

守望 2008 回眸 , 2007

腾飞彩虹

彩虹发展大事记

彩虹

RAINBOW CHRONICLE

二〇〇八年[贺岁刊] 总第四十三期 中国民营企业优秀报刊

通讯

企业视角 文化先行

智慧管理 服务创新

效益2007
辉煌2008

贺岁刊

戊子年 2008

Happy New Year

[内部资料 免费交流]

设计先锋，创意彩虹

彩虹设计工作室横空出世



天高任鸟飞，首期发行突破**2**万册的先锋行业期刊
《彩虹通讯》是我们指点市场的舞台；

海阔凭鱼跃，在您理想与现实间轻盈起舞的创意专业团队是我们激扬灵感的源泉。

强势卖点：

- 1、免费向行业内厂商人士发行投放的企业刊物大大节约了您的宣传成本。
- 2、全国范围内每期2万余册的发行量让您的信息遍布行业市场的每个角落。
- 3、比设计公司更懂创意，比策划公司更懂营销的精英团队为您的广告质量保驾护航。
- 4、“为客户创造价值”的彩虹宗旨成就了我们每期广告只收取印刷成本费的低廉价格。

我们让您的构想在这里瞬间呈现！创意彩虹 邀您共舞！

欢迎来电洽谈业务 0755-33236927

辉煌事业 我们值得奋斗

2007年，精彩呈现的一年！

2007年，孕育新生的一年！

俗话说：小心驶得万年船，纵观商业历史，百年企业已是凤毛麟角，千年企业更是无可寻觅。基业常青是每个商海勇者内心的愿景与渴求。

走过200彩虹已整整十二岁了，十二年的辛苦加十二年的探索，十二年的实践加十二年的创造，彩虹人走出了一条业内无法复制的成长道路，开辟了一个行业崭新的未来。回首2007彩虹无疑是幸运的，面对激烈的市场竞争和恶劣的生存环境，彩虹在收获更多荣誉与效益的同时，更锻造了扎实的内在之美。

跨入200彩虹迎来了自己新一轮成长之始。站在新年的门槛，我们也欣喜地看到：越来越多的合作伙伴与彩虹共进共退达十年以上；财富不是永远的朋友，但朋友一定是永恒财富，彩虹最大的财富莫过于得到更多优质客户的支持与信任；面对那么多真诚的面孔，彩虹无以回报，惟有将自身的前途与你们紧密联系在一起，共同步入辉煌未来。

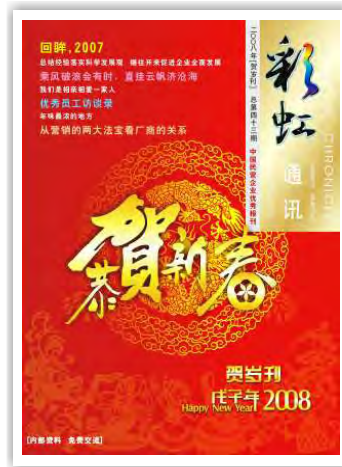
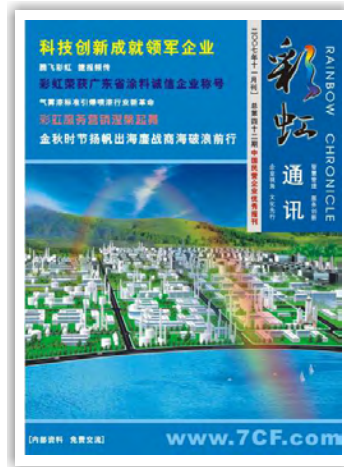
伴随新年的脚步，彩虹众多的员工也已从青春少年成长为中流砥柱，他们将青春与激情奉献给彩虹，始终将自己的命运和彩虹的未来捆绑在一起，创造了一个又一个奇迹；他们在洒下汗水的同时收获成长；所以，彩虹是不甘心的，我们在过去的岁月里锤炼了意志、积蓄了巨大能量。

愚者夺其利、智者谋其恒。我们希望创造永恒，科学、和谐、健康地带领大家一起跨过风险，创造财富、实现永恒。

等闲识得东风面，万紫千红总是春。彩虹已规划了面向全球的发展战略、培养储备了一大批职业化的组织成员、做好了适应行业发展和外部环境变化的准备。未来，一个“高度专业化、规模化、国际化”的彩虹品牌，将把“为客户创造价值”的理念从产品延伸，扩展到与国计民生息息相关的“住”与“行”等多个领域，让每个彩虹合作伙伴劳有所获、享有尊敬。

此时此刻，就让我们脚踏实地、壮志凌云，朝着我们心中的目标迈进！

彩虹通讯 RAINBOW CHRONICLE



Organizer/ShenZhen Rainbow Fine Chemical Industry Co.,Ltd.

Issuers/ChenYongdi

Principal Consultant/ShenShaoling

Consultants/LiHuachun YangQingbo XuZexiong LiuKe

ChenYinghong WanLihua ZhangJianxin TangWeidong

Produder/YangQingbo

Executive Editor/Chengguang

Editor/LiShiwen

English-language editor/ZhangJinling

Add/Rainbow Industrial Park ,ShangWu Village,Shiyan Town, Bao ' An District,ShenZhen City.

Code/518108

Fax/0755-33236901/02/03

Email/CHTX@rainbowvc.com

Art Editor/GuoWei YangJi HuangWeiyi

Designer/Rainbow Design Studio

Tel/0755-33236924

Legal Consultant/MuYinli

Issue/Rainbow Chronicle Issue Department

Tel/0755-33236914

Advertising Department/0755-33236927

Customer Service Department/0755-33236923

http://www.7cf.com

Publications Printing Certificate/ Guangdong B of 1157

Our network partners/ Pacific Auto Network Huicong Network

主办单位：深圳市彩虹精细化工股份有限公司

发行人：陈永弟

首席顾问：沈少玲

顾问：李化春 杨清波 许泽雄 刘科

陈瑛虹 万丽华 章建鑫 汤微东

总策划：杨清波

执行主编：程光

责任编辑：李石文

英文编辑：张晋玲

编辑部地址：深圳市石岩镇上屋彩虹工业城

邮编：518108

传真：0755-3 3236901/02/03

投稿邮箱：CHTX@rainbowvc.com

美术编辑：郭伟 杨继 黄伟一

设计：彩虹设计工作室

电话：0755-33236924

法律顾问：穆银丽

发行：《彩虹通讯》发行部

电话：0755-3 3236914

广告部：0755-3 3236927

客户服务部：0755-3 3255333

网址：www.7cf.com

出版物准印证：粤B第1157号

网络合作伙伴：太平洋汽车网 慧聪网

本刊记者、特约撰稿人授权本刊声明：本刊所刊作品，未经许可，不得转载、摘编。如未及时收到本刊或期刊印刷质量出现问题，请直接与本刊发行部联系，我们及时为您免费更换。

Statement:All works can't reprint and extract, which is unauthorized.If you have not received in a timely manner or the printing quality problems ,please contact Rainbow chronicle issue department ,we will keep you free mailing.



汽车养护用品系列
car care & cleaning series

完美
只因不断超越

<http://www.7cf.com>



ISO9001国际质量认证



ISO14001国际环境认证



中国环境标志产品认证



广东省名牌产品



深圳市高新技术企业认证



首期发行突破
2万册

热烈祝贺本刊
创刊10周年

目录 CONTENTS

企业视窗

总结经验加大执行力度 解放思想开创彩虹崭新未来	01
07年企业发展大事记	03
彩虹政经	04
彩虹实业	05
彩虹荣誉	06

市场总结篇

2007 市场展会掠影	09
推广会	21
乘风破浪会有时 直挂云帆济沧海	24
完善基础改造 奠定明日成功	25
夯实基脚 厚积薄发	27
服务创新 永不止步	29
技术创新是彩虹的通行证	31

文化篇

阳光总在下班后	37
谁说工厂不“奢靡”	39
山风水色中的心灵之旅	41

感言篇

客户感言	43
忆过去黄金十载 展未来你我彩虹	46

收获 这一年

解放思想 锁定目标 勇创佳绩	49
新春晚宴暨颁奖典礼	51
颁奖典礼	53
获奖员工感言	61
颁奖晚会现场花絮	64

可爱的彩虹人

员工风采	67
------	----

新年特辑

春节传统节日的当代解读	71
年味最浓的地方	73
过年，八大感恩亲人的方式	75
八大新春梦想	77
车票	78
春节，回家过年	79
新年新景新彩虹 新事新物新技术	81

资讯管理

新华社评出2007年国内十大新闻	83
网摘	85
民企变革：狮子、绵羊和土狼的故事	87
龟兔赛跑	90

文化·休闲

彩虹诗组	91
书法作品	92
好书推荐	93
07年重点电视剧推荐	95
07年重点电影推荐	97

未来彩虹

行业前景	99
腾飞彩虹	103



回眸,2007>>> Review,2007

总结经验加大执行力度

正当我们回首过去、展望未来之际，我们已迈入了新的一年。在刚刚过去的2007年，公司以科学发展观为指导思想，在各部门的紧密配合下，全体彩虹人的共同努力下，通过各方面资源整合、结构调整和技术创新，经受住了严峻的市场和政策考验，在各种困难和风险中开拓前进，逐步解决了公司存在的一系列问题，生产、市场走上了良性循环的发展轨道，为实现2008年的各项工作目标夯实了坚实的基础。

总结一年来我们共同走过的历程，有挫折、有坎坷、有泪水，但更多的还是阳光与喜悦：

一、在经济效益上：2007年，是企业内练素质、外树形象取得进步的一年。在这一年里，公司顺利地进行了包括人事、财务、生产、市场等在内的一系列重大改组，在新的市场经济竞争形势下迈出了关键的一步；经济效益仍保持协调、健康发展的势头，市场份额保持着30%的增长；根据企业的发展形势，一些重点建设取得新突破，企业在全面建设的道路上迈出了新的坚实步伐。

二、在公司组织结构建设方面：根据公司未来发展的需要，对公司现有的办公资源和人力资源进行整合，市场、

财务、行政等职能部门统一迁至石岩基地，极大地提高了工作效率和反应速度；对相关部门人员进行资源调配，完善各部门组织结构，加大了各部门的自主权，激发了广大员工干事创业的热情；在干部队伍建设方面，通过建立“公开、公正、公平、优胜劣汰和双赢的用人机制，培养不断进取，不断学习，追求成功的优秀人才”的用人方针，实现了干部队伍人尽其才的任用机制，为公司未来发展储备了大批优秀人才；在制度建设方面，整理出台了系统的相关行为规范，严格按照新《劳动法》所规定的内容签订劳动合同关系，为公司今后的发展打下了良好的基础。

三、在公司形象和品牌建设上：多年来，公司一直凭借优质的产品、合理的价格、良好的服务和快速的市场反应能力，取得了广大客户的一致认可。07年以来，随着公司对技术和设备力量的增加，自主创新成果也不断涌现：多项国家发明专利的获得、主导起草气雾漆行业标准并顺利通过，使公司产品更具竞争力，品牌含金量得到进一步的提升；同时，在公司综合实力和品牌形象方面：惠州国际化工创新产业基地的投入建设并成功晋升为国家级产业园、深圳市百强民营领军骨干企业头衔的摘取、集团总部迁至商业中心区的免税商务大厦、国内外市场系列重大展会大手笔地投入和亮



解放思想 开创彩虹崭新未来

相，使企业品牌形象得到快速提升。

四、在对外交流和国际化进程上：通过积极参与各类社会政治文化活动、大型会展和主题论坛，使公司的对外交流日渐增多，涉及面不断扩展，政府机关、金融机构和社会各界的扶持力度也不断加强；同时，通过进一步加大国际化竞争的步伐，扩大了市场份额，把拥有自己知识产权、自主品牌的新产品推向国际市场，逐渐将产品打入国际主流市场，更好地利用了国内国外两个市场、两种资源。

五、在企业文化建设上：各项规章制度的不断完善、团结务实的氛围和作风，有力地促进了各方面工作的长足发展；同时，伴随企业文化设施建设的进一步完善、对外文化交流范围的扩大、员工精神文明工作力度的加强、员工业余文化活动的增多，使员工始终保持昂扬向上的精神状态，逐步在企业形成以诚待人、平等友爱、互帮互学、融洽相处的氛围，使公司真正成为全员和睦相处的大家庭。

六、在社会公益事业上：彩虹在发展的同时，一直不忘对社会的责任，积极参与社会公益事业和慈善事业，开展多种形式的捐助和帮扶活动，各类慈善捐赠涉及文教、治安、扶贫、赈灾等多个领域，仅 07 年就向社会捐赠金额近 200 万元，彩虹爱心助学金、“粤剧事业基金”、青年志愿

者发展基金等公益事业为企业赢得了良好的社会赞誉。

回顾一年来我们所取得的每一项成绩，都是在公司各级领导的正确指引下取得的，是所有彩虹员工共同创造的成果，每项成绩都凝聚着每一位员工的心血和汗水。所以，我们要珍惜这来之不易的果实，戒骄戒躁，脚踏实地地去克服和迎接新的困难和挑战。因为我们还清醒地看到，公司还存在一些管理上的不足，一些工作的落实还不够到位，组织还有待不断完善，干部队伍急需培训、培养；外部环境也不容乐观，原材料价格高居不下，利润率越来越低，市场竞争越来越激烈等都制约着我们的发展。面对这些问题，我们要进一步增强使命感和紧迫感，提高工作效率，以更加昂扬的斗志，更加奋发有为的精神状态，更加扎实的工作作风，努力把各项工作做得更好。

回首过去的一年，我们颇有收获；展望新的一年，我们任重道远！我们正站在新的起点上，朝着 2008 年的目标迈进。我们要更加紧密地团结在一起，凝聚全体彩虹人的智慧和力量，坚定信心，开拓创新，奋发图强，努力把 2008 年的目标变为美好现实，共同谱写彩虹事业的新篇章！



RAINBOW 彩虹通讯
CHRONICLE

企业视窗

07年企业发展大事记

ENTERPRISE DEVELOPMENT EVENTS IN 2007





彩虹政经

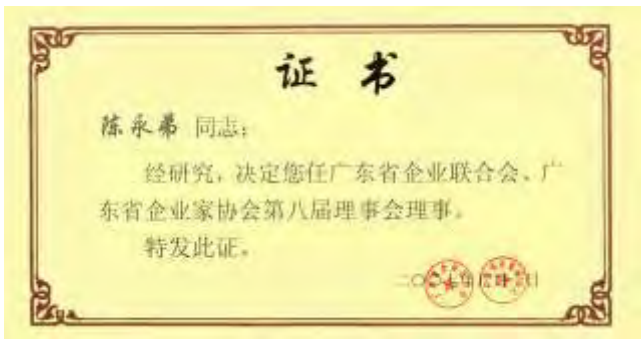
政治家不懂企业可以，但企业家不懂政治却是万万不行的。政治与经济永远是关联的，在这一点上，彩虹决策层深谙其道，在积极倡导和响应国家号召的同时，主动参与到各项社会经济体制改革和和谐社会建设中来，在企业稳步健康发展的同时，也得到了社会各界的充分认可和赞许。

No.1



7月23日，由共青团广东省委、省中小企业局联合组织的粤商精英研修班赴中央党校学习活动正式启动，省青年企业家协会会长、公司董事长陈永弟先生应邀参加并被广大学员推选为班长。活动举办的同时，中央电视台还特别举办了题为“和谐中国 粤商贡献”的高层论坛，董事长陈永弟作为粤商代表出席论坛并发表讲话，省青年企业家商会会长黄伟文宣读了《粤商发展宣言》。

No.2



8月1日广东省企业联合会、广东省企业家协会第八届会员代表大会在广州召开，公司董事长陈永弟当选为企业两会理事会理事。

No.3



8月18日，“庆祝中国民营科技实业家协会成立20周年及颁奖大会”在人民大会堂举行，原国务委员宋健、全国工商联主席黄孟复、国家科技部党组书记李学勇、国家发改委副主任欧新黔、科技部党组成员、秘书长张景安、中国科协副主席齐让等领导，著名经济学家吴敬琏、刘遵义，全国工商联副主席柳传志、段永基、郑跃文以及400余位著名企业家参加了大会。公司董事长陈永弟先生应邀出席会议并作为民营科技企业代表在大会上做了讲话，陈总代表全体中国民营科技企业向20年来一直关心中国民协和帮助民协不断壮大的各级领导、各界朋友表示衷心地感谢，并号召中国民营科技实业家要在新一届中国民协班子的领导下团结一致，继续充分发挥组织的作用，为和谐中国、为民营科技事业再创新的辉煌！

大会还举办了由彩虹集团独家赞助的“企业自主创新与国际风险投资高峰论坛”，会上，陈总与著名经济学家吴敬琏、联想集团董事局主席柳传志、上海复兴集团总裁梁信军、新浪网总裁曹国伟、用友集团董事长王文京、恒基伟业总裁张征宇、四通集团董事长段永基、科瑞集团董事长郑跃文、百度公司总裁李彦宏等就企业自主创新与风险投资等共同主题进行了深入探讨。



彩虹政经

No.4

7月12日, 广东省青年联合会第九届委员会会议召开, 公司董事长陈永弟先生当选为广东省青年联合会第九届委员会副主席。

No.5

8月29日, 广东省工商联合会(总商会)第十次会员代表大会第三次会议召开, 公司董事长陈永弟先生当选为联合会执行委员会副会长。

No.6



11月13日, 国信证券公司领导一行踏秋而来, 对公司上市中的各项工作进行考察审核。公司董事长陈永弟先生率公司高管人员亲切接见, 并陪同证券公司领导一行对公司研发基地、生产车间、展示中心及办公楼进行了全面地参观点考察。证券公司领导在对企业内部管理、组织结构、生产流程、产品质量及市场份额等进行深入审核后给出肯定的答复, 并针对企业在前期上市工作中存在的问题提出了中肯的建议和严格要求。

彩虹实业

“科技兴企, 实业报国”这几乎是所有企业家们的梦想与追求。多年来, 所有彩虹人也正是怀着这样一个梦想, 不断开拓, 不断创新, 在自己涉足的领域内踏踏实实, 一步一个脚印地朝前迈进。当新年的阳

彩虹实业

光再次照进彩虹人的生活时, 我们发现: 一路的耕耘和汗水已开出惊艳的花朵。

No.1



1月, 顺利完成股份制改造: 深圳彩虹环保建材科技有限公司正式更名为深圳市彩虹精细化工股份有限公司。

No.2



4月13日, 由彩虹集团投资控股的惠州深惠化工创新产业基地隆重奠基。深圳市人大常委会副主任王新建、市政协副主席廖军文、中共民营党工委书记、总商会党组书记张戈、市委统战部副部长马建文、惠州市常委、组织部部长陈训廷、市人大常委会副主任林燕华、副市长谢瑞、市政协副主席许玩宏、惠东县委书记黄树正、县长胡建斌以及惠州市、惠东县党政各级领导、海内外嘉宾、新闻媒体和各界朋友千余人参加了奠基仪式。



彩虹实业

No.3



8月11日,彩虹集团喜迁新办公地点- - 深圳免税商务大厦。新办公楼总面积2000余平米,地处深圳CBD核心区域的免税大厦,是集金融、商业、信息、文化、会展及行政于一体的城市商务中心和行政文化中心,是深圳市二次创业的重要基地,代表深圳市二十一世纪之城市形象。

No.4

12月,彩虹汽车用品项目的基础项目、建材项目的改造升级已完善到位,全面展开上市融资后项目的市场转型及商业模式的塑造。

彩虹荣誉

荣誉到底是什么?是炫耀?是资本?是经验的积累?还是社会对自己的承认?对于彩虹,只希望把每件事情做得最好。作为行业领头羊,彩虹在自己的领域内兢兢业业,时时刻刻从严做起,丝毫不敢半点懈怠,因为我们知道在身后有无数双眼睛注视着自己。当掌声与喝彩响起时,我们发现,成就的是自己,服务的是社会。

彩虹荣誉

No.1



3月6日,由彩虹公司为组长单位主导编写的《中华人民共和国包装行业标准- - 气雾漆》(标准号B B/ 0047- 2007)成功通过国家发展和改革委员会认定通过。

No.2



7月,由彩虹自主研发生产的单组分聚氨酯发泡材料及制造方法(专利号:Z L99 122323. 3)、杀虫乳胶漆及其制备方法(专利号:Z L2004 10008371. 0)和除醛乳胶漆及其制备方法(专利号:Z L2004 10008372. 5)三项产品成功获得国家知识产权局颁发的发明专利证书。

No.3

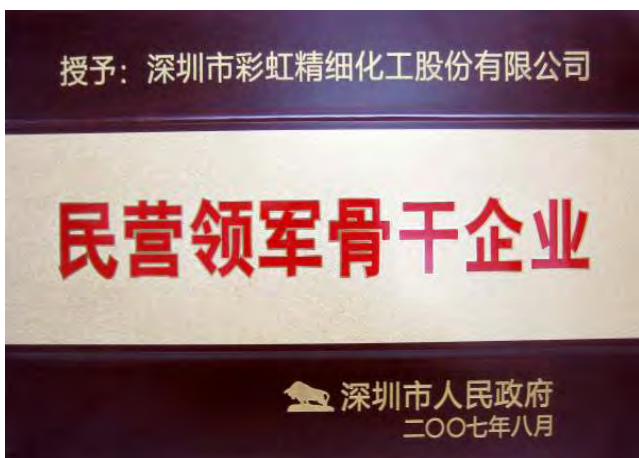


彩虹荣誉

No.3

7月, 2006 - 2007 全国汽车用品行业年度评选颁奖典礼在郑州举行, 彩虹一举荣获“优秀品牌”“优秀供应商”两项大奖; 公司董事长陈永弟荣获“优秀企业家”殊荣。

No.4



8月26日, 深圳市民营领军骨干企业授牌仪式及进一步推动民营经济发展工作会议召开, 彩虹荣获深圳市民营领军骨干企业称号。此项荣誉的获得, 充分肯定了彩虹在化工行业内所取得的优异成绩, 更表明了彩虹在产业领域内所突现出的巨大发展潜力, 为公司今后的发展注入源源不断的动力支持。

No.5



9月1日, 广东省涂料行业协会在广州隆重举行“广东省涂料行业诚信企业颁奖仪式”, 彩虹被评为广东省涂料行业诚信企业。

No.6

9月1日由彩虹公司为组长单位主导编写的《中华人民共和国包装行业标准- 气雾漆》标准在全国范围内实施, 其80%采用了彩虹公司企业标准。

No.7



9月27日, 彩虹惠州深惠化工创新产业基地成功晋级为国家级经济技术开发区, 并列入惠州大亚湾经济技术开发区配套功能区, 享受国家级经济技术开发区的待遇和相关政策, 给项目注入了强有力的地位和产业发展的空间。深圳市相关领导、惠州市委、市政府有关领导及惠东县党政领导出席奠基仪式, 深圳市总商会、深圳市商业联合会、广东省青年企业家协会等20多个行业协会负责人和嘉宾代表共1000多人参加了当天的揭牌仪式。

No.8

12月12日, 在继06年“7CF中国驰名商标”获得深圳市政府100万元奖励后, 彩虹再获宝安区政府100万元中国驰名商标奖励, 这也是06年宝安区唯一一家获此殊荣的企业。



市场总结篇

MARKET SUMMARY



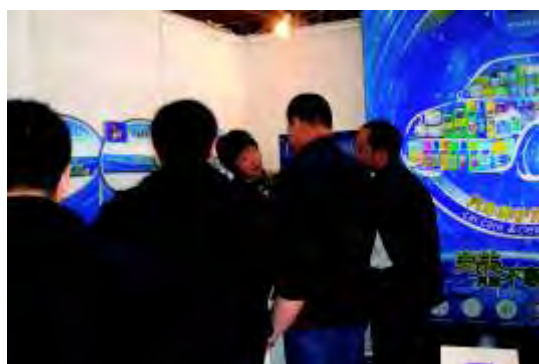


2007 市场展会掠影

MARKET SHOW GLIMPSE

站在 2008 年的门槛，回望一年来我们奔跑的足迹，有平坦、有曲折、有跨越、也有沟壑；回顾过去的一年，我们激情澎湃、意犹未尽，不管是荣耀还是泪水，都将化作我们前行的动力，也将载入彩虹的史册。

今天，我们将 07 年系列市场活动做成剪影，只想真实记录下我们那曾经共同走过的风雨。



No.1 加速，成就精彩——彩虹参加第四届北京雅森国际汽车用品展

春光明媚的四月，第四届中国雅森国际汽车用品展在北京如期举办，彩虹应邀出席，并一次订购2个标准展位，丰富的产品系列、精美的宣传资料、大气的布局给到场的所有人留下了深刻的印象。



No.2

第三届汽车五月天汽车用品展

5月19-20日, 第三届汽车五月天汽车用品展在福建隆重举行, 在福建万泉汽车公司吴光荣总经理的大力支持下, 彩虹盛装出席, 并接受了福建电视台新闻频道、生活频道以及福建交通广播、《中国汽车用品配件》《名画廊》等诸多媒体记者的采访。



No.3

第八届中国西部汽车装饰美容展

6月1日, 由中国汽车用品联合会主办的“第八届中国西部汽车装饰美容养护用品展”在成都举办, 彩虹应邀出席并与地方经销商一起共同打造一场令行业瞩目的盛会。



No.4

“漆彩”夏季 彩虹亮剑 ——公司出席第七届广东国际涂料展

“漆”彩夏季，彩虹亮剑。这是在六月参加的第七届广东国际涂料展上公司打出的标语。6月21-23日，在第七届广东国际涂料展上，彩虹盛大展出的“虹彩丽家专卖店”经营模式赢得广泛赞许，一步装家的经营模式使得彩虹涂料销量在以往基础上大幅增长。



No.5 逐鹿中原 致远千里 ——彩虹亮相第三届全国羊剪绒展会

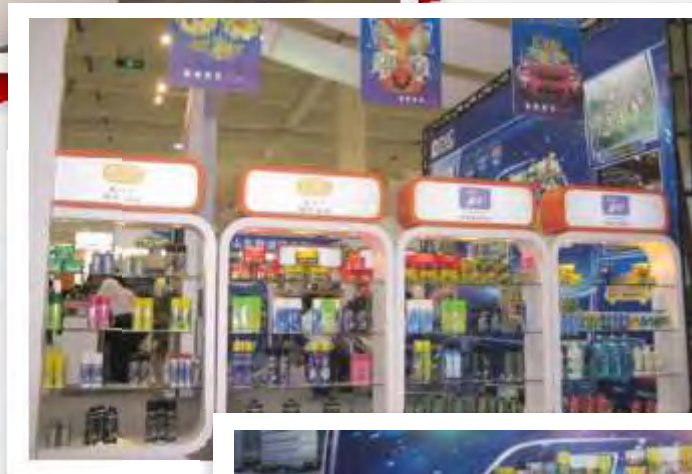
流火的七月，中国（郑州）汽车用品交易会暨羊剪绒产品订货会上传来消息：凭借彩虹在汽车用品领域的突出贡献，一举夺得“优秀品牌”、“优秀供应商”及“优秀企业家”个人荣誉三项大奖。



No.6

借展会东风 叙彩虹友情 ——北京中国12届国际涂料展

7月4日-6日,继广东国际涂料展刚刚落幕不久,彩虹挥师北上,成功亮相北京中国12届国际涂料展;展会期间,还特别举办了“借展会东风,叙彩虹友情”客户答谢会,与来自东北、西北及华北的50多家老客户欢聚一堂。



No.7 东方之珠 颯争艳 ——第五届上海歌华汽车用品交易会

8月16-18日,彩虹精彩亮相第五届上海歌华汽车用品交易会,据展会举办方介绍:彩虹此次无论在场地面积、形象设计还是人员投入上都是首屈一指。





No.8

彩虹亮相首届中亚汽车展览交易会

金秋九月，彩虹携手新疆半分利共同参加首届中亚汽车展览交易会，让来自中亚各国的客商一睹了彩虹风采。



No.9

彩虹参展第八届中国国际汽车工业展览会

9月2日，第八届中国国际汽车工业展览会在江城武汉开幕，靓丽缤纷的车模美女与丰富齐全的彩虹产品相互辉映，吸引了全场观众的眼球。



No.10 中国西部国际汽车零部件与汽车用品展

9月14日-16日, 2007年中国西部国际汽车零部件与汽车用品及汽车改装展在重庆成功举办, 彩虹的出现成为此次展会中汽车用品领域的最大亮点。





No.11 墙内开花墙外香 ——彩虹亮相 102 届广交会

1月22日,随着第102届广交会的圆满落幕,彩虹捷报频传,展会成果喜人。据公司展会负责人透露,此次展会彩虹气雾漆产品、汽车用品广受欧美及日、韩、澳等发达国家客户喜爱,为期六天的展会,彩虹共接待来自世界各地客户1000余家,现场成交额达500余万元人民币,一度在五金、建材及化工参展商中遥遥领先,彩虹在国内环保建材、汽车用品领域内的领军地位再次让世人瞩目。





No.12

彩虹产品高交会上大放异彩

10月12日, 有着中国科技第一展的中国国际高新技术成果展在深圳会展中心举办, 彩虹受区政府推荐参加。作为本土高新企业, 彩虹以高端品牌形象和优质的产品征服了前来参观的客商, 受到各级领导的赞许。



No.13

彩虹精彩绽放第五届广州国际车展

享誉世界的广州国际车展于11月20日-24日成功举办，除了满眼香车和丽人外，最受业内人士关注的莫过于汽车后市场领域——汽车用品展。作为汽车美容护理领域的领头羊，本届车展上，彩虹以72平方米的特装展台和超豪华的参展阵容，全面展示了彩虹齐全的汽车美容养护产品线和高端品牌形象。相信凡是到过现场的人士都会对彩虹留下深刻的印象：气势宏大的展台、精美齐全的产品、络绎不绝的客商，还有精神抖擞热情洋溢的彩虹人无疑都展现了彩虹全新的面貌。





推广会：

完美，只因不断超越



1、阳春三月，彩虹携旗下 7CF、捷美、Q-CA RE 三大汽车护理用品品牌先后亮相西安、长沙、上海等一线城市，与西安万事达、长沙紫薇及上海亚欧龙一起共同掀起了一场推广风暴，所到之处，好评如潮，也揭开了彩虹完美，只因不断超越 全国系列推广会的序幕。

彩虹亮相哈尔滨信源推广会



2、8月25日，彩虹携手哈尔滨信源在哈尔滨农垦大酒店举行了盛大的推广会，彩虹携 7CF 全系列产品出席；推广会共吸引了国内外汽车用品厂商 600 余家，极大地提高了彩虹的品牌知名度和美誉度。

彩虹盛装出席哈尔滨广德（宝威）汽车用品推广会



3、金秋九月，受哈尔滨广德（宝威）汽车用品公司的盛情邀请，彩虹团队挥师北上，与地区服务人员一起共同参与了哈尔滨广德促销周活动，本次活动为期 10 天，共吸引了来自全国的大小厂商 500 余家参与，时间之长、规模之大也吸引了整个东三省及俄罗斯等国的广大客户前来“淘宝”。



彩虹全力赞助“2007西国贸汽车嘉年华”活动



4、9月21日, 为期一周的“2007西国贸汽车嘉年华”活动隆重举行, 彩虹作为此次活动的主赞助商和“中国汽车用品高峰论坛”的冠名商参加本次活动, 公司市场总监李建军先生为汽车用品十大品牌开幕式剪彩并出席高峰论坛。在推广会举办的同时, 彩虹捷美汽车养护中心北京店也举行了隆重的开业庆典, 借助汽车嘉年华这一良好契机, 彩虹携同厂家一道以“完美, 只因不断超越”这一核心主题, 展开了声势浩大的宣传攻势, 给所有参展客商留下了深刻的印象, 同时也为本次活动增添了一大亮点。

临沂三九汽车用品推广会上彩虹精彩纷呈



5、10月5日至7日, 三九公司联合彩虹等诸多汽车用品行业知名企业, 在临沂举行了一场声势浩大的汽车用品推广会。三九公司作为山东地区最具影响力的汽车用品公司之一, 多年来凭借良好的企业信誉和经营业绩, 赢得了山东及周边地区诸多客户的支持和认可。而彩虹也正是秉承着“为客户创造价值”的服务宗旨, 与三九携手走过了十载春秋, 在齐鲁大地上建立起了一座永不褪色的彩虹桥。

彩虹·新疆半分利汽车用品推广会暨展示中心建成仪式隆重举行



3月22日, 彩虹·新疆半分利汽车用品推广会暨展示中心建成仪式隆重举行, 公司市场总监李建军先生到会庆贺并为新店开业剪彩。



彩虹应邀出席太原欧特隆汽车用品推广会



7、10月25日,彩虹应邀出席太原欧特隆汽车用品推广会,与各大汽车用品生产商一道同台竞技。期间,主办方还举行 资助贫困·爱心拍卖 捐赠活动,彩虹公司积极响应,将现场拍卖所得近万元全部捐赠到 爱心基金 中,无偿回报给社会,受到与会人士的高度赞赏。

彩虹携手呼市车佬推广会



9、12月8日至10日,值此呼市车佬汽车用品仓储超市新店开业之际,彩虹与来自国内20余家汽车用品生产商到场祝贺,并联手上演了一场宏大的现场推广会,吸引了周边地区近200家汽车用品经销商前来观摩订货,受到当地商家、车友的热情欢迎与尊敬。

彩虹参加南京车都推广会



8、客商云集,彩旗飘扬。12月1日值此南京车都汽车用品公司新店开业之际,来自全国各地的汽车用品生产商和经销商齐聚南京,共同上演了一场声势浩大的汽车用品推广及订货大会,让整个南京城在这个寒冷的冬日着实火了一把。

彩虹作为汽车美容护理领域的杰出代表受到车都公司的盛情邀请,并携7CF品牌全线汽车护理产品精彩亮相当天的推广会。伴随彩虹的出场,立即吸引了诸多客商的眼球,高端的品牌形象、精美的包装及齐全的产品线,还有火热的现场气氛,让与会的客商兴奋不已,纷纷抛出订购及合作定单。一时间,7CF防冻液、低温启动剂等汽车冬季护理产品被抢购一空,把整个推广会一度推向高潮,也为车都新店开业增添了不少喜庆。

后记:彩虹始终秉承为客户创造价值的宗旨,以倡导良性健康的市场秩序为己任,以营造活跃、繁荣的市场氛围为目标,在自己的专业领域内,不断为合作伙伴和消费者带来精彩与喜悦。未来,彩虹将继续和新老客户同心同德、共同进步、共享荣耀。

2007年,对于彩虹公司来说是里程碑式的一年:随着公司在汽车用品领域内品牌知名度的不断提高和市场份额的不断扩大,越来越多的合作伙伴都深刻感受到彩虹在品牌建设、渠道推广、终端促销、消费者沟通、传播革新和厂商价值共享等诸多方面所带来的无穷魅力,而这一切也只是彩虹汽车用品领域内的刚刚起跑。面对崭新的2008年我们更是信心百倍、豪情满怀。新的起点、新的征程,带着光荣与梦想,我们再次起程.....



乘风破浪会有时 直挂云帆济沧海

——2007年彩虹汽车用品绽放光彩

■文 / 国内营销部



花开花谢，此消彼长，云卷云舒，又是一年。

2007年是彩虹发展历史上的一个关键年，2007年彩虹以提升业绩、备战上市为目标，彩虹以铁血之师，以摧枯拉朽之势，攻城拔寨、抢占市场，令竞争对手闻风丧胆；2007年彩虹汽车用品项目，在销售业绩提升、渠道客户拓展、品牌知名度、美誉度的提升等许多方面取得了跃进式成长：

在品牌策略方面：彩虹汽车养护用品旗下共有7CF、G - MAT E、Q - CA RE三大品牌，2007年全面提升7CF、Q - CA RE品牌形象，产品包装全部更新升级，包装更加精美、时尚；三大品牌以不同的客户群定位，进行渠道细分，全面提升彩虹汽车用品的市场占有率；

在产品策略方面：2007年经深入调查市场需求，7CF、G - MAT E、Q - CA RE品牌延伸丰富的产品线，如新开发的青苹果香型、草莓香型表板蜡，Q - CA RE品牌增加了固蜡、软蜡、超级去污水蜡、超级上光水蜡、镀膜蜡、装甲王等系列新品，这些新品的推出，使市场销售增加了新的亮点和增长点，深受渠道客户好评；

在渠道拓展方面：2007年，彩虹在渠道上拉开战线，全面吹响了市场拓展战略的号角；尤其在金秋开展的订货送车活动，在行业内掀起彩虹旋风，激起了广大新老客户积极参与，使彩虹渠道网络加深扩

展，为2008年销售持续增长打下基础；

在品牌推广方面：2007年彩虹对于全国各地展会和经销商订货会全面出击，如广州汽车展、郑州羊剪绒展、上海歌华展等展会及北京、新疆、临沂等地客户订货会，彩虹以全新大气的形象展示，丰富的产品线，精美的宣传资料，让业内同行惊诧，同时也极大地调动了经销商的积极性，增强了合作信心。

在营销队伍方面：2007年是公司整合建材和汽车用品营销队伍的第二年，原建材渠道业务人员逐渐熟悉并深入汽车渠道，对汽车项目渐入佳境；同时积极培育新生业务力量，实行优胜劣汰，提高彩虹营销团队的营销力和战斗力，使企业资源投入产出效率最大化。

时光如水，2008年悄然到来，新的一年开启新的希望，新的空白承载新的梦想。

2008年将是彩虹历史上的辉煌年，面对企业上市在即，我们将在资金储备、公司管理、业绩提升、战略调整等方面得到极大提升。新的一年，彩虹汽车用品将充分发挥企业核心优势，全面实施创新战略，包括品牌创新、产品创新、技术创新、营销创新、管理创新、组织创新、服务创新，将持续“为客户创造价值”。我们相信：2008年必将是彩虹汽车用品项目乘风破浪、激流勇进的一年！



完善基础改造 奠定明日成功

——“虹彩丽家”2007年成长足迹

■文 / 国内营销部

2005年底，深度契合深圳彩虹公司企业特色的虹彩丽家渠道品牌，以行业差异化模式推出市场；2006年经局部市场试点与发展初显成效；2007年承继前期储蓄发展予以基础改造；2008年将 继续改造并着力提升渠道发展质量，奠定明日成功基石。

跨入2008年，虹彩丽家步入了渠道品牌打造的第三个年头。在到达第3个“发展年轮”之前，我们深知要保持一个行业新型商业模式的后期发展张力及其生命力，必须要有相当的坚实基础及踏实的发展根基。2007年 - 在北京奥运举办年的前夕，针对虹彩丽家的发展，我们更加注重其整体渠道质量，不仅目前，重要的更在于其后期发展张力。基于此，2007年围绕塑造发展质量而展开的一系列基础改造与完善，为2008年乃至今后的成功奠定基础、储蓄发展后劲。

回首过去，综合言之，2007年虹彩丽家内部的基础改造遵循以“完善基础改造，奠定明日成功”为发展方针的轨迹如此走过：

2007年元月，虹彩丽家2007年整体发展规划思路确立，确定了该年渠道发展“纲举目张”式的发展路径，彩虹人把握市场态势、清晰自我、差异定位，明确追求渠道质量。



2007年2月,已于2006年12月20日授权公告日正式生效的《彩虹功能涂料除醛涂料系列、杀虫涂料系列国家发明专利证书》下发至本公司,高含金量荣誉的获得再次证明了我司卓越的涂料技术研发优势。

2007年周,涂料木器漆产品结构梳理与产品形象完善方针已然确立,改进之举迫在眉睫。

2007年4月,涂料产品的“138动销发展方案”出击市场,为广大合作伙伴再度营造产品经营的增值空间。

2007年5月,7CF家缘净味全效生态墙面漆完成国家检测报告汇编送审工作,新品推出进入严谨的“小试”技术阶段。

2007年6月,虹彩丽家携行业差异商业模式参加广州第七届广东国际涂料展,岭南大地羊城上空飘起一道“别样彩虹”。

2007年7月,虹彩丽家行业差异商业模式再次亮剑京城,参加于北京举行的“第12届中国国际涂料展”,华北大地京都之城洋溢“别样彩虹”。

2007年周,虹彩丽家新版店面形象设计完成,虹彩丽家专卖店差异风格更加彰显彩虹特色。

2007年9月10月,“金九银十”收获多彩建材项目联动促销方案再次引领公司大力度促销发展,涂料产品以大力度、长时效促销方式再次让利客户、提高客户经营回报。

2007年11月,7CF家缘净味全效生态墙面漆新品、生态小雅新装形象完成创意设计,新品及新装上市如箭在弦。

2007年12月,7CF家缘净味全效生态墙面漆新品、生态小雅新装正式上市,获得客户认可及好评不断。

商海竞争时代,但凡卓越的商业模式,其成功非一朝一夕所能成就。虹彩丽家作为建材涂料行业的差异化营销篇章,其卓越的发展前景及行业特色正带领彩虹人及其合作伙伴坚定迈向前方,造就行业差异化营销模式——矢志不渝、风雨不改。

走过2007,跨入2008。基于总结过去,承继前期改造与提升之基础,2008年的虹彩丽家之路将更加步履铿锵……



夯实基脚、厚积薄发

——2007年商超卖场项目发展纪实

■文 / 国内营销部

中国经济改革在深入，市场更开放，竞争更激烈，变化之快，令人咋舌。中国企业一觉醒来，世界已变了天：超市开到了家门口，品牌专卖店四处开花，分销渠道越来越窄。以家乐福、沃尔玛、上海华联为代表的终端的崛起，掀起了一场渠道扁平化的革命。新的渠道变革，让奔波忙碌于建立健全高效传统渠道的企业陷入了新的迷茫之中，让曾经几风靡一时的经销代理制营销体系，经历着冰与火的考验。

自从 丝宝的舒蕾运用终端战略成功挑战日化教父美国宝洁 经典营销案例上演后，越来越多的中国企业开始更坚信营销之父科特勒的 渠道为王、终端制胜 的营销理论，开始蜂拥而至商超卖场 那片疆土。深圳彩虹公司投资者在早几年以前瞻的战略目光瞄准了商超卖场那片沃土，在行业内率先筹建了独立的商超卖场项目，成功地与沃尔玛、百安居等世界零售 500 强企业建立了战略合作关系，并提出了 三年打基础、五年出效益、十年占鳌头 的战略思路。



2007年,是彩虹商超卖场项目落实企业基础战略的最后一年,重点在渠道的深耕、产品线的延伸、促销的创新、队伍的建设等方面做出了较大的突破。给企业及行业展示了一幅幅美丽的发展画卷:1月,与沃尔玛联合在全国开展推广汽车内饰DIY漆;2月,开展了营销团队职业化、技能化培训,通过量化岗位职责与义务,设计完善的升迁制度、薪酬体系、考核体系及有效的激励制度;3月,与沃尔玛、深圳阳光车友会开展了“爱心、爱健康”为主题的汽车空调免费清洗月活动;4月,公司产品通过华中区域中间商成功嫁接至湖北、河南省80余家区域超市;5月,与涂鸦王国、深圳电视台都市频道在深圳举办首届大型涂鸦交流活动;6月,公司产品通过北京中间商成功嫁接至物美、乐购、美廉美等150余家区域超市;7月,公司全线产品进入东莞最大的建材超市华美乐4家门店;8月,在华南区沃尔玛各门店广场巡回开展汽车美容护理体验式促销活动;9月,公司产品通过河北中间商成功嫁接至河北省30余家超市;10月,在深圳某大型小区开展了“我健康我做主”家装污染咨询与治理活动;

11月,捷美镀膜蜡、水晶蜡等系列汽车高端产品全线进入全国沃尔玛100家门店;12月,为完善公司产品线,设计策划了柠檬、香草、海洋、百花、绿茶五款香型空气清新剂;恒·爱香水套装,香奈儿、冷水、奇迹逾6款掸支香水;以及一款康博士除毒消味剂、一款玻璃镀膜套装。

翻阅2007的历程,往事历历在目、刻骨铭心。商超卖场项目在公司战略目标的指引下,在各级领导、广大客户的帮助下,公司“二次消费品”产品结构实现了由单一性向多样化的转变;促销方式打破了降价、买赠、捆绑等常规模式;销售队伍初步实现了专业化、职业化的营销团队。

系列基础建设基本在2007年已夯实,蓄积已久并更待厚积薄发。

2008年,奥运中国年,中国收获之年,效益彩虹之年。我们踌躇满志,我们整装待发……



SERVICE INNOVATION NEVER STOP

服务创新 永不止步

——2007，彩虹快乐并收获着

人们都说，创新是发展的魂，是前进的根。这，何曾不是深圳彩虹辉煌历程的真实写照。

在全球化的浪潮中，竞争环境快速变化，新情况、新标准、新规则层出不穷，市场已不再囿于简单的概念，市场竞争已不再停留在过去单一层面的竞争，服务竞争浮出水面。彩虹人认识到了这一点，并从那天起，深圳彩虹围绕市场，充分考虑客户的真实需求，打造服务型的营销组织，并在成长历程中，缔造了一个又一个服务创新的故事。

随着 2008 年新年钟声的敲响，在为客户创造价值、携手双赢、共享未来的浓浓期盼中，彩虹人怎能忘怀依靠创新，锐意进

■ 文/国内营销部



取，果敢执着，一路走过的2007。

2007，彩虹快乐并收获着。

当合作不再固守简单的买卖关系时，我们对资源、营销、文化、传播等产业链进行全面整合，缔造服务营销理念，明确相关的组织结构与职责，建立专业化的服务团队，进行服务流程的梳理，并进行监督考核，保障流程的执行效率和质量；明确客户服务承诺和服务标准，建立顺畅的协作平台，逐步建立起快速响应、一站式服务、首问负责制和完整服务等提升服务质量的优质服务模式，从服务内容和服务质量上促使企业不断提升自身能力，搭建针对客户群体的市场、营销和服务横向协同体系，从而为客户提供高质量、高效率的服务，保障为客户服务提供充足的能量。

随着市场消费环境的变化，我们推陈出新，力拓产品线，推出具有时代气息，富含时尚元素，符合市场发展需求的汽车养护、空气美化等新产品系列；推出广告设计支持、技术应用支持、营销策划支持、数据服务支持等等广泛化的增值服务，并充分整合运用公司网站、信息化管理软件、呼叫中心、企业刊物等后台支撑的纵向协同系统快速提升服务系统的优势，为我们的服务活动创造了新的空间。

2007年，在公司股份制改革成功、融资上市大跨步前进的同时，坚守质量为本、诚信经营，保障客户权益，针对产品质量问题，全国性召回，此行动更真实地印证彩虹人质量为本的忠实践行；同时深圳彩虹公司作为国家气雾剂标准的主导编写单位，全新推出符合国家标准的净装量新罐型产

品，彩虹人以自己独有的胆识和魄力，以行业发展为己任，引导行业的标准化、健康化发展，在为客户创造收益价值的同时，更创造行业领先、社会影响力的增值价值，最终实现全行业客户的满意。

服务创新，永不止步。在逐步发展的过程中，将人性化导入服务，是彩虹服务创新的新趋势。在这种人性化的趋势下，在既有的客户需求和客户营销行为基础上深度挖掘客户需求，并针对客户群体进行整合营销，提供差异化、定制化的客户服务，设计从基础服务、增值服务到完美服务的系统化服务体系，使我们的服务更富有了灵性。

2007年，彩虹在服务上以不断放大的心理为推动力，在发展的足迹中留下了一串厚重的创新经典。深圳彩虹，堪称行业改革的风向标，堪称引领行业创新的掌舵人，深圳彩虹不断实践服务营销的新领域，这其中凝结了彩虹人的经验和技能，是彩虹企业文化与价值理念的融合，是现实与期望的体现，更是深圳彩虹服务创新的缩影。历数发展的点点滴滴，回眸过程的分分秒秒，在服务竞争的角力赛中，彩虹无疑是一个创新的赢家。

2007，彩虹快乐并收获着。

2008年，在快步迈向又一个新台阶之际，更多的服务活动尽在策划之中，我们将提供更高端、更完善的服务，彩虹人不会停步，将开拓不止，以更加开放的胸襟和姿态，以更有力的战略和举措，在明天谱写更多服务创新的力作。

2008年，注定是精彩纷呈的一年。



技术创新是彩虹的通行证

TECHONLOGY INNOVATION IS THE PASS OF RAINBOW

■文 / 技术研发部刘灿

2007年,彩虹秉承以市场为导向,技术带动市场,不断满足市场需求为目的的总体技术开发思路,不断加大技术研发投入,重点完成差异化产品(功能)开发、老产品质量提升及成本控制,推出一系列短、平、快的消费品。同时全力配合销售做好产品后续服务,并以服务缔造完美,不断满足市场的需求、提升企业的核心竞争力。在公司领导的大力指导和支持下,在全体同仁的努力下,取得了可喜的成绩。完成了30余个项目的立项工作,十余个项目已经通过小试评审,八个项目已经通过了中试评审工作。其中ROHS标准环保喷漆作为07年重点研发项目,已成功通过小试,即将推向市场。

2007年已经离我们远去,但作为中国企业,我们却不能忘记中国出口的玩具、食品、日用品等屡次被检测为不合格而召回的事件。6月13日,美国消费品安全委员会和美国玩具公司RC2联合发出公告,召回由广东某木业制品厂从2005年1月至2007年3月生产并出口到美国的23款共150万件木制小火车产品;8月份又出现美国美泰公司召回由佛山某玩具有限公司生产的96.7侏儿童玩具.....一系列被召回事件的发生,在给企业带来巨大损失的同时,也给“中国制造”蒙上了一层厚厚的阴影。导致大量玩具召回事件发生的主要原因是生产玩具的厂家使用的油漆重金属Pb含量超过了欧盟在2006年7月1日实施的ROHS指令。这些事件使得

一些国家加强了对中国制造产品的管控,许多欧盟国家相关管理部门都陆续建立了市场调查机制。为了维护“中国制造”的信誉,保证中国出口产品的质量安全,国家相关部门也加强了质量安全监督检查,特别对出口企业加强安全监管,严格控制油漆中重金属含量超标的问题。所以越来越多的企业在寻找符合环保标准要求的油漆,很多油漆用户需要供应商提供SGS检测报告,从市场情况看来,限定重金属等有毒物质残留是今后油漆发展的一个方向。彩虹公司抓住这个市场契机,率先在国内进行产品质量升级,将气雾喷漆各项技术指标提升到符合欧盟ROHS标准的规定要求,技术创新落到实处,大大提高了产品市场竞争力,将化工油漆类产品的环保性能引领上一个新的台阶。“人与环境的和谐高于一切”在此得到完美体现。

在新的一年里,技术部将继续按照公司的经营管理目标与战略部署,坚持以顾客为中心,以利润为导向,技术领先为策略,以销售带动技术,技术推动市场的操作模式,发挥公司原有产品的品牌优势,做到以气雾剂系列产品为重点,规划以汽车美容护理用品、家居用品、功能涂料、精密包装制品等系列产品的持续发展。紧紧围绕“十七大”及“十一五”中提出的“循环经济”思想,走可持续发展路线,不断推出满足市场需求的技术环保型产品。

文化篇>>>>

CULTURE CHAPTER

文化是彩虹的血液，是彩虹永不枯竭的再生资源。

它无时无刻不在每个彩虹人身体内流淌，
刺激着我们的神经，滋补着我们的心灵。

07年，随着市场部、行政部、财务部等兄弟姐妹从关内搬迁到工业园内，
我们这个大家庭有越发热闹、祥和！我们的生活更加丰富精彩。

本期就让我们对一年来彩虹文化进行一场回顾，
相信每个人在其中都能找到自己的身影。





书香企业

内刊

Publications

作为传播企业优秀文化，与外界沟通交流的重要载体，多年来，公司领导始终重视内刊建设工作。作为公司对外交流的主要载体—《彩虹通讯》，从创办伊始就给出了“智慧管理、服务创新、企业视角、文化先行”的办刊定位。并从最初的一张薄薄报纸发展到如今每期发行20000余册的精美杂志，并先后获得广东省民营优秀企业报刊、中国民营企业优秀报刊等荣誉称号。

企业文化是企业发展的灵魂，一个没有良好企业文化的企业很难在市场竞争中取胜，优秀企业的科学经营、高效管理和优质服务，需要有适合自身的文化来带动。在这个意义上说，彩虹的发展与企业重视文化建设是不可分割的。无论是鼓励全员创新、人与环境的和谐发展、社会公益事业，还是员工福利、业余活动、内刊建设等方方面面，都尽显了彩虹在文化建设上所做的努力。

回顾07年的内刊建设和发展，我们在以往的基础上，增加了版面内容，由原来每期50多个版面增加到80多个版面；改变了以往的内容风格，从原来以内为主的内容风格逐渐过渡到内外兼修的风格定位，既活跃了企业内部文化生活，也对外传播了企业发展变化，促进了沟通与交流；在发行渠道上，拓宽了发行网络，每期印刷数量也在以往基础上大幅增加，发行对象也从以往的内部员工扩展到行业客户、企事业单位；在出版时间上，我们加快了内刊编辑和发行速度，保证了定期出刊、定期发行，使广大读者及时了解彩虹的发展动态。

十二年，四十三期，是的，对于一份公众刊物来说它算不了什么，但对于一份企业内部刊物来说，它的成长注定了艰辛和曲折。从一份很弱小的企业报纸到中国民营企业优秀内刊，它的成长倾注了所有彩虹人的心血和汗水，更离不开广大读者朋友的支持与鞭策。一路走来，我们欣慰的是它正在成长，而且越来越稳健、越来越茁壮！

随手拿起一本最新的期刊，“Q07,企业发展大事记”、“8,腾飞彩虹”，最新的公司发展方向，全年的发展总结，一个多好的渠道让我们来了解。现在的《彩虹通讯》，背负着更重的使命，我们惟有不断完善、不断探索、推陈出新……



文以载道 网站

Website

作为公司对外的直接窗口，07年，公司加大了对原有网站的建设。不定期对网站版式风格进行更新，让企业每天发生的新闻动态及时向外传播，对产品信息定期进行更新完善，加大网络营销服务手段，使广大客户朋友第一时间了解我们，每次都有新的惊喜！

08年了，我们将有更多新鲜资讯和意外惊喜等着您继续关注我们哦！



优越生活

班车

Shuttle

在彩虹工作时间久的可能对上班有些感触，从过去的中巴到如今的大巴，乘车上下班是生活和工作中不可或缺的一部分，已成为许多人的一种习惯。大凡住在关内（彩虹工业园在关外）的员工只要谈及乘公司班车上下班，都有诸多心得，每天起早贪晚是有些辛苦，但每次看到那么多“上班一族”在路边挤公交的情景，心中还是温暖了不少。固定的时间、固定的地点、熟悉的面孔、宽松的座位、活跃的气氛，还免去了自己掏腰包，想想还是快活！

以前上班下班有公司车接车送，似乎只有白领阶层可以享受。彩虹，上至公司领导，下至普通员工，一样享有。

每天高高兴兴上班来，平平安安回家去，虽有工作的劳累，但更多还是惬意和温馨。在彩虹，工作生活总能相得益彰。

优越生活

住房

Housing

明亮、安静、宽松的居住条件，安全、卫生、文明的生活空间，对于许多在深圳上班的人来说是一件幸福的事，也是一件可遇不可求的事。走进彩虹，你却会发现这一切都是最平常的。生产区、办公区、生活区等错落有致，亭廊榭枋环绕其中，篮球场、羽毛球场、乒乓球室、KTV活动中心等文化娱乐设施一应俱全，企业招待所、客房、餐厅等样样齐全；员工宿舍内，有线电视、网络宽带一步到位，乐在其中！



人文关怀

生日Party

Birthday Party

在彩虹，有个特殊的聚会——每月一期的员工集体生日活动是风雨无阻。而且员工都会在生日当天收到公司一条祝福短信，也许你因工作繁忙或粗心大意把自己的生日忘记，但不要紧，行政部会逐个通知，并告诉你提前做好出游准备，调整好作息时间，以便保持一个良好的精神来度过自己的生日。

在生日当天，公司会安排好车辆接送，并事先为各位“寿星”准备好“干粮”，以便旅途充饥。在出游前会征询广大“寿星”的意见，游山玩水样样皆可，吃喝住行一切无忧。

在这里，你可以没有亲人陪伴，但温暖丝毫不减，因为公司领导的关怀比家人更入微；在这里，你可以没有兄弟姐妹的祝福，因为所有同事比亲兄弟还亲；本期我们选登 07 年来的几期生日活动剪影，让这些可爱的笑脸在 08 年的阳光下愈发灿烂……





培训

享有学习

Training

在彩虹，你不会把工作当成纯粹的上班来看待，确切地说应该是一种带薪学习的方式。因为彩虹始终将培养不断进取，不断学习，追求成功的优秀人才作为公司的人才观。每年，公司不但要定时组织内部员工学习各种知识技

能，还会不定期组织表现突出的员工和有潜力的员工进行外训。在彩虹，只要你有强烈的进取心和求知欲，总能找到自己发展的空间和舞台。



业余生活

乐在其中

Amateur life

一个充满活力的企业必定有着许许多多朝气蓬勃、充满活力的员工，而良好的精神面貌离不开一个良好的文化土壤。在彩虹，和企业从小到大一起走到今天的老员工随处可见，这除了偶然因素外，更多的应该是彩虹文化的魅力。除了紧张严肃的工作，业余我们大多看到的是彩虹人多姿多彩的文化生活。





阳光总在下班后

-- 我在彩虹的一天

■文 / 邹晴芳



Part 1 与时间赛跑的早晨

每天六点半的铃声，敲响我一天的工作日程。

七点钟准时出门，忙着赶公交车再转公司班车、

(车打盹), 正常情况 (塞车 ^^) 八点二十到达公司，

打卡、开电脑、拿上饭卡以五十米冲刺的速度奔向公司

食堂，吞一碗炒粉后，再回办公室，看时间八点二十

九分，哈哈，真是佩服自己，倒上一杯水刚好八点半，开工！

这里还需要交待一下我的工作背景：我在公司是从事客服岗位，工作内容主要有两方面：一方面是客服平台的维护，客服热线、邮箱、短信平台、网站反馈，这些事情约占工作的四成；另一方面是整理业务人员的旬报、营销人员俱乐部的日常维护。

Part 2 充实过头的上午

打开电脑第一件事 - - 打开客服座席系统，保证客户能在第一时间联系到我们；然后再查看一下网站反馈及客服邮箱，解答客户留下的各种疑问，一个客户的留言还没有回复完毕电话就响了。通常来说热线电话分为四类：咨询、代

理、意见和建议。

您好！彩虹公司，请问有什么可以帮到您？”

喂，彩虹公司吗，我用了你们的喷漆现在出现流挂现象，

您能告诉我怎么解决吗？”

(马上拿出我的客服宝典，与客户分析各种原因)

能描述一下具体情况吗？

“ ara aba aba ”

请问您底材的表面有没有彻底清理干净呢？”

都很干净了！”

那请问

“” 这种

高频对白过后突显的问题，根据前辈和我积累下来的经验一



般都能很快得到解决，但有时并不那么顺利，这次就有些麻烦，我把所有情况都与客户分析过了，可是都没有找出原因来。我意识到我需要寻求技术支持了，决定留下客户的联系方式，稍后回复。

马上联系技术服务工程师把大概情况描述了一下，工程师立刻按我留下的电话给客户回复过去，通过工程师的细心询问立刻找出了流挂的原因：原来是因为冬季，客户的施工环境温度太低而造成这种情况，并给出正确的施工流程。马上把刚学习到的技能记录在我的客服宝典上，看来纯熟的产品技术我是急不来的，而是要靠长期积累的，看来姜还是老的辣呀！

有时遇到电话解决不了的事情，我们会第一时间联系在当地的区域经理，让其亲自去协助客户解决，让客户切身感受到我们的零距离服务。这个问题处理完，接着做之前的事情吧，看看表，原来已经消耗了一个小时了。

电话、短信、邮件、打印、传真……专心地做事情，效率特别高，时间也过得特别快，转眼就到十二点了。拿着饭卡正准备出发，电话又响了，看一下，“010”北京打来的，应该是客户电话，不能不接，只好让饭友们先行一步了。

中午回来，抓紧时间上网看一下新闻、娱乐，要紧跟流行的步伐，再留出十分钟打个小盹。

Part 3 专心致志的下午

哒哒。。。。下午上班时间到了，今天商务管理开会，会议还没有结束，于是我拿上小本和笔，穿梭在各商

务管理的办公桌前，记录好各经销商的来电。这种情况最怕就是几台电话一起响了，双拳难抵四手呀。

一般下午大部分时间我都会用来做业务人员的旬报表，不要小看我这个工作呀，几十位悍将的一线作战情报，体现的是全国的市场风云。我要把它整理成册，并把业务人员反馈的重要问题整理出来及时反馈给领导，这个工作更强调的是细心和效率。每次做完报表，都会有同事开玩笑说“邹总监，最近的市场情况如何？”我都会回答“形势一片大好，一切尽在掌握。”

一个下午，就在这专心致志的状态下度过了，不过在下午三点半时，我总会给自己五分钟的零食时间，为苦闷的工作提供些点缀，为的是后面更好地工作。

Part 4 阳西下 快回家

下午五点半是一个表示可以撤退的时间了，不要以为这时我就可以思想放松了，五点四十五公司班车就要出发，我只有十五分钟的时间来结束今天的工作。马上关机，可这老古董电脑关机都要四五分钟。这时想起打印室还打印了文件没去拿，于是又狂冲了过去，拿回来，终于电脑也关好了，拔电源、打卡，马上往外跑。发现还有一点时间，我们几个女生总聚在一起聊一下减肥和美容问题。这时夕阳的余光总有些暧昧，不过这时的阳光也总是最美的！

一天下来，我觉得我过得快乐而充实，在彩虹这个大家庭里我们都努力着实现自己的梦想，也感谢彩虹给了我们一个成长的舞台。



谁说工厂不

“

奢

靡

”

■ 文张素娟

如歌的岁月弹奏动感的旋律，美丽的运动场上飞扬着肆意的青春。身处郊区的工厂内，却同样可以享受市区的繁华与精彩；少去的是繁华闹市的喧嚣和来回的奔波，更多的是兄弟姐妹间的亲密无间和自由自在……谁说工厂不精彩，看看我们的业余生活就知道了……

场景一：篮球场

“下班啦，今晚不用加班，我们打球去”！这是下班后经常听到员工呼来唤去的一句话。

但凡天公作美，公司生活区的球场上总是三五成群，激情飞扬，享受着下班后的快乐……

下班铃声响起后的十分钟，队员们已经换好球服集中到篮球场上，很快就分成两个技术相当、势均力敌的对垒队。不用挂上记分牌，没有专人在记分，但比赛照样可以开始。不用很专业，但都很投入，也很激烈。此时此刻，篮球场上，篮球健儿如一抹灵动的音符，在其间跳跃翻腾，像一个舞台，让这些帅哥、靓仔们尽情地挥洒他们的激情与汗水。在这里，每个队员都可以尽力地发挥自己的才能，展现自我。高涨的热情，在紧张比赛中，把团队精神展现得淋漓尽致。

一天的工作虽然很累，但经过一场球赛，出了满身汗之后，大家更呼“爽”！

工作的时候好好工作，玩的时候尽情地玩，心情得到了调节，增进了同事之间的友谊，加强了部门之间的交流，提高了企业的凝聚力，增强了集体荣誉感。也许，今天因工作的问题大家还脸红耳赤呢，但一场球赛下来，所有的不愉快已烟消云散。大家已经感情融融，甜蜜蜜了！

场景二：羽毛球场

爱好打羽毛球的同事，也不甘落后，下班后都不约而同地自带着球拍来到这因地制宜，但按国际标准尺寸划成的羽毛球场。球网一挂，就有专业球场的架势！虽然没有专业球馆的优势，但也有着我们的自在，可同时感受大自然的美丽！

有时是单打，有时是双打，有时纯一色双打，有时是混合双打，各式各样都精彩。有时会有某个同事因突发的工作事情需要即刻去处理，但随时都会有新队员加盟、充实。

有时碰上天气不如意——风大，羽毛球场的活动气氛还是十分热闹。顶多是把力气大的换到逆风边，力气小点的换到顺风边，球

赛也能继续！同事们一个个都卯足了全力，打的很是起劲。大家在打球中还不不停地交流球技、心得。偶尔，羽毛球场上还不乏高层领导的身影，但是，对不起，下班了，没有级别之分，在这里，球技高的“话事”，球技不如人，照样捡球！有这样和谐和充满活力的活动氛围，员工能够以更加饱满的激情投入到工作中去；不仅让大家活动了筋骨，消除了疲劳，更让大家在紧张的工作后放松了心情，舒缓了压力。

这是大家在辛苦工作后另一种放松的方式，锻炼身体，放松心情。不管是为了健身锻炼，还是为了提高球技，员工们无不在享受着羽毛球运动带来的快乐。

场景三：集体宿舍

夜幕降临，员工宿舍正各自精彩着！女生宿舍，一边做健美操，一边听收音机；一边吃零食，一边看电视；一边躺着，一边看书。看看男生宿舍，有三五成群凑在一起看电视的，吃着零食，喝着小酒，观看着电视，无边无际、无拘无束，房间有呛人的烟雾，也有酒味的芳香，更飘荡着快乐的欢笑声，其乐融融的场景，好不惬意！

再看看宿舍里的娱乐设施，电脑、宽带、固定电话、音响一应俱全！自己组装，偶尔出现故障自己摸索着去排除解决，就这样，还造就了不少的电脑业余维修专业人才。

在这里很安详，大家都很纯真，没有

上班的严肃，只有家的温暖和朋友的感觉！很开心，疲惫的身心可以在这里得到最好的释放。

场景四：周末

周末，三五个人相约一起去爬山。享受空气、阳光以及大自然带给我们的轻松！

没有比赛，不在乎多长时间爬完，在乎的只是沿途的风景和欣赏风景的心情，尽情感受山路两边花木的气息、大自然的美好。走累了，歇会儿，口渴了，用各自带着的水或饮料解渴。彻底地放松自己，把自己完全地融入大自然！

山，越往上越陡，步履也就越沉重。爬山，就像走在人生的道路上！山那么陡，望而生畏，让你苦、让你累、让你喘不过气。曾几何时，多少次，想停住脚步，那么想放弃，那么想回头，但有了大家的互相鼓励，放弃的念头打消了。

走一步路是不需要勇气的，只需朝着选准的目标、方向，一步接一步地走下去，走好每一步，成功自然就拥抱你，这是一个很简单的成功原则。

是的，坚持，就是胜利，最终爬到顶峰了。多少次，在山的顶峰，邂逅公司的其他小分队呢，大家不约而同地在山顶集合。此时的心情，就像人生到了一个成功点，有种成就感涌上心头……，大家一起分享着成功的喜悦，一起欣赏着高处的风景。

爬山很累，但很舒服。

爬山是快乐，爬山是休闲，爬山锻炼毅力，爬山坚定目标！

这里，没有深南大道的夜景、没有华强北的繁华，没有上、下沙的热闹……，打篮球、羽毛球、乒乓球、桌球；上网、喝茶、

喝酒、聊天、看电视、听音乐……，不用看别人是怎么过的，重要的是做着适合自己的事，过着自己想过的生活，只有这样才能让自己身心愉悦，开开心心地过着每一天，享受着每一天。谁说工厂不奢靡”！





山风水色中的 心灵之旅

— 南昆山记行

■文 / 茅文

深圳的秋天总是姗姗来迟，满目繁花虽很难勾起人们梧桐一叶而天下知秋的遥想，拂面的清风里还是透出了丝丝凉意。选择在11月一个天朗风清的周末游南昆山，国内营销部所有成员早有默契，虽然是一次自发组织的活动，大家还是积极踊跃地参加了。一路的欢歌笑语将工作中所有的艰辛、烦恼和压抑一扫而光，每个人脸上都跳动着那天明媚的阳光。

穿行在苍莽群山间，满目青翠，溪水潺潺，我们一边惊喜于美景的层出不穷，一边又担心着陡峭的悬崖和崎岖的山道，几经斗转峰回，直到下午我们才到达目的地——龙门

镇，小街虽然简陋，但也热闹；小店虽然寒素，但还清净。短暂休息之后，此次南昆山之行的第一个节目——虎跳峡漂流在不动声色中拉开了序幕。虽然不是天然的乱石嶙峋，惊涛拍岸，人工开凿的深溪险峡也能让股股激流卷起千堆雪，层岩之间的巨大落差还是能使身临其境的人们心悬一线。虽然是每天朝夕相处的同事，大家彼此间的融洽和默契不用说，但同舟共济共闯激流的经历对于我们来说也是一次深刻而值得回味的情感体验。

开始时对驾驭橡皮艇的陌生，以及和搭档之间的配合不当让我们初入河道就远落人后，经过沟通和几次实践，我们





的小船终于在初段平静的水面上缓缓前行，滩涂上细洁的卵石，两岸青葱的山峦，水中婆娑轻舞的竹影，虽也有几处小小的险滩和不绝于耳的追逐嬉戏声，初段航程基本上是在赏景中度过的。绕过一个狭窄的隘口，山势陡然峻峭起来，惊心之旅也随即开始。湍急的流水中，小船开始不听使唤，不断溅进的水花冰彻刺骨，周围嘘声四起，还来不及兼顾，船已经被巨浪冲下了峭壁，猛烈的撞击，灌涌而入的河水，耳边只有浪涛的轰鸣和人们惊恐的尖叫，不敢睁开眼睛，如倾盆大雨般的瀑布飞流而下，转瞬间便浑身湿透。没有喘气的时间，心在一次次未知的颠簸、冲击和跌落里起伏，大家好象已经不知道害怕了，所有的意识只有接受这一种诠释。在水流稍微平静的片刻，我悄悄环顾了四周，映入眼帘的风景仿佛比湖光山色更触动人心。岸边碎石滩上，有两个人正合力将小船推起，好将打进的河水倒出，船体虽然沉重，在两个人的同心协力下也变得轻捷起来；峡壁上突起的岩石将一条船夹得无法动弹，正在我为他们担心之际，其中的男同事不假思索地跳下船来，踩在尖利的碎石上用手一点点将船拉出；虽然山谷里秋风凛冽，再加上河水冰冷刺骨，忙碌中他的额头上还是渗出了颗颗汗珠，坐在船上的人脸上有一丝隐约的笑意，我想，这笑不仅仅因为他们的船脱离了险境，更包含着难以言表的感动；几番冲浪，几次浇淋，每个人几乎都全身湿透了，山风一吹便寒气逼人，几个娇弱的女同事冻得直打哆嗦，其中一个可能是实在抵御不了寒冷，只身下船要求上岸，这时我们离终点还有很长一段距离，如果执意走回去，肯定免不了受寒发烧，为了让她顺利完成最后一段航行，大家纷纷下船在一个避风的河畔帮她揉搓取暖，不一会

儿，她的脸上渐渐有了红晕，衣服也已半干。瞬间，画面，温暖，感动，有一种精神已然不再是纸上的空洞文字，一切都是那么真切，真切地存在于每个彩虹人心里。

“花开如梦，风过无痕”，宁静的山镇之夜洗去了漂流的疲惫，心里只留有一点点回想时的后怕。第二天的行程轻松了很多，观飞龙瀑，赏观音潭，游香溪堡，行走之间，言谈之际只有安然和惬意。水花轻溅，树影蓊郁的观音潭畔留下了我们三五成群，相依相偎的身影；舟在水上走，人在画中行，的香溪竹筏之旅好象带我们回到了漓江，轻颦浅笑之间，天空一片湛蓝；幽深的巷道，古老的围屋，思绪轮回在前世今生的想象里；最后的温泉浴让大家从身体的每一个细胞到心灵的每一个角落都经历了一次彻底的放松。

男生们的豪饮神侃，女生们的促膝耳语，朋友间的推心长谈，对手间的经验切磋，这次旅程似乎成了一次部门内部的沟通会，只是沟通的内容更为广泛和丰富，可以是生活感悟，可以是心底迷惘，也可以是工作感言，表达在那一时刻真正体现了它的含义，从外延到内涵。心与心的接触总是最真切直接的，南昆山竟成了我们沟通的背景，倾诉的载体，携手的纽带，有一种感动从此油然而生。

两天的旅程在夜幕下的酣睡中结束了，快乐的时候时间总是过得很快，但我知道，有一种感动会在我们每个人的心底长久留存下去，也许是友谊，也许是关怀，也许是理解，也许是温暖，也许只是能让我们在不经意时想起的那天的南昆山。



编者按：光阴似箭，岁月如流。07年在广大客户朋友的支持努力下，彩虹取得了长足的发展。一路上我们同经风雨，共担苦乐，留下了许多值得珍

藏的记忆。更让我们欣慰的是，在这美好的节日里，你们送上的金玉良言。08年，让我们彼此祝福，共迈辉煌！

新春

客户感言

Customers feelings



吴春生
宝安盛生贸易有限公司

数年携手历经商海沉浮，
峥嵘岁月磨砺坚定信念。
回首过往，荆棘坎坷已付东流，
展望未来，豪情壮志更创辉煌。
新年伊始，愿彩虹雨后呈现，光
耀鹏城，愿我们的合作一如春水，芳
馨永流。

周利平
常德市武陵区利惠油漆辅料店

三年的合作时间不长也不短，
有过艰难险阻，有过迷惑彷徨，经
历过短暂低谷，也迎来过云开日
出。我们的规模不大，业绩也算不
上辉煌，在彩虹众多的经销商中，
我们也许是最普通的一个，但我们
有坚韧的意志，有开拓的精神，有
忍耐的气度，我们相信：一个优良
的品牌是经销商坚持不懈的最大动

力。在2008年开始之际，我们送给彩虹的最好祝福不是鲜花和赞誉，而是我们与之精诚合作的信念和不断开拓进取的勇气！



周景昌
郑州漆师傅装饰材料商行

与彩虹合作多年，我们的关系在市场竞争的激烈浪潮中日久弥坚，我想这与彩虹在自己涉足的领域里，为社会和合作者源源不断地提供超越他人的技术、服务和利益，确保合作者在市场中的领导地位的企业宗旨有密不可分的联系。区域经理诚恳勤勉的市场服务、商务管理员温暖贴心的售后服务、技术人员专业到位的质量服务，彩虹对经销商的关怀无处不在，点滴汇成洪流，丝缕凝成固幕，我们的发展和辉煌源于彩虹的坚持和努力。在这辞旧迎新之际，我们愿彩虹更上一层楼，并在建材行业里一枝独秀。



李文熙
番禺大德五金公司

彩虹公司作为国内建材装饰涂料行业的领头雁，多年来一直是我们发展的后盾、成功的基石、超越的动力，成功与失败，汗水和笑颜，交织着我们长长的合作之路。回顾过往，唯有感慨一句：为客户创造价值，彩虹呵护一路随行；面对将来，只有一言心声：为腾飞迎接挑战，我们携手整装待发。

朱爱民
上海浦秋粘合剂有限公司

感谢深圳彩虹公司这些年来对我们上海浦秋粘合剂有限公司无微不至的关怀，给予了我们建立彩虹系列产品销售网络的巨大支持。我们将带领全体员工继续深化发展彩虹产品，提高服务技能。我们齐心协力全面迎接08辉煌盛世。



王家兵
大连锐泰贸易有限公司

2007年,充满激情的一年,彩虹公司用火一般的热情,感动着经销商。一浪接一浪的活动,是压力也是动力。彩虹公司营销部与经销商一起,仿佛站在了赛场上,大家都年轻了,热血沸腾,激情满怀,一站接一站,我们不断往前冲,赢得了一个又一个的胜利!

新年伊始,乘着奥运的春风,我们期待着更多全新的产品,更多的富有激情的活动,彩虹公司和经销商一起走上赛场,一起完成一次又一次的超越!

李光明
宁波市江东爱可化工有限公司

承百年品质,与君携手;风雨同路,诚信奋斗,共创未来!愿2008与奥运同舞,世界共享彩虹!



李清林 侯海
唐山林海公司

与彩虹公司合作十载有余,我们耳闻目睹了彩虹人在陈永弟董事长的率领下,不断发展壮大的过程,体会到了彩虹人的真诚,学习到了彩虹人的精神。作为彩虹的经销商,我们在发展的同时也获益匪

浅。

希望彩虹的朋友们一如既往地帮助支持我们,实现互利双赢。

祝:彩虹2008更加绚丽灿烂,宏伟壮观;唐山的林海更加根深蒂固、枝繁叶茂!



陈永清
石家庄彩虹

春华秋实,转眼间,彩虹又成功地登上了一个新台阶,迎来了发展的成熟期。作为一个将近10年的老伙伴,我和它一起经历了市场的沉浮,目睹了竞争中四起的风烟。深深感到彩虹始终坚持质量第一,维护客户利益是它存在和发展的根本和归宿;它勇于开拓市场,并没有满足于已有的产品体系,积极地探索市场需求,有力地支持了国家最新出台的政策。正是它这种务实的态度保证了彩虹美好的明天。



新春

客户感言

Customers feelings



麦孝妹

北京同道乐商贸有限公司

市场竞争如同逆水行舟，不进则退。这句座右铭陪伴着我走过了无数个春秋。在市场竞争中，我们不前进势必后退，市场中永远没有静止这一状态，这十几年，虽然有过的辛酸，但更多的是辛酸背后成功的喜悦，在和彩虹公司的通力合作下，我们共同进步，共同发展。着眼现状，展望未来，我们取得的成绩还不够大，我们需要倍加努力。希望在新的一年里，彩虹和同道乐一起同舟共济，百尺竿头，更进一步！

黄岐伟业

2007年是精彩纷呈的一年，乘着彩虹集团改革发展，开拓进取的巨浪，我们黄岐伟业装饰材料商行的销售业绩也取得了喜人的增长。特别是在彩虹系列自动喷漆、内外墙涂料及家装辅料几个板块，无论是销量还是市场影响力都有了长足的发展。而在与彩虹合作的短短两年中，公司上下各级彩虹人提供的贴心服务和密切交流，给予了我们继续完善自我和开拓市场的信心和动力。我们寄语新的一年：把握机遇，加强沟通，紧密合作，共创精彩2008！

姜友之

北京鑫旺润装饰材料有限公司

和彩虹公司合作三年有余，彩虹公司凭借坚若磐石的产品品质及彩虹人优质的服务，在化工行业独占鳌头，在市场经济浪潮中，对市场的开拓我们不容有半分的松懈。几年来，我司与彩虹公司一直本着双赢的原则，在彩虹公司的多方帮助和支持下，市场越做越大。在将来的合作中，相信我们会更加默契。祝福彩虹，祝福2008！

南宁奎源化工有限公司员工

与彩虹合作已不知不觉走过了很多个春秋了。这些岁月中，我司与全国其他经销商一样，共同经历了彩虹的茁壮成长，从开始的气雾漆到如今涉及涂料汽车用品等全系列产品的开发与推广。

彩虹是成功的。这些年的发展过程中，彩虹始终坚持着一个理念：“做企业先做人”。无论是产品质量，产品研发，品牌规划，售后服务，还是营销体系，无不体现行业领头羊的风范。

彩虹是美丽的。俗话说：不经历风雨，怎么见彩虹。彩虹作为我们多年如一日的朋友，从结识到认可；从携手到合作。多少年间，风雨曾不止一次的洗礼过，危机也曾无数次的袭过，然而彩虹终究绽放出了她美丽的光辉。

如今，彩虹还在前行。07年彩虹推出了气雾漆行业第一个标准。作为经销商，我们感到自豪。业界有个说法：三流企业卖产品，二流企业卖品牌，一流企业卖标准。德国大众，日本东芝、索尼等跨国巨头无不制定行业标准。今天，彩虹迈出了令业内值得骄傲的一步。

08年，彩虹将又有大动作。完全有实力令竞争对手感到恐慌，我们看到，彩虹的今天已经强大。我们也相信携手彩虹这艘航母，明天将会是无坚不摧的，祝愿彩虹！



忆过去黄金十载 展未来你我彩虹

■文 / 南京博凯利 魏宁

南京博凯利特种油品厂是主要生产和销售润滑油的企业，在一次偶然的时机里与深圳彩虹公司结下了不解之缘，并在彼此的合作中建立了深厚的感情，走上了共同发展的道路。7年来，在彩虹公司大力支持下，在我们共同的努力下，做到了每年一个台阶，销售收入不断的创出新高，把7CF品牌做成了南京地区性的知名品牌，达到了双赢目的。回首过去7年的合作之路，才发现自己早已溶入了彩虹事业。

刚开始接受彩虹汽车护理产品，我们对彩虹公司并不了解，后来通过各种方式，我们发现该公司是专业性比较强，管理比较严格，是一家可以信赖的公司，所以我们选择了彩虹。经过市场综合考察和对比，我们发现彩虹产品与别的品牌不一样：并不能简单的买卖产品，谋取差价。而应该有个长期运作方案，将该产品从品牌做成名牌，由此可以享受品牌在市场上壮大的快乐。

2002年，我们分析了汽车用品市场，同时也充分了解了汽车修理厂和大型4S店汽车护理用品的使用情况。我们发现了一种现象：即大市场销售的产品，大型4S店并不用。主要原因是质量不放心，鱼目混珠产品比较多。大市场主要产品品牌意识不强，价格要求比较低，适合于小型汽修厂；而大型汽修厂不但要求产品品牌，而且要求产品价格。大型4S店主要使用的是进口产品（或者是名义上的进口产品）。根据这些现象当初我们市场定位主要是销售大型4S店和一二类汽修厂，明确规定不准业务员去大市场推销。这样对





量的放大确实有一定的限制，但是对将来品牌提升，销售的稳步增长能够起到积极的作用。通过这几年的实践证明，我们的思路是正确的。4S店是销售汽车的源头，也是汽车保养的重点单位。作为购买汽车的消费者，首先要了解汽车保养需要的产品。新车族第一次购买护理产品或第一次保养汽车决不会到汽配城或小型修理厂，我们占领4S店就意味着占领了汽车护理产品销售的制高点，对培养消费者的意识起到了关键的作用。对于4S店来说，他们也感觉到进口产品价格太高，随着汽车消费市场的竞争越来越激烈，也想降低销售的附加成本，那么彩虹汽车护理产品就是他们的首选。由于该产品在汽配城市场上销路较好，对于他们来说附加值也比较高，对于我们来说更深层次地起到了品牌宣传作用。

一个产品在打开市场的过程中，是要经过多方面努力。当时我们的业务员带着产品和彩虹公司的介绍，走遍了南京大部分4S店，并提供产品给客户试用。在试用的过程中发现问题及时与彩虹公司联系，（如化油器清洗剂在试用的过程中发现刺激性较强，消费者反映味道较浓），彩虹公司得到我们的反馈信息后，立即组织人力物力重新进行了配方研究，对产品进行改进，达到了现在的水平。诸如此类的事情还很多。特别是在2007年彩虹公司注重自己的产品形象，对外包装进行了整改，产品的市场形象又有了进一步的提高。通过彩虹公司的努力，使我们的结合不断走向最佳境地。我们的理念是不要求完全占领市场，只要求在市场上有一定份额，并且不断地扩大份额。这一点在彩虹公司的配合下，我们公司全体员工努力下已经逐步在实现。

由于我们市场定位比较好，这几年已经充分证实了我们的销售模式是正确的。到目前为止有很多用户已经到大市场去找彩虹汽车护理产品，也有大市场销售商找我们要彩虹

产品，真正做到了由要我买彩虹产品到我要买彩虹产品的理念转变，供求关系发生了变

化，品牌效应已经开始突显，利用大市场进行销售的机遇已经到来。所以我们07年在汽配市场上有度地设点，与美孚经销商和壳牌经销商进行强强合作，我们的产品顺理成章地进入了主流销售网络，从而进一步扩大了市场占有率，由此形成了良性循环，销售的前景光明一片。同时我们还重视消费理念的培养，提前占领汽车美容学校这块阵地，与汽车美容学校合作，使学员接触的第一个产品就是彩虹公司的7CF产品，这些学生毕业后开的美容装潢店的首选产品就是彩虹产品。由此看出我们产品知名度越做越大，达到了我们的既定目标。

产品的市场开拓获得了一些成绩，这也是与彩虹公司在各方面的支持分不开的。例如市场营销人员到终端客户处讲解产品的性能并且现场做演示，当时我们在江苏万帮就举行过这样的活动，得到了彩虹公司的大力支持。在市场激烈的竞争中，彩虹公司以质量为本，服务第一的思想，保证了产品和服务质量的不断提高，发挥了销售坚强后盾的作用。

路遥知马力，日久见人心。几年来，我们与彩虹公司结下了不可磨灭的缘分。如今，市场只要一见到我们的车号就知道彩虹产品到了，只要见到彩虹产品就知道是博凯利在销售。我们衷心地祝愿彩虹公司在新的一年里有更大的发展，推出更多的新产品，真心祝每一位与彩虹产品有缘的人身体健康、万事如意、事业有成。



收获这一年>>>>

HARVEST THIS YEAR

解放思想 锁定目标 勇创佳绩

2008 彩虹春季营销工作会议专题

2008年2月13日至2月19日,为期一周的08年国内营销工作会议在公司总部隆重召开。2月13日,大年初七,当大家还沉浸在节日的喜庆中时,彩虹工业园内却是另一片热烈景象:来自全国各地的市场营销精英们齐聚一堂,共同参加由公司总部召开的08年春季营销工作会议,这也标志着彩虹08年市场征程号角的全面吹响。

在第一天的会议上,公司国内营销部总经理杨清波先生首先做了2007年市场工作总结,杨总在全面回顾一年来市场所取得的种种成绩时指出:07年是彩虹发展中不平凡的一年,彩虹人在激烈的市场竞争面前从容应对,化风险为机遇,全面完成了组织队伍的重组、资源的整合、产品的升级、品牌形象的提升、行业标准的制订、文化战略的启动、营销服务体系的完善等系列工作,市场份额和品牌形象、知名度不断扩大和提升,为今后的市场发展奠定了坚实的基础。

随后,杨总做了08年市场发展战略规划,他强调,08年是彩虹快速发展年,随着公司上市在即,彩虹将迎来一个前所未有的发展机遇,我们要解放思想、加大步伐、改变竞争模式,以新锐的视角和敢于创新的精神去创造不同凡响的2008年。会场内,不时发出阵阵掌声与喝彩,大家激情高昂,热血沸腾,每个人心中充满了信心与期待。

在接下来的几天内,业务人员系统进行了包括建材产品知识培训、汽车产品知识培训、08年市场操作规划、岗位资格认定等在内的各项培训。二月的深圳虽然春寒料峭,但在培训的几天内,我们处处都能感受到一股股暖流在涌动,面对公司大好发展形式,大家的激情得到最大程度的迸发,每个人心中那份迫不及待的期待溢于言表。在9日下午举行的总结会议上,公司董事长陈永弟先生出席会议并做讲话。董事长首先向广大一线人员致以了新春的祝福和感谢,随后,他系统回顾了一年来公司所取得的成绩及存在的问题,并就08年全新的市场营销模式与大家进行讲解与探讨;他表示,广大员工尤其是一线人员要敢于解放思想、放宽步伐,拿出勇气与智慧,创新营销模式,提高执行力度,加大对市场的开拓力度和客户的 service 意识,不断提高企业竞争力。董事长热情洋溢的话语里,充满了对大家的深情嘱托和对美好未来的坚定信念。



当晚，公司特意为广大业务人员准备了新春欢送晚宴，公司各部门领导共同光临晚宴现场，与所有业务人员一道载歌载舞，举杯同庆。宴会上，彩虹人的激情燃烧了整个会场，气球、彩带、红地毯、掌声把现场汇聚成一个热烈欢畅的海洋；一杯杯满怀深情的酒，一句句满怀真情的祝福，化作了今夜浓浓的情感，溶于每个人的心间。

在晚宴期间，公司为07年度取得突出成绩的业务精英举行了隆重的表彰典礼。数十名业务人员怀着激动的心情登上了期待已久的领奖台，从公司领导手中接受代表全体彩虹人赋予的至高荣誉。十年贡献奖代表邱敏、全年双月累计排名奖代表黄超、年度综合考评奖代表龚平分代表获奖选手发表感言。朴实而真诚的话语感动了每一个人，引起了所有人的共鸣。每一位参加典礼的员工都心潮澎湃，一股壮志在我胸！



随后，由彩虹员工自编自导的节目精彩亮相，令人目不暇接。气势如宏的《中国功夫》、惟妙惟肖的《醉拳》表演在给大家一次次强烈视觉冲击的同时，更令人感受到彩虹营销团队的卧虎藏龙；深情的男生独唱《冲动的惩罚》、《朋友》、《祝福》，唱出了男人心中最真实的情感和义博云天的兄弟情结；吉他弹唱《在他乡》弹出了游子心中的那份思乡情；大合唱《真心英雄》更是被视为“彩虹之歌”，“不经历风雨怎么见彩虹”作为每个彩虹营销人员的座右铭，在此刻得到最好的诠释。



相聚是缘，相逢是歌，聚是一团火，点燃青春的激情；散做满天星，照亮了彩虹的前程。08奥运年、彩虹“上市年”，面对千载难逢的发展盛世，机不可失、时不我待，彩虹人正以只争朝夕的精神风貌投入到各项建设发展工作中来，而呈现在每个彩虹人面前的也必将是一幅辉煌秀美的画卷。08，让我们共同努力，共同期待！



NEW YEAR CELEBRATION AND PRESENTATION CEREMONY

新春晚宴暨颁奖典礼

2008

晚会现场



颁 奖 典 礼

表彰，是为了心怀感激，也是为了勉励进步。

表彰，不仅仅是总结，亦是展望。

弹指间，春去春回，在新旧交替之际，我们表彰并展开梦想，为了精彩的2007，也献给辉煌的2008。

2007年，他们在市场博弈中赢得先机，赢得尊重，他们是彩虹人的杰出代表，他们为大家树立了榜样；他们在自己的岗位上，兢兢业业，恪尽职守，为公司的发展做出了突出贡献。在2008年，彩虹团队将锐意进取，不断创新，为创造更加美好的明天而不懈努力。



全年综合考评奖

第一名：龚平 第二名：杨骏 第三名：潘邱亮

一年来，他们在自己所在的区域内纵横驰骋、全面出击，市场业绩、网络拓展、客户服务、品牌推广各项指标样样出色。在他们身上，我们看到的是彩虹人追求完美和恪尽职守的卓越品质。



十年贡献奖

获奖人：陈东 邱敏

沧海横流，方显英雄本色。十年如一日，他们在自己平凡而艰巨的岗位上默默奉献；不论在艰苦的创业初期还是在竞争激烈的今天，他们始终心系彩虹，同舟共济，不离不弃，铸就彩虹今日辉煌。他们用行动作出了榜样，让我们感受到一股强大的凝铸力。



全年双月累计排名奖

第一名：黄超 第二名：谢杰英 第三名：胡光政

踏实、执着是他们的代名词，面对纷繁的营销环境，面对激烈的市场竞争，面对内外部的考验与洗礼，他们一次又一次完美地完成既定目标；在他们看来，时间就是财富、效率就是赢得市场的最佳武器，所以，他们把一月视为一天，风雨兼程，成就卓越。在他们每月的业绩图表上，我们看到的是一条条垂直递增的红色线条。



三年共进奖

获奖人：胡光政 陈云强 宋庭龙 潘琪 谢杰英 陈广生 黄晓琦 李刚

我们应该感到荣幸，因为我们工作在这样一个团结、互助的团队中，败则拼死相救，胜则举杯同庆。他们在工作中是战友，生活中是兄弟，他们不允许有任何人掉队，因为在他们眼里，集体的荣誉高于一切。多年来，共同成长、共同迈进，也共同绘就了彩虹七彩的天空。



新进优秀奖

获奖人：钟 彪 黄 涛 张闪宁

如花的年华，如画的梦；如歌的岁月，如水的情。他们作为彩虹的新生力量，虽然入司时间不长，但从他们身上所体现出来的却是彩虹人不屈不挠的进取精神和敢于直面挑战的勇气，他们是新生力量的代表，祝贺他们！



连续三年业绩增长奖

获奖人：邱 敏 黄晓琦

马云说：短暂的激情是没用的，只有长久的激情才是赚钱的。同样，短暂的成功并不能算是成功，只有坚持的成功才是真正的成功。在压力面前，他们举重若轻；在困难面前，他们审时度势。三年来，他们的业绩始终保持着较高的增长率，向他们致敬。



销售专项任务完成率排名奖

获奖人：龚平 吴耀华 黄辉 黄晓琦 邱敏

经风雨，历彩虹，万象更新，责任和使命让他们无论是在服从领导的执行力方面还是在工作的创新方面都有了明显的成长进步。他们临时受命，义无反顾地接受公司授予的专项任务，并不折不扣地超额完成，为大家作出了表率，更为公司创造了财富。

获奖员工感言



百尺竿头 更进一步

全年综合考评奖代表 龚平

彩虹是个温暖的大家庭，多年来，我感同身受，在这里工作、在这里学习、在这里成长。感谢彩虹、感谢陈总、感谢所有帮助、勉励我们的领导和同事，让我们健康成长，收获知识与财富。

年度优秀员工的荣誉对于我们既是一种肯定，更是对我们做好今后工作的一种鼓励和鞭策。虽然这一年里我没有什么可炫耀的业绩，我认为一名优秀员工应该起到表率作用，应该以高度的主人翁精神，默默地奉献着光和热；应该抱着务实认真的工作态度，埋头苦干，敬业爱岗，勤勤恳恳地做好本职工作。现在的“优秀”，只是指某方面做得还不错，距离成为一名企业的中流砥柱，还差得很远。在今后的工作中，我们将全力以赴，百尺竿头 更进一步。

真心地期望与在座的各位一道成功地跨越 2008 年；携手并肩，只争朝夕；一起成长、一起发展，一起走向更大的成功。

谢谢大家！

获奖员工感言



十年彩虹路 一颗赤子心

十年贡献奖代表 邱敏

作为十年员工代表，我很荣幸能站在这个领奖台上。过去的十年，是彩虹起步成长的十年，有幸作为这个家庭的一员同经风雨，共享喜悦。在十年的成长道路上，有艰辛苦涩、有失败和泪水，但更多的还是收获与成长。感谢彩虹给予我这样一个宽广的人生舞台，让我们经风雨、历彩虹。

作为一名老员工，我们也深知自己肩上的担子和责任，我们会把过去的经验和知识进行总结，通过自己的指导，培养出更多优秀新人，当好老员工的表率，与团队全体员工齐心协力，向着更高更远的目标迈进，期待下一个精彩的十年；希望我们的团队更富进取心、发展潜力，更具凝聚力、战斗力，在未来的发展道路上，勇创佳绩。

最后，再次向多年来帮助、理解和教导我们成长的领导、同事真诚地说声：感谢你们！祝大家在2008年里"鼠"尽的快乐！"鼠"尽的收获！"鼠"尽的笑容！"鼠"尽的幸福！.....

获奖员工感言



同心同德 不负众望

全年双月考核累计排名奖代表 黄超

站在这个领奖台上，此时此刻面对这么多赞许的目光和掌声，我感到无比的激动和荣幸。在此，我代表所有获奖选手对你们的支持和鼓励表示衷心的感谢；在成绩面前，我所做的只不过是微不足道的一点，所以我要感谢我的队友，正是大家同心同德的努力付出，才有今天的成果；再次，还要感谢所有支持彩虹的忠实客户，虽然你们不是彩虹人，但却亲如彩虹人，你们在任何时候和彩虹一起，同舟共济、荣辱与共，成就卓越。借此机会，我们向你们祝福，祝你们阖家幸福、财运亨通！

最后，我在此代表获奖选手向公司领导表态：在今后的工作中我们将不负重托，以更加饱满的激情和永不放弃的精神去创造更加辉煌的业绩。



颁奖晚会现场花絮
GLIMPSE AT THE SCENE



“桌长”祝酒



颁奖现场





大合唱



情歌对唱



领导祝酒



武术表演



吉他弹唱



开启美好未来

可爱的彩虹人

THE LOVELY RAINBOW PEOPLE

我们忠实地记录下每一个普通彩虹人前进的步伐，这些记录值得收藏，它们无一不烙刻着时代的印记。

我们纪念所有这些彩虹人，祝福这些人，也祝福我们自己。祝福每一个为自己奋斗的人，祝福每一个为彩虹的发展而恪尽职守的人。

我们目击，目击这些人饱满且震撼的瞬间，目击新趋势，目击大是非，目击真性情。我们全神贯注，聆听彩虹的普通一员，悄声倾诉。

我们目击彩虹的历史，她每一步迸发的辉煌都是因为人的改变而改变！

不管是公司的高层管理人员，还是生产线上的一名普通员工，在他们演绎着自己美丽人生的同时，也为永不停步的时代画卷添加了多彩的一笔。他们的名字会载入彩虹的史册，在现在以及未来，都会有人懂得欣赏。





张代兵：创新成就卓越

个人档案：籍贯：四川达县 姓：免 格性豪爽 媛：象棋

人生格言：只有想不到的事，没有做不到的事！

“9年3月6日对，就是3月6日，当笔者问到张代兵是什么时候来到彩虹时，他肯定地回答到：进厂的日期就好比自己的生日，当然不会忘记。”1年，对于30刚出头的张代兵来说，人生最美好的时光都在彩虹度过，甚至说是每天在生产线上度过。从一名普通的门外汉到生产线组长，这其间的酸甜苦辣也许只有他自己知道；从一个懵懂的青年到身经百战的管理人员，除了天生的悟性，更多还是踏实与努力。

当问到是什么促使他这一干就是11年时，张代兵说：我的工作能得到领导的肯定，从第一次改进机器到后来的多次创新举措，每次都能得到领导的高度认可和赞许，个人的价值在这里得到充分发挥，这里有我发挥的空间和舞台！对于这一点，凡是了解张代兵的人都赞同，在员工心目中，张代兵是一个能说会道，做事雷厉风行、敢想敢做的汉子。每天的全体员工早会上，总能看到他有条不紊的整队、喊口号、传达精神、安排工作，带领一线员工投入各自的工作中，举手投足都干净利落，事无巨细，如数家珍。管理不仅要有方法，关键还要有创新”，这是张代兵时常放在口上的一句话。提到创新，他兴致勃勃：生产管理无非就是十个方面：人员、机器、环境、成本、程序、质量、制度、物料、样品、安全，这十项只要抓好，没有做不好的工作。”当然，光把工作完成还不行，还要懂得创新，只有创新才能发展。”据了解，在他工作的这些年，每年张代兵的奖金就是一个不小的数字，在彩虹，我们也随处能看到员工自身的创新成果。

新年心愿：希望在新的一年里能有更多创新成果运用到生产中来，成本不断降低、效率不断提高、客户不断满意！



雷婉珍：我给自己打90分

个人档案：籍贯：湖南常德 姓：免 格性直爽 媛：爬山

人生格言：失败是成功之母

99年就入职彩虹的雷婉珍现已是生产统计的一名能手。先后从事过贴标签、包装、色标管理、信息员等职务，对于生产她深有感触。刚来彩虹，对什么都一无所知，工作中出错是常有的事情，但天性不服输的她却没有因困难而止步，而是虚心地向领导请教、向同事学习，渐渐地，一切都轻车熟路了，工作也得心应手。说到这，雷婉珍脸上却流露出一丝愧意：那是刚调到生产统计岗位，由于以前没有具体接触统计工作，再加上统计工作要求非常细心，这让她“尝到了苦头”，统计报表漏洞百出，而这时也是身边老同事主动上前来帮助，一起加班、一起熬夜地重新制作。当一份完美的盘点报表从电脑中打印出来后，雷婉珍除了欣慰更多的则是感激。“在彩虹，这种温暖处处都在，这也是我8年来一直选择在彩虹的最直接原因。”

采访结束，笔者随意地问道：如果你现在给自己打分，你会给多少？雷婉珍却一脸认真的说道“9分”，“如果我再认真一点，我一定能将丢掉的几分捡回来。好一个自信的彩虹女将！

新年心愿：所有彩虹人都健健康康，彩虹事业蒸蒸日上，口袋越来越鼓。



李大全：一个家在清远 一个家在彩虹

个人档案：籍贯：广东清远 姓：猴 格性：沉稳 爱好：唱歌 游

人生格言：平凡的事反复做好就是不平凡

四年前刚进公司时他只是一名普通的包装工人，四年多的时间里，凭着勤奋顽强的工作，迅速成长为一名生产能手，他就是乳胶漆生产线线长李大全。80年出生的李大全看起来要比同龄人成熟稳重许多。作为乳胶漆生产一线的主要负责人，从涂料的来料到产品出库，每一道工序都逃不过他那双眼睛，每天成百上千桶的成品漆，丝毫来不得半点马虎，自他担任乳胶漆线长以来，在李大全的带领下，乳胶漆生产线没出现一起人为因素而造成的质量问题。作为线长，当问及工作中把哪项工作看得最重时，李大全笑了笑说：“其实每样都很重要，但在我的潜意识里应该是安全，作为化工生产，安全应该时刻放在第一位，这也是公司领导时刻都在提醒和告诫我们的。这一点是得到生产领导赞同的，自他担任线长以来，没有发生一起工伤事故。而在一系列零事故、零缺陷的背后，我们看到的应该是一颗对工作高度负责的责任心和使命感。虽然这些看起来平常不过的事情，但反复把每一项事情做好就是不平凡，而李大全早已把这句朴实的话语当成了人生格言，刻在心中、用在工作中！”

当问及春节回家与否，李大全平静地说：“随生产情况吧，在哪过年都一样，我早已把彩虹当成自己在深圳的家了！新年心愿：再接再厉，把自己的本职岗位做好，实现08年市场销量全面增长。”



蒋华云：机会总是垂青于有准备的人

个人档案：籍贯：广西桂林 姓：猴 性：沉稳 爱好：钻研（设备维修）

人生格言：踏踏实实做人 兢兢业业做事

7年前刚从学校毕业就来深圳的蒋华云现已是公司设备组的一员老将了。然而，学设备维修出身的蒋华云，人生的旅途并非想象中的那么顺利。初来深圳，人生地不熟，本打算找份自己专业特长的岗位一展才华，但现实并非想象中的那么美好。在人才市场转了几圈的他连700元一个月的待遇都没有单位接收。正打算回家的他无意中遇到了彩虹，当时彩虹给一线工人的底薪就有800多元，我没有犹豫就留下了，当时的想法就是暂时有个落脚的地方先稳定下来。没料这一留就是7年，这其中先后做过包装、装料、充填及一线管理。

我之所以愿意留下来，是因为我来的第一天领导就告诉我“一旦有合适的岗位就会优先安排”。是金子总会发光的，04年，由于公司发展的需要，设备组正好需要人手，蒋华云被第一个安排到自己梦想多时的岗位上。“机会总是垂青于有准备的人”，这是蒋华云的内心信念，也正是这种不灭的信念成就了自己的梦想。

采访的时间不长，但他那种朴实勤劳让笔者肃然起敬。他匆匆走远，重新投入到繁忙的工作中，踏踏实实做人 兢兢业业做事 是蒋华云的做人准则，事实证明，他是这样说的也是这样做的。在平凡的岗位中，他用自己踏实的脚步诠释着彩虹人敬业实干的精神！

新年心愿：愿刚出生的小BABY健康快乐、早点长大！



严孟斌：做彩虹人快乐

个人档案：籍贯：云南昭通 姓：牛 格性：开朗 爱好：篮球

人生格言：自信是成功的源泉

今年还不到 23 岁的严孟斌在彩虹已经是第四个年头了，来深圳的第一份工作便是彩虹，三年多了，只身出来闯荡的他就回过一次云南老家。回首这段青春岁月，用严孟斌自己的话说那叫“快乐”！别看年纪轻，但做起事来却有板有眼，老辣娴熟。现任某全自动生产线线长的严孟斌在谈到自己年龄与工作关系时说：“一线管理要细，要多与大家沟通，尊重大伙的意见和建议，线上不少是我的长辈，他们很多经验都值得我去学习。在一线，凡熟悉严孟斌的同事都说这小伙机灵、能干。产品生产整个流程，少则十几项、多则几十项工序，在严孟斌眼中都丝毫不乱，一边盯着设备正常运行、一边检查着每位员工的作业规范，有时还要帮助和指导新员工。这一切在严孟斌看来是充实、是信任、是成长！”

工作之余的严孟斌是个篮球迷，球场上的他惯用了工作中的风格：眼疾手快，拼抢在先。面对未来，严孟斌有自己的想法：彩虹的发展空间无限，给我们年轻人的舞台也很宽广，在这里只要你想干、敢干就一定有所作为。”

在跟随公司发展的同时，也使他在这个大家庭中渐渐成长，春花秋实。
新年心愿：春节不回家，祝父亲母亲在新的一年里身体健康，平平安安！



黄庆茜：让青春多些精彩

个人档案：籍贯：广西贵港 姓：蛇 性：活泼 爱好：书法

人生格言：走自己的路 做自己想做的事

画面上这位小姑娘刚从学校毕业，来彩虹刚好 1 个月时间，但谈及在彩虹的感受和对公司的了解情况，却是一一道来，如数家珍，其熟悉程度让人目瞪口呆，全然不像一个初入公司的新人。我在石岩实习的时候就听说彩虹不错，规模大、待遇好，而且发展前景很不错，我是学物流管理的，将来一定有我施展的舞台……小黄掩盖不住自己的喜悦。

原来，小黄还是和父母较劲来到深圳的，父母想把自己留在身边安安稳稳的找份工作，但有着青春梦想的小黄还是执着地选择来到深圳。现在好了，在这里有领导的关怀，同事的陪伴，还有这么好的生活环境，过年也不回去了，和同学同事一起在这过年。”

采访结束，小黄特别托编辑部给家人捎去她对父母的心里话：爸爸、妈妈，您们辛苦了，女儿已经长大了，自己可以独立了，我在这一切都好，请你们放心，祝您们新年快乐，身体健康！”

后记：每次采访结束，都有一种感触，确切地说是一种感动，一个个对工作充满激情、对生活寄与美好、对彩虹怀有深厚感情，朴实、平淡而鲜活的面容。他（她）们或历经风霜、或青春苦涩，但他们都是如此的朴实、可爱，他们无时无刻不在用自己的一言一行诠释着什么是彩虹精神。





春节

传统节日的当代解读

就历史和社会文化而言，乡土情结和亲情情结是爱国主义和民族主义的基础。在中国，离开了乡土情结和亲情情结，爱国主义和民族主义就成了无本之木，无源之水。毋庸置疑，乡土情结和亲情情结以及在此基础上产生的爱国主义和民族主义，是民族的根本，国家的基础，是凝聚十几亿人民的强大的精神粘合剂，是中华民族最可宝贵的文化遗产。无论在繁华都市还是在偏僻乡村，中国各地乃至世界有华人居住的地方，都在欢欢乐乐地过年。欢度春节已经成为十几亿人民共同的中心话题，由欢度春节而产生的政治、经济、文化等领域的各种新闻，也都在一定程度上成了全社会关注的热点。可见，在一个特定的时期内，欢度春节对于中国人的影响至关重要。从民俗学的角度来看，传统节日是民族文化的载体，它浓缩着一个民族的精神，标志着一个民族的风格，凸显着一个民族的价值，展示着一个民族的追求。春节无疑是中华民族最重要的传统节日，其中蕴含的文化含义，无论怎样评估都不会过分。在这个欢欢喜喜的大年即将过去却还意犹未尽的时候，对春节这一传统节日作一番粗粗的现代解读，也许不无意义。春节是农业社会的产物。在中国古代，春节最早是指春天的节序，基本上和春季一词同义，后来才专指农历一年的元旦。在农业社会里，对于物质生产影响最大的莫过于天时了，“寒来暑往，秋收冬藏”，正是农业生产的真实写照。老舍先生在《北京的春节》一文中列举了过年的种种现象，指出它们都和农业社会有关，说的极是。春节时期的饮食文化，是基于农业社会的产品丰富多彩；春节时期的娱乐文化，是基于农业耕作中的冬季闲暇；春节时期的祭神文化，是基于农民们祈求上天风调雨顺，以便五谷丰登。春节时期的所有文化形态，几乎都是农业文化的典型表现。广义的文化指的是物质财富和精神观念的总和，但人们在使用文化一词的时候，更多的是指精神观念。农业文化的精神观念，来自于农业耕作方式。如果我们稍稍考察一下农业耕作方式，就会发现它的最大特点是地域的固定性。农业民族不像游牧民族那样逐水而居，居无定所；农业民族也不像商业民族那样逐利而行，行无踪迹。农业民族在固定的土地上世世耕作，代代传承，久而久之，便产生了两个十分明显的思想观念，即对于故乡土地的无比眷恋和对于家族亲情的极其注重。前者为乡土观念，后者为亲情观念。在中国，不管时光流转，不管社会变迁，不管政



府更迭，不管人事代谢，乡土观念和亲情观念早已化成深深的情结，植根于炎黄子孙的骨髓之中。近乡情更切，不敢问来人”，每逢佳节倍思亲等古代诗句，正是体现了这种情结。就历史和社会文化而言，春节，所诠释的正市这样的一种乡土情结和亲情情结。数以亿计的中国人不管天寒地冻，筋疲力尽，不管路途遥远，车船劳顿，都要回家和父老乡亲相聚，这不是一种最大的乡恋吗？几亿乃至十几亿人民共同收看央视的春节晚会，随着晚会的节目同欢同乐，同唱同笑，塑造出了中华民族这个大家庭的浓浓氛围，这不是一种最大的亲情吗？这种传统文化所产生的强大的精神力量，理应推动我们更快地建设小康社会。前几年，曾有学者提出“文化力”说，结果引起了理论界的热烈讨论。笔者认为，作为一种社会现象，春节完全可以成为“文化力”说的佐证。值得回味的是，马克思主义的经典作家说过：传统是历史的情力。那么，春节作为一个传统的节日，它所负载的传统意义和现代社会的某些方面是不是已经产生了不相适合的地方？事实上，几十年以来，中国人过春节已经有了很大变化，求神祭祖等仪式的意义已经大大减弱。但是不可否认，春节对于现代社会也还是存在一些负面因素。从经济层面上来说，由春节而产生的经济现象实际上是一种非正常的经济现象，它和现代社会的市场经济有相悖的地方。因为工业社会的生产方式和农业社会的生产方式迥然相异。工业生产依赖的是市场需求，而不是季节和时令的变化。工业生产比农业生产更有规律，更为平衡，除了某些人为的特定情

况，很少出现大冷大热、大起大落的情况。而农业经济是一种忙闲不均的季节经济，春节既然源自于农业社会，春节经济当然也就是一种季节经济，必然会给现代工商业经营带来一定的阻隔和影响。从文化层面上来说，春节所负载的意义虽然能够抒发乡恋情结，提升亲情程度，从而凝聚人心，有利于社会的安定与祥和。但是过分注重乡土的眷恋，过分注重家族亲情的同时，其硬币的另一面可能就是对现代社会的刚性法律规则的忽视，这一点对于现代社会的法治建设未必有利。中国社会中的“走后门”“裙带风”“关系户”等等现象屡禁不止，从深层次意义上来说，和传统文化中的过分重视人情和家族亲情观念根深蒂固不无关系。有事实证明，春节也是一年中社会上不正之风的高发时期。当然，我并不认为乡土亲情及其他传统文化，与现代社会的法制规则生来就有着不可调和的矛盾，但是你无法忽视它们在表达方式上呈现出的巨大差异性。传统往往是一把双刃剑，它积淀了历史、丰厚了文化，但其在特定历史阶段形成的理念及文化认同也可能阻碍新观念、新主张的深入人心；作为传统文化意义上的春节也是一把双刃剑，它的正面影响早已为所有中国人知道，但其沿袭传统而来的某些与现代社会呈现出不适应、不相配的习俗，人们感觉到了，却未必能深刻理解。如何张扬春节文化的正面影响，消解春节传统文化的负面影响，赋予春节更多的现代意义和时代气息，正是我们在欢度完这个祥和美好的春节之后可以静下心来考虑的课题。今天用现代的眼光解读春节的思想底蕴，其意义也就在于此。



年味最浓的地方

当春节旅游渐渐从时尚变成一种生活态度，越来越多的人选择春节行走在路上，“年味儿”和“旅行”已经成为春节的两大关键词，包饺子、剪窗花、放鞭炮、过吉桥、走禄阶、打财眼、挂喜铃……每个地方都有自己独特的过年方式。换个地方，换种心情，换样玩法过大年吧。

山西、陕北过民俗年

晋中和陕北，是两个非常具有典型中国春节民俗特色的地区。来这里过大年，体验原汁原味的民俗文化。

在中国儒商第一家“常家庄园”，游客可以做过吉（鸡）桥、走禄阶、绕福树、挂祥铃、摸寿图等游戏，互动参与抛绣球、拜花堂、坐花轿、游常家等。在世界文化遗产——平遥古城，入住古客栈，亲身体验一个晋商民俗年。如包饺子、剪窗花、贴窗花、放鞭炮等。走进山西体验十足年味，除了睡土炕、年夜饭、点旺火、放鞭炮，不能少的绝对是晋商社火。所谓社火，是由旧时农村祭祀社神（土地神）时所演的社戏和春节、元宵节期间民间红红火火的文艺演出活动演变而成。

在西安，可以观赏千年汉唐古都的风貌，参观举世闻名的西安兵马俑、感受秦始皇地下军队的气魄和壮观。晚上入住延安非常有特色的窑洞宾馆，晚餐品尝陕北特色小吃：年糕、油饼、洋芋擦擦、凉粉等。

在枣园，观看陕北安塞腰鼓，欣赏陕北民歌“信天游”，也是一种独特的体验。看看革命老区过新年的民俗风情吧——剪窗花、贴窗花以及花样繁多的剪纸；品位了丰富的民间文化和热闹欢庆的场面，之后可以购买陕北红枣、米酒、农民画、特色绣花鞋、毛麻绣等旅游纪念品，遥望革命的灯塔——宝塔山，体会“几回回梦里回延安，双手搂定宝塔山”的情怀。



哈尔滨
冰雪盛宴合家欢，去哈尔滨冰雪大世界可以充分体验北国冰雪盛宴。

在哈尔滨您将领略到独特的俄罗斯风情；在冰雪大世界，您将欣赏到国内最大冰雪乐园巧夺天工的冰灯及雪雕艺术；东北特色农家餐、放鞭炮，可以亲身感受“东北一家亲”过大年的喜庆气氛。

安徽贵池

贵池的刘街、桃坡、茅坦都是普通的名字，但傩戏使那里的过年气氛一点都不普通了。每年农历正月初七到十五，请、送傩神的祭祀活动都是全民盛典。其中尤以刘街最为著名。要想早点看，初六到达最合适，因为初七凌晨三四点钟，就有请傩神的仪式上演。

一切很是神秘。请傩神的只能是男丁。这自然是来自农业社会的传统。一般于三天前，男人们就要执行沐浴、更衣、不同房的规矩。迎神时，敲锣打鼓，戴着面具。家家户户都会送上很多供品，宰杀的牲畜家禽堆积如山。有趣的是，鸡、鸭头尾的毛不得去除，意为有头有尾。如果你是女性，想看请神仪式要经过一番交涉。

到初七晚上，就可以看到傩戏、傩舞了。表演的还是男丁，但女性有权利当看客了。演出通宵达旦，不仅放鞭炮，还有礼花，更有土铳震天价响。

如果只想看正戏，迟到些也没关系，因为各个村子演出时间不同。

十三那天，刘街源溪村的三个自然村分别到村外的大枫树下迎神，然后在“神树”那里表演傩舞，有舞伞的，有舞古钱的。伞和古钱分别代表男性和女性，表达了当地人对性的崇拜。朝拜洞，也是这个意思。“神树”下，有时参与者达成千上万，有的举着旗子，有的戴着面具，鞭炮、锣鼓齐鸣，绝对是一场嘉年华。

当新年的钟声撞响时，那种气氛，足以让身在都市的人深深震撼。然后，悠然入梦，梦里不知身是客。

绍兴市安昌古镇

安昌是个懒散的地方，坐在河边喝茶，聊聊天，看乌篷船悠然而过，即便脑子一片空白，也不辜负那小桥流水的好辰光。

这是一个小商小贩的集散地，依然保留有鲁迅笔下的民风民俗，祥林嫂祝福的场景还是每个家庭不曾忽视的仪式，绍兴师爷亦多出于此地，可他们在回到老家建造家屋时是低调的，所以这个有着1763年历史的古镇，并没有太多建筑史上的踪影可寻，但那里的白墙黑瓦，矮矮的房子，临河的老街，原汁原味住着的老百姓，却使这个“越文化”古镇，流露出别样的味道。这是一个为日常生活而造的城，亲切，真

实，民俗气氛浓厚。年前去最好，因为热闹就在年前。安昌人过年非常虔诚，从腊月二十就开始杀鸡杀鸭了，当然，那里的人对“杀”是忌讳的，要说成“化”，如果小孩子不小心说出“杀”，免不了要挨骂。祝福，则是年末的隆重大典，准备的福礼——鸡、鸭、鱼、猪头、莲子等，都有彩头，做时也要讲究时辰，祝福的场景是有深意的，连桌子如何摆放都很考究。

不过，游客要想亲眼看到祝福的场面，怕是要靠运气了，你得赶上个好客的人家，因为祝福是很私人的，许愿时不一定想让外人听去，否则不灵验怎么办？

兰州

在兰州，不用抬头就能看到山；在兰州，不用低头也能看到河。在这座山河为城的城市里，山就像一个铁桶，而河就像是铁桶上的一个透气孔。正因为这种原因，这座位于祖国几何中心的城市，千百年来执着地守望着西部文化，进而具备了其独特的文化内涵。因为这个，在许多城市年俗悄然淡去、人们大呼过年无聊时，兰州的年俗仍然保持着浓浓的传统文化味儿。

天津

津民间有这样一句俗语：“二十九贴倒有，年三十儿坐一宿。”意思是在腊月二十九之前，家家户户都贴上剪纸、对联、年画，福祿寿禧都来了。到大年三十，一家人团团圆圆坐在一起吃年夜饭，便开始守夜了。过春节，贴春联、挂年画、贴剪纸，这是中国民间的传统习俗，年味儿就浓了。

剪纸是我国传统的民间艺术，至今已有一千五百年的历史。每逢新春佳节，人们喜气洋洋地将大红的剪纸贴在墙壁、门窗、房柱、镜子、梳妆台上……顿时觉得暖意融融、熠熠生辉，让人感觉到浓浓的喜庆气氛。





过年，八大感恩亲人的方式

记得07年春节，华为公司总裁任正非给所有员工安排了一项特殊的新年任务——春节，为父母洗脚，在华为上下广为传诵。

感恩，不需要惊天动地的动作，不需要轰轰烈烈，也许只是一句暖心窝的话语，一个很平常不过的动作，一份别出心裁的礼物，形式可以多种多样，关键是你做了没有，表达了没有。借此机会，本刊特别设立“春节感恩”栏目，献给所有含辛茹苦，为我们日夜操劳的父母亲人！

1、对于父母来就，再开心不过的就是一家人团团圆圆地吃餐饭，饭后聊聊天。/就是这么简单的要求，就是这么简单的希望，我们其实都很难满足他们。

现实让我们注定做了一名不太孝顺的孩子，所以我们有时间多打电话，多想想自己的父母，多关心一下。有时候放下手上的工作，放下自己的自私之心，站在父母的角度想想就会发现我们其实还是做得不够好。



所以最能感动父母的就回家看看她们，实在不行也就多打电话回去，告诉她们你很想她们，告诉她们你生活得很好，这也是让她们感动的做法。

——陶水凤

2、我比较含蓄，有的话面对说出口，可我想你们一定感受得到：我爱你们。新的一年女儿又长了一岁，我会努力工作、努力学习，也会照顾好自己，你们不要总为我担心啦！照顾好你们自己吧，注意身体；老妈老爸，赚钱就是要用来花的，应该好好享受。天气好的时候去想去的地方旅游吧。多运动，早上早点起来到公园跑跑步或者去爬爬山，天热的时候去游游泳，这些对身体都是有好处的哦。

——张红霞

3、父母从生下我们那天起就没有想过要我们回报什么，可是我们常年在外，亏欠他们的，是天天的陪伴。人老怕寂寞，过年回家，是最好的感恩方式。我认为我会用多些时间陪在他们身边，吃吃饭，洗洗碗，尽尽孝。

顺便说一下，买些实物，比红包更贴心。

——王欣 蒋新玉

4、传统思想的影响，我想大多同龄人都很含蓄，关心的话很难说出口。关心，真正漂泊在外的我们确实能给父母的很少。钱，并不能带给他们太多的快乐，只能洗脱一点我们的愧疚，也是我们最基本的表达方式。

宁可拥挤，宁可高点费用，也要过年回家，因为总觉得节日更容易让人想念。除夕的夜晚团聚能带给父母更多的快乐。因为我们还可以陪父母过几年？记得前一段一篇文章中也提到，子欲养而亲不待。在我们能陪父母的时候尽量多陪一下，尽一点微薄的关心而已。

父母渐渐地白发变多了，渐渐地和我们思想差距越发大了，渐渐地……其实我们的父母老了，听听他们的唠叨，也能给他们带来很大的快乐。一篇文章的大意如下：她回家，听她失明的祖母唠叨着邻居这个如何，那个怎么样。她的舅舅和她抱怨，说年纪这么大了，什么都管不了，还天天打听事。是啊，在他们的世界里，东西越来越少了，他们需要交流，他们需要倾听，需要理解，他们喜欢问，他们喜欢关心。儿女远离身边，他们太孤独了，他们更需要的只是问候和关心。

——柯芝 周晓蓉 杨继 洪卫红

5、拜坟头岁：“年少的时候，我十分喜欢跟着父亲或叔父，去给祖先上坟。因为上坟的时候，总要放一挂鞭炮，烧一沓纸钱，离别时，大人们还会大声说着清明再来给你除草的话。这些对于当时的我都是十分有趣的事情。现在，我依然十分敬重这个习俗，每年春节，我都要到祖先的坟头上，磕几个头，烧一沓纸，怀念一下已经逝去的祖先，感谢祖宗留给了我这幅血肉之躯。”对祖先的敬重，是一种孝的体现，在传统上，只有敬重祖先，才能维持家运昌盛，因此，祭祀祖先，给祖先上坟，是十分神圣的事情，也是对祖先敬重的直接体现，尤其是春节的时候，祭祀祖先，更是隆重，也更是神圣。因此，春节上坟，也是一种不错的感恩表达方式。

——曹晓刚 吴生华

6、父母打来的电话很温暖，母亲的嘱咐，仍旧重复很多次，只是我不再觉得繁琐，每次一个人的时候，甚至开始怀念亲人从前在耳边的絮叨，温暖得让人感动。

——周红玉

7、有时间和朋友聚聚，有空陪妈妈逛街看电视，吃爸爸蒸的包子和酥锅，一家人过年在一起吃顿饺子，就是拌嘴都是最好的方式。

平淡中见温暖。就像回到小时候，还是在父母跟前的小丫头，他们没老，我也还没长大。

——唐甜甜

8、要说感激的人真的很多，过年了中国人就讲究的是团圆。我也是离家千里之外，现在才体会到当初父母是多么不愿意我走这么远的。

父母年事已高，今年过年，要和老公一起回婆婆家过年了，南方和北方毕竟不同，想起母亲操劳的身影和为我们做的热气腾腾的白馒头，肉的、糖的包子，我就好想飞回去。最大的愿望就是希望父母身体健康，心情愉快，虽然女儿没有在身边，但是我还是很牵挂，很想念你们。

——潘丹



八大新春梦想

新年的阳光祝福你的梦想，也许是一份美好的工作，也许是来年一个好的心情，也许是可以自由地呼吸新鲜空气，也许是无所顾忌地牵着爱人的手漫步。。。。。

新年的阳光祝福你的梦想！

让我们都许一个新年梦想，无论是在他乡还是故乡，无论在北国的冰天雪地还是南国的绿叶枝头... ..

愿彩虹全体员工新年快乐！
家人和朋友在新的一年里身体健康！万事如意！
同时也希望自己在在新的一年里工作顺利、平平安安！
——刘军威

愿彩虹公司早日上市！
希望自己在在新的一年里岗位技能更上一层楼！
——周喻

愿彩虹越来越好！与彩虹共同成长，直到退休！
家人新年快乐！身体健康！子女学习进步！平平安安！
自己在在新的一年里做好本职工作，身体健康！
——朱小华

希望能早点看到奥运，最好是能弄张奥运门票，
到现场看就更好！
——廖仁铁

平平安安地回到家，勤勤劳劳地帮妈妈搞清洁，
开开心心地一家人吃一顿团年饭。
——胡云

希望彩虹惠东基地早日建成投产，
那里有我的一间办公室，面朝范和港，背靠高尔夫球会！
最大的愿望是公司给弄到一张往返机票。
——段尊

希望在新的一年里，
公司能更多地组织一些多彩的文体活动来丰富业余生活！
钱不在多，快乐就好！
——孙晓波

春节到了不能回家，也不能陪爸妈过年，希望爸妈身体健康！
自己会努力工作，多赚点钱来孝敬父母。
新春到来之际，向爸妈说一声：“辛苦了”！
——张雪琴



早就得知在深圳春节回家的车票难买，而离家又远的我已经两年没回家过年了，想家的感觉此刻不言而喻，每晚的梦中都是故乡熟悉的身影，听着电话那端父母同样思念的声音我告诉自己今年无论如何也要回家。一头是归心似箭的游子，另一头是焦急等待的父母。已经是腊月二十二了，而回家的车票却还是没有着落。焦急地看着背满行囊，满载幸福返乡的人流，总有一种说不出的滋味在心中流淌。

自从告诉家里要回家之后，每天母亲的电话都会如期而至，问什么时候可以回去，每次都让我无言以对，只好故作安慰：妈，现在公司还没放假，我正在努力定票，这两天应该会买到。但担心和焦虑还是难免的，万一真的买不到车票，回家的希望又将化为泡影，想想父母到时将是怎样的失望。但除了焦急之外，只有一边等待一边努力想办法买票。

腊月二十七了，终于托朋友弄到了一张回家的火车

票，拿到车票的刹那我仿佛已经听见遥远的黄土高原上欢快的歌声，高兴之余我赶紧处理手头上还没完成的工作、收拾行李、购买一些回家的物品，忙得不亦乐乎，恨不得快点飞回那个要我魂牵梦绕的地方。忙碌之中竟然也忘了给家里打电话告知一声。当一切准备完毕，我忽然想起应该把钱从工资卡中取出放到老家办的那张银行卡上，因为老家的镇上只有邮政局，没有自动取款机。当我匆匆跑到邮政局打款的时候忽然发现我的卡上多出了3000块钱。回来的路上，我一直在纳闷，我的卡上怎么会多出钱来，难道是别人把钱存错了，前几天还看到报纸上刊登把钱存错了的报道，不过想想这种事应该不会发生在我身上吧！可是再想也不会有亲戚朋友给我寄钱啊……我思冥想，百思不得其解。忽然我想到一个人：母亲！不，这个时候母亲哪来这么多钱呢？再说我又不缺钱花……

来不及多想，现在已是三点多了，离火车出发只有两个小时，我不禁加快了脚步，赶紧回去拿行李赶往车站。此时，手机铃声响起，果然不出我所料：是家中打来的，电话那头母亲着急的问：妮，车票买到没有？我今天向外回来的邻居打听了，他们说过年火车票很难买，但飞机票还可以买到，所以我让你爸到镇上给你汇了3000块钱，你赶紧去买飞机票吧，全家人都盼你回来……母亲的话还在继续，而我早已听不到母亲所说的内容，双眼在顷刻间被泪水淹没，为了不让母亲听到我强打起精神说：妈，票已经买到了，我正在去车站的路上呢，明后天就可以到家了，那头母亲的喘气声这才平静了很多。

想想，母亲平时从来都是不舍得吃不舍得穿，每天早晨5点多就冒着严寒和酷暑去劳作，平时寄回家给他们的钱也从不会花，因为常年的辛苦劳作母亲的胃一直不好，多次让她去县城检查检查身体，她总是说我没啥病，再说来回一趟的车费就够一年的油盐开销了。而此刻为了我，她却一下子拿出辛苦多年的积蓄，只为见我一面、过一个团圆年。哦！我伟大的母亲！！

我由不得多想，提上行囊，向车站飞奔而去，那一刻我仿佛看到了面带笑容在村头徘徊的熟悉身影。



春节，回家过年

■文 / 彩虹员工

离春节还有些日子，父亲就来电话询问春节是否回家。当我说还不能确定时，父亲略微停顿了一下，然后尽量用平静的语调对我说：“如果能走得开的话，今年春节就回家吧，你妈很想你们能回家过年。”

一时间，千般滋味万般感慨涌上心头，心里倍感酸楚。屈指一算，已三年没回家过年了。去年春节，本来说好春节回家，全家团团圆圆地过个年。于是，在那些日子里，被我从家接过来往的母亲天天都要扳着手指头算离春节还有几天。对于母亲来说，春节是重要的，春节时全家人团聚在一起更是重要的。因为春节一家人团聚在一起，是母亲心头的一个情结，用母亲的话说，“家人终于凑齐了！”

然而令母亲失望的是，就在要准备回家的前几天，妻子被单位安排在春节期间值班，于是我俩回家过年的期望便成了泡影。

面对这样的情况，我几乎不知道该如何对母亲说。当我终于告诉母亲不能回家过年时，母亲的脸色黯淡了下来，心里的失望和难过可想而知。其实我知道，母亲在深圳早呆不住了，虽然每天就是买菜做饭看电视，日子看上去似乎很悠闲，但这里毕竟没有他熟悉的人和事。对母亲来说，或许在家做点农活，比在深圳闲着要轻松、舒坦。而母亲之所以能在深圳熬上一个多月，是为了等我和妻子一起回家过年。

送母亲到车站时，她竭力地表现出很轻松的样子，但失望还是或多或少的写在脸上。当我在车

上安置好母亲转身下车时，我看到母亲的眼角闪现出一丝难以觉察的泪光。那一刻，我的心宛如刀绞般痛，赶紧下车逃也似的离开了车站。

曾经有那么几年，我对春节失去了知觉。记得有一年春节，几个哥们东家进西家出地乱窜，这边酒席没完那边又开始了，到头来累得够呛。最后哥们说：“过年真没意思。”小时候那种数着手指头盼望能过年的心情，差点成为美好童年的回忆。

也曾对圣诞节颇为向往，然而离开生我养我的故土之后，开始觉得圣诞节是虚无缥缈的，只是别人的一个节日而已，还是我们中华民族传统的新春佳节才值得我们魂牵梦萦，也才是我们自己的根。说到底，春节情结是中华民族文化心理的潜意识，是家族群体血缘的认同感，是农耕文明历史的沉淀，也是任何外来文化都无法替代的。除夕夜全家人围坐在一起其乐融融地吃团圆饭辞旧迎新，放鞭炮、耍龙舞狮、拜年发压岁钱、看戏逛庙会、亲朋好友互相走访……这种场景是何等地温馨，又是何等地让人留恋！

挂断电话，母亲那渴望我们回家过年的眼神又浮现在我的眼前，而我对春节的期盼也在亲情的召唤下越来越浓。我心里对自己说，回家吧，今年春节！回家看看日渐老去的父亲母亲，回家拜拜多年没见面的亲朋好友，回家尝尝母亲做的饭菜，回家感受儿时的那份温馨，回家与长辈唠唠家常……



创意无限生活

虹彩丽家 七步曲

打造“一站式”购物



——并引领你到绿色家居购物终点



终点站



虹彩丽家中具有物理除醛特性的装潢除毒消味剂画出“3天让您放心搬新家”的神话。

空气绿色净化

虹彩丽家提供隔音、隔热的门窗填缝剂给您创造一个静谧的世外桃源。

门窗隔音封闭

虹彩丽家推出了氟碳、耐酸雨、全天候油性与水性外墙漆来保护与装饰你家的外表。

外墙耐候保护

虹彩丽家为满足个性化装饰需求将提供种类繁多、颜色丰富的自动喷漆产品以及防腐产品。

金属个性装饰

虹彩丽家提供抗菌性固蜡与水蜡产品使地板保持光洁如新，并抑制家庭细菌的滋生。

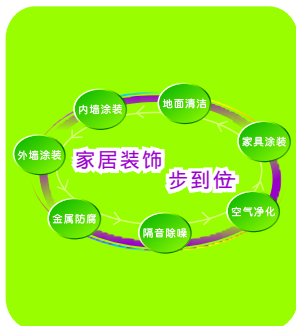
地面保洁护理

虹彩丽家设计了行业内唯一的主动除醛、抗菌、杀虫功能性涂料，并有100多种颜色来满足消费者绿色、多彩的家庭环境。

内墙多彩涂装

健康家具处理

虹彩丽家中的绿色家居、胶粘剂、木器漆、家私蜡产品使你的家具持久如新、健康环保。



品牌释义

“虹”：代表彩虹，与彩虹公司的企业名称相映成辉，同时“虹”与“宏”谐音，寓彩虹博邇宏大的目标。

“彩”：代表色彩纷呈、五彩缤纷，体现墙面漆之色彩基调，以“彩”其视觉效果寓墙面漆色彩的特性。

“丽”：“丽”突破“彩”的视觉冲击效果，给人以深层次感官体验，体现墙面漆的“丽”色多姿之美。

“家”：体现彩虹专卖店之诉求与本源，给人以家之感受，以“家”大众化语素，体彩虹服翹之根本。

由“虹”及“彩”及“丽”，最后及“家”，层层递进，由直观表现到深层次感官体验，最后归结为心的感受，寓示彩虹公司创意无限精彩生活，colorful of life 彩虹以美丽人类健康生活为已任。



新年新景新彩虹 新事新物新技术

■文 / 杨明

有一种生活方式，健康、简约而又布满诗情。
有一种生活态度，认真、洒脱而又不落尘俗。

默默耕耘中，我们迎来了2008奥运年，全体国人向世界宣称“2008-我们准备好了”！全部彩虹人，也正在用自己的方式庆祝这世纪盛会。以“人与环境的和谐高于一切”为指导思想，全体彩虹人明白了自己的使命；以“为客户创造价值”的服务承诺为行动准则，所有彩虹人明白了自己的责任。

秉承“人与环境的和谐高于一切”，我们在产品环保性能上严格把关，07年十环认证复审工作获得一次性通过；为响应国家发改委提出的减少包装能源损耗，公司第一时间将喷漆包装进行了更换；为使产品环保性能与国际顺利接轨，08年公司所有喷漆将全部按照欧盟“REHS标准进行生产。

与此同时，在“为客户创造价值”的服务承诺下，我们在产品种类上推陈出新，新品系列于同行早已一骑绝尘，技术创新不断推出新品为市场注入新鲜血液，减轻了产品代理商的竞争压力，实现了企业与代理商共赢的可喜局面。看着客户们满意的笑容，我们深感欣慰，听到客户衷心的感谢，我们倍感温暖。此时、此刻，我们用最新的产品，献给我们的客户，献给一直以来默默关心彩虹的那些人，相信我们能从新年的喜庆中，看到新的希望，找到新的起点。

新品一、7CF家缘净味全效墙面漆

带你进入环保生活新净界

喜欢一家人促膝而坐，沏一壶清茶，揽着抱枕欣赏电视节目，享受天伦，此



时、此刻，绝不希望空气里有半点刺鼻的油漆味。“7CF家缘净味全效墙面漆”采用国际领先的CSM高分子净味技术研制而成，该产品不仅具有普通墙面漆的十大功能，更具超低气味之显著环保特点，使得产品“净味更彻底，清味更纯正”，如水般清新无味，彻底解决装修带来的残余气味，营造健康家居环境，从此进入快乐纯正新境界。“7CF家缘净味全效墙面漆”性能独特，施工简便，按传统墙面漆的施工方法施工，即可得到意想不到的装修效果。

新品二、7CF蓝桥清味木器漆
“气味清新，让你自由呼吸”

恬淡居家，不必再为产

品是否环保而忧虑，

不必再为产品质量是

否过关而苦恼。作为

“中国驰名商标”的

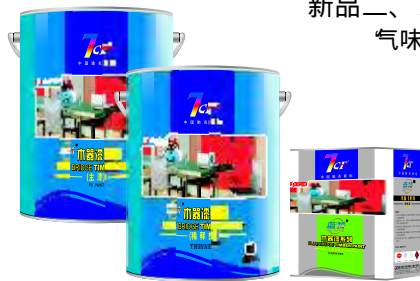
“7CF蓝桥清味木器

漆”，特别采用道康宁

硅酮高分子助剂，纳米级SD2添加剂，配合国际先进的双组份聚氨酯木器漆技术，严格按照GB18581-2001国家标准配制，从而真正实现产品VOC含量趋零，7CF清味木器漆可有效避免装修污染，营造健康家居环境，改善空气质量，让你无拘无束，犹如在森林中漫步，任你自由呼吸，突破传统木器漆生产技术，掀起了木器漆技术领域的又一次革命。

新品三、7CF空气美化系列
“清新空气、如沐森林”

良好的生活质量是成就生活艺术品味必不可少的因子。当所处的城市潮湿多于干爽，当雨季多于晴天，温馨而色彩斑斓的家居或车内将会飘出不和谐的气味，它会给你灿





烂的心情蒙上面纱。刹那间，你会非常渴望一个温馨的可自由呼吸的空间，也许此时，“7CF空气清新剂”会悄然来到你的身边，7CF空气清新剂采用国际最新植物精华香料和新一代杀菌、除臭配

方，能够迅速有效地清除空气中难闻的气味，其特有的除臭杀菌功能，能够净化污浊的空气，产生令人心旷神怡的沁鼻芳香，是人类新一代的健康卫士。7CF空气清新剂系列适用于家庭、办公室、娱乐场所及汽车、火车、轮船等车箱或仓库，其用途广泛，市场发展空间巨大，相信在08年能够引导新的消费潮流，给经销商与企业带来丰厚的回报。

新品四、7CF经典香水系列
“传承经典、引领风尚”

在高墙耸立的写字楼里与同伴共同战斗，在闪烁星光



下与朋友泡吧谈心，无论是金樽望月，还是花前月下，最开心的莫过于彼此间沁发出熟悉的香味。“7CF经典香水”系列，为深圳市十大技术中心之一彩虹技术研发中心锐意创新的又一杰作，产品包装简约，风格突显，品质传承经典香味，品种引领流行风尚，既可用于你个人选

择，也可用于爱车的呵护，在你体会极速快感时，还能品味到车内飘逸的悠香。也许不经意间，你已经忘记了一切烦恼，感觉进入到了静谧的自然境界，蓦然回首间，2007已经悄然离去，喜气洋洋的2008携同7CF经典香水将伴随你度过健康快乐的奥运年。

技术力量是社会发展的第一生产力，强大的企业背后，必然有一个创新的技术团队，只有开发出更多的新品，才能在竞争激烈的市场一枝独秀，才能为合作伙伴创造更多的价值。



网摘 政策

News

新华社评出 2007 年国内十大新闻





一、十届全国人大五次会议表决通过物权法

十届全国人大五次会议3月16日表决通过《中华人民共和国物权法》。这部法律坚持社会主义基本经济制度，平等保护国家、集体和私人的物权，强化对国有财产的保护，进一步完善了中国特色社会主义物权制度。

二、太湖蓝藻暴发敲响生态警钟

太湖无锡流域大面积蓝藻5月底暴发，近百万市民家中的自来水无法饮用。这一事件成为促使我国东部地区转变发展方式、建设生态文明的标志性事件。

三、《中国应对气候变化国家方案》颁布

《中国应对气候变化国家方案》6月4日正式颁布，全面阐述了2010年前我国应对气候变化的对策。这是我国第一部应对气候变化的政策性文件，也是发展中国家在这一领域的第一部国家方案。

四、农村最低生活保障制度开始在全国普遍建立

国务院7月11日发出在全国建立农村最低生活保障制度的通知，以切实解决农村贫困人口的生活困难。中央财政全年安排农村低保补助资金30亿元。目前，全国31个省市区建立农村最低生活保障制度，2000多万农村贫困人口纳入保障范围。

五、人民解放军建军80周年庆祝活动在京举行

中共中央、国务院、中央军委8月1日举行庆祝中国人民解放军建军80周年暨全军英雄模范代表大会，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席胡锦涛在会上发表重要讲话。1927年8月1日举行的南昌起义，打响了党独立领导武装斗争、创建人民军队的第一枪。

六、第十七次全国人民代表大会召开

第十七次全国人民代表大会10月15日至21日在北京召开。这是在我国改革发展关键阶段召开的一次十分重要的大会。

七、我国首次探月工程取得圆满成功

我国第一颗探月卫星“嫦娥一号”10月24日在西昌发射中心成功升空。11月26日，“嫦娥一号”从距离地球38万公

里的环月轨道传回第一张月面图片，标志着我国首次探月工程取得圆满成功。12月12日，中共中央、国务院和中央军委举行探月工程庆祝大会。探月工程是我国继人造地球卫星、载人航天之后，航天活动的第三个里程碑。我国因此跨入世界为数不多的具有深空探测能力的国家行列。

八、我国改革实行近十年的“黄金周”休假制度

在面向全民公开征求意见后，国务院12月14日发布关于修改《全国年节及纪念日放假办法》的决定。从2008年起，全体公民放假的节日从之前的10天增加到11天，五一劳动节从放假3天减为1天，增设清明、端午、中秋三个假期。《职工带薪年休假条例》同时出台。

九、粮食总产量再超1万亿斤为稳定市场提供基本保证

中国经济增长连续5年超过10%，同时今年物价出现结构性上涨。中央经济工作会议提出防止经济增长由偏快转向过热、防止物价由结构性上涨转变为明显的通货膨胀的宏观调控任务。今年我国粮食总产量再次超过1万亿斤，为稳定市场提供基本保证。

十、全国人大常委会通过关于香港特区2012年行政长官和立法会产生办法及有关普选问题的决定

十届全国人大常委会第三十一次会议12月29日通过了《全国人民代表大会常务委员会关于香港特别行政区2012年行政长官和立法会产生办法及有关普选问题的决定》。会议认为，2012年香港特别行政区第四任行政长官的具体产生办法和第五届立法会的具体产生办法可以作出适当修改；2017年香港特别行政区第五任行政长官的选举可以实行由普选产生的办法；在行政长官由普选产生以后，香港特别行政区立法会的选举可以实行全部议员由普选产生的办法。



网摘 政策

Policy

司机采取“撞伤不如撞死”可能判死刑

来源：东方早报

十届全国人大常委会第31次会议29日对道路交通安全法第76条作出修改，明确了机动车与非机动车驾驶人、行人之间发生交通事故时，机动车一方如何承担赔偿责任的问题，规定机动车一方没有过错的，承担不超过10%的赔偿责任。有人认为道路交通安全法规定机动车一方无责全赔，其实第76条并不是规定机动车不论是否有责任都要全部承担赔偿责任。全国人大常委会法制工作委员会副主任王胜明说，这次修改进一步明确了机动车一方没有过错的，承担不超过10%的赔偿责任，并不是无责全赔。王胜明说。

昨天上午，在全国人大常委会办公厅举行的新闻发布会上，针对目前社会上“撞伤不如撞死”的潜规则现象，全国人大常委会法制工作委员会副主任王胜明作出回应：“撞伤已经很不幸了，千万不要撞死。撞死有可能属于刑法上的重大交通事故，可能判三年以下徒刑，如果故意，可能判死刑。”

现场处罚醉酒驾驶行为 最高可罚2000元

陕西省实施《道路交通安全法》办法中对酒后驾车的处罚力度更大。饮酒后驾驶机动车的，暂扣1个月以上3个月以下机动车驾驶证，并处300元罚款；醉酒后驾驶机动车

的，由公安机关交通管理部门约束至酒醒，处15日以下拘留和暂扣3个月以上6个月以下机动车驾驶证，并处1500元罚款。饮酒后驾驶营运机动车的，暂扣3个月机动车驾驶证，并处500元罚款；醉酒后驾驶营运机动车的，由公安机关交通管理部门约束至酒醒，处15日以下拘留和暂扣6个月机动车驾驶证，并处2000元罚款。

《新能源汽车生产准入管理规则》实施 新能源车亮相环保展会

11月1日，《新能源汽车生产准入管理规则》开始正式实施。《规则》是国家发展和改革委员会于10月23日发布的，分为总则、新能源汽车分类及管理方式、新能源汽车生产资格、生产企业及产品管理和附则五个部分，分别对新能源汽车的定义、分类、企业资质、生产准入条件以及申报要求等内容作了具体的规定。

这是我国首次对新能源汽车生产准入作出明确的规定，充分显示出目前新能源汽车的发展已经得到了国家的高度重视。《规则》的出台得到了自主品牌企业、中外合资企业的良好评价。在《新能源汽车生产准入管理规则》即将正式实施之际，新能源车亮相各地环保展会，展现节能环保新趋势。





网摘 资讯

Policy

六城市强制启动建筑外墙保温试点

来源：第一财经日报

我国建筑外墙保温工作将于下半年启动。建设部已选定北京、天津、大连、青岛、上海和深圳等六城市进行强制试点。建设部科技司为此牵头成立了聚氨酯建筑节能应用推广工作组，推广以高效聚氨酯硬质泡沫板材（又称PU硬泡）为代表的建筑节能技术和产品。

相关数据显示，截至去年，我国已有房屋面积达到400亿平方米，其中约95%没有任何节能措施。按照“十一五”规划，我国建筑节能的目标为：全国各类新建建筑要实现节能50%，重点城市达到65%的目标；25%的现有建筑进行建筑节能改造；节能建筑总面积累计要超过21.6亿平方米，其中新建建筑16亿平方米，既有建筑改造5.6亿平方米。

内地企业首入世界零售250强 沃尔玛依然居首位

世界250强的零售企业排名中，百联集团、国美电器、苏宁电器、大商集团4家中国内地企业首度进入榜单，沃尔玛依然稳居首位。

这是全球服务咨询企业德勤全球与零售杂志《STORES》联合发布《2008全球零售力量》零售调查特刊显示的结果，该报告依据于全球各零售企业公开的2006年度有效销售数据。百联集团以75.4亿美元排名第101位，苏宁电器以31.2亿美元排名第

216位，国美电器以31.5亿美元位于218位，大商集团以30.3亿美元排名第224位。中国排名最高的零售企业是香港屈臣氏，其以127.4亿美元排到54位。但从规模上看，中国零售企业依然显得非常弱小，内地4家零售企业2006年总的销售额为168.1亿美元，不及沃尔玛销售额的5%，110个苏宁电器才相当于1个沃尔玛。

淘宝称07年销售433亿 超越家乐福与沃尔玛

来源：超市周刊

淘宝网于2008年1月22日发布数据称，2007年交易总额突破433.1亿人民币，这一数字已超越家乐福和沃尔玛销售额之和，成为中国第二大综合卖场。

据此次披露的数据显示，淘宝网2007年达到5300万人，日独立用户数突破900万，人均消费达到817元，与2006年的人均消费563元相比，增幅达45.1%。

淘宝方面人士宣称，从2003年成立到2007年底销售额突破400亿元人民币，淘宝网仅仅用了4年多的时间；而全球第一连锁零售企业沃尔玛，花费了29年时间才实现400亿美元销售额。在中国零售业市场，淘宝网2005年超越沃尔玛，2006年超越家乐福，2007年甚至超越沃尔玛与家乐福之和。2006-2007年度，淘宝网季度增速是世界最大的个人交易网站eBay的6倍以上，有些季度甚至是后者的20倍。在淘宝网的强劲带动下，

中国网络购物市场整体速度向上攀升。

国内水性木器漆企业仍在观望中

来源：亚太涂料报

水性木器漆作为木器漆行业的新兴产品，以环保健康掀起了行业的绿色风潮。2007年，我国水性木器漆经历了培育——趋热——变冷的过程。由于木器漆无限广阔的市场前景，我国部分木器漆厂家踊跃入市，成为我国第一批“吃螃蟹”的人，在媒体的炒作、厂家的宣传之下，木器漆替代油漆的呼声高涨，上半年，业内人士对木器漆市场的预测普遍乐观。但由于市场推广阻力较大，部分企业在前期收益不良的情况下后继乏力，我国水性木器漆行业又陷入了僵持阶段。

家装公司涨价化解成本压力 消费者不买账

来源：慧聪网

1月1日起，北京城12家主流品牌家装公司开始加收8%的装修管理费，同时以往“不要发票就可不交”的税金也开始无条件收取，装修报价也将会在春节前后有所提高。对此，调查结果显示，过半接受调查的消费者认为涨价不合理，同时，京城部分媒体也开始质疑，认为装饰公司涨价是炒作噱头。面对质疑，家装公司齐喊冤枉。多位家装公司老总表示，利润日薄的装饰公司正面临着成本增加过大的压力，涨价实属无奈之举。



革；另一种是引进外部市场化人才，以便切实提升业绩，增强竞争力，包括改进企业文化，常见的办法是引进“海龟”或“土狼”的职业经理人作为空降部队。

我们研究第二种情形。

众所周知，这些企业的管理基础都很薄弱，企业基本上没有建立起理性权威和组织规则，外部引进的职业经理人，一般人是很难生存下去的，只要能在这个环境里生存下来1-2年，甚至获得发展的人，往往是野性极强，狼性很重的，能力和个性都是很强的选手，就是常说的“土狼”。

一方面是原来的老同志可能会制造麻烦、穿小鞋以其抵制外来管理者，更加关键的是这些企业管理体系和管理基础基本上是空白的，一般是不太讲究规则，经理人才能运作好，这里不是按套路出牌的，而短期内也无法改变，由此产生了空降部队和元老们的职业行为、职业方式上存在的沟通困难和天然文化冲突。创业团队和职业经理人的磨合是一次痛苦而漫长的旅行，这点，凡是有过加盟初级民企的空降部队经历的人，恐怕都会深有感触。

自从“土狼”加盟后，“狮子”、“绵羊”和“土狼”三者的磨合过程开始了，这三者的共生博弈，也是构造未来企业新型生态环境的过程，一场“狮、羊、狼”的斗法大戏隆重上演。

第一阶段：友好和谐的序曲

新来乍到，“狮子”为了表示他引进“土狼”的意思，公开地多次提出指示，希望大家合作愉快，要求大家如何积极地配合“土狼”开展工作。“绵羊”们无论有什么想法，在场上他们一定非常客气，对于行政支持和保障系统，基本上都会做得比较“漂亮”。“土狼”也是不敢高调狂妄，尽量说些谦虚谨慎、向大家学习之类的套话。

这是三者的寒暄阶段，如蜻蜓点水一般，意思明显，边走边看。

第二阶段：“土狼”孤胆冲业绩

这个阶段，“土狼”孤立无援，别无选择，一般只有指望拼命做出业绩，才能开好局。空降部队一般分三种：全面管理者、市场型管理者、职能型/复合型管理者，而可以归为“土狼”且更加常见的是前两种。

全面管理者多为行业经验和管理经验比较丰富的经理人，担任公司总经理或者某个事业部/子公司总经理，其个体业绩其实主要是整体业绩，由于关联因素很多，要想在短期内迅速做出业绩难度不小，所以有人选择从人际关系入手，先建立友好和谐的人际氛围，然后才切实开展工作，慢慢熟悉业务和人员，等待系统的逐步整合，慢慢做出业绩，最后获得认可。但是，这样时间比较长，很可能“狮子”和“绵羊”都受不了，所以更多的优秀“土狼”就通过寻找关键点来寻求突破，先抓短期能见效果的环节进行定点爆破，为关键工作任务的顺利完成，在某些关键利益上甚至冒险与元老们冲突也在所不惜。

对于市场型的管理者，在短期内下工夫抓关键，业绩是相对容易显现的。这类“土狼”更加具有典型意义。只要他们低调做人，高调行事，针对企业管理薄弱，没有条条框框约束的核心特点，充分发挥狼性，强行突围，迅速整合调动各种资源，施展自由发挥的才能，这种人往往能够做出明显业绩。

其实，这个环境下，要完成短期内的业绩任务，难度非常大。首先，他要熟悉业务，加快与上下游客户资源的衔接配合；其次，要尽快融入文化，和原有的管理团队友好融合，打成一片，无论职能支持部门（核心是财务和人力），还是生产部门，和他们关系和谐默契都是非常重要的，否



则，孤军作战，要完成业绩是非常困难的。所以，这时的“土狼”必须需要有综合能力的优异表现，才能够完成出色的业绩。

最后“土狼”通过努力做出了出色业绩，获得了良好的影响力和地位，“狮子”老板很快觉得比较满意。当然，如果“土狼”没有做出“狮子”预想的业绩来，空降部队就得很快“下课”，故事就结束。

第三阶段：“土狼”势压群羊

由于“土狼”的顽强拼搏和艰苦奋斗，做出了业绩，老板感觉非常满意，开始更加重视“土狼”，相比较而言，“绵羊”的整体影响力都开始呈现下降的趋势，老板要求“绵羊”改善自我，提升能力，甚至打击“绵羊”，要求他们向“土狼”学习。

其实，“绵羊”心里非常不服，意见很大，但是对老板的教导也不敢怠慢，老老实实努力工作，加强学习，不敢造次。

这样，“狮子”和“土狼”的关系进入蜜月期，“土狼”的形势很好，某些“绵羊”元老觉得备受冷落，但是他们坚信这是暂时的，无论如何要寻找机会扭转形势，他们会说，“老板被蒙得晕了头，我们不能听之任之啊。”

第四阶段：狼羊竞赛

“土狼”很清楚，前一阶段，大家不好明目张胆对抗，也摸不清风向，不熟悉“土狼”的秉性特点，不便出手。现在，老板还在捧自己，要知道，捧得越高，摔下来就会越惨啊。而且，“绵羊”的心理忍受极限很快就到了，这个阶段“土狼”要实现顺利工作的风险和难度比以前更大了。因而自我感觉工作压力还是在增大，各方面的努力丝毫不敢放松。

“绵羊”们也不赖，首先，抓紧时间提升能力，认真工作，提高表现，尤其是有些表面文章一定要做好；其次，加紧制造核心团队的进入障碍，在文化上异化“土狼”，在人事上瓦解并孤立“土狼”；最后是利用创业元老们的盘根错节的关系网，给“土狼”制造麻烦，私下稍微踢踢脚。

总体上，呈现出“狼羊竞赛”的格局，其时，“狮子”很高兴啊，犹如乾隆皇帝驾御纪晓岚与和珅一样，两种力量永远相斗，这种比赛用来实现公司整体能力提升和关系平衡，被他们发挥得淋漓尽致。当然，本文并不探讨其利弊得失。

第五阶段：决赛阶段

三者的磨合经过一段时间后，形势就可能开始出现分化了，常见的结局一般有三种。

结局一：由于“土狼”过于嚣张，各方关系没有处理妥当，被老同志利用种种伎俩和手段“搞死”，被迫辞职或边缘化。

常见的手法是寻找借口和文化异化，寻找借口，就是欲加之罪，何患无词。元老们想方设法使暗器，赶走“土狼”。文化异化，就是使得大家一致认为“土狼”对公司文化（实质是老板文化）不认同，危害极大。致命的关键是，

通过他们的努力，“狮子”老板最后也这么认为。这是最有效的办法，因为“狮子”老板这些年创业的最大成就感往往就是来自于公司有这样的文化，其实关键是有“狮子”个人风格的、独特的企业家文化等等，这是所有人尤其是高层必须绝对忠诚接受的，“狮子”绝对不容许“土狼”在这点上有什么个人想法，如果真是有点瑕疵，必须让“土狼”离开。最后，焦点变成了“狮子”与“土狼”的文化冲突导致“土狼”离开，这是故事的戏剧性所在。

结局二：如果“土狼”业绩继续攀升，各方面人员关系逐渐稳定，文化认同度提高，逐渐地融入公司新型文化，“狮子”对于自己的改造也非常坚决，就是真正自我革命、自我超越，痛下决心，解决好新人老人的关系，完成公司和个人的整体上的文化改造，努力实现个人化公司向组织化公司转变，建立组织理性权威，强化建立组织规则。这些公司的确是追求卓越，勇于开拓创新，宽容开放的，也是长寿企业的普遍基因，他们是中国最迫切需要的成功典范。遗憾的是，这种情形发生的几率很低。

结局三：“土狼”业绩和能力都表现非凡，但是，文化上确实不认同“狮子”，而“绵羊”学习意愿和实际进步取得了飞快的进步。

最后，“绵羊”利用在心理上和政治上的一点优势，稍微顺水推舟，迫使老板下定决心要赶走“土狼”，或者使得“狮子”和“土狼”之间的不信任感增强，酝酿并激化各种矛盾。

刚开始，三方关系非常微妙，僵持不下，“狮子”老板非常为难，对“土狼”又爱又恨，对“绵羊”感觉总是有点恨铁不成钢，但是后来，无可奈何时还是觉得老同志关系稳定、可靠，跟自己家里人一样，最后，“狮子”痛下决心赶走“土狼”，结束了这场“狮狼共舞”的短暂大戏。

从此以后，这个没有“土狼”的企业，“狮子”和“绵羊”之间的一切关系，又回到从前的状态，中间尽管发生了许多改变，但是整体上公司文化和市场竞争力没有得到根本改进。而且，很快发现，公司由于天天忙于内部政治问题，没有或者不能及时跟上市场的快速变化，外部形势更加难以琢磨，错失了良好的发展机遇。

如果空降部队不是“土狼”，而是“海龟”，“狮龟共舞”的大戏还会更加精彩，票房收入也许更高。

结语：相似的故事还在不断上演，企业管理政治在唱主角，在商不言商，这是怪圈。在世界经济一体化、企业竞争全球化的今天，我们如何降低政治文化对企业文化的不良影响，走出政治文化的怪圈，强调战略和业绩，建立高绩效的企业文化，这才是笔者的最终愿望。诚然，我们知道，文化融合永远是职业经理人和创业团队永恒的话题，不顾企业文化谈团队管理是脱离实际的，但是，那种完全不顾公司战略强调管理团队和谐共处和文化融合，更是虚无主义的飘渺幻想。



龟兔赛跑

从前，有一只乌龟和一只兔子在互相争辩谁跑得快。他们决定来一场比赛分高下，选定了路线，就此起跑。

兔子带头冲出，奔驰了一阵子，眼看它已遥遥领先乌龟，心想，它可以在树下坐一会儿，放松一下，然后再继续比赛。

兔子很快地在树下就睡着了，而一路上笨手笨脚走来的乌龟则超越过它，不一会儿完成比赛，成为货真价实的冠军。等兔子一觉醒来，才发觉它输了。

这个故事给我们的启示是：缓慢且持续的人会赢得比赛。这是从小伴随我们长大的龟兔赛跑故事的版本。

但故事并没有结束。

兔子当然因输了比赛而倍感失望，为此他做了些缺失预防工作（根本原因解析）。它很清楚，失败是因它太有信心，大意，以及散漫。如果它不要自认一切都是理所当然的，乌龟是不可能打败它的。因此，它单挑乌龟再来另一场比赛，而乌龟也同意。这次，兔子全力以赴，从头到尾，一口气跑完，领先乌龟好几公里。

这故事的有什么启示？动作快且前后一致的人将可胜过缓慢且持续的人。

这故事还没完没了。

这下轮到乌龟要好好检讨，它很清楚，照目前的比赛方法，它不可能击败兔子。它想了一会儿，然后单挑兔子再来另一场比赛，但是在另一条稍许不同的路线上。兔子同意，然后两者同时出发。为了确保自己立下的承诺——从头到尾要一直快速前进，兔子飞驰而出，极速奔跑，直到碰到一条宽阔的河流。而比赛的终点就在几公里外的河对面。兔子呆坐在那里，一时不知怎么办。这时候，乌龟却一路蹒跚而来，撩入河里，游到对岸，继续爬行，完成比赛。

这故事的有什么启示？首先，辨识出你的核心竞争力，

然后改变游戏场所以适应（发挥）你的核心竞争力。

故事还没结束。

这下子，兔子和乌龟成了惺惺相惜的好朋友。它们一起检讨，两个都很清楚，在上一次比赛中，它们可以表现得更好。所以，它们决定再赛一场，但这次是团队合作。它们一起出发，这次可是兔子扛着乌龟，直到河边。在那里，乌龟接手，背着兔子过河。到了河对岸，兔子再次扛着乌龟，两个一起抵达终点。比起前次，它们都感受到一种更大的成就感。

这故事的有什么启示？

个人表现优异与拥有坚强的核心竞争力固然不错，但除非你能在一个团队内（与别人）同心协力，并掌控彼此间的核心竞争力，否则你的表现将永远在标准之下，因为总有一些状况下，你是技不如人，而别人却干得蛮好的。团队合作主要就是有关情境（权变）领导这档事，让具备处理某一情境能力（核心竞争力）的人当家做主。

我们了解，在遭遇失败后，兔子和乌龟都没有就此放弃。兔子决定更拼，并且投入更多的努力。在尽了全力之后，乌龟则选择改变策略。在人的一生中，当失败临头时，有时我们需更加努力。有时则需改变策略，尝试不同的抉择。有时候，两者都要一起来。兔子和乌龟也学到了最关键的一课。当我们不再与竞争对手较力，而开始逐鹿某一情境时，我们会表现得更好。

结论：龟兔赛跑的故事启发我们良多。最重要的是：动作快且前后一致的人总是胜过缓慢且持续的人；依着自己的优势（长）来作；结合所有的资源且团队合作的人，总是打败单打独斗者；面对失败时，绝不轻言放弃；最后，与某一情境竞争，而不是限定某对手。



彩虹诗组

为彩虹公司二零零八年更上一层楼而作

■ 文生部 陈刚

(一)
 七色为彩，
 七色为虹，
 七色彩虹更添一色辉煌化作八和风，
 贺新岁，
 两千零八年！

(二)
 百五亩绿地，
 苍木翠榕，
 白兰紫荆；
 十三年历程，
 春雨秋风，
 夏霁冬霜。
 东攘高山，
 西接清湖，
 南驰涛海，
 北走蜿蜒，
 映衬着蓝天白云，
 成就彩虹丽兆家！

(三)
 光启旭日现霞彩，
 泽蒸层云化雨虹！

(四)
 彩凤舞九州披光撒泽耀寰宇，
 虹龙腾四海呼风唤雨润人间！

(五)
 一彩为霞，
 一彩是花；
 一彩轻盈，
 一彩升华；
 一彩飘逸，
 一彩婀娜，
 一彩蓬勃而发，
 练就七色长虹贯天下！





謹賀新年



何金华简介：

人生格言：世间无难事 要肯攀登

何金华：一九八零年生，安徽人。02年入职彩虹，现从事生产调度一职。平日喜书法绘画，对琴棋较为精通，吹拉弹唱略懂一二；工作之余，笔耕不辍，年少便练得一

和
暢
志
風

生華書

青山橫北郭，白水繞東城。
此地為別處，道途多里仁。
浮生苦海，遊子音落日，故人情揮。
手自裁去，筆削：班馬鳴。

生華白送友人 胡文海書



好书推荐

书籍是人类进步的阶梯，也是指引我们走向成功的有力武器。一直以来，我们每每遇到一本好书都想尽可能的告诉身边的客户、同事及朋友。本期我们特别推荐以下几本书籍，以飨读者。



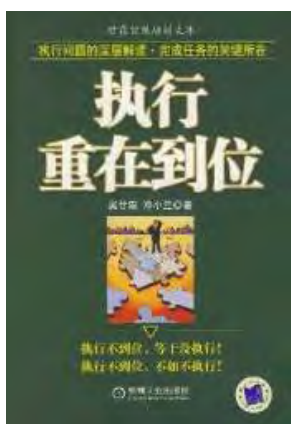
《长尾理论》

作者：(美)安德森 中信出版社

内容简介：长尾理论认为，市场上的“80/20”法则——80%的营业额来自于20%的产品，其实是一个没有充分挖掘利基市场（Niche Market）的产物。

在信息技术日益发展的今天，我们可以通过降低小规模、个性化产品生产的成本，甚至通过消费者对于生产的参与，来降低产品的成本；可以利用数字化手段，将数量庞大的产品以极低的成本集合和存储起来；可以利用网站的搜寻功能和其他信息技术，使消费者能够方便地在海量的选择中发现和了解到自己偏好的产品——由此，过去那些非主流的、需求量小的商品销量的总和，也能够和主流的、需求量大的商品销量相匹敌；此时，整个市场中所有产品按照销售额多少进行排列，所描绘的曲线就如同拖了一条长长的“尾巴”。

“长尾理论”向产品供应商灌输了这样一个理念，即在消费需求日益多样化的今天，应当重视这个需求，并在低成本生产、渠道行销和有效传播方面实现这个需求。在市场细分日趋明显条件下，这个理论对众多企业来说无疑是一个有价值的思路。



《执行重在到位》

作者：吴甘霖 邓兰 机械工业出版社

内容简介：执行能力的根本提升是完成任务的关键所在。执行不到位，等于没执行！执行不到位，不如不执行！每一名管理人员都会对下属有要求，无论这些要求是否明确、合理，都会遭遇它们各自的结果；每一个企业都会有战略目标，无论是否明确、合理或者宏大，每一个目标也都会有最终的结果。许多老板、管理人员与企业必须共同面对的现实是：结果往往与目标之间有很大的差距，或者“没有完成任务”、“没有达成目标”，问题在哪里呢？本书将着重为您解答“执行如何到位”问题。

《节约的都是利润》

作者：文道 石油工业出版社

内容简介：在市场以及职业竞争日益激烈的今天，节约不仅是道德理念和价值观，更是一种核心竞争力。能够节约的企业，会在市场中游刃有余；能够为企业节约的员工，会在职场中脱颖而出。本书从八个方面阐述了在微利时代节约的重要性，并且针对企业中一些长期存在的浪费现象，给出了正确的纠正方法，从观念上改变了企业多年来对于节约的错误看法。同时，本书针对员工节约问题，提出了员工节约的行为准则，帮助员工克服奢侈浪费的不良习惯，让每一名员工都能将公司当作自己的家，都有“花公司的钱，就像花自己的钱”的节约意识。



《德川家康》

作者：本 国工人出版社

内容简介：德川家康出生在贫穷落后的三河地区，家康松平广忠中是小城冈崎的城主，领地内豪族林立，四面也是强敌环伺。操不暇的广忠，只好将幼年的竹千代送作人质，以换取今川氏的保护，家康由此过着寄人篱下的悲苦生活，直抵成年。

幸运的是，家康手下有着战国时期最为质朴勇敢的三河武士。家康在率领三河武士追随织田信长四处征战的过程中，锻炼了自己的力量，赢得了自己的生存空间。为了维持这来之不易的局面，家康甚至忍痛处死了自己的爱子。

在信长死后，家康以世家子弟的身份，拜在出身寒微的秀吉脚下，隐忍的本色以及洞察局势的能力，可谓时无二，而等到时机降临，又果断出击，将强大的敌人彻底瓦解。



《专业主义》

作者：大前研一 中信出版社

内容简介：你凭什么胜出？未来能够牵动世界大势的，是个人之间的竞争。能否独霸世界舞台，锻造他人无法超越的核心竞争力？你唯一的依恃，就是专业。你够专业吗？专业不是职业，职业人士更不同于专家。细微的差别，却是成败的要害。真正的专家必须具备四种能力：先见能力、构思能力、讨论的能力、适应矛盾的能力。在本书中，享有“全球治理大师”、“日本战略之父”之誉的大前研一剖析了21世纪的专业精神所在，以及一流的企业人才必须具备的能力与素质，以丰富的案例和深刻的洞见警示人们重新思考专业的内涵与效用，培养并吸纳专业人才。对于企业而言，本书匡正了世人对专业的误解，治理者可按图索骥，寻找真正的一流人才。对于个人来说，本书着眼于专业人才的培养与修炼，为职业人士指明了一条修身之道。

专业，21世纪你唯一的生存之道。





文化·娱乐 07年重点电视剧推荐

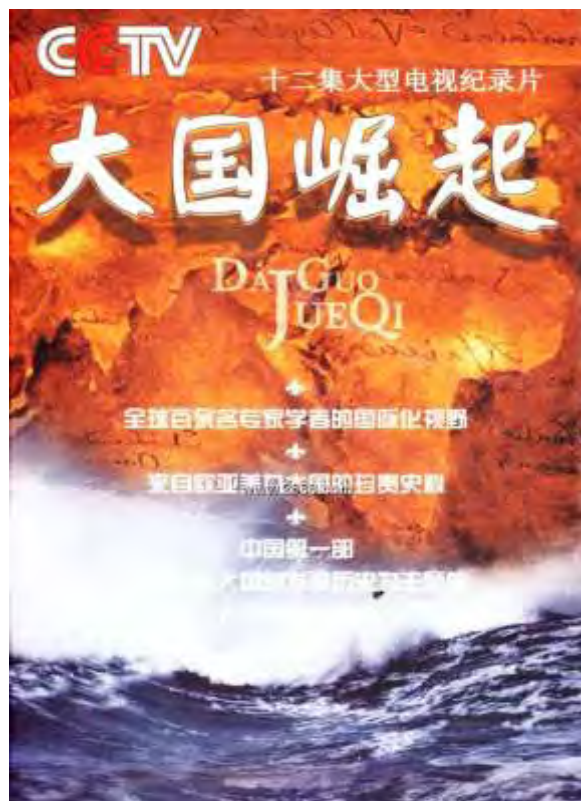
Policy



NO:01 亮剑

推荐理由：《亮剑》不是新剧，只因它刻画的“李云龙”这个人物形象极其成功，成为时代荧屏经典。李云龙这种知难而进，狭路相逢敢于亮剑的勇往直前精神深深打动了观众，激发了广大人民的斗志，在和平年代的今天一样成为鼓舞人民赢得胜利的动力。

俗话说，商场如战场，在巩固和抢夺市场的硝烟中，彩虹同样需要更多“李云龙”式的人物。面对市场艰险，只有敢于果断亮剑，才能赢得更多的生存空间。



NO:02 大国崛起

推荐理由：《大国崛起》是我国罕见的以世界历史为题材，综合世界各个代表时期的典型国家的历史、经济、政治、文化等内容，来剖析各国崛起的脉络，梳理世界发展史亮点的大型文献纪录片。该片通篇都在讲述一个道理：战略决定命运。一个民族的崛起需要战略，一个企业的崛起同样需要战略。尤其在经济全球化的今天，企业管理者环视全球，放眼世界的胸怀和视野，决定了企业发展的思路，而思路的开阔和延伸，往往决定了企业的命运。



NO:03 奋斗

推荐理由：《奋斗》是一部青春励志剧。剧情表现了当代人面对的生活、爱情、事业等问题的态度，剧本的主题是积极向上，坚持自我，顽强不屈的。作为年轻人，我们应该为自己的梦想而不懈奋斗，但《奋斗》让我们看到了梦想与现实社会之间存在的那道鸿沟，让我们知道了纯粹地追求我们眼中的完美是不可能实现的，这就是现实。很多人在社会上撞得头破血流之后，接受了现实，放弃了最初的梦想，甘于平庸。可这不是作者愿意看到的结果，所以他先让我们看清现实，让我们自己认清梦想与现实的差别，然后寻找出一个可能的平衡点，去实现我们的梦想，我们的价值。



NO:04 闯关东

推荐理由：《闯关东》讲述的是从清末到九一八事变爆发前，一户山东人家为生活所迫而离乡背井 闯关东 的故事，以主人公朱开山的复杂、坎坷一生为线索，其中穿插了朱开山的三个性格迥异、命运不同的儿子在关东路上遇到的种种磨难和考验。

闯关东 这种民族行为是中华民族特定历史背景下被迫进行的民族大迁移，关东路上的闯荡需要经历一次次的波折磨难，土匪、官兵、土豪、乡霸、流氓、流民、善人、妓女、瘾君子、矿工等等各色人物将陆续登场，给山东大汉制造各种各样的困难，在苦难之下，朱家父子、兄弟、夫妻之间演绎的一个感人肺腑的悲欢离合故事。



文化·娱乐 07年重点电影推荐

Policy



NO:01 集结号

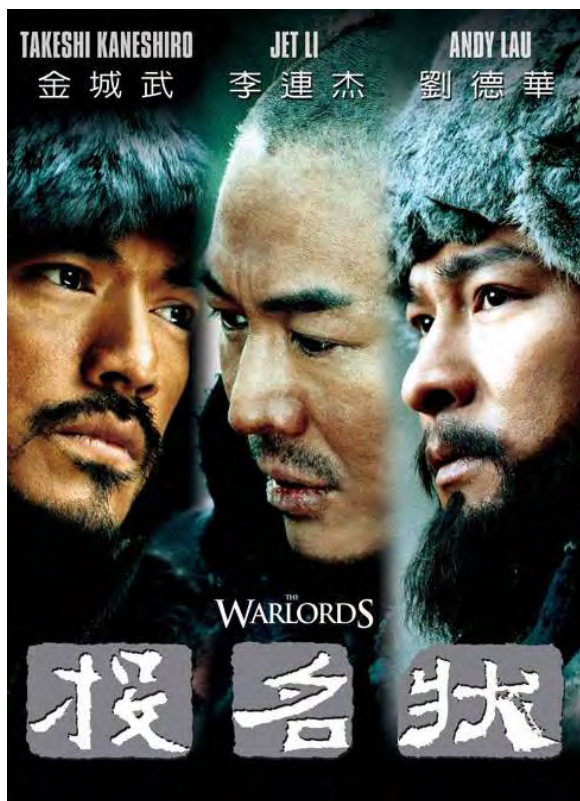
推荐理由：这是一部从个人角度描写战争的电影，通过战争反省历史与刻画人性。影片对戏剧性故事的成熟把握，对战争过程和场面的展示，其对人物状态和心理的刻画，细节的细腻和视听表达的丰富，可以说都达到了中国战争影片前所未有的高度。即便最后一场追认那些曾经无名的牺牲烈士的“准团圆”场面，虽然因为煽情而主流，但仍然表现得层次分明、不落俗套，许多人甚至是被这一场面“感动”得含着眼泪走出影院的。

这部影片不仅赢得常规青年电影观众的认可，而且很大程度上被大批中老年观众所接受，这正是“主流电影”的大众覆盖特征的充分呈现。



NO:02 南京

推荐理由：七月三日《南京》在北京首映，以下为《北京日报》于次日所发文章：日本兵踏着南京人的尸体前进，刺刀随意在人的身体里进进出出，街头不堪凌辱的少女，幸存者哭得难以连贯的回忆……今天由美国人拍摄的纪录片《南京》在京首映，70年前南京大屠杀的惨痛一幕以艺术的方式，真实呈现在观众眼前。《南京》是第一部以外国人视角回顾南京大屠杀的纪录片，被称为中国版的《辛德勒名单》，在美国圣丹斯电影节上放映时曾引起轰动，它让更多的外国人，了解南京大屠杀。



NO:03 投名状

导演：陈可辛

主演：李连杰 刘德 金城 徐静

推荐理由：影片不仅反映了当时的政治格局和历史境遇，更把战争、历史和人性集中在强烈的戏剧冲突之中，把它们逼到极致；《投名状》给我们提供了一个基于历史真实和人性真实的审视过去的方式。也正是因为穿透了历史和人性，银幕上的饱满悲怆才能如此深刻地感染我们。



NO:04 爱情呼叫转移

导演：张建亚

演员：范冰冰、伊能静、刘仪伟

推荐理由：这是一部拿“七年之痒”说事的喜剧片，可见果然是“幸福的婚姻都一样，不幸的婚姻各有各的不同”。

这是会让男人睡着也笑着醒来的好梦，离婚的徐朗盲打误撞地遇见一自称天使的神秘人，并得到一个能满足主人愿望的手机。从拿到手机的那一刻起，那些以往只能在街上擦肩而过或只在梦中出现的理想女人纷纷闯进徐朗的生活，她们性格各异，性感、干练、冷艳，一应俱全。但是这些女人真的能让徐朗获得幸福吗？徐朗被这些梦中情人弄得昏头转向，笑料百出，也许有些事有些人只在梦中出现就足矣。

行业 前景

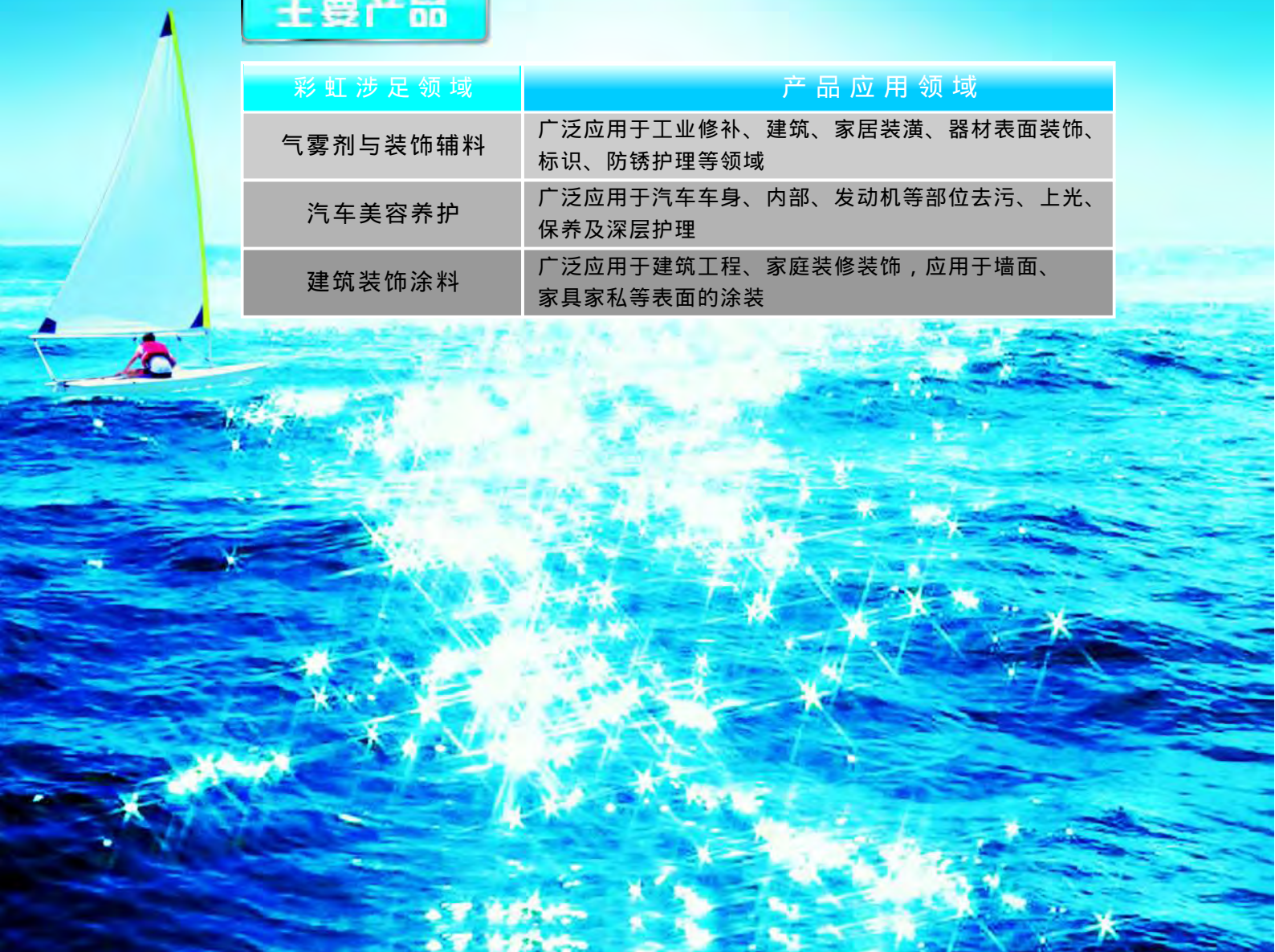
INDUSTRY PERSPECTIVE

主营业务

2008年，彩虹进入创业的第13个年头。历经多年对国内外市场的耕耘，围绕与国计民生息息相关的“住”（配套住房装修行业）与“行”（配套汽车美容养护行业）两大广阔市场领域，目前，彩虹主营业务涉足建材项目与汽车用品项目两大销售与服务领域，构建了“立足精细化工领域多元化发展”的复合发展格局。

主要产品

彩虹涉足领域	产品应用领域
气雾剂与装饰辅料	广泛应用于工业修补、建筑、家居装潢、器材表面装饰、标识、防锈护理等领域
汽车美容养护	广泛应用于汽车车身、内部、发动机等部位去污、上光、保养及深层护理
建筑装饰涂料	广泛应用于建筑工程、家庭装修装饰，应用于墙面、家具家私等表面的涂装



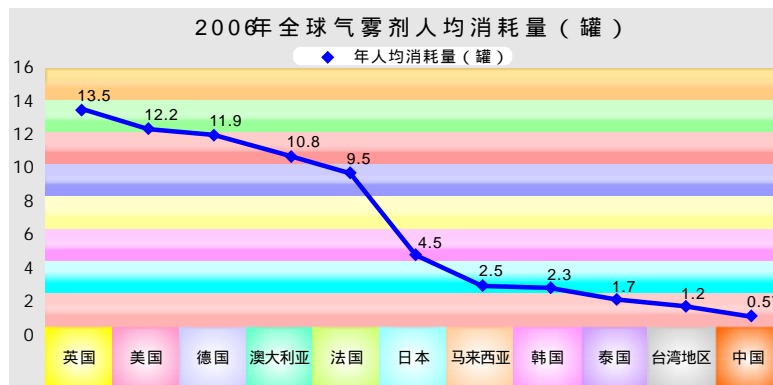


气雾剂与装饰辅料业前景

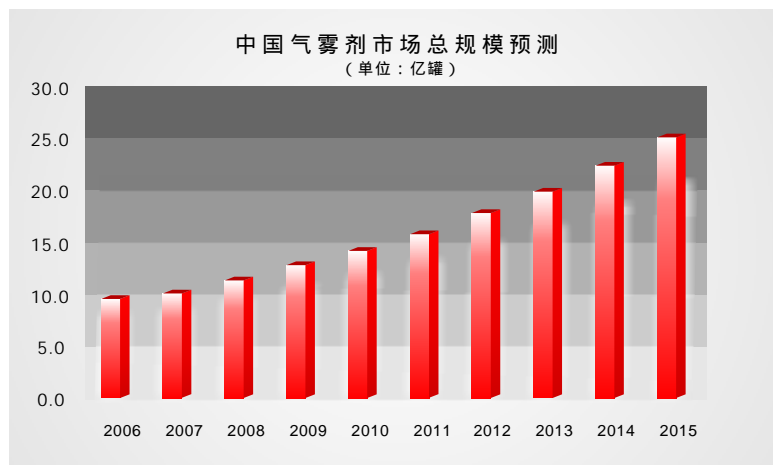
本公司气雾剂与装饰辅料业务的发展以专注气雾剂（漆）细分市场的发展为主，并在精细化工领域延伸、交叉拓展。中国的气雾剂产量从80年代中期的大约3,000万罐（瓶）增加到2006年的约8亿罐，20年间增长了26倍多，增长速度非常快，但人均消费量低，市场前景巨大。

彩虹产品类别	产品主要功能及用途
装饰气雾漆系列：	广泛用于装饰、装潢、五金、塑胶、木器、金属、玻璃等材料的表面修补、装饰、标识等。
功能气雾漆系列：	适用于金属表面的任何器材、部件，具有强效防腐、防锈功能。
胶粘剂系列	适用于板材粘接、密封，广泛应用于建筑材料缝隙密封、粘结、管道固定、补洞等用途。
工业养护辅料系列：	广泛用于器材、物件表面及深层的防腐防锈、润滑以及装修和施工过程的配套使用。
金属防腐防锈系列：	适用于金属表面的任何器材、部件，具有强效防腐、防锈、除锈、润滑功能。
家具 / 家私护理系列：	广泛用于木质家具、办公用品、家用电器、皮革座椅、仪表盘、塑料、大理石板的表面清洁上光、除尘去污、抗菌等。
空气净化系列：	适用于一般家庭、办公场所等室内的空气净化，除异味、降解污染气体、清新空气。

2006年全球气雾剂人均消耗量



中国气雾剂市场总规模预测图



数据来源：中国行业研究网《2007年度气雾剂市场研究分析报告》

近年来，我国的气雾剂行业发展迅速，气雾剂年产量已达8亿多罐，居世界第四位。但另一方面，我国气雾剂总产量仅占世界总产量的6%，人均占有量约为0.6罐，为美国人均占有量的1/25，远低于世界平均水平2罐，存在着巨大的发展空间。

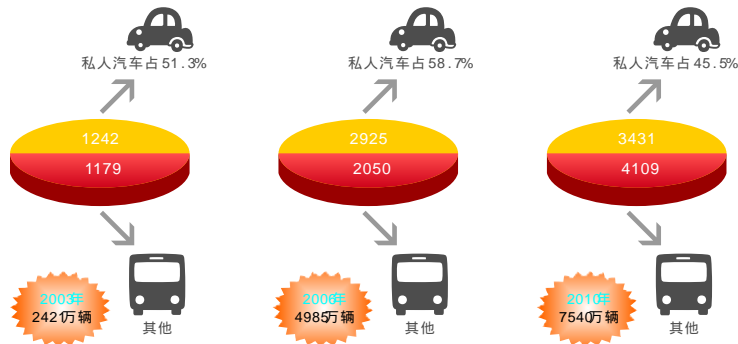


汽车美容养护业前景

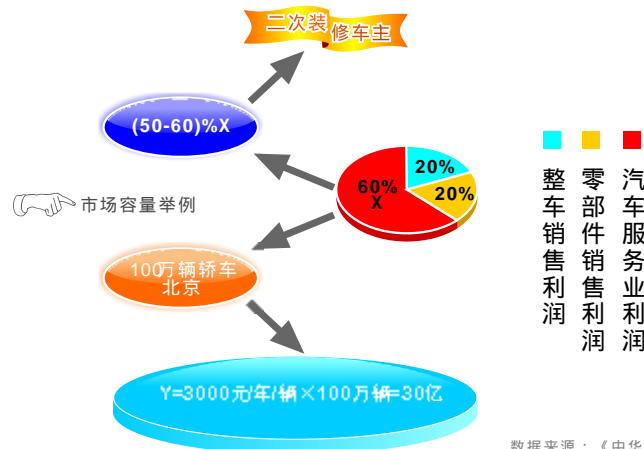
根据国务院发展研究中心预测：2007年中国轿车保有量将突破2100万辆，国内汽车保有量2010年将达5669万辆。未来中国政府将拓宽汽车产业发展，力争超越日本成为继美国之后的世界第二大汽车市场。随着中国经济的持续高速发展和人们消费观念的改变，到2025年，中国将成为世界上最大的汽车市场。2008年中国汽车美容养护市场约150亿规模，2010年可达200亿规模，汽车养护美容的商机前景广阔、投资前途无限。

彩虹产品类别	产品主要功能及用途
漆面养护系列	汽车车身漆面的去污、上光、保护、深层护理。
内饰养护系列	汽车车厢内饰部位的去污、上光、保护、清洁。
空气美化系列	净化污浊空气，改善汽车内部空气环境。
玻璃美化系列	汽车玻璃、镜面、车灯部位的去污、清洁、上光、保护。
发动机养护系列	汽车发动机、水箱、刹车系统的清洁、润滑、修复和保护。
底盘轮胎养护系列	汽车底盘防锈、隔音、保护及汽车轮胎清洁、抗老化。
季节性养护系列	汽车夏季雪种制冷和冬季防冻液养护。

2003-2010年国内汽车保有量猛增（单位：万辆）



国内汽车美容护理业前景广阔



根据欧美及日本等发达国家统计，现在欧美完全成熟的汽车行业市场中，汽车的销售利润在汽车工业的利润构成中仅占20%，零部件供应的利润占20%，而50~60%的利润是从汽车养护美容业中产生。据统计，我国一部中低档的家用轿车，每年用于车辆清洁、保养和维护的费用在3000元以上，中高档车的各项护理费用还将远远超过这一数字。



建材装饰涂料业前景

本公司生产的建筑装饰涂料主要服务于住宅装饰装修行业的市场发展。中国住宅装饰装修行业市场巨大，2000年家居装饰业产值已经超过公共装饰业，到2006年家居装饰业产值超过6500亿元，年均增长率达25.47%。据计算，全国人均收入每增长1元，将拉动1.48亿元建筑装饰需求；房屋竣工价值每增加1亿元，将拉动0.92亿元建筑装饰需求。未来的十五年间中国需要新建住宅204.71亿平方米，预计到2010年，家居装饰业将实现年总产值21000亿元，年均增长率达到21%，与之相对应的家居相关产品产值更为庞大，预计将接近32000亿元。

彩虹产品类别	产品主要功能及用途
建筑涂料系列	广泛适用于建筑工程、家庭装修的墙面涂装，达到装饰、美化及保护作用
木器涂料系列	广泛应用于家具家私表面的涂装，达到装饰、美化及保护作用

住房装修数量需求 ↓

据测算，到2010年，如果按100平方米每套计算，仅新增住宅需求就将达到8000万套；到2020年将达到2亿多套。

住房装修消费产值 ↓

中国室内装饰工程的市场需求量每年超过2000亿元，所带动的装饰材料和用品消费需求极其庞大。

装饰涂料市场前景 ↓

我国装饰涂料市场将以每年10%的速度增长，并很快赶上欧美的市场规模。



进入21世纪以来，人们的消费重点已经从吃、穿、用方面，转为住和行等领域，住房同旅游、购车、教育、网络一道，成为当前乃至今后一个时期的第5大消费热点，同购房相伴随，房屋装修成为了消费热点的组成部分。



RAINBOW 彩虹通讯
CHRONICLE

未来彩虹



纵横产业 规模投资



锻造品牌 全球发展



未来彩虹

建设中的惠东化工基地



国际合作 领先科技



战略导向 精细管理



服务客户



腾飞彩虹

RAINBOW FLYING

1、纵横产业 规模投资

未来彩虹，产业发展将突破区域性、局限性，局部投资转向全面投资，更具主动性、长远性和战略性。既投资于上中下游最终产品，亦投资于中间产品；既投资于生产性项目，亦投资于销售、物流等配套项目，纵横产业，规模投资。

未来几年，“精细化工灌装惠东基地、气雾剂上中游产品制造珠海基地、水性材料生产中心深圳基地”三大基地辐射全球，共同打造亚洲最大的气雾剂包装及灌装区。

2、锻造品牌 全球发展

继“7CF”商标荣膺“中国驰名商标”、“7CF”产品荣膺广东省名牌产品、“可立美”商标荣膺广东省著名商标后，彩虹将一如继往地执行集团的品牌全球化战略，未来几年内彩虹将重点将旗下主要商标打造成“中国驰名商标”、“全球著名商标”，主要产品升级为“国家免检产品”、“世界名牌产品”。

3、国际合作 领先科技

被誉为“深圳市十大技术中心”的彩虹技术研发中心除与“清华大学”、“北京大学”等国内著名高校深入合作外，未来将跃出国门，

尝试与美国MIT大学、英国的UMIST大学、日本NIT大学等拥有一流的化学与工艺技术的国际著名高校形成技术战略联盟，并运用知识产权保护手段强化技术垄断优势。

4、战略导向 精细管理

建立一套严格、可控、双向监督的管理制度，以业绩数字为导向，量化团队成员的工作职责及权利，遵循奖励、尊重、认同的原则，设计完善的升迁制度、薪酬体系、考核体系及有效的激励制度，注重营销组织的良性自主化发展，致力于职业化的营销团队，全力打造服务型的营销组织，最终实现由销售型向经营型公司化组织转型的战略目标。

5、服务客户 系统集成

永远替客户着想的换位思维，是彩虹不变的服务原则；赢得客户的长期依赖与满意，是彩虹一如继往的服务宗旨。客户反映的问题一定是存在的，也一定值得我们重视。未来彩虹将斥巨资引进CRM客户管理系统，实现客户订货、销售、库存网络化，建立协同运作的销售、市场活动、客户服务管理平台，规范销售、市场活动以及客户服务的流程，实现销售、市场活动自动化管理。



彩虹公司祝您鼠年愉快

萬事如意 鴻圖大展 年年如意 歲歲有餘 天天好運

BEAT WTSHEs FOR THE NEW YEAR
wishing you a happy & prosperous
new year

 **RVC** 深圳市彩虹精细化工股份有限公司
彩虹集团 SHENZHEN RAINBOW FINE CHEMICAL INDUSTRY CO., LTD.

地址：深圳市宝安区石岩上屋彩虹工业城
Add: Rainbow Industrial Park, ShangWu Village, ShiYan Town, Bao'An District, ShenZhen City.

总机：0755-332368888 客服热线：0755-33255333 传真：0755-33236901 33236902 33236903
邮编：518108 网址：<http://www.7cf.com>