



惠买在线

惠优 SHOW

惠买 内刊 2017 第 3 期 总第 10 期



时尚购物荣获 亚洲电视购物杰出企业奖



时尚购，购时尚！



蓄势待发，迈步从头跃

文 / 内刊编辑部

今年外部行业环境发生了很大变化，虽然大家也很努力，但好像找不到什么有效的办法，大家心气稍有低落。这次出刊前，编辑部的同事们也在想，用什么来做开篇给大家鼓鼓劲，却也一下子找不到合适的题材，直到我们采访了一位十年的老员工，才有了今天的这篇卷首语。

谈到十年前的公司，在电视购物的行业中才刚刚起步，一无专业人士，二无行业经验，三无属于我们自己的演播室，可以说无论软件硬件都是“一穷二白”。但那时的我们发展很快，从一天录一个产品，到一天录好几个产品，从勉强可以录播，到有一天有资格去河北电视台做直播，在外人看来很惊讶，很难想象我们是怎么做到的？

“那些日子里，我们仿佛有着用不完的激情和精力，我们享受着那一段最痛苦也是最快乐的时光。”员工如是说。如今回想起来，曾经那些令人生畏的、遥不可及的目标，都被我们狠狠地甩在了后面，在过程中我们听到了太多的否定和责难，经历了太多的波折和坎坷，但我们都咬紧了牙，勇往直前地一路走了下来，所以才有了惠买的今天。听到这里，小编已经有一些热血沸腾了。

我们不应该再去害怕什么，因为我们曾经战胜过无数的不可能。

从这位员工身上，我们看到了一种精神，一种惠买人的精神，一种电购行业倔强不服输的精神。我们面临着整合和洗牌，我们甚至面对着行业的生死存亡，可是我们依然有信心，我们没有理由在这个最好的时代失去我们曾经引以为自豪的那种精神，我们依然有能力，继续创造属于我们的辉煌。

公司领导对行业大势已有研判，我们的新媒体制作中心已在一片机器的轰鸣声中热火朝天的开工了（建成后我们在视频购物行业的想象空间巨大）；三佳的同事已在亦庄再次会师开启直播新征程，新的视频购物平台也在紧张筹备中……我们一直很低调，是因为我们一直在积蓄力量，蓄势待发！

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。相信惠买，相信惠买人！

目录



2017 第 3 期 总第 10 期

总编审 吕建亮
执行总编 张嘉宁
主编 杨洪星 金瑛 顾庆飞 张弓
美术编辑 马瑞
特约摄影师 王丰 于健
编印单位 北京惠买在线网络科技有限公司
发送对象 惠买员工
印刷日期 2017 年 9 月 30 日
准印证号 2017-L0043 号
印刷期数 4 期 / 年

讯

- 05 大兴区和廊坊市领导莅临惠买廊坊产业基地考察指导
- 06 优购物与新西兰五大国宝级品牌达成战略合作
- 08 惠买集团 2017 年中工作研讨会圆满结束
- 10 冲锋！城通物流 2017 年中运营会圆满结束
- 11 惠买 & GS SHOP 召开业务交流会
- 12 时尚购物八周年 开仓狂欢 72 小时

思

- 15 总裁荐读：如何抓住短视频红利，精准营销，快速引爆市场
- 18 MD/PD/SH 的 PK 赛“三人转”
- 20 优品惠“网红”用直播丈量我们的这一年
- 22 这个世界在残酷惩罚不改变的人
- 24 BEST OF BEST

行

- 29 刘海军：营销须创新，但勿忘初心
- 32 惠买主持人全能 PK 赛战队队长讲话
- 34 眼前的条件是艰苦的，未来的美好是共创的
- 36 记回访精英参观“同仁堂海参”之行



- 39 “惠教兽”教师节快乐!
- 40 做有价值的内部经验传承者
- 42 “程序猿”有本事你就来踢馆
- 44 财务管理中心的考证达人
- 46 惠买大学第 101 期新员工培训圆满结束
- 48 惠买新员工培训一应对我与电视购物的七年之痒
- 50 新员工培训使我收获满满
- 51 在学习中成长,在成长中学习
- 52 新人如何对待自己的工作
- 54 超越自我,携手共进—信息管理中心团建有感



- 57 周洋:十年,见证
- 60 聚惠买八方好汉,筑业绩不倒长城
- 64 茫茫人生,不负光阴不负你



扫一扫
下载“惠学习”APP



扫一扫
关注惠买文化订阅号

惠买网址: <http://www.huimai365.com>
编辑部 E-mail: huimaiculture@huimai365.com
编辑部电话: 010-56657771

《惠优 SHOW》征稿

(长期有效)

致亲爱的惠买人

每季度一期的《惠优 SHOW》

再次以崭新的面貌与大家见面了
内容更丰富,沟通更充分,交流更及时

如果你愿意分享,愿意创作

不论是关于企业战略文化、管理理念、

工作感悟、行业未来展望

还是公司热点话题、重点工作、

项目故事、与客户的互动

不论是身边的好人好事、正能量、学习、见闻
还是摄影、绘画、旅行、读书、影视、漫画、幽默

请来这里,和小伙伴们一起分享吧

分享你的故事,你的成长,你的思想,

你的感悟,你的爱好特长

这里,

不需要刻意拔高的人性

不需要矫揉造作的溜须拍马

不需要不怀好意的恶趣味

文字最好有料又有趣,篇幅不要太长

摄影和绘画作品带个百字内文字说明

我们坚信,在这个浮躁的时代

纸张依然有独特的魅力和留存价值

一经刊用,稿费从优哦

期待你的参与~



传递惠买 价值资讯



大兴区和廊坊市领导莅临惠买廊坊产业基地考察指导

文 / 内刊编辑部



廊坊惠买在线产业基地项目总占地89.6亩，总建筑面积8.13万平方米，主要建设订单处理中心、呼叫中心、数据中心、研发中心、多媒体影视制作等设施。项目建成后，计划在廊坊推广移动互联零售平台和电视购物平台，并通过建设数据交换中心，依托互联网和云技术分析采集订单信息及客户，同步推广线上线下业务。项目计划2018年3月竣工投产。

8月5日上午，北京市大兴区区委书记、北京经济技术开发区工委书记周立云，区长、开发区工委副书记崔志成，廊坊市委书记冯韶慧，市长陈平等领导同志莅临位于廊坊永清高新区的“廊坊惠买在线产业基地”考察指导。大兴区委副书记、副区长、北京经济技术开发区管委会主任梁胜，开发区工委委员、管委会副主任绳立成，区委常委、统战部长、区委办主任金卫东，区委常委、组织部长喻华锋；廊坊市委副书记、组织部长李龙，廊坊市委常委、常务副市长贾永清，廊坊市委常委、秘书长、政法委书记张金波等陪同参加了本次考察活动。

惠买CEO杜瑞勇、总裁助理赵家义接待了来访的考察团领导。杜总对大兴区和廊坊市考察团领导莅临廊坊惠买产业基地指导表示了热烈欢迎，并向周立云书记、冯韶慧书记、陈平市长等考察团领导介绍了惠买集团“北京亦庄·永清高新区”未来发展及两地协作情况及京津冀协同发展中的战略布局。杜总表示，惠买将充分利用廊坊紧邻京津的独特区位优势，主动融入京津冀协同发展的战略中，加快项目落地的推进，为大兴和廊坊两地的经济发展多做贡献。

大兴区和廊坊市考察团的领导对惠买作为高科技电商企业积极投身京津冀协同发展的做法表示了赞赏，并表示在推进项目落地方面提供积极有力的支持。



优购物与新西兰五大国宝级品牌达成战略合作

文 / 内刊编辑部

2017 年 8 月 15 日 -24 日，公司高级副总裁牛卫强带领商品开发团队与节目制作团队，远赴新西兰展开了为期 9 天的商务合作洽谈。

优购物团队到达的新西兰每一个地方都受到了当地政府及厂商的热烈欢迎。此次商务洽谈，优购物分别与好健康（GOOD HEALTH）、高之源（GO HEALTHY）、瑞琪奥兰（RICHORA）、 纽仕兰（THELAND）、基维氏（KIWIS）新西兰五大国宝级品牌正式达成战略合作关系。

今后，消费者可以通过优购物频道尽享纯正的新西兰味道。





第一站 - 好健康

地点：奥克兰

品牌：好健康（GOOD HEALTH）

好健康品牌由著名的农作物种植专家推出的天然保健品牌。此次，优购物摄制组实地探访并拍摄了好健康工艺生产流程，采访了好健康品牌代言人刘晓庆女士，与好健康品牌建立深度战略合作关系。



第二站 - 高之源

地点：奥克兰

品牌：高之源（GO HEALTHY）

高之源的纯天然膳食营养产品风靡全球，优购物此次深入到高之源的生产源头，用镜头记录了从产品的工厂流水线制作到专卖店销售的全过程，与高之源确定独家战略合作关系。



第三站 - 瑞琪奥兰

地点：罗托鲁瓦

品牌：瑞琪奥兰（RICHORA）

瑞琪奥兰蜂蜜引领健康进步生活方式，一直以稀有闻名于世。优购物摄制团队启用直升机航拍蜂厂环境。

罗托鲁瓦市长表示，瑞琪奥兰蜂蜜是新西兰的国粹，它十分安全 and 健康，可以提高人体免疫力，很高兴能把新西兰这样优秀的品牌产品推荐给中国消费者。



第四站 - 纽仕兰

地点：陶波

品牌：纽仕兰（THELAND）

纽仕兰在新西兰拥有多个黄金奶源牧场，其乳业产品世界闻名。优购物来到原生态纯净天然牧场，感受到纯净天然的自然环境造就了纯净天然的纽仕兰。

独特的西风带是天然净化机，带来清新的空气。滋养的陶波湖为牧场提供丰富清澈的水源，牧场长满蛋白质丰富的苜蓿和黑麦草，都是毛利人世代循祖耕耘的可循环原生态植被，具有鲜活的生命。



第五站 - 基维氏

地点：凯塔亚

品牌：基维氏（KIWIS）

自 1949 年从事养蜂、授粉、蜂蜜生产以来，基维氏已有近 70 年品牌历史，每一个蜂箱都由专人悉心照料，优购物深入自然保护区拍摄蜂场环境



后记

通过此次商务洽谈，优购物零距离感受到了新西兰得天独厚的自然环境与强大的产品优势。优购物严把质量关，百分之百新西兰原产地采购，带给消费者更高品质、更高性价比的新西兰好商品。

目前，优购物已与国内外千余个知名品牌商建立商务合作关系。未来，优购物会继续加强全球化合作，上百人的买手团队跨国原产地直采，跑遍全球，优中选优，为消费者带来更高品质的视频购物体验。



凝心聚力，砥砺前行 ——惠买集团 2017 年中工作研讨会圆满结束

文 / 内刊编辑部

8月26日，人力资源中心组织召开了主题为“凝心聚力，砥砺前行”的惠买集团2017年中工作研讨会。回首上半年，面临业绩和成本的双重压力，惠买人没有放弃努力，在摸索中砥砺前行，为总结经验教训，特举办了本次工作研讨会。

8月26日上午9点半，年中会在公司培训教室正式举行，公司核心业务管理人员30余人参加了本次会议。本次会议特别安排在了周六非工作日，旨在希望管理层能暂时放下紧张的工作，静下心来轻装上阵，打破日常的自我角色，站在公司的角度，回顾上半年的成败得失，群策群力，利用集体的智慧碰撞，分析当前公司发展遇到的问题，并制定解决措施。

正式开场前，惠买CEO杜瑞勇向参会的员工分享了公司的战略方向，并表达了对公司核心管理人员的殷切期待，希望通过此次会议，大家碰撞出好的点子，在一些问题上达成共识，为惠买的发展贡献智慧。

会议伊始，营销规划中心总经理白羽孝和财务管理中心杨丹玲分别向与会同事介绍分析了上半年公司的经营情况。会议没有自夸，只讲问题，直指目前公司经营中遇到的实际阻碍和难点。接下来，参会管理人员在惠买大学顾庆飞老师的带领下，就公司发展遇到的难题，运用头脑风暴、鱼骨图、行动决策矩阵、画廊漫步等多种工具进行分组讨论研究，制定对策。

本次年中会，不要求参会者做传统的述职报告，而是创造了一个场合，让大家抛开副总裁、总经理、总监等职位的束缚，人人都是经营者，以百分百的精力参与到群体讨论中，充分发挥集体的智慧，真真正正来解决一些具体的问题。会议过程中，参会人员也表现出了极大的热情，积极参与讨论决策，达到了预期的效果。

没有结果的会议不能称之为成功的会议。年中会上，参会人员根据大家贡献的集体智慧制定了行动计划书，郭总和牛总代表任务责任方从 CEO 杜总手中将任务领回去，并做出承诺在一定时间内予以解决。

会议的最后一项是人力资源中心总经理张嘉宁对公司未来人力政策做出了阐述，通过人才盘点、继任者计划、轮岗制度、离任审计等工作，盘活现有团队，为组织健康发展提供人力保障。

本次年中会为下半年工作吹响了进攻的号角，对公司的发展方向，核心管理团队已经达成了共识，大家齐心协力沟通合作，为惠买的业绩贡献自己的才智。





冲锋！

城通物流 2017 年中运营会圆满结束

文 / 物流管理中心 司兵兵

2017 年 7 月 10—12 日，城通物流 2017 年中运营会在石家庄野生原度假村隆重召开。集团领导、重要客户、合作伙伴、公司各部门骨干共 100 余人参加了会议。会议展示了 2017 上半年度的工作成果，确定并发布了城通物流最新战略方向；会议还宣布 2017 年度城通物流全新供应链产品正式上市推广，各部门通过详尽的工作报告和计划来匹配公司最新的运营战略。

7 月 10 日下午的内部会议上，惠买集团 CEO 杜瑞勇、COO 郭永强等集团领导亲临会场，听取了物流管理中心总经理李海力关于城通物流战略方向的汇报。杜总对城通物流过去取得的成绩给予了肯定，对城通物流做“专业家购供应链服务商”的战略定位

表示认可，并提出了几点殷切希望：1、整合资源；2、齐心协力；3、敢于改革。

7 月 11 日，战略管理中心王宏宇经理用详实的数据回顾了上半年的运营成果：在家购行业趋势性下滑的严峻背景下，城通物流仍然以 116% 的骄人业绩超额完成任务；全新的供应商物流项目也开花结果，实现了超百万的营收！

会议期间，还对城通物流表现优异的团队进行了表彰，颁发了“总经理特别奖”。在总结和表彰优秀之后，李海力总经理正式发布了城通物流 2017 企业战略，为城通物流发展明确方向。战略管理中心司兵兵经理随即发布城通大件和城通贵品两个年度重磅

新品，并承诺凡接入仓配一体业务的客户均可享受装卸费、整改费、提货费等**全免费**的待遇，诚意满满！全新的大件和贵品服务也向现有客户提供了一个**一个月**免费体验的增值活动！

7 月 12 日是公司内部会议，所有部门骨干均做了专题汇报，主题就是四个字：匹配战略。会议从 07:40 到 22:40，从一线运营到流程制度，从仓储管理到行政人资，20 位发言人结合本部门的定位，详细阐述如何匹配公司战略，并列出了下半年度详尽的工作目标和计划。确保公司所有团队清晰认知公司的战略方向，清晰认知未来的工作目标，清晰认知团队工作计划和保障措施。



惠买 &GS SHOP 召开业务交流会

文 / 内刊编辑部



2017 年 7 月 21 日 上午，惠买 &GS SHOP 的业务交流会在公司一号楼举行，本次会议是对过去这一周双方业务交流的总结讨论会。

为应对视频购物领域面临的挑战，惠买邀请了 GS SHOP 来公司考察交流。自 7 月 17 日起，双方派出多位业务代表（商品开发、节目制作、IT、人力等多部门负责人），对视频购物行业的商品采购、节目技术、IT 系统、人才战略、会员经营分析等几大领域进行了专题研讨。

本次业务交流会通过专题研讨、案例分析、综合讨论等经验交流形式，就如何开发自有品牌商品、节目技术与 IT 系统结构的改进方法、如何更有效的利用人力资源、顾客形态调查、会员经营等多方面探讨出了相对应的改善措施。

金俊植常务作为 GS SHOP 交流团的总体策划负责人，对本次业务交流的成绩做总体汇报。金常务在交流会上谦虚地表示：

“GS 其实并没有比惠买做的更好，只是经验比较丰富，我们希望通过这次会议，

能够把更多的经验分享给惠买，也希望能促进双方的快速成长和发展。”

GS SHOP 相关领域的负责人根据前期讨论的成果，结合各自实际工作，逐个发言，交流心得、畅谈体会，提出了有针对性的改善方案。这些方案对惠买未来的发展有很强的指导性和可行性，深受在场惠买人的好评。

惠买 CEO 杜瑞勇在交流会总结发言中表示：“开放”对一个企业来说是至关重要的，非常感谢 GS 为本次业务交流付出的努力，GS 多年积累的宝贵经验对惠买来说绝对是“雪中送炭”。

通过本次业务交流和探讨，双方达成了共识。视频购物行业依然是有着非常大的市场潜力，惠买需要不断适应环境变化，积极向行业的优秀者学习。这次与 GS 的业务交流仅仅是一个开始，今后双方会在多领域、多渠道加强行业互动交流，提高运营质量，提升服务品质。





时尚购物 8 周年 开仓狂欢 72 小时

文 / 内刊编辑部

9月23日—9月25日，时尚购物八周年开仓庆生活动走进河北廊坊仓储物流中心。这是时尚购物成立八周年以来首次开着高清转播车走进仓库做直播，一场连续72小时的生日派对，为大家带来了一场新的视觉盛宴。

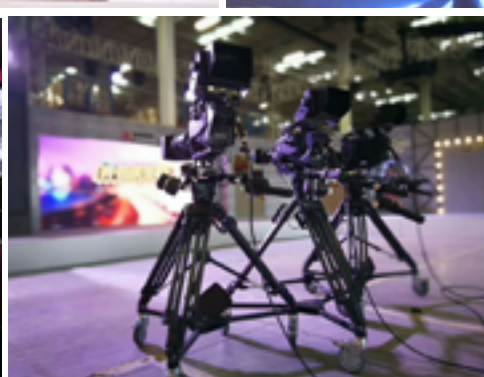
为期三天开仓庆生活动，时尚购物没有请明星没有搞庆典，但做出了史无前例的优惠活动，只希望消费者能享受到真切的实惠。

全场88折起、买就抽双立人锅具套组、积分3倍送、9月全月累计满3次每次价值280元就送美旅双肩包，这是时尚购物带给消费者的四重重磅好礼。8周年的活动，爆款商品开仓特卖，近乎疯狂的价格组合，打折、加赠、抽奖，美轮美奂的仓库背景舞台、强烈的复古工业风走秀，档档给力，好看又好卖的节目、连续三天的倾力大促，让时尚购物的销售额节节攀升。

为给消费者提供更优质的服务，时尚购物不惜下大力气自建仓储物流体系，目前在全国建成七大仓储中心（长春、廊坊、石家庄、西安、南京、成都、广州），总仓储面积超过15万平方米。此外时尚购物在全国还设立了100余个配送站，满足日10万单的出货需求，保证快速、安全地将商品送到客户手中。

时尚购物8周年开仓庆生直播的前期，各部门同事认真沟通工作流程，确认每一个环节万无一失。直播期间，电话呼叫中心的订购电话此起彼伏，接线员们迅速又准确处理订单，物流中心也在紧急的确认订单出库包装。

8年聚力，首发仓库直播，开创销售火爆纪录，祝时尚购物8岁生日快乐！





低头走路 抬头看天



文 / 微播易副总裁 徐志斌

总裁荐读：

如何抓住短视频红利，精准营销，快速引爆市场

引言

自 2017 年以来，“短视频”成为社媒营销最火爆的三个字。如何深度挖掘短视频的营销潜力和创新营销玩法，抓住它的红利期，是目前企业和营销机构需要努力探索的。在这方面，微播易是个中高手。8 月 31 日，微播易副总裁徐志斌分享了引爆短视频市场的方法论。

合适的信息给到合适的人

今天所有的电商网站，没人敢更贵，只有更便宜。因此价格成本、采购成本，一定不是今天决策的关键。**这个东西是不是特别适合我，才是里面最大的关键。**如果有一个跟我很好的朋友，告诉我这个东西很合适，那么我就会毫不犹豫去买。就这样一个很小的举措，我们看到了大批社交电商一个月的流水从 1 亿到 7 亿到 20 亿，在快速向上走。

在社交网络中，不管是微博、微信，都在讲一句话：**合适的信息给到合适的人**。合适的信息以什么样的方式给到合适的人？这是今天微博、微信等所有媒体不断调整算法的主要出发点。在这样的过程中，**首先要锁定一群人，了解他们的需求是什么？他们是用什么样的语言在讨论事情？他们的语言方式是什么样的？**

什么叫语言方式？最近互联网在大量讨论一个事情，就是许知远采访马东。许知远用知识分子的语境跟马东讨论一些关于时下娱乐的话题，两个人驴唇不对马嘴，这就是语言方式的不同。有一次，我们在和一群企业家聊天，有一位企业家站起来问我一个问题，他说，我们的目标人群是精英，你能不能告诉我精英在互联网中的行为习

惯是什么样子的？我跟他说了句很不好意思的话，我说，**高雅各有不同，低俗却惊人的一致。**

因此，了解人群和定向挖掘他们的需求非常重要，即对应需求和语言方式来生产产品。

曾经我们对外讲过一番话：当你能满足一个目标人群语境下面的真实需求的时候，它会产生一个非常要命的结果，这个结果不是二八，是一九。**不是说 10% 的商家占了 90% 的收入，而是一款产品、一个商家占据 90% 以上的市场份额，非常极端的一九。**

现在整个社交网络的大势是这样的你做得好，整个平台为你打工，你做不好，你连被薅羊毛的资格都没有。这句话是一个天猫出来的高管讲的。他说，在天猫上，95% 以上的商家没有资格被阿里薅羊毛，没有资格花钱做投放，因为投放带不来流量和转化。

这时如果我们找到了语言方式，就找到了可以推广的路径。比如说，如果我们找到语言方式，我们会知道它是在什么人群当中；我们会知道，他们是怎么样讨论的；我们也会知道叙事方式和风格应该是什么样。这样一来，我所面对的 KOL，我所面对的微博、微信、短视频直播的平台，就已经被确定了，我的打法就已经确定了，我的创意出发点也可以确定了。最后我需要做的事情是，根据这些制定我自己的创意和策划，然后找到最合适的资源去做它。

短视频的玩法和逻辑

今天，**短视频已经完全超越图文社交时期的微博、微信，成为了多维场景中锁定用户注意力的最好表现形式。**为什么是短视频？原因大概有以下几点：

- 1、声画结合，内容丰富，表现力强，深受用户喜欢；
- 2、贴合用户碎片化时间的阅读习惯，更轻，更随意；
- 3、微博微信及各大咨询媒体对于短视频的推广，加快用户注意力迁移；
- 4、短视频本身易于制作，易于传播；
- 5、自媒体从图文向视频迁移，带来了优质内容基础。

不同短视频平台有着不同的玩法和逻辑，同样是北上广深的人群，在快手上面追求的是今天有什么好玩的东西可以让我放松，但是在美拍上面追求的却是你能让我变得更美吗？

这就是对应不同人群以及所在的场景给出的不同语言方式，我们怎样抓住这些东西？目前会有六种非常典型的玩法，这六种玩法是当下在社交视频中出现的的最多的六种玩法：

- 1、短视频原创—自带流量的私人订制；
- 2、冠名植入搭载流量的顺风车；
- 3、短视频分发。集结一切精准流量；
- 4、活动直播。活动线上传播新标配；
- 5、视频电商。全新电商导流渠道；
- 6、超级广告王。粉丝经济和网剧的再融合。

这几种玩法背后有一些典型的逻辑。

第一种逻辑：大 V 定制，全平台分发。举个例子，有人看过办公室小野的视频吗？它的合作品牌是荣耀 V9，这一段美食视频 10 天时间内，全网播放量突破 5000 万+，累计播放量破亿。为何如此？因为它深刻理解荣耀 V9 品牌和理念，制作的短视频与荣耀 V9 品牌调性和目标人群高度相符。荣耀 V9 以小野得力“美食助手”的身份在视频中植入，化身砧板、拍蒜器等美食工具，在制作美食的过程中，完美地将荣耀 V9 产品亮点与美食制作相结合，从而引发受众关注和讨论。

因此，创业品牌要善于发现短视频榜单中上升的 PUGC“黑马”账号，找到它、利用它探讨与品牌契合的点，并通过原创视频形式完整地输出品牌卖点。

第二种逻辑，BGC 发起活动，PUGC 响应创造，UGC 全民参与。

自媒体深知自己的目标人群是谁，语言方式是什么，但有些时候边界在哪里，企业自己是很清楚的，很多的企业是通过无数的血和泪的经历，才知道我应该怎么做，不应该怎么做。在这种情况下，可以由企业发起活动，pugc 积极响应，扩大影响，最后让普通用户也参与其中，这种方式也可以有效规避很多麻烦。

第三种逻辑，多话题 + 多场景的集群式短视频创作。2015 年年底、2016 年年初，有一个南方的公司，请了大概 10 多个网红，给了一个模板，10 多个网红和无数的粉丝在里面折腾，最后差点成为比社会摇、冰桶挑战还要猛的一个事件，只是因为预算到了，没有更多的网红参与进来了，当时如果预算多一点点，都足够轰动世界了。因此如果让更多的大 V 发动自己的创造力是不是可行？这给了我们另外一个启发，就是如果我有钱，我可不可以发动很多自媒体，让他们按照自己的想法和理解帮助我们创造我想要的东西。这是需要钱的打法，但是这种打法特别适合需要铺天盖地抢占整个时间段和海量用户的要求。

短视频独特的营销价值

1、聚焦圈层，深度沟通。每一个视频自媒体 KOL 的背后，都聚合一个能量磁场。拥有着共同标签的人，会因为兴趣、爱好、关注而集合在一起。找到了自带粉丝和流量的他们，也就找到了与目标用户沟通的渠道，能够快速提升品牌认知和信任。

2、融合场景，升华情感。短视频营销发生在特定场景里，真人出境，真切表达，真实情感。不再是单纯植入，而是围绕产品/品牌及自媒体原有的风格调性去生产原创内容，原生传递，能更完整的展示品牌/产品，引发用户的共鸣和讨论。

3、声画结合，创意众包。短视频内容容易制造容易分享，以及制作成本较低、制作周期较短，改变了传统视频营销难以大规模使用和扩散痛点的难题。优质 PUGC 内容创造者的出现，更是赋予了品牌/产品千人千面的解读机会，让品牌能在短时间聚焦声量，形成话题。

4、肥尾效应，易于扩散。2013、2014 年的时候，用户每天看短视频的量大概是一人一天看 13 段。但是到了现在，一人一天要看 30 段以上，快手甚至在百段以上，一天平均 60 分钟在看。因此所谓的肥尾是用户大量的时间会停留在那里，对于企业的投放来讲，这就会变得很有价值。如果我能够按照用户的语言方式做对应的投放，就能积聚大量的用户。这里面的关键问题是：我们对对应了什么样的人？他们是用什么语言方式表达了他们的诉求？最后，我的产品是不是满足了这个诉求。

编前语：说起来，公司第三季度的关键词一定非“PK赛”莫属，MD、SH、PD轮番上阵，大家各施神通只为提升公司业绩，声势浩大、效果卓著。今天就让我们听听他们的参赛感悟吧！首先登场的是商品二中心的副总经理贾焱迪。



MD、PD、SH 的 PK赛 “三人转”

文 / 内刊编辑部

人人都来抢商品

8月份的PK赛，正好是主持人担任队长。我们作为一个销售公司，商品是一切工作的起点。没有商品，节目就无从制作、客户需求更是无从精准把握。于是S级主持人担纲的各队队长们从接到队长职责的那一刻起，就立刻策划自己战队的商品和节目。

杨海斌、戴钰轩和许阳作为各队队长，首先想到的就是堵贾焱迪办公室的门，大家每天不到9点就去排队要商品了。这让贾焱迪既幸福又烦恼，幸福的是，前期的商品开发及供应商关系维护到位，不至于没有好商品可用；烦恼的是该把商品如何分给不同的战队。贾焱迪开玩笑的说：“这哪里是主持人PK，分明就是我一个人的PK呀”。虽然嘴上这么说，内心还是欢喜的，因为前期的辛苦和努力没有白费。

团队同心，其利断金

PK赛的一个巨大的挑战就是时间短，所以只有所有参与其中的每一个人都全力以赴，

才可能取得最后的成功。为了PK赛，许阳20几天吃住在公司，前期碰商品、对排期、策划营销方案、准备节目话术、研究商品卖点与顾客需求点等等，每一件都是亲力亲为、事无巨细；贾焱迪更是每天很早就接待海斌、轩轩、许阳等的“轰炸”，备货、与PD及供应商碰节目流程、与节目编排敲定排期、前期宣传片的沟通、甚至连每一个舞台设计等细节都现场确认。

PK日的时候，由于家里没有有线信号，贾焱迪一边照顾着可爱的孩子，一边通过手机、Ipad来观看节目，光充电就充了3次，生怕哪个细节有问题而不能第一时间处理。PD、摄像、音频、字母、FD、节目编排等等岗位的同事，甚至库管、产品检验、话务、城通物流等环节都是如此。难怪贾焱迪感慨：通过PK赛，我看到了惠买的战斗力，看到了每一位同事的闪光点。每一个人都有自己的目标，但是大家互相协作、互相帮助，充分发挥每个人的积极性。PK起来也不分哪个战队了，商品可以借、

人员可以互相帮助，没有了部门的界限，没有了职务的高低，大家的目标只有一个：那就是把每一档节目做到最好。

整个PK的8月份，是贾焱迪最感动的一个月。在这个月里，她既是一个好军师，又是一个动力引擎。她能及时的协调资源，第一时间为大家鼓励、打气，她坚信：只要我们团队同心，就没有过不去的“火焰山”。

全方位分析，准确把握客户需求

首先，我们对目标客户是有定位的。我们的目标客户就是中国的中产阶级。其次，通过多种渠道收集我们的客户需求。用贾焱迪的话来讲，MD是有职业病的，走到哪都会看这个商品适不适合销售，看什么东西都带着有色眼镜，会思考这个商品是否适合我们的平台销售。而且，她自己、她的家人、亲戚等周围的好多人都是优购物的会员，通过周围人对我们商品的反馈，是获取消费者真实需求的重要渠道。此外



还通过会员反馈、话务、回访，尤其是进线数据来分析此类产品适合的地域分布、年龄分布、渠道分布等重要信息。

未雨绸缪，有备而战

为了公司全年的销售，商品二中心开发的许多商品需要提前一年进行准备。比如，在开发国内的美妆第一品牌－珀莱雅的时候，对方的负责人直接说：我们从来都不做电购平台。贾焱迪为了促成这个国内知名品牌与优购物的合作，在怀孕七个多月的时候，独自一人做高铁去杭州约见珀莱雅的总裁。皇天不负有心人，经过贾焱迪及其团队 MD 的反复沟通，珀莱雅的总裁曹总决定来惠买参观一下。这次参观安排在去年的 G20 峰会之前，他们在参观了我们的演播室、看了我们的节目和质检流程后，对电视购物的前景充满了信心，当场决定要和惠买合作。

同样的案例还有国内服装的知名品牌－朗姿，这是一个品牌和品质都很棒的女装品牌。经过多方尝试、用拥抱变化的思路，和朗姿的合作也顺利完成，而且是签了和优购物的深度合作－朗姿的品牌在电视购物，我们是独家。

贾焱迪说，服装是最有希望的大增长品类，她要带领团队成员打造我们平台独特的服装规划，四季度会是一场硬仗。“**服装、珠宝、化妆品势必会在四季度爆发，属于我们的季节来啦，惠买的各位战神同事加油！**”





优品惠 “网红” 用直播丈量我们的这一年

文 / 内刊编辑部

要说目前什么产业最火，网络直播绝对排得上前三名。优品惠直播开播整整一年时间了，依靠电视购物做支撑，发挥了商品开发与节目呈现的绝对优势，把好的内容进行了商业化的变现。同时，优品惠直播定位于服务公司会员平台，充分活跃了客户粘性，好的内容吸引力与良好的会员互动完美的编织在一起。

2016年8月22日，李术在优品惠开启了她的直播之旅。优品惠直播从一周一次到一周三次，到现在基本天天都有直播。随着直播会员不断壮大发展，为更好地迎合会员观看时间，优品惠直播时间也从最开始的上午8点到10点，调整为周一至周四20点—22点，周五10点—12点，得到了更多直播粉丝的关注和喜爱。

Q: 能否用一个词，来形容一下优品惠一年来直播的状况？

李术：应该是“信心满满”吧。在刚刚做优品惠直播的时候，基本都是在探索，那个时候我也真的没什么信心。一年时间，得到了越来越多的买手和商家认可，大家都愿意配合我们直播，销售成绩也越来越好。

许多在TV上面的供应商，一年在TV上面的销售几个亿，他们也积极希望参与优品惠直播，特别希望在优品惠直播两个小时那么充足的时间里，好好与观众聊一聊。

Q: 如何挑选直播的商品呢？

李术：我们选商品偏向于女性客户，这是我们精准的受众客户。我们会基于优品惠平台上的商品进行筛选，会因为节日、节气，去让买手寻找我们要做的直播产品，例如中秋节的大闸蟹、十一出游的拉杆箱、

换季的家纺产品等等。

我们也热衷于挑选刚刚下来的荔枝、樱桃、桃子等等这样有季节性的商品，我们希望立即飞到原产地去做直播。还有像冬天的羊蝎子、夏天的小龙虾这种最当季、最迎合消费者热点、最重视过程消费的产品，也是我们选择商品的重点。

Q: 直播过程中，有什么形式是比较有趣的吗？

李术：珠宝的直播的时候，会尽可能展现珠宝的生产加工和制作过程。例如卖珍珠的时候，我们就去到了诸暨的山下湖，想让观众看看珍珠的养殖过程，现场把蚌壳捞出来，打开蚌壳，看到蚌里面的珍珠。卖翡翠，去了中国最大的翡翠交易市场—平洲，带大家去看原石开采与切割的过程，然后再从设计到加工、雕刻一步步介绍。这样的销售珠宝形式不但让会员觉得非常有趣，而且会员们还感到特

别震撼，她们也会对平台更加信任，在这里不单单是买东西，而更是长见识。

还有去海南卖荔枝，去了火山口。观众看到蓝天、白云，还有许许多多的火山岩的堆积，高高的荔枝树上摘下来荔枝，这些直播过程都是很刺激的。还有卖火龙果的时候，可能很多人都不知道火龙果树怎么长得像仙人掌一样吧，这些都是既有趣又震撼的。因为优品惠直播不受任何时间和空间的限制，我们喜欢走出去，只要有网的地方，我们都能播，更真实，拉进了与消费者的距离。

Q：一年时间，一定遇到过许多困难吧，都是怎么解决的呢？

李术：刚开始做网络直播的时候，自己什

么都不懂，经历过一段低潮期，在与厂家、主持人沟通的时候也没有自信，那个时候觉着自己特别不专业。

但我告诉自己，你没时间去低潮，工作逼着我要立刻调整，立刻成长，我需要拼命学习马上进入下一个状态。

从原来只有我一个人，到现在三个人的小团队，虽然工作很忙碌很辛苦，但我觉得现在的时候我的心理状态是从低潮期进入了舒适期了，因为我从心理上战胜了自己，更加自信了。

但马上会进入挑战期，优品惠直播会迎来一个新的挑战，就是淘宝的直播。像家有购物、快乐购等一些电视购物企业都已经

在淘宝上做了直播，我们会作计划、作分

Q：未来有什么期望吗？

李术：我们希望未来能做到真正的 TV 和网络的互通与互补。希望优品惠能拥有更多的流量资源。目前引流的方式主要是 TV 里面的宣传片等内部资源引流，是否能在 TV 上面做个电商日的专场，或者在双十一、周年庆典这样的日子，优品惠直播变成优购物的二套节目呢？例如双十一一天时间，电视直播的商品只能就那

总结：

2016 年，直播是各电购公司“创世纪”的一年，而优品惠直播在激烈的竞争态势下，引爆直播市场。优品惠直播从诞生到现在，一直冷静的调整自己在视频购物及直播平台领域中的定位和策略，优品惠直播能够真正“刺痛”消费体验的敏感点，为有品质追求的目标人群提供更好的服务，真正开启内容影响力时代。

视频直播已经迅速成为营销的新阵地，优品惠直播也在重构营销策略。如何有效提升消费体验、引领消费升级、实现品牌效用最大化，从内容、模式、玩法等方面的调整，都是未来优品惠直播研究的方向。

这是最好的时代！我们的生活正在被优品惠直播改变！





这个世界 在残酷惩罚不改变的人

文 / 业务拓展部 徐沫

2015 年是我职业生涯的一个转折点，我进入我很感兴趣的电购行业，做起了商务。也正是因为此次契机，我知道了什么是 OTT 和 IPTV，发现还有让我如此疯狂迷恋的行业。

OTT TV 是“Over The Top TV”的缩写，是指基于开放互联网的视频服务，一般所用的终端设备是智能电视和网络机顶盒。比如互联网电视品牌乐视电视，它的全部机型都是智能的，用户可以在电视里直接搜索、点播观看互联网上的内容，最主要的是拥有更多的自主选择权，比使用有线电视信号要强很多。

根据尼尔森网联的数据，整个 OTT 终端设备保有量，预计 2017 年将达到 2.6 亿台。

2017 年上半年，87% 的网络优质内容资源在 OTT 端都能看得到，其中，所有的优质电视剧在 OTT 端都能看得到。强大的内

容资源无疑给 OTT 奠定了坚实的用户基础。

IPTV 也是基于互联网的视频服务，不同于 OTT，它用的是专网，比如电信的只能用电信网络，联通的只能用联通网络，用的终端设备是电信运营商的机顶盒，内容也可以做到跟 OTT 一样直播、轮播、点播俱全。

据工信部数据显示，截至今年 6 月底，全国 IPTV 用户总数已达 1.03 亿户，2016 年可谓是 IPTV 突飞猛进之年，一年之内用户净增近 5000 万。面临 OTT 和 IPTV 用户发展的强劲势头，内容少、增长乏力的有线用户似乎正在成为旧事物的代表。

惠买目前的业绩来源主要是有线电视的直播频道，面临有线电视用户流失越来越严重的情况，加大 OTT 和 IPTV 用户的覆盖



无疑是当务之急。OTT 和 IPTV 也是鱼龙混杂，运营模式和有线电视不一样，如何整合这部分用户资源，做资源效用的最大化是值得深思的一个问题。

在 OTT 和 IPTV 用户增长迅猛的这两年，我一直在探索着此领域内的视频购物工作。还记得 2015 年 10 月出差去深圳，拜访酷开电视的团队，那是我 OTT 职业生涯的第一个正式项目，也算是智能电视领域第一个比较成熟的电商模型。由于项目初创期人手匮乏，从商务谈判，到产品构思、商城搭建、运营、维护，我都处在一个相对主导的位置。当时我们根据对市场前景的把握，做了一款大屏端的购物 APK（安装包），找到很多终端厂商去预装，还在 TV 应用市场里推广，但效果甚微。

后来我们总结原因是 APK 的内容和展示过于单一，用户留存率低，再加上大屏端的技术壁垒，很难让一个购物类的 APK 生存下来。于是我们寻求了改变，大屏购物是买手逻辑，我们要让视频第一眼呈现在用户面前，而不是让他去下载、安装、搜索。

现阶段的大屏电商模式还没有真正培养起来，用户只会看你给他推荐了什么，不会主动去寻找要购买的商品。包括我们后期探索到的直播软件，也是在借助央视、卫视频道的高收视率人群来将购物频道直接呈现，这样成单效果明显。合作的终端厂商也在综合我们的建议后，开发了自己的商城后台，现在各家的商城模块都比较成熟，

有的甚至还能和影视、游戏、广告等其他业务模块打通。

刚来惠买时，项目组只有我一个人，作为 OTT/IPTV 项目的负责人，从商务、运营、产品、技术端都要构思，面临节目数量不够、上线流程复杂、设备和人员缺乏等诸多问题，我跑了技术、财务、商品、节目、企划各个部门，梳理清楚各种问题，一一协调解决方案。

目前惠买正式上线运营 TCL 和康佳两个智能电视渠道，运营、设计、技术人员也陆续到岗，近期正在测试直轮播编码设备，预计 9 月可以上线软件渠道。今天的惠买拥有 OTT 和 IPTV，未来的发展空间会很大。

除此之外，公司正在打造惠买商城平台的构建，以规范化视频电商解决方案的输出和平台展现。目前各家电商平台正在积极寻找省网做战略合作，深入渗透 OTT 和 IPTV 电商平台，在市场趋势尚不明显和强大的竞争对手面前，如何整合我们内部的资源和优势，打造独特的视频电商平台显得至关重要。值得欣慰的是，集团对这一块新的业务给予了战略性的高度重视，也提供了一些资源支持，相信通过我们的努力一定会带来更高的业绩回报。

这个世界，在残酷惩罚不改变的人。你感到困难，就要提高能力；你觉得麻烦，就要换种方式；你不愿意苟且于眼前，就应该去追寻诗和远方。

BEST OF BEST

——韩国外景培训心得

文 / 节目制作中心 卢俊

引言

韩国的电视节目制作在全球处于领先，韩国的电视购物节目制作能力也引领着行业的水准。电视购物节目中，VCR 是占比很大的一部分，一般占据着整个节目三分之一左右的时长。绝大多数情况下，韩国 VCR 能精准地诠释商品的卖点。韩国 VCR 在某种程度上搭建了一座观众与节目制作人、主持人之间沟通的桥梁。带着很多的期待和疑问，惠买集团一行七人于七月中旬在节目制作中心李建涛总经理的带领下来到了韩国 GS 集团探寻答案。



GS 电视购物视觉艺术部为我们制定了完善的培训课程，从事前制作流程到 LIGHTBOX 照片拍摄，再到外拍全过程，还有宣传片的拍摄，整个培训涵盖了整个外景制作的全部内容。在短短一周的培训过程中，我们感受到了韩国 GS 电视购物强大的事前制作能力。也让我们深感不足和差距，同时也有了前进的动力，让我们能够将这次培训的收获转化到实际工作中。

LIGHTBOX 照片拍摄

在 LIGHTBOX 工作室内拍摄的静态照片，商品的外观和部分功能可以精致、客观地让顾客观赏。简单纯色背景，加之陈设人员的合理摆放，能很好地表现商品；选择与商品和谐配套的颜色，香槟金色和灰色则能使商品显得更加高档；如果商品本身颜色比较抢眼，那么一般会选择与其颜色相近的颜色，相近颜色能使画面更加协调；纯净单色调的背景会让顾客的目光最大范围内集中在商品上，这样会更加突显商品本身。

LIGHTBOX 照片拍摄工作中，陈设人员起着非常重要的作用，她的摆放方式决定着拍摄人员的角度选择。如何将一个商品进行合理地摆放，成品拍摄出来更加精致，都需要长期的经验积累和不断的细节调整。在陈设人员进行摆放之后，摄影师就需要寻找更好的角度进行拍摄，不同的角度和裁剪的多少给画面赋予的内容是不同的，没有绝对的对与错，在拍摄很完善的情况下，往往考虑的是一点点艺术创作。

每次拍摄之后，都要通过监视器观察照片的成片，在再次拍摄的时候进行调整。每一张成片的得来都是不断修饰和调整的过程，得到的“精品”，再用这样的照片去制作字卡和 VCR，这样可以把画面整体提升。



外景拍摄流程

培训中有一天，我们跟着韩国团队学习了一档完整的 VCR 拍摄过程。一早跟着大部队来到了首尔的郊区，这里设有很多摄影棚，摄影棚内有很多的“场景”，可以根据不同需要选择使用。当天拍摄的是一套锅具的商品，这套产品是为了在东南亚销售而专门制定拍摄的。为了提高效率，拍摄将“静物”和“演示”分开进行，有两个团队分别负责。给我最大的感受是分工非常细致，每个人都有自己的分工职责。

一边是拍摄静物，我和一旁的 PD 沟通，这个主要是把商品的外观拍摄精美，然后突出组合。我看红色锅具旁边摆放了很多红玫瑰花装饰，这样是让锅具看起来整体更加高档。我建议陈设人员减少一些多于花的布置，因为我觉得可能有些抢掉了主品的风头，现场 PD 也听取了我的建议。另一边则是产品功能的演示拍摄，有三位食材准备人员在准备食材，准备好的食材通过陈设人员安排摆放。根据每个锅适合的菜品，通过 2 到 3 个菜品的演示来表现锅具的卖点。拍摄的时间很长，整天的拍摄只拍摄了 2 支 VCR。相对于我们的拍摄，韩国团队有更加专业的陈设人员和更多的布灯，而且讲究精致，不绝对追求效率。

在外景培训的课程当中，最让我印象深刻的是，韩国摄像为了拍摄一种 VCR，改装了一个相机来进行拍摄。相机里成像是有一层对应的光，我们把相机里过滤紫外线的一层去掉，那么就可以让相机无法过滤掉其中的紫外线，最终成像为胶片底片的状态。这种“紫外线相机”市面上没有销售，只能改装。这种相机可以把护肤品的均匀度，吸收度和浓度含量都表现很好，也让观众观看新鲜感和趣味性，这样的 VCR 表现方式非常前沿。



宣传片拍摄流程

培训过程中，有一堂课是偶像“黄 PD”的宣传片制作课程。黄 PD 之前的宣传片我基本都看过，他的镜头组接和颜色运用都非常到位。他说一定要先确定一个主题，然后给这里边的人物都要设定角色。因为之前黄 PD 从事的是摄像的工作，所以能够接触到一些最新的拍摄方式，也可以用最前沿的设备来诠释自己的想法。黄 PD 之前还在韩国音乐电台实习过，所以拍摄宣传片时，需要一些音乐的配合，在这一方面，黄 PD 也游刃有余。以前工作的任何积累都不是白费的，在之后



的工作当中都有运用。

因为拍摄好的宣传片的成本都非常高，那么黄 PD 每次都需要制定非常合理的报价和方案给公司进行审批，最开始公司对他表示怀疑，但是到成片拍摄出来的时候，就让全公司从上到下都非常欣喜，对销售也有很好的促进。他每次都用实际行动证明了自己的设想，所以接下来的宣传片报价方案就很顺利了。

后记

这是我第五次来到韩国系统地学习电视购物课程。因为我们的特殊学习需求，韩国方面特别企划了整套的拍摄课程，非常感谢 GS 购物的全体工作人员，通过十几门课程的学习，收获良多。韩国 VCR 对于镜头和色彩的运用，后期包装的方式，已经达到了广告级的水准，各个工种都非常专业，几乎零瑕疵。“BEST OF BEST”——不断追求极致卓越，值得好好地学习。





千里之行 始于足下



刘海军： 营销须创新，但勿忘初心

文 / 内刊编辑部

夏季 PK 赛，节目制作中心 PD 刘海军实现了自己赛前定下的“小目标”，一举拿下了优购物黄金档和非黄金档单档销售王两个重磅奖项，可谓意气风发。对此，海军直呼“幸运”，谦虚地表示 PK 赛期间恰逢双立人 286 周年庆典，厂家活动力度比较大，所以才能取得这么好的销售业绩。但节目销售这个行业从来都不只是靠运气吃饭的，平时的点滴都会体现在最终的销售业绩上。今天，我们就来听听海军的营销诀窍吧！

不只要包装商品，人也很重要

海军是厨房品线的资深 PD，一般搭档主持人销售的都是双立人、康宁、WOLL、菲士乐……等国际大品牌，有品牌信誉做背书，也不会缺节目素材，是大家公认比较好销售的产品，操作起来也是驾轻就熟。按照大家的理解，让这种产品参加 PK 赛拉动销售是会事半功倍的，海军却不这么认为，“我们的厨电产品毛利普遍不高，反而不太适合参

加 PK 赛。”
海军说，厨房用品都是国际化大品牌，他们的价格体系是很牢固的，产品公开程度、重合度很高，价格也是很透明的，厂家不会专门为了我们的一档 PK 赛打破自己的价格体系，而 PK 是要通过促销冲量的，这个时候这种大品牌参加 PK 赛反而会“吃亏”。所以海军为了能实现自己团队拿到“单项奖”的小目标，只能是另辟蹊径。

“既然我的产品是大家公认的大品牌，已经为大家所熟知了，再继续包装产品虽然不会出错，但也肯定不会出彩。”海军想到了去包装节目中另一个重要因素——人，并且很快把目光锁定在了德国双立人中国区总经理马力峰。说起马力峰，电视购物圈里的人肯定很熟悉，他为人坦诚热情，在双立人和优购物重大合作的场合上他从不缺席，是优购物的老朋友了，并且对双立人的产品非常了解，经过一番沟通，马总欣然同意了海军的

策划包装方案。
目前购物频道假冒老总的情况时有发生，最担心的就是真的做成假的，必须包装出老总的高度，海军提前做了很多准备，搜集马总出席双立人各种活动、和明星签约合影的视频等资料……甚至派同事到家中拍摄了马总一家人其乐融融的场面。这一切都是为了包装马总的形象，增加会员对节目、商品的信任度，同时也是提升优购物的品牌形象。

不只是销售商品，更要有参与感

马总的人物形象树立起来了，但是这个人物怎么用好依然是摆在海军面前的一个问题。对此，海军是这么认为的，“我们一直以来宣传的都是我们的特色是场景化视频营销，所以我们的目的不只是为了要把商品销售出去，更是要让会员看到用我们推荐的商品到底有什么好的地方。”
所以，海军在节目策划时就和马总沟通，根



据马总的自身特点，希望他在节目中施展自己的厨艺，让自己参与到节目中去，而不只是像以前一样给商品站台，为商品促销。因为马总平时也是喜欢为家人做饭的人，他也希望在节目中为大家展示用双立人做菜的不同之处，所以当海军提出这个建议时，与马总也是一拍即合。在节目中，结合之前拍摄的 VCR，加上马总现场的厨艺展示，这比厂代“干讲”产品品质更生动，将双立人的高品质感展现的淋漓尽致。

去过双立人上海总部的人，应该对他们“高大上”的厨具展示区印象非常深刻。在 PK 赛期间，海军提前策划舞美、灯光的同事帮忙将他们的场景“复制”到我们的影棚里，这极大提升了节目呈现的效果。

“同样的商品、同样的价格，其他频道也在同期销售，甚至提前‘抢跑’营销节奏，我们如果想要在激烈的竞争中突围，就必

须把节目做的更精更细。”海军是这样总结自己成功经验的。

节目要创新，但别忘记初心

虽然在 PK 赛中获了奖，但海军依然对现在的电视购物节目开心不起来。今年行业形势不是特别好，很多频道包括我们自己，都在创新节目营销方式，这中间也出现了一些虚假夸大夸张的节目形式，甚至一些频道频频上演“演戏”的桥段，这让海军心里充满了隐忧，短期内一定可以让一小部分冲动的人下单，但长期看这是饮鸩止渴，会引起更多理性的观众的反感抵制。

“节目创新很难，节目压力很大，但不能忘记我们做节目的目的到底是什么！”海军说，所有的销售行为都是基于信任才会产生，我们国家的电视购物行业生于忧患，面临的竞争环境也是非常激烈的，像韩国、美国的电视购物，主持人根本不需要对商

品花费特别多的时间介绍，大家就会下单购买，因为他们的平台已经建立起信赖的基础，而我们因为历史原因不得不花大力气让消费者电视购物改变印象，用更多的时间去说服观众，所以，在中国压价还是有些作用。目前，因为电商竞争的日益激烈，完全变成了买方市场，顾客有更多的选择权利，所以，海军建议公司的选品方向第一考虑的原则应该是用户体验，不能销售了 1000 组，引起 500 人不满意，老会员一旦大幅度流失，电视购物发展会更艰难。

经过这些年的努力，大家对电视购物的印象已经有所改观，如果在这个时候，所谓的“营销套路”太过火的话，一定会对整个行业的未来产生不好的影响。对此，海军也呼吁同行和同事，不忘初心，始终以更高品质的视频购物为己任，把购物体验做好，闯出一条新的视频营销道路。





不逼自己一把， 永远不知道自己有多强

文 / 内刊编辑部

历经了一个月的全力比拼，许阳队长带领的时尚霸主战队业绩最为优异。PK 赛期间，许阳女神变身战神，所向披靡。作为队长，许阳给自己安排了一天 8 档直播节目的量，并且完美的完成重任，这在整个主持人行业中都是不可想象的。主持人一天 4 档已经是极限，许阳在近 8 个小时的直播时间内，都保持热情洋溢的笑容一直不停地说话，这事儿只有“战神”能做到！

许阳说：“**不逼自己一把，我就永远不知道自己到底能不能做到。**同事们平时一般都是 3 档节目，我怕她们撑不住，为了最终的业绩，我就只能自己逼自己，我相信自己。我还要做好带头作用，带领我们时尚霸主战队战出最骄人的战绩。”

许阳为了这次 PK 赛，在节目前期准备时候也都是一副“斗士”的模样，别人不能做的她做，别人不愿做的她也做，她为了此次 PK 赛，参与了商品挑选、组合、营销活动编排、节目策划等所有环节，反复与相关部门沟通与探讨。

接下来，让我们听听各位队长的赛后感言：



鹰击长空，必有直入青云的宏伟体验。
池鱼入海，必有无畏一切的勇往直前。
纵观全球，唯有优购以傲视群雄之势，
独领风骚。
今日时尚，必以势如破竹之力，迎接
万古长青。

许阳：不管是我们战队，还是其他主持人的战队，我们都为了这次 PK 赛准备了非常多的努力。我们三组团队也都没有绝对分开过，而是三个战队相互支援与帮助，队长和队员之间也互相鼓励，这才有了今天的成绩。数字对于我们没有那么的重要，我们都是 S 级别的主持人，来到优购物也大概最少 8、9 年的时间，我们几个队长见过许多第一，也拿过许多第一，年度冠军我们都拿到过，这次我们之所以非常非常重视主持人全能 PK 赛，我们一定要赛好，付出我们全部的努力，可能我平时也强势惯了，我在给我的队员开会时候，也想过要不要温柔一些，鼓励大家，说说赛出友谊、赛出水平就可以了。但是我认为这绝不是我许阳的风格，我可能给予了我的队员很多的压力，气氛也都是紧张兮兮的。也有许多同事告诉我，别那么紧张，你要放松。

在优购物 8 年，我紧张了 8 年。我就是个会为了我的节目付出我全部的人。我们战队经常会为了 PK 赛开会讨论，参与商品呈现所有环节的探讨，大家非常辛苦，这次我们拿到了第一名，我要感谢我们战队所有人，你们付出了全部的努力。此外，我还要特别感谢我的娘家人，商品二中心的小伙伴们，你们永远是我最强大的后盾，在我 PK 赛节目当天，MD 都一起陪我加班，为节目忙前忙后，有你们在，我 PK100 次都不怕！此外，还特别要感谢其他几个商品中心，在平时工作中都和我没有任何交集，这次我需要 PK 赛借调商品，每个人给我提供的商品和力度都是对我莫大的支持，我真的不知道我许阳何德何能，能得到大家的鼎力帮助，所有部门所有人为了我们战队付出的努力，我们都记在了心里，谢谢大家。

八月奇迹战队

队长戴钰轩：我是一个柔软的人，性格比较内敛，也有许多不懂的事情，感谢我的副队长和我的队员们，他们弥补了我性格上面的缺陷，从挑选商品到后面做节目的整个过程当中，我的队员们和配合我们的 MD 们发挥了最大的能动性，有许多人来帮助我，支持我的工作。看到我们组获得很多单项奖，时尚购黄金档销售王、时尚购黄金档单档爆量王等等，这些单项奖真的让我感动，我们战队许多主持人为了 PK 赛一天都做很多档节目，很敬业很辛苦，在全国电视购物渠道上面，都是数一数二的主持人。这次比赛也让我看到许多 MD、PD、SH，互相配合与协作，绽放出的光芒。感谢所有人对我的包容，对我鼎力支持！



梦想号战队

杨海斌：MD 像是 C，PD 像是 B，主持人是 A，主持人一般是最前线和观众接触的，从 MD 对一个商品的热情、激情，是从 C 到 B 再到 A 传递过来的，我们主持人一般就是知道有什么力度，然后怎么说，去执行就好了。我们这次主持人 PK，内部一起开会讨论，总结对顾客销售有什么难点，怎样能让自己兴奋起来，然后再倒回去，与 B 沟通与 C 沟通，去负责运作整个流程，把所有环节都要亲自跑一趟，这真的太复杂太不容易了。通过这次 PK 赛，让我知道以往取得的主持成绩，都是由许多同事在幕后努力拼来的，这次比赛也考验了所有主持人的凝聚力，让主持人与其他协作部门更加团结！今后一起为业绩努力！

眼前的条件是艰苦的 未来的美好是共创的

时尚购健康管理中心——去征服所有不服！

文 / 时尚购健康管理中心 王欢



时尚购健康管理中心从筹备到成立，已经将近5个月时间了，这中间有人离开，也有人加入，有不足，也有闪烁，时尚购的每一位伙伴，有从业10年以上的核心领队，也有丝毫没经验的应届学生。我们都以初入职场的心态，带着创业的心情，去全情投入，奋不顾身。年轻的时尚购，需要“年轻”的你的加入，来共同谱写它华丽的“前半生”。

八方好汉聚惠买

时尚购健康管理中心的小伙伴都来自五湖四海，各行各业。有做过投资理财的，有当宝妈带娃的，有卖过保险的，也有当过主播的，有 70 后的，也有 95 后的。但是不管曾经是什么样的面孔，有着什么样的角色，从来到时尚购健康管理中心的那天，大家就加上了一个新鲜的标签～时尚购小伙伴！大家为了家庭和事业，选择了惠买，选择了时尚购。就像我们小学作文经常说的那句：**是缘分，让我们聚到了一起！**

系统培训 & 参观学习

6 月 15 日，第一批小伙伴开始进行培训，从行业背景到公司介绍，从专业知识外延到商品话术，从不着边际到旁征博引，从张口结舌到娓娓而谈。每个小伙伴都被激发出最大的潜力。因为我们知道，**只有非常努力，才能毫不费力。**

7 月 5 日，首期小伙伴去北京的集团总部和廊坊仓储参观。之前对于家庭购物的模糊印象，也在一声声的惊叹中变得清晰。原来直播间是真的有那么多操作按钮的，原来公司的食堂是真的免费自助的，原来每一单货都是靠工作人员搬到推车上的，原来惠买集团是如此强大的。

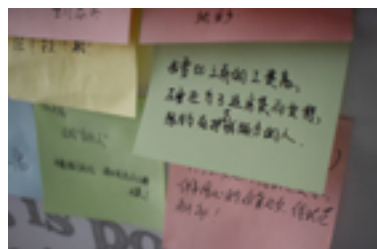
更重要的是，小伙伴们也明白了，原来每一个会员的加入，都来之不易。原来每一张订单的背后，都有那么多人在支持。

拓展体验注动力

7 月 7 日，小伙伴开始了在时尚购健康管理中心的第一次户外拓展，朋友圈晒公司给上的保险，群里分享各种路途的照片，每个伙伴的脸上，都有一种叫做‘期待’的表情，在那一瞬间，让我们明白，公司所给予我们的，不仅是成功的未来，而是拥有了一种想要体验更大世界的野心。于是开拓、犯错、受罚、修正、动摇、鼓励、分析问题、总结经验、确定目标、找到方法、再出发、高效执行……小伙伴们从开始的带着瑕疵，被惩罚，被教导，到后来刷新了拓展机构历史最好成绩，一天，仿佛成长了一年。或许，这也是拓展意义，这也是团队的意义。

正式上线燃激情

7 月 12 日，小伙伴们正式入驻时尚购健康管理中心大楼，虽说的一栋楼的规模，但是由于没有装修完，连空调也是没有开通的，在地表温度 60 度的大厅里，环境和状态一样火热。有的小伙伴，因为周边还在嘈杂的施工，而躲到桌子底下打电话，有的小伙伴，因为太投入，而站起来大刀阔斧，声情并茂。大厅的白板上写着**“眼前的条件是艰苦的，未来的美好是共创的！时尚购健康管理中心——去征服所有不服！”**大厅的空气里，弥漫着青春、希望与激情。这样热火的场面，这样悸动的心情，突然觉得，时尚购，还蛮酷的。我们自己，也蛮酷的。





记回访精英参观“同仁堂海参”之行

文 / 客户服务中心营销培训部 焦阳

题记：2017年6月15日，是客户服务中心回访部的“同仁堂海参”专场活动，回访精英们当天创造了463万佳绩！为鼓励大家再创佳绩，厂家邀请销售前30名的精英，前往美丽的海滨之城——大连参观学习，更全面的了解同仁堂海参的历史、品牌，加工，生产线等。就此，精英们和同仁堂的故事开始了。

初到大连，感受这座安逸的小城，柔中有美，美中有静。在这三伏天里，顶着石家庄头顶上40度的太阳，凉爽的大连瞬间洗礼了浮躁的心。

渲染海参我们很到位，但还没亲自见过新鲜捕捞出海的，为了满足大家的好奇心，厂家安排了一场不一样的体验。同仁堂的养殖海域足足1.5万亩，海岸线绵延4.2公里，一望无际的大海。海参作为底吸动物，水温过高会夏眠，水温过低会冬眠，一年的捕捞期集中在春季和秋季。同仁堂作为中华老字号，每一头海参都保证是活海参加工而成的，春季大量采补，秋季补货。

同仁堂海参的选取，严格要求三道关：海水监测，海参外检，海参分选。同仁堂的海水检测员讲到：同仁堂每次海参捕捞作业，会严格的进行水质监测，注重海水的透明度清晰度，若低于0.5米不再进行捕捞。海水取样后，送至检验室，包含PH值，溶解氧，无机氮进行监测各项指标，保证海参是在健康环境下成长。捕捞前会测量海水温度，年平均水温13~14度，水温十分适宜大连辽刺参的生长，肉质紧实，口感Q弹，营养价值更高。

海参的捕捞者叫做“海猛子”，在国内，海参是由他们一头头捕捞上来的，一位经验丰富的“海猛子”下海捕捞海参给大家，夏日炎炎他依旧需要穿上棉袄下海，海底温度过低，真心不容易。经过漫长的等待，一大篓子海参、鲍鱼、大扇贝捕捞上来了，第一次看到活海参，大家拍照，发朋友圈，超级兴奋。别看我们卖的即食海参长度和女孩手掌差不多，实际这家伙可有20~40cm。同仁堂的每头海参，



在捕捞船上会进行首次分拣，单头不低于 150g，保证品质。符合标准的大海参，2 个小时内送回工厂，小的统统扔回海里，同仁堂海参斤称不够的不要，颜色不均匀的不要，刺不够四排不够坚挺的不要，都要扔回海里，从源头把控海参质量。

捕捞了海参，如何加工制作？在工厂里，专业的“海参大咖”带着精英们来了一场海参加工之旅。纯人工的清洗，去沙嘴，专业泡发，大家也参与其中，自己剪剪沙嘴，看似简单的一项工作，也不是那么容易的。生产线的参观，全面的了解海参加工的每一步，只为我们更专业！

最后，大厨还特别安排了“海参品鉴”环节，教大家如何做海参菜品，葱爆海参、凉拌海参、海参小米粥……我们不光是要销售给会员产品，更是要教客户如何将海参的营养价值发挥的更好。

通过学习，大家对同仁堂海参有了更深的认识，同时我们也会将所见所得及时分享给会员朋友，让更多的人了解我们销售的产品，让会员的生活更有品质。





惠人达己 传道有你

2017 年 9 月 10 日

惠买大学的教师们迎来了自己的第二个教师节

● 教师节礼物

在教师节来临前，惠买大学的同事为各位“惠教兽”精心准备了小惊喜——惠买大学定制纪念羽毛球和“惠教兽”特制教师节贺卡。礼物虽小，代表了惠买大学对各位讲师的感谢与祝福。收到礼物的那一刻，小伙伴们都非常高兴，大赞礼物的精美，尤其是金瑛老师的亲笔寄语，那更是刷爆惠买朋友圈。



9 月 10 日
ON SEPTEMBER 10
“惠教兽”
教师节快乐！

● 教师节充电

除了礼物，我们还有干货。9月8日，惠买大学特邀安迪曼咨询的讲师分享了主题为《完美授课》的专业课程。通过讲师的精彩演绎，学员们知道了“讲好课”的标准及“如何讲”的方法，提升了在“获取注意力、建立联结、介绍框架”等方面的授课技巧。

在 10 月底，惠买大学还会组织第二期的讲师认证，“惠教兽”将以更专业的姿态站到惠买大学的讲台，和惠买人分享知识、经验、心得、喜悦和成长！

“三人行，必有我师焉。”相信才华横溢的你也可以成为“惠教兽”。惠买大学的讲台随时为“爱分享、善总结”的你准备着。



惠买大学定位：凝聚核心、宣导文化、推动变革，伴随惠买人一起成长，成为视频购物行业最好的企业大学

引言：在惠买，我们的内训师有一个共同的名字“惠教兽”，今年的教师节，当我们给“惠教兽”们准备节日礼物时，才意识到近1年来登上讲台的“惠教兽”已经有52人这么多了。他们在年初节目新人的培养项目中，在公司每次的新员工培训中，陆续登台，贡献智慧。“惠教兽”们都是各自岗位上的佼佼者，分别来自节目制作中心、商品开发中心、优品惠、信息管理中心……每次我们请大家来讲课，都二话不说，从不推辞，每一个讲的都是实在的干货，每一个分享的都是无价之宝。对于刚刚加入电购行业的新人来讲，能听到前辈的经验总结，无遗是最幸运的事儿，能够避免走很多弯路。



做有价值的内部经验传承者

文 / 惠买大学 金瑛



说实话，每一位“惠教兽”都值得著书称赞，惠买大学之于大家每一位，都有故事可讲，而这次我们要说说这一位：

韦湘，节目制作中心战略企划部高级总监，一个特别喜欢别人夸赞他帅气，时刻注重自己形象的美男子，他也是公司的内部讲师，是公司里最有分享精神的人。

平日里的韦湘，幽默风趣，相处久了越了解他你就会越感到他的深刻，他对工作有自己的思路，是那种领导交办的工作都会出色完成的一类；也是有问题自己解决，轻易不给领导找麻烦的一类；更是发现问题自己给自己下任务立马解决的一类。去年公司周年庆三天户外直播，每天14小时，每个节目流畅衔接，摄像、灯光、音响、模特、主持、观众……完美对接无纰漏，无播出事故，着实创下了电购界的传奇。作为总导演，这背后的辛劳，要花费多少心思，付出多少努力，我们没有办法感同身受，只有满心的倾佩！

工作上的韦湘，全力以赴；在讲台上的韦“教兽”，也是火力全开。今年教师节，我们给每位“惠教兽”准备了一张贺卡，上面有我们对内训师的赞美、感谢与祝福。送给韦湘的贺卡是这样写的：“韦湘，你是惠买大学最优秀的内训师，这里可以用绝对性话术，没有‘之一’。”之所以这样讲，是因为韦湘在公司内部知识与经验传承方面，着实发挥着无可替代的作用。

首先从态度维度来评价，作为他的首席高级课程规划师，我知道他每次上课前都会根据学员情况，精心准备讲课内容，设计教学环节，整理大量实际案例，反复推敲PPT。还有每次要讲课，他都会精心收拾下自己，穿什么衣服，搭配哪双鞋，都要花些小心思，既不张扬又要不失时尚感。上进的人就是在哪一方面都不认输。

再从培训过程维度来评价，因为他是做营销的，最清楚要从客户角度出发考虑问题，做培训时也是首先想着学员，从学员角度出发准备授课内容，什么是对学员最重要的，什么是对学员最有益的，每讲一个知识点，他都会找案例来诠释清楚，讲细致，让学员听明白。再加上他独有的个人魅力与气场，每次课程都是座无虚席、好评如潮。

最后从培训效果维度来评价，韦湘的课程都是来源于业务中的实际问题，解决的也是业务中的难题，分享的是行业的先进案例，所以特别有针对性，培训效果也特别好。柯式四级评估是评价培训效果的业界公认方法，我们平时组织的培训最多满足两级：反应层和学习层，而韦湘的培训直接达到第四级：用业务结果来评价。这是我们可望而不可及的培训高度。

在韦湘的影响下，在节目制作中心涌现出了很多同样有分享精神的同事：海斌、东伟、婧儿、王映、郑强……上周五，邢镭找我帮他改下PPT，看到PPT的一刹那，我赞叹不已：做得太棒啦！邢二爷也激动不已，感觉自己棒棒哒。这是他前一天晚上连夜赶制出来的，为了给三佳的同事培训。准备课程之前，二爷还特别给三佳的同事发了短信，询问大家最想听到什么，好有针对性地准备。课程从如何找卖点、包装卖点、控制节目节奏等方面娓娓道来，案例丰富，听后对做好节目、提升销量有非常大的帮助。

同样作为一名公司的内部讲师，我特别羡慕韦湘，因为他的课程贴近业务，鲜活有生命力，课里课外都透着生机；而作为公司的培训管理者，我也特别感谢韦湘，因为他的存在，让整个公司的培训工作有了主心骨，训里训外都透着价值感。



“程序猿”有本事你就来踢馆

——记信息管理中心的学习道场

文 / 信息管理中心 姜平

聚焦主业、精耕细作。

2017 年，公司为未来的发展定下了基调。惠买各个部门积极响应、群力群策，为公司发展献计献策。作为惠买这艘电购界航母的技术引擎－信息管理中心自当冲锋陷阵、首当其冲。要想出成绩，就要先长本领，所以学习是必不可少的途径，尤其是技术研发人员。年初，张砚山张总提出“内部挖潜，各显神通”的学习口号，要求信息管理中心总监级人员以身作则，率先在中心内部进行授课。同时也鼓励乐于分享、勇于尝试和突破自我的员工走上讲台为大家分享。通过这样的学习方式，一是将各位总监在各自领域的知识经验分享给大家，提升员工成长速度；二是增强了跨部门的知识融合，促进了内部知识和技术的共享；三是有助于沟通交流在工作过程中遇到的难题，便于内部及时解决；四是有助于节省培训成本，减轻部门负担。

以下是信息管理中心第一期培训分享计划：

2 月 金强 IV 系统	4 月 梁在甲 监控系统	6 月 苑清玉 物流仓储管理系统
8 月 周广辉 机器学习	10 月 刘来喜 中台系统介绍	12 月 吴博 数据库与数据安全

截止到 8 月底，信息管理中心共进行了 4 次分享培训，同事们普遍反应效果很好，扩展了自己的知识面，提升了工作技巧，拓宽了工作思路。

接下来，我们一起回顾一下过往的 4 次培训主题。



一、IV 系统

第一个登场的金强同学，给大家介绍了公司核心的 ERP 系统，暨 IV 系统。伴随着公司业务架构的不断发展，IT 系统也经历了几个阶段。第一阶段运营基础，主要有比酷等系统；第二阶段过程标准化，这个阶段流程梳理，不断明确定义业务模块，通过系统固化标准，逐步完善了回访系统、节目系统、WMS 等；第三阶段基于业务的服务架构，这个阶段引入了 IV 系统，并不断优化，达到日处理订单 3 万单的能力；第四阶段构建灵活支持 TV 业务发展，不断提高 IT 系统的性能，超越竞争对手，在不久的将来，达到日均处理 6 万单的能力，全面支持业务灵活多样。金同学的介绍让大家对公司核心业务系统有了概况性的了解。



二、监控系统

第二个出场的韩国小伙梁在甲介绍了公司的网络架构，IT 系统架构、软硬件的情况以及各 IT 系统的安全要求。接着给大家介绍了常用的监控软件；惠买监控的现状；通过案例，重点讲解了 Jennifer 系统，比如大量数据查询、特定的 resource 瓶颈发生、大量最终用户连接、频繁 lock 发生等不同问题下 Jennifer 的警报特征，使得大家对机房监控、网络监控、IV 等业务系统的监控有了初步的了解。虽然梁同学的普通话不太标准，但是小伙伴们还是听的津津有味，尤其值班的同事，对各种监控图标各种警报有个更好的判断。



三、WMS 系统介绍

第三位出场的苑清玉同学给大家介绍了 WMS 的概念、架构、功能模块、业务模型及相关的业务流程（包括出入库流程、仓库调拨流程、返厂退货流程、库存调整流程、采购到货预约流程等）。同时介绍了惠买 WMS 的每一步的发展历程，从比酷 WMS 到富勒 WMS，再到现在的惠买自己搭建的 WMS。最后展望 WMS 的未来，TO-BE 的组件架构，实现智能化、自动化、共享化、移动化和个性化，满足灵活多变的业务需要。小伙伴们收货满满滴，尤其是非 WMS 部门的同学，对 WMS 有了一定的了解，相信以后的系统对接上会更为顺畅。



四、机器学习简介

第四位亮相的北大才子周广辉同学给大家带来的是一门前沿的科学 - 机器学习。你一定认为机器学习不就是人工智能吗，不能算你错，但是，周童鞋说，人工智能是个宽泛的概念，机器学习是里面的一块，而深度学习是机器学习里更小的部分。周童鞋介绍了机器学习的概念、算法分类、算法选择，机器学习的流程，接着重点给大家讲解了比较流行的几种算法，最后介绍了机器学习的工具。原定 1 小时的课程，延长到 1.5 小时，小伙伴们都觉得听的不过瘾，强烈要求开讲系列课程，讲讲具体的算法、实操及结合工作实际的延展，我们期待着。

有了前期良好的开端，信息管理中心的小伙伴们都满怀期待着接下来的培训分享。当然也不排除有民间高手过来踢馆，我们时刻欢迎你勇敢的走上讲台，分享的大门对于每一位始终是敞开的。

舞台已搭好、观众已就座，就等主角来。

最后感谢各位老师们的分享，也感谢惠买大学在信息管理中心培训工作中给予的大力支持。



财务管理中心的 考证达人

文 / 内刊编辑部

别人不乐意做的事情，是自己成长的机会

从学生时代开始，慧慧就很爱学习。她每天几乎是自习室走的最晚的那一个。渐渐地，学习成为了她的行为习惯，这对于慧慧后来的成长也是大有裨益。从上学时就懂得了证书的重要性，从会计从业资格证，到教师资格证，再到电子商务从业证书等等，每一个证书的获得都是勤奋学习的结果。所以，学习习惯的养成，对于证书的获得及日后的成长至关重要。

慧慧最开始在吉林老家的一家制造型企业实习和工作。每月拿着 600 元的实习费，干着正式员工都不愿意做的重复劳动的活。大家都会觉得这是何苦呢，工资那么低何必这么卖力？可是慧慧的理解恰恰相反：别人不乐意做的事情，正是自己成长的机会。于是

她不辞辛苦，带着“把简单的事情重复做，做出彩”的劲头，在第一家企业工作了 2 年，成为工作中的佼佼者，业务非常熟练，多次获得上级领导的表扬。

为了开阔视野圆自己的大城市梦，慧慧在 2010 年的 6 月份来到了北京，7 月份机缘巧合加入了惠买（那时候办公地点在酒仙桥）。由于她熟悉用友财务软件系统，也恰逢当时公司财务刚上这套系统，于是工作起来可谓得心应手，这都源于她前期的大量积累。从此，“加班”学习成为了她每天的必须。慢慢的，慧慧的工作涉及到税务、财务软件、供应商对接甚至审计等不同的岗位，并且每一份工作内容都得到了上级的认可。

她总结自己成功的关键在于：一是勤奋；二是把别人不乐意做的事情看成是自己成长的

机会。正所谓，多劳多得，这个“得”不一定非得是物质激励，她更多看重的是学习和成长的机会，尤其是对于年轻人。

从工作需要出发，不断给自己设定小目标

有人曾经问她，你考这么多证书有用吗？慧慧很认真的说，**当你的格局思想定格在当下的时候，工作中找不到突破口的时候，发现不了工作中的问题的时候，迷茫的时候，往往学一些专业上的知识，提升自己的专业能力，站的高了，眼中看到的就不只是这一小块绿地，而是一大片森林。**

考证是要给自己定一个时限，也是检验自己真实掌握专业知识的能力，因为枯燥的专业知识，不给自己一个时限，真的是拿起书不到5分钟就进入了梦乡，我们要给自己定一个目标，给目标定一个时限，这样我们才能坚持走到终点。

这些证书的获得过程就是自己的一个学习旅程。“它们帮助我工作起来游刃有余，拓宽了我的格局，让我自己看问题的视角更广。”而且，工作以后的每一个证书，都是有目的的去考的。从工作的实际需要出发，不断的给自己设定小目标，挑战自己，突破自己，成就自己。

我不是一个最聪明的人，但是我是一个为了已定的目标坚持走到终点的那个人。

慧慧正在考注册会计师，祝愿她能够顺利通过。最后，把她的座右铭分享给大家：**“积极的人儿像太阳，照到哪里哪里亮；消极的人儿像月亮，初一十五不一样。”**希望我们每一个人都成为一个积极正能量的人。



惠买大学第 101 期



2017 年 8 月 9 日 -10 日，来自公司节目制作中心、商品中心、人力资源管理中心、财务管理中心等 46 来位新同事汇聚一堂，参加了惠买大学组织的第 101 期新员工培训。

经过两天的培训，新人们共同参与了团队拓展，学习了惠买发展历程、企业文化、公司管理制度、如何树立个人职场品牌、信息安全意识、新人职场手册、入职考试、工牌照拍摄等内容。通过惠买大学老师们的精心策划和讲授，学员们在两天的学习过程中收获颇多，这对新人们更快融入公司起到了很大的作用。

新员工培训圆满结束



新员工培训是惠买大学打造的精品培训项目，也是新员工感受惠买文化的重要渠道，本期培训后，我们收到了很多学员的培训感悟，字里行间流露着对个人提升的内在需求和对公司的发展的殷切期望。接下来我们一起分享吧！



惠买新员工培训

——应对我与电视购物的七年之痒

文 / 品牌文化部 张弓

我的电视购物新征程

还记得自己是 2010 年 8 月 3 日加入电视购物行业的，还记得那个时候的我对待工作，新鲜好奇、充满激情、斗志昂扬。七年中，经历了中国电视购物“突飞猛进”的发展态势、经历了诚信重塑、经历电视零售行业革命性的改变。七年中，电视购物像一本电视说明书一样，教会了消费者如何购买商品，也教会了我，从一名“门外汉”到一名“圈内人”。有人问我，电视购物工作七年，“痒不痒”？答案一定是肯定的。

我也有纠结犹豫还要不要再继续选择电视购物这个行业了，但我觉得电视购物太好玩了，从一个商品的开发，到商品节目的呈现，到物流、到售后服务，电视购物频道的专业化流程的魅力可能只有身在其中的人才会懂得吧。

“发痒期”的我，努力调整自己的心态，但

很长一段时间我总是一副若有所思，忧心忡忡的样子。可能是有些麻木，不知道自己还能在工作中期待什么吧。

惠买新员工培训的第一天，我想象着两整天的课程无非给大家讲讲惠买简介吧，或者讲讲企业文化，讲讲电视购物的业务知识之类的吧。

新员工培训的一开始，便是董事长杜总致辞，第一次听杜总讲话。“**做一厘米宽，一公里深的专家。**”杜总真挚的讲述了做电视购物的艰辛、电视购物行业面临的挑战、和对于我们这些刚刚进入公司的电视购物工作者的期许。

杜总在新员工培训的讲话，对我们充满感情，扣人心弦，我的心久久不能平静，沉浸在震撼之中。我的大脑疯狂的运转着，思考着。找了个好公司，找了个好老板。我告诉自己，

你选择来到惠买集团工作是一个太明智的决定了。

挑战不可能 培养一颗团队心

陌生的我们,分成了四个队伍,进行团队比赛。我是第四组,9个人,所以我们调皮的队长给我们起名“九尾狐战队”。

我是 SH 宋承泽。

我是业务拓展部徐沫。

我是人力资源中心张森….

通过几个游戏的练习,我们团队渐渐熟悉起来。

练习时的一遍遍失败,让我们都变得不耐烦,都想放弃了。别说拿第一名了,完成这5个项目简直就是不可能的事情呀!

教练问我们:“你们是得过且过呢,还是全力以赴呢?”这句话仿佛一下子点醒了我们,我们拼了!

比赛来了,每个团队有两次挑战机会。第一次挑战,我们团队紧张、出错,5个项目才完成了3个,“你右手抬的不对,我根本抓不出你的杆。”“你小球接力时候,怎么没控制好速度,把小球掉到了地上。”大家抱怨连连。

“不要抱怨了,我们要总结经验,不能放弃,咱们要把握最后一次机会!”教练、队长、我们团队所有人围成一个圆圈坐下来,彼此鼓励,不到最后一刻绝不轻言放弃,永不服输。

前三组的项目都已经全部完成了,成绩也都很好,我们组最后一个出场,压力很大。最后一次机会,我们零失误,这是一场耐心的比赛,一场信任的比赛,我们第四组以用时最短的好成绩拿到了第一名。

这不是一次普通的团队游戏,30分钟的训练,使平时耳熟能详的“团队精神”在心中真正留下烙印。没有完美的个人,只有完

美的团队。看似不可能的事,在我们所有团队里面都变为现实,较劲牙关,像一个个不可能实现的目标靠近,我们会创造一个个看似不可能的奇迹。

战胜自我 点燃梦想

“把简单的事情,做上100遍、1000遍,你就会变的不简单”

“哪怕是最没有希望的事情,只要坚持去做,就会有希望。”

“事情越多,就会收获越多。责任越多,以后就会得到的越多。”

两天的新员工培训,让我感触颇多。参观了演播室,学习了最新电视直播的技术。还学习了工作心态、梳理职场品牌、新人职场手册、信息安全意识、IT服务全攻略、财务报销制度等许多课程。非常感谢惠买大学老师们的讲授。

在电视购物领域工作了7年了,我好像已经忘了自己的价值,自己的目标,也忘了自己还有什么梦想。通过惠买大学的新员工培训,好像唤醒了我的青春。让我重新找回了信心,重新点燃了激情。这次培训使我找到了那个阳光快乐、积极行动、努力拼搏的自己,也找回了那个对于电视购物充满感情,难以割舍的自己。

7年时间足以让一座城市翻天覆地。而我用了7年时间去经营电视购物,希望在第二个、第三个7年中,身上总能有使不完的劲,全身心投入工作。

感谢这次新员工培训,帮助我解决了困惑,战胜了我与电视购物的7年之痒。**我与电视购物的7年相守,相信将在惠买找到自己的未来,会在惠买见证新一轮电视购物的崛起。**



新员工培训使我收获满满



文 / 财务管理中心 吴洪燕

我是来自财务管理中心的新员工吴洪燕，虽然到目前为止我在公司工作的时间还不到一个月，但在这短短的时间里，我却时刻感受着关怀与温暖：这里有关关注我们成长的领导，有手把手帮助我熟悉业务的同事，他们的帮助使我得以更快地融入惠买这个集体，更好的为公司的发

展作出自己的贡献！

这次培训虽然也只有短短的两天时间，但是课程安排紧、内容充实，使我收获颇丰。

首先，我受到了精神上的洗礼。担任这次培训主讲人的或是公司领导，或是部门领导，还有我们部门的小同事，他们能够亲临授课就足以见出公司各级领导对这次培训的重视、对我们新员工的重视。而且无论是公司领导还是部门领导，为了这次培训他们无不作了精心的准备，这种经验值得我们好好汲取，精神更值得我们学习，这会是

其次，我得到了知识上的收获。这次培训涉及面广、信息涵盖量大：第一天杜总的讲话以及第二天顾老师的讲解，全面阐述了公司的历史、现状及未来发展战略，使我对公司的发展史有了更全面的认识，还有吕总教导我们如何端正职场态度，使我更明确了自己的方向。我相信这种知识的收获会成为我今后更好地开展工作的基础！

第三，我感到了一种情谊上的满足。通过这次培训我认识了更多的新同事，有着不同的专业背景，但是今天我们相聚在这里，我们就有了一个共同的身份，那就是惠买员工。在未来的工作中，我们要做的就是始终保持这种同事情谊，同心协力、各尽所能，为公司未来的发展创造新的业绩、为惠买增添新的荣誉！

两天的培训很快结束了，但是我们的工作才刚刚开始。**如何更好地开展工作应该是我们当下思考的问题，在新的工作岗位上，我们要有一切从零开始的勇气和决心，时刻保持谦虚谨慎的精神、虚心向公司的前辈学习；要善于从小事做起，通过小事锻炼能力、积累经验、实现成长。**未来的工作也许会千头万绪，甚至会遇到这样或那样的困难，但是我相信有公司各级领导的关怀和正确领导，有公司各位前辈的悉心帮助，有我们自己的不懈努力，任何困难都会被克服。



在学习中成长，在成长中学习

文 / 节目制作中心 莫宇宁

作为公司的新员工，首先感恩惠买可以成为我人生追求梦想的新起点，很荣幸有机会参加这次惠买新员工培训，通过两天的培训，让我内心收获很多意想不到的惊喜和温暖。

两天的培训，使我对企业文化和各项规章制度等知识的了解一下变得充实和膨胀起来，通过培训我共有以下几点体会。

充分发挥团队的力量

陈安之曾说过：“人在世上要保证一生快乐的话，必须有一个团体值得他全心投入和贡献”。在培训的第一天团建活动中，我深深的体会到人与人之间的沟通、同事之间的相互学习和团队精神是我们工作取胜的关键。在我们今后的实际工作中，无论自己在哪个部门、哪个岗位都离不开同事之间的配合，俗话说得好，众人拾柴火焰高，一滴水只有在大海中才能生存。既然需要配合，那么就必须沟通，只有不同部门之间、同事之间相互沟通、相互配合、团结一致，才能提高工作效率，进步更快！

认同公司的企业文化和核心理念、着力培养忠诚意识、责任意识、吃苦耐劳意识

企业文化是一个公司发展壮大的根基，我们选择一个公司，从某种意义上说就是选择一种企业文化，所以我们要认同它的企业文化和核心理念。培训的第一天吕总就强调了忠诚问题。我们选择了公司是因为我们爱这个公司，公司给予我们的不仅仅是那份薪酬，更有一个供我们施展才华、实现自己成长的大舞台。因此我们应该怀着一颗感恩的心来工作，把对公司的忠诚放在第一位。

要有扎实认真的工作态度

“态度决定高度”，“千学万学学做真人，学做真事”。用良好的心态来面对一切未知，不懂就学，决不糊里糊涂过日子。把所有的事情都当作一件艺术品来做，精益求精。

这是一个温暖的集体

今天在惠买工作的时间刚好一个月，但是在这短短的时间里，我却时刻感受着关怀与温暖：这里有关注我成长的领导，他们的谆谆教诲让我受益匪浅，使我得以迅速摆正自己的位置、明确自己的目标；这里有手把手教我熟悉业务的导师、同事，他们的帮助使我得以更快地步入工作的正轨。所以我觉得我是幸运的，幸运的能够在这样的公司工作，我相信我的能力能够得到最大程度的提升、我的价值能够得到最大程度的实现！

能够通过短短两天的培训让我有这么多的收获，这离不开公司各级领导的关怀，也离不开惠买大学顾老师和金老师的精心安排，在此对您们表示衷心的感谢！最后用以下三十六个字时刻警醒着自己：**立足当下，不忘初心，学做真人，学做真事，团结互助，勇敢追梦，惠买魂，永传承，惠买梦，共完成！**



新人如何对待自己的工作

文 / 节目制作中心 李亚强

光阴似箭，岁月如梭。不知不觉中来公司已经快一个月了，真的让我受益匪浅。首先要感谢公司能给我这个机会和大家走到一起，回想一个月前我还在各个公司忙着投简历面试，当接到公司应聘通过的电话时，心里不知道有多高兴。其次我要感谢主管经理和每位员工对我的包容和鼓励。刚来公司走进传输部，看着里面五彩缤纷的画面和各位哥哥姐姐忙碌的身影，给了我莫大的震撼和鼓励，顿时觉得今天来到惠买，就是我最正确的选择。到现在，不能说我已完全了解作为机房工程师应该做的工作，但绝大部分我已经了解，之后的学习中我一定会将其完善。

到公司这么久，我觉得我感触最多的主要有两个方面。**先是要学会做人，要学会与人相处、与人沟通。**只有这样，才能有良好的的人际关系，并在快乐的气氛下顺利的完成工作。与同事相处一定要礼貌、谦虚、宽容、相互关心、相互帮忙和相互体谅；**其次就是做事，**

要学会严肃认真地工作。以前在学校，下课后只知道和同学玩耍，嘻嘻哈哈、大声谈笑。工作后可不能这样。因为，公司是工作的地方，绝对不允许发生这样的事情。工作，来不得半点马虎，否则就会出错，工作出错就会给公司带来损失。这是绝对不允许的事。为了帮助新员工了解公司的概况及组织结构，惠买大学组织了为期两天的新员工入职培训。通过这次培训我学习到了很多以前在学校学不到的知识，认识了好多可爱的新同事，了解了公司的管理制度，工作心态，安百尚老师更是为我们讲解了怎么去树立自己的职场品牌。经过这段时间的学习，从无知到认知，到深入了解，我深深喜欢上了公司，公司就像是我的另一个家，也喜欢上了我的工作，让我深刻的体会到学习的过程是最美的，在整个学习过程中，我每天有很多的新的体会，新的想法，想说的很多，**我总结下来主要有以下几点：**

坚持我们不管到哪家公司，一开始都不会立

刻给我们工作做，一般都是先让我们看，时间短的要几周，时间长的要几个月，在这个时候我们一定要坚持，轻易放弃只会让自己后悔。

多听、多看、多想、多做、少说

我们到公司工作以后，要知道自己能否胜任这份工作，关键是看你自己对待工作的态度，态度对了，即使自己以前没学过的知识也可以在工作中逐渐的掌握。态度不好，就算自己有知识基础也不会把工作做好，四多一少就是我的态度。我刚到这个岗位工作，根本不清楚该做些什么，并且这和我在学校读的专业联系不是很多，刚开始我觉得很迷茫，可经过工作过程中多看别人怎样做，多听别人怎样说，多想自己应该怎样做，然后自己亲自动手去多做。终于我现在对工作有了一个较系统的认识，慢慢的自己也可以完成相关的工作了，光用嘴巴去说是不行的，所以，我们今后不管干什么都要端正自己的态度，这样才能把事情做好。

虚心学习

在工作过程中，我们会碰到很多问题，有的是我们懂得的，也有很多是我们不懂的，不懂的东西我们要虚心向同事请教，当别人教我们知识的时候，我们也应该虚心的接受，不要认为自己懂得一点鸡毛蒜皮就飘飘然。

培训所给予我的，远不止这些，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索！我要用我在这里学到的知识去面对以后生活中遇到的困难，更好的回报对我们有着殷切希望的老师、家人和同事，去回报对我们有着殷切希望的公司，我一定会在以后的工作中交出一份让公司、也让我自己满意的答卷。



超越自我，携手共进

----- 信息管理中心团建有感

文 / 信息管理中心 陈佳童



5月26日，下午15:00，由惠买大学的顾庆飞、安百尚、姜平三位老师组织的团建活动正式开始。说真的，在开始姜平老师说需要写参加后的感想，我是有一点蒙的，因为我怕我什么都写不出来，可是，在2个多小时的活动以后，我又开始无从下手，但不再是无话可写，而是我怕我苍白的文字，写不出来小伙伴们满满的收获与感动。

成功是靠自己努力，而不是寄托于对手的失误

20分钟的练习过程，不倒森林，竿子掉了n次，扶起来n次，在最终数够10次以后停止练习。练习的过程中，虽然也有分享，但是每个人还是按照自己的方式在做，结果在第一次pk中，竿子依然掉落，我们依旧只能寄托于偶然，寄托于每个人少一点失误，寄托于对手做的比我们更差，所以，毫无疑问，第一轮，超过7分半的时间，我们输了。

失误只是没有做好的一个借口，只是能力不够的一种表现，真正强大的人，只会自己努力，将自己百炼成钢。

过程比结果更重要，永远不要放弃创新，哪怕它可能不适合你

第二轮的pk，有小伙伴提出来一种创新的方式，能尽可能的保证竿子不倒，我们没有来得及实践，就运用到了第二轮的pk中，虽然在探索中竿子掉落了几次，但是最终还是以4分09秒的成绩完成了比赛，我们满心以为这次应该会赢，但是对方以不倒森林0失误，不到3分的成绩，依旧赢了我们，我们开始反思，这种方式，是不是不适合我们，因为就算是我们也保证0失误，这种方式，也不会比对方更快。

可是，我想，我的小伙伴们都不会后悔，因为我们敢于创新，哪怕

它不成熟，哪怕它没有给我们带来胜利，但是前进的过程就是一个不断探索创新不断失败再成功的过程，不创新，不失败，你永远不可能知道哪种方法更适合你，你也永远都不知道，你是不是会做的更好。

但是我们还是要感谢对手，感谢对手的0失误，让我们没有停止前进，让我们知道，我们的创新虽然比之前做的好，但是它并不完美，也让我们明白，不要轻易将没有经过实践考验的东西轻易的运用到大的平台上，成功的方式有千百种，拿出来用的，一定是最好的那一个。

统筹规划，从全局考虑，思路清晰，保证步调一致，才能稳打稳赢

蛟龙出海，我们以为这是一个很简单的游戏，可是在练习的过程中才发现，比我们想象中要困难，大家各抒己见，完全搞不清楚应该怎么走，甚至已经有人提出大家一起蹦的方式，但是看到对手在练习的很好，静下心来，从全局考虑，仔细分析，才发现，这实际是一个考验大家步调一致的游戏，只有搞清楚怎样走能一致，才能走快走好，最后终于找到了突破口，所以，从始至终，我们在这个游戏环节，都是比对方快的。一个人走的快没有用，一个人拖不动十个人，只有大家步调一致，才能胜利。

资源分配很重要，合理分配事情的先后顺序，可以达到更好的效果

我们在pk时，第一个都选择了自认为最难的不倒森林，可是在比赛时，发现蛟龙出海的游戏需要绑腿，而计时器不会因为你在绑腿而停止，所以我们在绑腿时，浪费了时间，所以在后来的比赛时，我们大家都想到了这一点，把这个游戏放在第一位，因为我们完全可以把绑腿这个动作在计时开始之前完成，可以节省很长时间，在最终的pk赛中，我们在第一个游戏完成后，立马分竿，又节省了

时间，虽然中间可能做得还不好，但是大家都能想到怎么样才能最高效的利用资源，我觉得这才是意义所在。

分享比独享更重要，只有分享，才能让彼此都能进步

第一轮 pk 完全看不到对方，是自己摸索的过程，第二轮可以观战，是互相学习的过程，两轮 pk 赛完成，虽然我们输了两次，但是我想那个时候大家都在想，为什么我会输，都看到了对方比我们做的好的地方，对手毫不吝啬的给我们传授了经验，老师也给我们提了建议，在终极 pk 之前的练习里，我们结合了之前的失败，对手和老师的建议，还有同组小伙伴们在练习中摸索的经验，吸取了教训，终于做的比之前越来越好。

分享，是一个让大家都能互相进步的方式，取人之长，补己之短，永远比狭隘的固步自封更能让人成长。

你不是只要做的到就可以，你还可以做的更好。每个人都有一个小宇宙，不努力，你永远不会知道你自已有多强大。

最后一个游戏，对大家而言，应该是最简单的，每个人都能很轻松的完成，可是在第二轮 pk 时，我们明显就感觉对手比我们快，对，我们只想到我们能完成就可以了，但是我们从来没想过，原来我们还可以更快，可以加快频率，我们都忽略了最重要的东西，我们不是只要做到就好，做，我们就要做到最好。

包括终极 pk 的不倒森林，我们不只提高了质量，同时加快了速度，因为我们的目标是 100s，我们就是要挑战自己，而我很庆幸，我们做到了。

竞争能让你看到对手哪里比你好，你才知道你还能向哪个方向努力

我想，如果仅仅只是让我们自己比，我们可能冲刺不了 100s，更不要说 85s 的成绩，因为有了对手，因为对手比我们做的好，我们才有了动力去突破自己，突破极限，我甚至感谢前两轮我们都输了，才有了最后一轮的涅槃重生。

团结，永远是一个团队的向心力，永远不要轻易放弃团队的人，他可能也会创造奇迹

终极 pk 之前的练习，我们有个小伙伴，到他那儿总会有各种问题，我们大家虽然开玩笑嫌弃他，并且还尝试让他暂时先下去，没有他，我们确实做得更好，但是游戏规则不允许我们放弃任何一个队友，而且我们也不会轻易放弃，所以最后上场依旧是 10 个人，而他，没有让我们失望。最终，我们以 0 失误，85s 的速度完成，这对于我们来说，便是团结的结果，如果大家不是向着一个目标，如果大家都是只顾自己，我想，我们取得不了这样的成绩。

作为大一班的班长，同时一个孕 9 个月的准妈妈，虽然我没有真切的参加到活动中，但是我感谢我的团队没有放弃我，能让我一直为他们服务，我感谢我可以参与其中，虽然只是在最后喊喊口号，虽然我只是给他们发一下竿子收一下绑带，但是他们让我知道，那一刻我们就是一个集体，如果没有我，他们可能就突破不了 100s。

团队活动，是一个集体，团结起来的力量永远都不可小觑。只有大家心朝一个方向，没有什么是不可能。

感动，感谢，感恩

感动小伙伴们不抛弃不放弃突破自我才取得的成绩，感谢公司给我们提供这么好的锻炼机会，感恩对手毫不吝啬的传授经验。

我想，我们所有人，都会有满满的收获。我知道，我没办法将所有的收获全部写在这里，语言可能很苍白，但是我们所有的收获都是满载于心的。在以后的工作中，我们要突破自己，团结合作，勇于创新，敢于分享，把这种冲刺 100s 的信心运用到工作中，没有什么做不到。我相信，我的小伙伴们，是最棒的 IT 人，我们是最好的团队。

超越自我，携手共进，做最好的团队，做最好的惠买人。



情

开心工作 快乐生活

A portrait of a woman with long, dark, wavy hair, looking slightly to the right. She is wearing a black sleeveless top with white horizontal stripes. The background is a light, neutral color.

十年，见证

文 / 节目制作中心 SH 周洋



如果不是小编告诉我，我自己都没有发觉已经来公司 10 年了，想到当初刚来公司的样子，再看现在，禁不住感慨：时间过得真是快啊！

● 十年，见证公司奇迹

十年，与我而言，从刚毕业的大学生，到结婚、生子，现在孩子都上幼儿园了，我的身份角色发生着改变，人生中的重要时刻基本也都经历，这是一段漫长的时间。于公司而言，从最早租用一层办公室，连演播棚都是在公司楼顶自己搭建的，到现在拥有占地面积 100 多亩的园区，公司规模越来越大，业绩越来越好，从最早一直跟在别的购物台学习模仿，到现在已经成为业内以及供应商公认的最好的购物台，这样大的变化，十年的时间可以说是一个奇迹。

我能来到公司，从事现在的工作应该也算是一种缘分吧，我上学时学的是法律，毕业后去了离家很远的法院实习，在民事诉讼部门，每天面对各种民事纠纷：离婚、财产纠纷、债务赔偿等等，感觉世界都不美好了。直到有一天我妈在报纸上看到了河北电视台的一则招聘广告，当时我们是爱家购物和河北电视台合作，她觉得公司离家近，我又是女孩子，这样的工作更适合我。于是我就拿着简历抱着试一试的心态来到公司，面试时没有人向你问东问西，而是让你拿着自己随身的物品，面对着摄像机介绍它，当时的我一点都不紧张，说了几分钟，当时负责制作部的领导就在另一个房间的监视器前看着大家的表现，看完了我当时的录制，她又问

了我几个问题，我就被告知几天后可以来入职了，后来我才知道那天来面试的人中只有我被录用了，这难道不算是一种缘分嘛！无心插柳成荫，我的朋友、同学和家人都没想到我会从事这样的一份工作，连我自己也是万没有想到的，可是我却已经做了十年，当中不曾离开。

● 十年，公司旧时模样

很多人知道我在公司这么久了都会问我，公司以前是什么样子啊？以前？多久的以前？我感到非常幸运，自己是十年前加入的公司，只有从那时候开始再对比现在，才会有无比的自豪感，才会觉得现在的公司有多么了不起！

十年前公司还在石家庄，那时也是国内电视购物刚刚起步的时候，不管是 SH、PD、编导，基本所有相关工种都没有有经验的专业人士，当我正式入职的时候，公司还没有自己正式的专职 SH，而是请的电视台、电台的一些主持人来临时录制节目，由编导提前写好稿子，等他们来了照稿录制，一天最多也就录一个产品，录好的片子再经过后期剪辑，最终的成片会出现在某个电视频道的午夜时间。

公司发展很快，陆续招来了一批相关专业的毕业生，虽然大家都没有经验，但是有用不完的精力和激情。没多久我们就可以一天录制

出几个产品，我们居然可以到河北电视台的演播室去直播了，每天下午十几个直播人员，带着直播用的商品和道具物料挤在一辆商务车中，有蹲着的、有坐在别人身上的，东西没地方放就举在头顶，根本没有人关注这些，而是在热烈讨论销量，进线……一路伴随着欢声笑语在严重超载的情况下往返于公司和电视台，以至后来把车门都撑变形了，哈哈！现在想来，那是最苦的时候也是最快乐的时候。

● 十年，在否定中前行

很快我们可以在公司自己的演播室直播了，这个时候我们想要做得更好，开始向更专业的学习，我们请来了各式各样的老师，有专业的讲师，有有经验的前辈，有比我们做得好的其它购物台。这也是我深深觉得骄傲的地方，曾经那些我们学习的，想要超越的，觉得遥不可及的，现在都被我们狠狠的甩在了后面，在这过程中我们听到了太多的否定，我们也经历了一次又一次的波折，但是我们都咬紧牙关，勇往直前地走了下来。今天，我们也不会有什么可怕的，因为不管再面临什么，我们都同样能战胜。

正是因为我和公司一起走过了这十年的每一天，所以我有这样的信心，这不只是我感情的积累更是我亲身的验证，即使现在我们面临着行业的重新洗牌，甚至是很多友台的生死存亡之时，可我仍然有着坚定的信心，因为我们已经明白了应该怎样做，怎样做才是对的。

● 十年，明白品质的重要性

最早我们卖的料理机 199 元，榨汁、豆浆、研磨、绞肉，号称是无所不能的铁金刚。没有厂代，我和海斌两个人演示全都自己来。先打豆浆，按下开关液体直接从杯口溢出来，失败了不能停接着往下继续；“绞肉绞得可细呢”，可是肉块在里面一动不动。杨大爷拿起机器使劲摇，一边摇一边说“摇一下会绞得更好”；等到榨汁环节说得可潇洒“一拧水果块马上就能变成果汁”，眼见还有好多水

果块在里面游泳；已经这么强大的料理机还非要说连水都不怕，插着电往水盆里放，这个环节男主持人的手都是甩着出来的，因为被电到了，所以女主持人从来都不放。而这样的情况不是个别产品，也不是偶尔发生。

所以不止经常有退货和投诉，就连我身边的人也跟我抱怨，而且很多人一听我是做电视购物的，就会直接说“啊，就是做电视直销片的啊，都是骗人的。”后来我们明白了商品品质的重要性，淘汰了价格低品质差的产品，产品品质越来越好，我听到周围的反馈也越来越好，不再有那么多的抱怨，我去很多人的家里能看到各种我们卖的产品，甚至还介绍给朋友让更多的人都来买，再听到他们对产品的认可，感觉真是无比的激动。

● 十年，求真路上继续前行

可是有一次我去朋友家里，她的妈妈一直是我们的资深会员，她却说不喜欢看我们台了，细问之下才知道因为我们总说“最后一次”，要不就是“马上就卖完了”，她发现这都是骗人的。我当时非常心痛，阿姨已经是好多年的会员了，她的家里基本上有我们卖的所有商品，她觉得好的还会反复买来送朋友，而这样得之不易的忠实会员，却因我们几句话轻易就流失了，这难道不是我们的损失吗？

我们一直站在自己销售的角度，只想着怎么把东西尽快卖出去，有更好的完成业绩，却没有认真想过到底应该怎样来完成这样的目的。

难得的是公司每次都能及时发现问题，认清方向，果断做到调整，改变方向，现在我们就是实事求是，真实透明，不夸大不作假，真正得到了大家的认可，连我坐出租车的司机师傅都是我们的会员，他说在很多台都买过东西，就喜欢优购物，品质好，不骗人。这应该就是为什么我们能这么快得超越所有竞争对手，甚至已经在引领整个行业的原因。



聚惠买八方好汉 筑业绩不倒长城

文 / 内刊编辑部



9月2日，为增强团队凝聚力，激发战斗力，为即将到来的销售旺季积蓄激情和勇气，惠买集团人力资源中心&惠买工会精心策划组织了“勇攀高峰，超越自我”为主题的团队拓展活动。

**8:00**

公司集合出发

当天上午 8 点，80 多名惠买好汉，满怀期待和喜悦的心情，在公司集合，坐大巴车前往位于北京密云的古长城司马台长城，开始了紧凑又难忘的长城拓展之旅。

**11:00**

团建现场

到达目的地后，随即展开了团队热身训练项目。教练把员工们进行随机组合，共分成 6 个小组进行活动，通过热火朝天的拓展训练，每位惠买好汉都全力拼搏，完成教练布置的每一个项目，增进了彼此之间的交流与沟通，更培养了团队之间彼此信任、相互沟通、默契协同、积极进取的团队精神和合作意识。

**14:00**

司马台脚下

下午两点，在清爽微风的陪伴下，惠买好汉们来到了风景优美的司马台脚下，准备挑战司马台长城，开启争当惠买好汉之旅。

司马台长城是唯一一段保留明长城原貌的古长城，由于其特殊的地形条件和修筑者们的智慧创造，司马台长城随刀锋般的山脊奔驰，时宽时窄，时起时落，城台、敌楼、障墙在很短的一段距离没形式之多，变化之大，在整个万里长城中极为罕见。

**16:00**

司马台登顶

登长城过程中，惠买好汉们相互鼓励、彼此扶持、团结协作的场面比比皆是，大家共同朝着顶峰前行。经过了 1 个多小时的攀登，惠买好汉们饱览了青山叠翠，呼吸了清新空气，在享受长城风光的同时释放了工作压力，也感受到了户外拓展运动的魅力 — 不断挑战自我。

**22:00**

胜利返程至公司

惠买好汉司马台长城团建之旅圆满结束！

惠买好汉感言：

非常感谢大家从早晨八点到晚上十点，一整天的陪伴。爬长城不是来旅游的，而是来感受“勇攀高峰 超越自我”的精神，爬长城过程很多人中间想过放弃，但坚持下来的感觉特别美好，成功登顶的那一刻是最快乐的！

“极限就是被成功那一时的喜悦所践踏的东西！”

惠买好汉们表现都特别棒，展现出惠买人务实、开放、拼搏、超越的精神。

2017 年接下来的几个月也到了公司最忙碌、销售最旺的季节，希望惠买好汉们拿出不畏艰难、勇攀高峰、超越自我的精神气概，顶住压力，一鼓作气，团队合作，共筑惠买业绩不倒长城！

好汉们！加油！





精彩瞬间





茫茫人生， 不负光阴不负你

文 / 客户服务中心 李莹

题记

一直觉得人应该去旅行，在年轻的时候，趁着有脾气装潇洒，有本钱耍个性，离开睁眼闭眼看见的城市，逃离身边的纷纷扰扰，找一个让心里安静和干净的地方，让自己变得跟水晶一般透明，然后拍一些美得想哭的照片，留给老年的自己。

第一趴：说走就走，不要总回头

在决定之前，我总是徘徊，赵先生是一个行动派，说走就要付之行动，但是我不行，风风火火的外表下“天蝎”的不果断表现的淋漓尽致，我在考虑，热怎么办？累怎么办？语言不通怎么办？出国流程太长怎么办？孩子丢了怎么办？到最后连公婆都笑话我！

“现在连 80 岁的老头都能独自报团出国，真不知道你在矫情啥？”一家人的批判让我下定了决心，去就去，死就死，毕竟痛快过不是嘛～人的一生：错过了一见钟情的爱情，还能少了说走就走的旅行吗？

就在这份忐忑中，我们仅仅抽出了一天就将踏上普吉岛的护照搞定，我也是在这时才感叹中国公务员的办事效率，怎么说那？让我吃惊，真心是快，而且有耐心！

护照没有我想象的繁琐，大人仅需：身份证；孩子仅需：户口本！然后就是 200 元左右的费用，还有十个工作日的等待！

第二趴：沉甸甸的旅行箱，载着你我和幻想

到了普吉已经是晚上凌晨 1 点，8 小时飞机落地后心情不是：面朝大海春暖花开，而是，看什么都想“吐”一下！

我们入住的酒店叫做：塔拉芭东度假酒店，距离芭东海滩仅仅需要 5—10 分钟的路程，周围无比的热闹，因为距离芭东著名的酒吧街也只有 10 分钟，距离江西冷商业区也不

过就 15 分钟，出发前“春秋”工作人员告诉我们，这是五星级酒店，我就经不住：哇，出声了。到了泰国才知道，这里寸土酒店！我们酒店正对面就是另外一家五星级，酒店旁边还在建一家五星级，短短的 500 米马路上三家五星酒店也没谁了。但是不得不说，这里房间虽然看上去一般，但是酒店的设施真心不错！每个房间带一个小阳台，站在这里，放眼望去，不是无尽的黑夜，而是兮兮两两的蝉叫和隐忧的花草和泳池！突然一些，我也有点小期待了，期待明天的蓝天、大海、胖胖殿下的笑声和赵先生的拥抱！

第三趴：细细的沙粒，蔚蓝的大海，贯彻了回眸般的假日

说是 7 天的旅行，刨去来回的两日，不过就是短短的 5 次日出而已！今去明来，日子过得极其的快！但是这种悠闲的时光不就是这样嘛，就是因为转瞬即逝，才显得无比珍贵，虽是 5 日，不过说白了，普吉岛不大，日日都与大海为伴就对了～

第一日，一个内地，没怎么见过海的三人组合，第一选择肯定是大海啦。因为去过海南，所以我的对比，比国内的海边，更辽阔，好似人也少，主要是国人少，外国人高马大的白色系和黑色系人较多！都是一个爸爸一个麻麻，带上一家四五个宝贝，这时我总是看看身边的胖胖殿下，他也吧吧眨眼的看看我，笑出两个酒窝，心里好似在想：“麻麻，我还开心，我喜欢游泳，喜欢沙滩，喜欢小螃蟹！”但是他肯定不知道，她的甜蜜麻麻想的是：“人家带四五个孩子都不累，我怎么带一个，就和要了命一样呀！”哇哈哈，天真无罪！在海滩上，我带着胖胖殿下又是堆沙子，又是游泳，又是踏海浪，而赵先生的工作很简单，拍照！溜达，还做了降落伞！

最后的结局，我回去后晒伤了，而且一天比一天严重，一天比一天疼，一天比一天丑！最后我们是在第一天海边，第二天蛋岛，第三天皇帝岛，第四天幻多奇，第五天西江冷的快乐行程中度过的。

而一开始我顾虑最多的孩子，到最后成了我们三个里最给力的队友，除了晒黑了些，孩子上车就睡，下车就玩，不喊苦，不喊累，不嫌泰国菜难吃，简直就是，本场比赛的 MVP，相比之下，废柴的麻麻，真心是拉了整队的后腿，但是我会检讨！

如果还能来一次，我希望再早两个月，我希望提前订好行程，我希望，自己多穿点，我希望永远有赵先生和胖胖殿下的陪伴！





优品惠
ugoshop.com

今夜 不回家

优品惠淘宝直播上线，敬请关注！