

INNOVATION

革新

拥抱变化 颠覆思维



COHESION

聚力

跨界融合 协同高效



COMBAT

拼搏

艰苦奋斗 全力以赴



VICTORY

致胜

成就自我 共生共赢

惠尔康人

2019年刊
YEAR BOOK



惠尔康集团简介

·惠尔康创建于1992年，一直致力于中华传统食品的创新，是一家专业从事研发、生产、销售各类食品饮料、谷物杂粮饮品、乳制品的大型食品企业，是“农业产业化国家重点龙头企业”，连续多年排名“全国饮料企业20强”。

·惠尔康集团在全国北中南布局三大基地，生产经营谷物类、蛋白类、本草类、功能类、果汁类、冻类、茶类、碳酸类八大系列100多种产品，获取超过15项发明专利授权和7项省部级科技进步奖，市场辐射全国。

愿景、使命、价值观

·愿景：带给消费者健康的美食享受，匠人精神，匠心品质，成为人人可信赖的企业。

·使命：传承与弘扬中华经典美食文化，成就健康好生活。

·价值观：

革新：拥抱变化 颠覆思维

聚力：跨界融合 协同高效

拼搏：艰苦奋斗 全力以赴

致胜：成就自我 共生共赢

设备

创建全国最大的无菌纸包饮料生产车间，拥有60多条无菌纸包装生产线。公司拥有汇聚来自瑞典利乐、德国GEA、美国APV公司的超高温杀菌机；瑞典利乐的A3、TBA19、日本四国等无菌灌装线；加拿大赫斯基注塑机、意大利西帕公司、德国克朗斯公司的PET吹瓶机；意大利SIG公司的PET生产线；日本国际纸业保鲜屋顶包等世界上在各领域的先进设备。

可以生产包括纸包装、三片罐、两片罐、PET、塑杯、纸杯、玻璃瓶、自吸袋、屋顶包、塑袋等包装形式的各种包装容量的饮料、牛奶、酸奶、含乳饮料等。

部分荣誉展示

- 2009
中国轻工业饮料行业十强
- 2009
国家高新技术产业认证
- 2009
国家杂粮加工技术研究分中心
- 2010
国家火星计划项目推荐单位
- 2011
“谷粒谷力” Bev-Model
产品研发金奖
- 2012
全国商业科技进步一等奖
- 2012
中国杂粮加工企业10强
- 2015
国家科学技术进步奖
- 2016
国家农产品加工技术研发体系
科技创新十强研发中心
- 2017
金砖国家领导人厦门会晤赞助商
- 2018
农业产业化国家重点龙头企业
- 2019
福建省食品工业杰出贡献奖



26

周年厂庆

叶总致辞



各位惠尔康人大家好：

一年又过去了，这一年我大部分时间是陪伴家人，比较少参与公司的经营，但我们依然很好地完成了各项预算指标，我谨代表个人和我的家人，向各位表示衷心的感谢。

最近这一个季度，我都在公司做一件特别重要的事，那就是考虑惠尔康的明天和后天。我在市场上寻找新机会的同时发现互联网也已经成为了传统行业，现在的市场是新商业与智能商业的形态，这意味着很多工种都将会被新智能、新技术取代，惠尔康也同样面临着新时代的挑战。幸运的是，无论在传统行业还是新商业，我们也找到了一些机会，但是这些机会需要我们建立一些能力，改变一些文化，改变过去传统的东西，才能抓住。

在食品领域，惠尔康的供应链已经有了一个第一的车间，CAN王老吉代工车间在33家优秀的代工企业中蝉联冠军，说明我们的制造能力很强，高品质的OEM，这就是我们建立的能力，很值得我们学习。这两三年叶董一直在带领大家学习华为，学文化、精神、体系，但我们并没有真正用到惠尔康身上。新商业时代已经到来，新商业的模式效率很高，需要全体惠尔康人携手发挥创造力、发扬奋斗精神，通过不断总结、创新、分享、推广自身的成功案例，打造学习型组织；通过寻找机会、发掘人力，改变文化来抓住商机，对标行业第一，争做行业龙头！

引用习主席的一句话“新时代是奋斗的时代，幸福是奋斗出来的”！在2019年，我将带领大家，一起迎接新时代带来的机遇和挑战，追求新时代给我们带来的奋斗精神和幸福感！

总裁：

2018年12月22日

CONTENTS

目录

大事记 回顾
2019
我们在达成目标的路上

01

01

02

06

02
06
02
06

一、稳扎稳打，锐意进取

07 订货会再创新高，喜宴年会来助阵

08 年货盛宴，火爆来袭

10 春风行动新进行时

12 奋斗在“水头”

14 惠尔康公交上线啦

15 众志成城“战旺季”

17 赢在普渡，我们做到了

18 金秋与谷粒的故事

20 寻茶记

22 揭秘一张剃手图的诞生

二、开拓市场，从零到壹

23 河南市场再起航，团队协作铺货忙

26 安徽市场|开疆辟土、凝聚共识

28 海南纸包拓展|开辟桃花岛新天地

29 粤西拓展新模式|厂商联盟拓展竞赛

三、新品上市，新鲜出发

30 桑杞菊花茶&荷叶冬瓜茶

|与新品明星来一场春暖花开的邂逅

32 新鲜事|外卖界新宠，新鲜，不怕事大!

33 葡萄糖补水液|运动时刻补水快

34 优の冻自吸袋黄桃口味|清凉一夏，嗨翻夏日

35 O, YE!鲜牛乳·椰|融合口感新鲜出发

37 惠鲜凉茶|新品诞生记

总顾问 叶争鸣 叶美兰

顾问 庞冬云 谭荣华

主编 吴林蔚

通讯员 魏清华 涂昕彤 洪秋婷 张娜琼 田一敏

杨佳伟 焦明 黄奎谕 李万平 赖国辉

林宝虹 廖峰 蔡鹭斐 曾航兰

编辑部电话 (+86) 0592-2272058

Email linwei_wu@hek.cn

出版单位 惠尔康集团有限公司

地址 厦门市湖滨南路57号金源大厦26楼

网址 www.hek.cn

03

成长突破

38

一、变革突破，致胜未来

我们在学习、变革的路上，精进不休！	39
战略学习与变革启动会——致胜未来！	40
2019年度创新突破奖项	41

二、学习提升，学以致用

6-10月，供应链精益辅导案	43
企划部供应链系统培训	45
你问我为什么要喜结良缘，我说…	46
金秋时节练兵忙	49
大庆厂安全生产月——落实消防安全	51
前沿资讯分享	52

三、团结协作，共同成长

这些部门，究竟是怎样的存在？	54
追梦新征程，寻找最美标杆	57
【见证成长的足迹】故事汇	59
缘自HEK	62
新人报道 初遇惠尔康	64

04

65

文化之家
CULTURAL HOME

一、活动优化，用心关怀

66 生日祝福 2019年度在惠尔康的生日攻略
67 游览手册 确认过眼神，是我们惠尔康厂区大家园
71 优秀员工旅游 一场碧海晴空下的沙巴岛【旅行杂谈】
74 党建活动 学习谷文昌精神
75 首届康羽杯 这一场羽毛球赛事，怕是藏不住了

二、员工之家，走心分享

78 节日团聚 中秋情景剧
80 部门团建 有你有我有精彩
81 工作之余 业务大佬的“非典型生活”
82 惠尔康娃 我的暑假生活
83 徒步之约 天竺山踏春季

惠尔康

大事记回顾

2019

我们在达成目标的路上

1月7日

开年
第一课

号召全体惠尔康人
发挥创造力，不断总结、分
享自身的成功案例，形成学习
型组织；对标内外，形成竞争
优势，在智能商业时代中谋
求高效发展！



惠尔康&饿了么达成
共赢生意战略“天梯”计划：
双方将通过新型商业合作模式融合
发展，提高竞争优势；并就“魔法定
制”项目达成共识：先通过华南城
市试行定制计划，以点带面，
再推而广之。

1月17日
“天梯”计划



向经销商们传递了
2019年的作业方向及布达了经
营目标，并共同探讨协商共赢策略，
及针对几只新品的上市做了相关布
局。“思想一致，行动一致，共
赢未来”！

3月12日
厦门部
经销商会议



3月
新品上市

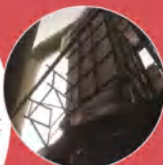
“桑杞菊花茶”&
“荷叶冬瓜茶”新品上市：率
先登陆福建、浙江地区学校、写字
楼、电商园周边，以及CVS美宜佳
全国门店同步上线，与学生、白
领人士及全体粉丝见面



4月

改造工程

工务部循环化床锅炉烟气脱硫改造工程；响应国家环保举措，在保留原有除尘系统的基础上，在引风机后新增一套脱硫设备，将脱硫和除尘分开，提高烟气脱硫除尘除雾效果，保证烟气粉尘的超低排放。



5月

“新鲜事”正式上线

惠尔康与快驴平台合作定制配餐专供品牌“新鲜事”正式上线：为饮料旺季预热，奔赴各地为快驴平台分部的业务同事做新品上线培训。5种风味，经典升级，主开胃解腻、辅清热解渴，商家好选择，配餐好搭档。



5月9日

三方党建签约仪式

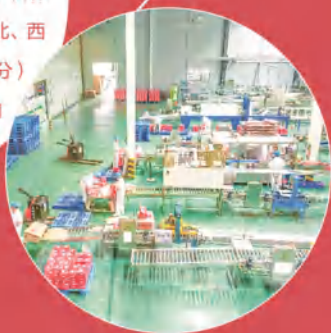
国家税务总局厦门市同安区税务局第五党支部、厦门惠尔康食品有限公司党支部和厦门市同安区西池社区党总支“三方党建共建签约仪式”；三方党建共建本着党企共建、活动共联、资源共享的原则，充分发挥各自优势，共同担负起加强基层党的建设、创新企业管理的社会责任。



6月

河南代工厂首批出货

河南漯河三剑客代工厂顺利量产并首批出货：该代工厂将进一步提升河南、河北、安徽等区域的快速供货能力，更好地服务于销售、开拓市场。至此前进基地已基本完成东北、西北、华北、华中、华东、华南（部分）区域的覆盖，战略延伸继续向前！



6月25日

“精益生产”项目启动

“精益生产项目”启动，精益改善，力求更好；项目成立多个管理指标小组，叶总裁也为项目参与人员传达公司战略及期许，供应链的同仁们有信心也有决心，不断精益改善，降低综效成本，提升客户服务水平，力求更好！



大事记 回顾

2019

我们在达成目标的路上

金源“自助&共享”
图书角正式开放；倡导共同参
与、主动学习、交流分享，在
构建学习型组织进程中又迈
进了一步。

7月1日
图书角
正式开放



7月
15-18日
学子
走进惠尔康

开放迎接仰恩大学学
子们走进惠尔康；我司首次开放
校企合作，在追求持续发展的同时
始终不忘承担社会责任，为学生们
的就业与职业发展提供帮助，也
持续提升公司的形象与推
广品牌。



7月10日
半年度
经营会议

半年度经营会议，承上
启下，计划启动：深入分析集团各
部门上半年的工作情况，指出了当前存
在的问题和不足，也揭示了行业所面临的
现状及挑战。各部门达成中长期战略共
识，紧密部署下半年重点工作，下
半年行动计划启动！



8月

O, YE!
新品上市

O, YE! 鲜牛乳·椰!
新品上市: 新鲜印尼椰浆与扬子江新鲜牛奶完美融合, 全程冷链锁住生牛乳新鲜基底, 8月重磅登陆湖北省餐饮渠道, 并将在后续陆续进驻更多区域的餐饮市场。



10月

供应链
辅导结案

为期4个月的供应链精益辅导结案: 系统的精细化 管理, 问题分析的科学方法, 脚踏实地, 做好供应链各岗位的每一项细节, 不断持续精进才是辅导的意义所在。



11月

惠尔康
再登榜首

厦门惠尔康再登“卓越生产商”榜首: 厦门惠尔康食品有限公司在广州王老吉大健康产业有限公司2019年生产管理大会上, 第三年再次荣登代工工厂综合评定榜首! 勇夺三连冠!

供应链精益辅导结案



12月
24-25日

学习及变革
启动会

“从竞争策略变为成长策略一赢未来”学习及变革启动会: 60多名小伙伴在总裁的带领下开展学习及变革启动会, 找出问题——学习落实——总裁总结指导方针; 承接这场启动会, 各部门向下的变革方向及会议也陆续落地。



12月27日

年度表彰
晚宴庆典



“革新·聚力·拼搏·致胜”2019年度表彰&晚宴庆典: 首次跨出工厂, 以全新的形式和“改革、开放、同心”的姿态, 表彰优秀员工和团队, 共享创新晚宴, 展望2020, 展翅腾飞, 领变未来!

革新 · 聚力 · 拼搏 · 致胜

回首2019年度，惠尔康全体变革创新，拼搏奋斗，携手共进，成绩斐然，销售团队新渠道、新模式的尝试与突破，实现业绩二次腾飞；供应链技术精益求精优化达成降耗减少、效率提升；研发部门申请了10个专利，2件专利。

满载着一年的丰硕成果，集团于2019年12月27日举办了2019年度表彰及晚宴庆典，以全新的形式和“改变、开放、同心”的姿态，跃向新的一年。

奋斗在区域的小伙伴们，欢迎回家



营销研发团队升级，营销工厂全新面貌

优秀代表，致敬舞台，拼搏与奋斗迎来属于他们的荣耀时刻

年度的优秀团队及个人一批批涌现，奋战一线的销售团队们不断开拓新市场，供应链兄弟姐妹们拧成一股绳全力保障生产顺利运行，职能部门肩负大旗勇无惧奋力冲锋的后勤保障重任，每一位的付出和努力都不可磨灭。



长篇解答奖



十年坚守 十年辉煌

优秀演讲员 & 优秀投稿者



公司重要的传播与感悟 企业文化的重要载体

部门优秀员工



用最新力量建设部门奋进

厂外首秀，新奇入场，仪式感满分



“明星签名” “偶像合影” 点燃现场火爆氛围

公司级专项奖

全新奖项设置“致敬” 致敬优秀致敬榜样

创新突破个人奖 & 创新突破团队奖



勇于尝试，勇于创新，全力以赴攻坚克难，用精益求精的工匠精神提升产品品质与服务质量

一线伯乐奖



伯乐人伯乐，2019年度伯乐奖获得者

别致晚宴，不同凡响

合力演绎自创节目，温馨团圆畅想未来

晚会项目组，全新阵容高效协同，创意突出闪亮庆典，演出嘉宾，多才多艺可甜可盐，新颖立异难忘今晚！



创意编排

激情热舞

欢乐游戏 & 幸运抽奖



歌声飞扬 & 经典诵读

大型温馨团圆现场

欢声笑语中，我们把内心的情怀抒发，把真挚的激情表达，一条心，一起走，合力谱写崭新的篇章！

致胜2020，展翅腾飞，领变未来



展望2020年，
从竞争第壹转变为成长第壹，
突破固有思维与习惯，
拥抱新鲜事物与知识，
创新做一件不一样的事，
打造拼搏、致胜的文化，
朝一个方向努力，
团队合力，
发挥共同的力量，
让梦工成功，
让惠尔康腾飞，
共创惠尔康人新的天空！

BRAND STORY

品牌故事

2019年

是奋斗年、开拓年

全体惠尔康人在坚守的同时激发
创造力、开拓创新，勇于尝试，不断
突破，确定公司未来业绩新增长点。

供应链以“服务、成本、品质、交期”四个纬度
面向客户，驱动供产销保障销售前线，精进优化技
术确保效率持续提高；通过设置前进厂、前进仓，
实现快速响应市场，满足消费者需求。销售部门全
体动起来，走出舒适区，走到一线，用创新的观点
审视工作中遇到的问题；数据化管理平台功能完
善，不断拓展管理的广度和深度，为精细化管理决
策提供数据支撑；团队协作、群策群力，保障新市
场、新渠道、新模式的成功拓展，是成就业绩二次
腾飞的助力器。研发部门也紧跟行业和市场动态，
创新研发多款新品，取得10个商标，2件专利。



稳扎稳打、锐意进取的惠尔康人

共同谱写拼搏致胜的品牌故事，我们一直在达成目标的路上！

小康说：北国风光、千里冰封、万里雪飘，在寒冷黑土地地上却早已热火朝天地，迎来了每年的销售旺季。

从2018年11月起，各地经销商便轮番召开订货会，现场的气氛红红火火热闹非凡，我们的果优和纸包、CAN红系列，都得到了各地经销商的青睐。



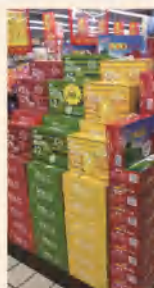
订货会再创新高 喜宴年会来助阵！

文/事业二部 张万胜&蔡慧慧&刘晋芝

除了各地订货会，优先抢占渠道资源，通过货入终端、货卖如山、全渠道铺货，让消费者进入任何一家店都能看到我们的产品。

2019年黑龙江春季订货会——红苹果总订货量再创新高！

总订货量：**290万件**



01

稳扎稳打 锐意进取

火爆的
订货会
现场



现场全天广告循环播放



扩大展位吸引眼球



展位前人潮涌动



除了黑龙江，事业二部其他省区的兄弟姐妹们也在为年货做最后的冲刺！

各地喜宴、经销商年会，更是少不了惠尔康产品来助阵！

不断超越自己，超越标杆，追求第一，打响19年开春第一枪！

公开讨论话题

为什么北方对果汁饮料情有独钟？尤其是苹果口味？



森森

第一，北方人对果汁饮料情有独钟与气候有关，每年北方的采暖期长达半年，气候寒冷干燥，对于饮品来说果汁甘甜可口，常温饮用即可。第二，北方人口味较重，喜咸，腻，辣，碳酸类饮品虽然爽口，但喝完口渴更严重，果汁类解渴效果更好，而苹果汁更能祛辣，祛腻，还能促进食欲！第三，北方人爱喝酒，无论啤酒白酒，喝点酸酸甜甜的苹果汁，冲淡了酒精的浓度，还不会引起胀气，不能喝的能多喝点，能喝的更能喝。



小康点评

专业！



偶oo

经典爽口红苹果，果汁中加倍的天然维生素C，可以帮助我们解油腻，助消化，让你多C多颜值。



小康说：在许多人的记忆里过年总会烙印着期待、快乐、陪伴，蕴藏着我们对新一年的美好祝福。过年总是要有隆重的仪式感来迎接——那便是年货，在年复一年的时光里年货似乎也有了它别样的温度。

SO，新年即将来临之际，工厂的备货大生产开启，终端业务展开了热热闹闹的年货热卖活动，奉上饱含年味的年货，带上惠尔康回家过年，让团聚时刻更加温情！

年货盛宴 火爆来袭



同安工厂



TP、CAN、PET各部门火热四射！
生产线、各种机器，
火力全开！



物流部也迎来了最后一个月发货的高潮，
在面临车源紧张的情况下，
依然把产品第一时间送到客户手上。

福州站

文/福建市场部 林宝虹

严阵以待，统一标准，推销年货我们是认真的！

终端拦截启动会议全体动员，热热闹闹的消费者拦截活动走起。好产品值得信赖，还有精美赠品相送，此时不买更待何时！

福州部200个卖点400场活动迎接消费者的光临！



厦门站

文/厦门市场部 吴晓霞



首先，年货搞起来：
品项要齐、卖相要好、位置要佳、货源要足。



接着，消费者沟通紧跟上，部内竞赛，每天部内第一有奖金哦。

连续两天第一，不服来战

岛内外、漳州、漳浦、诏安等地，只要您有需要，我们随时为您服务，部内200场活动随时恭候您的大驾！



团购20件牛奶花生，这样的客户给我来一打！



泉州站

文/泉州市场部 潘婉静



经过前期产品铺货布建，泉州各所的同仁们为打好战役做足了充分的准备。结合推拉动作，通过战术层面的要领，通过大规模的终端拦截，主动出击将产品展示出来，依托终端渠道的业务人员直面客户，同时加大品牌布建，扩大客户对产品的认知。

浙江站

文/浙江市场部 马磊玲



给力的各路消费者更是你一箱我一箱争，先恐后地购买，一箱送外婆，一箱送阿姨，一箱送舅舅，一箱送姑姑...今年我家送礼就选惠尔康牛奶花生，别的我还真就看不上！

事业五部 宁夏市场

文/西北部 吴湖涛



在18年下半年，事业五部西北所及时调整产品策略，为迎接猪年春节旺季的销售做好准备。

宁夏市场利用陕西安康工厂距离较近的优势，在银川市开展了餐饮大规模铺市陈列活动，打造核心店面，开展了100家核心餐饮店陈列活动，有力地阻击了竞品。在18年的销售业绩上，同期比较增长了25%。

猪年的春节，为了打造流通礼品市场，客户自行制作了礼品袋，开展了流通堆头陈列活动，起到了很好的效果。



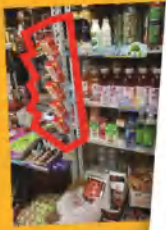
明明可以靠颜值吃饭，非得低调地凭实力呢

浙江一线的小伙伴们用勤劳的小手将牛奶花生整齐有序地陈列在大街小巷的售点里，并为他们穿戴上了小礼品，而且咱们的男同胞们叫卖起来不输女同志哦~

新疆 伊宁市场

这里也是公司的老市场。通过臧总的指导，严格做好价格的梳理，各个层级做好利润空间，并做好核心二批商的的奖励机制，提升了客户的信心。

自安康工厂生产以后，客户的提货效率很明显提升，同期增长20%以上。通过客户的销售热情，再次进行网点梳理工作，目前在伊宁地区惠尔康红苹果的铺市率达到90%以上。



为了更好地营造销售热情，客户利用了火热的抖音，进行更好的宣传推广，让人深知惠尔康红苹果与伊力老窖亲密伴侣功效。



春风行动 进行时

小康说：一年之计在于春。新春佳节的喜庆席卷了中国大地的每一个角落，各地都开启了人员流动模式，于此同时我们的生产招聘行动开始紧锣密鼓地进行着，销售的各部门开春会议也在马不停蹄地举办着。

正月初五 同安人资：春风行动进行时

文/同安人资 叶晨煌

为了占尽市场先机，我们决定了正月初五同安务工人员密集的招聘点——乌涂商业街。

本以为大家都仍然沉浸在春节的假期中不能自拔，然而现场招聘的火热程度则让人意想不到。看来大家在新的一年里都有新的计划，那就是换一份称心如意的好工作！既然如此，成为惠尔康人自然而然也是大家首选之一啦！



除了厦门这一根据地之外，本次春风行动中还前往了“中国青梅之乡”诏安县。诏安的人民都相当热情，招聘企业与应聘者也都相谈甚欢。



元宵节 事业二部：精于经营，智于开拓

文/事业二部后勤 蔡鹭斐&陈德垣

年后二部的第一场会议选在了元宵节召开，取意——2019，圆圆满满。



“精于经营，智于开拓”是我们这次会议的主题。会上，何总和叶总做了今年上半年目标下达和工作任务。并分省区报告了承接此目标的具体落地执行方案。



值得一提的是，今年事业二部新成立了拓展部，由曾总挂帅，在会上也做了拓展部相应的市场拓展规划：第一站就定在海南，力争新年“一炮而红”！同时其他省区也将组织自己的拓展人员，结合区域现状，选择重点拓展区域和主要渠道，集中资源，全力拓展。



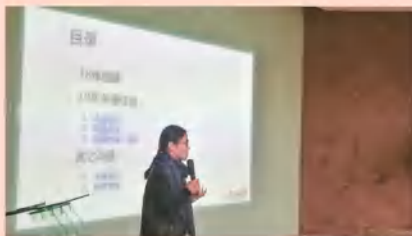
正月十七 事业一部：增、开、管、变

文/事业一部后勤 刘娟莉

事业一部2019年开年大会，在同安研发楼阶梯会议室召开。



会上，何总向全体所长、部长、区域MO及主管、销售后勤共50人做了专业、系统、精彩的年会报告，孙总为大家详细解读了2019年事业一部的销售目标、方向、重点工作事项及配套策略。



何总通过四个经典汉字：“增、开、管、变”带给每一位参加会议的人员去重新思考自己的工作目标、方向、意义。

怎么增，公司的成长关乎所有人的命运，销售工作就是在奔波中度过，没有安逸可谈。销售人员的主要任务就是为公司增加业绩、增加利润，同时也让自己为家庭生活品质的改变有所成就。永远在达成目标的路上……

增

业绩压力只会越来越重，怎么打开生意，开源比截留更重要。手机系统的使用，可以让我们的目力所及更远更宽，生意机会更多；各种新品的上市，带动各位去不断的开拓。

开

要增效，必须有管理，管什么、怎么管？从售点、从渠道、从数据去学会分析。不要忘了数据会说话。未来如果所长们都可以精细化管理到周计划时，可以让很多的指标更精准、更有价值。

管

这个世界有个永恒不变的主题，就是“变”。公司的战略方向在变且一定是在不断的变中求发展。请大家在新的一年里，从组织、思想、创新、绩效的几个方面，一定要学会用创新的观点来看问题。

变

锁利润、看业绩；有压力、更有挑战和希望。你们愿意往前冲，就是惠尔康的希望，不要妄自菲薄，用你们的活力去创新、去实现绩效增长，祝愿你们每个人都可以在这一年达成所愿！

奋斗在“水头”

小康说：大地回春的三月春意盎然，全体惠尔康人刚依依不舍地从春节、元宵节的假期中恢复过来，马上就面临着“水头”的挑战。春季“水头”案是饮料行业在每一年度开篇布局之作，是启动市场、激活渠道、抢占终端资金和库位的必选动作，事关饮料企业一年的成败得失。

生产旺季的号角已经吹响，每个环节的惠尔康人都在拼尽全力！

同安工厂

文/计划处 杨景开

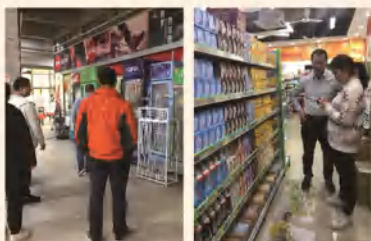
为了更好地迎战“水头”旺季，供应链同仁们从一月初开始，每周召开产销协调会。各个环节的领导们一起为生产的顺利和供货及时出谋划策，一起解决了产销环节的各类问题。

进入3月，生产部门各车间火力全开，一线的员工们加班加点，抓紧生产、及时出货，为销售目标的实现添砖加瓦。车间内机器设备声隆隆，员工们正在紧张有序、有条不紊地在流水线上包装，叉车忙碌地穿梭在车间里，大家都在自己的岗位各司其职，相互配合，呈现出一片繁忙的生产景象。与此同时公司的品保、仓库、物流、能源等部门也都铆足干劲全力做好保障工作，保证生产和出货顺利进行。



春耕行动

文/福建市场部 林宝虹&浙江部 廖峰



在何总“增、开、管、变”的中心思想的指导下，各部的各个营业所随即对2019年的销售目标、工作方向、重点事项做了精神传达，并根据自己的区域特点，制定了不同的作战方案，开始了热火朝天的“春耕”模式。

增——新品上市准备

2月底何总亲自带队，各区域部长、所长、推广齐上阵，开始了探寻新品生意机会的征程...一道道盘整，不断深入的市场了解，无数遍的渠道走访，都是希望新品上市方案的设计能做到精准投放，快速推广。

开——弱势、空白机会拓展

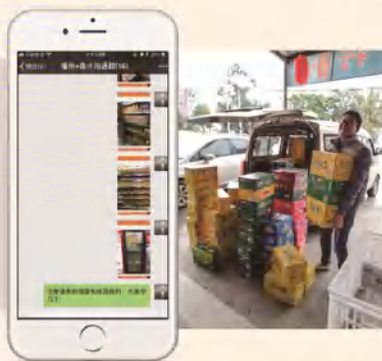
通过前期的手机数据分析和市场盘整，我们针对各区实际情况制定了不同的作战方案。让每一个环节的业务明确作业方式是主管的责任。



管——手机系统指标管理

利用手机系统从售点、渠道、品项、数据去学会管理分析，找出各区的业绩成长机会。通过各种手段，所长和推广们齐上阵，可一次性完成生动化管理，把手机指标精细化管理到周，力求19年的手机数据更精准，更有价值。

明确目标，快速行动。三月伊始，集各方资源，有车出车，有人出人，各所开始了你追我赶的春耕进程，每个所每天保持一辆车以上的车销，拓乡镇、开渠道、增售点、齐品项、终端整理排面，大家一刻也不敢放松。



变——用心改变

组织：

打破之前一个业务固定一个片区的常规操作模式，所长/组长带头组织了拓展队、特攻队，跨区域跨渠道作业；

思想：

锁利润，增业绩，更多的主管投入到一线的作业中，寻找生意机会，注重一线问题的解决，也增加了更多的经验分享；

绩效：

- 1、摒弃业绩从上到下的分解，改由每个业务通过区域、渠道、售点预估销售累加，再形成月度目标；
- 2、注重陈列点绩效产出，每月更换低绩效点；
- 3、注重售点绩效，3月一轮淘汰无绩效售点，增加新售点。



一线指导



亲身示范



问题解决

鹭芳冰红春耕行动

文/粤西部 王健

为了快速抢占粤西纸包价格市场，培养整箱购买销售机会，从3月份开始粤西部成立拓展队，采用厂商联盟，由各所所长带领组长、业务及经销商团队主管、业务，以“春风扫落叶”之势，快速展开拓展。

以批发、学校、村头店渠道为主，堆货如山。聚焦核心商超，建立制高点，快速引爆全渠道。



兵马未动，粮草先行



整装待发，出发前誓师动员



品牌布建



总裁亲自上阵

“经过长时间的紧张运行，大家的心里都变得处在一个疲惫期，大家一定要稳住这口气，熬过这一关，以坚韧不拔的信心，力争新的胜利。坚韧不拔的毅力，一步一个脚印，我们的目标就一定实现！大家辛苦了！加油加油！”

王健
2019-04-18

旺季是一个忙碌的季节，也是一个会取得丰收的季节。每当生产旺季，对公司、对个人都是一种考验。我们只有提前做好准备，对来年的旺季生产才会信心十足。

本文节选自惠尔康微信公众号《奋斗在水头》、《浙江郎春耕行动，势必达成》、《福建春耕行动-从新开始，用心行动》、《粤西部鹭芳冰红春耕行动》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



陪伴我们成长的经典味道

惠尔康 公交上线啦!

文/企划部 张娜琼

小康说：随着太阳公公再次上岗，阳光普照，热浪来袭，初夏已至，饮料行业的旺季也即将到来。穿梭在大街小巷的除了辛勤的惠尔康人之外，我们又添新伙伴啦——惠尔康三款经典产品公交广告上！线！啦！

菊花茶——“大家消消火”

惠尔康菊花茶在1996年一上市就火了，那时候空调还不普及，那时候夏季很长...它的诞生，立马成为炙手可热的消暑宠儿，夏日的商超经常出现刚上架没多久，就销售一空的场景。2007年邀请韩国明星张娜拉为菊花茶代言，给本已热销的市场又添了一把火。

葡萄糖——“有能量，才有力量”

“葡萄糖”是消费大众熟知的一种能迅速补充营养及恢复体能的营养剂。2003年，惠尔康首度开发葡萄糖饮品，其快速补充能量及缓解血糖过低的功能一下子深受学生、运动达人、开车人士的肯定，并获得“食品工业科技进步奖”等殊荣。2007年葡萄糖与五月天合作，请了阿信将《我又初恋了》这首歌的歌词做了一个广告版。

谷粒谷力——“谷粒天天喝，健康满满的”

2007年惠尔康率先在国内推出谷物即饮饮品，当时的谷粒谷力，掀起了一波谷物饮品风潮。那时候，几乎每个人家里都会屯至少一箱。当年电视机前对广告词都能信口拈来的小朋友们，如今都已长大成人；当年经典的味道，始终在坚持着熟悉配方的基础上不断尝试创新；而经典的画面又有新动作啦。

5月起在8座城市中，我们为60条公交线路穿上惠尔康海报，均为各个区域的所长/MO根据产品特性、区域情况、往年销量等精挑细选，将以动态的形式频繁与大家相见。

在这4个月里，惠尔康公车将日夜穿梭于城市的大街小巷，据密探相传，灯箱社区、楼宇电梯也即将出现这熟悉的画面，每天偶遇来来往往的路人，一起回味经典、重拾经典。

公车优势小科普

1、广告展示面积大；2、可移动；3、传播层次广；4、高接触率和稳定的接触频次。



本文节选自惠尔康微信公众号《经典再续——尔康公交上线啦》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



文|厦门市场部 吴峻枫

小康说：相传，普渡是由唐太宗下诏祭祀那些在战争中死亡的烈士。后来，随着陈元光的开漳而带到闽南。而云霄，做为开漳圣地，“普渡习俗”比春节、中秋等任何节日都来得隆重。

饮料，历年来在普渡用品中都占据重要的地位。做为饮料厂家，在普渡的销售契机来临前夕必做好周全的准备。



通路压货：经销商重点客户亲自拜访，租车辆、增聘搬运工...没有什么能够阻挡，赢在普渡的决心！



通路提前压货，解决经销商库容小的问题，同时抢占终端客户资金与库容



老板晚上在家？那就晚上送货！

订货会现场的客户，每人先来一碗好吃、好玩的优冻DIY~



提前现场演练做促销，我看到“战场”中我们是专业的忙碌的身影了

日夜兼程的辛劳，总算不负众望，今年的通路压货得力于业务及经销商的不懈努力，加上终端、批发客户的支持，整体业绩相比去年同期增长10%！

产品下到通路后，如何到消费者手上，是这场普渡之战的重中之重。而如何培训好促销员，提升促销员的绩效，则是打好这场战的基础。



还有一群最人见人爱，花见花开的帅哥美女们，他们是这场“战役”的指挥官跟执行者！



感恩一起努力的所有人，我们不仅要共赢2019，还要共赢未来！

本文节选自惠尔康微信公众号《赢在普渡，我们做到了！》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



AUTUMN

★ 金秋与谷粒 ★

の故事

GRAIN



春耕，夏耘，秋收，冬藏，四者不失时，故五谷不绝。——《荀子·王制》

在中国，“五谷”文化举足轻重，五谷孕育了人类文明。古有“五谷”，今有惠尔康“六味谷物浓浆”，让您：谷粒天天喝，健康满满的！

谷粒一下，美味齐聚~



广西部——每逢中秋迎国庆，欢乐时刻须尽兴

文/广西部 莫再君

为了迎接“中秋、国庆”双节销售旺季的到来，打好“秋收”和“冬藏”这一战，争取手上来年有更多的余粮，广西部全员行动，充分调动与各经销商紧密配合，结合各自区域市场的实际情况，展开一场场切实有效的销售活动—

全员培训，知行合一

我们针对活动进行了系统的培训，责任到人，确保活动效果的最大化。

抢占资源，氛围先行

玉林市区优先抢占地理位置佳，销售份额大，人流量多的市区超市，在超市的收银台，储物柜，吊旗等位置做了大量谷粒谷力的氛围布置，在视觉上形成醒目的冲击力。

夯实基础，赢在终端

佳节如何在众多堆头中脱颖而出，显示出我们的特色和磅礴大气，引起消费者购买，每个市场都煞费苦心，各具创意。



福建——金秋谷力进万家

文/厦门市市场处 简海燕&企划部 张娜琼



谷粒谷力

惠尔康
谷粒谷力

进入包厢



中秋月圆之夜，寄情雅玩之时，惠尔康携手邻里社开设线上博饼包厢，并在各社区举行了线下博饼活动，线上线下载处皆是骰子碰撞瓷碗的悦耳叮当声~~~

为助力福、厦、泉博饼活动走进社区，早在中秋节前的2周，每个城市上百个小区里的社区灯箱、梯内海报，与永辉、沃尔玛、新华都大卖场里都能见到金秋谷力的身影，健康美味庆团圆，传递浓浓相思情。

相信身在福、厦、泉的你，一定感受到了谷粒加持博饼的火热气氛。

福州——悦享午后阳光

文/福建市场部 林宝虹

这个深秋，谷粒谷力联手达美文化在福州市写字楼免费派送精致下午茶，给百余家公司的精英们送上浓浓的午后温情。工资留给梦想，下午茶什么的，我们给你准备就好啦~

这不是寻常意义上的下午茶，我们给了下午茶更高级的呈现方式。如果说免费的下午茶还不足以触动人心，那么可定制的下午茶能够满足你的所有选择！



谷粒下午茶时光

截止11月底，福州已经有56家公司被免费派送下午茶，涉及的行业更是数不胜数：行政、房产、保险、汽车、医院、装饰、广告公司、建材、教育、家居、证券、策划、律师.....

如果，你觉着这样还不过瘾的话，可以试试我们的新升级系列！营养不减、颜值升级！



天猫、淘宝、拼多多、苏宁拼购多个平台，惠尔康旗舰店及谷粒谷力旗舰店现已上线。

脑洞时间

谷粒粉的你如果对谷粒谷力品牌或任意口味有脑洞广告词，欢迎提供，说不定新升级系列谷粒宣传语将出自于你，广为流传哟！



“何须魏帝一丸药，且尽卢仝七碗茶”。苏轼对茶的评价是犹如长生不老药，茶也被誉为“万药之王”。

中国人喝茶已有几千年的历史，随着对茶研究的不断深入，茶饮对人体的益处不断被发掘出来，成为健康饮品的重要品类。

惠尔康致力于研发营养、健康又美味的饮品，以广大消费者健康为责任，为了能进一步创新创造出健康美味的“好茶”，惠尔康总裁叶争鸣先生亲自带队率领惠尔康人前往武夷岩茶产地武夷山和安溪茶的主要种植区进行考察，寻找“好茶”！

岩骨花香武夷茶

在喜欢喝茶的人眼里，武夷岩茶就像绝世武功一样变幻莫千。细细品她，每次都能给你带来不一样的感受。

生态茗枞水中香

寻茶第一站来到态享农业茶厂生态茶园，辽阔的阶梯式茶山，秀美的山中水库，近距离感受这大自然的馈赠，在外国人眼里来自东方的神奇树叶。

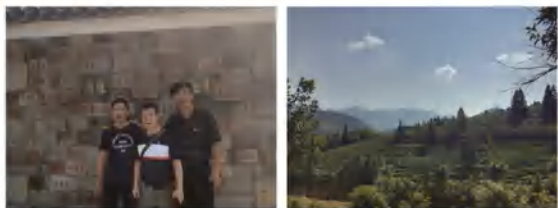


大红袍茶花

找个茶室，开始品鉴寻到的好茶，纯种大红袍、12年老枞水仙、大红袍母树茶花、极品肉桂……每泡茶都有不一样的韵味，不一样的香气，不一样的茶感与口感，令人记忆深刻，回味无穷。



叶总上山寻茶背影图



叶总品鉴武夷岩茶

一杯“好茶”的前世今生

好茶，来自高山良田

要想种出好茶叶，必将需要良田（好的茶山），高山茶具有高香甘甜的特质。

来到安溪西坪，我们来到一家拥有高山茶园的茶厂，细听茶师为我们介绍高山茶的种种，参观了茶厂及茶园。

好茶，来自匠心之作

老茶师常说：想要做出好茶，需要天时地利人和，而这人和指的就是，拥有匠人精神的老茶师。惠尔康已经在菊花茶、冬瓜茶领域做了二十多年的匠人，下一步，我们会继续把这种精神发扬、传承下去，应用到纯茶饮料的开发中。

本着做好茶的初心，我们体验了一下整个制茶工艺，全面了解了制茶的全过程。最大的感受就是太苦了！



摇青筒



炒青锅



揉捻机



包揉茶球

铁观音传统制作技艺八大工序：采青、晒青、晾青、摇青、炒青、揉捻、包揉、烘焙

好茶，来自精湛的拼配艺术

拼配是对茶品质提升的一种方法，它是一种追求完美稳定的精神，是一种对茶情感的体现，是一门高超的艺术，这也是惠尔康人不断追求的精神。

好茶，来自科学的实践验证

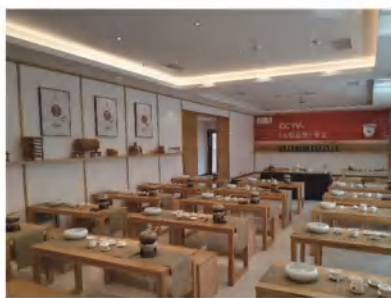
科学认识并了解每一种茶叶的特性，是做出好茶的前提与基础，于是，我们来到了传说中的茗枞园，学习全国各地的茶种。

一杯“好茶”，并不是好喝就行，而是还要具有功能成分，真正做到既美味又营养健康。带着这个目标，惠尔康与各茶叶研究机构合作，只为追求完美！



茶叶质量与安全综合实验室

惠尔康好茶
研制
进行中
敬请期待...





「揭秘」 一张「杀手图」的 「诞生」

文/事业三部张沂博

只需要相机对准咔嚓咔嚓，这么简单？

NO NO NO

一张图片的诞生过程，是这样...然后这样...最后...

以下纯属事实，请仔细阅读！

随着电商事业的展开，我们的版图在不断扩大：天猫、京东、拼多多、苏宁易购惠尔康食品旗舰店、惠鲜旗舰店.....这些渠道经营过程中，流量不断上升、单量持续增加，对我们的产品图片提出了更高的要求。

电商区别于传统行业很重要的一点是消费者看不到产品实物，促成购买的重要因素包含：图片美观程度和真实程度，在此之前，我们更多的是使用效果图来展示产品，在展示产品体验感方面较差，因此我们决定对实拍产品图进行一定的规划。

感谢“冷蔡”和“张店长”的背影出镜，其他小伙伴正在赶过来的路上。

更多电商“新鲜事”持续更新中~~~

我们的制作过程就是如此简单粗暴，但是需要小伙伴有新奇特的想法，让我们最美好的一面真实地展现给消费者。

道具篇



别看我方方正正一块土，我可以照亮你360°无死角的美！



有没有感觉到松软和甜腻的香气



冬天我们依然傲娇，四季娇艳



听说夏天来了，来呀造作呀！冰爽来袭



以下是严肃的工作时间，禁止打扰！！



“张店长”和“冷蔡”为即将上新的伙伴们拍摄大片，各种道具齐上阵！



最后的最后，美图时间，拍照两分钟，P图两小时

公司总体经营方向指引:

秉承事业一部2019年的方向指引,在公司新政策及领导的带领下,河南摸索出了一条利用较少兵力,集中使用,组合分工,精准执行,展开与终端直接对话,从而实现市场的核心渠道产生精耕效果的工作方法。执行全新的管理模式,设立长期的拓展队,用“半精耕”的人员,集中打造一批精耕市场!

品牌故事

**河南市场再起航
团队协作铺货忙**

2019年初:地利、天时、人和

文/河南部 刘星

02

**开拓市场
从零到壹****一、地利:前进仓选址漯河,大得地利之便**

漯河,一座1986年才升级为地级市的新兴城市,却有着厚重古老的历史。此地允文允武,更妙的是位于河南省的地理中心,方圆150公里左右,覆盖五地区四十余县。我司前进仓选址漯河临颖,大得地利之便,既有助于节约二次配送的运费成本,又有利于豫南新区域的连片开发。

二、天时:定策略,正逢其时

河南市场,自2015年重新启动以来,拓展陷入屡败屡战的困惑和瓶颈之中,经过总部领导的多次实地走访、调研,开创性地提出了设立前进仓和基础网点铺货作业两大策略,随即,经过周密计划,引导河南部对两个策略进行了细化,我和我们团队获得了一种新的工作思路,新的工作模式!

三、人和:团队协作铺货忙,处处传递正能量

在何总耳提面命的督促和教导下,我们立即振奋、行动起来,要求河南团队的所有成员放弃周末和假期,心往一处使,劲往一处用,全力开发客户和协作铺货队的兄弟开展工作。

于是,在经历一天开发新客户的挫折之后,在漯河一间宾馆的小茶几上,我写下一行字:奔跑,只要方向正确,跌倒了可以再站起,落后了可以再冲锋……

在大家的共同努力下,11月下半月至12月底,我们一口气开发15个新客户:

漯河以北,经许昌、郑州,与豫北市场对接在黄河岸边,形成了连片开发。

漯河以西的平顶山、叶县、汝州、鲁山等客户已经沟通成功,新学期开学之前,可以全部到位。

3月份、4月份将实现漯河以东周口地区,漯河以南的驻马店地区的全面开发,提前完成50家客户开发的任务,从而形成以漯河前进仓为中心,辐射性发展的客户布局。

与此同时,铺货队的兄弟像高速运转的压路机一样,高度发扬了对公司对品牌的忠诚和年轻人的勇敢,开始了艰苦但卓有成效的基础终端作业。

漯河客户抱着试试看的心态,进了550件货,结果铺了三天,品项就不全了,只得立即补货。更难得的是,铺上去的货,在没有任何推广的情况下,每家多多少少都有动销,一周的铺货还没结束,十几家门店要求补货。客户信心立即有了,决定以后不卖其他牌子了,专卖惠尔康……

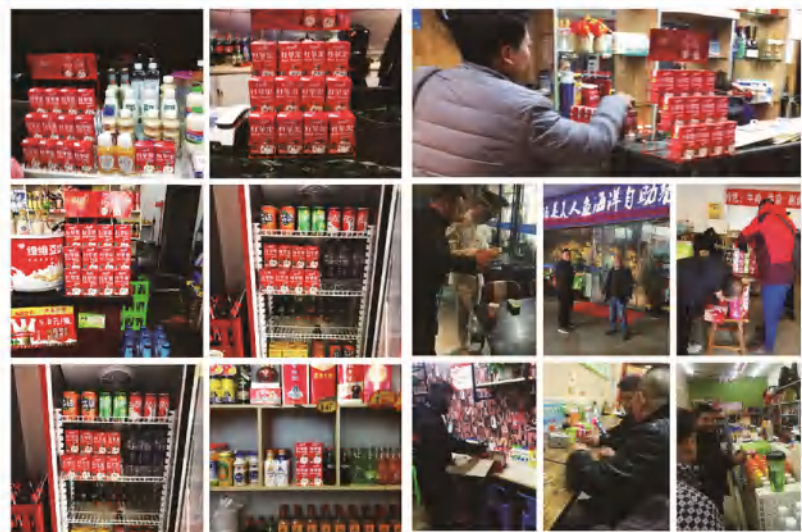
汝州的客户看着漫天的雪花,更为谨慎,头一次进货,只进了200件红苹果,结果小伙子们第一天就铺了一百多件,客户说:你们铺慢点,明天路上上冻了,不好去拉货!第二天,客户还是开车去拉货了……

在许昌,客户本来是做玻璃瓶的,很有餐饮操作经验。我们的铺货队去了,贴海报、沾腰线、摆小铁架,多点陈列,客户说:你们很专业……

在荥阳，头天，一家麻辣烫小火锅好说歹说，进了最低的套餐——两件红苹果，我们的小伙子就把货摆在流动自选台上。结果，我们的铺货队第二天路过就被叫住：小伙子，再来个七八件吧！于是，浙江部一干“武林高手”使出花式拿货招式——反身一托，用后背背着七件货，迈步就进店了。店老板目瞪口呆：买糕的，还能这样搬货！



本年度最佳健身动作
燃烧你的卡路里



每晚总结，每早鼓励，你激励着我，我赶超着你，河南的、浙江的、福建的，大家打成一片，互相打气，传播满满的正能量！

在经历几天的熟悉后，小伙子们无论在进店率和单点进货量上，都有极大的提高，越做越熟练，越做越得心应手！我们的小伙子们，不仅长得帅，而且速度快，他们努力的姿势感动着终端的老板，感动了客户，赢得了所有人的尊重。在离别之际，柘城的、汝州的客户盛情难却，请大家喝了点小酒，表达中原老板们由衷的谢意……

漯河老板电话来了，兄弟，再给我这铺一轮吧！

豫北的老板看了照片，羡慕的不要不要的，给俺这厢也搞几天呗！

2019年，我们的目标是，使河南市场真正地再上一层楼！



感谢2018年12月起与我们一起并肩作战，来自浙江、福建的兄弟团队！

2019年末：稳扎稳打、坚定信念

文/河南部 赵福涛&王天雷

一、强大执行力：拓展队人员时刻待命，客户打款发货，货一到配备好的物料到手，马上开始扫荡大街小巷。



铺货的过程刻苦艰难，终端客户的无情拒绝、冷嘲热讽、爱答不理，磨炼了我们铺货人员的坚强意志力。但是我们没有退路，服务客户，达成使命就是我们的口号！

二、消费者沟通：



在业务与市场的紧密配合下，经过一轮又一轮的走访铺市，开发BC类网点超过800家，对于美食街及餐饮相对集中的网点覆盖率达50%以上。通过品牌的推广活动，我们积累了丰富的经验，也找到了一些窍门和注意事项。

未来的我们将会更加坚定信念，一方面稳扎稳打的做好现有网点的维护工作，另一方面增加开发网点的数量及新的渠道，提高市场占有率，提高消费者对产品的熟知，争取为全面占领中原市场奠定坚实基础！

开疆僻土 凝聚共识

■文 / 浙江市场部马蕊玲&夏先辉

小康说：中原地带的四月天，是春天与夏天的交替更始之时，在荒芜与繁盛之间，能够感受到大自然生命的成长与倔强，当然也是农家春耕的最佳时节。

秉承事业一部2019年开年大会何总的“增、开”策略相关指导，春季安徽的皖北区域，我们拼搏的惠尔康人将红苹果饮料的种子撒满了市场，下定决心要在秋天的季节收获红红火火的果实。



布局之初

将军不打无准备的战役，早在3月初司令周林已只身前往皖北市场并根据浙江部吕经理的指挥快速布局好了客户。3月15号由浙江团队组建的第一批拓展先锋前往安徽市场协助客户快速地拓展餐饮售点，为的

是告诉我们的客户，HEK势必要取得皖北市场的一席之地并为之付出行动。为抢在春耕时期快速地将市场面打开，4月初我们的兄弟单位福建区域更是抽调出一组精兵强将协助浙江部并肩作战，感谢相关人员的大力支持！



做好第一粒种子，
便于消费者看到可爱的惠康。

从开客户到售点拓展再到产品推广，我们分步骤有序地开展工作，大家拧成一股绳，目标一致，全力以赴地做好每个环节的工作。本次以县、市为单位，目标渠道首选学校校外售点及餐饮作为重点拓展渠道，以年轻人出没的商业街周边餐饮店为次拓展渠道。

思想统一，行动一致，在业务与市场紧密配合下，经过2个月的奋战，皖北市场已初见成果，开发新客户11个，完成8个客户的拓点工作，市场平均都有30%以上的动销，其中亳州与淮南市场更是达到55%以上，足见执行力。



金榜题名时 畅饮红苹果

金榜题名的学子们不忘过去那些年老师们的辛勤付出，满怀感恩地举办一场场谢师宴，而惠尔康红苹果君更是红红火火地参与助力这一幸福时刻。接下来让我们走进安徽的怀远县，来感受一下这里谢师宴现场的风土人情。

此次谢师宴主题活动，我们共参与了55场的宴席，直接销

售1800+瓶，辐射人群达上万人次。

我想对于惠尔康红苹果君来说是喜悦的，因为我们见证了一场场感恩现场，不仅得到了消费者的认可，更是为他们的喜悦增加了一个甜度。未来我们会继续努力，让惠尔康红苹果走进千家万户，在团聚的时候分享这一抹红的喜悦的味道。



红苹果路演 饮酒好搭档



秋季，我们终于迎来了2019年安徽市场的第一场品牌路演活动。路演当天，我司的业务团队和蚌埠怀远的经销商团队所有人员都集中起来进行统一调配，各司其职（调货、搬货、摆造型、总控协调...），高效地在两个小时完成活动现场布置。

情歌驻唱、劲爆热舞、神秘魔术、滑稽小丑、杂技，还可以上台与主持人互动做游戏，更重要的是还有从石头里蹦出

来孙悟空来与你互动，拍照留影，看他七十二变，活动现场来到最高潮！

在业务团队和经销商团队的积极配合、共同努力之下，我们的路演完美结束，活动的互动影响超过11000人次！

通过这场路演，我们的惠尔康红苹果进一步走入消费者心中。很多消费者看到红苹果后都在说，这不是小时候喝的红苹果吗？是的，这就是大家“儿时的记忆”！



前方高能——他来了，红苹果带着他的白酒搭档一起出场了！



奖品兑换区——玩转朋友圈科普—分享有礼



售卖区——买就送精品礼物还可参与网红游戏



舞台区——劲歌热舞来袭

以上文章节选自公众号微期刊《安徽市场开拓——凝聚共识，聚焦方向》、《金榜题名时，畅饮红苹果》、《惠尔康红苹果，饮酒好搭档》。

桃花岛主：今天两组人员必须至少拜访25

家批发，目标成交率不低于50%

两组人员整装待发，带好事先准备好的产品手册、促销套餐订单，出发。

到达目的地，向店老板介绍我们的产品及此次套餐优惠，促成订单成交，确认好送货时间。

赶往下一个点.....

以上仅是海南拓展一天中的小片段

海南纸包拓展 开辟桃花岛 新天地

文/事业部 蔡雯雯&陈德恒

市场背景

海南省下辖4个省辖市，15个省直辖县级行政单位，常住人口超过920万人；年纸包销售量大概在700万箱左右。而惠尔康拥有国内最多的TP包生产线，能否从700万中分一份羹，并作为海南市场的敲门砖成为此次我们拓展的初衷。

在与客户确认好产品组合、促销方案及线路安排后，拓展前的话术培训，规范拓展作业方式及生动化标准也尤为重要。当然市场操作的多变性，也要求我们的作业方式一定要灵活多变。在市场拓展中摸索更好的方法。

除了开发新点及促成批发进货外，我们还要关注各个点的动销情况。对于在首轮拓展中未促成成交的售点进行二次拜访，争取交易。跟进售点订单送货情况，确保在约定时间内完成送货。



拓展前培训及促销方案制定



接连40天，每天跑着各个批发点学校，重复着讲解促销方案，各乡镇逐一攻破。只为赶在竞品前将批发塞满。



累了，稍作休息，继续出发；必须和时间赛跑



倒进冰柜是最快速有效的冰冻化销售方式

拓展总结经验分享

找对的客户

客户人员的配合
人员及车辆

精准打击目标
区域及渠道

主管带队
2-3人一组

配送学校的
批发销量最好

建立微信群
分享成功
案例和图片

成果分享

截止5月此次海南拓展共开客户超过10家，拓展批发学校点数400多家，累计纸包订销量将近13万件。

海南拓展仅仅只是刚开始，如何打破现有渠道单一？如何利用纸包这个敲门砖，带入公司的其他产品？我们不能松懈！我们尝试着整箱购买有没有机会，开始做生动化布建，把PET产品倒入冰柜，还有很多等待我们去发现和尝试.....

前方的道路充满挑战与艰辛，却又更有无限机遇。即便汗水已湿了全身，我们依旧要再继续努力。聚焦渠道，重点突破，增加售点，做好冰冻化，在动销好的区域进行引爆。相信只要做好这些，今年一定可以在桃花岛开辟出一片不一样的天地！



拓展新模式 粤西厂商联盟 拓展竞赛

文/粤西部 蔡汝旭

听过“车铺”的你，
见过“船铺”吗？

看这里！

粤西湛西所启动马达，
开启新一轮的铺货竞赛。

结合公司战略与今年挑战目标，
粤西部在第一轮纸包产品拓展后，
由业务主管与优秀业务员组成特战队，
又开启了新一轮
厂商联盟拓展竞赛。

竞赛规则

奖励金来源

参与竞赛者每人注资100元
经销商赞助600元

组队方式

通过抽签进行组队
每二人一队，分成4队

评比方式

2天拓展结束后
以销量高低作为评比标准



▶ 竞赛铺货过程



▶ 竞赛结果：蔡汝旭率领的小组脱颖而出

下面让我们来采访一下获胜组成员蔡汝旭对此次拓展竞赛的感受：

Q 此次拓展开始前你们这组给自己下的目标是什么？

没想那么多，就觉得一定要完成定下的目标，即使不拿第一，至少不辜负自己。

Q 你觉得这样形式的拓展最后成效如何？

超额完成订下的目标，同时突破整个粤西部当天最高2000件销量。

Q 你们这组在这次竞赛中获得了第一名，能传授下我们制胜秘诀吗？

其实饮料的业务没有那么复杂，维护好客情，更多的是勤奋，多跑（增加点数），多听（听听店老板的建议），多动手（动手做好生动化）。

Q 通过这2天的拓展，你有什么收获和感触吗？

我受益匪浅，人的潜力是无限的，我坚信：一群人，一条心，做一件事，一定成功！同时惠尔康人敢拼、敢做、敢拓的精神也得到了经销商的认可与点赞！

2019年旺季已经来临，尽管今年老天爷似乎有些不给力，但作为销售的我们，不要等待机会，而要创造机会！时刻保持对工作的热情，绝不逃避，坚持到底！

小康说：惠尔康菊花茶、冬瓜茶，畅销二十年的经典口味，还有那性价比超高的价格。为了满足一如既往支持我们的“菊粉”&“冬粉”们要求，也继续壮大我们的粉丝队伍，在一片呼声中，我们的2019年明星产品——“桑杞菊花茶”&“荷叶冬瓜茶”新鲜出炉！

好康自然要广泛分享，至此，狗仔队发来最新的星探报告，邀大家一睹真容！



品牌故事

桑杞菊花茶&荷叶冬瓜茶 与新品明星来一场春暖花开的邂逅

文/企划部 罗安权

03

新品上市
新鲜出发



桑杞菊花茶

NO.01明星介绍

桑杞菊花茶，2019年3月26日13点出生福建厦门惠尔康，二十年杭白菊萃取工艺，添加枸杞汁、桑叶汁，具有清肝明目功效的桑杞菊花茶。

整个包装区别于一般饮料包装，吸收中药草本包装风格，古雅与精致并存，引领饮料界的中国风。

NO.02价值分析

现代药理学研究表明，菊花茶能有效减轻电脑辐射对人体的伤害，特别是对眼睛的伤害，放入适量枸杞子、桑叶等混合泡饮，就是中医经典祛肝火明目的组方茶-枸杞茶，清爽润口，清肝明目。

两者配合在一起，一清一补，标本兼顾，对眼睛有明显的保护作用。

NO.03粉丝分布

从族群上看：上班族和学生族群

共性特征：学业负担重、工作压力大、长期用眼、视力疲劳，对缓解眼部不适有需求的人群。

荷叶冬瓜茶

NO.01明星介绍

荷叶冬瓜茶，2019年3月26日14点出生福建厦门惠尔康，在原来不变的配方下添加荷叶汁，打造出具有消脂减肥的本草饮料，让你不再为体重而烦扰，瘦身塑型，健康美丽生活每一天。

NO.02价值分析

中药现代研究结果表明，荷叶中的生物碱有降血脂作用，且临床上常用于肥胖症的治疗。

冬瓜不仅清热解毒，而且冬瓜减肥及美容的功效也很好，将冬瓜熬水喝，有助于消除水肿，还能防止皮肤色素沉着，美容养颜。

NO.03粉丝分布

从性别上看：偏向女性群体

共性特征：爱美时尚爱生活，追求自拍不用修，脂肪赘肉甩光光~



菊粉/冬粉

这么火热的明星哪里见？

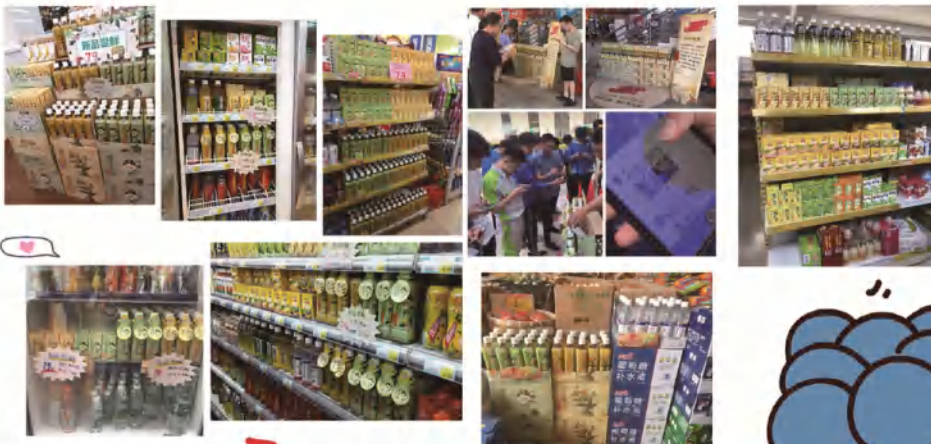
放心，
我们早已安排妥当！



明星见面会

想要一睹明星的风采？

“粉丝见面会”3月率先登陆福建、浙江地区学校、写字楼、电商园周边，以及CVS美宜佳全国门店同步上线，将与我们的学生、白领人士及全体粉丝见面！



福建粉丝见面会

浙江粉丝见面会



更有明星专属经纪人和铁粉们为她打call



①

菊花茶、冬瓜茶是我小时候最爱喝的饮料，没有之一，现在我要让他们成为不仅是小时候的回忆，也是当下的记忆！

——“知名经纪人”一圈

②

菊花茶让我远离了痘痘，拥有光洁的肌肤和娇美的面容。对我而言，菊花茶属于美容又养颜的圣品，价格比较亲民，我也消费得起。因此，在不知不觉中，我对它爱得深沉

——“大艺术家”罗兰

③

人到中年不得已，菊花茶里加枸杞！惠尔康新推出的桑杞菊花茶甜度适中，清爽解渴，养肝护肾，会无限回购。

——小K



新鲜事 外卖界新宠 新鲜! 不怕事大!

文/事业三部 郑英华

惠尔康与快驴平台合作定制的配餐专供品牌“新鲜事”

5月正式上线啦

为饮料旺季预热，我们的同事奔赴“前线”，为快驴平台分部的业务同事做新品上线培训

北京-上海-广州-深圳-杭州-南京-武汉……我们一直在路上

做好的餐配，我们是认真的

5种风味，主开胃解腻，辅清热解渴，口感更新更美味

高颜值外包，超强潜力，年轻人取向直线狙击，尽显品味生活

美味食物+优质新鲜事=回头客，商家好选择，配餐好伙伴



葡萄糖补水液 运动时刻补水快

在葡萄糖的基础上添加了运动电解质，迅速恢复体力，解口渴，更解体渴，适合户外大量消耗体力、汗水的运动者和体力者。

研发全流程

文/研发部 林小琴

产品需求评审

研发

我们的葡萄糖产品需要升级，你思考思考

我们的产品定位是一款快速补充能量的饮料

企划
张总

企划

产品要有创新点，风味要有记忆度，要区隔开竞品又要符合市场流行趋势

测试阶段

风味、糖度、添加的营养素逐一确定。

好，开始稳定性测试。

需求突然更改

市场部

不行，不行，还是要保留最原始葡萄糖本身的风味

产品去繁从简，最原始，最纯粹，没有香精没有其他添加剂，我们就是葡萄糖+矿物质

研发

开发阶段进行中

头脑风暴

收集、分析竞品，添加哪些功能成分？

葡萄糖？补充能量？创新？独特？

查国标，走什么标准？指标的要求？

什么口味才是流行？糖度几度合适？



根据需求
调整后
项目上线



葡萄糖小贴士：

- ①“葡萄糖”是大脑唯一的能量来源。我们的葡萄糖添加量每瓶60克，每天来两瓶，量就够够的！
- ②葡萄糖不足会导致注意力、注意力、判断力下降，思考能力下降，所以在重要的考试、会议以及最需要集中注意力时，甚至是在普通的日常生活中都推荐您勤补。
- ③夏季高温环境下劳作的人员，每小时从汗液中丢失钙在100毫克以上，这个量几乎占钙总排出量的30%，易导致低钙血症。所以我们的产品适量加入葡萄糖酸钙来补充钙的流失。

活动播报

文/福建市场部 林宝虹

6月29日，骄阳似火，由莆田市党政机关主办的庆祝建党98周年、莆田市直机关党员干部践行“木兰溪治水理念”骑行活动，在市政府北广场上隆重开幕。

作为葡萄糖运动饮料领航者的我们，自然不能缺席这样的盛会，必须来一场产品与消费者的亲密接触。

本次活动，福建东南网莆田站等多个网站竞相做了报道，我们的产品也在各个报道里曝光，提升了我司产品在当地的知名度。



本次活动特别鸣谢单位

- 1、厦门惠尔康食品有限公司
- 2、福建省山里人家贸易有限公司
- 3、青岛精酿啤酒莆田餐厅

支持博主

市场播报

文/企划部 罗奕权

葡萄糖补水液目前已在全国多地销售，自3月上市至6月底，销量已突破12,0000件！

来自市场上的反馈，是我们更好前行的助力与动力：

达人甲：惠尔康新品葡萄糖补水液定价还是依旧实惠，定价我觉得很合理，很好喝还会再买。

实体店老板：今年这款补水液大家反映不错，都说口感很好，要多出几款像这样的好产品！

业务员：现在市场上补水液已经经过几年的市场培育，大家对于补水液产品已经不陌生，我们的产品以高性价比的品质和价格切入，跟市场上普遍定价相比具有较大的竞争优势，目前动销速度较快。

公司员工：补水液是这几年难得的一款好产品，希望它能够大卖，成为今年爆款产品！

本文节选自惠尔康微信公众号《研发理念&市场活动&消费者心目中的葡萄糖补水液》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

优の冻自吸袋黄桃口味 清凉一夏，嗨翻夏日

文/企划部 张娜娜&罗奕权

小康说：炎热的夏季，慵懒燥热，不想出门却抵挡不住美食的诱惑，何解？家中自制消暑甜点了解一下~

自制甜品，有它一步搞定



惠尔康优の冻，你一定不陌生吧，口感Q弹，清凉降火，1996年上市至今，一直倍受好评。记得小时候不喜欢喝仙草

蜜，但是独爱这个仙草果冻，喜欢仙草果冻甜甜的味道，剪刀把斜角的口打开，打开后第一口总是要吸一大口汤汁，看着晶莹剔透摇晃的果冻，再用汤勺舀一口，不冰也好吃。总有一种童年被优の冻承包了的感觉。

2018年优の冻在传统纸盒包装的基础上，新推出了自吸袋包装，以更加方便快捷食用为目的，一上市就得到了消费者的一致认可，在夏季最高峰时市场供不应求。

2019年为了丰富产品口味，经过前期的市场调研及口味测试，从多种口味中筛选出黄桃口味作为自吸袋第二款产品，4月份上市以来，口味得到大家一致的好评，福建区域截止7月铺货点数超过1200家，累计销售超过5000件，在时下最旺的两个月，我们的业务同事们持续抓紧铺货以及进行夏季冰冻化陈列，让喜爱优の冻的朋友们能实时get到。

夏日优の冻快手DIY

材料

惠尔康优の冻1盒/袋；

喜欢的水果、蔬菜、干果等适量

步骤

1、将食材都切成自己喜欢的大小

2、找个好看的容器，把食材混合，完成

对！就只有2步，猝不及防就完成了



本文节选自惠尔康微信公众号《专属甜品的【福利】》，夏天的仪式感，通通都给你，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

O, YE! 鲜牛乳 · 椰!

融合口感新鲜出发

文/事业部 魏巍&渠道市场部 严艳玲

在印尼的加里曼丹岛，有一片椰岛庄园，椰林林立，椰浆清香浓郁；
在武汉，有一片扬子江城市牧场，奶牛成群，新鲜牛乳，质地醇厚；
当对味蕾有极致追求的老板，将他同时拥有的私人庄园和牧场进行碰撞融合：
O, Ye! 椰，乳此完美！
来了解一下我“椰”的故事吧！



O, YE! 鲜牛乳 · 椰! 8月起重磅登录湖北省餐饮渠道，11月正式进入了龙海餐饮试点市场!

新品一上市，岛主就开放不限地区的超新鲜新品尝鲜福利，精选6条最打动他的留言，精选留言达人们就成为O, YE! 鲜牛乳 · 椰! 首批品鉴师!

龙海餐饮市场今年正式启动，组建了专业的团队服务渠道，为了迎接O, YE!鲜牛乳·椰!的到来，工厂及团队做了大量工作，对每一箱产品进行过膜塑封，整板进行保鲜膜外缠，再由零担专车运输，确保每一箱产品到达市场完整无缺。

龙海区域经济较活跃，娱乐方式多样化，夜场则为一个重要的市场。由于进场门槛高，且进驻的产品需要有一定的竞争优势，才有获胜的把握。O, YE!鲜牛乳·椰!的到来，为惠尔康进驻夜场渠道起到了临门一脚的作用，在拓展渠道中采用多种活动方式共同进行，为夜场渠道的开发起到了积极的作用。

产品试喝

夜场领班的专场品尝试喝

推荐奖励

夜场服务人员推荐奖励

生动化布置

夜场内，活动展架+产品展架+陈列架大面积宣传，提升产品及品牌知名度。

产品展示

每个包箱产品陈列展示，让消费者们能更近距离的接触到产品。



乳此甜蜜
椰有诱惑力
徜徉在赤道与北回归线间
与爱的人分享
与友人馈赠
O, YE!
一起分享幸福的秘密!

惠鲜凉茶 | 新品诞生记

文/研发部 蔡振川

试车：一只新品必须经过从实验室小试到上生产线扩大化过程才能够上市，这个扩大化的过程我们称之为“试车”。试车是根据实验室小试的输出进行放大生产，从公斤级到吨级的跃迁，必须从成本、设备、安全、环境影响等多因素考虑。

试车时间与生产周期密不可分。必须在上一支产品生产周期结束后，对设备进行彻底的清洗、检查与调试之后才能开展。因此试车时间遇到凌晨的概率并不低，甚至因为临时突发生产状况，我们要候场整天整夜，应对试车过程中的各种问题。2019年的新品凉茶就是经历了这样一个过程才能与我们见面。

试车前的准备

原料采购、各种生产文件的发行、试车前的讨论会等，都不容我们有一丝半点的含糊。

为了保证产品品质和风味，试车前需在实验室模拟生产过程放置观察，记录产品变化，同时与品保确认现场卫生条件下微生物的繁殖等，最终确定调配放置的最长时间及pH指标范围。



试车现场

凌晨五点的同安工厂车间里灯光明亮，产品不断从轰鸣的机器中被制造出来，公司新品凉茶就是在这样时间点开始了它的量产之旅。

经历了九个小时的大夜班工作，本以为现场人员肯定很厌乏，可是到现场发现，一线的各部门人员对于新品还是提起十二分的精神来对待，投料前对设备的状况进行再次确认，品保、一线人员及管理人员在场下，对投入的原料名称、数量等信息进行认真核对，确保万无一失。

接下来的正式生产，各工序都很顺利，以前经常出现的各种异常都没有出现，在早上快8点时成品终于出现在我们的眼前，他是长这样子的，感觉瞬间节日喜庆的感觉有莫有~

总结

七天后，我们进行试车总结：凉茶首批量产成功。

试车也不单单是研发部能够独立完成的，它是生产各部门、品保、采购、企划的智慧集成。一次试车就是创新、学习、务实、合作的过程，过程中折射的是惠尔康人心中的那份担当和责任。



工厂上大夜班的一线人员，有些还是在公司坚持十年以上的这种倒班模式，也许可能我们会说他们习惯了，但我觉得他们真的很难，是心中的那份担当和责任，让他们坚持前行，值得我们为他们的这份坚持点赞！

正是有老员工们的坚持与新鲜血液的不断补充，共同助力公司二十多年乘风破浪，砥砺前行！

GROWTH
BREAKTHROUGH

成长突破

GROWTH
BREAKTHROUGH

处在快速变革时代的风口浪尖，“变”成为年度主题。个人唯有通过不断地学习提升才能顺应时代潮流，企业唯有通过不断变革突破才能造就企业长青的发展之道。

新商业时代已到来，我们继续发扬奋力拼搏精神、创新突破，总结形成各种成功经验进行分享借鉴，以榜样活动促进团队及个人能力提升。我们持续推动学习型组织建设，对标优秀案例的学习，鼓励新思维方式思考，不断提升组织经营能力。公司通过“从竞争战略到成长策略”制订过程来持续推动组织变革，鼓励全员都能参与公司的发展战略，形成上下一致的步调，实现个人价值与企业价值的双赢，致胜未来。

惠尔康全体出征，进入新营销时代的战场中，进行二次创业，我们准备好了！



小康说：身处全球化的格局中，企业必须逆流而上，吸收全新的经营理念，汲取进步的商业模式。我们在学习、变革的路上，精进不休！

书籍推荐：《变革之心》《战略中心型组织》《平衡记分卡》《组织协同》《宝洁制胜战略》《在宝洁，我从员工成为CEO》

成长突破

我们在学习、变革的路上， 精进不休！

宝洁案例学习会

8月，叶董、叶总带领集团一阶主管及相关人员在总部召开了学习会。

会上，叶总分享自己在学习了《宝洁制胜战略》这本书后的心得，叶总通过宝洁玉兰油案例的呈现，使大家学会如何制定战略，如何推动变革，同时在战略执行中如何搭建体系。

案例分享后，叶董与大家一起讨论案例学习后的感悟，并与大家探讨华为系统工具与案例学习的关系，教会大家学习的方法，将学习工具转化为应用。

叶董和叶总强调在未来的变革成长道路上，每一位主管都要提升领导力，学会培养下属，学会批评与自我批评；每一位员工要明确自己未来想成为什么样的人，在公司提供的平台上不断历练提升；同时每一位惠尔康人通过自身的学习与突破为公司带来效益，助力惠尔康二次腾飞，最终实现个人价值与企业价值的双赢。



01

变革突破 致胜未来

8月30日，明行咨询公司薛顾问带领叶总与集团一阶主管及相关人员对新商业进行学习讨论。

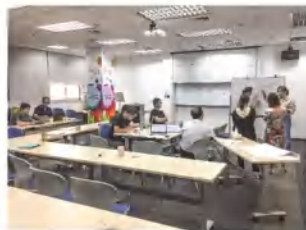
相对于零售现状，品牌对于新零售的理解应着眼于两大层面：首先，人、货、场三大核心零售组成元素被重新定义；其次，三者之间的商业关系发生了重构。

大家对新商业都提出了自己的学习认知，薛顾问在看了大家的学习分享后给大家进行了总结：

- 1、团队期待变化，期待参与到新商业的变革中去；
- 2、惠尔康人对新商业的理解非常快速深刻，无论是业务、企划、市场推广、供应链、设备、制造、研发、财务、人力都看到了新商业对即将工作的影响；
- 3、团队启动，在思考如何推进的具体问题，适合的品类，需要的时间，如何评估，能力如何建设，节奏如何把握等。

叶总也从大家的分享中看到了大家的学习成长，而惠尔康要在商战中制胜，要彻底“变革”，要二次创业！

认知新商业





战略学习与变革启动会 致胜未来！

文/总裁办 吴辛正

2019年12月24日-25日，公司60多名小伙伴在总裁的带领下，召开了“从竞争策略变为成长策略—赢未来”为主题的学习及变革启动会。

此次会议一开始就非同寻常：分组、组长均是“扫一扫”随机产生；被邀请的伙伴们，不讲职级，不分资历，很多基层的伙伴、年轻人、新入职者也在邀请之列。体现了公司真心希望倾听基层及年轻人的声音，让大家都参与到公司的战略思考与变革中来的决心。

找出问题

深刻反思惠尔康27周年以来的“魔咒”。畅所欲言，直面挑战，深挖自己的“臭石头”。

找问题最重要的是解决问题；找到惠尔康人共同奋斗的目标，齐心协力去做的一件“制胜”的事。



群策群力

团队分享

学习落实

借助“宝洁制胜战略”的工具与流程，共同围绕“惠尔康如何打破魔咒”这一中心集思广益。

落实到“企业文化重塑”“制胜市场选泽”“制胜核心能力”等方面做充分的探讨，最终形成公司制胜战略启动的框架。



思想碰撞

通力协作

总裁总结指导方针

“突破固有思维与习惯”

“拥抱新鲜事物与知识”

“创新，做一件不一样的事”



“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，这才是惠尔康“二次创业”真正的开始。这不是一件容易的事，但这是一件伟大的事。承接这场战略学习与变革启动会，各部门向下的变革方向及会议也陆续落地，为我们共同的战略努力奋斗！

2019年度 创新突破奖项

小康说：所谓创新驱动引擎，创新是我们打破传统桎梏的重要力量，创新能够推动企业发展向前，引领未来变革，实现我们再次腾飞的目标。

2019年度公司的评优项目增设创新突破专项奖，邀请全公司一阶主管和26位特邀员工依据创新行为以及取得的绩效或业绩增长进行投票评选，就是为了发掘在工作中勇于尝试、开拓创新并取得优秀绩效的个人或团队，鼓励、表彰创新者们的进取精神，也让这些可复制、可持续采用的创新方式得以传承、发扬。

创新突破个人奖



周林

浙江部安徽所

主管推荐理由

1. 该区域惠康产品几进几出，口碑有所影响，该员工按公司要求，新开发24家红系餐饮经销商，完成前期客户布局。
2. 在该区域建立样板市场，目前样板市场略成并总结出：开发目标客户、目标渠道、消费者推广经验，为明年1.5L红系列奠定基础。

创新行为

- 1、空白市场，挖掘出红苹果解酒解腻的功能切入；
- 2、借助客户的区域优势，发挥其主动经营的能力；
- 3、打造样板市场。

取得的绩效或业绩增长

销售业绩达成172%，成长168.8%；
直贡盈利97.5万，达成166.6%；
实际开发客户24家，达成109%。



张振华

黑龙江部哈尔滨所

主管推荐理由

PET1.5红苹果上市采用了区域总经销模式，利用新经销商在哈尔滨地区的网络优势结合我们原有市场的布局优势，在下辖县级市场快速布局，为该产品明年的销售打下了网络基础。

创新行为

- 1、突破原来的经销商模式，开发白酒类客户进行1.5升合作，将1.5升苹果汁导入新渠道AB餐；
- 2、沿该经销商网络开发外埠市场，在AB餐渠道做地推陈列及服务4元瓶盖激励等策略。

取得的绩效或业绩增长

1、销售业绩达成129.9%，成长11.8%；直贡达成127.6%；
2、将1.5升苹果汁导入新渠道AB餐。



颜龙兰

事业三部平台拓展二部

主管推荐理由


创新模式，高效拓展全国

创新行为

- 通过与美团合作总结提炼出一条独特的、可持续复制的适合渠道融合的共赢生意道路。
- 1、产品突破：打造“新鲜事”品牌系列作为专属合作产品；
 - 2、渠道突破：快速打造形象标杆城市，以点带面，撬动更多合作机会。

取得的绩效或业绩增长

- 1、“新鲜事”品牌与平台共同决策共同规划，目前已上线7个SKU；
- 2、3个月布局22个城市，覆盖华东、华南、华中、东北，并形成6大形象标杆城市布局；
- 3、美团快驴半年突破600W交易额。



叶跃明
纸包装厂


主管推荐理由
有创新，且收益明显

创新行为

对TBA19机型长期困扰问题进行有针对性升级改进：
1、分开滚筒升级；2、光电眼升级；
3、形成终端加热系统最优方案并推广到其余18台机；
4、站链降单包克重问题，改善后站链寿命延长至以前运行时间的2-3倍；
5、驱动滚筒马达升级降耗。

取得的绩效或业绩增长

2019年
超耗节省
96万元



叶明耀
CAN&PET工厂

主管推荐理由
工作责任感很强，时常借鉴同行业专业技术人员的亮点进行有效改善；与供应商针对性了解设备，结合工艺需求及设备升级的可能性做升级；产线查找机会，效率保持98%，连续三年王老吉代工厂综合排名第一。

创新行为

1、一线自动卸笼机夹隔板原厂家气缸型号更换及位置调整；
2、三菱包装机入包装前每段输送带加装无压装置控制每段输送带运行；
3、2线三菱包装机真空吸纸部位改造。

取得的绩效或业绩增长

1、气缸单机故障率由上半年0.4%降到现在0.05%；
2、三菱包装机故障由上半年1%降到现在0.03%；
3、2线三菱包装机真空吸纸部位运行半年无故障发生。

创新突破团队奖



**2019年度惠尔康集团公司级专项奖
创新团队**

供应链事业部：纸包车间团队

2019年度
创新突破团队
奖金10000元

纸包车间

创新行为

车间设备整合成单车间生产，集中资源，减少公共能耗浪费，进行设备改造升级，操作创新，及改造后的过程数据收集分析、及时进行改造修正，确保改造的创收效果。

取得的年净收益或业绩达成

1-10月份，对比去年共节约222万元，其中，原物料超耗节约89.4万元，变动费用节约92.3万元，直接人工节约40.4万元。

主管推荐理由

2019年通过以上工作，取得显著绩效，特别是超耗的大幅下降，值得称道。

产销管理部

创新行为

整合全供应链需求、供给、制造、配送各环节，以产销协同为导向，推动均衡生产，均衡发货、内外协同；1.生产线与产品别相对锁定；2.以销定产，压缩库存，为激活仓储资源，抢占并导入短租奠定基础。

取得的年净收益或业绩达成

与2018年比较，原物料库存周转天数提升4天；均衡排产、生产线与产品别锁定为2019年制造成本下降奠定基础；同比第四季成品库存下降100万件。

主管推荐理由

今年这个专案取得了明显效果，在均衡排产、均衡发货的主导思想下创造了很好的绩效。

海南部

创新行为

1、找对经销商：成功策反竞品两大经销商，快速开发二批；2、策略性调整：重新制定产品组合、价格体系及渠道策略；3、产品组合：由单一的PET产品经营，调整为全品项经营；4、联合精耕：与经销商联合作业。

取得的年净收益或业绩达成

1-10月累计销额预算达成率：204%；累计直贡利润预算达成率：135%；累计销额达成成长率：164%。

主管推荐理由

1、勇于市场探索总结，创新海南模式，为新市场拓展提供成功方案；2、机智多变的管理方法，因地制宜，顺应市场规划；3、有大局观，无私奉献的管理干部团队。

供应链管理(Supply Chain Management ,简称SCM)

就是指在满足一定的客户服务水平的条件下,为了使整个供应链系统成本达到最小而把供应商、制造商、仓库、配送中心和渠道商等有效地组织在一起进行的产品制造、转运、分销及销售的管理方法。

成长突破

6-10月 供应链精益辅导案

文/OEM 杨佳伟

辅导案简介

供应链管理是一个复杂的系统,涉及到众多目标不同的企业,牵扯到企业的方方面面,因此实施供应链管理必须确保要理清思路、分清主次,抓住关键问题。只有这样,才能做到既见“树木”,又见“森林”。

供应链管理 - 接单→出货→消费者的流程



自今年6月起惠尔康供应链团队与知识管理学院合作,邀请了资深的林顾问进行了八期的供应链精益辅导,至10月终于结案。

供应链精益辅导由六项管理指标作为“仪表盘”,导向供应链管理中的四大课题及一项专题,并不断深入,分解出几十个小课题,运用8D分析方法,查找根因及解决办法,最终制度化加以固定。

1、供应链弹性：产销作业，采购辅导

2、成本控制：财务指标，筛选课题

4、服务弹性：物流作业

3、品质控制：8D分析，抽丝剥茧

5、设备管理：设备管理，故障分析



02

学习提升 学以致用

辅导结案会

供应链精益辅导执行4个月后，于10月17日，在同安工厂研发三楼培训室进行了结案会议。会议上林顾问对整个辅导过程做了全面的回顾和总结，然后由各课题组就辅导成果进行报告并提出未来的工作计划。

会中供应链事业部黄晖总监对各部门的辅导总结报告进行了点评，并在最后提出：供应链需要突破目前的瓶颈，同时加强自身修炼，迎接未来的更高挑战。

总结会后林顾问还针对“供应链七大浪费”及浪费消除的方法——“5S”、“工作改善方法”等课程进行了详细的讲解。

结案并不意味着结束，反而代表着精益辅导的新起点。系统的精细化管理，问题分析的科学方法，脚踏实地，做好供应链各岗位的每一项细节，不断持续精进才是辅导的意义所在。

在此感谢林顾问的精心辅导、知识管理学院的帮助和供应链团队每个人的努力付出。

学无止境，奋进不息！



供应链管理中常见的浪费

作業員	製造過多的浪費	庫存準備
製造管理	待工待料的浪費	不良因素
製造方法	搬運的浪費	產線佈置
設計	加工本身的浪費	加工機具
基礎	庫存的浪費	生產計畫
	動作的浪費	製程安排
	製造不良品的浪費	人員管理

知识管理学院 www.monya.com.tw

供应链精益辅导总结	
辅导课程:	供应链精益辅导 时间: 2019年6月-10月
辅导导师:	叶永翔
辅导内容:	1. 改善思维方法 2. 精益生产(水、电、汽、空压)解决痛点 3. 改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(全厂改善路线图、人员培训、增加自动化/机器人)
辅导收获/总结/感想:	一、精益改善思维(改善思维、改善思维、改善思维) 二、精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 三、改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 四、改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
未来工作计划:	1. 定期开展全产线精益改善, 切实推广应用, 持续保持; 持续改善项目落地推广的改善, 重要项目落实专项改善进行跟踪。 2. 持续开展人员精益改善, 一人多岗培训, 持续提升改善项目落地推广的改善。 3. 探索改善项目的运用, 健全完善制度, 定期开展精益改善培训和辅导, 持续提升改善项目落地推广。

供应链精益辅导总结	
辅导课程:	供应链精益辅导 时间: 2019年6月-10月
辅导导师:	吴斌毅
辅导内容:	1. 精益思维(改善思维、改善思维、改善思维) 2. 精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 3. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
辅导收获/总结/感想:	1. 重新梳理了采购流程, 分成三个不同的采购周期, 具体采购每个周期有具体的采购策略。 2. 对日常操作的采购流程进行重新分析, 进而梳理了日常采购和采购流程, 建立了精益采购流程。 3. 2019年10月, 计划、采购和仓库(采购)理论的培训, 引入精益的一些关于供应链管理的基础知识, 为日常采购工作。 4. 给采购时进行精益改善, 分析采购时间, 重新制定采购时间, 这将成为未来改善供应链的重要一环。
未来工作计划:	在日常工作中, 对供应链管理进行: 质量、成本、交货时间、服务、技术能力等方面进行持续改善和评估, 对于一定产品质量稳定的供应商逐步建立免检的数量或品质外送接收的模式, 降低采购时间, 降低库存量, 从而减少公司流动资金占用, 实现供应链的良性循环。

供应链精益辅导总结	
辅导课程:	供应链精益辅导 时间: 2019年6月-10月
辅导导师:	任宇博
辅导内容:	1. 改善思维方法 2. 精益生产(水、电、汽、空压)解决痛点 3. 改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(全厂改善路线图、人员培训、增加自动化/机器人)
辅导收获/总结/感想:	1. 改善思维方法(改善思维、改善思维、改善思维) 2. 精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 3. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
未来工作计划:	1. 定期开展全产线精益改善, 切实推广应用, 持续保持; 持续改善项目落地推广的改善, 重要项目落实专项改善进行跟踪。 2. 持续开展人员精益改善, 一人多岗培训, 持续提升改善项目落地推广的改善。 3. 探索改善项目的运用, 健全完善制度, 定期开展精益改善培训和辅导, 持续提升改善项目落地推广。

供应链精益辅导总结	
辅导课程:	供应链精益辅导 时间: 2019年6月-10月
辅导导师:	杨景升
辅导内容:	1. 精益思维(改善思维、改善思维、改善思维) 2. 精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 3. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
辅导收获/总结/感想:	1. 精益思维(改善思维、改善思维、改善思维) 2. 精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 3. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
未来工作计划:	1. 定期开展全产线精益改善, 切实推广应用, 持续保持; 持续改善项目落地推广的改善, 重要项目落实专项改善进行跟踪。 2. 持续开展人员精益改善, 一人多岗培训, 持续提升改善项目落地推广的改善。 3. 探索改善项目的运用, 健全完善制度, 定期开展精益改善培训和辅导, 持续提升改善项目落地推广。

供应链精益辅导总结	
辅导课程:	供应链精益辅导 时间: 2019年6月-10月
辅导导师:	郑海超
辅导内容:	1. 精益思维(改善思维、改善思维、改善思维) 2. 精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 3. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
辅导收获/总结/感想:	1. 精益思维(改善思维、改善思维、改善思维) 2. 精益改善工具(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 3. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划) 4. 改善全产线(改善全产线地图、人员培训、建立精益项目计划)
未来工作计划:	1. 定期开展全产线精益改善, 切实推广应用, 持续保持; 持续改善项目落地推广的改善, 重要项目落实专项改善进行跟踪。 2. 持续开展人员精益改善, 一人多岗培训, 持续提升改善项目落地推广的改善。 3. 探索改善项目的运用, 健全完善制度, 定期开展精益改善培训和辅导, 持续提升改善项目落地推广。



企划部供应链系统培训

文/人力资源部 洪雅玲&企划部小伙伴



HR小姐姐

伴随着VUCA时代背景来临，对培训来讲，机遇和挑战并存。我司引入线上学习平台，对员工进行入职通识、岗位技能、阶层训练等系列课程。同时与线下辅导相结合，力求学员在工作中精益求精、不断突破、自我挑战，并通过跨部门协同提升部门工作绩效。以下为大家介绍近期专门针对企划部新进产品人员“量身定制”的一场线下培训。

背景：

2019年是机遇与挑战的一年，年初企划部迎来一批新伙伴，为让大家能更好面对后续挑战，针对工作职责，特别制定“供应链系统性培训需求计划”。

目的：

- a.让大家系统性掌握供应链各环节关键信息点，具备一定驾驭能力
- b.扩散人员思维能更好的创意产品发展路径
- c.建立框架体系与专业性认知，有效的协同至部门工作推动



培训感悟节选



戴媛婕

历时一周的培训，针对公司各环节的工作分工职责有了全面的了解。次培训对于电商事业部产品部未来的工作有很大的帮助，从产品概念产生与研发的沟通-工艺及产能的可实现性-采购过程的起订量要求-新工艺的试车-相关要注意的法规等一系列会涉及到的问题，都与产品部门紧密相关。

每一次的学习就是一次成长的机会。从供应链到研发，从品控到计划排产，了解了饮料的基本知识体系和饮料的领域划分。尤其是易错情况分享，总结了在各个环节中容易发生的，或者曾经发生的失误，让我们能从过往的经验中学习成长，避免过于理想忽略生产的可实现性，也避免拍脑袋下判断凭感觉做事。总的来说，这次培训是以理论加经验分享的全方位培训，让人获益良多。



武力

培训提供的理论学习平台、实地参观机会与经验分享渠道虽然必不可少，但毕竟效果有限，只有将理论与实际结合，将培训习得的收获转化应用于实际工作中，才会长期且最大化地发挥其实际效用，达到正向的收入—产出比！

你问我
为什么要喜结良缘?

我说
共创未来
你准备好了吗?

文/人力资源部 涂昕彤&2019新生代



热烈欢迎19届应届生
加入惠尔康集团

怀着未来新生活的憧憬，从象牙塔的轻松到职场的转变，从18年的稚嫩到19年即将独当一面的成长，我司迎来了今年第一批19届应届生的加入。他们的内心悄然发生着变化，有些不安，又有些小激动，对于未来，他们将会如何面对？

今年的情人节就跟小康一起过吧

情人节前后两天的学习行程里，各部门小伙伴们了解公司战略目标、融入企业文化、熟悉公司制度、参观工厂...多元了解，只为深入发展，开启人生崭新的一页！



培训花絮

学习听课 ≠ 理解，沟通交流促进吸收



新生代·集结号！

时至10月，应届毕业生们陆续加入惠尔康，已有一段时间，而且作为新生力量的他们在各自岗位沉淀学习、也开始逐渐发挥能量。于是，一场2019应届生全新沙龙，安排！





《新生代·集结号序》

文/同安人资 赖国辉

乙亥之年，深秋之际，会于惠尔康之研发楼，修禊“新生代·集结号”。

群贤毕至，鲜肉咸集。

此地有美食茶点，趣味游戏，又有小哥哥、小姐姐，畅谈左右。引以为弧形桌椅，列坐其次，虽无日常工作之往来，一破冰游戏一击鼓传花，亦足以畅叙至相知相识。

是日也，天朗气清，交谈不断。倾诉工作之概况，分享工作之趣味，吐槽工作之无奈，探讨工作之秘籍，所以大家脑洞之大开，思维之活跃，足以极视听之娱，非常有趣也。



其中最精彩的当属“戏精学院”汇演——怎么演？取自真实工作环境，人生如戏全靠演技！

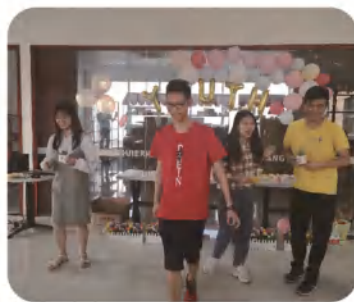
①组——和领导意见向左的招聘HR

学会站到
更高的高度
全面思考
学习摸索



最佳脑洞奖
黄斯彬

最美笑容奖
黄斐奕



②组——被领导不停安排工作的“我好忙”

当工作计划被临
时安排太多导致
无法完成，要
及时跟领导反
馈沟通



霸气侧漏奖
吴莉芳

最难员工奖
叶金铭



③组——一份财务成本报表的艰难产生

成本数据需协调
供应链到销售多
个部门，数据来
得缓慢但我们还
是坚持努力沟通



最佳贡献奖
沈涌海

先颂再说奖
钟志鸿



新生代的心声节选

叶萍萍
同安人资

没想到初次见面拘谨的小伙伴，竟然是一群“戏精”！我们互相倾听让人头秃的烦恼、吐槽反人类思维、分享“职场小心机”、自导自演小短剧，啊~还有那诱人的下午茶…

黄幼红
同安人资

叮~熟悉的自我介绍打开了尔康小伙伴友谊的巨轮，气氛很是轻松欢乐呀。体会到每个岗位都有它独特的有趣以及困难，希望我们都可以在各自的岗位上坚持努力，共同成长！

黄斯彬
物流部

领导曾经对我说过，不要局限于自己部门，要学会走出去。初入职场，难免在工作和生活中遇到困难，此次活动大家集思广益，互相学习；认识了许多其他部门的人，便于开展以后的工作。

刘静瑜
事业三部

我和宝藏女孩一小彭同学奔现了！由于工作的原因我们经常联系，但是从来没有见过。没有这次活动的话，我不会认识很多新朋友。

叶金锴
财务部

让我们用自己的方式，守着自己的原则来感受真情、享受真情，付出真情。祝各位惠尔康的同事在以后的日子里越来越优秀！

杨辉
人力资源部

新茗清浅迎新客，推盏传花听鼓声。香生青花暖白瓷，笑盈双颊红粉增。
披衫代演寻常事，闹看打趣情意升。何日再集乐一堂，茶尽已是兄弟称。
同渡患难结良缘，年年岁岁杯相碰。诸君拓土伴号出，尘起提枪万马腾。



领导寄语

公司的持续发展，支撑我们的新生代能够在公司寻找到匹配自身的发展平台，也希望大家在历练中能茁壮成长成为各个中能的中坚核心骨干，为公司注入新活力，也成为以后所有新生代们的好榜样！

金秋时节练兵忙

文/纸包装厂 焦明&CAN&PET厂 李万平

小康说：秋季是个多彩的季节，充满着希望，满载着成熟和收获。惠尔康同安工厂各车间维修团队，在经历了生产旺季的考验后，淡季两大主题（大修和技能提升）也毫不懈怠地如火如荼进行中。

作为两大主题之一的技能提升，主要通过命题、集训、现场教学、实践、考核、总结等环节，既是为了以比促学，边学边练，提升技能，增进团队的凝聚力和创造力，也是为了让我们的维修团队在真正面对故障时，能够快速高效地排除故障，保障生产！

在经过前期的培训和现场训练，终于迎来了现场“比武”的激动一刻。

纸包装车间维修团队

前处理

泵机械密封更换

更换机械密封，这可不单是个力气活，同时也是个技术活。一台泵是否正常工作，关键还是看机械密封。正确的安装方法可以保证机械密封稳定的运行、长寿命和低泄漏性能。

如何才能快速正确的安装，则需要工程师日积月累的实践和孜孜以求的工匠精神。



利乐A3线

减速机轴承更换

利乐A3线是目前惠尔康纸包设备中自动化程度及产能都较高的生产线，每小时可以制造超过2万包，因此它对操作及保养人员的素质要求都更高。

减速机轴承是个高精密部件，拆装过程中的定位和击打位置都有严格的要求。整个拆装过程中，他们的工作台面一直保持的很整洁，长期细致认真的工作养成了他们良好的工作习惯，良好的工作习惯也让他们在维修工作中得心应手。

四国主机

凸轮定位器设定

凸轮定位器是个什么东西？

它是把一个圆分成8*32组，每组可以独立设定角度输出的一个电气元件。还不懂？没关系，你只要知道它很精密就可以了。它要求工程师在设定过程中一定要细心，细心，细心，并且还得记住如何接线、各个角度实现什么功能，因为“差之毫厘谬以千里”！





后工段

贴管喷码延时

这是一个非常高大上的考核项目，因为它涉及到运用手持编程器修改机器程序。没错，就是程序。操作者需要对设备功能非常了解，并且还要能读懂里面的“蝌蚪文”，没个三年五载的功力可是搞不定的。

CAN&PET车间维修团队

CAN车间每个月都进行技能考核，来看看本次比赛的项目整箱打检机参数调整

既是考验对整箱打检机的具体掌握情况，同时也是贯彻把每一次考核当做实战，把每个科目反复操练的方针，力争做到一旦设备出现参数故障，我们维修团队的每一位成员都能够第一时间，第一速度，第一效率地排除故障！



PET温控探头线路安装

快速有效地更换安装温控探头线路，考验的不单纯是技能熟练度的掌握，还有对整个电气线路的了解，以及每个电气元件的功能熟悉程度。

脚踏实地，一步一个脚印，努力提高自身维修技能，带动整体团队维修水平，弘扬工匠精神。

我们学习华为有句犹太经典说的特别好：重要的不是学习，而是行动。同样，重要的不是考核名次，而是通过考核查漏补缺，在学习实践中不断总结经验提升技能，更优化地解决根本问题，保障生产。

无论从技术上，亦或管理上都提升一个层次，打造一个学习型、成长型的组织，这也正是我们努力前进的方向！

大庆厂安全生产月 落实消防安全

文/大庆工厂 范英杰

为了更好地落实消防安全，让每一位员工都能更好地掌握消防安全知识，以防发生火灾时能够更好地自救和救助，把伤害降到最低点，5月31日惠尔康大庆工厂将理论与实践相结合，举行了一场消防安全演习。

消防安全知识讲解

安全员先给大家详细讲解一些消防安全知识，还加入了有奖答题的环节，大家都很珍惜这次机会。公司安全保障部门也在现场为大家准备了演习需要的水和毛巾，还有发生紧急情况时需要的急救医药箱和急救人员，确保员工在演习过程中的安全。



实践演练

理论加深认知，实践懂得运用。

过程中大家面对熊熊的大火，没有胆怯，按照之前的讲解准确地使用灭火器。有的人是第一次使用灭火器，操作起来还不熟练，但也能很好地把火灭掉，反复地操作，只为让自己更好地掌握。大家还认识了一种新型的水基型灭火器，操作起来更方便，灭火效果更好。而灭火毯的使用，毕竟离火源很近，一开始大家会有一点紧张害怕，当大家看见安全员的操作后，勇敢地实际演练，成功将火盆里的火灭掉。



消防安全，预防为主，不是纸上谈兵，坚守这个信念是要加强人们对消防安全的意识。作为公司中的一员，更应该明白消防安全的重要性。掌握一定的消防安全知识及灭火，自救，逃生等技能，提高安全防范意识，保障人员生命和财产。

消防安全小常识：

在火灾发生初期时，第一时间拿到灭火器进行灭火，在火灾旺盛期，已经不是人为能够控制时，拨打火警电话：119，并且要准确地说出火灾发生的具体位置及详细情况。

火灾发生时，要注意自我保护，通过烟雾区应采取低头弯腰姿势；按照应急指示灯找到安全出口，做好眼睛和呼吸道的防护；做到消防的三懂四会、四个能力。

前沿资讯分享

小康说：在新商业时代下，要求我们高效率、快速反应、快速决策，除了内部总结经验进行优秀案例分享，还要走出去了解行业最新动态，要能够创新融合社会资源和内部资源综合发力。

食品界高规格展会 FIC2019

文/研发部 张燕

纵观参展的产品推介，可以发现“健康、天然、替代”依然是现阶段食品产业的诉求主题，“植物基”、“素食”、“发酵”和“功能性”是流行的几个关键词。

发酵的概念依然是今年各家公司推行的方向，发酵品类延伸到了植物类产品，即利用植物基底进行发酵再加以调配应用；在产品口味上，以抹茶、生姜、西柚等几款风味出现最多；在产品诉求上，对于功能性的提炼依然是主要的关注点。



今年发酵的主角，锁定在“植物基”



护眼



解酒

头脑风暴

展会之后的一个下午，研发部组织开展了一场部门会议，参加展会归来的小伙伴，带着各自的展会“干货”进行了资讯分享，研发伙伴们的思维被打开，一场头脑风暴随之而来……

在资讯分享的过程中，看到一些亮点产品或原料的时候，小伙伴们不止眼睛一亮，思维也开始起飞——从开始的默默思考，到后面的激烈讨论，新的想法和意见不断地冒出来。



林小秋

透明茶浓缩液，这个原料很新奇，早前日本一款透明奶茶的产品我们想进行开发，苦于没有原料，今年这款原料的出现，不仅可以开发新型的茶饮料还可以尝试实现透明奶茶的开发。



蔡银川

供应商样品分享中，有一款马鞭草豆蔻饮品，原料和搭配很新颖，植物草本与香辛料的结合，带有异域的风情；可以复合异域水果进行搭配，应用在果汁饮料或是碳酸型饮品中应该是个不错的选择。

产品开发设想

结合展会的推介信息，为未来的新产品开发提供了一些思考方向：

- 1、植物基食品：“素牛奶”的概念可以再度开发，植物基底与发酵概念的结合，发展“植物酸奶”；同时可结合功能性植物源原料，强化功能性；
- 2、发酵茶饮：借助康普茶的热潮，将发酵茶与功能草本结合，开发相关品类产品。

新时代下的智慧物流

文/物流部 黄奎瑜

智慧物流是一种以信息技术为支撑，集中通过新的传感技术的应用，使现代物流系统模仿人类智能，具备感知、学习、推理判断和自主解决物流配送各环节产生的若干问题的能力，实现智慧仓储、智慧运输、智慧装卸、智慧搬运、智慧包装、智慧配送、智慧供应链等。

新技术、新理念、新模式为物流业的转型发展提供了前所未有的推动力。大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等新技术的快速发展和广泛运用，供应链管理以及跨界融合平台化运营等新理念和新模式，正在深刻改变我国物流业的发展方式和分工体系，成为物流业转型升级的主要推动力。

近年来，通过科学的动态管理实现物流的智能化，智慧物流成为物流行业快速发展的主要助力，能有效地提高资源利用率，降低物流成本，提高企业的利润，提升行业服务水平，增加行业附加值和社会价值。

结合此次论坛的资讯，对未来我司工厂的仓库智能化系统普及与运用、提升效率、降低成本提供了思路与借鉴方向。



本文节选自惠尔康微信公众号《新时代下的智慧物流前沿资讯分享》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

新思维 新坐标 新动能 市场研究行业年会

文/企划部 杨爱珍

当前发展环境下，充分融合了互联网技术、大数据技术和人工智能技术。对于市场研究行业而言，新技术的应用可以扩大数据获取的范围，降低数据获取的成本，提升数据获取的效率。



聚焦和转型升级：聚焦细分市场，深耕细作，深度洞察市场需求，创新研发产品，与资本市场对接，不断拓展品牌和实力……

创新研究方法和技术应用：随着通信技术的换代、传感器等硬件的升级，互联网调查的数据采集范围也将更加广泛、数据采集内容将更加多样、数据采集的结果将更加准确。

5G已经来临，未来的调研载体和形式将更加丰富。今后需及时关注行业变化，引用新技术，通过新技术获取新数据并应用于公司。掌握新调研方法，对接营销，将洞察进行到底。内因外联，在解决需求的基础上，提高调研时效，降低公司成本，最大化利用调研工具，提供多方位调研服务。

市场研究的边界在扩大，解决问题为核心。

本文节选自惠尔康微信公众号《了解市场研究，洞察市场需求》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

成长突破

这些部门 究竟是怎样的存在？

01 研发部

独霸一层还需穿过餐厅和天台的神秘部门

文/研发部 魏清华

研发技能篇

研发部的同事们一个一个都身怀绝技，他们都有一双“会看”的眼睛、一张“会喝、会吃”的嘴巴和一个“计算机”式的脑子。

拿到产品，第一眼就是看产品的配料和营养成份表

第二步：用嘴巴品一品

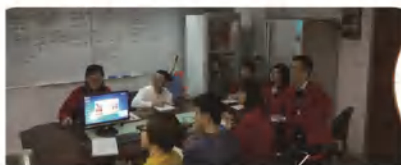


风味很足，饱和度不够，糖度7度，蛋白质3.5左右…

做为研发部门“外行”的我会目瞪口呆，我也知道有糖啊

可怎么知道加了多少呢？这个蛋白质会吃出味道？

咱也不好意思说，咱也不敢问



这个产品酸甜感刚好，风味不足，体现不出后味，再加2%果汁。

好的，方向确定，照着老大的指示一步就到位！

研发老大林女士

这个产品坚果的添加量在2%，油脂含量大约在2.5，蛋白的量在大约3。

嗯，难道你去偷别人厂家配方？还是你脑子里有一台计算机？



研发大咖杨总



最近字体纠纷挺多的，注意这个字体我们是否有版权？版面上已有贮存条件，额外强调0-6℃冷藏，这个是否有冲突？

研发才女

呃，法规读那么好！……

至于外行饮料研发的我，对蛋糕，面包，点心的脾气还算了解，想吃蛋糕，想知道怎么做糕点的，可以来金源找我哟~

03

团结协作 共同成长

02 财务部

财务部究竟是怎样的存在？

文/财务部 洪秋婷

据说财务90%的时间这样花

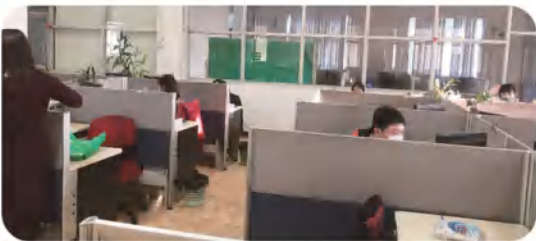
状态1：“开会开会开会，过预算过预算过预算，从一个会议室到另一个会议室，一天开完自己办公桌在哪都找不到了……”

状态2：“和销售撕、和采购撕……可以撕上整整一天！”

状态3：“改1个报表，改另外2个报表，改第3个PPT，等会回过头来一看，papa!...重新改第1个报表”

状态4：“由于上班时候经常受到干扰，无法静心分析思考，只能利用下班后的时间赶表，思考策略层面的问题”

对于财务而言，即使工作再辛苦，每当能和业务部门同心协力制定出最接地气的方案，协力将销售业绩稳步推高；当公司和同事为你的价值创造点赞，认可你的付出，协助你完成预算制定和报表预估时……这种脚踏实地收获成功的感受，才算得上真正的高大上。



本文节选自惠尔康微信公众号《不一样的部门，神一样的存在》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

03 OEM驻厂

奋斗在每一天

文/OEM驻厂 谭富奇&叶小磊

与想的不一样，OEM驻厂人员并没有翘着二郎腿的悠闲生活，工作状态可以概括为：战战兢兢，如履薄冰。

从前：一人一岗，首要工作是完成本岗位的职责；

现在：你问我在什么岗位？不存在的，整个流程只要需要我都参与其中，我能做的就是快速适应驻厂工作的宽度与复杂性。



搬运我也行

每天手机必须保持24小时畅通状态，以备产线异常时能第一时间联系到人尽快处理；沟通总部，协调计划，原物料到货确认，异常品的分析处理、发运协调跟踪，往往大半夜才能拖着疲惫不堪的身体回去睡觉。

驻厂10个月，代工厂的生产和发运配送越来越顺畅，辐射的区域市场销量回转也逐渐上升。驻厂暨驻守，驻守在OEM工厂监管OEM工厂的品质、来料、出货以及生产问题点的改善，及时反馈，快速处理。我们不但要做好公司在OEM工厂的眼睛和耳朵，更要做好执行者和管理者的工作，这样才能让我们的品质更加完美。



纸包封合检查

本文节选自惠尔康微信公众号《OEM驻厂——奋斗在每一天》、《代工厂的这日子》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

04 运管处

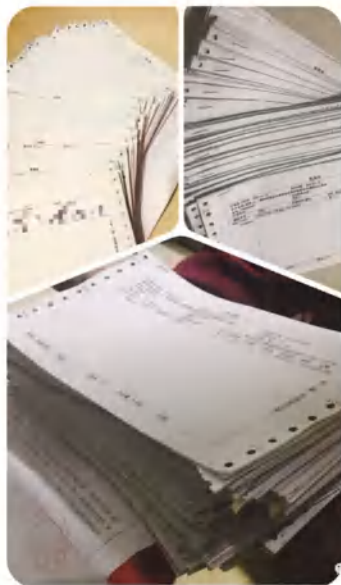
这就是我们，我们公司特有的部门

文/物流部 黄奎谕

订单是运管的核心，掌握了订单的流程你就能了解我们的产品是如何从需求到消费者手里。订单需求提报——客户下单/业务下单/运管下单——运管订单审核——派车——订单复核——车辆到厂——装货——运输——到货。

说到这突然小编想到了财务部的那句经典实话“和销售撕、采购撕……撕上一天”，其实我们更是如此，客户、业务、品保、储运、物流……天天都在“撕”，但是也正因为如此，我们如传送带一般把各个区块链接在一起形成一道亮丽的风景线。

工作上我们兢兢业业，工作之外我们是嗨皮的一家人，还代表公司参加同安区职工“我要上春晚”海选哦，为啥选我们呢？没办法，因为我们太可耐，必须为美丽的我们打电话！



本文节选自惠尔康微信公众号《这就是我们，我们公司特有的部门》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

05 成品处

我和我的成品处

文/物流部 黄斯彬

如果说物流部是情报组和行动组组成的，那么运管处是情报组，信息处理、传递，行动组必然是成品处，接收信息，付诸行动。他们勤劳肯干、但技艺超群、账物清晰，这里来康康搬运组和叉车司机。



搬运组不单单是简单的搬运，为保证我们公司产品在运输过程中不损坏，要求产品装在车上要相等的高度，

而我们公司产品有很多种品种和规格，那就需要计算了。但我们搬运同仁们只要看一下订单，看看到厂车辆，即可得出每排每列所需数量，确保充分利用空间防止货物出现挤压导致到货损。

仓库里必不可少的叉车和叉车司机，如果你觉得他们只会简单开开叉车而已，那你就错了。车间入库：单叉、双叉一起来，产品上驶上架；高位叉车开起来，产品上进穿梭架；智能穿梭车用起来。当老厂栈板不够用时，驾起大平板车，调拨栈板。

而我从2月14日入职到年底也有300多天了，经过这段时间的学习和沉淀，在工作和生活上都有了很大的进步。从最初的什么的都不懂，一步一步学习，现在已经学会了现场操作，了解数据得来，学会数据分析，方案提出，检验可行性等，革命尚未成功，同志还需努力。



本文节选自惠尔康微信公众号《我和我的成品处》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

追梦新征程 寻找最美标杆

“以铜为鉴，可以正衣冠；以史为鉴，可以知兴替；以人为鉴，可以明得失”。

企业也是如此，只有树立一面镜子，大家才能明得失、找差距，而后才能学习进步。

在我们的身边，其实就围绕着这么一群人，乍一看他们朴实无华，细细品味后才发现他们那大智若愚表象下隐藏的闪闪发光的亮点。让我们一起把他们挖掘出来；因为他们，必须火！

闪光业务



唐秀珍 晋江所
细节决定成败
行动成就未来

“好记性不如烂笔头”：每天工作结束后，我都会在笔记本上写下当天遇到的所有待解决的问题以及第二天待完成的工作事项。这样做的好处是有问题及时解决不拖拉，第二天的准备工作充足不遗漏。同时笔记本上登记的事情每做完一件我就做上记号，也利于我自己对每件事情的进度做追踪。

主管采访：她性格开朗有主见，谈判技巧一流，与商场的采购客情好，对每个商超的档期活动信息了如指掌，并善于利用客情和档期活动来提升区域门店的销量。

同事眼中的她：她是我们营业所的“唐姐”，宝妈型人物，善于对所有的人员进行辅导，不管是工作上还是生活上，她总会给予很多的帮助。带新人算是她的一绝，我们组有一半的同事是她“带”出来的，她带人时非常有耐性，要求也很严格，是我们组的灵魂人物。

初入快消品界：作为一个首次接触快消品的基层业务，我坚持以服务客户为宗旨。在客户遇到问题时，第一时间帮助他们解决，遇到不明白或暂时无法解决的主动记录下来，在早晚会上提出，与主管和同事共同探讨解决方案，最终给客户一个满意的答复。

同事眼中的这位“小师妹”：她是一个活泼开朗的小女生，又是一个全能的女汉子，外号“叶老板”。记得刚进公司坐三轮车都怕的小女子，为了更好地独立工作，短短几天就能开三轮车出去作业。自强，好学，积极向上的心态非常值得学习。

主管眼中的“大汉”：好强的性格造就她的市场霸气，平时市场走访拍照，客户的第一反应是：“那女孩子没负责这里了？”从他们的表情可以看出他们对这位优秀业务员的欣赏与信任；每当听到他们对业务的赞美，心里难免自豪满满。她还有一种非常难得的习惯——主动分享成果，这种敢于表达、善于分享的态度是非常稀缺的。



叶小芳 苍瑞所
对于市场作业
我不仅要锦上添花
我更会全力以赴
雪中送炭！



夏隽 温州所
正确的目标+详实的计划
+顽强的意志=成功

我的工作轨迹：从2012年到2019年，我负责过不同的渠道，保持工作自律，严格要求自我。针对原有品类，深化市场，加强各区域渠道多元化拓展；针对新品，以车销等方式，让新品快速入市并及时追踪每日销量和通路动销数据，制定有效的促销和分销方案，增强客户信心，稳定市场价格，提高三阶毛利空间。在提高团队生产力方面，对老业务：共同协作调动积极性，对新业务：“一带一”辅导；监督业务生动化执行及通路动销情况，共同学习成长。

我的愿景展望：看到公司的迅速发展，我深深感到骄傲与自豪，也更加迫切地希望能成为管理团队的一份子，除了实现自己的奋斗目标，体现自己人生的价值，也希望能为公司出谋划策，出一份力，和公司一起成长。

掌控我的渠道：学校点终端-重在维护；餐饮终端-重在开发。

错开饭点，选择合适的时间定时拜访；产品组合对应不同类型的餐饮客户；设定合理促销坎级；DC类餐饮门店普遍较小，大坎级促销可能会让商家心有余而力不足，如果能够沟通经销商允许寄仓的话，那就另当别论。



郑陈发 金华所

每天努力进步一点
离成功就更近一步
越努力越幸运！

龙虎榜组长

今年龙虎榜重新启用，个人绩效指标关注“自己与自己的环比指标提升”以促进个人绩效提升，并以此为基础进行日/月排名。以龙虎榜考核竞赛激发大家的竞争意识，提升终端市场面，场面如同气温持续火热。

作为上榜龙虎榜的中流砥柱组长们，必须有姓名。以下来晒晒我们对话部分组长们的“聊天”记录。

给自己和团队定了什么工作目标

做好手机系统资料，提升5大手机系统指标，完成每月业绩目标。



黄文积
福州所组长



江亚红
南安所组长

更努力，更加油！做好终端市场，努力完成下半年的业绩，希望我们南安所今年也能获得优秀团队的称号。

打造一支士气高涨的团队。招聘具有乐观精神、勇于挑战、积极进取的员工；树立典型和样板，激发销售团队潜能；做好培训，培养一种赢文化；做好激励和处罚，表扬先进，鞭策后进，整体提升。



柳德增
闽侯所组长



练丹强
潭龙所组长

每天进步一点点！结合我所处的区域现状，以TPL为主盘运载工具，丰富其余重点品项，不断扩充SKU,相信只要我们坚持动手打点+生动化布建，就会有肉眼可见的进步。

组员眼中的你是怎样的

福州所组长黄文积：1、善于动脑处理和解决问题，借力使力。2、处事稳重，责任心强，起带头作用。3、执行力强，善于走访，勤于动手。

闽侯所组长柳德增：1、某日，柳哥协助我优の冻赠品捆绑，汗水浸透了他的衣裳。我说：柳哥你衣服全湿了。他说没关系，汗水是脂肪的眼泪，赶紧干，下午还要去帮兰姐搬货。他的干劲深深打动着。2、我是一名新员工，遇到的问题特别多，柳哥总是耐心指导、帮我解决。工作压力大的时候，晚上10点多他还悉心缓解组员们焦虑的情绪。对我而言他就像大海中的灯塔，沙漠里的绿洲。（一有问题，找柳哥）

善于发现别人的优点，并把它转化为自己的长处，你就会成为聪明人；善于把握人生机遇，并把它转化为自己的机遇，你就会成为优秀者。

对标最好的别人，成就更好的自己！

本文节选自惠尔康微信公众号《追梦新征程，寻找最美“标杆”》、《在成就更好的自己之前，他们做了什么》、《趣有姓名的人，我们聊了什么》。欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

见证成长的足迹

故事汇

5月的一场“造句企业文化价值观”年度大型走心“半命题造句”活动，让价值观“走下神坛”，走进我们的工作生活中。本次活动主题【见证成长的足迹】倡导成长不必与别人做比较，只与自己比。

许多朋友们走心留言记录自己的成长，留言太短尚不够表达，所以我们又从中邀请了来自不同区域、不同岗位的新老朋友们倾情分享在这成长过程中的故事。

故事性丰富，或偶有启发，与大家共享。

方黎君 漳州所 手机系统使用心得

1、拜访更规律，客户满意度提高：相对于以前没有手机系统，现在的拜访会更规律，客户也会更清楚我们的业务员大概什么时候会到店拜访。

2、对门店情况有清楚的认识，方便日常作业，提高工作效率：拜访规律之后，对店铺的进货管理也会形成规律，系统都会有明确的信息，做到补缺补漏，心里有数。

3、工作自律性好：自己规律自己，也让系统帮你自律，明确地知道我今天要做什么事，怎么做，让业务的开展更顺利。

其实不管是生活中还是工作中，不管是否有手机，是否有系统，人最重要的是自律，只要自律，无论在哪个行业、哪个岗位都会自带光环！我也是一直朝这个方向走，希望自己努力工作，快乐生活！



康明明 湖北所 新人驾到，入战中原

1、初识惠尔康：初识惠尔康在今年的3月份，感觉特别有缘分，因为名字里都有康字，也算是康字辈吧。加入惠尔康之后，通过公司公众号的见闻以及智享学平台的学习，让我了解到了我们惠尔康的企业文化，同时也丰富了业务知识！

2、实战中原：在工作中有领导和同事之间的指点，我很快融入了这个团体，加入了开拓中原这场战争。在实战之中，公司同事领导协同拜访客户，指点自己的不足之处；由于客情在门店开发中显得尤为重要，先“混个脸熟”“先做个好人”，再次到门店和该店老板沟通时就会有更多话题和亲近感，从而促进终端门店开发。多次进行拜访，借助微信渠道，引导经销商建立客户服务群通过群内定期抽奖活动和宣传产品环节增加产品曝光度，以小动作进行大传播！

3、团队成果：同事之间协调作战，配合默契，你来助攻，我来辅助，我们的红苹果走进了终端，出现在了消费者的视线中，满城尽是红苹果。赢得认可的同时也增加了经销商经营我们惠尔康产品的信心。



陈莉萍^{信息部} 系统开发带来智能化管理

通过参与“惠尔康经销商管理系统”的开发深深感受到软件对客户智能化管理的卓越性。在系统开发过程中，我们通过QQ远程、微信、电话与相关作业人员沟通，来深入了解销售订单管理作业流程以及存在的问题。

01系统开发过程中，进货补货改进管理：

改善前（作业不及时、过程不透明、对账难）；改进后（自行下订单、可查订单、自主对账）

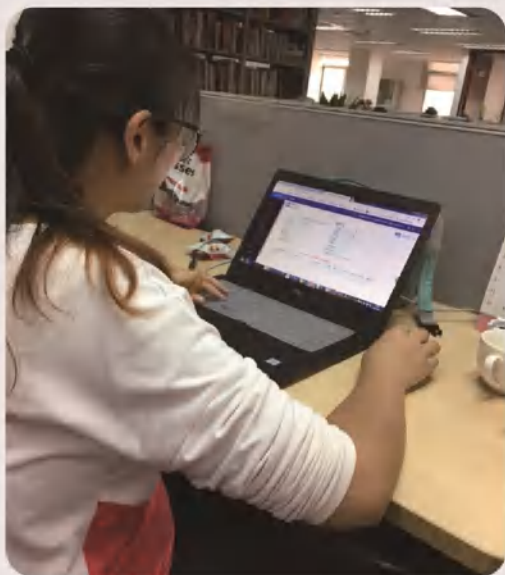
02系统改进过程中遇到困难解决方案：

- 1、搭赠录取：单独开发流程表单，让相关区域的助理来录单；
- 2、系统推广与培训指导：针对经销商下单，首先培训和指导运管和所长，其次由所长给客户培训和指导，我们也会现场指导，并留下联系方式，积极解决系统使用过程中反馈的各种问题；
- 3、加强自身专业能力：通过网络视频、积极参加泛微组织的建模和移动建模培训课等；
- 4、系统数据维护：先将客户的下单产品与运管和所长核对，准确后再找财务部进行客户产品维护。

03系统对客户智能化管理的卓越性

- 1、改进客户购买便利性和购买体验；
- 2、与下游客户加强信息共享，提高供应链上下游协同作业效率，提升销售业绩；
- 3、对账、搭赠等由人工作业改进为系统化管理，可显著提高工作效率。

变革提高效率，我们会和公司一起努力，一起奋斗，并肩作战。



郭金钊^{财务部} 从账房先生到业务伙伴

财务记账，一向是外界的普遍看法。而如今，已是信息化大时代，电脑智能已完全可以替代人工记账，唯有转变才能突破。转变就是要从记账到管家，从功能管控到业务伙伴。融入业务，服务于业务，这才是宗旨。

那么，要做到以上的转变，首当其冲是思维要改变，且做到以下几方面：



财务人员要深入了解业务运作体系，并与业务人员密切接触交流，避免闭门造车，脱离实际，做到用业务来支撑财务数据；

财务数据要从业务中来，到业务中去。其关键所在就是要把业务中的数据，做系统性的全面分析，并转换成业务语言，通俗易懂，为业务的发展提供改进性的建议；例如财务讲究的是借贷关系，而业务则是按对标分析问题的本质；

以业务为主，财务为辅，相辅相成；业务是公司发展的基石，财务则是伴随业务成长的伙伴，相互制约、相辅相成。

张松鹤、李万平

CAN维修

不积跬步无以至千里，不积小流无以成江海

任何设备的改进与更新的灵感，都源自于日常维修中的工作积累，所谓之，厚积而薄发！而创新的动力，也是源自于对现有设备效率的不满足，而产生的改革创新想法与野心。

如应代加工方要求，在礼盒包装中增添泡沫这一材料，以起到礼盒在运输过程中减压防震的作用，避免产品在运输过程中造成的损伤。收到任务，我们马上开始构建方案，整理思路，准备材料，经过一个月的时间，第一代自动加泡沫设备改进完成，进行试生产，然而，反馈的效果狠狠的锤了我们一脸！效果很不好，在泡沫进入礼盒过程中，由于动作不协调，经常会出现礼盒包装了但泡沫却没进去，于是，我们在第一代的基础上开启了第二代的改进创新。

第二代，采用电气传感器控制，与包装机自动控制部分形成联动，并且在各个关节的部位做好光电感应监测。满怀信

心，我们进行了第二次的试生产，相比于第一次效果明显改进很多，但仍然会存在一定的卡泡沫现象，而且在人员上也需求偏多，所以仍然需要改进！

再积累积累经验，终于，第三代自动加泡沫设备在我们的厚积薄发中改造出来了！全设备取消原来的气缸部分，全部采用电气传感与气动控制，将原来所需的4人添加泡沫材料缩减至现在的1人添加，由于采用气动进泡沫，有效地降低卡泡沫现象，提高了包装成功率与包装速度。我们成功了！

没有改革创新精神的维修技术员不是一个好的维修技术员。我们的使命不光是想着要如何保证线上生产设备的工作稳定性，同样还肩负着发现设备现有不足点改进设备，创新设备，提高生产工作效率，降低生产工作成本这些重要责任！共同努力，共同进步。



张松鹤



李万平

活动虽暂告一段落，但每个人的成长脚步与经历永不停歇，每一位奋斗在现实或梦想中的我们，都一定能在每一步的成长中遇见更好的自己。

当大家的努力与成就想要分享时

【惠尔康人】期刊

愿成为你展示的舞台

将各位的心声传达四方

闪耀光芒！

缘自HEK

图文/事业部 顾龙兰

小康说：入职近十年，初心、拼搏、坚持、转型、学习、成长，不曾放慢脚步，持续奔跑在更加优秀的路上！丰富宝贵的十年成长史，无论是刚对入职场的小白，还是有些许迷茫的转型阶段，亦或是成长进阶的人士，或许都会有不同程度的触动与启发。

**拾年，幕落时捡，光阴一寸忆，往昔点滴
奔腾，幕起间启，崭新里程赴，繁锦之约**

STEP1 厦门营业所 KB业务 10.02-11.12 厦门KA所 KA业务 12.01-14.05

那年夏天，风是热的，汗是咸的，但缘分终究是美好的，感恩遇见！
初入HEK，凭着不服输的轴性，让我风里雨里，坚持到底，只为争一口气，不曾言弃。可，如今才懂，青春哪那么容易说，总是需要磨砺才能成长的。那时，为客户一句恶言委屈落泪；为一张订单跟爬虫一样追在主管屁股后面；为卡旺季活动搞一个人打过六连败象谁；为了处理客诉意识到在公交车上睡了个来回；为一场完美的路演活动忙碌到凌晨三点；为盘点库存跟猴子一样在仓库货架爬上爬下……

是的，多么深刻的回忆啊！那个展会分享的每一瞬间，都镌刻在青春里，天记保当时面对整个营业所的设计，大哭一场的画面有多狼狈。如今回音，滤掉了时光，剩下一页篇是泪水的融液，跨时空感动了自己，挺好！

想对十年前的自己说：挺苦的，但坚持下来了，而且干得漂亮，酷！

HEK，您还是我的红根啊，是我们婚姻的见证者。刚好的年岁，刚好的遇见，刚好的缘分。我要敬您，一杯敬您腾飞不止，一杯敬您勇往直前，一杯敬您与爱同行。



STEP2 全国KA部 系统专员 14.06-15.10 全国KA部 市场专员 15.11-16.08

算是最难的一年了吧，翻阅旧日记，那一页页字迹凌乱的自我鼓励，现在看来都觉得心疼。真想抱抱那个时候的自己，怀孕4个月，独自去福州任职，面对新的环境，新的工作内容，新的角色，想来，我TM真的挺能的！

不再只是完成每个月的业绩那么简单了，系统的规划统筹管理，这些更精彩却未知的字眼让我兴奋，感觉看到了更广阔的天空。拉回野惯了的你，沉下心去学习积累。原来，统筹者和执行者，因为角色不同，与之沟通谈判的话术就不同，这无疑是我在HEK经历的第一次转型，从业务员往系统专员转型，从野性往内修转型，从假小子往宝妈转型。似乎一切说难却也没那么难，似乎做得还不错。挺着大肚子，在福州火炉里穿行的日子，远了，却像是昨日历历在目。

感谢再难都没有选择放弃的自己，这一年的磨练，是孤独的艰难的，却也因为坚持，而铸就了之后在HEK职业生涯更加从容坚定的脚步。



STEP3 全国电商拓展部 电商运营 16.09-18.12

真正遇到职业生涯“七年之痒”的时候，竟然意料之外的冷静。可以说在HEK，该获得的都一点都没有落空，一步步走过来了。

如今面对外面可能更好但未知花花世界，总有那么一瞬间，恨不得放下所有顾虑，去外面的世界走走看看。而真的想放下时的时候，突然发现对HEK有着难以言喻的不舍，桌上的植物长得正好，窗外的风景湖美得那么迷人，同事一个眼神便可意会的默契，楼下那家超级好吃的莆田面……拉扯的心，突然静了。就一念之间，也说不清是什么在抚了想出走的那颗不安的心，可能是领导的信任，是同事的鼓励，是家人的理解，总之，我突然又如初时的自己，对一切都充满了动力和信心。

为了更好的应对第二次转型，我自主学习PS、PPT、图文编辑、H5制作等；利用精细化的台账管理，不仅让本职工作有序高效开展，更因此收获了客户的认可和信赖。

时光荏苒，我知道是我的小天使在督促我变得更强大。



STEP4 平台拓展部 主管 19.01-至今

“莫为浮云遮望眼，风物长宜放眼量”。寓意要有远大的理想，凡事不要只眼目前。从大局考虑，站得高方能看得远。而今，奔恰的节点，对这句话的体会也愈加深刻。从门店拜访到系统操盘到市场推广到电商运营到专项运作，由点及面，每一步都缺不得。从只是服务好一个片区完成业绩就万事大吉到需要面面俱到做好长远的项目规划和愿景，我知道我该努力的还不只是一点点，更好的未来已来，我时刻准备着。

我知道，我正在面临更大的挑战，需要我更加自信的姿态，更加全面的统筹能力，更加专业的行业洞察，更加长远的生意计划。我不曾放慢自己的脚步，期待随着年岁，随着无止的向前，我们都能遇见更加优秀的自己。



在HEK，马上奔恰了，庆幸依然保有一颗燃烧的、奋斗不止的、学习进阶的心。

未来，为成为更加幸福的、优秀的惠尔康人，我们一起携手共进。

谨以此文，纪念在HEK奔恰的年岁。朝起幕落，与君共在，生命不息，奋斗不止。

新人拔道 | 初遇惠尔康

文/河南部 万喜萍

午后的阳光总是格外夺人眼球，吃过午饭回到办公室，一切都稀松平常。阳光透过窗户落到我的脸上，整个人变得慵懒起来。手指在上下滑动间看到了智联招聘，就是在这个偶然又冥冥之中的一瞥，我初识了你——惠尔康。

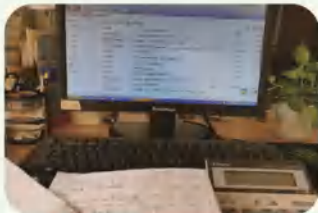
隔天下了小雨，雾蒙蒙的天气让人也笼罩着一股沉重感，总给人一种有什么事要发生的错觉。果然，上午收到了厦门打来的电话，跟一个阳光的大男孩聊了很久，也约定过几天面试。一切意外地进展得十分顺利。

过了20岁的懵懂，30岁的沉稳，古语说40不惑，但是内心却是迷茫的。一个完全陌生的环境，所有的一切都要重新洗牌，有人说，你是什么样的人，便会遇见什么样的人。我仍庆幸，遇见惠尔康，遇见关爱的领导和热情的同事们。

2019年7月15日，我入职的日子，开始了我在惠尔康的职业生涯。

先跟着我的引路人闫露露学习了半个月，她耐心地把各种想到的问题手把手地教给我，让我细心留意。面对销售订单和一大箱需审核的费用，我怕身边的老师离开我，怕没有了靠山，担不起这个担子。第二周，在总部领导的安排下，浙江部廖峰来到了郑州，协助我加强巩固流程和财务方面的工作内容，很多事不是有多难，而是没有自己独立经手，所以心里没底。

8月，老师们都回到了各自的生活轨迹上，我开始独立上岗了。我从每天必修课日常订单开始入手，到后面品项调拨、费用审核等一点点深入，开始跟运管、调度、财务、人事、后勤等各部门协调处理工作，过程中很多容易忽略的细节问题就都浮现出来了。



当我迷茫的时候通过微信QQ询问，各部门同事总是第一时间帮我解决问题细心指导；问得最多的也是最不厌其烦的就是师傅廖峰了，他总是很犀利地给我解说问题点，分享经验，也让我去明白做这些的目的是什么，要怎么做。还记得11月开始的年度预算，当时的我一头雾水，廖峰一面忙着浙江的预算，加着班还一面指导着我该怎么做，怕打字说不清就打电话，在那无头绪的日子里让我清晰了很多。

在财务上的预提、结案、票据粘贴方法等问题，事业一部的杨启远都耐心为我解惑，有一次都下班了还打电话来问我是不是白天找他有事还没处理。人事方面，月初交人事报表，我不明白逻辑关系，小龚就打电话过来一个一个地解说，后面第二个月我生疏时又耐心给讲了一遍。

我们的后盾管家刘姐，一位才华横溢的大姐姐总是全方面地替我们想到各种问题，及时引导、包容着我们。还有很多很多如：孙总、陈总、人事小卢、雅士；运管婷婷、纪李等等很多领导跟同事的关心和帮助，你们伸出的手让我觉得温暖与坚定，让我感受到了惠尔康这个大家庭的爱，这个企业的文化是这么的有温度。

从迷茫不安到临危不乱，感谢所有人的包容和指导。我并不是一个聪明的人，但我确信，我是一个一直在进步的人。也许未来满是挑战，我也相信，仍然会有人温柔且坦然地伸出手，不顾满身泥泞。这是惠尔康带给我的确信。

到了现在这个年纪，能给我们带来安全感的，只有踏实的奋斗和从容的平常心。与其对未来充满恐惧，不如诗酒趁年华，把握现在。愿与惠尔康携手同行，一直走下去。



CULTURAL HOME

文化之家 CULTURAL HOME

不断优化企业文化公众号传播平台结构、丰富活动方式，锤炼内容内涵，用心营造正能量、有温度的文化氛围，努力为大家带来更好的参与感和体验感。通过一年一度隆重的表彰庆典，彰显公司对所有绩优代表的认同及肯定。同时小伙伴们也会记录并分享工作与生活的点滴故事，让我们能够跨越部门、跨越空间建立起更多的联结，拉近彼此的距离。

号召全体惠尔康人都能共同参与到构建我们的企业文化当中来，在惠尔康感受工作带来的喜悦，拥有积极充盈的精神世界，实现自我价值和事业梦想的双赢。





生日祝福 2019年度在惠尔康的生日攻略

文/人力资源部 吴林蔚

01

活动创新 用心关怀



生辰是对过往的回首

亦是对未来幸福的畅想

见惯了时光流驶，便会知道

度过这个特殊日子的最好方式

便是陪伴

而这一刻，惠尔康与你一同铭记

除了突然送上的神秘生日礼物

还有突然聚集的伙伴们

和从天而降的惊喜生日会

带给你措手不及的欢喜与幸福

过往的生日会寿星

收获尊享的盛宴

与祝福的同时

也被赋予传递幸运的权利

下月的生日寿星

从本月的寿星手中抽取

月月相传

但2019年，新年新气象

是时候来点不一样了

如果你的生日由你做主

那么每个人都是幸运的使者

在惠尔康度过生日的伙伴们

已习得“套路”

还未一起庆生的新伙伴我们总会相约

生日当月登录智享学平台

在惠尔康查收你的生日惊喜！

生日快乐

我的生日我做主

游览手册|确认过眼神 是我们惠尔康厂区大家园

小康说：我想带你逛逛环境优美的厂区，去“菜园子果园子”采摘食材，去升级的宿舍楼坐坐；我想带你体验节日的幸福感，从年夜饭团圆、到母亲节祝福、再到国庆节快闪……太多太多，准备好破万的步数，带上这份厂区游览手册，跟着小康向导走起~



厂区一隅

文/品保部 陈栩英



初夏未暑，蝉鸣夷愉。
骤雨停歇，风轻日软。
斑彩置放，花叶盛开。

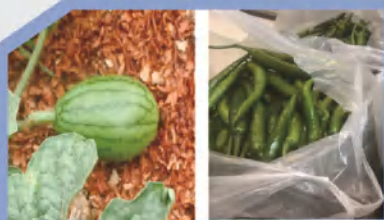


远处枝桠，尽是芬芳。
一副熟睡多时，
从绵长的梦境里清醒的婴孩气，
欢脱地绽放，热闹却不慌张。



来到果园子、菜园子、华铺子

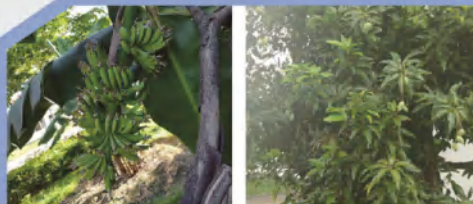
文/物流部 黄宝瑜&CAN 李万平



于是，清爽西瓜、青椒炒蛋，饭桌上见。



我们清理了10号仓库隔壁一块杂草丛生的地方，用工作之余整理了一块可种植的耕地，种下了水果和蔬菜，纯天然无污染的那种哦，绿色又健康...



还有那挂满枝头的香蕉和芒果，让我们仿佛置身于一片果林之中。



宿舍到啦

文行政处 洪明海

宿管大哥

站在宿舍楼顶，望了一眼楼下郁郁葱葱的小花园，我长长的吐了一口气，突然有一种冲动，好想……
呃~别拉着我，我只是想大喊一声：完工啦！

咱们宿管大哥，下次说话能不能一次说完，小康还以为你要……

小康



为了给坚持奋斗在一线的员工一个更舒适的休憩空间，管理层一致决定，花巨资对北楼宿舍进行升级改造，历经半年时间，总算大功告成啦！来来来，咱们走一个~



自动蒸汽水塔：保证水温一直维持在五十度，下班后就可以美美地洗个热水澡啦~



洗衣机：洗完澡懒得自己动手洗衣服就交给崭新的她吧，等待时先灌壶开水，泡个茶，唠唠嗑，吹吹牛吧。



粉刷一新的走廊：闲暇之余三两好友看看中庭的花花草草，拉拉家常，说不定还能找到陪你一生的那个TA。



温馨宿舍：最后是我们的“窝”，整洁的环境有利于更好的休息，辛勤工作了一天，还是打开空调好好的睡一觉吧。好梦~



改造澡房：再也不用跑到距离宿舍30米外的地方洗澡！大喷头大水量，舒服！



要过节了 · 年夜饭，我们在一起

文/行政处 丁桂兰



除夕，厂区一串串灯笼，一幅幅春联把惠尔康装扮得年味十足，在这欢乐喜庆、合家团圆的时刻，惠尔康领导和一群因各种原因无法回家的同胞们一块吃除夕团圆饭，亲切地拉家常，共叙自己和公司的发展，贺一声“新年快乐”，场面好不温馨。



全是厦门的独有的特色：五香条、同安封肉、寿包、咸水鸭、沙参炖土鸡…



接下来是一场来自鲜花的问候

文/同安人资 郑雅露

大型鲜花现场



这还是我头一次收到花呢，没想到是公司的母亲节活动，哈哈哈哈哈

母亲节，怎么说也得搞点大动作来表达下对母亲伟大的爱，搞事情，咱可是说干就干的！

中午时分，食堂《妈妈》的音乐响起，员工们陆陆续续来吃饭，当下以及未来的妈妈们如小鸟儿般雀跃，脸上露出自豪的神情。



将花放在餐桌旁，吃饭都笑得合不拢嘴



未婚未育的小姑娘们也是收到了公司一波强势的恩宠，原来还有照顾到我们是未来的麻麻呀，真是考虑周到，善解人意~



领花妈妈们的合影



男同胞们羡慕的眼神

朋友圈直播

告白妈妈

时光荏苒，我们沐浴在麻麻温馨细腻的爱中长大成人。您总是把一缕缕温暖适时适量地输送给我们，让我们在纷杂的尘世中不丢失那份人之初的纯真，永存那份做人的品性！家庭氛围熏陶下，一贯羞于说出“我爱你”的我，在母亲节将至这个特别的日子里，我想对妈妈您说声：妈妈，节日快乐！我爱您！愿您在今后的日子里更加健康快乐！



工作人员的朋友圈



领花朋友们的朋友圈



来自父亲节的期待



前方高能！国庆节快闪来咯

文/同安人资 赖国群



一场别具一格的“我爱我的祖国，我爱惠尔康！”快闪，以歌声凝聚力量，传递惠尔康人对祖国繁荣昌盛的美好祝愿！



各位龙的传人，我们以自己的方式为祖国母亲庆祝70华诞，我们欣赏着歌曲《我和我的祖国》，我们合唱着《歌唱祖国》，此时此刻，我在惠尔康，祝愿祖国70华诞快乐！也祝愿惠尔康辉煌腾达！



逛到这，步数已过万，急需补充点能量！



惠尔康工厂，愿我们都能在这里收获工作的成就感，活动的惊喜感，生活的幸福感。

优秀员工旅游 一场碧海晴空下的沙巴岛 【旅行杂谈】

文/2018年度优秀员工

小康说：惠尔康会奖励上一年度的优秀员工出国旅行，在经历了一年的忙碌与奋斗之后，在风景美妙的途中舒缓身心，得到心灵的慰藉，同时也是对异国他乡的一种探索。

2019年3月18日——23日，2018年度优秀员工出发马来西亚沙巴岛休闲旅行并顺利回归啦，还为我们带来了别出心裁的【旅行杂谈】。



旅行杂谈第一站

当地优秀发掘

01 采购部-吴斌权

参观马里马里文化村，比较有特点的是每个民族入屋前均有当地人现场制作小吃可以免费品尝。

感想：整个文化村在原始森林中，和国内比少了一些商业的痕迹，让你能够想着去听，去看，去了解他们的生活习俗，如果能够把商业的业态融入可以带来更大的经济价值，如品尝完小吃，看完特色工艺品，可以制作成产品在结束后供游客购买，这样旅游观光购物就形成一条经济链。



02 CAN厂-张松鹤

带纪念品模式之逛商场，看到了菊花茶和冬瓜茶2片罐装，我突然有了一个想法，CAN车间能不能也做菊花茶与冬瓜茶两片罐装饮料？

首先我们的菊花茶、冬瓜茶生产技术相当成熟，设备无需重新购买，员工也不需要再做操作技术培养；其次，这两款产品在市场上口碑向来很好，两片罐装市场推广难度不会太大；国内市场上茶类两片罐装饮料较少，应有销售空间，送礼也相对上档次；并且罐装比乐包饮料在低温冷藏的情况下口感更好。



03 江西部-邓自立

创意流动饮料摊点：

1. 一部车一个人，配备简单，灵活机动，不同时段可以选择不同的地方；
2. 特色饮品，现榨复合果汁（芒果、牛油果、火龙果），层次分明，色彩缤纷，花一杯果汁的钱，尝三种水果风味。

鲜果现榨：①菠萝切开，直接电钻搅碎，配上一把勺子，原滋原味；②电钻轰鸣声就是最好的推销话术，简单粗暴，却直接有效。



04 莆田所-邓皇孟

马来人对待顾客都是彬彬有礼，笑脸相迎。通过与马来人的交流以及解决客人的要求与问题中，我意识到了高质量服务能给顾客留下深刻的印象，为其再次光临打下基础。这锻炼了我的服务意识，同时也明白了学好外语的重要性。

05 品保部-汤绍伟

对于公司打造旅游工厂的借鉴：

- 1、景点示意图：厂区内的一些示意图可以做成卡通形象，给人以休闲的感觉；
- 2、废物利用：生产原辅料的一些废弃物可以做成厂区的装饰品，如废弃的铁桶、树枝、无法使用的设备零件等；
- 3、就地取材：可以用原辅料的一些包装材料做成装饰品或工具，供游客使用或玩耍。



06 浙江部-廖峰

重视语言、文化的重要性：马来西亚的本地居民，除了本国语言，大都会英语、中文，所以掌握多种语言对工作或生活都有帮助；

优秀的营销：许多超市有买7送1,买8送1的促销手段，有别于国内大多是同品项或同品牌内的产品进行促销，他是不同种类的产品，不管吃的用的喝的都可以捆绑，不限制，可选择的范围更广。

旅行杂谈第二站

团队优秀故事

07 人力资源部-吴林蔚

精彩谈价现场：从我们团队的角度来看，谈判主力江西部邓经理和集美所郝所长以及众多完美配合者们与卖方之间上演了一场精彩的谈价拉锯战，我方的谈价能手们以不卑不亢的态度，心平气和地与卖方进行坦诚沟通，表达在理、一唱一和、霸气外露让人无法反驳，最终以我方胜利告终，为我方谋取了很大的福利。现场观感精彩绝伦，直为他们拍手称赞！



旅行杂谈第三站

旅途生活感悟

08 纸包装厂-吴江

给我印象最深的是潜水，我们平时呼吸基本都是用鼻孔，可是潜水就不一样了，穿着潜水服，背着30多斤的装备，在水下要用嘴巴呼吸，说起来简单但真正做起来也挺难的，原因是要打破常规。（其实我们的工作生活也是一样的，不要总是在熟悉的圈子里游弋，要有破有立，勇于面对困难，挑战自己）。大家都勇于挑战自己，不言放弃，最终都潜入水下10米，那一刻的激动与喜悦，只有亲身经历才能体会。



旅行杂谈第四站

趣味游记分享

09 集美所-陈美玲

美丽的美人鱼岛海水清澈见底，鱼儿五颜六色，沙滩洁白细软，远远望去海天连成一片。在这岛上最好玩的莫过于浮潜了，快艇会带着我们到海中央让你下去和鱼儿有一个近距离的接触，不过我胆小不敢下水。



旅行杂谈第五站

创意无厘头

10 苍瑞所-李彬

借助抖音李雪琴成名套路：我现在在亚庇伊玛戈购物中心，这里会根据游客的需求进行产品上架，还有您看：这里的厦门面线快卖完了，咱们国内的产品卖到国外多畅销啊！



有人说：旅行不只是看，更是找到自己内在最美的东西。外在的风景，其实是你自己的心情。不只向外观察，也在向内思考，还有，与小伙伴们的携手同行。或许，这才是旅行最美好的意义。



党建活动|学习谷文昌精神

文/采购部 吴斌权



瞻仰先烈

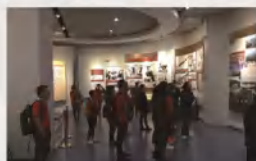
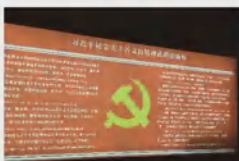
“不制服风沙，就让风沙把我埋掉！”

昔日东山，风沙肆虐，旱涝为害，一片荒凉。1950年，谷文昌随军渡海解放福建省东山县，1955年起任东山县委书记。正是有这种立足当前，着眼长远的理念，才为今日东山县成为国家级生态县奠定了坚实的基础。

12月，厦门惠尔康党支部成员一同前往赤山林场，瞻仰绿色丰碑参观谷文昌纪念馆。

学习谷文昌精神

在谷文昌纪念馆，各位党员认真倾听讲解，通过历史资料、图片和物品，全面理解谷文昌同志是一个心中有党、心中有民、心中有责、心中有戒的好干部，是所有党员学习的榜样。



重温誓词，牢记使命

由黄焕嵩书记领誓，集体宣誓，重温入党誓词。经过了一天的学习，我们深刻地领会和理解谷文昌精神，身为党员，身为非企业职工，我们要把谷文昌精神转化为行动，在工作中，为企业永葆活力、永续经营贡献力量。

党员感言节选

黄焕嵩：谷文昌精神学习是一次精神的洗礼。“一个人活着要有伟大理想，要为人民做好事，为人民奋斗终生。”党支部、党员须永葆先进性，要将思想转化为行动，为企业的发展而努力奋斗！

颜亚冬：新时代党接班人我们要学他的勇、学他的智、学他的仁、学他的刚正不阿，为企业、为社会尽自己的一份力气。

郑露露：在谷文昌同志的雕像前重温誓词，集体宣誓的时刻，自豪感油然而生，为自己与谷文昌同志同是一名党员而感到骄傲，与此同时，更多的是责任感在鞭策着我，日后必以党员的高标准严格要求自己！

陈阿萍：我们永远不要低估自己的价值，正确的事情坚持做，在平凡的岗位也能成就不一样的人生！

林小琴：谷文昌前辈们数十年如一日坚持默默奉献的精神，造福一方，真正地为人民服务。用初心换民心，让人民永远怀念谷公。

洪秋婷：学习谷文昌同志严以用权，树立忠诚、干净、担当的新形象，树立正确的政绩观，多做打基础、增后劲、利长远的工作，坚持把为人民服务、解除群众疾苦作为共产党人的不懈追求。

首届康羽杯羽毛球赛 白是落不下了

文/#康羽杯#所有参与者们

故事的开始是这样的

24位选手，翻山越岭跋涉到这坐落于某山上的球馆，乘着“男女搭配，干活不累”的原则抽签随缘组队，就是这么惊喜，成败在此抽签一举！

组完队再抽签分为三个大区，三大战区同时开战！每组先拉出去打3场车轮赛，就是打！别怂！

三场车轮赛下来打得我是眼冒金星，好的没有晋级，终于可以在场边喝喝葡萄糖、吃吃牛奶花生、嗦巧克力了，退居吃瓜群众，你们加油！

打到前四名我太难了，啃完一根香蕉继续抄上家伙，我和搭档又是两条好汉，冲击冠军我们来了！

各路从生人打到熟人的选手在历经了5小时的厮杀友谊赛，圆满落幕啦！

所以故事的结尾就是

大家威武，撒花~

快把话筒和镜头转给现场记者补坑



现场记者

大家好！这里是惠尔康首届#康羽杯#羽毛球比赛现场，我是大家的老朋友小康，本场比赛将由我为大家带来现场播报。



赛前热身



能量补给

赛后一辩 刘瑞萌

赛：羽毛球比赛的抽签组合和出场顺序充满神秘感和惊奇，两位公认球技最好的组织者放弃最贵的比赛甘愿充当主裁判的职位为球友们服务，严格执行规则，执法且专业，不假不行。

苏：遇到好搭档、分到幸运组、顺利进决赛，虽获亚军，仍觉惊喜，颇有赖赢之像看乐。

厦门新 苏巧白

抱着重在参与的心态来参加公司举办的首届羽毛球比赛，事前没有准备的我看到一个同事们五彩的球衣，专业的热身姿势，默默地为即将抽签抽到我的搭档擦了一把汗...

第一场比赛，我们以2-1赢了第一局，信心明显增加，稍作休息之后又轻松拿下第二局，第三局体力逐渐耗尽，加上对手实力强大，遗憾止步于小组赛。

明成 苏高彬

说是说娱乐局，但终究是比赛，还是会有获胜的想法，虽然自己菜，但在比赛中也会想些技巧去取胜。

在比赛过程中除了个人水平之外，竞技比赛也是一场心理战。我们想要表现的**帅气、利落**，这样打起球来，既不会太紧，也不会因为输掉几个球而泄气，从而给对手错觉。我们还要**保持冷静**，以一种确实的心情面对我们的对手，给他一种错觉，让对手以为你一直很轻松，没有感到疲惫，**绝对不要造成心理压力**。这些小技巧就只能对付和我们技术差不多水平的人，最终还是输给了拔高一筹的人，所以以后还是要多加学习和练习。



快乐羽球



运营组 苏高彬

这次比赛除了让我们锻炼了身体，增加互动，给我更大感触的是，可以认识到很多不同岗位上的同事，以后相处就可以招呼一声或者聊上两句，也能了解到不同岗位大概的工作内容，对公司有更全面更真实的了解，对企业越来越有认同感和归属感。

明成 苏高彬

在这次比赛中见到了许多我们工作中有接触的人，但从未见过面，当见到面时觉得格外的亲切。有缘的是发现了一个和我隔壁村的老乡也在惠尔康，一口家乡话说起来，恨不得找个地方坐下来聊个半天一天的。

事业部 苏高彬

30多人，排场不大，却是一场小型网友奔现见面会，一部分同事平时的交流止于工作范畴，见面交流的机会较少，这次见到了一些只闻其名不见其人的网友和网友，算是一个缘分。



奔出现场



运营组 苏高彬

羽毛球是一项适合各个年龄段的人参加的大众健身活动。公司组织羽毛球比赛，各个部门的人积极的参与其中。大家全神贯注盯着飞球，跳跃挥拍，你来我往，互不相让，在比赛中互相协作，也有竞争，但不论是否在比赛中，都享受快乐的过程，不论输赢如何。感谢组织者，在本职工作之余，挤出自己的业余时间研究比赛方案，联系场馆，为整个比赛的顺利进行奠定了坚实的基础。

研发部 苏高彬

比赛在快乐、轻松的氛围中结束了，现在我还回味无穷，因为他带给我的不仅是比赛，更多的是带给我的无穷乐趣。与其说是比赛，还不如说是一次互动！让同事们之间增进感情，让部门之间增强团结，让公司的文化更丰富！

事业部 苏高彬

主委会细心周到，从出行路线到抽签分组，议用水能量睡一睡不拉，甚至考虑到业余选手居多的现状，林盛主、黄盛主自动升级为裁判长，必须给主委会点个赞。参赛选手的热情也空前高涨，现场充满欢声笑语。

在全场比赛结束后，两大盛主才喘口气，与冠军选手、亚军选手一起来了一场专业级表演赛。



快乐羽球



冠亚季军角逐



冠军队伍

事业部林孝洪&财务部吕丽珍

赛事三辩 林孝洪

很荣幸与吕丽珍同事获得首届集团羽毛球大赛混双的冠军，感谢此次组委会成员的辛苦筹备！感谢公司给予我们员工工作之余打羽毛球活动交流的机会，既能强身健体，又能劳逸结合。希望后续举办更多有意义的活动，让公司志趣相投的同事能有更多沟通，加深彼此了解的机会，进而促进部门间更好协作。舞动羽球，快乐无穷！O，YE!

时尚御 吕丽珍

很意外的在惠尔康首届羽毛球赛上拿到了混双冠军，首先是感谢组委会的辛苦组织，感谢这么多的羽毛球爱好者来参加，感谢队友林孝洪的优秀表现，同时希望通过本次比赛，能够吸引更多的羽毛球爱好者，让大家积极参与到锻炼身体中来，在繁忙的工作中找到释放压力的空间，增进跨部门之间的沟通。来吧，还在犹豫什么呢，带上装备，来一场酣畅淋漓的全身心运动吧。



亚军队伍

电商事业部肖建忠&事业一部刘娟莉

电商事业部 肖建忠

感谢公司给予这次表现的机会，感谢我给力队友，一直奋斗中的小伙伴，跟我们一起动起来。

事业一部 刘娟莉

喜：我们的羽球迎来了“首屆”大赛（秀）！天刚亮，就带着小学时爱春的心，还有那向事带的羽球拍，早早出门，安顿上车赶往比赛场馆；悲：然就，悲催的是下车后竟茫然找不到前往场馆的路，出行方案图上标注的下车后466M的路竟走了快半个小时仍然未果，一度悲观沮丧到要放弃参加比赛。直接乘车返回；愧：微信群里好球友们一直嘘之以情，动之以理地真情劝慰和装备，直至同安先到的热心同事亲到车站指引至场馆，到现场惊觉：满满的见过及见过的同安、金源、马球营业所的同事早早就到了，已经拳脚大开地上场热身；谢：感谢惠尔康、感谢俱乐部、感谢2位帅哥群主、感谢三部两地众球友。比赛完全超出我们当初的想像，不乏精彩、全程开心；祝：惠尔康未来能有更多有趣有益的活动举办，积极参与的惠尔康人更多，我们的大家庭更富吸引力。



季军队伍

事业一部杨启远&采购部张慧

事业一部 杨启远

感谢惠尔康，感谢羽球社，关注健康，支持锻炼，希望羽球社越来越壮大。

采购部 张慧

2014年羽球俱乐部成立，历经5年时光，我见证了俱乐部的成长，也见证了伙伴们的成长，有从不会抓拍到现在也能参与比赛的，有从单枪匹马到学会团队协作的，有从初次胆小陌生到实实风生切磋球技的，有从不会经营管理到把俱乐部管理的井井有条等等；当然羽球俱乐部也见证了我的成长。

很感谢本次比赛的主委会，感谢裁判、感谢队友，感谢大家的付出和参与，更要感谢我现场随机抽签组成的队友杨启远，我们经过3轮小组赛轮战，前三名追逐战，在比赛中我们不断的根据不同的对手及时调整战术，在比分悬殊较大的情况下不放弃，相互鼓励，紧咬比分，最后险胜夺下季军。抛开工作的烦恼，尽情挥舞球拍，运动是为了更好的投入工作，还未加入羽球俱乐部的同事们，请安排好自己的工作，我们在羽球俱乐部等你。



不组织一场活动，永远不知道其中的意义。

感谢所有参与者的支持，才造就这一场“神仙打架”的高能赛事。

未来道路很长，我们积跬步，行千里，努力为惠尔康人提供更好的活动。

一场球赛已经结束，我们相互击掌走下球场，期待下次继续！

小康说：又到中秋，又见月圆。在中国的文化里，中秋被寄予了太多的情感。闽南人的中秋用博饼告慰思念，讲求的不过团聚的欢乐和博一个“好兆头”。而惠尔康人也希望用中秋团建活动来使每个成员感受到温馨与幸福。

这不，锵唧唧，各部门博饼活动都开始了！

文化之家
CULTURAL HOME

惠尔康中秋情景剧

当主持人小哥哥一声令下，
餐前拉歌正式开始~

CAN&PET厂&物流部 “中秋博饼聚餐” 之餐前拉歌

文/CAN&PET厂 李万平



02

员工之家
走心分享

CAN & PET

仓储的兄弟，行不行？

你说行，我就行。

仓储物流

CAN & PET

那山歌来一支？

好，我来起个头！唱支山歌给党听哟！唱！

仓储物流

你方唱完，我方嘲讽，就算你方不唱，我方也会继续嘲讽！



感受博饼的热烈氛围与美好祝福

热情の烧烤

烧烤中，男生们颇为“贤惠”，动作娴熟，充当起烧烤的主力军，在炭烤架上用双手和各种调味料赋予食材新的生命，创造出别样的味蕾体验。

企划&电商&研发 联手狂欢趴 之热情烧烤

文/企划部&研发部



以下插播一条硬广：
一时烧烤一时爽，一直烧烤一直爽。烧烤和C打很配哦~



欢乐团建



浙江部 之博饼起源

文/浙江部 廖峰

其实浙江人民压根没听过博饼是什么，但由于公司起源于厦门，同样作为公司的企业文化传播在每年的中秋，因此浙江区域的同事，也对博饼相当熟悉和钟爱。



武汉扬子江工厂之团圆月饼发放



事业五部之湖北中秋聚餐，喜庆团圆佳节



谈笑风生间，
月移高空去。
人虽已散场，
但是关于团聚，
关于感恩，
关于祝福，
像岁月走走停停，
从不会逾期。

部门团建|有你有我有精彩

文/黑龙江部 崔娜&黑龙江部伙伴们

小康说：团建，不仅是吃喝玩乐，在旅途中，还能加深团队的归属感与成就感。

黑龙江部，在忙忙碌碌中结束了2019年上半年。上半年里我们谨记“淡季做市场”的行业规则，选择在TP红苹果优势县级市场、核心地级市场导入TP六联包红苹果；在KB及社超点进行堆箱陈列售卖。同时针对核心地级市场及优势县级市场的BA餐饮进行PET1.5L红苹果的铺货。

黑龙江部如期达成了上半年的挑战目标。荣幸得了领导的江南团建奖励，南京-苏州-杭州-上海，期盼已久的公司团建开始了！



黑龙江小伙伴们的心里话



哈尔滨所胡要柱

上半年哈尔滨所所有同事不畏艰难、超越自我完成了挑战目标，7月一起领略了在东北感受不到的江南秀丽山河，在本人内心来说无比开心、幸福。愿时光不老，愿我们不散，加油黑龙江部！



黑西所陈炳旭

风和日丽暖，夏意现昂然。本次五日游，同事尽相伴。我喜欢这个团结大家庭！



佳木斯组长
陈龙祥

提高了同事之间团队意识和凝聚力，调动积极性，以更加饱满的精神状态投入到接下来的工作中。很多事情就像是旅行一样，当你做出决定并迈出第一步的时候，最困难的那部分其实就已经完成了。

团建的点点滴滴历历在目，大家的欢声笑语依然回荡在耳边。这次团建既是让大家放松心情，也是外出学习的好机会。工作的我们一丝不苟，严谨自律；生活中的我们时刻充满着年轻活力。我们爱工作，也爱生活，相辅相成。

接下来我们将面临一年之中的重中之重——年底订货会。相信在领导的带领下，黑龙江部全体人员一定能够保持上半年的拼搏精神，勇于担当，冲在最前，按步骤有计划地做好接下来的工作，势必能拿下今年的挑战目标！



黑东所
双DOUBLE组合

告别了城市的喧嚣，没有了工作压力的围绕，使老员工更有凝聚力，让新员工感受到加入的是一个和谐又充满激情的团队！（七台河二人组：李晶、袁红芹；牡丹江二人组：刘成刚、张呈宇）



大庆独立组
铿锵三人
刘春莹、陈森、曲晓宇

所有的成绩不是一个人能够办得到的，必须有一个强大的、有团队协作精神的团队所支持，才能创造出一个又一个辉煌。



六朵金花

工作之余|业务大佬的“非典型生活”

文/福州市市场处 陈蓉蓉

曾几何时，吃饭成为大家心头一个令人困扰的问题：酒楼点菜太贵，外卖有点腻，不是过分油腻，就是过分寡淡，要么过分软烂，要么难以下咽，每天下班吃什么成为大家心头的痛点。

痛定思痛，为了每天能吃上一顿好饭，福清所所长终于说服大家开办了福清所后厨，摇起自力更生保“胃”大旗。我也是在此时加入了这个温暖的大家庭。

情景一 无语篇

本以为“范博文的厨房”会是我们温暖的港湾，抚慰我们被摧残到狼藉的胃，没想到……

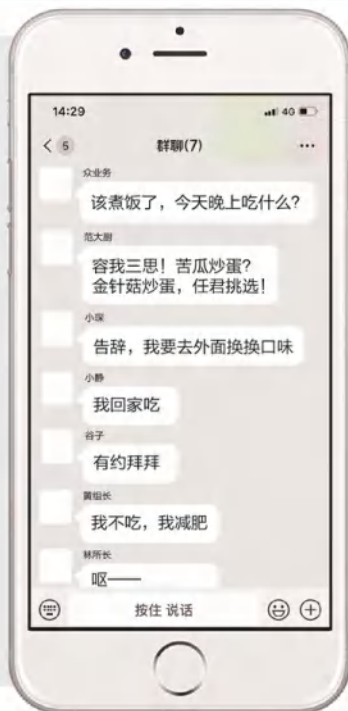
第一天：稀饭+苦瓜炒蛋

第二天：稀饭+金针菇炒蛋

第三天：稀饭+苦瓜炒蛋

……

第七天：稀饭+金针菇炒蛋



情景二 解救篇

民以食为天，本以为在这暗无天日的魔鬼生活里，我们只能将就，没想到“老吴”身披金甲圣衣，脚踏七色彩云来娶……

老吴名唤吴侃然，“微拜侍中，每朝廷大事，侃然正色，有官惮之”的侃然，简言之就是刚正不阿的亚子。



某次茶余饭后，老吴咂咂嘴，带着浓郁的福州腔开始点评满桌菜色，哪个火候不够，哪个做法不对，听他一道道来，真有几分大厨的味道，“颠勺”这事被挖了出来。



情景三 幸福篇

老吴的厨艺，在于化腐朽为神奇，看似简单的家常菜，都能成为配饭上品。天上飞的，地上走的，海里游的，到老吴手里，只听厨房里“哐哐哐哐，哆哆哆哆”一阵，到桌上就是色香味俱全，总能勾起馋虫。

待老吴露了一手功夫，嗷嗷待哺的小伙伴们食髓知味，到了下班点就呆在后厨不走了。



情景三 大厨培训班

新一期的“大厨培训班”诞生了，每天都有业务跟在老吴的屁股后面学艺，久而久之，大家都掌握了一些做菜技巧。从单人秀到大家一起来动手，日暮西沉的办公室变成了网罗天下英才，培养厨师精英的“惠尔康厨师技校”。

在老吴耐心调教指导下，原本洗个活螃蟹能上演一部鸡飞狗跳搞笑动作片的小琛，现在也能驾轻就熟，成为一名优秀厨房帮工。妈妈再也不用担心小琛分不清葱姜蒜，盐巴和味精了！

今天来就是为了夸一夸小伙伴，以及我们团队协作的幸福生活，夸完以后继续蹭饭~

本文节选自惠尔康微信公众号《业务大德的“非典型生活”》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

惠尔康娃|新学期的期待



三年级张景淇
宝妈：林小秋

很快暑假就要结束了，我的美好生活要等寒假再继续了。爸爸妈妈说如果成绩好要带我去更远的地方旅游，我很期待，所以我得好好努力，加油！



一年级刘欣好
宝妈：蔡鸾斐

即将成为小学生的我和妈妈有了一个爱的约定：我：爱上学习，认真努力。妈妈：努力维持慈母的状态，少生气。



三年级李裕姝
宝妈：魏清华

新的学期就要来啦，希望我能多一些努力，争取再次考入全年级前二十名！老妈不要让我上那么多的培训课，老师不要布置那么多的作业！

小康说：每个时期小朋友们的暑假生活也不是无穷的放飞自我与玩耍，他们也有他们的“工作”和烦恼。祝福所有的大小朋友们在新的一个学期里面，收获生活上更多的快乐与学业上更大的进步！

本文节选自惠尔康微信公众号《惠尔康娃的暑假生活》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

徒步之约|天竺山踏春季

实不相瞒（瞒也瞒不住），我们在3月的“天竺山徒步大会”，度过了一个相当有“排场”的周末！13000余人的徒步大会是什么概念？可以看图了解一下~

本届活动还邀请原国家体育总局训练局局长徐利、原中国女排奥运金牌主教练陈忠和等体坛名流及各界嘉宾参与，为现场添彩助阵。

涵盖了各个行业，当然怎么少得了惠尔康——看一路上最靓的风景和最可爱的我们。

惠尔康，在行动（文/厦门市场部 张慧敏&高海燕）

为响应全民运动的口号，惠尔康特别提供葡萄糖饮料赞助此次大会，为参赛者提供沿途补给。

针对优の冻产品的特性将活动点安排在四季花谷亲子组线路中，活动以趣味亲子DIY为主题，通过动手制作加深消费对优の冻的二次记忆，形象推广与产品促销相结合，在深化品牌运动形象的同时直接带动消费。

累并快乐着的徒步半日游（文/惠尔康宝宝 张景淇，宝妈林小秋）

妈妈说周六早上要去海沧参加亲子组徒步活动，我充满期待，激动得睡不着，早上五点就醒了，到了那边还有点早，我就和爸爸练跆拳道。

开始出发了，为了尽快拿到奖牌，我们都走得很快，我是基本用跑的，很快把爸爸妈妈甩在后面了。在徒步的路边，有妈妈公司的阿姨在为大家提供葡萄糖饮料和优の冻DIY活动。

亲子组只有3公里，不到四十分钟我们就已经全部盖完章，我自己快速跑回领奖处领了奖牌。因为感觉3公里对我来说太轻松了，所以我建议爸爸妈妈继续参加10公里休闲组徒步。在4公里的时候妈妈已经累得走不动了，而我又想尽快走完再拿到心仪的奖牌，所以爸爸妈妈走到6公里时我已经到了7公里的地方。徒步一路上我们拿妈妈公司的惠尔康葡萄糖补充能量和水分。

说实话，在7公里时候我也已经很累了，但为了奖牌我仍继续坚持着。在中午12点22分我们走完了休闲组的10公里，并领取了奖牌。

小康说：徒步既是对身体的锻炼、也是对心情的放松、还是增进感情的联结，在健康愉悦、平衡工作与生活、传递正能量的路上，惠尔康一直与大家相伴。



【惠尔康微信公众号】 企业文化“百事通”

2019年，在全体通讯员与投稿者的持续努力下，惠尔康微信公众号微期刊的质量得到了锤炼与提升，内容涵盖了公司动态、品牌故事、成长突破、文化之家、多样化活动等多维信息，累计发布微期刊超过160期。

2020年，我们依然共同汇聚智慧与力量，“上”获取公司战略，“突破固有思维与习惯”、“拥抱新鲜事物与知识”，“创新，做一件不一样的事”，形成一致步调；“下”了解各方资讯、拉近彼此距离，发掘、传播身边正能量，我们都是惠尔康最靓的“百事通”。

投稿百事通

投稿对象

全体惠尔康人和惠尔康宝宝

稿件经采纳发布

及时的“稿费零花钱”，年度“优秀投稿者”“优秀作品”

庆典舞台、荣誉、证书、红包、掌声通通属于你！

投稿找哪里

- ①找到你的通讯员队长，一步投稿；
- ②找到小康，可以加好友私聊的那种！



【惠尔康微信公众号】
扫码解锁更多资讯



【惠尔康微信号】
扫码互为资深好友

智享学平台 掌上移动平台



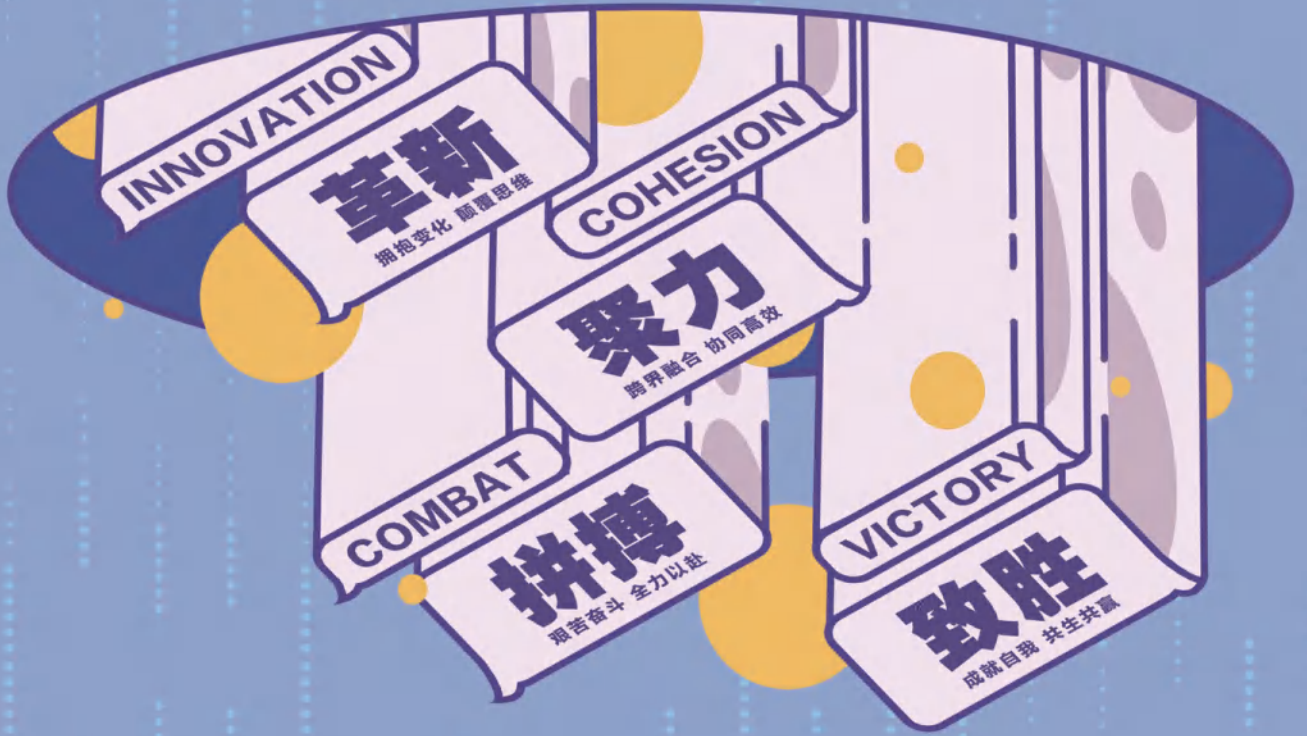
【智享学平台】
智慧·分享·乐学

梦想从学习开始，事业从实践起步。从古至今，学习历来备受重视，当下互联网发展迅速，人们的学习途径也随之多样化、多变性。

为实现公司人才“线上+线下”的学习+实践的培训新战略，打造良好的学习与成长生态圈，2019年11月惠尔康学习平台全面升级——智享学平台上线啦！它赋予培训+业务+娱乐多纬度的运营思维，2019年只是开始，2020年我们将推出更多新功能，更多有用有料的知识和信息将通过更有趣的互动形式展现在大家眼前。

赋能全员，期待共建！





INNOVATION

革新
拥抱变化 颠覆思维

COHESION

聚力
跨界融合 协同高效

COMBAT

拼搏
艰苦奋斗 全力以赴

VICTORY

致胜
成就自我 共生共赢



公司：惠尔康集团有限公司
地址：福建省厦门市湖滨南路57号金源大厦26楼
邮编：361000
电话：0592-2272090 传真：2277288
邮箱：linwei_wu@hek.cn
网址：www.hek.cn