

公元報

星期四
2021年04月15日
新闻热线: 0576-84277360
E-mail: gongyuanbao@era.com.cn
印刷: 浙江经纬印业股份有限公司
内部资料准印证: 浙企准字第J079号
内部资料 免费交流

第
131
期

ERA NEWSPAPER

名誉主编: 张建均 主编: 卢震宇 副主编: 张贤康 执行主编: 高春泉 排版编辑: 鲍美荷 文字编辑: 郎梦婷 校对: 张振科 鲍美荷 周玲玲



黄岩区委书记进永高 开展“三服务”活动

本报讯（通讯员 张振科）3月19日上午，市政协副主席、黄岩区委书记陈建勋走进永高股份开展“三服务”活动，了解企业生产经营情况，为企业发展排忧解难。黄岩区副区长江德华一行及相关部门负责人、公元集团董事长张建均、永高股份董事长卢震宇陪同调研。

调研中，卢震宇向陈建勋一行介绍了公司目前的管理运营情况、当下公司发展的痛点以及公司未来发展规划。陈建勋听取介绍后，对永高股份2021年一季度良好的生产经营形势表示鼓励，并针对生产和物流场地周转紧张的问题，现场责成有关部门加快土地问题审批手续，以最短的时间助力企业更快发展。

永高股份拟出资1.8亿元 设立全资子公司江苏永高

本报讯（通讯员 张金萍）据永高股份董事会3月24日晚间公告，基于公司战略发展需要，进一步巩固公司在华东区域的战略布局，更好地服务华东区域的客户，深挖华东市场，拓展市场竞争力，公司拟在江苏淮安设立全资子公司江苏永高塑业发展有限公司。

根据公告，江苏永高注册资本为1.8亿元，永高股份持有该公司100%股份。江苏永高经营范围包括塑料制品、涂料、卫浴和五金产品的制造、加工及销售，管道施工、设计、安装及技术的进出口业务。

据了解，江苏永高将成为永高股份在国内的第九大塑料管道生产基地。公元将按集团“十四五”规划的战略部署，不断完善公司战略布局，不断研发智能新品，带着“让流动更无忧，让世界更美好”的品牌使命，向“幸福企业”迈进！

“ERA公元”连续五次入选浙江出口名牌培育名单

本报讯（通讯员 张金萍）日前，根据浙江省商务厅公布的2020年度“浙江出口名牌”培育名单所悉，“ERA 公元”再度获评2020年度“浙江出口名牌”荣誉称号。这是“ERA公元”自2008年入选

首批“浙江出口名牌”后第五次成功入选。

近年来，在打造“浙江出口名牌”的强大推动下，公元大力实施品牌战略，品牌价值和竞争力在“国际舞台”上与日俱增，成功蜕变为全球

知名的塑料管道品牌。截止目前，“ERA公元”已在全球近百个国家（地区）注册，获得了德国DVGW、美国NSF、澳大利亚WATERMARK、英国KITEMARK等百余个国家的国际认证，出口量居全国行业第一。

永高股份两项新产品鉴定达国际先进水平

本报讯（通讯员 李晓涵）3月27日，由住房和城乡建设部科技与产业化发展中心主持召开的建设行业科技成果评估会在永高股份行政办公楼四楼会议室顺利召开。会议经专家评审团认定永高股份“氯化聚氯乙烯（PVC-C）消防管及管件”、“玻纤增强塑料（BFRP）电缆保护套管”两项新产品项目均已达国际先进水平。

当天下午，专家评审团首先在永高股份总经理冀雄和副总经理、总工程师黄剑等领导陪同下先后参观了双浦厂区生产车间、永高研究院以及应用实景展示厅，

对公司的生产规模及产品研发技术有了初步的了解。

在随后的评估会上，来自国家住建部、中国建筑设计研究院、中石化北京化工研究院、国家化学建材测试中心等国家重点单位12名专家组成的评委团听取了项目技术负责人孙华丽与汪鹏跃对“氯化聚氯乙烯（PVC-C）消防管及管件”、“玻纤增强塑料（BFRP）电缆保护套管”项目的技术工作汇报，并从技术研究路线、产品设计、检测应用、性能指标等方面进行了询问与了解。最终经过两个多小时的讨论答辩，评审团最终形成以下鉴定意

见：永高股份“氯化聚氯乙烯（PVC-C）消防管及管件”及“玻纤增强塑料（BFRP）电缆保护套管”项目均已达到国际先进水平。

多年来，永高股份作为中国塑料管道的领军企业，始终坚持科技创新，依托公司企业研发、产学研结合和国际合作三个层次平台，以“引领塑料管道行业健康发展、推动我国塑料管道行业技术进步”为己任，紧密跟踪国际前沿技术和国内行业政策，不断开发高技术含量的新材料、新产品，扩充塑料管道的应用领域，致力于“让流动更无忧，让世界更美好”。



图为电缆保护套管（左）和（PVC-C）消防管及管件”（右）

公元与多家装饰企业达成战略合作

本报讯（通讯员 王天金）2021年，公元家装开启了“‘元’装时代”装企战略合作计划，以期通过强强联合的方式，达成多元共赢的目的。近日，家装销售中心传来好消息：公元与多家装企达成战略合作伙伴关系。

3月12日，公元集团·永高股份与金螳螂集团在金螳螂总部大楼签订了战略合作协议，宣布双方在全屋家装领域、建筑工程领域等多方面达成战略合作。永高股份总经理冀雄、家装事业部总经理陶金锐、家装事业部总经理助理潘灵敏与金螳螂集团董事长倪林、联席总裁陈晓峰等双方领导出席签约仪式。

对于此次合作，永高股份总经理冀雄表示，金螳螂“致力于改善人居环境”的企业使命正好与公元全新的“成为幸福生活创享者”的企业愿景和“让流动更无忧，让世界更美好”的品牌使命相互呼应，相得益彰。愿双方以此次签约为起点

和契机，坚持“共商、共建、共享”，探索双方互利共赢的合作模式，为产业链合作创造更多机会和可能。金螳螂装饰作为中国装饰行业的上市公司，已连续18年被中装协评为中国装饰百强第一名，业务遍及全国及部分海外市场，具备室内装饰、幕墙、景观、软装等全产业链设计施工等服务能力。公元与金螳螂签订战略合作将充分发挥各自的影响力与竞争力，强强联合，整合优势，携手共建更加舒适、环保、健康的家居环境。

3月4日，公元集团·永高股份与品元装饰集团在南通举行了战略合作签约仪式。南通品元装饰集团董事长朱建平，永高股份家装事业部总经理陶金锐、家装事业部总经理助理潘灵敏、南通公元管道总经理周加福出席本次签约仪式。品元装饰在过去的十几年里，一直以一流的设计，顶级的施工，七星级的管家式服务，服务于每一位客户。这也与公元在产品质量、

施工工艺和售后服务的高品质追求不谋而合。未来，公元与品元将各自发挥双方优势，把更健康环保的材料更好的推荐给每一位业主，为广大业主用上安全、健康的水源而共同努力。

据悉，公元除了与金螳螂和品元签约之外，还与扬州的鼎昇装饰、悦腾装饰、质鼎装饰、美即装饰、和创美装饰等公司签订了战略合作协议。公元与装饰公司达成战略合作，是基于产品及应用体系高度互补的前提。近年来，随着消费结构的不断转型升级，越来越多的消费者开始选择装饰公司进行装修设计和施工，家装设计的市场潜力巨大。公元将通过与装饰公司的战略合作，不断下沉市场，进一步扩大家装系列管道的市场，进一步放大其多样化产品线的制造产能优势，开启“‘元’装时代”。

综合 3版

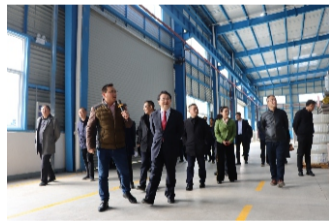
综合

岳阳市经开区党工委副书记 游志坚一行调研湖南公元

本报讯（通讯员 刘芳）3月20日上午，岳阳市经开区党工委副书记游志坚一行30余人莅临湖南公元考察调研，湖南公元副总经理王成荣等领导热情接待。

游志坚一行在王成荣的陪同下参观了一车间。王成荣从公司发展、投资规模、产值产量、市场销售等方面进行了详细的介绍。对于湖南公元的未来规划，王成荣表示，新的一年湖南公元将继续在集团公司的领导和政府的扶持之下努力开拓进取，为市场提供更加优质的产品。

在听取介绍后，游志坚对湖南公元的项目建设速度以及厂区的规模化建设给予了高度评价，对湖南公元的未来发展充满了期待。同时他表示，政府正全力打造具有“一产业、一园区、一走廊”特色的岳阳自由贸易试验区，希望湖南公元能紧抓岳阳自贸区的形势，共创发展新机遇。



图为岳阳市经开区党工委副书记游志坚一行参观湖南公元

凝心聚力 共创未来

重庆永高隆重举办十周年庆典暨第二届核心经销商大会

本报讯（通讯员 龚建）3月21日，重庆永高隆重举办了十周年庆典暨第二届核心经销商大会。本次活动以“凝心聚力·共创未来”为主题，历时3天，由专题培训、文化宣讲、新产品交流、感恩晚宴与主题晚会五个部分组成。重庆永高高新区相关领导、重庆市塑料行业协会嘉宾和250余名经销商与永高股份总部领导、重庆永高管理团队等出席各项活动，共话重庆永高新未来。

永高股份董事长卢震宇率总部管理团队代表参加核心经销商大会和庆典晚会，并在21日晚上的“凝心聚力·共创未来”庆典晚会上致开幕词。他在致辞中表示疫情的磨练让广大经销商朋友和公元建立了更加恒久的合作，为公元的发展壮大立下了汗马功劳！展望未来，不论是公元还是经销商，都不能睡在过去的功劳簿上，而是要拿出如履薄冰、突破自我，以优胜劣汰的决心、不进则退的勇气和抱团共赢的理念，应对市场挑战，共创发展新机遇。卢震宇强调：“只有相互信任方可抵岁月漫长，只有互利共赢方可共创共享幸福公

元。让我们一起努力，莫负公元好春光，莫负伟大新时代。”

随后，庆典晚会在热情奔放的舞蹈中拉开帷幕，情景剧、小品、舞蹈、合唱轮番登场，重庆永高的家人们精心准备的演出，纯粹而又接地气，充满了热情和活力，获得了满堂掌声。晚会期间，还特别对优秀经销商进行了表彰。

重庆永高总经理罗建华在第二届核心经销商大会中回顾重庆永高十年发展，提出要以此大会为契机，以诚立业，以信铸魂，用只争朝夕的精神和时不我待的紧迫感完善重庆永高各项体系机制和销售政策，不断为市场提供更优质的服务保障。重庆永高副总经理陈红书在会上解析了重庆永高2021年的销售策略及“十四五”战略规划，号召所有经销商携手前行，共创美好未来。

此次大会还邀请了一元教育创始人、中国绩效管理资深实战专家蒋春燕老师为参会人员开展了为期2天的《打造销售铁军》专题培训，分别从企业发展历程、绩效管理制度以及企业管理机制等方

面对与会人员进行全面的培训。永高股份副总经理黄剑作了题为《饮水思“元”，让流动更无忧—塑料管道发展趋势及公元新产品交流》的主题讲座，不仅分析了新时代背景下我国塑料管道行业所面临的问题和发展趋势，对“十四五”期间及未来社会城乡基础设施建设、地产及住房等对塑料管道潜在需求做了解析。永高股份行政中心总监高春泉带来的《品牌哲学与阳光文化》文化宣讲会引起了全场的共鸣。“成为幸福生活创造者”的企业愿景更是深入人心，引人深思。

据了解，重庆永高创建于2011年，是永高股份面向中南、西南市场的生产基地，系重庆市永川区招商引资重点企业，主要生产PVC/PPR管材管件、HDPE波纹管等系列850余种产品，具有年产15万吨生产能力。经过重庆永高人十年的辛勤奋斗，目前重庆永高已经成为重庆市塑料行业协会副会长单位，重庆市塑料管道专委会主任单位。



图为重庆永高十周年庆典暨第二届核心经销商大会合影

总部新员工“关爱八宝”正式启动

本报讯（记者 沈傲云）2月25日，永高总部120余名YCC阳光文化圈圈长及关爱委员齐聚永高大剧院，参加阳光班组（YCC）新员工“关爱八宝”专题培训会，标志着集团总部“关爱八宝”行动正式启动。

人力资源中心副总监林燕春宣导了“关爱八宝”项目实施的主要目的和意义，人力资源中心招聘与员工关系部副经理沈傲云详细介绍了项目实施细则及关爱技巧。会后，各单位根据新员工“关爱八宝”细则要求对新进的561名员工实施了关爱。

新员工“关爱八宝”项目是阳光班组建设（YCC）的重点工作之一，主要目的是为了深入贯彻落实公司提出的“招人留人育人形成新机制”，让新员工能够快速熟悉工作环境和工作内容，了解公司企业文化，第一时间全方位感受到来自公司“家”一般的温暖关怀，增强新员工对公司的认同感与归属感。

据了解，该项目从去年年底开始策划，共历经两个多月的前期摸排与调研，于2021年1月25日全面启动。项目主要由总部人力资源中心、生产管理中心和行政中心组织落实，设立关爱小组、培训小

组、文化小组以及支持小组四大工作组负责日常关爱措施的推进，YCC文化圈关爱委员具体负责各文化圈内关爱工作跟踪及活动策划。关爱八宝项目以100天为一个周期，90天形成一个闭环，利用YCC平台，根据员工的入职时间分别进行“三级接待”、“新人辅导”、“交心会”、“员工交流会”、“争做圈委”、“一专多能”、“季度走访”以及“关爱闭环”八大环节，确保员工快速融入团队、快速获得提升。

公元太阳能产品亮相巴基斯坦线上展会

本报讯（通讯员 王欢）3月17日至18日，公元太阳能光伏产品亮相巴基斯坦拉合尔太阳能线上展览会，外贸业务员变身“网店小二”，与参展客户展开实时线上交流，做好全程沟通服务。

该展会是巴基斯坦国内专门针对光伏产品的专业化能源展会，得到巴

国政府大力支持，深受东南亚电力和能源行业的认可和关注，目前已连续举办五届。受疫情的影响，线上展会逐渐成为全球化的大趋势。线上展会与线下展会相辅相成，对展会具有巨大的引流与增值作用。相较于线下展会，线上展会相对更加的便利，受众也更广泛。公元太阳能时刻抓住市场

契机，积极参与政府组织的各项线上展会，包括每届的线上广交会、巴基斯坦线上展、以及其他等多渠道展，不断利用互联网大数据资源，开创贸易新模式。据了解，第一季度公元太阳能销售实现开门红，销售订单已拿到了6月。



以文化之智 品牌之力 新品之能拥抱公元品牌3.0时代

2021“ERA公元”品牌焕新暨新品发布会隆重举行

永高股份 刘奕帅

一席湛蓝色的地毯将1983年“公元的诞生”延伸到了2021年“公元品牌3.0时代”，“美好生活小屋”新品展示空间、震撼大气的环形巨屏和炫彩夺目的灯光效果让“2021ERA公元品牌焕新暨新品发布会”显得特别得富有艺术和文化的质感。3月27日下午，随着永高股份高管团队合力推动启动杆的激动时刻到来，公元品牌全新的3.0时代盛大开启。

发布会上，一系列文化战略和营销战略，众多领域新品亮相，公元以文化之智、品牌之力、新品之能隆重拉开公元品牌升级盛典的大幕。

文化之智开启新战略

2021新年伊始，公元的企业文化理念全面焕新，“成为幸福生活创享者”被定义为公元的新版企业愿景。永高股份董事长卢震宇先生以《幸福与“共”》为题，作了企业战略主题演讲。整个演讲围绕“共”字开展，分为“十年共生”“创新共进”和“幸福共创”三个部分。今年是永高股份上市十周年，卢震宇用“上市十年与挑战共生”“未来十年与危机共生”两部分回顾过去十年、展望未来的十年。回顾走过的十年从一组亮眼的数据开始，上市十年间，公元营业收入增长了203.27%；利润增长了355.56%。卢震宇回顾到，这十年公元应对行业增长速度放缓的挑战，在挑战中获得发展；公元应对头部企业集中度加剧、竞争加剧的挑战，在挑战中扩大规模；公元应对智慧未来对传统制造业的挑战，在挑战中领跑行业；公元应对“百年企业”可持续发展的挑战，在挑战中积淀文化底蕴。在与危机共生的未来十年里，卢震宇提出了我们要如履薄冰和乘势而上的战略思考，与竞争共舞，与挑战共生。

“都说2020很难，可2021就简单了？”卢震宇在“创新共进”篇章中以这样一个引人深思的问题开场。他认为，“不确定”从某种意义上来说已是一个现代社会的特征，是我们社会进步的一个代价。也恰恰是现代社会的确定性，才给我们带来更多机会和可能。“但无论环境如何变化，技术如何改变，在企业发展上

有一个基本原则是不变的，那就是聚焦、专注于顾客价值创造上。”他表示，2021年我们的经营策略选择依然以聚焦价值创造为首选，如何真正去理解顾客需求，解决顾客痛点；如何创新顾客价值，帮助顾客成长，是获得企业增长的根本来源。

卢震宇说，资源总会枯竭，唯有文化生生不息，这种“精神力量”和“骨子里的强大”就是企业文化、就是经营哲学。在新愿景之下，卢震宇号召全体公元的合作伙伴用“三共幸福法”，即哲学共有、文化共融和幸福共鸣，争取胜利，谋取幸福！

永高股份总经理冀雄代表高管团队为本次发布会致辞，他表示，在全新的公元品牌时代，我们将从业务战略层面规划品牌，以全局思维建设品牌，用整合方式来传播品牌，让全员参与来打造品牌，用完善团队来管理品牌。同时，将以“打造更理想的品牌空间”“打造更生态的营销结构”“打造更强势的渠道网络”“打造更全面的品牌矩阵”“打造更美好的服务体验”为战略目标，多维度、立体式打造和延伸品牌赋能体系，领跑市场、领跑行业。

品牌之力彰显新主张

看见，看不见。我们看见的是生活的美好、幸福的向往，我们看不见的是公元38年如一日的坚守和承诺。公元全新品牌宣传片《公元 不止所见》震撼首发，一部宣传片串联起了公元品牌的过去、现在和未来，更展现了公元品牌用自己强大的生命力，用力生长、向上的力量。

永高股份品牌推广部经理刘奕帅作了以《生机》为题的品牌焕新主题分享。他回顾了以“好管道 公元造”公元品牌1.0时代、“管网系统方案解决者”公元品牌2.0时代和“让流动更无忧”公元品牌3.0时代三个重要时间节点串联的品牌发展历程，并围绕“品牌价值”“消费升级”和“品牌共识”三个观点进行深度剖析。刘奕帅对公元全新开启的品牌3.0时代和“大品牌 强品牌”战略进行详细阐述。公元品牌3.0时代，围绕“国货”“品质”和

“健康”等IP打造，提出“饮水思源”的新品牌主张，致力于“品牌‘元’生态圈”的打造，以明确的品牌战略、核心的品牌定位、鲜明的品牌识别、良好的品牌形象、优秀的品牌内容、精准的资源配置、高效的品牌传播和持续的品牌建设八大要点作为有力支撑，通过“形象生态圈”“理念生态圈”“沟通生态圈”的打造，构建公元品牌从形象展示、战略定位、推广方式三个维度健康、科学、可持续的公元品牌赋能体系，形成“三足鼎立”之势，最终助力实现企业商业战略和商业价值增长。

而品牌的3.0时代不是空中楼阁、天外来物，而是有着内在的深刻逻辑，有着哲学引领和文化内涵的。发布会上，永高股份行政中心总监高春泉做了《哲学、文化与品牌》的主题分享。她以深刻而独特的视角阐释了此次品牌核心理念的哲学和文化溯源，她认为，品牌永远不能独立于文化和企业哲学而存在，品牌是产品活的灵魂，文化是品牌活的灵魂，哲学是文化活的灵魂。她从哲学、文化与品牌的关系，文化对营销的任用，品牌哲学，用哲学思维营销等几个维度，诠释了文化让品牌更有灵魂，哲学让品牌更有智慧的重要观点。与会者对运用哲学的思想武器和文化的艺术手段来成就幸福人生和幸福事业有了深刻的思考和启发。

会上，还发布了公元全新VI、公元卡通形象、公元新官网和品牌系列空间。

新品之能引领新风向

新品发布作为本次发布会的重头戏，以三位行业重量级大咖为开篇。住房和城乡建设部科技与产业化发展中心总工程师高立新先生，中国建筑研究院有限公司副总经理、总工程师赵锂先生，中国塑料加工工业协会副理事长兼秘书长、塑料管道专委会常务副主任王占杰先生分别以“新材料、新产品的应用”“国家政策背景”“行业格局与趋势”等方面进行权威发声。

永高股份副总经理、总工程师黄剑发布了公元管道“市政管网”“工业管网”“建筑工程”“消防保护”“电力通讯”

“全屋家装”“农业养殖”“燃气管网”“八大领域”和PVC、PPR、PE、CPVC、PE-RT、PB、金属材料和复合材料“八大系列”全新产品架构。同时，在国家推进大力推进旧城改造、未来社区打造、城市管网改造等政策背景下，公元发布“城市焕新”营销概念，以高品质、全品类助力城市有机更新。

永高股份市场中心副总监杨春峰发布了公元“工程服务”营销概念。公元于2020年成立了公元工程服务有限公司，拓展了产品安装、施工、检测和修复等服务职能。杨春峰介绍，公元“工程服务”全力打造“一核三元”的服务理念，以技术服务创新为驱动，以管道为核心，构建“元吉”“元畅”和“元共”“三元一体化”的管网服务体系，服务范围涵盖管道物探、城建、市政、国防、水利水电、大型工程、大中型地产等多个工程领域。

永高股份市场中心常务副总监黄勇、永高股份华东销售中心副总监王思钧、永高股份科技中心技术部经理汪鹏跃分别发布和讲解了公元CPVC消防管道、BWFPRP电缆保护套管、薄壁不锈钢管道、HDPE深水养殖产品、PVC-U结构拉缝板、PVC-U空调保护套管等涉及多个应用领域和场景的产品，不断完善公元生态产品矩阵，用多元化的产品满足多元化的市场需求，提供多元化的品牌价值。

发布会上，还颁发了多个经销商奖项。湖北永高、陕西永高、邢台永高荣获“公元抗疫特别贡献奖”；杭州永高、苏州天龙、永康杰元荣获“2020年度公元突出贡献奖”；南京浦越、昆明卢泰、济南永高、昆山元高、南京永塑、南通公元、东莞冠鸿、苏州欧文斯、合肥苏诚、苏州鸿鹄荣获“2020年度公元卓越贡献奖”。

中国石化北京化工研究院副主任委员魏若奇，国家化学建筑材料测试中心（建工测试部）委员黄家文，浙江省水协科技委主任、宁波市供水集团有限公司党委书记卢汉清和永高股份副总经理张贤康、副总经理杨永安、副总经理张航媛、董事会秘书陈志国等出席发布会各项活动。

公元 × 郎朗

用音符温暖每一次相遇

永高股份 张金萍

导语：公元“品牌风尚节”自2019年创办以来，坚持以“营造品牌氛围，展示品牌成果”为宗旨，以“向美好生活出发”为理念，以“参与体验、

共享开放”为思路，全员、全线、全城联动，分享和传播品牌正能量，集中展示品牌活力和生命力。

3月，以“敢不同 感不同”为主题

的2021公元“品牌风尚节”火力全开。本季“品牌风尚节”作为本年度的“开年大戏”备受关注。“ERA公元品牌焕新发布会”“2021公元新品发布会”

“‘公元管道之夜’郎朗钢琴音乐会”三场重磅活动，开启公元“品牌风尚节”全新体验之旅。



2021年3月28日，万众期待的“公元管道之夜”《郎朗和他的朋友们》钢琴音乐会在黄岩文体中心激情奏响。

走进黄岩文体中心，浓郁的艺术气息扑面而来，各种公元元素穿梭其中。“黑白琴键”“管道钢琴”“城市管网”……管道创意融入高雅艺术，碰撞绚丽火花。

伴随夜幕降临，“公元管道之夜”《郎朗和他的朋友们》钢琴音乐会以欢乐明快的《致爱丽丝》拉开帷幕。萦绕耳侧的动人旋律，精彩绝伦的超凡演奏，这场震撼心灵的视听盛宴瞬间让人沉醉其中。

艺术不但是精神享受，更是一种审美创造。演奏家唯有在尊重乐谱和作曲家原意的基础上，不断地揣摩作曲家的原

意，不断地丰富自己的理解和情感，才能突破单纯演奏的限制，创造出新意，进而让演奏成为一门艺术。

蜚声国际的郎朗先生，可谓是演奏艺术的集大成者。伴随着手指在九尺施坦威钢琴上下跳动，一个个活泼的音符仿佛被赋予了生命，全情地在你面前舞动，为整个场馆增添了无限诗情画意，醉耳又醉心。肖邦的《玛祖卡》、门德尔松的作品《纺织歌》、舒伯特的《音乐瞬间》、巴赫的《哥德堡变奏曲》、莫扎特的《土耳其进行曲》……伴随着一首首世界级经典之作的传神演奏，全场都沉浸于音乐之中。之后，我们熟知的《茉莉花》更是将全场的气氛带向高潮。

除了郎朗精彩绝伦的钢琴演奏外，音乐小伙伴——天才琴童们献上的钢琴独奏也让我们看到中国钢琴界的未来与希望。《夜莺主题变奏曲》、贝多芬“热情”奏鸣曲第一乐章、肖邦的降A大调波兰舞曲《英雄》、拉赫玛尼诺夫的《悲歌》、俄罗斯巴拉基列夫《云雀》、勃拉姆斯《第五号匈牙利舞曲》，每一曲弹完之后，现场都响起十分热烈的掌声。

不知不觉中，本次音乐会已过大半，终于到了本次活动最令人期待的环节——郎朗携地方海选琴童进行合奏。从前期准备到登台演出，10组琴童通过层层选拔，终于在演出当日与郎朗同台联弹《拉德斯基进行曲》，热情、欢乐、轻快的节奏感

染着全场观众，让“世界上最美妙的声音”与“充满希望和童真的声音”彼此结合，魅力四射的舞台，让人享受到愉悦的听觉盛宴。

《我和我的祖国》作为压轴曲目，将本场音乐会国家的爱 and 民族自豪感推至沸点。伴随着时而明亮高亢、时而深沉委婉的曲调，来宾情绪起伏跌宕，一派喷涌而出的激情占据内心，一场高水准、高品质的音乐艺术盛宴征服了所有来宾！

欢乐的时光总是短暂，经典的一刻终将被铭记。随着《我和我的祖国》最后一个琴键音符的落下，这场无与伦比的音乐盛宴画上了完美的句号。



图为倾情演奏的郎朗

蜕变 · 新征程 直击公元品牌焕新发布会

导读：3月27日，以“生长”为主题的公元品牌焕新暨新品发布会在永高股份总部盛大举行。发布会揭晓了全新的品牌核心理念、品牌宣传片、吉祥物“元诞”、VI形象、新版官网和八大领域硬核新品。本期《公元报》特设置专版集中展示“双品”发布会的主要内容。

新品牌理念

品牌定位：匠心筑造品质好管
品牌愿景：致力于成为管道行业最值得信赖的领跑者
品牌使命：让流动更无忧 让世界更美好
品牌内涵：“公元”是“公历纪元”的简称，也是国际通行的纪年体系和时间代称，以“公元”为名，从本质上是一种对时间的延伸和对品质的追求。寓意着“公元”产品及其品牌经得住历史考验和打造百年企业的目标。
E-Excellent 卓越的 精益制造 YES卓越
R-Rapt 专注的 工匠精神 专注专精
A-Alpinist 登山者 不忘初心 永攀高峰
品牌主张：饮水思“元”



新卡通吉祥物

“元诞”以中国传统的“鲲”为原型。“鲲”沉游深海，翱翔高空，用鳍推动冰块海水前行，久而久之形成极大的鳍。庞大的身躯又如同灵活的鸟儿穿梭在天地间。也只有大海和天空才能衬托出鲲之伟岸庞大。
在中国文化的血脉里，鲲成为志向高远、精神豪迈、追求自由的象征。头顶、腮帮、臀部演化出有力的鳍和尾，有着更强的推力和冲劲，寓意未来在科技与技术的助力下蓬勃向上发展，品牌和企业走向更广阔的未来。眼睛是深邃的星空蓝，望向浩瀚的宇宙和生机勃勃的未来。公元蓝和生态绿衬托头顶的活力橙。

新品牌宣传片

这个世界有多少种关联
看见
或看不见
一个梦想，由连接开始
公元
是对时间的延伸
更是对品质的追求
你看到水的洁净
我们看到他的笃定
你看到它的安全
我们看到他在乎每个细节
你看到家的温度
我们看到他总是小心呵护
你看到水的强劲
我们看到他和困难反复较劲
你看到水滋养万物
我们看到他走过无数条路
从城市到乡村
从江南到边塞
从中国到世界
从现在到未来
无论你看见还是看不见
我们不停地挑剔再挑剔
让流动更无忧
让世界更美好
因为梦想的背后
是你，我，他
连接健康与美好
你用心生活
我们全守护
公元，不止所见



图为吉祥物元诞



新VI形象（部分展示）



新品牌系列店

新产品（部分展示）



名称：PVC-C消防专用管
特点：进口原料 耐火阻燃
防腐抗压 低阻防垢
安装便捷

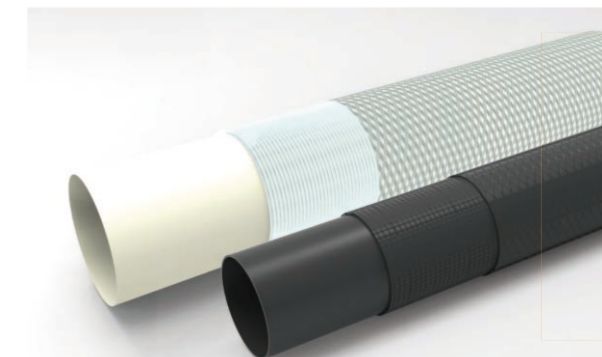


名称：给水用不锈钢管道

特点：
安装便捷：双卡压、沟槽式安装，快速成型，无渗漏隐患；
自研橡胶密封圈，通过NSF认证，经久耐用；
健康材质：太钢304不锈钢板材，人体可植入健康材料；
内壁光滑，不易结垢不滋生细菌。
品质可靠：超声波清洗、钝化覆膜等工艺，防腐耐锈；
高抗拉、高承压、高熔点，使用寿命长。
应用广泛：可用于市政水务、公共交通、食品医药、高端住宅等场景；
品种规格齐全，可满足不同的使用条件。



名称：HDPE深水养殖网箱
特点：
环保 无污染
抗风浪性强 耐寒性高
安全性强 经济效益高
扩展养殖空间



名称：DB-BWFRP电缆保护管

特点：
高抗冲 环刚度高
搬运轻便 施工方便
绝缘性高 安全环保
耐高温 耐腐蚀 阻燃

YCC带来的幸福感

公元太阳能 陶悠娜

沐浴着三月的阳光，当你来到公元太阳能厂区，会发现这里到处流泻着满园春光，绿油油的草坪闪烁着晶莹的露珠，小鸟在林间欢快地歌唱，柳树的枝条随风伴舞，一簇簇茶花争相开放，以艳丽的春装点缀着满园春色。三月的号角已经吹响，沐浴着和煦的春风，太阳能YCC犹如雨后春笋般破土而出，因为他们的加入，这里的空气都变得异常热闹！

三月份，随着总部第三批建圈工作的开展，太阳能新成立了12个YCC。这一次实地建圈的形式有别以往，提倡自主建圈，于是太阳能各个车间部门开始了各种各样的

花式建圈模式，有些车间部门负责人亲自上场建圈，也有虚心求教邀请YCC专员建圈的，更有两百多人浩浩荡荡同时建5个圈的。这些新生的YCC给班组文化注入了盎然的生机。每天中午，生活区的活动室通告排满，经过这里时总是歌声缭绕，各种欢声笑语和谐悦耳。

自从开展YCC活动后，各种人才辈出，擅长唱歌的、跳舞的、主持的、讲故事的、讲笑话的……各种拿手绝活看个不停，我们都不曾想过咱们的家人竟还有这十八般武艺。印象比较深刻的是米粒圈的王明利，他的本职工作是一名保安，对他

的印象一直是严谨刻板地守护公司安全，如今的他已经51岁，但是他在第一次圈活动上展示了自己跳排舞的才艺，灵活的身姿让大家眼前一亮。还有给力圈的圈长赵亚芳，她本是车间一名普通员工，但是在选圈长的时候毅然选择担起圈长的责任，主持了给力圈的第一次活动，带领着圈员顺利开展了活动，她的主持能力、组织能力和好口才着实让人惊喜！YCC的家人们来自五湖四海，表演才艺也是各具家乡的特色。在勇进圈的首次活动中，一对来自北方的夫妻向家人们表演了东北二人转，他们是霍云芳和赵文平。转动的红手帕，富

有节奏的特色舞步，逗得全员直乐呵。还有表演戏曲的，讲相声的……在YCC的平台上，家人们尽情地展示着自己，收获无穷的乐趣。

YCC带给公元太阳能厂区的是欢乐与幸福。新圈第一次活动时的新奇与尝试，是迈开第一步的喜悦；羞涩而勇敢地展示才艺，是自我突破的喜悦；老圈向新圈传授经验时的互帮互助，是一起进步的喜悦。

YCC在三月的春光里洋溢着暖暖的幸福感。

黄岩永高第三批47个文化圈加盟YCC大家族

总部阳光班组实现全面覆盖与全员连通

本报讯（通讯员 张振科）“快乐工作，阳光成长！”3月15日上午，迎着春日的朝阳，公元太阳能整齐洪亮的声音响彻太阳能厂区，200多名家人们围成一圈而坐，在致良知咨询老师邓军的激情带动和引导下，太阳能灯具一车间互拉圈、悦动圈、给力圈、勇进圈和阳光少年圈5个阳光YCC文化圈同时建圈成功。这是永高总部阳光班组（YCC）第三批实地建圈的一幕，也是自公司2019年导入阳光班组（YCC）建设项目以来规模最大的一次建圈。截止3月底，永高总部第三批47个YCC建圈成功，目前永高总部共有97个文化圈，实现全面覆盖。

阳光文化让公元品牌更具活力。自2019年公司导入阳光班组建设项目后，YCC的队伍在不断地壮大，各项活动有序开展，项目建设成果进一步凸显。总部YCC推进组根据项目具体推进情况和效果，结合公司“阳光”企业文化内涵陆续策划推出了多项YCC品牌活动，分别有以展示表演各圈圈歌为主要内容的“晒幸福·歌梦想·会家人”YCC晒歌会，让很多家人有了人生

中舞台演出的初次体验；以感恩回馈推进、圈长、专员等YCC工作团队为主的“喜相逢·欢乐园·阳光会”YCC喜乐会；以展示阳光圈舞和各圈工间操为主要内容的“热烈爱·动情舞·会心笑”YCC热舞会；还有以参观学习交流为主要目的的文化之旅“我说YCC”等，为公元家人们打造了相互交流、自我提升和展示才艺的大舞台。同时推出一系列营造文化环境的常态化活动，比如“阳光问候”活动，开展集中问候和日常问候，引导家人们形成互相问候的礼仪习惯；导入“阳光班会”，让班会更有趣，沟通更有效率；推出并宣贯“YCC20条”，让阳光行为入脑入心入行。

阳光文化让特色活动深入人心。公司除了开展别具特色的品牌活动外，YCC也逐步开始导入有关文化增效的相关措施，如“一平方”管理和新员工“关爱八宝”。“一平方”管理让家人们“自己作业范围的7S工作自己管理”，人人都做责任者，目前在8个试点圈进行试点，计划在5月进行进一步推广。新员工“关爱八宝”以100天为一个周期，90天形成一个闭环，分

“三级接待”、“新人辅导”、“交心会”、“员工交流会”、“争做圈委”、“一专多能”、“季度走访”以及“关爱闭环”八个环节开展关爱，确保新员工快速融入团队、快速获得提升。目前，已经对2021年新进的561名员工进行了关爱，反馈效果良好。

阳光文化让固化活动流转不息。自阳光文化导入的一年多时间以来，家人们的激情日渐高涨，各个YCC自主开展的每月固化活动也异常精彩。比如外贸管道销售地表最强圈策划组织的“21天不抱怨”、“感恩”等主题分享活动，让家人们在工作中和生活中自省自励，互相分享心得，并在彼此的分享中找到向上的力量，学会宽容，学会感恩；公元太阳能梦飞扬圈的“家乡美”系列活动，每期都会有来自全国各地不同地方的家人结合PPT介绍自己的家乡，锻炼了家人们当众表达的能力和胆量，分享了家乡的“美”以解“乡愁”，拉近了家人们的距离；生产管理中心元气森林圈的“挑战100天”活动让每位家人设定了养成良好习惯的目标，彼此监督激

励，共同进步；还有公元电器的“每日工间操”治好了有些家人的颈椎病……

阳光文化让“家人”焕发光芒。文化圈的建立也让大批公元家人得以展示，文化圈内纷纷涌现出一大批“明星家人”，外贸分厂家园圈的圈长“阿公”李付奎和副圈长“阿婆”王卫玲，通过YCC他们从原本的“死对头”变成了现在配合默契的“好搭档”，他们认真对待每一位家人，每一次活动，让家园圈越来越好，成为了总部YCC的标杆文化圈之一；在“我说YCC”中一战成名的公元电器朋友圈“五朵金花”讲解团和太阳能手拉手圈“能说会写”的热心大姐董芬，她们几乎成了在YCC里出镜率最高的“偶像明星”了；用品质管理方法融入YCC圈建设管理的精致圈圈长王占楠等等许多用心、用情、用爱去默默付出，带领圈家人一起创享幸福的推进、圈长和专员们。

相信随着总部第三批YCC实地建圈的顺利收官，由公元家人们书写的“幸福”故事会越来越多，公元家人的笑容将会越来越灿烂。



图为公元太阳能建圈现场

心与心的“破冰卡”

公元太阳能梦飞扬圈圈长 孙鸿坤

不得不说，圈里的家人是真的可爱，特别是自日常问候开始，不时就有家人打电话过来激动地告诉我自己刚得到了一张蓝色的问候卡，一会又有另外一位家人告诉我自己得到了橙色的问候卡，听得我比他们还要激动。要知道，这可不只是一张普通的卡片，它代表着原本不善言辞的家人可以勇敢的向他人问候并得到了他们的认可与鼓励。

说来也是感慨万千，记得刚拿到日常

问候卡的时候我还在纠结要如何分配这些卡片。当时就决定要借此机会多给那些平时比较内向的家人一些鼓励与支持。于是在发问候卡的时候我就特意强调家人一定要积极主动，要勇敢的和陌生人主动问好。自信勇敢的迈出这一步，只有主动“破冰”，才能得到锻炼和提升。

也许就是因为这样一个契机，家人们都特别的积极，之前那些内向的家人也渐渐敢于迈出第一步，敢于主动向陌生人打

招呼。其中有个家人是这样说的，圈长，我第一次问候领导的时候虽然知道他没有卡了，但我每次见到还是会主动问候，因为我觉得问候的目的不在于有没有卡，而是要主动与他人接触，打破内心的束缚。而且最近也有越来越多的家人主动跟我问好，我感觉很开心。就是这样的开始，它打开了家人们的第一步、消除了家人之间的陌生感、拉近了家人之间的距离。

对于我来说，这张卡不单单只是一张

“破冰卡”，同时也是一张“维系卡”，问候本身就是一件让人与人之间拉近距离的好方式，也是我们国家的一种传统美德，宣扬以及倡导问候这种行为有助于员工之间的关系融洽，更能帮助员工练就一身不怕人的胆量，帮助他们成为一名懂礼貌、不退缩的“公元人”。

铁汉子们的别样柔情

永高股份燃气分厂精英圈 林 川

回想起今年三八妇女节为圈内女神送礼物的故事，至今还让人记忆犹新。三月初，眼看着女神节就要到了，别的圈已经开始为圈员筹备各种礼物，这可让我和精英圈圈长刘涛涛犯了难。自从建立了YCC文化圈，大家之间的联系越来越密切，了解的也更加深入。我们精英圈是个汉子圈，全都是大老爷们，还有不少圈员都是外来的务工人员，为了过上好日子独自在外奔波，往往一年也只能回去一次，今年更是因为疫情的原因，过年都没能回家陪伴在爱人身边。

正在我们一筹莫展不知道该怎么办时，年前公司的“一封家书”活动给了我们启发，想到了我们也可以把礼物寄给远在家乡的圈员爱人呀。说干就干，3月3日，圈长刘

涛涛召开圈委会议，共同商讨活动的具体事项。“你们负责挑选礼物，我们负责收集地址！”就这样，圈委们分工合作，共同参与，风风火火地为圈家人准备着惊喜，我们的三八节活动正式拉开了序幕。

礼物组精选挑选的盒子里装的是满满的巧克力，代表爱的永生玫瑰花朵点缀在盒子里，还有一个可爱的小熊娃娃。我们通过邮寄的方式将礼盒寄往了远在广西壮族自治区、浙江杭州、云南曲靖、云南临沧、安徽蚌埠等地的圈员爱人们。随着礼盒一起寄过去的还有一封“爱”的信，送去了节日的祝福，也借此机会告诉她们，她们的丈夫在公元一切安好，感谢你们为家庭做出的付出。



图为精英圈“女神节”礼品

YCC的幸福港湾

安徽永高 陈建军

自2020年7月阳光YCC落地安徽永高后，至今已经有半年多了，各项工作开展渐渐进入佳境，各种活动在如火如荼地开展，各个文化圈小家对YCC之家的建设也纷纷开始发力。“你出主意，我动手”“你来画画，我来写”“你来裁剪，我来贴”……在各个YCC文化圈里时不时就能看到家人们用心动手布置YCC阵地的景象，大家为了一个目标，发挥各自才能和特长，为自己的小家增添色彩，在整个过程中，

彼此交流出主意，“心”与“心”的距离也在不断地拉近。一个又一个独具特色的YCC阵地在大家的努力下不断地出现，就在不久前，历时两个多月布置的安徽永高三车间“YCC之家”终于迎来了“竣工”时刻，为三车间YCC家人们提供了一个专属的文化阵地。

步入安徽永高三车间的“YCC之家”，首先引入眼帘的便是三车间3个文化圈的阵地，上面展示着三车间各个YCC文化

圈的信息和特色活动。家人们还特别有创意的用三车间“明星产品”PR实壁排水管设计制作了YCC支架大门，门柱两侧挂上了车间员工创作的对联：“努力奋斗好汉一马当先，快乐奔跑胜利就在眼前。”对联包含了三车间的3个文化圈奔跑圈、好汉圈、奋斗圈圈名。YCC之家根据主题和用途共划分为正能量事件、匠心制造、荣誉板块、YCC大舞台、YCC看板PK园地以及YCC成长历程六大板块。后续将逐渐发展成为

YCC家人们文化娱乐、学习共享以及产品展示的主要场所。

根据三车间家人的介绍，YCC之家从设计到建设共历时两个多月的时间，由以前的模具栏以及员工衣柜摆放区改造而成。整体的设计规划、墙面粉刷、实景搭建以及产品布置均是由三车间的家人们协作而成。家人们亲手打造的这一方小小天地一定会在未来的日子成为家人们的幸福港湾。



图为安徽永高三车间“YCC之家”

2021年04月15日
星期四文 10版
CLTURE 化

玫瑰有余香 暖行更暖心

本报讯(通讯员 赵建华) 3月8日一大早,天津永高厂区门口摆满了一捧捧娇艳欲滴的玫瑰花,即使带着口罩也能隐约嗅到一丝清香,生活用品套整整齐齐排列,就像在等候女神们的检阅。当有女同事上班经过时,马上会有等候多时的公司男同事手拿玫瑰和礼品迎上去,给女同事们送上节日的祝福。

除了公司门口,工会的同事们还将节日的祝福送到了各个在岗女同事的手里。收到礼物和祝福的女同事们脸上都绽放出了发自内心的惊喜和欢乐。这是天津永高工会组织策划的“三八”妇女节送祝福活动。北方的三月依然有些许寒冷,但是活动给大家带来的幸福笑容驱散了初春的寒意,让每一位女同事活力满满地投入工作,如那娇艳的玫瑰花一般,灿烂美丽。

合肥工业大学进安徽永高 开展高校学生进企业活动

本报讯(通讯员 彭 频) 3月30日,合肥工业大学70余名应届毕业生在合肥工业大学教授王永江的带领下走进安徽永高开展高校学生进企业活动。

合肥工业大学的师生先后参观了产品展厅、生产车间、党建活动室以及多功能厅,详细了解了安徽永高企业规模、工艺流程以及未来的发展方向。期间,学生们对公司独特的“阳光文化”和党建品牌产生了极大的兴趣,纷纷表示赞叹。

随后,安徽永高总经理朱建华、行政副总经理张晓伦等参加了座谈,合肥工业大学的师生们关于高校毕业生的就业前景以及如何提升学生专业素养方面进行了深入的交流。朱建华表示,当前就业形势严峻,大学生应当提前做好实习规划,切不可眼高手低,务必要做到理论与实践相结合,做到真正的学以致用。

“公元设备铁军” 训练营开营

本报讯(通讯员 高至诚)1月29日至3月26日,公司开展公元铁军首届生产管理中心设备人才训练营。本次训练营历时57天,共有9名学员参加并成功毕业。

随着永高股份的快速的发展,对车间管理人员专业技能要求越来越高。为了逐步提升生产一线人员的各项专业能力,满足公司发展和生产管理的需求,同时解决生

产管理中心机修、调试员等相关岗位人员不足的问题,生产管理中心和人力资源中心在年初进行了内部人员选拔,开办了公元铁军设备人才训练营。

此次培训,采用脱产培训的形式,由资深培训师对学员进行集中授课,在两个月的时间内熟练掌握设备人才必学八大科目,保证学员能够独立解决设备相关业

务问题,在学习保持“公元铁军”的顽强作风,拥有过硬的实操技能的同时,培养学员在工作中的责任意识 and 担当精神。

据悉,3月份在首届生产设备人才毕业的同时,第二届公元铁军设备人才训练营同时开展,有针对性地培养生产一线岗位人才,为公司的持续发展提供人才保障。

幸福登山 一路同行

广东永高 包良见

阳光普照,万物生辉。3月18日上午8:00时,两辆大巴车缓缓驶出广东永高厂区,载着90名生产车间及品质部员工前往广州六片山进行户外登山拓展活动。

车辆经过将近1个多小时的驰骋,停靠在了广州永泰地铁站附近。大家下车后进行了短暂休整,生龙活虎地在领队同事的带领下开始了攀登之旅。拾级而上,两侧树木青葱,绿草萦绕,长长的队伍紧紧跟随着“永高”旗帜,穿梭在绿荫之中,不消片刻便到达了一个山间平地。三月的广州,气温不低,此时大家已经是满头大汗,颇有些疲惫。这次活动领队是广东永高精益部副经理于新权,他带领大家在平地休息了一会,又组织大家开始了游戏环节——平板支撑。20名员工踊跃报名参加了比试,这个游戏大家都很熟悉,比试不设时间限制,坚持时间长的为胜,是对选手毅力和体力的双重考验。比试现场大家纷纷为选手们鼓掌加油,气氛活跃,坚持

时间最长的10人最终获得了公司精心准备的奖品。游戏结束后,大家一起在印有“成为幸福生活创享者”“成人达己,成己达人”公司企业文化理念的横幅下幸福合影。

修整之后的大部队,再次整装出发,向着山顶攀登前进。继续往上道路变得狭窄,是一条狭窄的羊肠小道,只容一人通过,好在近日没有下雨,土地较为坚实。两旁的树木也逐渐变成高耸入云的丛林,每一棵树木都挺直身板,全力向上,去争取每一缕阳光、尽可能吸收多的水分让自己茁壮成长。大树底下鲜少草木生长,只有遍地的落叶和零星镶嵌在泥土里的石头,坐在林间的石头上休息,微风从山间吹来分外清凉舒适,远处山脚是繁华的都市,都市的喧闹与山林的静逸形成强烈的对比,但是不管是生活在都市的人还是山林的树,都不乏奋力拼搏、积极向上的精神品质,只有不断提升自己,汲取能量,

才能让自己在风雨面前屹立不倒。

当我们穿过密林来到山谷,名为红路的水库犹如一颗绿宝石镶嵌在山间,水质清澈见底,碧绿无瑕,舍不得将手伸入水中,怕扰了这一方洁净。旁边是一座废弃石场,被遗弃的楼宇和树木倒影在水面上,随着水波轻轻荡漾,如梦如幻,似乎进入了宫崎骏的漫画世界。站在水库边上,阳光温柔,清风拂面,瞬间缓解了登山带来的疲惫。

经过三个多小时的努力攀登后,终于到达六片山的顶峰。站在山顶俯瞰,城市变得越发渺小,缠绕山中的小路蜿蜒曲折看不到尽头。丛林叠嶂,远处的石壁上依稀可见几棵开得正艳的花枝,点缀在翠绿的山峦间。“会当临绝顶,一览众山小!”只有努力攀登,站在顶峰,才能感受俯瞰群山的豪情满怀。



图为平板支撑比赛现场

安徽永高党支部开展建党100周年红色学习教育活动

本报讯(通讯员 吴 倩)为纪念中国共产党建党100周年,3月24日,安徽永高党支部特别组织开展了红色学习教育和慰问老党员活动。

此次活动,由安徽永高党支部书记、总经理朱建华带队。一行人首先看望了三名东亭乡老党员。三名老

党员均有80余岁的高龄,但精神矍铄、身板硬朗,安徽永高党支部为他们送上了精心准备的慰问品,并嘱托老人家保重身体。随后,一行人参观了东亭乡红色教育文明实践基地以及志愿者岗亭。

据了解,东亭乡位于广德市东

南部,人口有2.1万,党员704余名,东亭乡红色教育文明实践基地是集党建引领、文明实践、守正创新、品牌提升、廉政教育等多功能于一体的党性教育基地,其中在安徽永高工作的东亭乡村民就有300余人。

从《正青春》主线章小鱼读懂“职场专业化”

最近热播的《正青春》里面的章小鱼是一位神奇的女性，职场之路走得也是跌宕起伏。人生没有一条白走的路，用在她的身上恰如其分。

专业能力是被赏识的前提。她最初是一位商场实习生，虽然作为一个职场“小白”，但却对商场的护肤品了如指掌，能做到看一眼就知道是什么品牌，从顾客进店到言行举止做到观察入微，很快预判出职业和诉求，并作出合适的推荐。特别是遇到紧急情况的临场应变能力，当遇到无理取闹强词夺理的客户，在其他店员和店长束手无策时，她勇敢第一时间冲出来化解了这场危机并让这位客人心甘情愿再多买几套。任职于外企的老板林总刚好在此购物，看到这样的她，颇为赏识，对她发出总监助理面试邀请。专业的能力为她迎来了人生的第一次转机。

保持初心，善良为辅助，有时看似毫无胜算，也许恰恰可峰回路转。她作为第一个以国内本科生的身份，来应聘这家知名化妆品公司的总监助理，同时竞聘这个职位还有一位海归女孩。面试初始环节，她被海归女孩杀的只剩半滴血，最后实战拼口红业绩环节略胜，又被对方偷了策略，结果不相上下。林总提出看一个月实战业绩情况定胜败者。在对手忙着谈一个个专柜时，她已经有了谈下一个大品牌连锁旖旎的策略。在成功预约到旖旎的石总谈合作时，又被对手破坏去处理物料。虽然情况紧急，在看到有老人晕倒在地时，她义无反顾的放下自己的工作先去救人。这份善举，也给了她一个机会，让她可以阐述自己的方案，赢得旖旎的认可并签下合约。有时，工作能力很重要，但保持做人的底线和良知同等重要，它们或

许可以决定为你的人生之路，埋下一个“转机”还是一个“坑”。

愚者拆桥，智者搭路；为他人服务，也是为自己服务；小事不小，贵在用心。她善于团结一切力量。对待领导坦诚认真。对待同事热情洋溢，在自己很忙的时候，还时刻想着帮助别人，为自己赢得了好人缘。这份好人缘给她的职场之路也带来了助益，像前台董小姐、文案小能手贾斯汀，在她多次遇到危机时鼎力相助，让她在职场能站稳脚跟。尤其是被对手陷害在已经离职时，她还是主动加一夜的班，帮助同事王磊做好份内业务，成功打动对方，为自己在领导面前美言。另外，她还在离职时留了一份小礼物和一封信给林总，以真情打动了领导林总。这两件小事，让她不仅未被成功离职，而且顺利晋升总监助理奠定了感情基础。

在职场的我们，首先要对得起“专业”这条生命线，要视其为职场工作的准绳。明白足够专业，是对职业负责、客户负责，自己负责。此外，为了追上时代的步伐，不被历史的洪流冲倒，我们要明白修炼专业技能是硬件，同时保持软实力宽容、善良、热诚、勇敢、感恩等可贵的品质为“专业化”的依托，才能团结好身边的“陌生人”，共同行稳致远。

读懂“职场专业化”，就读懂了生活的智慧，让困难迎刃而解，找寻到做人的自由和尊严，激发对生活和生活的热爱。

读懂“职场专业化”，就读懂了生活的智慧，做一个有趣的灵魂，舒展眉头活得昂起头，活得意气风发，成为一粒熬过冬天的种子，尽情播撒春天的梦想。

心中有度 无谓长短

公元太阳能 陈嘉妮

人生在世无非是为了到达彼岸，但每个人的速度却有快有慢，过程也有难有易。然，到达彼岸者，寥寥无几。多少人中途易辙，多少人疲于奔命，多少人堕入万丈深渊。到达彼岸之人是如何坚持下来的？无外乎这八个字：心中有度，无惧长短。

清晨，奔跑在静谧的林间，淡淡的草木香窜入我的鼻尖让人倍觉清爽，柔和的朝阳洒在我的脸颊上有如母亲的手在抚慰着我，温暖而又踏实，树丫上成群结队的麻雀正在练习着四重奏，万物都在感受着清晨的美好。我迈着轻快的步伐，任思绪在林间漫步，享受着自然的和谐之美。

这时，他来了。每个周日的早晨来这片林子跑步是他的习惯，无论春夏秋冬。从他小腿肚上结实的肌肉便知是个常年锻炼的人。“呼呼呼”，没几圈下来，我的步伐已渐渐沉重没有了先前的轻快，双脚仿佛灌了铅一般，越来越难抬起来，我的后背也已湿透。但往远处一看，他还是保持着稳健的步伐，不急不缓，张弛有力，毫无疲惫之感。我带着好奇而有羡慕的目光追随着他的背影。阳光在他的身后投下了长长的阴影，有如英雄肩上的披风。

一圈又一圈，终于当我数到第三十圈整的时候，他缓缓停下。似是感

受到我惊讶的目光，他微微一笑，擦擦额前细密的汗珠子，朝我在大步走来。他说：“嘿，年轻人，看着我干什么呢？看你穿了一身运动服，也是来跑步的吧，怎么不跑了呢？”我羞赧地挠了挠头说：“您真厉害，我费尽全力才跑了十来圈，您轻轻松松就跑完了我好几倍的路程，真佩服您。”

只听他爽朗一笑，说：“跑了那么多年能不习惯么？更何况跑步可不是光凭一时的快慢论长短，尤其是长跑，要心中有数，张弛有度。何时快何时慢，何时调整呼吸适应自己的速度都很重要。刚起跑时，不必太快，

中程适应了速度之后适当提速，留着点气力，这样才有后劲儿跑完全程啊！”

迷惘的我听完他说的话恍然间明白了些什么。原来无论是跑步还是工作生活都是如此。漫漫人生之路，我们都无法瞬间到达彼岸，只能一步一个脚印，脚踏实地。但又要讲究方法，若是刚开始用尽全力，到了最后几十米往往筋疲力尽容易产生放弃的念头。只有控制自己的呼吸和步伐，调整心态，张弛有度，才能无畏挑战达成目标。

让我们迎着朝阳出发，无谓长短，向前奔跑吧！



“棉花”事件里的公元价值观

上海公元 刘瑜

闹得举国皆知的新疆棉花事件，让我看到了社会的信任对于企业、对于品牌的影响。纵观事件的开始和发展，只有诚信的企业才会被民众信任，而不讲诚信的企业只会被抛弃。

在中国，即便是读小学的孩童也知道诚信，那些没有读过书，生活在小村里老人，也知道答应的事要做到。儒家传统的“信”的观念早就深入人心，经商首要的“信”也被广泛认可，然而社会发展到今天，某些人却像古人对他们偏见一样，成了不懂仁义礼智信的“蛮夷”。

当我一次看到公元的核心价值观时，就认定这是一家有长远目标，能够长存的一家企业。“内诚于心，外

信于人”，虽然只有短短八个字，却包含了一家企业的根基。所有的企业都是在制造产品或者提供服务，并通过售卖获取盈利，如何获取顾客认同和信任是所有企业都必须思考的问题。

想要被人信任，首先得诚心。肆意地扯一面画板，潦草地涂上几笔，就说成了价值连城的名画，这样的行为放在信息不通的时代或许有用，但在互联网的时代下，这无异于自掘坟墓。在这个时代里，绝大部分人都会去自己寻找线索和证据，并形成自己的判断，把他们的答案通过互联网分享出来。那些诋毁新疆棉花的人，无论是出于竞争也好，还是真的无知也

罢，完全忘记了时代话语权早就转移到了民众手中，依然用着它们那套愚弄民心的法子，所以事件一出，形象俱毁。在当今的时代下，只要内心不诚，无论你说是为全球化的合作也好，还是早有了供应链也罢，总之无论如何冠冕堂皇的粉饰，也无法阻止民众的厌恶和反感。

只有诚心了，才能让人信服。同样是棉花，一些企业认真调查，并发出公告，便在这场变格中收获了好感。所以诚心的企业才能得到顾客的信服，才能卖出产品，打出品牌的影响。BBC从没有过诚心，在政治的裹挟下，在资本的运作下，他们只会片面的带有偏见地写下事件，当民众从其

他途径知道了事实和真相，他们的形象便一夜崩塌。毁坏永远都比建设容易，信任的建立需要很长的时间，然而破坏它也许只需要一场发布会，一张公告。在竞争激烈的今天，H&M和耐克等失去的绝不是一个市场。

内诚于心，外信于人。在这次围绕棉花的事件里，我不止一次想起这八个字，愈发对公元的企业文化喜爱起来。我想在这八个字的驱动下，公元的产品会取得全国乃至世界的认可，公元的服务被广大客户赞同，公元的员工被很多人羡慕。因为诚信不仅是人际交往的基础，更是商业往来的基础。根基不稳，谈何壮大；根基牢固，自会万丈高楼而不塌。

至臻至善 大道至简

安徽永高 黄广钊

学新版企业文化理念有感

疫情的确烟仍旧弥漫，但公元人早已踌躇满志，向着崭新的十四五迈进。开启公元“十四五”的则是一本充满了灵感与智慧的小册子，它是公元文化数十载变革和更迭的产物，承载了过往的情怀、当下的价值观以及在不久未来的幸福指数！文化引领发展，穿透迷雾，点亮未来，科学性、前瞻性是它的特质。所谓至臻至善，大道至简，最朴实的人间烟火才能感知“未来已来”。“高质量、快节奏”的十四五，正是企业变革的时代，而变革的第一步便是思想和文化的变革。

从“打造现代化知名企业”到“成为幸福生活的创享者”，企业愿景发生了巨

大的改变。情绪从空洞变得温暖，对象也从企业变成了千千万万追逐幸福的人。这是一次质的变革，是文化落地的最后一公里，我们必须步伐整齐、掷地有声！所谓“至臻至善”，大抵如斯。

“成人达己，成己达人”的使命感，变得更加纯粹，包含浓厚的儒家哲学意境。短短八个字，出处可都不简单，“成己”出自《中庸》：成己人也，成物知也，完善自我是仁，完善事物是智，仁和智都是来自于人本性的德行，需要我们去发现提炼；“达人”出自于《论语》：夫仁者，己欲立而立人，己欲达而达人，仁德的人，自己有所作为也会帮助别人有所

作为，自己变得通达也会帮助别人变得通达。朴实的语言，高深的智慧，所谓“大道至简”，如此是也。

“阳光七子”的出现是这次新版企业文化理念的亮点，七项精神倡导行为对公元人、为人、处事作出了具体的标榜，自律的个人成就自律的企业，它是精神指南，也是行为准则。

当下的中国制造业不断更迭升级，从1.0聚点、2.0聚链、3.0聚网向4.0聚生态演进，新技术、新产品、新业态、新模式层出不穷，但无论经历怎样的变革，文化都是我们的精神约束和引领，是助我们通向幸福彼岸的明灯！

阳光

第一百三十一期

刊头摄影 重庆永高李 杨



雨后樊城

永高股份 王章林

樊城烟雨后，
花落罗裳林。
天江大，
放云南，
妙亭前后匀拙绿，
眺台上下予晚晴。
一字鸿鹄升。

春雨

公元太阳能 陈千洲

雨水滴落在玻璃上，倒映着被春风扬起的寂寥了半个寒冬的埃尘，映出了它的彷徨与惆怅。

阳光透过云层，消散了留在玻璃上的雨珠，却怎么也拭不去这午暖还寒的早春。雨滴打落了历经多年沧桑的樟树叶，春风将落叶扫到了路边伪装出一幅秋色街景，在樟树叶感叹秋去春来如朝露般短暂时，樱花悄悄地开了。樟树欣赏樱花的花团锦簇如云似霞殊不知这如梦如幻的粉色已是花开荼靡；樱花仰慕着樟树的百岁千秋却不知樟树每年都要换下老去的叶子抽出新

芽才能维持着年年岁岁的郁郁葱葱枝繁叶茂。

随风潜入夜润物细无声的春雨既带来了新抽出的嫩芽也吹散了盛开的花瓣，新生与凋零在同一刻间悄然发生。春天总是这么悄无声息地来，岁岁年年周而复始。被雨打落的花瓣也终将随着溪流飘向大海，就如同那如梦如幻的岁月交汇在历史的洪流之中。小小的一片樟树叶，亦如汪洋上的一片孤舟，在东去的溪流中浮浮沉沉。而这一切，也都印刻在了游人的脑海之中。

木棉花开

广东永高 包良见

“珍惜身边的人”是木棉花的花语，每年元宵节过后，就到了木棉花开的日子。如果说“可远观而不可亵玩焉”的莲花是君子，那么木棉花便是花中的英雄，枝干高耸挺拔，身上布满棘刺，不允许任何人随意靠近攀爬，只可远远地观望。木棉花花开之时无叶，花色橙红鲜艳而不妖媚，像被英雄的鲜血染红了枝头。花落之时气节犹存，花色不褪、花蕊尤盛。

老家的村口有一棵几十年的木棉花树，每年花开之时高大的树冠上花团锦簇，树下落英缤纷，树的主人是住在村口的一位老奶奶。据传老奶奶从小便被这户人家买回来当童养媳，从不知自己的生辰，就连名字也是夫家的长辈给起的。自

从丈夫去世后，由于过不惯城里的生活，便独自一人回到村中居住。

晒干后的木棉花还可以用来泡茶、煲汤，具有祛湿降火的良效。每年到木棉花开之时，老奶奶总是会搬一张小木椅坐在屋前捡拾掉落的木棉，一朵一朵放在竹架上排列整齐进行晾晒。村里人如果有需要，只需招呼一声便可在竹架上自行挑选。当竹架上出现空位时，老奶奶就会重新拾捡新的花朵将空位填满，等儿子回来时再将晒好的木棉花装好，一并让他带回城里去。

如今，村口的木棉树每年仍会如期盛开，树下捡拾晾晒的人却早已不在。虽然偶尔路过时还会捡几株回家晾晒，木棉还是当年的木棉，却总觉得少了记忆中的香甜。