

### 康泰零售事业2018年度重点经销商交流会召开

本报讯 金秋九月，丹桂飘香。9月20日下午2时30分，“康泰零售事业2018年度重点经销商交流会”在集团总部召开。集团副总裁郑光桦，副总裁张文霖，零售

业务五大体系及配套的PPT、话术、宣传视频、实验视频、产品视频等资料文件的建立，实现了运营并定型；一年来，康泰零售家装事业完成了与70户重点经销商的

质量管理、服务保障等方面阐述了康泰零售家装的强大力量支撑，坚定经销商的合作信心。

随后，重庆、达州、广安、西昌、眉山、雅安等地的经销商代表作了分享。从自身发展历程出发，分享了合作康泰零售家装的感受和经验，以及成功。同时，对康泰零售家装的发展提出了宝贵的意见和建议。交流过程中，既有对过去一年的总结提升与反思，提醒大家居安思危持续精进；也有对未来形势的专业研判与定位，让所有人认清现状砥砺前行；更有针对企业现状的深远决策，为企业未来战略布局的形成高瞻远瞩，指引全体康泰零售家装经销商在未来取得更好的成绩。

会上，集团副总裁郑光桦从市场导向与行业竞争、面临的挑战等方面阐述了康泰集团坚决发展零售家装事业的信心和决心。演讲内容紧密结合当前形势及康泰零售家装发展历程，深入剖析并指出今后一段时期零售家装的变革与创新，为与会人员鼓足了信心。

会议最后，零售事业部部长赵谦宣布了零售家装产品的促销政策。参会嘉宾积极参与，踊跃下单。据统计，95%以上的客户参加了此次活动。下午18时，在结束各项会议议程后，“康泰零售事业2018年度重点经销商交流会”在各位重点经销商的大力支持下圆满落幕。本次会议对康泰零售家装2018年的发展做了有力铺垫，同时坚定了全体经销商信心，为新时代、新形势下康泰零售家装的发展进一步明确了方向。会议取得圆满成功。



事业部部长赵谦及团队成员，以及来自全国的康泰零售家装重点经销商齐聚康泰，共商康泰家装发展大计，共谋零售家装新篇章。

本次会议是康泰零售家装事业经销商的年度聚会，也是为全面实现康泰零售家装事业2018年全年经营目标展开攻坚的动员会议。2018年，康泰零售家装全面开



合作，涉及川渝主要地区以及陕西、湖南、云南、辽宁等省外区域，实现了康泰家装走向全国的目标。

会上，康泰零售事业部部长赵谦首先发言，对各位经销商的到来表示了欢迎，对各位经销商长期以来的坚持、合作和支持表示了感谢。同时，详细的向全体重点经销商阐述了康泰零售家装事业的发展规划、远景目标



拓土、推进业务实现增量。一年来，康泰零售家装事业完成了产品体系、政策体系、渠道体系、推广体系、服



和战略构想。会上，集团副总裁张文霖从生产能力、技术实力、



### 康泰零售事业重庆渝西区域交流会召开

本报讯 9月13日上午，康泰零售家装事业重庆渝西区域交流会议在集团总部召开。康泰集团副总裁郑光桦，重庆团结物资有限公司总经理李晓斌，康泰集团零售事业部部长赵谦，以及重庆渝西区域30余名客户参加了本次会议。

本次会议是面向重庆渝西区域召开的专场渠道、零售网点推广、交流会议，旨在实现走进康泰、认知康泰、传播康泰、合作康泰、发展共赢。会议由重庆团结物资有限公司主办，康泰集团零售事业部承办，并参与策划和后勤保障等工作。

会议开始前，全体客户首先到康泰生产车间进行了参观，对康泰生态的厂区、规范化的现场、优质的产品以及康泰规模化、规范化、自动化和良好的工人工风给予了高度评价。

交流会上，重庆团结物资有限公司总经理李晓斌首先致辞，对康泰的盛情邀请表示了感谢，对今后的合作表达了期望。

康泰集团零售事业部部长赵谦详细介绍了康泰零售家装系列产品，以及康泰零售家装的服务体系和售后保障体系，进一步加深了客户对康泰的认可。

交流会上，副总裁郑光桦作了总结讲话，对各位客户的到来表示了欢迎，并从中市场环境、经济形势以及康泰家装发展目标等方面与客户作了交流。

通过此次交流，进一步加深了重庆渝西区域客户对康泰企业实力、企业规模和生

产能力的认可，期待通过此次交流，彼此更加深入了解，共同发掘商机，合作共赢。



[千栋楼用康泰工程管 万户人用康泰家装管]

# 诚招加盟

财富热线  
400-882-7315(工程) 400-188-9596(家装)



第5期 总第44期  
双月刊  
2018年10月28日 星期日  
农历戊戌年九月二十

编辑出版/《康泰人》编辑部 顾问/林云青 总编/郑光桦 主编/唐小波 内部刊物 欢迎交流

## 梦想要用努力去实现

有一位哲人说过，梦里走了许多路，醒来还是在床上，他形象的告诉我们一个道理，人不能躺在梦幻式的理想生活中，更需要大胆努力的去，在理想中躺着等待新的开始，不仅仅遥遥无期，甚至连已经拥有的也会失去。

生活是自己的，所以需要我们去努力实现我们的梦想。人生是对理想的追求，理想是人生的指示灯，失去了这灯的作用，就会失去生活的勇气，因此只有坚持远大的人生理想，才不会在生活的海洋中迷失方向，托尔斯泰将人生的理想分成一重子的理想，一个阶段的理想，一年的理想，一个月的理想，甚至一天，一小时，一分钟的理想。

尽力实现自己的梦想，我们要从以下做起：立即行动——只说不做，徒劳无益。一次行动胜过百遍思想。有些人是“语言的巨人，行动的矮子”，所以看不到更为实际现实的事情在他身上发生；成大事者是一天都靠行动来落实自己的人生计划的。

挑战弱点——彻底改变自己的缺陷。人人都有弱点，不能成大事者总是固守自己的弱点，一生都不会发生重大转变；能成大事者总是善于从自己的弱点上开刀，去把自己转成一个潜力超强的人。一个连自己的缺陷都不能纠正的人，只能是失败者。

敢于决断——克服犹豫不决的习性。很多人之所以一事无成，最大的毛病就是缺乏敢于决断的手段，总是左顾右盼、思前想后，从而错失成功的最最佳时机。成大事者在看到事情的成功即将到来时，敢于做出重大决断，因此取得先机。

发挥强项——做自己最擅长的事情。一个潜力级强的人肯定难以打开人生局面，他必定是人生舞台上重量级选手的牺牲品；成大事者关于在自己要做的事情上，充分施展才智，一步一步地拓宽成功之路。

抓住机遇——善于选取。机遇就是人生最大的财富。有些人浪费机遇轻而易举，所以一个个有巨大潜力的机遇都悄然溜走，成大事者都是绝对不允许溜走，并且能纵身扑向机遇。

善于交往——巧妙利用人力资源。一个人不懂得交往，必然会推动人际关系的力量。成大事者的特点之一是：善于靠借力、借热去营造成功的局势，从而能把一件件难以办成的事办成，实现自己人生的规划。

调整心态——一切忌情绪伤害自己。心态消极的人，无论如何都挑不起生活和重担，因为他们无法直面一个个人生挫折，成大事者则关于高速心态，即使在毫无希望时，也能看到一线成功的曙光。

重新规划——站到更高的起点上。人生是一个过程，成功也是一个过程。你如果满足于小成功，就会推动大成功。成大事者懂得从小到大的艰辛过程，从而迎接到大成功。

生活是我们自己的，有梦想，就要用努力去实现它。

轻松扫一扫，分享康泰集团最新资讯！

腾讯微信 新浪微博 官方网站

### 中国石油吉林石化分公司领导莅临康泰参观考察

本报讯 9月13日上午,吉林省吉林市委常委、中国石油吉林石化分公司总经理孙树斌,西南化工销售公司总经理孙克栋等领导一行莅临康泰集团参观考察。康泰集团董事长兼总裁林青,副总裁张文霖,采供总监潘云琴等公司领导热情欢迎各位领导的到来,并陪同参观了公司生产车间。随后,双方举行了座谈。

林总裁首先对各位领导的到来表示了欢迎,对中国石油长期以来给予康泰的支持和帮助表示了感谢。林总裁介绍了康泰的基本情况、发展目标 and 未来五年主要发展方向。林总裁表示,康泰着力推动企业转型升级,实现产品升级、质量升级和品牌升级。希望中国石油吉林石化分公司及西南化工销售公司在今后的合作上,切实加强对接康泰的战略支持与合作。

吉林市委常委、中国石油吉林石化分公司总经理孙树斌介绍了吉林石化公司有关情况,表示康泰集团雄厚的企业实力和规范让人印象深刻,我们愿意与康泰集团加大合作,加强联系,扩大合作,不断加大产能能力投入,以更美好的服务市场,服务客户,实现双方互利共赢。



### 东京见闻

文/李霞

浅草寺“观音寺”——仲见世商店街

浅草寺观音寺为东京市中央区的一座寺院。规模不大,二座牌楼、二幢大殿,外有数尊不大的佛像,全以观音为主。总面积约为二万平方米左右。但地处繁华闹市区,香火鼎盛,香客云集,游人无数!更因寺内供奉着日本最大的观音像,衬托出观音普济众生博发慈悲的佛法精神!日本人信奉佛教,犹爱参观!自唐传入中国后,观音信仰在日本,尤为盛行。那些虔诚行善祈福平安的心理,那些虔诚礼拜燃香祷告的行为,那些烟火缭绕梵音阵阵的诵子景观,在这里同样展现无遗……

仲见世商店街是寺前的一段小街,这里云集各类小型商店:百货、五金、日杂、餐饮、小吃、烧烤,争相叫卖热闹非凡……

高德院——镰仓大佛

位于净土宗寺院高德院内的阿米如来青铜坐像,基本保持了建造当初的形态,所以非常珍贵,被定为日本国宝。

镰仓位于东京南面海边,相距东京几十公里,曾是旧时古都。大佛所在的寺庙,地处巨崖的凹处,三面高山相围,百年树木浓荫,繁茂原始的植被将寺庙紧紧包裹。高约十米来的如来坐像位于寺院正中几层台阶之上,显得高大肃穆。佛像前设有香案钱柜,供信徒投币以代燃香。佛室内为中空,交币二十日元可从底座背窗小门进入参观。庙内主以这尊佛像为主,其它别无所有!唯门后有三间房屋,是售票和出售大佛纪念品的地方。虽然如此简单,却是游客如云,慕名前来瞻仰阿米和祈祷佑护平安的信徒络绎不绝,不让大院中的青铜佛像一直陪着照像……

### 青春是一种资本

文/余海海

午后我还是这个样子。其实你远没有自己想象中的努力,还要给自己一个虚张声势的理由。

记得网络上有这样一段话:“20岁的贪玩,造就了30岁的无奈。30岁的无奈,导致了40岁的无为!40岁的无为,奠定了50岁的碌碌无为!”成功的人生等不得,请不要在该拼搏的年纪选择了安逸,否则,当父母回首时,除了泪水,你一无所有;当该拼搏时,除了惭愧,你一无所有;当自己回首时,除了蹉跎,你还是一无所有!



采蜜 游义川坝

### 康泰通过售后服务体系五星认证

本报讯 9月12日,经全国商品售后服务评价达标认证评审委员会和北京五洲天宇认证中心评审合格,康泰集团获得五星级(最高等级)售后服务认证证书。售后服务认证,是按照中华人民共和国商务部有关文件开展的全国性全行业服务认证。取得五星级售后服务认证,需要符合国家标准《商品售后服务评价体系》GB/T27922及全国商品售后服务评价达标认证评审委员会的系统标准要求,并经过严格的评审。获此殊荣,意味着康泰在全行业范围具备售后服务领先地位。

此次评审单位——北京五洲天宇认证中心是商务部发文成立,国家认监委批准的权威机构。自评审组进驻康泰开展评审以来,康泰集团总裁办体系办对评审组专家进行了热情周到的接待,销售中心、质量中心等部门也密切配合了评审组的各项工作。评审中,评审组根据职责分工、产品分类对康泰的服务体系进行了现场抽样,采取沟通交流、调阅文件记录、现场观察巡视等方式取证,进行了认真、严谨、系统的评审。

未来,康泰将不断完善和强化售后服务体系建设,为客户提供更优质的服务和专业技术,为公司创造价值。

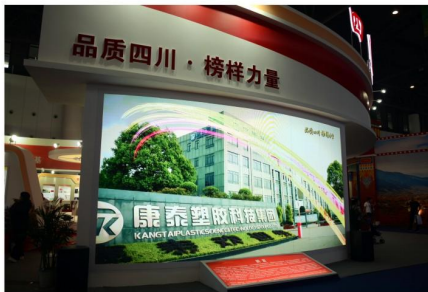


### 康泰精彩亮相第十七届中国西部国际博览会

本报讯 9月20日至24日,主题为“中国新时代·西部新作为”的中国西部国际博览会在成都拉开大幕,并首次实行“城双展”,即分别在中国西部国际博览城国际展览中心和成都世纪城新国际会展中心开展。本届世博会由国家发展改革委、商务部、外交部等6个部委、12个省(区、市)等共同主办或支持,是四川省人民政府承办的国家级、国际性综合博览会。

在本届博览会上,四川省质监局围绕“推动品质革命和品牌创建”设置了近600平方米的四川品质馆。通过宣传推介四川品牌产品、企业,展示“四川造”品牌良好形象,培育创建四川品质品牌。展馆按照“1+3”的模式,设一个主题展区 and 3个品质四川专区。主题展区面积100平方米左右;品质四川专区分设质量奖专区(国、省质量奖)、四川造品牌专区(产品品牌、企业品牌、区域品牌、地标产品、有机产品)、质量基础专区。作为第四届中国西部国际质量奖企业、康泰塑胶科技集团的企业形象以视频播放的方式,在主题展区滚动播放,同时还印制了企业宣传展板在质量奖专区展出。

今年是改革开放40周年,康泰集团致力于做“中国塑胶管道工程集采第一供应商”的发展目标,以“为城市建设集成供应生态管道系统,管道全生命周期”的企业使命,全面启动以“创新驱动、品牌营销、智能制造、转型升级”为方针的十三五发展战略,打造实现“百亿康泰、百年康泰,中国民营企业500强”,为引领中国塑胶建材行业投身生态建设,缔造绿色品质生活贡献力量!



### 康泰型材被评为“中国塑钢型材十大品牌”

本报讯 日前,由中国产品质量监督协会评选的“中国塑钢型材十大品牌”揭晓。经评委审核,康泰集团生产的“康泰”牌(40、80、87、95)平开、推拉、白色、双色共挤塑钢型材,质量达到同类产品先进水平,市场占有率和知名度居行业前列,被评为“中国塑钢型材十大品牌”。这已是康泰连续四年被评为“中国塑钢型材十大品牌”。

中国行业十大品牌是中国标杆性的品牌,以“引导品牌消费,打造诚信品牌”为宗旨,为消费者选购和经销商经营提供品牌选择依据,以网上投票推荐为基础,结合有关企业信息、媒体报道、研究机构进行综合评价,实时推出各行业中国品牌美誉度高、产品质量优、企业信用好的行业“十大品牌”活动。十大品牌都是各行业的领军品牌,是中国市场的品牌真实体现。

此次评选,征集数千万网友投票、点评,经过多轮审核精选出行业品质出众、人气最旺的十大品牌。品牌推行网致力于推动中国消费方式品牌化,构建良好的消费环境。活动创办以来反响热烈,不仅吸引了国内近一半的品牌和经销商的参与,同时也被新浪、网易、新华、中国、搜狐等70多家知名网媒高度关注,共享品牌盛宴。各大媒体的报道,为国内优秀品牌团队人气、提高品牌知名度、影响力提供契机。

近年来,康泰凭借优异的产品品质与完善的售后服务获得了市场客户的普遍认可与好评,市场占有率和品牌影响力不断扩大。此次获评中国塑钢门窗十大品牌可谓实至名归!康泰将继续努力,不断提高自身科技研发水平,开拓创新,研制出更多高品质产品,为客户提供更加优质的服务,为行业发展贡献更大的力量!



### 实现阿米巴经营高“自由度”的前提条件

阿米巴经营模式将企业划分成一个个小的“阿米巴单元”,每个阿米巴都有自己的经营会计,对成果进行独立核算、自主经营。每个阿米巴单元的领导者(即-巴长)必须以一个经营者的姿态,带领整个团队实现“销售额最大化,消耗最小化”。

实施阿米巴经营之后,实际上是一个权力分散的过程,企业的权力不再集中在老板一个人或是高层的几个人手里,而是分给了每个阿米巴巴长,甚至是分给了每位员工。于是,一些企业错误地认为,阿米巴巴长对自己小组的经营目标与方向有着全部的决策权。不可否认,阿米巴经营与联产承包有少相似之处,例如划分自主经营体、下放一定权力让阿米巴单元获得了空前的自由……等。但任何自由都不是绝对的自由,都存在的前提条件。

阿米巴组织高自由度的前提就是:阿米巴小组的任何决策都要与企业的经营理念、经营方针相一致。如果阿米巴小组的决策是与整个企业大方向相悖的,那么它已经不具备作为一个阿米巴小组的条件了。试想,如果一个企业被划分为几百个各自为政的组织,那岂不成了一帮商人在一起做生意,又如何能保证企业前进的方向前进?当每个阿米巴小组在获得权力之后,各阿米巴小组的巴长为了本部门成员的利益而改进核算,为了创造尽可能多的利润,肯定容易出现利己主义的倾向。为了追求自身阿米巴的最大利润,而无视他人的立场,那么公司内部的人际关系就会变得僵硬紧张。

阿米巴经营的本质的告诉我们,“分”都是手段,是表象,“合”才是经营的目的。

企业的经营就和人的经营是一样的。一个企业如果完全机械化地去看待,它是没有生命的,没有人格的。如果把企业的经营比作人体的话,那么就是要让人体的各个部件、各个细胞进行充分的协调,高度的统一,其首要条件就是共有一个大脑。这个大脑

就是我们所讲的企业的经营理念,它是基础,而各个细胞就相当于各个阿米巴小组。要实现各个阿米巴小组高度的协调统一,其根本就是要抓住人心,不先“齐心”怎能脑随往一处转,又谈何“协力”?如果人与人之间之间的联系只剩下了利益纷争,那么“利他之心”荡然无存,阿米巴小组的自由成了无条件、无原则的自由。划分后的阿米巴小组很难形成合力,完全背离了阿米巴经营“分权”是为了更好“集权”的最终目的。(唐小波摘编)

