



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9月刊 · 总第六期

迈隆月刊

2017年9月刊 · 总第六期

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 ——

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

CONTENTS | 目录

公司要闻

Company News

03/ 庆传统中秋佳节，谱和谐企业文化

部门资讯

Department Information

04/ 2017年9月6S评比结果 —— 管理部

06/ 产品质量先期策划 (APQP) 应用初探 —— 研发部

07/ 紧盯现场、保证进度、铸就完美 —— 工程部

08/ 有效的时间管理=生产力 —— 生产部

09/ 供应商改善推动进料良率提升 —— 质量部

10/ 基于ERP的采购业务管理与控制 —— 采购部

11/ 成功销售从沟通开始 —— 销售部

12/ 如何控制安全库存 —— 物流仓储部

卷首语

人生就是一列开往坟墓的列车，路上会有很多站，很难有人可以自始至终陪着走完。当陪你的人要下车时，即使不舍也该心存感激，然后挥手道别。

不管前方的路有多苦，只要走的方向正确，不管多么崎岖不平，都比站在原地更接近幸福。

在这个世界上别太依赖任何人，因为当你在黑暗中挣扎时，连你的影子都会离开你。

生活坏到一定程度就会好起来，因为它无法更坏。努力过后，才知道许多事情，坚持坚持，就过来了。

只有阳光而无阴影，只有欢乐而无痛苦，那就不是人生。

最远的旅行，是从自己的身体到自己的心。坚强不是面对悲伤不流一滴泪，而是擦干眼泪后微笑着面对以后的生活。

珍惜今天，珍惜现在，谁知道明天和意外，哪一个先来。

生命可以随心所欲，但不能随波逐流。



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

庆传统中秋佳节，谱和谐企业文化

中秋节是我国仅次于春节的第二大传统节日，如果说春节是过年团聚的亲人们欢乐最多的时刻，中秋就是漂泊在外的游子们思念最深的时刻。

迈隆自成立至今，始终将员工视为企业的核心，一直秉承着“以人为本”的基本价值观，把增加员工的归属感和荣誉感作为企业核心发展的重要条件。

一个拥有丰厚文化底蕴的企业，无疑也就具备了强大的凝聚力。企业文化对内是一种文化宣扬，是一种精神层面的创造；对外，是一种企业形象的建立，是一种竞争能力的无形加强。

年年中秋，今又中秋。为祝福员工度过一个团圆喜庆的中秋佳节，公司特为全体在职员工购置了中秋礼品。中秋礼品，既为员工送上了一份独特的“情感福利”，又丰富了企业文化的内涵。

9月20日下午，在公司进行了礼品发放，现场呈现出一片喜气洋洋、热闹非凡的景象。礼物虽小，却是一份饱含温情的关怀，让身在异乡佳节思亲的心能在迈隆感受到家一般的温暖。

以下是本次发放礼品的部分现场图片：



值此佳节来临之际，预祝迈隆的各位同仁中秋节快乐。

2017年9月份6S评比结果

2017年9月分别由采购部和工程部参与进行2次6S稽核评比，具体评分及奖惩如下：

类别	部门	期数	异常数	得分	未满合格线惩罚	异常数惩罚	惩罚总计	月平均分	系数(=100/合格分)	最终分值(月平均分*系数)	名次	奖励
A	销售部	I	0	100	无	0	0	100	1.05	105.26	3	0
		II	0	100		0						
	工程部	I	0	100	无	0	100	97.5	1.05	102.63	5	0
		II	5	95		100						
	财务部	I	0	100	无	0	0	100	1.05	105.26	3	0
		II	0	100		0						
	生产计划部	I	0	100	无	0	0	100	1.05	105.26	3	0
		II	0	100		0						
	品质部	I	1	98	无	0	0	99	1.05	104.21	4	0
		II	0	100		0						
	采购部	I	0	100	无	0	0	100	1.05	105.26	3	0
		II	0	100		0						
	管理部	I	0	100	无	0	0	99	1.05	104.21	4	0
		II	1	98		0						
B	生产部	I	1	98	无	0	0	98	1.11	108.89	1	300
		II	1	98		0						
	仓储物流部	I	2	96	无	0	50	95	1.11	105.56	32	0
		II	4	94		0						

自公告发布之日起，请各部门负责人根据评比结果及时至财务部处理奖惩。

在此也恭喜**生产部**获得9月份再次荣获【6S月度优秀团队】称号，并奖励300元，生产区域面积大，涉及员工数多，能够保持优秀6S环境实属不易，希望其他部门即时查漏补缺，时刻关注并做好6S改善，争创10月份榜首。

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，2017年9月，迈隆很高兴的迎来3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理念，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
郭书存	制造部	前装项目负责人	2017年9月4日
顾小平	采购部	采购专员	2017年9月18日
何国辉	研发部	经理	2017年9月25日

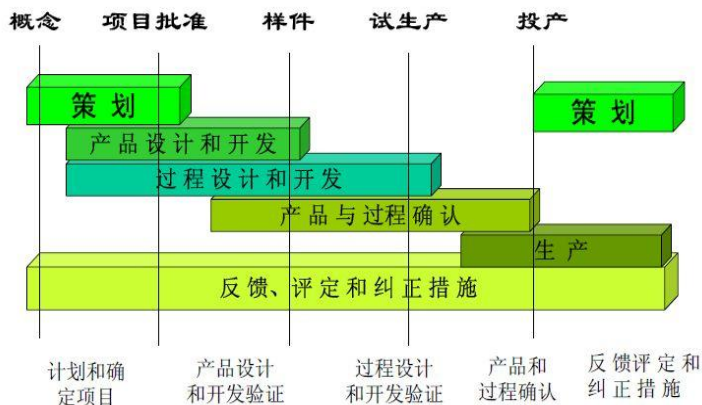
产品质量先期策划 (APQP) 应用初探

APQP作为一种结构化的方法，以确定和制定确保产品使客户满意的步骤。从APQP与旨在满意顾客的需求和期望及增强顾客满意为核心思想的ISO/TS16949标准的高度的一致性，可见APQP的应用对于汽车行业产品开发相关人员的重要性。将APQP与我们的日常项目工作的开展相融合，为我们在解决项目开发过程中的问题和推动项目工作的顺利进行提供了有力的理论依据。

一、APQP的五个阶段

- 1.计划和确定项目——从产品概念提出到项目批准阶段。
- 2.产品设计和开发——从项目批准到样品完成阶段。
- 3.过程设计和开发——从样品完成到试生产阶段。
- 4.产品和过程确认——从生产到正式量产阶段。
- 5.反馈、评定和纠正措施——从量产到客户反馈阶段。

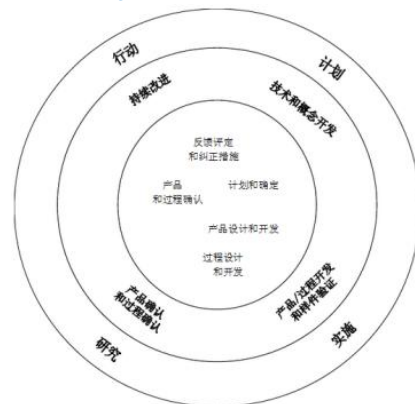
产品质量开发五阶段的概念



二、APQP的关注焦点

- 1.客户的呼声——客户采访、意见调查/征询、媒体评论和分析。
- 2.团队活动——定义合理有效的团队。
- 3.成本和时效——成本分析、同步工程。
- 4.关注效率——可装配和制造性、IE工程。
- 5.输入及输出的一致性——任何的输入应对输出起作用。
- 6.强调问题的预防——FMEA、防错、SPC。
- 7.持续改进——FMEA、控制计划、SPC。

三、APQP与产品质量策划循环 (PDCA)



将产品质量策划过程看成一个不断循环的过程，表明持续改进是无止境的。

这种持续改进通常是将一个项目中取得的经验、获得的知识应用于下一个项目的开发。

紧盯现场、保证进度、铸就完美

步入九月，上汽MG3安装多功能后视镜的项目计划也进入了稳步供货和安装阶段，由于我司产品在质量、设计和智能化方面符合现代人的使用需求，因此产品安装的任务也在逐渐加大。

目前这款车的安装地点是在上汽乘用车临港公司，在完成了前期250套安装任务之后，又被临时要求以无缝对接的方式进行接下来一批订单的安装，现场保证装车数量的任务也随之加大，供货时间随之进行了紧急调整。

安装现场虽有有条不紊的进行，但过程中也出现一些小插曲：

一、在产品安装方面：前期由汤坚对现场安装人员进行了系统性的培训，但第三方安装人员由于第一次接触本产品，导致前期安装的速度和质量未达到上汽要求。

二、在产品安装效果方面：前期由于安装人员操作以及产品背胶自身原因，背胶的安装效果不是很理想，装上之后会出现粘不牢固、气泡等现象。同时产品的支架也存在安装不良现象。根据现场提出的问题反馈，公司各部门积极配合对记录仪底座及背胶和后视镜支架做了新的设计和更改。目前记录仪的底座和背胶在现场的安装效果及良率都有了很大提高，但是新的支架却出现了断裂情况，经过现场分析发现出现这种现象主要有两个方面的原因引起：

- ① 产品安装之后后视镜不良或线束不良，导致无法正常使用，需拆卸下来更换产品；
- ② 新支架是由两部分组成，这两个部分靠一颗螺栓进行连接，而由于螺栓未能紧固，导致后视镜安装上之后出现晃动的现象，需拆卸下来重新紧固螺栓。

目前工厂对新支架安装过程中出现的问题也在做有效处理，坚决从源头上消除这些产品不良现象。

正是通过这种现场“盯梢式”的指导方式，以及工厂各部门密切的配合，产品各方面的优点和不足才能及时发现，问题才能积极反馈并得到及时有效的解决，我们产品的质量和竞争力才会更加突出，才能保证现场安装工作在计划内的有序进行。同时，相信通过各部门紧密配合，后续我们的产品会更加完美！

有效的时间管理=生产力

员工是企业的第一生产力。在企业的生产发展中，员工发挥着不可替代的作用，他们的工作技能和效率渗透在企业的每个领域，提高员工生产力是企业生命力延续和增长的关键。而如何提高员工生产力，从时间管理角度来分析，就是要帮助员工对工作时间实现有效管理，从而提升工作效率，最终直接转化为生产力。

为何要时间管理：时间的三大特质

在日常工作中，我们的员工常常会遇到这些问题：感觉自己比谁都忙，零碎的事情太多，工作越做越多，经常加班；计划赶不上变化，或计划从未兑现过；临时性工作较平繁，有时没法专心干份内的活；工作抓不住重点，也没空去想何为重点；总无法说“不”，因此总要打乱时间计划。其实这些问题的背后绝大部分是因为无法有效利用时间的因素所造成的，因为人生犹如一盘棋，坐在你面前跟你博弈的正是“时间”。而我们必须要正视时间具有的三大特质：第一、时间无法用其他东西替代；第二、时间不能增减，富翁与穷人每天都是二十四小时；第三、时间无法储存，无法像真实的物质一样可以存起来放着以后用。

所以时间是不受任何人掌控的，我们要发挥时间真正的效率和效益，就必须进行有效的的时间管理，充分利用每一分每一秒。

时间管理目标：把时间用对

经济学家帕累托在时间管理上运用了二八原则，他认为要把精力集中在最出成绩的地方，也就是“好刚用在刀刃上”。你得到的80%的帮助来自于你20%朋友，与此同时，你投入的80%的精力却只得到20%的收益。而我们常常是把大多数时间和精力花在并不很重要的地方。因此时间管理的目标就是要把时间用对，去寻找用20%的努力就可得到80%的效果的领域，集中精力解决少数重要问题，而不是解决所有问题，从而发挥最佳的效用，实现最好的结果。

怎样做好时间管理：四象限法则

著名管理学家科维提出了一个时间管理的理论，把工作按照重要和紧急两个不同的程度进行了划分，基本上可以分为四个“象限”：既紧急又重要（第一象限）、重要但不紧急（第二象限）、紧急但不重要（第三象限）、既不紧急也不重要（第四象限）。这就是关于时间管理的“四象限法则”。

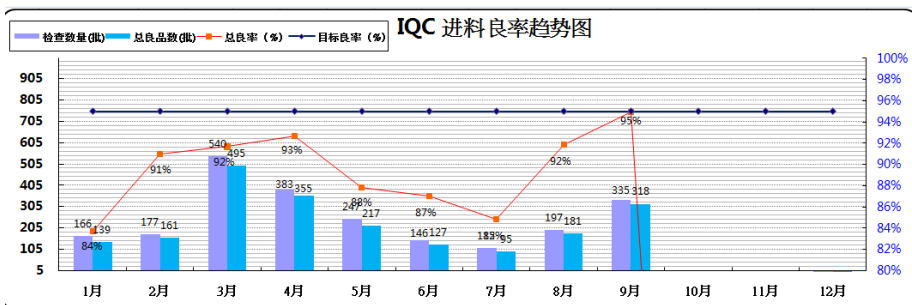
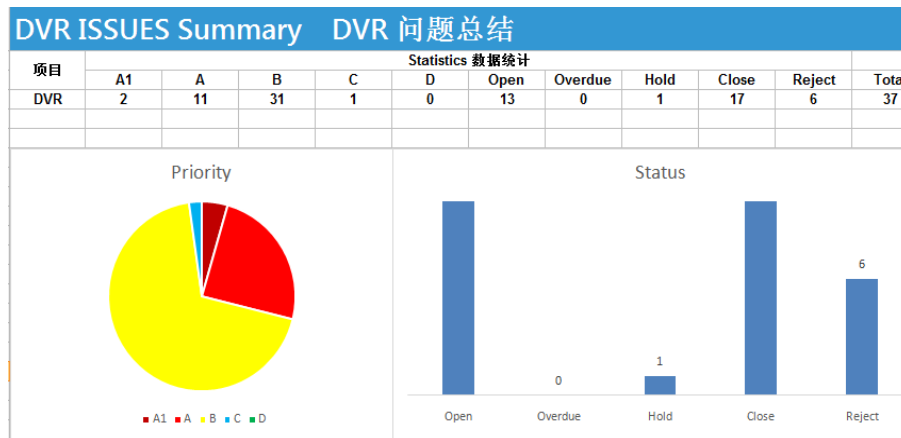
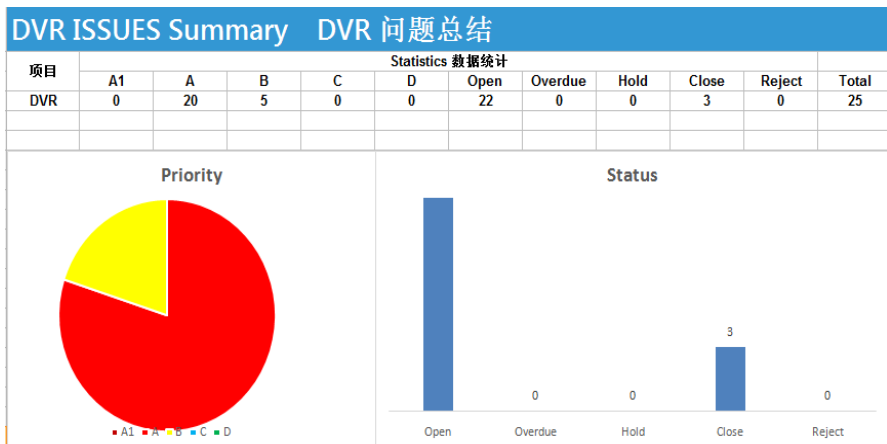
通过时间管理四象限法则，将工作中林林总总的事件按重要性和紧急性的不同组合确定处理的先后顺序，从而达到时间管理的帕累托最优，实现工作效率的最大提升，推动企业生产力进一步发展，这才是最终目的。

迈隆生产部在九月的生产中生产力得到了明显提升，有此成绩除了一线员工的辛勤工作还有基层干部针对“员工的安排管理”以及“工序工时优化”是分不开的，十月生产部还会继续针对“作业人员的动作级数”“精简优化工序”“间接人员的工作内容”做出相应调整，相信我们还有有更加骄人的成绩。

供应商改善推动进料良率提升

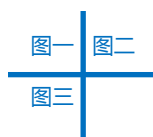
通过9月份推行DVR产品质量改善会议，针对目前硬件及软件方面的推动改善，推动行程和详细改善方案如下：

邀请软体厂商驰云和主板硬件厂商美通的相关技术代表到我司与我司研发技术相关专业人员共同探讨改善Issues。



一、IQC人料资料汇总

项目 / 月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	Total	Max	Min	\bar{x}
检查数量(批)	166	177	540	383	247	146	112	197	335	2303	540	0	2303	540	0	117
总良品数(批)	139	161	495	355	217	127	95	181	318	2088	495	0	2088	495	0	110
总良品率(%)	84%	91%	92%	93%	88%	87%	85%	92%	95%	91%	92%	94%	91%	92%	94%	94%
目标良率(%)	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%



软体和硬体厂商Issues的改善进度汇总：

- ① 硬件共25项，彻底改善完成了3项；（详见图一）
- ② 软体共37项，完成改善17项，其中一项hold待验证改善方案的有效性。（详见图二）

通过供应商的实地改善本季度进料平均提升：4.3%。（详见图三）

基于ERP的采购业务管理与控制

由于物料成本在产品成本中占有很大比重，并采购业务发生频繁，工作量大，运行环节多，容易产生管理漏洞，因此采购业务管理历来是企业动作管理的重要环节。金碟K3系统中提供了对采购请购、采购订货、采购到货、采购入库、采购发票、采购成本核算、采购付款的全过程管理，每个环节会形成单据/文件，包括请购单、采购订单、收货通知单、外购入库单、采购发票等。

采购管理过程涉及计划部、采购部、质检部（模块测试中）、仓库、财务部等职能部门。

一、采购业务流程涉及各环节简要说明

1. 采购申请

采购申请由公司内部需求单位开立采购申请，并依审批权限进行审批，经核准后交由采购作业。

2. 供应商档案建立

开发新供应商，经流程审批后，于K3系统中<供应商>档案建立资料，包括供应商基本信息、厂商联络方式、付款方式等信息。

3. 价格审批

样品确认合格后，经询、比议价书面（或钉钉）审批后，于K3采购管理--采购价格管理中建立，并由部门经理于K3系统进行再次审批，方可执行下达采购订单。

二、系统中对采购数量、采购价格的过程进行管控

采购数量：依不大于采购申请量为原则，采购不得超高于采购申请的数量，以避免造成呆滞库存或增加库存成本。

采购价格：

- 1) 采购价格管理：最高进价控制，价格有调高或调低时，必须依审批权限的要求重新进行审核，经审批后的价格方可录入系统。
- 2) 采购订单：价格禁止手动修改，且价格来源于<采购价格管理>，未经审批的采购价格，无法抛转采购订单。

采购管理是企业达成生产及销售计划，从适当的供应商，在确保适当品质的条件下，于适当的时间，以适当的价格，购入适量的物料所采取的一切管理活动。采购的理念和职能在信息化和市场竞争的形式下，不断更新。

未来，采购会与K3系统管理员一起，针对系统中出现的问题积极沟通，不断完善，使采购流程更系统化！

4. 采购订单

采购订单是订货环节形成的采购文件，物料名称规格、采购数量、需求时间、供应商名称、价格、运费、交货地点等。采购订单参照采购申请生成。

5. 采购到货-外购入库单

供应商到货后，由仓库开立收货通知单，交由品质部检验，经品质检验合格后，仓库生成<外购入库单>。单据审核后，数量计入库存数据。

6. 采购发票

每月21日 采购于系统中引出对账数据，供应商核对无误后开立增值税专用发票，采购于K3系统生成采购发票，并将书面采购发票与对账单交由财务部立账。

成功销售从沟通开始

为了增加与经销商的沟通，促进尾门自动开启的订单，本月销售部把苏州经销商做为试点店沟通了尾门自动开启微信促销活动，本次活动总计沟通了苏州区域十家经销商，分别是昆山昆众，昆山建睿，苏州华丰，东昌新园，苏州金阊，苏州广洋，昆山建伟，昆山宏昌盛大，苏州华亮，苏州华铭。

这次沟通的对象主要为经销商总经理、售后总监、销售总监、配件经理、销售主管，主要沟通目的为配合经销商完成附件任务，降低经销商销售附件难度成本，增加相关销售人员奖励政策。并到店了解店内后备箱感应一脚踢开启的实际库存情况、店内促销销售政策、每月销售台数、安装使用情况、客户反馈、并对店内销售人员进行产品卖点的辅导和讲解。苏州这次下店也着重解决了一些经销商反馈的问题，解决部分经销商反馈的踢不开、感应不灵敏的问题。

在试用尾门开启产品时发现部分经销商在安装后部保险杠感应线安装位置距离等都有误差，导致感应区较小，难以感应到“脚踢”动作，导致开启失败。店内销售顾问也有存在着操作不规范等问题。我们当场对这些经销商进行安装指导，进行安装修正。并对针对没有按规范来踢的销售顾问我们进行逐个培训，让店端销售顾问了解产品怎么使用。对一些人为碰摔及使用频率比较高已经磨损外观和感应失灵的感应钥匙我们进行了免费的更换，保证产品在销售端使用和演示给客户看的时候不发生问题。并帮助经销商对于部分感应不灵敏的产品进行及时免费的换货。

对于部分经销商在产品培训上面的弱项，我司也到店后和店内销售主管和内训师进行了产品卖点及使用安装注意事项的培训，并留了安装和使用视频，并让内训师转培训内容到销售顾问。

对于此次一脚踢微信促销活动，所有的经销商都持欢迎态度，也希望我们厂家能够把这种促销持续的做下去，互惠互利达到共赢。在这次下店沟通后8月份苏州区域尾门感应订单新增了45套，三家经销商得到了赠送的一脚踢产品，因为这次下店沟通的时间是在8月下旬了，很多经销商会在9月进行备货，我们预计9月、10月份苏州区域会有更多的经销商能够拿到这次的促销奖励。



如何控制安全库存

从理论上讲，一个企业必须要预防库存不足缺乏的情况，库存量的最低标准就是“最小库存（安全库存）”相对于此，为了不让库存过多，必要的库存标准就是“最大库存量（库存上限数量）”用这两个标准监控库存状况是必要的。

以天数作为计算库存量的单位

将数量过多的物料个别控制，便能够防止库存过剩或不足。方法有两种，一种方法是以实际数字计算，另一种方法是用天数计算，还可以将这两种方法合并使用。要将库存物料个别控制，就必须理解用天数计算库存的方法。

这个方法的指标就是库存循环率及库存循环周期。将出库金额除以库存金额，所求得的数值为库存循环率，我们用次数表示。当这个循环率越高，库存减少，转换为现金的速度也就越快。库存循环周期中的库存循环日，就是以365日除以库存循环率。这个日数是指从采购开始到销售出去为止所需要的天数，所以这个数字就表示库存。总之，要控制库存，就以“几天份的库存”来掌握会更容易理解，也即用天数来表示现库存量。因此，用天数来表示量小及最大库存量，也就是以“一天平均出库量是几天份”的库存基准来设定。

计算最小库存量

要设定最小库存量的方法有以下两种：

- (1) 在订货及交货间隔期内设定。
- (2) 反映平均出库量的变动幅度。

一般最小库存量的计算，首先是以订货及交货的间隔期为基准进行。订货及交货间隔期就是从下订单开始到交货为止所需要的天数。如果订货及交货间隔为七

天，那么基本的最小库存量就是六天份。为求保险起见，在这里会少算一天，因此不要将最小库存量设定太大，在订货及交货间隔期间范围内设定是比较实际的方法。

$\text{最小库存量（基本天数）} = \text{订货及交货间隔期（天数）} - 1\text{天}$

订货及交货间隔期会因为行业不同而有所差别，所以流通业的间隔期会比制造业来得短，一般都会与客户先行协议。

但是平均一天的出库量并没有固定数。在分布不规则的情形下，考虑变动的幅度来求出最小库存量是必要的。

$\text{最小库存量（天数）} = \text{最小库存量（基本天数）} + (\text{平均一天的最大出库量} - \text{平均一天的出库量} / \text{平均一天的出库量})$

依照这个方法，当一天份的最大库存量越大，也就是最大库存量与一天平均出库量的相差值越大，就要多加一点最小库存量。

因此，就算有突如其来的大量订单，在一定程度上也能够应付，这就是最小库存量比较实际的确定方法。

计算最大库存量

最大库存量的计算公式为两倍平均库存量减去最小库存量，求得的数值与平均库存量及最小库存量关联。最小库存量以天数来计算的部分已经做过说明，这里要讲的是平均库存量的计算方法。

平均库存量分为期初以及期末平均、12个月份总和的平均等，所得出的数字也不同。总之，使用不同的平均库存量，管理的水平也会因而不同。



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9月刊 · 总第六期

