

董事长对市场工作规律的阐述

——篇二：深挖客户需求

编者按：销售的本质是发现并满足客户的需求，为客户创造价值。产品和服务，实际上只是我们满足客户需求的一个媒介和手段。对于如何深挖并满足客户需求，董事长有许多深入的阐述，本报刊登。头版头条：如何深挖客户需求；快速反应：如何满足客户需求。

一、2003年8月，董事长到东北各办事处调研，针对各办事处当前市场工作中所存在的问题，董事长指出要想有持续不断的市场业绩，做市场就必须有长远的目光。

董事长说，海洋王的目标是建立长盛不衰、永续发展的中国企业，要想实现这个目标，就必须有长盛不衰、永续发展的市场。做到这一点，关键就是要遵循市场学的科学原理，而遵循这一原理也要求我们必须具有长远的市场目光，为客户找到持续不断的有价值的需求事实。客户的需求有时很明显，即使我们不去了解，客户在看到我们的产品后，也能直观地同自身工作环境的一些基本需求事实相结合，但这种情况只是在一个市场的早期出现得较多。而今，随着市场的进一步发育成熟，如果我们不能主动为客户找到有价值的需求事实，市场肯定做不长久。

董事长指出，优秀的市场营销人员决不是鼠目寸光之辈，只知道盯着客户眼皮底下的一点需求，而是要站得高，看得远，了解掌握客户未知的需求在哪里，还懂得从已知的事实出发寻找和发现未知的需求。例如通过了解事实发现，某客户单位在某工作现场安装了一批固定照明灯具，该固定照明灯具的使用寿命为三年，据此我们可以判断，由于固定照明必然有的局限性，该工作现场有移动照明灯具需求的可能性，而且几年后，肯定会有更新换新的固定照明灯具的需求。从已知的事实中，我们不仅可以发现客户目前需求的不足，而且能够推断客户几年后的潜在需求，这就是用长远的眼光做市场的具体表现。

董事长告诫大家，做市场有时就像是在下棋。懂得棋理的人都知道，棋坛高手就在于他能比别人看得更远，每走一步他都能想到后面的三、五步，甚至是八步、十步。市场营销与下棋有着同样的道理，如果你只盯着眼前的一点点，你可能会签一两单，这就好像不会下棋的人一样得意于吃掉眼前的一两个小卒，最终却丢了老将，失去更大的市场。所以优秀的营销人员就要善于将客户当前隐性存在的甚至是未来的有价值的需求事实找出来，让客户明白。

董事长还说，做市场工作有时还要引导客户改变传统观念，从过去落后的

需求事实转向现在进步的需求事实，并让客户实实在在地感受到这种进步需求的历史必然性。为了阐明这个道理，董事长专门讲了一个笑话。从前，有个人每顿早餐都吃大饼，他觉得很满足，后来，一个厨师劝他早餐吃点其它东西比如包子什么的，但这个人说他已经习惯了吃大饼，不想也不喜欢吃别的东西，厨师说你先尝一尝包子吧，经劝说后他尝了一口，这时他才发现包子的味道竟然那么鲜美，于是以后他不仅喜欢吃大饼，而且也喜欢上了吃包子。因此，做市场就得向这位厨师学习，不能因为客户说怎样就是怎样，而要善于引导客户，为客户找到真正有价值的需求事实，这样，我们才能够创造出“可持续发展”的市场。

董事长最后说，若能以长远的目光去认识市场，去开拓市场，在科学原理的指导下，狠抓事实，打牢基础，以积而固，以渐而成，那么，客户也会逐渐主动打电话向我们要产品，市场做到这种境界，才真的算是越做越甜。

二、2009年6月，在年中销售会议前夕，针对“有的企业采取低层次的不正当销售手段，我们应该如何发挥自身的优势，更好地满足客户的需求，为客户创造价值？”等问题，董事长专门深入到有关的服务中心进行调研，并强调要通过提升客户需求，升级客户关系，参与高层次的市场竞争。

董事长说，去年下半年以来，中国经济由于受到外围经济的影响，发生了一些变化和调整，于是市场上出现了一些非理性的悲观论调。什么经济危机来了，企业没有需求不采购了等。今年上半年，公司也就经济的和市场的这些变化进行过讨论分析，但是结论是乐观的。那就是有“三个没有改变”。一是专业照明行业作为“朝阳产业”的本质和趋势没有改变；二是专业照明行业总的市场需求没有改变，而且在国家大力刺激内需的政策下，专业照明行业的“刚性需求”还将会得到进一步释放；三是专业照明市场的购买能力没有改变。

董事长指出，面对今年的市场变化，我们要做的就是不断挖掘客户的需求，提升客户的需求，让需求成为拉动市场不竭的动力。企业的竞争并不只是简单的产品竞争、服务的竞争，说到底还是满足客户需求能力的竞争。所以，我们不要满足于去年我们做了多少万。多少万，只代表我们卖了多少灯具，并不代表市场的需求。我们现在应该做的，就是要理性地思考和分析客户的需求还有哪些没有满足，还有哪些问题需要我们解决？这才是我们营销人员存在的价值和理由，也是我们工作的意义之所在。

有的员工说，我的这块市场去年卖了多少万灯了，已经“饱和”了。但是，这不是意味着客户的需求已经满足了呢？显然不是。这只说明一英寸宽的地方需求满足了，而一英里深的地方需求还远远没有满足。因为市场的需求和人的需求一样是变化的，可以提升的。

三、2014年一季度述职期间，有服务中心主任提问：基层出单的5万元的标准是怎么来的，对基层出单的本质不理解？对此，董事长进行指导：

各行业自己去分析判断基层出单的标准，然后报给公司审批，公司鼓励各事业部根据实际情况去定基层出单的标准。基层出单不是概念，最本质的理解就是在最困难的时候，别人都活不下去的时候，我们每个服务部，哪里有单就往哪里去，能用的手段全用，通过这种化整为零去养活自己，去求生存。

需求是找出来的，是没有为什么的，大的做不了，做小的，小的做不了，可以零散的卖，哪怕每天卖一个500元的灯，每年也有近二十万一个人，这也可以活下去了，这是最低目标，有了这一个灯、两个灯，他当然就能卖更多的灯。

通过一盏灯、两盏灯来卖，困难的时候，关键看谁能活下来，用一种刚开始做销售的心态来做，这就是基层出单的本来含义。

四、2016年一季度述职期间，有服务中心主任认为：目前市场比较大，我理解是不是应该有取舍，我目前是主要精力放在某个客户单位，比较有钱，觉得应该花更多的时间去运作。对此，董事长进行指导：

市场唯一的标准是客户的需求，如果做取舍，应该从需求来判断，不能依据谁钱多就取谁，这是投机。做市场，不能依据谁钱多就盯着谁，而是依据需求来。

取舍不是一件难事，而是你们对需求的认识有误，一会这边钱多，一会那边要高杆灯，做销售只盯着别人钱包，看似聪明，实则愚蠢。再有钱，没需求为什么给你钱，只要有需求，就可以去找钱。

所有的工作都依据需求进行判断，后面有持续需求，就要持续思考。而且需求不是看眼前，是看持续需求，这就是市场。换句话说：不能只看着眼前下锅的米，要着眼将来能不能丰收。

五、2016年三季度述职期间，有服务中心主任提问：受经济形势影响，客户单位业务量缩减，日常工作量很少，晚上很多都不工作了，今年服务中心业绩有增长，但明年的增长点不知道怎么去找？对此，董事长进行指导：

不断思考明年、后年市场的增长方向是非常有必要的，这就是管理人员应做的事。所有市场都存在规律和阶段。管理者应该是去看还能做什么，而不是只关注过去能做而现在不能做什么。此一时彼一时，关键你看哪一时，积极的人总是去找有利的；不去找，看到的就都是消极、被动的。无论行业如何变化，养活我们一个事业部还是绰绰有余。

领导者和员工的区别，就是领导要做一盏灯，在黑暗中给员工指引方向。把思路扩大，如：科考、医疗、渔业等这些需求都是客观存在的，以前也做过特种船，好好整理需求的来源思路和经验。想要生存、活下去，就要做这些事。为了发展，更要做这些事。

销量不完全由市场决定，主要在于主任。同时也要时刻关注、预测客户单位情况什么时候会转好，我们提前做什么。所谓人生赢家，就是总做的比别人早一点。

六、2018年二季度述职期间，有服务中心主任反应：需求看的到，但很难将需求转化为计划，1-2个月才将需求确定下来，又需要1-2个月才能将需求变成计划，整个过程很长。对此，董事长进行指导：

要明确“需求的标准”，客户随意答应下来不算需求，真正的需求是客户真用的上的，对他有帮助的。如果是他真要买的，客户会主动来报计划，而不是随口叫我们做方案。

解决方案一定是我们可以给客户带来什么价值，不能把客户的态度变成需求，要就着态度更细心的交流，灯怎么配，配了之后怎么用，与客户商量着来确定方案，在没有达成共识之前，做出来的方案只是你自己的需求，不算是客户的需求。

七、2022年4月的公司经营交流会议上，董事长在交流中指出：让客户购买的是找对了需求而不是关系。

基层出单一直是我们的坚持的。但我们现在在很多行业客户高层客情关系好，基层的客情关系慢慢的变得薄弱了；服务中心跑物资部门多了，跑使用灯具的单位少了。我们应该多跑基层使用客户。订单的推动更多还是来自客户基层使用者。

我们的目标实现率可控性下降，很大的问题就是有些员工不再把时间花去找需求，而是花去找关系。让客户帮忙只能是一次两次。最重要的还是让员工动起来，要发挥一线的主观能动性找到客户的真正需求所在并让客户看到我们所能给予的价值。给客户一个合适的购买理由而不是卖人情。关系是一时的，需求才是长久的。

财经“深阅读”，读书有价值

信息碎片化时代，浅阅读成为一种主流的阅读习惯，很多人已经很久没有认真读完一本书了。为此，财经部开展了《王希季院士传记》“深阅读”活动，让大家重回书的海洋，来一场与王希季跨越时空的深度对话，把王希季的精神品质学深悟透，指导实践、推动工作。

财经部将全员划分为8个学习小组，拨付必要活动经费，鼓励小组开展形式多样的读书活动。组长起组织策划作用，选择合适的时间、合适的地点，开展大家喜欢的活动，营造轻松愉悦的学习氛围。组员间互帮互助，畅所欲言交流碰撞读书心得，在阅读中互相促进。

活动自3月份开启，分为通读、精读、组内交流、撰写心得、创作书法以

及收官展示活动等多个阶段，一直延续到6月底。其中，通读做到不跳读，不错漏任何章节。精读逐字逐句地深入钻研，对重要的语句和章节所表达的思想内容要做到透彻理解。

组内交流不少于4次，每次交流围绕书中具体章节，言之有物开展交流——读了此章节，最大的心得体会是什么？结合工作有什么启发，下一步如何做？

撰写心得阶段，在前期的深阅读和交流基础上，每个人撰写的心得都很用心，对王希季的事迹和精神品质有比较深的感悟，并且结合工作进行转化。同时，当值轮值总裁陈艳总，以身作则认真批阅每一份读书心得，通过暖心的鼓励和细致的指导来关心员工的学习和成长。

在创作书法阶段，各个小组围绕王希季的精神品质，充分发挥创意，不仅仅在纸上写书法，而是将手工作品和书法结合起来，充分表达对书籍的理解。

活动到最后也是最精彩部分，就是收官活动了。6月20日下午，在精心的策划下，财经部全员进行心得发表及PK切磋。

每组选拔2名代表分享心得，同时抽签选择交流切磋的小组。当一组的一位成员分享完毕后，抽签选出的另一组要派出一名成员进行提问、探讨，相互切磋，结合工作实际相互启发。发表组信心满怀地手捧自己的读书笔记，整齐地坐在位置上，紧紧围绕各自主题，胸有成竹、掷地有声分享读书心得，分享各组的独特见解。PK组有时善意补充，指出需要加深理解的地方，有时则针锋

相对进行辩论，强化自身主题和观点。大家妙语连珠、机智的交流赢得了阵阵掌声。

在知识问答环节，必答题、抢答题的应答时间很快、正确率极高，看出大家平时真正读了书，有丰富的知识储备。整场活动下来，大家在享受阅读，充分展现了财经部奋勇争先的态度和团结拼搏的精神。

最后，应邀观摩的李彩芬董事长说，各组发表的内容体现了王希季的精神，也在工作结合转化，这种阅读很有益。希望财经部这个朝气蓬勃的团队，每个人发挥青春的活力、聪明的才智、不服输的精神、自觉自律地追求，把工作做到最好。在读书上做表率，经营结果上做表率，做任何事情往前做、向前看，在各自岗位上创造更大的价值。



小组共同创作书法作品



每组都有自己的风采



综合评选出最佳小组



活力无限的团队

快速反应

董事长对市场工作规律的更多阐述

一、2014年二季度述职期间，有服务中心主任提问：客户现在需要100W的LED灯，可是我们公司暂时没有这个产品，客户催了很多次，公司能不能加快这款产品研发的进程？对此，董事长进行指导：

在新产品出来前，要就现有的产品型号来卖，不一定要按照客户要求的型号，但可以通过组合等方式来满足他的真实需求，可以用2个50W的。也可以是3个30W的，并且还能从光源分布性等维度来说服客户。

客户要求100W，是因为他只知道这个产品；而我们要看到，客户要的不是这个产品，而是想要这个照明需求，那我们可以通过其他产品组合出来，同样可以达到这个效果，同样可以满足客户需求。

同时，既然市场提出了这个需求，职能部门就要快速正面迎上，围绕着市场需求提供支持。

二、2014年四季度述职期间，有服务中心主任提问：事业部推出的新产品，客户反应产品太大了，用起来不方便，能不能出一款小一点的？对此，董事长进行指导：

一款产品的市场反应是用统计数量来衡量的，这款产品半年卖了一千多万，作为新产品的销售额已相当不错；每个客户对产品都有个人喜好，

产品外观没有绝对的好坏，作为销售要懂得把产品好的东西呈现给客户。

大小和功能放在一起时，又要功能多、又要小，本身就矛盾了；这是客户的取舍问题，如果小的是绝对要求，没有挑选余地，那就放弃功能设计小的；但如果大小只是喜好，且大的还有好处的话，如功能多给客户带来的价值，找到产品定位的需求在哪里是关键，这个讲完了才是客户判断的时候。服务中心主任在这点上千万不能犯糊涂，产品好坏全取决于我们自己的认识，如果自己主观意识认为太大，就会觉得产品有问题，销售的时候就底气不足，别人指出问题，根本无法跟客户交流、说服客户。

销售要做的就是说服工作，不能被说服，对于产品要有正确认识，千万不能出现误区，一款产品卖得再好，也有人不接受，这就是产品分布。有人宁愿不要功能喜欢小。但我们不可能两头都占，就像公司做专业照明市场，选煤炭、铁路、冶金等专业市场，就不去做宾馆酒店，做产品不能做全占的事。我们要坚定不移做的是，要把产品介绍给客户、要去了解清楚客户对大的担心到底是什么，是安全问题还是什么问题？针对问题再来制定解决措施，不是说希望所有人都万众响应海洋王好，如果这样想

就会做不好，会埋怨会波动会不坚定，市场的经理员工最怕这种不坚定。

公司开发产品也是一边做一边理解，整体的产品开发和前一次也是有进步的，事情是有成长过程的。现在产品已经出来了，那就不纠结于产品，只讲销售，比谁销售能力强，我们坚定，跟经理跟员工坚定地推。

三、2016年三季度述职期间，有服务中心主任反应：目前新产品的销售额占比达到30%以上，这个数据太高了也会对业绩的长远持续增长带来影响。对此，董事长进行指导：

不要有误区，老产品卖得好才是我们业绩的主要支撑。要学会通过老产品不断解决新问题，变成订单。要更多琢磨怎么解决现有产品销售过程中经理、员工、客户的问题。许多问题都能找到解决的替代办法，甚至替代产品，不能把希望都寄托在新产品上面。先做我们能做的事，和员工一起解决问题，把主任的力量、作用、价值，发挥到最大。

新产品销售额10%是比较健康的，最高也不超过15%。新产品比例过高，意味着员工要学很多产品知识；公司的生产也要重新培训员工、选择供应商等等；若产品开发不讲究节奏，容易出现急、乱、资源跟不

上，就会用质量、交期做代价，那就得不偿失。

四、2020年二季度述职期间，有服务中心主任反应：在推广应急救援服务产品的过程中遇到困难。对此，董事长进行指导：

推广应急救援服务产品，最首要的是了解目标客户不同部门的需求。不同部门的需求不一样，要去了解、拓宽对接部门，除了应急部门，我们也要了解采购、财务、决策等其他部门的具体需求和顾虑是什么，有针对性地进行解答，消除他们的顾虑。

推广应急救援服务产品，不同于其他产品，不能用传统的惯性来做市场，要充分识别产品的特点和优势，让客户清楚我们服务产品带来的价值。服务产品体现的是我们在灯具配备和人员上的专业性，从预案到响应到现场运作，大到施工机械、小到精细作业，都能360度无死角完成。

以前我们只是参与救援服务，不对救援结果负责，而现在现场所有关于照明的问题都由我们拿主意、包解决，我们对结果负责，保证不会因照明问题影响到应急救援的效果，这是两者最大的区别。为客户提供专业的应急救援保障，这是我们服务产品的价值，体现的是我们的责任。

天津居民楼爆炸现场救援纪实 安全生产，海洋王与您同行

6月13日晚八点多，天津市某居民楼发生爆炸并起火。北京公消服务中心天津一服务部从网上得知消息后，第一时间联系客户核实情况并主动提出前往支援。得到客户的肯定答复后，服务部快速反应，三人分别携带各类应急灯具驱车前往现场支援，同时向服务中心主任汇报情况并请求公司其他行业的服务中心协助。

九点多到达现场时明火已被扑灭，爆炸点初步判断为三楼某户，但波及到全楼和周边楼栋，现场满地都是爆炸导致的断壁残垣和碎玻璃，楼内仍有被困人员。在与客户对接后，了解到由于小区内道路狭窄，照明车无法进入，且还有燃气泄漏的情况，正需要防爆轻便且大范围的照明设备。于是我们将携带的灯具进行合理分配，物尽其用：一套防爆全景移动照明系统照亮搜救现场，一套LED轻便移动灯架设在外场区域；2套LED防爆轻便移动灯由消防员带入楼内搜救被困人员；便携式灯具多功能防爆手提灯、强光防爆电筒、手提式防爆探照灯和便携式LED匀光勘查光源等也分别交给各级指挥员使用。

此时，石家庄电网服务中心天津电网一服务部陈达经理也到达现场协助，又带来一套防爆全景移动照明系统和一套多功能移动照明系统，加强了现场照明效果。期间，我们按要求将防爆全景移动照明系统进行3次位置变动，第一次是排查危险物品，提供大范围照明；

第二次是进楼搜救，提供楼梯口范围照明；第三次是楼内抬楼板救援，升高照射。LED轻便移动灯应用三种情况：1、协助整备救援器材；2、协助现场燃气抢修人员关闭燃气管线；3、消防火场调研、建筑物评估和公安刑侦人员现场取证。其中，在排查可疑危险源的时候，现场气氛一度非常紧张，指挥员要求所有人员后撤，我们心里也在想，万一再有爆炸危险怎么办？幸好后来情形逐渐稳定下来，现场指挥救援有条不紊地进行，也正是这些一线指战员冷静果断地快速处置，给大家莫大的安全感。于是我们继续回到各自的岗位上，调整灯具，为现场搜救提供更好的照明环境。

此次救援行动从晚上21点至凌晨5点，历时8个小时，海洋王全程提供照明支援。现场最紧张的头三个小时，爆炸物残留、燃气管道外露，人员是否全部撤离无法确认，消防、公安、应急、居委会、燃气、电力等多个部门合作，我们不分部门，只要有需要，我们都全力配合。最终在凌晨4时左右，救援任务结束，我们继续为救援战评、装备整理等提供照明，待救援人员全部撤离现场，我们才收队撤离。

经历过多次照明支援，每次能为救援工作提供助力，看到我们的各类灯具在复杂的救援现场发挥作用，我们都深感光荣，这也充分体现了我们工作的意义。

(北京公消服务中心 徐军)

2023年6月是第22个全国安全生产月，旨在提高全社会对安全生产的重视，推动安全生产工作的开展。在安全生产月期间，各级政府、企事业单位和社会组织都会开展一系列安全生产宣传教育活动，以引导广大群众增强安全意识，提高安全素质，营造安全文化。海洋王公司作为行业内龙头企业，将全员参与到活动中去。6月伊始，石化照明行业公司要求各服务中心、各服务部，根据客户单位的生产特点和需求，为客户单位提供各类应急灯具配备方案，并跟踪客户工作重点，参与到客户单位现场应急演练中去。

湛江经开区危险化学品液态烃储罐泄漏火灾事故应急演练

6月9号，湛江市经开区安全生产委员会联合湛江市市场监督管理局、湛江市应急管理局、中科(广东)炼化有限公司和东海岛化工企业，在中科(广东)炼化有限公司举行危险化学品储罐泄露火灾事故应急演练。演练开始之前，湛江石化服务中心湛江部应客户邀请，服务部经理和两位员工携带防爆智能照明装置、防爆照明智能终端等照明设备，接入中石化监控系统，并前往现场为客户提供保障，协助本次应急演练。

茂名石化公司危化品泄漏着火应急救援综合演练

6月13号，中国石化集团茂名石油化工有限公司在广东省应急管理厅统筹下，联合各级市政部门和地炼单位举行

了一场规模庞大的现场应急综合演练(2023年茂名石化公司危化品泄漏着火应急救援综合演练)。茂名一、二服务部经理在得知演练消息后，第一时间与相关负责人联系，并获得客户的邀请参与本次演练。经过提前现场调研和客户相关要求，演练当天茂名一、二服务部经理及员工携带防爆照明智能终端、防爆应急灯具等一系列灯具设备前往现场，积极配合演练需求，接受现场指挥统一调配，完成应急演练现场所需照明、录像拍摄等任务，直至演练结束。

截止6月15号，今年湛江石化服务中心各服务部为客户单位提供各类应急灯具配备方案十余份，参与客户单位公司级现场应急演练两次。在参与过程中，无论响应或者能力，都获得客户单位一致好评，在客户面前展现了海洋王的担当与决心，致力于成为客户最可靠的合作伙伴。其余服务部也在积极跟进，第一时间响应客户需求，为安全生产保驾护航，让服务方案不只是停留在纸上，而是让各项工作落地，为客户带来价值。

安全生产月的“人人讲安全、个个会应急”不是喊口号或仅限于某一段时间，而是实实在在时时刻刻贯彻到工作生活中去。安全生产是每个人都关心的问题，也是国家发展的重要支撑，海洋王会一如既往参与其中，与客户同行，推进安全生产科技创新，为保障客户安全生产做出更大的贡献。

(湛江石化服务中心 陈礼勇)

内部标杆

深挖客户智慧照明需求

厂电事业部某服务中心的一名经理，去年获得了公司级年度标杆。她非常相信爱因斯坦所言的“成功=艰苦劳动+正确的方法+少说空话”，认为只有脚踏实地的去做，比竞争同行更勤劳，多付出、少抱怨，才能实现目标，也是当前唯一能战胜对手的道路。接下来，一起了解她具体是怎么做的？

一、到现场去找需求

服务部所在的核心市场是核电，在努力保持核电市场份额的同时，她也在思考如何提升水电、火电市场的销售额，因此她先要去抓市场机会，了解市场上更多的信息，归纳整理，理清线索，这之中也包括竞争对手的进度，才能在拿项目时做到知己知彼。年中一个偶然的的机会，她了解到某天然气热电联厂正在建设中。于是第二天一早便驱车前往项目。

到达项目建设基地后，她先与保安、施工工人交流，初步了解项目的一些基本信息，并获得了进入项目部办公区域的机会。在项目部分别与总包方人员和业主电气负责人进行了交流，了解到这是个新建项目，业主对照明系统要求很高，需要智慧照明系统，建设成智慧电厂。项目按“总包交钥匙工程”进

行建设，照明系统由总包方邀请招标。谈话的过程中，总包方一直在夸赞某厂家，似乎心有所属，感觉即使我们参与投标，中标的可能性也不大。但走访了项目各方用户详细了解，项目体量大，既然客户希望建立智慧电厂，那客户对技术的要求肯定很高，如若使用公司自主研发的智能照明系统，完全可以成为行业标杆，为实现双赢。

二、创造投标的机会

她从相熟的设计院客户那儿了解到，该项目在规划图纸时，业主便已备案了几个期望合作厂家。她当即决定哪怕总包已有意向厂家，也要全力以赴拿下项目。订单不会白白送上门，销售的本质就是要直面问题，敢于竞争，充分发挥自身优势去赢得胜利。

经理将了解到的信息和自己的分析悉数告知给主任，获得了主任的肯定。主任指导她应将重点放在公司品牌和自主研发的第四代多模通信照明控制系统上。按照主任的指导，她咨询公司技术人员，制作了详细的介绍文档。经过多方面的努力，她见到了项目负责人，恍然发现费尽心思约见的客户，竟然在前年某项目中有合作。再次相遇，客户直言上次合作，对海洋王的品牌是十分

认可的。

经理并没有因为这些都掉以轻心，不论是新客户老客户，我们自身该做的工作都要做好，不能打折扣。于是，经理很认真地介绍智控系统，并着重阐述了项目主要场景上使用什么样的智控功能，可以使用更加便捷。满足客户需求的同时，为客户提供价值。例如汽机顶棚、燃机顶棚设置单灯控制，单独调光、亮灭，便于客户接待参观人员，出现故障时，可追踪到具体灯具；统计分析功能，实时监控园区内照明电量使用情况、亮灯率统计分析；锅炉补给水处理站门口设置人体感应灯，室内可手动开关灯……会后，客户表示对公司自主研发的智控系统非常认可，提出让经理参与投标，认真制作照明方案。

三、扎实努力得认可

从获得投标机会的那刻开始，近三个月的时间里，她基本就“泡”在客户现场，时刻挖掘并与客户沟通，验证需求，并向公司申请智能照明技术人员支持，制作智能照明系统方案。服务中心齐心协力，主任、专工、服务部一起多次与客户开展技术交流，帮助客户发现问题并解决问题，不断修改方案设计，力求完美。

同时，针对客户多个关注点，做到面面俱到。例如客户领导关注后续管理，便详细讲解智能照明系统的后台，展示可监控、统计的单灯电参数、全网电参数；技术部门的客户，关注安全和技术，故障告警可显示故障信息、故障位置、故障情况，自定义组合控制可进行检修模式、巡检模式、工作模式等。团队所制作的智能照明系统方案，让客户从心底里认可，没有一个功能是多余的，都契合客户的每一个需求。另在业主评标阶段，服务部同客户就交货、灯具安装方案、方式等进行了多轮澄清、谈判。最终，在团队的不懈努力下，海洋王以最高分中标。

在中标公示期，客户提出查验样品。为了让其他竞争厂家服气，打消客户的顾虑，经理当即与公司各部门协调，甚至“借”走了公司展厅的样品，当天就备齐了需要的灯具，次日送抵项目部。这不但让业主对我司灯具质量非常认可，还称赞服务部办事高效。最终顺利拿下订单。

厂电事业部的这位经理，不放过任何一个机会，持续跟进项目，深入挖掘客户真实需求，为客户带来价值，持续拼搏，做优秀的海洋王奋斗者！

助教兴学，筑梦前行 ——海洋王基地开展捐资助教活动

为提升服务中心全体员工社会责任意识，与客户、家属共同开展育人活动，为保护生态环境和爱心助教贡献自己的力量。目前，海洋王五个基地已组织大家开展捐资助教活动，我们一起去看看吧！

1、北京基地

5月25日北京基地开展了“助教兴学，筑梦未来”捐资助教活动。早晨6:30集合、签到、装车，6:40准时出发。有的同事从北京东四环赶到基地所在的北四环，清晨绕大半个北京城，但依然在集合前十几分钟就赶到，距离遥远也没当借口，只有6:30集合的目标感。这就是我们海洋王人。

本次捐资助教活动支援的对象是：河北省承德市兴隆县北三岔口小学。该校有学生35名，教师8名。经与校长沟通了解学校的实际情况后，得知该校学生比较缺乏学习用品以及一些中小学必读名著书籍，所以此次我们为孩子们购进了一些学习用品和图书。

历经漫长的山路和无数个Z字型路，9:50分到达北三岔口村，下车后大家忘记了“Z型路”带给大家的晕车不适感，立马开始卸货。因去学校的路窄，车辆无法抵达，大家就把捐助物品先从大巴车上卸下来装到三轮车上，然后由三轮车转运回学校。

短暂的欢迎仪式及捐赠仪式后，我们开始与孩子们一起做互动，孩子们邀请我们一起参与体育活动、手工活动。在美术老师的带领下，我们来到了学校的美术手工教室，和孩子们一起进行了手工制作。学生们将普通的抽纸用彩笔渲染成各种颜色，然后剪碎，在将这些彩色的纸屑插入橡皮泥里，制成各种颜色的绣球花，创意十足。孩子们爽朗的笑声、阳光般清澈的微笑，充满着朝气与青春，仿佛将大家拉回学生时代，纯真而美好。

助教兴学，北京基地一直在行动，让我们继续爱的脚步、释放爱的能量，筑梦未来。未来，基地也将继续积极发动、精心组织，采取多种形式开展助学活动！



2、郑州基地

2023年海洋王郑州基地八个服务中心的联合育人活动，继续帮扶河南省开封市祥符区的张吴寨小学，目前该学校有五个教学班，72名学生，大部分学生是留守儿童。与学校沟通后，我们采购了台式电脑、短袖校服、书包文具、体

育用品等孩子们急需的物品。

在青草盛开，处处芬芳的六月，20名员工代表于6月2日早上七点半自基地出发，带着爱心物品，历经2个多小时的车程，来到了开封市祥符区的张吴寨小学。

初到学校，看到夹道欢迎的孩子们明亮的眼神，一路的疲惫也就消散了。我们将校服、书包、羽毛球、沙包、跳绳等一一分发给了孩子们，并嘱咐孩子们，要保持学习的热情，去享受学习带来的成长，做一个优秀且自信的人！

五千年文化，三千年诗韵。诗意中国，源远流长。为了让诗词在孩子们心中萌下一颗种子，在现场我们组织孩子们进行了“小小背诗王”比赛。孩子们被分为低年级组和高年级组，员工做评委，为每一位孩子记录背诵诗词的数目，最终诞生了2组获胜选手，获得奖励。举行这个小比赛，活跃现场氛围的同时，也希望孩子们爱上诗词，爱上中国传统文化，在知识的牵引下探索更广阔的世界。孩子们用他们六一编排的节目，表达了对我们爱心助学的无限感激。

今天我们在助人的同时，也在自助。让他人活出色彩的同时，我们也从中获得了灵魂的洗涤、思想的升华，学会了关爱他人，也更深刻地领略到生命的意义。在有限的生命里，我们有了难忘而有意义的人生体验，在奉献中感受到快乐，收获了幸福！



3、成都基地

6月4日，成都基地所属14个服务中心主任及员工代表一行14人，经过5小时左右的盘山公路，顺利到达凉山州西昌市盐源县黄草镇巫木小学。省体育局客户驻村干部李书记和校领导到门口迎接，孩子们早已在操场上等候我们。前期了解到已有爱心单位捐赠了春秋校服，夏季校服还没有，于是本次活动我们给孩子们带去了262套夏季校服和贫困生助学金3000元，希望能帮助他们解决实际需求和困难。

随后，海洋王领导毕立平主任发表讲话，阐述了在公司责任文化的熏陶和要求下，捐资助学是每个海洋王人义不容辞的要承担的社会责任。希望同学们珍惜来之不易的学习机会，勤奋学习、自强不息，以优异成绩回馈父母、老师和社会，长大后将这份爱和责任传递下去。

本次活动除了捐赠校服，我们还选了10名家庭条件特别贫困的学生进行助

学金帮助，其中有5名学生是孤儿。大家不仅希望在学习上帮助他们，在生活上也能尽一份绵薄之力，给予他们鼓励和信心。

之后，我们与师生一起互动，跳了当地有名的彝族舞蹈。很多老师穿上了非常漂亮的彝族服，据说只有在重大活动和节日的时候，她们才会把珍贵的彝族服拿出来穿。大家手牵手，围成一个大圆圈，跟着音乐，踩着节奏，数着拍子，朝着同一个方向，迈着轻快步伐，欢声笑语、其乐融融，这种感觉一下把大家拉回到了学生时代，充满朝气与活力，简单而美好。



4、沈阳基地

6月16日，沈阳基地12个中心联合开展2023年度海洋王沈阳地区育人活动。早上7:50左右，大家井然有序地搬运捐助物资，8:00准时出发，伴随着悠扬的歌声，大巴缓缓驶进本次捐赠学校——抚顺市东洲区章党镇九年一贯制学校。

该学校在2009年乡村学校合并时，学生曾达1000余人，截至2023年仅剩130余人。随着城镇化的发展，加上年轻人走向大城市工作，学校生源严重匮乏，目前学校留守儿童与家庭经济比较困难的学生比较多，迫切需要社会各界的关爱。在了解学校的情况后，沈阳基地发起捐资助教倡议，各服务中心积极响应，在与学校沟通后，采购了打印机、电热水壶、书包、足球、篮球等学习生活用品和体育用品。

接下来进行捐赠物资交接仪式。海洋王代表将一份份爱心物品送到孩子们的手中，鼓励他们实现自己的理想，成为自己想成为的人。学校赠与我司“大爱树人，心系教育”锦旗一张，以表感激之情。学生代表和海洋王代表一起合影，记录下了这难忘的瞬间。最后，在学校教师的带领下，大家一同参观了学校少年宫，看到了类型丰富的兴趣班，也感受到了政府为乡村学校的教育建设给予了很大的支持。

抚顺市东洲区章党镇九年一贯制学校是乡村学校的缩影，目前很多乡村学校都面临着生源短缺、教学设施落后、教师老龄化的窘境。一滴水也许微不足道，但汇聚成河就足以让荒漠变成绿洲；一份爱心也许力量有限，但汇聚成爱的海洋就足以催生更多花蕾竞相绽放。海洋王会一直坚持承担社会责任，也相信在社会界的共同帮助下，乡村学校会越来越美好。



5、济南基地

今年，济南基地向11个服务中心发起捐资倡议书后，迅速得到大家的支持，基地也以最快的速度与学校沟通并准备捐助物资。

6月16日下午，晴空明媚，济南基地组织11个服务中心前往济南市槐荫区张庄小学开展育人活动。该校始建于1943年，历史悠久，底蕴丰厚，学校占地面积3330平方米，目前有13个教学班级，523名学生，24名老师。该校因非遗文化——剪纸而闻名，学校坚持二十年剪纸教学。

14:30到达学校，一下车就看到孩子们早已准备好，列队迎接我们的到来。孩子们充当小讲解员，为我们介绍学校墙板上每个字、每句话的内涵。墙上还贴满了优秀剪纸作品，每幅画都有不同的含义，孩子们同样为我们绘声绘色地讲解了它们的含义。此外，孩子们还站在一起为我们朗诵了《爱莲说》，铿锵有力，情绪饱满。看到孩子们用如此热情而特别的方式欢迎我们的到来，大家都非常感动。

张校长热情邀请大家到剪纸教室参观孩子们制作剪纸。张校长讲到，学校基于立德树人的根本任务，由剪纸“平息、正心、正身”的技艺特质，结合学校多年形成的指向“正”的隐性校园文化，凝练出“养正”教育文化，并据此提出了“蒙以养正，修己达人”的办学理念。据介绍，张庄小学的剪纸文化在学习强国和媒体都有刊登与连载。

时间一晃而过，转眼就到了分别的时候。临走前，济南基地还为孩子们准备了小礼物，从孩子们收到小礼品时灿烂的笑容中能看到他们都非常喜欢。

助学，传递的是爱心，营造的是希望。在这次育人活动中，我们感受到了学校师生拧成一股绳团结向上的精神，帮助他人的同时，我们也感受到了他们的力量。爱出者爱返，福往者福来，不忘初心，方得始终！

