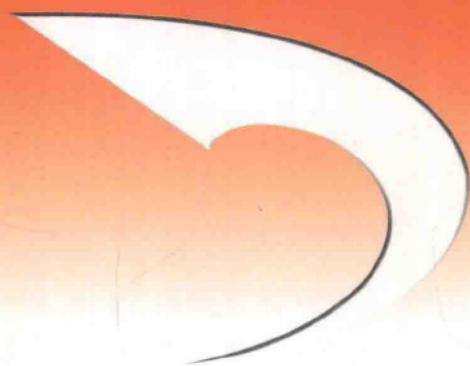


知识经济成功系列

日晖为王

日晖事业加盟锦囊



- 运营策略内幕独家披露
- 诺贝尔奖产品讯息首次公开
- 圆爱10大系统全面解密
- 理财/旅游计划打造一生幸福

中国戏剧出版社

风云2006系列丛书

风云2006系列丛书

日晖为王

知识经济杂志社主编

中国戏剧出版社

图书在版编目(CIP)数据

风云 2006/《知识经济》杂志社主编. —北京:中国
戏剧出版社, 2005. 12
ISBN 7-104-02390-9

I. 风… II. 知… III. 社会主义经济:市场经济
—研究—中国 IV. F123.9
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 154722 号

日晖为王(风云 2006 系列丛书之九)

责任编辑:赵莹
责任出版:冯志强
出版发行:中国戏剧出版社
社址:北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 A 座 10 层
邮政编码:100089
经销:全国新华书店
印刷:重庆升光电力印务有限公司
开本:1092mm × 787mm 1/16
印张:12
版次:2005 年 12 月 北京第 1 版第 1 次印刷
字数:20 万字
印数:1-2000
书号:ISBN 7-104-02390-9/C · 233
全套定价:180 元
版权所有 违者必究

CONTENTS

第一章 实力为王

第一节	日晖时代到来	6
	一切准备就绪	6
第二节	日晖公司的核心竞争力	10
	何为企业核心竞争力	10
	竞争中的八大优势	11
第三节	日晖(中国)执行总裁尹联访谈	15
	用7年等待中国重开直销市场	15
	日晖拿牌有极大的信心	18
	日晖(中国)推新政 店铺仍然是核心	21
第四节	日晖公司的“千店工程”计划	24
	“千店工程”计划全国拓展	24
	日晖(上海)千店展宏图	26
	山西临汾市一日诞生三店	27
	新老经销商瞄准“千店工程”	28
第五节	登陆海外市场	31
	头阵越南,连发新加坡	31
	东南亚诱惑	32
第六节	日晖2006年最新活动	34
	2006年首届经销商大会胜利闭幕	34
	2006年5月澳门国际战略会议精神	35
	2006年下半年全新旅游奖励活动隆重推出	36
附录	日晖事业分享说明会	38
	公司的合法性与势力背景	38
	产品的市场需求性	40
	制度的科学性人情味及利润空间	42
	机会的大小	47

第二章 产品为王

第一节	强大的产品研发实力	50
	日晖生物科研	50
	日晖日用化工科研	55
	日晖虹雨科研	56
	日晖北极海科研	57

目录

第二节	新品讯息——DL 全系列保养品	59
	DL 品牌故事	59
	品牌研发基础及产品研发计划	59
	DL 市场定位	60
	DL 品牌定位: F. A. C. E	61
	产品问答	61
第三节	既青春美丽又健康产品——HGH	66
	HGH 的发现史	66
	认识 HGH	70
	HGH 产品使用指南	72
	HGH 青春素十大功效	74
	HGH 功能分析	76
第四节	荣获诺贝尔奖的产品——阿基宁	78
	一氧化氮对人体的作用	78
	阿基宁对人体的作用	80
	阿基宁 Q&A	82
第五节	多力源保肝胶囊	83
	认识您的肝	83
	多力源 (Liver-Light) 成分	85
第六节	经典产品——黄金鱼子紧实精华	99
第七节	最新产品上市	102
	5CELL-HGF 细胞生长因子	102
	天然纤净胶囊	105
第八节	2006 年 12 月份上市产品——净水机	107
第三章	优秀的文化理念	
第一节	企业核心理念——圆爱	110
	企业核心理念的含义	110
	日晖企业核心理念	110
	高深圆融的领袖智慧 亘古不变的管理圭臬	115
	以圆爱理念延伸日晖企业文化	115
	集团远见与思维	116
第二节	独特的企业文化	118
	香水花房的工作环境	119

CONTENTS 目录

	团队共识	122
	英雄精神	124
第四章	卓越系统致胜	
第一节	日晖圆爱文化下的十大卓越系统及其领导人	129
	什么是直销的系统	129
	系统的作用	129
	气宇轩昂的十大系统	130
第二节	经典系统介绍	131
	熊和平与 121 系统	131
	汪鹏与圆智成功系统	136
	付以平与圆仁系统	140
	石劲玲与圆勇系统	142
	石劲峰与圆德系统	147
	圆孝系统	150
第三节	系统OPP 精选	151
	我就是团队——建立大思想格局	151
	你要获得快速成功，建立大思想格局是关键	154
	我就是品牌——自我定位与专注法则	155
第五章	投资理财与旅游事业	
第一节	第一理财简介	159
第二节	第一理财所带来的方便	161
第三节	享受日晖快乐之旅	163
第四节	旅游景点全接触	164
	日晖帛琉国际渡假村介绍	164
	台湾、帛琉旅游介绍	167
	台湾景点介绍	174
第五节	神秘之旅行 itinerary	179
	圆爱之旅香港、贝劳六日游	179
	台湾咻咻走七日游	182
	圆爱之旅香港、贝劳、台湾、池上 12 日游	183
第六节	旅游注意事项	188
	往台湾旅客入境须知	188
	旅游相关问题 Q 与 A	189

风云2006系列丛书

日晖为王

知识经济杂志社主编

中国戏剧出版社

CONTENTS

第一章 实力为王

第一节	日晖时代到来	6
	一切准备就绪	6
第二节	日晖公司的核心竞争力	10
	何为企业核心竞争力	10
	竞争中的八大优势	11
第三节	日晖(中国)执行总裁尹联访谈	15
	用7年等待中国重开直销市场	15
	日晖拿牌有极大的信心	18
	日晖(中国)推新政 店铺仍然是核心	21
第四节	日晖公司的“千店工程”计划	24
	“千店工程”计划全国拓展	24
	日晖(上海)千店展宏图	26
	山西临汾市一日诞生三店	27
	新老经销商瞄准“千店工程”	28
第五节	登陆海外市场	31
	头阵越南,连发新加坡	31
	东南亚诱惑	32
第六节	日晖2006年最新活动	34
	2006年首届经销商大会胜利闭幕	34
	2006年5月澳门国际战略会议精神	35
	2006年下半年全新旅游奖励活动隆重推出	36
附录	日晖事业分享说明会	38
	公司的合法性与势力背景	38
	产品的市场需求性	40
	制度的科学性人情味及利润空间	42
	机会的大小	47

第二章 产品为王

第一节	强大的产品研发实力	50
	日晖生物科研	50
	日晖日用化工科研	55
	日晖虹雨科研	56
	日晖北极海科研	57

目录

第二节	新品讯息——DL 全系列保养品	59
	DL 品牌故事	59
	品牌研发基础及产品研发计划	59
	DL 市场定位	60
	DL 品牌定位: F. A. C. E	61
	产品问答	61
第三节	既青春美丽又健康产品——HGH	66
	HGH 的发现史	66
	认识 HGH	70
	HGH 产品使用指南	72
	HGH 青春素十大功效	74
	HGH 功能分析	76
第四节	荣获诺贝尔奖的产品——阿基宁	78
	一氧化氮对人体的作用	78
	阿基宁对人体的作用	80
	阿基宁 Q&A	82
第五节	多力源保肝胶囊	83
	认识您的肝	83
	多力源 (Liver-Light) 成分	85
第六节	经典产品——黄金鱼子紧实精华	99
第七节	最新产品上市	102
	5CELL-HGF 细胞生长因子	102
	天然纤净胶囊	105
第八节	2006 年 12 月份上市产品——净水机	107
第三章	优秀的文化理念	
第一节	企业核心理念——圆爱	110
	企业核心理念的含义	110
	日晖企业核心理念	110
	高深圆融的领袖智慧 亘古不变的管理圭臬	115
	以圆爱理念延伸日晖企业文化	115
	集团远见与思维	116
第二节	独特的企业文化	118
	香水花房的工作环境	119

CONTENTS 目录

	团队共识	122
	英雄精神	124
第四章	卓越系统致胜	
第一节	日晖圆爱文化下的十大卓越系统及其领导人	129
	什么是直销的系统	129
	系统的作用	129
	气宇轩昂的十大系统	130
第二节	经典系统介绍	131
	熊和平与 121 系统	131
	汪鹏与圆智成功系统	136
	付以平与圆仁系统	140
	石劲玲与圆勇系统	142
	石劲峰与圆德系统	147
	圆孝系统	150
第三节	系统OPP 精选	151
	我就是团队——建立大思想格局	151
	你要获得快速成功，建立大思想格局是关键	154
	我就是品牌——自我定位与专注法则	155
第五章	投资理财与旅游事业	
第一节	第一理财简介	159
第二节	第一理财所带来的方便	161
第三节	享受日晖快乐之旅	163
第四节	旅游景点全接触	164
	日晖帛琉国际渡假村介绍	164
	台湾、帛琉旅游介绍	167
	台湾景点介绍	174
第五节	神秘之旅行程揭秘	179
	圆爱之旅香港、贝劳六日游	179
	台湾啦啦走七日游	182
	圆爱之旅香港、贝劳、台湾、池上 12 日游	183
第六节	旅游注意事项	188
	往台湾旅客入境须知	188
	旅游相关问题 Q 与 A	189

第一章

来路升和日

1. 来路升和日... 实力为王...

2. 来路升和日... 实力为王...

第一章

实力为王

3. 来路升和日... 实力为王...

4. 来路升和日... 实力为王...

第一节

日晖时代到来

由于公司高层超时代的策划能力、整合能力以及洞察秋毫的敏锐眼光，日晖在众人的眼中逐渐强大起来了，它的版图不断扩大，目前正把战略重点放在亚太地区。

一切准备就绪

在申请“直销经营许可证”的同时，日晖公司高层在市场方面做出了惊人的计划和动作。2006年4月日晖公司曾经在上海举办了一次新闻发布会。当时日晖（中国）执行总裁尹联代表日晖公司向社会宣布了日晖的“千店工程计划”：日晖将在两年内在国内所有省份设立分公司，在全国开设1000~1500家品牌经销店，同时设立2500个服务网点。目前除分公司设立需要等取得直销经营许可

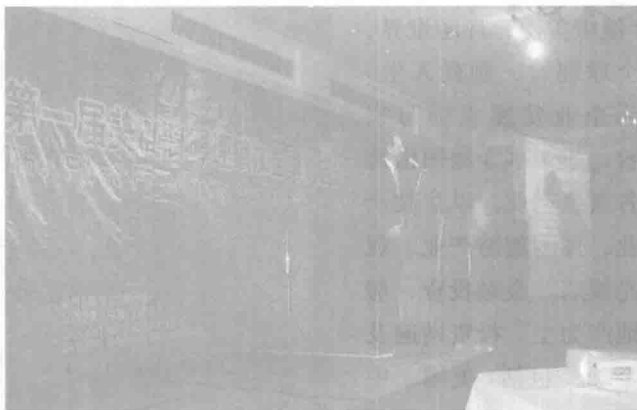


日晖企业发展（上海）有限公司总裁：尹联

证后，再在各省办理相关手续而尚在筹备阶段外，日晖的品牌经销店和服务网点的规定、选址、装修、人员配备等均进展得如火如荼。就以品牌经销店为例，正以每月开设近50家店铺的速度推进。

在产品方面，日晖更是大展拳脚。日晖凭借其在吉林、江

苏、广东的三大生产基地，所有产品都已准备好进入市场，部分新产品将在近一两个月内完成国家有关部门的检测手续。届时，中国消费者将能够享受到日晖带来的高品质的产品和服务。



美商日晖国际控股集团总经理 道格拉斯

日晖在拿牌方面也有极大的信心！在上海

新闻发布会上，日晖（中国）执行总裁尹联做出了明确的分析：“条例规定直销企业实缴注册资本不低于8000万元，而日晖（中国）公司注册资金本来就是1000万美元，折合成人民币超出8000万元的规定，况且目前日晖正在办理增资200万美元的相关手续。至于2000万元保证金更是已准备好，随时可以按照要求缴纳到指定的银行。而‘连续五年没有重大违法经营记录；外国投资者还应当有三年以上在中国境外从事直销活动的经验’这条，毫无疑问，日晖是完全符合的。至于申报过程中要求的其它一些材料、证明等，也基本准备完成。日晖公司将在第一时间向有关部门上报‘直销经营许可证’的有关申请资料，并将据有关部门的要求进行准备和修订工作。对于日晖公司在比较恰当而合理的时间获得‘直销经营许可证’，我本人抱有极大的信心。”

日晖事业之所以能有今天，完全离不开高层的独特眼光。它不像其它公司，



只局限于生产保健品或者化妆品，自1975年PAPAGOINT' LCOLTD于美国纽约成立以来，就以金融投资及房地产为主要业务。1995年美国总部为迎接集团事业全球化的市场方向，及因应跨国企业不断大幅开展，决定更名为“美国日晖国际控股集团——DAYLIGHTINT' LHOLDINGCO.U.S.A”，并以

“健康美丽、环游世界、全球理财、圆爱人生”为企业发展主轴与宗旨。旗下事业版图横跨各黄金产业，以生技产业、休闲旅游产业、观光饭店、金融投资、房地产为主。投资网遍及全球，包括：美国、中国、越南、印度、俄罗斯、新加坡、日本、韩



日晖国际集团亚太区总部

国、印尼、纽西兰、澳洲等地，投产项目计有：GMP 制药厂、保健食品厂、日用品化工厂、生化科技公司、保养化妆品厂、PAPAGO 系列国际渡假村、国际渡假旅馆、精致商务旅馆、网际网络公司、金融理财公司、PAPAGO 主题精品设计制造等。

在“全球布局、运筹帷幄”的考虑之下，日晖的决策团队在2001年全力整合旗下投资，调整经营重心逐渐落实在亚太地区。同年12月，以新台币2亿元购置台北市精华地段——敦化南路上，占地约380坪的现代化办公大楼，作为日晖国际机构亚太营运总部。日晖企业总部为提供更良好的服务品质及落实企业创新发展的经营理念，日前已于2005年11月21日正式迁移至万华区六福大楼10楼。

日晖集团的国际市场分析项目小组看好亚太地区的发展潜力，挟雄厚的实体产业背景后盾及多年对亚洲市场的缜密研究，延聘各界专家积极成立“全球市场经营战略研究中心”，并郑重决定2004年为亚太市场激活年。在中国大陆以上海市为起点，陆续规划出全中国点、线、面的分区销售点，并导入“立体行销”概念，采用品牌经销的营销模式，进军中国广大的消费市场。

日晖以完善的系统整合，精密的通路布局，专业的市场分析，严谨的经营规范，以及全球化的事业布局，其深具前瞻性的目标管理及经营实力，全力将“日晖综合休闲产业”推向国际舞台。日晖集团在休闲观光产业部分，已在南太平洋帛琉共和国建设“日晖帛琉国际渡假村——PAPAGOINTERNATIONALRESORTPALAU”，占地约160公顷，第一阶段工程于2002年11月开幕，是目前帛琉惟一拥有红树林步道区、休闲设备新颖的渡假村。

另在台部分除成立“日晖国际综合旅行社”外，在北县中和市设立了“日

晖中和旅馆(PAPAGOMEMBERINN JHONGHE)”精致商务旅馆;另选定台东县池上乡1万2千坪土地筹备与建五星级国际观光旅馆——“日晖池上国际渡假会馆(PAPAGONTERNATIONAL RESORT TAITUNG)”；在上述会馆基地后方又继续开发了1万5千坪土地，规划了以原始田园风格为经营方向的主题民宿——“日晖快乐农桩”，及以Villa特色为设计主轴的“日晖花园渡假村”；而在台东长滨地区也已购置近万坪的土地，将规划兴建“日晖长滨湾岛渡假别馆”。

日晖以“放眼国际，全球布局”的雄心，秉持“品牌国际化、行销地方化”深具前瞻性 & 宏观性的跨国销售概念，并不断研发最新网路行销技术，日晖高层有无比信心，在全世界深耕日晖企业精神，打造一张属于日晖集团之全球无远弗届的销售黄金网！

第二节

日晖公司的核心竞争力

何谓企业核心竞争力?

核心竞争力(CoreCompetence),是一个公司与其竞争对手相比较而言,能够保持较长期的优势,在经营、生产或服务方式上具有的自己擅长的技术或技能。在理论分析上,萨尼科尔对管理过程中领导行为的社会学分析,当代管理学学者对组织理论前沿问题的最新研究,都得到了这样一个结论:企业能否把握住时代的脉搏,在竞争中胜出,取决于企业的核心竞争能力。它是企业在竞争中占据优势的关键所在。在企业动态分析过程中,一些学者于1988年在进化论的基础上提出企业拥有能力的差异是企业竞争力差异的原因。在20世纪90年代的实证分析中,又有学者揭示出“产业中长期利润的分散程度比产业间的利润分散程度要大得多,一般在三到五倍。因此显示出企业间的特殊性是企业超额利润的最主要的源泉,而并非是产业间的差异原因”。

因而在对企业资源论的分析后,提出了企业核心能力这个概念:“这种能力是组织中的积累性学识,特别是关于如何协调不同的生产技能和有机结合各种流派的学识”。核心竞争力有如下特性:核心竞争力是有价值的;核心竞争力是异质的;核心竞争力是完全不能模仿的;核心竞争力是很难被替代的;核心竞争力是不断发展的;核心竞争力的源泉是学习型组织。

基于这些特点,以核心竞争力为基础的企业竞争优势是可持续的。但是,企业的核心竞争力的维持和使用也是具有相对的成本和价值的。对于企业的近期目标而言,企业利用这种竞争力的成本可以看作是交易成本。这种交易成本的高低决定了企业竞争力的真实价值。“它可以看作是阻止企业实现其全部能力带来价值的一种摩擦力”。例如信息的获取和分析使企业增加了利用成本,并因此导致了一方面使企业难以签订富有意义的契约,另一方面也增加了管制成本。因而企业核心竞争力的实现在现实中很难充分发挥其作用,即使是那些获得成功的企业也不例外。

竞争的八大优势

我国直销的立法，标志着中国直销将进入一个全面复苏和快速发展时期。据专家预测，到2010年中国直销市场销售额将达到1000亿元左右，可以肯定地说，未来中国直销业商机无限，也必然会诞生一大批百万富翁。同时我们也应该清楚地看到，未来直销将是一个市场竞争极为激烈的时代，也将是大牌公司以其雄厚的实力和优秀文化主导直销市场的时代。当我们希望选择直销来进行个人创业时，我们所选择跟随的公司，几乎注定了我们的未来所能取得的成就。

如何选择一个真正能够实现我们梦想的平台，首先就是选择与一家什么样的公司合作。

一、选择一个好的直销公司是直销成功的关键

1. 中国直销市场目前正处于整合期，相对比较混乱，市场的巨大商机和潜在风险并存，选择一个好公司是成功的基础。

2. 当前一个好直销公司的标准：

- A、经营实力雄厚：容易占领和主导市场。
- B、可以取得牌照：保证了经营的合法性和安全性。
- C、产品有特点：能够被消费者接受和喜爱，容易形成稳定的消费群。
- D、制度有优势：可以吸引优秀的人才和众多的参与者。
- E、有优秀的文化理念：可以形成巨大的向心力和社会的广泛支持。
- F、公司处于成长期：后续发展空间广阔，拓展机会很大。
- G、有强大系统支持：能够提供资讯、培训和技术支持，容易获得创业成功。

二、为什么要选择日晖公司

(一)、日晖公司强大的经济实力是我们成功的基础

1. 日晖公司是一个什么样的公司？

1975年成立于美国纽约，是一家多元化的大型国际集团公司，业务领域涵盖房地产、生化科技、旅游休闲、金融理财、直销和电子商务等行业。投资遍及美国、中国、中国台湾、印度、俄罗斯等几十个国家和地区，且每项投资的数额和规模都相当大。

比如1998年在南太平洋国家帛琉投资3000万美金，购买100多公顷土地，修建帛琉日晖国际渡假村；2004年在台湾投资3亿美金修建系统国际五星级渡假会馆。

日晖公司1993年正式进驻中国大陆，总部位于亚洲经济的前沿上海浦东，首期投资1000万美金，是最早进入中国的直销公司之一。此后，在中国一直是平稳高速发展：