

深 中 電

2015 年
第 11 期
总第 169 期

登记证编号：粤内登字B第00068号

CEIEC 深圳中电投资股份有限公司
CHINA ELECTRONICS SHENZHEN COMPANY



宋健董事长密集调研公司重大投资项目



【本报讯】中国中电国际信息服务有限公司董事、总经理宋健于10月13日召开的临时股东大会上当选公司董事长。上任伊始，宋董事长为深入了解公司经营情况，分赴深圳、河源、珠海实地调研电子科技大厦D座、河源中电工业园、珠海高科技产业园及前海湾保税港区中电交易中心项目等公司重大投资项目，对各重大投资项目的经营发展做出了指示。

10月27日上午，宋董事长到

河源中电工业园调研指导，公司副总经理向群雄陪同。宋董事长到园区各个地块及厂区、宿舍区实地查看了一番，认真地听取了河源中电工业园园区发展的相关情况汇报，询问了关于园区开发建设、政府合作、招商运营等方面的详细情况。宋董事长对河源中电工业园工作多年来在园区的艰苦建设与坚守，表示了肯定和慰问。对河源园区的经营现状，宋董事长鼓励园区要脚踏实地，直面困难，设法突破僵局。

会后，宋董事长又马不停蹄地奔赴巴伐利亚项目、市高新区、江东新区、深河产业城、中兴项目等代表性项目，实地考察河源的整体投资环境。

10月28日上午，宋董事长在电子科技大厦A座37楼会议室听取电子科技大厦D座专项汇报。公司总经理郭建、副总经理向群雄、邵晖，总经理助理刘四章、王仲敏等参加汇报。宋董事长表示，此次是进一步了解D座的具体情况，为董事会决策提供准确

的依据。公司总经理助理兼园区事业部总经理刘四章对D座项目可行性分析、项目立项、设计推演、施工过程、验收现状等做了汇报。公司业务中心副总经理兼广场公司副总经理冯力对项目运营方案论证、策划预算、招商进展等做了汇报。听取汇报后，宋董事长指出，D座项目不易，应值得肯定，但过程不足需要总结，并对D座项目的后续工作作了重要指示：一是从项目投入与产出的测算结果来看，经营压力较大，需将项目纳入公司整体经营转型的大环境中通盘考虑；二是参考北京中关村战略转型案例，积极思考项目业态的优化转型。从产业角度出发，利用项目深挖深圳中电的创新潜力；三是要围绕深圳中电贸易、物业、投资三大支柱业务进行整体有效盘活，借势突破，不拘于现有的经营思维，可将项目纳入更大的区域范畴来定位。

10月29日，宋董事长在郭建总经理、向群雄副总经理的陪同下，到珠海中电高科技产业园园区调研。宋董事长一行来到即将竣工的园区四期C厂房，C厂房目前是所在片区的最高建筑，登高远眺，园区景色尽收眼底。宋董事长和郭总仔仔细细查看新建的

厂房，并听取厂房建设介绍和汇报。随后宋董事长一行与园区工作人员就珠海高新区的发展、园区现状、建设资金、园区运营等话题进行了座谈，宋董事长指出，园区业务是深圳中电三大板块之一，对深圳中电的发展有着重大意义，要抓住珠海高新区发展的契机，业务要有所创新，打通园区板块和投资板块的联系，开创园区运营新模式。

12月3日下午，宋董事长在电子科技大厦A座37楼会议室听取前海湾保税港区中电交易中心项目的专项汇报。公司总经理郭建、副总经理向群雄，总经理助理温辉、刘四章等参加汇报。宋董事长认真听取了温总助、刘总助分别做的关于项目建设方案及进展、关于项目运营规划的报告后，就项目建设运营与大家展开了讨论，宋董事长对项目规划表示支持，并对项目建设要为业务拓展预留空间和余地，建筑上要增加适宜开拓新业务的功能，要放眼整个前海自贸区开拓经营思路，要大胆开展新型业务，打造公司更大的业务发展平台等提出了明确的要求。

(业务中心 冯力
珠海中电科技 于华
河源中电 吴兴生)

聚焦转型 奋力突破 构建市场化体制机制

公司领导班子成员集体专题学习、领会集团公司领导考察深圳中电所作的重要指示精神和中电信息领导的工作要求，研讨公司转型升级突破方向，决定成立公司创新发展领导小组

【本报讯】11月4日，郭建总经理主持召开总经理办公会，组织公司领导班子成员集体专题学习、领会集团公司领导考察深圳中电所作的重要指示精神和中电信息领导的工作要求，研讨公司发展战略层面重大问题。

集团公司、中电信息十分重视深圳中电的转型升级工作，多次做出重要指示，提出工作要求。今年10月9日，集团公司刘烈宏总经理、陈旭副总经理在中电信息宋健总经理陪同下到深圳中电考察调研，听取公司工作汇报，对公司经营班子提出的“互联网+贸易+金融”的业务创新转型框架给予明确的肯定和支持。对公司下阶段创新转型的工作，刘总强调要注重三个结

合，即注重创新发展与业务积累结合、与行业规律结合、与政策导向结合，要求深圳中电结合国家鼓励改革创新的政策信号，以新体制、新机制、新公司、新平台的形式来进行试点尝试，努力实现商业模式的新突破。集团公司陈旭副总经理要求深圳中电深入思考新形势下深圳中电的转型之路，要敢于尝试、敢于试错，积极向“互联网+贸易+金融”的互联网企业方向努力。中电信息宋健总经理要求深圳中电认真贯彻落实集团领导指示，加快转型升级步伐，寻求新的突破。集团领导、中电信息领导的重要指示，为深圳中电下一步的发展指明了方向。

今天，班子成员集中学习领

会集团公司、中电信息领导重要指示的基础上，聚焦讨论深圳中电发展战略层面的问题。

与会领导回顾了这几年公司转型升级工作，一致认为，贯彻落实集团领导重要指示，厘清深圳中电顶层设计问题非常重要。早在九十年代后期，公司就为走向资本市场做了不少努力，但因种种限制没能实现。现在，随着国企改革深化，对国企走向资本市场的限制已没有过去那么多，深圳中电各方面的条件与同行相比，资源丰富、团队精干、实力很强，优势明显，应借鉴和学习如意集团、普路通、怡达通等同行的成功经验，走向资本市场，拓宽融资渠道，降低资金成本，凸显资本市场的杠杆效应。

与会领导指出，转型升级首先要建立起市场化的体制机制，体制方面要实行股权多元化和经营者持股制度，充分实现员工激励；机制方面要完善公司治理，推行职业经理人制度。其次是要聚焦转型业务，确定突破口，确定一个切入点。第三是要选准一个商业模式或一个运营平台，关键是作为突破口的这块业务我们要拥有主导权、决定权和业务优势，包括授权机制、业务创新机制等，对经营模式、运行机制、实施路径等，要进行系统设计。股东的利益要与员工的利益紧密结合，实现共赢，这也是我们必须要考虑的问题。

与会领导认为，集团公司、中电信息领导对我们提出的“互

联网+贸易+金融”的战略构思给予明确的支持，这对我们下一步的发展是一个很好的机会。我们要抓住这个机会，研究公司发展战略，提出战略规划。动作要快，机不可失。在落地操作上，要分步走，按轻重缓急分出主次，集中人才、资金打造两个平台，尽快落地，积累经验。这样，既鼓舞士气，也对集团公司、对中电信息、对深圳中电、对全体员工，都是很好的机会。

会议决定，成立公司创新发展领导小组，负责公司战略发展顶层设计方案制订和组织实施。组长：郭建，成员：向群雄、魏俊昌、邵晖、郑波。

(公司办公室 林文业 整理)

郭建会长主持全市进出口百强企业外贸政策宣讲会

【本报讯】为确保近期我市出台的各项促外贸稳增长激励措施落到实处，深圳市进出口商会联合市经贸信委，邀请全市外贸百强企业接受政策宣讲，详细解读政策的实质内容，动员企业全力冲刺完成2015年第四季度进出口目标。本次活动在市经贸信委主管领导的大力支持下，联合深圳海关、深圳出入境检验检疫局、市国税局等部门共同参与，并于11月6日下午在市民中心C区1120会议室顺利召开。

郭建总经理以深圳市进出口商会会长身份出席并主持宣

讲会，会上共有近100名市外贸百强企业代表参加。市经贸信委高林副主任详细介绍了深圳市2015年1月至10月外贸进出口的情况和当前外贸形势，市经贸信委外贸处林树平副处长、深圳海关监管通关处史吉民副处长、深圳出入境检验检疫局通关业务处肖瑞明处长、市国税局直属税务分局肖炜副局长分别作了相关政策宣讲。宣讲会还有现场解答环节，在现场解答环节中，深圳创维集团、深圳航空有限责任公司、深圳市协勤实业有限公司等十几位企业代表就落实政策的相

关细节踊跃提问，政府各部门领导进行了认真细致的解答。最后，郭建会长作总结发言。

宣讲会的成功举办，帮助企业更深入地了解和掌握政府各部门相关的扶持政策，落实促外贸稳增长完成第四季度外贸目标，为政府和企业提供了良好的沟通交流平台，践行了商会“提供服务、反映诉求、规范行业”的宗旨，起到了搭建企业与政府桥梁与纽带的作用。

(公司办公室 刘冰)



公司档案管理软件系统建设启动

【本报讯】11月26日上午，公司召开档案管理软件系统建设启动会，公司领导、公司职能部门负责人、公司档案信息化管理项目小组成员、公司专兼职档案员、档案软件实施方人员等参加会议，启动会由公司总经理郭建主持。

启动会上，郭总对档案软件实施方量子华南公司刘笑总经理及她的团队表示欢迎，强调现阶段实施档案管理软件的重要性，指出档案系统要满足公司对档案管理工作需求，希望建设高效率、科学化、网络化、规范化、统一开放的档案管理系统。郭总在启动会上宣读了《关于成立公司档案信息化管理项目小组的通知》和《关于明确公司专兼职档案人员的通知》两份文件，从人员支持方面保障项目的顺利实施。

会上，量子华南公司刘笑介绍了他们的团队及公司档案软件项目情况与项目实施计划。

会上，公司副总经理档案信息化管理项目小组组长邵晖代表项目小组发言，表示档案管理软件的使用是公司管理的需要，我们配备专业档案员和先进技术，希望档案管理规范、高效、完整、安全。邵总提出这次档案软件项目一定要高标准要求，项目组人员要全力配合。

最后，郭总表示，我们是一家有追求的公司，公司对各个项目的要求都很高，档案软件项目要保持高标准，与实施方合作，打造精品项目，公司领导干部会高度重视、大力支持，希望全体员工能积极配合，圆满完成档案管理软件系统建设任务。(公司办公室 左阳)

中电前海公司荣获深圳海关“协调员企业”称号

【本报讯】近日，深圳中电前海信息产业有限公司(下称“前海公司”)与深圳海关签订合作备忘录，获得深圳海关“协调员企业”荣誉称号。

据了解，今年外贸形势严峻，出口降幅明显，为帮助企业渡过难关，深圳海关与深圳市有关部门合作，于今年6月出台以“减负、增效”为目标的帮扶措施，即“十、百、千、万”家企业扶持计划，该计划重点扶持深圳市十家总部企业、百家上市公司、千家国家级高新技术企业和万家高成长性生产型中小微企业。

为支持前海跨境电商、物流

等新兴产业取得更大进步，10月26日，深圳海关在前海自贸区举行“企业协调员制度”和“十、百、千、万”家企业扶持计划启动仪式。在启动仪式上，深圳海关与26家企业签订合作备忘录，将其纳入“十、百、千、万”家企业扶持计划，并向企业颁发了牌匾。

前海公司成为深圳海关协调员企业后，可享受深圳海关专人联系及在全国范围内跨关区协调解决疑难问题服务等便利通关措施，这为前海公司快速发展、提升行业竞争力发挥了重要的作用。

(业务中心 黎维)

京华公司2015年度股东大会顺利召开

——选举产生新一届董事会、监事会

【本报讯】11月20日，京华公司2015年度股东大会在南京顺利召开。会议由董事长郭建主持，京华公司股东代表、第六届董事会和监事会成员、京华公司高级管理人员等参加了会议。本次股东大会审议通过了京华公司2014年度的董事会、监事会工作报告，顺利完成公司第七届董事会、监事会换届选举工作。

会议开始，董事长郭建代表京华公司第六届董事会、监事会主席吴斌代表京华公司第六届监事会分别作了工作报告。郭建董事长代表董事会对京华公司经营班子和全体员工在过去三年里所付出的辛勤劳动表示衷心的感谢，

对所取得的工作成绩给予了充分肯定，期待新一届董事会带领京华公司经营班子，向规模要效益，加快发展，为员工、为投资者、为社会带来更多的回报!

经过股东推荐，股东大会选举徐国飞、郭建、夏德传、向群雄、沈见龙、温辉、罗云水等7人为京华公司第七届董事会董事；选举邵晖、宋云峰2人为京华公司股东代表监事，与职工代表监事张光奎组成京华公司第七届监事会。

随后，京华公司七届一次董事会选举徐国飞为第七届董事会董事长，郭建为副董事长；七届一次监事会选举邵晖为第七届监事会主席。(京华公司 滕立军)

【本报讯】为持续完善公司的质量管理体系，提高体系运行的有效性，预防纠正不符合项，11月23日至25日，公司质量管理办公室组织开展2015年度内部质量管理体系审查(以下简称内审)。经审查，公司的质量管理体系运行有效，符合ISO9001:2008的要求。

此次内审在延续以往内容及要点的基础上，加入了新的审查内容，即流程的审视。公司的流程框架已经搭建完成，部分流程也已经落地、运行，为更好地进行流程的推广运行，持续不断地优化体系，检验前期工作成果，ISO9000办公室及流程管理办公室决定在此次内审中增加公司流程运行的首次审查。

在内审开始前，ISO9000办公室对此次质量审核及流程审核做了充分的准备，根据文件要求认真修订此次内审需要用到的文件及表格，针对首次开展的流程审查，结合公司实际，确定流程审查范围，选择有代表性的23个待审核流程，梳理出需要审核的要点，制定流程审核表，并于11月20日召开2015年度内审的筹备会议，包含流程审核专员在内的36名内审员参加了筹备会议。会议上，质量管理办公室对此次的审核内容、人员分组、审核表填写、审核注意要点等做出了详细的解释和宣贯，在现场对审核员的疑问进行了充分的答疑。会议后，各审核员根据各组的审核范围下载所需要的审核文件，熟悉工作流程，认真做好内审准备。

11月23日，内审首次会议在38楼大会议室召开，会议由郭建总经理主持，公司领导、各部门负责人、内审小组组长等近40人参加了会议。邵晖副总经理宣读了2015年度内部质量体系计划，强调此次内审与以往的不同点及重要的意义，重申了此次内审的目的、范围、时间安排、人员分工等。会上，郭建总经理指出工作质量是公司发展的保障，管理上的滞后势必会影响公司的健康运行，要求大家对内审的认识要提升到新的高度，各内审员要本着对公司负责的态度，切实发现各部门工作中的瑕疵，将内审工作变

成挑刺工作，敢于发现问题、暴露问题，并做好总结分析，提出建议解决问题。在接下来的内审工作中，郭总要求各部门领导积极参与、提供必要的便利和资源支持，全力保障此次内审顺利进行。

会后，各审核小组在组长的协调组织下有条不紊地开展了内审工作，在安排好本职工作的前提下，各内审员按照质量管理体系和流程管理体系的要求，关注所有的审核要素，认真检查记录、系统，反复询问沟通，细致记录整理，很多小组甚至利用午休、下班的时间进行小组内部讨论。11月24日下午，审核组组长主持召开审核小组组长会议。会上，大家就这两天审核发现的问题进行了热烈的讨论，尝试找到问题根源，提出解决问题的个人见解。

11月25日，郭建总经理主持召开内审末次会议。会议伊始，内审各小组组长向与会的公司领导及各部门负责人汇报了此次内审发现的问题点及解决建议。随后，被审核的部门领导针对本部门有异议的问题点进行答辩讨论，对确认存在的问题提出改进，做出改进承诺。汇报结束后，管理者代表邵晖副总经理对此次内审做了全面总结，他首先感谢了各部门对内审工作的配合，肯定此次内审工作的成果，认为此次内审在质量上有较大的提升，指出内审是一年一度的真正全员参与经营的工作，不能是形式主义，随意应付，需要体现其真正的价值。邵晖副总经理还强调，工作中的文件需要及时保存，若没有文件，规章制度和体系就是一纸空文，同时要求加强对流程体系、质量体系的宣贯和培训，在日常工作中要结合流程体系、质量体系及内控体系的要求，优化操作，控制风险，若在审核中发现实际工作与体系文件不符，要分析具体原因，通过修改文件或改变工作流程的方式保持一致。同时要结合此次内外审的结论及建议，着力于打造一个符合规范、易于操作的融合的管理体系。对在审核过程中发现公司内仍然存在的

强化内部管理 提升工作质量

公司2015年质量管理体系内部审查顺利通过

部门墙及部门界限，邵晖副总经理指出在今后的工作中要加强部门协同，增强部门间的沟通，敢于直面问题、敢于对问题的自我暴露及相互暴露。最后，邵副总要求ISO9000办公室认真总结此次内审，对各个问题点提出合理化建议，认真输出内审报告，提交总经理审批。会议最后，郭建总经理对此次内审做重要指示，他指出此次内审发现的问题点多，但并不全面也不够尖锐，从反映的问题来看，整体管理工作滞后，但随着工作的不断提升及调整，出现问题并不可怕，最重要的是要找到问题根源，找到解决问题的路径。内审不是任务、不是目的，是手段，是工作的一个阶段，如果在审核时戴着眼镜，基于不反应、不解决，才是大问题。公司全员要努力将优化提升变成工作习惯，在日常工作中不断自我审视，基于市场的需求及外部环境的不变化，若发现工作非常轻松，即需要关注对工作质量的提升，在工作实操中需要学习和询问体系文件及流程管理文件，而在体系制度的宣贯上不但要有公司层面的，也要有实际工作中的以老带新。郭总强调一切的管理手段都是为了提升工作质量，如果发现不适合就需检讨，质量管理体系及流程管理体系都是先进的管理方法论，我们需要将两套体系融合，拟定真正适合公司的、实用的管理体系，做到既有严明的纪律，还要有灵活的市场审视。最后郭总要求各部门在本次内审基础上进行文件优化、问题处理，以确保顺利通过质量管理体系外部审查。(流程与IT中心 王静)

一带一路 业务大咖怎么看

(接上期)

3 作为身处可以向“一带一路”出口投资的电子行业的企业，我们自己有什么想法和规划？

温辉(业务中心)：

我们有进行一些积极的探索，包括到巴基斯坦和俄罗斯等地参加政府、协会主办的企业商务交流活动等，努力拓展与沿线发展中国家的市场开发及探索当地市场的风向标。而且目前公司正在积极促进产业转型升级，从单纯的进出口环节纵延伸到产业链各环节，达到产业互联。转型成熟后我们能以更好的状态面对“一带一路”政策带来的机遇。耕耘好脚下的土地的同时抬头寻求新的机会。

吴鼎辉(业务一部)：

个人觉得作为供应链和投资企业，和我们自身密切相关的有两个方向：支付牌照和集采输出。第一，我们本身是进出口贸易公司，而且有央企背景和可靠的信誉和实力，如果能够抓住机会成功申请支付牌照，对于我们本身的供应链服务是一个非常有竞争力的帮助，而且借此可以延伸我们在金融和支付领域的服务链条和服务品种；第二，我们本身掌握着大量的资源信息和企业走出去的需求，我们可以凭借自身的平台优势帮助外商进行集采，或者联合境内产业链上下游企业共同对外进行产品或者服务的输出。我们可以搭建这样的服务平台，并且在合适的机会介入其中、整合资源甚至直接进行境外投资，在“一带一路”合作的国家和产业园中打造深圳中电主导的“境外华强北”“虚拟平台的华强北”等。

孙桂阔(业务二部)：

选择“一带一路”沿线某一个或两个国家，作为重点目标，加强业务联系和拓展；在一个国家里选择1、2个合作伙伴，公司再委派一个3人左右的销售团队派出，和客户合作开展电商业务；在国外开展电商业务还可以拉上国内工厂，以获得高质量的供货商，在价格、质量、交货方面获得保证，同时，也减少了经济方面的风险。以上建议都是给公司的，由公司牵头，带领部门按方向实施开展活动。作为一个部门，由于体制、考核、能力等方面的问题，是无法实现上述想法和规划的。但业务部门可以承担一些具体的分项目。

焦勇(业务四部)：

深圳中电是一家有着多年贸易经验的企业，在电子行业有着数千家优质客户，初期可围绕贸易领域发展创新型投融资是有效降低风险。投资建立自己的贸易网络平台，配套

投资建设物流、仓储网络，成为连接国内与该地区电子产品贸易的窗口和标杆；另一方面，视市场情况直接投资建立组装、加工或维修工厂，满足各种客户的贸易需求。或为公司有发展潜力的客户定向融资，帮助客户“走出去”，发展新的贸易融资模式，建立新的利润增长点。

黄小华(业务九部)：

利用多年积累的“一带一路”沿线国家的客户人脉和市场经验，可以更快入手，精准发力。在原有工作的基础上加大投入，在重要的市场节点打下基础，发掘机会，根据市场的需要调整我们的短中期计划，制定相应的营销模式，为长期的业务发展做充分准备。

张颖舒(业务十部)：

“一带一路”，现阶段的机会主要在于基础设施建设方面，有部分配套的行业我们还是存在一些机会的，比如：照明产品、某些通讯类产品、某些智能设备、电力设备等等。甚至，在人民币国际化的进程中，人民币终端支付设备本身就有大量的需求。如果真的想要搭上“一带一路”这趟车，需要我们跳出传统业务的思维模式。毕竟，这个市场不是我们熟悉的消费电子市场，业务模式也大都不是目前我们熟悉的一锤子买卖。风险更多来自业务本身，前期的投入巨大包括时间、精力和金钱，获得收益的周期也很很长。可能业务的机会本来就遇而不可求，但是，只要有机会就值得我们去尝试，我们也一定会去尝试。

杨婧(业务十五部)：

跨境电商也是另外一个国家大力支持发展的行业，未来想象空间巨大，而在“一带一路”，跨境电商才刚刚兴起，我们面临机会和挑战。个人认为消费类电子，特别是一些有设计感的平衡车、穿戴设备等，是不错的选择。我部门现在也正积极探索跨境电商，建立了LED大功率灯的营销型网站。深圳中电还是有资金优势和资源储备，不但参与，也可以通过投资方式参与一些与“一带一路”相关的项目和公司，通过投资渠道分享发展机遇。

孙涛(加工贸易部)：

面对国家“一带一路”政策带来的重大机遇，深圳中电身处外向型经济为主的深圳，一定要与时俱进、顺势而为。积极创造条件，参与国际合作，拓展国际市场，增强跨国经营能力。作为电子进出口行业领头羊的我们，要抓住“一带一路”带来的有利机会，不仅更多地参与到电子

设备进出口相关的项目中，并且可以借此机会深入了解国际市场来进行资本项目的投资。

梁俊民(光伏业务部)：

作为身处可以向“一带一路”出口投资的电子行业的企业，我们目前有相当数量的代理合作企业，在供应商资源方面有较大优势，并且熟悉电子行业的产品和市场。可以根据当地市场的需求找到适销对路的产品。主要可以采用两种模式，一种是带着国内企业走出去的模式，另一种就是根据不同国家和地区的需求在国内做代采。这两个模式可以结合起来做，充分发挥我们现在与众多中小企业合作的优势。

4 已经开展了与“一带一路”建设相关的工作进展介绍和经验总结

焦勇(业务四部)：

我们四部前一段时间应公司号召，带领骨干业务员随团去巴基斯坦进行考察，对该国的市场有一定程度的了解。回国后，部门内部分享了该国的考察情况并就设想开拓巴基斯坦市场做了初步的讨论，形成了初步的规划：首先，派遣骨干业务小组深入考察该国市场，了解市场需求和发展方向，确定工作目标；第二，根据考察结果驻点该国的主要城市，初期利用国内丰富的客户产品资源，以合适的方式进行贸易，同时创建推广公司自有品牌；第三，配合公司战略在当地建立自己的物流、售后等，并视当地的发展情况发展跨境电商。

姜峰(业务七部)：

国家“一带一路”战略推出后，已迅速成为企业开拓国际市场的重点战场。我部门现在正积极通过广交会、香港电子展以及国外专业展会的展示、交流、洽谈了解“一带一路”沿线国家需要什么东西，从“有什么卖什么”提升到根据对方的需求研发新产品。如果深圳中电要在“一带一路”上有所发展，必须要“走出去”，把销售和营销直接放在将要发展的市场，坐等客户，只能坐以待毙。

黄小华(业务九部)：

我们一向根据这些国家的市场需要和支付特点，提供相应的产品与服务。“一带一路”沿线国家中发展中国家的发展中国家比例较高，尽管经济增速

等限制，市场相对没那么透明，对产品质量要求较高，而且灯具并非一个独立产品，需要结合较专业的工程配光等方面的知识经验。由于全球节能减排的大力提倡和照明企业的大力推广，现在正处于由第三代光源卤灯向第四代光源LED过渡的阶段，我们深圳中电在该领域大有可为！

在扬帆起航之前，我们从零开始做了大量的筹备工作。从5月底体完产假回来，我便加入了部门自营组。为了做好后续打硬仗的心理准备，部门领导和我参加了“外贸特种兵”培训，6天的高强度训练给我的精神和心理状态都铺好了基垫。7月份，我们开始筹建自己的营销型网站。高强度竞争的时代，单纯依靠展会营销，或者传统B2B平台网站营销已经远远不够，我们要结合时代变化整合营销渠道，打造一个以自身营销型网站为核心平台，集网络营销、E-mail营销、搜索引擎营销、社交媒体

快，但国内或地缘性政治形势复杂，政治和经济环境的变数大，我们会密切关注相关局势，稳中求进，安全第一。与此同时，谋求与重点客户发展长期的业务关系，在形势相对平稳时多做，形势复杂时稳守不冒进，提高客户的忠诚度和长期合作的意愿，保证我们获得优先的发展机会。

徐超俊(业务十一部)：

我部门自营业务涉及部分“一带一路”的沿线国家，例如印度尼西亚、越南、伊朗和埃及等，贸易的产品为平板电脑和音箱等电子产品。我们仍在努力开发这些地区的业务。需要注意的是，在与“一带一路”沿线国家的贸易活动中，要特别关注风险，包括成本、汇率、价格等市场风险，还有政治动荡、政策与法律风险、文化差异风险等非市场风险。

杨婧(业务十五部)：

我部门已开展了跨境电商的布局，经过近半年的发展，我部门已建立了营销型网站，开始了跨境电商的探索。详情可以去访问我部门网站www.led-light-supplier.com。当前传统业务正经历着严峻的考验，我部门进行营销型网站的探索是对未来能搭建一个跨境电商平台的试水，目前网站访问量较好，经过广交会和搜索引擎的推广，已经取得了不错的效果。我们都在不断探索和寻求创新，我们知道创新并不是一帆风顺的，但是只要勇于去做，严格进行风险控制，若有公司的大力支持，我相信我们的未来是美好的。

梁俊民(光伏业务部)：

我部门通过今年3月份在巴基斯坦的展览，接触了一些政府组织和当地企业，希望有机会能与他们开展相关的合作。目前我们正在接触的是巴基斯坦的一家研究院，他们已经有了光伏设备的生产线，有意向请我们去给他们做生产指导。我们双方希望借此建立一个紧密的联系，力争他们目前生产所需要的电池片及其它原材料可以由我们来代采；将来针对他们政府的一些投标项目，譬如太阳能热水器、太阳能水泵等，我们也可以互相合作去竞标参与。

(通讯员 梁慧宁、丁婷婷、金娜、贾嘉颖、朱宇停、阙梦缘、邱敏、张柯、黄丽芳、魏兴彬、钟铸、魏肖、刘蓓、方晓荣)

我们，扬帆起航

2015年的秋季广交会圆满结束了，这是我第一次以参展商的角色参与到广交会，兴奋、开心、激动、紧张，因为这次展会象征着我们业务15部的自营业务正式扬帆起锚了！

10月13日到19日七天里，前两天布展，装木架、贴海报、爬梯子、挂吊灯。正式开展后，我们从装修工摇身一变成了专业LED灯具销售工程师，揣着一颗客户与我对视两秒我就上的心，操着一口好久没使用的英语，从刚开始的紧张，到后面的脸皮越来越厚，接客变得越来越自如。展会经验也好，产品专业知识也好，我们三个刚接触LED照明没多久的小伙伴们都是小菜鸟，因此每天晚上小姐姐都会组织我们开会交流，客户接待经验、熟悉产品、结合展会上接

待客户时遇到的问题指导我们。展会上与客户交谈的几分钟足以体现一个业务员的专业程度，几天下来，我深深地感受到自己在产品、行业等方面需要深入学习的还太多太多。

除了营销自家产品，展会还是个考察市场同行，对比自身产品的好机会。照明馆里各类灯具琳琅满目，现在社会上各行各业对灯具的需求越来越个性化。相对来说，小功率的室内家用灯具竞争更为激烈。我们部门主营的是大功率LED，当初部门在选择这个产品方向时，就是考虑到小功率的LED室内灯具技术较为成熟，规模化量产，同质化严重，市场的价格拉锯战已经白热化，各大品牌市场占有率高，我们可以发挥的空间不大；而大功率LED由于技术瓶颈

新人初体验

——2015秋季广交会参展工作感想

作为一名新手，今年秋季是我第一次参加广交会，心里既期待又紧张！期待在市场的第一线了解客户需求，推广我们的产品，取得客户联系名片，会后跟进争取拿下订单；紧张的是自己资历尚浅，缺少LED灯相关的专业知识和应用案例经验积累，缺少与客户沟通、谈判的技巧。怀着这种心情，我度过了充实紧张的五天，期间在领导的带领下，每天回顾总结当天的展会工作情况，发现不足，及时改进。这次广交会的经历让我学习到很多知识，积累了宝贵的经验。

本届秋交会的出口成交额总共270.10亿美元，同比下降了7.4%，面临着境外采购商和出口成交额“双降”的局面。虽然外贸形势不容乐观，但是我们坚持做好自己的每一项工作，稳中求变。主要工作围绕展会、营销型网站两大方面展开：

一、展会方面

展会第一天检查布展和各项物资到到位情况，确保灯具可以正常照明，ZigBee智能控制系统可以正常使用，目录、报价单、笔、笔记本等准备齐全。学习接待客户礼仪和引导客户进展位参观，熟悉所展灯具的属性、材料与价格，练习如何回答客户问题或者向客户提问，多了解一些客户信息。晚上小组探讨总结出问题：第一天接见客户、回答客户的问题时略有紧张，与客户交流时，没有向客户深入提问，探出客户明确的需求，记录在本的信息不够充分详细，没有主动拍照作会后联系使用。

吸取第一天参展的总结教训，接下来的几天，继续加深学习产品参数和产品目录，主动引导客户进展位参观，向客户提问探明其需求，初步了解客户背景，邀请客户合影，事后记录客户感兴趣的产品和谈及主要细节以便跟进。当天展会结束，我们集中讨论总结了当天的参展情况，这样可以帮我们适时地完善不足，调整方法，分析客户加深我们对客户的印象和掌握客户的需求。

展会结束后第二天，我们趁热打铁，梳理展会搜集的客户名片，

进行客户背景调研，结合笔记记录的要点，第一时间与客户邮件联系跟进，并将客户信息与客户信息管理系统。继而整理报价单，回复客户询价，跟进已报价客户。这一过程中，需要做更全面的客户信息调查，包括目标市场、项目工程师还是贸易商、批发商，主营产品，公司案例，主要关键人等，根据客户的需求，向客户推荐合适的产品。

此次参展，领导、同事们的指导以及现场实践让我学到了很多关于产品专业知识、展会接待客户以及与客户跟进知识。“巧妇难为无米之炊”，要有储备，才能输出。个人对产品专业知识欠缺，要读透现有的产品培训资料、产品目录内容，再结合网上学习参考一些实际的灯具应用案例；由于时间紧迫，遇到不懂之处要多向同事他人请教、交流，边学边用，沉着应对接待客户时遇到的问题。为了提高展会客户的订单转化率，需要继续深入学习展会客户跟进的技巧、沟通技巧以及LED灯应用案例专业知识。在接下来的一个月，希望通过网络课程培训（如米课），向有经验人士请教学习这方面的知识。

二、营销型网站

除了展会，经营好自营网站也是我们工作的重中之重。网站内容的定期定量更新、网站SEO以及网站的访问量对于网站在搜索引擎的排名有很重要的作用。因此，我们自营网站的工作也不能落下。

（一）组内分工合作，定期更新。我坚持每天更新1个产品，一则做到定期更新网站内容，提升网站在Google搜索引擎的收录量和访问量；二则可以向展会客户推广我们的网站平台，既让客户了解我们，还可以让客户方便快捷地在网站上浏览了解更多的产品信息。

（二）定期更新新闻栏目，每天上传1-2则新闻，增加网站新页面，便于Google搜索引擎的抓取与收录。结合我们所经营的LED灯产品特点，坚持每天积累LED灯相关的新闻素材，在积累素材的过程中，我也可以学习到更多与LED灯相关的知识，熟悉市场动态。

（三）以“社交媒体”推广网站。互联网时代到来，人们更加青睐于通过各大社交媒体（如Facebook、Twitter、LinkedIn等）获取各方面的信息与发表新动态，因此我们学会借用这些拥有庞大用户群体的社交媒体来营销我们的网站，从而营销我们的产品。目前采用了每日在各大主要社交媒体平台发布外链的形式，将我们的网站推广出去，让更多的用户群体关注我们，这样有助于提升我们的网站访问量，也有利于引起搜索引擎对我们网站的关注与抓取。此外，我们每日发布的新动态，宣传我们的企业文化、工作环境、团队活动、展会等内容，树立良好的企业形象。

网站的经营工作贵在坚持，精在高效，除了坚持定期更新网站的产品、新闻、应用案例等，我们还应该懂得找方法高效地完成更新网站的工作，提供效率，更合理地分配我们的工作时间，如产品的图片要提前准备并用图片编辑软件修改好，分类别、分名称保存；产品的详细描述，需要每天参考浏览国外LED相关企业网站，取长补短，学以致用到我们网站，提高网站内容的准确性和专业度。前期材料准备充分（最起码备好3天的弹药），可以帮助我们高效地完成网站的更新工作。

此外，除了网站上的内容更新，我们接下来的一个月里，继续充分利用我们的社交媒体平台。在开启推广新计划前，我们需要结合各个灯的属性（找出这款灯的最大卖点）和每个社交媒体的特点进行分析，如这款灯适合在哪个平台做推广，哪一款更适合这个平台等等。要有目标受众才能营销，我们每天添加N个目标受众或群组，首先建立一个营销圈。而且，我们并不是每款产品都推，也不是只推产品，应该交替宣传产品、企业文化与公司活动等，不做一味的信息轰炸，而是经常与联系人、好友互动，逐渐地形成一个真正的营销平台。建立这个营销网站和各个社交媒体平台之后，我们需要进一步学习如何更好地通过数据分析检测我们的网站和平台，随时检验我们的工作效果，适时调整方针，改善方法。

日后的工作仍然有很多需要改进、完善的地方，希望自己不断思考总结，找到更优、更有效的工作方法和技巧。

（业务十五部 陈美姬）

随着传统业务面临的挑战越来越多，我们再也无法把鸡蛋放在同一个篮子里。大众创业、万众创新作为时代主题。创新再也不能是口号，我们必须行动。所谓创新就是在某一个领域内别人没有做而我们去开拓探索的新生事物。2015年8月，我们部门对跨境电商进行了初步的探索，建立了自己的营销型网站。

我们的初衷是以LED为入口，建立一个营销型网站。所谓营销型网站是区别于展示型网站的，它是为实现某种特定的营销目标，能将营销的思想、方法和技巧融入到网站策划、设计与制作中的网站。最为常见的营销型网站的目标是获得销售线索或直接获得订单。当前外贸公司大部分是依托于外贸平台如阿里巴巴、敦煌网、环球资源、亚马逊等。当前很多外贸企业反映阿里巴巴性价比不高。所以我们部门选择自己建立营销型网站，希望通过推广直接与客户联系，减少平台费用，向客户更加直观和个性化地展示产品。如果自己做好了，也可以成为一个外贸平台，为国内供应商提供一个出口渠道。

怀着这种美好的愿景和对业务创新的使命，我们开始了自己的自营探索。在部门领导杨婧的带领下，我们从8月开始学习网站建设，9月2日凌晨两点上线，9月2日到10月10日38天连续不休息地维护网站，客户访问量和点击量都有非常明显的提升。在今年秋季广交会上，我们的网站帮助客户了解了更多的产品，尤其是没有摆上展位的產品。

营销型自营网站本身是一项贵在坚持的事业，要做好网站建设，组建好队伍，形成自己的特色并做好运营维护。网站后期的管理维护非常重要，包括动态信息更新、新产品更新、咨询回复、网站安全等，需要制定网站管理与日常维护更新制度，确保网站发挥作用。我认为与展示型网站相比，营销型网站的交互性更强。我们也会参加展会，展会比较明显的特点是光临我们展位的大部分是成熟的专业人士，他们大多具有较为专业的工程背景或者对产品大方向比较了解。而我们知道互联网客户有一个非常重要的特点是年轻化，网上购物大部分属于冲动型消费，也就是看中一个产品觉得不错就下单，而深入研究这个产品的比较少，所以消费电子是非常适合做电商的。

经历三个多月做网站，深深感觉到这是一项必须长期坚持的事业。想要一开始就出成绩会让人受挫，外贸行业是一个需要吃苦精神、拼命三郎精神的行业。有一个同行曾经因为建立网站而在短短一个月瘦了10斤。我们在不断地学习，不断地摸索，因为没有太多经验可以借鉴，所以我们也是在摸着石头过河。在学习和进步中，我们也不断超越自己，不断超越过去曾经学习的对象。不忘初心，方得始终。如果方向是对的，我认为坚持就是进步，我相信只有实践能检验我们的努力，我们在路上。

（业务十五部 魏肖肖）

行进在跨境电商的路上

“中电杯”羽毛球赛精彩落幕 再夺中电信息羽毛球赛桂冠

金秋11月，可以说是深圳中电的羽毛球热季，在工会大力支持，组织者精心安排，工作人员全力配合之下，从月初开始的单项赛顺利接轨下旬的团体赛。

本次比赛大家踊跃报名，参与的热情非常高，报名人数过百，而且很多人都是参与了两个以上项目。赛场上，同事们活力四射，尽显风采，有高远球、吊球、扣杀等各种球技展现得淋漓尽致。观众的喝彩声、加油声、欢呼声此起彼伏。比赛中，每位选手充分发挥了顽强拼搏的体育精神，即使落后仍每球必争，不轻言放弃，奋力拼搏。初生牛犊不怕虎的初学者敢于挑战胸有成竹的种子选手，高手之间的对决更是成为了比赛的焦点，领导和员工相隔球网眼中只有熊熊燃烧的斗志，完全不平时的拘谨，不论输赢对战双方握手言笑，总部与投资企业的职工通过一场场比赛都成为了球友。单项赛中，李朱耕、黎敏分别夺得男单、女单第一，男双由郑文光、张战峰拔得头筹，女双对决中，殷仲红、韦颖摘得桂冠，混双冠军被李朱耕、杨婧协力拿下。团体赛项目中，物

业一队、中电照明分获冠亚军，中电三队、中电电力并列季军。

赛场上的精彩，离不开组委会各位工作人员的辛勤筹划。赛期的安排、场地的预定、各项器材的准备、赛事的摄影记录，工会、党委、团委都筹划安排细致周到。尤其感谢白晓东同志，身体不适仍主持了每次赛事的准备会议，得知男单比赛缺人后，一马当先报名并取得了第二名的好成绩。赛程规则也是一波三折，团体赛由原先的自由组队，听取各位领导同事的意见后改为部门混合组队，也允许队员不够的队伍借用其他部门的选手，分组抽签时各位领队齐聚一堂秉着合作第一的精神，鼓励更多员工积极参与，使得比赛更具观赏性。还要感谢我们的裁判队伍，没有你们，可能会因为一两个难判球导致赛场变成菜市场。选手们赛场上激烈PK，裁判员则认真仔细，公正公平，观察选手的每一个动作，记录选手的每一分成绩，默默地为中电杯增添色彩。

已经圆满落幕的羽毛球赛事更像是一次热热闹闹的全民运动会，展示

了公司员工积极向上，齐心协力的精神，丰富了员工的业余文化生活，引导大家树立起健康的生活方式。看到这里，是否有人会想起家中尘封已久的战拍，被冷落的球鞋还在等候您的御驾亲征，按捺不住的话，记得来深圳湾羽毛球馆，每周一和周五7点半到10点半，期待与您相见！

11月28日，中电信息第二届职工羽毛球比赛在皇冠体育中心羽毛球馆举行。4支队伍：深圳中电、桑达、爱华、深器材，共50名羽毛球爱好者参加了比赛。开幕式由中电信息党群工作部副主任张紫都主持，深圳中电杨广代表运动员宣誓。

比赛项目分为领导班子友谊赛和男女混合团体赛，公司领导郭建、邵晖、



郑波参加了领导班子友谊赛，与其他公司领导切磋了球技，展现了良好的干部精神风貌。团体赛采用循环赛制，设男女单打、男女双打、男女混合双打、积分排名。赛程历时一天，场馆内人声鼎沸，赛事跌宕起伏，扣人心弦。公司领导涂相俊带领王仲敏、姜峰、黄威、杨广、李朱耕、袁琳、韦韦、贺利、周小利、韦颖等10名队员参赛，通过大家的精心布阵、奋勇拼搏，再夺桂冠。

（财务管理部 张宇磊）