭牌。新启用的健身公园配套建设1个篮球场、1个门球场、4个乒乓球台、20件室外健身器材、1个室内活动室，将为长溪村民提供运动、健身的好去处，



公司顺利通过“中国绿色建材、中国绿色产品”认证

文 / 本刊编辑部

11月7日，经北京国建联信认证中心有限公司委派，由检查组对公司进行“中国绿色建材、中国绿色产品”认证

» 现场审核首次会议



现场审核，公司总裁黄锡、制造中心总经理童亚青以及各中心、部门负责人参加首次会议。

“绿色”、“双碳目标”、“可持续发展”这些词汇早已耳熟能详，绿色与可持续是中国进入发展新时代的必然选择，构建绿色建筑、应用绿色建材已是人类社会发展的必然趋势。

审核会上，黄总向审核组专家介绍在国家绿色低碳战略的大背景下，将发展绿色建材作为企业的努力方向，同时向审核专家组着重介绍了公司的“发展历程、生产规模、资质荣誉、市场情况”等。

审核组走访了生产车间，实

地了解公司产品生产的全过程，包括从来料检测到成品出厂，需要经过的所有工序以及各个流程，各流程中需要严格执行的生产标准和各类规范，审核组逐一对照每个流程进行仔细考察，并通过产品抽样，查阅管理文件技术标准等方式，对公司首次绿色建材、绿色产品认证进行严格审核。

通过为期三天的在评审末次会议上，评审组组长代表认证中心通报了评审组评议结果，评审组一致认为悉奥无论在品质管控、环境保护、现场管理还是社会责任方面均符合“中国绿色建材、中国绿色产品”的评审要求，同意通过评审。

» 评审组资料审核中



通过此次的绿色建材、绿色产品认证，进一步提升了公司市场竞争力和品牌影响力，对公司实现绿色可持续发展具有重要意义。

绿色建材产品认证是国家推动绿色产品认证在建筑材料领域

率先落地的重要成果，此次认证，表明公司产品符合绿色建材、绿色产品的要求和标准，具有环保减碳、低能耗等特点，在减少污染、提高效率等方面具有优势和可靠性。

公司始终坚持绿色可持续发展理念，通过创新绿色技术、环保产品、绿色生产、绿色施工等，将环保和减碳融入到绿色建筑多个环节，以优质的产品质量和行业责任感，不断打造企业差异化竞争能力，多措并举闯出绿色低碳之路。

当前，绿色发展理念深入人心，公司积极响应国家政策，坚持探索“绿色创新、绿色制造、绿色建筑”的可持续发展路径，以实际行动践行双碳目标。

此项荣誉的获得，充分彰显了公司绿色环保生产能力和绿色产品强有力的市场竞争力，也标志着公司在绿色生产领域迈出了更加坚实的一步。



» 评审组参观考察公司形象展示厅



“感悟思想伟力，凝聚奋进力量” 公司党支部组织全体党员参观大型主题档案文献展

文 / 本刊编辑部

为进一步推进学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育入脑入心、见行见效，激励党员干部拼搏奋进、担当作为，11月10日，公司党支部书记黄锡带领公司全体党员和部分群众参观临安区市明中心“感悟思想伟力 凝聚奋进力量”大型主题档案文献展，重温中国共产党带领中国人民筚路蓝缕、砥砺奋进的百年光辉历程。

回首百年征程，礼赞峥嵘岁月。本展用序篇抗争与求索和信仰的力量、理论的力量、组织的力量、人民的力量、斗争的力量、行动的力量、制度的力量、万山磅礴看主峰八个篇章集中展示了中国共产党带领中国人民筚路蓝缕、砥砺奋进的百年光辉历程，揭示了“中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好”的制胜法宝。

展览紧密结合主题教育总要求，以弘扬伟大建党精神为主线，精选500余件珍贵档案文献、照片、音视频和实物档案，全面回顾了一百年来我们党团结带领人民实现中华民族伟大复兴的光辉历程，深刻阐释了党团结带领人民在不同历史时期所创造的伟大成就，真实展现了中国共产党的政治担当、历史自觉、人民立场、复兴使命。

在讲解员的引领下，大家依次参观了主题展览的八个篇章，仔细浏览了大量详实的文字、数据、图片等资料，浏览了毛泽东、周恩来等老一辈无产阶级革命家的手稿，透过对党历史上的重大事件、重要会议、重要人物的讲解剖析，重温了我党波澜壮阔、翻天覆地的革命、建设、改革发展史，进一步坚定了身为共产党人的理想信念和使命担当。

本次观展，既是一次对历史的回眸，更是站在新起点的一次眺望。通过本次参观，全体党员干部在思想上受到了熏陶和洗礼，也进一步坚定了为人民服务的初心和使命，坚定了理想信念。公司党支部将持续深入开展主题教育，党员们不断汲取信仰力量，在工作生活中做到党员先行，为群众起到优秀的带头作用。





同行做过的是义务， 同行没做的才是服务

文 / 本刊编辑部

今天我们来聊一聊什么才是好的服务。说到服务，先讲一个真实的案例，有一次我去酒店，准备洗脸的时候，竟然发现酒店的毛巾上挂着一根黝黑的毛发，这立刻让人非常不舒服，瞬间就让我失去了对这家高端酒店的所有信任。

我不得不吐槽，难道服务行业带给用户好的体验，不应该是一种义务吗，何况这还是高端酒店。体验的细节决定服务的成败，哪怕是几千一晚上的酒店，硬件看着是高端精致、富丽堂皇，但

是细节之处，比如犄角旮旯处往往都是厚厚的灰尘，甚至有可能不如一些便宜的快捷酒店来的干净。

在酒店卫生这一块上，日本的酒店确实做得很好，早在1970年，日本就制定了非常详细的法规，用来制约和规范酒店的卫生清洁标准，还有定期的专业能力的提升培训，培养他们的服务意识，来达到令客人满意的服务水准。在日本这种极致的清洁工作与服务，是整个行业的基础标准，这确实值得我们学习。

有一句话说得好，同行都在做的，那就不是服务，这应该叫义务。不仅仅是酒店行业，凡是涉及服务的很多行业，都远远达不到义务的标准。

好的服务，能够给客户带来超预期的体验，有了超预期的体验，就会有更多的信任感。做到同行没有做的事情，想到同行都没有想到的细节，这样的服务才会让消费者记忆，才会产生长期的互动和复购。

其实，成交后的用户体验才是服务的机会。我们作为消费者，常常可以看到这样一种现象，商家成交前和成交后的服务态度是完全两样的。我们也许多少都遭遇过被忽悠付了钱，然后投诉无门，或者是投诉了，却不能完全解决问题的遭遇，这就是一个巨大的痛点。

作为一个生意人，如果你把这个问题解决了，就一定能获得巨大的商业价值，成交以后的态度好服务好，才是真的好。

很多人说，服务客户就像是谈恋爱追女生，没追到手的时候，男生处处献殷勤，女生一有情况，男生就会以最快的速度来帮忙解决问题。



悉奥涂料—杭州临安·如沐清晖城

但是追到手以后，有些男生就懈怠了，懒得陪女生逛街，就知道窝在家里打游戏，把女生晾在一边。这时候女生万一遇到另一个精致的帅哥献殷勤，还非常绅士的跑前跑后，很难说女生不会动心啊。所以追到手以后，还是需要花点心思去经营去维护的，这不是套路，是尊重是真诚。

另外，好服务一定要超出客户预期。比如，如果你是4S店的，你有一个VIP客户，你完全可以计算好客户保养的时间，主动联系客户是否要帮忙保养，保养好以后，还要把车极致清洁好，甚至帮忙加满油，放好进口的纸巾和高端的矿泉水。

当客户习惯了这样的服务，那么他下次想买新车的时候，都会想到你，好服务一定是超出客户预期的。如果有心，其实很多

体验，都会带来意想不到的效果。

比如你是卖窗帘的，你会怎么服务客户呢，我们一般会帮客户把窗帘给挂上去，对吧？但是你想过没有，挂窗帘也能叫服务吗？这个难道不是义务吗？

不如这样，筛选一些高端的客户，然后提供免费的洗窗帘和除螨等售后服务，客户开心了，也许他就会介绍他的邻居亲戚朋友什么的来你的店里，虽然洗窗帘会增加一些成本开支，但跟介绍来的客源相比，投入还是比较小的。你看，仅仅通过这么简单的、超出客户预期的服务，就能获得了很多新客户，这就是为客户提供超出预期的服务带来的效果。

记住，同行做过的是义务，同行没做的才是服务。🌱



制造业企业为什么一定要做抖音?

文 / 黄锡 总裁

今天和大家谈一谈为什么制造业企业一定要做抖音。也许很多人都不以为然，他们觉得抖音这种平台是娱乐平台，大家看抖音是去放松，是去娱乐的，没有人愿意在上面看你推销工业品，所以是注定做不出什么好结果的。

咋听之下，很有道理，但其实这存在一些认知偏误。抖音现在日活有9亿，这是一个极其夸张的数字，可以说你随便大街上问一个人，几乎都看抖音。

毫无疑问，抖音已经是国民级APP，它吸引了大家太多的注

意力和时间，越来越多的人已经不打开电视机了，也不看报纸杂志了，但他一定会刷抖音。或者刷一些类似的短视频App，比如快手和微信视频号。

如此流量盛宴，如此庞大的

群体，试问一下哪家企业不眼馋，哪家工厂不想分一杯羹?

当下的现状是，大多数制造业企业最不缺的就是产品，同样也不缺产品质量，因为大家的产品质量都不差，况且现在产品同



质化严重，几乎没有人敢说自己的产品是独一无二。所以，制造业企业，最缺的就是销售渠道，没有之一。

工厂什么都齐备，要产能有产能，要工人有工人，但就是打不开销路。所以，制造业企业再也不能自诩自己产品有多么多么好，以为酒香就不怕巷子深，事实是，再好的商品也需要推广，只有这样顾客才能看到。那你靠什么推广? 还是广告。

以前，信息相对闭塞滞后，依靠报纸电视等传统媒体广告，或者靠自己的人脉关系和圈子朋友互相介绍。

再后来，互联网兴起，广告就靠百度这一类搜索媒体。没多久，百度也没落了。流量就跑到了移动互联网平台，比如今日头条、微信、抖音。

以前我们寻找信息，还会百

» 悉奥涂料—浙江杭州·望江新园



度一下，现在的第一反应是打开抖音搜一下。用户习惯的改变，也导致营销思路的变化。

以前大家会在电视纸媒上投广告，费用昂贵，现在在抖音，只要你的视频有亮点能吸睛，抖音就会把巨量的流量推给你，这其中也必然有意向流量，有了意向流量就有意向客户，算下来，这其中的营销费用是极低的。

退一步讲，即便你做不出爆款视频，播放量只有可怜的几百或者上千，但只要你发视频足够多足够勤，推广效果也远远好于线下跑断腿。

销售，是基于信任的。销售过程中最难的环节就是让客户信任你。而信任往往是靠时间来积累的。在抖音上日复一日地发视频，就是让客户建立信任的过程。

陌生拜访、地推、参加展会等等，这些我们一贯以来习以为常的获客方法，在面对抖音时显得那么弱小无力，犹如低维生物面对高维生物一般。

你一天能跑几个客户？发几张传单？人家发一个视频最低就有500播放，拍得好一些就有几万十几万的播放，效率的差距是云泥之别的。

所以，在抖音上，只要一部手机就可以做推广。哪怕开始拍得不好，后期也可以慢慢优化。在拍视频的过程中，展示公司的实力，展示工厂的软硬件优势，展示所做过的项目案例，展示企业文化等等。

销售，是基于信任的。销售过程中最难的环节就是让客户信任你。而信任往往是靠时间来积累的。

在抖音上日复一日地发视频，就是让客户建立信任的过程。他看你视频多了，就更了解你，更信任你，更容易在你这儿成交。

产品哪里都有，品质也都差不多，价格更是如此差不多，为

什么在你这儿买，就是因为他信任你。很多做抖音的工厂，单子都是主动找上门的。

客户看了你的视频，就在评论里询问产品，这一来二去就有了成交。抖音就是一个巨大的集市，而我们就是在集市里支了一个摊位，你的视频就是你摊位的广告牌。

很多工厂企业还在纠结要不

要做抖音，因为很多人是不愿意多投入时间精力成本去踏入一个从未接触过的陌生领域。但

抖音是一个不可多遇的风口，已经有很多企业在抖音上拿到了不错的结果，甚至是巨大的结果，就时间点来说，当下入局已经慢了大半拍。

我们从今年十月份才开始做抖音，跟一些制造业同行比，晚

了一两年。但有句话说得好，种一棵树最好的时间是10年前，其次是现在。

所以，哪怕是风口的尾巴，也是有踩的必要的。如果你的同行都在拍短视频获客，那你是竞争不过他的。

制造业企业，一定要早一步比同行迈开脚步，抓住短视频的风口与机遇!

>> 悉奥形象展示厅



>> 公司抖音账号，抖音扫一扫，立即关注我



开始内卷的艺术涂料

如今，在中国艺术涂料品牌前十的排名中已经呈现出新旧势力各占半壁江山的现象，交错领先，互有优势；而且前十名占去了接近 30% 的市场份额，表明其它的艺术涂料品牌的生存空间愈发逼仄，在未来的市场竞争中必须找对方向和道路才有可能在市场上立足。

文 / 本刊编辑部

如果从 2014 年算起，艺术涂料在中国市场的兴起正好是第 10 年。在这 10 年间，中国艺术涂料市场领域经历了新势力品牌涌现、更替、去芜存菁的过程。

在这个过程中，艺术涂料在中国市场的发展一度不被看好，有人认为由于天花板明显，艺术涂料不出 5 年就会进入衰退通道，甚至重蹈硅藻泥的发展轨迹。

随着艺术涂料打破“5 年即衰落”的魔咒，反而凭借较高的利润率，在传统家装涂料生存空间式微、工程涂料遭遇前所未有的发展困境的背景下，成为涂料企业转型的一个出口。

于是，综合性涂料企业（比如立邦、三棵树、多乐士、嘉宝莉等）开始进入这个领域，并以其综合实力为艺术涂料业务背书，造就了今天中国艺术涂料新旧势力两大派系割据的市场格局。

这必然导致竞争加剧的局面。如今，在中国艺术涂料品牌前十的排名中已经呈现出新旧势

力各占半壁江山的现象，交错领先，互有优势；而且前十名占去了接近 30% 的市场份额（按照 2022 年 55 亿元的市场规模估算），表明其它的艺术涂料品牌的生存空间愈发逼仄，在未来的市场竞争中必须找对方向和道路才有可能在市场上立足。

一个新的市场领域迅速火热起来必然招致争议，艺术涂料的“宿命论”便由此诞生。艺术涂料兴起的时候，市场上主要还是各个新兴的专业性艺术涂料品牌为主，包括菲玛、卡百利、荷兰蔻帝、塔萨尼等“新势力”品牌，它们之间的竞争日渐加剧，推动了市场领域的向前发展。

与此同时，包括立邦、三棵树、嘉宝莉、多乐士、巴德士、美涂士等涂料行业的传统势力对艺术涂料领域仍抱有观望态度，并未进场——它们开始正式进场，至少是在 2018 年之后，也即艺术涂料表现出强大的发展势能之时，不断累积的转型压力迫使传统势力们寻找新的市场红利，艺术涂料成为不二选择。

疫情的发生和影响，让艺术涂料新旧势力之间的竞争进一步白热化。这种竞争正在深刻影响着中国艺术涂料市场的格局，呈



>> 中国艺术涂料市场容量增长图 (2015-2022)

现出此起彼伏、交叉领先市场的状况。

在这个过程中，艺术涂料品牌也有所调整，一些实力较弱的品牌在激烈的竞争叠加疫情影响下逐渐退出市场。

从上面所讲的我们可以归结出中国艺术涂料市场 10 年来的一个大致发展轨迹：

兴起→大热（内卷前奏）→竞争（内卷开始）→调整（内卷进行时及结果初显）→集中（内卷结果）

在这个发展轨迹里面，如果要找到内卷的出现和发展的痕迹，则可以理解为：当艺术涂料发展火热的时候，内卷已经在行

业内萌芽，竞争的持续加剧让内卷开始变得表面化；而到了调整期事关企业的生存问题，在“谋生存”的本能驱使下，内卷问题就越来越明显，程度也不断加深。

为什么内卷不可避免？这是由艺术涂料市场的天花板所决定的。这在过去的 10 年间并没有因为企业们的努力而使得市场容量得到比较大的扩充。

我们知道，艺术涂料之所以赢得市场青睐，其原因包括：找准市场时机，抓住受众心理——80 后、90 后成为消费主力，再加上 Z 世代正在崛起，诱发个性化涂装的需求，让艺术涂料有了立足之地；另外，艺术涂料企业和品牌从一开始懂得树立高端形象，勇于借鉴其他行业成功营销

>> 意大利艺术涂料品牌圣马可 2015 年被引进中国市场时举办的一场“秀”



经验，持续地进行品牌概念输出，占领年轻消费者心智。

但个性化涂装需求的释放是一个缓慢的过程，10年时间并不足以让Z世代一下子成长为消费的主力，而80后、90后的消费需求则足以被透支，必然招致艺术涂料市场增量的减少。

这样的状况估计还将在短期内维持。一边是市场竞争越来越激烈，一边是市场开发速度减缓，那么未来中国艺术涂料市场领域的一个趋势必然走向集中，即品牌会进一步减少。

这种背景下，内卷也必然如影随形，成为其中一种主要的表现形式。

>> 2019广州建博会上美涂士艺术漆的一面展示作品吸引观众驻足



那么艺术涂料在走向“内卷”的不同阶段都有哪些特征？根据我们的观察及调查，大致总结出以下5点：

1. 产品概念化

艺术涂料从它出现在中国市场开始便被质疑是玩概念，认为其产品并未脱离乳胶漆的本质，只是在施工工艺上加入更多的“艺术元素”，呈现出更多样化的墙面效果。

由于它迎合的是新生代的消费心理，注定比较小众，谁能最先占据消费者的心智，成为被认可的艺术涂料品牌，谁就能更好掌握市场话语权。

这就使得艺术涂料品牌及企业一开始专注于市场的开拓，对于产品的差异化并未见过多着力。这种市场惯性的形成，为今后艺术涂料不可避免地走上内卷之路埋下伏笔，可以看作是市场内卷的前奏。

2. 营销同质化

为了快速占领市场，艺术涂料品牌和企业必须找到最快速有效的办法包装自己，因此市场营销推广工作更显重要。

在艺术涂料界，我们确实也看到一些打破行业传统的营销方式，并取得一定的效果；然而有业内人士指出，其实大多数企业的营销手段都学习自其他特征相似的行业，比如陶瓷行业，因此本身就不存在什么市场壁垒，大家一学就会，唯一能比拼的就是谁用得早、用得熟，久而久之这种差距也很容易被抹平，陷入营销同质化局面当中，效果大打折扣不说，为了推行某种营销手段而增加的人力、无力成本骑虎难下，成为企业进一步发展的负担。这种在营销层面的激烈竞争，其实已经意味着内卷的开始。

3. 忽视本土化

艺术涂料在中国市场的兴起首先依靠的是进口艺术涂料品

牌，尤其以意大利作为品牌集中输出地。

但事实上，在国外并没有“艺术涂料”的概念存在，今年出现的“Art Coating”也只是国人生硬拼凑出来的英文词组。但是进口品牌（且不论其真假）很好地迎合了国内消费者的口味，在市场开拓方面起到很好地助力作用，由此进一步鼓励了品牌的引进。

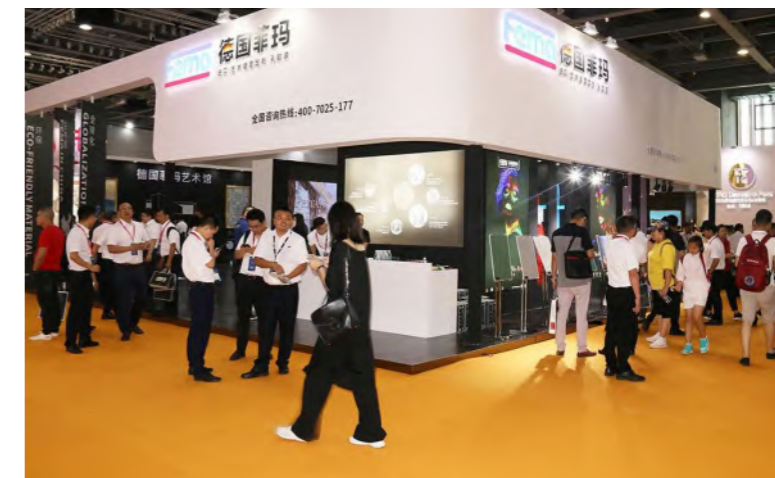
但这种现象的泛滥同时也带来了麻烦，一些伪进口品牌掺杂其中，用本地化代工的方式冒充进口产品，赚取更高的利润差价，扰乱市场。

当劣币驱逐良币，使得越来越多的企业和品牌走上本地化代工的道路上，存在降低艺术涂料产品品质的隐患。为了利益不惜牺牲整个品类的声誉，这事实上已经是另一种形式的内卷，从行业的角度看毫无价值可言。

4. 缺乏差异化

其实这是中国涂料行业一直以来都被诟病的地方，不仅仅是艺术涂料领域。只是作为“后起之秀”的艺术涂料却没能利用这个机会跳脱这个陷阱，只能说有点可惜。

差异化的缺失说到底就是创



>> 2019年广州建博会，菲玛告别“低调”出现在展会上

新不足造成的，无论是产品类别还是营销手段，艺术涂料品牌都很容易形成跟风的现象，最终必然带来价值不高的后果。

对照我们前面所说的内卷概念，就会发现这也是一种不折不扣的内卷表现。

5. 内耗严重，终至价格战

随着传统势力的加入，给新势力品牌扎堆的艺术涂料领域带来了一定的冲击，引发第一轮的市场洗牌潮。这是好的一个方面。

然而不同于新势力品牌之间“同质化”的竞争（大家的起点相同或相仿，实力相近），新旧势力比拼的是硬实力，在市场空

间开发并没有出现大的改观的情况下，品牌之间的市场争夺更像是短兵相接，完全是另一个层面的“缠斗”。

所谓的创新更是无从谈起，甚至为了赢得或守住市场，出现动用价格战的手段倾向。比如在雅晶石这一细分品类方面，就已经出现价格战的苗头。如果内卷依旧，不排除这种价格战会进一步蔓延。

以上五点特征可能比较笼统。事实上，今天中国艺术涂料市场的发展状况可能要比我们观察到的还要复杂，在表面一派繁荣的景象之下，实际上暗流涌动，品牌与企业之间在暗中较劲，大有市场大战一触即发的态势。这恐怕不是危言耸听。🌱



浅谈涂料质量固体分与体积固体分的差别

文 / 曾新明 制造中心

质量固体分，又叫不挥发物含量（Non-Volatile-Matter Content），即在规定的试验条件下，油漆涂料的样品经挥发而得到的剩余物的质量分数。质量固体分的计算公式为： $\omega = W_n / (W_n + W_t) \times 100\%$ 。

体积固体分，又叫体积固含量，或不挥发物体积分数，即在规定的试验条件下，油漆涂料的样品

经挥发而得到的剩余物的体积分数。体积固体分的计算公式为： $v = V_n / (V_n + V_t) \times 100\%$ 。

从定义上来看，质量固体分与体积固体分的差别主要是计量单位。

国内企业通常以产品的质量计价，主要采用质

一般而言，体积固体分越高的涂料，一次成膜厚度越大，可以最大限度减少涂装道数，缩短施工时限，提高施工效率，从而降低施工成本。

量固体分（不挥发物含量），外资品牌企业通常以体积计价，主要采用体积固体分（不挥发物体积分数）。现在在我们的日常生活中的大多数需要计量的商品都是按照重量（质量）计价的，比如米面粮，鸡鸭鱼肉，瓜果蔬菜，糖果副食等等，但其实液体类商品，更多还是以体积计量的，比如食用油，酒水饮料，成品油等。

我们平常喝的白酒，都说一斤白酒，实际酒瓶包装上标注的是500ml，按质量（重量）计算，是没有一斤的。我们开车加油，也都是按升计价。在古代的计量单位，就有“度量衡”，“度”就是长度单位，“量”就是容积（体积）单位，“衡”就是重量单位。古代人买米就是用体积计价，即“升”，“斗”和“斛”，一斛等于十斗，一斗等于十升。

大多数油漆涂料都属于液体类产品，待施工后得到了具有一定厚度的漆膜，因此，从常识上来说，油漆涂料按照容积（体积）来计价更为合理。不清楚是因为什么，国内却没有采用，而是采用了质量（重量）来计价。这可能是客户采购了油漆涂料，用秤来复秤相对比较方便吧。



体积固体分，更合理

油漆涂料成膜后，得到的是具有一定厚度的涂膜，涂膜厚度是客户非常重视的一个指标，通过油

漆涂料的密度（比重）和体积固体分两个指标，客户就能非常轻松计算出一定量（质量，容积）的涂料，可以得到多大面积多少厚度的漆膜，即理论涂布率。

已知油漆比重和体积固体分，计算理论涂布率

假设一款油漆，比重为1.25，体积固体分为50%，则该款油漆的理论涂布率计算如下：

$$1000\text{mL/L} \times 50\% \div 40\ \mu\text{m} = 1000\text{cm}^3 / \text{L} \times 50\% \div 0.004\text{cm} = 125000\text{cm}^3 / \text{L} = 12.5\ \text{m}^2 / \text{L} \quad (\text{按干膜厚度 } 40\ \mu\text{m} \text{ 计算})。$$

按照质量计算如下： $1000\text{g/kg} \div 1.25\text{g/cm}^3 \times 50\% \div 40\ \mu\text{m} = 800\text{cm}^3 / \text{kg} \times 50\% \div 0.004\text{cm} = 100000\text{cm}^3 / \text{kg} = 10.0\ \text{m}^2 / \text{kg}$ （按干膜厚度40μm计算）。

假如油漆比重为1.25，体积固体分为66%，则该产品的理论涂布率为： $1000\text{g/kg} \div 1.25\text{g/cm}^3 \times 66\% \div 40\ \mu\text{m} = 13.2\ \text{m}^2 / \text{kg}$ （按干膜厚度40μm计算）。

已知油漆的比重和质量固体分，计算理论涂布率

例如一款油漆，比重1.25，质量固体分66%，计算如下：按油漆质量1000g，体积 $1000 \div 1.25 = 800\text{mL}$ 。假设油漆中的有机溶剂的平均比重为0.85，则溶剂的体积固体分为：

$$1000 \times (1 - 66\%) \div 0.85 = 400\text{mL}$$



» 公司暴晒试验场

该产品的体积固体分为 (800-400) ÷ 800=50.0%。

则理论涂布率为 1000 ÷ 1.25 × 50% ÷ 40=10.0 m² /kg (40 μm)。

通过比重和质量固体分来计算理论涂布率，本身就很简单，绝大多数客户应该都不会去计算。但通过比重和体积固体分来计算涂布率，则极其简单快捷，绝大多数客户都能轻易计算出来。

从上述计算也可以看出，在相同比重的前提下，体积固体分 50% 的油漆和质量固体分 66% 的油漆，理论涂布率完全一样。但是，在相同比重的前提下，体积固体分 66% 和质量固体分 66% 的油漆，理论涂布率却相差了 (13.2-10) ÷ 10*100%=32%。

以体积固体分设计配方，会多用轻质填料，以质量固体分设计配方，会多用重质填料。

配方工程师设计配方时，按照不同固体分的要求，设计的配方也会有很大差别，包括原材料的选用，特别是填料的选用。

按照体积固体分，填料会更多选择轻质填料，比如最常见的溶剂型环氧漆，会选择更多重钙、滑石粉、硅微粉等密度不太大的填料，甚至是空心玻

璃微珠这种密度极低的填料，这样可以获得更高的体积固体分（文末附常用颜填料密度及吸油值）。

不过，这样做在某些产品里会存在一些问题，比如环氧云铁中间漆是以云母氧化铁颜料为主要防锈颜料的环氧漆，云母氧化铁颜料的密度非常大，如果配方中添加大量的云母氧化铁颜料，虽然配方的质量固体分会很高，但体积固体分会很低。不过这也是没有办法的办法，目前以升计价的环氧云铁中间漆，配方中的云母氧化铁的添加量通常都很少，而以大量的重钙，滑石粉来代替。

当然，在一般使用情况下，性能不受影响。国内企业通常是以质量计价，以质量固体分为准，则配方中会添加更多的重质填料，比如重晶石粉，硫酸钡，云铁灰等等，这样做的优点是配方的质量固体分高，漆膜的防锈性能更好。但客户的使用成本会更高些。



未来，体积固体分会更加重要

虽然目前没有法律法规规定我们配方要按照升计价，按照体积固体分设计配方，但是最新的涂料

序号	名称	密度, g/cm ³	吸油值, g/100g	序号	名称	密度, g/cm ³	吸油值, g/100g
1	二氧化钛	3.9-4.2	18-27	9	碳黑	1.7-2.2	100-200
2	氧化锌	5.6-5.7	11-27	10	磷酸锌	2.3	15-22
3	氧化铁黄	4.1-5.2	30-40	11	重晶石粉	4.25-4.5	6-12
4	酞青绿	1.7-2.1	33-41	12	云母粉	2.8-3.0	30-75
5	群青	2.35-2.74	30-35	13	滑石粉	2.65-2.8	27-30
6	酞青蓝	1.5-1.64	35-45	14	碳酸钙	2.53-2.71	13-22
7	氧化铁红	4.1-5.2	15-35	15	高岭土	2.54-2.63	50-60
8	氧化铁黑	4.7	20-28	16	硫酸钡	4.3-4.5	10-15

» 附表：涂料常用颜填料密度及吸油值

行业标准已经从侧面开始要求涂料的体积固体分了，比如最新的《JT/T 722-2023 公路桥梁钢结构防腐涂装技术条件》，虽然该标准并没有涂料的体积固体分的要求，但对很多产品都要求了 VOC 含量的限制。

又比如水性涂料 GB18582-2020《建筑用墙面涂料中有害物质限量》中关于 VOC 含量的限制也均为 g/L。查询关于新标准《JT/T 722-2023 公路桥梁钢结构防腐涂装技术条件》的解读（4）其中关于 VOC 的解读如下：

例：关于环氧云铁漆（厚浆漆）

环氧云铁中间漆的标准要求改变最大的是增加了 VOC 含量的限制，为 250g/L。

如果基于 2008 版的标准，很容易制备低成本环氧云铁中间漆。

但是，按照 2023 版的标准，几乎所有的旧配方都要扔掉，重新设计新配方并进行系统测试。

通过配方设计计算可知，按照 2008 版标准，环氧云铁中间漆做到体积固含量 55% 就能满足不挥发物含量 >75% 的要求。

即使是 80% 的不挥发物含量，配方的体积固体

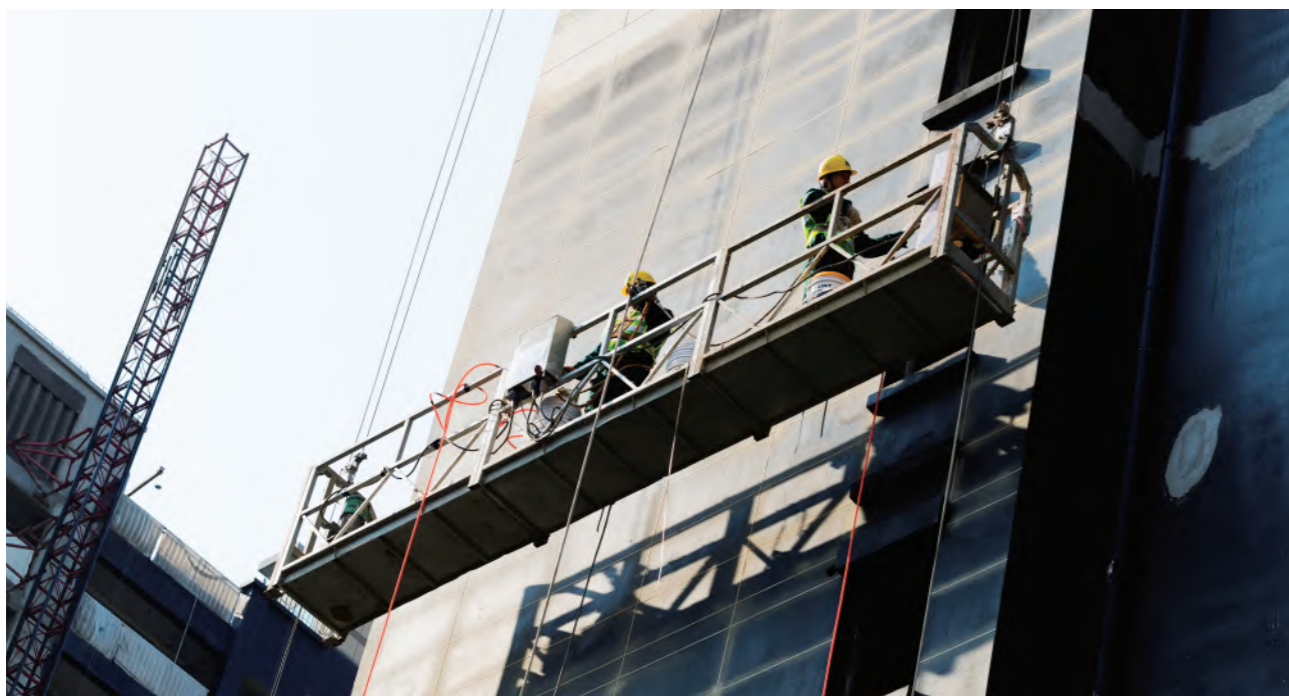
分做到 60%，也足够满足要求。但是，要满足 VOC 含量低于 250g/L，还要保证涂层性能，那配方的体积固体分最少需要达到 70% 以上，不挥发物含量需要达到 85% 以上，满足这个要求的环氧云铁中间漆，才能算是真正的高固体分涂料了。

从上面的解读可知，标准没有直接要求产品的体积固体分，但对 VOC 的强制要求就变相要求了产品具有更高的体积固体分，即配方的体积固体分从 55% 提高到 70% 以上。我们如果分别以重钙和云铁灰为主要防锈填料来制备环氧云铁中间漆，那后者的性能会高于前者，当然成本也高于前者。但现实中的客户大概率会更多的采购前者，而不是后者。



体积固体分不是越高越好

一般而言，体积固体分越高的涂料，一次成膜厚度越大，可以最大限度减少涂装道数，缩短施工时限，提高施工效率，从而降低施工成本。但是，如果施工过程控制不当，那涂料的体积固体分越高，就越容易造成材料浪费，比如工人喷涂太厚，造成涂料的浪费，反而会提高最终成本。🚫



冬季建筑涂料施工注意事项

部分项目由于工期要求，进入冬季后在温度低于5度时仍需要进行施工。实际上，处理得当，扬长避短，注意一些容易出现的问题，冬天一样可以完美施工，那么为了保证施工质量，施工期间我们应该注意什么呢？

文 / 陈钰亮 工程中心总经理

最近寒风瑟瑟，气温下降，今年的天气直接跳过了秋天，一夜入冬！而冬天一直被认为是不适合外墙施工的季节。《建筑工程冬期施工规程》规定：当室外日平均气温连续5日稳定低于5℃，即进入冬期施工。

冬季气温低，寒潮、风、雪天气增多，施工条件不利，作业人员行动明显迟缓，感觉敏感度减弱，是工程质量问题和安全事故的多发季节。但是部分项目由于工期要求，进入冬季后在温度低于5度时仍需要进行施工。

在施工前，应该进行周密的准备和充分的计划，以确保施工质量。涂料的选择、底漆、清洁表面都需要进行技术方面的考虑，才能有效避免施工过程中产生的问题。

实际上，处理得当，扬长避短，注意一些容易出现的问题，冬天一样可以完美施工，那么为了保证施工质量，施工期间我们应该注意什么呢？



一、增强质量意识， 严抓冬期施工质量管理

提高对冬期施工的重视程度，建立健全质量保证体系，认真贯彻执行各项冬期施工规章制度。要根据工程施工进展情况，确定冬期施工的具体工程项目、数量和内容，制定针对性和操作性强的冬期施工质量管理方案，及时组织现场有关管理人员进行冬期施工培训，提高管理人员、作业人员的安全、质量意识。

严格控制冬季施工工程质量，制定防冻保护措施，施工时温度不应低于5℃，不具备保护条件的工程，一律不准施工。认真做好施工现场临时设施、供水

管道等的保温、维护工作，为冬期施工提供可靠保障。

密切关注气象变化趋势，指定专人负责搜集、整理气象资料，并根据实际施工情况及时调整施工组织计划，以提前应对暴风雪、霜冻等恶劣天气，坚决杜绝因气温骤降引发工程质量问题，确保冬期施工正常进行。



二、重点强化 施工现场安全管理

冬期施工期间，应针对工程

» 施工现场



冬期施工期间，应针对工程不同施工阶段的特点，制定冬期施工的安全措施，切实做好冬期尤其是岁末年初工程安全生产工作。

不同施工阶段的特点，制定冬期施工的安全措施，切实做好冬期尤其是岁末年初工程安全生产工作。要严格管理，严格检查，严防各类事故的发生。要抓住重点，切实做好以下工作：

1、施工企业要根据气候变

化，灵活安排不同工种工作，有针对性地做好安全技术交底，遇有大风、雨、雪等恶劣天气时应立即停止室外作业，及时清除施工现场的积水、积雪，采取有效措施防止滑倒摔伤。

2、应对各类脚手架进行全

面检查和加固，脚手架外侧必须按标准进行立体防护，无论是立网还是平网均应严密、牢固。对正在施工的屋面、楼层、阳台等临边必须严加防护，高层建筑工程必须进行立体防护。高处作业人员不准穿硬底高跟鞋，衣着要合体灵便，系好安全带。

3、冬季施工前，对所使用到的各类吊篮、脚手架入场前要进行严格细致的检查，确保其构型安全、基础牢固可靠，在冬季温差下不会过度变形而造成应力集中，严禁使用未经检验和不明厂家的产品。

4、冬季大风降温、雨雪天气等不符合施工条件时要严禁施工，并严禁人员随意进出工地；雨雪天气过后复工前，要及时清理吊篮、脚手架上的积雪、杂物，减少脚手架的额外荷载，避免出现人员滑倒事故。



三、气温、风、雨等对外墙施工的影响

1、气温的影响

① 外墙涂料施工，一般来



>> 悉奥涂料工程应用宝典

说，环境温度须控制在5度以上，环境湿度控制在80%以下，否则是不适合施工的，所以不要在气温5℃以下和下雨前后施工。

② 早晚和中午的温差太大，阴面的墙面即使到了中午也未能回暖，故不能施工，否则会引起成膜不良，要充分注意。还有就是在积了水的基面上也不能施工。

2、风的影响

大风会加速溶剂或水分的蒸发过程，使成膜不良，又会沾污尘土，晴朗的天气状况对涂装工程非常重要，恶劣的涂装条件将使涂装工程大打折扣。当风速达到5m/min以上时，应停止施工，特别在冬季的低气温时更应注意。由于风的原因壁面的温度会降得比气温还低，为了避免风带来的影响，应注意遮上蓬布。

3、雨的影响

涂布的材料如果在还没有完全干燥的时候淋雨，涂料会被冲走。不仅施工时应注意气象情况，即使施工完后也应该注意气象情况。在施工前如果下了雨，基面里留有水分，使含水率变高，不可强行施工。下雨前，将每日即将要施工的基面部分用蓬布盖好。绝对不能在含水率超过规定标准的基面上施工，不按操作规程施工，会引起涂膜剥离。

4、结露的影响

即使白天是晴天，晚上也会结露，到了早上基面的表面上有一层露珠。此时强行施工，会引起涂膜与基面的密着性不良，应等基面完全干燥之后再进入施工。

5、湿度的影响

湿度高的日子施工，干燥速

度会减慢，应注意通风。湿度超过30%时应停止施工，因气象条件造成施工效果不佳情况集中在冬季，应特别注意当地当时的气象情况。

冬季是外墙涂料施工的一个复杂的时期。在施工过程中，需要考虑低温条件、沉积物和湿气的累积，以及太阳辐射的不足等因素，因此需要特别关注施工质量，采取恰当的操作措施，高质量的外墙涂料施工需要施工人员具备足够的专业知识和技能。

在施工前，应该进行周密的准备和充分的计划，以确保施工质量。涂料的选择、底漆、清洁表面都需要进行技术方面的考虑，才能有效避免施工过程中产生的问题。尤其是在冬季，需要格外注意上述问题，确保施工的安全、顺利和高质量完成。

>> 悉奥涂料—浙江杭州·杭房悦东方



2023 年中央经济工作会议： 2024 年经济工作重点

文 / 本刊编辑部

按照惯例，每年 12 月的中央政治局会议会把来年的经济工作当作重要议题之一。紧接着，政治局会召集各个相关党政部门，来召开一年一度的中央经济工作会议，依据政治局会议上确定的基调，来系统部署第二年的全国经济工作。这两个高层会议，是外界可以借来理解中国经济全局的最权威会议了。

2023 年末也是如此，12 月 6 日，中央政治局会议召开，12 月 10 到 11 日中央经济工作会议召开。现在，我们一起借着决策

层的视角，来看看中央对经济形势的研判，看看国内的具体工作重点在哪里。

一、以经济建设为中心

第一个要点是，以经济建设为中心。通稿说，推进中国式现代化是最大的政治。其中，经济建设是中心工作，高质量发展是首要任务。通稿里的原话是这样的：

必须把推进中国式现代化作为最大的政治，在党的统一领导下，团结最广大人民，聚焦经济建设这一中心工作和高质量发展这一首要任务，把中国式现代化

宏伟蓝图一步步变成美好现实。

“以经济建设为中心”在 2021 年的经济工作会议上也出现过，时隔了两年，再次把它安排到了最高的工作优先级上。

二、中国式现代化

接下来第二个要点，我们说说“中国式现代化”。什么是“中国式现代化”？二十大报告里说，“中国式现代化”的本质要求是，坚持中国共产党领导，坚持中国特色社会主义，实现高质量发展，发展全过程人民民主，丰富人民的精神世界，实现全体人民共同富裕，促进人与自然和谐共生，构建人类命运共同体，创造人类文明新形态。

这些可不仅仅是正确的常



识，里面提到的每一件事，都是执政者打算花资源、花力气去推动的。我们普通人调用补位意识去看待它，就能够发现自己被时代、被社会需要的地方。

比方说，里面提到“丰富人民的精神世界”，就可以理解成内容产业的机会；去看“促进人与自然和谐共生”，这就意味着绿色产业、文旅产业的机会。那么有心人就会有意识去留意，在这些方向上，政府会接着出台什么样的政策、能不能转化成自己的机会。

举一个跟丰富精神世界和人与自然都相关的例子，在 2023 年第四季度，国家文旅部就宣布说，要推动两个计划，一个叫“国内旅游提升计划”，一个叫“入境旅游促进计划”，这是什么？是以国家政府之力在制造旅游产业的流量。旅游业的振兴需不需

要民间供给来配合？能不能让民间供给挣到钱？答案是肯定的。

三、以进促稳、先立后破

第三个要点，会议要求，2024 年要稳中求进、以进促稳、先立后破。

以进促稳，就是寻找新的经济增量来达到稳预期、稳增长、稳就业的目标，而不是通过维系存量的方式来追求经济稳定，存量仍然是要改革的。但改革流程要“先立后破”，也就是先让增量立住了，再去改动存量。这么做的效果就是防止经济大起大落。

四、现代化产业和重点消费方向

观察到的第四个要点：在前两项经济工作里，会议点出了一批鼓励发展的产业，和一批要重点激发的消费方向。

重点产业分成了三类：

第一类，新型工业化、数字经济、人工智能，这三个是已经成型了的；

第二类，生物制造、商业航天、低空经济，这三个是“战略性新兴产业”；

第三类，量子、生命科学，这两个是“未来产业新赛道”。

重点消费也分了四类：

第一类叫新型消费，包括数字消费、绿色消费、健康消费三种，要培育壮大；

第二类叫新的消费增长点，也就是消费类本身早就存在，但近期突然得到了市场青睐的：智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”，这类新增长点还没壮大，要积极培育；

第三类叫传统消费，比如新能源汽车、电子产品这样的大宗消费，要提振；

第四类，我们自己给个统称吧，叫“以旧换新”。原文说，以提高技术、能耗、排放等标准为牵引，推动大规模设备更新和消费品以旧换新。

五、合理扩大地方政府专项债券用作资本金范围

第五个要点是一句很短的话，叫“合理扩大地方政府专项债券用作资本金范围”。

什么意思？地方政府专项债，按原本的规定是用在交通、能源、水利、环保这类重大项目和中小金融机构注资上的，但现在既然允许合理扩大使用范围，我们可以理解说，在“以进促稳”的原则下，也可以申请把地方政府专项债用在别的地方。

比方说前面提到的文旅部的“国内旅游提升计划”，就把旅游领域符合条件的项目，也纳入了地方政府专项债可以支持的范围。

六、加快全国统一大市场建设

第六个要点，是加快全国统一大市场建设，着力破除各种形式的地方保护和市场分割。有效降低全社会物流成本。

七、扩大高水平对外开放

第七个要点是扩大高水平对外开放。里面又有两点值得注意：一个是“放宽电信、医疗等服务

业市场准入”，一个是要“打通外籍人员来华经商、学习、旅游的堵点”。

八、树立大农业观、大食物观

第八个要点，“树立大农业观、大食物观，把农业建成现代化大产业”。你看，本土农业不但要现代化，而且要变成大产业。

九、发展银发经济

第九个要点，民生工作里要求，要发展银发经济，推动人口高质量发展。

去年的中央经济工作会议说扩大内需时提到过养老服务，而今年不提养老服务了。而是改成在民生工作里，要求发展银发经济。为什么？因为以中国人口的年龄阶段，大规模的市场化养老需求还没到来，当下是最富裕、最轻松也最有主见的活力银发人群，想要享受生活的阶段。银发经济比养老服务，更符合当下的现状。

以上就是今年的中央经济工作会议里，划出的一些重点和要点。

职场生存法则

无论环境如何，努力提升自己，让自己变得不可替代，是每个职场人都必须谨记的。只有不断提升自己的竞争力，才能无惧职场斗争的狂风暴雨，让自己立于不败之地。

文 / 胡霞 保障中心

港剧《新闻女王》迎来了大结局，作为一路追过来的人，真的有点不舍得，从播出以来，剧中台词、人物频繁登上热搜，话题不断。作为货真价实的“职场剧”，剧集里展示的职场

生存之道也成为受众自发传播的话题，毕竟这部剧确实很多干货，“man 姐职场教学”也是越来越流行。反转一个接一个，让人看得热血沸腾，真是过瘾！

剧中的山头林立，多方博弈，也让我们看到职场的残酷。工作，是我们安身立命的根本。想要在职场中生存下去，不仅要靠努力，还要用点脑子。看完整部电视，我觉得想要在在职场生存，还是需要懂得一些职场生存法则的。



一、职场没有捷径

剧中梁景仁借助飞爷的关系，成为总主播主任。但他对公司没有什么像样的贡献，虽然升



职场没有捷径可走，成功的道路并不平坦，只有不断付出努力和学习，才能迈向成功的终点。

职，很多人却不服他，他还是被文慧心压着打。

徐晓薇借助男友上位，但在直播过程中错漏百出，以至于大家都觉得她撑不起SNK的门面，领导也觉得她不堪大用。许诗晴投靠文慧心，以争取更多的出镜机会。可是当英国首相突然宣布辞职，许诗晴却因为英语水平不够，失去了报道的机会。

反而是一直中立的张家妍，凭借出色的语言能力完成了专

访。这条新闻获得了空前的收视率，创下了新的纪录，张家妍也因此压过了许诗晴。

很多人把搞关系当成职场晋升的捷径。但是才不配位，必有灾殃。如果能力不行，爬得越高，摔得越惨。与其削尖了脑袋耍小聪明，不如先练就无坚不摧的真本事。无可挑剔的工作能力，过硬的专业素质，才是一个人在职场中屹立不倒的盔甲。

刚从事工作的时候，我也会

在想，为什么大家都下班了，我却还在加班，为什么别人都在休息了，我却还在努力，我是做错了什么吗？

随着时间的推移，我明白了，职场没有捷径可走。成功的道路并不平坦，只有不断付出努力和学习，才能迈向成功的终点。每天的坚持、汗水和不懈的努力，让我感受到了成长的喜悦。与其削尖了脑袋耍小聪明，不如先练就无坚不摧的真本事，在职场上能逢凶化吉，才是屹立不倒的盔甲。



二、别高估关系，别低估人心

剧中文慧心找到华姐老公出轨的证据，不仅让她得到了儿子的抚养权，还能分富豪老公一半的财产。按理说华姐应该谢谢文慧心，可她反手就把当年贼王案的录像发给了梁景仁，希望他在合适的时候，公开录像。

也正是这份录像，让文慧心身败名裂，引咎辞职。很多人

觉得这个反转来得莫名其妙，你刚帮了的人，怎么转身就反咬你一口。可这才是人性的真相，很多人就是把别人的好当成理所当然，不懂得回报和感恩。一旦停止投入或者有了利益冲突，他们反而会生出更大的仇恨。

记得之前有位领导和我说过这么一句话：工作不是交朋友，不要和某个人特别好，更不要对其述说太多。是啊，人与人之间走得太近会伤害，太远会疏忽，不远不近，恰到好处，才能相处不累。

到了一定的年纪，我们终将懂得，没人真正在意你。不要高估你和任何人的关系，到了一定年纪，你要学会给自己打伞。更别高估关系的作用，别低估人心的复杂。帮你的人，会一直帮你；你帮过的人，未必会帮你成事。



三、我们都在为自己打工

剧中除了那句“趁早找个男人嫁了吧”刷屏之外，还有一个小角色九哥的台词也爆火出圈。刘艳想要进去采访，但是九哥却说：“我管什么天职，我是来求职的，看值班表，我可以下班了。”



» 悉奥涂料—山东德州·澳海康城

收多少钱，干多少事，主打一个不让公司占便宜。可“卷王”刘艳最终还是选择进入火场，拿到了第一手的资料，在电视台让领导刮目相看。很多人觉得，躺平摸鱼才是最好的工作状态。多做一点事，就觉得自己亏了，公司赚了。事情是公司做的，但更多是给自己做的。

刘艳虽然一直被打压，但是一直努力学习，保持愚蠢，保持饥饿。后来她离开SNK之后，和同事联手创办公司，凭着独家新闻，一手信息，迅速在网上蹿红，获得了不小的人气。

我们现在所做的一切都是为了让自己变得更好，虽然大家都会对自己的工作有诸多抱怨，但是有些人依旧倾注全部心力在这些看似枯燥的工作上面。

我们要明白，我们是在为自己工作，自己进步了，能力提升，才会有更大的发展空间；我们在公司工作，如果没有公司与团队的支持，我们就失去了实现

自我的舞台。没有一份努力是白费的。你熬过的夜，加过的班，付出过的努力，终有一日会成就你。

有人的地方就有江湖。在这个纷繁复杂的社会，不懂规则，就难免要走很多弯路。在职场上，也许有很多人认为自己没有背景，没有资源，没有靠山，就无法在职场上获得成功。

与其找靠山，不如提升自己的实力，自己有本事，无论走到哪里都能混得很好。

复杂的职场关系网络中，处理好与同事、客户和自己的关系并不仅仅是一个抽象的哲学问题，更是我们在日常生活中面临的现实情景。

无论环境如何，努力提升自己，让自己变得不可替代，是每个职场人都必须谨记的。只有不断提升自己的竞争力，才能无惧职场斗争的狂风暴雨，让自己立于不败之地。🌱

» 悉奥涂料—艺术涂料·纯彩墙面漆





我心中的女性力量

文 / 陈洁 财务中心

女性一直是社会最重要的力量之一，但现如今女性的成长会遇到许多障碍：职场上的胆怯、家庭育儿困境、生活中的烦恼和对自我的限制等等。身为一个女人，我深有感触。

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平于10月30日下午在中南海同全国妇联新一届领导班子成员集体谈话并发表重要讲话。

习主席强调，以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴

伟业，需要全体人民团结奋斗，妇女的作用不可替代。要坚定不移走中国特色社会主义妇女发展道路，激励广大妇女自尊自信、自立自强，奋进新征程、建功新时代，为中国式现代化建设贡献巾帼智慧和力量。

说到女性力量，不得不提我们公司的“拼命女三郎”。

财务大大王总，我的直属领导。数十年如一日，秉持工作严谨。工作与事业双发展，家庭和睦、家风端正，是我们年轻人的

做好妇女工作，不仅关系妇女自身发展，而且关系家庭和睦、社会和谐，关系国家发展、民族进步。

榜样。在公司对年轻人婚恋观、生育观、家庭观有正确的引导。在工作中，也对我们基层有诸多帮助和指导。

第二位让我佩服的，是一位雷厉风行的领导，人送外号“女魔头”。她说一不二，不达目的不罢休，对工作只有两个要求“精”“准”，“精”是完美的结果，“准”是准时准点的交付。你猜到她是谁了吗？

没错，这位就是年龄比我小，

但让我敬佩的大客户中心总经理罗总，也是公司妇联主席。在公司，大部分人都很害怕跟雷厉风行的领导，怕稍有不慎就被踢掉，怕成为领导眼里的软柿子任其拿捏；但她却不一样，比起拿捏能力不够的下属，她更愿意去提升下属的工作能力，带团队去啃硬骨头，正是因为如此，她的下属都很信赖她的行事风格，也更愿意追随她。

最后一位，也是年龄比我小，但让我敬佩的领导，她就是制造

中心总经理童总。童总从原来的行政管理到现在整个制造生产的管理，付出了很多努力。因为童总非常珍惜团队的羽毛，也更有远见，敢提拔比自己能力强的人。

她从不惧怕“教会徒弟，饿死师傅”，反而更加愿意授人以渔。就像维珍创始人所言：“栽培员工，让他们强大到足以离开；对员工好，好到让他们想要留下来。”

这三位聪明的领导都知道一个团队光有一个高能力的人是远远不够的，所以他们更加愿意去培养人，形成巨大的合力。

常言道：千里马常有，而伯乐不常有。领导有很多，但真正值得追随的却很难寻得；若遇到能够让你打胜仗、热衷于钻研、愿意培养你的领导，紧紧追随，更能成长！

正如习近平总书记所言：家庭和睦、家教良好、家风端正，子女才能健康成长，社会才能健康发展。做好妇女工作，不仅关系妇女自身发展，而且关系家庭和睦、社会和谐，关系国家发展、民族进步。🌱

» 悉奥涂料—江苏常州·玫瑰府



好习惯成就好人生

文 / 杨丽珍 工程中心



两年前朋友就信誓旦旦的买来一套二级建造师的书来，准备考个二建，并给自己制定了学习计划，可两年过去了，因为自身的懈怠和外界的干扰，不能按计划学习，想要改变，又不知从何做起，以至于两年过去了，还是没有考出。

不能遵守约定，不能严格执行计划，做任何事总是半途而废，这种坏习惯，相信很多人都会有吧？为什么会这样呢？或许，这不是因为你意志薄弱，也不是因为你缺乏干劲，而是因为你不

知道怎样让自己养成好习惯。

先讲两个故事。第一个故事，是我朋友的儿子（以下简称小明），在我朋友和他老公的严厉管教下，七年前，小明考进了浙江大学。多年来，我一直拿他作榜样，让我儿子要向小明学习，以后也考个好大学，找份好工作。直到有一次我们朋友间聚餐无意间说起，我才知道后面的事情。

一晃小明三十出头了，还和朋友一起在杭州合租着40多平的房子。原来上大学后，他做起

事来就开始拖拖拉拉。闹钟响了还懒在床上，换下的脏衣服也不想洗，论文总是要拖到最后熬夜写。几年下来，整个人变得懒懒散散，活得浑浑噩噩。

大学毕业后，凭着名校优势，他入职一家比较有名的会计师事务所。有一次，事务所接到了一个重要项目。上司给他分配了收集相关数据文件的工作，一周后提交。

想到时间还很充裕，小明便不再管它，而是每天刷刷视频，

摸摸鱼。一直拖到汇报工作那天，他才慌慌忙忙敷衍着整理出一些基础数据。

谁曾想，他匆匆忙忙提供的基础数据有错，直接导致后续工作出现重大失误。最终小明被事务所开除不说，还被业内列入了黑名单。如今已经30多岁的他后悔不已，就因为一直以来爱拖延的习惯，断送了自己的前程。

再讲一个故事。相信大家都知道福特汽车吧，福特就是福特汽车公司的创始人。下面我们就讲讲当年福特找工作的故事。福特大学毕业后，去一家汽车公司

找工作，和他一同进入面试的还有三个人，当那三个人面试出来之后，他觉得自己没有什么希望了。因为他们不仅仪表比自己好，学历也比自己高。

可是来了，也不能临阵退缩呀！他想：既然来了，就去试试吧。于是，他敲门走进了董事长的办公室，一进办公室，他发现门口地上有一张纸，就弯腰捡了起来，一看是一张沾有脏东西的废纸，就走过去把它扔进废纸篓里，然后才走到董事长的办公桌前，说：“董事长先生，我是来应聘的福特。董事长说：“福特先生，你被录用了。”福特惊讶

地说：“董事长，我还没有回答您的任何问题，您怎么就录用我了呢？”

董事长说：“福特先生，门口的那张废纸就是我们这次面试的内容。前面三位应聘者不仅学历比你高，而且仪表堂堂，但是，他们都没有随手捡起纸屑的习惯，而你却拥有这样的好习惯。我认为拥有好习惯的人，自然也就能够成就大事。一个没有好习惯的人，他是很难成功的。所以，我们决定录用你了。”福特就这样进了这家公司。

不久，这个公司就扬名天下，后来福特把这个公司改为“福特公司”。福特不但改变了公司，也改变了整个美国的国民经济状况，使美国的汽车产业在世界上独占鳌头。

坏习惯会使能干的人止步不前，但好的习惯则会引领不那么优秀的人勇往直前。可见，好习惯对一个人是多么的重要。

美国作家斯蒂芬·金说过一句话：地狱从来不是立即让你掉下去的，而是一点点吞没你。坏习惯也是如此，一开始它只是引起你轻微的不适，产生一点小问题。时间一长，你就会发觉生活变成了一团乱麻，糟糕而无序。它就如河堤下的白蚁，若不加以管制，终有一天，会掏空你所有的根基。

» 悉奥涂料—艺术涂料·微水泥





解读 2023 年 涂料行业十大关键词

文 / 本刊编辑部

2023 年即将过去。这是变局之年、冲突之年、魔幻之年和复苏之年。首先恭喜大家，终于快把艰难的 2023 年磨过去了。但讨厌的是，2024 年又要开始新的“卷”途，好像什么都重新开始了，又好像什么都没变。历史的年轮就像厚重的磨石盘一样，我们总是被无情地来回碾压！

不过，即便 2023 年我们把

日子过得再稀碎，都会忍不住回想刚刚过去的一年。遥想年初，我们也曾斗志昂扬，立下各种 flag，但到年尾，愈发觉得当初的自己是如此天真。那么你呢？这一年过得还好吗？定下的目标都达成了吗？身处涂料行业，我们该如何回顾跌宕起伏的 2023 年？

为此，按照行业热度选出十

大关键词，洞悉变革与发展。希望这些关键词能帮你回忆起 2023 年经历的一些事件，也为 2024 年的“起跑”做好准备。（本盘点顺序不分先后）



一、并购

2023 年是行业趋势发生分化的一年，全球化工企业收并购活动进一步复苏，涂料行业的收购活动也赚足了眼球。

就以立邦为例，仅在这一年

内，它就已经出手 5 次，横扫密封胶、粘合剂、建筑涂料、干混砂浆等多个领域，今年的营收突破 100 亿美元将轻而易举。

在中国市场，最引人瞩目的收购案莫过于阿克苏诺贝尔收购华润建筑涂料业务，以及北新拟收购嘉宝莉。

目前，“阿克苏诺贝尔·华润漆”收购案已完成，在中国涂料市场，多乐士与华润漆也从对手变成了并肩作战的战友。

曾经的全球涂料老大阿克苏诺贝尔应该能借助收购华润建筑涂料业务的机会，获得更强的底气、实力和策略与立邦再决雌雄。

» 阿克苏诺贝尔收购华润建筑涂料业务



而“北新·嘉宝莉”收购案还在有序推进中，预计在今年或明年初见分晓。业内人士普遍看好这次收购，期待着此次收购案能有一个圆满的结果。

随着“阿克苏诺贝尔·华润漆”和“北新·嘉宝莉”两大收购案的推进，中国涂料市场风云再起，2024 年必将掀起一股腥风血雨，大鱼吃小鱼的时代已然来临。

据悉，这一两年来，三棵树、巴德士、立邦等企业都对有价值的艺术涂料或仿石涂料企业虎视眈眈。



二、破卷

外面雷声滚滚，家里内卷频繁，这应该是涂料人士对这一年最深刻的印象。当下的涂料行业，正面临着需求萎缩、消费降级、内卷升级的多重压力。

需求萎缩，再好的涂料、再便宜的涂料，也少有人问津，订单直线下滑；消费降级，消费者只选对的，不选贵的，中低端产品更受消费者喜爱，价格战打得如火如荼。

许多企业因此陷入生存危机，面临“增量不增收”的困境，

在“房住不炒”的政策大环境下，未来房地产公共属性化特征将更加明显，居住属性和公平性将居于首位。

如履薄冰。随着内卷现象的升级，如何跳出传统思维，成为涂料企业的当务之急。

近两年，三棵树、嘉宝莉、华润、美涂士、紫荆花、巴德士、亚士等企业持续改革创新，注重品牌和品质，致力于打造高质量产品。

面对 2023 年中国经济和各行业经历的发展不平凡时期，中国涂料工业协会等组织举办了多场高质量发展大会，共同探讨涂料行业正确发展方向和良好思路，为涂料行业高质量发展赋能。

对于涂料企业而言，不要缅怀过去，也不要恐惧未来，只有做好当下，自我迭代、自我进化，紧紧围绕“给用户最好的产品、最好的服务”去努力，才能够活得更好、更久。



三、爆雷

恒大的“负面新闻”仍未休

止，且屡屡被曝出的重磅惊雷让社会大众大跌眼镜。

今年房地产行业爆雷非但没有刹停之势，反而还成了遍地开花的愈演愈烈态势，阳光城、融创等多家龙头企业被曝出票据难兑付、债务展期、交叉违约等消息，爆雷乌云瞬间覆盖了整个产业链。

9 月份，碧桂园被曝未支付两笔美元债票息，一直行走在暴

雷的边缘，很有可能走上恒大的老路。

这几个月来，碧桂园高管纷纷主动降薪，大幅削减开支，出售资产以缓解现金流问题，甚至碧桂园杨国强家族也在全力以赴支持公司，竭力保障项目的交楼，力图避免步入恒大的后尘，然而结果尚未可知。

在房地产企业的一顿“神操作”下，涂料产业链广受牵连。

» 碧桂园被曝未支付两笔美元债票息，一直行走在暴雷的边缘



据不完全统计，今年内经营范围变更为注销/吊销/撤销/清算/停业的涂料企业超过 1 万家，不少人对于这个数字感到不可思议。

希望明年房地产行业能够触底反弹，走向复苏之路。那一天到来时，涂料企业的日子也将不再那么艰难。



四、上市

经过一两年的寂静，涂料行业的“IPO 上市”热潮今年再度迸发，企业冲击 IPO 的热情空前高涨。邦弗特新材料股份有限公司再次冲刺 IPO 上市，已完成首次公开发行股票并备案上市辅导，其产值目前已突破 5 个亿。

11 月 1 日，睿智环科发布《申请公开发行股票并在北交所上市辅导备案及其进展公告》，冲刺北交所，有望成为 A 股“粉末涂料一哥”。

11 月 7 日，风电涂料领域的冠军麦加芯彩成功登陆上交所。在过去的三年中，麦加芯彩实现了营业收入累计超过 48 亿元，净利润超过 8 亿元，业务规模持续增长并保持盈利。



» 麦加芯彩上市鸣锣仪式

近几个月以来，涂料化工企业对上市的热情明显高涨，金桥德克、展辰、君子兰等企业纷纷向 A 股发起冲击。这或许预示着新一轮涂料化工企业的 IPO “扩军”即将到来。

如果这些细分行业的领军企业如愿以偿获得资本支持，绝对将是可怕的存在。他们将在资本的羽翼下展翅飞翔，为涂料行业注入更为强劲的发展动力。



五、出海

今年，“借船出海”这一话题也上升到了前所未有的热度，

讨论度一直不减。在国家“一带一路”、双循环等政策引导下，越来越多的中国涂料企业把目光投向海外，希望能够在国际市场开拓新的利润增长点，所以他们也都在积极谋划布局海外市场。

年中的时候，广东涂料（越南）商务考察团进行了为期五天的商务考察学习，本来仅计划二三十家企业，后面耐不住大家的热情，硬生生扩充到了三四十家。

在广东涂料（越南）商务考察团“出海火”的点燃下，珠海展辰新材料股份有限公司经典事业部总经理肖志军代表展辰做的《涂料企业走出去经验分享》精彩主题演讲备受关注，也为涂料企业布局国外提供了宝贵经验。一个老生常谈的问题就是中国是



>> 珠海展辰新材料事业部总经理肖志军做的《涂料企业走出去经验分享》精彩主题演讲

世界第一涂料大国，但并不是世界第一涂料强国。

“走出去”有助于我国涂料企业成为跨国企业，提高经营管理水平及综合竞争力；“走出去”还有利于战略资产的全球配置，涂料企业通过“走出去”可以开拓关键销售渠道并掌握一些新兴技术。

随着国家“一带一路”热度攀升，在展辰、嘉宝莉等众多企业“出海”经验的指引下，中国本土涂料企业“走出去”已是大势所趋，不仅东南亚，甚至非洲，不久的将来，都将迎来越来越多中国涂料企业的足迹。

我们希望能有更多涂料企业“敢出海，谋出海”并驰骋大海。

>> “绿色发展创新，砥砺再谱新篇”为主题的“中国仿石涂料”武林大会



六、撤离

2023 年的尾声，百色熊突然放出一记“王炸”：宣布退出中国市场，在整个行业掀起了一场地震，显示出了中国涂料行业格局的微妙变化。

不过这并非预示着中国涂料市场的缩量。在全球涂料产业的蓬勃发展，亚太地区已经崛起为全球最快、最大、最受瞩目的涂料市场，特别是中国涂料已成为全球涂料的重要引擎。

在中国涂料行业蓬勃发展的时代背景下，涌现了三棵树、嘉宝莉、紫荆花、美涂士、巴德士、亚士等一大批有竞争力的规模企业。

他们加速创新和超越，布局全国，走向海外，赶超欧美，开创了更为广阔的市场空间，将鲜衣怒马的画面写入现实。

总的来说，如今中国涂料企业不惧竞争，既有底气又有实力。百色熊等外资品牌选择“逃离”实质上是最有力的佐证。

中国正加速从涂料大国走向

涂料强国，未来中国涂料必将诞生两三个全球十强企业！



七、下乡

2023 年全国绿色建材下乡活动的深入推动年，国家陆续在浙江、山东、天津、四川、湖南、广东、福建等多个省市开展了试点活动，进一步加大绿色消费、绿色建材下乡力度。

在绿色建材下乡的火热推动下，仿石漆发展得如火如荼，逐渐成为外墙主流材料，并与内墙艺术涂料一起，可以称之为建筑涂料的左膀右臂。

在市场上，统艺、卡乐丽、美丽嘉、刚玉、美尔奇、墙为、金邦树、久巴、美惠、铁壁钢网、

璐宝、湖南劲鼎等专业型仿石漆品牌，活力十足，动作频频。

同时，一大批综合型涂企也开始纷纷布局仿石漆，如三棵树美丽乡村、立邦别墅之星、嘉宝莉石艺漆、亚士漆 SOK、巴德士仿石艺术漆、德爱威七彩美墅等。

11 月 5 日，以“绿色发展创新，砥砺再谱新篇”为主题的“中国仿石涂料”武林大会在上海丝绸之路的起点、东亚文化之都泉州圆满落幕，展现出仿石漆品牌的活力和市场竞争能力。

从 2012 年走上台前，2015 年前后为市场接纳，到如今成为美丽乡村市场炙手可热的外墙涂料产品，仿石涂料行业的发展有目共睹。

中国涌现了上千家各具特色的仿石涂料企业，仅零售渠道的仿石涂料年产值已超过 120 亿元，而且清一色是国产品牌。



>> 2023 中国国际涂料博览会在上海新国际博览中心盛大举办

众人拾柴火焰高，相信中国仿石涂料必将走向新的高峰，为中国涂料领域注入更多活力。



八、参展

近年来，涂料展会的作用越来越弱，难免有“岁岁年年花相似，岁岁年年人不同”的感慨，但建博会、设计周、涂料展依然喧嚣。

7 月 8-11 日，第 25 届中国建博会在广州举办。美涂士、巴德士、三棵树、小蜜蜂、紫荆花、路易诗兰、哈博尔、意库马、好仕迪、奥可、日洋、万磊等艺术涂料企业集中参展亮相。

8 月 3 日-8 月 5 日，2023 中国国际涂料博览会在上海新国

际博览中心盛大举办。展辰、紫荆花、亚士、洁士美、美涂士、德爱威、嘉宝莉、恒和、巴德士、三棵树、北新、巴德富等超 800 家重点企业云集，既有龙头骨干企业，也有“专精特新”中小企业，俨然成为了一场涂料行业的饕餮盛宴。

11 月 18 日，2023 年第六届中国（佛山）艺术涂料嘉年华暨第十四届全国石油和化工行业职业技能竞赛、第四届“三棵树杯”全国艺术涂料涂装工职业技能竞赛在佛山顺德潭洲国际会展中心盛大启幕。

嘉宝莉、卡百利、三棵树、美涂士、紫荆花、小蜜蜂、路易诗兰、意库马、沐瑟等 40 余家

» 三棵树联手央视财经开启“国色倾城耀东方，三棵树漆映美居”直播活动



对于涂料品牌来说，2024 无疑依然是艰难的一年，我们要踩准每一次时机、把握每一次机会。

品牌欢聚一堂，在各自的展位上竞相绽放，各领风骚，精彩程度不遑多让。

12 月 3-6 日，以“惊喜 AMAZE”为主题的 2023 年广州设计周隆重举办。立邦、佐敦、阿贝罗尼、邓恩、MF、英尼斯特、彩马涂料、鲸彩漆、美国蜜乐等 20 多家涂料企业以全新姿态亮相，给观众带来了一场视觉盛宴。



九、直播

线上线双轴驱动已成为众多涂料企业的选择，会议直播、直播招商、直播带货、直播品宣更是线上驱动的重要一环。

卡百利、巴德士、美涂士、菲玛、蔻帝、展辰等不同细分领域的涂料企业不约而同发力线上业务，与网友一起谈品牌、论市场、看产品、建信心。

对于直播，展辰更是乐此不疲。兔年 3 场云招商直播，从大华东、大北方再到大华南及海外，几乎覆盖了展辰所有的市场区域，展辰的号召力和影响力不断提升。

菲玛是较早打通“企业 - 经销商 / 客户”营销通道的艺术涂料企业，一场直播带货的销售额能达到上千万，甚至上亿。



» 荷兰蔻帝跨国直播第三期已经圆满落幕

11 月 26 日，三棵树再次联手央视财经开启“国色倾城耀东方，三棵树漆映美居”直播活动，让王冰冰把东方美学搬回家，收获了奇效。

11 月 27 日，国际标准化组织（ISO）正式发布国际标准 ISO/IWA 41:2023《直播营销服务指南》，美涂士以领军企业的身份参编，充分展现了大企业和大品牌的担当与行业责任。

12 月，荷兰蔻帝跨国直播第三期已经圆满落幕，在本次直播中，蔻帝优秀经销商远赴荷兰，进行了为期 5 天 5 场直播，为更多的观众呈现了品牌的实力，让他们深入了解蔻帝，并一同探寻品牌的辉煌历程。

可以说，直播已成为各涂料品牌宣传的主要途径之一。



十、代言

因为“体育热”，加之后疫情时代的到来，人们越来越关注身体健康，不少涂料企业都请来了体育冠军代言。

初步统计显示，三棵树、美涂士、蔻帝、泰诗尔、哈博尔、美丽嘉、阿贝罗尼、金邦树、璐宝等品牌与体育冠军携手，共同打造金牌品质，助力品牌价值跃升。

11 月 1 日，美涂士正式官宣赛艇冠军潘飞鸿成为首位美涂士冠军品质体验官，以冠军标准，为用户甄选美涂士“双 11”国潮

好漆，以冠军之名，为品质加冕。

无独有偶，在同一日，电影“爵迹”主演杨幂版权方代表在宏燕总部大楼与宏燕艺术水漆正式签约，标志着电影《爵迹》主演杨幂正式与宏燕艺术水漆携手联合品宣。

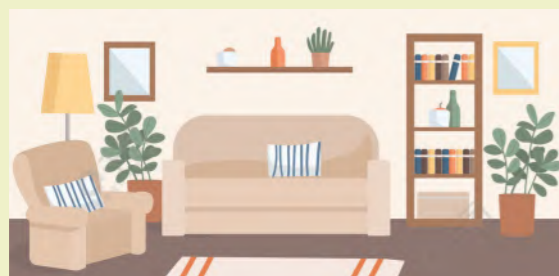
无疑，冠军、明星代言，成为了涂料行业中的时尚。如今涂料行业尤其是艺术涂料的消费群体以 85 后，90 后为主，而体育盛事、体育冠军均象征着年轻、激情、活力，更容易引起年轻人的情感共鸣，更容易赢得年轻消费者的心。

在杭州亚运会期间，嘉宝莉、三棵树、亚士、北新、紫荆花等涂料品牌也开启了集体狂欢模式，借势体育盛事，展示品牌的活力与时尚，为涂料行业注入了新的生机。

以上是为您总结的 2023 年度十大关键词，对此你是否持有不同意见？是否还有需要补充的内容？对于涂料品牌来说，2024 无疑依然是艰难的一年，我们要踩准每一次时机、把握每一次机会。

不管结果如何，经过梳理和调整，相信涂料品牌们会迎来更好的 2024 年，希望这一年，大家都能过得更好，更滋润！

照着扔就对了！ 幸福人生当要断、舍、离！



一、玄关

- 1、很脏、磨损严重的地垫；
- 2、换了智能锁后，无用的钥匙和钥匙扣；
- 3、过期的酒精、湿巾等消毒用品；
- 4、坏掉的伞、快递包装箱、打包袋。



二、书架

- 1、已经考过的，各种考证、考级的书；
- 2、时效性比较强的报纸、刊物；
- 3、已经读过，确认不会复读的书；
- 4、各种旅游留下的地图等纪念品。



三、自我

- 1、无效的社交；
- 2、有钱就花，不知道存钱的生活方式；
- 3、喜欢熬夜的自己；
- 4、拖延症的自己；
- 5、伤害你的人。



四、手机

- 1、关闭手机不重要 app 的消息提醒；
- 2、删除重复的照片和很久没删的截图；
- 3、很久没打开过的 app；
- 4、没用的聊天群；
- 5、缓存垃圾。



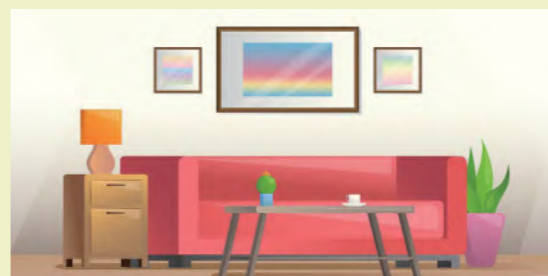
五、鞋柜

- 1、发黄、洗不干净的小白鞋；
- 2、磨脚、舒适性差的高跟鞋、凉鞋；
- 3、鞋底开裂的运动鞋；
- 4、超过3年以上没穿过的鞋；
- 5、多余的鞋盒，过期的鞋油；
- 6、用不上的鞋垫、鞋带。



六、卫生间

- 1、脏兮兮，有异味的毛巾；
- 2、多余的塑料盆（尤其是买东西送的盆）；
- 3、过期的口红、香水、卸妆水等化妆品；
- 4、洗不干净的马桶垫圈；
- 5、已经用完的各种洗漱品瓶子；
- 6、去年没用完的防晒霜。



七、客厅

- 1、小客厅占地方的茶几、地毯；
- 2、孩子损坏、不再玩的玩具；
- 3、用不着的各种收据、发票、说明书；
- 4、废旧的电池；
- 5、各种没用的会员卡；
- 6、不匹配或坏掉的数据线；
- 7、过期或拆开皮了的零食；
- 8、买回来没用过的杯子；
- 9、不出水的中性笔，没有黏性的便利贴；
- 10、没法用的手机、手机壳及充电宝。



八、卧室

- 1、破旧的睡衣，变形的内衣裤；
- 2、发黄、起球、洗不干净、单只的袜子
- 3、洗不干净有污渍的白色衬衫、短袖；
- 4、图便宜买的没怎么穿过的廉价衣物；
- 5、起球的大衣，过时的羽绒服
- 6、版型差的牛仔裤，起球破洞的打底裤；
- 7、轮子坏了的行李箱；
- 8、不戴的围巾、帽子、廉价首饰；
- 9、损坏的或干洗店送的劣质衣架；
- 10、发黄、洗不干净的枕套、床单。

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

1

1.02 丁雪蕾 1.07 屠鹏飞 1.10 陈松 1.11 楼寒晨 1.12 王卢青
1.13 黄锡 1.14 李永才 1.17 黄鑫 1.17 王炳荣 1.18 裘解明
1.21 郑勇 1.24 汪峰 1.29 吴礼阳 1.29 虞泽清

2

2.02 桂叶飞 2.09 范黎明 2.09 汪毅 2.10 孙佳莹 2.22 范雪辉
2.22 王燧 2.26 裘小平

3

3.01 范明强 3.01 章泽鹏 3.01 张志校 3.04 胡霞 3.05 陈涛
3.08 吕科春 3.09 吕力人 3.09 杨志华 3.18 方远 3.18 吴泽军
3.20 桂锡庆 3.28 童亚青 3.30 胡海萍