



# 让 2014 成为最好的一年

你想让 2014 年成为即将的最好的一年吗？

也许对于这个问题，你会有些不自信。

但是所有的事情正在变得越来越好，

对于那些要承担改变世界，  
实现成为幸福的法瑞人而言，是这样的。

别等着，直到元旦聚会结束和亲戚  
朋友们散去了才要开始准备至少 30 天  
后的快乐和冒险了。用几个简单的行动，  
你就会以目标和决心准备进入新年。

美国创业者和畅销书作家 Kevin  
Daum 列了几件事，或许你可以现在就着手，  
让他帮你把 2014 年变成最好的一年。

1. 这个月解决所有没有完成的个人  
问题。

如果 2014 年是令人惊奇的一年，你需要驱动它朝向一种专注的方式。2013 年没有解决的问题会削弱你的精力，带来分心。采取行动来解决支持你的那些人之间的矛盾，也要自省看看你和你自己有什么过不去的地方。腾出时间来考虑、认定并对你真正的愿望和你期望的更好的未来负责任。



2. 把握住所有你的机会。一旦新年开始，你很可能进入每日的工作模式，而这些是在放假期间中断的。如果你被埋在日复一日的工作中，你可能忽略掉只能从高的水平上看见的一些好的机会。用假期的时间来沉思，做一个每个潜在机会的列表，这些机会能改善你的生活和生意。你不必每个都把握，你可能漏掉一到两个，但是当所有的所列表都在你心中时，这样的练习会让你更敏锐。

3. 列出三个你可以合理消除的障碍。人生的很多障碍不复杂，或者克服起来不困难，但是他们要求专注和委身。诚实地开始评估 2013 年，判断谁或者什么阻挡你的成功。有哪些同样的障碍也会在 2014 年威胁你的幸福。挑出 3 个你可以在接下来 90 天里努力消除的障碍，在这上面使劲。开始面对你可以最大程度控制的这些障碍：那就是你自己的坏习惯！

4. 列出 5 个你一定要见的人。一定有一些人是帮助你的，他们可能是榜样，导师，推荐的资源，或者甚至新的合作伙伴。这些人能帮助你把你表现和奖励提到一个全新的水平。唯一他们现在没有做的原因是因为你还没有建立一种相互信任关系。通过认定他们，并制定一个会面的计划来解决这个问题。仔细考虑首次的互动如何让他们想要和你建立关系，你要如何准备呈现和传递自己的价值。

5. 确认你要开始掌握的两个重要技能。你学习的时候是否感觉最快乐？掌握一种有挑战的技能提升自信，并能创

造一种成就感。想出几个新技能，它们会提升你对周围人的价值。无论你的地位和业务是什么，自我提升带来满足和力量。

6. 把那些你认为最有价值的安排进入你一月份的时间表。元旦假期中每个人都是忙碌的。年底的承诺，假期的聚会，以及去看家人的旅行会让人们没有质量的一对一的时间。在你的生命中，有人带给你快乐、知识和成长。和他们在一起的时间是宝贵的，也是稀少的。今天就去接触他们，在日历上订一个一月请人吃饭的时间表。你会开始 2014 令人激动的日程安排，让 2014 年从那些爱你、支持你最多的人开始。

7. 计划一个令人惊讶的新年前夜。有一个好原因，新年前夜是唯一世界范围同一天几乎每个人都庆祝的假日，不管国籍、人种和宗教。这是一个新开始的庆祝。让它成为一个特别的日子。是否你决定创造一个标志性的经历，和爱的人花一个安静的晚上，或者有一个单独的内省时间，用一个重要的方式来标志这个转变，以使你能感受到新开始的兴奋和快乐。

如果你不能在 12 月 31 日之前完成以上所有这些，继续按照惯例前行，幸福快乐并不真的是一个新年节日就可以带来的。

不知道你对 2014 年有什么样的展望？有什么期待？好好为自己谋划一下，时间对所有人都是最公平的，幸福也是我们最渴求的。

立即行动，让 2014 成为最好的一年。

# CONTENTS



法瑞世界  
FAERY & WORLD  
共分享 同成长

72  
第72期 2013.11  
打造最有价值的企业内刊

主管单位：  
法瑞（中国）有限公司

地址：  
香港铜锣湾街1号铜锣湾商业大厦

主办单位：  
北京法瑞国际文化交流中心

地址：  
北京海淀区知春路51号慎昌大厦  
《法瑞世界》编辑部

顾问：张伟  
主编：李宗旗  
编委会：李宗旗 张龙飞  
柳焕霞 李青

地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦A座1138室

电话：010-86901888

邮件地址：zw@faerychina.com

法瑞（中国）有限公司关联单位  
北京法布瑞克技术有限公司  
北京法瑞国际文化交流中心  
深圳瑞风节能环保设备有限公司  
郑州法瑞工业有限公司  
河南法瑞食品有限公司  
《法瑞世界》杂志社  
美的生活俱乐部  
集团免费服务热线：400-668-7188

刊首语 01 让2014成为最好的一年

## 法瑞之星

法瑞之星 04 最佳贡献奖/最佳建议奖

## 焦点动态

行业动态 05 TreviraCS：可以阻燃的德国安全布料

## 项目案例

项目案例 07 烟叶发酵试验工房要求特殊  
看FAERYDUCT法瑞管在烟草行业完美应用

项目案例 08 食品车间的健康通风专家  
FEARYDUCT法瑞管在北京雨润肉食品车间的应用

法瑞技术 09 改善商超空气质量 提高顾客满意度  
FEARYDUCT法瑞管助力打造绿色商超

## 你问我答

你问我答 12 德国FAERYDUCT法瑞管【场所篇】

## 法瑞学院

系列推荐 11 完善的质量管理制度是德国制造的基础

图书连载 13 《任正非华为管理日记》——连载（31）

## 法瑞倾听

法瑞倾听 19 『细节和责任』

## 伙伴风采

伙伴风采 21 Underwriter Laboratories Inc  
美国产品安全标准创始者

# 法瑞之星



## 法瑞之星：马全福

他能力突出，业绩显著，两个月前刚被公司提升为销售部经理；

他用成绩证明自己，充分起到部门领头羊的作用，一个月内收回多个项目的回款和推进几个重要新项目的发展；

他关注公司发展的点滴，直言不讳，月度会议上提出中肯建议，加快售后环节的完善——

马全福，被推选为本月的最佳贡献奖、最佳建议奖！

如果说，销售工作是一种时间的积累，专业知识的积累，实战经验的积累，那么马全福已经逐渐成为法瑞销售部的中坚力量。

马全福是销售部的“老人”了。随着对法瑞文化的深入了解，对法瑞产品的充分把握，在面对不同的客户和项目时，他已经开始处理的游刃有余。两个月前，他凭借自己突出的业务能力，被公司任命为销售部经理。而他不负所望的是，他不骄不躁，积极进取，本月又成功收回多个项目的回款和推进了几个重要新项目的发展，被大家一致推选为本期法瑞之星的最佳贡献奖！

成功不是偶然的。工作当中的马全福是一个乐于助人的人，他常说，一个人的力量和经验总是有限的，职业的成长和成功总是离不开团队每一个成员之间的相互帮助、相互支持。而一个企业的发展，也离不开员工之间合作产生的效益。

马全福是这样说的，也是这样做的。记得在年中的那几个月里，他积极协助同事完成了多个销售项目，取得了团队和个人的双重好成绩，为公司的业绩增长提供了有力的支持。

也正是从马全福帮助身边同事成长、成功的事情上，我们看到了法瑞人致力于“提高更多人生活品质”的缩影。法瑞人秉持使命，正朝着这一使命坚定地前行，在取得着良好的社会反应的同事，法瑞人也在实现着自己的生命价值！

## TreviraCS：可以阻燃的德国安全布料

作为德国法瑞管的重要合作伙伴——德国 Trevira CS 有着同类产品无法替代的优势和品质。近期德国 Trevira CS 中国区代表卢婷婷女士在中国农业展览馆接受了 China-designer 的独家专访，对德国 Trevira CS 进行了详细的解读。

**China-designer：** 贵司有哪些最近开发的、设计师会感兴趣的新产品？

卢：我们所推的这个产品其实也不算新产品，但是对中国市场来说，可能是一个比较新的事物。我们公司做这个产品，从研发到现在，在德国起码有二十年的历史了。

Trevira 这个公司是做聚酯的。通俗一点来讲，聚酯就是涤纶。大家一想到涤纶，往往就会想到摸起来不舒服的那个东西，这仅仅是停留在过去人们对涤纶的印象。但是从研发到现在，我们已经可以织出具有羊毛手感一样的布料，做出诸如仿棉、混纺一样的布料，它已经不仅仅局限于过去涤纶了。我们现在的产品足以满足客户的各种设计的需要。

**China-designer：** 与贵司以前产品相比，有什么新特点？与国内外其他公司同类产品相比，新产品的优势又体现在哪里？

卢：第一，Trevira 所面对的挑战是创造出一种阻燃产品，它既可以永久阻燃，纺织商也容易操作，同时兼具环保性能。Trevira 通过阻燃纤维和长丝达到了这一目的。其所使用的技术是通过改进聚合体分子的分子链从而改进它的阻燃性能，最终的材料具有自身阻燃性能。Trevira 制造的纤维和长丝达到全世界对纺织品最严格的防火标准，Trevira 的技术使纤维和长丝可以永久阻燃。只要拥有完备的纺织技术都可以用它们来纺成织物，而最终纺织品的染色及喷印性能都不会有任何变化。

第二，它不产生明火。我可以说我的产品不燃，但是这个不燃是相对于比如其他的

普通布料，但我们的产品会产生融滴。普通布料燃烧的时候会有明火焰，大家都能看到，火越烧越大，蔓延到天花板、家具、床上用品，伤及人。但我们的产品它和火源在一起的时候，它只是自己会融化，它不会有火焰，不会引燃周围的事物，除非周围的事物自己可燃。当它一离开火源的时候，自己就熄灭了。对火势会有一个有效的阻止和延缓作用，使我们由于足够多的时间来控制这个火焰。但是不能保证它不伤及人，如果这样想，有的人就会想可不可以用来做衣服，我刚才说它会产生融滴，这种融滴的温度不会低于火焰对人体的伤害，所以我们的产品一再声明是用作室内装饰用的，不用作做衣服。

跟国内的同类产品相比，我可以很大胆的说，我们 Trevira 是做阻燃产品中最早的，也是最好的。从它的性能上来讲，在提供给客户舒适美观的同时，还提供一项安全质量上的绝对保证。我们从分子结构到聚酯链，再到纤维和纱线，我们都是在关注这种质量



上的安全，而且我们这种 CS 是针对布料的一个标牌。譬如，用我们的纱线生产的布料并不意味着它是 Trevira CS，在布料的生产过程中，必须经过我们公司的一个非常严格的测试。另外就是说，现在特别是做家纺和室内设计，做窗帘做地毯和墙布，我们通过了世界上各大重要的检测标准，从美国到英国再到法国的最严格的 ME 标准，我们都通过了检测。这里我还想提及一下中国国标检测，大家都知道国标检测算不上非常严格，但为了适应中国市场的需要，我们在刚进入中国市场的时候就在四川消防研究所进行相关检测，检测结果也显示出我们 Trevira CS 的产品是非常出色。我们坚持用最严格的标准来控制我们的产品质量。我们不仅仅是为了销售我们的产品，还是为了帮助我们的客户去销售他的产品。

第三，美观。任何应用在聚合体上的生产技术也可以运用于 Trevira 纱线，我们可以找到像提花织物、天鹅绒、印花等等，Trevira 可以满足你对任何纺织品的需求。有人认为达到阻燃要求就会与创造力、舒适和美观相冲突，我们战胜了这一偏见。这不再是真的了，我们已在全世界找到超过 3,000 种 Trevira CS 系列产品，这为设计提供了巨大的多样性，不论是承包商还是个人用户都感到满意。Trevira CS 可提供 100 多种不同的长丝和各种纱线。从用单丝制造的超轻面料一直到软体家具面料用的非常粗的绳绒线。尤其是所有的家纺品都可以用 Trevira CS 来生产。没有一种织物结构是 Trevira CS 不能提供的。像小提花织物、提花、机织和针织纱、毯子。

**China-designer：** 实际应用中，新产品会有什么效果？

卢：现在大家都比较关注的一个话题：环保。国内目前大部分阻燃不了是采用涂层

的方法进行后处理的，长期使用，特别是在洗涤的过程中，涂层涂料会脱落，肯定会产生废水。尤其是棉纺织品用的阻燃剂会降低纤维强度并需要高级废水处理系统。在长期日晒雨淋之后，涂层也可能就丧失掉了。Trevira CS 是不含氯的，这点与改性腈纶不同，改性腈纶含有高达 50%PVC 和 PVC 含氯纤维。而我们的 Trevira，无论你洗上百次，它还是阻燃的。

Trevira CS 面料易于清洁、快干并且不缩水。面料护理协会的湿洗洗涤研究表明：与棉织物比较，因为省水，洗涤温度低，对洗涤剂和干燥条件要求低，Trevira 清洗成本会节省 36%。这种面料也可以干洗、即便是用含氯或过氧化氢漂白剂，阻燃性能不受影响。那些技术性能像高耐久性，抗磨损性，还有高度耐光性，出色的抗紫外线性能保证了长久的使用寿命。

Trevira CS 面料同时保证在接触火源时只放出极低的有毒气体和烟。与烧焦和有明火的毛和改性腈纶有显著的区别，Trevira 纤维的氢化物释放量为零。在对温度升高的燃烧面料的毒性试验显示 Trevira CS 远低与处理过的阻燃棉织物。这些都确保本产品不含有害物质。

**China-designer：** 新产品的价位是多少？与贵司以前同类产品相比，价位高还是低？与国内外其他公司同类产品相比，价位有什么特点？

卢：我觉得我们现在买东西或者是选择产品都不能单单看它的价格，必须考虑它的质量。我们的定位就是要创建我们自己的品牌，去维护这个品牌。我们的纱线价格确实不低，但我们给予了质量上的保证。而且我们纱线的价格在全世界都是统一的。

# 项目案例

烟叶发酵试验工房要求特殊

看 PRODUCT

法瑞管在烟草行业完美应用

山东京鲁烟叶复烤有限公司是一家专门从事烟叶复烤的生产企业，成立于2003年。公司位于山东省潍坊市诸城市北外环东首。公司员工人数有700人，资产过亿。

烟叶发酵是卷烟工业提高产品质量的一种初加工方法，也是卷烟加工中极为重要的环节。未经发酵处理的烟叶不同程度地带有多种品质缺陷，有青杂气和刺激性，香气质单调，香气量不足，不能直接用来生产卷烟。为了排出异味，需要设排风系统。排出空气的同时需要向室内补充干净的空气。人工发酵试验工房对环境的温湿度控制要求严格，室内充满了热湿空气，传统的金属风管系统，很容易结露，露水积累到一定程度，容易滋生细菌和霉菌，恶化了试验工房的卫生条件。

法瑞管T系列是专门针对烟草行特点研发出来的，不仅具有法瑞管防结露等的优势，还有消除烟味中的有害气体的优点。研究表明，烟味有4000种组成成份，其中50%是甲醛、乙醛、氨、尼古丁、醋酸。使用后证明，采用T系列法瑞管可将有害气体转化为CO<sub>2</sub>和H<sub>2</sub>O，因为采用独特的空气触媒技术，使它的功能永远有效。与传统的金属风管系统相比，它具有明显的优势，保用渗透型纤维法瑞管，送风能透过整个管子向室内扩散。送风非常均匀，能充分保证人工试验工房的气候条件。工作区的风也很低，避免因送风烟叶在工房中被吹散。

法瑞管防霉菌设计。法瑞管材料全部采用德国希明池两合公司在基础上生产的drapilux bioaktiv，拥有经过专业认证的抗菌功效。得益于阴离子的天然抗菌功效，可

以显著杀灭有效减少停留在纺织品表面的细菌及病原体（如微生物、病毒等）数量。为室内环境提供持久保护，避免管道表面的病原性与非病原性微生物的聚集。

## 法瑞管适应高含尘量环境

充分考虑烟叶库空气高含尘量的因素，法瑞管出风口有特殊空气过滤功能，克服空气换热器翅片间距易堵塞的缺陷，同时法瑞管特殊的纤维材质便于拆卸清洗。

## 法瑞管多气流形式

法瑞管采用织物出风、网条出风、洞口出风、喷口出风多种出风方式，为烟草库提供均匀的气流分布，满足对温湿度的工艺控制要求，保证烟草发酵质量。

## 法瑞管防腐蚀设计

鉴于烟草库内杀虫剂烟碱及焦油会含量高的特点，法瑞管表面浸有特殊防腐涂层以减少表面结灰及焦油附着，拉链、紧固带等零部件也覆盖有耐腐蚀层。

## 法瑞管节省仓库面积

法瑞管采用圆形管、椭圆管、半圆管、1/4圆管设计，可直接吊装在天花板上，不占用空间，节省仓库面积。

经公司专业技术人员与山东京鲁烟叶复烤有限公司有关技术人员的沟通和精确的设计，我们采用渗透性的法瑞管T系列T-70排孔出风，由于送风通过整个法瑞管的表面渗透送风，不会出现凝结问题。根据空间结构，采用双钢丝绳吊装方式安装。事实证明，安装投入使用后的效果十分明显，超出了对方的预期。

# 食品车间的健康通风专家

FEARYDUCT 法瑞管在北京雨润肉食品车间的应用

文/刘永星



北京雨润食品有限公司创建于一九九八年十月，座落在北京市通州区台湖创业园 1 号，注册资本 1000 万元。北京雨润食品有限公司是雨润集团设立在北方的重要肉食品生产基地之一，公司主要从事低温肉制品的研发、生产、加工和销售，产品主要销往华北地区。

由于北京雨润灌装间和内包装间工作区域的温度保持在低温 10° C-12° C 之间，制冷量大风量大。在低温环境下无论人还是食物都需要低风速。采用传统风管系统通过散流器进行点式送风，无法在大制冷量下保持低风速，而且难以清洗维护，满足不了卫生洁净的要求。

### ■ FearyDuct 法瑞管健康通风系统

系统优势突出

FearyDuct 法瑞管采用大渗透率纤维

织物，送风面积大，而风速低，送风均匀无吹风感，保证室内工作人员具有良好的舒适性，较低的室内送风风速以及均衡的室内空气流速能够起到防止生产线上食品风干的可能；定时的管道清洗时，法瑞管拆卸、清洗和再安装都非常方便，满足了卫生洁净的要求。

### ■ FearyDuct 法瑞管健康通风系统

系统独特设计

法布瑞克专业设计师设计将法瑞管系统均匀的布置在车间，系统管道采用排孔送风，使得送风覆盖面积大，均匀舒适，且所有的安装支架都选用不锈钢材料制作，整个系统布置体现简约风格，既美观又不影响车间内采光效果。白色纤维管道还与周围环境相协调，更突出了肉制品行业卫生整洁的特性。送风管道却安装在离地面约 3 米高的地方，取得了良好的气流组织效果并达到了最优化的节能效果。由于法瑞管重量极轻，不象用重达几十吨的金属风管需要从屋顶向下安装吊杆，安装方便，快捷，采用双排滑轨及快速悬吊装置，对现场及结构无破坏。

法瑞管不仅有优良的送风效果，其安全、卫生、美观等诸多优点更是传统铁皮风管系统所无法比拟的，得到了北京雨润食品有限公司领导们的高度评价！

改善商超空气质量 提高顾客满意度

## 法瑞管助力打造绿色商超

商场超市的空气卫生质量,将会对消费者的身心造成不同程度的影响,作为商家,不能只顾经济效益忽视消费者的健康。如果一味追求经济效益,经营场所室内空气质量不好,也会影响消费者的购物感受,减少在商场超市逗留的时间,对于商家来讲,亦非好事。而事实上,一般商超也会把装修、消费环境产生的各项费用分摊到商品中,也就是说,消费者已经在为自己购物时享受的环境埋了单。从这个意义上讲,商家在确保商品质量的同时,也有责任和义务为消费者提供符合相关标准的购物环境,确保消费者购物期间的身心健康。

法瑞作为世界通风领域的领导者,一直以创造美好世界为己任,我们十分了解也清楚看到这一困境带来的压力,但我们乐于挑战。法瑞站在整个行业发展的高度,凝聚全球智慧,整合全球资源,将最前沿的科技应用在通风系统的产品上,推出了全球第一套除甲醛健康通风系统--P 系列德国 Faeryduct 法瑞®管。P 系列 FEARYDUCT 法瑞管采用德国原装进口材料 FaeryDuct Air, 采用金属酶高温分子结合处理, 以催化路径消除有害物质, 减少异味。由此, 法瑞管将审美与安全、清洁高度结合在一起——提供全天候的清新空气。

FEARYDUCT 法瑞管可以做到: 减少过敏, 尤其对免疫力低下或年老体弱人群具有显著好处; 驱除异味及有害物质; 接触反应, 无需光照环境; 作用机理经过多个独立研究机构科学检测。

同时我们根据超市的特色, FEARYDUCT 法瑞管还有诸多特点: 1、商超中空调能耗是主要的运行成本之一, 法瑞管特殊的设计, 可降低空调主机能耗 20%以上; 2、层高小, 面积大, 人员流动大, 空间近似封闭, 且地面上货架高而密集, 传统的散流器送风位置固定, 灵活性低, 而法瑞管送风风量大, 送风均匀, 而且末端风速较低, 吹风感适中, 噪音小; 3、超市是公众场所, 人流量大, 空调使用频繁, 风管的污染程度高, 按照国家现行的《公共场所集中空调通风系统卫生规范》, 必须定时清洗风管, 传统风管系统的清洗维护对超市来说是个沉重的负担, 而易清洗维护的布质法瑞管更利于在超市中使用; 4、超市的特点是装修结构简单, 工程周期短, 普通超市 4000—5000m<sup>2</sup> 的风管 10 人安装至少需要 40—50 天, 而法瑞管从测量尺寸、生产到安装只需 10 天以内。

未来的法瑞, 将会以创新之道提供更加完美的解决方案, 制造优质产品, 为绿色商超贡献自己力量。

法瑞管引领商超绿色变革!  
凝聚全球智慧, 整合全球资源。  
FaeryDuct



空气分布器是通过特殊织物纤维织成的空气分布系统，通过纤维渗透和喷孔射流的独特出风模式，达到均匀送风的送出风末端系统。应用在空调末端的空气分布器。

2011年，德国FAERYDUCT法瑞管因其具有净化空气的功能而优于传统空气分布器的特点，被法瑞及时引进中国，纳入法瑞“绿色计划”成为法瑞绿色环境系统的组成部分。

1、商场超市：商场超市属于公共场所，空间大，人口密度及流动性强，通风系统的选不仅满足较高的空气质量，还要外形美观，节约成本。FAERYDUCT法瑞管可回收、安装周期短、维护简单、送风干净均匀、外型美观、噪音小，非常适合大型商场、超市的使用。

2、食品工矿企业：FAERYDUCT法瑞管可随时清洗、有极佳过滤效果、材料可以做到洁净等级、抗静电防腐蚀、送风均匀，并且安装方便减少工期与承重、综合性价比高，可有效节约企业运行成本。

3、烟厂汽车行业：FAERYDUCT法瑞管质量轻，可以减少钢结构的承重，通过专业技术工程师的设计可以实现定点、定向、定量均匀送风，无吹风感。

4、体育馆：法瑞管材料可以防腐、适合水类运动、安装维护简单、送风均匀、可定点送风、颜色多样和材料可单独设计，非常合适网球馆、羽毛球馆、篮球馆、游泳池、乒乓球管等体育运动场合。

5、冷库净化系统：FAERYDUCT法瑞管有特殊的纤维制造而成，其渗透率也经过设计工程师的精确计算，使布风管内外温度一致，因此在送冷风的时候也不会产生凝露。此外，德国法瑞管加入抗菌材料，可以净化空气，能在千级、万级、十万级净化车间使用，如食品行业的拌料车间、分离车间、调配车间等。

6、医药物流行业：医药物流行业大多空间较高，送风量大，安装复杂，要求均匀送风。法瑞管可以根据不同的使用和施工设计为风口的形状、数量、大小，以达到最佳的送风效果，并且安装便捷、周期短，重量较轻，便于清洗维护，已经在行业内被广泛推广使用。

7、车站临时展馆：FAERYDUCT法瑞管在车站与临时展馆用，也是非常适合的，均匀的布风，给乘客舒适的感觉，并且安装维护方便、美观大方、可个性化设置用做宣传、质量轻减少钢构承重，也可以回收，大大节约成本。

8、影剧院：FAERYDUCT法瑞管具有低噪音的特点，在影剧院、录音室使用时不影响观众效果，同时不同的出风方式可以将送气舒适的送至观众席与表演台，实现多角度送风。

9、仓储印刷行业：仓储物流行业面积大，室内空气质量较差，因此解决通风问题必不可少。法瑞®管可多角度、大面积均匀送风，为员工提供舒适的工作环境。



# 完善的质量管理制度 是德国制造的基础

德国制造有一整套完善的质量管理制度护航，这套严格的生产质量管理制度也让德国产品获得全世界的赞誉。

一说起德国，人们立马会想起严谨。没错，德意志民族的严谨世界文明，也正是因为严谨诞生出了“精密产品选德国制造”这一行业潜定律。西门子、博世、宝马、奔驰……这些产自于德国的举世闻名的品牌，同样也是品质的代名词。为什么“Made in China”让我们自己都嗤之以鼻？为什么德国制造会享誉全球、经久不衰？

这是因为德国制造有一整套完善的质量管理制度护航，这套严格的生产质量管理制度也让德国产品获得全世界的赞誉。接下来，就简单介绍一下德国的生产质量管理制度。

### ■ 功不可没的认证机构

德国标准化学会和德国电器工程师协会是德国两个主要的产品认证机构，分别从事电工、电子产品符合 DIN 标志的认证。这两个机构有着密切的合作关系，联合组成德国电工委员会，参加国际电工委员会。DIN 代表德国参加国际标准化组织。此外，于 1971 年 12 月成立的联邦德国商品标志协会有限公司是专门负责符合 DIN 标准的产品认证工作的机构，它隶属于德意志标准化学会。

德国出口产品安全管理的指导理念是“流程决定结果”，为了保障最终出口产品的安全，德国建立了一整套的独特的“法律——行业标准——质量认证”质量管理制度体系。在完善的法律法规的基础上，细化为数万条的行业标准，然后由质量认证机构对企业生产流程、产品规格、成品质量等进行逐一审核，企业最终只需要拿到认证机构的认证结果。这样，既保证了繁杂的法律法规的有效实施，也便于企业向消费者证明自身产品的安全性。

在该流程中，质量认证机构有着相当关键的位置，严格的质量认证制度在创造“德国制造”声誉的过程中也功不可没。比如德国著名的 GS 认证，其含义是德语“Geprüfte Sicherheit”（安全性已认证），也有“Germany Safety”（德国安全）的意思。它以德国产品安全法为依据，按照德国工业标准 DIN 及欧盟统一标准 EN 进行检测。虽然这是一种非强制性的自愿性认证，但在普通消费者心目中，一个有 GS 标志的产品设备在市场更有竞争力，因此几乎所有的德国设备制造商都积极进行此项认证。

“ 德国在加强出口产品安全管理方面所依赖的一整套管理机构、法律法规、行业标准以及质量认证等质量管理制度体系。 ”

### ■ 严谨的召回制度

在德国一般都很少听到德国出口产品在国外遇到质量问题的消息。偶尔出现，也主要是由企业主动来解决，比如产品召回等。这主要得益于德国一整套完善的出口质量管理制度 th1dl.org.cn 包括事前管理、事中监控、事后处理程序，即使在发现质量问题后，通过主动召回等程序不仅能妥善解决，相反往往还会增加海外消费者对产品的信任度。

这一质量管理制度在汽车行业可谓是家喻户晓。最近几年来，德国大众、宝马和奔驰等曾经大量召回故障车辆，今年年初奔驰还出现了其历史上规模最大的 130 万辆故障车召回的事件。这些频频发现的故障虽然引起部分消费者的不满，但由于处理及时并没有对德国汽车质量良好的声誉造成太多负面影响。德国汽车行业的出口也连年创出新高。

据了解，德国的高速公路沥青层下铺设超过 70 厘米的水泥基础，完全可以胜任飞机起降和坦克行驶；德国工人每天都把厂房地面擦得一尘不染；德国法律细致到规定周日公寓内噪音不得超过多少分贝……

### ■ 完善的管理体系

当然，德国产品质量信誉的背后，依靠的绝不仅仅是发现质量问题后的召回制度，更重要的是德国在加强出口产品安全管理方面所依赖的一整套管理机构、法律法规、行业标准以及质量认证等质量管理制度体系。

目前德国工业产品中有一半销往国外，全国近 1/3 的就业岗位都来源于出口行业，德国经济是典型的出口导向型经济，出口管理部门在政府机构中占有重要位置。德国对外贸易归联邦经济部主管，下设专门的对外

贸易办公室。产品质量的管理还涉及消费者权益保护部门和质检部门等，半官方的德国工商总会、中小企业联合会等在全球都建有庞大的联系网络。此外，相关立法机构、行业标准化机构、质量认证机构等在海外产品安全管理中发挥着重要作用。

德国出口产品安全管理有着完善的法律体系，例如《设备安全法》、《产品安全法》、《食品法》等。德国在食品安全的法律建设中构架了四大支柱：《食品和日用品管理法》、《食品卫生管理条例》、《HACCP 方案》、《指导性政策》，它们互相补充、构成了范围广泛的食品安全法律体系的基础。德国所有的出口食品包装的标签上都注明商标、食品成分和有效期，还有有关商检机构质量认可的显著标志。这都成为德国出口食品产品安全的根本保障。

德国行业标准化组织在产品质量管理制度中也发挥着重要作用。标准化组织工作的依据正是国家颁布的各项行业法规，将本已数十万条的行业法规转化为具体的业内标准，这些标准又成为认证机构质量认证和企业生产的依据。

“德国制造”可以说对产品的质量精准的要求达到了苛刻的地步，这来源于德意志民族的严谨，也依赖于德国严格的质量管理制度的要求。民族的特性我们或许有差别，但是质量管理制度的设立和执行是不是需要我们企业借鉴呢？毕竟，企业追求的是利润最大化，完善质量管理制度则是市场的保证。最后再次敬佩德国人的严谨，他们说着世界上最严格的语言，也做着世界上最严格的产品。

《任正非华为管理日记》——连载 (31)



一个白手起家的穷小子，踏进了“世界巨人俱乐部”；  
一个从寒门走向豪门的 IT 传奇人物；  
一个始终保持忧患意识的风云人物；  
一个坚持以技术自立的英雄人物；  
一个从不把英雄当功臣的特殊人物；  
他领导华为把诺基亚、西门子、阿尔卡特甩在身后；他最低调，最神秘，却成为业界极富号召力、影响力的 CEO 之一。当同行用异样的眼光看待这个“狼性十足”的企业家时，他却在悄悄崛起；他改写着中国企业的生存法则；  
他领导华为开始成为跨国巨头最危险的竞争对手；  
他被评选为“15 年来对中国管理影响最大的 15 人”之一；  
他，就是任正非！

---

7月20日••将3G进行到底

---

以顾客为导向是公司的基本方针，为了满足用户的要求，我们还会做出我们更大的努力。  
——任正非语录

**任正非管理智慧**

在早期的 2G 时代，华为错过了市场时机，而在 GSM 上却投入了十几亿元研发经费。到 1998 年，获得全套设备的入网许可证。然而，华为虽然经过了八年时间的打拼，却在国内的无线市场没取得太大的份额，甚至连最初投入的成本都没有收回。

面对 3G 时代的来临，华为又展开了更大规模的研发与市场开拓，每年投入 10 亿元的研发经费。虽然他们又坚持了八年，还是没有在国内市场站稳脚步，因此，华为不得不到海外寻找生存空间。

最终，华为成功开拓了 3G 时代。如今，少了华为，3G 就不能称之为 3G。对于 3G 的发展战略，华为人表示将在未来集中发力研发高端互联网手机以及移动宽带与整合终端，全线布局 C 网终端。不过，若想做成高端产品，没有创新，没有核心竞争力是进行不下去的。3G 终端的研发、设计、生产，必须依靠产品与技术的创新，还要对市场需求进行快速反应与调整。只有具备强大的创新能力，敏锐的市场眼光，以及与运营商有更多的合作与互动，才能赢得更大的竞争市场。华为人意识到这些，他们坚信一定能在 3G 领域取得巨大成绩，将 3G 进行到底。

**管理心得：**企业在做每一项产品时，都必须先做市场分析，针对市场需求进行研究生产。并且在确定目标之后，坚持不懈，将产品研发进行到底，才能取得最终的胜利！

---

7月21日••IT微利时代的新出路

---

企业服务的好处不仅仅在于眼前的收益，更在于赢得用户长期的信任感。一句话，谁能用非常服务赢得顾客，谁就是微利时代的最大赢家！通过服务为客户创造价值在华为永远是第一

位的。客户关心的不是你知道的有多少，他们更想知道你对他们有多关心。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

随着IT业逐渐进入到微利时代，这也让IT界遭遇了前所未有的考验，各个企业该何去何从，是每个企业必须面对的问题。华为也不例外，不过，华为人很快就为自己的发展寻找到了新的出路。

如今的华为，已经投身于高端机型的研究。并不断推出高端机型，并向三星、摩托罗拉与LG发起了挑战。虽然，华为在技术上面有所欠缺，但是华为的优势在于他与运营商有着密切的关系。

为了加快CDMA新增用户的发展，联通主要偏重于低端产品的采购。2006年，联通华盛所采购的CDMA的终端品种就比2005年增加了25%。在联通的集采中，在联通的采购中，低值化的趋势相当明显，华为的3款机型进入联通采购的名单。不过，这些都是华为的低端产品。曾有一位华为的高层管理人员表示，终端市场的进入，早一天还是晚一天不是最重要的，最重要的是要有非常准确的产品定位与适合客户需求的产品。而华为作为国内CDMA手机市场的后来者，中国手机市场低值化的趋势势必会给高端市场的冲击带来压力。

因此，对于IT微利时代，任正非提出了只有生产高端产品，并不断向三星等这些高端厂商看齐，才能找到更好的出路。

**管理心得：**当企业的发展不能正常进行时，就需要企业领导对企业的方向做出重新调整，为企业的持续发展寻找新出路，这样才能避免撞到南墙的悲剧发生！

---

7月22日•放长线钓大鱼

---

自己给自己的优势产品降价，不要等竞争对手进入后再降价，用抬高进入的门槛来阻止新的竞争者进入，反而能够获得长远的竞争优势，Intel就是典范。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

华为之所以不断取得发展，就是因为任正非一直凭借着迂回的间接路线战略，将客户关系经营得炉火纯青。任正非这一战术，不仅保证了充足的客户源，又保障了团队的凝聚力与向心力。任正非采取这些策略的最主要表现就是——放长线钓大鱼。

例如：在1999年，朗讯与西门子已经占据山东省大部分地区。在常人看来，华为很难再进入这样饱和的市场。然而，令人们没有想到的是，华为竟然采取迂回战略，成功进军山东市场。当时，在华为准备进军山东地区时，刚开始的头两个月，华为以解决老产品问题作为掩护，想方设法与客户保持联系，但是却不提销售的事情，即使有机会，华为人也只谈华为的企业文化与客户情况。到了第三个月，局方高层领导终于答应到深圳参观华为，而此时的华为依然不提销售事宜。直到第四个月，华为又成功邀请当地的局方从基层到中层所有相关人员五十多人到深圳参观。终于，半年之后，在山东菏泽新一轮整网招标中，华为成功胜出。华为人正是利用这种战术，一步步占领有限的市场。

**管理心得：**急功近利的企业是很难得到快速发展的，尤其是当自己实力不强的情况下，若是一味急于求成，只有一败涂地。只有懂得放长线的企业，才有可能钓到大鱼！

7月23日••华为不断发展强国产业

公司要求每一个员工都要热爱自己的祖国，这个多灾多难、刚刚振兴的民族。只有背负着他们的希望，才可以进行艰苦的搏击，而无怨言。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

在大多数大型企业不断提出振兴国家产业的口号的现今社会，任正非虽然从来都没有在公开场合表示这样的态度，但是并不能说明他就满足于在外国商人的夹缝里分得一杯羹。在很早的时期，任正非就十分自信地称，将来电信业三分天下之时，华为就是其中之一。而且在对华为进行管理的过程中，任正非总是非常严厉地打压那些导致员工自满的东西，从来都不讲进入500强的话题。

任正非还曾对自己的员工指出，在民族通信工业面临生死存亡的关头，华为人必须尽最大的努力，不能有丝毫的退缩，更不能低头。因为华为从事的事业，是为了祖国的利益、人民的利益、民族的利益。任正非在创建华为以来的二十多年里，算是真正的白手起家、自力更生，无论在什么样的环境下，他都能够以政治家的试图教父般的号召力，带领着华为人走出一条无法复制的成功之路，为振兴国家的产业，做出最大的贡献。

**管理心得：**企业的责任，必须以强国、利民为基础，一旦脱离了最基本的原则，企业就会被社会、被人民淘汰。振兴国家是每一个企业都必须做，只有国家兴盛，才有企业的发展！

7月24日••华为的利益链

要对客户做出长远的承诺，与优良的供应商真诚的合作并学会尊重对方。客户的利益就是华为的利益，只有让客户的利益得到保障，进行客户、企业、供应商在利益链条上的合理分解，才能各得其所，进而形成利益的共同体。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

只有对客户做出长远的承诺，并与那些优良的供应商进行真诚的合作，加之企业本身的发展，才可以构成一个合理的利益链，三方各得其所，这样才能形成利益共同体。因此，供应商的利益、客户的利益、企业的利益等各方面的利益，都是一个企业供应链管理的不可缺少的部分。

供应商是共同利益链中的原料提供者，自然需要获得利益。而企业为了节约成本，就会与供应商的利益不可避免地发生冲突，在这场利益的博弈中，企业必须建立健全的采购管理系统。使采购人员通过谈判、协商，最终做到企业与供应商的利益均衡。而在利益共同体中，客户的利益也是非常重要的。因此，企业为了保证客户的利益，必须不断改善自己的产品质量与服务质量，以提高客户的满意度。因此，华为要想取得长远的发展，就必须妥善协调利益共同体中的每一方面的利益与关系。

**管理心得：**企业的发展过程，其实就是将利益链深化、平衡的过程。但凡那些取得长远发展的企业，都能够妥善协调利益链上各方面的利益与关系！

7月25日•像军人一样

市场正部正在从游击队转向正规军，从自为战、村自为战的麻雀战转向阵地战，大量的员工正在转训的时期，大量的外来优秀人员加盟这个队伍，许多受过外国公司正规训练的骨干，带来了他们科学且有效的新思维、新方法，充实我们的队伍。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

军人出身的任正非，在华为却很少直接向人提起自己曾经地军旅生涯。尽管任正非曾经有过14年艰苦的军旅和生涯，但是却并没有给他带来多少物质收益与直接的事业帮助。不过，由于军人出身，军队生活却锻炼了任正非钢铁般的意志与执行力，以及社会责任感。

在1998年，任正非曾经向华为培训中心推荐了一本《西点军校领导魂》的书，这本书的内容主要介绍西点军校如何培养军队的领导者。任正非还要求华为的每一位新员工都必须记住“责任、荣誉、事业、国家”的信念。此外，任正非还时常与自己的员工谈三大战役、抗美援朝，以此来激励员工。

平日里，任正非做事与军队的作风非常相似，有着雷厉风行的性格，要求做的事就必须立即做到。每次在任正非亲自主持的会议上，员工发言都是直奔主题，否则就会遭遇他的呵斥。也正是任正非从军队继承了“攻无不克”的精神，发展成为华为强大执行力的来源。

任正非总是运用非常简单的决策方式，不用花费太多的时间，对其决策进行反复的论证。对于每个人来说，所有的事情都会遇到困难，只想着困难而不去克服的人，就不是算得上是一个称职的人。正是任正非在华为形成了一切行动听指挥，步调高度一致；也正是他雷厉风行才时常让对手反应不及，才使得华为一步步发展成为国际性的企业。

**管理心得：**企业的发展，离不开企业领导较强的执行力，也离不开企业上下步调一致。只有企业形成一个整体，并形成良好的执行力，才能让企业的发展更加顺利。

7月26日•任正非要完善华为的价值链

我们认为：客户的利益就是我们的利益。我们从产品设计开始，就考虑到将来产品的无代演进。别的公司追求产品的性能价格比，我们追求产品的终生效能费用比。为了达到这个目标，我们宁可在产品研制阶段多增加一些投入。只有帮助客户实现他的利益，只有他们有利益，在利益链条上才有我们的位置。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

“华为Intouch Lab体验中心”于2005年的中国国际通信设备技术展览会期间，正式面向全球运营商以及业界合作伙伴开放，同时还推出“Intouch Lab合作伙伴计划”。华为这样的做法，不仅为电信增值业务价值链的成熟助了一臂之力，也显出其在电信制造业内重塑自身定位。因此，华为也将在电信增值业务价值链中发挥更加巨大的作用。华为也因此从单纯的“卖盒子”转变成为客户提供量身定做的整体解决方案的角色。

华为提供的Intouch Lab体验中心，主要是面向以运营商为主导的价值链整合的新业务体验

与试运营环境，以及端到端业务创新的开放合作实验室。华为推出化验中心，使得华为的价值链不断完善。当华为的 Intouch Lab 体验中心正式开放之后，不仅让运营商受益，而且新浪、TOM 在线等 CP/SP 也成为直接的受益者。

**管理心得：**企业必须将客户的利益时刻挂在心头，还要考虑到未来的产品的发展，是否能够满足客户的需求。只有重视价值，重视客户需求，生产出来的产品才能被大众所接受。

### 7月27日•先有大家，才有小家的存在

任何时候、任何地点都不要做对不起祖国、对不起民族的事情。要关心时事，关心国家与民族的前途命运。提高自己的觉悟。但不要卷入任何政治漩涡，指点江山。公司不支持您，也不会保护您。公司坚持员工必须跟着社会潮流走。要承认只有共产党才能领导中国，否则就会陷入无政府主义。一个高速发展的经济社会，没有稳定，没有强有力的领导，陷入无政府主义状态是不可想象的。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

每个企业都必须面临所在的国家、所处的社会，还必须面对企业内部环境。这两个环境对企业的发展都起着不可或缺的作用。因此，要求企业领导者必须能够平衡这两种环境的关系。任正非就是一个非常优秀的企业家，他有着深厚的民族情绪、强烈的爱国意识。

一个连国家都可以背叛、连民族尊严都能够舍弃的人，一定会给企业带来巨大的危害。所以，任正非一直要求自己的员工，必须做到忠诚于祖国，坚决拥护党的领导。不过，任正非却不允许企业的员工参与政治事件。任正非之所以这样做，是因为他明白，在商言商的道理。因为商人的焦点是商业，企业家的焦点是经营与企业管理。因此，华为人必须在政治大环境下，与共产党保持高度一致，并对国家与民族负责。除此之外，还要在小环境中恪守自己的本职工作，忠于自己的事业。

**管理心得：**无论是一个人，还是一个企业，都要时刻与社会的主流价值观保持高度一致，只有做到了这些，才能获得生存的机会，才能成就一番大业！

### 7月28日•榜样的力量

我们要秉承毛泽东搞两弹一星的气魄和决心，响应党中央科教兴国的伟大号召，跟随五中全会跨世纪的宏伟规划，在改革开放的基础上，独立自主、自力更生地建立和发展华为产品体系。学习老一辈革命家、专家团结一致、艰苦奋斗、奋发图强的精神，赶超世界先进水平，以充分满足用户的最高需求。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

到了 1995 年，我国改革开放已经进行了 17 年之久，中国政府也积累了丰富的改革经验，当时的中国经济也正以前所未有的速度发展。在改革开放的大潮中成立起来的华为公司，才有了快速成长的经历。

当时的华为以大市场、大科研、大系统、大结构为目标，建立了一个运作良好的组织与服务网络。当时的华为员工已经发展到 1750 人，其中有 1400 人受过本科以上的教育。还有八百多名博士、硕士。在这样一个组织结构中，作为领头人的任正非，一直要求员工要秉承毛泽东搞两弹一星的气魄与决心，并以毛泽东主席为榜样。也正是树立了榜样，使华为开始了成为大公司的发展之路。正是任正非不断为华为人树立榜样，才使得华为冲破一切困难，不断取得成功。

**管理心得：**企业在建立之初，在精神方面给予员工以鼓励是非常重要的。因为榜样的力量是无限的，它更有利于企业的团结与发展！

7月29日•培养客户服务，华为才有利润可赚

外国产品，我们现在还争不赢他们，但明天就会强有力。今天，在网上有些方面还没有达到您的要求，明天我们会逐步完善的，以满足你们日益发展的需要。

——任正非语录

### 任正非管理智慧

任正非一直都在教育自己的员工，要将客户视为华为的衣食父母，要将其当作华为生存下去的惟一理由，因此，必须要让客户对华为所提供的服务满意。当华为取得了可观的市场份额之后，又开始寻求产品差异化策略，并将服务作为寻找的主要途径。在体现差异性方面强调以用户为中心的营销理念。

大多数的国际巨头一般都很注重服务，没有良好的服务队伍，电信设备就很难发挥其应有的作用。任正非称，华为在初期时，由于产品的性能不稳定，被人们称为三流产品。不过，华为却有着二流的营销，一流的服务。任正非对用户服务工作十分关切，由于华为没有市场，只能靠技术先进、质量可靠、服务周到去争取市场。因此，华为的产品要争取 2000 天内不出硬件故障，减少上门维修的工作量，进一步降低综合成本，为用户带来利益。只有不断培养客户服务意识，华为才有利润可赚，才能在市场中争得一席之地。

**管理心得：**企业只有做到让客户满意，才能不断为企业赢得更多的信赖，进而提升企业的声誉，增加企业利润，让企业有利可赚！

**『选文声明：**本文内容节选自由中国铁道出版社出版马立明主编的《任正非华为管理日志》，选文仅作内部交流传阅，禁止任何形式的转载、复制等侵权行为。如作他用，请与作者或出版社协商。』

## 『细节和责任』

细节往往因其“小”，而容易被人忽视；因其“细”，也常常使人感到繁琐，不屑一顾。但就是这些小事和细节，往往是事物发展的关键和突破口，是关系成败的双刃剑，因此，法瑞把“认真、快、坚守承诺”确定为员工准则。我们要树立坚强的责任心。这就是说，抓落实，目标要细，要求要细，责任要细，措施要细，这就要求我们必须克服华而不实的工作作风，必须改变随意性、粗放式的管理方式，必须健全制度、堵塞漏洞，走上制度化、规范化的轨道。

——摘自 CEO 张伟《细节和责任》

**关乐**-闻名世界的惠普创始人戴维·帕卡德曾感叹“小事成就大事，细节成就完美”，可见他对细节的作用和重要性的认识。其实，生活的一切原本都是由细节构成的，决定成败的必将是微若砂砾的细节，细节的竞争才是最终和最高的竞争层面。在今天，随着现代的越来越细和专业化程度的越来越高，一个要求精细化的管理和生活时代已经到来，这个社会就是个优胜劣汰的时代，只有做个在细节上认真且做事有责任心的人，才会在当今社会长久生存。

**孙识渊**-老子曾说：“天下难事，必做于易；天下大事，必做于细”。它精辟地指出了想成就一番事业，必须从简单的事情做起，从细微之处入手。世间上不论什么事，从最根本的角度来说，都是由一些细节构成的。在实际的工作中，我们应该养成一

个良好的工作习惯，履行自己的职责，做好每件属于自己的简单、平凡的工作，成功才会光顾我们。

**邓曼珊**-“细节是一种精神”，一种用专业去敬业的精神！不注重细节的人大致上有两种原因：一是没有用行动来体现；二是根本就没有意识到注重细节的重要性，就是所谓的不敬业的态度。所以，注重细节是一种态度，一种在工作中责任心和积极性的态度！

**王成才**-使我深有感触的是要使公司发展壮大，必须从细节和规范做起。比如从设计、生产，到安装、售后一定要细。不然的话订了合同，看似得到了一个客户，实际上可能丢掉了跟多的客户。只有在各个环节做好细节，市场才能达到预期效果，公司才能得以发展壮大！

**周平**—通过《细节和责任》这篇文章可以看到，如果我们要想取得成功，要想把工作做好，要想成就一番事业，我们必须注重细节，肩负责任，保证每个细节都做好！

无论多么惊天动地的大事，都是由一件件小事构成的；无论多么庞大周密的计划，也都是由一个个细节组成的。把每一件小事做好，你就是职场上的成功人士；把每一个细节做到位，你就是公司里的优秀员工，你的责任感就能充分体现出来。对于员工来说，不要总以为比别人聪明，而坐等做大事的机会到来好一显身手，这实际上是一种十分愚蠢的行为。

事实上，人与人之间真正的差别就体现在工作的细节之上。如果有一位同事和你一起进入公司，并处在和你一样的岗位上，却比你更受老板器重，总是拿到更多的薪水、得到更多的提拔，这时你千万不要心怀怨恨，不要怀疑他与上司之间的关系，也不要认为他的能力非同寻常。只要稍微留心一下，你就会发现，他的成就都是源于对工作细节的更多关注。

在现实中，小事最容易被忽略，我们时常可以看到因小疏忽酿成大错误。一次小的失误可以铸成大错，同样

一件小事的不到位也会引起别人对我们能力的怀疑，降低我们在他人心目中的可信度。作为法瑞的一名员工，我们应该具备“小题大做”的心态，在工作中保持高度的责任心和足够的注意力，对工作中出现的每一个细微变化、每一件细小的事情都非常重视。我们只有养成注重细节、感受责任的工作习惯，才能把我们法瑞的产品做好，才能使“FAERY 法瑞”品牌在激烈的市场竞争中乘风破浪、经久不衰。

**张龙飞**—细节决定成败，着眼于细节才能做到极致，虽然细节常常意味着繁琐，但是，敢于挑战繁琐的事情，才是有责任心的体现。在生活中注重细节，可以培养气质；在工作中注重细节，可以提升能力。不被细节打败，才是真正的强者，才能在激烈的竞争中取得成功！

**杜军强**—空谈误国，实干兴邦，企业和文化亦是如此。真正的法瑞人不是只喊口号，不是嘴里喊着“认真、快、坚守承诺”而工作和计划却按部就班，拖泥带水。我们应该奖惩分明，通过制度管理让大家清晰明确地知道如何快、如何认真、如何保障细节！

『法瑞倾听——倾听法瑞人的好声音！』



法瑞产品权威认证机构——

**Underwriter Laboratories Inc**

**美国产品安全标准创始者**

UL 是一家产品安全测试和认证机构，它也是美国产品安全标准的创始者。在一个多世纪的岁月里，UL 已对成百上千种产品和部件进行了相关的安全标准测试并按照国际标准评估其管理系统。

打造  
更安全的世界  
始于  
**1894 年**



在美国，对消费者来说，UL 就是安全标志的象征，全球，UL 是制造厂商最值得信赖的合格评估提供者之一。

#### ■ UL 认证机构简介

UL 的全称，是美国保险商实验室 (Underwriter Laboratories Inc.)，是美国最有权威的，也是世界上从事安全试验和鉴定的较大的民间机构。它是一个独立的、非营利的、为公共安全做试验的专业机构。它采用科学的测试方法来研究确定各种材料、装置、产品、设备、建筑等对生命、财产有无危害和危害的程度；确定、编写、发行相应的标准和有助于减少及防止造成生命财产受到损失的资料，同时开展实情调研业务。

UL 始建于 1894 年，初始阶段 UL 主要靠防火保险部门提供资金维持运作。经过近百年的发展，UL 已成为具有世界知名度的认证机构，其自身具有一整套严密的组织管理体制、标准开发和产品认证程序。UL 由一个有安全专家、政府官员、消费者、教育界、公用事业、保险业及标准部门的代表组成的理事会管理。UL 在美国本土现有五个实验室，总部设在芝加哥北部的 Northbrook 镇，同时在台湾和香港分别设立了相应的实验室。

UL 主要从事产品的安全认证和经营安全证明业务，其最终目的是为市场得到具有相当安全水准的商品，为 人身健康和财产安全得到保证作出贡献。就产品安全认证作为消除国际贸易壁垒的有效手段而言，UL 为促进国际贸易的发展发挥了积极作用。

#### ■ UL 认证的跟踪检验

跟踪检验是 UL 严格认证的保证。作为 UL 认证的一个有机组成部分，为了保证 UL 的列名、认可产品继续符合 UL 的标准和要求，UL 制定了“跟踪检验”系统。“跟踪检验”就是由 UL 派出分布全世界各地的现场代表到当地的工厂生产现场对 UL 的产品进行跟踪检验。其目的就是通过对工厂的生产过程、检验过程以及产品，对照 UL 的标准和跟踪检验细则进行核查，保证制造厂商的生产过程、检验过程和产品始终符合 UL 的要求。



封面设计：李宗旗

主管单位：法瑞（中国）



JaeryChina

法乎自然瑞泽全球