



Micron

江苏迈隆电子科技有限公司
Jiangsu Micron Electronic Technology Co., Ltd.

迈隆月刊

2017年6月刊 · 总第三期

行业资讯

Industry Information

03/ 大数据：抓住机遇，保存价值

部门资讯

Department Information

07/ 6S警钟长鸣 —— 管理部

08/ 立足现在，展望未来 —— 研发部

09/ 态度决定水平，细节决定成败 —— 工程部

10/ 如何降低产品成本 —— 采购部

11/ 淡季我们一点也不“淡” —— 生产部

12/ 品质为重，丰收为果 —— 质量部

13/ 上汽大众WIFI版行车记录仪顺利上市 —— 销售部

14/ 改善，企业成功的关键 —— 物流仓储部

卷首语

持，不是拥有，但胜过拥有。

坚持，不会完全、百分百地成功，但不坚持，则一点机会都没有，一点成率都不在。

生活中的持，并不单指物质的，诸如可通达上下内外的证物卡券，更是命定生身的知识、年龄、性别的存在。是人，先天后得，骨内存，心里有，上品行的东西。

物的持有，包括存藏，不能多，多了成累，反被物持。孔子说：凡持满而未能久者，皆因天道成，人心变。

季节常变，时世总变，你不坚持就被变吞了。现实的很多东西，害在一时，一时倡扬，一时痛快，一时持有，一时发迹，起起落落很多。

常，百年不变，仍持原来那个样子，很难。首先时间、岁月就不让，说是人生不老春长在，实际生理上人没有不老的。少看颜面，老看腿腰，好春只就二三月。正因为此，人在意志上，品行品德上，操守洁爱上，能持一守恒，保持不变，就愈显得弥珍可贵。

持，讲的是做人的功夫，做事的长性。语说：看谁笑到最后，讲的就是持。文言：不诱于誉，不恐于诽，不以辱没动其火，不以高下易其心，也讲的是持。宇宙间的长存物，无一不持，山是山，海是海，日是日，月是月，白天就是白天，晚上就是晚上；树木柳叶长，榆叶圆，你飞你的絮，我挂我的钱，谁该是什么木质，就是什么木质，各自持躬，持稳，持真。

面对喧喧哗变的世界，不让它改变你，也是持。活着最可怕的，就是艰苦岁月成过去，你不能自持了，管不了自己，也把握不住自己了。

致力于成为汽车整车厂的优质合作伙伴
成为汽车零部件领域内技术领先并具有影响力的国际化公司

主办单位 江苏迈隆电子科技有限公司

电话 0512-63150166

传真 0512-63082772

官方网站 www.mic-ron.com

电子邮箱 kefu@mic-ron.com

地址 江苏省苏州市吴江区

运东经济开发区 叶锦路8号

邮编 215200



—— 官方微信 ——



大数据：抓住机遇 保存价值

互联网一天产生的内容足够刻满1.68亿张碟（按4.7G/张计算）；一天发出2940亿封邮件，相当于美国两年纸质信件的数量；一天的社区论坛上发出200万个帖子，相当于《时代》杂志770年的文字量；人们一天在Facebook上耗费的时间总计47亿分钟；在YouTube上传86.4万小时视频，如果不间断全部播放完需要98年；一天卖出37.8万台手机，高于全球每天出生的婴儿数量37.1万；全世界一天会上传超过5亿张图片，如果都打印出来相当于160座埃菲尔铁塔的高度。

摘要——《大数据：互联网上的一天》

大数据时代的来临，我司整合多方资源，并通过有效的数据统计，对整个乘用车市场的销量持续监测和分析，从产品线规划、现有产品的升级迭代、业务主体等方面，合理制定了下半年的企业展略方向。

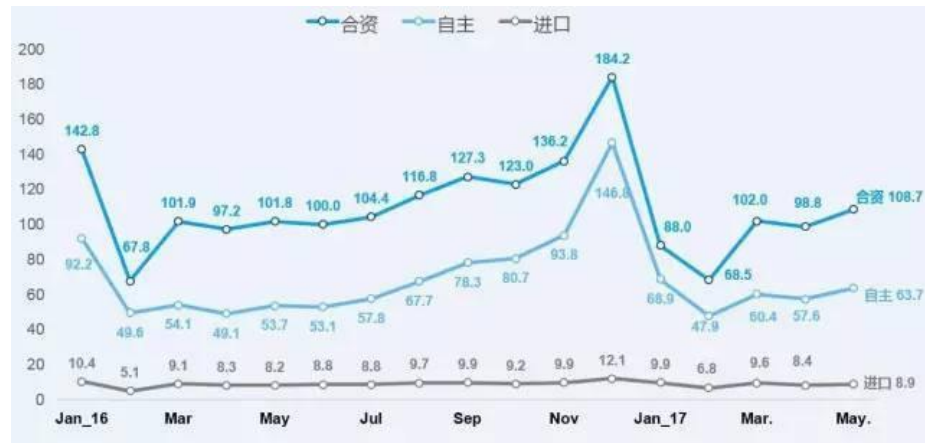
行业背景：2016年中国汽车销量跟突破了2000万辆，稳居世界第一。在如此巨大的汽车市场，如何制定销售策略，调整产品结构，才能保持高速增长，获取更多的收益，占领更多市场份额，是客户最关心的问题。

整体市场销量表现

数据显示，受季节性因素影响，5月整体汽车市场需求回升，销量同环比双升。5月整体市场销量为181.3万，环比上升10%，同比上升10.7%。（详见图一）



图一



图二

自主/合资/进口表现

5月，合资品牌销量达到108.7万辆，环比上升10%，同比上升6.7%；自主品牌销量约为63.7万辆，环比上升10.7%，同比上升18.7%，上升幅度明显。进口品牌销量为8.9万辆，环比上升5.9%，同比上升8%。

5月，合资、自主和进口的份额分别为60%、35.1%和4.9%，环比变幅分别为-0.02%、0.21%和-0.19%。（详见图二）

大数据：抓住机遇 保存价值

厂商销量表现

5月，上汽通用以20.4%环比增速，险胜夺冠，销量达到15.5万辆，一汽大众以15.4万辆屈居第二，上汽大众滑落至第三，销量为15.1万辆。

Top10厂商占领PV市场半壁江山，份额达53.9%，其中上汽通用达到8.5%，其余厂商份额都在3%以上。（详见图三）

系别销量表现

5月，自主份额同比上升3.3%，达到35.6%，日系稍有增长，增幅为1.4%，份额达到20.2%，其它系别份额呈现不同程度的下降，其中韩系下降最多，达到2.9%。

累计份额自主达到37.4%，增幅为2%，德系和日系均有增长，份额分别达到22.9%和19.8%，其余系别均出现下滑，下降最大为韩系，份额下降达到2.8%。（详见图四）



▲图四

细分市场销量表现

从细分市场份额来看，5月SUV份额同环比双增，其中同比上升6.4%，环比上升0.9%，份额达到42.5%，而轿车和MPV则同环比双降，轿车同比下降4.5%，环比下降0.4%，份额为49.8%，MPV同比下降1.9%，环比下降0.6%，份额为7.6%。细分市场销量方面，SUV同环比上升显著，幅度达到30.2%和12.5%，而MPV同比出现下滑，幅度达到11.6%。（详见图五）



图三



图五

大数据：抓住机遇 保存价值

SUV细分市场走势

图六▼



SUV细分市场销量表现

5月，中型SUV份额同环比双增，其中同比上升5.5%，环比上升0.04%，份额达到22.7%，而紧凑型SUV则同环比双降，同比下降5.1%，环比下降0.2%，份额为50.6%。SUV市场销量，大型市场同比上升显著，幅度达到108.8%，小型市场则环比上升最多，幅度为13.8%。（详见图六）

轿车细分市场销量表现

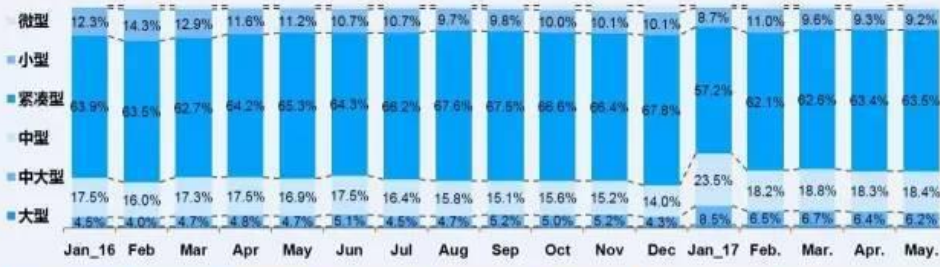
5月轿车市场，中型份额同环比双增，其中同比上升1.5%，环比上升0.1%，份额达到18.4%，而小型则同环比双降，同比下降2%，环比下降0.1%，份额为9.2%，紧凑型市场同比有所回落，幅度为1.8%，环比增长了0.1%，份额为63.5%。轿车市场销量，微型市场同环比上升显著，幅度分别达到46.6%和22.3%，小型同比有较大下滑，幅度为16.7%。（详见图七）

省份销量表现

5月MPV市场份额，紧凑型MPV同比下降5.9%，环比上升1%，份额为71.1%，中型MPV同比上升5.9%，环比下降1%，份额为28.9%。MPV市场销量，中型同比上升显著，幅度达到11.2%，而紧凑型环比出现增长，达到3.9%。（详见图八）

轿车细分市场走势

图七▼



图八▼



大数据：抓住机遇 保存价值

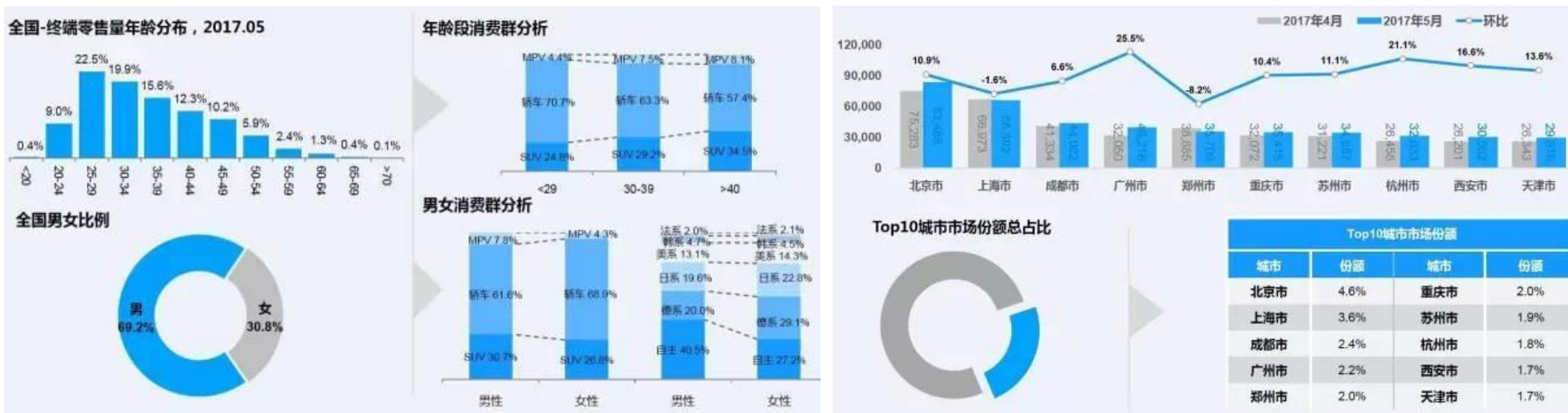
城市销量表现

5月，北京市销量全国最高，达到8.3万辆，上海市紧随其后，也达到6.6万辆，广州市环比增幅居前十第一，达到25.5%，销量为4万辆，跃居第四。前十城市份额已占全国销量的23.8%，北京市份额最大，达到4.6%，其它城市份额均在1.6%以上。（详见图九）

消费者行为分析

5月，主体购车人群年龄在20-50岁之间，其中25-29岁年龄段占比最大，达到22.5%，之后随着年龄增长，占比逐渐下降。在三个年龄段（小于29岁，30到39岁和大于39岁）划分中可以发现年龄段和细分市场的关联，SUV和MPV随着年龄段的递增，占比越来越大，而轿车则递。

5月，消费性别以男性为主，占比达到69.2，女性为30.8%。在细分市场偏好，男性在SUV、MPV的占比均大于女性，女性在轿车销量占比要大于男性，而在系别偏好上，男性偏爱自主，女性偏爱德系。（详见图十）



图九▲

图十▲

6S警钟长鸣

2017年6月，公司共进行了2次6S稽核，其中第一次共稽核发现问题18个，第二次共稽核发现问题26个。

从数据上显示，暴露出6月份后期各部门在6S管理上的松懈，虽然6S管理制度自3月份以来开始执行，但是尚未形成标准化的习惯，所以我们在6S标准的执行上需要时刻自我提醒：

- 1.熟悉6S管理标准，做到每日自查自改。
- 2.注重细节措施，制定到位，重在执行。
- 3.6S管理的工作是持续不断的，不因任何因素而降低标准。

6S，从自身做起，从团队做起，互相督促，互相激励，使之成为我们的工作习惯，只有不断地检讨修正，才能持续地改善提升。

·本月新进员工·

迈隆电子，作为一家飞速向前的高新技术企业,专注于自身产品，技术，管理等能力的不断提升，致力于成为行业领先并具影响力的国际化公司。

以此为目标，在2017年5月以来，迈隆很高兴的迎来6位新成员,他们的加入，进一步壮大了迈隆团队，同时也为迈隆增添新的活力和激情,迈隆也希望用你们的专业知识和经验，坚韧的意志和创新的观念，以及秉承团队合作的精神，让迈隆这列正在飞速的动车注入源源不断的动力。

让我们热烈欢迎他们的到来,并真诚地祝愿他们在日后的工作中一切顺利,在迈隆这个大家庭里创造更加骄人的成绩。

姓名	部门	职务	入职时间
蔡成敏	研发部	工程师	2017年5月26日
万军飞	项目部	产品经理	2017年6月8日
曹锋锋	项目部	项目经理	2017年6月9日
曹尚嵩	管理部	经理	2017年6月14日
刘萍萍	工程部	经理	2017年6月19日

立足现在，展望未来

伴随着科技的发展和技术的不断创新，越来越多的科技产物呈现在我们的面前，其种类之繁多，功能之新奇，让广大消费者乐此不疲。

就拿行车记录仪来说，其功能早已不在限于记录车辆行驶途中的影像及声音了，已经逐步朝着辅助驾驶人员驾驶、驻车监控、定位导航等智能化及多功能的方向发展。那么行车记录仪真的能过帮助驾驶员实现轻松驾驶吗？那就让我们来看看行车记录仪的高级辅助驾驶功能吧！

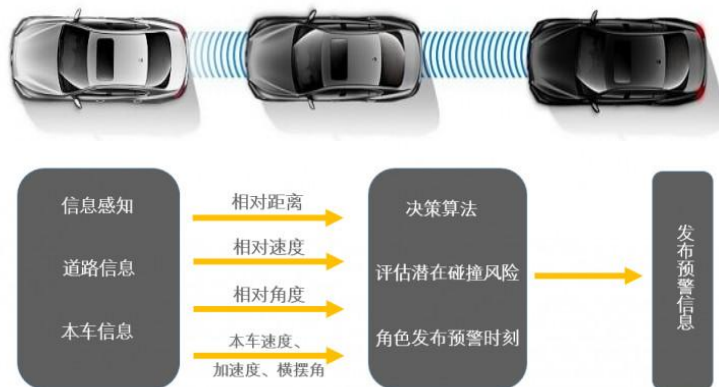
高级驾驶辅助系统（Advanced Driver Assistant System），简称ADAS，是利用安装于车上的各式各样的传感器，在第一时间收集车内外的环境数据，进行静、动态物体的辨识、侦测与追踪等技术上的处理，从而能够让驾驶者在最快的时间察觉可能发生的危险，以引起注意和提高安全性的主动安全技术。ADAS采用的传感器主要有摄像头、雷达、激光和超声波等，可以探测光、热、压力或其它用于监测汽车状态的变量，当车辆检测到潜在危险时，会发出警报提醒驾车者注意异常的车辆或道路情况。早期的ADAS技术主要以被动式报警为主，对于最新的ADAS技术来说，主动式干预也很常见。

行车记录仪的ADAS功能简介如下：

1. 车道偏离报警（LDW）：通过图像识别结合车转向信号判定车辆是否偏离车道，在行驶中，车辆偏移车道中心至一定程度时（无转向信号），记录仪发出偏离车道报警，提醒驾驶员注意车辆行进方向。



2. 前车碰撞预警（FCW）：在行驶中，通过图像识别，计算相对距离、相对速度，在一定的范围内，持续发出报警，提醒驾驶员注意碰撞。



3. 交通限速标志识别（TSR）：标侦测行驶道路上的交通限速标志，当检测到交通限速标示时，发出警示，提醒驾驶员注意遵守交通法规，安全驾驶。

4. 疲劳驾驶监测：通过图像识别，侦测驾驶员状态，分析驾驶疲劳状态，当检测到驾驶员疲劳时发出报警，同时对驾驶员的注意力进行监测，当驾驶员注意力不集中时，发出报警。

虽然ADAS功能已经在一些行车记录仪上体现，但由于其技术的复杂性以及行车道路的多样性，其功能表现并不如意。但在科技迅速发展的今天，相信在不远的将来，成熟的ADAS系统必将融入我们每一个人的生活。在机遇和挑战面前，我们研发人必将凝聚我们的汗水去攻克难关，也必能用汗水灌溉出成功之花。■ 研发部

态度决定水平，细节决定成败

为确保广州客户满意，工程部积极配合销售部预装智能后备箱感应开启系统，销售部整合并提供资源，工程部FAE工程师、机构工程师，总计三人三下无锡日产4S店。

· 第一次 ·

试装轩逸车型，轩逸车型尾门结构比较复杂，判定我司现有的弹簧无一适用，实现功能需定制弹簧。由于客户要求时间紧，工程部快马加鞭赶往昆山合力，现场绘制并出具设计图纸，并现场下订单。三天后如期拿到了定制的弹簧。

· 第二次 ·

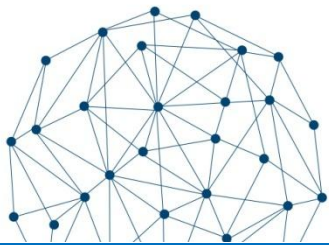
第二天虽然是周末，工程师们以公司业务为重，放弃各自休息时间，更应销售部门要求，冒着倾盆大雨，试装车型从1款扩大到3款：轩逸、蓝鸟和天籁。遗憾的是蓝鸟无试装车，只装了轩逸、天籁两款车。从安装的过程来看，不管在电源的取电、布线、主机的放置、感应线束的粘贴和线束的驳接等各方面都能达到较为理想的状况。在安装完成后测试方面也非常理想。另新蓝鸟虽然没有安装，但经过研判，确定我司产品也是适配此款车型。在尾箱外力机构方面的问题上，需进行小的调整，相信能够到达我们想要的效果。

· 第三次 ·

为合理优化开发、时间、人员等各类成本，减低备料、发料、领料、包装等各部门内部环节压力，工程部再次打样弹簧，对弹簧制定了更高的设计要求：三款车力争共用一款弹簧。根据节点安排，6月28日拿到弹簧，6月29日FAE工程师将再次赶赴无锡进行适配试装。在试装验证后，6月23日赶赴广州进行客户试装。

迈隆是一个高速发展、高速运转的企业，工程部作为公司产品开发的前端部门，严谨的工作态度，高效的执行能力反映了迈隆的工作作风。

■ 工程部



如何降低产品成本

Cost Down不是在某个特定时间进行的，而是贯穿了整个过程。

加工工艺的改进，导致tact time下降，例如大众智能后备箱感应开启系统包材中的内衬，将原有的E楞纸板改用了吸塑，作业时间从原来的每个40S降到了现在的每个10S，也就是包装的单位时间成本下降了75%。并且单个材料成本降了20%。

原材料替代，将产品原用的品牌或厂商进行更换来降低成本。

采购议价，议价是最基本的降价手法，也是最直接的方法。议价之前需要对所采购的材料有深入的认识，比如原材料的价格，整个生产制程及各制程的良率，所使用到的设备，材料的产能以及加工的工时等，有了这些资料可以估算出材料的大致成本，议价时做到心中有数。

2nd Source就是一个产品要有二家供货商，应用优胜劣汰的供应链管理法则，也可以鞭策现有供应商不断提升企业竞争力，而优秀供应商的加入也为公司的发展不断注入新鲜的血液。但是需注意替换供应商需要较长的一段时间，需要有计划有步骤的实施。即使是非常优秀的供应商，如果盲目的导入，可能因为公司文化，做事方式，工作流程 等的差异而达不到预想的效果，甚至影响材料的品质。

本地化，所谓的本地化就是将国外进口的产品转至国内已成熟的产品。我们目前用的进口料除了个别电子料其他的都是国内的产品。现在我们要做的是把原华南区的供货商转至华东区。例如线材，喇叭。华东区的价格不但比华南区低，供货也方便。技术交流，现场审查都可在当天进行。从另一方面降低了间接成本。

所以降低产品成本不单是材料成本的Cost Down，也不是采购单抢匹马能完成，需要一个团队的协力协作，需要在目标一致的前提下团结起来，同心协力，取长补短，群策群力，创一流的企业团队。



淡季我们一点也不“淡”

南方，每年6月下旬开始到7月上旬便是梅雨季节，在5月份上半月赶料备库存的状态中，不知不觉已经进入6月，6月天空连日阴沉，降水连绵不断。古有谚语“雨打黄梅头，四十五日无日头”，便是梅雨季节高温湿大的特点。

6月份的生产压力相对较小点，也可以理解为所谓的“淡季”吧！公司合理安排，将体系内审和6S推行作为本月的重点。

6月13日至6月14日实施了为期2天的ISO9001/TS16949 体系内部审核活动，当天由品质部牵头，生产部被分成A、B组进行稽核所有涉及部门单位。针对涉及的程序文件进行第一步的找问题和提出不规范的地方。

A组首先稽核品质部文件，做为公司质量管控的重要部门，相关的文件繁多。毫不夸张的说已经摆满了一张会议桌，A组同事没有被吓倒，四名同事严谨的在每个文件中寻找问题点，细节性的问题不断被挖掘。讨论中将问题点逐一的记录下来，稽核完文件我们又马不停蹄对作业规范及实地作业进行稽核，在稽核的过程中我们发现问题，同时也检讨着本部门单位平时没有按照体系作业的不规范项。结束2天稽核，两个小组一共稽核缺失56项，最后在开总结会议时大家反思发现平时（体系）看不见摸不着，但是在管理上还是要改善的问题很多很多。通过这次内部稽核，更进一步了解（体系）对一个企业的重要性，从设计研制、生产、检验、销售、使用全过程的质量管理活动，并予制度化、标准化，成为质量工作的要求和活动程序。



6S 推行从3月份开始拟定推行计划到具体实施已经3个月了，从一开始计划推行动员大会到试用阶段再到目前稽核评分改善阶段，各单位兢兢业业在执行着。从一开始消极应对，敷衍检查；到后面能自觉的做好平日里的维护习惯，不需要为了稽核而提前做准备工作。做好6S不是靠口号、靠个人，需要的是大家一起动起来，要有6S的意识。按标准、规范执行平日里的每件事情。虽然经历3个月努力，不能说我们在6S方面做的最好，最少我们努力想去做好，共同营造一个和谐、舒适的工作环境，良好的工作氛围，工作效率才能更高效。迈隆的团队们让我们一起努力吧！加油！加油！

生产部

品质为重，丰收为果



最近读到一篇短文，是嘲笑循规蹈矩的德国人的。中国的留德大学生见德国人做事刻板，不知变通，就存心捉弄他们。大学生们在相邻的两个电话亭上分别标上了“男”、“女”字样，然后躲到暗处，看“死心眼”的德国人到底会怎么样做。结果他们发现，所有到电话亭打电话的人，都像是看到厕所标志那样，毫无怨言地进入自己该进的那个亭子。有一段时间，“女亭”闲置，“男亭”那边宁可排队也不往“女亭”这边运动。我们的大学生惊讶极了，不晓得何以“呆”到这份上。面对大学生的疑问，德国人平静地耸耸肩说：“规则嘛，还不就是让人来遵守的吗？”德国人的刻板可以让我们开心地一连笑上3天，而他们看似有理的解释，也足以让某些一贯无视规则的“国产大能人”笑掉大牙。但是在开心之余，嘲笑之余，我们漠视规则已经多久了？我们总是聪明地认为，那些甘愿被规则约束的人不仅是“死心眼”，简直是“缺心眼”。规则是死的人是活的，活人为什么要被死规则套住呢？正是因为这样，我们才会落后人家好多年。

质量管理常面临人情与规则的斗争。有人常说质量部的就是木头，不会变通，没有人情，处处让人难过，曾经有人说当你跟别人创造阻力的时候，别人必会让你付出代价。“死心眼”甚至“缺心眼”，聪明的人会认为规矩是死的，人是活的，漠视规则已久，活的潇潇洒洒。

品质人员常说见单做事，见单执行，原材或产品一定符合检验标准，当不符合标准的时候就会有人出来讲人情，卖面子，走套路话术说到尽头，让品保PASS，往往是绕了一圈子质量的还是要求达到检验标准。因此遭到一些“聪明人”的抱怨、抵制和争吵。

早些年有些企业往往从上到下从不注重质量，只关注产量。导致品质上不得支持，下不得支持，得到的是遭人笑话和讽刺。懦弱不愿坚持从事质量行业的在公司寻求机会转做文员、采购，甚至转行。也有“傻根”执着的为目标硬撑着从而变成坚强，有韧性，乃至坚不可摧。质量管理如果渗入太多的人情，就会降低规则，甚至无规则。职业道德面前要的是客观和遵守规则。

质量工程立法，是法官。质量检验是警察。没有质量就没有市场，没有市场就没有生命力！质量是企业的生命，质量是对顾客最好的承诺！

质量部

上汽大众WIFI版行车记录仪顺利上市

6月26日，上汽大众WIFI版行车记录仪（零件号：Z00970003）正式上市啦！

高规格、高品质、高适配，这是上汽大众WIFI版行车记录仪的产品定义。

2017年12月，销售部同仁经过激烈的竞标角逐、渠道公关，顺利的拿下上汽大众行车记录仪项目。项目定点的同时，我司迅速建立专项项目小组，由项目总监牵头主导，各有关部门与上汽大众技术部门反复沟通、快速验证、综合修正、及时反馈，短短的6个多月时间，在项目小组成员共同努力下，按规划的项目进度，6月26日，如期上市！项目的成功上市也证实了迈隆的企业文化：以广泛的行业者客户群，良好的合作渠道为坚实基础，并秉承“用户至上”的理念，以“全面客户导向”为原则，最快速的客户反馈，致力于为客户提供最优质的产品、最完善的服务、全维度的客户响应。

这款承载着项目小组心血及希望的产品，甫尔上市，就受到了上汽大众全国12个大区分销领导及800多家经销商伙伴的欢迎及重视。首批2400台产品，在短短的几天内销售一空，更有山东区的一家经销商，在上市当天，即订货300台，为我们打响了上市后的第一炮。另有诸多经销商，随即将此款产品打包进入新车销售套餐，随车捆绑销售，此等销售理念的建立，伴随大众销售公司、大区分销中心、经销商及终端车主的多方认可，让我们对产品开拓市场、完成公司下达的销售指标更有信心！

销售部



改善，企业成功的关键

6月迎来了年中盘点，在各部门的支持与协助下，仓库除供方送货时多余备品物料外，所有账物一致性为100%。

仓库的各项工作始终围绕着团队的打造、库存货物安全、库存数据准确、作业标准规范化、物流配发高效率、热情服务高质量的目标展开，6月改善如下：

1. 坚持执行本公司的早会制度，提高员工精神面貌

为了提高工作效率，确保工作能按时、保质保量地完成，每天坚持开部门早会，对前一天的工作做总结，找出不足加以改善，并做好当天工作计划。通过早会，提高内部人员士气，加快了各类信息的流动，能及时地发现并解决问题。

2. 制定各仓岗位职责，制定仓库考核硬指标

建立健全了各岗位职责，规范了各项业务流程，制定了仓库考核硬指标；结合公司经营实践，完善了帐物的管理和财务库存数据的执行标准；与此同时，还对仓库进行了新的规划，仓库分区、货物分类、台帐及标识建设的完成，科学化进程的全面启动。

3. 账务处理及时，并定期进行自盘

督促仓管员对所管辖的物料及时的进行收发整理，并定期自盘，合格物料及时清点进仓，各仓管员及时做好帐务处理。确保帐、物、卡三相符率达到一致，使仓库工作做到日清日毕。

4. 坚持执行6S工作，做好物料的标识和防护

改善工作环境，做到让人一目了然，规划仓库物料的区域标识，每天坚持做到物资堆放安全，标识清楚，通道畅通，做好仓库防火防盗防潮防尘等措施。

5. 调整物料摆放，实行物资定位存放，提高工作效率

了解各仓库所管区域物料摆放后，针对于仓储原有的区域规划，做了相应的修改。对物料现场的大面积区域划分进行了相应的调整再次细分与标识，以更有利于现场物料管理。五金仓货架上的存放物资重新规划。

改善是阶梯式的，日常工作中齐心协力做好各项工作，提出好的建议和方式，通过持续改善，工作一定会越做越好，企业也会随之进步。

■ 物流仓储部





声明

本刊所有作品，均为江苏迈隆电子科技有限公司合法拥有版权或有权使用的作品。

未经本刊授权不得转载、摘编或利用其它方式使用上述作品；已经本刊授权使用作品的，应在授权范围内使用，并注明“来源：迈隆”。

违反上述声明者，本刊将追究其相关法律责任。

迈隆月刊

2017年6月刊 · 总第三期

