



成营营在工作中



成营营在车间检查产品质量



成营营（右一）与其他劳模合影

跨越专业障碍 开始独当一面

2006年，毕业后的成营营来到天普，开始了由大学到职场的转变。由于本科学的是工业设计，成营营被安排到公司技术研发部进行产品结构和外观的设计工作。但理论与实践总会存在差距，刚刚工作的成营营便遇到了一系列问题。

对于太阳能热水器等光热产品一点都不了解的成营营，在这个陌生的环境里，显得有些手足无措。在向时任领导吴艳元表达了自己的困境后，领导鼓励她说：“不怕你不会，就怕你不学，出点儿错误没关系，我们会帮助你。”一句话让灰心的成营营重拾信心。在之后的工作中，遇到问题，成营营总会主动找到吴艳元和其他前辈请教。

当时，成营营的导师苏建华要求她从最基本的车间实践做起，通过亲身实践加快对新知识的学习与掌握。在苏建华的指导下，成营营深入车间现场，从生产的每一个小细节开始观察，向每一位师傅虚心请教，积极参与各项试验，在同事的帮助下她的能力有了显著提升。

谈起同事的帮助，成营营内心满怀感激：“特别感谢身边的前辈和同事们，是他们指导我怎么去做，教会我从各方面融入环境，有时候我图画得不够标准，

他们就一项一项给我圈出来，告诉我如何修改得更加规范，哪怕是一个小小的表面粗糙度的表述问题，他们都会细心指导。”正是在如此耐心友善的帮助下，成营营开始成长为一名专业的技术人员，并开始独当一面。

耐心沟通 成为客户最信赖的人

由于性格沉稳温和，加上对太阳能光热产品的日臻熟悉，公司又安排成营营负责与客户和代理商的沟通对接工作。一边跑车间、一边设计图纸、一边打电话已经成为成营营工作的常态。

“我们的一些代理商普通话不标准，打电话的时候口音重，这就需要与他们反复确认信息，有时候代理商们都被我啰嗦烦了。没办法，太阳能热水器安装是项很严谨的工作，差一点可能会影响整个工程的进度。”成营营自嘲似的笑着说，“现在我的听力也锻炼出来了，很多方言我都听得懂。”

一些代理商不懂图纸，在和他们沟通时，成营营就会更加谨慎。因为没有图纸，产品就无法根据建筑尺寸进行设计，更别提安装了。“如果没有图，代理商只能用手和尺子自己去测量，得出一些简单的数据给我们，我们再根据这些数据做一些样品图发给对方。”成营营告诉

记者，这样有时候要反复很多次。曾经一位代理商因为测量数据有误，导致成营营陆续返工了三次，但她依然耐心地与客户沟通。“客户不容易，他们也想一下子就把工作做好。因为信赖天普，人家才用我们的产品，所以我们更应该共同把这个事情做好。”

耐心细致的沟通，让客户对成营营倍加信赖。时间久了，找她的人也越来越多，他们也慢慢变成了朋友，一些客户来到公司后，会主动找到成营营，跟她打招呼，这让成营营非常感动。有一次，成营营和一位客户开玩笑，“为什么您每次都找我呢？”“找你省事呗，我就喜欢找你，找你省心，更放心。”如此朴素的回答，让成营营坚定了决心：“尽自己最大的努力做好产品。”

一个月设计出 新型太阳能热水器

作为太阳能光热领域的领跑者，天普极其重视新技术新产品的研发工作。这让身处技术部的成营营也倍感压力，“有时候晚上做梦都要梦到设计图纸，怎么设计都不满意，直到惊醒。”

2012年第九届中国（长沙）太阳能品牌产品博览会上，天普展台上天蓝色的太阳能热水器“梅花三弄”吸引了众多参展商

和专家的眼球。光热领域的专家看到样机及设计理念后，给了这款产品很高的评价：“能代表中国太阳能热水器的水平。”这让天普技术团队相当振奋，成营营也不例外。

在展会开始前一个月，公司开会决定设计一款高端产品，要求更加智能、水质更好，并且要在展会之前做出样机。接到这一任务，成营营和她的团队便开始了紧张的结构外观设计工作。同事们集体加班，一起讨论，每三天便开一次进度会。为了让产品外观设计能够更好地与内在结构相融合，成营营结合时下流行元素，接连设计了二十多款外观图。

由于太阳能热水器制作成本很高，在做样机时，团队想尽各种办法节约资源。在设计一款异型端盖时，成营营结合自己的专业知识，在网上找到一家制作模型的公司，最终以每个400元的价格成交，仅此一项为公司节约了1.8万元的费用，且缩短了制作周期，使整个项目提前完成。

简身找车间工制作，支架颜色找汽车修理厂进行喷漆调和，在看到自己理想中的蓝色被喷出来的一瞬间，成营营已经激动得说不出话。“当费尽周折的样机组装成功、打上灯光后，我们整个团队都兴奋了，那效果真的非常漂亮。”成营营激动地说，这款产品最终申请并获得国家外观专利。

几年来，成营营共参与研发与改进了20多个项目，其中8项获得实用新型专利，主导研发的全自动智能太阳能热水器获得2项外观专利，为公司产品研发做出重要贡献。

以老带新 帮“90后”实现自我管理

天普的传统是“以老带新”，成营营刚来公司时受到这一文化的帮助，如今成为技术支持室主任的她，也开始了“以老带新”的任务，管理部门的新员工。

由于“90后”的孩子不喜欢被拘束，因此在管理时，成营营形成了一套自己的管理办法：管理无领导。“我会给他们安排任务，然后告诉他们我只要结果，中间的过程我不会过问，目的就是让他们由他主管管理转变为自我管理。”成营营说，这样的管理让员工不会感到受约束，如果遇到不懂的问题，他们也会乐意请教。

在每天的晨会上，成营营会和小同事们一起分享工作感悟和学习成果。她还经常带着孩子们一起去其它部门“学习”，让他们熟悉各部门的业务，从而更有助于产品设计。慢慢地，耐心随和的成营营已经打开了孩子们的心，并获得了一个亲切的绰号：“成姐”。“他们就像是我的弟弟妹妹，关心他们是应该的。”成营营说。