

董事长对目标原则的阐述

——下篇·紧紧围绕目标开展工作

编者按：公司组织原则的首条原则是目标原则。本报将分为上篇：树立高目标追求，下篇：紧紧围绕目标开展工作，刊登周明杰董事长的讲话。

一、2003年11月，针对全年就只剩下最后一个月的时间了，而公司离业绩目标仍有一段差距的问题，董事长指出：要以时间管理来保证我们的目标。

企业外部形势发展变化很快，但我们的发展定位在某些方面还没有完全跟上形势的变化，现在应该是大家认真反思的时候了。过去我们强调目标管理，要求员工们树立目标意识，增强目标感，以目标为导向来努力完成工作，这种管理理念和管理模式曾为企业的发展起到了极大的推动作用。但是，随着外部市场环境的变化，随着市场的逐步发育成熟，单纯的目标管理已不能完全适应形势的发展了。因为单纯强调目标有可能导致只看目标，而忽视了实现目标的过程，最终反而使目标走偏甚至落空。要解决这个问题，就必须加强对目标实现过程的控制，而最好的控制方式就是加强时间管理。

年中，我们提出用科学原理指导市场工作，这是我们必须遵循的重要理论，依照科学原理，用80%的时间和精力去发现事实，用20%的时间和精力进行分析、归纳和逻辑推理，我们的市场才会越做越甜；根据科学原理，我们又适时提出“十万个为什么”，目的是为了告诉大家如何具体运用这一原理，以解决面对市场时，我们应从哪里做，如何做的问题；至于时间管理，则是要求我们以最少的时间做最多的工作，以最有效率的方式去获取最大的效益。科学原理是最基本的理论武器，“十万个为什么”涉及到具体做的方法，而时间管理则涉及的是工作效率的问题。

科学原理能够保证我们策划的科学性，但是，在理解执行科学原理的基础上，我们还要防止两种阻碍市场工作的务虚表现：一是只喊目标，却不知道怎么做；二是既喊目标，也知道怎么做，但时间观念淡薄，没有在有限的时间内完成应该完成的工作。仔细分析，这两种务虚表现，尤其是后一种，比不讲目标更可怕，因为这种务虚的行为具有很

大的隐蔽性，让管理者一时意识不到、觉察不到，而最终造成的后果仍然是目标无法实现。

所以，在懂得了科学原理，明白了“十万个为什么”后，我们还有必要导入时间管理的思维方式和工作方法，给目标设定时限要求，用时间管理来保证我们目标的实现。总结今年的市场工作，我们可以发现，一些办事处在时间管理方面做得是不够的，直到现在，个别办事处连全年目标任务的50%都没有完成，这正是目前为什么我们的市场步伐会如此沉重的重要原因之所在。

时间是世界上宝贵的财富，是潜在的资本，进行时间管理就是要求我们要有很好的时间观念和时间意识，能充分把握时间，科学利用时间，不仅要在单位时间内完成应完成的工作，而且还要尽可能以最少的时间完成最多的工作，甚至提前达至目标，从而充分发挥时间的资源效应。

进行有效的时间管理是一个优秀企业应具备的基本功，因为时间是有限的，没有时间，目标再高，计划再好也是空的，现代企业之间的竞争也往往体现在谁能更好地把握时间上。工业发展史上，就曾经发生过这样的案例：仅仅是一天之差，一个企业成功了，而另一同类企业却倒闭破产了。回顾今年的市场，我们同样可以发现，但凡业绩好的办事处也都是在时间管理方面做得较成功的办事处，如南京办，每个月的任务都能按期完成甚至超额完成，并且几乎每个季度都名列前茅，所以，他们能提前完成全年的目标任务。

二、2012年初，有主任对如何带员工存在错误观点，董事长在述职会议上予以纠正：

不要与下属沟通具体的做法和方法，而应该沟通目标。

只要目标明确了，方法和手段没有对错可言，只有适合可言。不要将目标与方法、手段、形式进行混淆。和员工谈具体的做法，是将员工当机械用，不但效果不好，还会引起员工的反感，自然得不到理想的结果。只有帮助员工树立正确的目标，才能充分利用员工的“大脑”，激发员工的智慧。如此，普

通员工也能跳起脚来做事，成为卓越的员工。

三、2012年初，有主任对如何留住员工有所困惑，董事长在述职会议上予以指导：

要跟员工成为朋友，就要熟悉业务，帮助员工梳理业务中的问题，一起探讨解决方案。

主任首先要反省自己的履职情况，从现状反思自己是否对中心的业务做到心中有数：现在有几个目标？目标是否统一？工作计划有没有落到具体的业务上？

要跟经理成为朋友，就要顺着一个个具体的订单，帮经理梳理业务问题，一起探讨解决方案，而不是只谈工作手段、安排这安排那。受尊重的领导干部从不提要求，而是做实事，帮助员工解决问题。主任和经理的区别在于，能否把业务梳理起来，把重点识别出来。

好的团队风气来源于把每件事情做好。做任何事情都不能脱离目标，要以终为始，把目标不断细分，最终体现在工作内容上，还要学会对实践进行总结和分析，持续改进。

四、2015年底有主任对如何带领员工积极面对市场的变化存在困惑，董事长指出：要将中心的目标真正变成大家共同的目标。

我们要深入分析员工积极性不高的原因是什么，从员工内心深处的需求出发，搭建连接需求的桥梁，将中心的目标变成“我们”的目标。

首先要考虑清楚，如果员工积极性调动起来的话，是不是就能解决中心的问题？再者，我们可以把积极性不高的员工分成三类：安于现状；想做，但没有成果；不想做。

其实，大部分人只是需要一些激励就能做出改变，关键看我们是否能识别他们最根本的需求，打动他跟你一起干。我们应该通过价值取向去找到员工真正关心的东西，下功夫走进员工内心，并把此当作我们的重要工作之一。

另外，环境也很重要。我们每个人都有自己的影响圈，我们要从简单的小事做起，一点一滴地影响我们的员工，逐步带动大家的积极性。我们不应该只

站在自己的角度，而应该站在“我们”的角度，创造“我们”的共同目标。不能过于功利，更不能以自我为中心。功利容易出现判断失误，功利的话也不可能了解人的真心。我们应该矢志不渝，持续性地抱着关心、关怀的态度去沟通，把服务中心和大家紧密联系在一起。

五、2016年二季度，有主任对如何调动老经理做事的积极性存在困惑，董事长做如下指导：

不仅要与员工就目标达成共识，更要对实现目标的步骤达成共识。

当我们给经理布置任务时，我们行使的是组织的责任，是组织行为。让经理去跟进三个处长，是我们脑海中想让经理去做的事情。怎么才能让经理做到、和下属达成共识，是我们管理者要做的事情。

从职责来讲，我们不需要每个订单、每个步骤都跟员工一起去做，但一定要和员工就“如何实现目标”达成共识。比如：你希望他拿下某个单位，你希望他如何实现这个目标？在沟通的时候，不仅要目标形成共识，更重要的是对实现目标的步骤达成共识。

同时，在与员工交流时要注意要求员工给予反馈。有了反馈就有机会暴露新的问题，我们就可以对新问题进行交流，反复实践和思考，就可以一步一步地把实现目标的步骤理清楚。切忌认为自己讲清楚了，员工就懂了。若能站在员工的角度看问题，从思路，从开始到结果，逐步梳理，直到拿到订单，直到员工反馈不出问题。做到这些，员工的积极性自然就有了。

六、在2016年一季度销售系统的述职会议上，董事长和大家交流得最多的话题就是目标。董事长指出：正确理解以目标为中心开展工作。

作为主任，一切工作都必须从目标出发，因为中心要生存下来，没有业绩绝对不行。所以，主任最重要的工作就是对照目标找需求，要实现多少的目标，就必须把多少的需求找出来，而且这些需求还必须是真实的，是经过求证的。只有找到了需求，主任的工作才会有方向感，才可以确定（下接第2版）

(上接第1版)哪个市场派谁去做,派多少人去做,员工在工作中才会有放矢。在需求未明之前,去操心员工的能力不够,总想着多搞点培训,那是严重的丢失工作目标的行为。

找到需求之后,主任接下来就是要和经理、员工进行沟通交流。必须明确地告诉经理和员工,他们的每月的目标是多少,他们的市场在哪里,客户的需求在哪里,要让经理、员工知道,他们的工作就是必须拿下这些市场,没有任何其他退路。主任平时与经理、员工进行沟通时,也是以目标作为沟通的主要方向,了解目标进行到了哪一步,存在什么问题,需要哪些帮助,然后一一予以解决,以保证目标的实现不出差错。当客户的需求发生变化时,还要及时对市场做出调整,把新的需求挖掘出来,以弥补需求缺失的部分。

以目标为中心来开展工作,就是对工作进行聚焦,使工作不偏离方向,始终能走在正确的轨道上。以目标为中心来开展工作,其实也是紧紧围绕客户的需求来开展工作,以满足客户的需求为己任。在实现目标的过程中,我们也要明白,我们不是为了销售而销售,也不可能改变客户的需求,我们海洋王人,是要与客户做朋友,以朋友的心态,真正地帮助客户去解决一些照明、节能方面的问题,去满足他们生产、经营、发展的需要,我们的产品未必是最好的,但我们的态度一定是最好的,我们的服务水平一定是最好的,我们要让客户感受到,与我们合作是愉快的,我们是值得信赖的朋友!

七、2018年各事业部取得优异成绩,19年年初董事长在对各事业部的成绩给予肯定的同时,也对主任在新一年里如何更好围绕目标开展作如下指导:

我们要统一目标,并把目标传递下去,落到实处。目标的实现,需要依靠整体的力量、系统的力量。

目标要向员工有效地传递,求大同,存大异。整个服务中心是一个利益共同体,我们是为实现共同目标而存在。主任不可能以一己之力完成目标,员工是主任大脑的延伸、双手的延伸、双脚的延伸。但目标传递不是板着脸孔简单提要求,而是要与员工的需求、喜好和优势进行匹配。不要刻意要求形式、手段的统一,只要保持目标的一致即可。

主任应识别出可能影响目标实现的问题,预见性地予以解决。年初、季度初、月初梳理目标和工作思路时,有熟悉的工作、也有不熟悉的工作。熟悉的工作大家都会做,遇到不熟悉的工作就开始困惑。为什么困惑?因为想不明白,不知道从哪里开始。

以“如何解决客户不支持召开技术交流会”为例。我们要搞清楚为什么开这个会?这个会能解决客户遇到的什么问题?围绕这些问题我们要准备什么资料数据?谁去展示,如何展示?识别出各个环节可能遇到的问题,才能精准识

别出客户需求,工作的思路自然也就有了。

在梳理工作思路时,因为思维局限,难免有想不通、梳理不清楚的时候,这时我们就要借助其他同事、上级领导的力量。述职会就是一个非常好的时机,“三人行,必有我师焉”,每个人都有自己的长处,我们要学会借鉴别人的经验和教训,用他人所长补自己所短。借用外脑不是让别人告诉你怎么做,而是用“旁观者清”的眼光来诊断我们的问题,只要问题找准了,“做”完全不是问题,因为我们从不缺乏做的能力。

一旦发生超出预测的问题,主任要第一时间冲上去解决。“第一时间”把问题解决掉,是主任是否有目标感的重要标志。无论是订单实现过程中遇到的产品问题还是服务问题,都会让员工慌张,这个时候主任要第一时间冲上去,拿到问题的第一手资料,发现核心原因,为问题的解决提供依据。问题解决了,员工的困惑也就解除了,信心也就提升了,实现目标也就成为理所当然的事情。

目标的实现,最终需要借助系统的力量,这是追求高业绩的必备思维之一。只靠几个能干的人拼命增长,两年也许可以,但绝不是长久之计。持续的增长需要一个健康发展、持续改善的系统做支撑。实施TQM的目的就是把服务中心培养成这样的系统。把所有人、流程、工作都纳入这个系统并正常运转,让主任、经理、员工各司其职,让组织效能最大化,定能实现我们的目标。

八、2019年三季度主任述职会议上,董事长指出:要实现组织目标,就需要不断提升组织能力。

愿望加方法,以目标为导向,以客户为中心,提升组织能力,实现组织目标。

主任的价值在于提升组织能力,通过组织实现目标。服务中心就是一个组织,主任、经理、员工是构成组织的要素。要实现目标,组织能力就要与目标相匹配。我们要对照目标,找出组织能力上的差距,查漏补缺。

组织能力就是抓订单的能力,所有影响订单实现的因素都是组织所欠缺的能力。海洋王坚信能力就是愿望加方法,愿望是目标追求,方法是谋划、是解决问题。提升服务中心组织能力的的第一步是制定愿望。不仅要敢想,还要有脚踏实地的谋划。切忌出现讲愿望时很激动,遇到问题一直解决不了的情况。老做不成,能力的缺陷就会一直存在。主任要在关键时刻帮助员工谋划、解决问题。愿望是第一步,谋划是第二步,走好这两步才能成功。

主任给员工赋能,首先是补齐短板,然后再是提高能力。区分主次,才能抓取更大目标。如果主任认为员工制定的150万目标可提升至200万,主任就应该先抓好150万,通过解决经理拿订单过程遇到的困难,不断提升员工解决问

题的能力,保障150万目标的实现。然后,主任就可以将更多精力放在提升员工开发新订单的能力上。

主任是组织的一部分,主任的能力缺陷同样代表组织能力的不足。因此,主任也要自我赋能,要识别出自己的能力短板,反思不足的原因,不断学习,持续提升。我们要大胆直面问题,积极解决问题,活到老学到老,持续为组织的能力提升注入能量。

九、2021年二季度主任述职会议上,有新任主任请教工作如何聚焦、不知道该怎么取舍、怎么调整的问题,董事长做如下指导:

1、首先要明确目标,用目标去衡量做一件事的价值。做战略就是做取舍,不知道该怎么取舍的时候,就是目标不清晰。各级领导干部承接了行业公司、行业事业部的目标,承接了子事业部、服务中心的目标,工作要与目标对比,两利取其重,两弊取其轻,什么事情对目标达成有帮助,就做什么事。判断任何事,用目标判断,就不会患得患失。

2、利用DCBA做好过程管理。DCBA是一个管理工具,就是为了突出重点,提高效率。主任要思考怎么理解

它、利用它,提高它的效率。要学会通过DCBA看下属员工的问题,在DCBA上看哪个经理的工作计划做得不够细,做的不够好的就指出问题,帮助他解决问题,做的好的就给予鼓励。识别及解决下属员工问题就是领导的价值所在。

十、2021年三季度主任述职会议上,有主任说:经理与客户日常交流没问题,但是到订单签订,遭到客户婉拒时,就往后退,改变目标,不能紧盯目标,容易丢失目标。董事长做如下指导:

1、首先,为什么下属会改变目标,丢失目标,是下属遇到了困难,还是什么情况?如果是下属的能力不够,那就提高下属能力。管理就是帮助下属提高能力,让他具有解决问题的能力。下属解决不了的问题,领导要帮他解决,下属遇到困难,要鼓励。当下属能力提升起来了,能准确了解客户需求,那么他从哪个角度都能满足客户需求;

2、其次,客户拒绝的原因是什么,要找到每一次拒绝背后的原因,把该做而未做的事情补上再往前推进,解决一个问题,就离目标更近一步。客户一次不接受是很正常的,两次、三次去说服客户,这就是做销售。

快速反应

董事长对目标原则的更多阐述

一、2004年6月16日、21日,公司连续召开两次会议讨论如何推行“以目标为导向的持续改进系统”。会上,董事长对推行“以目标为导向的持续改进系统”,调整制度的重要意义进行了深入阐述,同时也指明了调整制度的原则。

公司的发展和员工的进步跟开车的道理是一样的,要掌握好方向和油门才能顺利到达目的地,如果只是踩着刹车我们将永远无法到达目的地。持续改进就是在确立了目标的前提下,积极探索如何掌握方向和加油门的行;绩效考核却不考虑车子要朝什么方向走,也不考虑要不要加油门,只考虑如何刹车,如何把汽车控制住,控制只会原地踏步,个人得不到提高,公司更得不到发展。

一个优秀团队的显著特点,就是大家都乐于围绕一个共同的目标去努力追求,让每一位员工都拥有成功和荣耀。实行以目标为导向的持续改进系统,就是要让每一个员工都懂得如何正确地做事,在追求目标,实现自我的过程中,按什么标准、程序与方法做事才能提高工作效率。目标是不断变化的,只要你是一个有抱负的人,在实现了一个目标之后,自然会向另一个目标前进。人只有不断追求才会快乐,一个团队也只有不断追求才会

焕发勃勃生机。去年,南京服务中心最初的年度目标是1200万元,但是在当年7月份他们就完成了。于是确立了一个1500万元的目标,同时把所有的工作都围绕这个目标去作调整,在实现了1500万元的目标后,又把目标定到了1800万元。这样不断地突破原有目标,确立新目标,结果全年完成了2400万元的销售额,雄居各服务中心之首。

调整制度的重点是要把无法使员工看到自己进步的条款删除,充分肯定员工的努力和进步,让每一位员工因看到自己在工作中的进步而快乐,体验“以工作为荣”的自豪感。同时,这次制度调整都要以9亿这个大目标为全体员工共同的目标,按照增加市场机会、减少时间浪费、提高资金利用率、减少成本等几大关键成功因素去找出可量化的关键指标。每一个指标都应该成为员工可以去学习、可以去学、可以提高效率的参照物。

过去,由于我们在很长一段时间去定性建立制度,这在企业发展的初期起到了应有的作用,因为那时候只要大家有激情和良好的生产设备就可以实现预定的目标。但是,在市场竞争日趋激烈的今天,一个企业的管理和产品暂时处于领先地位是完全可能的,但如果企业不重视持续改进工(下接第3版)

“携手·共赢” 京东工业领导一行莅临海洋王参观交流

2月10日上午9:30, 北京京东数智工业科技有限公司大湾区负责人李渊哲、专业采销二部负责人安元晶等一行7人莅临深圳海洋王公司总部, 公司总裁特别助理林红宇、总裁特别助理李文兵、石化照明副总裁李明、电网照明副总裁李志鹏、绿色照明副总裁翁亭亭、石油照明副总裁李昌洛等代表公司对京东交流团的远道而来表示热烈欢迎, 并安排了细致的接待工作。

在总裁特别助理林总的陪同下, 京东交流团参观公司展厅, 接待人员介绍了公司的发展历程、企业文化和主要产品等, 通过展厅丰富的图文及视频展示, 让客户了解了海洋王深厚的文化底蕴和集团28年的发展历程, 并对公司的企业文化及产品有了更深刻的认识。

随后, 双方开展战略交流合作会议。我司介绍了近年来公司的经营战略、产品研发和所取得的各项成绩, 以及未来在电商平台发展的基本方向等。

京东交流团对我司的整体发展情况表示了充分肯定, 并就目前专业照明行业在平台上所遇到的各类问题进行了深刻地剖析, 共同探讨双方未来战略合作的方向和重点。京东工业是京东集团旗下专注以供应链+技术+服务助力工业产业发展的业务单元, 致力于成为以技术为核心、以供应链为抓手、以服务为支撑, 数字驱动的工业企业全链路数智化综合解决方案提供商。目前京东通过工业互联网平台有效实现了各种资源的优化配置, 希望与海洋王能够继续优势互补、集智集力, 转变双方原有的对话方式, 建立全链条端到端深入的伙伴合作机制, 培养更紧密的合作伙伴关系, 双方投入联合作战, 解决当前甚至今后所面临的各种问题, 进一步加深与拓展业务往来, 共同做大做强。

下午, 京东交流团一行到访海洋王东莞松山湖工业园, 参观了公司实验室、生产车间等处, 了解海洋王开展全

面质量管理的经验和实践。经过实地考察, 京东交流团对我公司的生产经营管理、工艺装备水平、质量保证措施等给予了高度评价。

京东工业大湾区负责人李渊哲表示, 海洋王与京东集团的合作意义是十

分重大且深远的, 经过本次的交流互访, 今后合作定能上一个新的台阶, 希望双方能结合当下实际情况, 进一步地夯实合作基础, 贯彻落实各项战略规划, 全力推进海洋王与京东的友好互利合作, 携手并肩实现发展共赢!



(上接第2版) 作, 其管理和产品就会停留在原有的水平上, 企业领先的步伐与其竞争对手可能会缩小, 甚至被对手超越, 企业原有的优势很快就会失去。因此, 我们要建立健全完善的制度体系, 用一个个量化的指标来实现持续改进, 使员工在追求目标的过程中享受成功的喜悦, 激发他们在各自的岗位上施展才干、展现价值, 只有这样才能给企业带来无穷的活力和竞争力。建立量化指标来实现持续改进的效果是显而易见的, 比如: 把出一次差的费用从100元控制在90元之内, 有了量化指标作参照, 也许会发现自己因为乘坐豪华大巴多花了10元钱, 如果乘坐豪华大巴没有提高工作效率, 那下次改坐普通大巴就实现了控制成本的目标。再比如: 假设目前每辆汽车的油费是100元/天, 只要驾驶员能够认真用减少成本的量化指标去琢磨降低油耗, 每天至少可以节省1元钱。1元钱的数目虽小, 但如果每人每天节省1元钱, 1年每人就节省了365元钱, 100辆车全年可节省36500元, 如果持续改进, 节省数目将成倍增大。实际上, 我们每一个人在日常工作中都可以用量化指标来持续改进, 其效果同样会立竿见影。

各部门、各服务中心必须高度重视本次制度调整工作, 这是海洋王成立以来一次重大的经营模式调整。我们要以人生观和价值观为导向, 从员工的情感、需要、发展角度出发, 本着增值降耗的原则, 提倡快乐地工作, 快乐地生活, 真正创造“以工作为荣”, 人人有追求的工作环境。希望大家加深对经营模式调整的理解, 争取在年中会议时正式启动“以目标为导向的持续改进系统”。

二、2004年6月29日至7月2日年中销售会议期间, 董事长围绕建立

以目标为导向的持续改进系统, 做了重要讲话。

建立以目标为导向的持续改进系统, 营造以工作为荣的环境和氛围, 是公司经营模式的重大调整。过去, 我们采用的是绩效考核制度, 本来是要激励大家不断向上追求。但是, 由于绩效考核的关注点只在于过去任务额的完成情况, 反而给员工、各级管理干部造成了非常大的压力。在这样巨大的压力下, 只能是主任追经理出单, 经理追业务员出单。一旦没有单, 就会一味地指责、批评员工, 造成干群关系紧张。在绩效考核制度的错误导向下, 领导不是把全部精力放在对事的控制上, 而是只注意加强对人的控制, 从而使生产关系复杂化。

由于绩效考核制度的局限性, 公司每年只对处于塔尖的少数几个服务中心、服务部、员工进行表彰和奖励, 忽略了中间的大多数服务中心、服务部和员工的进步。一个人取得进步本来是一件很有成就感的事情, 但是由于旧的考核制度、激励体制的不健全, 虽然大家都在不断进步, 但却没有成就感。工作中只有压力没有快乐, “以奉献为乐、以工作为荣”没有得到实际的体现。

“以目标为导向的持续改进系统”是对实现目标过程的管理, 肯定全体员工的进步, 使不确定的因素在持续改进过程中得到控制, 使困难和问题在事发初期得到解决。建立以目标为导向的持续改进系统, 意味着每位员工的点滴成果将造就海洋王的事业; 意味着目标永远是前移的。每个人的进步和提高才是衡量的依据和参照; 意味着对旧的“绩效考核”观念的破除, 真正体现了“以奉献为乐、以工作为荣”的人生观和“团结协作、集体

奋斗”的价值观。反对一切对人的控制的不文明行为, 通过对事的过程控制达到持续改进之目的。

工作是人生的终极追求, 也是快乐的源泉, 在工作中不断进步和提高才能体现一个人的价值。一个只知道工作的人, 必定是个甘愿付出的人, 这种人永远都是快乐的。而职务、物资等“名”和“利”的东西只是人生的初级追求, 并且在追求这些东西的时候, 都会给自己带来烦恼。

国内外大多数著名企业都是以目标为导向, 营造快乐工作环境的榜样。飞利浦提出要营造最适合人类工作的环境, 他们对工作的理解非常深, 也做得很到位。我们要赶超飞利浦, 实现持续快速的发展, 就要像飞利浦一样去理解工作, 营造以工作为荣的环境和氛围, 使员工开开心心地学习, 快快乐乐地生活, 让海洋王成为最适合工作的地方。

我们要努力营造“以工作为荣”的制度环境和文化氛围, 消除制约, 释放生产力, 解除控制, 激发创造性, 保证员工开心生活、快乐工作, 促进员工持续进步、健康发展, 是各级组织和领导干部的首要任务; 我们要始终坚持围绕“增加市场机会、减少时间浪费、提高资金利用率、降低成本费用”这四个实现目标的关键成功因素开展工作, 把持续改进的思想和行动贯彻落实到日常工作的每一个流程和细节中去, 不断追求新的目标。

三、在2008年1月30日的《海洋王人》报头版上, 刊发了董事长亲自撰写的文章:《走出战略缺失的沼泽地, 开始二次创业新征程》。

在制定《2008—2012年海洋王战略规划》这段时间里, 我的思绪经常飞越时空, 古罗马凯撒大帝征服强大古埃及帝国、秦始皇统一六

国、成吉思汗横扫亚欧大陆、拿破仑称雄欧洲的画面常常映入我的脑海, 伟人们的成败得失常常引起我的深思, 战略仅仅理解为使命、目的、性质确定方向是远远不够的, 还要落实到具体要干的工作和解决的问题。

海洋王战略规划的使命就是要明确如何提升做好哪些工作的实力, 海洋王战略规划的目的就是要让我们明确在竞争中获胜, 需要我们提升解决哪些问题的能力, 海洋王需具有哪些持续的动力能缩小对完整产品的理解和现状之间的差距, 这些问题在战略中已经有了良好的解答, 那就是要做好的8项重要工作, 要解决7大“瓶颈”问题, 为竞争在产品方面提供的7大竞争动力。此刻, 我对孙子兵法中提到的“昔之善战者, 先为不可胜”也有了更进一步的理解和认识, 具有战略思维和眼光的人(企业), 更重要的是把阻碍战争胜利的因素找出来, 做好这些工作, 解决这些问题。否则的话, 就一定会出现“无所不备, 无所不患”的被动局面, 带来的后果就是资源无法集中使用, 那步履如何又能不沉重呢? 胜利又如何能到达呢? 把自己该做的事情做好了, 该解决的问题解决了, 我们才有机会追求发展, 赢得竞争, 才能成为善战者, 才有机会迎接未来跨国企业与我们的短兵相接。

历史和先哲给我们很多的启示, 遗憾的是, 过去我们的认识还不能去掌握和理解已经客观存在的众多教训和经验, 我们在没有战略的沼泽地里挣扎了很久, 只有在我们引入卓越绩效模式, 只有在我们向学习型组织转型时, 智慧之神才开始从高高的云端向我们徐徐走下, 苦苦探索的海洋王人才恍然大悟, 才启动了今天的战略制定工作, 才有了对战略更进一步的认识。

海洋王参加马来TEEAM70周年活动 马来国际与贸易工业部副秘书长出席

海洋王照明和其客户于2023年2月18日受邀参加马来西亚电气行业协会TEEAM 70周年活动。在本次会上，我们增进了彼此的了解，也为我们今后的合作打下了良好的基础。感谢本次活动的组织者TEEAM。马来西亚电气和电子协会（TEEAM）是马来西亚电气和电子行业的代表机构。TEEAM是电气和电子产品/服务的指定标准编写组织（SWO）。此外，TEEAM也是东盟标准与质量咨询委员会（ACCSQ）电气和电子设备联合部门委员会（JSC EEE）的代表。

海洋王照明在马来西亚市场已经有超过10年的耕耘，包括当地新建和改造的照明项目。目前我们在马来市场的成功项目已涵盖石油石化、电力、冶金、港口、铁路、污水处理和纸厂等行业。



海洋王照明与客户合影



马来西亚国际贸易与工业部副秘书长（左二）
（国际部 程冬金）

郑州电网事业部新聘经理培训会

为了帮助新聘服务部经理快速完成角色转换，更好地提升履职能力，从而快速有效地提升事业部经理团队的市场管理能力，郑州电网事业部在2月11-12日利用周末时间对2023年新聘服务部经理进行系统培训。

郑州电网事业部对培训课程精心安排，包含《经理的岗位职责解析》、《如何进行市场的整体规划和年度目标梳理》、《如何利用新老六大工作手段做好一二级目标点的关系建立和升级》、《结合DCBA管理如何培养员工》、《服务部经理如何做好高目标牵引不断提升》等学习交流内容。由事业部陈总、四位主任及邱莉经理为新聘经理讲解，并结合事业部现状进行形象生动的分享、交流，同时表达对新聘经理的殷切期盼。

各位新聘经理认真学习并积极参与、互动，把走上经理岗位遇到的各类问题，包括担心和困惑等等进行了请教和交流。通过学习，大家对如何进行市

场规划，如何以解决客户真实需求为导向快速高效开展市场工作，有了更清晰地认识和深入理解，纷纷表示要以标杆为榜样不断超越自己，紧跟市场和职责变化，不断提升和丰富自身业务能力，尽快成为一名合格的经理，做一个有责任心有质量的海洋王人。

带着公司的期盼和学习的收获，希望新经理快速完成角色转换，在实践落地中不断提升管理和业务能力、开拓思维，更好地履行岗位职责，不负公司和客户所托。



（西安电网服务中心 李哲）

2022年下半年总部职能部门QCC&管理者改进发表会圆满举行

2022年下半年总部职能部门QCC&管理者改进发表会，于2023年2月23日下午在海洋王科技楼4F多功能厅举行，来自于各职能部门的6个优秀QC小组和2个管理者改进小组参与了此次发表。

各小组成员通过情景还原、小

品、相声、唱歌等形式将工作中存在的问题、原因分析、对策实施及取得的成果生动活泼地展示出来，并分享了他们的改善心得。

每个小组展示结束后，都由公司专业评委进行点评，赞扬优秀做法的同时，提出更高的要求。并根据各个

小组的表现，公司9位评委评选出了管理者改进优秀奖及一、二、三等奖。

获奖名单如下：

QCC活动——

一等奖：品质保证部——西行打怪圈；
二等奖：市场部——dream圈、质量运营部——熊熊乐园圈；三等

奖：技术与设计部——尔雅出奇号、财务部——方圆圈、人力资源部&管理学院——极地阳光。

管理者改进活动——

管理者改进优秀奖：供应链管理——工厂、发展研究院——智能照明研发部。



QCC一等奖：品质保证部——西行打怪圈



QCC二等奖：市场部——dream圈、质量运营部——熊熊乐园圈



QCC三等奖：
技术与设计部——尔雅出奇号、财务部——方圆圈、人力资源部&管理学院——极地阳光



管理者改进优秀奖：供应链管理——工厂、发展研究院——智能照明研发部