

艺术印刷： 强化内功 不放过任何一个机会

文 / 李美玲 总裁办



从全国产业结构来说，疫情对印刷实业冲击是最大的，印刷作为劳动密集型产业，生产的各项流程都离不开工人的操作，防疫工作任务艰巨。各行各业受到的影响，似乎都能反馈到印刷行业上：大量的企业延期复工，各类展会、营销活动也延期举办或者取消，印刷需求大减，使得商务印刷特别是雅昌所服务的艺术行业尤其面临严峻的挑战。

雅昌也遭受到巨大的冲击，整体业务减少一半以上，三地有所不同。华北国内业务较多，北京对制造业又管控极严，至今未能全部复工；华东地区同样备受管控，加之海外疫情严重，上海的奢侈品业务受到很大冲击；华南地区海外和拍卖都受到严重影响，特别是拍卖业务基本停滞。加上产业上下游受疫情影响不畅通，雅昌印刷整体营收跌幅一半以上，形势严峻。作为集团的主要营收单元，艺术印刷业务单元采取了一系列应对措施，稳定生产、保证运营，针对产品及行业特色，积极进行各种创新，以破解当前困局。

2020年4月9日，艺术印刷业务单元的动员大会从深圳开始，会上，集团副总裁、艺术印刷业务单元总经理王小斌在会上分享了印刷单元的应对之策，号召全体员工凝心聚力、共渡难关。

第一，销售先行，不放过任何一个机会。机会是为有准备的人而来的，权力下放，在困境中积极自救，倡导销售人员配合公司使出“十八般武艺”线上提供咨询、直播、朋友圈刷屏……尽可能的与客户保持联系，注重与顾客之间的沟通，发掘他们的心理需要，站在顾客的角度，审视自己的产品和服务提供的价值，挖掘潜在的营销机会，不放过任何一个机会。

第二，要强化内功，在客户痛点上下功夫。疫情之后，无论是迎来触底反弹式增长，还是走进优胜劣汰的调整期，企业员工的能力永远是最核心的竞争力。所以，我们要将“疫情期”转化为“内功修炼期”，越是在环境不好的环境下，越是要苦练内功。艺术印刷业务单元目前正在针对客户的痛点，进行端到端的流程和技术优化组合，打造核心策划研发功能小组，提高印刷的核心竞争力。同时，针对印刷 ODM 及 POD 等新业务，进行线上宣传和营销，吸引更多的客户。全力运用公司内部资源，在雅昌艺术网、得艺、得藏等平台，重点部署印刷线上业务-POD，将大书业务在拍卖、海外、文博等领域做大。





第三，坚守质量责任，加强过程管控提升产品和服务品质，用 SOP 保证质量提升，要将“出错是罪过”这样的理念深入人心。质量是现代企业获取有利竞争地位、建立长远发展、使企业走向成功的最重要因素之一。越是在严峻的形势下，雅昌越不能降低对质量的要求，疫情期间，我们对质量的管控更加严格，以标准化、数据化、规范化全面管控，保证质量的提升。

第四，每个人担当一份责任，打造高质量的产品才有高质量的客户、高质量的市场、高质量的效益，企业才能有高质量的发展。皮之不存，毛将焉附？企业承载着每个员工的希望和梦想，企业倒下，撑不住了，员工的命运也将无从谈起！每个人都要有一份担当，关心企业的发展生存，做企业发展的坚强支持者和维护者。要自觉践行企业价值观，不利于团结的话不说，不利于和谐的事不做；要从我做起，从身边的小事做起，从节约一滴水，节省一度电做起；要忠诚敬业、乐业专业，重视工作中的每一个细节；要高标准严要求，自动自发的做好一切，主动承担一些“分外”事；要以结果为导向，注重效率、不能拖延，量化、细化每天的工作；要摆正心态、积极进取，以空杯心态去学习，跟上企业、时代的步伐；要在保证质量效益的同时，积极寻找商机，每个人做到价值最大化。

以上四点是艺术印刷业务单元针对疫情所做的努力和号召，也是雅昌长期的发展战略。我们坚信，这次疫情是企业面临危机的一次演习、为公司发展敲响的一次警钟，我们更加相信，调整之后，公司必然会有一次全新的升级。

关河无尽处，风雪有行人。逆风虽难行，却是唯一适合飞行的方向。让我们同舟共济、共克时艰、苦练内功，厚积薄发！