

总经理新春贺词

亲爱的福维克员工们，新年好！

将传统植入创新

在一阵成功的喜悦中，我们送别了兔年，迎来了龙年。在过去的一年，我们用无比的努力做了让人无比激动的事情。在新产品成功转型后，与上一年同比，我们与去年同期相比减少了7%的人员，却完成了大于16%的销售增长。通过小精灵PB420的引进，我们不仅丰富了产品线，而且启动了以客户体验为中心的战略部署；通过在各大城市著名商场开设专卖点，我们在增加销售和获取示范的同时，开始了品牌宣传的战略步伐。

新的一年，以迷可VC100代表的无线清洁产品会以“随心机动”的优点占领小量清洁和汽车清洁的市场；以美善品Thermomix代表的自动烹饪产品将以“惬意美食”的特性引领健康家庭的饮食革命。将清洁产品这条‘线’扩展到家庭产品的这个‘面’惊人一跃是要有‘空间’保证的，它就是以示范销售为主的，包括商场、网络、杂志和电视等等在内多渠道营销。

人员增长,文化搭台

福维克16年的经验告诉我们：成功依赖于人。获得忠诚客户就像“圈地”，主要依赖于品质；拥有卓越团队就像“圈人”，主要得益于文化。今天西方商业文明辉煌成就，给我们与生俱来价值观造成了前所未有的冲击：我们在“义”和“利”之间，在“团队”和“个人”之间，在“权利”和“义务”之间的认知既与西方式的“自律个体”相背，又和中华传统的“同舟共济”脱节。继承和发扬古今中外的优秀精神，形成我们中国福维克的独特文化，以求得每个员工在赞赏我们产品的同时，对我们的思想和行为模式也产生无限的认同。

将优势文化转换为竞争力

现代西方著名哲学家Ludwig Wittgenstein说：文化的任务，就是从熟悉之物去提炼陌生之物。水不是文化，水库才是文化；石头不是文化，石器才是文化。我们自豪于125年优秀传统和卓越的产品；我们是一个学习型的，有创新力的组织；我们有一个和谐的，平等的，互助的行为规范；我们信仰努力，“把握生命里的每一分钟，全力以赴我心中的梦”。

山水有清音，并非丝与竹。当今社会，业务的发展仅仅依靠技术和品质领先是非常不可靠的，它必须迅速转化为用户基础。我们要用先进文化以壮大我们的团队，以勤补拙，积小成大，把我们的小众产品“大众化”，继续引领中国清洁家电的潮流。未来的市场或许只有两种企业可以活得滋润：产业龙头，或者将来的产业龙头。福维克一定能成为这个龙头。

最后祝大家龙年吉祥，身体健康！



查生