

高露洁®  
Colgate®

全球

62%\*

受访家庭选购高露洁产品

\*数据来源：尼尔森消费者指数“2018年全球品牌忠诚度报告”



杨幂

高露洁品牌代言人：杨幂

三笑 SANXIAO®



让世界没有蛀牙 Colgate

高露洁公司成立于1806年，于1953年与棕榄公司合并，正式使用高露洁棕榄公司名称。2000年，高露洁三笑成为其在中国的全资子公司，负责三笑品牌牙刷的生产经营及承担了其它国家和地区的高露洁及黑人品牌牙刷的生产。如今，高露洁公司生产的个人护理品已经销售到200多个国家和地区，“让世界没有蛀牙”更是成为消费者耳熟能详的广告语。



中商惠民  
WWW.HUIMIN.CN

2019年5月刊

民生为先 诚信惠民

成就客户 成就自己

惠生活 益民生



周年庆  
2013~2019

星耀惠民 筑梦前行

6th ANNIVERSARY CELEBRATION

# 嗨家便利加盟 火热招商中

## + 品牌介绍 +

嗨家便利是中商惠民旗下的连锁加盟品牌，加盟业务主要针对原有中商惠民合作的 60 万家小型社区夫妻老婆店，通过加盟合作的方式，对店铺进行形象升级、管理升级、设备升级和商品升级改造；在整个升级改造过程中，嗨家便利以专业的角度给予管理与运营方面的最大支持，最终达成帮助加盟店提升营业额的目标。

## + 加盟流程 +



## + 加盟优势 +

- 1 店铺升级 10 天化
- 2 商品进货源头化
- 3 收银系统智能化
- 4 经营类目多样化
- 5 物流运输高效化
- 6 售后服务完善化

嗨家全控店承诺店主日销售额提升 **30%**



加盟热线: 400-0999-200 / 185-0195-7902( 张先生 )

## 下个六年，创新再造出发

——写在六周年庆之际

提笔六周年，不轻松，因为我们刚刚熬过2018的寒冬，熬过去意味着活下来，这个六周年恰恰是再出发的新起点。

一家伟大企业的诞生从来不是一帆风顺的，远有华为、等巨头公司，近有阿里、腾讯等新兴产业公司，没有一家不是筚路蓝缕，慷慨激昂地走过。

所幸，我们在创业早期，早早遇到了挑战，早早遇到了苦难。摔得早，意味着成长得快！因此从第五年进入开始，我们有意放慢步速。

我们内审组织，增速提效，我们外审服务，精耕细作。

然而这样的“慢”并不被所有人认同。外部突来压力，环境错综复杂，但是我们不抛弃，不放弃。恰恰是坚持的这份“慢”，让我们能熬过去活下来，2018年，我们的前进步伐没有停滞反倒生生向前，这是坚持的力量，这是坚持的胜利。

昨日我们再次入选CB Insights2019全球独角兽，面对纷至沓来的祝贺时，我们深知这份荣誉的价值和压力。前路漫漫，如履薄冰，战战兢兢，唯有扛起这份重任，激励我们所有惠民人再出发，再拼搏，再奋进！

六周年意味着新的开始，对于中商惠民而已，我们要继续抱有理想和希望，扎扎实实做好B2B的服务。同时我们要将创新再造作为下个六年的目标和方向，再造组织，重塑系统；再造服务，创新机制。唯有激励创新，企业才能焕发长久的活力，唯有激发组织，员工才能蓬勃朝气。

我们是创业路上一群含着喜悦泪水奔跑的疯子，我们有足够的理由相信希望，坚持初心！

下个六年，拼命到底，一路狂奔！

张一春

2019年5月季刊 (总第56期)

主 办：中商惠民电子商务有限公司  
 版权所有：中商惠民电子商务有限公司  
 编 委：中商惠民战略发展中心  
 主 编：巨晓娟  
 执行主编：吕晓清  
 编 辑：张泰 筱玖 巴乔  
 美术主编：董娇娇  
 出刊日期：2019年5月1日

中商惠民总公司  
 电 话：010-84938977  
 客 服：4000-999-200  
 网 址：www.huimin.cn  
 地 址：北京市朝阳区广顺北大街5号  
 融创动力科技文化创意创业基地B座五层

广告合作与投稿事宜  
 可与我们微博或微信联系



## 目录 CONTENTS

03 热点资讯  
 行业新闻  
 企业新闻

10 六周年大事件

14 人物  
 让“惠生活·益民生”真正进入小店——记惠民北京分公司业务代表黄聪  
 速度赢天下，诚信助发展  
 怎么在居民楼中玩转便利店  
 震惊！60后大叔竟靠这一招净利过万！

26 凝聚力

32 便利店新锐  
 零售店如何做好社群营销？

34 惠民活动

38 爆品推荐

42 小老板商学院  
 玩转社区、社群、社交电商营销

46 乐享生活  
 西雅图怎么玩？教你三天爱上西雅图

50 超市联盟

53 休闲

### 行业新闻 — 厂商动态 / 传统零售

#### 可口可乐一季度营收可观 年底上市咖啡业务



可口可乐的最新财报显示净销售额增长 5% 达到 80.2 亿美元，净利润则为 16.8 亿美元，相比去年同期的 13.37 亿美元，增长 23%，也回转过 2018 年第四季度的下跌影响。

可口可乐 CEO James Quincey 表示：“持续创新对持续增长至关重要。”“今年年底可口可乐将在全球 25 个市场推出另外一款新产品”可口可乐咖啡“（Coca-Cola Coffee），简单来说这款新品是苏打水和咖啡的混合。它的糖分比普通可乐低，咖啡因含量比咖啡略低，但超过了一罐可乐的咖啡因含量。

（来源：好奇心日报）

#### 整改运动开始终止与11家经销商合作



4月23日，从四川省宜宾五粮液集团有限公司（以下简称“五粮液”）相关负责人处了解到，宜宾五粮液股份有限公司市场部、品牌管理事务部、品牌保护与售后服务管理部联合组建的联合督导组发布了《对近期两起违约跨区域销售的处理通报》、《对步步高商业连锁股份有限公司产品外流进行处罚的通报》、《关于终止十一家经销商（专卖店）合作的通报》、《关于取消违约销售终端参加春节活动的工作联络函》四份文件。

据了解，此次处罚共涉及15家经销商（专卖店）、1家KA卖场、16家终端门店。在核查后，针对违反合同约定等行为，五粮液决定与其中11家经销商（专卖店）终止合作。同时，五粮液还明确责令4家运营商进行整改，并对公司内相关职能部门和负责人进行黄牌警告、扣减市场秩序考评分、取消1218评优资格等相应处罚，要求战区重新评估销售能力并重新核定配额。若再发生违规行为，将被取消专卖店或运营商资格。

（来源：北京商报）

#### 雀巢今年计划推出170款新品

在FBIF 2019食品饮料创新论坛上，雀巢大中华区首席营销官江妮妮称，雀巢今年计划在中国市场孵化170个新品，这一数字相当于2018年的2.5倍。

今年的新品主要集中在下半年，雀巢中国每个月都将制定重点品类的新品上线时间。按照计划，雀巢今年夏天将有新的咖啡产品上市，还将推出针对学生群体的营养产品。

170个新品对于雀巢中国是个相当大的数字。雀巢中国2017年上市的新品是34个，2018年已经翻倍至68个。雀巢在中国市场加快新品上市速度，主要是因为新品开发、上市的速度都在变快。

（来源：好奇心日报）

#### 怡宝推出无糖茶饮



饮料消费旺季即将到来，即饮茶市场的竞争又开始了，最近怡宝推出了新产品“佐味茶事”。

这是怡宝第一次进入茶饮领域，主打卖点是健康，零糖、零脂、零碳水化合物，还加入了膳食纤维，这些都符合现在食品饮料的市场消费趋势。新品有乌龙茶和红茶两种口味，含量 430 ml，建议零售价为 6 元，首先在北京、上海和广州的线下渠道上市，接下来会逐渐扩大销售范围。

（来源：好奇心日报）

行业新闻 — 传统零售

### 北京明年计划改造十个商圈，更多 24 小时便利店



改造 10 条商业街区、促进夜间消费将是北京 2019 年商业规划的重点。

近日，北京市商务局长闫立刚在 2018 年度北京商业高峰论坛上公布了一系列计划中的工作内容——“重点打造 10 条特色示范商业街区、培育 100 家连锁品牌企业，建设 1000 个生活性服务业网点”以及更多的 24 小时便利店。

最先被提出来进行升级改造的 2 个商圈和 2 条商业街，分别是公主坟、回龙观天通苑，以及王府井、前门大栅栏。

在北京治理“开墙打洞”的背景下，社区商圈在城市居民的生活消费中被提到了一个更重要的位置。而随着新购物中心开业，北京一些传统商圈的消费者分流，乃至造成东强西弱的局面。

(来源：好奇心日报)

### 山姆提速，北京顺义店开业



4月25日，北京第三家山姆会员店顺义店即将开业，这是山姆在国内开设的第24家门店。目前，山姆在北京的核心区域已开通了一小时送达服务，提升全渠道能力。

顺义山姆会员店的建筑面积，地上面积约3.6万平方米。仓储式货架，量贩式大包装，仅有4000多个SKU。地下一层提供1539个车位，方便用户停车购物。目前山姆通过四个渠道，山姆门店、极速达、京东线上山姆会员超市、山姆跨境购触达消费者。

山姆会员商店中国业务总裁文安德此前表示，到2020年底，山姆将有40家开业及在建门店。这意味着还有1年半的时间，山姆需要再开16家。按照此前每年新开一家店的速度计算，山姆正在加速布局一线和新一线城市。

(来源：亿欧)

### 家乐福进驻北京开设700平小体量概念店

4月23日，家乐福王府中環店正式开业。据了解，这是家乐福在北京的第22家门店，同时也是家乐福全新升级的新概念门店。据介绍，家乐福王府中環店营业面积大约720平方米，有超过7000种精选的进口食品、有机食品和自有品牌商品。家乐福的相关负责人对记者表示，王府中環店是个新业态，不仅是超市或便利店，而是个综合功能的新业态。

(来源：北京商报)

### 全家中国20年授权即将到期 日系便利店进入卡位战



全家中国控股方台湾顶新集团与日本FamilyMart株式会社签署的品牌授权合约即将到期。双方正在协商后续事宜，其结果将影响开设于大陆地区的2000多家全家便利店。

据了解，日本FamilyMart株式会社与顶新集团在2000年前后签署了为期20年的品牌授权合作，共同在台湾、大陆等地区开设全家FamilyMart。此次合约到期后，双方将存在两层关系纠葛。

进入2019年后，便利店业态出现了一丝头部品牌动作频频、资本方卷土重来的迹象。而7-eleven、全家、罗森先后进入中国，进过十几年发展也陆续走到了占位更迭的分水岭。日资与本土便利店品牌竞争之下，格局又会如何改变？

(来源：第三只眼看零售)

行业新闻 — B2C

### 拼多多入局云南咖啡 肉搏星巴克?



继星巴克将云南咖啡豆选入原料矩阵后，拼多多也挤入这一咖啡基地。4月22日，拼多多宣布计划推出1000个“多多农园”项目，首站落户云南保山，并上线了高黎贡山扶贫农活专场，引入播帮咖啡、景兰咖啡、云沫大咖、比顿咖啡等品牌。

据了解，上述品牌是星巴克、雀巢等巨头品牌的供应商。电商企业想要将咖啡带出北回归线，则需迈过云南咖啡附加值低、品牌杂乱、规模效应差、物流成本高等众多门槛。

(来源：北京商报)

### 盒马鲜生水产品被检测出抗生素 回应：已下架销毁

近期，广州市市场监督管理局发布2019年第6期食品安全监督抽检信息，9批次食用农产品不合格，其中2批次不合格水产品涉及盒马鲜生。

通报显示，深圳盒马网络科技有限公司广州第三分公司销售的，标称生产单位为上海皇康国际贸易有限公司的黄金贝（散装称重），标称生产单位为深圳市禾阳农产品有限公司的花甲王（散装称重），均检出氯霉素。



对此，盒马鲜生方面官方回应称，已对不合格产品进行下架销毁，并终止与该商品供应商的合作。盒马鲜生还表示，盒马鲜生在售水产要求全部具有第三方检测报告，到货后门店再次抽检并送第三方检测，将竭力做好食品安全把关和品质监控。

(来源：联商网)

### 百果园“越轨”：从水果跨至生鲜

4月16日，百果园创始人余惠勇宣布进军生鲜领域，发布百果园集团独立生鲜平台“百果心享”，并提出在2019年将开发50款生鲜食材商品，销售额突破1亿元的目标。

也许是单一水果品类的社区业态模式，让百果园深陷投资回报率且回收周期长的怪圈。在生鲜市场的巨大机会和消费升级窗口期面前，打破单一品类边界，成为百果园拓宽边界寻求自身增长点的一步棋子。



(来源：亿邦动力网)

### 超级物种入驻深圳机场 永辉拓展新消费场景



有消息称，永辉云创旗下超级物种深圳宝安国际机场店将正式开业，这是继福州长乐国际机场店之后的全国第二家超级物种机场门店。

超级物种宝安机场店营业面积超过800平米，SKU超过1000个，由超级物种三大工坊搭配生活果坊以及孵化物种“好面指南”，“嗨泰”，粤来悦享，船歌鱼水饺，爱啤士工坊等孵化工坊组合而成。

(来源：电商报)

## 亚马逊与中国：告别的和留下的

4月1日，亚马逊公司表示，它将在7月18日之前关闭其中国的网上商店，零售方面将不再运营市场，也不会在其中文网站Amazon.cn上提供卖家服务。

据官方介绍，亚马逊中国主要包括四块核心战略业务：跨境电商、物流、Kindle阅读、AWS云服务。本次受影响的仅仅是物流业务与核心战略之外的个人零售电商业务，其他业务均正常运作。

在舆论沸沸扬扬之际，这家将贝佐斯（Jeff Bezos）送上世界首富宝座的公司好像没有受到太多影响。在路透社首次报道此举后，美国上市的阿里巴巴和京东股票上涨1%，而亚马逊股价收盘持平。



（来源：猎云网）

## 6月1日起 保税仓需使用天猫国际入库服务



4月28日消息，天猫国际日前对商家在平台店铺备货入库服务进行升级。据悉，此举是为了配合天猫国际整体服务升级和进一步规范化，更好的衔接天猫国际店铺的供货，确保到仓时效和稳定性，从而向消费者提供更好的购物体验。

具体来看，需满足以下条件：

首先，自2019年5月1日起从中国大陆港口到菜鸟保税仓（包括香港到保税的线路）的调拨运输需使用以上服务，对于没有使用以上服务的商家，将不接受货物入库。

其次，自2019年6月1日起保税仓内和仓间的调拨运输需使用以上服务，对于没有使用以上服务的商家，将不接受货物入库。

未来五年，天猫国际计划实现超过120个国家与地区的进口覆盖，商品从4000个品类扩充到8000个品类以上。

（来源：亿邦动力）

## 网易考拉首家线下“全球工厂店”将开业



4月26日消息，网易考拉将于4月27日在杭州来福士广场，开设第一家线下“全球工厂店”。

该门店面积近200平方米，店内将同步陈列来自考拉线上工厂店已有的近1500个SKU、20000余件商品，美妆个护、数码家电、美食、家居生活、运动户外等9大类目。同时，店内将实现产品价格、会员等线上线下数据的互通，到店用户可享受价格同步、黑卡会员折扣优惠等体验。

此外，网易考拉将在2019年内开设12家左右线下“全球工厂店”，除深圳外，其他线下门店将开在杭州、宁波、福州、武汉、重庆、成都等多个主要的新一线城市。其中一至两家为自营，其余均为加盟。

（来源：36氪）

## 菜鸟在法国搭建西欧首张自提网络 5200余个自提点已投入使用

近日，菜鸟、全球速卖通与法国雷莱斯·科林斯公司（Relais Colis）签订合作协议，雷莱斯·科林斯在法国的5200多家线下网点将成为菜鸟的交付点，法国消费者在离家最近的线下网点即可自提中国包裹。

这是菜鸟在西欧地区搭建的首张自提网络。在人工服务价格高昂的法国，包裹自提既加快了1-3日的收货时效，也降低了包裹的派送费用。

（来源：联商网）

## 天津市自贸区领导考察中商惠民总部



4月9日，中国（天津）自由贸易试验区管委会副主任、天津港保税区工委书记、管委会主任尤天成；天津港保税区金融服务局局长刘贯虹；天津港保税区金融服务局副局长于策；海河产业基金区域项目副副总裁肖杨等一行到中商惠民北京总部考察，就总部基地落地、供应链金融升级与商品流转双方展开深度研讨，中商惠民董事长张一春、联合创始人吴婷、副总裁张敏等出席会议。

中商惠民董事长张一春首先对尤天成书记一行的到来表示热烈欢迎，并就接下来中商惠民与天津保税区关于集散、分拨、物流、通关及金融方面的全面合作进

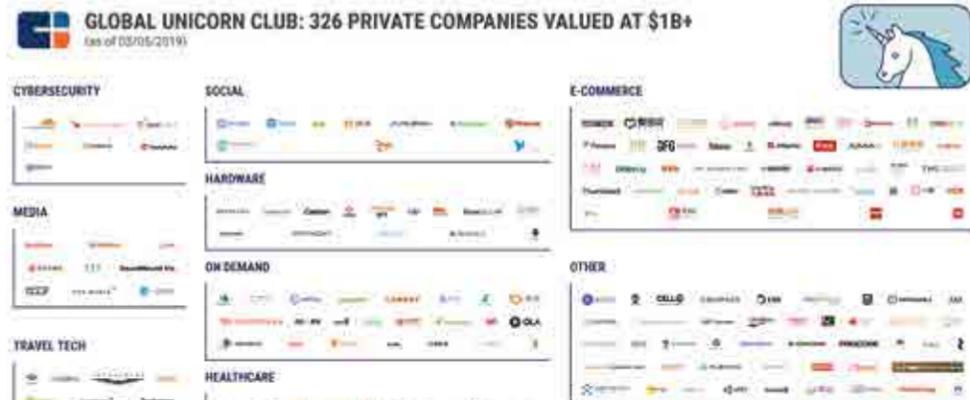
行深度探讨，双方将在促进民生事业发展的进程中谋求协同进步。会中，尤书记称赞中商惠民的惠民模式为“政府便民一刻钟项目最好的载体”，相当于把政府的服务更近一步更直接的送到了社区，让目前现代化商品流通变得“可追溯、有保障、更便民”，是“完全符合未来市场发展”的项目。

同时天津自贸区也热烈欢迎中商惠民总部基地落户天津，并表示未来双方的全面合作，天津港保税区将会给予中商惠民专项贸易政策扶持、金融支持、物流供应链协调、配套设施及服务等多重优惠政策，保证惠民项目的全面实施。同行海河基金区域副副总裁肖杨也对惠民项目落户天津表示期待，希望通过此次天津自贸区与中商惠民的深度合作，作为政府引导基金的海河基金能参与到中商惠民Pre-IPO阶段，给予最大力度的支持，通过资本推动助力中商惠民成功IPO。

天津保税港拥有近30年的建港历史，地理位置优越，交通便捷，具有广阔的发展前景，目前为中国总量第二大的保税港；海河产业基金为天津市委、市政府“一基地三区”功能定位所作的重要决策，参与、设立市场化股权投资母基金，多用于新兴产业领域与高科技领域投资。据悉，此次中商惠民与天津保税港将基于金融与快消品B2B展开深度合作，双方还将在协同优势互补的基础上，完善惠民供应链与贸易体系，并在围绕社区的延伸板块深度合作，为中商惠民接下来发展与进出口贸易拓展提供坚实的软硬件保障。



# 中商惠民连续三年跻身 CBInsights “全球独角兽” 企业榜单



近日，知名创投研究机构CB Insights发布2019年全球独角兽企业名单，估值22亿美元的中商惠民与今日头条、滴滴、Airbnb、Infor、Uber、链家、大疆科技等全球独角兽企业共同入围，值得一提的是，此次也是中商惠民连续三年登榜。

CB Insights是全球知名风险投资数据公司，也是硅谷几乎所有VC进行决策都倚赖的数据智库，定期发布经济发展趋势以及“估值超过10亿美元的独角兽”公司的名单，因此榜单也被称之为全球最具价值的独角兽排名。此次2019全球独角兽榜单共有326家公司上榜，这些企业的总估值接近1.1万亿美元，融资总额超过2710亿美元，中商惠民凭借完善的快消品B2B模式及覆盖全国的供应链体系入选响应式服务企业类目，成功跻身榜单前列。

价值10亿美元的科技初创企业曾像独角兽一样罕见，但现在它们的数量已足够多，成立时间也足够久。硅谷一批估值很高的科技初创企业，包括现在家喻户晓的优步和爱彼迎，以及中国的今日头条、滴滴、快手。都得益于顺应时代需求和互联网+生态的普及。

在这样的商业形态下，一些初创公司也能快速成为巨头，例如，优步今年全球化后预计将达到1200亿美元的估值，在互联网+生态完善之后，这一切已经从理想变为现实。

中商惠民致力于打造全球领先的社区O2O综合服务平台，通过先进的厂超对接模式，使渠道实现扁平化，利用自建现代化仓储物流及全产业链，将社区超市（便利店）由传统的小卖部改造升级成为社区综合服务的平台和入口，从根本处变革了传统行业长期以来的弊端。



# 中商惠民荣获 2019最具潜力独角兽企业TOP150

4月22日，中科院主管期刊《互联网周刊》公布了“2019最具潜力独角兽企业TOP150”榜单，中商惠民成为快消品B2B行业唯一入围企业，同时惠民已连续数年荣获此项荣誉。

因为稀缺，所以珍贵

独角兽是西方神话中虚构的生物，形如白马，额前有一个螺旋角，是象征纯洁、美好、神秘的吉祥之物。

“独角兽”最初由美国著名投资人Aileen Lee于2013年提出，指代那些具有发展速度快、稀少、投资者青睐等属性的创业企业。这类企业一方面能够带来新业态、新技术，促进新产业、新模式成长，另一方面运用“互联网+”引发科技与传统行业的“化学反应”。

可以说，独角兽企业既是科技创新的受益者，更是科技变革的方向引领者，加速行业技术颠覆的同时，对引领科技变革、产业变革、社会变革也具有重大意义。

根据统计数据，从新生独角兽数量来看，中美两国合计全球占比超七成。2018年，美国新生独角兽数量53家、排为第一；中国新生32家，排为第二。2018年全球共有22家企业被列入超级独角兽（在独角兽的基础上，估值超过100亿美元的初创企业）的阵营，美国和中国数量最多，分别为12家和7家，占比86.4%。其中，蚂蚁金服以1500亿美元估值排名第一。

中国独角兽企业的数量看似可观，但相对于中国经济总量或是资产规模而言，其实是很小的比例。所以，中国的独角兽不多，反而少了。

## 2019 最具潜力独角兽企业 TOP150

排名	企业	所属行业
1	蚂蚁金服	金融科技
2	今日头条	文娱媒体
3	饿了么	本地生活
4	陆金所	金融科技
5	京东数科	金融科技
6	菜鸟网络	物流
7	快手	文娱媒体
8	大疆科技	硬件
9	滴滴出行	汽车交通
10	京东物流	物流
11	微众银行	金融科技
12	车好多	汽车交通
13	链家网	房产服务
14	微医集团	医疗健康
15	居然之家	电子商务
16	优必选	硬件
17	WiFi 万能钥匙	工具软件
18	威马汽车	汽车交通
19	联影医疗	医疗健康
20	柔宇科技	硬件
59	中商惠民	电子商务
60	土巴兔装修网	房产服务

## 2013 - 开始

这一年  
快消品行业第一次出现了中商惠民这个名字  
第一张订单只有 138元  
董事长“春哥”坚持一定要亲自送货

每一场相遇都是命运的安排  
公司附近的【昭昭惠民便利店】老王  
就这样被“命运”安排的明明白白  
成为我们第一个签约商户

同样是这一年  
在北京最冷的日子里  
我们有了属于自己的第一个仓储物流基地  
这一年，我们来了



这一年  
听说有一群叫**惠民铁军**的人  
365天的努力 24小时的坚守  
没人回应的加油  
只是为了给各位老板最便捷、最快速、最满意的服务

同样是这一年  
我们的签约商户突破了10万家  
全年车辆配送行驶里程1402万公里  
都可以绕地球350圈  
同时我们还获得了天使轮融资的5000万元  
世上有两种最耀眼的光芒  
一种是太阳，一种是我们努力坚守的模样

## 2014 - 坚守

## 2015 - 惊喜

这一年  
中商惠民的名字如雨后春笋般遍及大江南北  
我们新建了7个**五星级仓储物流中心**  
同时也新增了4家公司  
我们的签约超市突破20万家  
从沿海到内陆，从日落到黎明  
中商惠民穿梭在祖国的大街小巷

同样是这一年  
国内顶级资本纷纷入伙  
A轮**6亿**融资成功到账  
我们也入选了“德勤中国高科技高成长50强”企业  
一不小心，中商惠民又有了新名字---**独角兽**



## 2016 - 温暖

这一年  
中商惠民立足行业发展人称“带头大哥”  
我们的签约超市 40万家  
18个仓储物流中心  
江湖盛传我们是最具投资价值的企业  
B轮融资进账 1.2亿元人民币  
并且获中关村独角兽企业榜11名的好成绩  
市值超12.8亿

同样是这一年  
中商惠民心系社会公益  
发起并设立“中国关爱留守儿童基金”  
用爱给留守儿童撑起一片蓝天  
让爱温暖彼此



## 2017 - 骄傲

这一年  
科技创新上了惠民热词榜单NO.1  
365个日夜  
1002名技术大牛  
20项新技术专利  
让我们成功站在行业科技创新最前沿

这一年  
中商惠民与“爱鲜蜂”相爱了  
我们一拍即合决定合力打造一个新商态  
于是就有了700万个注册用户  
5万个日均订单  
2000家“爱鲜蜂”合作门店

同样是这一年  
中商惠民连续三年获得独角兽企业的称号  
成为2017中国B2B企业十强  
同时我们还开始“不务正业”  
组织学习小组创办**小老板商学院**  
“传道、授业、解惑”

这一年我们做了很多很多事  
每一件都值得骄傲



## 2018 - 忙碌

这一年  
是中商惠民最忙碌的一年  
我们网罗20000个SKU  
合作全球3500个主流供应商  
全力打造中国最大的快消品B2B电子商务平台  
25个五星级仓储物流中心  
7\*24小时不间断发货  
日平均配送2000余次  
服务10万个终端网点  
满足了90%以上小店老板对于商品的所有需求

这一年  
中商惠民系统的升级了传统小店  
推出嗨家便利品牌帮助小店提升30%收入  
为了让企业集采和员工团购多快好省  
中商惠民还推出了**惠购GO**业务

同样是这一年  
我们还抽空在青岛画了一个圈儿  
建设了**智慧供应链总部基地**  
我们携手中关村银行打造供应链金融体系  
京交会启动贵州麻怀精准扶贫项目  
获得2018数据驱动先锋企业之最佳运营奖  
等等……

回顾这一年忙忙碌碌，很累但很充实 付出了汗水  
也收获了果实



## 2019 - 未来

如果你错过以上的一些精彩瞬间  
那也无妨……

未来三年  
中商惠民将持续高速发展  
实现覆盖50个城市  
签约商户100万家  
服务4亿居民  
建设智慧仓储中心100个  
仓储面积100万平米  
拥有自有物流车辆10000台  
开设嗨家便利连锁店1000家  
实现市值超1000亿人民币  
完成上市计划

展望未来  
因为有你，我们永不言败  
因为有你，我们满腔热情  
因为有你，我们脚踏实地  
因为有你，我们开启新征程续写新篇章！



我们



岁啦



“下一家在百环家园南门，位置在小区里的一层，面积不小，三个人守店，营业额一天在4000-7000左右，基本隔天就要在惠民订一次货。”黄聪如数家珍，在惠仔跟随下市场的这天中，一周前，从通州大区调往朝阳区，负责CBD区域的拓展与维护，作为一名从公司建立之初就加入的老员工，黄聪对这种调动习以为常，第一时间熟悉了片区内的300余家客户，很短时间内熟悉了客情，了解每户的经营情况，排好拜访线路，短短一个星期，已经和商户打的火热，俨然多年的老友。

从加入惠民开始，黄聪就再没离开过一线市场，一年320天以上的时间都贡献给了惠民不断扩大的业务版图。作为金牌业务，黄聪以乐观、踏实、诚恳、有责任心受到了客户的一致认可。但回到六年前，刚从学校毕业的黄聪还是一个青涩的小哥。据他说，当时毕业意气风发，满怀希望的冲进人才市场，放眼一望，嚯，茫茫然，挤满了招聘现场，却发现满场只招他的专业几个人！但这专业还有百八十人嗷嗷待哺呢，这不得挤破头啊，那时候正好惠民也在招人，黄聪看了看招聘简介，做快消品，又是互联网，东西便宜实惠，人们肯定有需求，没多想就把主意拿定，这一呆就是六年，从青涩少年到步入婚姻殿堂，可以说，惠民伴随也见证了黄聪的成长。

感恩有你 一路相伴

感恩有你 一路相伴



## 让“惠生活·益民生”真正进入小店 ——记惠民北京分公司业务代表黄聪

喜感的脸配合熟练的业务能力

让黄聪在短时间内熟悉了新的片区

“做业务没有捷径，服务和信誉放到第一位客户自然会跟你合作”

作为惠民最早一批业代

黄聪用自己的行动贯彻着民生为先诚信惠民

但事情没有像电视剧那样一帆风顺，黄聪刚开始跑业务时，由于刚毕业，抹不开嘴不敢登门，加之当时移动互联网普及程度远没有如今这么高，很多时候进店刚开口要说话就被老板吃了闭门羹。（详情请扫描上图二维码，观看2017中商惠民年度贺岁片《路》），这让初入社会的黄聪打了退堂鼓。

不过让黄聪真正转变这一想法的，还是一件小事。当时与黄聪一同进惠民的有47人个新业务员，有高谈阔论的，有指点江山的，有嘻嘻哈哈的，有低头不语的，还有像黄聪一样懵懵懂懂的，大区办公室里人头晃动，一片热闹景象。培训数天，讲些维护客情、商品陈列、订货知识与市场业务等基础知识，培训的最后，大区经理拿出了公司的企业使命给大家分享，客户的需求和信任是惠民最根本的东西，这让黄聪第一次感觉到了这个关系千千万万百姓生活、数百万小店生计以及延续千年的商业命脉的使命感。

黄聪索性讲书生气放下，踏踏实实的从基础研究，不懂的就问，店老板、业务员、网络都成了黄聪的老师，拼搏努力的精神加上优质的服务意识，黄聪这个金牌业务逐渐在当地区域成为了惠民的招牌。店老板也乐得让这个说话受用，手脚勤快的年轻人到店里坐坐，聊聊。而正是一个个像黄聪这样的惠民业务员，支撑起了惠民覆盖25个省市自治区的庞大业务，也让60万商户与3亿消费者真正得到了实惠。

为了更好地开展业务，也方便自己负责客户的订货与售后，黄聪建立了微信大群，花心思，想办法在群里每日发送经营小技巧与各类趣谈，时不时的就引起群内互动的小高潮，黄聪深知，商品和配送是根基，但服务与信任是这一切基础的润滑油。通过长期的观察与学习，黄聪成了便利店经营的专家，不仅陈列摆设选品有一套，而且对于硬件系统的支持也相当精通，通过对每家服务店铺认真分析，将合理的建议传递到店铺当中。



最后一家打卡完毕后，黄聪开始在手机上操作起客户的需求，语音不断，文字也不断，随身的2W毫安充电宝在一整天的高能使用中已电量殆尽，不过黄聪依然还是精神百倍的向客户解答着各种各样的问题，犹如他当晚在朋友圈中发的日常小段子一样。

客户说：今天元旦，你们送货嘛？

尊敬的上帝，地球不爆炸，我们不放假！

风里雨里雪里，我们一直为你！！



## 速度赢天下，诚信助发展

北京，一个历史悠久又摩登现代的城市。每天有数不清的人来到这里追寻梦想，公共交通系统的繁忙从来没有停下的时候。惠在今天要带大家参观的店就是在北京国贸附近，一家坐落在百环家园附近的“夫妻店”。

惠仔到的时候，只有大姐一个人在，店面不算很大，40多平米的屋子里品种齐全。大姐告诉我们，这家店他们已经经营了十多年了，因为紧挨小区，所以生意还不错。以前他们刚开始经营这家小店时，经济状况还不太好，科技也没有现在这么发达，进货全靠自己搬。刚开始开店那几年，夫妻二人都还算年轻，身体很好，所以人力搬还不成问题。后来年纪渐长，家里儿子长大了，也能帮着搬东西，所以一直没遇到什么问题。

直到最近这一两年，儿子工作了，不再有那么多时间帮衬家里的店，老两口又年纪大了，再负担不起那么重的货物了，才算是遇到了个难解决的坎儿。想请个人吧，北京的工资水平太高，增加的成本太多，反而得不偿失。

后来，接触新兴科技比较多的儿子给老两口想了个好办法——网上进货！原来，老两口的儿子也是偶然在他们大钟寺公司附近的便利店知道的这个渠道。那家便利店是一个小姑娘经营的，老两口的儿子好奇她一个人怎么能搬动饮料之类的比较重的东西的，因为是商务店，小哥去的比较多，一来二去两个人就聊起来这事儿，小姑娘告诉她一直都是在中商惠民的网络平台订货，货到了之后中商惠民的司机帮忙搬去仓库，自己再慢慢整理，所以才能一个人就经营下来。

老两口儿子知道了之后，赶紧回来向父母推荐这个平台。起初老两口都很谨慎，因为毕竟店已经开了这么多年，一直口碑都很好，生意也不错，万一在网上平台进的货质量不好的话，省的这点事怕是要得不偿失。而且，老两口也担心网络平台万一发货慢，耽误事儿可怎么办呢？所以，老两口在儿子的帮助下第一次下订单的时候只下了一小部分货物，惊喜的是，送来的货物质量跟自己亲自去进的完全没有差别！而且下了订单第二天一早就到，速度也特别快！

谨慎的多下了几次订单之后，老两口就放心地接受了中商惠民的进货平台。

大姐告诉惠仔，每次中商惠民的司机来送货，总是帮他们把货搬到仓库，又把需要码上货架的货品码好之后才会离开，为他们省下了很多功夫。现在他们已经用这个平台订货订了一两年了，基本没有出现过送来的货品质量不好或者有损坏的情况，每次都是保质保量地送来，在惠民订货，省力也省心。





## 怎么在居民楼中玩转便利店

北京作为一个时尚与历史共存的城市，既有生活气息浓厚的胡同儿，也有精致的高档社区。今天惠仔要带大家拜访的就是一家在居民楼里经营的便利店，老陈的店位于底楼一层，面积150平，由老陈和其他两个合作伙伴共同经营。

中商惠民的忠实粉丝，日均订单额超过2000元，绝对是优质的金牌老用户。老陈告诉惠仔，在他刚开始筹备便利店的时候，其实了解过很多个进货的渠道，线下的、线上的、朋友介绍的他看了个遍，自己蹬三轮儿也去跑过几次批发市场。最开始进货的时候他是采取了“广撒网”模式，在了解到的几个进货渠道都有一些进货，慢慢去试。

试营业期结束之后，老陈告诉惠仔，其实选择这个平台有三个很重要的原因。大平台质量有保证，在中商惠民进货期间老陈从没出现过以次充好的情况发生。他的便利店位于居民社区里，顾客们对货品质量的要求是很高的，所以如果拿到质量不好的货品对店里影响非常大。

第二也是最重要的，就是关于送货的时间。我们都知道在网络平台买东西的确很容易受物流时效性的限制，可能不能很快的就收到货品。但是老陈很对惠民很满意，今天下单明天就送到，库房省了商品日期好东西新鲜干净，客人就愿意来，后来，老陈

在业务员黄聪的讲解下才知道，原来这是得益于时下正热门的“大数据”技术。中商惠民自主研发的系统使用大数据分析成交信息、目前的缺货、库存情况等，能够知道当前这个地区什么货物最火爆，需求量最高，从而提前调配货物到当地的物流仓库里，能够保证当前区域除了常规货物之外其他货物也能满足订单需求。

最后也是让老陈真正定下来以后都在中商惠民平台的一点是，业务员会通过大数据及周边客情帮助老陈挑选时下兴的货物。平台会帮客户分析现在比较热门的商品是什么，并且推送给老陈，老陈就能足不出户知晓附近人群的购买心理。用了中商惠民之后，出了什么新品、最近其他地区有什么卖得好的货物，老陈都能最先了解到，跟上潮流步伐的时候，也能让利润最大化，做便利店这个行当，如果只是固步自封卖和其他地方差不多的东西，没有自己的特色，是很容易被同行打败的。

老陈告诉惠仔，现在他的店里，总是品质与服务并存，搭配上中商惠民的系统，它能够每天都根据卖货情况去选择性的进货，又不会因为积压货品太多带来资金压力，可谓是一举多得！老陈说他这个忠实粉丝，当得不亏！



惠仔这一期用上了震惊体，相信各位店老板在微信朋友圈中也经常看到，但仅仅20平方的小店年流水过百万，这巨大的吸金能力让惠仔差一点跟着下了海，今儿咱们就来看看，一家小平米杂货店，如何撬动社区这块大市场。

社区便利店为什么赚钱少？有哪些痛点？如何实现收入翻倍？这是兰兰便利店老板夫妇每天想的问题。位置问题不大，靠着地铁口，挨着写字楼，背后居民区；品类也不成问题，虽然地儿小，但主打烟和副食的策略让客单价能保持在高位；经营时间就更没问题了，老两口照看店铺，每天的经营时间都在15小时左右，早上七八点开门，晚上十二点关门，基本顾客来，店儿就开着。但刚开始的好多年，营业额一直上不去，这让老两口心急如焚。

有痛点有目标就有动力。大叔比较有心，没事儿就在附近转悠，背后小区8栋高层楼；旁边一座写字楼，15层楼，有大量小公司；小区大约400住户，租户为主；每天乘坐地铁的人群也很可观，店租每年6万左右，每月电费500。怎么都能耗得住。



大叔深知社区便利店最大的优势，就是距离用户最近、超级近！而且客流固定，做的都是熟客生意。自己小店的最大痛点呢，是产品少，因为空间有限、资金有限，无法陈列很多产品。所以消费者很多购物是到附近的大超市完成的，甚至一些东西明明便利店里也有，也会去超市的时候顺便采购回来。也就是说，由于附近大超市具有产品丰富的优势，反而远距离拦截了便利店的部分销量。

大叔对症下药，距离近那咱就把服务做到位，空间有限资金有限那就在选品上下功夫，把客单价高、需求量大、体积小商品筛选并进行优先陈列。进货全走线上后，进货时间便全腾了出来，无论是老两口换班休息还是搭理店内，这时间都是极为宝贵的。

大叔在与惠仔聊天的过程中，告知自打电商、外卖、外来人口减少给小店带来不小的影响，但大叔心态不错，毕竟只靠红利和外部环境起来的生意也不是长久生意，打铁还得自身硬！大叔坚信自己的便利生意还是有的搞，用户不会为了买一瓶可乐，付上两倍于商品价格的运费。凑不够起送费的时候，人们的第一选择往往是放弃下单。而这和便利店的购买习惯恰好相反，走进街边的便利店买一瓶水不会有什么压力，还可能因为从冷柜走去结账的路上看到别的商品，顺带买了很多东西，这恰恰也是社区店的优势，温暖、便捷、务实、高效，抓住客户的需求把服务做到极致，生意就不再难做。

# 震惊！

## 60后大叔竟靠这一招净利过万！



# I DON'T KNOW BUT I BELIEVE

文 | 吴婷

公司六周年了，可对我来说，是来公司快七年了。最近被问了最多的问题是你为什么来创业了？当我回答的时候，答案并没有那么燃，也没有那么光鲜。事实上，我是被创业了。

如果没有春哥慷慨激昂地给我描绘他这个社区生态平台，让我看到他眼里的光，我应该不会来。

如果没有跑市场采访了若干个小店老板，听到被他们的奋斗故事并被深深打动，我也不会加入惠民。

如果没有那时的职业生涯困惑，踌躇满志打算出来再闯荡，我也没机缘来惠民。

如果的结果恰恰在那一年都美妙地相遇且发生了，才有了今日的所谓创业，走了一条大家口中“没有唯一而正确选择”的创业之路。

这六年，跨行业跨领域的工作对自身提出了很大的挑战。从未在企业待过的我，重新出发。从一线业务入手，从跑小店开始，知道了客户最大的痛点，知道了小老板这个群体的需求——尊重和关心。我们大部分客户并不是大家口中所说的唯一点小利就斤斤计较的人。事实上，他们在乎自尊，在乎价值，在乎服务，在乎态度。渐渐地，我们以服务、尊重和热情征服了我们每一位客户。

这六年，如果没有每一个部门的通力合作，我们也不可能取得这么多的成绩。没有BD部门的业务拓展，没有仓储物流部的高效配送，没有商品采购部门的商品谈判，没有中后台的运营支持，我们都不可能发展。这六年，我们打造了一只强有力高效的队伍，支撑了中商惠民的社区生态大平台。

回望前六年，点点滴滴的成绩只是短暂的，下一个六年，意味着新挑战和新开始，对我们所有人都提出了新的考验和挑战，希望能和所有同事比肩同在，迎接第二个六年的纪念日。

很多朋友都问我这六年你坚持的动力是什么，我想了想，用了美剧HIMYMT里的一句话回答，I don't know, but I believe。

换作今年大火的《流浪地球》一句话则是，“希望是什么？我相信希望是我们这个时代像钻石一样珍贵的东西！”

长夜漫漫，唯有希望，唯有梦想，才是最亮的那颗星！



凝聚力

凝聚力

**成都：**

数易春秋，风华正茂；几载耕耘，硕果累累。中商惠民6岁生日快乐！祝我大惠民未来立足新起点，迈上新征程，开创新辉煌。

**济南：**

岁月不居，天道酬勤。过去的六年里，我们披荆斩棘，有泪水更有欢笑，成绩斐然业内有目共睹；未来，我们将携手共计，敢拼敢干，开创美好未来！

**天津：**

企业发展，人人有责。今天我以惠民为骄傲，明天惠民因我而自豪！

**广州：**

机遇与挑战同在，光荣与梦想共存。过去的六年里，惠民蓬勃发展创造价值；未来，愿我大惠民乘风破浪继续高歌，再创辉煌！

**北京：**

岁月弹指一挥间，中商惠民喜迎六周年。未来，希望惠民发展蒸蒸日上，产品越来越多，技术越来越牛，市场越做越大！

**厦门：**

千帆竞发百舸争流，惠民发展一枝独秀！值此之际，祝福中商惠民齐心协力大展宏图，拼搏进取再谱新篇！

**杭州：**

六年的艰辛，六年的腾飞，我们用业绩向公司六周年献礼。杭州分公司上下同心协力，抓好运营、做好市场，以嗨加便利为支点，助力中商惠民在杭州区域的快速发展。

**上海：**

六年风雨兼程，同舟共济，成就硕果累累；未来阔步前行，励精图治，开启伟大前程！

万夫一力 天下无敌

万夫一力 天下无敌

# 六周年庆典 分公司寄语

# 惠民六岁啦

六年风雨，我们和惠民共同成长，有眼泪更有欢笑。万里征途远，秣马再启程。值此惠民六周年之际，听听来自总部小伙伴的祝福。我们携手共进，开创美好未来！

## 人力资源部

一些貌似偶然的邂逅，往往会开启另一个绚烂的人生。感谢惠民里所有的相遇，我们在这里一起成长，共同描绘未来人生的色彩。值此惠民创办六周年之际，人力资源部祝福公司百尺竿头，勇攀高峰！人力资源部将围绕公司发展战略，更好地吸引人才、使用人才、培养人才和留住人才，积极建立现代化人力资源管理体系和人力资源管理平台，为公司的持续、健康、快速发展和实现战略目标提供人力保障。风正举，我们在路上！

## 行政部

行政部是公司的统筹管理中心，白话就是后勤保障部，我们是公司的大管家，上到公司制度、流程体系和内容的规划及建设，公司级文件、档案的日常管理，下到后勤保障性事务的计划与开展（福利发放、车辆司机、办公用品及固定资产等等），统统都是行政部的工作范畴。中商惠民六岁了，行政部将以更加饱满的工作热情，将“琐事”做到好、做到位，为公司发展保驾护航。

## 商品中心

中商惠民六周年生日快乐！祝福惠民事业蒸蒸日上，更上一层楼！乘风破浪前程广，鼎立创新步步高。和通常意义上的采购工作不同，惠民立足于快消品B2B行业，采购是其商品体系建立和完善最为重要的一环，我们更善于主动出击，为商户和消费者带来更广泛的商品体验，提供更多的价值体现和最优的性价比。



## 仓配中心

仓配中心的问候来自五湖四海，汇成一句话“中商惠民生日快乐！”我们用足迹丈量祖国大街小巷，我们用笑容感染小店老板，我们用质朴和肯干诠释“惠民铁军”的称号，我们六年如一日，在磨砺中开拓物流仓配的田野。每一个仓配岗位都重要，每一个角色都闪光，将平凡的工作做成卓越，仓配中心有决心、有毅力！让我们一起迎接下一个六年，迎接更美好的未来！

## 财务中心

提起财务中心，你脑海里浮现的是不是数不尽的Money Money Money？你对财务中心的认知是否就是数钱-算钱-发钱？惠民财务中心职能主要包括：保证企业生产经营所需的各项资金；参与企业经营预测和决策，合理分配企业的货币收入，监督检查企业的各项财务活动和财务计划的执行情况等。六年了，多少个不眠之夜，数以万计的各类单据，我们见证了惠民的每一步成长。经年磨砺开天辟地，展望未来海阔天空，衷心祝愿惠民生日快乐！未来，财务中心将以更加严谨的态度和作风，为企业发展提供决策依据，做好资金管理。

## 研发中心

融合汇聚力量，创新彰显价值！惠民六岁了，祝福中商惠民百舸争流劈波斩浪，勇往直前再创辉煌！技术创新再企业发展中起着不可或缺的关键作用，是提升企业核心竞争力的重要途径，也是企业战略发展的核心所在。惠民成立至今，一直重视科技创新，六年的时间里，我们自主研发一系列工作系统，取得了35项技术专利，我们创造了一个又一个奇迹，我们用技术武装自己，提前实现全链路数字化管理，完善用户体验，有效提升工作效率。



# 花花果味 别有花样



彩虹糖代言人  
王一博

精益求精  
授人以渔

精益求精  
授人以渔

## 快消品B2B发展得终端渠道者得天下

快消品B2B行业由高速发展期进入理性发展期，无论撮合模式合适自营模式，赛道上可以说精彩纷呈，关于这一领域商业模式方面所涉及的所有问题，企业最终是否站得住活的稳，其实最终都可以归结到“得终端渠道者得天下”上来，剩余的只是在各自的模式上打法的不同而已。

在自营模式下，平台对终端渠道也就是我们常说的小店拥有更多的控制力，可以通过多个业务环节实现与小店的互动，通过提供更优的商品、更准时的送达、更好的服务，与小店建立并保持粘性，这也是平台实现未来价值的基础。而在撮合模式下，平台仅通过信息来链接供货商与小店，虽然没有了仓配、物流等一系列的前期投入，貌似成本一下子降低了很多，但在这种情况下平台与小店的关系是非常松散的，是很难真正的产生“粘性”，在利益的驱使下，平台的价值随时可以被替换。轻模式在创业前期可能是优势，但要走的远则需要全链路统一发展，建立自己的优势壁垒。2019年2月，撮合模式的代表惠下单被曝停止运营，也例证了纯撮合平台模式面临的挑战是巨大的。

### 运营——精细化管理是企业生存的核心要素

快消品B2B行业是一个高度拼运营效率的行业，经过几十年的发展，传统的品牌商、流通商、终端在长时间的竞争磨合过程中，已经形成了一套相对高效的流通体系。平台如何打破传统突显自身优势，利用科技创新加强精细化管理，帮助赋能小店获取更高收益，保障良好畅通的认知度和忠诚度，这是真正考验每一个平台是否能够生存的核心竞争力。

### 现金流——扩大在线支付且先款后货的覆盖度

移动支付已经成为商业环境中重要的一环，B2B领域中是否能够实现在线支付且先款后货，对于平台来说至关

重要，某种角度来说这个“覆盖度”可以作为衡量一个平台整体运营效率的参考指标，它的好处不胜枚举。例如：优化现金流、提高配送效率、减少退换货、交易合规、突显供应链金融价值等。

### 智慧物流——将供应链效率提升到极致

在物流方面，B2B平台的运营管控环节需要调动多方系统支持，如拓店管理、订单管理、仓库管理、排单管理、分拣管理、运力调度、司机配送全程监控等等，利用大数据管理，引入新技术建设智慧物流非常重要。如能从采购-仓储-下单-排单-分拣-配送等全流程在线数字化高效管理，将有效提升物流配送效率，降低物流配送成本。

### 当日达——仓配的终极目标，B2B平台的敏捷化时代

从次日达到当日达，仓配精细化管理的终极目标，同时也是行业全面升级的重要标志，它将重新定义快消品B2B平台产业发展和社会经济价值。当日达将帮助小店实现“云端库存化”，一方面让小店有效降低资金占用率，同时提升坪效。在这样一个前提下，平台与小店发生的采购频次将大幅度提升，平台与小店的粘性更强，关系更为紧密。基于敏捷城配供应链，平台甚至可以玩转跨界融合，赋能小店开展更多的业务，提升小店经营业绩。

上面所列举的每一项，对平台实际建设来说都是一个巨大的挑战，尤其是城配和次日达对供应链的科技含量要求非常之高。快消品B2B自发展初期，受到最大的挑战，是对于快消品B2B是否能够实现盈利的质疑。抓好终端渠道，坚持精细化管理，积极引入科技创新服务，盈利只是时间问题。很高兴，有些行业内地模式已被认可，企业已经开始慢慢走向盈利。

精益求精  
授人以渔

精益求精  
授人以渔

## 我是一只环保购物袋 省钱环保爱地球



3月下旬, 惠购GO 新环保购物袋投入生产开始制作, 合作厂家为专注环保纸箱和环保袋的一撕得。据悉, 惠购GO 新版购物袋将玉米淀粉作为 30% 的材料, 每只袋子减少碳排放 8.8g。并且, 惠购GO 全平台商品为大仓直发, 无三轮车再次装车分拣, 有效减少纸箱包装及泡沫填充量, 在惠购GO 每下一单, 将平均减少碳排放 168g。新型环保袋将于四月下旬投入使用。

惠购GO CEO 王明民说: 我们在成本差不多前提下, 将惠购GO 购物袋改为可浆解的玉米淀粉袋, 在主推我们低价的同时, 强调我们的供应链减少包装、转运和保环的理念。让更多用户有“Aha-moment”。下一步会将用户成长体系建成以减碳值为基础的积分体系, 未来还将以此建立相应的社交属性。

4000+正品大牌, 厂家直供更新鲜

400-0999-200



## 中商惠民启动“便利店售彩培训”工作

随着上海地区中商惠民合作便利店体彩安卓终端机陆续开通销售，“便利店售彩培训工作”便随之启动，上海体彩中心与中商惠民业务团队共同对上海地区近百家合作便利店进行体彩安卓终端机的培训工作。日常拜访过程中，对店主彩票销售环节的操作指导、销售培训、跟踪服务等工作也成为了上海公司业务团队的重要工作之一。同时，培训工作也是贯彻落实国家体育总局体彩管理中心“建设负责任、可信赖、健康持续发展的国家公益彩票”品牌建设的重要组成部分，旨在通过对实体体育彩票销售网点的服务升级，提升体育彩票的品牌形象。

“便利店售彩培训工作”分为电彩机操作技巧和销售技巧指导两部分。电彩机操作技巧培训旨在提高店主的操作技能，能够快速准确的响应彩民的购彩需求，提升彩民购彩体验，确保购彩环节万无一失，销售技巧培训旨在提高店主售彩意识，让店主领悟责任彩票对国家和个人的重要性，在购彩环节既能合理推介彩票产品，又能够合理引导彩民购彩，防止彩民过度消费。



精益求精  
授人以渔

爆品推荐

# Lay's乐事

通过严格的生产标准精制而成  
乐事品质保证, 值得信赖

爆品推荐

精益求精  
授人以渔

清新  
黄瓜味

# 乐事山药薄片 全新上市

田园  
番茄味

香烤  
鸡翅味



# 今时代

## 酸奶总动员

今时代木糖醇酸奶

今时代黄桃果粒酸奶

今时代黑加仑果粒酸牛奶

(180g\*48个/箱)

今时代蓝莓果粒酸奶

(200g\*24个/箱)

今时代原味酸奶

今时代莓粒多酸奶

(295g\*12个/箱)

今时代零食酸奶草莓果粒 190g

(发酵乳170g+干脆燕麦片20g)

今时代零食酸奶黄桃果粒 190g

(发酵乳170g+干脆燕麦片20g)

今时代零食酸奶原味 195g

(发酵乳170g+混合燕麦片25g)

精益求精

授人以渔



# BAXY ICE CREAM 八喜冰激凌

- 八喜朗姆味纯正牛奶冰淇淋
- 八喜草莓味纯正牛奶冰淇淋
- 八喜香草味纯正牛奶冰淇淋
- 八喜绿茶味纯正牛奶冰淇淋
- 八喜纯正牛奶芒果口味冰淇淋
- 八喜摩卡杏仁味纯正牛奶冰淇淋

(90g\*24个/箱)



精益求精

授人以渔

# 玩转社区、社群、社交电商营销

## 让小老板轻松快速获客

文 | 李文俊

中商惠民小老板商学院正式开课一年有余，常常有小老板和我们反映：跟着咱们的小老板商学院学习了有一段时间了，老师在课上说做销售活动要从用户场景出发，打动用户内心，这些我都知道，但实际操作的时候还是不知该如何下手。我的小店是基于小区和小区居民的，如何利用这样一个场景，通过社区、社群、社交电商实现快速获客呢？

场景营销的出发点是解决消费者实际痛点，消费的场所与场景就是消费入口，小店老板可以围绕社区店获取、管理、维护顾客。获客通道包含三大场景，社交、社群、推荐（大数据推荐）属性，3大场景对应3大消费入口。传统社区店若要转型营销模式，就需要基于店铺做社交电商、社群电商，得出运营大数据之后进行精准推荐。

从2011年诞生开始，微信刚刚过完自己8岁的生日，试问现在谁还离不开微信呢？2018微信社交电商贡献预计超万亿！

社交电商，裂变用户实现销售裂变增长。社交电商是基于实体店通过个人的社交关系进行转化（单品爆款、营销任务），并对转化进行识别和激励。其核心是基于人和人之间最基础的信任和高佣金的激励政策，通过一定的关系产生连接，再进行裂变。店老板可以自己产生内容，如应景的促销活动等，通过做内容有效连接产品，做好推荐，实现精准化营销。

口碑是社交电商实现客户裂变的重要手段和途径。社区小店在场景店设置口碑分享页面，分享推荐激励机制（奖励推荐者、接受者）。通过更多的拉新机制，获取更大的用户空间。最常见的方法是分享赚积分、拼团更便宜和砍价进行时等。

社群电商，爆炸式销售背后的秘密。社群是指有共同的特征群体聚在一起的人群。每一个社群的背后可能是十几个甚至成百上千个家庭。高频价低的快消品并不适合做社群运营，复购率不是特别高但价格高的一些行业可以做社群运营。社

群已经成为企业与用户沟通的最短路径、平台，与用户建立更多的互动，更快获取一些反馈。社群场景侧重交流和分享，看重活动和内容。

社群成员、粉丝之间的沟通、互动、紧密度加强是社群电商成败的关键点。社群里面要将发红包打赏的氛围做起来，小额奖励建立情感连接的一种有效手段。粉丝与粉丝间互动的频度和质量是社群生命力的所在。社群需要种子用户，将核心的粉丝先拉进群里。要去关注社群中内容、活动等价值贡献者的数量，通过这些用户做社群的裂变。社群要通过，领域专业优质内容输出，建立信任关系，形成复购和传播。

场景为趋势的移动营销时代，场景化营销的魅力在于在用户最需要的时候，一个活动或一个产品恰好出现在你的面前，直触用户柔软的内心。社区小店从社交、社群、两大场景，寻找社区更多的精准用户，推动裂变，引发爆炸式销售，其实不难。



# 便利店该如何做促销？ 你之前的促销方法不一定用对了

/便利店的促销不等同于价格促销 /

文 | 筱玖

便利店的快速发展，吸引了越来越多人的关注。但是对便利店这种新型业态特征认识不够却导致了在便利店的经营上出现了大量的问题。有两个表现得非常突出：一个是便利店经营的小卖部化，另一个是便利店经营的超市化。

便利店经营小卖部化-不用做促销

便利店经营小卖部化的人认为，便利店不同于超市，消费者绝大多数都是附近的居民，人们来消费的主要原因是图方便、省时，因此不做促销这些消费者也会来。

便利店经营超市化-以价格促销为主大超市的促销模式

便利店经营超市化的人认为，我们经营很多的商品与超市没有多大差别，我们这里有的商品超市里也都有，因此促销可学着大超市以价格为导向来吸引更多的消费者。

从便利店的消费者的角度来看，价格绝对是影响消费者购买的一个重要因素。但是根据台湾学者曹明诚的实证研究，在便利店的消费者中，有一群对价格看得特别重要的消费者。这类消费者到便利店的主要动机便是捡便宜，购买特价商品。这类消费者约占22%，但他们的购物频次很低，因此他们不是便利店的主要消费者，对便利店销售额的贡献也比较少。

然而从实证研究的结果看，那些为便利店创造绝大多数销售收入的消费者（约占41%）对价格也很看重，从这个角度讲价格促销也惠及了便利店的主要消费者。但是这类消费者到便利店购物的主要动机并不是购买特价商品，而是因为他们光顾的频次很高，在店内消费的时候看到特价促销的消息从而购买促销商品，故购买促销商品只是这类消费者的附带购买。因为促销对所有的消费者都有吸引力，所以从长期来看，促销对便利店仍是必要的。

但是我们也应该看到促销品的主要购买者依然是店内的主要消费者，这些人在没有促销的时候也会到店里来购物，促销的结果是将消费转移并不会带来整体营业额的上升。而便利店促销的主要目的就是吸引更多的低频消费者消费，并增加销售额。从这点上讲，便利店的促销不应是简单的价格促销，而是应设计出让店内的常客得到实惠的促销方案，这样才能保持原有顾客，提高他们的满意度和忠诚度，形成良好的口碑效应，甚至扩大消费群体。因此便利店既不能不要促销，也不能一味的搞价格促销。

那么便利店该如何做促销呢？

用正确的经营理念来指导促销活动，因此作为从业者要充分掌握便利店经营的特性和消费者的购买行为。虽然具体的促销方法与一般的促销方法并没有太大的区别，但关键要把握如下几点：

一、价格促销的绝大多数受益者是为便利店创造主要销售额的常客，这些常客通常就是价格促销的目标受众，所以便利店的价格促销的目标主要应以提高常客的满意度和忠诚度为主。

二、便利店的店铺规模一般都比较小，客流量也有限，单一的店铺里的促销活动很难象大超市那样热闹，影响到的消费者也很有限，因此便利店的促销活动应充分利用连锁的优势，形成规模效应，提高企业的形象，扩大企业的知名度。

三、便利店经营的商品通常是家庭日常必需品，需求弹性很小，这类商品如被选做特价商品进行促销是起不到好的效果的，因此便利店在特价商品的选择上要慎重，要选取那些需求弹性较大的，真正能给常客带来实惠的商品，只有这样才能提高他们的满意度和忠诚度以及重复购买率。

精益求精  
授人以渔

精益求精  
授人以渔



# Seattle



## 西雅图怎么玩? 教你三天爱上西雅图

文 | Emily  
图 | 摄图网

提起“西雅图”，你会想到什么呢？

也许是浪漫的《北京遇上西雅图》的街景

也许是紧张忙碌的《实习医生格蕾》的急诊室

也许是科技感十足的地标建筑太空针塔

又也许是弥漫在街头巷角浓浓的咖啡香气（星巴克在此创立）

### 西雅图最佳旅行季节

有人说，西雅图每年只下一场雨，每次四个月，每年11月到来年3月是西雅图的漫长雨季，推荐最佳旅行是每年的5、6月晚春到10月的盛夏，阳光灿烂，海风轻拂，气温适宜，每天的日照最长可以到16个小时，给你大把的时间四处漫游。

### 推荐交通方式

西雅图城区交通便利，轻轨、地铁、公交、出租车（包括优步（Uber），lift）一应俱全。但如果不想错过郊区著名的太平洋海景、北美内陆最高的雪山和独特的寒带雨林，也可以选择自驾的方式

### 爱上西雅图的第一天

派克市场是美国最早的“农夫市场（Farmer's Market）”，已经有110年的历史了，最早是为了让消费者直接从农民手中买到最新鲜的产品、去除中介的盘剥而设置的市场。在著名的“飞鱼秀”摊上买一袋本地特产“熏制野生三文鱼”，尝尝“世界最好吃的海

鲜浓汤”，来一块好吃到挤破头的俄罗斯大馅儿饼，最后漫步到市场北头的街头小公园，沐浴在阳光下，眺望“西雅图之眼”摩天轮、停泊在港口的巨大游轮和湛蓝无比的太平洋——此时此刻，你一定对西雅图有了一见钟情的好感。

西雅图是世界玻璃雕塑大师戴尔·奇胡利的故乡。在西雅图的地标建筑太空针脚下，有一座世界上独一无二的奇胡利全年玻璃艺术花园博物馆。大师历年的经典作品都收藏在这座博物馆中，其中的玻璃屋中收藏着他最大的一幅作

### 爱上西雅图的第二天

西雅图得天独厚的自然风光，让这里成为了户外观光和运动的天堂。当徜徉在花海山麓，荡舟在海滨湖畔时，西雅图的美会深深刻在你心里，让你无法自拔。

雷尼尔雪山对于西雅图人来说，有如富士山之于日本人，被印第安人称

圣山为“塔科马”，意为“冰冻之水”，也是美国除阿拉斯加以外的冰川最多的山脉。公园里天堂景区的天际线步道（Skyline Trail）是美国西北部山区山道的集大成者，在短短的几英里时间，经历高山草甸，松林，瀑布，冰川融水的潺潺小溪，冰川，和荒芜的高山带。早獾，高山山羊，小鹿和花栗鼠随处可见。

### 爱上西雅图的第三天

在美国和加拿大交接的海峡中一系列群岛里，最有魅力的就是圣璜群岛（San Juan Islands）了。紫色的薰衣草花园，曲折的海岸线，驾一叶小小的皮划艇出海，骑着自行车沿着小岛的海岸线看潮起潮落，乘坐水上飞机俯瞰群岛，在海边支起一定帐篷、在海涛声中入梦，或者只是在小港口的花园里吃一顿早午餐，都是体会太平洋岛民生活的极好方式。

# 要便利店生意好？ 店里的风水财位有讲究

文 | 筱玖

现在大街小巷随处都可以看见便利店，它的出现使我们在生活中方便了很多，但店铺多了随之而来的竞争也是非常激烈，如果你想要自己便利店的生意好，除了有肯吃苦耐劳的拼劲，那咱们店内的风水财位也都是有很多讲究的，开便利店的时候要注意相关风水，风水之道离不开五行，各行各业都有相应的五行，同样也有相应的风水布局；现在我们就来谈谈便利店风水布局吧！

## 店铺的朝向

大家知道便利店里卖的都是一些小商品，这些小商品的总体五行属于金。因此我们在选择店铺的朝向时，最好选择坐西向东、坐西北向东南的店铺，一定不能选择坐南向北的店铺！但如果现在经营的便利店是坐南向北的，我们可以在店铺最后的一道墙放一大块泰山石，用来化解这个不利因素。原理是坐南向北的店铺，五行属火，而小店铺的五行属金，会形成火克金，如果在坐山位置放一块石，会形成火生土，土生金的相生格局。

## 收银台摆放

收银台摆放需要注意的是：一、不宜朝北，北方被认为是无财的方位，若是将收银台摆放朝北，背向南方，会导致店铺无财可入，无运可走，所以店铺之中，收银台的摆放位置是不可以朝北的；二、收银台的摆放不宜正对大门，收银台可以说是店铺中的财库，财库不易外露，否则有破财之嫌，因此收银台的摆放不宜正对店铺大门，否则便会导致店铺漏财，难免会导致收银台受到门外气流直冲，冲散了财气，反而影响了店铺的聚财风水。当然若是已经如此布局，可以试着摆放在收银台上摆放关帝神，关帝神可缓解煞气，化解直冲的影响！

## 店铺的门忌过小

门是店铺的咽喉，是顾客-商品出入与流通的通道。店铺的门每日迎送顾客的多少，决定着便利店的兴衰。因而，为了使店铺能提高对顾客的接待量，门不宜做得太小。店铺的门做得过小，按风水的说法就是缩小了屋宅的气口，不利于纳气，使气的流入减少减慢，从而减少屋内的生气，增加死气。

对于经商者来说，作为出入通道的门做得过小，就会使顾客出入不便，如果顾客还要提携商品的话，就会出现磕磕碰碰，很有可能会损坏已卖出的商品。狭小的店门，还会造成人流拥挤，拥挤的人流就有可能使一些顾客见状止步，也会因人流的拥挤发生顾客间的讼争，以及扒窃事件的发生，最终影响商店的正常营业秩序。这就带来风水常说的灾祸。

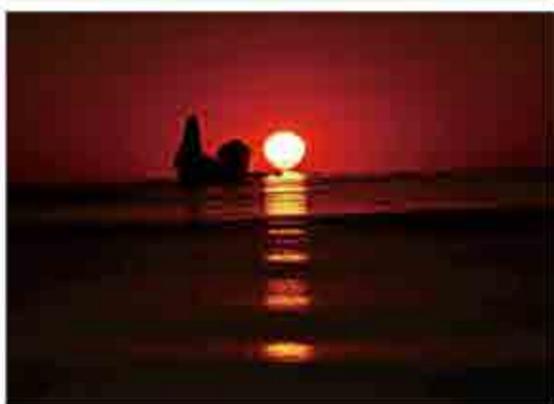
## 店面的色调

从风水的角度而言，店面内部的颜色，要和店主的生辰、店面的朝向以及所售商品的五行属性相结合而考虑，将商品的属性纳入木、火、土、金、水五大类，然后根据店主的命卦和商店的宅卦，具体确定商店内部的装修色调，方法极为繁复，必须请专业的宅相家定夺。

最后小编再告诉大家一个小秘密，便利店如果生意不好或者不盈利，经营者可以购买一些招财的物件，如供奉财神爷、关公，招财物有风水轮、风水鱼，吉祥物以及招财的绿色植物等等，都可以给便利店招财旺运。



# 大美东戴河 观海养生度假 尽在御海龙湾



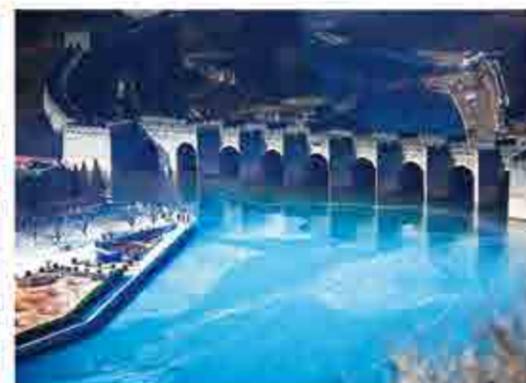
今临碣石滩 远眺潮水间  
雄鸡报晓时 东方红满天  
秦汉遗址处 古韵今犹然



帝王曾临此 挥毫著名篇  
醉在三步海 壮哉大自然  
今居福泽地 美在御海龙湾

# 御海龙湾 美景得天独厚，近30处名胜环绕

众多名胜古迹、星级景区环绕御海龙湾，近享天下第一关、老龙头风景区、乐岛海洋公园、角山、长寿山、五佛山等星级生态景区；还有碣石宫、三女峰、孟姜女庙、将军府、九门口长城、前卫塔等。远可及超百米的新澳海底世界、国家5A级野生动物园、南戴河国际娱乐中心、国家二级湿地鸽子窝、奥林匹克公园等。



优美的风景、蔚蓝的海洋 是窗外不变的景色，您不会错过每一次的海上日出与日落

Supermarket Transfer Information

# 超市转让

## 金淑轩超市

地址：北京站崇文门附近，紧邻北京站  
 面积：200m<sup>2</sup>  
 租金：面议  
 转让费：面议  
 联系人：李女士  
 电话：13693077613  
 超市介绍：一层正规底商，不怕拆迁，可经营蔬菜，水果，干果散货，打字复印，彩票，烟酒副食等便民服务项目，本店证照齐全，周围有学校饭店，地理位置优越有意者请联系，非诚勿扰。

## 便民超市

地址：北京市昌平区东小口镇半截塔村  
 面积：80m<sup>2</sup>  
 租金：5万/年  
 转让费：带货转让面议  
 联系人：王先生  
 电话：18600386538  
 超市介绍：营业中超市，客源稳定，有意者电话联系。

## 百惠佳超市

地址：广州市白云区萝岗村白头岭北街13号  
 面积：110m<sup>2</sup>  
 租金：4200元/月  
 转让费：面议  
 联系人：黄先生  
 电话：17727603108  
 超市介绍：超市营业面积110平米，接手即可盈利，每天流水3000+，现因另有发展忍痛转让，有意者来电考察。

## 华联生活超市

地址：河北省廊坊市香河县安平镇  
 面积：240m<sup>2</sup>  
 租金：2200元/月  
 转让费：38万  
 联系人：李先生  
 电话：13261076820  
 超市介绍：超市分上下两层，有意向可电话联系。

## 木易田百货超市

地址：天津市滨海新区中部新城  
 面积：97m<sup>2</sup>  
 租金：6万/年  
 转让费：面议  
 联系人：田先生  
 电话：13702190438  
 超市介绍：因回老家照顾孩子上学，现经营5年多的超市，忍痛低价转让，证照齐全。接手即可盈利，欢迎诚心者到店详谈！非诚勿扰！

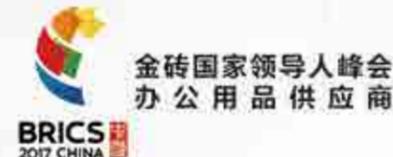
## 北京美廉和超市

地址：北京市通州区宋庄镇小堡画家村  
 面积：100m<sup>2</sup> (包括厨卫卧室)  
 租金：8万/年  
 转让费：无转让费，盘货转让，现有余货4万左右  
 联系人：李先生  
 电话：13611266948  
 超市介绍：26年老店，证照齐全，周边是饭店学校公寓工作室等等，因有其他发展方向，故转让。不拆迁，自家房子自家证照，准备转让故货不全了，流水一两千，货全流水四五千。(非诚勿扰)

## 社区便民超市

地址：北京市丰台区马家堡路33号院  
 面积：90m<sup>2</sup>  
 租金：可电话详询  
 转让费：面议  
 联系人：张先生  
 电话：13661383349  
 超市介绍：有其他生意要做，忙不过来，忍痛转让。

温馨提示：  
 中商惠民《便利店》杂志仅向您提供平台服务，由于中商惠民无法杜绝可能存在的风险和瑕疵，您应自行对依该推广信息进行的交易负责，对因依该推广信息进行的交易或任何第三方提供的内容而遭受的损失或损害，中商惠民不承担任何责任。  
 请应谨慎判断并确定相关信息的真实性、合法性和有效性，并注意保留相应的证据以利于维权，尽量采用线下交易的方式进行。进行交易前请务必首先核实对方身份及相关资质，谨防诈骗的发生！



得力办公  
代言人  
杨澜

# 好品质，选得力 办公当然更得力

全国服务热线：400-185-0555 www.nbdeli.com

# 别再刷朋友圈了，推荐3款好玩实用的APP

除了零食，每天和我朝夕相处的就是手机了。不要以为手机里只要微信和淘宝就够了，其实还有不少有趣实用的APP。3个私藏的小众APP,实用又有bigger,用过2款算我输!



## 小日常 价格：免费

小日常中，打卡非常简单。您只需要提前规划好自己每周每天需要打卡的内容，并在那一天的时候，轻轻点击已经达成的习惯，习惯就会轻轻翻转，click一声，您的打卡就完成了。小日常不仅可以作为习惯追踪工具，也能作为一天的小日记使用，记录自己每天完成了什么常见的事情，对自己每日完成事项进行打卡。希望你们会喜欢，等不及看到一个更好的你了。



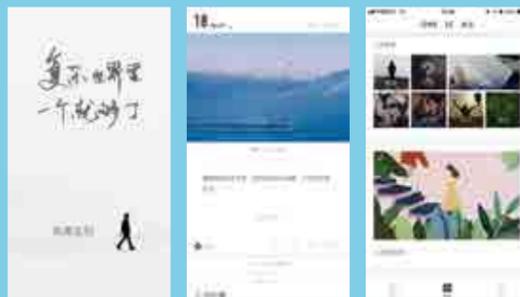
## 平行世界 价格：免费

平行世界是一个可以自在休息和创作的世界，以声音、文字、图像记录并漂流有趣的灵感卡片。你喜欢谁，又有多少人喜欢你独特的灵魂，你对谁说了悄悄话，都只有你自己知道。Follow your heart……能不能找到平行世界里的那个“相同的自己”，期待还是很有意思的。



## ONE 价格：免费

韩寒监制，原《独唱团》主创成员共同制作的一款文艺生活App。懂你的，一个就够了，总有一句话唱出你的过往。每天都会推荐一句话和一张原创图片，在这个复杂喧闹的世界，这是一个心灵的慰藉，就像村上春树说的“哪些人喜欢孤独，不过是害怕失望罢了”。



# 幽默

幽默是一种态度



# 笑话

## 全国各地口音对照表 哈哈哈哈哈欢迎对号入座!



广东银真的是人间宝藏了  
“站在食物链顶端的省份”  
“没有一只鸡能活着离开广东”  
“卖茶叶蛋的大爷家里可能几套房”  
“五块钱不能再多的红包”  
.....

今儿小惠又看到一张图



然后，评论里全国各地的网友  
开启了复读机模式

东北



四川



天津



河南



台湾

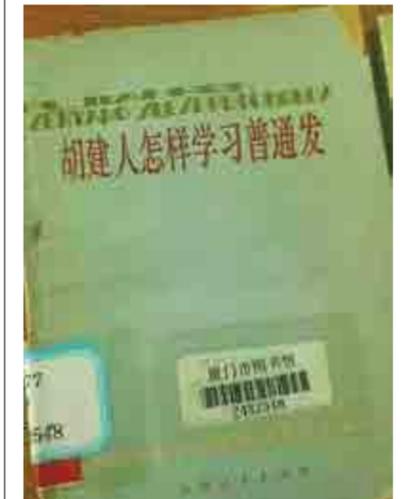


东北话

其实东北人的口音  
也跟这天气有关  
能省气就省气



我上大学时，学校旁边有个福建人开的饭馆，有次我同学喊了句，“加份饭！”服务员一脸茫然地看着他，我这同学冷静地想了一下.....“加混患！”服务员端来一碗饭。



山东话

一提起山东，大家都会想起倒装句  
尽管他们不怎么承认  
“不是这样啊我觉得”



# 2019年5月星座运势：尽可能热情地去表达自己吧！

本月你可能会把某件事做得太过。同时，你在一项进行当中的重大项目里专注于创造，也许会让你感觉浑身不自在。觉得自己并没有创造力，不知道如何着手。在艺术、电影和小说的形式当中寻找灵感，就能找到开发自己创造力的办法。你可能会重新考虑上个月所签下或同意的协议，即使你已经在参与了。别因为你的犹豫而让任何人对此失望——尤其是你自己。本月，即使感觉太忙了，也要尽可能地让你的家庭列为优先事项。

## 白羊座

3.21~4.19



在本月底之前，你应该可以看到成功的迹象。在此期间，享受那种满足感吧——那也是一种巨大的回报。如果你发现自己这个月面临着许多担忧，它可能会导致烦躁和不安。它甚至让你无法安眠。想办法构建这样一个“捕忧者”，这样你就能有一个更安宁更有效率的五月。你所希求的一个机遇，在本月结束之前，可能会变得更巨大了。虽然这令人望而却步，但也给了你更大的机会去证明自己，去克服某种恐惧。

## 金牛座

4.20~5.20



本月应该有机会清空历史记录，重新来过。尽管你可能对此有担忧恐惧，但需要相信，这已经是再好不过的事情了，带着热忱接近这次机会，带着决心向着这一方向前进，这是生活的重要转折点。在整体健康和幸福领域，本月有非常多的事情需要关注，如果一直在考虑改变饮食方式和或改善体型，那就去做吧。制定一个计划，并坚持下去。改善身体健康会提升生活中各个领域，你会觉得自己更强壮、更有活力、更自信。但无论做什么，不要忽视自身的心理健康。

## 天秤座

9.23~10.23



本月的焦点在与你亲近的人身上，你也会很幸运地能与多个兴趣相投的人产生互动，这对任何人来说都是很寻常的事，但对你来说尤其如此。因为你是一个很隐秘的人，很少与人分享自己最隐秘的那一面，当你能这样做时，通常是你觉得和对方在一起很舒服，你确定对方是个值得尊敬的人而且也足够内敛，至少不会到处宣扬你的秘密。你生活里有些事情可能已经过分了或过于纵容了，这可能是乱花钱的习惯，可能是沉溺在过分担忧或恐惧中的生活方式。

## 天蝎座

10.24~11.22



这个月可能在工作或者金钱方面你会感觉棘手，可能上个月起，某个金钱方面的问题就让你很困惑。而你与某人的关系可能永远回不去了。与旅行有关的娱乐或者冒险事情可能会在这个月底到来，可能会涉及某个很有趣的朋友或者家人，你有计划很特别的事与这个人一起进行——即使这是一个长远的计划，这依然是很明智的想法会对你的身心有益。

## 双子座

5.21~6.21



在过去的几个月里，无论你在之前经历了什么，这个月终于可以平静下来了。某件你投入了很多精力，并持续了很长一段时间的事情，本月能传来让你兴奋的消息。另外，由于你擅于理财这个月规划预算会进行地非常顺利，你能找到些方法减少自己的开支、增加自己的储蓄，尤其是如果你想要存钱去完成一个特别的计划。人际关系也是这个月的重点。如果你单身，你有机会遇到一个有趣的人；如果你想一段稳定的关系，那这个人就是对人。

## 巨蟹座

6.22~7.22



你让自己从某件事上脱离开来有段时间了，但你其实非常渴望回归，好消息是本月非常适合再次开启事务，而且如果你这么做了事情会很容易各就各位，你需要的资源也会自动找上你。本月你对一位朋友或家人说的一些话引发了对方的爆炸式反应，这是个平时都很稳健的人，所以有任何不稳定的反应都会让人吃惊。本月也非常适合提升日程效率，可以删减不必要的任务或职责。削减日程安排对你来说是非常健康的选择。

## 射手座

11.23~12.21



本月的你可谓是无忧无虑、充满欢声笑语，这是一种愉悦和轻松的氛围，因为过去几个月你可能是一种相当紧张的状态。本月玩乐可以向人际关系、兴趣甚至是事业方面转化。你会完成很多事或者做一些非常严肃认真、让人印象深刻的工作。你正在发现真正自我、发现自己人生意义的过程当中。你参与的一些事项可能会在你的指导下显现出惊人的进展，也许别人也在过程当中有所要求，但你会因此展现出自己真正的领导才能和创新能力。

## 摩羯座

12.22~1.19



这个月最重要的事是把你的需求摆在首位，通过制定一份行动计划，制定结构化的计划来让事情实现，即使这需要花段时间，你也会开始感到很大的成就感。然后就可以在前进的过程中检查你的每一步，获得不断完成事情的成就感。这也是你会很有组织感的超棒的一月。最近几周有点懒散会让你觉得有种失控感，但是并不需要太多你就可以让一切回归有序组织的结构中，这会让你不那么紧张，更有希望感。你的家庭空间也会很是很你很重要的关注点。

## 狮子座

7.23~8.22



本月你会重新掌控自己的生活！这句话听起来有点像一个造作的声明，因为其实你的生活并没有失控，但你可能觉得最近自己在随波逐流，无法自己把控航向。有些时候随波逐流是你能做的最好的事，过去几周就是如此。你会感受到一种全新的活力和激情，激励你为自己的生活掌舵扬帆，带着坚定的信念朝着全新的方向前行。本月还可能发生失信于朋友或者朋友之间产生误解。月末，你将有机会转换职业跑道、换工作或者调整财务规划。

## 处女座

8.23~9.22



本月会出现一份新工作，或者职业上会有变化、重大转折。虽然这种情况会令人振奋，但还是要仔细一些把一切都搞清楚。如果有不清楚的地方，一定要通过各种方式确保自己有进一步的了解。你可能对某人曾怂恿过你的新业务或合作动心了。即使需要做很多重复性的事情，即使看上去似乎没什么进展，但情况还是会在本月底前有所好转。朋友偷偷摸摸的行为让你有些困惑，但你越是想要探究对方就越逃避。所以最好随他去，假定自己已经知道了其中缘由。

## 水瓶座

1.20~2.18



最近发生了很多事，可能包括家庭、工作以及很多令人失望的事情带来压力或计划进行不顺利。然而摆脱这一切则是个非常好的选择，这样就能重新恢复能量，重拾对于生活中对自己有益事情的热情，给你一个看待生活的全新角度。某个你一直坚持和投入的长期目标本月可能开始显现成效。并不意味着一夜之间的成功，但应该看到这种迹象，你已经走在正确的轨道上，所做的事情也都是正确的，可以实现目标的。

## 双鱼座

2.19~3.20



Lay's 乐事



奇多鲜虾片 抢先上市!