

simon

Simon | M6<sup>smart</sup>

原位替换，让生活智能一点



官方微信

官方微博

开关·照明·智能

西屋电气(中国)有限公司 免费咨询电话: 400-820-5960 800-820-5960  
www.simon.com.cn

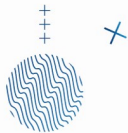
simon *to Be*

Hola

SIMON

遇见·西蒙

2024年下半年刊 NO.76 内部资料 免费交流 (半年刊)



主办  
西蒙电气（中国）有限公司  
主编 朱建国  
副主编 凌云  
执行编辑 史建秋  
美术编辑 王以欣  
特约校对  
章陈娟 葛春萍

内部资料 免费交流  
(半年刊)

地址  
上海市中环路988弄虹桥万科  
中心1号楼5层  
Address  
5th floor, NO.1 Building,  
HongQiao Vanke Center, 988  
ShenChang Road, Shanghai,  
China  
邮编 201106  
电话 021-38555222  
传真 021-38555200  
Email  
media@simon.com.cn



本资料版权归  
西蒙电气（中国）有限公司  
所有，如需转载请预先联系。



## 2021

年是风云激荡的一年。

随着新冠疫情的持续深入影响，2021年初开启了大宗原材料的狂涨模式；美国对中国半导体企业的无端制裁叠加新冠疫情的影响，也造成了2021年各行业芯片的严重短缺；房地产领域的严厉调控，让房地产行业的发展陷入局部停滞；合作伙伴突发的困境，给包括西蒙在内众多合作企业带来了资金链的挑战。这些外部环境的不利因素，给公司的利润、供货、业务发展、资金链等带来了不同程度的困难与挑战。

与此同时，行业发展也出现了显著的变化趋向，此前喊了几年的智能产品及解决方案有了突破性的进展，应用西蒙智能产品及解决方案的万科新楼盘也开始批量交房，标志着西蒙的智能产品及解决方案开始走入寻常百姓家庭。行业竞争的焦点已经转向智能领域，也吸引着华为这类超重量级选手的入局。智能产品及解决方案领域的发展格局，将呈现与传统竞争完全不同的面貌，我们面对的竞争对手也将不同于以往。

得益于我们稳健进取的经营策略，公司在面对诸多不利因素时尚能做到从容有度；也得益于我们持续的研发创新投入，终于开始换来万科项目的开花结果。但我们也应看到，大宗原材料依然持续在高位运行，芯片短缺局面何时能缓解也未可知，智能产品及方案领域的竞争也将面临更复杂的局面，我们未来的发展将持续处于困难重重且充满不确定性的环境中，要想突出重围还得依靠我们的持续创新与努力拼搏。

新冠疫情还没过去，社会经济还没有恢复到常态，考验我们发展的不确定性因素还有很多。我们唯有迎着困难前行，才能在这个风云激荡的时代中走出一条属于西蒙的胜利之路。

**Simon to Be, be our success!**

西蒙中国 总经理

激荡风云  
迎难而行



## 目录 CONTENTS



### 04

Simon to Be来了  
*Simon to Be is Coming*

### 08

Simon to Be  
在西蒙中国全面推广  
*Simon to Be Fully Implemented in Simon China*

### 09

智能产品！如何发展？  
*How to Develop Simon Smart?*

### 10

西蒙集团战略提速  
多措并举创造更大价值  
*Simon Group Accelerates Strategy Implementation and Takes Initiatives to Create More Value*



### 12

2021年开发创新者活动  
盘点  
*2021 Development Innovator Event Inventory*



### 16

三足聚力 两翼齐飞  
多点开花  
*2021 Achievements of Home BU*

### 18

2021年PRO项目盘点  
*2021 Achievements of PRO BU*

### 20

Simon EUE团队来啦  
*Simon EUE Team Introduction*

### 22

心中有“蒙”，脚踏星辰  
*2021 Simon New Employees Team Building*

### 23

混合式培训，  
怎么“混”才“合”得好  
*Initial Attempt of OMO Training System*

### 24

重塑自我 蓄“师”待发  
*Simon CIT Project Introduction*

### 25

忆往昔 敬荣休 送祝福  
*Best Wishes to Simon Retired Employees*



### 28

Simon to Be, 我想说……  
*Simon to Be Talk*

# 观 · 西蒙 INSIGHT

“**集**团对于这个Simon to Be项目是有长远规划的。在这个过程中，西蒙集团会通过各种方式宣传推广，推动Simon to Be项目更快速深入的落实。每个国家执行的情况可能会不一样，我对西蒙中国有信心，因为这是我们一直坚持并同样期待去实现的愿景！”

# Simon to Be 来了

整理/营销中心 戴金

2021年9月17日，Simon to Be项目正式启动。Simon to Be文化将席卷西蒙集团到世界各地的子公司，西蒙中国也一同踏上Simon to Be的文化征途。Simon to Be是什么？Simon to Be的背景是什么？Simon to Be将给我们带来什么样的变化和影响？本刊对西蒙亚太总裁、西蒙中国董事长朱建国先生和西蒙集团首席创新官兼西蒙亚太研发创新中心总监焦龙先生进行了深度专访。



## 西蒙亚太总裁、西蒙中国董事长 朱建国先生

问：Simon to Be文化起源的背景是什么？

【朱建国（以下简称朱总）】：西蒙集团在一百多年尤其近二十年的发展过程中，管理体制、方式上发生了很多变化，不同时期的管理者有着不同的风格和策略；不同区域、不同国家的发展也存在着明显的差距和不同。现阶段，以Esteban先生为首的西蒙集团管理团队，已经参与到越来越多的集团业务当中，他们同样关注到集团在企业文化 and 愿景层面完善和发展的重要性，在这种情况下，Simon to Be文化就出现了。

### 第一感觉，这是一件正确的事！

问：作为集团中最早接触Simon to Be这个项目的群体，您最初是如何认知和理解Simon to Be的？

【朱总】：第一次听说还以为是为商务合作项目，了解后知道了这是一个关于文化的项目。第一感觉，集团做了一件正确的事！第二感觉，要想做成Simon to Be项目不是一件容易的事，这与西蒙集团的运营方式、发展情况都息息相关。第三感觉，Simon to Be在中国的实施推广相对容易一些，因为在二十多年的发展中，西蒙中国在很多方面早已进行，包括以人为本、关注客户、环保可持续发展等等。

问：在您参与Simon to Be项目前期策划和讨论过程中，有过哪些碰撞？或者其中什么环节或细节令您印象深刻？

【朱总】：集团对Simon to Be这个项目是非常重视的，并为此邀请了专业的第三方咨询公司来推进。我们作为不同国家、区域的管理者代表，前后至少经历了两次长时间的学习培训，针对每一个目标和要点进行讨论。由于集团内各个国家的发展规模和人员能力都不一样，所以感觉到讨论的差异性很大。但最终形成一个系统化的内容体系。

我和Stella代表西蒙中国参与了其中一些要点的讨论，我们作了很多具有实践意义的分享，我感觉到企业文化方面西蒙中国还是很领先的，因为在近一二十年的发展过程中我们日常都在进行这方面的工作，我们是逐步推进，有所积累的！

### 推行Simon to Be，是积极而必要的！

问：如何看待Simon to Be文化？

【朱总】：一个企业想要健康、更有未来的发展，文化方面的建设是必须要做的，这也是西蒙中国这么多年来一直坚持的！集团对于这个Simon to Be项目是有长远规划的，是到2030年。在这个过程中，西蒙集团会通过各种方式宣传推广，推动Simon to Be项目更快更深入的落实。每个国家执行的情况可能会不一样，但我对西蒙中国有信心，因为这是我们一直坚持并同样期待去实现的愿景！

问：推行Simon to Be文化将为西蒙亚太 / 西蒙中国和员工带来哪些变化？产生哪些影响？

【朱总】：我相信变化和影响肯定都是积极的，因为企业发展需要这些文化！

我们以前讲到公司文化，更多时候是集中在管理层面，并没有对全体员工去宣传。而现在集团在推进的是全面而系统的，会从上到下甚至从下到上，面向整个集团全体人员展开。西蒙中国在过去二十多年已经形成了现有的文化体系，通过Simon to Be项目在中国更细化深入的推进，会有同事在工作接触中都会被这种文化所影响和带动。

同样，Simon to Be文化也带给我们更多关于“产品·空间·人”的思考。作为制造业企业，我们希望用我们的产品、系统甚至解决方案去重塑空间，去满足人们的更多需求，提供更多生活便利。空间与人互为存在，重塑空间的同时，我们也在重塑自我，这种影响和作用也是相互的！

# 西蒙集团首席创新官 兼西蒙亚太研发创新中心总监 焦龙

## Simon to Be, 这是一个起点!

问: 初次参与Simon to Be项目策划和讨论的感受?

【焦龙(以下简称: 焦总)】: 我觉得这是一个起点, 是所有人都需要思考的问题, 尤其是管理层。Simon to Be是我们集团新CEO Esteban先生面临内外部大环境, 在重新审视公司文化是否符合转型需求后, 提出的从现在到2030年, 关系到企业业务、成长各方面的一个长远的愿景设定。是借助到专业的第三方公司, 充分分析竞争环境、公司内部、各个职能相互之间的关系, 将公司目前管理层及团队的能力和未来五年十年希望达成的目标结合起来, 来挖掘我们未来想把西蒙发展成什么样, 存在哪些挑战, 存在哪些机遇等等。整个过程采用讨论和脑力激荡的方式, 最终形成了框架性的且有指导意义的内容。我比较认可的是, 这些内容是从我们现实状况中总结来的, 可落地的!

问: 讨论的过程中有过怎样的碰撞? 如何达成共识?

【焦总】: 肯定是有不一样的想法, 因为国内外存在一定的文化差异以及大家思考问题的角度不同。国外一般是先讲文化讲理念, 更多从愿景去考虑, 会觉得理念沟通清楚, 后续要做的事情就明确了。但东方文化尤其西蒙中国, 我们不仅仅满足于总结, 我们更多的考虑是把事情落到实处, 通过身体力行, 在实践中摸索, 将目标落实到实际工作中, 转化成每天、每人能够去做的具体工作, 进而更加明确哪些地方需要加强, 哪些地方需要持续。当然, 这只是文化和思路的不同, 并没有对错, Simon to Be本身是一个很好的概念, 最终所呈现的内容, 我们都是认可的!



## 抓重点, 牵一发而动全身!

问: Simon to Be文化涉及的内容是全面而重要的, 我们如何更好的将其付诸于工作实践?

【焦总】: Simon to Be的内容很全面, 也很重要, 但对于我们每个人来说, 短时间里去抓住所有的要点是很难的。那我们就需要在Simon to Be的大概念下, 从自身执行落地的实际出发, 去抓1-2个重点就好, 因为我相信这些理念是牵一发而动全身的! 比如面对效率这个痛点, 我们在解决过程中就要去思考解决很多连带的问题, 包括如何快速的决议, 如何快速收集多方信息以及如何设计一个流程去掉更多冗余内容等等, 这些都是需要创新的。当你想去改变这些的时候, 你的个人行为、价值观都会自然而然的有所反应。再比如“以客户为中心”是我们现在很关注的一个问题, 这涉及到Simon to Be里面很多内容, 包括要产品创新, 要多样化, 要谦虚诚实, 要讲求团队合作, 要提高效率……这些都是需要去做的。所以在我们目前这个体系里面, 产品也好, 效率也好, 供应链也好, 所有的问题在Simon to Be里面都能找到对应的关键点, 我们只要去思考如何改变、如何改正、如何改善, 我相信我们只要脚踏实地的去做了这些, 那么不用刻意的追求, 回过头来我们都能看到实际的成果。

## Simon to Be, 将带来更多改变!

问: 从研发创新角度如何看待Simon to Be? 哪些方面比较有感触?

【焦总】: 第一个, “为人类生活贡献福祉”, 这个远景目标我是很认同的。第二个, 要实现“不仅限于产品的创新”, 这其实也是我们2018年管理层做创新研发培训到现在, 一直坚持在做。我们希望大家不要为了创新而创新, 创新其实可以体现在各个层面各个细节, 包括提高效率甚至画图方法等等, 并不是一定要提出多么惊世骇俗的概念。其实集团在一些项目上的创新程度一直很高, 比如在智能和灯具产品研发方面, 但在市场表现方面不如预期, 这也带给了我们很多思考, 让我们更深层次的去思考创新的意义! 我们更要基于公司的现状, 保持对现实理性的认知, 尽可能去达成我们创新后所期望达到的效果。第三个, 就是多样化文化的概念。曾经集团基本上都是西班牙的同事, 但后来我们中国的Stella前往西班牙工作了一段时间, 包括研发组织架构调整过后我也进一步参与到研发创新的工作中, 这在以前是很少见的。其实中国管理团队在高效合作、诚实正直等一些企业文化方面确实做的很好, 更进一步促成了集团对这种多元文化、多样思维方式的接纳, 希望西蒙中国的思维方式、工作方式为集团整体带来更多有益的影响和改变。

问: Simon to Be的多样化对研发创新会带来哪些具体的影响?

【焦总】: 以前我们更多的专注在单一的产品和系列上, 现在我们围绕开关、照明、智能, 其中任何一块业务我们的品类都是多元化的。从开关到照明(包括照明控制), 再到智能(智能又涉及软硬件), 还有系统、平台、云、APP, 所有的这些都是对我们现在产品线的极大丰富, 这种丰富本身就代表着一种多元化。

第二个就是在服务内容上, 我们要用解决方案慢慢地取代产品, 更要善于去抓问题背后的需求。当大家仅仅只是去谈产品的时候, 创新、研发思路就会相对受限, 会局限在成本、利润、客户喜好等方面, 忽视市场的真实需求。很多时候, 产品和需求不是划等号的, 像我们谈到智能和照明控制, 包括谈到我们未来的愿景和目标, 是要去为空间提供解决方案的, 在这种情况下只谈产品就非常片面了。所以我们一定要充分了解渠道客户对于空间、功能、体验的需求, 我觉得这是一种观念的转变, 这也是我觉得Simon to Be对研发比较有指导意义的地方! 而且这跟我们之前提倡的服务型研发也是相通的, 当我们深入到业务端之后, 避免了局限思维在传输过程中导致的信息不对称, 就有了更多侧面创新、发掘痛点的机会, 这都会远远超出了原本产品能够解决的范畴。所以我们看待问题的时候要更全面一些, 这样才能给客户也给自己更多创新的机会点, 这也是未来对我们研发创新来说比较大的一个改变之处。

# [ Simon to Be ] 在西蒙中国全面推广

2021年9月17日，Simon to Be（以下简称：STB）项目在全球正式启动。西蒙中国也正式开启了Simon to Be之旅。

为了能让员工了解和熟知STB文化，西蒙中国除了与集团同步进行线上、线下渠道宣传之外，还进行了一些列中国特色的宣传方式：在上海、海安、中山三地创新新增张贴STB的海报；在“HOLA Simon”微信公众号上开辟STB专栏，定期推送STB相关内容；与此同时，HR还提炼了STB的“14663”核心内容并制作成卡通视频，通过高层管理的漫画形象宣导STB中目标、远景、价值观、转型支柱、文化等核心内容。

在西蒙亚太副总裁、西蒙中国人力资源中心总监Stella的带领下，HR开启了STB深入到各个部门员工中的宣传之路，采取有趣的workshop方式让STB的概念深入人心。包括已经完成的：

 <p>10月9日 西蒙中国全体财务总监及以上人员参加的年度管理扩大会议</p>	 <p>10月11日 西蒙中国HOME事业部全年度管理扩大会议的培训</p>	 <p>11月3日 采购中心年度部门会议</p>
 <p>11月11日 研发中心中心和制造中心(TP)之创新思维训练</p>	 <p>11月15日 制造中心中山运营部STB宣导会</p>	 <p>11月19日 制造中心年度部门会议</p>

除此之外，自9月17日之后，西蒙中国已将STB增加到企业文化的首要培训环节。同时，HR也将STB的概念融入到2021年度的优秀经理和优秀员工评选方案中，对于评优提出了“候选人表现优于STB文化价值观”的要求；在2022年的台历设计中，特别添加了STB的文化画面等。利用多样化的方式，将STB文化渗透到员工的日常工作中。

未来，西蒙中国会通过更加丰富的形式，将Simon to Be文化精神持续传达给每一位西蒙员工。正如STB所传达的精神那般：重塑自我，共创未来！



# 智能产品！如何发展？

## ——记西蒙电气2021年度管理扩大会议

文/董经办 章晓娟

金秋十月，又是一年相聚时。2021年10月7-9日，公司年度管理扩大会议相约在历史文化名城——绍兴，公司副总监及以上人员带着对未来智能产品的发展思考而来，带着对公司未来远景的憧憬而来。

### 1

#### 吾志所向 一往无前

会议在热烈的掌声中拉开序幕，西蒙亚太总裁、西蒙中国董事长朱建国先生首先以今年9月17日西蒙集团正式启动的“Simon to Be”项目开启会议议程，他表示，此项目对Simon未来发展非常重要，由人力资源中心负责策划推行，希望大家认真领会，并贯彻执行。随后朱总向与会人员介绍了西蒙中国、西蒙亚太今年1-9月份的运营情况，对大家在目前国家宏观调控力度加大、房地产发展趋势向下的情况下仍然出色完成各项指标，并在今年多次创下单月销售过亿的佳绩表示充分的肯定。同时鼓励大家再接再厉，合理做好下一步发展规划。

### 2

#### “Simon to Be”温故知新

世界快速发展变化，数字化互动方式转变，全球气候变暖，百年西蒙可以为环境、为社会做些什么；我们需要怎样去适应环境，重塑自我，以应对目前的形势。在这样的背景下，西蒙集团启动了“Simon to Be”项目，会上西蒙亚太副总裁、西蒙中国人力资源中心总监章女士结合项目背景，介绍了公司前期针对“Simon to Be”项目实施的推广布局，并用“14663”专属标签让大家有了更深刻的理解。

### 3

#### 头脑风暴 集思广益

随着智能产品发展的日新月异，产品迭代速度越来越快的发展趋势，Simon如何结合自身优势发展智能产品？在西蒙中国总经理张仁余先生的主持下，与会人员围绕主题展开激烈讨论，分别从用户体验、渠道建设、产品体系、业务模型、售后服务、降本增效、技术创新等维度发表了各自的见解。听了大家的发言，张总在总结讲话中表示，科技发展，交互方式转变是趋势，未来公司将继续加大对智能产品的投入，通过设置不同的产品机制，制定合宜的产品策略，开发出可持续发展的优质产品，让智能产品真正走进千家万户。

### 4

#### 展望未来 驭“智”前行

时光荏苒，在大家的讨论声、欢笑声中会议议程进入了尾声，会议最后，朱总强调，贯彻落实“Simon to Be”项目的目标，大家应从“我”做起，真正将重塑“自我”落实到行动上。朱总提出，当前，Simon进入了第五个五年规划的新征程，发展智能产品，实现跟上行业发展步伐的“真智能”、解决客户需求的“轻智能”，为Simon未来发展提供支撑，多思考寻找突破显得尤为重要，大家携手并进，开启Simon发展的新篇章。公司的发展离不开人才，此次会议期间特邀专业导师给大家带来了一场发展人才的专题培训，再次次管理大会引入高潮。

相聚的时光总是那么短暂，大家还沉浸在浓浓的学习氛围中，会议议程已经结束，大家怀揣目标，踏着坚定的步伐，满载而归。期待来年再聚！

# 西蒙集团战略提速 多措并举创造更大价值

文/营销中心 戴金

西蒙集团全球布局升级，出台多项战略举措，重金投资ProtoPixel并与Selba Solutions建立合资公司，推动智能照明体验、电动汽车能源管理等集团核心业务提速发展。在全球生态多变的后疫情时代，西蒙集团从百年品牌敏锐而精准的战略视角出击，着力全面布局。



战略投资 ProtoPixel  
Simon深化开拓照明体验市场

西蒙电气在照明领域已有近百年专业发展历史，拥有成熟技术和获得iF大奖、红点奖等多项国际奖项的知名产品。

对ProtoPixel的战略投资，是西蒙电气为专业照明产品深度赋能的表现，结合ProtoPixel出色的动态体验式照明技术，西蒙电气未来将铸造坚实的一体化照明平台，让用户充分运用平台技术对不同照明环境进行设计、部署和控制，增强体验感，完善产品生态，进一步扩大西蒙照明产品全球用户群体。



合资建立Plug & Drive  
Simon优化电动汽车充电桩业务

为进一步推动和发展电动汽车充电桩业务，为集团的关键战略提供强大助力。

2021年夏，Simon宣布与Selba Solutions合资建立Plug&Drive公司，围绕电动汽车充电桩产品的创新研发、营销推广等方面进行碰撞，追求更多更新的突破和飞跃。这是西蒙电气作为配电设备领域的代表在能源管理领域的最新举措，是西蒙电气致力于优化提升能源供给效率的重要表现。

## 聚焦集团核心 Simon全面布局未来

2021 年是全球生态多变的一年，更是西蒙集团全面布局战略提速的一年！

面临时代趋势和未来挑战，西蒙集团加快发展步伐，全面整合自身现有资源的同时，大力出一系列并购和合资的业务，在战略层面进一步完善和扩展。这必将为集团的发展带来更加强大的动力，也相信在未来发展的赛道上，西蒙集团必将集中优势，以强大的战略和科技力，驱动集团更好更快的发展！

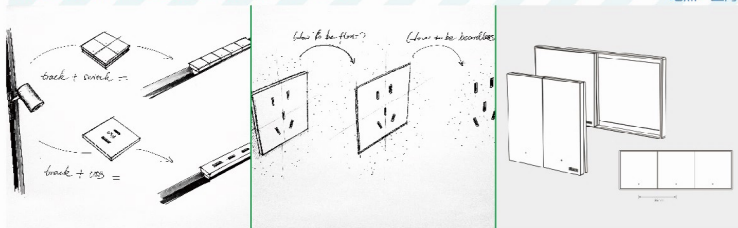
“Simon to Be”的内容很全面，也很重要，但对于我们每个人来说，短时间去抓住所有的要点是很难的。那我们就需要在Simon to Be的大概念下，从自身执行落地的实际出发，去抓1-2个重点就好，因为我相信这些理念是牵一发而动全身的！”

新·西蒙  
INNOVATION

# 2021年开发创新者活动盘点

## 研发中心2021年度创新工作坊

时间：2021年6月16日-17日  
地点：上海



### 工作坊背景：

新冠疫情以一种强硬的态度打乱了所有人的生活，疫情让人们不得不停下原有的计划，开始重新思考未来的发展走向。作为为营造空间氛围而服务的我们，应该做出什么样的产品规划、研发、设计，来应对这场急变呢？后疫情时代的商业模式与生活方式会引发空间体验怎么样的变革？

### 工作坊主题：LIGHT+N

“光”作为生活中最基本的物质，一直是一项重要的元素。“光”不仅具有照明的功能，还是丰富体验的重要因素，无论是空间还是产品体验。因此，如何在产品中融合、运用好“光”便是本次工作坊的重要目的。

### 工作坊过程：带入 - 探索 - 再创

为期两天的创新工作坊以宏观趋势分析与技术创新规划分享作为开场，帮助成员们拓宽思路，将自己代入普通用户的视角，去探讨并定义光的功能、探索生活中用光场景与用光需求，并依据消费以及商业趋势，结合公司现状分析所需资源与点子的可行性。大家按小组探讨、挑选、发散、深化设计机概念，并把它细化成值得公司投入的概念方案。

### 工作坊产出展示：2021创新者大会Roadshow

工作坊结束后，交互与工业设计部的小伙伴们从两届工作坊的概念中挑选出最有价值的方案若干，制作实物模型，并在2021年9月的Innovation Market向公司同仁们进行了展示。

## 研发中心 & 制造中心Innovation Market

时间：2021年9月14日  
地点：海安



9月14日，一场奇妙的Innovation Market吸引无数人驻足围观。当“开发创新者”们摆起“展摊”，将创新项目从实验室、车间搬到市集，他们用各类方式展现项目魅力。这些项目究竟会带来怎样的惊喜？场内展示了模具标准化、注塑件的精密制造、BLE和PLC智能照明系统、Simon Bus、Design For Simon Tomorrow、Protapixel光控产品演示、基于屏的多功能交互展示、电子工艺技术介绍、E3系列五孔自动机九大创新项目。活动人潮从早上八点半持续到下午四点，临近结束仍是人流涌动，参观者对西蒙“开发创新者”们的创新理念赞叹不已。从创新理念到项目展示，从应用场景到前景趋势，契合“智研·智造·智联”的主题，彰显西蒙人对创新的不断追求和开拓。





## 开发创新者大会

时间：2021年9月15日

地点：海安



9月15日，西蒙电气2020-2021年度开发创新者大会在海安王府邦瑞大酒店正式拉开序幕。

会议以西蒙亚太总裁、西蒙中国董事长朱建国先生致辞为开场，第一时间带来了管理层对研发创新中心的关注与支持。会上，西蒙中国总经理张仁余以及西蒙中国副总经理、制造中心总监黄海军先后发表讲话，并从公司的整体运作、制造管理等方面与研发伙伴们进行了分享。随后，西蒙集团首席创新官兼西蒙亚太研发中心总监焦龙作主题报告，针对2020-2021年研发创新整体发展情况以及2022年具体的创新策略进一步作了总结和分享，为未来发展进一步指明了方向。同期，营销中心产品部总监毛仲元进行工作分享，研发各部门总监、高级经理和制造中心各部门总监也在后续的会议中逐一分享了各部门工作报告。

## TRIZ创新赋能训练营

时间：2021年11月11日

地点：海安



Simon to Be的文化推行以来，“创意”、“不限于产品的创新”、“多样化”等主题词就经常出现在研发技术人员的嘴边。为了更好的帮助研发技术人员识别问题、分析问题和解决问题，将创新思维方式和实际工作完美结合，11月11日，为期三个月的《西蒙电气TRIZ创新赋能训练营》顺利开营。本次训练营的主要对象是研发创新中心和制造中心的研发技术人员，以培训的方法工具和实战项目辅导的方式结合，将研发创新中心和制造中心的技术人员分成四个小组，带着技术问题，通过培训学习、项目实战、总结汇报等方式，勇于探索思考，直至最终的项目落地、产出。

开营当日，首先西蒙集团首席创新官兼西蒙亚太研发中心总监焦龙先生作开营宣讲，励志西蒙的优秀人才凝聚此，秉承Simon to Be精神重塑自我，积极投入学习、发挥个人所长，勇于探索思考，直至完美交卷。其次有幸邀请了西蒙亚太副总裁、人力资源中心总监凌女士和西蒙中国副总经理、制造中心总监黄海军先生给我们的学员带来无限的鼓励和支持，在“以人为本、成就、创新”的文化体系中提炼自身价值，寻求内外合作，热情积极为公司的文化发展变革做贡献，为人类生活质量做贡献。

未来，西蒙电气的开发创新者们有信心在不断发展的道路上创造更多无限的创新领域，实现智研、智造、智联三大方向的联合落地，智能联动，创造新生活！

创新，需要不断坚持与别具匠心，  
西蒙人对卓越创新的追求永不停歇。  
不限于产品，不止步于眼前，  
踏上新征程，我们再出发！

知·西蒙  
INTELLECT

“为”了能让员工了解和熟知STB文化，西蒙中国除了与集团同步进行线上、线下渠道宣传之外，还进行了系列中国特色的宣传方式。未来，西蒙中国会通过更加丰富的形式，将Simon to Be文化精神持续传达给每一位西蒙员工。正如STB所传达的精神那般：重塑自我，共创未来！”

# 2021年项目集锦 -Home



——家居电气事业部2021发展成果纪实  
文/营销中心 徐尧

进入2021年，疫情之下的全球经济依然步履缓慢，国内房地产政策更加严峻，市场行业依旧艰难。在困难之中寻找机遇，我们不怕，迎难而上。古语讲“一分耕耘，一分收获”，家居电气事业部以前瞻性的布局，在2020年下半年就制定好的渠道策略指导下，精耕细作，最终硕果累累，喜获丰收。

## 三足聚力之星耀联盟——经销商体系的专业化创新

2021年家居电气事业部着力打造以红点、蓝光、工程为主体的“三足聚力”经销商格局，同时启动星耀联盟，加强经销商专业化及体系化建设。星耀联盟旨在与经销商伙伴签订长期合作承诺书，制定长远发展目标，共谋发展、共享智能家居行业及Simon品牌发展红利。

2021年共有60多位经销商成为星耀联盟战略合作伙伴，年度星耀经销商签约销售任务占家居电气事业部全年任务的70%以上，真正发挥了核心经销商的中流砥柱作用。

## 两翼齐飞之灯塔计划——零售渠道SimHOME门店建设探索与创新

灯塔计划，是指在全国提升一批具有门店运营能力、渠道推荐高粘性能力、产品方案设计及施工现场交付能力较强的标杆型门店。当今市场，沉浸式体验、大空间成为家居建材品牌门店的主流发展方向，以体验式展陈搭配产品解决方案的销售服务，成为门店营销的新模式、新标杆。



例如：  
重庆在设计师聚集区中开设SimHOME门店，以智能交互、灯光设计为抓手，定期在店内举办设计沙龙、分享会等活动，获得大额订单，客单价突破10万+。

## 全员赋能的产品营销方案支持

为提升SimHOME专卖店方案销售能力，家居电气事业部针对零售渠道门店人员、经销商门店骨干销售人员，持续开展赋能&无主灯方案输出，实行从线上理论学习到线下实操相结合的高效培训，让产品方案得以迅速全面推广和应用，最终实现门店销售额的提升。此类培训活动未来还将持续，力求打造西蒙智能&灯光销售工程师团队。

## 两翼齐飞之战略客户拓展

● 全国地产战略客户产品推广与销售提升

### 1. 全国战略客户总盘梳理，渠道业绩显著增长；

HOME BU重点关注全国战略地产的落地与跟进工作。通过对万科、中南置地、旭辉、保利置业等重点地产客户项目的梳理、电气与重点客户联系的同时，推动增加Simon灯具及智能样板间100多个，实现西蒙电气在全国战略工程渠道业绩同比增长60%以上。

### 2. 重点战略地产客户精细化耕耘；

为进一步让重点战略地产客户了解Simon新品及特色单品，家居电气事业部工程销售部对头部地产客户开展灯具、智能等产品的专项面对面宣讲。在增进西蒙电气与重点客户联系的同时，推动增加Simon灯具及智能样板间100多个，实现西蒙电气在头部重点地产客户的销量同比增长40%，为未来的业绩增长奠定了良好基础。

### 3. 战略地产经销商服务水平提升；

为促进公司与地产公司的进一步深度合作，提高市场占有率，同时鼓励积极的经销商、淘汰落后、不作为的经销商。家居电气事业部销售部发起针对地产授权供应商进行评估考核，对不符合要求的经销商进行警告甚至取消供货资格。通过此项规范有序的评估，公司战略客户的经销商团队得到有效优化，服务水平也得到进一步提升。

● 区域战略地产客户拓展与合作

截至2021年11月，新增签约区域战略客户36家，1-10月实现后业绩同比增长357%，区域地产战略成为公司另一块有效的业绩支撑。我们将持续加大地方战略客户的拓展与合作，相信与区域战略客户的合作业绩未来可期！



## 多点开花之泛家居平台合作——借平台之力开拓重点家装公司、设计类商家

深度合作与齐平台“看齐”私董会、走进上海/广州等一线城市装企和设计师平台，与小胖熊达成战略合作，与俞润装饰、御鼎国际等达成初步合作；参加西海基石教育主办的中国家装企业高品质生存发展成效班活动，走进重点家装公司，与星艺、东易日盛、业之峰、全包围、爱空间等公司高层进行了深度互动与沟通，提升了Simon品牌在家装渠道的影响力和占有率。

## 多点开花之春秋商亭分销订货会——助力经销商对分销渠道广覆盖深耕

分销订货会在2020年以上直播的形式，取得了不俗的成绩。2021年，两场分销订货会以线下订货的方式，在全国28个办事处同步展开。借助春秋两季分销订货会，帮助经销商梳理分销渠道：激活沉睡分销商、拓展新分销商，共有900多位经销商参与了订货会活动，订货额较上年实现2倍增长。同时，也将Simon开关流通新品（M3K3系列）迅速铺市到各零售终端。

## 多点开花之终端活动大促——618、双11线下门店促销与电商平台齐驱

借618、双11电商促销狂欢季，同步开展线下终端门店促销活动，全面激活线下专卖店的活跃度及响应度。利用微信、抖音、视频号等多种渠道为门店导入流量；在终端促销方案中，匹配渠道资源赋能经销商，开展金牌销售晒单大比拼活动，形成区域内门店竞争态势，从而打破销售惰性，营造活力、激情的终端门店销售氛围。最终实现618日均销售额同比增长160%多；双11门店经销商活动参与度达90%，活动依旧火热持续中，相信亦会全面超越2020年。

2021年，是西蒙电气品牌诞生105年，适逢西蒙集团提出了“Simon To Be”的核心战略指导——创业精神、合作、创意、谦虚、诚实、承诺……每一个核心点，都凝练着Simon品牌的核心企业文化。“路漫漫其修远兮”，唯有“上下而求索”，2022一起耕耘和收获。

# 2021年项目集锦 -Pro 工程案例

整理/营销中心 赵佳俊



珠海市珠峰科创中心



南宁天龙财富广场



深圳恒晖明珠金融中心



深圳汉业财富广场



深圳恒邦置地大厦



华润成都二十四城



万科龙海项目

## 商业综合体



重庆柏悦酒店



南昌沁庐酒店



温州龙游东方酒店



湖州长兴金陵大酒店

## 豪华酒店



Nike北京办公室



Majore上海办公室



钰角大厦



青岛青银学院

## 高端办公



Helly Hansen北京及后续连锁



阳光心霖儿童公社(昆明)

## 商业连锁

## SimPRO 2021重点活动回顾



4月 西蒙灯光智能体验与设计中心(青岛)开业暨ALTA68新品发布活动



5月 西蒙灯光智能体验与设计中心(上海)开业暨ALTA68新品发布活动



5月 西蒙灯光智能体验与设计中心(常州)开业暨ALTA68新品发布活动



7月 西蒙灯光智能体验馆(西安)开业暨“西蒙说 Simon Talk”主题活动直播站



10月 西蒙灯光智能体验馆(南宁)开业暨“西蒙说 Simon Talk”主题活动

# Simon EUE

## 团队来啦

### 文|研发中心 刘航

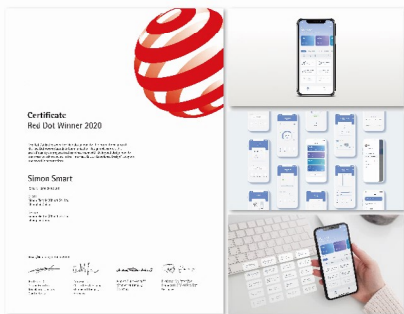
很高兴我们UI&UX设计团队第一次在公司期刊上正式和大家见面啦!

自从公司正式开展内部UI&UX设计工作以来,从最初的单兵作战到现在的团队,在两年半的时间里,已经完成了公司共20多个软件应用(包含手机端App、设备端应用、网页平台、微信小程序等),以及超过80多个项目总量(包含软件更新迭代、集团项目、温控类数碼屏、外部协作设计项目等),同时还连续两次荣获红点UI设计大奖(Simon Smart和Roopad),这对于集团来说也是首次由软件产品获得国际设计奖项,这一次,西蒙中国走在了最前面。

如果同腾讯-ISUX、百度-大UE、阿里-巴巴-UED、网易-UEDC 这些大厂的UI&UX团队一样给我们的团队也取一个名字的话,我们愿意称之为:Simon EUE。第一个字母“E”包含着三个含义,首先是“Extreme极致的”;代表我们的作品是不断追求极致、完美,这也是我们能荣获国际大奖的首要基础;其次是“Extraordinary非凡的”;表示我们对于设计的态度是不盲目跟风模仿,而是不断创新,创造全新、独到、非凡的用户体验;最后是“Exciting激动人心的”;表示我们是一支不忘初心,具有活力、乐观、开放、包容、团结的团队;最后两个“UE”是:User Experience用户体验的缩写。团队名称即全面阐述了我们团队在设计、创新、为人方面的态度和目标,未来我们将秉持着这股精神源动力不断呈现更多优秀的作品。



Roopad



Simon Smart



刘航

职位: UI&UX设计主管  
性格: 内向、乐观、佛系  
优点: 专业、责任心强、自信、逻辑清晰  
缺点: 社恐、不善于交际  
爱好: 美食、健身、手游、刷抖音  
口头禅: 中午吃什么...



郭恩亮

职位: UI&UX设计师  
性格: 温顺、开朗  
优点: 有责任心、善于沟通、效率高  
缺点: 易纠结、易上头、相当粗心  
爱好: 打dota, 睡觉, 吃饭  
口头禅: 不是...是这样的...



茅怡辰

职位: UI&UX设计师  
性格: 急性子、多少带点儿社恐  
优点: 思路清晰、认真专注、高超技术  
缺点: deadline焦虑症、没事不爱说话、生人勿近  
爱好: 唱歌、配音、画画、吉他在学  
口头禅: 看我心情吧 不可能 做梦呢



# 心中有“蒙” 脚踏星辰

—新员工与西蒙的梦想之约

文/人力资源中心 张一凡



Simon是一个有爱的大家庭，始终关注新员工的融入与成长，我们用实际行动为员工搭建开放、互动的平台。不论是来自于全国各地办事处的销售新伙伴，还是来自于上海管理中心或是海安工厂的新萌新，我们都希望新员工从进入西蒙开始，就能够感受到西蒙以人为本的企业文化氛围；在进入到一个全新的环境和领域的过程中，不断用自驱力、向心力与凝聚力来书写与西蒙美好的未来。

7月5日，营销中心17名新员工的开业典礼在上海管理中心拉开序幕。西蒙亚太副总裁、人力资源中心总监Stella寄予萌新们殷切希望。作为一家有中国特色的跨国企业，Simon Family的文化深入每位西蒙员工的内心，在这里可以感受到家庭的氛围，同时也需要用Simon to Be的文化重塑自我，明确目标，自我驱动，在西蒙实现美好的青春抱负。

开业典礼后，等待各位新员工的是一场充满激情与挑战的入职训练营，开启新员工们与Simon的追梦旅程。西蒙新生代，营销新气象，青春无限好，风华正当时。朗朗的读书声，嘹亮的司歌声，整齐的步伐声，每一天在入职训练营的生活，一切仿佛回到大学时光。通过体系化知识输入、业务渠道赋能主线，穿插主题活动、打卡学习、能力健身房等多元化课程设计，让每一个新员工感受到西蒙给予每一个新员工强大的培训资源与投入，为未来进入业务战场打下坚实基础。

8月24日，上海、海安地区2021年上半年新入职员工在海安工厂举行了一次新员工团队破冰融合的拓展，开启一场与西蒙零距离的沉浸式交流。新同事间的碰撞新颖独特，用“金鸡独立”的造型介绍自我；用一首一句话的歌展示自己。来自不同地区、不同部门的新员工，在游戏中相识，在欢笑中破冰。

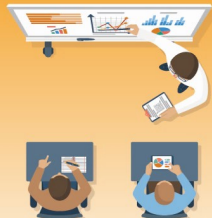
团队被分成了三个小组，以“西蒙知多少”的抢答赛方式，让新员工们了解西蒙的历史与文化；产品与组织。通过抢答与分享，对话百年西蒙，新员工们也重新认识了不一样的新西蒙。团队协作、创新文化和成长型思维，是西蒙胜任能力重要的一部分。用400个纸杯叠高塔，要求越高越好。新员工们群策群力，创意满满！无论结果成败还是失败，都加深了小伙伴们对西蒙胜任能力的认识和思考。活动最后一站，新员工们打卡了“西蒙网红地”——梦工场。寻梦光影，感受视觉艺术和科技；追溯百年，探索西蒙往来和古今。从相关的发展历程到智能家居的未来趋势，新员工们惊叹场景的智能联动，感叹来自Simon的工匠精神。相信每一个新员工，都将这次拓展当成与西蒙的一场网恋奔现。

Simon to Be, Are you ready? 对于新员工，我们都有不同的培养路径和发展平台，我们会关注每一个新员工在岗位上的表现和成果反馈，所有的西蒙人也会在日常的工作、生活中给予新员工十二分的帮助和关注，期待新员工们的脱颖而出；也愿每一个新员工向下扎根，向上生长，心中有“蒙”，脚踏星辰。

# 混合式培训 怎么“混”才“合”得好

—OMO培训体系项目设计初尝试

文/人力资源中心 张一凡



近年来，OMO这个词逐渐进入我们的眼帘。

OMO (Online-Merge-Offline) 起初诞生在商业模式中，指通过在线分享商务、移动电子商务、线下商务的有效聚合模式，打造线上—移动—线下三位一体全时空的体验店营销系统。简单来说，目的就是为合理配置企业资源，把品牌推广和实际业务销售实现双赢。

在后疫情时代，借鉴OMO商业模式，把线上培训与线下培训融合的培训模式成为了一种新的趋势与方向，OMO混合式培训体系成为了一种全新的培训项目设计形式和思路。这也意味着培训工作和方式、项目的设计和逻辑都要发生变化，作为培训发展专员人员需要补充新的知识与能力，才能跟上这个黑天鹅不断的时代。

“混合”和“培训”两个词的结合，给培训人带来了无限创意的可能。但混合不是乱混，也不能随便乱合。对于OMO混合培训体系设计，首先要明确的是要将线上学习定位为获取知识与知识管理，而线下培训定位为获得稳定的技能。而Merge则是连接线下与线上的节点、手段，不能混得不伦不类，不能合得那么勉强。

在OMO培训项目设计中常见的有两种设计逻辑，一种是学员先在线上学习岗位知识，然后通过线下的综合训练获得岗位技能；另一种则是线下课堂培训获得岗位知识，线上巩固岗位知识（例如考试、学习地图、通关打卡、直播、社群交流等），然后再回线下，通过岗位实践来获得稳定的岗位技能。

就第一种设计思路的启发，在10月营销中心HOME智能实操训练营中进行了首次运用和尝试。近年来智能风向渐潮而来，智能产品也已成为公司的核心产品战略方向，一线销售人员、经销商伙伴需要掌握智能行业的趋势背景、公司智能产品的卖点、智能空间的图纸方案设计、现场试工的安装调试等等，也成为为岗位技能必不可缺的能力，同时也对培训的设计与实施提出了新的难题与挑战。

大部分培训对象还刚刚接触智能，甚至有些经销商人员都还没使用过公司智能产品，这对培训这些人员的智能实操能力提出了一个本质问题。

为了解决这个问题，我们整合西蒙网校学院（E-Learning平台）和营销中心产品部内部讲师资源，设计了7天线上训练营（包含线上课程、线上直播、线上作业、社群提问交流）+2天线下实操（包含

理论答疑+现场实操+现场考核）的OMO混合式训练营。将讲述型知识线上化与技能类知识线下实操化混在一起，而把有关智能的基础知识、产品知识、图纸设计基础、销售方案、考试检验合在一起，发生了不一样的化学反应。学员通过E-learning线上训练营平台进行自主报名，只需一个二维码就能够进入线上相关课程与互动，最终通过线上考试检验成果；只有通过线上考试的学员才能进入线下实操训练营，这无疑也提高了学员的积极性和主观能动性，谁都不想止步于线上的学习。

通过此次的初尝试，发现OMO混合式学习对公司而言，集中培训时间缩短了，成本降低了，正常工作可以少受影响；对学员而言，自主学习时间增加了，效果提升了，培训更具弹性，可以较好地解决学习和工作的矛盾；对于培训管理者而言，通过线上数据的抓取和监督，更好的对学员的学习效果进行量化。

关于“混”与“合”，其重点不在于用的是什么套路去混合，其最终目的是帮助学员将知识内化，顺利高效的完成销售工作，实现公司成本优化和绩效改进的双赢。

# 重塑自我 蓄“师”待发

2022年度CIT储备认证讲师拓展与选拔  
文人力资源中心 张一凡



2021年11月25日-27日，2022年度CIT储备认证讲师拓展及选拔活动在上海长兴岛拉开序幕，此次活动也标志着认证内部讲师CIT（Certified Internal Trainer简称CIT）项目正式启动。

多年来西蒙在行业有着“开关黄埔军校”的美称，这个美称来源于西蒙的人才培养，也来自于西蒙完善的培训体系搭建。在西蒙，每年会有上百场的内部培训，在西蒙E-Learning平台上有近6000门内部课程来自于我们每一位内部讲师，这些是西蒙的培训文化，也是西蒙的讲师文化。

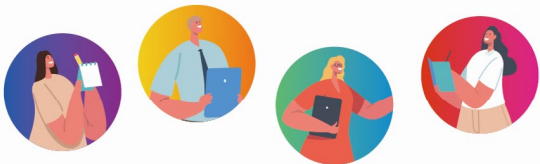
在全球Simon to Be 重塑文化的引领下，我们希望有更多的西蒙人才脱颖而出，也希望更多的西蒙内部讲师挑战自我，有更广阔的舞台和发展。2021年下半年，我们针对西蒙内部讲师创建了体系化平台，对讲师个人职业发展提供更多路径规划；同时打造一支高素质的公司认证内部讲师队伍。

对于CIT队伍的分级、考评、管理以及激励方式我们都做了详细的规划和制度制定，同时我们还会与个人的岗位晋升相关联，倡导所有员工能够重塑自我，实现在西蒙更大的个人价值。

历经2个多月的讲师人才综合盘点并与各部门领导确认，筛选出符合2022年度CIT储备认证讲师选拔要求的30名选拔对象，参加了为期3天的素质拓展与选拔活动。拓展活动中，我们以成团出道的选秀式破冰组队来增加小组拓展的凝聚力和创造力，通过翻转课堂、世界咖啡等创新培训方式让选拔对象们认知自我、挑战自我，共创在培训中常见的痛点解决方案，提升自我讲授能力。在拓展过程中，每位选拔对象都发挥出超预期的行动力和个性释放，在相互的思维碰撞中挖掘西蒙内部讲师团队的无限潜能和对西蒙企业文化的强烈认同感。

11月27日上午选拔现场，选拔对象逐一进行5分钟的课程展示与授课试讲，考评小组组长Stella与6位考评小组成员激烈打分，最终27名内部讲师通过认证，成为2022年度CIT储备认证讲师，由Stella现场签发证书，并举行了现场任命授证仪式。

未来，27名CIT储备讲师蓄“师”待发，将把自己岗位专业技能倾囊相授，在西蒙的讲台上发挥所长，实现自我价值，我们也欢迎更多热爱讲台的西蒙人关注CIT，加入CIT！



## 忆往昔 敬荣休 送祝福



### 退休人员姓名：崔小玲

部门：制造中心/生产部电子部

祝福语：您如春雨般，浇灌着我这颗种子，勇敢地冲破泥沙，伸出嫩绿的幼芽。很幸运能前行的路上遇到您，给我关怀，给我帮助，给我温暖。和您相处的时光，是一段值得回味的记忆。见证了我们的亦师亦友的感情。衷心祝愿您退休后的生活无限美丽，无限幸福，无限灿烂，无限快乐！

——制造中心 黄玲玲

### 退休人员姓名：黄金英

部门：董经办/海安行政部

祝福语：每天上班和下班，你的生活平淡却又惬意，每一次工作中的交流或沟通，我们在较短的时间里就从陌生变得熟悉，也许这就是缘分。短短的五六年，相处的时间不算多，但是我会把这些美好记忆放在心里。

黄金英，祝你退休生活快乐！

——董经办 吉柏存

### 退休人员姓名：殷翠萍

部门：生产部/计划部

祝福语：算算咱俩相识十五年，初入西蒙时的相识历历在目……一步步走过来，是缘分，让我们相聚在计划部这个大家庭中，一起走过风，走过雨，走过欢声与笑语……人生脚印有深有浅，生活味道有平有淡，唯有友情越久越暖。愿我们的友情在空间里延续升华，愿我们的祝福每分每秒都带给你平安快乐！

——计划部 马文娟

### 退休人员姓名：刘亚梅

部门：生产部/计划部

祝福语：与书同行，能学知识；与友同行，懂得珍惜；与你同行，良师益友。愿退休后的你一如既往地神采飞扬，活力满满。愿你的退休生活多姿多彩，愈来愈年轻！我们都很想你哦~

——计划部 华文秀

### 退休人员姓名：孙晓莲

部门：董经办/海安行政部

祝福语：长路漫漫，前途多珍重，我多想与你继续携手同行，如今你光荣退休，希望你未来的道路上一帆风顺，不要怕艰辛，我的心将与你同行。

——董经办 王忠云

### 退休人员姓名：缪亚萍

部门：董经办/海安行政部

祝福语：你是一名平凡的保洁员工，但是你一直爱岗敬业，恪尽职守，公司的辉煌发展也有着你曾经的支持和努力！

祝你在接下来的退休生活里，心宽神定，恬淡无忧，起居有时，饮食有节，益寿延年！

——董经办 陶美华

### 退休人员姓名：杨美玲

部门：制造中心/生产部

祝福语：美玲，你是我们这拨人里面第一个退休的，祝贺你！退休，不是工作的终点，而是人生新的起点，希望你退休后的你继续发光发热，活得更加的恣意潇洒！

——制造中心 王加红

### 退休人员姓名：陈秋燕

部门：制造中心/计划部

祝福语：秋来燕喜归，莫道桑榆晚，为霞尚满天。衷心祝愿您的退休生活丰富多彩，幸福美满！

——制造中心 谢飞

### 退休人员姓名：刘得荣

部门：制造中心/工程部

祝福语：一转眼，您将光荣退休，感谢一直以来对我本人的支持和帮助，Simon 中国因你们老一辈发展壮大，感谢您的付出和汗水。虽然以后不再是同事，但我们是永远的老朋友！祝愿您的退休生活健康幸福！

——制造中心 薛鹏飞

### 退休人员姓名：夏裕兰

部门：制造中心/计划部

祝福语：弹指一挥间，你已经到了退休的年龄，我们不得不分离，轻声地说声再见，心里保存着感激，感谢你曾给我那一份深厚的情谊。老骥伏枥，退休犹谱夕阳曲；苍松傲雪，余生再唱春牛歌，祝您在退休的日子里欢乐永相随！

——制造中心 夏晨

### 退休人员姓名：丁爱荣

部门：制造中心/生产部

祝福语：美好的时光总是那么短暂，转眼间我们已经一起度过了三年多的时间，从不熟悉到了解，我们有过打闹，有过欢笑，我相信相遇就是缘分，虽然你即将退休，但不管将来我们的距离是远是近，我们依然期待着再次重逢的美好！祝您在退休后的日子里生活越过越好，身体越来越棒，人越活越年轻！愿你的明天比现在更美好！生活尽是诗和远方！

——制造中心 储湘萍

### 退休人员姓名：尤兴春

部门：制造中心/生产部

祝福语：宠辱不惊，闲看庭前花开花落；去留无意，漫随天边云卷云舒。

蓦然回首，品味西蒙日月升恒，还看今朝，放飞自我无忧无虑。

祝福您的退休生活怡然自得，自得其乐，其乐融融！

——制造中心 田昌荣

乐·西蒙  
INTEREST

“ Simon to Be,  
be our success! ”

# Simon to Be

我想说……



**营销中心 赵淑娟** Simon to Be是我工作中的指南针，每次我遇到工作中的问题，我会以Simon to Be的几个核心来审视自己遇到的问题，是不是符合Simon to Be精神，很神奇，每次都能迎刃而解。

Simon to Be给我的感觉是传达积极主动的去做正确的事情，敢于去做突破的事情。

**营销中心 郝志豪**

**营销中心 何田** Simon to Be无处不在，Simon to Be正在融入每个西蒙人的血脉里。

Simon to Be让我学会在工作中主动寻求与做出转变，在转变中不断提升与重塑自我。

**营销中心 郝齐爽**

**营销中心 高爽** Simon to Be是对自己能力的发现过程，通过认识的刷新和提升，重塑自我，拥抱变化和更美好的未来。

公司正在以一个稳健而快速的步伐走上多元化的全面发展道路，我会积极学习，勇敢挑战，紧跟公司的步伐去成长，看未来更加辉煌灿烂，Simon to Be, I am ready!

**营销中心 徐家婧**

**研发创新中心 谢婧** 公司与个人的相互融合下，共同升华与进步，这种理想的融合态是我最大的理解吧。

Simon to Be目标是重塑空间，而我们又是服务型研发，作为设计师要拓宽思路，从设计产品外集到设计系统再到设计服务，最终要设计的其实是空间体验，需要to be continued，突破面板和造型的框架，成为空间体验设计师。

**研发创新中心 陈游**

**研发创新中心 李锦华** 在一条路上走得更远，那就和有共同目标的人相互扶持。

在更新迭代中不断完成创新与升级，在成为更好西蒙的路上不断前行，Simon to be better!

**营销办 孟阳阳**

**制造中心 王月秋** Simon to Be于我而言，是激励也是指向标，唯有不断适应环境、突破自我，方能成为更优秀的自己。

过去的一百年，西蒙交出了一份优异的答卷，现在，STB为西蒙人指明光明宏大的未来，在工作中理解并合理利用STB，对历史的最好纪念，就是创造新的历史!

**营销中心 樊剑平**

**人力资源中心 万娜娜** 在面临挑战时，Simon to Be会指引西蒙人保持积极向上的心态，践行Simon to Be，时刻保持激情，谦逊且富有创意，这是每个西蒙人重塑自我的必经之路。

Simon to Be加深了我对于企业文化的理解，帮助我们在企业中更好地发挥自身的价值。

**亚太业务部 文惠 陈沛 陈沛**

**制造中心 孙彦楠** 前有星光方向，似锦繁花非远方，Simon to Be便是西蒙的星光，是西蒙对于2030年的愿景与期许，是西蒙长期坚持并与与时俱进的文化理念。在Simon to Be的照耀星光下，西蒙必将实现转型与重塑，为员工、为客户、为社会带来更多幸福福祉。

在西蒙文化的熏陶下，重塑自我，持续改进，实现自我价值；在西蒙团队的引领下，勇于创新，内外合作，绿色低碳，体现责任担当。

**制造中心 田景棠**

**制造中心 何国东** 作为一名西蒙人，我认为应充分理解Simon to Be的在变革中前瞻性和适应性，深刻理解目标和愿景，用大力支持更新我们的工作方法，在新的变革中为客户提供更好的产品和体验，为人类社会和環境做出贡献。

## 半年刊

各位同仁，大家好!

本刊将继续面向公司全体员工及合作伙伴征稿，欢迎各部门及办事处的同事踊跃投稿!

投稿邮箱: media@simon.com.cn