

名门锁业

名门锁业

第3期

2009年12月14日

星期一

http://www.ming-men.com

中山市名门锁业有限公司 免费服务热线:800-999-1299

《非法刊物要挟小榄锁业》后续报道

名门锁业获赔40万元



◆2009年11月17日《中山商报》,《名门锁业获赔40万元》版面

商报讯 两年前,本报刊发《非法刊物要挟小榄锁业》(见2007年11月28日A2版),报道了一本名叫《中国锁具》的非法出版物刊登中山市名门锁业有限公司(以下简称名门锁业)的不实报道,并要挟名门锁业出资15万元,该刊可刊发3期正面报道。名门锁业未受其要挟,选择诉诸法律。

上月,市中级人民法院对此案做出终审判决,《中国锁具》因侵害名门锁业的名誉权,应赔偿40万元。

■回顾:拒刊广告引来恶意诽谤

据名门锁业总经办主任陈刚介绍,2006年初,一位自称《中国锁具》杂志社的工作人员,上门提出在该杂志刊登广告的要求,因为预算问题,名门锁业婉拒了。不料,该刊当年第四期刊出一篇《“名门”出劣锁,诚信受质疑》的报道,报道刊登了名门锁业在湖北

一个经销商江先生的投诉。在没有向名门锁业核实事实的情况下,依据这个片面投诉,文中使用了倾向性贬损词语。名门锁业当即要求该杂志社澄清事实,但对方提出,如果名门锁业向其购买价值为15万元的广告套餐,就可以刊文为其消除影响。名门锁业拒

绝了他们的要求,并发律师函警告对方,如果再侵权将采取法律措施。

到2007年8月,《中国锁具》该年第三期又刊出《“名门”问题锁质量追踪(二)》,文中借经销商的口说:“像‘名门’这种奸商、背信者,……‘名门’丧失商业道德,是劣质锁具滋生的温床。”

■影响:经销商误信报道退货超百万

《中国锁具》还将上述文章在其网站公布,并将刊物寄给名门锁业的经销商。此举导致部分名门锁业的客户退货。

据陈刚提供的材料,2007年10-11月间,经销商退货总额超过100万元,有

3家经销商明确说明退货原因是受《中国锁具》报道的影响。如宁波一经销商的退货确认书上说:名门牌产品近期销售额急剧下降,且有几单工程订单均未谈判下来,经查明其原因是,很多客户

都看到了《中国锁具》2007年第三期上关于“名门”问题锁质量追踪(二)的报道,一些竞争对手甚至把该报道复印后向顾客发放。据统计,这三单明确原因的退货金额为732915元。

■判决:赔偿40万元并登报道歉

2008年,名门锁业向中山市中级人民法院提起诉讼,以名誉权受侵害为由,要求《中国锁具》的开办单位及负责人予以赔偿。

法院查明,在发生侵害事实的2006年、2007年,《中国锁具》尚未取得

新闻出版总署的出版许可,所以只能按一般侵害名誉权的标准认定。在庭审中,被告辩称自己刊登的有关名门产品质量的文章是事实,没有严重侵权情节和后果。但法院认为,被告刊登的文章,片面地采信一方观点,而其使用的“劣

锁”、“奸商”等词,也超出了善意评论的范围,所以认定被告主观上具有过错。

10月,市中级人民法院做出终审判决,判决被告向名门锁业赔偿40万元,并在正规报刊上刊登道歉声明。

◆2009年11月17日《中山商报》A7版

名门新标识 正式启用



本报讯 经过对多家专业设计公司的方案筛选,名门锁业新标识最终确定并正式投入使用。新标识图形简洁、丰满、美观大方,易认、易记、易辨,寓意深刻,切合产品的特性和企业的性质,将广泛应用于全国专卖店、宣传物料与广告制作中,从而统一名门的VI形象,给消费者全新而深刻的品牌印象。

◆本报记者 林春来

名门锁业官方网站 全新改版

本报讯 11月,名门锁业官方网站全新改版并成功上线,以其简洁的界面与全面的功能带来更多的资讯体验,让更多人认识名门、了解名门。

据了解,改版后的网站功能更强大,操作更简易,资讯更全面,内容不仅涵盖企业、产品、技术、服务资讯,还包括行业最新动态与装修相关资讯,让消费者了解名门品牌、产品的同时,也可以了解到行业相关动态、装修知识与技巧。

更多资讯,更多体验,欢迎登录 www.ming-men.com。

◆本报记者 林春来

新目标 新战略

——名门锁业第三届营销决策研讨会

本报讯 11月24—27日,名门锁业第三届营销决策研讨会在江门新会龙泉度假酒店召开,名门锁业总经理陈力等高层营销管理人员出席了本次会议,共同为未来发展明确方向。

本次会议对名门的价值观、销售渠道、产品、服务等进行了重新审视与调整。总经理陈力指出,各部门负责人要从日常具体运营中解放出来,站在未来的高度,根据不同发展阶段制定目标,做好领路人的角色。同时,要注重人才的培养,除了吸纳外界优秀的人才外,要提高内部员

工的能力,使整个团队可以快速成长,共同向实现中国装饰五金第一品牌的目标迈进。

销售总监王群、工程总监邓剑平分别作了渠道拓展规划与分析,在巩固现有渠道的同时,根据市场变化,努力实现渠道多元化,以满足更多不同层次的消费需求,拓宽市场。五金研发部经理曾永旗、锁具研发部经理张学勤则对现有产品架构进行了梳理,明确未来的研发方向与产品线。

好的渠道和产品,还得有好的推

广策略支持。市场部总监张海军就目前的营销推广作出分析,明确近年的工作目标与重点,表示将整合公司资源,以最合适的方式作最有效的宣传推广,以达到最大效应。

最后,销售副总朱新杰对营销系统架构与制度进行了重新审视并根据实际作了调整,使得营销系统功能更完善,以便对市场变化作出更灵敏的反应。同时提出,相关部门要针对新渠道、新策略制定具体的操作指引与政策,以有力地推动市场。

◆本报记者 林春来

名门产品委员会成立

本报讯 12月5日,名门产品委员会正式成立。主任委员由名门锁业总经理陈力担任,执行秘书长为产品经理穆树江,执行副秘书长为研发经理张学勤和曾永旗。委员由生产副总林少波,销售副总朱新杰,销售总监王群、邓剑平,市场总监张海军,大区经理丁德何、梁家田,财务经理杨萍组成。

委员会决策机制导入新产品发展站点式系统,结合营销建议、产品线分析与技术创新,将产品开发分为五个阶段:研究评估、概念建立、产品设计、生产和营销准备、上市及回顾。每一阶段的工作完成后,必须经产品委员会审查并同意通过后才能进入下一阶段的工作,否则继续研究或取消该项目。

产品委员会的成立,标志着名门

产品开发系统踏上一个新台阶。通过产品开发流程化、规划化,从市场、技术、生产、营销方面集思广益,大大提升产品管理能力,不仅可以市场变化提高产品的创造力,同时也提高产品开发效率,并及时检视已有产品系列,使产品更贴近潮流,贴近市场与消费者需求,这将对产品发展战略起到极大的促进作用。

◆本报记者 林春来

ERP系统成功上线

本报讯 11月1日,经SAP、名门锁业双方近两个半月的团结协作与不分昼夜的努力,名门锁业ERP系统一期工程成功上线。

为了进一步固化和优化企业内部流程、减少浪费、降低成本、提高

效率,2009年名门锁业管理层作出了一个重大决策:花巨资全面推行ERP管理。自8月12日召开ERP项目启动大会后,经SAP、名门锁业双方的不懈努力,名门锁业ERP一期工程于11月1日正式上线运行。

ERP的实施过程不只是一个财产品资源、人力资源与管理提升的整合过程,更是一个管理理念的更新过程。ERP在名门锁业的一次性成功上线,正是名门锁业迎难而上,真抓实干,精诚合作的企业文化的体现!

◆财务部 杨萍

●总经理寄语

反省精神

何为反省?是指结果不好时,找出自身问题的思想过程!

我们首先要假设,是因为我们自身的某些工作没有做到位,造成了不好结果。

有了反省意识,才能找出自身更深层次的问题!

顺着道理 迎难而上 着眼未来

——总经理 陈力

2 名门·专题 经销商需要做什么?

3 名门·生活 我感恩

4 名门·分享 人生有感

一切为了客户 ——我的名门印象

编者按 近日,编辑部收到上海一消费者黎国泉先生的来信,信中写了他在名门购物的经历及感受,并大力赞扬了上海直营店店员的热情服务。现特将全文刊登如下:

阅读名门第一期内刊后,我感到“全员营销,一切为了客户”的提法相当好。文中说“营销,就是要做一系列的事情,影响他人的观念和行为习惯,达到推广商品和服务的目的。通过各种营销活动,达到支持我们的人越来越多,反对我们的人越来越少”的目的。这方面从我自身的感受中,认为你们真的做到了,而且做得很好。

我是上海的普通客户,今年9月我慕名去“家饰佳”家俱城购门锁,我和老伴比较了几家,最后被贵公司的营销店员热情的推销打动了,于是买了几把门锁、地吸及浴巾架。9月份安装地吸时安装师傅说我要买的吸不能用,要安装在墙壁的那种,于是我第二天去换。接待我的是郭俊杰小姐,相当热情。听我说明来意之后,二话没说就给我换了。不久安装门锁,其中,有一扇门的开法换了一下,这样,锁又得去换。接待我的仍是郭小姐,还有其他两位店员,仍然很热情。

谁知安装师傅不懂安装这把锁,还把它给装坏了。我急了,抱着试试看的态度去请求解决,巧的是又是郭小姐接待我。她十分热情地对我说:“没关系,我给你换一下芯子。”还教我如何安装。回去后我亲手按照郭小姐教的方法安装了上去。结果,真的很好。我真是太高兴了。这样的营销店,我活了七十岁还是第一次见到。三番五次上门换不但从不拒绝,还热情接待,同时,又主动解决出现的问题,介绍一些实用方法并耐心地解释。说真的,在市场经济的今天,这种“全心全意为客户”的不太多了,不少店不动就要收钱,而且态度极不好。这次买门锁找“名门”是我找对了,售后服务太好了,真正做到了“一切为了客户,为了一切客户,为了客户的一切”,不愧是名牌产品。

最后,我再次感谢贵公司在上海“家饰佳”的直营店,尤其感谢郭俊杰以及其他几位营销店员,希望她们再接再厉,工作更上一层楼。祝贵公司业务蒸蒸日上,精神文明与物质文明双丰收,把上海直营店的精神发扬光大!

◆上海 黎国泉



◆本文作者 锦州 张涛

作为经销商,顾名思义,销售是其行为方式的主体和根本。说到销售,就离不开市场,离不开我们常说的市场竞争。那么作为将产品转化为商品的中间渠道者——经销商而言,在其进行商品销售的同时应该做些什么呢?于日常的生活和学习中谈谈我个人的想法,与诸君浅析共享。

经销商需要做什么

代理一个优势的品牌会让经销商达到事半功倍的效益。这样的厂商有过硬的产品质量,完善的渠道和售后,甚至有成熟的市场模式及销售经验。我们名门公司在这些方面都做到了,包括深远的企业文化、高瞻远瞩的理

选择有优势的品牌

念、优质的产品、有效的宣传。公司各部门与办事处的细致周到的服务,特别是在市场部成立之后,更为经销商提供了诸多丰富和有效的促销模式,使各经销商在当地的促销活动中,在行业内得以超越。厂家与商家相辅相

成,不会为了扩大销量而剥离经销商太多利润,更不会为了销量去做杀鸡取卵的事情。所以选择优势的品牌对经销商来说是一条捷径。经销商和厂家思路的配合更是一个不断完善的过程,确也是一个至关重要的过程。

完善自我 决胜市场

1 关于经销商责、权、利

在经销商的管理模式中,我们不难发现,一人多用、一人多职的现象最为普遍。责权不明往往会导致绩效不佳、遇事相互推诿的现象。在市场竞争愈演愈烈的今天,首先要建立一支素质过硬的营销队伍,对每个人须充分明确其责、权、利,谁销售、谁送货等要落实到人;对于交叉工作、身兼数职的人又该如何考核等,要全面形成制度化。

为了有效调动销售人员的积极性,可尝试市场政策下放,让员工有更多的市场操作空间,执行区域市场责、权挂钩,使其真正摆脱打工者的心态,从经营者角度运作管理市场,从而提高团队的凝聚力和战斗力。

2 经销商上下游网点关系

"一枝独秀不是春,百花齐放春满园"。我们必须把所有开发成功的经销商象穿珍珠一样贯穿起来,编织成一个庞大的分销网络,纳入到我们的整个营销网络体系中来。再通过齐全的品种,合理的价格,规范的管理,周到的服务来增强营销网络的"粘性",此时,我们的产品分销工作就从个体分销上升到了网络体系分销这

一个新的平台。经销商要时刻想着与网点零售客户的利益维系在一起,把自己的下游网点当作自己的分支机构进行打理、经营。不管怎样的操作模式,只要拥有这种伙伴式服务意识,就能与经销商形成一个利益的共同体。经销商对自己的强势网点,在人力、物力、资源上都要给予最大扶持。

3 经销商发展规划

许多经销商都渴望代理更多的好品牌产品,或者拥有更大区域代理权,但为什么从不考虑自己的资金安排、人员配置是否能到位,是否能满足厂家的要求呢?有的经销商,可能考虑到经营成本、利润空间的问题,想方设法增加了两个牌子的代理权。在他们看来,这样可以节省更多的仓储、差旅、工资等方面的费用,而且多个牌子多点利润,可以东方不亮西方亮。谁知搞来搞去,仓库增加了几个,业务添加了几个,效益却没有增加多少,反而造成资金无法快速周转,库存积压不平衡,畅销品牌无钱进货的结果,最终失去厂家的信任丧失代理资格。许多知名企业的没落,正是由于疯狂延伸、扩张,造成自己的主力产品薄弱,在市场竞争中影响力下降。经销商应先把自已主力经营的品牌通过合理、合法的手段做精、做细、做

强、做大,然后图谋更大的发展。

4 调研、宣传、推广

首先,为什么我们要做市场调查?一是要了解行业动向,做到知己知彼。二是了解购买需求。复杂的购买行为一般会经历五个步骤:(1)需求确认;(2)信息搜寻;(3)选择方案评估;(4)购买决策;(5)购买后行为。这五个步骤代表了消费者从产生购买需求到最后完成购买的总过程。很明显,购买过程在实际购买发生之前就已经开始了,并且购买之后很久还会有持续影响。

其次,加强宣传力和促销力。广告是一种信息传播活动,它最大最直接的优点就是广而告之,能在同一时间内向众多消费者传递信息。广告对消费者的影响力是巨大的,它可以最大限度地吸引消费者的注意力,就可以让消费者形成对商品特别是品牌形象的认知。促销也异曲同工,并不是要每次都签多少单,而是通过这样的方式达到一定的影响,提升自身的知名度也就可以说达到了预期的目的。

个人认为,生意的好坏不单单取决于市场因素,还包括自身的理念、睿智的管理、诚信的口碑等。百尺竿头,只有不断学习、努力、调整,才能逐步完善,方能更进一步。

由佰草集看品牌发展

2007年10月,佰草集国内的日化连锁专卖店及专柜达400家;2008年,又成功进入法国市场。佰草集为什么能做成?

佰草集的成功之处

首先,品牌充分体现了中国汉文化及中草药文化,十分独特。这也意味着企业聚焦在一个特殊的细分市场。事实上,今天在全世界49个国家拥有1700多家店铺的跨国品牌美体小铺,同样也是靠专注于细分化妆品

佰草集给我们的启示

反观我们名门公司,走连锁专卖模式这条路无疑是成功的,自2006年推出以来,销售持续增长,专卖店的开设居功至伟。但专卖店的连锁经营要在上海市场坚定地逐步推进,我们仍有很多可以做得更好的地方。例如,要形成有规模有倾向性地推广格瓦拉盛唐系列高端产品,无论是在广告宣传、店面展示还是店员意识上都要有所要求与提高,注重培训,提高店员业务素质。同时,针对上海地区店面小、租金高的区域情况,在设计第三代展示时需要市场部、办事处及经销商之间进行多层面的沟通,做到一店

市场而成功的,那就是"纯天然绿色环保"美容化妆品。最初的渠道定位是单纯的品牌连锁专卖店,之后还运作高端百货的专柜。不然,单靠专卖店,也做不成。

另外,他们在培训上大力投入,尤其是一线员工的培训。培训中体现两个核心:销售中的连带销售培训与顾客满意度管理培训,加强在一线销售执行上的控制,实现连带销售,提高单价,提升销量,并加强连锁专卖店的顾客满意度管理,提升顾客品牌忠诚度。这些做法看起来并不出奇,但其

一个设计,争取用最小的面积装修出最好的效果。严格遵守价格制度,对于不遵守合同乱卖价格的经销商要进行严厉的处罚。

一个品牌要可持续发展,形象、服务与宣传缺一不可。一个品牌的形象,很大程度上决定了品牌在消费者心目中的印象,也是为产品增值的关键。此外,很多品牌推出的高端系列,往往都是在设计与技术上投入很多人力物力的产品,因此,也常常成为该品牌的形象产品,反过来提高品牌形象。而在产品同化程度越来越高、技术也日渐成熟的今天,品牌之间的竞争由价格、质量、技术竞争,转到服务竞争。在琳琅满目、大同小异的产品面前,哪个品牌服务好、有保障,消费就倾向哪

核心竞争力及经营模式并不是每一个日化企业都能模仿的。

总的来说,五类企业做连锁专卖更有优势:产品具有较高的价值,高价高利,才能支撑起专卖店的各种成本;产品线的宽度,产品越丰富,连锁专卖店越容易成功;产品有个性,比如服装行业,产品款式多变风格个性化;产品需要服务才能形成消费,比如空调专卖店为顾客提供安装服务;行业市场比较成熟,服装行业之所以能够连锁专卖店林立,其前提就是服装行业是中国最成熟的行业之一,特别是服装制造业。在这种供应能力之下,行业也开始关注各种渠道的突破和零售模式的创新,比如连锁专卖。

个品牌。

在信息发达的今天,"酒香不怕巷子深"的时代一去不复返。因为发出香味的酒家已不止一家,所以,酒香还得善吆喝。当然,我们并不是说要砸大钱在"吆喝"上,而是要根据我们当前的需要与品牌或产品特点,用最合理的预算,选择最适当的传播载体,发挥最大的宣传效应,从而提高我们的品牌知名度。

品牌之所以卖得贵,并越来越强,因为它卖得不仅是产品,还有品牌形象、服务、口碑等,正是有这些强大的支撑,品牌才能在众多的竞争对手中脱颖而出,成为行业老大。

◆上海办 李元涛

从唐僧师徒西天取经看团队合作

大家都看过西游记,对唐僧师徒一路取经的故事非常熟悉,我认为唐僧师徒历经81磨难,一路降妖擒魔,终于到西天取得真经,修成正果,应该说是一个比较成功的团队。

他们目标明确,有一个清晰的目标,那就是不取到真经誓不回头,当一个团队有了既定目标的时候,每一位团队成员都会从中得到个人的成功。而且他们每到达一个国度都会盖个通关官印,象征着离目标又近了一步,促使每个人信心更足,为完成下一步目标树立信心。在唐僧取经中,团队内分工明确,充分发挥每个人的专长,形成了优势互补的团队。

唐僧,领导能力有限,业务能力(降妖擒魔)更是等于零,时常出现因为过分谨慎而优柔寡断,没有平衡团队的能力,偶尔会引起内部矛盾。但他有毅力、耐心,懂得授权,也有"领导位置"与对结果负责的责任感,可以拿"权力"与"制度"制裁不听话的徒弟,使得三个徒弟不得不听,不敢不听。

孙悟空,个性不好,闲散已惯,不服从管理,需要强制管理,"紧箍咒"才能让他听话,西天取经不是他的目的,而是他的承诺。为了工作快速开展,尽快完成任务,委曲求全,甚至不惜与领导及同事决裂。但业务能力最强,嫉恶如仇,敢说敢做,有很强的冲劲与干劲,工作中贡献最大,作为业务骨干绝对能带动团队快速发展。

猪八戒,工作能力一般,好吃懒

做,还有点好色,见困难就躺,见荣誉就上。自知大师兄本领高强,心有妒忌,在合适的时间与合适的地点,便会窜掇师傅(领导)惩罚悟空,当师傅赶走悟空时,便闹着分家当想回高老庄,是个见风使舵的人,但他率直风趣,热情奔放,懂得从工作中寻找乐趣,平时很会说话,颇能讨师傅欢心。他的圆滑也为团队带来了稳定与帮助。

沙僧,业务能力一般,无创意,没有大的主见,有时会过于强调和谐而造成过分的妥协、让步,逃避冲突。但为人容易相处,冷静耐心,忠厚老实,有自知之明,在团队里能够知道自己的位置,老老实实做事,不上窜下跳,不做小动作。默默贡献,敬业爱岗,属于"我办事,你放心"一类人,在关键时刻是最会促进团队合作的成员,任何团队都少不了这样的人。

唐僧师徒四个人都有不少缺点,但是他们有很强的目标凝聚力与坚持不懈的精神,面对困难永不低头。人无完人,从企业的角度来说,团队的合作与工作效率的高低有着直接的关联,各种不同性格的人组成一个团队,发挥个人长处,形成优势互补才是一个铁打的团队。团队的进步与个人的积极性是紧密地联系在一起,能一起合作并做出好的成果才能更好地调动员工的积极性,同时不断提高员工的素质以满足企业发展的需要,最终以有效的团队建设来推动公司的持续发展。

◆锁具研发部 汤继高



1. 当你还很小的时候...



2. 他们花了很多时间教你用勺子和筷子吃东西...



3. 教你洗衣服、绑鞋带、系扣子...



4. 教你洗脸,教你梳头发...

Thanksgiving Day

感恩节 de 由来

每年11月的第四个星期四是感恩节(Thanksgiving Day),是美国固定假日中最地道、最美国式的节日。感恩节原意是为了感谢印第安人,后来人们常在这一天感谢他人。

感恩节的由来要一直追溯到美国历史的发端。1620年,著名的“五月花”号船满载不堪忍受英国国内宗教迫害的清教徒102人到达美洲。1620年和1621年之交的冬天,他们遇到了难以想象的困难,处在饥寒交迫之中,冬天过去时,活下

来的移民只有50来人。这时,心地善良的印第安人给移民送来了生活必需品,还特地派人教他们怎样狩猎、捕鱼和种植玉米、南瓜。在印第安人的帮助下,移民们终于获得了丰收,在欢庆丰收的日子,按照宗教传统习俗,移民规定了感谢上帝的日子,并决定为感谢印第安人的真诚帮助,邀请他们一同庆祝节日。

初时感恩节没有固定日期,由各州临时决定。直到美国独立后的1863年,林肯总统宣布感恩节为全国性节日。



5. 教你做人的道理



6. 所以,当他们雨天不湿鞋时...



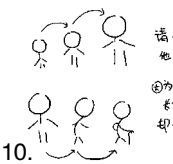
7. 当他们开始忘记系扣子、绑鞋带时...



8. 当他们开始吃饭时弄脏衣服...



9. 当他们梳头时开始不停地颤抖...



10. 请不要催促他们,因为你在搀扶,而他们却在慢慢行走...



11. 只要你在他们眼前...



12. 他们的心就会更温暖

我感恩

——流行于欧洲感恩节的一首诗

有每夜和我抢棉被的伴侣,因为那表示他/她不是和别人在一起。有只会看电视而不洗碗的青少年,因为那表示他/她乖乖在家而不是流浪在外。我缴税,因为那表示我有工作。衣服越来越紧,那表示我吃得很好。有阴影陪伴我劳动,那表示我在明亮的阳光下。有待修整的草地,待清理的窗户,和待修理的排水沟,那表示我有个家。能找到最远的那个停车位,因为那表示我还能走路,且还有幸有辆车。有巨额的电费账单,因为那表示我冷气吹得爽。教堂礼拜时我身后有五音不全的女士,因为那表示我还听得到。有一堆衣服要洗烫,因为那表示我有衣服穿。一天结束时感到疲劳和肌肉酸痛,因为那表示我有拼命工作的能力。一大早就闹钟吵醒,那表示我还活着。最后,感恩过量的电子邮件,因为那表示有很多朋友会想到我。当你觉得人生很糟,就再看一遍吧!

从小到大,一直以有这样的父亲为傲。

当然,父亲并不是什么了不起的人物,相反,只是一位普通到不能再普通的人。与大多数人一样,父亲每天都要为生活奔波劳碌。但每当想起或与人说起父亲时,心中总是充满温暖,幸福洋溢。

我家是典型的严母慈父家庭。母亲为人比较严肃,对子女们要求也比较严格,尤其是在生活习惯和品行上。例如吃饭时要安静,在家不准吵闹,对人要懂礼貌,不许晚归,做错事要主动认错,该打就要打……而父亲则祥和很多,就算我们姐弟闯祸,最多就是说几句。

从小在农村长大,免不了要干些农活,却一点都不觉得苦。因为每次与父亲一起去农田干活,父亲总会买我喜欢吃的零食带去,其中买得最多的就是西瓜、蔗汁和香蕉。在那个零食仍缺乏的年代,这对一个农村小孩来说,已经是莫大的幸福。所以,每次都乐得屁颠屁颠地跟着父亲去,仿佛不是去干活,而是去参加大吃会。

后来,父亲忙于生意,家里的田就转让给了别人。但无论怎么忙,每天晚上回来的时候,父亲总会给我们买回来水果。记得有段时间,父亲很喜欢买那种很大很甜的芒果,每晚都会买

父亲

两个,我们姐弟一人一个,他和母亲却从来不舍得吃。父亲每天都会问我们想吃什么菜,几乎是我想吃什么他就买什么。那时,我们很喜欢吃烧鸭,父亲就经常买,虽然母亲很反对。因为母亲觉得烧鸭不卫生,很容易上火,对身体不好。母亲经常抱怨父亲太溺爱我们了,担心他把我们给宠坏。

父亲是一个很细心,很爱干净的人。夏天的时候,怕我们姐弟被蚊子咬,分别帮我们把蚊子都赶出去,拉好蚊帐,才安心去睡。广东天气炎热,为了消暑,冬瓜红枣糖水、清补凉、甘蔗马蹄糖水、芋头糖水、绿豆糖水……父亲变着法子煮给我们喝。父亲休息在家的時候,搞卫生、做饭,什么都抢着做,连厨房的窗台都擦得发亮。

后来上初中,学校离家远,只能寄宿。每到节日不能回家的时候,父亲总会带着好吃的送到学校去给我。高中时,学校离家更远了,骑自行车足足要一个多小时,路程刚好是从城的南端绕到北端。有时为了偷懒,我总是磨磨蹭蹭地半天不出门,直到天色暗下来才开始动身。这时父亲肯定会开车送我去,也乐得看见我的“诡计”得逞。

再后来,上大学了,学校在另一座陌生的城市。然后,工作了。终于,离家也越来越远。每次打电话回家,正和母亲聊着,父亲总会凑过来聊几句,不过,不善言辞的父亲所说的来来去去就那几句,注意身体,吃好穿暖,好好照顾自己。

是的,我与父亲的空间距离越来越远,但父亲对我的爱,却不曾因此而有所减少。每次回家,父亲都开心得不得了,还是像小时候一样,变着法子给我做喜欢吃的菜。而我对父亲,除了心存感激,仍是感激。当然,我也很爱我的母亲,如果没有她当年那些严格的要求,也许没有今天的我。

◆市场部 fionary

懂得感恩

通常我们对生活有着太多的要求:我们要求有更多的物质和金钱来点缀生活,我们要求有更好的职业和收入来满足我们内心的平衡,我们甚至要求有更美的容颜和更好的家庭背景作为我们生活的门面。同时,我们对生活的又有着太多的抱怨:抱怨世界回报我们的太少,抱怨生活的不如意、工作的不顺心,抱怨世界变得太快……其实上帝是公平的,给谁的都不会太多。上帝给了你智慧,也许就少了美丽的容颜;给了你健全的身体,也许就少了英雄的光环。

人,要拥有一颗感恩的心。在我们每个人的成长道路上,相信付出最多的就是我们的父母。父母的爱是无私的,也是天底下最伟大的,他们从来没有想过回报。读书的时候,每天出门父母总会嘱咐我们,上课要专心听讲,听老师的话。长大了,上班了,但在父母眼里你永远是个孩子。他们还会经常细心唠叨,路上注意安全,记得多喝水,当心自己的身体,晚上早点休息……

在生活中,我们免不了要麻烦别人。在人与人之间的相处中,我们要懂得记住别人曾对自己的好,记得别人曾帮助过自己,对自己的恩。当别人有困难的时候,要懂得去回报别人,尽自己的努力去帮助别人。同时,也要感谢那些曾经伤害过自己的人,正是他们,让自己得以更坚强。

多一份感恩,就少一份贪婪与抱怨;多一份感恩,就少一份自大与冷漠;多一份感恩,就少一份索取,能留下更多的奉献!感恩的心,永远年轻!感恩的人,永远快乐!

如果人人都能拥有一颗感恩的心,人人都知道并尽自己所能去帮助别人,那么这个世界就会变得更美丽!让我们常常拥有一颗感恩的心,哪怕是面对一个微笑,一句关怀,即使是不经意间的。正如歌中所唱:

感恩的心,感谢有你
伴我一生,让我有勇气作我自己

感恩的心,感谢命运.....

◆黑坯加工部 张艳



人生有感

——记价值观会议有感

心里有些沉,还是出去走走,我对自己说,走走心情或许就明朗些了。

走着走着,就下了楼,房东的小房间里还是那么喜气,他总能凑出三五人围一桌打起雀牌,用他们的话叫没什么事做,就打打,也就越打越想打,貌似雀牌成了冰毒小弟似的。也曾问过我要不来几局,我当时就是笑着对他说,雀牌,我不会打,赢钱不在行,但我确信输钱一流,你还要我打不?他笑着走开。看着他们,我只皱眉,像他们这样的生活,在家就可以享受了,我还用得着从江西跑到广东来?我继续摇头走着。

出了宿舍,是条小河,这我非常喜欢,绿意,在我看来是非常美好的东西,就好像多跟青树绿水亲近,我身上也会萌发希望的嫩芽,这也使得我喜欢上了在绿意中漫步的感觉。

"错过的爱也不能重来....."从左裤袋里拿出手机,听着这音乐,就想起妹妹来。我出校门的第一部手机还是妹妹给我买的,可非常恼的是给偷了,那个诺基亚 1100 不在了,只有这铃声还伴着我。

我笑着,是名门打过来的,这家伙是我的"狐朋"之一,想到他是又好气

又好笑,跟他认识后一直谈得来,他回家找我借了点钱,结果他没及时还给我,害得我笔记本都不能及时买。我都怀疑我的交友眼光了,什么损友嘛。后来在隔了一年多没联系了才又找到我,他说他手机掉了后一直没及时找我,后来又内疚不好意思找我,我说我打电话不通在 QQ 上留言不回他不认账。

"喂!"
"名名,你在干嘛呢?"他那跳动的声音蹦到我的耳朵里并不显得刺耳。

我苦笑着,"还能干什么呢,下午开个会,一开就开整个下午,开得我郁闷死了,我本来就在人生道路问题上打着转,现在陈总又给我们来个价值观什么的,现在都闹在一起了,感觉在开战似的,这战场却又是我的脑袋。"

他应该是在吸烟,我能清晰听得出他吸烟的"嘶嘶"声和吐烟后的舒畅感,烟就那么好么,不过再好,我也不会学,想想老爸,完全是个烟斗,连小侄女都难避免其害。

"哈哈,好好理理吧,我们都是这样过来的。名名,你刚来,想想人家老板不好好在家呆着,花整整一下午给你们几个新人开会传艺,我们之前那

个公司的老板能这样做吗?"他这么说,我也只有点头。以前公司的那个骆总,我在公司那么久,就只有年终会上见过,要不是内部文件上能看见他的大名,我们还以为他全家移民海外了呢。

"这倒是,陈总的经历,名门的发展史,对我们来说都是难得的学识,陈总能拿出来,并花时间跟我们讨论价值观等,也是想以身传教。"我找到了个椅子坐了下来,这个我还是明白的。

"那是了,你能明白就好了,名名,这方面的问题还是要你自己花时间多想想。"我没听到他吸烟声了,应该是抽完一根了吧。

"我这不是在整理嘛,否则也不会郁闷了。"

"那行,你慢慢整,我看书去了,挂了。"

手机里传出几声嘟的音就不再响了,而我的心却回到了下午开会的会场上。其实我一直不认为这是个会,而作为一堂课来得更贴切,其实,这堂课的许多内容,我有过类似的培训,也认识到这方面的问题。在以前的公司,我们肖经理也经常给我们找学习提高的机会,

么理论和方法是好的,但结果却不好?"是的,既然结果是不理想的,那么过程肯定定了变化,在这个易懂的道理面前我也绕进去过。

速度与完美,我也追求先求发展再求技术上的强大;专卖店销售方式,这个我在以前的公司就有了解,但因为是日常消费品没法专卖。专卖的过程就是削减产品到消费者的销售链,使得盈利空间更大化,达到更好的共赢。名门的专卖就有这个优势,同时还多了形象店的优势。

收起手机放入袋中,是啊,这堂课内容我许多已经知晓,但却仍然这么撼动我的思绪。还是那句话,为什么优势相近的人在几载十几载后的发展状况却相差那么远呢?难道是"迎难而上"?可我在学校就有了打破沙锅的劲儿,是"反省"?早在一年前我就知道失败不再是成功之母,如果失败了不反省不检讨,那么什么都不是了,更或者是习惯问题?

兴许这一切都成问题,如何面对和看待处理就是解决人生的问题。我站起身,回宿舍,可我的心还留在那张椅子上,人生疑惑,我要不断追求。

还有那个"周明的提问",为什么

么理论和方法是好的,但结果却不好?"

速度与完美,我也追求先求发展再求技术上的强大;专卖店销售方式,这个我在以前的公司就有了解,但因为是日常消费品没法专卖。专卖的过程就是削减产品到消费者的销售链,使得盈利空间更大化,达到更好的共赢。名门的专卖就有这个优势,同时还多了形象店的优势。

收起手机放入袋中,是啊,这堂课内容我许多已经知晓,但却仍然这么撼动我的思绪。还是那句话,为什么优势相近的人在几载十几载后的发展状况却相差那么远呢?难道是"迎难而上"?可我在学校就有了打破沙锅的劲儿,是"反省"?早在一年前我就知道失败不再是成功之母,如果失败了不反省不检讨,那么什么都不是了,更或者是习惯问题?

兴许这一切都成问题,如何面对和看待处理就是解决人生的问题。

我站起身,回宿舍,可我的心还留在那张椅子上,人生疑惑,我要不断追求。

◆圣玛 李平



HK系列

打造低调奢华贵族风

12月,名门锁业重拳出击,正式推出HK铜锁系列,为装饰五金市场带来了一阵低调奢华贵族风,成为建材市场的一道亮丽风景线。

据了解,该系列灵感源自欧式与

中式经典建筑,并将其经典元素巧妙地运用到产品设计中,面板与执手图案连贯,风格一致,整体配合如行云流水般流畅,优雅演绎低调奢华贵族风。

在异军突起的家居世界,低调奢华是今年米兰展的重头戏。专家预测,今年秋冬季节,低调奢华风格家具将是09秋冬季节奢华家居流行趋势。

1. 国家专利产品,外形新颖、独特、高雅。
2. 面板、执手均采用HPb59-1黄铜,耐腐蚀性强,坚固耐用,历久常新。
3. 采用K5572H锁体,方舌、斜舌、衬板、扣板均采用黄铜精制而成。
4. 锁体拨桃方孔设置片簧,完全消除执手方芯与锁体配合的双向间隙,确保执手无松动、下垂。
5. 斜舌寿命大于20万次,方舌寿命大于10万次。
6. 采用K74H电脑5锁芯,钥匙采用白铜,外形美观、光洁闪耀。
7. 适用门厚范围:35-50mm。
8. 表面处理有亮金、黄古铜可供选择,满足不同使用环境及审美要求。

型号 HK101101



将巴黎著名建筑卢浮宫之经典图案,以平面穿插的手法自然完美地绽放在面板上,外收内放的艺术哲学,充分突显经典东欧艺术之美,带来愉悦的视觉享受。

与面板风格一脉相承,执手采用正宗欧式家具的经典工艺手法,自然、流畅、美观,手感绝佳。

源自明清皇宫太和殿皇门的三交六碗图案,体现中国手工艺最高境界,象征着皇室至高无上的权力与地位。配以中国传统的龙行云图案,彰显中式的尊贵与奢华。执手以祥云向上、升腾的组合手法,与面板图案浑然天成,非凡气质,系出名门。

型号 HK100100



型号 HK105105



融合明清达官显贵之建筑中门、窗、斗拱元素,体现"万般皆下品,惟有读书高"的中式经典礼仪和显赫世家的文化传统。

执手巧妙运用中式缠枝纹(皇帝御颁给有功大臣器件的专用图案)组合,配合面板的方正图案,体现了刚中带柔的清正风格。