

惠尔康人

2020年刊  
YEAR BOOK

## 渡难关

BREAK  
THROUGH

我命由我不由天，  
面对难关，我们一定赢！

在防疫抗疫期间，惠尔康各部门守望相助、风雨同舟、逆风前行，在平凡的岗位上创造不平凡的精彩，用坚毅果敢的行动全力打赢这场防疫抗疫阻击战！

## 奋拼搏

STRUGGLE  
HARD

春耕时刻，全力以赴；  
百日会战，气势如虹

一场胜利来源于团队的精诚协作，一场旺季来源于全体同仁的共同付出。纵然2020年不易，也丝毫不影响我们拼搏致胜的决心，努力终现回报！

## 勇创新

INNOVATE

新品驾到  
“红苹果礼品市场”扬帆起航

“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”



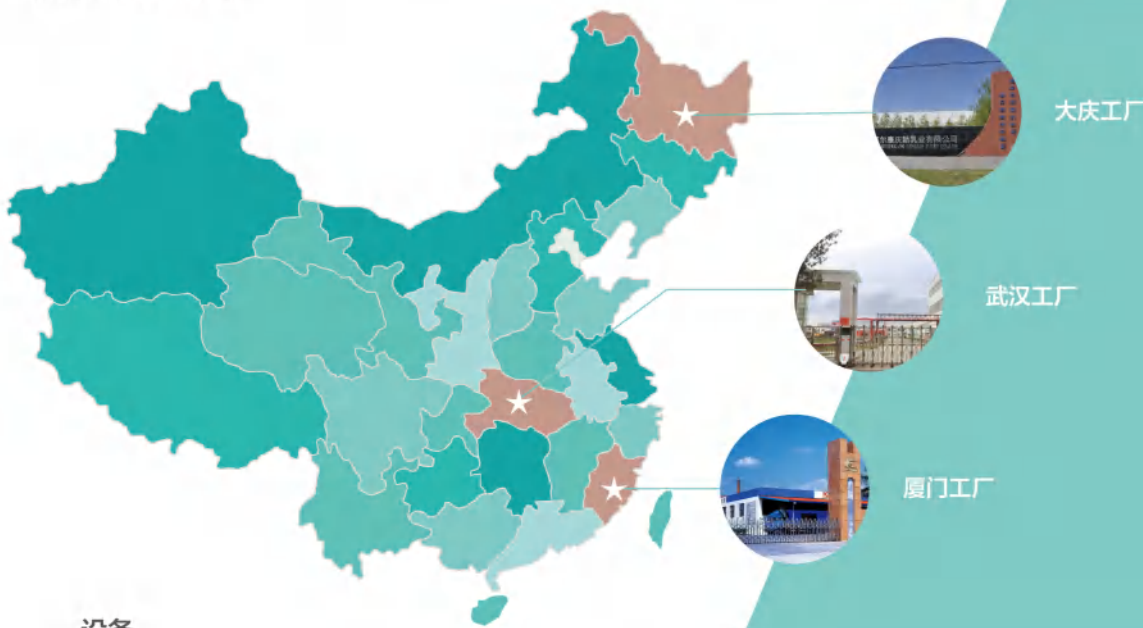
# 惠尔康集团简介

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、水类九大系列100多种产品，树立了“惠尔康”、“谷粒谷力”、“扬子江”、“鹭芳”等品牌形象，获取13项发明专利、4项外观专利授权和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

中国轻工业饮料行业十强  
国家杂粮加工技术研究分中心  
**2009**

中国杂粮加工企业10强  
**2012**

金砖国家领导人厦门会晤赞助商  
**2017**

自**2002**年起  
农业产业化国家重点龙头企业

**2011**  
“谷粒谷力”  
Bev-Model产品研发金奖

**2015**  
国家科学技术进步奖

**2019**  
福建省食品工业杰出贡献奖





# 27周年表彰&晚宴 总裁致辞

各位惠尔康人大家好：

辞旧迎新，感谢各位的努力和拼搏。

展望2020年，我们从竞争策略转为成长策略，突破固有思维与习惯，拥抱新鲜事物与知识，创新重振。

我们所在的行业机会很大，我们人才济济，要获取成功，我们需要改变、开放、同心，合力去做一件成功的事，这件事成功，我们就可以培养做第二件、第三件成功事的团队。惠尔康员工让我有信心带领大家去取得这场战役的胜利。

我们的业务单元还处于接受任务去执行的被动工作方式。我们每位要开放视野，关注外部的变化，同时鼓励不同业务单元，不同地域，不同部门更多的展开协作，彼此支持。

我希望年轻人成为公司创新的主力军，培养年轻一代，跟上市场和时代的步伐，担起重任。年轻人有梦想，有驱动力去改变自己的命运，更有创造力、更接近消费者、更接地气、更能成功。我们老员工需要培养比自己还优秀的年轻团队。惠尔康的责任，让员工成功。

让我们共同创造惠尔康更辉煌的明天。

总裁：马奇

2019年12月27日



# 目 CONTENTS 录

HUIERKANG  
**2020**  
大事记  
MEMORABILIA  
-P01

品牌故事  
BRAND STORY

## 一、渡难关

携手同心，疫情下前行，事业一部战“疫”日记 - P 05

共抗疫情，爱在惠尔康 - P 07

战疫，复工，工厂在行动 - P 08

我命由我不由天，面对难关，我们一定赢！ - P 10

惠尔康武汉厂复工记 - P 11

惠尔康南北大合战，共克时艰！ - P 13

## 二、奋拼搏

2020，“鼠”惠尔康最宠你！ - P 15

福建&浙江|春耕时刻，全力以赴 - P 16

事业二部|打好“组合拳”，拥抱“旺季”春天 - P 18

旺季来啦！支援走起！ - P 20

重塑品牌力，安徽在行动 - P 22

大庆“政企联合，把握机遇，再塑品牌” - P 23

粤西新品飓风行动 - P 24

铿锵激昂，气势如虹，旺季奋斗记 - P 25

百日会战，金戈铁马，时不我待，团队撑起 - P 28

市场活动集锦 - P 29

## 三、勇创新

新品驾到|清甜是你，酸甜也是你 - P 31

新品来袭|冻住夏日好新鲜呐！ - P 33

揭秘|带你潜入惠尔康抖音剧组，探寻幕后花絮 - P 35

三天还不够，打卡谷粒谷力全新广告拍摄地 - P 37

豫皖“红苹果礼品市场”扬帆起航 - P 39





## 一、革新不止，精进不休

惠尔康企业文化更新重塑啦- P 43

小康|你有一份快乐法宝，快来查收- P 44

污水变清，再“绿”环境- P 45

改变，我们从未改变- P 46

2020年度公司级专项奖- P 48

## 二、学习提升，学以致用

持续成长的痛（并）快（乐）日子- P 51

应届生的“碎碎念” - P 53

关于《中欧商业管理大师班》，我们言行拷问了TA们- P 55

前沿资讯分享- P 57

## 三、凝心聚力，共同成长

供应链防疫突出贡献表彰故事集- P 59

这个必须在惠尔康出圈的团- P 61

这是一群做着“精致”事的“糙”汉子- P 63

探寻【C位康仔】- P 64

团建|团队聚力，砥砺前行- P 70

## 一、暖心相伴

防疫动态|党企同心，共同守护- P 73

生日快乐，健康喜乐- P 76

再遇见- P 77

植树正当时，“撸袖”添新绿- P 78

## 二、欢乐同行

双节同庆，加倍快落！- P 79

惠尔康人的鼓浪屿双节度假- P 82

惠尔康28周年厂庆- P 84

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 杨辉 洪秋婷 张娜琼 田一敏

杨佳伟 焦明 黄奎谕 叶萍萍 别朋

林宝虹 廖峰 陈德垣 曾航兰

编辑部电话 0592-2272058

Email hekpeople\_editor@hek.cn

出版单位 惠尔康集团有限公司

地址 厦门湖滨南路57号金源大厦26楼

网址 www.hek.cn

# HUIERKANG

# 2020

## 大事记

MEMORABILIA

02月

### 疫情防控与担当

在新冠肺炎疫情防控过程中，公司积极响应国家号召，对内组建疫情应急小组，采取线上防疫学习、延迟复工、办公区域消毒、分发口罩、餐桌隔离等防疫管控措施保障员工安全，对外勇于承担社会责任，体现担当、传递温暖。

### 天猫直播间首开

2月18日，惠尔康天猫旗舰店开启了自己的直播间，加入了直播的大军。在惠尔康人的努力下，直播间获得浮现权，直播间排名上涨，吸粉无数。



03月

### 不一样的会议进行式

为应对疫情对线下会议的影响，公司多部门在开工首月，以远程视频的新会议模式召开了线上集体会议。承接变革学习会，如何在疫情之下，在巩固现有传统售点的同时，有针对性地创造新的销售机会，快速复苏市场，是会议的主题方向。

### 企业文化重塑

公司开启“二次创业”征程，在成长策略的指引下，叶总带领着中高阶主管经过多轮的研讨与完善，更新重塑了公司的愿景、使命、价值观、员工行为准则，线上线下相关物料也陆续更新。





04月

**新品上市-推陈出新，全力拓展**

“水”心而动，清甜为你的青柠/蜜桃水，梅子+好茶，够潮才够味的梅子茶，4款清凉新品上市，各区域全力拓展。

**武汉厂-共克时艰，复工复产**

成立疫情防控工作组，对复工复产做了全面的疫情防控工作，并在返岗前为员工组织专场新冠病毒抗体检测。各种充分准备下，武汉惠尔康扬子江乳业和武汉惠尔康食品分别复工复产，再次供应周边客户。



06月

**惠尔康品牌#双微一抖#营业**

惠尔康品牌唤醒行动开始全面启动，三大新媒体平台——官方抖音号、公众号、微博正式上线！后期也将持续生产优质内容，为熟悉的惠尔康带来不一样的新鲜感。



07月

**捐款20万结对帮扶甘肃两个村庄**

惠尔康积极响应市委市政府关于结对帮扶的临夏回族自治州的号召，主动捐款20万元帮助永靖县塔坪村、湾子村两村，并签署了帮扶协议，建立结对帮扶关系，充分利用自身资源帮助两村开展脱贫工作，助力两村早日实现小康的目标，积极践行企业责任和社会担当。



10月

### “叉车工”技术比赛我司斩获7成奖项

厦门市第二十六届职工“叉车工”技术比赛（同安赛区）在我司同安工厂举行，共有来自11家公司的40名职工选手参赛。在本次叉车技术比赛的13个奖项中，我司参赛者一共斩获9个，一等奖由我司叶文水获得！职工技能竞赛也为全区职工学习交流和提高劳动技能搭建了重要平台。



11月

### 荣膺“2020-2021年度厦门市龙头骨干民营企业”称号

经评审单位层层选拔，厦门惠尔康食品有限公司被认定为七家农副产品生产加工、制造领域龙头骨干民营企业之一，再度获得行业和政府有关部门的权威认可，并受邀参加首届厦门企业家日暨2020中国（厦门）商人节启动仪式。



### 我司叶杉民荣获“全国劳动模范”称号

全国劳动模范和先进工作者表彰大会11月24日上午在北京人民大会堂隆重举行，厦门市共6人获全国劳动模范称号，我司行政部经理叶杉民光荣入选！



12月

### 【同舟共济，共创未来】惠尔康28周年厂庆

12月26日，我们相聚同安生产基地，回望2020的拼搏与收获，表彰优秀，欢庆惠尔康28周岁生日；展望2021，惠尔康人将以新面貌，共赴新征程！





# BRAND STORY

## 品牌故事

2020年，全球经历了一个不同寻常的开始。惠尔康在对内做好宣导及防疫管控的同时，对外勇于承担社会责任，为国民经济发展贡献力量；惠尔康人拥抱变化、众志成城、全力以赴，即使在艰苦的情况下，公司今年整体业绩依然取得了不错的成果。

销售团队渠道下沉，抢占乡镇市场，抢夺终端售点，并借势新渠道形成全国配餐尝试；不断探索，不断总结，寻找新的增长点，最终实现公司业绩逆势增长。供应链从内部发掘潜力，减费用、降成本，提升设备效率，尽全力满足业务需求，纸包车间创造了8月单月539万件的历史最高产值记录，同比增长42%。后勤人员各显其能，全力支持，在响应上及时回应；在分析上支撑业绩增长点；在新媒体上做了双微一抖、内容营销尝试；在流程管理上，“经营管理”与“战略管理”两手逐步健全。

这一年，我们经历了“革新·聚力·拼搏”，也收获“致胜”的成果。乘着我国经济复苏的东风，在公司各级领导的带领下，2021年惠尔康全员将同舟共济，共创未来！





# 携手同心，疫情下前行 事业一部战「疫」日记

文 / 福州市市场部 林宝虹

疫情的数字让人们触动，而一张张“逆行”的面孔却带来了最深的感动。

面对疫情惠尔康事业一部全体员工仍然坚守工作岗位，以“我在岗、我担当、我奉献”的决心坚定吹响抗击疫情的先锋号角，尽己所能，彰显了惠尔康人的温度与理性。



2月6日 / 星期四 / 阴有小雨

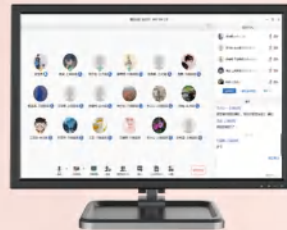
今天，面对形势严峻的疫情，事业一部疫情应急小组成立，并开展了一系列的防疫工作安排。



2月10日 / 星期一 / 阴转晴

复工第一天，疫情还很紧张，但是事业一部的人员80%以上都按时到达驻区，开启了宅家办公的全新模式。

线上视频会议，相关工作事项布达利用微信群，与配送客户进行零接触的线上沟通。



电话拜访，及时了解终端的产品动销和竞品状况，及时补货。





2月11日 / 星期二 / 晴

抗疫日子里，各种闪电配送为消费者提供了“无需出门，美味到家”的外送服务，是疫情下消费者的最宠。

然系统订单剧增，库存告急，经销商的复工手续下不来，给我们的系统服务人员带来了巨大的挑战。他们不辞麻烦和辛苦，一遍遍沟通，一趟趟奔走，终于保证了送货的及时，避免了销量的损失。



2月12日 / 星期三 / 阴

通过信息收集和分析，我们将目光聚焦到社区消费场景和一线作战人员物资需求这两个点上，通过“到家业务”的推动和一线物资的团购/赞助优惠等，在疫情期间满足大家的需求，也提升产品销量和品牌声誉。

在艰难时刻，我们更要努力突破！



2月17日 / 星期一 / 阴有小雨

经过一周的宅家办公，前线的小伙伴们终于坐不住了。在疫情相对宽松和人员保护措施到位的状况下，终端业务便针对各自区域内有开业的售点进行拜访，库存盘点，堆头整理，赠品捆绑，活动洽谈，保证疫情期间开业售点产品的正常回转。



2月18日 / 星期二 / 晴

今天，新增治愈出院病例首次超过了新增确诊病例，这是个令人振奋的消息，相信拥抱春暖花开的日子不远了！

今天，一部大群也出现了一个喜人的现象，群里掀起了一场自主自发的学习会，线上学习，自我提升，改变自己才能有希望！

在防疫抗疫期间，事业一部守望相助、风雨同舟、逆风前行，在平凡的岗位上创造不平凡的精彩，用坚毅果敢的行动全力打赢这场防疫抗疫阻击战！

# 共抗疫情，爱在惠尔康

文/河南市场部 曹静莹



有这么一群带着口罩和防护镜的战疫工作者们，他们坚守在各个高速、城区村道、小区的门口，搭起了临时帐篷，风餐露宿……

他们的坚守，有效地防御了疫情的蔓延，守护我们城市的每个角落。



疫情让人们更加关注身体健康，全民提升免疫力显得尤为重要。2月27日起，惠尔康在河南、安徽同时发起“共抗疫情，爱在惠尔康”公益活动，得到了防疫站各级领导和各区居委会的关注和大力支持。

惠尔康红苹果果汁富含多种维生素和矿物质，每天一罐红苹果，能够帮助我们补充人体所需要的多种营养，尤其是丰富的锌元素含量能够帮助我们产生抗体，增强免疫力。

区域销售人员和经销商团队，冒着寒风冷雨，拉着货往返着城区和乡镇，把红苹果送到了这些守护城市的每一位工作者手中。工作者们很开心，特别感谢惠尔康送来的这份礼物，一致夸赞口感极佳。

在此期间河南安徽共为196个站点送出了1960件红苹果。公益活动的精神不是锦上添花，而是雪中送炭。

## 无人售卖活动



于此同时，无人售卖的站点也相继出现在各个小区，区域销售联合了经销商团队对售卖现场进行了布置安排。

无人售卖方式在很大程度上填补了因疫情带来的市场空白，以一种“特殊”的方式让产品继续在市场上活跃起来。既减少了疫情期间的接触，保障安全，也符合当下部分消费者追求“新颖、趣味”的购物心理，也在一定程度上提升了产品的销售及品牌力。

疫情之中，不管日子有多难，我们大多数人都好好的，就是最大的幸运。

在接下来的日子里，我们会更加努力，抓住机会，迎接时代带来的改变。





# 战疫，复工 工厂在行动！

文/生管部 杨景开&纸包装厂 焦明&CAN 李万平&物流部 黄奎谕

我希望有一天醒来，  
街道上车水马龙，  
我们不用戴口罩，  
挤上地铁，打卡上班。  
在历经最长的一个“寒假”和居家办公后，  
我们陆续返岗复工了！



2月中下旬，“自上而下”的复工复产工作已经全面展开，惠尔康同安工厂已在有关部门的指导下，严格按照要求合规复工；总部开始全面复工；各事业部驻外同事依据当地政策及市场情况安排复工情况。  
疫情防控，健康工作，我们严阵以待。

## 工厂在行动

每年的年初都是我们惠尔康开始大展身手的时候，全开生产线为一年之初生产新批次的产品。然而今年不一样了，一场疫情打乱了很多计划，加上春节较早，年前生产的时间实在短暂。

全国人民为了遏制疫情的发展，都自觉遵守各地的规定。我司为响应政府的防疫工作，年后的复工是一再推迟，生产计划也是一波三折。

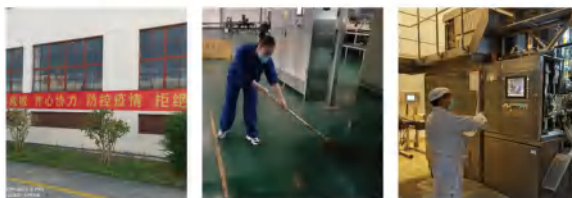
万幸的是经过20来天的防控，形势慢慢清晰，目前同安区仍无确诊病例。公司领导部署防控措施，各部门盘点人员、安排岗位、确认原物料、调整生产计划，终于是等到了复工的确切时间。

## 复工前的准备

大家还在居家办公的时候，同安工厂的领导和同事们已经开始为复工紧锣密鼓地筹备着，做流程、定方案、贴标语、抓落实，确保复工能够顺利进行。

居家办公期间各部门如实填报《春节期间动向登记表》，每天更新，确保信息及时、准确无误。

车间里，严抓每一个细节，做好现场卫生，紧盯品质保证，为复工生产做好充分的准备工作。



### 复工后的防护



入厂正确佩戴口罩，体温测量正常后方可进入



上岗人员每天测两次体温并上报



公共区域每天2次消毒，生产车间按照食品卫生要求严格执行



食堂就餐全部改成了一次性包装盒，用餐区域也进行了隔离



随处可见的科普宣传



同安汀溪卫生院来厂宣传防疫知识也开展心理辅导，同安政府免费进行核酸检测，做到复产双保险。

### 生产步入正轨

“雨水”已至，万物萌动，复工的“集结号”已经吹响，生产的列车已入正轨，看着往日熟悉的场景，听着机器运转的大合奏，这里的一切又将逐渐热闹起来了！



### “水头”发货现场

疫情下的水头现场与往年相比，更晚、更严谨、更紧张。

针对水头现场，对内我们严格遵守公司防疫准则，对外我们严格把控入厂来源，包括车源及司机把控、司机进入工厂的管理、装车及过程管理。



这个水头不一样，  
但不变的是我们依然坚持拥抱变化  
协同高效、全力以赴！



# 供应链|我命由我不由天， 面对难关，我们一定赢！

文/供应链事业部 黄晖



我们相信，  
惠尔康人，  
惠尔康供应链人，  
在这次战斗中，  
一定能赢！

——供应链事业部总监 黄晖

## 供应链

从国内疫情逐步缓解，工厂复工开始，供应链全体员工面对人员短缺、物流紧张、原材料成本上涨、厂内防控等多种难关，群策群力，上下总动员，艰难地渡过了复厂复工的第一阶段。可是疫情还在全世界蔓延，经济大环境不乐观，市场总体需求下降。此刻，我们面对的不是我们自己的难关，在整体销量预期不佳、企业利润下滑的情况下，我们如何勒紧腰带，渡过难关，供应链面对疫情后的第二难关。

我命由我不由天！我们不等大环境的好转，我们也不等营销团队的提升销量，我们不能顺其自然。我们要从自己出发，从供应链内部发掘潜力，减费用、降成本，提升设备效率、提升人员综合效益。

从四月份开始，供应链内部展开积极的讨论，最终我们确定了几个方向。

### 1 练好『内功』

在工厂内部，各车间从每个环节入手，科学研讨，寻找精进的空间。有的从设备入手，或自动化减人，或除隐患提效率。有的从现场管理入手，提升管理水平。一系列精进专案的推动，将有效降低工厂内部运营成本。



### 2 产销运营

从产销运营着手，与销售前端作好精准对接，计划、采购、生产、物流等各个环节紧密配合，共同实现以最合理、经济的库存应对销售的需求。其中，成品库存的控制、原物料库存的控制、发货的均衡性、生产的快速反应四个方面，是重中之重。



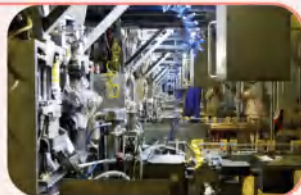
### 3 采购把控

采购环节是降成本的重要部分，包括原物料采购和物流采购。今年的采购形势对我们有利有弊，但总体来说，可以实现较大的成本节省。采购部将密切关注市场形势，把握最佳采购时点，以最高目标作为今年的方向。



### 4 组织精进

人员组织的变化是一个创新。五月份开始，生产线将逐步减少常备工人，未来旺季加线时，将以管理和后勤办公人员等下线开机。这个模式的创新，除了降低用人费用，还将极大的提高工厂组织的整体战斗力。饮料行业的淡季季明显，这个创新的组织变化，未来将有效的改变工厂每年旺季开机的用人短缺情况，提升组织弹性。



## 奋拼搏 渡难关

难关有两种，一种是企业个体的难关，比如竞争对手的打压等；一种是普遍面对的难关，比如国内外的经济全都陷入不同程度的萎缩。这次的难关显然是后者，在这种情况下，谁能打好基础、找到方法、突破难关，谁就能在这遍地荆棘中站得更稳，跑得更快。

我们相信，惠尔康人，惠尔康供应链人，在这次战斗中，一定能赢！

本文节选自惠尔康人微信公众号《我命由我不由天，面对难关，我们一定赢！》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。





# 惠尔康 武汉厂复工记

文/武汉厂 吴兰兰

新冠疫情暴发以来，位于“震中”的武汉厂成为大家牵挂的重心，人员是否安全？防护能否做好？生活上是否有困难？何时能恢复正常？复工复产能否顺利？

于此同时，武汉厂的大伙也坚守着各自的职责，终于在复工申请通过后，乳业/食品全部顺利复工复产了。

同心同力复产复工，众志成城共克时艰，让我们看看武汉厂的复工复产之路……

## 01 守护一线 守望未来

从春节假期开始至今，两个月来公司保安在疫情严峻的考验下，克服着外界封锁的困难，始终坚守在工作岗位上。从厂区内的防火、防盗，到厂门口的体检、消毒、登记等防疫工作，他们一丝不苟、认真负责。

尤其是保安雷寿华同志，不仅值班时认真负责，还主动帮助有困难的同事值班到深夜。在下班后他也会不时的来到公司看看，叮嘱新保安要注意安全、用心值守。同事或领导问起他时，他总是笑眯眯地说：“我是老员工，不主动带着他们几个新人，总是心里不踏实，多出点力无所谓，就怕工作马虎出了纰漏，影响到公司工作就不好了。”

朴实无华的语言，却是最好的坚守，正是这样的坚守，保障着企业的安泰。

## 02 安全复工 防疫先行

在防疫期间，企业复工之前，人事行政部董友友在抓好厂区安全防疫工作的同时，积极调动值班保安、保洁，对春季生长茂盛的绿化带进行修整，对厂区道路进行了清扫，并对厂区进行了全面的消毒，保障厂区安全整洁有序的工作生活环境。

员工宿舍是公司复工防疫工作中的一个重要环节，这里人员密集，人与人之间直接接触较多，重点安排对宿舍一间间的清理、消毒，客厅、阳台、卧室、卫生间每个角落都不遗漏，确保返厂员工能有安全、舒适的休息环境。

食堂也是防疫工作的一大重要环节，食堂严格执行公司防疫工作流程和食品卫生安全，全面进行了清扫、整理、消毒，确保员工用餐安全。





### 03 复工筹备 先利其器

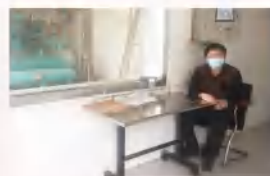
复工筹备期间，工务处长陈国义在接到公司复工通知，第一时间办理了车辆通行证返回到工厂，并用自己的车陆续将部门其他同事接回工厂筹备复工事宜。期间在物流部门未复工的情况下，与乳品车间主管韩顺顺一起组织本部门承担了3.5吨新鲜杯的卸货任务。



为了保障复工后乳品车间蒸汽供应，锅炉组长邓燕华在接到公司复工通知，及时赶到现场恢复了锅炉运行，为乳品厂CIP清洗提供蒸汽供应；同时，他仔细检查工厂其它相应设备运作状况，发现污水处理站两台罗茨风机故障，准确将故障现象上报，在工务设备处集体努力下，顺利修复了2台故障罗茨风机，为公司节约近万元维修费用。

在这次复工筹备期间，电工组长卢业春带领工务部门值班人员，架线槽，剥电缆，将饮料车间包装机输送带电柜进行了合理迁移，确保了设备的正常运行与安全。

另外，春节期间工务设备处值班人员吴博、巴先平、高志辉，疫情期间，在整座城市封锁、无法外出购买食物补给的情况下，他们靠吃着方便面，仍无怨无悔坚守在自己的岗位上，保障着制冷车间设备设施的正常运行，其敬业精神令人钦佩。



### 04 关键时刻 绝不放松

在疫情防控和复工复产的关键时期，生产一线就是战“疫”前线。公司组织专班成立了疫情防控工作组，并对公司复工复产做了全面的疫情防控方案，将复工复产后的防控措施落实到具体每一个部门，每一位员工。

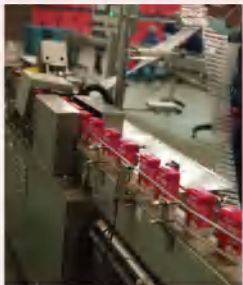


为进一步降低企业复工复产带来的新型冠状病毒肺炎传播风险，确保企业安全有序复工复产，4月6日至4月7日，分两批对公司一百多名员工在复工返岗前就“新型冠状病毒抗体”组织了专场病毒抗体检测体检。



现场严把安全关，仔细衔接每一个环节，在确保体检顺利开展的同时，尽量减少体检人员逗留时间，降低交叉感染风险，特将此次体检地点设置在了门卫室。所有检测员工都戴着口罩，依次分时段在厂门外保持着安全距离排队，而后再根据排序先后一个一个进入门卫室进行取样检测。

### 05 复工复产 武汉“苏醒”



各种充分准备下，随着设备的陆续开启，运转轰鸣声再次在武汉厂响起。

4月8日武汉惠尔康扬子江乳业率先复产，为客户提供久违的“扬子江”牛奶。

4月16日武汉惠尔康食品的饮料紧接着复产，生产的果汁饮料将再次供应周边客户。

在磨难中成长，从磨难中奋起。

如今，武汉厂的产线再次开启，相信在每一位“惠尔康”人的努力下，必将有更美好的未来。



# 惠尔康南北大合战 共克时艰!

兄dei~我们来支援啦!



## 从北到南

文/大庆厂 孙春艳

每年的六七八月是饮料的生产销售旺季，而今年受新冠疫情影响比往年更忙碌一些。惠尔康厦门工厂纸包装厂27条生产线满产，主调手告急，操作工告急，包装人员告急……

而惠尔康大庆工厂此时刚好正在进行产业升级改造，时间就是金钱，订单就是命令，于是，大庆工厂在第一时间派出14名由调配、操作、包装人员组成的精干队伍到厦门工厂支援生产!



## 孙春艳 SUN CHUNYAN

■ 大庆厂TBA19操作工

我叫孙春艳，和姐姐孙冬燕都是一名普通的TBA19操作工，来自铁人的故乡——油城大庆。为了提升我们的操作技能，公司给我们搭建了平台，我与同事一行14人一起来到厦门的工厂，和这里的同事一起交流学习，相互借鉴，丰富增长自己的操作技能。

初到这里，耳目一新，宿舍干净整洁，厂区玉树繁花，还有结着硕果累累的香蕉树。

进入纸包装车间，我被这么多条生产线同时生产的场景震撼到了，从一侧观看夹爪同时运转，行如流水；还有24000包/小时的快速线，快到你眼睛都来不及眨一下；另外还有四国灌装机和TBA9灌装机。面对种类繁多的机器和生产品项，还有许多我们不曾接触的领域，这也激起了我们挑战的决心。

这里的同事都非常热情，聊天的时候，问的最多的就是：你们那里的女操作工多吗？每次我都会笑着和大家说只有我们姐妹俩，来到这里也是姐妹俩。其实我觉得这不算什么，虽然女操作工和男同事相比有着力量上的不足，但我们有韧劲和不服输的精神。第一次面对没有横封钳的查包，完全用手的感觉去撕，对我们来说是个不小的挑战，好在带班和同事耐心讲解，不到五分钟我就get到了这项技能；还有推纸车，第一次推纸推了几次也不能推进去，最后还是在厦门同事的帮助下推进的，经过不断的尝试和努力，现在推纸也越来越顺手；第一次面对智能化清洗，觉得还是自动化产业链最棒，只需要按几个按钮就可以，简单安全又高效……



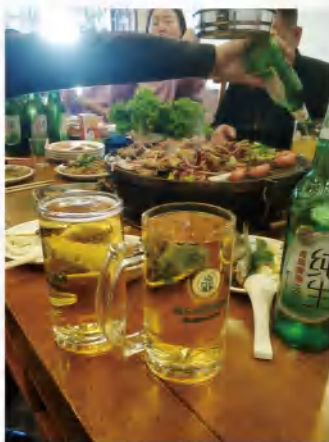


## 从南向北

文/纸包装厂 蔡新星

11月份东北的大暴雪让南方的小伙伴大吃一惊，天地一片寒冷与枯寂。与之相反的是大庆工厂里紧张忙碌的生产场面——随着天寒地冻一同来临的东北饮料生产旺季，一盒盒红苹果随着流水线产出，包装、码垛、装车再送到灯火通明的饭店和千家万户。

应大庆厂开线和设备技术辅导要求，以及秉持资源协调使用、人才协同互助的精神，11月初，厦门工厂纸包车间抽调了维修工程师和灌装、包装段设备操作技术骨干，开启了支援大庆厂之旅。



### 蔡新星 CAI XINXING

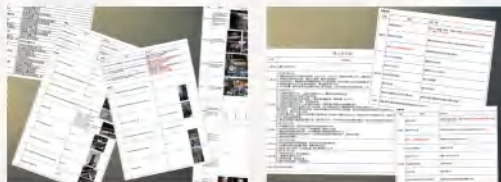
■ 厦门厂纸包装维修

经过12个小时的长途跋涉终于到达了目的地，沿途光秃秃的杨树，结了冰的水面，稀稀落落的房屋，无处不在的磕头机（抽石油的设备）与到处绿色的厦门形成了强大的反差。安排好宿舍整顿好行李，大庆的同事们在当地饭店给我们洗尘接风，一阵自我介绍后终于见识到了北方的酒文化（幸好我不喝酒）。我们同是惠尔康人，一起红红火火。



一到那，无二话，说干就干！彻底地检查设备，维修调整，让设备顺利运转起来。印象中的北方人粗犷、豪迈、不拘小节，工作中接触下来，人人都很热情、积极、吃苦耐劳，勤快也很细心好学，配合起来非常开心融洽。有来厦支援的经历也让厦门厂的同事也很顺利的融入其中，减少了磨合。

支援不是旅游，无论从北到南，还是从南到北，不论酷暑和严寒，体验着不一样的“险”，更多的是满满的工作任务。这次设备维修支援，蔡工只有一周的时间，现场设备诊断、维护、改造，梳理清单和维修建议，为大庆厂旺季生产提供有力的技术支持。



蔡工的一周工作清单

而与短暂支援的蔡工不同，灌装、包装的操作骨干们要待到下个月底，穿上大庆厂工服同样的设备，一致的要求，顺畅的沟通，很顺利的融入了大庆的集体。再加上大庆曾经来厦支援的经历，沟通、交流、学习、协同、提高，相信这近两个月的时间，厦门工厂的操作骨干们也能交上完满的答卷！



支援大庆厂的操作骨干

相隔几千里  
交错的旺季  
协同的情谊



品牌故事  
BRAND STORY

02  
奋拼搏

「鼠」二〇二〇年，  
惠尔康最宠你！  
文 / 福州市场部林宝虹 & 渠道管理部严艳玲 & 物流部黄奎瑜

鼠岁喜临门，  
子年春到户。过年是  
我们每个中国人最大  
的仪式，不管身在何  
方，家都是最温馨的  
港湾，年味，也从精  
心准备的年货开始。



### 新年焕新



2020年就是要红！产品人率先出道，  
红红火火的吉庆包装，带上所有的美好  
祝福：健康、福寿、财运……新的一年，  
大家好事“惠”发生！



### 媒体造势

福、夏、泉火力全开，每个城市上百  
个社区的灯箱、电梯框架、电梯视频广告  
横飞，打造了一个红红火火年货进社区的  
视觉盛宴。



### 年终发货

为了终端年货，工厂也迎来了年前最  
后一波发货，面临车源紧张、站点停运的  
情况，依然坚持把产品第一时间送到客户  
手上。



### 决胜终端 【福建市场】

节庆里，超市、村头店都是年货购物  
的首选之地，业务部门12月中下旬就开  
了年堆的抢建，堆货、套礼袋、捆绑赠品，  
福利一波一波袭来，让人迎接不暇。



### 决胜终端 【湖南市场】

市场创造礼盒产品的销售机会是春节  
前销售的关键。早在2个月前区域主管就  
开始制定区域市场操作计划，确保做到人、  
财、物、力组合全员出击，走到市场的每  
个点，走下乡镇。



销售市场没有终点，永远都是起点，  
拉响2020年第一炮，撸起袖子加油干！



# 福建&浙江春耕时刻 全力以赴

文/渠道市场部 吴晓银&潘婉静&林宝虹&夏先辉&三明所 苏吉祥

疫情给我们的“水头”工作带来了巨大的挑战，以传统渠道为王的我们想要在这个特殊时期打好这场攻坚战，只有不断增加掌控点数并将其做到极致，再深挖三四五级市场的生意机会，才是我们现阶段突破的方向。

## 第一单元 水头终端铺货

明确铺市目的：各区域进行业务员动员会，明确线路安排及每条线路重点铺市品项。



面包车、货车、三轮车、电动车...能铺市的都是好车

积极与经销商、分销商协同铺市车辆，积极沟通货源，确保粮草充足。

温州虽然也是本次疫情的重灾区，但温州所同仁并没有因此退缩，每组每天进行扫街铺货行动，你追我敢，团队市场作业氛围良好！



### 水头作战剪影集



全员拓展，聚焦终端，重质重量，精准发力，坚决夺取水头攻坚全面胜利！

## 第二单元 “百镇千村” 拓展行动



乡镇市场经营成本、难度较低，且随着经济的发展，市场空间大，潜在消费力提升。

全线动员调动经销商、配送客户的车辆和人员，针对目标乡、镇、村市场进行拓展，抢占先机十分重要。

业务们带着口罩，穿行游走于街头巷尾，把一件件产品交付于客户手中。任病毒如何猖狂也无法阻挡大家前进的脚步。



### 第三单元 厦门部终端铺货激励竞赛

全公司“水头”火热铺货中，货铺下去了，生动化可不能丢，竞赛就此拉开序幕。付出终有收获，每天将竞赛结果共享到群里，并发放奖金是件特别幸福的事。为期10天的激励竞赛，不仅使厦门部的终端市场表现更上一层楼，也激励了业务们更加拼搏、不认输的士气。



### 第四单元 疫情下的市场创新与突破

随着社区社群消费成为第3个购物场景，承接事业一部会议精神：如何在疫情之下，快速复苏我们的市场，并针对性地创造新的销售机会？福建和浙江的团队经过不断的探索，有了新的收获。

#### 社区团购

温州所业务在得知温州街道办事处将给“马路天使”环卫工人进行福利发放时立即联系了街道负责人，通过详细的惠尔康品牌介绍，菊花茶降火功效及产品价格优势等，促成了合作，温州各街道办事处采购4950件菊花茶作为福利品；在推广品牌、销售的同时也践行了公益行动。



#### 社团社群

疫情推动了线上行业的发展，我们传统行业也迎来了新渠道新机遇。

与拥有自己独立的APP和小程序平台或社区社群合伙人合作，今年的重点在于提升产品的曝光度和品牌影响力，加强档期活动的结合、产品在首页的展示、产品与消费者的互动等。对于有自己独立的销售和物流系统，合作条件和操作方式相对容易的平台，是我们目前开发的重点。



#### 无人售卖

结合业务春耕行动的脚步，无人售卖活动也在每个社区、村头服务站如火如荼地进行。

##### 社区点

选择高档，年轻人多、二维码运用多的小区，活动可以跟小区内外的售点结合。



##### 村头点

在显眼处设置售卖点，售点老板协助照看，选择乡镇消费者喜欢而实用的赠品。



##### 写字楼

主要出入口摆放，上班族消费者可以同事拼单小团购，也可以扫码进群团购。



目前执行的几十场无人售卖活动中，消费者的接受度良好。只有洞察消费者需求，才有可能开拓更新的渠道，创造更多的推广模式，从而提升我们产品的品牌形象。

“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”

春耕时刻，全力以赴，我们一起加油！





## 事业二部|打好“组合拳” 拥抱“旺季”春天

文/事业二部 陈德恒&莫再君

在这特殊时期，事业二部全体同仁在叶总经理的指导下，因时因势调整了工作着力点和应对举措——抢夺终端售点客户，任何时候终端都是最强有力的保障和基础，只要我们真正的下沉到三四线乡镇农村市场，打好“组合拳”，就一定找到新的增长点。

### 粤西篇：全员拓展，深化渠道

“笨鸟先飞，勤能补拙”这两句话一直是粤西部老大王健的口头禅，而他也是一直带领团队这么做的。粤西团队一直以来都是以执行力最强著称，他们制定渠道拓展行动计划：聚焦市区及乡镇制高点，集中资源，打造样本乡镇/街；通过特攻队与各区域经销商联合拓展，抢占车站，码头，岛屿等制高点；葡萄糖执行水头压货二批客户；PET系列冰冻化陈列，抢占冰箱最佳位置，最大陈列面；通过一系列的拓展，大大增加了目标渠道售点，成功打造了样板镇及街道。



### 海南篇：聚焦PET拓展



由于海南我们掌握的渠道较为单一，尤其是TP纸包产品，90%的销量来自中小学校内店，今年受疫情影响，学校迟迟未开学，对我们业绩的达成造成了非常大的影响；PET的售点也有限，市场基础相对薄弱。

在这样的形势下，开发新的销售渠道，增加核心网点，挖掘潜力客户，强化产品组合，加强业务管理，夯实市场基础将是海南市场2020年增长的主要机会。目前所有精力都聚焦到PET区域网点拓展上，同时兼顾TP纸包新渠道的开发，制定重点拓展乡镇线路规划，人员分组，拓展目标，重点打击。

## 广西篇：“现代及传统，线上及线下”同时发力

**现代超市：**广西团队制定了堆箱陈列+人员促销组合，经销商及我司业务全体下沉到各个卖场，相互配合，利用好各个时段消费高峰期，在堆箱前开展各类促销活动，提升单点销售。

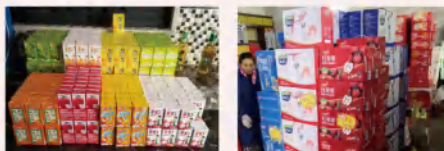
**传统渠道：**随着疫情逐步好转，传统零售点也开始慢慢复苏。借此时机，制定3-5月份的水头专案，抢占先机，把有效点的陈列做到最大化，同时进行扫街式的车铺，每晚进行评比总结。在资源有限的情况下，一个乡镇一个乡镇的打造，以点带线，由线及面，夯实基础，为下半年的收获打下坚实的基础。



**新零售：**如何切入这个新的增长点？我们尝试：和目前社区现有的各大团购平台合作，省掉中间环节，直接让利给消费者；招募社区合伙人，根据每个市场特点，让合伙人把谷粒谷力分享给他身边的亲朋好友，提升品牌知名度和销售。

## 江西篇：水头启动，渠道拓展

江西市场也从4月开始慢慢复苏，在南昌：小餐饮红苹果鹭芳系列套餐组合陈列，超市TP红苹果堆箱陈列，学校高三开课，迅速补货及冰箱陈列；在赣州：TP纸包水头案开始启动，市区部分已先期执行，外围乡镇接下来也将陆续执行。



## 黑龙江篇：理顺渠道，全新出发

黑龙江一年最旺的季节在春节，由于疫情原因，市场销量大受影响，为了加快消化库存，理顺渠道，黑龙江各地针对各渠道制定并实施了一系列方案：

### · 针对超市 ·

以特价换取免费堆箱

+

惊爆价活动



TP红苹果+1.5升红苹果组合陈列

### · 针对社超 ·

制定促销坎级政策

+

惊爆价活动



获得堆箱陈列

### · 针对超市 ·

制定不同促销坎级政策

### · 针对超市 ·

通过饿了么、美团、社区合伙人等合作，寻找一切可能增加销售机会的潜在渠道。

通过针对各渠道快速有力的促销政策及执行到位，整体效果较好，积极消化库存，同时又提升了单点销量，线上合伙人合作模式的开展，也为将来线上平台合作的发展打开一扇门。

接下来，随着公司今年PET新品的上市，各地也将着力重点进行渠道拓展及生动化陈列，让新品“冻起来”。打好“组合拳”，夯实基础，拥抱终将回归的“春天”！



# 旺季来啦！支援走起！

文/各部门小伙伴

这个不平凡的庚子鼠年终于迎来了夏季，高温酷暑脚步已经来袭，不仅是内心期待高温“灭菌”，更是看到饮料行业复苏希望！

## 速报

加单！纸包、CAN车间  
需求量骤增！

## 包装

人员告急

## 打检

人员告急

## 各车间

出货告急 !!!!!!!!!!!!!

这怎么办呢？  
为了满足客户需求并保证市场供货  
在组织精进的情况下进一步挖掘潜力  
我们靠自己！

### 划重点：

聚力——跨界融合，协同高效！一线告急，八方支援！

#### 纸包车间

供应链后勤、金源职能伙伴应需而动，火速支援纸包车间生产，齐齐上阵把活干。人多力量大，包装起来真带劲！



#### CAN车间

CAN后勤部门、车间科长、班长、维修人员，集体下车间打检牛奶花生，内部协同，高效互助！



### 划重点：

拼搏——艰苦奋斗，全力以赴！支援线上，请说出你的故事！



纸包车间班组长

**吴江** WUJIANG

旺季来了，纸包装车间今年好像比往年更忙碌一些，越来越多的后勤领导和同事加入到车间包装中来，给车间生产提供了强有力的支援。

后勤支援生产包装，大家都自主自发地完成自己那一环节的工作，不存在偷懒耍滑的现象，因此现场管理不需要纪律上的约束，而物资合理分配是对现场班长最大的挑战。好在经过半个月来的磨合，大家都基本适应了现场的管理模式，包装手法也更熟练，整个团队更高效，也更有凝聚力和战斗力！

感谢各部门伙伴的支持与高效协同，助力生产！

纸包车间大本营

HUIERKANG



财务部  
**洪秋婷**  
HONG QIUTING

我们自创一个小小的流水线，大家分工合作，一个纯人工、简易的生产线工作效率还是挺高的，我们在12号那天，完成了15板谷粒的成绩。虽然结束后大家都喊累喊酸喊疼，但是结果是让大家欣慰的，成果是做人的！



供应链人资  
**郑露露**  
ZHENG LULU

都说人多力量大，多一个人多一份力量。但是今天我们也体验了一把，人少也好干活。人数少了会更利于指挥，对于干活而言，人与人之间的默契配合加上强烈的团队合作精神，朝着共同的目标去努力，从而达到精益求精的去完成任务。Fighting，后浪们！

物流部  
**黄奎谕**  
HUANG KUIYU

男女搭配干活不累，我们按体力分配直接建立属于我们的流水线模式，大伙戴着口罩顶着高温，有条不紊的包装着。虽然辛苦，但同事之间彼此相互合作，畅所欲言使得原本枯燥无味的工作变得生动有趣，团队协作共同拾柴，火焰高涨，最伟大的力量就是同心协力。

### 供应链后勤支援分队



惠尔康  
信息部  
**信息部**  
XINXIBU

来到工厂生产线，我们很快地进入状态，领导的工作战略仍回荡在耳边：“我们先分好工，一人一道工序组成流水线模式，先不求快只求稳准，等做准了做稳了再提升速度”。大家配合得很默契，在这炎热的天气里干活，从舒适的办公室到闷热的生产线，大家没有气馁地为了同一个目标奋斗。



金源人资  
**杨辉**  
YANG HUI

今天有幸成为金源人资的代表之一，来到工厂与纸包车间大战三百回合，心情甚是激动！组组产品在我身前码成一座小山，随着包装次数增加，熟练程度也越来越好，甚至，快到模糊……

金源人资  
**林晓冰**  
LIN XIAOBING

一想到，经过我们劳动一天包装的这批产品最终会到许多终端消费者手中，也是很有趣呢！作为今日车间的“包装小达人”，希望有更多的客户爸爸给我们砸单，让我们有更多机会体验到车间包装的快感！

### 金源支援分队



CAN维修  
**吕子泽**  
LV ZIZE

支援打捡的一天，说实话，真心是累，下班一到宿舍，基本上都是躺床上来缓解身体上的疲惫。

但想到这个月公司开始进入饮料销售大旺季，发货组缺货，生产又抽不出人，立马床上打个滚，第二天又满血满状态复活！继续，埋头打捡。

旺季发货生产忙，后勤维修来帮忙，团队协作齐上阵，力克困难战旺季。

### CAN打捡互助

五月，奏响夏忙的序曲；五月，我们赞美劳动！赞美所有奋战一线的同人们！  
相信在大家共同努力下，我们一定会保质保量地完成任务，收获喜悦与丰收！





自红苹果系列产品重装升级进入安徽市场后，安徽所的同仁及客户们，从未停止过前进的步伐，大家积极地进行渠道布建，夯实市场基础。

即便在2020年年初疫情对饮料市场的巨大冲击下，公司仍引导客户积极应对，并且采取一系列行之有效的措施，努力向着我们的最终目标“争做苹果汁饮料第一品牌”前进。

今年3月份以来，无论渠道延伸还是推广布建，我们都秉承着公司“集中优势资源打造核心市场”的理念，在蚌埠及怀远，有序的执行开展……

### 渠道篇

#### “清甜爽口红苹果，幸运刮刮惠翻天”

受疫情影响，终端回转压力变大；通过市场调研，我们也发现了以有奖瓶颈刮卡这种方式与消费者直接进行沟通，可操作性很强，可以以大奖带动消费者的购买热情，从而加速通路上产品的消化进度，减轻终端压力，推动良性回转，目前蚌埠及怀远市场活动仍在执行中，且终端参与度极高。



#### “虾路相逢——红苹果胜”

### 推广篇

作为市场人员，对于市场营销机会要有极高的敏感度，用低成本达到品牌宣传最大化的效果。在这个季节，小龙虾绝对是当下热度极高的话题之一，如果刚好有这样一个机会，让我们不用花费很高的费用，就可以对品牌进行全方位最大化的宣传，我们为什么不去尝试一下呢？

“虾路相逢——怀远县首届龙虾啤酒嘉年华活动”就在这样的背景下开始了。

我们仅用时两天就高效完成了现场的所有物料安装，配合龙虾节开业演出。前三天人气最旺的时间段，我们的推广活动导入，主舞台的背景也是红苹果的主元素，俨然成为了红苹果的专场路演，效果极为震撼。

本次龙虾节活动预计将持续三个月，我们现场的品牌布建也将持续展示三个月，在不花费广告发布及赞助费用的情况下，达到了预期的效果。

**对于“红苹果”这个产品，在安徽市场，我们既要把握市场先机，也要打牢市场基础，相信经过厂商的共同努力，“红苹果”的市场表现一定会越来越好。**



# 大庆“政企联合，把握机遇，再塑品牌”



图文/大庆厂 范英杰、李洪伟&大庆独立组 刘春莹

## 现场直击



6月在大庆市乘风新玛特阳光大厅里一场有关于“大庆乡村产业园农特产品直销会”正在如火如荼的进行着。此次展销会是让胡路区政府立足于乡村产业园地产农产品，为进一步提升、振兴乡村经济，促进大庆本土特色产业发展而举办的，为了这次展销会，各企事业单位都使出浑身解数。

作为市区内唯一的饮品参展商，我们联合经销商投入100%热情，打造清凉一夏的惠尔康！

过去我们都是在超市内部进行促销，在乘风新玛特阳光大厅还是第一次，大庆工厂和业务同事们都齐心协力为此次展销会出谋划策，共同完成了展台的组装、布置工作。



## 产品试饮



事先冰镇好的试饮品，夏季解暑最佳伴侣。

## 大庆工厂筹备有感

为了让参观者有更好的体验，加深对惠尔康品牌系列饮料的认知度，促成合作，我们这些每天穿梭于生产线上的员工，也走出了生产一线投入到展销的大军中。

对于我们，产品展销是新鲜的事物，为了有一个完美的展示台，我们从组装开始，就仔细研究、反复测量，同时思考借鉴其他人的产品展示和介绍。

我们的产品一瓶瓶摆上展示台，就像一队等待检阅的士兵。产品的“优质内涵”，还需要讲解员来帮忙表达；温柔的微微姐认真详细地讲解，让每一位经过我们展示台的参观者能够更深入地了解每一款产品。

——大庆工厂工作者们

## 路人直播秀

展销会现场，不断有路人认出了我们的“老朋友”：

“对，就是这个苹果脸！我小时候就喝的它！”

“这不是惠尔康的红苹果嘛！”

是呀！不变的笑脸，经典的味道！这不还有路人进行了现场直播呢！



## 秒杀、热卖

活动期间，红苹果参与每天一场秒杀，超低价格、参与火爆！不仅是顾客参与，就连商场的工作人员也都看准时机，蜂拥而至！



在此次展销会中，惠尔康的产品知名度得到很大的提升，也受到了大庆市民更广泛的喜爱！在积极抗疫的同时，我们的步伐依然向前，我们的信心依然坚定！秉承初心，迎接未来的挑战！



# 粤西新品拓展颶風行動

文/事业二部 陈德垣&吴彩霞

惠尔康开春迎来一支重磅新品——梅子茶，5月又迎来了新品果优果味饮料，粤西部作为事业二部执行力最强的团队，率先进行了新品上市动员会，表率带头，全力拓展！

## 【与梅有约】

4月开始，首先聚焦启动湛江徐闻、阳江2个区域，采取厂商联盟联合拓展，针对不同目标渠道，执行陈列，效果显著，并形成了一套可复制的拓展模式。



五一举办粤西之家动员大会，在连续高压作战下，给大家一个放松、增加团队凝聚力和员工归属感的机会！粤西大家长王经理对新品经营战略目标下达与部署，个个雄心万丈、斗志昂扬！

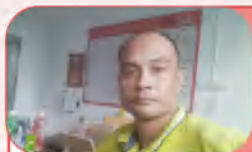
5月伊始，带着可复制的拓展模式及成功经验，粤西PET梅子茶拓展之火，陆续烧到了其他区域，遂溪、茂名、雷州、吴川、廉江、水东.....

## 【果优果味】

拓展的前期重点是针对中小学售点进行铺货打点。与经销商团队一起开会，利用微信群上传拓展图片进行分享及点评，小结当天拓展成功因素及分析不足之处。



截止7月31日，累计铺货1276家，目标售点进货累计55000箱，中小学学生普遍对产品接受度高，售点回转较好，这一阶段的拓展取得不错的成绩！



### 优秀个人 湛东所李国轩

个人标签：

自信，勤奋，实干，客情好，生动化动手能力强，业务技巧能力强

- 1、每天坚持车铺，并深入乡镇农村市场，做到“五个自己”。
- 2、客情好，深受店主的喜欢，与客户打好交道，再进货。
- 3、密切关注售点及竞品动向的销售特性。
- 4、生动化陈列能力强：我们的产品都能陈列在冰箱最好的位置。



### 优秀门店 湛东所龙眼 中学校内售点

门店标签：

专卖（纸包水果饮料专卖我们产品系列）+配餐（学校食堂选择我们产品系列作为专配饮料）

1个月时间，共进货380箱，实销320箱，平均一天实销达到15箱，是整个粤西的标杆门店。

类似以上的优秀个人及门店，在粤西部拓展中还有很多，这都充分体现了粤西部团队的优秀执行力及良好的客情，而这恰恰是作为业务员必须基本的优秀品格，也值得其他区域的同事学习。

本文节选自惠尔康人微信公众号《粤西新品梅子茶拓展记》、《粤西部果优果味饮料颶風行動》，欢迎通过公众号检索文章名

称，获取完整资讯。

HUIERKANG



# 铿锵激昂 气势如虹 旺季奋斗记!

文/福建各区业务&MO&物流部伙伴

## 旺季报道

最近的天气实在太热了! 福建 $\geq 35^{\circ}\text{C}$ 高温日数已接近15天, 小伙伴们和烤肉之间就差一撮孜然了~

夏天是个拼搏的日子, 在这样酷热的天气里, 我们可爱的一线作战人员, 依然顶着骄阳冲锋陷阵, 定格一幕幕奋斗的镜头!

### 镜头1 ——业务终端造势

抢冰箱、整地堆、捆赠品.....  
把一车车的产品推到千家万户  
衣服湿了又干, 干了又湿  
这就是业务一天的写照



黝黑的皮肤和汗湿的衣服, 是他们用汗水浇灌业绩的见证, 接下来的三个月, 他们将顶着 $30\sim 40^{\circ}\text{C}$ 的高温, 每日奔波在大街小巷上, 拼搏的征途也请做好防暑降温噢。

### 镜头2 ——主管协访指导

以身作则才能带好头, 这个夏天一线业务主管也是天天泡在市场上, 他们用更专业的技能和更敏锐的市场触觉, 给业务树立标准, 进行实地示范操练, 让业务有更多的信心和积极的心态去做好终端市场。



### 【人物专访——福州所组长高杭】



小康

高组长对于我们奔赴在一线的同事们有什么想说的吗?

这么热的天气, 大家辛苦了。在一线工作时, 一定要记住多补充水分, 注意防暑防晒; 只要大家在工作中端正态度, 在市场上多花心思, 一定会超出目标预期。



高杭



小康

你知道吗, 你有一句话让我印象深刻。你说: 在团队中, 达成共识比对错更重要。

哈哈, 是啊, 有时候立场不同很难去判定对错, 但达成共识一定比对错更重要, 也能达到事半功倍的效果。希望每个业务团队都能其乐融融, 达成一致的目标, 开开心心做业务, 快快乐乐拿奖金!



高杭



**镜头3** ——MO生动化管理

市场部与销售部向来是一体的存在，生动化布建上，MO还是更专业的，他们长期与消费者接触，更了解消费者对产品的感觉。所以定期让MO来负责终端生动化的建设与管理工作，定期对市场的终端宣传和展示进行指导、监督检查和考核，更有利于终端品牌形象的布建。



产品本身就是最好的广告

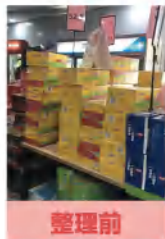


整理前

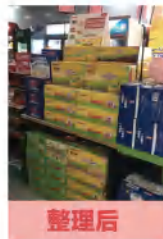


整理后

PK



整理前



整理后

PK

**镜头4** ——生动化竞赛

5-6月福建执行了生动化竞赛，让业务发挥主观能动性，加强动手能力，提升产品在终端的整箱排面和冰箱陈列面，增加产品曝光度，促进终端产品回转。

**整箱陈列整合**

营造终端产品的视觉冲击才能决胜终端。通过动手，全品项集中陈列，扩大了产品陈列排面和品牌气势，促进售点整箱销售。

**冰冻面抢占**

“有冰就有动”。夏天，冰箱是厂家的必争之地，加强动手上冰柜，才能使售点发生根本性的量变和质变。

**镜头5** ——MO推广活动

从消费者需求出发，寻找多方位的沟通时机，针对不同的产品、消费人群、推广渠道，设置不同的推广方式，从而对消费者进行品牌宣传，引导购买。

为了更有效地沟通更多的消费者，他们经常起早（早市）贪黑（夜场），放弃节假日休息，哪里有人、什么时候有人就哪里赶。他们坚信有效的品牌推广活动能加强与消费者的互动和产品体验，提高公司产品的知名度，培养消费者的重复购买。



### 镜头6 ——销管后勤保障



驻区销管身兼行政、财务、人资三个模块工作，是一个繁杂而重要的职位，她们每天要处理的事情特别多。从业绩订单跟进、业务专案跟踪、各项报表制作、主管工作事项承接，到市场费用核查、各项报销审查，再到区域人员招聘、公司各项制度宣导，还要不停地接听各种各样的询问电话……恨不得每天都有三头六臂，把一分钟掰成2分钟来用。

即使如此琐碎，她们也是每天保持良好的精神状态，用耐心、细心给业务做好各项后勤保障，让他们可以安心地在一线作战。

### 镜头7 ——工厂发货现场

#### 【人物专访——产销小分队】



旺季来临，什么感受啊小伙伴们

小康



张文志  
现场班长

旺季到来，现场开始运转紧张，搬运、叉车、仓管都需合理调度，针对紧急订单，特殊订单的优先处理，现场人手不够，我们也光着膀子在现场装货，为现场减轻压力，当然我们的职责更是服务现场，安全监督服务搬运。



黄慧清  
仓管

刚上班，现场发货车子就停了好多好多，为了给现场分摊压力，我和同事高勇军盘点完就去帮忙装货，整个车装完，感觉很累，衣服全湿透了，可想而知，我们的搬运工人每天要把这么多拉货的车装走，他们真的很辛苦，我每天都看见他们的衣服湿了又干，干了又湿，所以我只想对我们的搬运工人说：兄弟们，你们真的很棒！



林婷婷  
运管受订员

旺季的感觉很明显，缺货品项增多，每天上班都期待着品保放货，希望能多减少一点缺货订单。车间也是在加紧生产，人手都不够，领导组织部门的人员帮忙打检红版牛奶花生，压缩时间处理好订单就和同事一起去，大伙一起干活，感觉很有干劲，看着一板一板的牛奶花生打检完成，可以发货，也很有成就感，这个旺季我们一起奋战！



#### 热火朝天的现场怎么能少的了消暑措施呢，清凉时刻了解一下~



小康



- 1、发货现场每日洒水降温去尘2-3次；
- 2、员工点心（每天1次）西瓜/四果汤/拌面/凉皮，绿豆汤常备；
- 3、医用药品和防暑药品随时准备；
- 4、每天体温测量。

不要嘴馋，偷偷告诉你，小康还知道他们还有冰淇淋可以吃，怎么样，一起来现场共同战斗吗？

一场胜利来源于团队的精诚协作，一场旺季来源于全体同仁的共同付出。纵然2020年不易，也丝毫不影响我们拼搏致胜的决心，努力终现回报！



# 百日会战，金戈铁马 时不我待，团队撑起！

文/产销管理部 黄焕高



承接原班

## 旺季百日，同心协力

今年8月，艳阳似火，福建罕见酷暑！

正午1点，厦门工厂装车场上二十几辆车同时作业。叉车穿梭，搬运挥汗如雨，仓管上下奔忙，与司机清点交接数量。主管开着叉车，不时吆喝劝导刚下车的司机离开作业现场。装完—点数—下车—挤一把毛巾汗—交单—上车—再战，周而复始……现场紧张有序，忙而不乱。

过午4点停车待装区已停满大小车辆，足有1里多长，晚上又是一个通宵。36名搬运，12名仓管，加上几名主管，每日发货20+万件，全天24小时作业，一周无休，已经连续奋斗80多天了！

高温高强度作业，让原本人力不足的现场捉襟见肘，下午抽空去医院关心胃出血的同事，让他好好休息尽快返岗。返厂看到同事，下车猛灌Ro水，提醒不能这样喝，缓缓，同事笑笑说，止不了渴！拍拍兄弟肩膀，竟无言以对。高温补人已是奢望。



## 团结协作，凝心聚力

每日订单成百上千，两台打印机一刻不停打印发货单，即便是中午吃饭，也不停歇，墨盒灌粉一周换一次，后来等师傅来太久，办公室的女生干脆自己更换灌粉，水准一点不比师傅差。催货电话此起彼伏，甚至心急的业务主管直接到物流办公室下单，有啥下啥给货就行。

在货源有限的状况下，事业一部和产销管理部协同作业，每日产量对接，一部总控分量，当日下单订车，次日放行发货。计划排程每周每日检视。厦门、武汉近36条生产线满负荷24小时生产。即便这样，前方业务强捍，依然供不应求。

事业三部、KA小包装个性需求6-8月井喷，启动全员上场，工厂后勤天天上，总部金源半月来，截止目前已完成12批次分解目标量。

锤炼后的成品——HEK的男生个个精壮，女生干练如风。



### 聚沙成塔，士气高涨

打捡，是牛奶花生生产后，发货前最后一道工序。8月19日蓝牛配货差异3.5万件，影响23车发货。打捡没人，等过3天，可能吗？挤一压一变也要打，次日必须发，电话洪总，现场真没人。

我们上！一呼，半小时到，开机打捡4小时，猛干13600件，76吨，搞定明天10车。18:30生产线白班人员上完12小时，晚班接班后，继续打捡，目标10000件，预测21-22点下班，上班时长14-15小时，次日6:30又准时在生产线上。

此刻您一定会说干嘛呢，赚美金吗？明天干不行吗？对不起，真不行，满足市场需求是必须的，时不我待！昨天少喝的，今天补不回！



### 百日会战，飞跃巅峰

当下，黄金时段，抢收之季，也正是践行力往一处使，劲往一处出；言必行，行必果之时！

一群人，一条心，一辈子；一件事，一起拼，一定赢！百日大战，已过半！夫战，勇气也。一鼓作气，再而衰，三而竭，彼竭我盈，故克之。让我们用今天的汗水，浇灌中秋后的举杯相庆！

战友们，此处不需点赞，让我们“战场”流汗见！

本文节选自智享学平台专栏号《百日会战，金戈铁马，时不我待，团队撑起》，欢迎通过智享学检索文章名称，获取完整资讯。

## 市场活动集锦

### 石狮祥芝开渔节（节选）

文/福建市场部 吴丽专&潘婉静

凌晨3点多，我们就在渔民登船必经之路的店铺门口抢占黄金位置，做好活动现场布建，坐等渔民上门购买。因为我们是第一个到的厂家，所以我们的活动位置也是最好的，感谢给力的业务团队们！本次活动每天早出晚归非常辛苦，但大家都没有半点怨言，积极主动，三天共销售产品800多件，取得了圆满的成功！

本文节选自惠尔康人微信公众号《风情祥芝，蔚“蓝”梦想》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

### 云霄普渡节（节选）

文/福建市场部 简海燕&庄振城

云霄整年的业绩，普渡占比42%，针对这一重要销售时机，我们总结要做到3个关键：

- 第一：业务铺市备货
- 第二：普渡促销员安排，赠品配送，有利位置抢占
- 第三：做好过程追踪，及时补充枪支弹药，哪里有需要就哪里补充

普渡期间合计执行近650场活动，销量合计近4万件！创造疫情后普渡节庆的销售奇迹。

本文节选自惠尔康人微信公众号《奋斗一线，创造疫情后普渡节庆销售奇迹》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。







### 喜宴&升学宴（节选）

#### 【安徽市场】

文/安徽市场处 张敬海



喜宴市场我们一直都很看重，尤其是在怀远，我们已经持续开展了几个月的喜宴专案活动，也在持续通过厂商的共同努力，培养消费者举办宴席饮用红苹果的习惯，目前来看还是取得了一定的成效。截至8月，谢师宴活动预定和已经产生的宴席数量已达60场，宴席用1.5L红苹果约200件左右，并且造势还在不断的上升。

#### 【黑龙江市场】

文/黑龙江业务



大庆的喜宴活动形式包括与宴席套餐合作、在酒店大堂进行产品展示和堆箱陈列、摆桌陈列，同时配上宣传物料，给参加宴会的人群以最大的视觉冲击。

佳木斯谢师宴，通过主题传播，把红苹果和金榜题名紧密联系在一起，利用产品传达祝福。谢师宴通过口碑传播可以很好地拉动周边消费者营造良好的消费氛围，也为桦南市场做大、做强打下良好的基础。截止10月中旬，黑龙江已执行13个县市，28家酒店，394场活动，效果显著！

本文节选自惠尔康人微信公众号《金榜题名，火红日子，首选惠尔康红苹果》、《喝红苹果，日子红红火火》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

### 福建活力重阳（节选）

文/福建市场部 林宝虹

登高赏秋与感恩敬老是重阳节日活动的两大重要主题。借着重阳节这个机会，面向老年人开展了专项的推广活动，通过这种特殊节日的互动方式，老人及其家人都感觉活动特别温馨，对我们的服务很满意，对产品提升了好感度，对惠尔康品牌更为认可。



本文节选自惠尔康人微信公众号《活力重阳，谷力健康生活》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

### 黑龙江新春订货会（节选）

文/黑龙江各所长

上半年市场受到了巨大的影响，第三季度经过公司及黑龙江全员的共同努力，市场终于逐步恢复平稳；第四季度，黑龙江迎来了全年最关键的战役——一年一度的新春订货会，对于我们来说，这一战打的好，直接恢复并提升客户的信心，同时也为2021年打下很好的开端。

今年订货会的形式与往年有一些不一样，增加了一个步骤，执行“客户订货+超市堆箱+赠品捆绑”三部曲，力度直接放到终端客户及消费者，集中在KB超市及社超的进货及堆箱陈列，同时进行有针对性的赠品捆绑促销。通过以上几种方式，极大带动了春节档终端的销售，快速消化了经销商的库存，就像是叶总说的那样，我们要通过观念上的转变，把产品在经销商的仓库里，变成把产品实实在在销售到消费者手里。



本文节选自惠尔康人微信公众号《黑龙江“携手共赢”新春订货会》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



「新品驾到」  
清甜是你，  
酸甜也是你

文/企划部 陈骁涵

历经两个月的斗争，疫情渐渐败下阵来，每一座城市渐渐从沉寂中苏醒，升温。伴随着复工，景区的逐步开放，我们也从超长待机的宅家模式中切换出来，生活中开始添加了点味道。工作之余，小伙伴们开始筹划着晚上去哪吃，周末去哪玩。

而这个夏季，惠尔康希望能跟大家一起，感受夏季的清爽和酸甜的快感！



HUIERKANG

# 我们新品上市啦！



## 青柠/蜜桃水

青年们上班时  
同学们课间玩耍时  
朋友们公园散步时  
当你感到口渴了  
此时你需要一瓶青柠/蜜桃水  
“水”心而动，清甜为你



## 梅子茶

夜幕降临，就是夜生活的开始  
烧烤、火锅、烤肉自是必不可少的美食~  
开吃，此时来一瓶梅子茶真是再好不过！  
辣味十足的肥牛搭配酸酸甜甜的梅子茶  
让味蕾进一步升华  
不仅生津开胃，胃口大开  
更去除肥牛带来的油腻，  
沉浸于美味带来的快感  
简直绝美搭配！  
梅子+好茶，够潮才够味



此刻华东、华南、华中、华北等多地区，各商超均已经上线，零售点饮料区或冰箱饮料售卖机均可找到我们。梅子茶在校园里也发起了一波攻势：针对学校宿舍楼开展“惠尔康助力、共克疫情”的主题征文活动，带着温度、希望引流品牌宣传同时传递爱与力量。



## 优秀 征文


等这个疫情结束了  
约上三五好友一起出来走一走  
带上惠尔康的茶饮料  
淡淡的清香  
细腻的口感  
回味无穷  
不用去太远的地方  
可能就是楼下的路边  
或是在远点的海边  
吹吹海风、听听海浪的声音  
呼吸着新鲜的空气  
彼此互看一眼  
感恩着这次劫后重生  
一杯茶饮料  
一下午  
一个你  
一个我  
一起探讨惠尔康传统茶的历史  
每一个今天都不会重复  
每一个明天都不敢望去  
唯有珍惜这当下的每一刻时光  
无关开心、快乐、还是悲伤  
在人类习惯性的忘记下  
像这蓝天一样  
晴空万里，温暖照人




## 新品尝新与留言高光时刻


### 留言点赞前两名


#### 精选留言

 铝立石材瓷砖 👍 140  
夏季，喝上一口青柠水，清甜又爽口，赞一个。

 简单 👍 126  
感觉梅子绿茶会是我的爱，这个就像是夏天的味道。有如微风习习的夜晚，操场上的人挥汗如雨，下场了直接一饮而尽，酣畅淋漓的快感😄😄😄

### 企划部精选走心留言

 @桂桂 👍 3  
小时候曾经的梦想就是每天都能穿上光鲜亮丽的漂亮衣裳，然而，看到这绚丽多彩的包装+水果饮料，让我此刻就想尝上几口！让其在口齿间穿梭，顺流而下进去我体内，带给我满足感😄

 多巴胺 👍 2  
都说爱情是甜甜的，其实真正的爱情应该像青柠水一样酸，像蜜桃水一样香，像梅子红茶一样甜！别问我为什么因为都是我想象出来的！😄😄其实喝什么并不重要，重要的是和谁一起喝，和心爱的人在一起，谷粒鼓励也是爱情的味道😄！

## 新品来袭|冻住夏日好新鲜呐!

2020年的春天有点坎坷,但夏日将至,我们也要开心地生活,新品双旦助力这个夏日不寂寞!

“新鲜事”让你整个夏日都新鲜,快乐留下来!

“冻酸奶”冻住你的快乐夏天,还消暑哦~

### 新品有约第一弹 新鲜事系列

文/事业三部 刘静瑜

我们的老朋友“新鲜事”，带着两位新朋友来喽！

脆爽多汁的青苹果哥哥  
青苹果含有大量维C  
常吃青苹果  
有助于保持皮肤细嫩红润  
我们选取上好青苹果  
先进工艺保留营养  
同时味道更加清新  
饭后“青苹果”  
油腻说拜拜



鲜软多汁的水蜜桃妹妹  
水蜜桃一直是我的最爱  
青里泛白，白里透红  
一口咬下去鲜软多汁  
保留水蜜桃本来的味道  
加以时光的酝酿  
造就甜美顺滑的口感  
每一口都是满满的蜜桃味  
是你确认过眼神  
就爱上的味道

青苹果哥哥和水蜜桃妹妹加入，新鲜事大家庭更加多姿多彩！除了新增口味，冰红茶、蜂蜜柚子茶、香橙、苹果和酸梅汤也都进行了全身大改造——小矮胖子升级成高挑高富帅！



我们的老朋友“新鲜事”将带领新朋友从南走到北，让每天都有新鲜事，变成每餐都有新鲜事！瞧！今个中午点外卖，就送了我们新鲜事的苹果口味！随时随地可见新鲜事！



关于“新鲜事”：“新鲜事”作为我司与美团快驴，共建专项定制品牌，从无到目前已成功撬动美团外卖市场，在美团快驴佐餐市场占有一定的份额。



## 新品有约第二弹 扬子江都市纤奶冻酸奶

文/事业部 宋璋奕&人力资源部 杨辉

### 都市纤奶

纯白的奇思妙想，德国荷兰奶牛的先天奔放，巴氏灭菌鲜奶的，高品质、好营养。

都市纤奶冻酸奶：活性菌，凝结而成的固化奶，冻住的鲜美，“冻”住你的夏天！



清新甜蜜的外表  
只想拥你入怀  
配上甜甜的冰淇淋口感  
是少女们的梦没错了  
一不小心就被撩到！



什么！  
你说绿色不喜欢？  
没关系！  
多种颜色任你选择！

**50年传承生产工艺**

顺生态好牧场 老朋友更放心  
最新鲜的牛奶 | 最老的武汉牛奶品牌 | 最近的城市牧场

生态牧场

巴氏杀菌

天然乳脂

**黄冈生态牧场**  
好奶在好牛，好牛在好头。  
好奶在好牧场，好牧场在好头。  
自然放牧，草饲成长。

**低温巴氏杀菌**  
我们采用低温（一般为12度-14度）的巴氏杀菌法生产的牛奶，既能达到完全杀菌的目的，又能最大限度保留生牛奶的营养和口味。

高品质 高营养

扬子江鲜牛奶含有丰富的蛋白质、脂肪、乳糖、维生素、钙、磷、钾等。

关于扬子江  
扬子江城市牧场  
传承50年好品质  
只为鲜美而做  
都是小时候的老味道



# 揭秘 | 带你潜入惠尔康抖音剧组 探寻幕后花絮

文/企划部 陈怵&陈莹

呦呦呦·有新人来报道啦！惠尔康品牌family又有新成员上线啦！

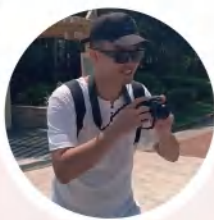
自媒体C位三大咖现已加入品牌豪华套餐：短视频一哥【抖音】、互动小王子【微博】、还有粉丝周周见的【微信公众号】组团出道啦！

作为惠尔康新营销的尝试，双微一抖会带来更多脑洞的内容和魔性的玩法，展现惠尔康经典基因下的活力新颜，欢迎给个关注哦！让我们一起见证惠尔康品牌的渐进式升级吧！

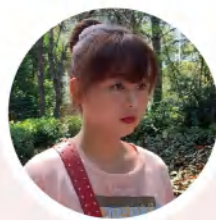
今天要给大家介绍我们的短视频一哥——抖音！

## #惠尔康抖音造星剧组#

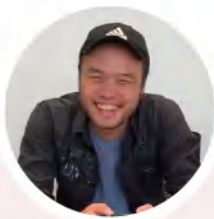
可盐可甜，脑洞巨大，让你发现更多有趣的故事！



冷酷帅气身兼数职，能导、能演、能剪辑、能拍摄、能做后期的全能型选手，厦门岛主——**肖建忠**  
(传说半个厦门岛都是他家的，每天漫步筲筍湖视察自家的后花园)



活泼可爱，积极奔走在星探事业前线的经纪人兼场工兼编剧兼扛道具打杂小妹，惠尔康抖音星探社社长——**陈莹**



神秘高冷，语出惊人，总有无限创意的制片人兼客串龙套兼解密大师——**陈怵**



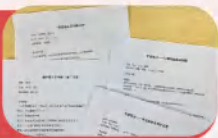
性感迷人、路人群演、手替、文替、后期配音等各种辅助性后期大拿——**李若瑶**

在导演和制片人的带领下，我们的惠尔康抖音造星公司，正式开机起航，已经贡献了一部又一部的作品，正摩拳擦掌等待与大家见面。



## 剧组探班大揭秘

剧本



我们从确定一个选题开始，会先在抖音上分析大量的素材，从这些素材里提炼出对我们品牌有帮助的内容，然后再转换成适合自己的剧本进行拍摄，当然主要还是因为我们的演员们演技过人，才让我有无限思路，每天都朝着奥斯卡大奖冲刺着！

——HEK抖音·编剧组

演员



公司里的小哥哥小姐姐都是我的菜！每次只要有心仪的演员经过，我的星探雷达就会开启，迅速找到他们对应的坐标，悄咪咪的记下来，想要成为一个好的经纪人，就要有发掘明日之星的眼光！

——HEK抖音·星探组

场景



千万别小看一个剧组的场工，我可是身兼重任，好的光线和背景，都是决定一部作品视觉呈现的关键，我们最喜欢的就是大会议室的那面产品墙，高端、大气、一看就是斥巨资的剧组。

——HEK抖音·神秘场工

道具



道具组绝对是一部作品里不可或缺的关键，好的道具分分钟为作品加分啊，我们高端定制的惠尔康梅子茶锤，还有维密翅膀，可是为男演员加了不少戏份呢！

——HEK抖音·道具师

配音



虽然我没有出境，但是我的分量可是很足的，好的后期可以为产品增色不少，更何况我是一个软萌的妹子，清脆动人的音色，保准让你点赞+关注+留言，一个都不能少啊！

——HEK抖音·配音师

外景



热门的电视剧翻拍是时下大热的趋势啊，好的作品复刻，对于场景的要求也是非常高的，前段时间《隐秘的角落》特别火，我就带领剧组的小伙伴们一起去爬金榜山，皇天不负有心人，终于让我找到同款悬崖峭壁！

——HEK抖音·采景组

带资进组



演员的妆发、服装的搭配、都是决定作品颜值的关键，在此含泪感谢各位男女演员自行带资进组，为我们贡献了一波又一波超高颜值的作品！

——HEK抖音·带资进组

最后的最后，我们采访了几位男女演员他们对于我们拍摄的感受：

男一：我什么都不知道，我就是走在路上被抓来的...

男二：我觉得我可以再努力一下，我明明是当男一的料！

女一：我喜欢上次跟我搭戏的小哥哥，真的好帅！

女二：我申请下一次自己带编剧过来可以吗？我觉得我可以为自己多申请一些镜头！

路人甲：为什么没有我的特写？是因为我站得不够高吗？

路人乙：导演我申请下一次让我唱片头曲，我不收另外的价钱！

... ..

我们的作品还在不断更新，期待有更多的小伙伴加入我们惠尔康抖音剧组哦，如果你有好的剧本或者创意，或者你想体验一把演戏的快落，快来26楼新媒体部门报名吧！下一个奥斯卡影帝（影后）就是你啦！



打开抖音扫一扫或者  
直接搜索【惠尔康】  
关注我们吧！





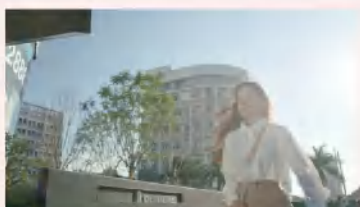
## 三天还不够 打卡谷粒谷力 全新广告拍摄地

文/企划部 陈悻

谷粒谷力上市已经13个年头，这期间我们进行了口味创新、包装升级、渠道拓展等多种尝试，虽然业绩稳中向上，我们依然在不断探寻更大的成长空间。

经过两个多月的创意筹备，谷粒谷力全新广告片迎来了拍摄。三天两夜的时间里，摄制组转战岛内岛外多个场景，众多演员和工作人员全情投入，演绎一部生活中的暖心励志大片。

### Day1 白领篇



向着太阳，追逐人生的第一道光，职场小姐姐和谷粒谷力会发生怎样的故事

### Day2 妈妈篇



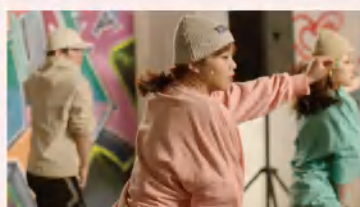
爱是一道光，照进生活的落地窗。超萌可爱的女孩和慈爱温暖的妈妈，谷粒谷力将与这对可爱的母女一起吹起爱的暖风机

### Day3 游戏篇



人生如戏，全靠谷力，世上那个最不能欺负的人，是睡在我上铺的兄弟，看谷粒谷力如何挺你

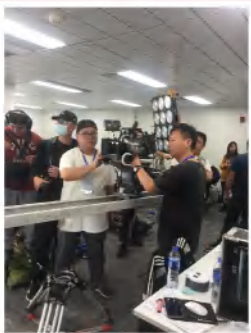
### Day4 街舞篇



梦想的那道微光，是我明天的太阳。当谷粒谷力遇见帅气个性的街舞女孩，上演为梦想冲刺年度鸡血大剧

三天的拍摄时间里，我们迎过清晨的第一道微光，对过深夜的最后一盏路灯，看过岛内的万家灯火，吹过岛外最凛冽的海风……软件园，杏林大桥，影视基地，创意园区，串起的一个个坐标，逐渐汇出片子清晰的模样。





感谢满眼血丝还在认真讲戏的导演  
 感谢三点杀青六点赶往下一场鼓浪屿的演员  
 感谢扛着沉重设备攀上爬下的摄影师  
 感谢没时间休息只能缩在角落里打个盹的  
 道具场务  
 让4条片子历经艰难能顺利完成!

### #以下是谷粒谷力美食时刻#

美食达人/研发部 魏清华&市场部MO

### 入门级之一周早餐不重样



吃完谷粒早餐还不够过瘾? 没问题! 下午茶我们继续谷粒谷力

### 进阶版之“变身”下午茶

健康又符合植物基潮流的高颜值



"奶油"盒子蛋糕



谷粒红豆小方



#### 就问你心动了吗

贴心大神还准备了详细版操作手册哦, 想要get详细手册, 请查阅惠尔康人微信公众号《解锁谷粒谷力“变身”之旅》。

谷粒搭配与“变身”, 就是这么健康美味又时尚炫酷, 你还有哪些谷粒“变身”秘诀吗? 欢迎分享呀!

# 喝红苹果

品牌故事 / 三 / 勇创新

# 日子红红火火



经典口感  
始于1992年  
甄选优质佳果  
坚持健康理念

## 豫皖“红苹果礼品市场”扬帆起航

文/河南市场处 李红娜



他来啦~他带着“喝红苹果，日子红红火火”简单、亲切、接地气的广告语走来啦！

CAN310红苹果的诞生，为豫皖市场注入了新的血液；也正因为他，为豫皖春节礼品市场运营赢得了机会！

### CAN310的诞生

豫皖区域市场比较特殊，长久以来以红苹果TP包系列为品牌依托，品项较单一，在当地礼品市场缺少优势。因为CAN310的上市，完成了红系列从单一包装到多包装的转变，对当地礼品市场填充及完善红系列产品阵容将起到至关重要的作用。



这个春节，他（CAN310）是主角，从中秋节在怀远、武陟试点的小试牛刀，到10月份豫皖红苹果项目组在何总一行人指导下进行市场调研、春节方案制定，都是在为CAN310春节礼品操作奠定基础。对于他的茁壮成长，我们充满了期待！



中秋期间小试牛刀

2020年12月初，豫皖拉响了春节战斗的号角——“2021年春节礼品市场作业动员会”相继在河南郑州和安徽蚌埠召开。会议以2021年春节礼品市场操作为主旋律，是一次解放思想、开拓创新、团结务实的大会，对于豫皖区域未来发展将带来积极而深远的影响，也标志着豫皖市场红系列红苹果的经营由此进入一个新的阶段。



会议由项目组吕经理主持，何总、孙总对方案执行要点进行详细讲解，动员会内容切合实际又鼓舞人心，对客户认清市场形势、明确下阶段工作方向及目标起到实质性作用，并且各区城客户通过此会议交流和分享了经验，强化了客户的经营信心，为春节工作的顺利展开起到促进性作用。



单人快，众人远；一个产品经营的成功，需要厂商携手努力。

红苹果CAN310礼盒产品的上市，与TP250和PET1.5L两个包装组合在一起，为满足豫皖市场消费分级的需求、满足不同消费者的消费需求打造了一个包装组合，而礼盒产品本身的包装规格和喜庆的包装设计，整体更是拉高了红系列红苹果产品的档次，对巩固TP包的忠诚度也起到很好的促进作用；其价格定位对于渠道而言，提高了盈利能力。

虽然今年上半年因为疫情影响了前行的速度，但下半年中国经济也在全面发力，快速行进。我们要抓住时机，努力突破。我们规划了完整的执行方案，按节奏展开一系列动作：布点铺货、陈列展示、品牌布建、消费者推广等。

在后期方案的落实过程中，要做到精准选点，精准投放资源，在终端店要做到气势够大，并把红苹果“红红火火”喜庆欢乐的主题展示出来，要让消费者第一眼看到惠尔康红苹果。

12月，河南武陟和温县的春节预热工作（订货会）已陆续展开，豫皖全员已进入战斗模式。在2021这个“牛气”的春节，让豫皖市场将处处充溢着红苹果的气息，用实际行动铸就CAN310美好的明天！



温县订货会议



武陟订货会议





# GROWTH 成长突破 BREAKTHROUGH

这一年，公司开启“二次创业”的征程，在成长策略的指引下，更新重塑了公司的愿景、使命、价值观和员工行为准则。与此同时，公司的企业文化代言人“小康”也诞生了，它活力亲切的形象、表情包和周边，搭配多样化的文化活动，为大家增添欢乐。

应对疫情，我们改变自己的行动，在危机中学习，在危机中成长。面对市场的快速变化，我们各个环节不断精进，管理继续加强，学习提升不间断，复盘总结不能少，打造更有创新性，更有战斗力的团队。

惠尔康接班人叶乒舟总经理也正式加入惠尔康的大家庭，她将带入新的活力与热情，助力公司的发展，和大家一起携手，不忘初心，乘风破浪，行稳致远，共创惠尔康的辉煌！



GROWTH  
BREAKTHROUGH  
成长突破  
GROWTH  
BREAKTHROUGH

革新不止  
精进不休

惠尔康企业文化  
更新重塑啦！

随着惠尔康二十多年来的蓬勃发展，公司战略在不同的发展阶段与时俱进、调整转变，愿景、使命、价值观也随之迭代演变，它们是惠尔康坚定前行的基本信念、奉行的目标和价值取向，也赋予了我们使命感、责任感、归属感、荣誉感和成就感。



HUIERKANG

2020年，在公司策略转变为成长策略，开启“二次创业”征途的重要时刻，叶总带领着中高阶主管经过多轮的研讨、完善，于是乎——惠尔康2020全新重塑企业文化上线啦！

快一起来康康企业文化进行了哪些内容重塑



接下来你会在惠尔康的大街小巷总部、工厂和区域的一些营业所看到他们的身影，潜移默化、深入人心、“魔性洗脑”，直到对他们念念不忘、历历在目、言犹在耳...

总部



工厂



区域





# 小康 你有一份快乐法宝 快来查收

文/人力资源部 吴林蔚

作为公司企业文化代言人，小康的身份没那么简单：

历时5个多月，历经概念确定--手绘草图--细节讨论，7版初稿4次修改定稿，又奔赴千里取得“身份证”（作品登记证），终于与大家见面！

小康致力于弘扬公司企业文化，传播公司内外第一手资讯，预告各类活动并活跃其中，还有非常重要的——带货！以及承包你的小情绪表情包！

2020年频繁出现在我们身边的小康，它的神秘身份你都了解吗？让它做个自我介绍吧~



## 带货达人·康

小康初来乍到，见面礼不能少，首批丰富多彩的小康周边，经历过【企业文化争霸赛】、【中秋乐学总动员】、【小康见面会】等多个活动，很多伙伴们已经快乐拥有~



## 表情帝·康

小康两套表情包，用过的都说好！

【小康的日常】：你说不出的话、不敢表露的情绪，小康替你传达！

【学霸小康职场篇】：学习使我快乐，工作使我优秀！

学霸小康在职场完全，是打工康本康！

怎么拥有？2个方法：① 扫描下方二维码，即刻拥有



② 微信表情包商城搜索“小康的日常”和“学霸小康职场篇”



## 小康有话

作为惠尔康人的小伙伴，小康还会继续陪伴在大家身边，与大家一起分享喜悦与成就，那么大家希望小康还能以什么形式出现在你身边？期待小康还能为你带来什么惊喜？快通过“小康微信号HEK\_xiaokang”告诉我们吧！（听说有人还不知道小康微信号？小康要哭晕在厕所，快扫描文中第一个二维码一键获取~）



本文节选自惠尔康人微信公众号《小康隆重出场，带货“中秋活动”来炸街！》、《小康驾到！快来，首批小康周边摆摊带货，是你想要的见面礼吗？》、《小康！你有一份快乐法宝，请点击查收》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



# 污水变清 再“绿”环境

文/纸包装厂 叶征祥&物流部 黄奎谕

如何在持续改造创新的基础上既节约能源与成本，又承担环保的企业责任，而且还十分具有惠尔康特色？  
惠尔康同安工厂小向导上线，带你走一波~

## 1、中水回用

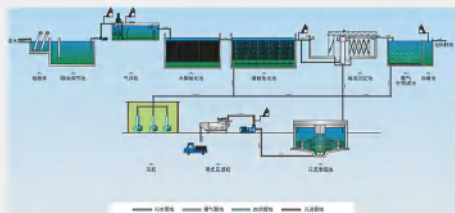
就是把污水或雨水经过深度技术处理，去除各种杂质，去除污染水体的有毒有害物质及某些重金属离子，进而消毒灭菌，其水体无色、无味、水质清澈透明，达到或好于国家规定的杂用水标准。



污水处理中心

2019年同安工厂新建中水回收池，能容纳350立方的中水，并且回收的中水再进一步净化处理，使其广泛用于花草的灌溉、马路清洗、厕所冲水等等。

从经济角度看，该项目为公司节省了大量的饮用自来水的的使用，从而使公司在自来水的费用使用上节约了成本；  
从环保角度看，污水再生利用有助于改善生态环境，实现水生态的良性循环，为环保事业承担应有的一份企业责任。



工艺流程：  
污水→格栅/沉沙池→调节池/生化池/MBR→泵→清水池/消毒→回用



中水回收再净化系统

## 2、改造洒水车

六月如期而至，一年一度旺季序幕拉开一角。热浪袭来，现场发货激增，车源源不断涌来，现场也随着车源增多，灰尘也是一直增大，此时急需一辆减尘降温的洒水车。



你所见的洒水车

针对现场情况，物流部工程师叶春耕、朱明星利用现有叉车改造+加压装置+中水二次利用做出洒水车。

旺季高温，天气炎热时往路面上洒水，起到降低温度；其次，路面灰尘较大，洒水可以将灰尘润湿，有效防止灰尘扬起，从而减少空气的污染，对仓库现场的清洁也减少了人力的使用。

自行改造的洒水车配上净化回用的中水，完美搭配，经济环保，降低了成本也在炎炎夏日带来了良好的工厂作业环境。



我们的改造版洒水车





# CHANG

## 改变

### 我们从未改变!

文/纸包装厂 焦明

苏格拉底有句名言：我唯一知道的就是我一无所知。而今天我要谈的是：改变，我们从未改变！

面对周围日益加剧的改变，我们拥抱变化、变革创新；面对问题，我们团队协作、积极解决。一切都在改变，唯一不变的是我们不改初心，我们从不止步！

### 生活的改变

周末出门购物基本扫码付费了；街上多了许多戴口罩的人；路上随处可见的外卖骑手，买菜外卖逐渐送到家门口了；每天孩子上学、大人上班前测体温似乎成了标配……

我们日常生活无时不在发生着改变。

### 工厂的改变

今年的招工似乎比往年更难了；车间里的90后开始不再被叫“小鲜肉”了，因为00后已经出来工作了；快速疯长的外卖订单对多品种小品种的需求更大了；消费者对产品的外包装和健康功能更在意了……

同安工厂纸包车间2020年也发生了许多改变，技术提升与变革、自动化升级与运用，我们在革新、聚力与拼搏的路上！

#### 1. 谷粒大箱体自动包装

这台自动包装机的诞生不可谓不艰难，中间也走了许多弯路。它是在原来包装机的基础上改造的，因为增加了2块泡沫，所以原来的机器产能就跟不上了；另外，泡沫太轻，在轨道上的运动也不易控制。

我们的工程师们凭借着丰富的工作经验，结合产品特点，经过反复讨论并确定了分道包装方案，有效地解决了这一难题。目前在线安装了一台，运行1个月来效果不错，另外3台也会在此基础上优化并很快投入使用。



#### 2. 喷码/吸管不良识别剔除装置

它由一台主机和2组镜头组成，利用3D成像技术实时采集喷码和吸管数据，再和系统信息进行比对，以此判断是否次品，并将其剔除。

在这个大数据为王的时代，它就是不断将喷码/吸管图像数据录入系统以此形成自己的根数据库，当再上新的设备时只需把这个根数据库复制到新的主机就好了，因此它还自带学习功能哦！



### 3.在线称重剔除装置

现在的你每天起床第一件事是不是站在体脂秤上？突然发现上面的数字变小了是不是特别开心？但是，我们的产品如果变轻了消费者可能不答应！

这台设备的作用就是在线实时检测箱体重量，发现“瘦身”成功的对象马上剔除。这台设备预计淡季整改后投入使用。



不改初心



改变是主题，不变是初心！

每年的这个时候对于饮料行业来说是淡季，但我们也没有闲着，车间设备刚好利用这个时间轮流停下来进行大修保养，为来年的大生产提前做准备。

每年的大修保养没有变，但保养项目在变；

维修人员干起活来的认真劲没有变，但他们的技术在变；

严格要求精益求精的车间管理没有变，但团队活力整体凝聚力在变……

我们以不变应万变，永葆初心拥抱改变！





# 公司级专项奖表彰

## ☆ 2020年度 ☆

### 表彰大会

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。为了能够实现这个目标，我们有这样一群领航者们，他们勇于拥抱变化、敢于颠覆思维，锐意进取，为我们做好了榜样。

#### ☆ 革新先锋 ☆



**梁奎勇**

福州部闽侯所

他入职15年，作为一名负责线下传统渠道的老将，没有固化思维，学习宝洁、参与变革、敢为人先，从危机中创造机会，通过线上线下联动经营，让我们的产品走上兴盛优选、多多买菜、美团优选、朴朴等多个电商平台，实现闽侯所2020年电商渠道销售额0到385万的突破。



**颜龙兰**

事业三部

她已经是第三次站上公司级优秀个人的这个舞台，同样作为一名销售部门的老将，她勇于打破边界，无惧挑战，做新生意模式的先行者。一年的时间，覆盖区域从16省20城扩大到22省34城，业绩从740万到突破2800万，精准触达35000个餐饮活跃商户，推动新鲜事品牌快速走向全国餐饮市场。



**何惠勇**

纸包装维修

俗话说匠心出品质，入职已经23年的他，凭借自己的丰富经验对TBA 19 PPP条夹纸功能和纸仓马达进行设备改造并运行稳定，使利乐车间19型主机生产效率提升1.0%、降低不良管制品约3万箱。



**张爱汗**  
物流部成品处

随着科技进步，智能技术越发成熟，智能化的工作也走入他的日程，他学习借鉴，自制洒水洗地机，节约用水和人力成本；同时他引入行业首创的智能自动装车项目，两项预计年节约人力10-15人。



**张燕**  
研发部


一款合格的产品上市需要进行稳定性测试，一般一款饮料开发周期最少分别需要3个月到1年；她突破传统，采用分块法验证饮料稳定性，提高食品保质期预测准确率，大大缩短了产品开发时间，为产品能更快上市抢占时间机会。



革新先锋表彰

**PET厂&品保部团队**



**精益项目奖** 

PET红苹果糖斑问题严重影响业务的销售，PET厂和品保部的同仁们进行多次实验，在600线的倒瓶输送链处增加喷淋水系统，在300线上调整了充填头垫片厚度，更改了星轮、出口导轨和夹瓶块，使糖斑发生概率明显降低。5月改善至今，市场投诉糖斑发霉比例明显下降。



### 纸包装厂&工程部团队



## 精益项目奖

谷力谷粒产品纸箱加泡沫改造困难，一直采用人工包装，无法实现自动装箱和自动码垛。为解决这个问题，纸包装厂和工程部团队尝试多种方案，过程中一个方案一个方案的否定，最后尝试采用A3包装机分道进包模式进行方案完善，在利乐25线进行了两个月的测试，目前技术已经成熟。预计4台全部改造实现自动化后，项目可节约人力成本104万。

他们与经销商紧密协作，成为经销商最信赖的厂家服务团队，他们荣辱与共相互信任，良性的沟通让每位成员的想法都得以表达，抓住每个生意机会，及时调整市场策略，他们以拓品项、高市占、生动化、必达成为目标，以“比—学—赶—帮—超”为执行，实现2020年度1-11月累计直贡利润预算达成率126%，预算达成同比增长15%。



### 福州部宁德所

## 杰出团队奖



### 福州部闽侯所

## 杰出团队奖

“一个团队、一条心、一起拼、一定赢”！他们的口号深入团队成员的内心，他们抢市场拓渠道、立标杆共拼搏。通过线上线下联动经营，开发B2C社区电商经销商，销售业绩实现从0到385万突破；又在控制人力成本的同时，完成售点开发3935家，全年新增1101家新点，全力以赴让不可能变为可能，出色的完成了公司的预算目标。



精益项目奖&杰出团队奖表彰

GROWTH  
BREAKTHROUGH  
成长突破

02

学习提升  
学以致用

文 / CAN & PET 厂别册  
持续成长的  
「井」快「乐」日子

当我们走出学校，开始打工人的工作，是否应该主动学习新知识？相信大多数人的答案是肯定的。但当新的东西不能很快掌握并让你马上变得很厉害的时候，你还会沉下心来学习吗？



HUIERKANG

2017年的某一天，PET和CAN合并成了一个新的部门，员工也不再像以前只干自己熟悉的活，开始接触新的工作内容；作为维修也是一样，虽然设备不同，但是拆散了都认识，组合方式不一样罢了。

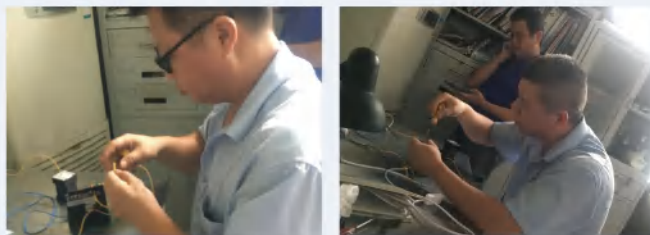
2018年，洪总提出了技能考核这个方案，打破了原有的部门隔阂，谁说PET的人就不会维修CAN的设备？同时这个方式以赛促学，营造“比、学、赶、帮、超”的良好氛围，提升我们的技能水平，还能找出每个人的短板和长处，加以改进和发扬。考核中的佼佼者可以获得各种礼品，这是对技能、速度、应变能力的奖励。

从此，我们就开始了月月一小考，年年一大考的痛（井）快（乐）日子，带大家一起来参观一下~

### 温控电路

以温度为开关，比如空调，不到设定温度，制冷(热)系统就会一直运行，只有达到设定温度才会停下。

现场的线路看起来有点杂乱无章，但对于选手来说，清楚地知道每根线应该接哪里，发挥怎样的作用，来达到想要的结果。



### 压力报警装置

当系统内气(液)压力超过设定值报警灯就会闪烁，提醒我们去处理，防止发生爆炸事故。

看我们的老师傅接完线还仔细检查了一遍，虽说考核追求速度，但正确率也不可忽视，考试可以出错，实际操作不行！

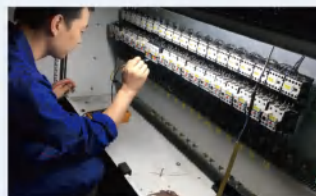




### 检测电路故障

这个就厉害了，为数不多的机台实际操作，看着这么多热继电器头晕不？他们全部串在一起，只要其中一台电动机电流过大就会造成全部电动机停机，需要判断是哪一台或者哪几台出现故障。这个时候就会用到万用表，检测电路故障的不二神器！

看我们小哥哥一个个按顺序测试着，不放过任何一个外表看起来正常的零件，一一找出来并使之复位，最后消除报警信息。你以为找出来就完事啦？错！这次还增加了理论知识考核哦，学习嘛，就是理论和动手相结合，真正做到知行合一，学以致用。



### 机械零点

抽空去看了下兄弟部门CAN的情况，正在集中讲解包装机至关重要的一点——机械零点，这关系到产品进入纸箱的位置还有纸箱折叠及粘贴问题。

这个位置可不怎么好操作，躺下——钻进去——在狭小的空间里调整，还要有人帮着照明、递工具啥的~



### 练习&提升

虽然记不清已经经历了多少次考核，但是大家的成长都是肉眼可见的。还记得第一次考核是拆解一台水泵并在最短的时间内组装好，那时候觉得完全就是比手速，没有技术含量；现在想想，其实包含了很多东西：体力、观察力、记忆力、动手能力，还有就是工具的准备，一个人来回找工具是件很痛苦的事情。

故障从机械到电气，开始学会认真观察故障零件，思考机械的拆解更换步骤，电气元件的工作原理，考虑周边对其的影响。

各种理论从一知半解到还算了解，虽然离精通还有距离，但是我们每天、每月、每年都在持续成长不是么？那怕什么，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索！

# 应届生的“碎碎念”

## 01 在这个夏天与你相遇（节选）

文/信息部 王明亮

时间仿似一条直线，没有起点，亦无终点。转眼间已经入职一个多月，我渐渐了解了公司的各项管理体系、行政规章制度及各种福利制度；熟悉掌握了自己所对接的各项业务及本职工作的各项内容；也许繁忙，但却充实。

工作日常的点点滴滴也精彩着我的生活：每天下午茶，来自“咖啡灵魂鬼手”刘姐调配的各种口味咖啡总给我不同的惊艳；细品、慢咽，浓郁的香味，入口的些许苦味，再到入喉后的甘甜回味，好似能够品到生活的苦涩，只有苦尽才会有甘来，不经历风雨，又怎会有阳光明媚。

在公司的羽毛球俱乐部里，结识一群有着相同兴趣爱好同事，时常约约球，酣畅淋漓地打一场，好不快活。

还有幸和新媒体部门合作，拍拍小视频，在抖音里露个脸，新鲜而有趣。与大家也建立了良好的工作人际圈。

正值旺季，下工厂支援的“包装日”，与各部门同事一起“浩浩荡荡”来工厂包装“一日游”。第一次到工厂实地“观光”，脑海里出现最多的词只有“大”，大大小小的车间，生产线一眼望不到边际，仓库里成品林立，货车装卸繁忙，集团的规模可见一斑；虽然包装是单一而累人的手工活，但是偶尔跳出舒适圈，全当打打鸡血，也更能珍惜自己现在的岗位。没有完美的生活，但工作所给予你的，却能美好你的生活。



曾经苦恼迷茫的“下一站”，因为这样的相遇停靠，给我的人生指明了方向。

这一站，我会努力……

看未来，未完待续……

节选自惠尔康人微信公众号《惠尔康——在这个夏天与你相遇》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



## 02 特殊的实习经历（节选）

文/事业三部 李春晖

实习不到半个月就春节了，在假期前进行了部门尾牙，同事们都活泼健谈，领导也很接地气，大家相处得其乐融融。这短短两周的相处当中，我们部门就像一个温暖的大家庭，让我倍感亲切，更快地适应工作环境，融入这个大集体中。



今年也是特殊的一年，过年期间疫情爆发，推迟复工。由于疫情越来越严重，复工后居家办公。大家的高度配合，井然有序地工作和汇报体温，让我看到了一个企业的凝聚力和高效率。

在家办公期间，惠尔康旗舰店也开始了第一次直播。从前期准备再到出镜，和屏幕前的观众介绍产品。开始面对镜头很紧张，后来慢慢放开了自己，并策划了一些小活动来激励粉丝互动，前期也起到了比较好的互动效果，但对店铺的成交量并没有产生很大的影响，于是我们积极寻找原因，努力调整直播方案，并找到一些直播规则和店铺浮现规则。接下来的日子，我每天都在写文案、策划和直播中度过。

我不是广告专业出身，对于文字的精确性和表达的流畅性，作为数字媒体专业的我始终感到有些吃力。在写这一方面，还有很多东西需要我去学习和成长，我写了一段又删了一段，就这样在delete键上不断重复。写文案，除了多读多看多写以外没有什么捷径可言。

在这三个月的不断练习和写作当中，我从原来一篇文字绞尽脑汁也写不出，到现在粗通文墨，进步了很多很多。公司还设立了投稿的渠道，不仅可以锻炼文采、展示自己，还能获得一笔不错的稿费。文章被采纳，也是对我的一种认可，让我在写作的路上越来越有信心了。

工作也不会事事顺心，尤其是当工作了一段时间，觉得还有很多地方做得还不够。难免有些迷茫，又不知道从哪里下手，如何突破。

这时，包总对我说：小李，你现在做的工作是公司之前没有接触过的板块，这块交给你，你可以思考怎么把它做好、做起来。我们都是你的后盾，有什么需要，有什么想法可以提出来，散发思维，放手去做。包总的一席话，就像黑夜里的灯塔，让我对今后的工作有了更清晰的方向。

万事开头难，很多东西急不得，方向的确定非常重要，这也是我当下最需要思考的问题。不要担心犯错，不要害怕做不好，不要焦虑。只需要在你所在的领域内积极乐观，放宽心态，有目标有计划的进行，相信自己一定会做得越来越好。

节选自惠尔康人微信公众号《实习生的“碎碎念”》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

HUIERKANG

## 关于《中欧商业管理大师班》 我们言行拷问了TA们...

黑天鹅总会在你意想不到的时候出现在你的生活中，  
只有反脆弱，才是一个人最好的铠甲。

——纳西姆·尼古拉斯·塔勒布

面对疫情不确定性，恐慌和不安只能让我们变得更加脆弱，如何应对？

2020年5月-6月，我们把目光由外转内，持续推动构建学习型组织，聚焦个人成长发展，赋能学员。



数字中欧  
CEIBS DIGITAL

智享学

商业管理大师班

25门在线公益大师课,助力提升管理知识  
战略制定/组织激活/市场定位/资本运作

18位管理大师在线课程 揭示管理底层逻辑  
4大维度升级管理者的“管理认知系统”

历时两个月

四大维度提升“管理认知系统”

全新八期九位高管倾情推荐优质课程

十八位管理大师在线课程

二十五门“中欧管理大师班”

内部累积完成4500+人次学习

6月30日中欧商业管理大师班在智享学平台结课

承蒙各位粉丝厚爱，在即将结课之际，我们找了几位优秀学员，进行了认（言）真（行）采（拷）访（问）...

> 问/答/篇 <

### NO.1号“拷问”学员

占 卢东卿  
人力资源部

已关注

超过10K+ 的用户关注了TA

#### 【中欧管理大师班】最吸引你的地方是什么？

谢邀，整体都很不错，最喜欢其呈现方式：案例+测试+课程讲解。这样让大家在学习课程时候做到真正的思考，跟着课程大纲思考，记忆比较深刻。

#### 你对中欧系列课程有什么建议

建议后续可以针对功能出系列课程，更有针对性。比如，要操作运行一个市场，要了解的课程系列分别哪些？借鉴学习中欧国际是怎么学习的。

10K赞同 · 1K评论

### NO.2号“拷问”学员

林 林雅丝  
泉州市场处

已关注

超过10K+ 的用户关注了TA

#### 你是如何学习中欧课程？

利用碎片化时间随时随地学习，我有时候会做些笔记，这个课程我个人很受用。

#### 中欧课程的学习你收获到了什么？

这个系列课程在很多方面对我都有帮助，第一是信息对等，现在时代更新太快了，课程可以让我们了解时代变化更迭，里面很多观念都是崭新的，比如：小米个性化设计，直播市场化。第二就是管理方面，比如：互联网时代，如何跨区域合作。

#### 你对中欧系列课程有什么建议？

目前觉得很满意了，有热点分析，如果可以结合各个快消品行业最新营销创意，突出实践，了解快消品业的动态就更好了。

10K赞同 · 1K评论



## NO.3号“拷问”学员



**王守富**  
供应链行政处

已关注

超过10K+ 的用户关注了TA

## 中欧课程的学习你有什么收获？

中欧课程对我来说，还是很值得学习的，印象比较深刻的是啤酒行业模仿了卖鞋子行业的管理，这值得我目前的工作借鉴！

还有团队建设，我最喜欢的一句话是“学有所用”。

## 你是如何学习中欧课程的？

平时有空就会学习，不仅是中欧课程，还有其他课程也一样。

10K赞同 · 1K评论

## NO.4号“拷问”学员



**谌飞彪**  
福建KA部

已关注

超过10K+ 的用户关注了TA

## 本次中欧课程主推“高管推荐”，你觉得这个推荐方式如何？

有领导推荐的课程非常实用，毕竟他们都是过来人，也非常了解大家需要提升哪些方面的能力，还有他们非常熟悉当下市场资讯。对这个高管推荐我们还是受益良多的。



部分高管推荐

10K赞同 · 1K评论

以上就是关于一小部分优秀学员的高赞访谈，还有很多积极的学员采访不过来啦，接下来展示一篇读书心得给大家共勉！

## 心得/篇

## 《在数字时代树立品牌》学习感想

事业三部李春晖

好的品牌无法掩盖糟糕的产品，糟糕的品牌会毁了好的产品。因此，品牌对于产品的重要性不言而喻，在互联网发展如此透明且迅速的今天，我们就来谈谈在这样的网络大环境中，我们应该怎么做才能提高自身品牌知名度。

首先，要有准确的品牌定位和品牌核心价值。惠尔康的品牌定位是传统、创新、营养、健康，品牌定位决定消费群体，饮料最大的消费群体永远是一代又一代的年轻人，只有紧跟时代发展潮流，才是让品牌历久弥新的长久之计。

其次，要让客户更加方便具体地了解自身品牌。互联网开放、透明的特性，只有敞开心扉才更容易获取消费者的信任度。我们需要利用好平台对自身品牌进行宣传造势，让消费者从被动接受到主动了解，最后提高客户黏性。

最后，打铁还需自身硬，做好策略很重要，但更重要的是，做好自己。创新很重要，从产品研发到包装设计都需要不断创新。用产品真诚的灵魂促进消费者复购，这样有利于更好的抢占市场，打造品牌。

希望大家都能get到学习的魅力并收获自己多方面能力的提升，我们也会持续上新能助力大家工作的优质课程，多多关注哦，也欢迎提出你的建议，共同打造更优质的学习平台！

## 前沿资讯分享

# 巨变之下行业新格局 巨量引擎城市峰会中的新思考

文/事业三部 李春晖

有幸参加2020年巨量引擎的城市峰会，让我们印象最深刻的是喜多多的品牌负责人许云晖带给我们的“老字号焕发新机”的分享。

喜多多团队第一次的“焕新”尝试，是在2019年春节期间，结合“财神到”的喜气概念，喜进生活，喜进百姓，邀请网红在三个城市开展线下带货和线上抖音财神贴纸的宣传模式，让品牌在当年春节业绩节节高，许云晖女士感叹道：“我们品牌好久没这么热闹过了！”

在“财神到”这个话题当中，喜多多在抖音上火了一时，团队看到了年轻群体的消费力量。这时，品牌方有了新的担忧，怎么能让更多的年轻人爱上这个老字号品牌呢？他们马上提出了“让品牌年轻化”的概念，开始包装焕新，以用户需求为主导研发新产品。诞生了喜多多的元气系列，最为出众的就是粉色包装的鲜炖银耳。

新品驾到，如何快速打开市场，又是一个问题。喜多多团队首先通过达人直播带货的方式，他们邀请了薇娅、李佳琦等顶流达人，快速打开市场。其次她们拍摄了种草视频在以抖音为主，小红书、微博为辅的各大平台投放。拍摄内容有产品直拍分享、有使用场景剧情、有青春偶像系列，在抖音上获得了很大的关注和播放，达到了很好的宣传效果。接下来，团队又将往前在迈进一步，在十月份引进鲜炖银耳的明星加持、建立宫廷版IP和国际动漫IP，提升品牌知名度，和打造品牌概念！



喜多多的品牌焕新历程的分享，更让我明白了产品与时代结合的重要性。喜多多是老字号焕发新机的优秀标杆，值得我们学习。反观惠尔康是具有广大顾客基础的老字号品牌，在焕新上已经开始做出改变。目前还在一个初期积累阶段，没有达到质的飞跃，在“老字号焕发生机”中，我们还有很大的转变空间。

本文节选自智享学平台知识库《巨变之下行业新格局——巨量引擎城市峰会中的新思考》，欢迎通过智享学检索文章名称，获取完整资讯。



# 乘风而来 破浪前行 CBB2020展会参观学习

文/工程部 刘朝阳

10月，我和同事一行3人赴上海参加CBB 2020展会。展会其实就是为不同细分行业提供精准和全面的行业交流平台，展会上设备供应商其实就是我们的老师，通过深入和他们沟通，可以学到很多知识，为我们后续设备选型和改造积累灵感和素材，也会将展会所学所想转化成行动持续输出，更好地服务于公司。



此次展会我深刻领会到两点心得：

一、虚心学习非常重要，特别是走出来和上游供应商或行业领导者的学习。例如燃气锅炉后段的管路尽可能采用不锈钢管道而非铁管，这样可以提高锅炉的热效率，延长锅炉的使用寿命和降低维护费用，这是因为燃气锅炉的炉膛比较短，铁管中的铁离子生成三价铁会对炉膛造成腐蚀且产生铁锈覆在炉膛中降低换热效率；

二、勿以善小而不为，每一种小的改造会给企业带来意想不到的效益。如在线混料机，下面配两台泵，一台自吸泵一台乳化泵，不但减小了设备的占用面积，同时提高了生产效率；调配罐拆除搅拌增加一台离心泵，如果物料不需要频繁搅拌就不需要增加泵，只需要改造罐体使罐内物料在重力的作用下自循环，从而降低维修人员的劳动强度和杜绝因搅拌减速机漏油而造成的污染问题。

本文节选自智享学平台专栏号《乘风而来 破浪前行|CBB2020展会参观学习》，欢迎通过智享学检索文章名称，获取完整资讯。

GROWTH  
BREAKTHROUGH  
成长突破



凝心聚力  
共同成长

## 供应链防疫 突出贡献表彰故事集

在2020年春节，新冠肺炎爆发、全国人民众志成城“战疫”的疫情防控过程中，公司及时成立疫情应急小组，供应链事业部行政部保安团队、叶杉民、产销管理部叶展望、张爱汗等员工，奋战在供应链管控一线，不畏风险、尽心尽责、坚守岗位，为公司的防疫工作及正常复工做出了突出贡献。

4月13日，在供应链经营月会上，公司对以上团队及人员进行了表彰。



### 行政部保安团队

大年初三，保安团队接到关于“惠尔康防控新型冠状病毒要求”通知后，马上行动，在大家还在春节假期时已到岗进入一级战备状态。



行政部叶经理给三个门岗分别配备好口罩、体温计和酒精，保安团队给每位进厂员工测量体温，按政府要求做好一人一档的信息登记并做相应的防疫宣导；同时到宿舍给员工做好每日两次体温测量与登记；控制不让外人进厂，把一切可能传染源挡在厂外。

工厂复工后，员工和货车入厂也严格按“戴口罩、测体温、扫码、登记”的要求执行，一切正常方可入厂；同时做好全厂每天巡检，若有异常及时反馈处理。

保安团队在疫情防控工作中，严格自我要求，对工作尽职尽责，始终如一地把好每一关，为供应链事业部的防疫安全，正常复工做好坚实的保障，特给予保安团队奖励3000元。

标杆采访:保安队长吴兴富:接到通知时就一心一意想着把抗疫做好，安保工作就是要在关键的时候能够顶上，把一切可能的传染源都挡在厂外，当然这也离不开整个团队。我们会坚持到最后，即使是现在也还是一刻都不能松懈。



**行政部叶杉民**

具备风险意识的他早在1月20日，就开始一方面着手购买口罩、酒精壶、电子测温仪等相关抗肺炎物资，另一方面及时与政府对接，掌握第一手相关信息。

从大年初三开始奋战在供应链一线，带领保安团队对留厂员工做好健康状况、人员动向等相关信息的管理；指导制作并张贴新冠疫情相关宣传资料，提高员工对疫情的认识；购买并管理疫情防控物资，搭设外省隔离房，制作口罩回收专用桶，定期为厂区、宿舍及办公楼进行消毒...落实所有防疫相关工作，确保公司防疫措施落实到位。

同时协同政府的检查、资料的报送，复工后协调解决省员工租房及进出村庄的问题，联系核酸检测机构为省外员工进行检测，确保公司正常复工，并有力保障公司生产的有序及安全，为供应链的防疫工作做出了突出贡献，特奖励1000元。

**标杆采访:**其实这些都是我应该做的，公司完全可以不用给奖励，当时也完全没有想过奖励。无关奖励，以后遇到任何事我也一样都会竭尽全力去完成。

**生管部叶展望**

在疫情严重、外部市场一罩难求的局面下，他利用个人人脉资源，国外与国内、省外与省内开始了为企业购买口罩之路。

他联系国外资源，可是进口受阻，联系国内，克服重重困难，才购置到10000只口罩；深知口罩对企业的复工复产影响之大，他又把目光转移到各批发部，喜出望外，又获得了2000个口罩，为正常复工复产提供了有力保障。

这就是以企为家、具有强烈责任感和主人翁精神员工的口罩购买之路。全力以赴为企业复工复产供应做出了突出贡献，特奖励1000元。

**标杆采访:**确实想为公司做点实事，不管事情大小，都要有人去做。当时得到供应链黄总的指令后，我就开始“落实”口罩，疫情期间确实难买，找了很多渠道，担心进口受阻，也怕厂家收到款后不发货，幸好有惊无险。也很感谢黄总给我们的支持！

**物流部张爱汗**

工厂复工复产获批，食堂打算在餐桌上安装隔板解决员工集中用餐问题，他主动协同，快速响应，带领兄弟着手设计餐桌隔板，购买隔板材料，一个下午便完成几十张桌子的隔墙制作。

同时根据公司疫情管理大方向，结合发货实际运作状况，快速制订了公司《发货管理办法》，做到发货的外防输入，内部消毒工作，保障在疫情期间，企业按需有序、安全发货；为了快速复产增线，协助解决省外员工返厦隔离与居住事宜，并完成相关管理流程的制定。

主动协同、严格、高效执行公司对突发疫情事件的响应及各项预防措施，为保障企业复工及按需有序发货做出了突出贡献，特奖励1000元。

**标杆采访:**在疫情下，大家都迫切希望可以正常上班、公司尽快恢复生产，疫情的防控、保障人员的安全一定是摆在首位的。在领导的带领下，我尽力做一些力所能及的事，我认为这也是身为员工应该做的。

除了以上几位突出贡献的标杆，也还有很多员工在此次防疫工作中以各种方式作出了自己的贡献，感谢尽己所能付出、与公司共克时艰、共生共赢的每一位伙伴。

## 这个必须在惠尔康出圈的团

文/通讯员团队



这个必须出圈的团队，你一定不陌生!

我猜，你在某个时刻收到了TA真诚的约稿，在工作现场见到TA拍照的身影，自己/团队的事迹通过TA的分享在公司的平台上传播——TA就是咱们的通讯员天团!

通讯员团队成员分布于公司各个区域，身兼其职也充分发挥活力与纽带功能，激励员工主动分享、传播公司资讯、弘扬企业文化，成立近三年已经累计投稿超过850篇。

通讯员在执行过程中也遇到了一些困难和困惑，为了提升通讯员的技能和团队凝聚力，我们给通讯员提供了线上+线下相结合的培训，线上以提升专业技能为主，包含操作技巧、运营及沟通；线下以团队建设为主，主要为提升团队凝聚力。

于是，10月16日，通讯员天团各届成员们齐聚首，共创一场丰富的团建盛宴，于工作、于生活也取得了很多收获，分享感悟希望也能给大家带来些许启发，共勉。

### 突破自我 凝心聚力 携手共进

——2020年通讯员团队拓展（节选）



### 把信送给加西亚



焦明&刘娟莉

20多个来自不同部门的小伙伴每人写出自己的四个特点和一句人生格言，折成纸飞机，放飞在这个秋高气爽的大山里。秘密被打乱由其他人读出来，惊现了许多“不为人知”的小故事：你想不到那个平日温文尔雅、理性十足的男同学竟然说他旅行时最喜欢的是去寺庙走走拜拜；那个做事周全、遇事淡定从容的女同学小学时竟然被称为“土匪”；那个第一次看到雪激动得被别人认为怕不是个傻子的她；还有常年在一起却不知道换了六个部门的他……

每个人都有很多你从不知道的私人订制的小秘密，你几乎猜不出来TA是谁，茫茫人海、匆匆过客，我们还能再走近些吗...不止步于事物表面的了解，不断地深入挖掘积极探索，工作中如此，生活亦如是，这是这个游戏带给我的感悟。

可否有那么个机会，让我们彼此敞开心扉，也来个深度链接和钻探，也许在职场上你我就不单单只是同事，我们还可以成为相互给力支持的朋友；在微信朋友圈不再只做赞友，线下真人秀岂不更有魅力。

说出你的秘密，别怕!



### 跨越金宝塔



陈德垣

当我们置身游戏时，会深陷其中，没有头绪，可是当我们从游戏抽出复盘时，却恍然大悟，觉得很简单，其实这就这个游戏最奇妙的地方，深受启发。

游戏赋予了很多角色，每个角色都赋予了不同的任务，要靠信条传递，共同完成一个目标。这游戏传递着几个很重要信息“目标明确”“打破自我”“高效沟通”“积极主动”，结合到我们的实际工作中来，主管在下达任务时，目标一定清晰明确；传达任务的人，起着承上启下的作用，一定要做到信息高效准确沟通；执行者接到任务时，一定要与当地实际情况相结合，做到高效准确执行，信息及时反馈。





别朋

现实工作中也很可能发生相似的事情，当高层没有意识到问题的时候，中（基）层能够发现并上报，最终解决问题。所以我认为很多时候信息的公开和透明度能够大量减少无效信息流通，好的解决方式大概是让员工有归属感，这样不管是执行力还是保密性都没有问题。

另外关于团队发展：不是只展现我们想给大家看的，而是展现给大家他们想看的，这样才能扩大影响力。

## 活动复盘



叶萍萍

这个团队对我而言，既熟悉又陌生。熟悉是入职以来常常在公众号看到各位通讯员的“身影”，知道这个特别的存在；陌生则是自己因机缘巧合刚加入了这个团队，对队伍和成员还未熟知。但陌生感很快就被教练组织的小活动消失殆尽。

活动短暂，留下感受却是久远的，如何跨越障碍，规避错误，有效沟通，想法落地，不止局限于游戏，更是我们今后工作不断要去探寻的东西……不仅是作为通讯员队伍中的一员，也作为本部门中的一员，更作为惠尔康人的一员，于天要做一颗闪闪发光的星星，于地要做一棵汲取养分的树苗，为成就更好的团队而努力！



陈德垣

原以为此次拓展会没什么新鲜感，然而拓展下来却给我带来很大的感触。

拓展过程中，组织部门及教练临时决定调整了活动内容，删减了其中几项，我认为是很正确的，教练说了一句话，印象颇为深刻，“此次拓展就是要深挖我们的内心，做深做透”，其实拓展本身不在于项目的广度，而在于深度，拓展目的是你在过程中真正学到了什么，怎么运用到你以后的工作和生活中去。



曾航兰

这次的拓展活动让我们看到每个人独特的标签，也从浅到深地延展到了通讯员团队的建设上：从细节挖掘员工的闪光点，做有温度的团队，从渠道、新闻版块拓宽内容……

## 新的认识 从心出发

这次的拓展活动让我们认识到“深度链接”的重要性：与自己深度链接，你会剖析出一个更加丰富的自己；与团队深度链接，认同与融入，共同探索出我们期待的团队模样，尝试从自己的行为开始做一些改变，朝着成为榜样的方向成长，点点星火终将汇聚起巨大能量，推动团队向我们所期待的方向发展，真正发挥出这个团队强大影响力。

通讯员团队后续将继续传播公司的文化、资讯，体察身边人、细微事，用发现美的眼光，体察惠尔康人的工作与生活。这过程离不开各部门主管的支持与协助，为内容的调性、内容的丰富性与部门人员的参与性保驾护航。同时也期待更多的惠尔康人加入投稿或谏言的组织中来，我们一起共建有温度的组织，营造有温度的惠尔康人企业文化氛围！



路漫漫其修远兮，我们在改变的道路上，也期待你的加入，大家快来链接自己的通讯员吧，小康带大家一起来寻找现任通讯员的身影！

最新通讯员团队阵容

供应链  
通讯员

杨佳伟

OEM兼大庆厂/武汉厂

焦明

纸包装厂&工程部

黄奎瑜

产销管理部

别朋

CAN&PET厂

田一敏

采购部&品保部&信息部

许妮娜

行政部&供应链人力资源部

销售  
通讯员

林宝虹

事业一部厦门部&福州部

廖峰

事业一部浙江部&豫皖部&福建KA部

陈德垣

事业二部

曾航兰

事业三部

职能  
通讯员

谢少浩

总办&对外关系部&研发部

张娜琼

企划部&战略管理部  
(兼事业四部)

杨辉

人力资源部 (兼事业五部)

高淑彬

财务部



本文节选自惠尔康人微信公众号《这个必须在惠尔康出圈的团》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

HUIERKANG





## 这是一群做着“精致”事的“糙”汉子

文/工务部 丁丝兰

动力部：负责工厂水、电、锅炉（蒸汽）、空压、制冷，以及部分简单的机加工及维修。它是工厂生产得以运转的重要基础部门，担负着全厂的能源供应、设备维护保养、检修改进等职能，是供应链管理中的一个重要组成部分。它的核心任务是保障生产，节能降耗，并且针对生产特点，总结、研究其规律，实现管理的完善与创新，为公司的生存和发展创造有利的条件。

动力这帮“糙”汉子，大部分是十五年以上的工龄，粗活累活二话不说，干就是了！总结起来三句话：干活猛！说话少！酒量好！

### 水处理组

水是生命之源，也是饮料厂的生命之源，从源水到自制水再到RO水，送进车间，最后污水汇总到处理系统净化排放...是水处理组那些可粗可细的“糙”汉子们在管控着一个个指标。

水处理技术和环保要求不断更新，他们也从不懂到懂，再到精细化管管理，不断提高。



### 锅炉组

定期检查锅炉本体附件设备和安全装置以及各路管道和阀门，发现问题及时维修确保锅炉正常运行；水质化验人员每班须取原水，给水和炉矿水进行化验，把锅炉用水控制在规定范围内。

他们盯着锅炉控制台上各关键点的参数，送风、加大、压火、控压，将水转换成高压高温蒸汽，通过管道送到各个车间，尾气经处理达标后排放。单调枯燥的工作，极大的考验人的耐心，安全第一，稳定第二，细心、细心、再细心.....



### 电力组

主要负责配合每个生产车间机修人员的维修及保养工作，全厂高低压配电系统的安全运行、维护保养，全厂照明、电力拖动设施的安装和维护，全厂备用电源的检查，及各种突发状况的抢修。

大夏天的犄角旮旯里蹲着接线，汗如雨下是经常的事，尤其是旺季的应急电力抢修，与时间赛跑，挎着电工包，诊断修复，一点也不能马虎。当修复完合闸的那一刻，我们才会深深地觉得，有电真好。



### 空压制冷组

一个提供压缩空气是电气控制的关键，一个提供冰水是产品及设备冷却的关键，但有个共同的特点——噪音，只要进入空压间或者制冷间，那无所不在的轰轰声，偶尔还伴随减压阀泄压的尖锐声，那就是特大号的空调外机在你旁边轰鸣。

他们每小时都得进入设备间，查看运行数据、检查运转状况。只要生产线开着，他们就一定在。



说他们是“糙”汉子，是因为他们的日常没法“精致”。双手是粗糙的，但干活是细致的；言语是粗糙的，但心灵是细致的；写字是粗糙的，但管理的细致的。这就是我们的动力部，一群做着“精致”事的“糙”汉子们。



# 探寻【C位康仔】



公司的长久发展离不开一批批拼搏奋进的员工，惠尔康蓬勃发展28载，征途中最宝贵的是众多携手共进的优秀惠尔康人，他们践行公司核心价值观、遵守员工行为准则，与团队共同成长、成就自我，与惠尔康一路同行、共创佳绩！

他们每个人都有属于自己的独特闪光点，都值得被发现、被看见、被弘扬，也必须有姓名！

2020年惠尔康C位康仔系列——发掘每一个拼搏的“你”，聚焦你的闪光点，为你撑腰，送你C位出道，成为惠尔康最亮的“仔”！

## 01期

### ▪ 生动化竞赛脱颖而出的南安所

福建生动化竞赛中，各营业所各显神通，用饱满的热情和不懈的努力获得了显著的成果。其中南安所在评比榜中特别显眼，所有参加业务评比的分数最高，所有的组长全部获奖。这个所到底有什么“魔力”？



所长李清泉

#### 南安所所长采访

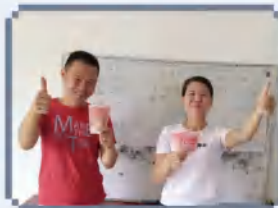
这次南安所团队能在福建生动化竞赛中取得优异的成绩，我感到十分欣慰，这里和大家分享一些经验：

**01**重视、重视、再重视，全员高度重视是取得成功的重要因素。收到生动化竞赛评比细则，我们第一时间将方案下发给各组/业务，并详细进行了研读，将理解后的指标先后对各组团队进行了会议引导。

**02**组长与各业务严格按照评比要求，借助手机系统后台，结合所有售点过往生动化照片表现及各售点客情等方面考虑，快速明确选择了每条线路十家的目标售点。接下来我与五位组长经常针对目标售点进行走访或业务协访，以非常积极乐观的态度服务售点，力争每次的生动化、冰冻化都比上一次做的更好些。

**03**每周手机系统后台的查核，看业务是否按要求上传照片，并进行上下周、上下月售点生动化照片的对比，针对不合格的业务和售点进行筛选，分析不足与问题，重点协访改善。

颁奖瞬间



做好拜访七步骤、维护好客情、勤动手、分析不足和改善方法，以上四个词是本期采访中出现的高频词汇，也是生动化竞赛的致胜法宝之一。

本文节选自惠尔康人微信公众号《揭秘-原来你们是这样让更多人看到了“南安所”》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

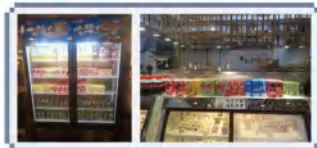
## 02期 ▸ ▪ 销量大飞跃！海口所餐饮渠道突破之路

海口是海南省会城市，经济较发达，餐饮业，特别是配餐、自助餐欣欣向荣，市场机会很大。

配餐、自助餐如何开发？用什么产品？在王文雄所长的指导下，负责餐饮渠道的李益彬很好地进行了市场规划及执行。售点拓展：从2019年9月到2020年7月，已开发月销售TP系列100件以上配餐客户65家，自助餐客户22家；销量提升：月销售量8000件以上，销量成长300%！



海口所李益彬



### 访谈直播间



这销量，杠杠的！能分享一下拓展这条渠道时，面对竞品，对策是什么吗？

当时完全是空白市场，我们一开始就定位清晰，用纸包产品去拓展。这条渠道的竞品，高低价位产品都有，我们的价格在中间位置。在开发客户时，针对高价位竞品，我主要强调我们冰红茶价格及其他不同口味系列上的优势，同时强调包装及口感不输对手；针对低价位竞品，则主要强调我们产品包装，口感远胜于对手，而且重点强调产品口感会直接影响消费者的就餐心情，不能一味只追求便宜，而需有所取舍。



那在拓展这条渠道时，有碰到什么困难吗？

困难肯定是有，当时我们产品在海南没有品牌优势，有些店老板都不认识，一开始会拒绝，还有说我们价格高，口感没有竞品好等等。面对质疑，我给客户做了充分的分析，首先声明惠尔康葡萄糖/菊花茶在海南传统渠道卖了很多年，已经有一定的品牌力，另外我们的纸包产品目前在中小学很受欢迎，学生都在喝，我还带动客户品尝我们的产品，让客户打消疑虑。



目前，你与客户的客情维持的怎么样？

很多客户相处得像朋友、兄弟，俗话说，做事先做人，你对客户真诚，让客户赚钱，客户也会同样回报你。我现在拜访门店时，很多店老板都让我自己做主，自己去清点库存，自己下单补货。



说得好！你在自助餐渠道又是怎么做生动化的？

自助餐陈列主要摆放在饮料台及冰箱，排面都是我亲自去摆放，冰箱至少摆放1-2层，饮料台我们产品摆放在最显眼的位置，排面最大。



本文节选自惠尔康人微信公众号《销量大飞跃！海口所餐饮渠道突破之路》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

## 03期 ▸ ▪ 责任心、信任感、一条心

### 访谈直播间



您觉得作为一个业务员最重要的什么呢？

责任！我一直都跟业务们讲，要把工作当作自己的生意去做，你的客户你要负责，包括一些旧货啊、售后啊都要自己去处理，这一点我这边的业务也都做得很好，懂得及时去调整，把旧货调到畅销点卖。



云诏所吴丽敏



访谈直播间



那您觉得您自己在团队中是担当什么样的角色呢？

承上启下吧，领导给我的任务，我会传达到业务这边，从政策到执行，做好规划，让业务能够更好的去执行。我会和组内的大家融为一体，领导给我们的目标，我能够带领大家一起冲，一起去完成。一周或者半个月，我就会组织大家出去搓一顿，已经合作这么多年，我们的感情都很不错，也有很多其他品牌要挖他们，用高薪资吸引他们，但是他们就觉得在这边人际关系各方面都不错，大家都不会走，比较一条心。



那您觉得在做业务的时候，什么时刻最有成就感？

普渡前后吧，我们走在线上都有惠尔康的产品，并且我们的货多位置好，主要是因为我们的业务客情比较好，价格维护得也都还不错，这个比较有优势，客户不愿意去其他地方窜货，价格都比较稳定。

普渡时，所有人都说你们惠尔康太拼了。不拼不行，一定要想办法铺到终端点，才会形成良性循环，提升销量。我们做的最多的动作就是铺市，这两个月每周都有三四天在铺市。



本文节选自惠尔康人微信公众号《谁说女子不如男？》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

04期 | “乘风破浪”也不在话下的市场部姐姐

运用自媒体的宣传，增加活动的声音量

在“人手一机”的今天，自媒体的运用是品牌传播的重要途径，每一次活动，我都尽可能地结合自媒体进行传播，从而提升活动的前后期影响。

闽南古镇的庙会活动是由福建省文旅厅、厦门市各级政府联合主办的大型节庆活动，活动期间聚集了大量人流。与往年不同的是今年的推广方式丰富了许多，除了品牌布建、现场游戏互动外，我还增加了新潮的电商直播、云购物、双微互动、达人/拍客分享，福建日报、厦门日报实时报导，裂变推广效果。

入口舞台正对面进行谷粒造型堆的布建，让消费者拍照发朋友圈留念，并结合博饼、猜灯谜互动赢谷粒礼品券引流至售卖区进行礼品兑换，借机进行谷粒卖点的介绍及促销。微信、微博朋友转发，让活动在朋友圈炸裂！感谢事业三部春晖的支持，直播现场很给力哦！

此次活动收获了一波儿童粉，他们通过试饮像发现新大陆一样，原来还有这么好喝的谷粒谷力！特别是燕麦口味接受度最高！



厦门所MO简海燕



要有明确的工作目标，才能把工作做正确

活动的制定与执行要非常明确目标：我们要沟通哪一类目标人群？在什么地方沟通？最好的沟通时间段是什么时候？要用什么样的沟通方式？资源要如何有效分配？这样我们的活动才有效果。

如6-8月的谷粒提升案中，针对目标人群和区域，我每个月都有具体的活动规划，不仅选择最适合的活动场地和人流集中时段，还根据领导要求规范化每一场中小型活动标准，使活动在我当区呈现了一致的沟通画面。另外我还通过礼品券的多种组合使用，聚集了大量的人流到活动现场，并率先在活动现场增加电视播放谷粒的宣传视频，让整个活动更加丰富起来。



闽侯所MO刘淑婷



不同月份有不同的沟通目标，6月份主要沟通谷粒在消费者心中的购买动机与口感反馈，从而确定之后提升的方向；7月份主要产品的功能优势上进行推广，强调谷物更健康，让更多人喝到谷粒谷力；8月份在对消费者阐述产品功能的同时，强调饮用场景，并尽可能让活动现场的试饮种数达至6种，让消费者有更多的体验与选择。



晋江所MO吴丽专



### “众人拾柴火焰高”

对于市场部人员来说，要眼观六路耳听八方，及时了解各个行业的动向，善于借助业务、客户及第三方资源进行活动的结合与创新，从而提升活动效果。而我一直以来也是坚持这样做的，在每月常规活动基础上，我不断挖掘区域里的其他机会，如：与健康徒步走活动、国际食品展、宝龙少儿活动、第三方活动的结合，影响了更多的人群，增加了活动的声音量。

每场活动都是与消费者最近距离的接触，为了提升消费者在接触产品那个时刻的好感度，每个活动现场，我都力求布置得美观大气，注重细节体验，让消费者来到我们的现场有一种宾至如归的感觉。招募现场观众即兴表演，业务快闪舞蹈出没、社区博饼活动、拼图比赛游戏、套圈互动问答游戏等现场互动环节，吸引更多的消费者参与，提升消费者对产品的关注度和认知度。

### 认真专研，寻找机会

我是3月接手莆田推广工作的，疫情紧张，很多消费者面对面活动难以展开。我在市场走访中，发现很多中学已经开学，学生的消费需求比较迫切。于是我叫上业务和客户，通过多次的门店拜访和沟通，成功在校内点展开了无人售卖。3月有开展活动的售点同比去年成长了83%，给消费者带来便利的时候也加深了消费者对我司产品的印象，同时还刺激了售点老板的积极性。

首次合作后，在开学季、高考季、门店店庆等活动时节，门店负责人都会主动提前和我们沟通让我们做活动结合。经过比较长期的配合推广，目前这些校点的进货量都稳定保持在100件以上，学生对我们的产品认可度比较高。

本文节选自惠尔康人微信公众号《“乘风破浪”也不在话下的市场部姐姐》、《“乘风破浪”也不在话下的市场部姐姐第二弹》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



莆田所MO林雅丝



## 05期

### 工作投入，积极上进



财务部刘云

进入公司3年，在工作的需求和自我的严格要求下，刘云掌握了扎实的专业知识，精通多项工作技能，练就一身的本领。

她被称为灵活的“IT-2号”，在遇到任何excel相关问题的时候都可以去请教她，刘云都会帮你解决，解决不了的话，她的求知欲也会帮你探索解决！

自律是一个人不可多得的好习惯，她用行动来阐述自律。

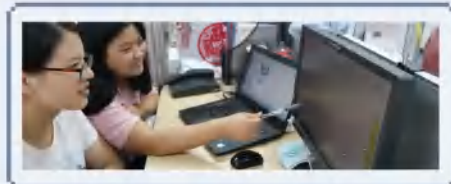
你睡觉时她在学习...

你吃饭时她在学习...

午休的时候随时抬头都能看见她捧着一本书埋头苦读的样子...

任何闲暇的时间她都会吭哧吭哧的看书...

时间如金钱一样宝贵，这句话在她身上展现得淋漓尽致。功夫不负有心人，通过两年的努力，她已经考取了初级从业资格证、中级会计师，基金从业资格证，目前也在着手准备CPA和税务师，被称为“考证达人”。



本文节选自惠尔康人微信公众号《可爱有实力配上积极的生活》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



## 06期

## 没想到你竟是这样的“小康爸爸”

认识他之前，他是一个成熟、稳重且高冷的存在；和他协同设计物料时，他是集专业、效率高、协同性强于一身的高能设计师；创作小康时，原来你竟然是这样的“小康爸爸”，创意脑洞无敌大、有趣逗比欢乐多。而距离他直线距离最近的第一人，传闻中那个害羞，内向，沉默寡言的图形图像中央集成处理打工人，竟是一个如此闷骚的家伙~

全能小王子：就像KOF中的全能战士拉尔夫，平面、3D、拍摄、剪辑...似乎就没有他不会的技能；

在设计工作中，眼明，手快，能迅速捕捉事情的重点，高速高效地产出有质量的素材...

在抖音中，冷酷帅气身兼数职，能导、能演、能剪辑、能拍摄、能做后期的全能型选手，可甜可盐，全无偶像包袱，只为演艺献身！（大家可以到惠尔康抖音号中寻找一下他的身影）

看来传说中最受公司女生欢迎的岛主，原来不仅颜值能扛，实力更能扛！

本文节选自惠尔康人微信公众号《没想到你竟是这样的“小康爸爸”》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



企划部肖建忠



## 07期

## 把销售工作当成自己的事业



站东所陈庆聪



他是我见过的职业态度及能力最强的业务员之一，真正把这份工作当成自己的事业，他经常说的一句话：要做就一定做到最好，不然就不要做。

学校渠道有很大特殊性，要拓展及经营好，是一件很困难的事情，有些业务员连学校大门都进不去，更不用谈去拓展了，而他恰恰为我们展示了为何他能在学校拓展经营取得成功：

一是要做“不要脸”，做业务就要脸皮厚。记得当时摆这家学校点冰箱过程中，店员好几次对庆聪说：“不用再摆了，你们家产品已经摆够多的了，其他家都没地方摆了”；庆聪不为所动，每次只是笑笑，一边继续摆，一边回应，“没事，还很多空着，我再摆一点就好”，后面店员看到他那么执着，也就默认了。

二是要勤动手，有耐力。庆聪每到一家学校，首先就是摆冰箱陈列，这家冰箱陈列，至少摆了1个小时，不断从仓库搬货，然后拆箱，摆冰箱，再重复做，直至冰箱全部摆满。

三是要有客情，特别是做学校渠道，与店员的关系至关重要，庆聪这一点就做的很好，他会时不时给些小赠品或者买些水请店员，她们就会特别满足，其他一切事情都好办了。

本文节选自惠尔康人微信公众号《学校渠道拓展，我们的经验分享...》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

## 08期

## 亦师亦友的身边“最美”之人

记得有一段时间岗位轮换，她在学习新内容之余，除了要处理好自己岗位的工作，还要负责教会我，堪称最“南”员工。但事情虽多，她也依然认真负责，从未松懈。并且她会将自己所学知识录制后供大家一起学习，简直是我们的部门之星更是我学习的榜样！

工作这头的电话打了一个接着一个，问题没有得到解决，许久都是在通话。

我问：为什么一个问题需要沟通那么多人？

她说：就是得问清楚啊，一个人不清楚就问另一个人，总会问到清楚的那个人，实在不行，只能把碎片化的信息拼接起来，“曲线救国”呗！

本文节选自惠尔康人微信公众号《众里寻她，美其实一直都在我们身边》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



财务部李月茹





台州所常国琴



09期

充满正能量的女汉子

领导和同事眼中的她：工作中热情有冲劲，爱学习，与客户的客情关系十分融洽，能及时了解市场竞品的促销与动销情况，再针对我司产品提出战略不足与解决方案；团结同事，自我检讨意识较强，发现工作中的问题及时与领导沟通并解决问题，是一个充满正能量并能带给别人快乐的打工人。

客户眼中的她：对工作比较认真，能很好地与经销商员工配合，能及时地把渠道上动销慢的产品调换到动销快的渠道上来，极大地减少损失，是一位踏实、勤劳、肯干、能干的小姑娘。

本文节选自惠尔康人微信公众号《专注自己的你，很赞》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

10期

十年同行,与尔相伴

2010年，刚刚大学毕业的我通过校招加入了惠尔康大家庭，进入了利乐纸包车间的灌装工段。从简单的查包，导电，渗透，再到灌装机升机，报警点故障处理，日保养，周保养的设备维护，看似简单的操作步骤，却直接关系着产品的质量和设备的生产效率。

在个人工作职责上，我真认真仔细地做好每一步骤，当然这也是每一位员工应该具备的职业素养；在团队工作中，我积极配合与协助，在良好的工作氛围下，我们更好地相互学习和经验分享，既大大地提升我们的操作水平和设备的生产效率，也为公司创造出更大的价值。



纸包装厂姚雄



本文节选自惠尔康人微信公众号《十年同行,与尔相伴》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



叶彩钦



11期

暗藏于财务的学习对象

她对待工作一丝不苟，非常严谨、细心。每当要上交凭证时，她即便是加班至月明星稀，也要仔细地将其审核完毕，即使经过了多次的检查，她也能从中挑出“毛病”来，再将检查出问题的凭证进行一一讲解。

她的美在于她的耐心，在工作中她不厌其烦的指导，直到我们完全明白为止；她的美是因为专注，在忙碌的工作之外，寻找更高效的工作方法，注重业务技能的提升以及数据的准确性；她的美就在于她的无私分享，把自己积累的宝贵经验毫无保留的分享给身边的同事，让大家共同进步和成长。

本文节选自惠尔康人微信公众号《暗藏于财务的学习对象》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

由于年刊篇幅有限，以上均只截取了各位C位康仔最闪光的部分，还有更多的C位康仔和精彩内容大家可登录【智享学平台—C位康仔】专栏一睹为快。同时希望大家可以积极发掘身边人的闪光点，并将他们的亮点传播，也欢迎小伙伴自荐哟~



# 团队建设 | 团队聚力 砥砺前行

## 事业一部“乘风破浪，共创辉煌”训练赢

文/事业一部 廖峰

2020年公司在艰难中开局，惠尔康人在拼搏中前行！事业一部全体同仁迎难而上，努力奋进，创造了6-8月业绩达成110%的战果，全年累计至8月达成101%并实现同期成长！同时共有超过80%的销售同仁在旺季耕耘中收获了属于他们的激励奖励，获奖的销售人群同期对比增长近60%！这是团队全体员工努力协作的结果。

9月，来自福建、浙江、安徽、河南各区域的部长、所长和推广者们同时向霞浦这个美丽的县城聚集而来，我们开展了为期三天的拓展集训。拓展是一套可以塑造团队活力、推动组织成长、增值团队成员的训练项目，大家也养足了精神，迫切地希望通过拓展训练提升自己，也希望能够迅速融入到团队中。

01破冰：信任是一切的基石

02汉诺塔：流程细化，思路明确，全力以赴！

03雷区取水：敢于担当，敢于信任

04达芬奇密码：利用一切资源，把握全局意识！

05抱团打天下：统一的思想、统一的目标、高效的执行力、拥有英雄的个人、更有英雄的团队！

06最好的时光：我们快乐地享受着团队带来的温暖。



拓展虽然短暂，但这是我们大家共同经历的前所未有的体验。肉体上历经了磨练，精神上收获了很多，我们感受到了用心做好每一件事就是最大的赢家。

团队聚力的精神是企业文化的核心之一，这种文化增进了团队间的默契和协作，增强了对公司、对团队的归属感。



本文节选自惠尔康人微信公众号《事业一部团队拓展|“乘风破浪，共创辉煌”训练赢》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。

## 纸包装厂——学习、成长、收获，我们再出发！

文/纸包装维修全体员工

12月，惠尔康同安工厂纸包装维修和工程团队一行27人奔赴“顶上人家”进行为期一天的团建活动。

### 破冰-组建团队

在团建正式开始之前，教练“骡子”马上就给我们上了一课，他问出了直击灵魂的5个问题：你是谁？你们是什么？你们需要什么？谁最强？谁最棒？

当我们异口同声答出“我是惠尔康，我们是团队，团队需要协作，我最强，你最棒”的时候，大家忽然发现，我们来这里不是游山玩水闲庭信步，我们是团队，团队需要协作共同前进。思想意识统一了，接下来的事情就顺理成章了。



### 颁奖-再出发

纸包维修任学均经理为11月份技能竞赛中的获奖者颁奖。竞赛不是目的，而是检验技术的手段；颁奖不是终点，而是一个新的起点。大家也正是在这种学习的氛围中你追我赶，体会到成长的快乐！



### 总结-认可团队

快乐的时光总是过于短暂，一天的培训结束大家都收获满满，团队的凝聚力更加紧密。没有优秀个人，只有优秀的团队，我们都是团队的一份子，都是团队里闪耀的星，发挥着自己的光和热。掌声和鲜花献给团队里的所有人！



### 领导寄语

团队的力量不是个人力量能够取代的，团队中每个人都必须友好协作，默契配合，行动一致，目标才能一致。我们希望：

一、大家在工作中不断提高自身能力，不做拖后腿的短板，勇于挑战自己，战胜自己。

二、大家在工作中做到彼此信任，相互关怀，互帮互助，而不是相互抱怨。

三、大家在工作中做到知道目标、接近目标、甚至超越目标。

新的2021年快要到来，新的任务、新的挑战也要来了。相信大家会坚定步伐迎接挑战，饱含热情拥抱生活。



——纸包装维修经理任学均

本文节选自惠尔康人微信公众号《团建|学习、成长、收获，我们再出发！》，欢迎通过公众号检索文章名称，获取完整资讯。



# STAFF HOME

# 员工之家

我们每天都与公司、与同事们一起度过很多时光；

我们凝心聚力，奋斗在岗位；

我们携手防疫，尽自己的力量守护身边的健康；

我们庆祝生日，收获来自公司和小伙伴的祝福；

我们合力植树，为厂区环境更添一抹绿；

我们欢度节日，感受快乐与温馨；

我们共庆惠尔康28周年厂庆，表彰优秀，复盘一年，  
展望未来…

点滴记忆，都是我们共同度过的珍贵时光。

2020，感谢有你，一路同行；

2021，我们依然凝心聚力、共创未来！

惠尔康美食节



员工之家  
STAFF HOME



暖心相伴

防疫动态  
党企同心，  
共同守护

文/产销管理部黄焕嵩 & 志愿者们

“疫情就是命令，防控就是责任”，厦门惠尔康食品有限公司积极响应党中央号召，在做好企业员工宣导及防疫管控的同时，为助力厦门工厂驻地汀溪镇打好防控疫情攻坚战，2月10日，惠尔康供应链主管一行代表公司来到同安区汀溪镇政府及防控一线汀溪镇派出所，捐赠公司产品谷粒谷力、牛奶花生、清凉果汁等产品250件。



公关部主任叶杉民代表公司，对各级党委、政府在特殊疫情期间的辛苦付出示慰问及敬意。



捐赠同安区汀溪镇政府

汀溪镇党委副书记、镇长林志城、党委组织委员宋群慧参加了本次捐赠，对惠尔康公司的关心与支持表示感谢。同时就企业复工复产、防控疫情做了指导。

让党旗飘扬在防疫一线

“党员模范，我带头”。厦门惠尔康党支部及党员积极响应党中央号召，踊跃投身到疫情防控一线，以正确科学的态度引导并影响周边群众及亲戚朋友。共有25人次参与当地防疫排查劝导工作。



2月8日惠尔康党支部书记黄焕嵩与汀溪镇党委对接，利用2月10~16日工厂复工前空档，组织“让党旗飘扬在防疫一线”协助镇入厦车辆人员排查防疫工作志愿活动。倡议发起当天，惠尔康党员争先恐后报名，最后筛选10名党员编入11~16日排班。

志愿者语录

请问大家志愿报名参与志愿活动的初心是什么？

**焦朋：**有那么一群人，他们不得不出门，每天奋战在“战役”第一线，保卫着千千万万老百姓的生命安全，身为党员的我也应积极参与。

**洪秋婷：**面对如此严峻的疫情，很多人都主动站出来服务大众，作为党员的我更应该不遗余力地参与到这场“战斗”中来。

**陈阿萍：**有幸生活在一个老党员家庭，鼓励我作为一名入党积极分子，应当冲当先锋员，尽自己的努力为社会做出贡献，带头履行党员义务，所以我志愿做一名防疫前线“战士”，参与家园保护的志愿行动。

**叶双朴：**作为一名党员，我想尽我所能为国家做一点事情。能够成为一名志愿者，是一件很光荣的事。



在志愿工作中，大家有什么感受？

**焦明：志愿者的一天**



工作其实很简单，提醒每辆通过站点的司机用手机扫描二维码，如实填写身份、车辆信息，近期是否有湖北旅居史等。正常流程下来一辆车不到2分钟就完成了，但在实际执行过程中，还是有许多问题。

有些司机不理解，我每天都从这里通过，为什么每次都要填写？这个时候就要一遍遍耐心讲解，登记是为了公共安全，为大家每个人的生命安全负责。如果之前有登记过，后续车辆通过只填写汀溪检查站代码就可以了；有些老司机不太会用智能手机，还是一步步耐心讲解，怎么用微信扫一扫，需要填写哪些相关信息，名字用手写还是全拼输入法等等；当然还有忘记自己车牌的，忘记身份证号码的，甚至忘记自己名字咋写的……每次引导完成看着渐渐远去的车影，心里都会涌起一股满满的成就感。也许正是由于这样那样的问题存在，才显得志愿者的工作平凡且重要吧。

**洪美满&洪秋婷：母女党员搭档**

虽然没有做什么重活，但是半天站下来一刻都不敢懈怠也是挺累的，这也让我们深刻体会到那些一直坚持在一线的逆行者的辛劳和付出。



**陈阿萍：疫情当前，同舟共济**

防疫人员对入站的旅客逐一进行体温测量，同时工作人员对各个角落进行消毒杀菌，积极抗击疫情。他们没有春节，没有周末，每天执勤12小时，不管是多大的风雨都在露天坚守着，没有抱怨，没有不满，尽最大的努力守护着家园。



**更多志愿者相册**



黄煥嵩

叶杉民

陈煌钟

叶双朴

叶金鱼



### 全要松：退役军人的战疫使命感

事业五部湖北部的一位同仁全要松，身为党员又是退役军人的他，参加过武汉98年抗洪抢险、参加过汶川地震物资输送、参加过武汉08年抗击冰雪灾害，本次也自发加入了武汉的志愿者活动。小康与他取得了一次硬核“连线”。

#### 您当时志愿报名参与志愿活动的初心是什么呢？

春节之前还没感觉疫情那么严重，春节之后通过自媒体看到很多人呼吁求助，政府也在呼吁志愿者。

我作为一名党员，又是一名退伍军人，应该为社会做一点力所能及的事，很自然地报名了。我的抗压能力很强，在部队服役时经历过的突发事件比较多，也算是对社会救助有一点小经验，心里上没有负担和压力。我的个人防护也做得很严密，不会影响工作。

#### 您参加的志愿者活动具体做哪些工作呢？

我从2月1号开始做志愿者，主要工作有三部分：

第1部分是帮社区做一些消杀工作，对每个小区、每个门栋进行消毒，这个工作相对来说比较累，因为一天要背几桶消毒药水进行喷洒，一天下来基本上内衣都是湿的；

第2部分工作是协助社区对小区住户进行体温排查，这部分工作风险比较高，因为不清楚住户是否有疑似病人，我们要做好防护，在做登记的时候笔、登记表要随时进行消毒；

第3部分主要是开车帮助外省医疗队运输一些生活用品，当我们接到任务的时候，我们就会去领一些生活物资，然后送到指定点，相对来说这部分工作稍微轻松一点。

#### 您本次参加志愿者和前几次参与的社会救助活动，有什么不一样的感受吗？

前几次作为一个军人那是我的责任和义务，身后有强大的组织。

虽然说这一次身份转变了，我个人的力量比较单薄，帮助的能力有限，但我仍然想通过我以前的经验，去多帮助一些需要帮助的人。当我每次完成任务之后，收到对方给的一个大拇指的赞，心里很踏实，我觉得每个人在困难的时候，如果有人去帮他一把，这件事情在他心里会永远记下，那么他也会用同样的方式去回报社会。

与志愿者们的这次交流，让小康内心激动澎湃，倍感暖心与感动，对这些勇敢、大爱、自发为社会贡献自己一份力的志愿者们的敬意愈发浓厚。

在这场疫情中，所有逆行的医护人员、各行各业坚守岗位的人员、一批批奉献的志愿者们和每一个自觉自我隔离的个体，每一个渺小的我们，都贡献了自己的伟大，在病毒的阴霾中，发出属于自己的微光。微光能吸引微光，最终将阴霾照亮。





# 生日快乐 健康喜乐

文/人力资源部 吴林蔚



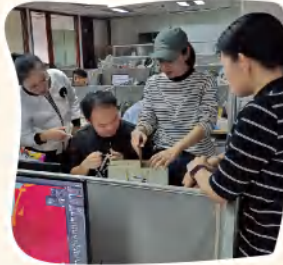
成长不期而遇，生日如约而至  
人生缘始于“遇见”，情长于“陪伴”  
很开心能同你一起庆祝  
这个属于你的独一无二的纪念日



在这段我们一起携手的旅途中  
一起拼，一起闯  
拼搏的、辛苦的、欢腾的、炙热的...  
都让他成为你记忆当中  
不可复制，永不后悔的闪亮岁月



祝所有在惠尔康过生日的所有小伙伴们  
生日快乐，健康喜乐！





### 两点一线

复工后，生活又恢复之前的快节奏，疲于奔命，忙碌充实，在公司和家两点一线，简单快乐。若说这日子有什么不一样，也只是在看日历之余感慨一句，时光匆匆。

我来公司已一年有余。一年前我还说自己是新人，青涩地写下来到公司的第一感想。如今新人变旧人，再次提笔，竟是不知从何说起。思绪很乱，叫人抓不住。

### 弥足珍贵

这一年在公司，承蒙大家关照，我内心丰盈了很多，在与大家的交流、关爱与帮助中学习进步。谢谢大家的不离不弃，这点滴温暖值得人前进。

老舍说，真理是这样：凡真正工作，虽流汗如浆，亦不觉苦。反之，凡自己不喜作，而不能不作，作了又没什么好处者，都使人觉得忙，且忙得头疼。

有时我想，有一份自己喜欢的工作，是件蛮幸福的事情。天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往。你看，这世上多的是谋生为利的不得已，所以这份喜欢才弥足珍贵。

### 不留遗憾

外面的世界很精彩，我的世界很平常。一个人读书，一个人泡茶，一个人听雨声，一个人闭上眼睛，这不孤单，记录琐碎的生活，心是满的。

刚还和闺蜜调侃：这不敢那不敢的，不试试怎么知道。事实是我确实不敢，内心中早已给自己一个定位，所以我没有去尝试更多可能的勇气，而在生活中固步自封。

随着时间推移，我慢慢接受自己的平庸，珍惜与自己相处的时间，珍惜国泰民安，珍惜已经拥有的一切。知道这幸福和平来之不易，所以才更不能辜负每一个平凡的今天。

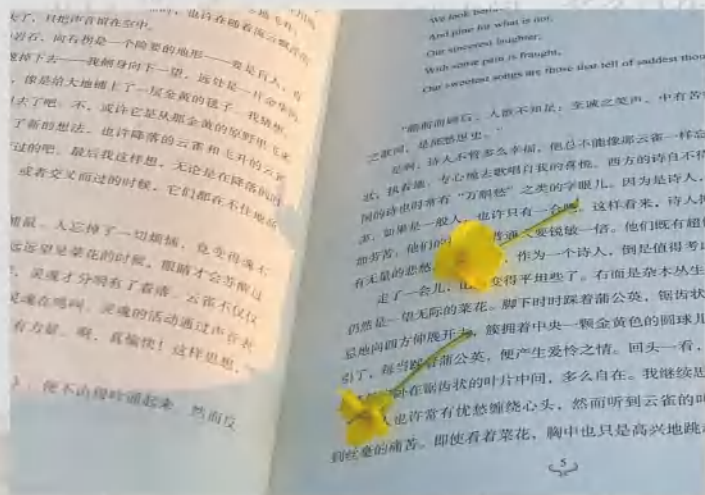
苦难没放过这脆弱的蓝色星球，但依旧有人为它夜以继日。生活在光里，我们是不是也该全力以赴，不留遗憾？

### 未来有风

从年初开始大家都在奔波着找寻新的突破口，提升业绩、提高品牌的知名度，商讨、研究、优化、报告、调研，2020年更加忙碌也更加充实了，看到了团队的凝聚力跟执行力。

有一群志同道合的人，回头有一路的故事，低头有坚定的脚步，抬头有清晰的远方。祝愿惠尔康红红火火，越来越好，也祝河南部业绩更上一层楼。

祝再遇见更好的自己，生活沉闷，但跑起来，一定有风。







## 植树正当时 “撸袖”添新绿

文/OEM 杨佳伟

古人有云：“草树知春不久归，百般红紫斗芳菲”。

春天，花红柳绿、万物复苏，枝头、溪间、田埂，悄然恢复生机的春景，因疫情而暂停的工作生活也再次启动。若问，哪里春光最娇好？同安工厂当不让！

4月2日-8日，同安工厂复工已一个多月，不断增加的产线带来产量增加的同时也带来了人力的吃紧。在这情况下，既要美化工厂环境，又要抓住植树的好时机，行政部人员在叶经理带领下，一力承担植树任务，共同挥锹铲土、踏土夯苗，共种植了两百来株的各种苗木，为厂区带来了一个可期的绿色未来。

### 合力种树

行政部分工行动，有的拉树苗，有的挖土坑，有的扶正，有的培土。尽管因为刚下完雨，一片泥泞，但大伙热情高涨，每一个环节都一丝不苟。

每颗树种完，培土压实，还在树一周进行围土，便于浇灌和将来施肥，力保种下的每棵树都能顺利成活。



### 浇灌护养

种完不算完，还得后期的浇灌和护养，对此，行政人员也付出极大的精力去呵护这些种下的树苗。

鸡蛋花、香水柠檬、三角梅、桂花、月季各种苗木散布工厂的各个绿化角，为原本美丽的绿地再添一丝艳丽。



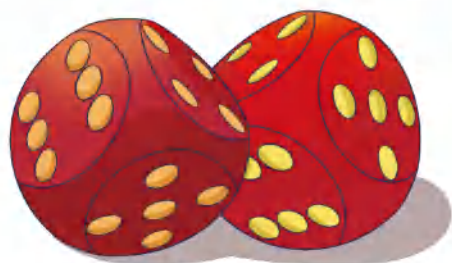
十年树木，百年树人，也希望十年之后，各位惠尔康人在这片绿地，一起见证茁壮枝丫，一起细嗅袅袅花香，一起收获累累果实。



# 双节同庆 加倍快乐!

每年的中秋，都是大家其乐融融，聚在一起谈天说地的好时光。

博饼（跋饼），这一起源于厦门的中秋传统活动，也是惠尔康人的中秋传统活动，叮叮当当热热闹闹；而当部门团建和博饼相结合，那翻倍的欢乐，只有置身其中更能体会它的美妙。惠尔康人的欢乐剧场如约开场！



员工之家  
STAFF HOME

# 02 欢乐同行

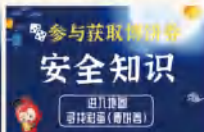
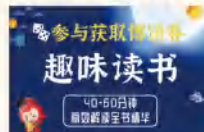
## 中秋乐学总动员



状元王中王  
南安所徐培恩

“小康”携手智享学APP，引领中秋活动“豪横炸街”！

围绕中秋博饼展开四大主题活动，学习知识的同时获取博饼券，学习玩乐两不误。



## 小康见面会

### 金源场

叮叮咚咚~~~随着一阵清脆的骰子撞击状元碗的声音在金源前台门口响起，鼎沸的人声、洋溢的笑容、中秋的热闹氛围，欢乐又温暖~



### 同安厂

小康又带着它的宝贝们来到同安工厂，在食堂开展答题博饼“摆摊”业务！





### 供应链合家欢

文/制造事业部人力资源部 郑露露&PETT 别萌



今年供应链来了一场合家欢博饼狂欢夜，满满当当的58张大圆桌，堆成山的博饼礼品，百号人脸上都挂着灿烂的笑容...活动还未开始，内心已然在庆祝佳节的路上!

经过激烈角逐，王中王究竟花落谁家? 产销管理部物流部搬运兄弟管金石，这手气真是杠杠的!



整个供应链的博饼狂欢，大家开开心心地过个愉快的中秋夜，身边的人可能你不认识，但是那一刻，所有人都有一个共同的名字——“家人”，惠尔康人! 跨部门交流互动，传承闽南中秋节团圆及博饼文化的同时也提高部门乃至整个供应链的凝聚力，跨界融合，协同高效，真正实现聚力。

散场后大家回到家，发出“平安到家”这几个字的时候，心里都是暖心的温暖。



### 企划部中秋团建

文/企划部 蒋莹

惠尔康企划部，一个编织创意的地方，我们在这里碰撞创意的火花，每一次头脑风暴，都是我们对未知的探索。互联网时代瞬息万变，但是有了这个温暖的大家庭，我们可以一同分享创意，一起克服难题，一起面对挑战，也可以如同今日这般，一同分享，博饼的喜悦! 觥筹交错，推杯换盏，我们分享的是属于彼此的故事，也分享了属于你我的快乐。





### 人力资源部中秋联欢

文/人力资源部 杨辉

#### 美食环节--藏龙卧虎，各显神通



串串组



饺子组



煲汤组



烧烤组



娱乐环节--你来我往，怡然自得



博饼环节--梅开二度，绝地反击



再来一场--食材调味料，再疯狂一把

### 事业二部、采购部、信息部融合性团建

文/采购部 田一敏

多部门融合性最强的团队，在事业二部总经理叶总、供应链总监黄总的带领下，一群人浩浩荡荡来到泉州崇武古城，开启不一样的博饼之旅。

叶总说：风景是走出来的。每个地方的美，需要我们靠双脚和双眼来定义和发现。这就像做销售一样，商机是要用实践来挖掘的；没有别人的经验，只有自己的“另辟蹊径”才能取得成功。

特殊时代下，惠尔康的发展靠的是每个人的努力、团队的聚力、领导的领导力；就像那延绵的古城墙，由一块块的花岗岩组成，配套瞭望台，四面城边有窝铺、月城、墩台和通外涵沟，构成一套完整的军事防御工程体系，才能真正的坚不可摧！



### 事业三部中秋轰趴

文/事业三部 林施博&李春燕

这次有幸参与了部门中秋活动策划，才发现原来组织一场活动并没有像想象中那么简单，要考虑到什么形式的大家会喜欢，买什么礼品适合，地址选哪里，经费等一系列问题。

经过我们策划小分队各位小伙伴多次探讨的结果，最终定下别墅轰趴，当看到活动成功开展，小伙伴们玩得开心吃得开心，前期的努力总算是没有白费，明年的中秋活动希望还可以参与，有更多不一样的中秋活动。



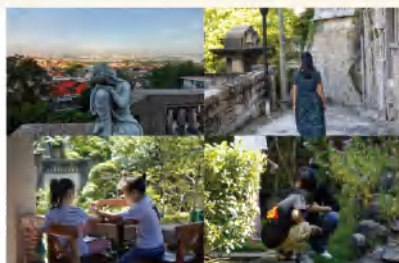
集吃喝玩乐为一体的团建结束了，每个人都开心尽兴。人在一起叫聚会，心在一起叫团队！很高兴，在这里遇到大家。





**03晨起 放松: ★★★★★**

许是兴奋，许是认床，日头刚升起，便起床。上三楼看了会儿景，远处的港口一片金光。煮了稀饭，趟靠在走廊的木椅上，心里无比的宁静。  
小住一天，时间不长，无论孩子还是我们，皆有不舍，“爸爸，下次我还想来这住，抓螃蟹，捞鱼，骑木马……”



## 别样的鼓浪屿游记



**美好: ★★★★★ 01这个假日有点“意思”**

图文/福建KA 林彩真

带着家人一起上鼓浪屿游玩，既欣赏了风景，美丽了心情，又增进了家人间的情感和凝聚力，还让孩子结识了新朋友！感谢公司提供了留宿鼓浪屿的机会，让我们有更多的时间了解鼓浪屿，亲近鼓浪屿！

**02小朋友的视角 快乐: ★★★★★**

图文/惠尔康宝宝廖俊宏（宝妈夏荣财）

在这个举国欢庆的日子，妈妈带着我们来到鼓浪屿这个巨大花园。接待我们的小陈叔叔很亲切热情，仿佛回到了家。院子中央一颗高大的玉兰树，花繁叶茂，香气扑鼻，室内古香古色，有古老的钢琴，收音机，电话……向我们娓娓诉说鼓浪屿的文化和历史，让人仿佛置身于一个美丽的童话王国。



**静谧: ★★★★★ 03夜晚漫步**

图文/事业三部 李春晖

夜深人静的时候，走在鼓浪屿幽深的小道上，犹如探险家一样在黑夜中寻觅。四周静悄悄的，偶尔传来初秋低沉的蝉鸣。这个建于1930年的别墅，连大门都透露出时间的痕迹，唯有房前屋后的小花园，年复一年的保持着翠绿的模样，时间在这里仿佛放慢了脚步。

**04夜宿鼓浪屿 惬意: ★★★★★**

图文/人力资源部 周晓凤

入住的是一幢民国式的别墅，绕过白色的院墙，推开铁艺雕花大门，院子里种满了绿植，红色的砖石小楼嵌在其中，美不胜收！  
当太阳落下，霞光照在屋顶上，岛上的游客渐渐离开，鼓浪屿也慢慢沉静下来。十五的月亮十六圆，皎洁的月光落在鼓浪屿的每一个角落，温柔如水。三五好友欢聚一堂，月色下举杯，聊聊人生、感叹时光。



美好的假期蓄电完毕  
我们踏上了2020仅剩的1/4旅程  
为了致胜的目标和心中的期望  
我们再接再厉，蓄力前行！



COOPERATION

# 同舟共济·共创未来

FUTURE



2020是个特别的年，面对复杂艰难的外部环境，惠尔康人勇于拥抱变化，从内部发掘潜力，通过改变自己的心态和行动积极应对，渡难关，勇创新，奋拼搏，最终实现公司全年整体业绩逆势增长，收获致胜的成果！

我们的努力创造了辉煌的昨天，  
我们的畅想预示着灿烂的明天。

展望2021，惠尔康人将以新面貌，共赴新征程！

## 渡难关，勇创新，奋拼搏！

### 暨2020年度表彰



绚丽的文化，公司的发展  
都离不开惠尔康人的  
不断付出、探索、尝试与创新，  
优秀的员工是企业未来发展的重要动力。



十年服务奖



优秀通讯员



部门优秀员工



优秀投稿者

创新是打破传统桎梏的重要力量，能够推动企业发展向前，引领未来变革，实现再次腾飞的目标。

有这样一群领航者们，他们勇于拥抱变化、敢于颠覆思维，锐意进取，为我们做好了榜样。



革新先锋奖



精益项目奖&杰出团队奖

HUIERKANG



# 火热场面，欢度28周年庆典

CELEBRATION



团队竞赛齐心协力  
尽情燃烧你的激情

游园活动重拾童真  
放松心情简单美好



经典美食节热闹非凡，那滋滋冒着油的烤串、热气腾腾的饺子和鱼丸、满口回味的老酸奶、数不尽的美味……



# 助力·展望·共创

FUTURE

2020年，惠尔康接班人叶乒舟总经理正式加入惠尔康的大家庭，她将带入新的活力与热情，助力公司的发展，和大家一起携手，不忘初心，乘风破浪，行稳致远，共创惠尔康的辉煌！



总经理  
叶乒舟  
致辞

展望2021，我们依然秉承开拓创新的精神，从竞争策略走向未来，聚焦深耕“营养早餐与餐饮，进入礼品市场”；打造“革新·聚力·拼搏·致胜”的企业文化；不断累积全价值链的差异化能力，持续构建惠尔康独有的行动方案，以实现独一无二的价值组合。

我们坚信，只要全体惠尔康人朝着共同的目标统一发力，团队协同进取的积极能量，必将创造企业新高度！





# 【惠尔康人微信公众号】 链接公司与全体员工的桥梁

2020年，通讯员队伍持续活跃在各个部门中，找寻亮点、树立标杆，也有越来越多的小伙伴自愿加入到传播企业文化的队伍中。稿件质量持续提升，融入更多创新元素，新增【C位康仔】专栏，累计收到投稿超过190篇，发布微期刊150期，优秀的成果展现是整个通讯员团队和投稿者们共同努力的结果。

感谢所有对企业文化发展传播做出贡献的小伙伴们，是你们让公司的文化得以弘扬、传承与彰显。希望在未来我们可以看到更多新面孔参与其中，共同传播正能量，一起让公司的企业文化更加绚丽多彩！

## 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”

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！



【惠尔康人微信公众号】  
扫码解锁更多资讯



【小康微信号】  
扫码互为资深好友

# 智享学平台 掌上移动学习平台



【智享学平台】  
智慧·分享·乐学



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，惠尔康智享学平台自2019年11月全面升级上线，赋予培训+业务+娱乐多维度的运营思维。

2020年我们首次搭建并尝试学分制考核项目并落地各层级学员，同时我们也秉承着“智慧·分享·乐学”的初心为学员呈现更优质的学习和互动内容：如培训课程丰富多维，在通关成就中快乐学习，拼手速玩心跳的中秋双十一活动，贴近实战的业务粘性活动等……

2021年智享学平台持续升级不断！我们将为您解锁领导力课程体系、打开内外最新资讯视界、享受互动新乐趣。

体验升级、赋能全员，温度与实力并存的智享学期待与您共建！



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：hekpeople\_editor@hek.cn  
网址：www.hek.cn