宏宇陶瓷 HONGYU CERAMICS

《宏宇荣耀》

宏宇陶瓷®
HONGYU CERAMICS

HONGYU GLORY
宏宇荣耀

CERAMIC / REAL ESTATE / CULTURE /
ANCIENT NANFENG KILN

陶瓷 / 地产 / 文创 / 南风古灶 /

《宏宇荣耀》杂志 2018/06
HONGYU MAGAZINE

深化品牌升级
赋能运营变革
高效高策 赢战2018
宏宇荣耀 共赢大未来

广东宏宇陶瓷有限公司 | 主办

2018年6月第三期

DIRECTORY 目录

04
荣耀梦

生产系统

营销系统

后勤系统

22
荣耀速度

杭州、榆林、郑州、南昌、武汉、唐山、济宁、廊坊、河津、隆尧、呼和浩特、镇江、溧阳、射阳、库尔勒、青岛、聚信、达州、巫山、高碑、常熟、东营、招远、

52
荣耀中国

事件聚焦

深化品牌升级，赋能运营变革

高效高策，赢战 2018
2018 年第一届宏宇经销商区域峰会全国召开

宏宇荣耀 共赢大未来
2018 宏宇陶瓷第二届经销商区域峰会全国召开

强强联合 “宏”动中国
宏宇陶瓷携手东箭集团开启终端营销模式升级之路

终端动态

宏宇荣耀，质享 315
2018 宏宇陶瓷全国联动第一季赢取开门红

宏宇荣耀，51 欢乐装修季
2018 宏宇陶瓷五一家装活动全国火热举行

宏宇爱家日，有家更有爱
2018 宏宇陶瓷 520 爱家日活动全国上演

培训活动

宏宇荣耀 设享中国
2018 全国巡回培训盛大举行

宏宇新势力，荣耀新动力动力
2018 年新员工系列培训拉开帷幕

全面赋能，荣耀共勉
宏宇商学院 5 月提升培训会成功举行
宏宇企业文化及产品培训会议圆满举行

78
荣耀快报

全力以赴奏响 2018 宏宇荣耀
2018 年宏宇陶瓷精英开年拓展训练举行

荣耀加冕
宏宇实力问鼎“六连冠”

荣耀至极
宏宇再度狂揽三项“奥斯卡”大奖

实力铸荣耀
宏宇陶瓷获“碧桂园优秀供应商”称号

见证品牌的力量
宏宇连续 15 年蝉联“广东省名牌产品”

《宏宇荣耀》杂志
主办：广东宏宇陶瓷有限公司
承办：宏宇陶瓷市场管理中心
2018 年 06 月

编辑指导委员会
主任：张永春
副主任：陈清桓 罗一辉 卢建文 陈天培 陈永成

编辑部
总编：陈永成
执行主编：戴钰明
编辑：罗丽明 何雁桃 晏小芬 郭莹玲
美术设计：霍润强

服务电话：0086-757-82266333
宏宇陶瓷官网：www.hy100.com.cn

PREFACE

为荣耀继续奋斗

梁桐灿（宏宇集团董事长、创始人）

人类因梦想而伟大，因筑梦而成功！

传承南风古灶 500 年工匠精神，5000 年中国陶瓷文化，宏宇创立至今 20 年来，始终秉持“大宇宙、大胸怀、大发展”的理念，奋发图强。

立足中国，走向世界，把宏宇打造成中国陶瓷品牌，让中国陶瓷再次赢得世界尊重——这是宏宇的世界梦。20 年来，立足中国这一目标宏宇已经实现，走向世界的“世界梦”我们正在践行。

我们于 2016 年 12 月 22 日，在佛山陶瓷文化发源地南风古灶向世界同行宣布，宏宇要为中国陶瓷代言，宏宇要让中国陶瓷更加荣耀！

为此，2017 年是宏宇发展的“荣耀元年”，我们全方位启动“荣耀”战略。在“荣耀”战略的指引下，在每一位宏宇人以主人翁姿态的精诚合作下，宏宇在“产品、形象、品牌、渠道”四箭齐发。

展望未来，不论对中国还是世界，对企业还是行业，都是一个至关重要的转型和调整时期。对于宏宇来说，更是进入新的发展阶段的关键时期，同时也将是宏宇历史上重大机遇最为集中的时期，更是各种优势、潜力最能得到有效释放的时期。

宏宇陶瓷内刊《宏宇荣耀》创刊，自此，宏宇人有了展现精神面貌的新舞台。20 年是宏宇新的起点，是宏宇发展的关键年，大家要增强大局观，同心同德，宏宇在加速变革，经销商也要紧跟改变，要跟上宏宇的思想与节奏，积极进取，勇于作为。我们的目标只有一个：那就是把宏宇打造成为行业具竞争力、受公众尊敬、受消费者欢迎的企业！唯有以梦为马，付诸行动，才能实现大跨越。

在新的历史时期，我衷心希望各位合作伙伴一如既往地支持和帮助宏宇，同时希望广大员工、经销商抓住宏宇发展的大好机遇，加倍努力，砥砺前行，按照既定战略目标，实现宏宇的“荣耀”！

伟大的思想只有付诸行动才能成为壮举。一起为荣耀继续奋斗！

荣耀梦
GLORIFIED DREAM

GLORIFIED DREAM
荣耀梦

PRODUCTION SYSTEM
生产系统

MARKETING SYSTEM
营销系统

LOGISTICS SYSTEM
后勤系统

DESIGN ADVOCACY STYLE

仿古砖未来发展趋势
文化赋予品味， 设计倡领风格

专访 | 宏宇企业清远生产基地
抛釉砖和仿古砖开发主任
刘海光

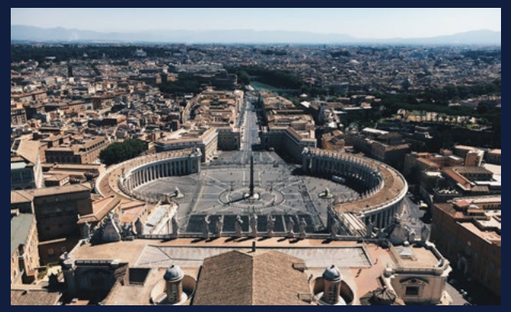
刘海光，2005 年加入宏宇，现任仿古砖产品开发主任，主要负责仿古砖和全抛釉产品开发工作。2017 年下半年，宏宇推出一连三波新品，其中大部分产品是大理石瓷砖。这个举动在宏宇的发展史上绝无前例，刷新了消费者的认知，惊动了行业，同时为经销商注入了一剂强心剂，终端似乎等待这个时刻已经很久了。

宏宇大理石瓷砖：高水平、高品质、高科技含量

据统计，以大理石瓷砖为代表的釉面砖销量占了宏宇总品类接近 60%，显然大理石瓷砖的红利期仍在持续。而一向以品质著称的宏宇，其推出的大理石瓷砖不负众望，仍然保持高水平、高品质、高科技含量。

刘海光总结宏宇大理石瓷砖与同品类的优势，他说宏宇大理石瓷砖采用 12 道高清喷墨技术，1：1 还原天然珍稀名品大理石，纹理细腻清晰，质感透润，层次立体。吸水率低，砖面滑而不亮不易粘微尘，维护、保养方便简单，使用寿命长。产品花色丰富、图案清晰、花色鲜明、花纹规律性强，工艺多样化更适应市场的发展需求。而仿古砖规格种类多样，表面纹理多样更适合不同空间的铺设。

2018 年，宏宇陶瓷更是历史性地推出了大规格的瓷砖产品，成为“无大板不大牌”的有力证明。宏宇大板 900*1800mm 的规格对于压机、窑炉、喷墨机、釉线等设备都有特殊需求，“传统的陶瓷生产线都无法生产大板产品。生产过程对砖面平整度的控制难度较高，而砖面平整度则直接影响抛光效果；另深色版面表面施釉均匀难度较大。”刘海光剖析了大板在生产中的技术难度。



仿古砖未来趋势：文化赋予品味，设计倡领风格

在现代简约装修风格的流行趋势带动下，全抛釉和仿古砖产品在市面上炙手可热。谈到未来仿古砖产品的发展方向，刘海光预测在颜色上将延续黑白灰色调为主，规格组合化、大型化、瓷质化，个性化，文化赋予品味，设计倡领风格。其中，设计扮演的角色越来越重要，未来的仿古砖市场将会更多的借助于设计的力量在产品开发与应用方面为美化居室环境提供更多个性和谐的完美空间。

接下来，在仿古砖产品方面宏宇也将开发风格更多样化的产品，不一样的设计结合不同的工艺以及模具效果，起到一石多面效果。在抛釉砖方面颜色仍以灰色调为主，纹理设计主要开发一些更现代，更贴近石材的。

做研发最重要的就是细节

作为一名技术研发管理人员，刘海光主张对事不对人的原则，在团队中倡导一种平等、开放、统合的气氛，有了这种氛围，大家都能发表自己的意见或见解，在工作中集思广益，平等互重。同时，他注重培养新成员，首先让新成员明确自己所要做的一些事情，让新员工了解公司的规章制度，让老员工带领新员工，多与新员工沟通，多跟踪新员工工作中的状况，好及时了解他们工作中遇到的问题并给予指导。

深耕技术研发多年的刘海光坦言，做研发最重要的就是细节，因为做设计必须要心细才能开发出好的产品。思维要灵活多变，具有创新能力，不能太过于死板。在工作当中遇到困难坎坷时经常和自己的同事、下属及上司进行共同探讨寻找解决难题的方法，在解决困难坎坷的过程中让我体会到了团结力量之强大，领会了团队合作精神，拥有了解决难题信心，这样的时刻是我工作中最难忘的事。

ITERATIVE UPGRADE

“地砖之王”抛光砖的迭代升级

专访 | 宏宇企业大榄生产基地
抛光砖技术开发部坯料主任
邱金清

邱金清，毕业于素有“瓷都”之美誉的景德镇陶瓷学校，四年的“硅酸盐工艺”专业学习奠定了他扎实的专业技术基础。2001 年进入宏宇大榄生产基地，结合专业知识，现任抛光砖研发主任的他，带领抛光砖技术研发团队不畏挑战，勇于探索，创造出了一代又一代高科技含量的新产品。

科技的探索永没有止境，邱金清和他的团队不断向技术的高峰奋进。2017 年年底，一款能“透光”的玉瓷砖的推出惊动了行业。邱金清介绍，“玉瓷砖进一步改良了砖坯的配方，通过特殊的工艺，仿火山熔岩温度煅烧（1220℃，90 分钟），使砖坯内部生成类玉石的毡状结构晶体（种水），光线照射时通过这些晶体发生衍射，在砖面生成光斑，从而产生’透光’的神奇效果。”这是一次基础材料的创新，国家住建部权威鉴定该项技术达到“国际领先水平”。

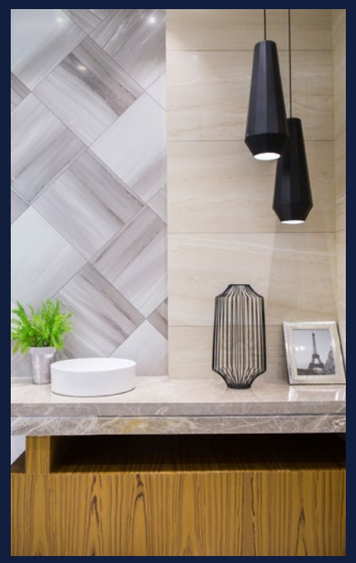
过去的 18 年里，在公司领导的大力支持下邱金清和他的团队根据市场需求研发出多款新产品，不断填补行业空白，同时力求精益求精降低产品成本，提高产品竞争力。团队研发的多个产品因此被评为国内国际领先水平，南海区科技进步奖及佛山市科技进步奖。“学无止境”——在今后的工作中，他决心不断学习，掌握国内外先进的行业知识和技术，取长补短，开发和生产更多适应社会需求的陶瓷产品，为陶瓷行业做出更大的贡献！

抛光砖经过多年的更新换代已经非常成熟，因此，不管是家庭装修、办公室装修还是其他工程的装修，抛光砖都将成为众多工程方和业主的至选。邱金清坚信，“随着抛光砖技术的不断提升，抛光砖仍将在建筑装饰领域发光发热……”

FUTURE RESEARCH AND DEVELOPMENT FOCUS

负离子瓷片是未来研发重点

专访 | 宏宇企业大慌生产基地
瓷片设计科副主任
万世聪



万世聪，于 2009 年 10 月在江西陶瓷工艺美术学院毕业后进入宏宇陶瓷工作，现工作职责主要负责宏宇企业釉面砖新产品设计、开发的技术管理工作。从最初的辊筒印花花色开发到喷墨设计开发再到如今的开发技术管理工作，万世聪有感而发，正是因为有了宏宇这个良好的平台和领导的赏识以及同事的支持，他才能一步步走向成熟。

釉面砖技术硕果累累

2003 年，宏宇正式推出釉面砖产品。工厂拥有专门的设计、研发团队，根据市场动态、品牌销售需要自主设计开发新产品以及设计产品配套解决方案，因此宏宇瓷片在新工艺研发方面一直都走在行业前沿，多项釉面砖技术成果获得“国际先进水平”称号。

如钻砂釉首创性实现了欧洲“糖果釉”既有钻石沙砾般闪烁效果又防污易洁的难题，获国家技术革新大奖；高温大红釉的研发攻克了大红釉料在窑炉高温下很难发出正红色的世界难题，该技术被权威鉴定达到国际领先水平；光雕幻影仿印钞票技术创造性地在瓷砖表面做“水印”，吸引欧洲同行四度上门取经学习 ..... 万世聪和他的团队一起，为宏宇釉面砖的技术发展作出了突出的贡献。

负离子瓷片是未来研发重点

2018 年初，宏宇推出“负离子”功能性瓷片“卡地亚”系列，更是推动釉面砖品类发展更上一个台阶。宏宇的“负离子”瓷片有别于市面上其它品牌的同类产品，在于宏宇负离子瓷片采用有机功能稀土材料，并采用特殊的高科技烧成工艺，使坯体中的微量元素分离析晶，这些结晶体与釉基体在光泽上形成强烈的反差，时间一长就会不断激活釉基体中肉眼看不到的含钛矿物质，从而在产品表面形成一种特殊的产生如自然界中植物的“光电效应”，持续不断地电离出生态负离子，能达到每 m^3 释放 34600 万个负离子的浓度，与自然界中森林里的负离子含量相当。

现代人都崇尚绿色、健康、环保的生活理念，而负离子瓷片属于绿色、环保建材，理念相符，也适应现代人对于家居建材的消费需求。万世聪透漏“未来瓷片产品发展也会更趋向于功能化以及以空间设计为主导。”

此外，在瓷片产品的发展规划中，万世聪补充道“接下来，瓷片研发团队将优化各个产品结构，加强精雕模具 + 多种工艺的叠加研发，提升产品档次；在生产装备上也会更加柔性化、自动化，以满足各种工艺产品的生产，减少人工成本。”

团队管理，建立畅通的交流渠道

而作为团队的管理者，万世聪以身作则、树立榜样，把优良的工作作风带到团队中。在团队中建立沟通交流的渠道，协调好管理者与团队成员之间的关系，观点、意见不统一时及时沟通、探讨。做得好的以及不足的地方，通过大家的沟通交流来取长补短，促进团队的合作默契。

观察这个团队当中每个人的长处，合理安排在适当的岗位，让他们每个人能把自己个人能力发挥最大化，知道自己能做什么、该做什么，针对自己的工作，掌握好工作技巧，高效完成工作目标。

当有新人加入到这个团队当中，首先让他了解这个团队的精神文化、工作作风。安排最优秀的老成员带他熟悉工作流程，给他一定的空间成长。

万世聪坦言，不知不觉在宏宇这个企业工作了 9 个年头，感谢宏宇给予我这么好的平台成长。工作当中有苦有乐，但更多的是收获。

QUALITY STANDARD MANAGEMENT MODEL

质量靠标准，管理靠模式

专访 | 宏宇企业清远生产基地
品管科宏海成品车间副主任
文胜兰

文胜兰，四川人，2005 年加入宏宇到现在已经 13 年。一开始担任最基层的分级工，后来升为质检，到总质检，到现在的质检副主任，都是文胜兰通过自身的努力一步一个脚印获得的成果。

质量靠标准

宏宇陶瓷的产品平整度高、质量稳定，一直以来都是有口皆碑的。在生产过程中宏宇执行比国家标准还要严格的内控标准，对产品层层把关，对质量精益求精。

而产品品质的最后一道防线是生产基地品管部的质检，品质管理部门的考核标准是一切以产品质量为核心，工作的准则是严格到底执行检验标准。“工厂产能大，线速快，砖经过身边时质检员在 2-3 秒就能分辨这块砖是什么等级，有什么产品缺陷。我们的分级工、质检员都非常熟悉检验标准的”质检主任文胜兰自信满满地说。

其中，分级的内容包括检查砖的表面缺陷，量变形，量尺码，分色，然后拣砖进行场地二级别分选，二级分选一般只需要抽检，产品包装入库后再进行抽检。每个环节设定一名人员，分工细致，环环相扣，以保障产品品质。

“如果发现问题，及时反馈信息给前面的工序。”文胜兰说。质检的职责是发现问题，反馈问题，而处理问题、解决问题还是要靠前工序，如此共同努力提高产品优等率。宏宇产品质量目标是优等率要达到 96%，严格执行内控标准，保证流通到市场中的产品是让客户和消费者放心、满意的。

管理靠模式

质量靠标准，管理靠模式，这是生产企业的生存之道。目前，文胜兰管理 4 个车间，8 条生产线，200 多名工人。为了确保产品质量合符标准，文胜兰非常注重细节管理和数据管理，每天上班第一件事是到各条生产线巡查，走到哪里看到哪里，发现问题指出问题，文胜兰说每天她走路的步数起码能达到 16000 以上。

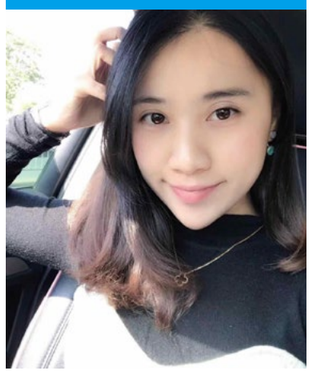
在质检过程中为保障信息反馈通道顺畅，文胜兰要求团队坚持开班前班后会议，“每天我们在交接班时上一班向下一班指出当班时发现的问题，及时汇报。”另外，文胜兰严格执行车间内部管理条例，对于员工的管理奖罚分明，如发生漏检情况会进行 20 元 / 件的处罚。

此外，文胜兰每月都会组织部门进行培训，培训内容分理论与实操部分，培训结束要进行书面和现场技能考试，通过培训巩固员工质检知识，促进经验交流分享，全面提升员工职业技能。

文胜兰乐观开朗，笑口常开的性格感染着团队成员，在她的带领下质检团队年轻有活力，他们以高度负责任的态度对待每一片产品，文胜兰说“只有产品做精做细了，品牌才能做大做强”。

INNOVATION OF MARKETING MODEL

商二代营销模式的创新



专访丨宏宇陶瓷江西南昌经销商 朱梦媛

随着中国商界血液更新换代，第一代创业人逐渐淡出舞台，新一代的家族企业接班人逐步成为商界的新生力量。对于“商二代”而言，他们承载着传承的使命感，也被赋予更多期许与压力。

作为“商二代”中的一员，宏宇陶瓷江西南昌经销商朱梦媛正在努力证明，年轻、个性的“商二代”有能力、有实力薪火传承，甚至做到超越与创新。

PERSONAGE INTRODUCTION

相较于父辈，85 后的朱梦媛更愿意接受商业新模式。在消费升级的浪潮席卷各个行业的当下，许多传统经销商还在犹豫，朱梦媛却早已主动出击，积极响应宏宇“展厅升级战略”的号召。

4 月中旬，历时 45 天，朱梦媛 1200 ㎡的店面改造完毕并进行试营业。在 6 月份一经推出，高端简奢的终端新形象就成了当地独树一帜的风景线。“和老店相比较，转型后的新店更高端化、更有展现力，对于高端客户的吸引力也会更强一点。无论是门店形象、产品陈列、氛围体验等方面都有了很大的提升。”朱梦媛分析，宏宇这一与时俱进的革新，将会带动当地新中产阶级家居消费。

老一辈钻研产品，留下了经验；新一代研究运营，关注的是商业。虽然瓷砖属于低频消费品，但朱梦媛对瓷砖终端门店的运作却有自己的见解。

“新店推出，首先要有的就是市场占有率。因此，我们目前在做的就是首先要树立品牌高度，加强曝光率。”朱梦媛说，第一，冠名商业活动与公益活动；第二，做一些小而精的广告，为一些小门店商家搭建印有品牌标志的外雨棚；第三，通过广播电台提升品牌知名度；第四，与当地奥特莱斯进行联盟。以这样一系列的传播推广和跨界营销方式增强广告覆盖率。

关于如何做好第一阶段的宣传引流，她认为应该在控制成本的前提下，做最好的广告。“第一，在相关的建材市场做广告投入；第二，在小区大门外做相应的售卡式签单。”而就明后年的规划而言，朱梦媛表示，“可能会在特定的小区门口和人流密集的区域做类似快闪店的内容，作为一个窗口引流，每月进行一场爆破，为终端新店引流，提升门店业绩。”

谈及宏宇陶瓷的转型升级，朱梦媛表示，如今的建陶行业市场早已不是父辈当年“产品定胜负”的时代，想守业还是得顺势而为，靠理念、风格、渠道等方面多维度去发力，而宏宇“展厅升级战略”的推行实施，是品牌转型升级的必然举措。

THERE IS NO SHORTCUT TO SUCCESS

成功没有捷径 只有用心经营

专访丨 宏宇陶瓷广州番禺经销商 马少文

民间有语:“有潮水的地方就有潮汕人，有钱赚的地方就有潮商。”潮商，自古就被誉为“东方犹太人”。身为潮汕人，宏宇陶瓷广州番禺经销商马少文身上具备了“潮商”的全部特质——专注踏实，勤奋果敢。

PERSONAGE INTRODUCTION

“做生意最重要的就是专注与用心。”从 2002 年加入宏宇陶瓷至今，这句行商信条已伴随马少文走过商路 16 载。谈及最初加入宏宇陶瓷的初衷，马少文说：“当时整个建陶行业的产品大多趋于传统，而宏宇陶瓷有别于它。印象最深刻的就是当时盛行的抛光砖，宏宇陶瓷在其物理性能上作出的优异表现，让我看到了这个产品背后研发者的专注。于是我就主动联系宏宇陶瓷，在和市场人员洽谈的过程中，感受到了整个团队在经营部署上的用心。并且还有双方在价值观上的契合，才有了之后长达 16 年的合作默契。”常言道，选择比努力更重要。但是在选择与机会遍地的当下，专注和持之以恒才是真正稀缺的。

作为信奉实力与经营智慧的潮商一员，站在市场经济新格局中，马少文与宏宇陶瓷一样有着积极拥抱变革的远见与决心。就贯彻落实宏宇陶瓷“展厅升级战略”方针一事，马少文说：“在整个房地产市场持续低迷，同时又伴随消费升级的当下，我们唯一能做的就是改变自己——从物质消费的层次提升到精神消费的高度，提供更加优质的产品和服务，用品牌附属价值让消费者信服。那么展厅升级，无疑就是最有效的应对策略。”

如今正处于试营业的 600 ㎡新店对于马少文而言，就是拥抱变革的杰作。马少文说：“新的形象、新的产品、新的氛围，对于我们接下来开发高端市场更加有力，同时也更加坚定我们经营的信心。”

借助宏宇陶瓷的品牌优势，马少文还进行相应的资源整合，形成以“装饰建材为主，家具软装为辅”的多元化路线；销售渠道以“家装 + 零售”为主，工装为辅；并以“品质 + 诚信”的经营理念形成口碑传播。在马少文的带领下，宏宇陶瓷成为当地市场占有率前三的品牌。至此，马少文的商业版图已由最初的瓷砖品牌经销商，发展为多品类集成经销商，为消费者提供一站式空间解决方案。

谈到接下来的规划，马少文如是说：“我希望凭着责任感和使命感，持续不断地为消费者提供优质的产品和贴心的服务，目标成为宏宇陶瓷在广州市场的标杆经销商。”

THE RIGHT TIME TO DO THE RIGHT THING

正确的时机做了正确的事

专访 | 宏宇陶瓷江苏镇江经销商 王家能

王家能，江苏镇江宏宇经销商，是一位白手起家的 90 后。2015 年，王家能从南京的分销客户转为正式代理，今年进入了第四个发展年头，并且发展势头迅猛，他感谢厂家的支持，而他更应该感谢的是自己的努力和坚持。

PERSONAGE INTRODUCTION

作为典型的 90 后，王家能对创业做生意非常感兴趣，日常他经常关注市场营销的知识，也会经常去周边地级市参加陶瓷相关展会进行学习，慢慢积累陶瓷行业的知识。毕业后他小试牛刀在亿都建材市场拿下一个小店面，便与老婆一起做起瓷砖生意。由于当地建材市场进驻的是二三线品牌，另外 2017 年初市场周边镇江高架桥开始施工，交通的不便影响了客流，生意一直平平淡淡。

斗志满满的王家能面对如此局面不禁思考破局的办法。总部销售人员与他分析虽然市场周边在修高架桥，预计 2017 年底就修好了，到时将可以从镇江周边地区引来客流。2017 年 10 月，总部“荣耀馆”落成，看到焕然一新的宏宇形象和纹理花色均有极大突破的产品，王家能对于扭转局面似乎内心已经有了清晰的答案。他迅速拿下一个 400 ㎡的店面，按照公司标准模式装修，大量上样新产品，并在 12 月份竣工进行试营业。独树一帜的店面在当地建材市场迅速与其它品牌店面拉开了差距，年底高速公路的竣工也带来了人流，王家能的生意开始风生水起，目前宏宇在当地实现了销量第一，宏宇品牌的影响力也是独占鳌头。可以说，王家能的成功是在正确的时机做了正确的事。

但事业向上发展的同时，王家能也时刻保持危机意识。目前，他的店面较为缺乏的是团队的打造，虽然店面有 10 个人，但都是亲人为主，还没有形成清晰的分工，科学的管理制度。下一步，他将通过与厂家销售人员密切沟通，参加公司的培训，学习团队管理的知识，把店面的生意做到更上一层楼。

THE NEW TRANSFORMATION OF THE FIRST BATCH OF HONGYU DEALERS

第一批宏宇经销商的新转变

精准营销，大力投放广告

湛江是三线城市，随着经济形势的转变市场发展势头迅猛，据杨志远介绍湛江房地产从 2017 年 6000-7000 元 / ㎡已经升至今年 12000-13000 元 / ㎡，在装修上 60% 是家装，10% 是精装房，交楼将集中在明年到后年。杨志远表示，这 2-3 年全力以赴，希望抓住这个机遇快速发展。目前，他的店面以零售、小区、促销活动渠道为主，他规划的战略是实行精准营销，锁定目标楼盘在前期可以先介入做样板房，再通过小区广告公关，积累客户群。

杨志远有较强的品牌意识，他较为重视品牌宣传，每年都拿出利润的 20%-30% 用于广告投放。海田建材市场正门 173 ㎡最大的广告牌被杨志远拿下，用来做品牌宣传。杨志远也会在目标楼盘做广告，他说今年在小区投放的电梯广告面积就达到了 50000 ㎡。

总部团购，把握市场先机

虽然店面还没重装，但为了及时把握市场先机，杨志远主动出击，发挥总部展厅地域优势，在 4 月 22 日，联合广东周边地区到总部进行团购活动。他的团队邀请的客户是湛江某中高端楼盘的业主，当这些业主看到宏宇展厅现代简约的装修风格和产品后大为满意，疯狂抢购下定，下定率达到 100%，是当天所有参与活动的地区中成绩最好的。另外，杨志远也带领团队一起尝试运用微信进行营销，效果显著。

团队培养，打造竞争氛围

杨志远在公司化运营方面走得比较早，现他的团队共有 20 人，分业务组、工程组、后勤组，每个组设总监，分工明确。在促销活动期间，3 人一组，共 5 组，每组设销售组长，组别与组别之间互相 PK，对于先进的进行奖励，对于暂时落后的处罚，在团队中营造了你追我赶的竞争氛围，点燃了员工的工作热情。

此外，杨志远很重视团队的培养，日常严抓员工的职业素养，公司组织的培训活动他都号召员工积极参与。杨志远的发展思路与公司步调一致，对于公司战略他也严格执行。接下来，他计划把海田建材市场的直营店改造完毕后，再部署另外的店面升级工作。相信，杨志远和他的团队一起一定能把宏宇打造成为当地第一品牌。

PERSONAGE INTRODUCTION

专访 | 宏宇陶瓷广东湛江经销商 杨志远

1997 年，宏宇陶瓷从广场砖发家，以技术优势迅速占领了广场砖市场 35% 的份额。杨志远，2000 年开始代理宏宇陶瓷，当时销售的就是广场砖，是第一批与宏宇共同成长的经销商。

经历了 18 年的发展，目前杨志远已发展为拥有 2 个直营店，2 个分销店面的规模。而最大的直营店位于湛江市最高端的建材市场海田建材市场，面积达到 500 ㎡，计划下半年按总部新标准重装店面。

CHANNEL IS KING
WIN TERMINAL

渠道为王，赢战终端

专访 丨宏宇陶瓷山东济宁经销商 梁永生

“一个团队的成功，离不开决策者高瞻远瞩的敏锐眼光以及聪慧过人的经营智慧。”
——山东济宁经销商 梁永生

公司化运营模式

济宁宏宇峥嵘岁月十五载，与时俱进，不断更新升级，收获着满满的荣耀和辉煌。从成长到成熟，离不开宏宇陶瓷山东济宁经销商梁永生的努力奋进。

2017 年底，随着宏宇总部“展厅战略”的荣耀诞生，宏宇品牌加速变革，领跑行业新高度。与此同时，梁永生紧随公司发展战略，投入巨大人力物力，把原有店面进行全新一轮重装升级。以用户体验为中心，近 500 多平方米的全新升级展厅，不仅进一步加强了店内文化、软性配饰展示，对店面的内部布局、灯光设置等也进行重新塑造，营造一种更放松、愉悦的购物氛围，更好地满足主流消费者的个性需求，极力提升宏宇在济宁当地的知名度。

一个公司持续发展壮大，离不开领导者深思熟虑的决策，更离不开一个强大而优秀团队。目前，济宁店实行公司化运营模式，不断完善架构体系，增加相应职能体系，及时调整人才策略，引进行业领军人才与业务骨干，进一步提升自身竞争力，形成与公司跨越发展相匹配的人才队伍。

渠道为王，赢战终端

面对市场消费的转型升级，梁永生不断更新和整合自身资源，发展多渠道经营。其中，家装渠道是宏宇济宁店发展的“重头戏”。通过与当地规模庞大、极具影响力的家装公司合作，为消费者提供专业、一站式的家装设计服务。

设计引领消费

济宁店全新简奢风格展厅，专业配置“顶级设计软件”系统，能快速独立完成全屋户型设计方案，深化终端服务升级体验，强化产品在空间的灵活应用，满足客户对产品个性应用和家居设计需求，将开创设计引导消费的新一轮时代潮流。

全力以赴、备战开业，梁永生和他的精英团队早已聚势蓄能。加上一系列的店面升级、广告宣传、渠道推广以及销售团队技能提升，即将为济宁宏宇店赢得一片红利。

PERSONAGE INTRODUCTION

FOLLOW THE SITUATION

顺势而为 专注脚下每一步

PERSONAGE INTRODUCTION

专访 丨宏宇陶瓷河北唐山唐海经销商 赵绍柱

成功的经验大抵相似，失败的原因各有不同。作为经营宏宇陶瓷十几年的赵绍柱来说，成功就是顺势而为。

合作以来，赵绍柱对宏宇的产品品质以及品牌理念都非常认可，而宏宇不断创新、不断与时俱进、不断超越自我的精神，更是让赵绍柱欣赏并初心不改跟随至今。

对于为何积极响应宏宇品牌“展厅升级战略”这一号召，赵绍柱表示：“宏宇的发展轨迹正是我们这些同行十几年的经销商的发展轨迹。当宏宇正在转型升级的时候，也正是我们经销商寻求突破实现增长的时刻。”赵绍柱透露，2016 年当地的行业市场环境普遍低迷，他本人与团队一直苦于经营大众市场，而又无法开拓高端市场，终端经营开始进入了瓶颈期。2017 年正式推行的“展厅升级战略”对于他来说，可谓是一阵“及时雨”。

今年 5 月开始动工，6 月中下旬进入试营业的 600 ㎡新店，对于赵绍柱来说，意味着事业即将开启重要的里程碑。赵绍柱说：“只有服从公司整体的发展战略，我们经销商才能实现利益增长，也唯有新的装修才能配得上新的产品。毕竟，新酒配旧壶，很难让人产生新感觉。”

在新品上样上，赵绍柱表示，新旧产品的差异化还是很大的，可见宏宇陶瓷在产品研发上的用心。赵绍柱说：“可以看得出，现在推出的一系列荣耀产品，在用料、工艺、品质，版面设计方面比以往产品更有差异化更高端了。

对于经销商来说，这样的产品更有助于我们开拓高端渠道和提高市场占有率。”宏宇陶瓷一直将产品质量放在重中之重，如今加上设计的助力，更是解决了经销商们的后顾之忧，这也更加坚定了赵绍柱对宏宇品牌的信心。

在渠道建设上，赵绍柱目前主要的营销渠道是零售与家装，工程渠道也在积极开拓中。凭借宏宇品牌影响力及高品质的产品，宏宇陶瓷在当地赢得了良好的口碑。另外，为了开拓高端市场，赵绍柱带领的团队通过多元化的方式努力地赢得市场空间，获取销量增长。

对于未来发展与建设，赵绍柱表示，仍会不改初心，专注脚下每一步。

MARKETING SYSTEM 宏宇梦

专访 | 宏宇陶瓷综合北区大区销售经理 张洪波

乘品牌改革东风 区域发展乘势而上

入行 10 年的张洪波，2017 年看到了宏宇陶瓷的强劲的发展势头，毅然在 10 月份加入宏宇，现主要负责东北区域的销售管理工作。

张洪波身为东北人，对东北的市场情况了解透彻，每个月出差都会与客户交流市场的变化，并对客户进行积极的引导。以前，客户觉得有一个铺位或者不建大店也能卖货。但随着市场竞争日趋激烈，客户的观念逐渐发生转变，就像好马配好鞍，好的产品没有专卖店做支撑，溢价的空间有限。因此，建大店，建标准有品牌特色风格的大店是大势所趋。

张洪波谈到区域管理上，他说目前他所属区域的部分客户已组建自己的市场部团队，并设计了一套科学的管理制度，能结合当地市场情况开辟多种渠道进行运营。客户从“坐销”到“行销”，逐渐探索出了各有特色的销售模式。

张洪波说现在品牌正处于发展上升期，而且公司提供了相关扶持政策，接下来他将会针对哈尔滨、沈阳、营口这些重点城市进行重点开发，占领市场，建立新的专卖店，以点带面带动区域发展，相信东北的明天更辉煌。

专访 | 宏宇陶瓷广东区大区销售经理 陈伟文

同成长共发展，为宏宇荣耀而战

伴随着公司的发展，陈伟文也在逐步成长。通过多年来的努力，目前粤西地级市基本上都建立了 500 平方米以上的专卖店，部分县级市也建立了大店，终端零售和区域销售业绩也基本稳定。对于未来的工作规划，陈伟文计划通过地级市标杆店面的成功打造带动城镇发展，以点带面，让每个经销商都能赚到钱。他同时提到，现在是精装修时代，要重点开发工程客户以提高市场销售增量，引导大城市、地级市客户多开发设计师渠道，通过多元化渠道运作提升整体销量。

2018 年，宏宇陶瓷品牌再升级，加大改革大力推进，终端经销商也在全面升级。作为在销售前线作战的大区经理，陈伟文表示将按照公司的发展步伐，坚定有力地执行公司的各项战略目标，积极帮助区域的经销商快速成长和发展，与大家一起为宏宇荣耀而战，让大家共享宏宇的战略红利。

滴水石穿，坚持做好每件小事

成功从来都不是一蹴而就，需要长期努力和坚持。简单的事情重复做，你就是专家。重复的事情用心做，你就是赢家。这也是覃波的真实写照。

2017 年底覃波加入宏宇陶瓷，负责西南区域的销售管理工作。第一件事，他先对该区域进行调研分析，发现区域在展厅形象、店面展示、经销商价格上存在不少问题。这半年来，覃波首先引导客户把展厅形象进行整改，并按照公司政策执行区域价格统一，组织客户参与公司组织的各项培训会议，针对每位客户具体情况，与业务团队一起帮助经销商解决各种困难。

通过努力，目前覃波所管辖的区域中贵阳客户 1100 平方米的旗舰店即将建成；成都客户 6 月份即将在成都的北富森建材市场建 1000 平方米专卖店，设立中心大店，同时辐射整个成都。已发展至“一个大店镇守，东南西北 4 个店占领”的大市场布局；而重庆由原来的一个做批发和工程的店面，扩大至在现在江北居然店、二郎居然店、新区八一店 3 个专卖店，各大重点市场布局日渐完善。

专访 | 宏宇陶瓷综合南区大区销售经理 覃波

专访 | 宏宇陶瓷内蒙古销售经理 刘伟锋

1-2月销售冠军

刘伟锋，2010 年进入宏宇陶瓷，现负责内蒙东区域销售工作，管理 20 个客户。2018 年第一季度以完成率 219% 获得销售冠军称号，可以说是一分耕耘一分收获。

在宏宇多年的刘伟锋深刻感受到，这两年公司的变化是史无前例的。面对客户的疑虑，刘伟锋说首先摆正自己的心态，自己先适应过来才能影响客户。他经常与客户沟通，慢慢客户的意识也转变过来了，跟上了公司发展的节奏。客户经常抱怨招人难，刘伟锋强调先建好店面才能吸引人才，再通过科学的薪酬制度、晋级制度等一系列措施培养人才、留住人才。

管理内蒙区域销售工作多年的刘伟锋谈到维护客情关系最核心的是，真诚。内蒙古人朴实、热情，与他们交流的时候只要站在对方的角度，为客户争取最大限度的支持帮助他们盈利，客户都会很愿意配合你的工作。这就是所谓“以诚待人者人亦诚应之”的道理。

1-2月销售亚军

张春国，2017 年 7 月加入宏宇陶瓷销售团队。

虽然刚加入宏宇体系不久，但有着 8 年销售经验的他游刃有余。刚接手河南中部客户时，通过反复沟通，深入了解各个客户的情况，有针对性的提出建议，从细节处感动客户，获得客户的认可。

张春国坦言他的行事风格是有条不紊型的，在引导客户过程中对症下药，在管理客户的方式上该强势时强势，但必须严格执行公司所下达的任务，“说再多都不如落地”。

实行对客户精细化管理后，张春国有了更多的时间进行市场分析，开拓空白市场，扶持小客户。“现在品牌知名度和影响力在提升，在开拓客户时要对客户进行分析和筛选，不是随随便便都可以做宏宇的”张春国说。

下一阶段，张春国规划针对大客户，将在社区店、工程渠道帮助客户突破。同时，鼓励愿意跟上公司发展的小客户，帮助客户成长。

专访 | 宏宇陶瓷河南中销售经理 张春国

专访 | 宏宇陶瓷内蒙西销售经理 杜杰芳

1-2月销售季军

杜杰芳，2005 年加入宏宇陶瓷，2008 年开始负责内蒙古区域的销售工作，现任内蒙西区域销售经理，可以说他对内蒙古的市场形势、当地消费习惯、客户情况非常熟悉，与客户间培养了良性合作的关系。

在客户管理方面，可以看出杜杰芳有很清晰的思路。先聚焦大客户装好店面，树立样板，面对保守客户，通过交流，多培训，多走市场，灌输新观念，他们的意识也有所转变。通过装好一批带动一批，慢慢来帮助客户寻找突破口。“细分区域后，扶持客户的工作更细化，与客户沟通的时间更多了，扶持工作更细致了。”杜杰芳说。

公司实行大店政策以来，倒逼客户进行改变，有压力才有动力。杜杰芳说，重装店面后经销商更勤奋了，有些事务更是亲力亲为。如此通过慢慢积累，宏宇在终端的影响力必将提升。

专访 | 宏宇陶瓷山西南销售经理 刘军

1-3月开拓先锋

自公司实行细分市场管理后，我负责山西南区域的销售工作，管辖临汾、运城、晋城三个地区。公司提出重点城市重点开发，重点扶持的战略规划后，我心想一定要跟着公司的步伐走。晋城是我区的重点布局城市，把晋城市作为一个样榜市场来打造，找大客建店是首当其冲的任务。

当时通过深入走访晋城居然、红星、月星等大大小小的市场，也没有发现合适的有实力的客户发展，区域市场榜样客户打造迫在眉捷。

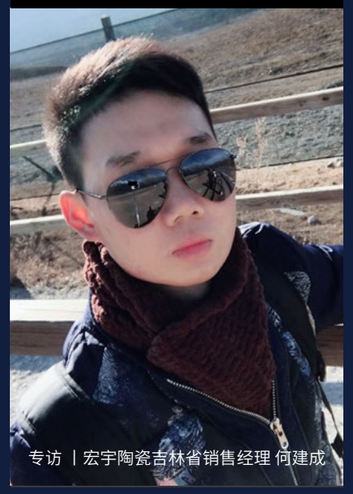
后来，我在现有客户中发现，晋城县级市阳城客户陈总在当地经营宏宇品牌多年，业绩稳步增长，宏宇品牌的销量在当地市场占据第一。而陈总年轻能干，思维活跃，有经济实力，于是我鼓舞陈总到晋城发展。刚开始陈总也有顾虑，经过若干个月和他分析近几年晋城的城市发展，陶瓷行业的发展，慢慢他的想法有了转变。后来，公司推出了新客户店面和产品方面的扶持政策，让陈总坚定了正式代理宏宇的信心。

开拓空白市场是一场持久战，但只要坚持多跑动，在与客户沟通过程中把品牌情况介绍清楚，把工作做到位，加上现在宏宇品牌在品牌、产品、渠道、活动、培训等方面火力全开，品牌在终端影响力迅速提高，我相信会吸引更多优质的客户加入宏宇战队，共同做大做强宏宇。

客户开发是销售工作的第一步，通常来讲是业务人员通过市场扫街调查初步了解市场和客户情况，对有实力和有意向的客户重点沟通，最终完成目标区域的客户开发计划。但以上只是一个企业客户开发工作的冰山一角，要成功做好开发工作，企业需要从自身资源情况出发，了解竞争对手在客户方面的一些做法，制定适合企业的客户开发战略，再落实到销售一线人员客户开发执行，是一个系统工程。

在竞争激烈的市场中，能否通过有效的方法获取客户资源往往是企业成败的关键。况且客户越来越明白如何满足自己的需要和维护自己的利益，客户是很难轻易获得与保持的。因此加强客户开发管理对企业的发展至关重要。客户开发的前提是确定目标市场，研究目标顾客，从而制定客户开发市场营销策略。营销人员的首要任务是开发准客户，通过多种方法寻找准客户并对准客户进行资格鉴定，使企业的营销活动有明确的目标与方向，使潜在客户成为现实客户。

1-3月开拓先锋



专访 | 宏宇陶瓷吉林省销售经理 何建成

专访 | 宏宇陶瓷山西销售经理 梁东

1-3月开拓先锋

到空白网点的城市时，我都会先去寻找当地做陶瓷的客户沟通市场情况，了解今年的行情，探讨各品牌的经营策略，最后再请客户引荐当地做品牌比较成功的客户。通过走访市场，收集客户的资料，建立每个地区的客户档案资料，筛选出合适宏宇的客户，重点攻关这部分客户。

重点客户我会通过电话联系，登门拜访讲解公司的情况，产品优势，政策支持等等，尽量让客户对宏宇有个大概的情况了解。可能不会马上有客户达成合作，但让尽可能多的客户知道宏宇品牌，知道我这个人，这样我才能保证在下一步找到最合适的客户，手里有一个目标客户跟有一百个目标客户绝对是不一样的。即便是他们现在不合作，没准哪天就会主动找到我合作。

这一年来，得益于公司对品牌知名度的宣传，对产品和展厅的全面升级，使得越来越多客户认可宏宇是个大品牌，郯城这个新客户就是因为宏宇在终端的影响力而吸引过来的。

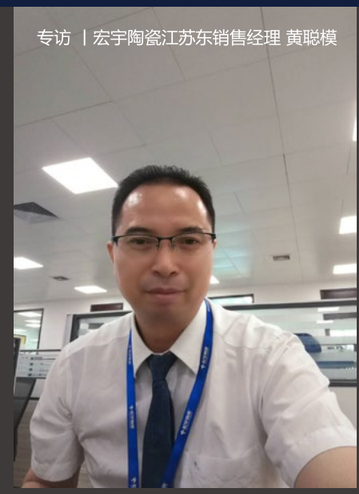
我下一步的工作将继续对我销区内的空白市场加大开发力度，勤走访市场，并且对现有不良客户做个调整。

专访 | 宏宇陶瓷辽宁省销售经理 邓国惇

1-3月开拓先锋

通过开拓成功的市场，总结经验，改进方法。我们在开拓空白市场过程中，必须充分利用公司调整产品结构，推陈出新，营销模式的改革创新，展厅新模块的推出，品牌知名度大大的提升等利好消息，让终端客户了解，感受到宏宇陶瓷的变化，然后寻找合适的合作伙伴，共同发展；对空白地级市场的前十位（县级市场前五名）客户保持联系沟通，寻找切入点；同时接触相关行业（卫浴、木材、灯饰等）的大咖，密切沟通是否有意向加入陶瓷行业。

最后，我总结在开拓空白市场过程中一定要细致，对整个市场的布局，各客户的经营情况要了如指掌，针对有发展潜力的大客户需要重点沟通跟进，寻找切入点。坚持不懈！不放弃任务机会。



专访 | 宏宇陶瓷江苏东销售经理 黄聪模

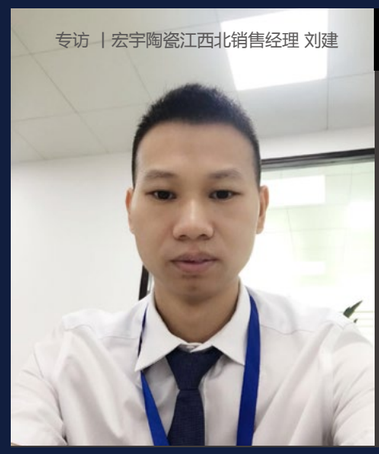
目前我已经开拓了苏州、启东、兴化、泰州高港区 4 个客户，提前完成了本年度的开拓任务。在这个过程中，我摸索出了开拓的经验。首先是，开拓客户的渠道。以往开拓客户都是通过蹲守某个地方一段时间，然后走访每个市场，挨家挨户沟通是否有意向，这是最笨的方法。我是通过跟现有客户交流过程中打探到有意向的客户，或者通过现有客户转介绍，然后有目标的去拜访，这样成功率更高。

找到客户后如何打动客户是一场攻坚战。首先，要详细分析该客户的实力，经营情况，人脉关系，让意向客户清楚自己的处境；还要与客户一起分析行业发展，分析竞争对手的产品特点，介绍自己公司实力、公司产品特点，让客户作个对比，清楚认识公司的优势，能给他带来利润；另外，要清晰告诉客户公司的发展前景和目前的政策优惠，灵活应对客户提出的条件，绝不承诺不能兑现的条件。

商人都注重利益，和客户谈价值比谈公司实力、产品、服务更重要。客户所关注的不是你产品和服务如何如何的好，而是你的产品在当地市场和竞品是否有优势，能给他带来多大的利润，你的品牌生命力期限，这才是核心。

因此，开拓客户的前期准备工作显得非常重要。我们要对空白市场进行透彻的市场调研，包括市场环境、竞争品牌专卖店的装修情况、竞品的花色价格折扣、老板实力及销售渠道等；做到这些和客户谈判才会取得客户的信任，觉得你是熟悉市场和专业的，客户才愿意和你沟通下去，你才有作进一步谈判机会。

1-3月开拓先锋



专访 | 宏宇陶瓷江西北销售经理 刘建

1-3月开拓先锋

通过这个开拓经历，使我认识到以下几点。客户开发最基础的一点是要敢于行动，用行动说服客户。人都是有血有肉的感情动物，有些客户表面可能冷漠无动于衷，或许你再坚持一下就可能成功了。在与客户沟通过程中，客户关注的不仅仅是品牌的口碑、产品的质量，更重要的是这背后能给他带来什么效益，而最终决定签约的关键因素是在于客户是否认可你的人品。

我觉得作为一个销售人员，最重要的还是你要真正的用心，要真心付出，用心思考，用心成就客户。善于总结，真诚的为客户服务，将心比心，多站在客户的角度去考虑考虑。只要专心、真心、诚心、善心、细心＂五心＂并用，那么就能服务好客户，成就客户，最终成就我们自己。

专访 | 宏宇陶瓷财务部会计 曾剑辉

1-2月服务之星

本次能被评为公司“2018 年 1-2 月份服务之星”荣誉称号，我感到非常高兴与荣幸，在此我要感谢公司对我的厚爱与信任，感谢领导的关爱，感谢同事们的认可。当然这也是一种激励，激励我在以后的工作中需要更加努力进取，使自己的能力、素质有更进一步的提高。

我深信：一分耕耘，一分收获，从点点滴滴的工作中，细心积累经验，使工作水平不断的提高，为以后奠定坚实的基础。

自从加入宏宇这个温馨大家庭，虚心学习、认真工作、更好地服务于公司便是我的工作职责。我始终努力在各方面完善自我、提高自我，为实现公司的经营目标添砖加瓦。

2018 年伴随着公司内部架构的调整，我们迎来了更大的机遇和挑战。我坚信在公司上层领导的亲切关怀下，在优秀的管理团队的正确领导下，宏宇公司将取得更加辉煌的成绩！

在以后的日子里，作为宏宇公司的员工，我们要饮水思源，善待工作，积极进取，做好本职工作来回馈公司，怀着感恩的心去努力工作，这样才能体现出自身的价值。我坚信，宏宇公司的发展让我们成长，我们的共同努力让宏宇公司更加辉煌。

专访 | 宏宇陶瓷内务部助销 梁洁媚

1-2月服务之星

很荣幸代表内务部被评为公司“服务之星”荣誉称号，领到此奖感到非常高兴与鼓舞，感谢公司的信任和认可，感激一起默默工作的同事们的互相协作和共同努力，才铸就了我们每个人不同层次的辉煌。

每天，我们部门都要应对不同的客户需求，处理各种突发事件的发生，繁琐的工作应接不暇，我们尽量应客户之急而不燥，解客户之忧而不失原则，力所能及地完成我们的本职工作，但仍有很多不足之处需要反省自我继续改进。以后的日子，我们会继续保持这份信念，秉承尊重敬业，真诚热情的操守，用更优质的服务态度善待客户，用更扎实的专业知识，协助各部门完成各项工作任务。

专访 | 宏宇陶瓷创意品展中心 陆燕玲

3月服务之星

很荣幸被评为 3 月的“服务之星”。这是领导对我个人工作能力的肯定，也是对我以后工作的一种激励和动力。感谢陈总的培养，感谢同事对我的鼓励和支持。

我在 2008 年进入宏宇集团工作至今，一直负责空间设计工作。针对各种不同的店面设计，我也会面对不同的客户，因此沟通也成了我们日常工作的一个重要环节。客户对我们的信任，也是对我们企业的认可。所以我一直以高效严谨的工作态度对待自己的工作，做好属于自己岗位上的工作，尽自己最大的努力完成每一次设计任务，每次工作完成后总结经验，从经验中学习，也不断向他人学习，争取将自己的工作一次比一次做得更快更好，尽可能地提高工作效率。

这个荣誉将会鞭策着我不断进步。有句话说得好“态度决定一切”严谨的工作态度，是我们应该尽的责任和义务。作为一名设计师，我们应当不断地开拓设计思路，更好的了解市场把设计融入市场。细节决定成败，优秀的专卖店装离不开严谨的工作细节，每次完成一套施工图的设计，总是担心是否会出现错误，都会不自觉的在工作之余想到图纸上还有没有表达的不详细的地方。工作压力是有的，压力便是动力，每当面临重大的设计任务，努力完成后自己的劳动成果得到大家的肯定时，便是工作中最大的快乐！

被评为“服务之星”，我不会固步自封，成绩只是代表过去，昨天的太阳晒不干今天的衣服。我们必须要更加努力。相信，在往后的日子里在陈总的领导下创意品展中心会走出一条有个性特色的创意之路。

专访 | 宏宇陶瓷财务部会计 黄文静

1-2月优秀员工

年底春节放假前是最忙的时候，我当时负责工程部营销中心、广场砖中心、宏宇销售公司的所有报销。那时候也是业务员出差回来提交报销的时期，而年底业务员的考核也是需要与业务费挂钩的，加上年底需要交报表的时间比较紧迫，大量的报销单堆积在一起，加班加点才能完成。让我印象深刻的是，当自己在埋头工作的时候，还要面对着业务人员的询问，那时候真需要一种不急不躁的态度，面对一堆事情的时候需要静下心，按计划，有目标，且要有条不紊的做好每一项工作。

在财务工作中，我会善于沟通与交流，尽心尽责的做好每一件事情，尽量将自己的工作争取一次比一次做得更快更好，对于工作的态度必需要认真、严谨、细心、负责、耐心且要持有一颗奉献的心，敢于行动，愿意付出，才有收获。

很荣幸被评为宏宇销售公司 2018 年“1-2 月优秀员工”，感谢公司对我的厚爱与信任，感谢领导对我的关爱，感谢同事们对我的认可。

这份沉甸甸的荣誉不光属于我个人，而是属于我们财务部每一位成员，工作中都离不开同事们对我的支持与帮助以及整个财务部的共同努力，而正是由于有这么融洽与和谐的环境，让我能在工作中投入最高的热情，从而实现自身更大的价值。这次能被评为优秀员工，这既是公司对我工作的肯定，也是对今后工作做得更好的一种鼓励。我也坚信，今后的工作一定会做得更好。

当选为优秀员工，仅仅是进步的起点，这将是我今后工作的鞭策和动力，它将推动我更加努力地完成工作任务，做好每一件事，沿着这个目标，我不断努力前进。在以后的工作当中，我将不辜负领导的期望，更加尽心尽职，努力工作，并不断学习提升自己的工作技能，用实际行动为公司的发展尽自己的绵薄之力。

专访 / 宏宇陶瓷市场管理中心推广专员 曾裕鸿

3月优秀员工

自从加入宏宇大家庭，我一直都很喜欢这个平台。这里有好的同事，更加有好的领导，宏宇这个大家庭真的很棒。我刚到宏宇什么事情都不太懂，都是他们一步一步的教导我，让我强大起来，从来都没有嫌弃我是门外汉。

加入公司近 1 年来，从一个对推广仅有一点点模糊理解的门外汉，到现在能以很好的心态灵活应变任何问题，还能对一般活动中的细节进行分析处理，整个过程离不开上级领导的认真教导和资深同事们的热心帮助，没有你们，就没有今天的我！

包括我们宏宇的经销商都是特别好，4 月份我到山东济宁协助经销商做开业活动，刚接到这个任务时我既兴奋又紧张，因为对于我来说这是一个新的挑战。但到了济宁后，我心里只有一个想法，做好自己该做的，把团队锻炼起来，尽自己最大的努力和济宁宏宇一起上到一个新高度。

在活动过程中，与宏宇家人一起奋斗拼搏，可以说在工作上忘记了自己是总部的，只是一心专注去做好这件事情，因此我很快就融入到团队里，切身体会到宏宇的温暖，我真的很喜欢宏宇这个大家庭。本次能评为优秀员工是我意料之外的事情，因为我只是做好我自己该做的事情。获得认可让我既开心又激动，但我想起一个长辈曾经对我说“受到表扬不能飘，要脚踏实地做好自己该做的。”

宏宇以人为本的企业文化使我们获益很多，我们也应该为公司的发展贡献自己的一份力量。这次能够当选优秀员工，是对我第一季度工作的肯定，更是对我以后工作的一种鞭策，我更应该严格要求自己，把自己的工作做得更好，维护好优秀员工的形象。在以后的工作当中，我将不辜负领导的期望，更加尽心尽职，努力工作，并不断学习提升自己的工作技能，用实际行动为公司的发展尽自己的绵薄之力。

4月优秀员工

专访 / 宏宇陶瓷内务部助销 王春花

很荣幸这次被评为“2018 年 4 月份的优秀员工”，我感到非常高兴，这既是公司对我个人工作能力的肯定，也是对我做好今后工作的一种鼓励。

虽然，这些年里我没有什么可炫耀的业绩，但在自己的工作岗位上始终兢兢业业，认真对待每一件事，多思考，多关注，尽心尽力开好每一份单，报好每一个车号，完成作为助销应做的每一件事情。在今后的工作中，我将更加出色的完成各项工作，不辜负公司和领导对我期望。

回顾加入宏宇公司这将近十年里，从一个对陶瓷销售仅仅有一点点模糊理解的门外汉，到现在不仅仅能熟练掌握公司的销售流程，还能对销售中遇到的突发事件灵活应对。当然，这都离不开上级领导的细致教导和同事们的热心帮助。在今后的日子里，我将秉承团结奋进的精神，不断努力学习。我想，所谓的优秀，最重要的一点就是要有一颗赤诚奉献的心，敢于行动，勇于面对，愿意付出，才有更多收获。

当选为优秀员工，这仅仅是我进步的起点。但这将是我今后工作的鞭策和动力，它将鞭策着我更加努力地完成公司的各项工作任务。认真地做好每一件事，尽心尽力地对待好每一位客户，保质保量完成每月的销售任务，努力提升作为优秀员工素质。在各级领导的带领下，为将宏宇打造成为陶瓷行业的一流企业奉献我的一份微薄力量！

荣耀速度
GLORIFIED DREAM

GLORIFIED DREAM

荣耀速度

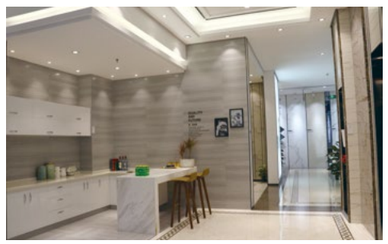
EXHIBITION HALL UPGRADE

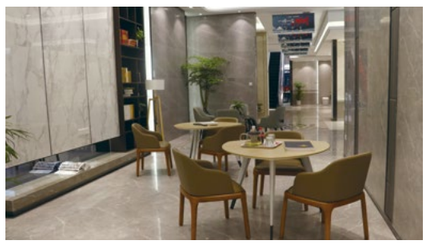
展厅升级

ZHEJIANG HANGZHOU

浙江杭州

总面积：2600 m²

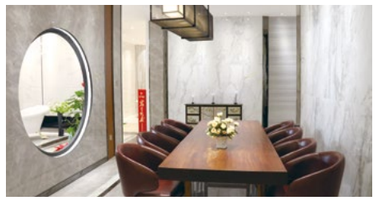


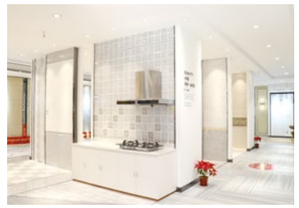


SHANXI YULIN

陕西榆林

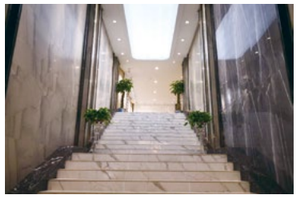
总面积：1200 m²

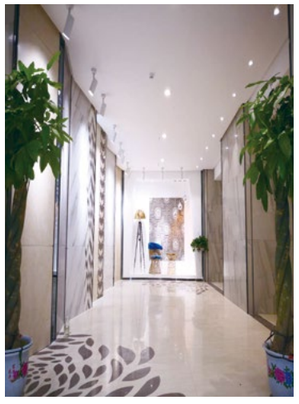




HENAN ZHENGZHOU 河南郑州

总面积：780 m^2





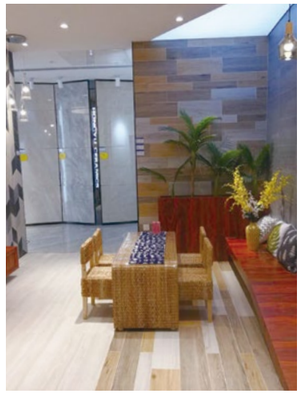
总面积：920 m^2

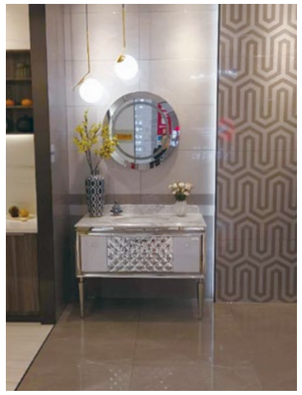
江西南昌 JIANGXI NANCHANG

HUBEI WUHAN

湖北武汉

总面积：800 m²





总面积：337 m^2

HEBEI TANGSHAN

河北唐山

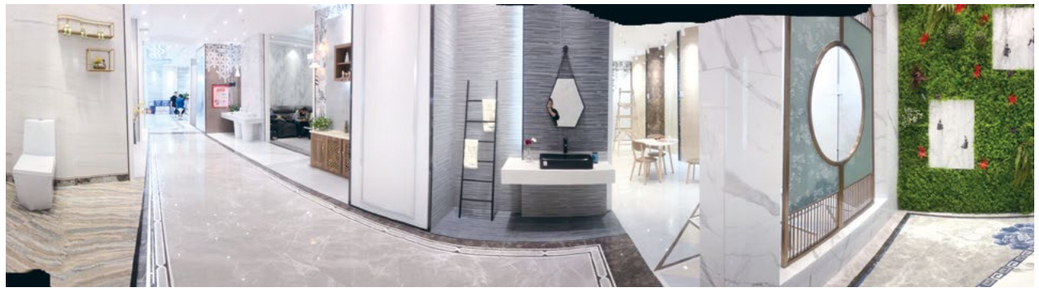
SHANDONG JINING 山东济宁

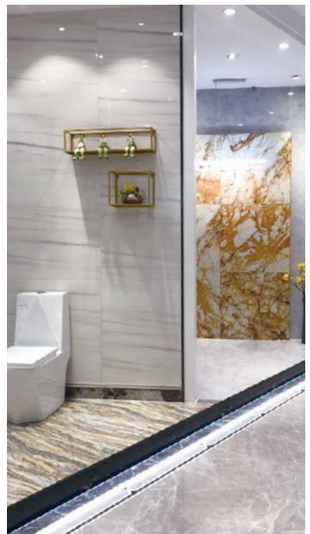
总面积：500 m^2

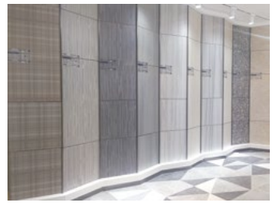
HEBEI LANGFANG

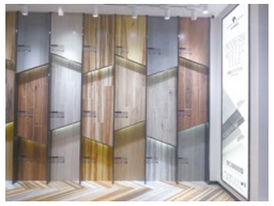
河北廊坊

总面积：310 m²

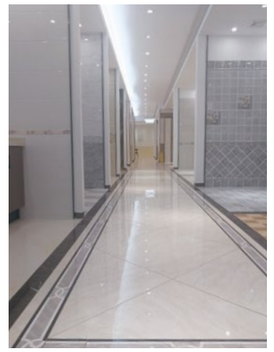


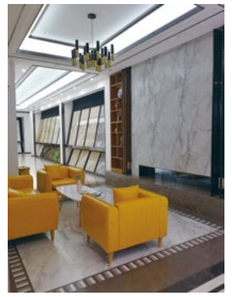






总面积：1000 m²





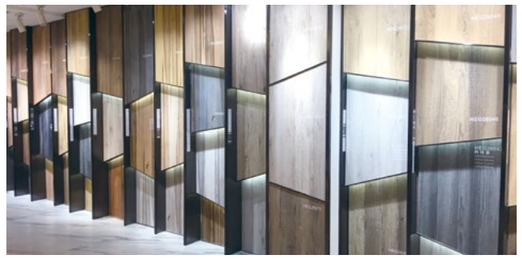
山西河津

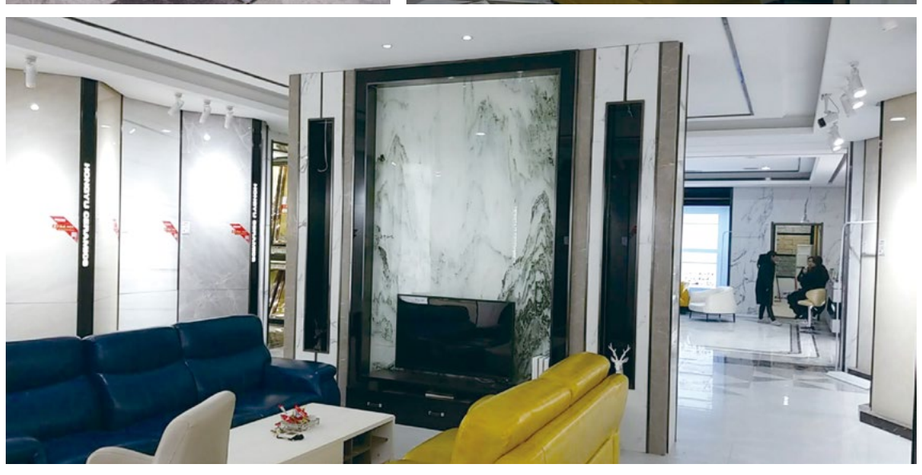
SHANXI HEJIN

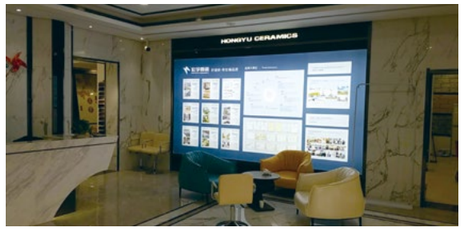
HEBEI LONGYAO

河北隆尧

总面积：230 m²



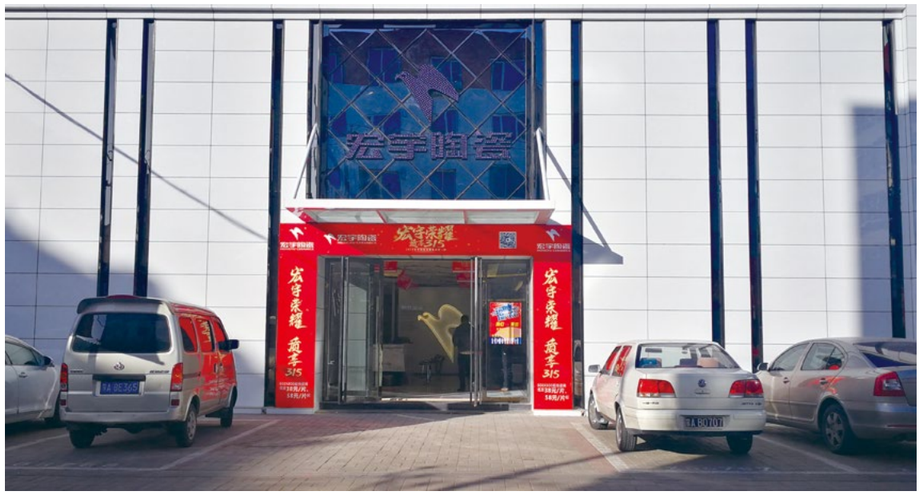


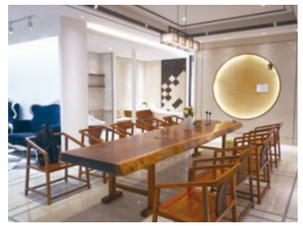


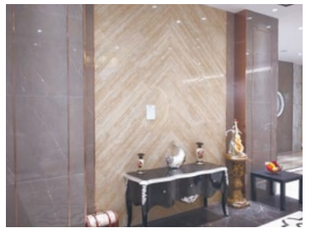
NEIMENGGU HUHEHAOTE

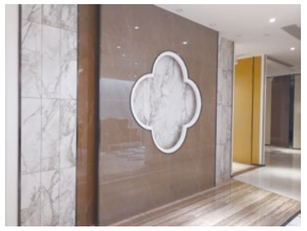
内蒙古呼和浩特

总面积：800 m^2





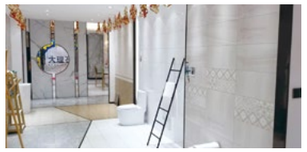
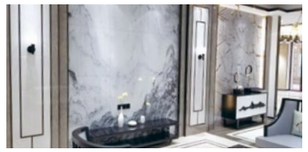




JIANGSU ZHENJIANG

江苏镇江

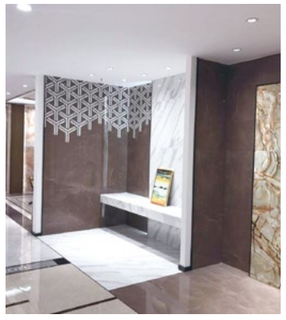
总面积：380 m^2

JIANGSU LIYANG

江苏溧阳

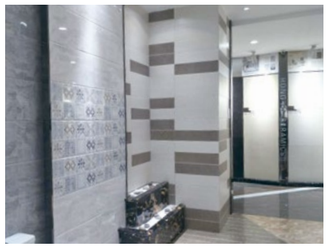
总面积：910 m^2

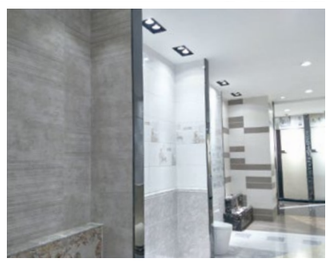


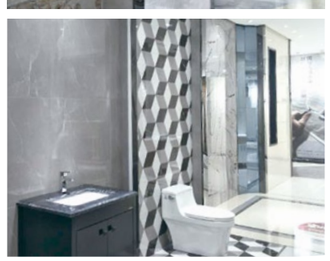
JIANGSU SHEYANG

江苏射阳

总面积：390 m^2



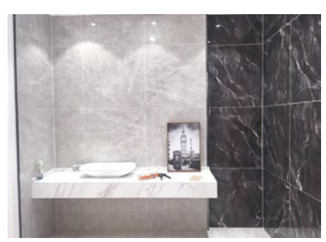




XINJIANG KUERLE

新疆库尔勒

总面积：460 m^2



SHANDONG QINGDAO

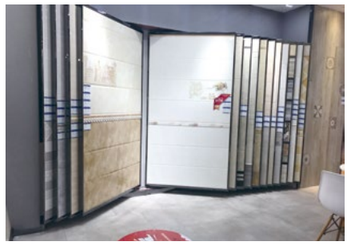
山东青岛

总面积：505 m^2

CHONGQING JUXIN

重庆聚信

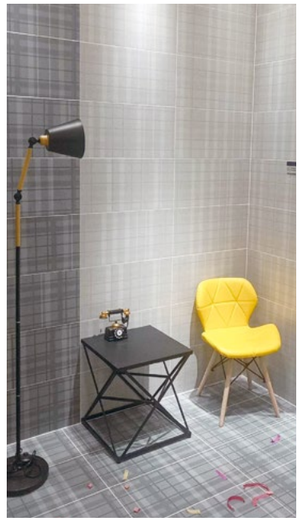
总面积：153 m^2



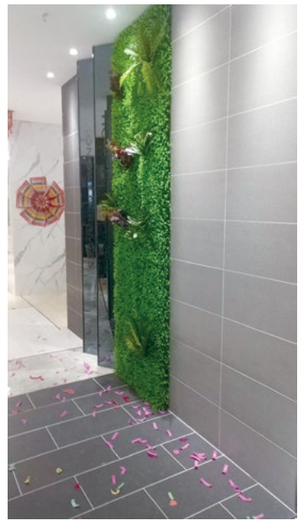
SICHUAN DAZHOU

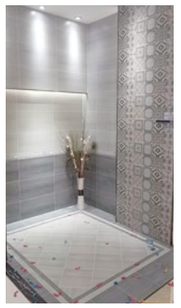
四川达州

总面积：220 m^2



总面积：400 m^2



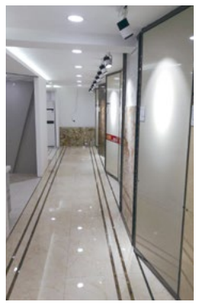


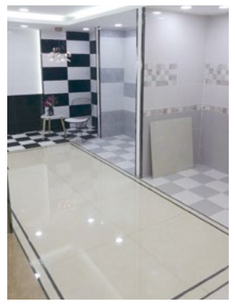
CHONGQING WUSHAN

重庆巫山

HEBEI GAOBEI

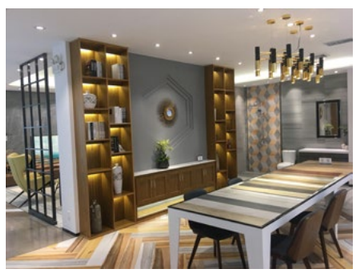
河北高碑 总面积：260 m^2





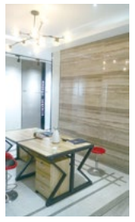
JIANGSU CHANGSHU

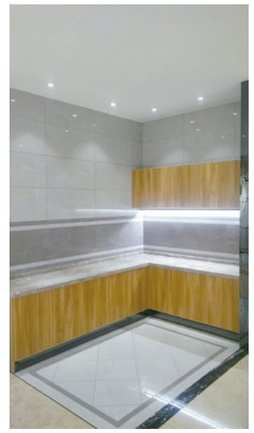
江苏常熟 总面积：295 m^2



SHANDONG DONGYING

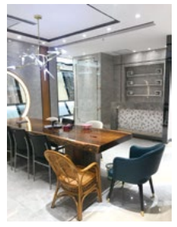
山东东营 总面积：402 m^2

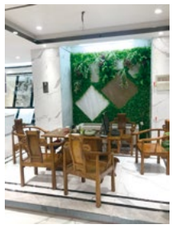




SHANDONG ZHAOYUAN 山东招远

总面积：400 m^2





荣耀中国
GLORIFY CHINA

GLORIFY CHINA
荣耀中国

荣耀中国

事件聚焦

深化品牌升级，赋能运营变革

高效高策，赢战 2018
2018 年第一届宏宇经销商区域峰会全国召开

宏宇荣耀 共赢大未来
2018 宏宇陶瓷第二届经销商区域峰会全国召开

强强联合 “宏”动中国
宏宇陶瓷携手东箭集团开启终端营销模式升级之路

终端动态

宏宇荣耀，质享 315
2018 宏宇陶瓷全国联动第一季赢取开门红

宏宇荣耀，51 欢乐装修季
2018 宏宇陶瓷五一家装活动全国火热举行

宏宇爱家日，有家更有爱
2018 宏宇陶瓷 520 爱家日活动全国上演

培训活动

宏宇荣耀 设享中国
2018 全国巡回培训盛大举行

宏宇新势力，荣耀新动力
2018 年新员工系列培训拉开帷幕

全面赋能，荣耀共勉
宏宇商学院 5 月提升培训会成功举行
宏宇企业文化及产品培训会议圆满举行

BRAND UPGRADING

深化品牌升级，赋能运营变革

2018 年，是宏宇升级发展的全新一年，在品牌总经理张永春提出的“深化品牌升级，赋能运营变革”重要战略思想指导下，5 月 4 日至 6 日，一场以“深化品牌升级，赋能运营变革”为主题的宏宇陶瓷核心经销商战略峰会在山东省济宁市隆重召开。此次战略峰会的召开，为经销商在终端运营赋能，强化经销商做强做好宏宇品牌的信心。

济宁站 JINING STATION

展厅战略，赋能营销新升级

纵观当下日益激烈的市场环境，如何大力抢占市场占有率，提升终端销售业绩，是每个经销商最为关心的话题。宏宇陶瓷根据目前市场竞争格局和行业发展趋势，始终以经销商为核心，积极变革、全方面、多渠道推进品牌战略升级。

其中，以近万方的宏宇总部“荣耀馆”升级亮相，极速锐变的宏宇新形象，高端大气的“创新展示”惊艳行业。在宏宇全新“简奢主义”展厅设计的标杆带领下，济宁宏宇 500 多平方米展厅以 40 天时间的速度重装焕颜。宏宇以高端的品牌形象，独特的产品展示，为消费者营造了更放松、更愉悦的购物氛围，更好地满足他们的个性化需求，提升了宏宇在当地的知名度，也开创了终端销售的新辉煌。

在活动过程中，与会经销商一同到当地新落成的“简奢旗舰店”参观。新形象、新产品、新气象，让经销商切实感受到展厅升级带来的巨大改变。

团队建设，掘金运营新价值

顺应当下市场发展趋势，宏宇陶瓷品牌运营变革已然刻不容缓。要打造良好的品牌形象，品牌要做大做强离不开公司化运营管理，这便需要终端各门店建立务实科学的人才管理制度，打造优秀的销售团队、专业服务的后勤保障团队。

在团队打造、公司化运营方面，宏宇全国各地市场涌现了不少优秀标杆。在大会上，济宁优秀经销商代表详细分享了该店从形象升级到公司化运营变革等一系列转型升级的重大举措，满满正能量与全场宏宇家人共勉，赋能终端。

宏宇陶瓷基于市场环境和消费升级打造的“展厅升级战略”，充分挖掘标准化运营管理体系的新价值，赋能端到端营销、服务和运营经验，从而实现经销商向品牌商角色定位的迭代升级。

荣耀宏宇，赢战 2018。在宏宇陶瓷全新品牌形象、简奢设计引领全国消费风尚的巨大浪潮下，“深化品牌运营，赋能运营变革”的战略峰会的强势召开，将鼓舞全体宏宇人在宏宇雄厚的发展基础上夯实前行，再创佳绩！

BRAND UPGRADING

深化品牌升级，赋能运营变革

深化品牌升级，赋能运营变革。6 月 14 日，宏宇陶瓷 2018 郑州财富论坛荣耀开启。宏宇财富精英共聚一堂，交流财富思想、分享财富智慧、共商财富大计。会议从品牌升级、运营变革以及结合终端的具体操作等开展细致探讨，加速推进宏宇终端战略的贯彻与实施。

宏宇荣耀，战略升级

2018 年，宏宇荣耀，战略升级。站在品牌发展的新起点，宏宇全面启动深化改革，着力从“深化品牌升级，赋能运营变革”进行全新一轮升级及拓展。

经过上半年的砥砺奋进，宏宇陶瓷已硕果累累。全国“百城千店”璀璨绽放，简奢设计引领终端消费，触发业绩一路飙升！其中，315、51、618 等全国联动促销期间，线上线下火力全开、“宏”动全国，销量增长领跑行业新高度……势不可挡的宏宇速度，再一次展示了震惊行业的“宏宇战略”。此次财富论坛的荣耀启幕，现场经销商都深切感受到宏宇深纵推进“荣耀战略”的决心和魄力。

郑州站 ZHENGZHOU STATION

品牌升级，惊艳众人

2018 年，在宏宇总部“展厅战略”引领下，宏宇全国各地终端市场涌现了不少优秀标杆，郑州宏宇经销商便是其中代表之一。会议期间，与会经销商们一同到郑州宏宇旗舰店参观，感受品牌升级带来的市场红利，交流公司化管理经验，全面提升终端运营能力。

极速锐变的宏宇新形象，高端国际范的“创新展示”惊艳众人。在宏宇全新“简奢”展厅的标杆带领下，相继改造后的专卖店如雨后春笋般拔起，引发全新一轮消费狂潮。

运营变革，赋能终端

运营变革也是宏宇品牌战略的重头戏。顺应当下市场发展趋势，品牌要做大做强还是离不开公司化运营管理。创建一支高效率、高水平的精英团队，从根本上加强团队凝聚力和执行力。会议现场，郑州经销商代表展示了该店从形象升级到公司化运营变革等一系列重大转型，正能量全场共勉。

宏宇荣耀，赢战 2018

在宏宇陶瓷全新品牌升级、简奢设计引领全国消费风尚的巨大浪潮下，这场“深化品牌升级，赋能运营变革”财富论坛的荣耀盛启，再次在宏宇雄厚的基础上夯实前行，厂商携手为宏宇大业再创佳绩，再越荣耀巅峰。

BRAND UPGRADING

深化品牌升级，赋能运营变革

武汉站
WUHAN STATION

赢战 2018，极速发力的宏宇陶瓷以势不可挡的“展厅升级战略”与“公司化运营”赋能变革，加速终端升级转型，为终端销售打开新局面。

6 月 17 日，一场以“深化品牌升级，赋能运营变革”为主题的宏宇陶瓷 2018 武汉财富论坛在湖北武汉隆重召开。区域经销商齐聚一堂，从品牌升级、运营变革以及结合终端的具体操作等开展细致探讨，共创宏宇财富之路。

品牌的腾飞，离不开宏宇厂商携手共建共享、奋斗共赢。在本次论坛中，武汉优秀经销商代表分享了关于店面形象升级、深化渠道变革、优化服务体系等方面的成功经验。从根本上加强团队凝聚力和执行力，树立标杆形象，以点带面，全面推动终端走上转型升级之路，正能量全场共勉。

宏宇品牌全面启动深化改革，加快专卖店标准化的步伐，塑造宏宇形象向稳重、高端、国际化转变，用高端雅致的店面进行产品展示，提升品牌实力。从店面、团队、渠道结构、销售结构、推广等方面赋能终端运营变革，加速终端升级转型，为终端销售创造更多新爆点。

全新店面升级，赋能消费增长

2018 年上半年，宏宇全国“百城千店”璀璨绽放，涌现新一批优秀标杆，武汉宏宇经销商便是其中代表之一。会议期间，经销商们一同到武汉宏宇陶瓷旗舰店进行观摩学习，分享和交流关于店面升级，提升品牌价值，贯彻品牌战略等多方面的方法和经验。

1000m² 的武汉“雅奢店”经过夜以继日的奋战，装修耗时仅用了 44 天。极速锐变的宏宇新形象，大力提升了店面的进店率和成交率，同时增加了终端的销售信心，为日后门店的经营发展带来更高更有效的保障，引发全新一轮消费狂潮。试营业活动落地，现场签单回款不断，以实际行动验证了宏宇速度。

品牌战略转型，极速助力腾飞

经过上半年的砥砺奋进，无论是从品牌，产品、还是终端推广上，宏宇都取得质的飞跃。在宏宇陶瓷全新品牌升级、简奢设计引领全国消费风尚的巨大浪潮下，宏宇陶瓷 2018 年武汉财富论坛荣耀起航，加速终端升级转型，全速发力助推品牌腾飞，厂商携手再创宏宇荣耀新篇章！

HIGH EFFICIENCY AND HIGH POLICY

高效高策，赢战2018

2018年第一届宏宇经销商区域峰会全国召开

从作坊式到产业化再到品牌化，建陶行业迎来了品牌时代。与此同时，新经济消费升级掀起了行业新一轮转型浪潮，促使建陶行业的变革呈现加速之势。而品牌商与经销商深度融合的合作模式也在建陶行业强势崛起。

3 月 6 日至 10 日，宏宇陶瓷在生产一线全面复工之际，召开了以“聚力 315 共赢大未来”为主题的 9 场 2018 经销商区域战略峰会。每一场会议持续三天，云集全国各地经销商，传达新政策、开启新方向、展望新未来。

7大纲要，明确方向

本次峰会的召开，宏宇陶瓷高层领导就 2018 年发展规划作出了详细解析，高度概括为“1 建设 +2 统一 +3 标准 +1 设计营销”。该七大纲要主要表现在以下几个方面：第一，制定科学化的团队机制，打造学习型团队；第二，统一产品策略与终端形象，建立一致化的营销体系；第三，产品展示标准化，区域管理规范化，渠道建设立体化；最后，完善驻店设计师、设计工具双重设计服务力。此外，峰会上全员探讨了品牌与终端运营实际问题及解决方案，增强了经销商与宏宇陶瓷合作的信心。

高效高策，赢战2018

新政策的出台对建立更规范化、可管可控的营销管理体系给与了明确的方向，这对于宏宇品牌战略升级起到了至关重要的作用，解决了经销商上在消费升级时代背景下的转型困境，帮助经销商改变传统经营模式，将推动终端销售由传统走向系统化经营。

新时代、新消费带来了新机遇、新挑战，这要求我们交出发展的新答卷，以“聚力 315 共赢大未来”为主题的经销商区域峰会联动各方，聚集力量合力共谱终端营销模式升级新篇章，共同打造大未来。

HONGYU GLORY

宏宇荣耀 共赢大未来

2018宏宇陶瓷第二届经销商区域峰会全国召开

深耕细作，聚势谋远。5 月 7 日 -12 日，“宏宇荣耀，共赢大未来”2018 宏宇陶瓷第二届全国峰会在华东、华南、华北、华中、东北、西南、西北等各大区域相继召开，宏宇陶瓷高层领导与各地优秀经销商共聚一堂，探讨营销创新变革策略。

赋能终端，运营突破

在第二届峰会上，宏宇陶瓷高层领导为各地经销商分享品牌发展稳中求进的态势，并强调宏宇将通过专卖店形象升级、渠道立体化发展、公司化运营管理打造核心竞争力，从产品系统、服务系统、营销系统三方面打造差异化营销，全方面系统地为经销商赋能，助力经销商抢占市场先机快速发展。

峰会上，宏宇陶瓷商学院打造的线上营销学院隆重上线，从“产品直通车”、“金牌店长修炼”、“立体化渠道建设”、“导购练兵场”四大板块为全国经销商提供详细的公司化运营技巧，助力经销商打造强势终端。

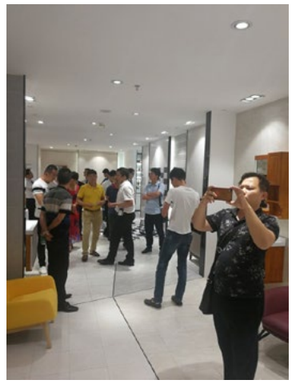
与时俱进，共享红利

宏宇陶瓷实现品牌腾飞的同时，带动了经销商快速发展，涌现出一大批优秀的经销商。在第二届峰会上，各地优秀经销商代表积极分享店面升级、公司化运营、渠道推广成功经验，互相提升打造强势终端。

第二届峰会还针对各区域的市场情况做了全面的分析，对 2018 年下半年的发展和改革措施进行了深入探讨，出谋划策，积极布局，寻找快速发展突破口。

与会同时，经销商也到当地的宏宇旗舰店进行参观，深入学习公司化运营和店面管理的经验。高雅简奢的宏宇旗舰店带给了一众经销商最直观的感受，亲身体会到了专卖店形象升级和公司化运营带来的巨大变化，经销商纷纷表示要与时俱进“把握机遇，乘势而上”，跟上公司的发展。

宏宇荣耀，共赢大未来，本次全国区域峰会的强势召开，极大地增强了经销商们的信心，为经销商的快速发展奠定了基础，创造了有利条件。未来，宏宇陶瓷与经销商携手同行，共同发力，再续宏宇新的荣耀。



STRONG JOINT

强强联合 “宏”动中国

宏宇陶瓷携手东箭集团开启终端营销模式升级之路

5 月 19 日，宏宇陶瓷杭州“荣耀馆”开业仪式在恒大国际建材家居博览中心盛大举行。浙江省装饰协会代表、宏宇集团领导代表、宏宇陶瓷领导代表、东箭集团董事长陈杭闽、东箭集团副总裁姚建琴等领导出席了此次开业典礼，并上台启动开业大门，宣布宏宇陶瓷杭州“荣耀馆”正式开业。

宏宇陶瓷杭州“荣耀馆”，不仅仅是宏宇“百城千店”终端专卖店形象升级过程中涌现出来的新标杆，更是宏宇陶瓷 2018 年在浙江区域开启的重要战略动作之一。而早在今年 3 月初，宏宇陶瓷就与中国最大建材流通商之一东箭集团正式达成战略合作关系，宣布东箭集团成功成为宏宇陶瓷浙江省总代理，并于杭州成立浙江运营中心。

携手东箭，共谋终端发展新生态

依托宏宇集团的雄厚实力，宏宇陶瓷根植佛山，21 年来坚守匠心锤炼品质。从生产原料精挑细选到品质严格管理，从引进国际先进设备到技术研发创新，从品牌发展战略到终端品牌服务，始终坚持为消费者提供更好的产品和服务，以高品质创造更高的社会价值。

作为中国陶瓷行业的领军品牌之一，宏宇陶瓷生产实力雄厚，拥有两大生产基地四大工厂，生产的产品涵盖玉瓷砖、瓷抛砖、大理石瓷砖、全抛釉、抛光砖、仿古砖、内墙砖等多品类。

同样创建于 1997 年的东箭集团作为中国家居建材最大流通商之一，经过 20 余年奋力发展，现在浙江省拥有自营门店 130 余家，在辖区内拥有分销商 300 余家，同时先后进驻天猫、京东、当当网、亚马逊等知名电商平台，并相继开设 87 家店铺，营业面积达 60000 平方米，拥有丰富的建材产品销售与服务经验，致力为消费者提供便捷的一站式购物环境。

从产品采购到产品销售、仓储管理，再到物流配送、安装维修和加工厂服务，东箭集团形成了一套完善的自有建材销售、第三方仓配体系和家装售后市场服务体系，这为宏宇陶瓷在杭州实现品牌化、专业化、服务化的终端体系提供良好条件。

宏宇陶瓷与东箭集团强强联合，将以大浙江为基地进行终端销售模式的升级换代，力争打造出大浙江第一陶瓷品牌、第一瓷砖销售平台。

布局渠道，树立终端服务新标杆

在 80、90 后新生代消费群体的一站式快捷消费的需求驱动下，建陶行业正逐渐融入大家居体系。建陶行业产销一体化的运营模式，也正在逐步向品牌、渠道、服务专业化以及厂商服务一体化的趋势发展。

为适应市场变化，宏宇陶瓷也在重新布局渠道，通过导入全新的标准化展厅系统、产品应用展示系统、家居设计营销系统，同时优化终端产品架构，打造 360°品牌传播矩阵，建立完善的售后服务体系，升级品牌运营方式。

而东箭集团打造的第三方仓配体系（尚家供应链）、家装售后市场服务体系（尚家服务），与宏宇发展需求形成资源互补。双方携手，充分发挥各自优势，以大浙江省作为起点，助力终端运营模式升级转型，树立中国陶瓷行业服务新标杆。

宏宇陶瓷品牌总经理张永春表示：“渠道的布局，终端运营模式的升级，是一个重点突破的领域。宏宇陶瓷此次与东箭集团合作，将进一步加速提升宏宇终端运营的能力，实现宏宇陶瓷产品从中端走向高端，终端销售模式从传统走向系统化运营。”

“宏”动中国，赋能营销运营新未来

矗立于杭州恒大建材市场的宏宇陶瓷“荣耀馆”，占地面积 2600 ㎡。店面装修延续宏宇总部荣耀馆的“简奢”风格理念，以雅为度，简而不凡，奢而不夸。并以客户体验为中心，在产品展示、空间应用、家装美学等方面进行设计升级，让消费者用一种全新的方式探索体验和享受高品质之家。高品质的产品定位，简奢有范的形象输出，成为宏宇发展大浙江市场的强大动力。

杭州“荣耀馆”作为宏宇陶瓷和东箭集团联合建立的家居建材平台，是宏宇陶瓷渠道布局、终端运营模式升级的重点突破，也是全方位推进渠道升级变革的经典范例。同时，在“展厅战略”的奋斗目标指引下，不断颠覆、不断超越的宏宇，正在专注于以满足消费者需求为核心，为消费者的瓷砖消费全过程提供高质量和高效率的专业化服务。

更加主动地融入到整个家装产业链中的宏宇陶瓷，也将用消费体验赢得消费潮流，实现产品从中端走向高端，由产品营销到家居空间整体解决方案转变，完成由单向价格驱动向多维价值驱动升级，开创宏宇荣耀的新未来。

HONGYU GLORY

宏宇荣耀，质享315

2018 宏宇陶瓷全国联动第一季赢取开门红

经过市场的长期培育，315 已经成为仅次于五一、十一的家装建材促销爆发点。作为开年首场联动大促，宏宇陶瓷利用品牌自身优势，联合全国各地经销商整合促销资源，为消费者带去更多的实惠。活动期间，全国各地专卖店全力以赴、火力全开，有效拉升了区域销售，实现第一季度销售业绩开门红。

总部牵头，特惠之“最”

作为宏宇新年开春重头戏，本次 315 全国联动促销由总部精心策划，以全面铺开的巨大势能撼动市场。借力品牌优势，锁定精准人群，让全国联动的实惠消息传进千家万户，一心只为向消费者传达宏宇品牌的实惠和保障。

FASHION HOUSE DRESS

THE BEST QUALITY

时尚家装，体验之“最”

为了满足消费者多样化需求，提升消费体验，从 2017 年底开始宏宇在全国掀起展厅形象升级改造热潮。第一批改造完成的店面以新的形象、新的产品、新的服务迎接广大客户，刷新了宏宇在消费者心中的认知，获得了消费者的热烈点赞。新装上市的门店客流量显著增加，成交率和客单值也大幅增长。

匠心宏宇，品质之“最”

新年新气象，宏宇推出展厅形象升级战略目的在于通过提升产品展示方式，将宏宇的产品的质造之高，品质之美呈现给广大消费者。未来，宏宇陶瓷将以匠心精神为坚挺脊梁，走以质取胜、标准引领、品牌带动的发展之路，助力终端消费无忧。

值得一提的是，为了 315 全国联动活动的顺利开展，本次活动宏宇总部派出市场管理中心的推广团队组建“超级战队”，为终端提供最专业的营销战术和定制化协助服务，助力终端赢战首场促销大战，效果显著。

HAPPY DECORATION

宏宇荣耀，51欢乐装修季

2018 宏宇陶瓷五一家装活动全国火热举行

每逢佳节，必有爆款，今年五一，注定是属于新消费的狂欢。今年五一家装活动，宏宇陶瓷营销再升级，与经销商体系深度融合，全面打造一体化营销，在全国开展“欢乐装修季”联动活动，为全国消费者呈献一场高品质的欢乐盛宴！

欢乐装修 欢动全国

宏宇陶瓷作为中国建陶行业中的领军品牌之一，针对今年五一小长假提前进行了周密的部署，再掀五一家装特惠大战。据悉，本次五一佳节，宏宇陶瓷以钜大的惠民力度，为全国消费者提供更优质、更高性价比的产品，向全国消费者奉献了一场精彩纷呈的瓷砖盛宴，让广大消费者把健康、舒适、欢乐带回家。

品质消费 再创荣耀

消费升级的大背景，建陶行业对品质、设计的需求日益增长。作为高品质瓷砖的缔造者，结合这次五一家装活动，宏宇陶瓷的产品吸引了无数客户，现场人气火爆，好评如潮，全国各地气势如虹，刷新销售新记录。

本次五一活动再次在全国引爆消费热潮，再次赢得了千万家庭的共同选择，未来，宏宇陶瓷将为消费者带来更多好产品与好服务，与全国经销商齐心协力，共同努力建立与消费者的全新沟通方式，为消费者提供高品质的生活方式，做一个全国消费者满意的品牌，再登宏宇荣耀新巅峰。

LOVE HOME DAY

宏宇爱家日，有家更有爱

2018 宏宇陶瓷 520 爱家日活动全国上演

在“520”这个时髦化、年轻化和充满爱意的节日里，线上网购火爆，线下结婚扎堆已经成为了一道靓丽的风景线。在充满爱意的五月，宏宇陶瓷于 5 月 6 日至 5 月 20 日，展开了“520 宏宇爱家日”联动促销活动，掀起一场打造温馨家居的购砖热潮，为广大消费者带来一场高品质高性价比的钜惠风暴。

宏宇爱家日，“宏”动全国

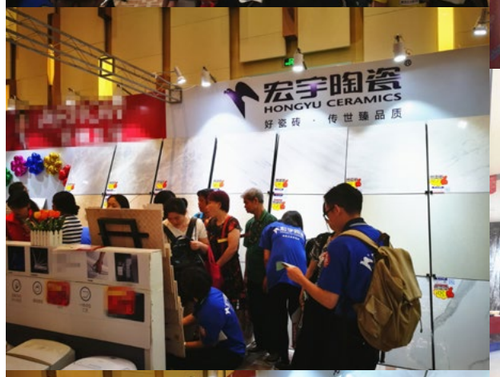
520 宏宇爱家日活动，摒弃传统单一营销模式，在结合实际情况的基础上，改革创新活动模式，通过把产品融入情景，做有温度的产品，引起客户的情感共鸣，备受消费者瞩目和喜爱。

品质体验，引发消费共鸣

宏宇陶瓷以提供高品质产品为初心，坚持技术创新升级与品质把控，实现“好瓷砖·传世臻品质”的产品价值。通过营销升级和服务升级，全面提升客户体验感和满意度，给消费者带来不同以往的优质消费体验。

简奢风尚，设计有爱空间

宏宇致力于用消费体验引导消费潮流，不断升级、不断探索，以当下流行的简奢设计美学理念打动消费者，给家庭装修带来更多设计灵感。



此次“520 宏宇爱家日”，让品牌更有温度，让瓷砖成为可以“传世的礼物”。本次活动，宏宇陶瓷收获了消费者的高度认同，品牌的影响力节节攀升，为经销商合作伙伴实现动销创造了良好的环境，也为持续深耕渠道创造了更多可能。

HONGYU CERAMICS GLORY FUTURE

宏宇荣耀　设享中国

2018 全国巡回培训盛大举行

荣耀接力，聚势打 Call

本次全国巡讲，数千名终端学员纷纷积极响应，掀起一轮宏宇学习狂潮。通过一系列系统培训，学员们强烈表示：“满满都是干货，绝对有收获！”对学员而言，这是 2018 年开年以来感悟最深的一次学习之旅，无论是培训内容，还是培训形式，都让终端家人们深深感受到宏宇全新一轮的变革新风貌。

7 大金牌讲师共接力

本次是宏宇 2018 开年首场终端培训，宏宇商学院营销分院副院长携多位资深金牌讲师在全国进行巡讲培训，从《品牌实力》、《产品核心竞争力》、《销售技巧》、《导购技巧》等多个方面进行全方面培训，全面发力，助力经销商抢占终端市场，一起分享“宏宇荣耀战略”红利。

10 大课程齐助威

从 3 月 27 日起，全国终端 10 大站点巡回培训隆重拉开帷幕，培训围绕从“品牌、产品、设计、风格、应用、营销”等十大课程，全方位、多维度展开，为全国经销商出谋划策，助力赢战 2018。

超千款潮流新品解读

专业导师针对宏宇创新推出的“荣耀大板”、“荣耀大理石”、“荣耀现代仿古砖”、“玉瓷砖”等系列产品，从花色到空间、从属性到工艺、从引客到留客等方面详细讲授，为销售精英们分析产品的核心竞争优势，打造差异化营销，助力终端赢战市场。

设计营销引领消费潮流

本次巡讲，通过圆方设计营销软件特训，让学员熟悉设计技巧，快速独立完成全屋户型设计方案，深化终端服务升级体验，强化产品在空间的灵活应用，满足客户对产品个性应用和家居设计需求，将开创设计引导消费的新一轮时代潮流。

如今，中国建陶行业缺的不是品牌，缺的是成熟的标准化运营和终端服务。随着国内建陶行业不断发展以及行业竞争加剧，终端门店和市场对品牌商的要求进一步提高。而终端门店不能仅仅坐等销售，而是要不断与品牌商默契配合，成为建陶品牌的产品专家，与时俱进了解市场动态、目标用户需求及他们的消费习惯变化，才能为消费者提供最佳的整体空间解决方案。

针对终端经销商急需所缺，助力终端门店聚力前行，赢战市场！ 3 月 27 日——4 月 15 日，“宏宇荣耀 • 设享未来——宏宇陶瓷 2018 年全国巡回培训暨 5•1 全国联动启动会”在全国成都、佛山、杭州、济宁、兰州、南京、太原、唐山、武汉、长春 10 大城市举行，来自全国各地的核心经销商共同参加了本次活动。

NEW POWER OF NEW FORCES

宏宇新势力，荣耀新动力

2018 年新员工系列培训拉开帷幕

为保证新员工迅速适应工作环境，熟悉业务技能，尽快投入工作岗位，从 2018 年开年伊始，宏宇陶瓷特定在每月上旬开展为期三天的新员工培训工作。截至目前，新员工培训已圆满完成三期。

新员工培训学习内容涵盖公司规章制度、品牌实力、产品分析、工厂参观等，从理论到实践、从企业文化到专业技术，多元化的课程组合，专业化的讲师团队，让学员层次深入感受宏宇陶瓷品牌力量的崛起与奋进。

理论学习
从企业文化到专业技术
讲述宏宇品牌崛起

宏宇陶瓷历经二十一载风雨发展，辉煌的文化积淀造就了品牌的高速发展。宏宇市场管理中心培训部讲师以宏宇发展历程和主要产品为主线，通过简洁的语言和有趣的现场展示，为学员深入地讲解和分析《宏宇品牌核心竞争力解读》、《荣耀大理石瓷砖系列》、《宏宇产品编码规则》等课程。学员积极参与到提问等互动环节中，整个课堂氛围生动有趣。

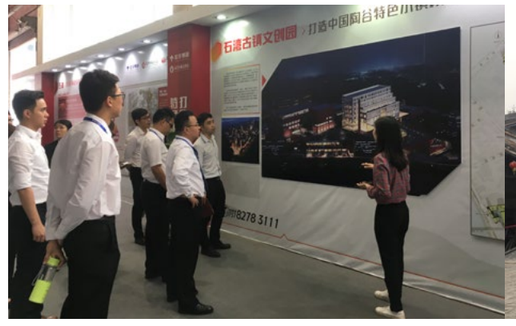
实践体验
清远生产基地学习体验

要想全面了解宏宇陶瓷，只有理论知识是不够的，同时需要深入生产一线，亲眼领略宏宇实力的强大。

清远生产基地是目前宏宇配备最齐全，设备最现代化，管理最完善的超大规模产品生产制造基地。拥有亚洲首屈一指的百万平米成品仓、自建独立变电站等现代化设施，投入巨资引进一系列国外先进技术设备……一系列的超大化规模和成熟的生产链，都让学员倍感震撼和自豪。

文化体验
文创园与南风古灶参观体验

为了让学员更好地认识宏宇文化和石湾陶瓷，特地组织了一场别开生面的文创园和南风古灶参观之旅。从陶瓷历史到石湾人文，从古灶风情到宏宇发展，多层次发散“南国陶都”的魅力。学员通过参观，深刻了解宏宇集团把陶文化的旅游、文化、创意、设计等元素与产业高度融合，是产业与人文融合发展的重要体现。



COMPREHENSIVE PROMOTION OF SKILLS

全面赋能，荣耀共勉

企业发展，人才是关键。当前，宏宇陶瓷正处于转型升级阶段，宏宇品牌在狠抓队伍结构调整、深化改革举措的同时，坚定推动人才战略的实施，把人才培养、特别是高端人才的培养作为一项重要工作全力推进。

宏宇商学院
5月提升培训会成功举行

5 月 28 日 -29 日，宏宇陶瓷营销总部举行了《全面赋能 • 荣耀共勉》营销培训，宏宇营销中心、市场管理中心等全体精英积极参与，通过一系列专业课程学习，提升营销系统核心管理能力和专业技能，从营销总部到全国终端体系全面赋能，打造宏宇强势之师。

本次培训为大家重点分析了新产品优势和技术核心，还从宏宇新店建设、618 全国联动促销、线上商学院、4D 领导力应用等多方面展开，从产品、管理、营销等维度全面赋能，打造宏宇精锐之师，为品牌注入强劲发展动力。

宏宇企业文化及产品培训会议
圆满举行

4 月 28 日，宏宇集团组织开展了一场企业文化及产品知识培训，培训由集团副总经理欧家瑞亲自授课。

在培训会开始前，学员们首先进行了宏宇企业文化考核。随后，欧总分别从陶瓷生产知识、宏宇差异化产品两方面，通过图、文、视频、产品展示等方式，全方位、系统化地剖析超耐磨高硬度全抛釉陶瓷砖、石抛砖、水印图案瓷砖、透光“玉瓷砖”四个差异化产品的核心技术和主要优势，并对学员的疑问进行了解答。

本次培训多方面、深层次地帮助企业员工巩固企业文化知识，强化产品知识，提升员工的综合素质能力，志在打造一支专业的品牌团队。

GLORIFIED EXPRESS 荣耀快报

荣耀快报

全力以赴奏响 2018 宏宇荣耀
2018 年宏宇陶瓷精英开年拓展训练举行

荣耀加冕
宏宇实力问鼎“六连冠”

荣耀至极
宏宇再度狂揽三项“奥斯卡”大奖

实力铸荣耀
宏宇陶瓷获“碧桂园优秀供应商”称号

见证品牌的力量
宏宇连续 15 年蝉联“广东省名牌产品”

荣耀快报 GLORIFIED EXPRESS

NEW POWER OF NEW FORCES

全力以赴奏响2018宏宇荣耀

2018 年宏宇陶瓷精英开年拓展训练举行

“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”！ 2 月 27 日 -28 日，在结束长假全面复工之际，宏宇陶瓷全体员工到广州黄埔军事基地进行 2018 宏宇陶瓷精英拓展训练，向军队学习“执行力”和“团队作战力”，着力打造一支高执行力、高效务实的精锐之师。

本次拓展训练还通过多项团队挑战项目来深化团队的执行力和凝聚力，提升学员的开拓意识和综合战斗力。

穿越电网
找准位置，群策群力助通关！

好胜与莽撞都将遭遇淘汰，只有依靠团队的力量才能顺利完成任务。场上的宏宇铁军，沉着应战，有条不紊地穿过一个个电网，安全顺利地完成任务！

罗马炮战
有效分工，协调统一战沙场！

严密的部署分工与资源调配，各小组在短暂的头脑风暴后搭建起一部坚固实用的罗马炮架，各岗位队员积极配合并迅速投入战斗，发射炮弹攻击目标，赢取战争的胜利。

15 公里拉练
身心的双重考验，坚持就是胜利！

天没亮就出发，即便路上有过无数次想放弃的念头，但我们是宏宇战队，掉皮掉肉也不掉队，以超强的意志坚持下去，从天黑走到天亮，从胜利走向胜利。

毕业墙
披荆斩棘，同心戮力越障碍！

面对垂直的 4 米高墙，宏宇铁军毫不畏惧，组建人梯助力全体队员成功翻越。这过程，主梯副梯毫无怨言，不惜以己之肩为踏脚石，只为团队的成功贡献出自己的一份力量！

鼓舞飞扬
明确目标，团结一心奏凯歌！

为了实现同一个目标，为了完成共同的任务，为了奏响最美的胜利乐章！在这里，宏宇铁军同心同德，紧拉手绳颠起小球再一次展现出高超的团队精神。

团结就是力量，力量铸造希望。2018 将迎来宏宇进一步的深化升级，当中不可避免地会遇到很多的困难阻扰，藉开年拓展的机会，宏宇厉兵秣马，以高标准、严要求锤炼出一支支更加团结、拼搏、专业的铁血战队。2018，宏宇铁军将锐意前行、“犬”力以赴投身到严酷的终端战场中，相信必定能在市场洪流中突围而出，以开门红姿态迎接未来更多的挑战！

CORONATION OF GLORY

荣耀加冕

宏宇实力问鼎“六连冠”

2018 年 3 月，由中国建筑材料流通协会主办，中国陶瓷家居网、中国建材流通协会陶瓷卫浴经销商委员会承办，“行业两会 品牌盛典”2018 中国建筑卫生陶瓷品牌大会暨第三届全国陶瓷卫浴经销商大会（被誉为“行业两会”）在北京全国政协礼堂隆重举行。会上揭晓了被誉为行业百花奖的 2018 第七届中国建筑卫生陶瓷品牌榜，并对行业做出突出贡献的企业和个人举行表彰，并授予其行业最高奖项。 宏宇陶瓷凭借强大的产品实力和品牌优势，再获“陶瓷十大品牌”和“大理石陶瓷十大品牌”两个奖项，4 位经销商获得个人大奖。

荣耀加持
品牌发展势如破竹

宏宇陶瓷获颁 “陶瓷十大品牌”奖项是对其始终保持工匠精神，将品牌发展镌刻在时代的进程，以匠心追求卓越品质的肯定。此外，宏宇陶瓷推出“简奢设计风格”，以雅为度，简而不凡，奢而不夸。设计精致，格局明亮通透，高端大气又不失时尚。宏宇陶瓷的全新风格有效满足广大消费者更高端、更多元化的高品质需求，引领行业创新发展的新趋势。未来，宏宇将通过自身不断的转型升级，为客户和消费者提供更优质的产品和服务。

荣耀新品
产品实力获得认可

荣耀大理石瓷砖是宏宇陶瓷在 2017 年推出的年度巨作，该产品包含臻藏大理石瓷砖、柔光大理石瓷砖、纯平大理石瓷砖、经典大理石瓷砖系列，以世界知名大理石样本为创作源泉，紧抓现代家具生活的潮流趋势配合世界顶级先进技术，通过不断的科技研发，还原自然理石气质，与时俱进，精益求精。因此，荣耀大理石瓷砖系列深受经销商、设计大咖、广大消费者的喜爱。本次荣获“大理石瓷砖十大品牌”的殊荣既是对宏宇科技研发实力的认可，又是对荣耀大理石系列的赞扬。

荣耀人物
树立终端销售榜样

在宏宇陶瓷快速发展的背后，是宏宇人坚持不懈的奋斗。面对瞬息万变的市场，宏宇陶瓷涌现了一批表现卓越的经销商披荆斩棘，一路前行，用自己的青春和汗水铸就宏宇陶瓷的新辉煌，成功开辟了一片专属于宏宇的荣耀天地。

在 2018 第三届全国陶瓷卫浴经销商大会的表彰典礼上，宏宇广州经销商林金顺和宏宇承德经销商孙书武分别以优异的成绩收获“全国十大陶瓷经销商”的美誉。

宏宇河津经销商王飞和宏宇海宁经销商徐云山通过各自不懈的努力，在众多经销商中脱颖而出，荣获“中国陶瓷经销商特别贡献奖”，他们的光辉业绩将永远铭刻在宏宇发展的里程碑上。

不忘初心，砥砺前行。本次宏宇厂商携手共同问鼎“六连冠”，即是对宏宇过去成绩的肯定，也是对宏宇未来发展的激励。在今后的发展道路上，宏宇陶瓷将继续发挥产品与品牌优势，在坚守卓越品质的同时，不断研发创新，引领陶业发展方向，为消费者提供满意的产品，创造更加辉煌的社会价值。

THE GREATEST GLORY

荣耀至极

宏宇再度狂揽三项“奥斯卡”大奖

3 月 28 日下午，被誉为行业“奥斯卡”的第 14 届中国陶瓷行业新锐榜颁奖盛典在佛山举行，会上宏宇陶瓷一举斩获“年度优秀产品”、“年度优秀展厅”、“优质服务供应商”三项大奖，成为当晚最受瞩目的品牌之一，可谓实至名归。

21年质造创新
年度优秀产品实至名归

宏宇陶瓷 21 年来坚守产品品质，坚持产品创新，为消费者长期稳定地提供高品质产品，本次荣获“年度优秀产品”的“宏宇荣耀大板”，是宏宇 2018 年初创新推出的形象产品，瓷砖花色新颖，纹理自然立体，规格突破传统局限，上市不久，成为设计师们的“新宠”，也深受广大消费者的喜爱。

年度优秀产品

宏宇荣耀创新
简奢风格引发消费风潮

获得“年度优秀展厅”的荣耀馆是宏宇陶瓷在品牌转型升级战略下的杰作，其整体呈现现代简约、时尚大气的气质，通过创新的“简奢”设计风格，将空间美学和功能应用完美结合，使生活空间更加雅致、精奢、时尚、潮流，更符合现代家居生活。

2018 年初，宏宇陶瓷积极推进“荣耀展厅战略”，在“荣耀馆”的效应下，全国近千家终端专卖店全新形象升级，引导行业潮流趋势的同时，引发全新一轮的消费狂潮。

年度优秀展厅

大牌强企联合
实力攀登行业鼎峰

宏宇陶瓷凭借强大的品牌实力和高品质的产品，与碧桂园、融创中国、新城控股、雅居乐、朗诗寓、大唐地产等 500 强房地产商达成战略合作伙伴，成为优质材料供应商，强强联合，打造了众多高端商业、住房项目，赢得了合作伙伴的一致肯定与赞誉。本次揽获第十四届中国陶瓷行业新锐榜“优质服务供应商”荣誉，可谓众望所归。

本次荣获“年度优秀产品”、“年度优秀展厅”、“优质服务供应商”三项大奖，是行业及消费者对宏宇陶瓷的肯定和鼓励，宏宇陶瓷将载誉前行，用品质和创新回馈广大消费者和合作伙伴，为“宏宇荣耀”再添光彩，为中国创新再创辉煌！

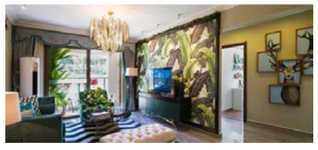
优质服务供应商

STRENGTH CASTING

实力铸荣耀

宏宇陶瓷获“碧桂园优秀供应商”称号

3 月 20 日下午，碧桂园集团 2018 年度供应商大会在其顺德总部隆重召开，宏宇陶瓷作为碧桂园长期战略合作伙伴应邀出席本次大会。



强强联合 携手共赢

在合作过程中，宏宇陶瓷以技术创新提升项目价值，携手共建，助力助威碧桂园打造高端、精品的商业住宅，树立了多个地产标杆。

过硬的产品质量和高端的装饰效果赢得了众多著名房地产企业的青睐。在全国宏宇陶瓷已与碧桂园、融创中国、新城控股、雅居乐、朗诗寓、大唐地产等众多地产行业龙头企业达成长期战略合作，产品被广泛应用于各种大型商业地产中，在全国塑造了近千个著名的大型工程案例，树立了众多工程项目标杆。

在未来的发展道路上，宏宇陶瓷将秉承“精益求精”的精神，不断创新，不断优化，为众多战略合作伙伴建立起更优质更健全的服务体系，与巨人同行，携手再创共赢局面。

在未来的道路上，宏宇陶瓷将秉承“精益求精”的精神，不断创新，不断优化，为众多战略合作伙伴建立起更优质更健全的服务体系，与巨人同行，携手再创共赢。

WITNESS THE STRENGTH OF THE BRAND

见证品牌的力量

宏宇连续15年蝉联“广东省名牌产品”

5 月 10 日，广东省质量技术监督局、广东广播电视台、新华网联合主办的“2018 广东质量品牌提升高峰论坛暨 2017 年度广东省名牌产品授牌大会”在广东广播电视台举行，省领导、各省市质监局、各行各业知名企业代表参会出席。本次大会对“2017 年度广东省名牌产品”进行颁奖，对各行各业作出突出贡献起标杆带头作用的品牌进行了表彰，宏宇陶瓷以高品质的产品和强大的品牌实力荣获“广东省名牌产品”荣誉称号，目前为止，宏宇已经连续 15 年五次蝉联“广东省名牌产品”，这是政府及广大消费者对宏宇陶瓷产品质量、产品价值、品牌实力的肯定。

名牌产品 铸就中国品牌

自主创新是中国品牌的发展之路，一个个名牌产品铸就了中国品牌。宏宇陶瓷积极发挥品牌带头作用，从产品品质、技术创新、品牌创新等各方面为社会创造价值，以中国自主品牌的力量助力中国品牌发展。

匠心工艺 打造中国品质

以品质著称的宏宇陶瓷，21 年来坚守品质，从生产原料精挑细选到引进国际先进设备，从技术研发创新到品质严格管理，从品牌发展战略到终端品牌服务，始终坚守“匠心品质”，为消费者提供更好的产品和服务，以高品质创造更高的社会价值，深受市场欢迎，成为了值得全国消费者信赖的陶瓷品牌。

技术创新 助力中国创造

作为“国家标准制定企业”和“国家高新技术企业”，宏宇陶瓷坚持不懈地进行产品研发和技术创新，硕果累累。多年来，宏宇陶瓷多次荣获广东省科技进步奖、佛山市科技奖、清远市科技奖、南海区科技进步奖等重大奖项，宏宇陶瓷在自身发展的同时，也推动了行业的进步和发展。未来，宏宇陶瓷仍然坚定不移的提升科研创新能力，“以匠心追求产品品质，以创新助力行业发展”，做值得骄傲的中国陶瓷品牌。

宏宇陶瓷官方微信

佛山市禅城区江湾二路26号

www.hy100.com.cn

广东宏宇陶瓷有限公司

0086-757-82266333