

完美为什么赢



完美事业 完美人生

100 则成功激励故事

完美系统文化八大板块

完美金钻的培训理念

完美销售员的交流法则

完美专卖店锦囊

定价：18元

ISSN 1003-8434



771003 843000

刊号：CN43-1027/F 邮发代号：42-90

企业家 天地
七月上

我们需要完美

文 / 张汇弟

这是一个大企业掌握着发言权的时代。

克伦茨说，是大企业掌握着地球的命运。这也许有些言过其实，但事实上在这个强者愈强，赢家通吃的时代，确实是大企业在呼风唤雨。它是大多数社会精英的圣地，是城市竞争的重要资源，是经济的晴雨表。它的一个眼神、一个动作轻而易举地就能成为大众的范本，它简单的一句话很快就能成为媒体传播的思想和经典，它的态度大多数时候都能成为一种指引，它的需要和意见能成为属地政府决策的重要参考，它是当今舞台上的真正明星。

但在这聚光灯的背后，却是它们艰辛的成长和创业之路，一路上洒满了鲜血和汗水，终于换来了大众仰慕的目光。在中国，20年前，它们最先只是那些勇敢者敢吃的“螃蟹”，现在却是普通人的梦想。它们大多数都是在政府的激励和新兴价值观的感召下开始，在艰难险阻中出生和成长；它们由最早的边角余料发展到如今的主角（GDP的70%由他们贡献）；它们的形态丰富着社会的组织结构；它们默默地承担着社会的责任（吸纳就业人口、向政府缴纳税收等）；它们生产个性化的产品满足着多样化的需求；它们总是不断地、努力地创新和创造……

中山完美公司就是一个沉默是金的企业。1994年3月，一位来自马来西亚的慈善大使给我们带来了福音，在广东中山市投资两亿人民币办厂实业报国。虽然经历了1998年传销的阵痛，中山完美没有丝毫放弃，仍然小心地尝试着，暗暗地成长壮大。

“取之社会，用之社会”是完美公司的经营方针，公司在自身不断发展的同时，也不忘回报社会。从成立至今，完美积极支持、赞助社会各类公益活动，为社会物质文明和精神文明作出了巨大贡献。

这样的公司还有很多，它们总是支持国家和政府的各项政策，总是在社会规范和个性成长中小心地调适着自己，总是努力地寻找机会和方式发出自己的声音，总是睁大着猎人般的眼睛向周围张望，生怕错过了在别人不经意的时候悄悄地成长。完美在中国取得了巨大的成功，2003年在中国的销售超过了100亿元人民币。

我们在这一本书里对完美的成长与殊荣作了较为详实的记载，作为历史的见证。

企业家天地 ^{7上} 2004

《完美为什么赢》特刊

总编辑 刘维

主 编 洪水

出品人 林军

本期总策划 金云义

本期执行主编 张汇弟

编 辑 唐和燕 陈 婷 王 棋

封面设计 钟 涛

美术编辑 沈 毅

编辑单位 《知识经济》杂志社

社 址 重庆市渝中区双钢路3号科协大厦11楼

邮 编 400013

电 话 023-63658880(总编室) 023-63658883(编辑部)

023-63658882(发行部) 023-63658881(广告部)

传 真 023-63658882

E-mail uprich@cpcw.com

批销电话 023-63658888-12060

广告许可证 4301004000082

国内统一刊号 CN43-1027/F

国际标准刊号 ISSN 1003-8434

印 刷 重庆联谊印务有限公司

发 行 重庆市报刊发行局

本册定价: 18元

第一篇 完美的企业文化

第一章 事业与人文

7 十年爱心铸完美

热血随爱心涌流

惜缘 感恩 团结 奋进

诚信为荣

完美创业路

完美的准备

续写完美辉煌

完美的十年历程

完美公司的信条

13 中山完美英雄出处

后来居上

有口皆碑

只有一个圈

最具潜力

16 赤心 献给祖国

寻根: 月是故乡明

创业: 四年磨一剑

反哺: 拳拳赤子心

18 完美公司 演绎完美

20 完美 向国际标准靠拢

成功来自实力

高科技保证质量

“苛刻”的产品质量意识

四个认证相得益彰

持续发展再铸“完美”

如此 就是完美

附一: 四项认证知识

GMP 认证

ISO9000 认证

ISO14000 认证

HACCP 认证

附二: 完善与美好——完美人永恒的追求



第二章 成长与变革

27 完美 普通人的事业

29 完美变革进行时

发展下的变革

专卖店的应对

后记

32 完美, 品牌发力

品牌力时代

完美品牌

竞争 大调整

后记

第三章 光荣与梦想

36 “完美”筑起健康长城

免疫力保健品是“护身符”

“完美”打造诚信品牌

“重量级选手”脱颖而出

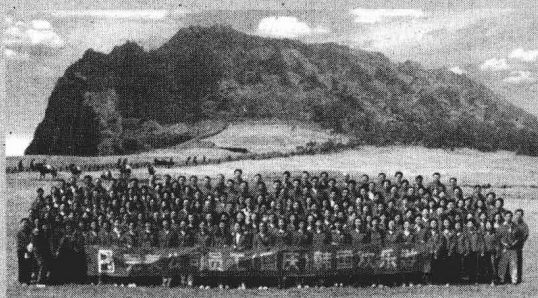
38 美容业: 完美保健营养品功不可没

39 完美成绩受肯定

39 完美品牌再获殊荣

40 欢声笑语一路走过

附录: 全国完美公司分布及专卖店通讯录



第二篇 完美的事业攻略

第一章 完美事业 普通人的事业

45 完美的事业说明

49 完美的成长之路

想要成功, 还是一定要成功?

写下你的想法

第一个吃螃蟹

从优惠顾客到资深业务经理

三种事业态度

分享未来

53 完美的事业规划

附一: 完美事业与传统事业的比较

附二: 完美事业的特征

56 完美系统文化八大板块

第二章 完美的从业技巧

62 简单入门技巧

六字箴言

64 解密五大疑问

66 完美如何使你获得财富

如何启动完美事业

“学”些什么

“做”些什么

67 如何启动完美事业

69 完美的家庭聚会

附: 家庭聚会 12 招

72 ABC法则不必孤军作战

74 完美销售员的交流法则

第三章 完美金钻的培训理念

76 完美“金钻”事业交流

79 经典培训案例

89 100则成功激励故事

第四章 完美人的故事

117 完美经销商日记

我是怎样进入完美的

我为什么选择了完美

我的第一次邀约

我的完美心得——消费致富

从事完美事业一个月的五点体会

我在完美是如何成功的

我眼中的完美制度

123 完美专卖店锦囊

服务是连接顾客的桥梁

留住老顾客

全心全意为客户服务

老板心态是成功的基石

目录 contents

把握机遇 突破自我

我是怎样开展产品知识竞赛的

健康与美丽源自正确的选择

127 完美精英

完美人生 征途如虹

——访完美重庆专卖店经理徐时祥

山里娃的成功完美之路

新人看完美

王柔力——把完美放在生命里

第三篇 完美的产品分享

第一章 完美保健篇

142 完美保健品系列

芦荟矿物晶

完美健怡茶

完美高纤餐和高纤乐

完美营养餐

完美氨基酸片

附一：为什么需要“清、调、补”

附二：康复功效原理



附三：正确服用芦荟矿物晶的几个问题

附四：观念性语言

157 保健食品的发展方向

第二章 神奇的完美芦荟

159 芦荟——保健

库拉索芦荟

芦荟矿物晶与其它芦荟产品的区别

163 芦荟的故事与研究

164 芦荟的应用与研究

168 芦荟胶的外用功效

物理、化学性皮肤伤病

微生物性皮肤病

昆虫性皮肤病

美容

湿疹、过敏性皮炎

芦荟胶与芦荟鲜叶的区别

第三章 完美家居篇

177 完美芦荟洗涤产品——更轻松、更彻底、更环保、更安全

完美芦荟多用途清洁剂

完美餐具洗洁精

完美芦荟蔬果洁净剂

附：如何正确使用蔬果洁净剂

第四章 完美美丽篇

180 神秘的“玛丽艳”

从一份资料的调查开始

抽丝剥茧

“血缘”调查

完美释疑

182 一流设备赢得法国知名老牌化妆品公司青睐——完美成为法国FBI公司亚太地区唯一授权生产企业

第五章 完美功效大汇演

184 芦荟矿物晶演示及说明

186 沐浴露的示范对比

187 护发素弹性演示

187 芦荟胶试验对比

188 牙膏对比试验

第 一 篇

企业文化



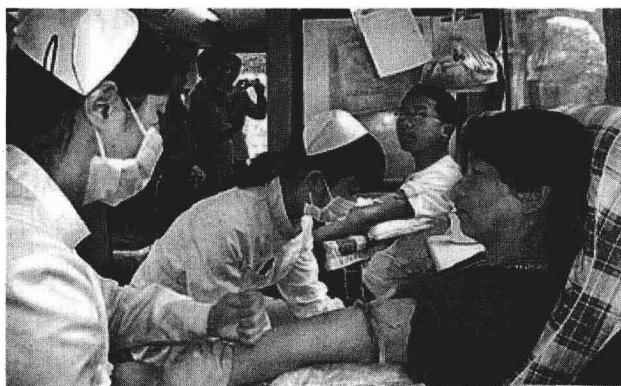
第一章

· 事业与人文 ·

十年爱心铸完美

南国中山，早已春华尽发，夏意盎然。2004年5月8日，记者一早发现，在中山石岐区东明北路民营科技园周边的街道上、楼房上，悬挂着这样的标语——“用爱心为生命加油”、“无偿献血，血浓情更浓”、“每人献出一滴血，汇成生命的海洋”，吸引了许多路人驻足观看。一位女士告诉《中国经济周刊》，这是中山市完美日用品有限公司掀起的万人献血活动。在中国极力提倡公民义务献血的今天，在国际红十字会成立纪念日里，万人献血的确是个了不起的举动。完美公司为何如此动作？依着这位女士的指点，记者找到了位于民营科技园的完美公司。

热血随爱心涌流



随着完美公司的献血队伍，记者来到献血现场。虽然天在下雨，但采血车前还是排起了长龙，填表、化验、抽血，有条不紊。从上午9点到中午11点，“献血长龙”只见增长不见缩短，被爱心点燃无限热情的人们不断加入到了献血的队伍中。献血现场本已比往年增派了多辆采血车，但原本准备的血袋却还是不够

用，又加派了采血车支援。自愿献血人数之多，场面之热烈是出乎意料的，献血人数创以往流动采血车单日采血人数最高记录。

在献血活动仪式上，完美公司总裁许国伟的开场白显得热情洋溢“今天是中国红十字会成立一百周年纪念日，也是完美十周年百城千店万人无偿献血的大好日子。今天，在全国120多个城市，1200多家完美专卖店，有超过2万人将献出自己宝贵的鲜血。按每人献血200毫升计，将可以采集到约400万毫升的血液！这意味着可以拯救不少人的生命。完美公司一直把‘奉献社会，关爱他人’当作一种责任、一种义务、一种荣耀，更把无偿献血当作一种福气、一种缘份、一种功德。今天我很激动也很感动，我代表公司向全国各地参与无偿献血的所有完美人致以最崇高的敬意。”接着，许国伟代表公司向中山市红十字会捐赠了100罐完美营养餐，用于对中山市100个特别困难户的慰问，市红十字会向公司回赠了“慈善大家”锦旗。

中山市红十字会副会长马为民也在会上致辞，他说，完美公司自创立以来，一直致力于社会慈善公益事业，为中山乃至全国的红十字事业作出了巨大的贡献。

其实，中山市完美日用品有限公司在此前几天的报章上，就面向社会发布了“完美十周年百城千店万人无偿献血倡议书”。

董事总经理胡瑞连说：“这是完美公司成立以来组织的第一次全国无偿献血活动，也是规模最大的一次献血活动。今年适逢完美成立十周年，这次全国性无偿献血活动是全体完美人给全国人民献上的一份深情的厚礼。在前几天的报章上，我们公司面向社会发布了‘中山完美十周年百城千店万人无偿献血倡议

书’，旨在唤醒全社会对健康、对公益的重视。”

这就是完美公司。在追求完美的道路上又跨出了坚实的一步！

《中国经济周刊》了解到，中山市完美日用品有限公司在组织本次无偿献血活动之前，已先后5次组织员工参与无偿献血活动。

每次献血，公司上下全体加入，完美也因此连年被中山市政府授予“无偿献血促进奖”，为推动当地献血事业的发展起到了积极作用。

完美公司不但为中山市以及全国的无偿献血事业作出了巨大的贡献，而且在其它社会公益事业方面也谱写了一曲曲让人感动的奉献之歌。

完美在广东中山落户10年来，在全国各地踊跃参加和倾情捐助了170多项社会公益事业，范围涉及无偿献血、希望工程、抗洪救灾、关注西部、拥军爱国、敬老爱幼、体育卫生、文化文艺、医疗慈善、植树造林等多个领域，总额逾5000万元之巨。

胡瑞连还强调，公司不计成本地热衷公益事业，并不是为了沽名钓誉或打广告，而是出于海外华人对祖国的热爱之情，以及对民族与社会的责任感。在马来西亚，很多华人社会的公共事业，都是当地华人企业家承担的。

孔子说，仁者，爱人也。孙中山说，天下为公。毛泽东说，为人民服务。董事长古润金本着华人儒家仁义的基本教义，用“取之社会，用之社会”作为公司的宗旨。

这是一脉相承、源源不绝的爱的余音，它穿透时空，荡气回肠，永不停息。

惜缘 感恩 团结 奋进

“诗经说‘窈窕淑女，君子好逑’。其中的‘窈’乃为形体之美，而‘窕’恰是心灵之美。”

“完美公司就要施展完美战略。完美公司并非完美，但追求完美是她永恒的目标。”古润金真诚地说。

古润金，1959年出生于马来西亚吉隆坡，属第三代华裔。他的祖父是为躲避战乱和不堪饥贫，从中国大陆漂洋过海来到马来西亚的。很小的时候，他就常想，什么时候能回故土走一走，看一看，为故土哪怕做一点点事。

1990年3月，他随马来西亚中山同乡会恳亲团，有生以来第一次踏上他梦里曾千百回神游过的这片热土。故乡的现状促使古润金有了回乡创业的想法。于

是，1994年3月，他和许国伟创立了中山市完美日用品有限公司。

回首完美公司十年来艰辛的创业和曲折的成长道路，古润金相信有眼光的完美人都会珍惜这份来之不易的缘份。

胡瑞连说，几位海外赤子同时在中国创业是缘份，趁着中国经济发展的大好时机聚集天下的有识之士共同缔造完美的辉煌历史更是缘份。同时，我们也要感谢赐予这缘份的人。唯有感恩，你才能获得更多；唯有感恩，你才会获得内心的满足。要感谢我们的父母把我们带到这个世界上，感谢老师教导我们，感谢我们的朋友和我们携手并进。心存感恩，你就一定会做得好，活得好。

古润金感激地说，每个人都有且只有一条根，海外的华人更是珍惜自己的根。因此，他要感激先祖给他生命，也要感激中华文化在他的血脉里注入的不屈不挠、勤奋创业的生命精神。目前，古润金获得了颇多荣誉，其中包括中国企业家全国理事会理事、中国企业家协会常务理事、中国妇女发展基金会理事、中国少年儿童文化艺术基金会理事、广东省海外交流协会理事会理事、中山市海外联谊会副会长、中山市侨联名誉主席、中山市总商会副会长，广东省中山市、陕西省甘泉县、海南省万宁市、吉林省乾安县、江西省井冈山市、黑龙江省肇源县、山东省平邑县、安徽省枞阳县、广西壮族自治区武鸣县等地“荣誉市民”。这正是完美感恩的丰厚回报之一，也是完美企业文化的重要内涵。

许国伟很重视企业文化的建立。他给记者讲了这样一个寓言。

有五个手指头，为谁是谁老大争吵得面红耳赤，大拇指说：“我是老大。”其余的几位说：“你凭什么说自己是老大？”“你看，主人说最棒的时候就把我给举起来了，所以我应该是你们的老大。”食指就说：“不对，我才是老大。”其余的又问：“那你为什么是老大呢？”“你看，主人说第一名时就把我举起来了，所以我应该是你们的老大。”大家觉得也有道理，但是中指说话了：“做老大要有一个条件，首先要个子高，因为天塌下来有高个子顶着，所以我才是老大。”之后，大家看着无名指说：“你是不是老大？”无名指说：“现在老大不能出头，因为老大很重要，所以要躲在后面。”“那你为什么说你是老大？”“因为我很重要！”“你为什么重要啊？”“你们想过没有，主人定情的时候会把戒指戴在我的手上，因为我最关键，也是最重要的。”四位

讲的都有道理,最后大家看着小指说:“小兄弟,你说你是不是老大?”小兄弟说:“我不知道,我只知道主人在参拜的时候,我就排名第一。”

许国伟认为,每个人都有其各自的优点或长处,如果在一个团队里面大家都争着做老大,就会产生不和谐、不协调,也不团结。因此,公司不论是高层还是基层,都要讲究团结一致。

在2003年的最后一天,古润金对所有的员工讲了一个小故事:

有一对夫妻,家里有三块饼,为了公平,夫妻俩商量说:“不如这样吧,我们一人吃一块饼,剩余的一块饼,谁先开口说话,谁就输掉那块饼。”于是,他们一人吃完一块饼后,就都不说话了。这时,屋里突然跑进来一个小偷,他看到这对夫妻谁也不说话,就顺手拿了一些小东西准备走,但是小偷见这对夫妻还是不出声,于是又拿走了一些东西,直到把家里的东西全部拿走了。那位妻子终于忍不住,对丈夫大喊道“那小偷进来偷东西,你为什么不出声?”这时丈夫却说“哇!你先开口说话了,我赢了那块饼。”这个故事教会我们什么?为了大家共同的利益,千万不要因小失大,得不偿失。

他还说,在未来的挑战中,在追求卓越的过程中要时刻做到“三心”:第一,开阔的心或宽广的心;第二,事业心;第三,全心投入的心。

正是因为懂得惜缘、感恩、团结、奋进,才铸就了今天的完美公司,铸就了一个充满爱心与活力的现代企业楷模。古润金自信地告诉《中国经济周刊》,现在的中山完美公司是一家集科研、开发、生产、销售、服务于一体,以生产健康食品、个人护理品、家居日用品和美容护肤品等大众消费日用品而著称的现代化大型企业。仅从2002年开始,完美先后被授予“中国产品质量放心用户满意十佳诚信企业”、“中国消费者放心产品信誉品牌”等荣誉称号;2003年初,完美四大系列产品入选人民大会堂全国精品展示中心;2003年9月中旬,完美健康食品系列被列为七届民运会“唯一指定产品”;2003年底,完美公司被评为“2000—2002年度广东省明星侨资企业”。

即使有这样骄人的成绩,胡瑞连还是说,我们在发展的同时,请不要忘记社会上还有许多需要帮助、需要关心的弱势群体,公司希望能捐建100所希望小学,让失学的孩子能重返校园,现在已有15所,我相信这个目标一定会早日得到实现。

诚信为荣

完美公司占地120亩,其中座落于中山市的最大的物流中心已经封顶。成绩是喜人的,进步是神速的。但是,完美上下对企业的发展保持着清醒的头脑。

早在2003年初,完美就已成为全国率先通过保健食品GMP、HACCP食品安全控制体系、ISO9001:2000质量管理体系、ISO14001:1996环境管理体系“四项认证”的企业,同年,还获得要求严格的清真认证。截止到目前,完美国外经营机构达3家、国内分公司达19家、专卖店达1200多家,产品市场在香港、泰国、印尼、马来西亚、新加坡等国家和地区不断拓展。

虽然有这一系列的认证,但由于发展快了,分店多了,人员也多了,因此,有极少数业务员在推销保健美容等产品时,将保健品的功效等同于药品宣传。公司高层在不同的场合多次告诫业务员,完美产品不是药品。而在完美自己的网站上,也多次强调,不能把完美的产品当作药品推销,这将极大地损害完美的诚信形象,对公司对顾客都不利。

《中国经济周刊》找到了网站上的完美产品问答录。“问:芦荟矿物晶能治病吗?答:芦荟矿物晶不是药,更不是针对某些疾病而配制的,其功能是用人体保健,不是用来治病的。”这就是在今天市场竞争激烈而又鱼目混珠的环境下,完美公司面对顾客诚实的回答。非但如此,对某些专卖店经公司调查后证实属违规行为的,公司都要做出通报批评和处罚。目前,已有部分分店的某些负责人或高级经理因违规行为受到了通报批评和处罚。

许国伟对《中国经济周刊》重申,完美推崇“诚信为荣、失信为耻”。

为鼓励和表彰诚信企业,2003年11月,在北京人民大会堂,国资委研究中心、商务部国际贸易经济合作研究院和国家工商行政管理总局市场监督管理研究中心联合举办了“第二届中国企业信用论坛暨2003中国企业信用年会”。胡瑞连应邀到会做了精彩的专题演讲。作为中国保健食品的龙头企业,完美强调,完美产品的生产经营者,一定要遵守职业道德,遵守国家法规,严格自律,积极做好保护消费者权益的工作。为创造诚信的市场环境,推动中国消费市场的良性发展做出贡献。经营者的道德素质是完美健康发展的保障。

1998年,完美公司的高层领导人在遇到国家政策调整、变动,企业生产经营停顿的特殊时刻,仍然履行诺言,遵守诚信原则,通过邮政汇款,将超过千万

的款项(包括业务提成、旅游奖金、车房奖金等),汇到每一家代理商的手中,这件事当时被许多人当作“傻瓜”行为而成为笑料。当时完美公司可以以货物代替这笔巨额付款,而公司没有这样做,原因很简单,因为他们深深懂得做人的根本就是要讲诚信!完美公司当时的做法,不知使多少经销商夜不能寐,感慨万千!时至今日,当年的举措在业界已被传为佳话。同时,公司通过这件事更加坚信,只有诚实守信,个人才有前途,企业才能发展,公司才能在竞争中取胜。

胡瑞连强调,坚持诚信原则是完美健康发展的秘诀。公司一直强调,销售人员需要具备良好的素质:诚实、积极、向上、乐观、有责任感和敬业心。销售人员必须让人信赖,才能让人相信他说的话,进而相信他销售的产品。完美公司还设立了内部奖惩制度,对诚信经营给予表彰,对违反诚信的行为通报批评并作出处罚。公司认为,如果对错误行为采取遮遮掩掩、家丑不外扬的态度,不仅不利于当事人反省,也无法教育全体经销商。

2002年9月26日,中国保健食品发展高层论坛峰会在首都北京举行。这是包括完美在内的中国保健食品龙头企业的一次盛会,也是由国家卫生行政部门承办的一次重量级峰会,国内有十二家大型保健食品生产企业的负责人参加了会议。当时全国规模较大的十余家保健食品企业在此次保健食品企业峰会上,向全国保健食品企业发出诚信的倡议,呼吁全国保健食品企业积极投入到企业自律的活动中来,并郑重在《保健食品企业自律倡议书》上签名。完美公司认为,保健食品企业只有自觉按法律要求规范自己的生产经营行为,保健食品才能真正踏上健康、规范发展之路。

与此同时,完美公司对越来越多加盟的专卖店加强了改进服务质量措施,并强调加强员工的素质教育。古润金指出,我国有句古语“工欲善其事,必先利其器”,也就是说“磨刀不误砍柴工”。当我们砍了很多柴后,我们的砍柴刀有点钝了,为了砍到更多的柴,我们必须先去“利其器”,也就是说要更多地关注提升“器”的品质。同理,我们业务员的素质提高了,才能做出更高品质的完美事业,完美事业只有在全体业务员的努力下,才能更快、更好地向前发展,这是相互促进、相辅相成的。

“要让一个企业运作得非常完美不容易,但只要我们不断提升素质,团队必将不断壮大,我们的业绩必将不断攀升,我们的人生必将不断完美。”许国伟郑重地说。

完美创业路

一位自称对直销业比较了解的人士告诉《中国经济周刊》,完美公司有种华人固有的精神——谨慎、保守、低调、中庸,却绝顶聪明!这话到底对不对呢?

古润金没有直接回答这个问题。他沉浸在完美的历史之中。在公司初创的日子里,古润金事必躬亲,从设定公司的市场计划和事业手册,到确定“建立完美事业,拥有完美人生”的经营理念,无不倾注着他的热情和心血。在他的词典里,没有星期天这个概念,一天工作16—18个小时是家常便饭,持续熬夜的眼睛总是布满血丝。身为董事长的他没有高高在上,而是亲力亲为、东奔西走,频频来往于深圳、江门、顺德等地亲自授课,与消费者进行一对一的沟通,左一袋右一袋地提着产品为消费者送货。当时,尽管他有足够的能力购买私家车,但他和他的伙伴们约定:我们要让伙伴们看着我们是怎样从无到有的。在公司没有正常运作前,他们决不买私车。因此,领导着成千上万直销商的完美老板以步代车,与伙伴们一起挤公共汽车和中巴车,乃至骑着自行车、摩托车穿行于大街小巷,这也成了完美公司在中国直销业中一道独特的风景线。他和他的伙伴们就是在这种别人横眼斜目和讥笑讽刺中,收获着日积月累的胜利果实。时至今日,古润金这种吃苦耐劳、能屈能伸的故事还在不断地激励着完美公司的事业伙伴们奋勇向前。闯过了创业阶段的暗流险滩之后,完美公司的运作渐入佳境。

1995年,与石岐制药厂联营,转为生产型企业;1996年4月,成为国家工商局首批批准的41家传销企业之一;1996年10月,在横栏镇建立了生产分厂。

1997年3月,在全国同行中率先建立金融电子信息服务网络,实现全天候的销售、结算、咨询、信息等服务;5月,购进了60亩土地,规划着一个宏伟的永续经营的生产基地;6月,位于中山市北区的完美大厦落成,完美公司拥有了自己的营运和办公基地;9月,成为顺利通过国家工商局重新核准的转型企业。

几度春秋,几度风雨。后来,由于直销市场广为人知的原因,1998年国家禁止传销后,完美公司也是被国家批准的十家转型企业之一,从而转型到店销售加雇佣推销模式。

完美的准备

中国的许多企业正在企盼着直销立法。那完美做好准备了吗？当然，他们有爱心，有缘份，也强调诚信，而对公司的产品自身，胡瑞连更是充满了自信。他说，与安利、玫琳凯、仙妮蕾德，甚至是与宝洁相比，中山完美奉行的不仅是高质量的产品、优良的服务，还有占有绝对优势的中档的价格，而且，完美在让利于消费者让利于业务员方面都是业内的典范。

对于直销与传销的区别，胡瑞连说，直销可分为多层次直销、单层次直销、自动贩卖、电视直销等。导致社会动荡的主要是短期化操作的传销活动，表现为老鼠会、双轨制与滚雪球。传销在美国、日本、新加坡也曾经带来很大的问题，但是现在几乎很少有人有参加“老鼠会”等短期化与投机性色彩强烈的传销活动。原因有两个，第一、各国政府对此进行了立法。第二、市场逐渐成熟，投资者更加理性。中国社会也正在向这两个方面过渡。因此，完美非常拥护直销法的出台。

完美始终认为，堵不是最好的办法，而只有通过立法这样的疏导机制，才能从根本上有利于直销业的健康发展。中国禁止传销已经8年了，老鼠会性质的传销活动在民间始终没有灭绝，关键的问题是老鼠会的投机性与暴发心理吸引了很多投机分子加入。通过直销立法在市场准入机制、市场监管、企业自律方面做出严格规定，使得实力雄厚、遵纪守法的企业进入这个行业并正常发展，给企业与业务人员长期发展的机会，也促使直销市场逐渐成熟，投资者更加理性，不断给遵纪守法诚实经营的人们以信心，长此以往，老鼠会一定会逐渐失去市场。直销业的规范经营、直销企业的健康发展对社会也是有益的。直销业的低门槛以及合理高效的激励机制，让满腹才华而又致富无门的人充分展示自己的才能，获得成功；另一方面也可以增加国家的税收，甚至增加中国的出口。

古润金也表示，中国加入WTO时承诺将于入世后三年内对直销进行立法。为直销立法是整个行业期待已久的大事，作为一个守法经营的企业，完美公司责无旁贷地愿配合政府有关部门，维护正当直销的健康发展。现在立法在即，首先，我们非常欢迎直销法的出台，这对规范目前直销市场非常有利，也是非常及时的。其次，直销法的出台，使我们经营者都有法可依，保护优秀企业，打击非法传销，净化市场，营造一个有序的经营环境。第三，我们也清醒地看到，一旦直销法出台，意味着中国政府给所有直销公

司提供了一个平台，到那时将会有一场激烈的市场竞争夺战。

续写完美辉煌

许国伟表示，完美已经做好准备再创辉煌。他说：“我们对未来是充满信心的，这种信心绝不只是口号，而是建立在扎实的硬件设施和稳定的顾客群的基础之上的。2002年，完美公司利用不到一年的时间通过了四项认证，这在全国是首家，它不仅意味着我们建立了全方位的产品质量保障，能够为顾客生产更卓越、更放心的产品，同时，也为我们进军国际市场拿到了有效通行证。经过九年的用心经营和真诚服务，我们已建立了一个稳定的销售队伍，并开发了一个稳定的顾客群，即分布在全国各地的完美产品爱用者。只要我们能一如既往地保持优质服务，不断改进、推出满足顾客更多需求的产品，赢得顾客，最终赢得市场，就一定能保持快速稳步的发展。”

一个经常购买完美产品的中山市民说，完美的产品很平民化。从业界的分析来看，安利主要把自己定位在都市消费一族，即主要在白领或是讲究生活品味的家庭上，雅芳自然是定位在城市中档美容消费的主流市场，仙妮蕾德则定位在专业的草本植物保健市场，而完美呢，则把自己目光锁定在平民化路子上，也就是说其主要客户服务和合作对象是城市平民甚至是农村市场。相对于直销盛行的都市而言，这自然是独辟蹊径了。

其次，产品结构包装合理，尊重消费习俗。完美公司目前共有家居日用品、健康食品、个人护理用品和美容护肤品等四大系列的大众消费品，而每个系列均有其独特性。比如其家居清洁和个人护理类别的产品，均可与市场上其他品牌进行客观的品质对比，其价格与市场上的类似产品无异，而性能却具有明显优势或者显著特色；营养健康食品系列则不但具备国内某些知名品牌的基础保健功能特点，还加入了独特的功能性特色。消费习惯方面，完美尊重国人消费心理上的需要，采用大小包装并用的方式，以小包装试用方式降低消费者试用产品风险，而待其对产品建立信任度后又可购买大包装来提高性价比，一方面使得消费者心理得到满足，另一方面也便于帮助业务员开拓市场。

完美业务员在没有沉重压力的制度下，可获得同业间较高的报酬，以同样销售业绩作比较，完美业务

员收入较其他公司业务员更高。

还是那位市民说得好,不管完美如何完美,只有让消费者得到实惠才是最完美。

完美的十年历程

1994年,来自马来西亚、新加坡的几位青年华裔



企业家把握了邓小平南巡带来的大好时机,在人杰地灵的中山创建了完美公司:

1994—1998年,完美几乎从零起步,首家引入并依靠芦荟系列产品,发展成为全国影响深远的知名直

销企业;

1998年,在中国全面禁止传销经营活动的政策面前,完美成为中国批准特许转型经营的十家外资直销企业之一;

2001年,完美发展成为集科研、开发、生产、销售、服务于一体,以生产健康食品、个人护理品、家居日用品和美容护肤品等大众消费日用品而著称的现代化大型企业;

2003年,完美成为全国第一家通过保健食品GMP、HACCP食品安全控制体系、ISO9001:2000质量管理体系、ISO14001:1996环境管理体系“四项认证”的企业;

2003年,完美专卖店达到1016家,成为十家直销转型企业中专卖店数量仅次于雅芳的企业;

2003年,据业界评价,完美与安利、雅芳、玫琳凯等历史悠久的大型跨国直销公司并列为“四大巨头”,而完美是其中唯一由华人创办且最年轻的企业。

完美公司的信条

我是个责任者

在事业成功的领域里,要永远对自己及周边的一

切事情负责,今天的你做事已经不是在为自己,而是为了一个事业、一个追求,你有责任去带领整个团队的人,去教会他们、帮助他们,这种协助、帮助和指导要永远建立在你的内心里。所以,要时时刻刻对自己说:“我是个责任者。”当你谈到责任的时候,就会对任何事情负责到底,这时你的成就与你的付出多少将成正比。要使自己的生活方式、思维方式得到完善,那就需要你不断地去追求和改善,这所有的一切都是你的选择,因为命运掌握在我们自己手上。每件事情的发生都有其原因和目的,不在于外面的环境如何,而在于我们要积极思考如何去选择。

绝不能放弃

一个企业,一个团体,一个人的成长,就像逆水行舟,在追求卓越的过程中,一定会碰到诸多的困惑和挫折,如果你稍微有一点懈怠、犹豫,你很有可能就会放弃,正所谓“阳光总在风雨后”。我们做销售碰到最多的两个字就是“不要”,这个时候最关键的就是你的信念,做任何事情,贵在坚持,自己给自己信心,永远不要放弃。你要认定,这份事业可以让自己的家庭、朋友都获得快乐、满足和喜悦。绝不能放弃,使我们的团队能够继续保持、发展下去。今天做得优秀,你就会感到满足,但人不应该安于现状,我们要不断创新,不断更新思想观念,努力做一个对国家、对社会会有贡献的人。

(邹锡兰 周华公)



·完美的标志是以一个抽象的英文字母“P”为主题。设计中隐藏P字左边的部分，比喻完美事业不同于一般的传统生意，不能用一般的眼光来看待。此外，“P”的弧形部分也突出框框，象征突破和隐喻人的潜能无限，而完美事业正是提供这种发挥潜能的机会。

·右下角的小圆点代表目标，象征着每个人都梦想追求的目标——拥有一个完美的人生。

·底下的英文字母PERFECT，是完美的意思，属于整个标志的一部分。

·标志呈直立的长方形，代表向上、向善，象征着完美事业有正直的人格。

·标志的红色阴影部分代表完美事业是热情的、兴奋的；白色代表公正、平等。

中山完美英雄出处

1994年前，一家日用保健品企业在广东中山悄然成立，它的创始人是三位分别来自马来西亚和新加坡的华裔青年。当时它的注册资金只有100万元，其中50万元还在香港。在租来的办公楼里，它的创始人说，我们这家企业要在中国做到永续经营。

作为保健品企业，他们没有效仿当时流行的做法——找很多人到居民楼去散发产品传单广告，也没有在大江南北的各个角落书写大幅的“院墙广告”。不过他们还是找到了很多人来做销售工作，这些人不是作为推销员，而是作为他们的合作伙伴。这三个人对他们说，你们只要按照我们的方法来销售产品，坚持下去，就一定会成功，而我们会兑现我们的承诺！于是，这些人就坚定不移地跟这三个从外国回来的年轻人干起来。

依靠在马来西亚的团队建设和管理经验，这批人的销售经验很快得到了提高。而这家公司，也很快完成了最初的原始积累。

在这段时间里，这家公司没有投放任何产品或企业形象广告，也没有让产品进入任何一个商场或商店，但它的销售业绩却节节攀升。

与此同时，包括巨人集团、三株集团在内的保健品大腕们，正忙着进行地毯式的广告轰炸。它们的做法极具中国特色——在居民楼发传单（现在我们称之为城市“牛皮癣”），同时在广阔的农村雇佣廉价劳动力书写类似政策标语式的产品宣传语。这叫打响知名度。此外，超过10万的销售大军，前仆后继地向所有的中国人贩卖所谓的保健品和各种健康名词。

最后的结果是，巨人破产，三株倒闭。而辉煌一

时的口服液，也随着一起并不复杂的官司而挥发得干干净净。

时隔多年，凡此种种，难以忘却。

如今，保健品行业仍在混战。很多人认为目前这种局面不过是在重复过去的历史——一个商标，通过铺天盖地的广告（以前是传单、标语，现在是电视）迅速上升到品牌的高度，成为该年度声音最响亮的社会名词之一，大小商场在醒目位置高高挂起产品标志。通过信息的密集轰炸，以半强制手段拉人购买一次性保健概念。这种中国特有的营销手法，却往往被营销界羡慕。

那么，如此惊人相似的历史不是教材吗？

5年以前辉煌无比的保健品企业在今天还有几家？

或许我们可以认为，中山完美是目前为止中国寿命最长的保健品公司之一。它甚至比安利纽崔莱还要提前好几年进入中国……

然而，9年后，这家名为“中山完美日用品有限公司”的企业却走在了同时期中国企业的最前列。

无论是作为保健品企业，还是日用品企业，它不断取得的成功都值得人们投入足够的注意力。即使是作为美容化妆品的成功生产、销售企业，这家公司也毫不逊色。

这家由三位华人青年创办的大型企业，处处与众不同。它热衷慈善公益事业，却不大肆宣扬；它销售业绩显赫，却不为人所知；企业品牌方面，其知名度并不算高，美誉度却无可挑剔，顾客忠诚度可以让营销专家大跌眼镜。

然而，这家公司的大名，却并不为人所知。

后来居上

到1998年为止,作为直销企业,中山完美的历史不过4年,与目前活跃于全球的其他大型直销公司相比,它是年轻的后辈。但在国内,它却是最早的直销企业之一,其开业时间竟比安利(中国)公司还要提前一年。或许是一种机缘,在国内直销业尚处于萌芽阶段之际,中山完美创始人古润金,带领着好友许国伟和廖宗明在最好的时机开创了他们在中国的直销事业。这三个人凭借着其在海外丰富的直销经验,迅速将事业扩张,以致中山完美一年一个样,企业资产不断攀升,遍布全国的合作伙伴达数万人之多。

就在中山完美如日中天之际,1998年4月,国务院颁发禁止传、直销的禁令,包括中山完美在内的数百家直销公司,均被要求立即停业整顿。之后,中山完美终于作为被国家批准的十家转型公司之一,获得新生。此时的中山完美,在经营方式上没有选择的余地,只有按照国家要求的方式进行转型——开设专卖店,雇用推销员,而不能再像以前一样采用纯粹直销的方式经营。这意味着它从此不再是一个直销企业。直销身份的丧失,导致危机出现,这对中山完美是一项巨大的考验。

面临危机,度过危险,就是机会。

中山完美开始大刀阔斧地进行企业改革。

专卖店是一个重头戏。通过5年时间的建设,完美专卖店数量已经达到600多家,在十家转型企业中仅次于雅芳。5年时间,平均每个月要开10家,每三天就有一家完美专卖店开张。如此快速的扩张,却并不对外张扬,外界对此几乎没有了解。即使在业界,我们能看到有关该企业的媒体报道,也多是慈善捐助、产品质量方面的信息,而对于其经营,很少有媒体披露。

其实,它的经营模式并不神秘。

在1998年之前,它是以多层次直销方式运行。在当时,如果按照大型公司的标准来看,它是一个晚辈——安利成立于1959年,如新成立于1984年,而中山完美,则成立于1994年。

如今,最值得中山完美炫耀的事情之一,恐怕就是它又向“永续经营”大大地迈进了一步——1994年以后成立的直销公司,经过1998年的转型,目前仅存两家,其中一家就是中山完美。而国务院批准的转型企业,1994年以后成立的,目前存在的则只有中山完美一家。

作为一个晚辈企业,它在2002年一年中通过四项

国际认证,创下了保健品企业的一项记录。所谓青出于蓝而胜于蓝——1998年以前作为直销企业的中山完美,它用4年时间创造了令同行和业界惊叹的辉煌。1998年转型后的中山完美,它已经开创了全新局面。整个行业正因此而逐渐重新洗牌。

后来居上,中山完美正是这样一家企业。

有口皆碑

一个企业是否受人尊敬,主要看它做了什么——作为外资企业中热衷中国慈善事业的典型代表,中山完美认真履行了这一准则。

从1995年开始,中山完美已经累计向社会捐助款项达到4000多万元人民币。其董事长古润金,也因此而被多个县市授予荣誉市民的称号。由于古润金所代表的中山完美经营出色,马来西亚皇室也授予古润金皇室拿督的称号。包括总裁许国伟在内的中山完美高层领导者,在国内和海外都有着极高的社会声望。但这个企业却并没有将这些荣誉处处挂在嘴边。

许多完美业务员和专卖店都认为,看一个企业,你不要看它说了什么,而要看它做了什么。这种淳朴的信仰,让人不由联想到“好酒不怕巷子深”。在今天这样一个信息化的社会,充满了各种各样的声音。对于有着像中山完美这样一种信仰的企业,它需要的不是让所有的人都知道它,听说它,而是让所有知道它的人都尊敬它。

2003年6月末,《人民日报》、《光明日报》等多家中央级媒体高层赴广东考察时,在完美公司举行了一场研讨会。《光明日报》原总编辑张常海动情地说:“这些年,有些保健食品宣传过头,虚假的成分比较多,造成市场混乱,人们因此对该行业将信将疑。而完美公司把主要精力用在扎扎实实做基本功上,‘四个认证’的取得就很说明问题。有句老话说得好,‘路上行人口是碑’,相信只要持续地做好‘两个文明’相结合的工作,完美的明天一定会更加完美!”

作为拳头产品,保健食品一直是中山完美的重头戏。其倡导的“清调补”等保健概念,受到消费者的广泛信赖和赞扬。记者在走访过程中,惊奇地发现许多年逾古稀的老人都不约而同地以激动的情绪赞扬“清调补”给他们身体带来的诸多好处。记者发现这种口碑传播带来的品牌效应正在逐步扩大,这种现象在保健品行业中是极为罕见的。

有人说,对同一件事,一千个人至少有两千种说

法。对中山完美这样一家拥有数以百万计消费者的大型企业而言,任何人也不可能拥有统一消费者口径的巨大能量,但一个企业广泛树立消费者口碑,则是可能实现的事情。如果我们相信奇迹,就应当对此予以正视。中山完美做到了,不光是保健食品,它的个人护理品系列、家居日用品系列、玛丽艳美容护肤品系列都做到了……

虽众口难调,但中山完美的确实现了“路上行人口是碑”的奇迹……

只有一个圈

直销转型企业面临的一个重要问题是,推销员的教育培训工作。

众所周知,它之所以成为难题,是由于转型前直销模式所带来的后遗症。很多公司的营销人员,由于人数众多,所以往往形成各自不同的教育体系,这种体系久而久之就形成了自己的文化,它被业界称之为“经销商文化”。与之对应的,直销公司的企业文化则被称之为“生产商文化”。营销人员的教育培训工作,也往往由各自所在的体系自己完成。由于与经销商各自的利益主体不同,多年来,它与“生产商文化”之间的摩擦也随之加深。公司一项政策的贯彻与执行,也往往由于“经销商文化”的存在,而被阻拦。直销公司对此头疼不已,各个体系也由于这种摩擦的存在而感到不尽如人意。但由于双方的利益捆绑在一起,所以也是相互依存的关系。正是这种相互依存关系的存在,才促使这两种文化努力寻求平衡点。持续博弈的过程就是创造价值的过程,但这种博弈,对直销公司始终都是一种巨大的威胁。

1998年直销转型后,“经销商文化”成为了一些转型公司更为头疼的事情——因为这种文化会对直销转型构成致命的威胁。推销员的教育培训权虽然掌握在公司,但公司却无法保证推销员能够从此对公司言听计从,能够严格按照公司的转型策略随之进行相应的转型。在这种情况下,“经销商文化”与“生产商文化”这两个相对独立的“圈”必须进行整合,否则,转型企业将有可能面临无法转型的巨大难题。

但就在其他一些转型公司对此头疼不已之时,中山完美却丝毫不担心,因为这家公司简单使用的培训制度,从一开始就抑制了“经销商文化”的发展。它还没来得及形成“经销商文化”这个“圈”!

由于具有这样的先天优势,中山完美比其他转型

公司少了许多包袱,这就意味着它比其他公司多了许多机会,并赢得了更多的时间。因此,我们今天才看到,它在转型后迅速完成了产品线的进一步丰富和完善。专卖店以平均每三天一家的速度开张,同时成为中国唯一一家通过四项认证的保健食品企业。在2003年7月,又连续第二年荣获“2002年中国保健食品行业百强企业”称号,完美牌矿物质、高纤乐又荣获“2002年全国保健食品百强畅销产品”称号。

面对激烈竞争的市场,中山完美“一个圈”无形为企业形成了巨大的竞争优势。一方面使公司取得非凡成就,一方面也给众多的合作伙伴争取了更多的时间和机会,给他们带来了巨大的利益。如果说这是一个偶然事件,那么它必然不可能被其他企业复制和模仿。

最具潜力

直销转型企业中,目前普遍认为以安利(中国)公司为龙头老大,而舆论声势最为响亮的则是雅芳。这两家企业都有一个共同的特点——大规模地投放媒体广告。据称,安利(中国)公司一年的广告投放额超过亿元,而雅芳公司则有过之而无不及。相对这两家公司而言,中山完美的名字还远远没有到达公众的视野。但这是在几乎没有任何广告投放的情况下所表现出的情形。而且,即使是在没有广告投放的情况下,中山完美在业绩方面也可以拿出让这两家公司侧目的成绩,尤其是近一年来,由于安利(中国)公司2002年宣布停止新业务员的加入,这给中山完美带来了很好的机会。也就是在这一年,中山完美成为了中国唯一一家通过四项认证的保健食品企业。

中国有句古话,“江山代有才人出,各领风骚五百年”,纵观整个保健品行业和各大转型企业,目前最深不可测的企业就是中山完美。不张扬,埋头干实事,抓住要害,并且成绩出众。或许三五年后,这家企业将人尽皆知,那时,它再也没有办法继续保持低调,因为它的潜力将尽显无疑。那时,不光是中山完美公司拥有众多光环,它众多的业务员合作伙伴,也将随公司一起,到达事业颠峰?

广告

赤心 献给祖国

“我永远是炎黄子孙，我深情地爱着这块土地、我的同胞和故人。”

——古润金

美丽、富饶的中山市，环境优美、人杰地灵，自古以来就商旅发达。她不仅哺育了孙中山这样一位浩气长存的世纪伟人，而且也孕育出了中国大陆多层次传销企业的佼佼者——中山市完美日用品有限公司，成就了“传销骄子”古润金和他的堪称现代经典的传奇故事。曾几何时，古润金的名字以及以他为首的完美事业传遍了大江南北和千家万户——

古润金给人的初步印象是气质清秀平和，微笑中还流露出质朴和厚道。他的话语虽不多，但那爽朗的声音和有力的手势，使我依然感觉到商业巨子的气魄和实干家的激情。面对记者刨根究底般的急切，他神态自若、侃侃而谈……

寻根 月是故乡明

“我虽然生长在异域，但对祖国传来的一点点的消息都非常地关注。父辈们年龄大了，回不去了，自己呢，总想替他们找找根，还还愿。”

——古润金

初为人父的古润金是马来西亚第三代华侨。回祖国之前，他在马来西亚从事传销和人寿保险达12年，颇有成就。虽然生于异域、长于异域，但他从小就爱听父辈们说起故土中国、故乡中山的诸般情况，对中国一直有种神圣的向往。

然而在过去，由于历史的原因，马来西亚只允许65岁以上的华侨回国探亲，年轻人是没有这个机会的。他耐心地等待着、期盼着……

历史进入20世纪90年代，当邓小平南巡的巨手再次推动中国改革开放之轮滚滚向前时，马来西亚也打破了坚冰，开放了门户。几乎是迫不及待，古润金带着几代人的梦想与心愿，作为解禁后回国的第一批

马来西亚华侨踏上了中国这块热土。

辽阔的土地、古老的文化、热情的乡亲，一切都显得陌生却又似曾相识，他从心里找到了一种真正的根的感觉。而更令他惊喜的是，这块古老的华夏大地到处都是盎然的生机，到处都是建设者奏起的歌声。强烈的爱祖国、爱家乡的游子之心使他深深地眷恋上了这片故土。他凭着不泯的经商意识，在中山这片市场机制成熟最早的土壤上充足了底气，并构思着一个成熟的、报效祖国的事业计划。当他激动地把回国创业的想法告诉在新加坡及马来西亚的朋友时，他们一拍即合，今日蜚声中华大地的完美事业就此应运而生。

古润金以及他的战友选择了机遇，机遇也选择了他们。从此，他们掀起了人生转折点的第一页。也许，他们比他们的父辈幸运，他们的父辈是为生活所迫漂泊南洋，而他们却碰上难逢的机遇，并在故土开拓了人生境界的另一番辉煌。

创业 四年磨一剑

“传销本身有它自己独特的运行轨迹和规律，尽管有时偏向能带来一些意外的成果，但这只是一种短暂的经营效益。而从企业的长远发展来看，这肯定不会有生命力。更重要的是作为热爱祖国的侨胞，我衷心希望我终身依托和从事的事业，能够给国家和群众带来利益，而不是相反。”

——古润金

1994年，完美公司在中山正式成立。作为一名投资者，曾是马来西亚传销业和保险业风云人物的古润金以他特有的战略眼光审时度势，以其企业家的眼光、胆略和勇气选择了多层次传销——一个新兴的富于挑战性的事业。

熟悉中国传销业的人都知道，近几年传销业在中国的发展并非那么尽如人意。这里既有国家宏观政策方面的原因，更有传销行业本身良莠不齐的原因。可