

THE VOICES OF LUMI LEGEND

声纹

固本强基 · 破界向新

2026 VOL.12



宁波市鄞州区惠风东路利时金融大厦1号22楼
22/F., Building, Lisi Plaza, Huifeng East Road,
Ningbo, China P.C: 315100

E-mail info@lumi.cn
Tel 86-574-27956500
Fax 86-574-27956598

www.lumilegend.cn

CONTENTS

目录

01

大视野

- 03 董事长发言
- 06 固本强基，破界向新
- 09 上行下效，身正为范
- 11 春种秋收，厚积薄发
- 13 宁波渠成集团再上榜，荣获“大力鼎”奖！
- 15 品牌战绩

02

聚光灯

- 23 创新
- 28 时光

03

新舞台

- 35 踏浪乘风，让品牌驶向更远的海
- 37 从“新”出发，在实战中淬炼成长
- 39 从画布到世界——一名设计新人的跨境初航
- 41 于实践中成长，在挑战中精进

04

心分享

- 45 从内容营销看长期主义
- 47 我的渠成通关秘籍——结构工程师的三维地图
- 49 做玩家背后的最强辅助——“神装”打造通关心路
- 51 不止准确，更是贴心
- 53 英国市场考察手记：从货架陈列到消费脉动的深度感知
- 55 连接的价值
- 57 第二年的刻度，深一寸
- 58 务实为基，本分为道
- 59 在文化土壤里，种下共生的种子——一名HRBP与品牌事业中心共生长的手记
- 61 用初心赴新程，以协同共成长
- 63 被推着走的一年，想明白的几件事
- 65 务实笃行守初心，自驱致远共渠成
- 67 向下扎根，向上生长——五年渠成有感
- 68 成长与感悟——我与渠成的六年零九个月
- 71 结合《思辨与立场》的思维特征优化供方交流
- 73 《一念之转》读书心得

05

文化圈

- 77 榜样的力量

06

乐生活

- 83 跨部门活动
- 85 工会活动
- 87 中心活动
- 89 短途游
- 91 年会活动

07

活力源

- 95 年度新生力量
- 97 岁月不语，金币有声



卷首语

Preface

聚力向下，把根基扎进最深的土壤
在优势处深凿，在核心处淬炼——
用日复一日的深耕，铸就不可撼动的底气

奋力向上，向着更广的征途攀登
拆掉思维的墙，推开创新的窗——
以永不停歇的探索，抵达未曾触及的天际

固本，才能行远；破界，方得新生
在坚守根本中求创新，在勇毅破界中谋发展
这，就是所有渠成人前进的方向！

VISION

大視野。



董事长发言

Chairman's Message

You

各位伙伴,各位同事,早上好!

刚刚我们颁发员工纪念金币,今年获得二十周年金币的有 5 人,十周年的有 17 人,五周年的有 77 人,说明公司在不断发展。而今总人数已达到 988 人。大家在渠成,自然希望公司能长久健康发展,长远健康发展离不开大家的共同努力,今年的主题是固本强基,但是如何落地执行需要我们首先看清方向,所以今天我来讲讲渠成的经营理念,理解了渠成,才能知道我们哪些当为,哪些不当为,从而达到融入、协同和发展。

在一个充分竞争的行业,渠成靠什么存在?靠什么发展?如果将来消亡了,又会是为什么?这就涉及了公司的本质是什么。

一、客户第一

首先要有内心的意愿和态度,然后才有对应的行动。客户第一不是写在墙上,而要刻在心里。比如公司设立不同的部门和相应的干部是为了更好更高效地直接或间接地服务好客户,而不是让下级更好更高效地直接地服务好上级,所以有的时候我们的干部的表现反而是客户第一的阻力,他们会不自觉地让下级员工服务于自己,而不是服务客户。而商业逻辑是要以客户为中心,满足客户,而不是上级。这一点我们的干部首先要做好以身作则。

二、不断提供客户所需的新的产品和服务

这是实实在在的落地功夫,是业务能力的体现。公司需要创新的产品和服务,只有客户愿意付费购买产品和服务,公司才能存活和发展;客户不愿意付费了,公司就会走向消亡。公司的最终价值一定只会在客户身上体现,对客户端只有结果说话,对内要以过程保障结果。

三、有效率可持续地提供客户所需的产品和服务

这是公司能否持久的关键,当红利退去时,比拼的就是比较优势了。我们只有不断优化,杜绝内耗,保持竞争中的比较优势,方能保证老业务不出局。当公司大了,能力在增强的同时,相应的内耗也在加大,公司做不到像一个人一样的协调状态和低内耗,但是需要大家尽可能协同做到内耗最小化。比如前方冲锋,后方是否给予足够的支持。比方部门和员工是否为了本部门或个人的成绩损害了公司的整体利益等等,这些都是企业文化的外显。



如果我们能做到以上三点,就能保障公司健康发展;缺少一个,公司就会走下坡路,甚至消亡;如果我们暂时做不到某一点,就慢慢来,做好基础工作;如果长期做不到,与其被动消亡不如主动收缩。

渠成一直聚焦于商业本质,聚焦于因,如果我们不想遵循商业的本质,最好的方式是离开这个商业游戏。

渠成的企业文化是让客户更简单,合作更可靠,业务更具可持续性,讲的也都是这些内容,所以我们要围绕文化开展工作。大家把以上三点对照自己的日常工作,就可以得出自己是处于正向助力,还是反向阻力,或者只是随波逐流?

在理解了商业本质后,我们需要做好哪些事情呢?

平衡好公司赚钱和提供好的物有所值的产品和服务,这是商业可持续性和商业道德的问题。

渠成要的是通过提供好的物有所值的产品和服务能够赚到钱的业务,因为如果提供了好的产品和服务却不能够赚到钱,公司是不可持续的,这个是可持续性的问题。反过来如果只有前者没有后者的业务,也就是能赚钱但是不能为客户提供有价值的产品和服务,我们不会选择去做。但有

的公司会,甚至为客户提供的产品和服务是负价值的,只要能够赚到钱,什么都能做,这个是商业道德的问题。

只做对的事,多做对长期有积累的事

这也是我们今年推进的固本强基的重点内容。我们要聚焦于能真正产生积累沉淀的工作,能让生意更简单更可靠更具可持续性的工作,能直接或间接地为客户提供价值的工作,不能达到以上标准的事,我们都要重新评估,或调整或停止,不能有为基础工作而基础工作的表面化和形式化,这个问题关乎公司是否能长远存活和具有长久竞争力。

比如同样在健身房里,有的人追求是肌肉外观的大小,有的人追求的是举重的成绩;有的人追求的是功能性的力量训练,保证肌肉力量不萎缩,身体有足够的灵活性和爆发力,最终目的是健康长寿。渠成追求的是健康可持续,不是肌肉外观的大小,不是举重的成绩。其他的数据最多只是体现出来的副产品。

在我们公司的营收或利润业绩增长的同时,我们更注重基础要一年比一年更扎实,这个事做好了,内在价值就会

越来越大，其他公司想要模仿或者追赶会越来越难。这十分考验我们洞察力和执行力。现在的渠成我们已经打磨了 21 年。未来还有更长的路要走，我们迈着坚定的步伐，把前方不确定变成确定。

员工在公司的收益和发展

只有持续地为客户和消费者提供物有所值的产品和服务，并且在合作中让客户赚到钱，让消费者满意，公司才能赚到钱，才能长久健康发展；同样的，当公司能健康地在商业竞争中赚到钱，并且在未来有持续赚钱的能力，我们才有能力和员工分享胜利果实，事实上我们一直在这么做，关于分享，渠成说到做到，也写入了价值观。我们希望员工在公司能赚到钱，但不能通过做有损公司利益，违反公司基本底线的行为来赚钱；这个和公司不会做有违基本商业底线的行为来赚钱是一致的。

在渠成，在认同公司文化的前提下，同时在主动性、学习力和协同力上有优势或想突破的员工是很有发展机会的。

各位同事，以上是我分享的内容，如果能够结合到日常的工作内容中去，那么就会少走弯路，成长得更快，大有可为，实现个人成长和公司发展的双赢。

心打开了，严冬里也能看到鲜花，那是心花。如果现在是经济的严冬，在渠成，你们能看到鲜花。谢谢大家！



固本强基，破界向新

Anchor the Present, Pioneer the Future

Jett Lin

2025 年业绩达成及问题

过去的 2025 年，是集团强化基础年。这一年里，我们在新大楼建设、技术创新与新品开发、供应链优化与储备、内部风险管控、信息系统搭建、AI 应用提效、内部组织与干部队伍建设、国内及海外布点等方面取得了一些新的进展，为后续业务可持续发展打下基础。

过去的 2025 年，是外部局势动荡与国内外消费需求萎靡的一年。这一年里，俄乌冲突持续，局部战火此起彼伏，欧美及国内需求低迷，突发的美国针对全球的关税战，更是让全球经济雪上加霜。

过去的 2025 年，我们顶住了巨大的变故与困难，交出了基本符合预期的业绩成果，但也必须清醒看到，各业务单元仍存在较多问题，主要体现在：

TOB 外销业务	跨境电商业务	品牌内销业务
欧美等重点老市场老客人订单下滑较多、业务开发新客人不易；产品开发创新突破有困难，部分新品类业务发展受挫；	业务及团队新建并在扩张中，团队整体战斗力与文化还需加强；	业务自主生命力仍较弱，产品、运营、品牌三个主要模块缺乏攻坚突破的能力；
部分供应商的品质与交期保障能力不足、影响订单交付的时效与质量；	新产品新业务的增长性、风险性、效率性和盈利性等各方面仍需改善；	销售收入及利润来源的渠道结构与品类结构不太健康，过度依赖显示器支架；
优秀业务人员补充不到位，能担当特定事业负责人的业务干部缺乏；	跨境相关的团队招录、新品引进、财务、视觉、信息系统等配套工作还不够敏捷到位。	品牌溢价能力不强，兄弟品牌间竞争冲突仍明显；
新业务模块起步摸索，进展较慢。		集团体系内的供应链对内销新品开发与订单生产的交期和品质保障能力还不足。



2026 年外部环境预判、目标制定与工作规划布局

放眼 2026，中美两国在各领域的发展与较量仍是当前世界最大的不确定根源。这种大国较量还将持续许多年。在这种较量中，美国会时不时在各个领域、以各种方式给中国和世界挖坑使绊，会时不时制造或诱发各种突发事件，进而影响整个世界外部经济环境。中美关税战，最激烈时期已经过去，原本预期世界经济将会有小幅增长，但当下美以伊冲突爆发，又让前景充满变数。另外，美国及其他国家虽然对于 TOB 供应链进行干预，但是限制不了 C 端用户直接需求，因此，跨境电商外销业务仍将有一波快速增长的窗口机会。

放眼 2026，国内经济与消费需求仍将较低迷。但是我司主营健康办公品类产品，作为一个新兴需求，仍处于市场上升期。

为实现公司 2026 年目标及未来更好发展，经营上，公司业务模式将往多业务形态与多业务单元，独立协同、共存并进方向发展。其中，加快拓展自主品牌业务，将是公司发展的重大方针。

我们虽无法改变世界与外部环境，但是我们可以改变并提升自己。让自己更具竞争优势、让自己更具抗风险能力、让自己更适应未来趋势。

为此，我们需要固本强基。

1) 我们要加强集团的企业文化建设。优秀企业文化是公司管理最好的润滑剂，可以降低大多数类型内耗。大量新员工、新干部的入职，会稀释或侵害我司原有的企业文

化。因此新干部必须快速理解、接受、遵循并发扬公司的企业文化，新员工必须认识并改正不符合公司企业文化的认知与行为习惯。所有干部，在日常事务管理过程同时，必须重视并加强团队的企业文化建设。

2) 我们要坚持打造并强化精准产品开发、深度贸易服务和专业供应链管理这一优势机制。不断开发新品类、提升新老服务、优化当下供应链管理体系，继续做大做强外销 TOB 业务基本盘。这种优势机制，是我们当前生存与发展的依靠，只能加强优化，不可松懈轻视。

3) 我们要持续梳理日常工作流程、规范与信息化系统，做到更规范、更高效与风控兼顾。

4) 我们要强化分享意识与共享机制。尤其是在多种业务单元与业务形态同时发展的时期，部门间、事业单元间，既独立又协同共享尤为重要，需兼顾局部利益效率提升与整体价值最大化。

5) 我们要加强干部梯队建设与核心员工成长，以及优秀新人才的引入与培养。优秀的团队与人才，是企业长远发展最核心的资产。所有高管与中层干部，在做事管事同时，需关注人才队伍建设，否则都是不合格的管理者。

在固本强基同时，我们更需要破界向新。

1) 首先，包括高管在内的所有干部的认知与思维要破界向新。我们在明了已走过的时代同时，要认识扑面而来的新时代将是什么样的？在明了我们以前是干啥的、怎么干、干得怎么样的同时，要认清我们以后要干啥、怎么干、能干成怎么样？我们过往的经验、技能和方法还行不行

得通？有没有价值？我们过往的决策逻辑与取舍标准还可不可靠？我们做什么事，才是有前途的？我们怎么做，才是有活路的？为此，经营突破与管理创新，是所有干部不得不深度思考与实践的重大任务。

2) 一线员工的思维与技能、方法与工具要破界向新。要跟上公司的发展方向与需要，要跟上智能化的 AI 时代需求。要保持学习进步，否则，未来淘汰你的，不是公司，而是时代。

3) 公司业务发展思路与模式要破界向新。过去的 20 年，我们从纯买卖贸易的外贸公司，成功成长为融合精准产品开发、深度贸易服务和专业供应链管理的专业化外向型综合企业。未来多年后，我们不只是一家宁波 TOB 做支架出口为主的进出口公司，而将是一家多业务形态和多业务单元协同发展的国际化品牌企业。贴牌业务与品牌业务协同、国内业务与国外业务协同、线上业务与线下业务协同、不同事业单元间独立发展又共享协同。

4) 产品开发体系要破界向新。需要在原先 TOB 产品精准开发的同时，建设直接面向市场用户且适应品牌内销与跨境外销的产品开发团队与模式机制。

5) 供应链管理体系要破界向新。需要在原先 TOB 专业化供应链管理的同时，建设适应品牌内销与跨境外销的供应链管理团队与模式机制；同时，还需要拓展全国化甚至国际化的供应链管理模式，以及专业化采购业务供应链管理体系。

6) 财务管理思路及体系要破界向新。财务不再只是传统 TOB 外贸业务的后端财务服务，而是需要支持多业务形态、多事业单元，兼顾集团中台与独立事业单元的财务，是

涉及国内异地公司、甚至跨国多实体公司综合性财务体系，是从后端服务走向前端引领或伴行的智能化财务。

7) 业务管理信息科技系统要破界向新。不再只是传统外贸业务的 ERP，而是能支持多业态、多事业单元，兼顾集团中台与独立事业单元的贯穿业务上下游的智能交易管理系统。

8) 人才引入与组织管理要破界向新。我们不再只是一家宁波本地企业，将是一家国内多地有分支，甚至国际多国拥有实体分支的企业。需要形成异地、跨国招聘人才与管理团队的能力与机制，并达到新常态。

9) 公司治理机制要破界向新。以前是 CEO 一人管所有，从上管到下。后期需慢慢往集团管理层统筹规划监控、事业单元独立自主发展模式演变。集团是中控平台、孵化平台和共享平台，事业单元是独立市场战斗单元。公司需要建立事业 CEO 培养机制，并持续培养出事业单元的合格小 CEO 和集团 CEO 梯队。

新时代，风起云涌；让我们保持定力，沉心打造公司的核心竞争优势与发展动力。新时代，万象更新；让我们保持创新，积极筑就公司的新兴竞争能力与发展前景。相信，在我们的共同努力下，渠成的明天，一定比现在更好！

上行下效，身正为范

Lead as a Role Model: Let Every Word and Action Inspire

研发三部 Hugh

大家好,非常荣幸能作为优秀干部在这里发言。作为一名研发工程师,讲话可能比较直白,不当的地方还请大家见谅。

我妻子是某国企的员工,她经常跟我抱怨,这位同事把事情推给她了,那位同事也把事情推给她了,说她周围怎么都是这样子的人。于是我问她,那你本来不就是图个安逸、稳定才去的国企吗?那你的很多同事当然也是为了安逸、稳定才去的。那当然做事情就没有那么积极主动,能推就推了。她想了想说,那倒也是。

由此我也问了问我自己:我们员工为什么想要成为干部呢?如果也是为了安逸、稳定,不用再经历基层员工的考核压力、不用再经历做实事时的加班忙碌,那他会成为一位做事积极主动、敢于担当的干部吗?再想一想:如果一位基层员工,每天忙得脚不沾地,抬头却看到领导优哉游哉,那么当他有一天当了干部,会不会也成为一位“优哉游哉”的领导呢?

文化从来不是写在墙上的标语,而是大家每一个选择、习惯的综合。而我始终认为,文化的传承,一定是自上而下

的。员工做事时,也许只有领导在看;但领导做事时,所有员工都在看。也可能会有同事做了干部之后有心理负担,担心在员工面前丢了威严,怕做错而不做,怕示弱而言多,结果事越做越少,话越说越多。领导不应该是一种身份,而应该是一份责任。比如像我们研发的工作,结构、工艺、软件更新换代都很快。一旦停止学习,不再深入项目中去,之前积累的经验就会慢慢过时、落后。时间久了就会与员工脱节,给的建议很难落地。因此我们需要比员工更早一步学习,持续更新认知、补齐能力,少凭感觉,多用数据、事实说话,营造积极向上的团队氛围。

也许不是所有干部都能天赋异禀,惊才绝艳,但是我们可以通过改变习惯来做到脚踏实地,勤奋好学,并作为榜样影响我们的团队成员。那么,当他们成为干部的那天,也会更可能积极主动、敢于担当。

作此发言,其实诚惶诚恐,这些只是我在日常生活中的一些思考,有感而发,与诸君共勉!



春种秋收，厚积薄发

Sow, Grow, Achieve

创意设计一部 Yuwei Hu

今天是春分后的第一天。年后开工，就一头扎进了忙碌里。直到前几天走在上班路上，才忽然注意到——路边的广玉兰开了。白的、粉的，在微凉的春风里，若有若无地香着。那一刻我意识到：原来春天已经来了。

回头想想，我是去年夏天来到公司的。说实话，那段时间的心情，也和天气一样，总是焦躁着——新行业、新团队、新内容，过去那点经验帮不上什么忙。每天对着不熟悉的界面，心里一会儿给自己打鸡血，一会儿又陷入自我怀疑。

好在公司有辅导人机制，也有完整的学习路径。每当我遇到问题，我的辅导人总会放下手头的工作，探过身来耐心解答；新项目开始时，她会提前跟我说清楚情况，告诉我哪里容易踩坑；每当我有一点进步，她也从不吝啬夸奖。其他同事也是这样。遇到不懂的，问谁都会帮忙；看到好的方法，立马就会分享。

既有专业上的安全感，也有人情上的温度。我想，一家公司的氛围，正是由一个个具体的人撑起来的。大家共同营造了一种很纯粹的氛围：既专注于工作的完成，也着眼于彼此的成长；既关注项目进度，也注重日常的复盘；既关注业绩，也关注生活。那个夏天，我学会了扎根。

迈入秋天，我顺利转正了，也开始尝到“收获”的滋味。第一

次掌握一个新的 AI 工具；第一次摸索出好用的工作流；第一次以很少的修改通过初稿；这些很小的“第一次”，对我来说，就是秋天里结出的一个个果实。我还记得每一个项目交付时的心情：尽力完成了的满足感，和“好像还能做得更好”的那点不满足，同时涌上来。每次都是这样——做完一个，就会看到下一个还差什么。那一刻我隐约觉得：所谓成长，或许从来不是顿悟，而是一点点笨拙的积累。那个秋天，我学会了沉淀。

步入冬天，我渐渐从被任务追赶的窘迫中，找回了一些主动权。回想刚来的时候，看什么都觉得压力大——复杂的任务、陌生的工具、别人的优秀作品。但到了这时，那些压力反而慢慢变成了可以前进的路标，那些差距也不再让我焦虑。我知道自己哪里还有不足，也知道该怎么用力了。那个冬天，我学会了蓄力。

然后就到了现在。春分刚刚过去，白天开始比黑夜长了。阳光照在工位上的时间，也一天天变长。我们部门做的是跨境业务的创意设计，算是个挺新的业务。这半年多，我眼看着工作内容在不断扩张——产品在增加，站点在增加，我们的工作方法也在尝试越来越多的可能。部门里像我这样的新人还有不少。去年入职的伙伴们，现在都慢慢

找到了自己的节奏。这种感觉很踏实——并不是一个人在摸索，而是一群人在往前走。

今年年会的主题是“固本强基，破界向新”。回想起来，夏天秋天所做的事，其实就是“固本强基”；而冬天攒的力气，正是为了春天的“破界向新”。对一家公司是这样，对我自己来说，也是这样。

最后，想认真道一声感谢。感谢公司，给了新人一片可以扎根的土壤；感谢领导，给了我这个新人从零开始的信任和勇气；感谢每一位同事，你们的无私分享和帮助，是我这半年最踏实的底气；特别感谢我的组长，带我一步步上手，也给我一次次试错的空间。

很荣幸今天能在这里，分享作为新人的体会。这份荣誉，并不是我有多优秀，而是我恰好在一个愿意给新人机会、愿意教新人成长的地方。对我而言，这不仅是一份肯定，更是一份期待。我会把今天的鼓励，化作明天更扎实的脚步。

明年这个时候，如果还有机会站在这里，希望我还能用同样的笑容，讲不一样的故事。谢谢大家！



宁波渠成集团再上榜，荣获“大力鼎”奖！

LUMI Legend Group Honored Again with the “Enterprise of Great Strength” Award

百舸争流,奋楫者先; 千帆竞发,勇进者胜。

4月13日下午,2025年度鄞州经济风云榜颁奖典礼在宁波国际会议中心举行,典礼表彰了“大力神鼎”一星金鼎企业、“大力神鼎”企业、“大力鼎”企业、优秀企业、经济发展贡献突出个人、优秀创新人才、优秀创业人才等。

其中,宁波渠成集团再次荣获“大力鼎”奖,我司总经理林高波出席颁奖典礼并代表公司接受表彰。

“渠”通四海,“成”就未来。荣誉是里程碑,更是新起点。

立足新发展阶段,宁波渠成集团将坚持打造并强化精准产品开发、深度贸易服务和专业供应链管理,以更优质的产品和服务链接全球;同时坚持创新驱动,推动经营与管理、产品与供应链、人才与组织、思维与技能等不断破界向新,积极构筑公司新兴竞争能力与发展前景,为鄞州区外贸高质量发展再立新功、再创佳绩!



品牌战绩

Brand Achievements

BRATECK 北弧

守护健康曲度

品牌升级

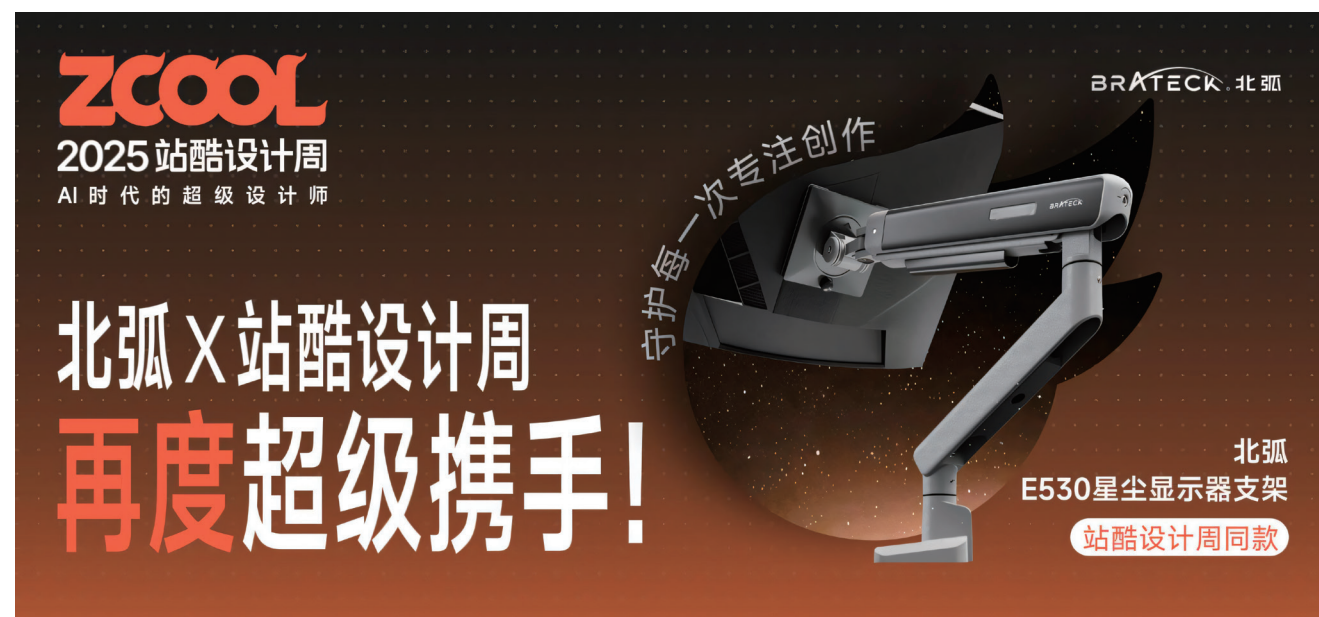
北弧在品牌创立十周年之际，正式以“守护健康曲度”为品牌纲领，把“智慧、温暖、灵动、可靠”写进了品牌基因，完成全球品牌战略的系统性升级，开启下个发展新篇章。

线下活动

2025 年 10 月，北弧再度携手站酷设计周，连续第二年荣膺礼品合作伙伴，以专业设计赋能创意盛宴，与万千创作者双向奔赴。其中，北弧 E530 星尘显示器支架作为本次品牌合作的主推单品，凭借兼具美学质感与实用性能的优势，成为“站酷设计周同款”。与此同时，北弧平板手机支架也惊喜闪现活动现场，以贴合设计师使用场景的人性化设计，为每一位创作者的颈椎健康保驾护航，用专业与温暖，守护创意迸发的每一刻。

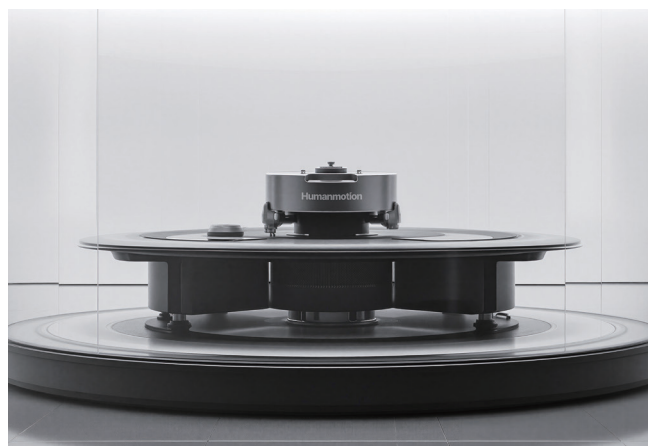
2025 年双 11，北弧作为细分赛道高增长商家，受邀参与淘宝教育主办的“2025 天猫双 11 商家大直播”，在“天猫家装增长圆桌派”环节，北弧与淘宝教育团队围绕“北弧移动电视支架”共同展开了一场深度对谈，共同探究家装行业如何重构“空间场景”，兼顾产品的功能性和情绪价值，获取增长势能。

2025 年双 11，北弧受邀参与淘宝教育品牌深度采访，旨在分享“当代家居生活趋势和移动电视支架的市场洞察”，彰显北弧品牌基调和内部团队运作性格。该视频采访被总结为一篇主题《一个支架卖出 130% 增长：北弧如何把“配件”做成情绪生意？》推文发布于淘宝教育商家成长公众号。



松能® Humanmotion

激发灵感 传递快乐



品牌独立研发中心首次亮相

松能研发中心松能科技舱首次亮相，“技、控、质”三位一体，以全链路的创新生态驱动科技生活。



首款科技舱黑标支架产品正式发布

HT-Zero 零感显示器支架，单向轴承 + 支架臂升降双结构专利，零感体验就此开始。



科技舱首个 AI 先锋探索项目

概念款智能眼动支架象征着松能科技舱启动了在智数交互领域的布局。

松能X® HUMANEX

探索无限 成就非凡



线下活动

25 年松能 X 携手机械革命、雷蛇、MOZA 魔爪、MelGeek、漫步者电竞等众多品牌亮相 ChinaJoy 展会，四屏空间与赛车模拟体验备受青睐。同年，参展电竞巢·设计深圳展，参与电子游戏空间的打造。除此之外，多次亮相淘宝造物节、BilibiliWorld 等展会现场，用更直接的呈现、更明确的风格、更积极的态度打开空间新世界。

松能 X 联手雷蛇现身 2025 宝可梦深圳大师赛，为训练家带去皮卡丘、耿鬼的游戏世界；5 月携手傲希现身《明末：渊虚之羽》游戏试玩会现场，与玩家面对面；同时多次与 ROG 实现合作，参与 ROG 掌机发布会、ROG 小蜜蜂见面会等电子游戏空间场景的搭建，为用户带来多重惊喜。



产品联动

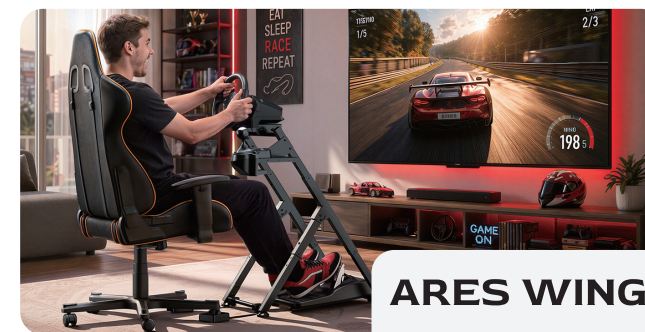
松能 X 携手 FUXK 品牌，打造热血传奇主题支架，并于魔兽世界 20 周年之际，为游戏玩家打造魔兽世界死亡之翼主题空间；同时与 MelGeek 实现合作，共创定制款 HUMANEX 款键盘。

跨境电商

2024 年，公司正式开启跨境业务，依托北美主流电商平台完成初步布局，首年销售额突破 800 万美元，实现从 0 到 1 的突破。

2025 年，在稳固北美基本盘的同时，布局欧洲、日韩市场，搭建全球化业务体系。同时持续探索新品类、孵化新品牌，拓宽增长赛道，全年销售额突破 4000 万美元，实现业绩跨越式攀升。

两年时间，跨境业务逐步迈入高速增长阶段。未来将持续深耕全球市场，深化全球化布局，助力公司国际化业务高质量发展。



SPOTLIGHT

聚光灯。



创新

Be Innovative

不囿于成，不急于新

第七届“鲁小班杯”创新大赛完美收官

无界革新，智创未来！第七届“鲁小班杯”创新大赛产品发布会在热烈期待中圆满落幕。自今年四月启动以来，历经多轮严格筛选，最终 8 支队伍携 11 款优秀作品脱颖而出，站上终审舞台。这场由研发工程师主导的创新盛宴，不仅见证了新产品的诞生，更展现了技术背后的匠心与坚守。

活动伊始，一段纪实短片为现场拉开帷幕后，从图纸上的初步构思，到样品反复打磨、组装与调试，镜头上专注的眼神、讨论的身影，都是研发路上最真实的注脚。短片落幕，PPT 演讲环节接续登场，各队代表化身“产品代言人”，用生动的演示，全方位解读产品的设计理念、核心优势与应用场景。完成展示后进入问答环节，评委与观众踊跃提问，现场交流深入，反响热烈！

产品互动体验环节，评委与观众分批来到样品间，由参赛成员现场讲解、即时答疑；大家亲手操作、细致询问，从真实用户视角对产品的实用性、创新性等进行全面考量，并投出自己宝贵的一票。经专业评审与现场投票综合评定，最终 Z 轴征服者脱颖而出获得本次大赛冠军，共生体联盟获得亚军，无界设计者获得季军。

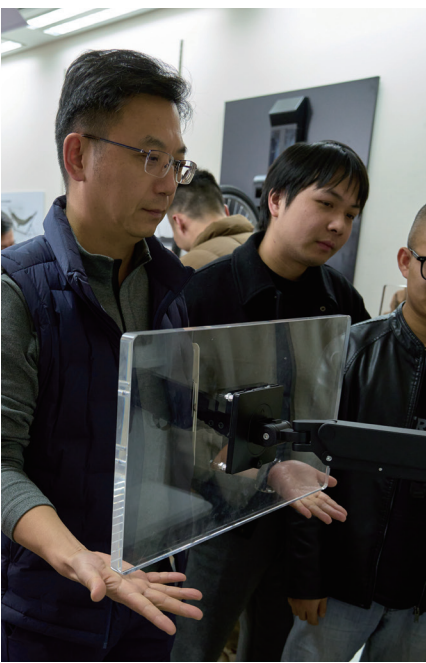
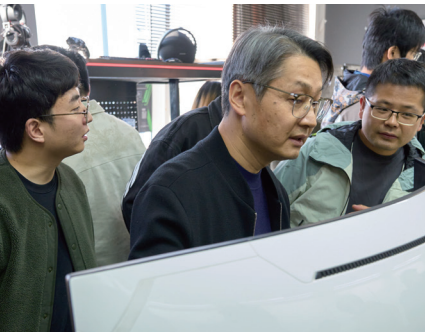
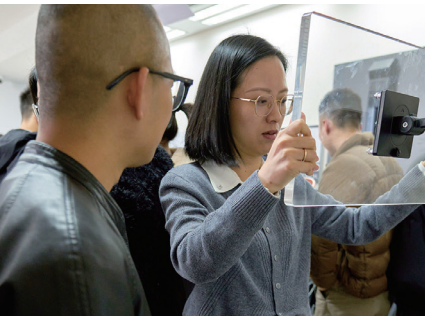
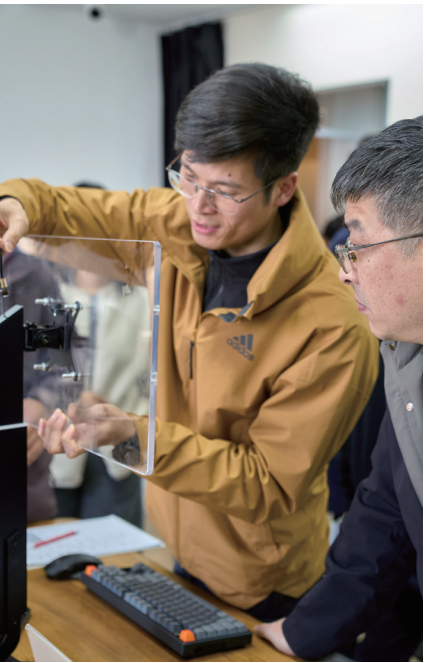
掌声中，获奖战队登台，接受属于他们的荣光。

同时现场也举行了年度专利授予仪式，为过去一年取得专利成果的研发工程师颁发荣誉，以表彰他们在技术创新方面的贡献。颁奖过后，产品与研发副总在点评中强调：“研发不仅关乎技术，更要关注产品是否真正满足客户需求。希望大家始终从用户出发，打造真正打动人心、经得起市场考验的产品。同时，衷心感谢所有参赛者，包括中途淘汰的成员，你们都是鲁小班宝贵的财富。”

集团总经理 Jett Lin 为大赛作总结发言，他指出：“公司作为竞争性商业组织，必须依靠持续输出价值和构建差异化优势来生存。研发也是一样，研发人员不能仅仅满足于完成工作任务，而是要更深入地认识和了解行业、市场、用户需求等。技术如何更牛地创新，产品如何更好地做精品，产品出来后如何持续优化是每一位研发人员需要持续思考和实践的方向。

从第一届“鲁小班”当玩一样的尝试，到现在无论是产品定位、技术创新还是落地性、完整性上大家都有了很大进步，希望各位继续戒骄戒躁，保持初心，不断精进自己的专业水平和行业认知，公司将与大家共同努力，期待明年，我们能一起迈向更高水平。”

为期 8 个月的鲁小班创新大赛已告一段落，感谢所有参赛队伍的全情投入，你们的每一份付出，都让渠成的创新之路更加坚实。让我们继续用匠心打磨产品，用创新驱动发展，让每一个好创意都能生根发芽。



▲ 专利获得者



▲ 产品与研发副总 点评发言



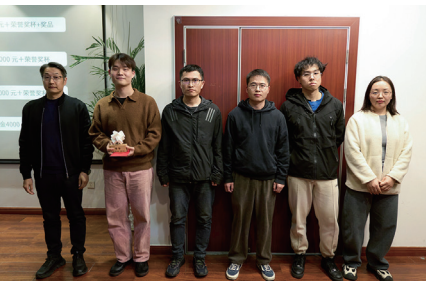
▲ 集团总经理 总结发言



▲ 冠军团队 Z轴征服者



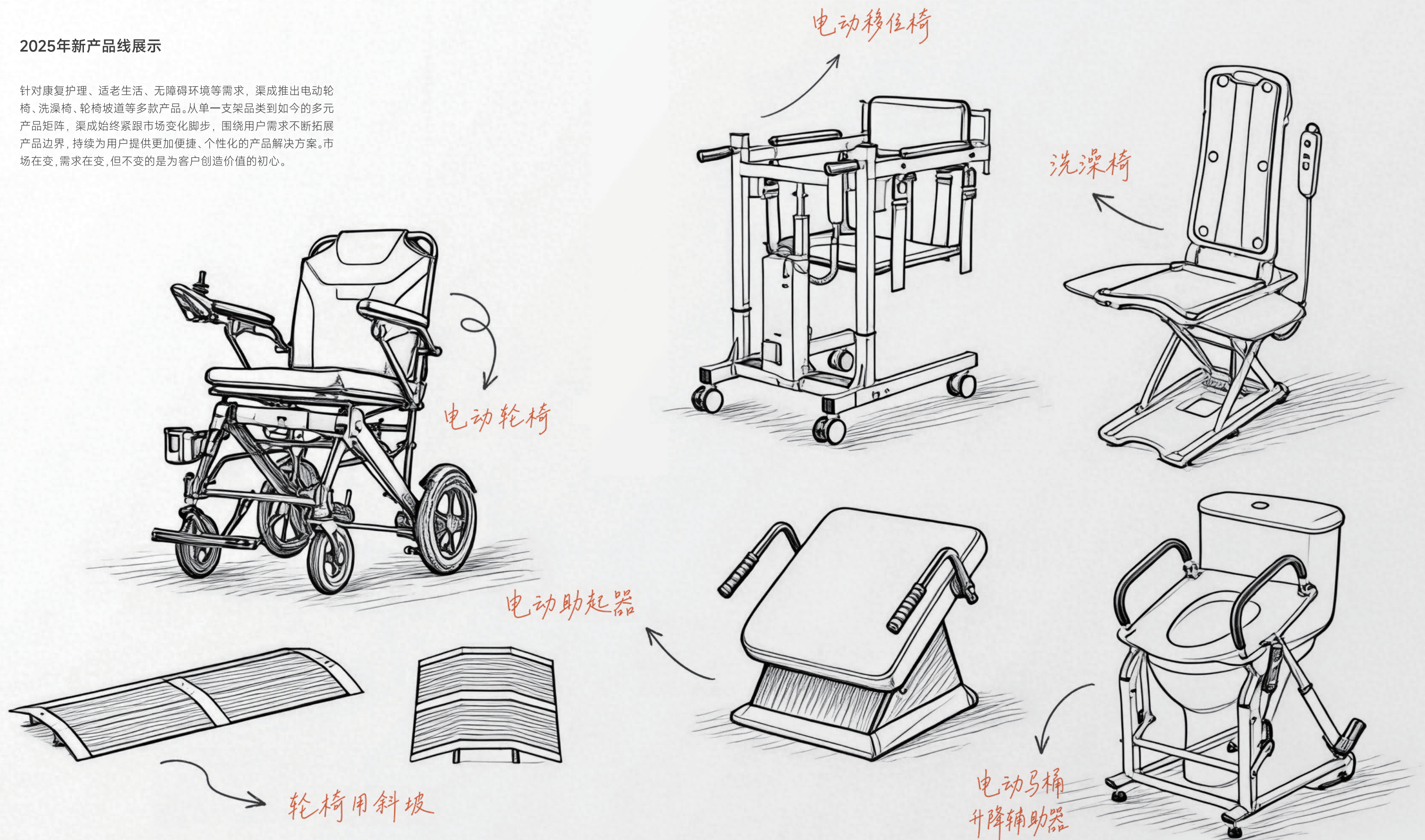
▲ 亚军团队 共生体联盟



▲ 季军团队 无界设计者

2025年新产品线展示

针对康复护理、适老生活、无障碍环境等需求，渠成推出电动轮椅、洗澡椅、轮椅坡道等多款产品。从单一支架品类到如今的多元产品矩阵，渠成始终紧跟市场变化脚步，围绕用户需求不断拓展产品边界，持续为用户提供更加便捷、个性化的产品解决方案。市场在变，需求在变，但不变的是为客户创造价值的初心。





1-3周岁
字母巴士

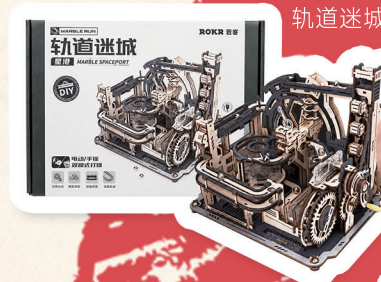


10-12周岁
机械物种甲虫 (男)



10-12周岁
书间秘境 (女)

4-6周岁
乐高回力车 (男)



7-9周岁
轨道迷城



4-6周岁
乐高甲龙小鼓 (女)



时光

Make Time Meaningful

把美好种进时光里，
让记忆开出永不凋谢的花

童心同行，快乐常伴

每年六一，集团都会提前为渠成二代小朋友们精心准备儿童节礼物。在我们心中，孩子们的健康与快乐成长就是最大的心愿。

延续去年的温暖，今年我们依旧根据不同年龄段为小朋友们准备了专属的礼物。这些礼物或益智，或趣味，或温馨，满载着集团对孩子们茁壮成长的诚挚祝福。

一张张笑脸，是给我们最好的礼物！看着照片中孩子们灿烂的笑容，所有的用心准备都化作了满满的幸福。收礼物是快乐的，但与父母一起分享这份快乐，才是最珍贵的时光。在这个特别的日子里，小朋友们在爸妈的陪伴下，一起拆开礼物，一起玩耍，一起探索，这份快乐加倍，这份温暖永恒。



1周岁以下
摇摆鹅

九九情长 礼敬安康！

秋风拂槛，菊灿桂香，又是一年重阳至
这个浸透着温情的传统佳节
不仅是登高赏秋的美好时令
更是我们尊老敬老、感念亲恩的温暖日子
在此，公司谨向每一位辛勤付出的您
以及您身后默默支持、可亲可敬的家人
致以最诚挚的问候与最深切的祝福

每年重阳，为员工父母奉上一份精心准备的“重阳礼”，已成为公司不变的约定。

这份心意抵达后，我们陆续收到了部分家长的暖心反馈。纸短情长，弥足珍贵，字里行间流露的欣慰与感动，既是对员工工作的支持，也是对企业的认可。这份理解与鼓励，是支撑我们前行的最坚实力量。

重阳岁岁，情意绵长，
在此衷心祝愿天下父母：
身体健康，笑口常开，
幸福长伴，安康久久！

▼ 渠成为员工父母准备的重阳节礼品



重阳佳节情浓浓，渠成孝心暖融融。
感谢集团赠厚礼，手捧礼物笑颜绽。
厚德载物显真章，教育子女努力干。
感恩之心无以表，唯愿渠成大辉煌。

署名：陈俊彦的家长

重阳：渠成礼赞
贺通策学仗群贤，孝道传承德为先。
余菊霜风凝厚爱，玉醪凝醇润心田。
椿萱并茂承欢日，寸草长酬反哺篇。
商海领航敦教化，渠成业旺自天然。

署名：陈俊彦的家长

精美的礼物收到啦，这份心意比礼物本身更珍贵！孩子在公司，承蒙大家关照，看到她在一个这么有爱的大家庭里，我们一百个放心。祝公司这个“大家庭”和我们都一样，团团圆圆，蒸蒸日上！

署名：葛嘉的家长

尊敬的宁波渠成集团：
非常感谢贵公司在每年的每个节日送来暖心的礼物与问候，孩子在贵公司这么优质的环境中成长很荣幸。祝渠成发展越来越好，蒸蒸日上。

署名：周于晖的家长

感谢公司关怀，感谢公司发放的敬老礼品，这份心意让人倍感温暖。公司不仅关心员工成长，更将关爱延伸至员工家庭。这样的企业文化令人动容。谢谢！

署名：韩娜的家长

重阳礼自远相倾，
暖意徐将霜鬓盈。
一纸秋声云外至，
还随雁影过九瀛。

署名：王圣超的家长

桃李芬芳，感恩有你

金秋九月，是收获的季节，更是感恩的季节
在渠成集团，有这样一群人
他们既是岗位的业务骨干
也是知识传承的引路人
——他们就是我们可爱的内训师
他们以智慧为种，以热情为壤
在各自的专业领域默默耕耘
为企业人才的成长注入源源不断的活力
值此教师节之际
谨向所有渠成内训师
致以最诚挚的感谢与敬意
感谢你们用知识与经验点亮他人
用责任与担当书写渠成人的成长篇章！



为了感谢内训师们的辛勤付出，我们举办了以“桃李芬芳，感恩有你”为主题的教师节活动，通过线上祝福、线下礼遇与互动留念三大环节，为内训师们带来了一场温馨的节日体验。

一份份精心准备的礼物，承载的不仅是节日的问候，更是公司对讲师团队深深的认可与关怀。我们希望通过这些实实在在的心意，让每一位讲师都感受到：你们的每一份付出，都被看见、被珍惜、被铭记。

NEW STAGE

新舞台 .





踏浪乘风，让品牌驶向更远的海

Ride the Tides, Sail the Brand Further

亚马逊运营一部 Renee

我记得某次部门会议，领导曾说过一句话，让我至今印象深刻：“我们在做一件很宏大的事——把中国的产品卖到国外消费者手里。但我们最终的目的，不只是把东西卖出去，更是为了让品牌走出去。”

这句话像一盏灯塔，照亮了我对这份工作的理解。我每天对着后台调广告、回邮件、处理差评等，这些日常工作看似琐碎，背后却承载着一幅更大的图景：我们正在将“中国制造”通过科技赋能，逐步转变为“中国智造”，让世界记住的不再只是一个产品，而是一份来自中国的品质承诺——Brand in China。带着这份理解回望我在渠成的半年多时光，那些乘风破浪的日子，忽然有了更深的意义。

启航：从手忙脚乱到锚定“本分”

初涉跨境运营，面对的是无数个第一次：第一次回邮件，第一次写产品文案，第一次跨部门对接，第一次调整广告投放，第一次将差评扭转……信息如潮水般涌来，不断变化的新规，实时变化的数据，不同国家的文化差异让我从容不再，想把所有事情解决，却发现自己像在风浪中手忙脚乱地划桨，船却迟迟不肯向前。

在我手忙脚乱的时候，我的带教会认真地指导我，给我一条一条捋，让我分清事情的轻重缓急，先得看清水流的方向，才能向前划动。这正是渠成常说的一个词“本分”——排除一切干扰和诱惑，只做对的事。我沉下心来，研究目标市场的消费习惯，积累产品的感知力，梳理竞品的打法，核对每一条 Listing 的细节。在渠成的半年多，每一个问题，他都能够为我耐心解答，从事情的本质和底层逻辑为我抽丝剥茧，形成一个个扎实的锚点。原本模糊不清的跨境地图在他的领航下逐渐绘出清晰的脉络，这艘船终于可以稳稳地浮在海面上了。

乘风：每一次出海，都借力于身后的风

跨境运营从来不是一个人的航行。从选品到发货，从售后到定位问题，每一个环节都需要不同团队的协作。产品页面上的“Buy Now”被海外客户按下的一刻，按下鼠标的不仅是他，更是这背后一起齐心协力的多个团队。每一个负责产品的顺利出海，都是乘着他们的风——PQE 的定位分析质量问题，设计部对于产品图片的反复打磨，操作部对于海运物流的实时反馈，技术部对于后台 bug 的迅速解码。渠成

“合作”的价值观不是挂在墙上的字，而是在每一次对接里磨出来的：多问一句、多等一会儿、多站在对方角度想想，在目标一致的前提下，群策群力，各尽其责。

破浪：在变化中寻得“动与静的平衡”

如果说启航教会我如何在风浪中辨别方向，乘风带给我坚实的助力，那么破浪则让我学会了如何在风浪中调整呼吸——先务实，再求实，别瞎忙。

我印象很深刻的是当我在某天打开广告后台，发现某个产品的 ACOS（广告花费占比）数值飙升，数据异常，我的第一反应是机械地调整竞价、关闭广告，试图用“动”来对抗“动”。当我向带教反馈我的疑问后，他的话让我醍醐灌顶：“要学会一点一点分析，到底是哪个词在影响转化，是竞品的问题还是市场的原因，找到原因再调才是有效调整。”听了他的话后，我认真分析了搜索词、产品位置点击、竞品打的关键词，终于找出了问题根源！是竞品和大词影响的共同作用。于是，我对于该词做了短期和长期的调整规划，同时集中火力投向另一个转化高的关键词。这一波的调整立竿见影。

从这个实践中，我能深刻感受到，市场和需求是在不断变化的，流量潮汐起起落落——这是“动”的常态。我们不能坐以待毙，而是要积极与用户需求同轨，与市场和客户同频共振，找到产品在每一个阶段的热门标签，在变化中找到短期稳定的抓手，这就是“静”的力量。

半年多的航行，让我从一名手足无措的新手水手，成长为即将独自掌舵的跨境运营人。但我深知，我的每一次进步，都离不开身后的风、眼前的灯塔、同船的伙伴。一如我当时所期盼的那样，希望能在渠成这片沃土，深深扎根，努力成长。现在我想说：根已经扎下了，芽也冒出来了，正迎着风，往更远的海去呢！

从“新”出发，在实战中淬炼成长

Start from New, Forge in Action

研发中心 Zhaolei Zhao

时光辗转，岁月沉香。站在 2025 年的岁末回望，我加入公司的这段时光，宛如一颗投入湖面的石子，激起的涟漪串联起学习、实践与融入的每一个精彩瞬间。这段从零开始的旅程，不仅是个人的成长足迹，也映射出我们部门乃至公司充满活力与支持的土壤。在此，愿以笔为媒，分享一名结构工程师在公司的见闻与心路，为公司的年度画卷添上一抹来自成长深处的色彩。

第一章：夯实“基本功”，在系统与规范中锚定起点

我的故事，始于对“未知”的探索。初来乍到，面对全新的工作环境与专业要求，首要任务便是快速掌握赖以生存的“工具”与“语言”。我像一名新兵，首先熟练操作 ERP 系统，学习如何精准查询物料信息，理解数据背后的流程逻辑；在 CERO 软件中，从基础命令开始，一步步构建三维模型的想象力；同时，严格遵循 PLM 数据管理规范，树立起版本控制与协同工作的意识。这些看似枯燥的“基本功”，实则后续所有工作铺设了坚实而标准的轨道。

与此同时，我如饥似渴地吸收着与公司产品相关的知识。厚重的技术文档、部门内部沉淀的培训精华、产品手册，都成为我的“武功秘籍”。我更庆幸身边有一群热心的同事，他们总是乐于分享，从材料特性到设计经验，耐心解答我层出不穷的“为什么”。正是在这样的氛围中，我对公司的主力产品系列从陌生到熟悉，特别是对钣金折弯工艺、塑胶件设计要

点、模具基础等有了从理论到初步实践的理解。

第二章：投身“实战场”，在项目中领悟设计的温度

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。真正的淬炼，来自于实际项目的“战场”。很快，我参与到具体的 ODM 项目和 OEM 项目开发中，在 ODM 项目中，让我第一次深刻体会到，一个优秀的结构设计是如何精准地服务于功能与用户体验的。每一个加强筋的位置、每一个安装孔的精度，都直接关系到产品的稳定性、可生产性与最终用户感知。而在 OEM 项目设计中，当常规的螺丝紧固方案受到限制时，团队领导引导我思考如何利用角度、摩擦与重心原理实现产品的稳定连接与快速拆装。那一刻，我领悟到结构设计不仅是力学与材料的计算，更是充满巧思的“解题艺术”，需要将工程思维与创新灵感相结合。

从三维建模、图纸输出、组织评审，到跟进手板打样、评估工艺可行性，我经历了产品从数字模型到物理实物的完整流程。这个过程充满了挑战，也伴随着问题得以解决的喜悦。它让我对“设计”二字产生了更深的敬畏——那不仅是电脑屏幕上的线条，更是即将走入千家万户，承载着功能、质量与安全承诺的实体。

第三章：融入“大家庭”，在协作中感受团队的力量

除了专业技能的成长，更让我倍感珍惜的，是公司开放、



包容、互助的工作氛围。这里没有森严的等级隔阂，无论是部门领导还是资深同事，永远门户开放，对我的请教总是倾囊相授。这种无私的帮助与“传帮带”的精神，让我在初期的迷茫中迅速找到了方向，也深深感受到了渠成团队如家人般的温暖与强大的凝聚力。这种积极正向的环境，极大地激发了我的工作热情与归属感，让我明白，个人的成长永远离不开团队的支持与托举。我衷心感谢公司提供的广阔平台，感谢部门给予的宝贵实践机会，更感谢每一位给予我指导和帮助的同事。这份认可与信任，是我前行路上最宝贵的动力。

尾声：未来已至，与公司共绘蓝图

当然，我也清醒地看到自身在知识体系深度、系统性思维以及创新视野上的不足。这将是未来我持续努力与突破的方向。展望未来，我愿继续深耕专业，积极承担，将个人的成长深深融入团队与公司的发展洪流之中。我坚信，在渠成这片鼓励创新、实干、协作的沃土上，每一份努力都将汇聚成推动公司前行的力量。2025 年的篇章已经翻过，但我与公司共同成长的故事，正翻开崭新的一页，期待与各位同仁一道，为我们共同的宏伟蓝图，贡献自己的热和光。

从画布到世界

—— 一名设计新人的跨境初航

Explore Beyond Canvas: A Designer's First Voyage in International E-Commerce

创意设计二部 Naihan Liu

站在 2025 年的尾梢，回望自己从校园踏入渠成的数月时光，我仿佛一位刚刚拿起航海图的学徒，在数字设计与全球商业交汇的海洋上，开启了人生的第一次远航。手中的画笔，不再仅仅面对画布，而是面对着一个由不同文化、语言和消费习惯构成的广阔世界。

作为一名应届毕业生，入职初期的体验是伴随着双重震撼的。第一重震撼来自于设计工作本身的专业深度。在学校，创意常被鼓励天马行空；在这里，我才深刻理解到，每一个像素的布局、每一种色调的选择，都承载着精确的商业目标与跨文化沟通的重任。设计不再是单纯的个人表达，而是一种严谨的商业语言，需要我用最短的时间，学会它的语法与修辞。第二重震撼，来自与 AIGC 工具的深度协同。它是我学生时代未曾深入接触的“超级伙伴”。初时，我惊叹于它生成文字与图像的迅捷与多样，仿佛拥有取之不尽的灵感库。但很快我意识到，真正的挑战从此开始，在海量的可能中，如何做出那个最对的选择？于是，我开始学习如何更加精准地使用 AI 工具。AIGC 不是答案的终点，而是帮我提出更好问题的起点，它放大了我作为新人的探索能力。

在整个过程中，我开始关注同一个场景在东西方语境下的视觉表达差异；我设计的一张卖点图，可能要同时被美国的程序员和德国的咖啡馆店主理解；我排版的文案空间，必须为多种语言的适配留有余地。这种全球化的视野要求，是校园课题从未给予我的难题，也是催我快速成长的养分。



更让我感到温暖的是团队的协作模式。作为一名新人，我的每一个初步想法，都能在与设计、运营前辈的交流中得到打磨。这种开放、互助的氛围，让我迅速褪去学生的青涩，开始以一名职业设计思考者的身份融入其中。这短短数月，是一段从“我”到“我们”，从“作业”到“作品”，从“单向表达”到“双向沟通”的浓缩旅程。感谢公司提供的平台与包容，让我这名新人能在最前沿的 AIGC 辅助下，在最真实的商业场景中，开始自己的设计生涯。

展望前路，我深知自己仍是学徒，但心中充满期待。我愿以这份新人的热情与好奇为帆，以公司专业的平台与团队智慧为舵，继续学习，持续探索。在快速发展的设计新时代，与设计部的所有同事一起，用创新的视觉语言，去连接更广阔的世界，讲述更动人的品牌故事。这趟初航，只是一个温暖的开始。

于实践中成长，在挑战中精进

Thrive in Practice, Sharpen through Challenges

单证储运部 Dan Xu

时光荏苒，作为一名跨境新人，我在渠成已悄然度过八个月的时间。回首这段时光，感慨良多。这不仅是我从校园到职场的身份转变，更是一次深刻理解跨境电商工作、融入渠成集团“水到渠成，意为努力踏实而为之，待条件成熟，功到自然成”企业文化的宝贵历程。

初入公司，面对错综复杂的亚马逊平台规则和繁琐细致的单证操作流程，我像一滴小小的水滴，带着内心的忐忑不安和对工作的憧憬，汇入了渠成大家庭的海洋中；幸运的是，我身处一个极具凝聚力和专业力的团队。在这里，有业务熟练的带教同事对我进行了毫无保留的指导，从了解FBA出运流程，到高效处理各式工作邮件、单子差异复核；从熟悉各大船司、货代的优劣势，到掌握应对海关查验、亚马逊仓派送突发状况的技巧。集团完善的培训体系和“师徒制”的传帮带文化，让我这个渠成新人在兵荒马乱中迅速找到了方向，将专业知识与实践操作快速融合。

实践是最好的老师。入职以来我深刻体会到，亚马逊物流绝非简单的“发货”二字。它是一条环环相扣的精密链条，任何一个环节的疏忽都可能导致公司成本激增或店铺绩效风险。在实际出运时，由于对工厂的出货进度没有进行及时跟踪把控，导致货物进仓突发状况频出，险些造成货物出运延误，最后在和仓库、合作方、工厂的多方沟通下，事情顺利解决。我明白压力之下，情绪是无用的，唯有聚

焦于“下一步该怎么做”才能破局。这种心态的调整，是我从同事和领导身上得到的最宝贵的收获之一。

也正是实际工作中遇到的不同类型经历，让我切身体会到“专业”与“责任”的重量。在部门领导和辅导员的指点下，我明白我不仅要关注货物实际出运前的情况，还要关注货物开船以及到港派送的进度，更要前瞻性地研究目的国关税政策、亚马逊仓库入仓规则等，主动与合作商沟通协作，真正做到防患于未然。集团强大的资源和信息化系统，为我的工作提供了巨大支持，让我能更清晰地从单证出运跟踪表上洞察全程物流动态。

在渠成的工作时间中，我逐渐从一个被动执行者，成长为主动思考的问题解决者。我学会了如何与我司同事和合作服务商进行高效沟通，确保双方信息的同步；集团“客户第一、本分、务实、创新、合作、分享”的价值观，时刻提醒我，我的每一项操作，都直接关系到公司的店铺运营与利益，这份责任感是驱动我不断精益求精的核心动力。

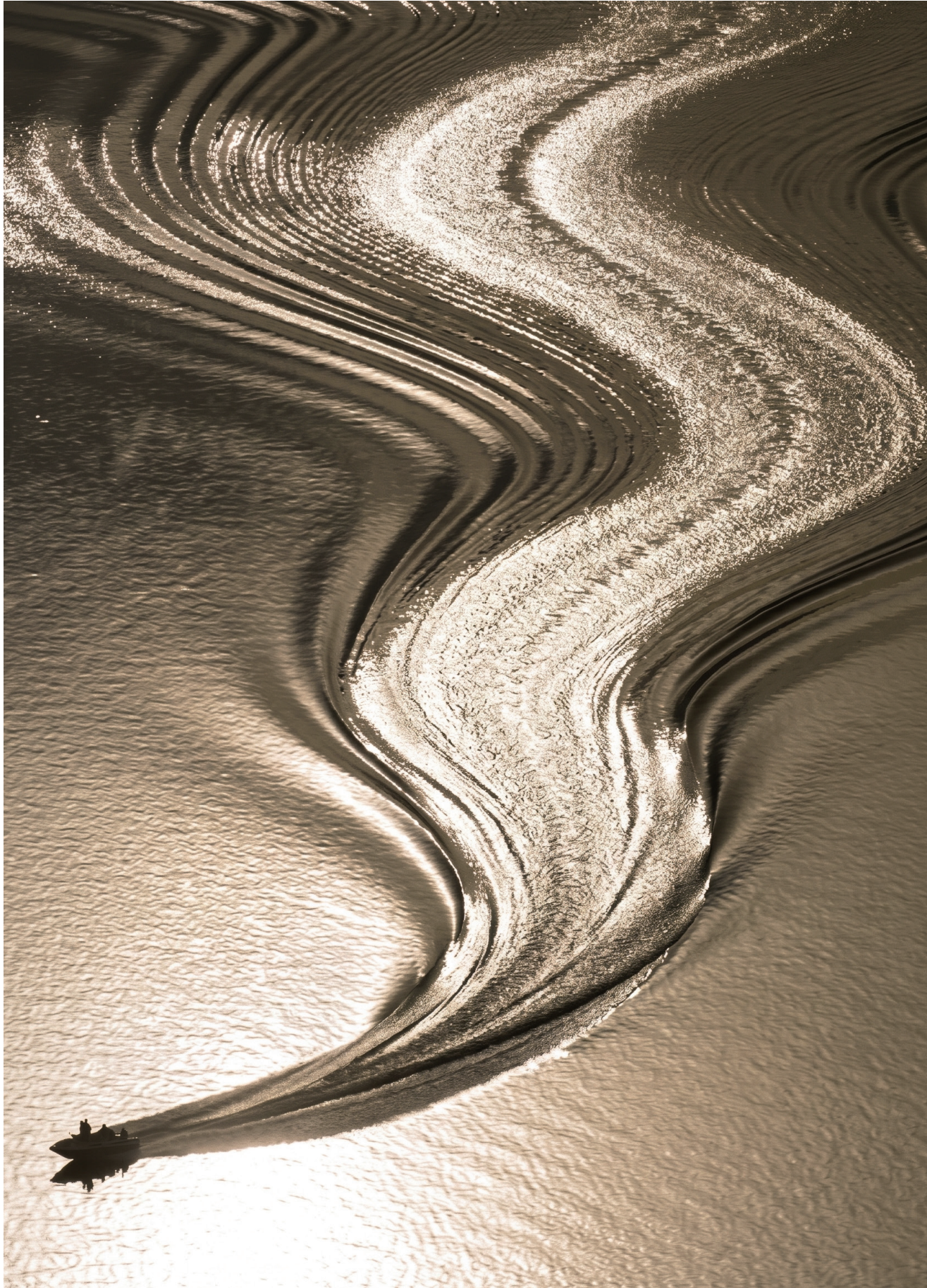
深知跨境物流领域学无止境，我期待在渠成集团这个广阔的平台上，继续深耕，不断精进自己的专业技能，我将以更饱满的热情、更严谨的态度，迎接新的挑战，为跨境团队和公司的发展贡献自己的一份力量，与公司同进步共成长。



SHARE

心分享。





从内容营销看长期主义

Decode Long-Termism via Content Marketing

北弧新电商运营部 Sangzi Xu

进入渠成之前，我已在内容营销的海洋里摸爬滚打了数年，也算经历过爆款标题为王，每日追逐热点，分析内容公式的阶段，如今也会偶尔唏嘘，在频繁迭代的算法下，内容被假手于 AI，视频流是清一色的短平快。

进入渠成后，我的带教人 Simon 对我说，我们要做品类的长期攻坚项目。攻坚？出于职业本能，“怎么攻”很快在我脑中有了雏形；但“坚”是什么，却需要真正走进这个陌生的产品、市场、还有内容逻辑里。

长久以来，内容营销所传诵的金规铁律一直是曝光量、阅读数、以及爆文率，信奉着“标题决定打开率，前 5 秒决定完播率”。流量焦虑似乎是所有内容营销人挥之不去的噩梦。盯着后台的流量曲线，我不禁问自己：如果明天所有平台都不显示阅读量了，我们还会做内容吗？我一时没有找到答案。

功不唐捐，长期主义的回响

不久后，公司组织我们去工厂参观学习，带领参观的是一位老员工。讲解间隙，有人问他入职多久了。他笑了笑，说：“今年差不多是第十年了吧。”我们纷纷感慨。他却摇摇头：“去年公司二十周年庆，二十年工龄的都有好几位，超十年也几近一百位了。”说这话时，他眼里有一种很平静的小骄傲，不是炫耀，是笃定。

一些入职后因为忙碌的工作而被我忽视的细节，突然都在这句话里重新清晰起来：座位上那部为了提高效率而

保留的座机、会议里清晰到近乎刻板的项目管控流程、汇报前那句“PPT 形式次要，内容本身和逻辑为重”的要求。

做正确的事，哪怕它慢一点，这就叫本分；用户记住的，永远比我们想说的更重要，这就叫务实。在此基础上善于学习，敢于质疑，乐于改变，这就叫创新。那一刻原本只在员工手册上看到过的标语跃然眼前，原来它们不是写在纸上的宣言，而是写在每个渠成人平凡的工作日里的注脚。没有急功近利的呼喊，也没有对“捷径”的追逐。只有日复一日的翻土、播种、灌溉、等待，这是 20 年如一日的脚踏实地和坚守。我似乎找到了那天提出疑问的答案。

守亦为攻，内容营销是信任的复利

流量为王的内容追求也许还未完全燃尽，但囿于公式和套路的内容一定会渐渐被这个充满竞争的时代淘汰。所谓的攻坚，恰恰是思考如何在逐利时代下过好这个内容寒冬。流量像烟花，绚烂却转瞬即逝，信任才是炉火，微弱却温暖过冬。并非不逐利，而是明白：信任的复利，才是内容人真正的护城河。

正如内容营销中的“营销”二字，经营的不是传统的生意场，而是品牌的信任。这就是内容营销人应该坚守的长期主义，而这件事，在渠成，已经发生了 20 年。当我们不盲目追逐风口，而是学会守住一座山头，守亦成为了攻。

在这片崇尚着长期主义的土壤，我找到了内容人精神迁徙的方向，也收获了水到渠成的底气。

我的渠成通关秘籍

—— 结构工程师的三维地图

My Playbook: A Structural Engineer's 3D Map

研发三部 Ying Zheng

时光荏苒，来到渠成已近1年，回想起4月1日刚来的时候，导师拍拍我的肩，说：“别急，先认路，有啥不会的来问我。”当他说出这句话时，我还不确定前面有什么在等着我。但如今回望在渠成将近一年的时间里，我明白当时的那条路，是一条需要我自己去执笔绘制的三维地图。它沿着彼此交织的三个维度，引领我从一个坐标原点，稳步迈向一个更广阔世界的旅程。

第一维：构建知识的骨架

我的学习旅程，始于对浩瀚的线上知识库的探索。技术标准、设计手册、材料数据库与线上课程，共同勾勒出工程领域的“纸上山河”。初学者第一步，还是要认识这片“山河”的轮廓。学习它们，就如同研读一份精确的地形图，让你认清核心原理的“山脉高度”，理解设计流程的“河流走向”，熟记典型方案的“城池布局”。

然而，仅仅熟记地图，并不能保证在真实的荒野中不迷失方向。例如在实际工作中，产品材料的选择、产品的定位、表面处理的方式、强度指标等条件都影响着材料的选型。标准答案给出了“在理想情况下应当如何”，但却没有告诉我们“在复杂的条件下应该如何权衡”，理论提供了坚实的起点与清晰的框架，但现实问题的答案，往往藏在框架之

外、标准之间的那片灰色地带。这份认知，成为我迈向下一维度的路标。

第二维：接住传承的火炬

如果说理论学习构建了我的认知框架，那么身边的前辈和同事，则是为这个框架注入灵魂的“真人图书馆”，他们是地图上一个个鲜活的导航点。

当我第一次将理论投入实践，试图绘制一个真实的产品结构时，书本上严谨的知识忽然显露出一种苍白的抽象。零件之间的连接方式、间隙的把控、尺寸链的设计意图、制造可行性的约束等方面，都静默地存在于书本章节间的空白处。困惑之时，我便转向身边的“图书馆”。每次的请教，都是将知识的具象化。他们手中的旧样品，笔下勾勒的结构草图，还有嘴上说“我们当时也遇到过...”这类的开场白，都是我前进路上的一座座桥梁。抽象的理论数字在他们的不断讲述中也获得了实际的感受。

在不断的询问中我也深刻体会到，产品并非凭空而来，而是在充分理解约束、吸取经验智慧后才能结出的果实。当我不再满足于“知道怎么做”，而是开始追问“为什么这样做”以及“能否做得更好”时，我的三维地图也逐渐立体起来。



第三维：点亮创造的火种

前两个维度奠定了基石，第三维则指向终极目标：让想法落地生根。

当产品还存在于电脑软件中时，它好像一切都显得那么完美。然而，从虚拟到现实的转化之路却遍布荆棘。我清晰地记得我的第一个项目——办公垃圾桶的设计。在电脑前，我反复修改结构，保证尺寸的精确、功能的完善、连接的牢固。但当手板样实际制造时，现实的“第一课”便以最直接的方式到来：钣金焊接的热变形使原先精心计算的装配间隙彻底失效，因为折弯多且复杂，导致角度并没有预期

的准确。最终，那个勉强能够实现基本功能的实物，离电脑上的模型之间还是隔着一段令人沮丧的距离。

这段经历让我深刻理解，纸上设计只是创造的起点。真正的创造，是在与制造工艺、材料特性的反复磨合中，将工程师的构想，最终锻造成用户可以真实使用的产品。

回顾这幅逐渐丰富的三维地图，我深刻体会到每一个维度都不可或缺。在渠成这个能让知识流动、经验传承、创意落地的平台，与志同道合者并肩前行，本身就是最大的收获。这份成长没有终点，它的每一次延伸，都指向下一个突破。前路漫漫，行则将至。

做玩家背后的最强辅助

——“神装”打造通关心路

Be the Ultimate Backup: Craft Top-Tier Gears to Win

电竞数字营销部 Sihan Wang

在电竞行业的内容输出中，经常会用到“物理外挂”这个词。某天我突然好奇地琢磨，“开挂”明明是一种破坏公平，让玩家深恶痛绝的作弊行为，但为什么往往在营销语境中，这反倒成为一个具有吸引力的好词了呢？曾在单机游戏里使用过 MOD 或者官方作弊码的朋友都知道，开挂爽吗？那可太爽了！实力不够，黑科技来凑，突破规则本身的限制，提高自身的操作上限，如果能够合法享受开挂的快感，那岂不是极速上分，所向披靡。

放大投射到我们的日常工作来说，其实这就是我们电竞事业部做策划和内容输出时的核心逻辑，玩家在屏幕前拼杀，我们在屏幕后思考。试图用最直击人心的视觉和文案告诉这群热血玩家们：这就是你们一直在寻找的最强“电竞神装”，它并不是冷冰冰的产品，是能帮你打破操作结界，拉满战力的合法物理外挂，我们，就是你背后的最强辅助！

打游戏进入新地图必须先开视野，策划工作的第一步同样是精准的洞察。我必须把自己彻底代入玩家的视角。当 FPS 玩家需要大范围挥动鼠标拉枪时，原装显示器笨重的底座和局促杂乱的桌面空间就是卡住操作的 Bug；当玩家沉浸开黑几个小时，僵硬的坐姿就会给颈椎套上疲劳酸痛的 Debuff。

我们的工作，就是敏锐地捕捉到这些真实的人群、场景和痛点，翻译成一套懂行的战术解决方案，大声地告诉玩家：我们的产品能为你清空视角和桌面的障碍，能凸显个性、吸睛拉风；能燃爆全场，快乐电竞！

然而，将产品包装锻造成玩家心智中的神装，向来不是一个能“一命通关”的简单副本，有时它需要经历无数次的读档重来与极限微操。页面中如何把酷炫的桌面轨道，复杂的参数和使用角度，转化为极具赛博朋克感的桌面场景？视频的前三秒如何能引发共鸣，留住观众？从卖点排版的字斟句酌，到分镜脚本的推倒重来，每一次绞尽脑汁的修改，其实都是在打磨这件神装的属性面板，只为在内容直面用户的那一刻，能打出最完美的转化暴击。

在这个不断打磨升级的历程中，我深深体会到，打造并推广一件爆款神装，绝非一个人的单打独斗，而是一场默契十足的团战。如果说营销部是探明市场需求、向玩家直接喊话的战士，那么研发团队就是我们坚实的“坦克”，用严苛的参数与测试，赋予神装最硬核的底气；而视觉设计团队更像全场的“法师”，用极具张力的 3D 渲染图和光影，将电竞的氛围感直接拉满。正是有了这群可靠队友的鼎力支援，我们的产品才能真正穿透屏幕，成为千万玩家心中的首选。

游戏里的神装能帮玩家扭转战局，而我们在工作中倾注的努力，同样能为玩家的电竞体验带来质的飞跃。副本仍然在不断更新中，我期待继续与团队并肩作战，不断提升自己的技能，将更多优质的电竞神装带到玩家面前，做他们最坚实的后盾，Carry 全场！



不止准确，更是贴心

Infuse Accuracy with Thoughtfulness

平面设计部 Wanzhen Bao

作为一名说明书设计新手,我的职业生涯第一站是面向 B 端的中性说明书设计。B 端设计是一场对严谨性的极致修炼,步骤的绝对正确和信息的精准无误,是设计中不可触碰的底线。这套标准化的训练,让我快速建立起说明书设计的底层逻辑,就像《金字塔原理》中提到的,先搭稳框架,再填充细节,以此确保信息传递的零偏差。我一度以为,这份“严谨”就是说明书设计的全部,直到转向 C 端的跨境说明书赛道,我才发现,自己此前仅仅摸到了说明书设计的冰山一角。

初入 C 端领域,这样的转变让我十分不习惯。此前我主要对接技术岗或采购岗,他们所需要的是严谨、全面、无歧义的内容;而如今我要面对全球各地的个人消费者,有人会因为看不懂安装步骤直接给出差评,也有人会因为没注意安全提示,导致产品损坏后申请退货。如果说 B 端设计是“做减法”,追求信息的专业与精炼,那么 C 端设计便是“做加法”,要求在保证信息准确的基础上,兼顾用户体验的每一个细节。

在适应的过程中,我发现自己面对了前所未有的挑战,不



仅要设计出清晰美观的版面,更要预判用户可能卡壳的步骤,规避产品使用中的潜在安全风险,这种全能视角的要求,一度让我感到手足无措。

真正的转折点,出现在我开始深度体验每一款产品之后,当我站在用户的角度重新思考,我意识到过去为了追求专业,将产品调节流程拆解得过于技术化,但在真实的使用场景中,用户根本不关心机械原理,他们只在意如何操作才能轻松舒服。这些体验如同一面镜子,让我重新审视过往的工作,B 端的严谨教会了我“做对”,而 C 端的体验则教会了我“做好”。

从 B 端到 C 端,我走过的不仅是一条业务转型之路,更是一条思维成长之路。我依然珍视最初对准确的执着,因为这是我设计的根基;而如今的我,更懂得在这份根基之上,搭建一座通往用户内心的桥梁。当我将严谨与体验二者结合,我的设计思维才真正变得立体——不再只专注于信息传递,而是关注用户体验的全链路。一份真正优秀的说明书,从来不是看起来足够专业,而是用起来足够贴心。

英国市场考察手记： 从货架陈列到消费脉动的深度感知

UK Market Insights: From Shelf Displays to Consumer Dynamics

开拓七部 Carlos

2025 年 8 月末，我随公司考察团队踏上英国，开启为期八天的市场深度调研和老客户拜访。从曼彻斯特的零售商圈到伯明翰的仓储式卖场，再到伦敦的现代化购物中心，我们用脚步丈量渠道，用眼睛记录细节，更用心灵感受这个成熟市场的温度与脉搏。

初抵英国：宏观图景下的微观洞察

出发前，我们已对英国的经济数据做过功课：欧洲第二大经济体，GDP 缓慢复苏，通胀从峰值回落但仍具有压力。然而，当真置身曼彻斯特的街头，看着超市里明显上调的价签，听着客户谈及“民生压力依然很大”时，那些冰冷的数字才突然有了实感。

货架上的博弈：品牌布局与市场缝隙

这次考察，我们走访了十余个渠道，从 3C 连锁到五金 DIY，每一条货架都是一场无声的商战。

在其中一个 3C 数码连锁超市的渠道，我们看到了线下铺货的专业范本。电视机支架区按功能分类陈列，自有品牌占据核心位置，其余三方知名品牌以差异化产品侧翼切入。显示器支架铺货率低，仅有的几款多为经济款关节支架。这让我立即联想到：随着显示器尺寸向中大演进，中高端弹簧支架如何能顺利跻身市场？

而在另一个五金连锁超市的渠道里，理线器、排插、数据线的铺货密度令人震撼。A 品牌的理线管、B 品牌的 USB 排插、C 品牌的数据线——这些消耗类 3C 产品的丰富度

远超预期。我蹲在货架前一一拍摄包装细节，彩盒上“Surge Protection”的卖点标识、带 USB 接口的功能升级，都在提示我们：消耗类电子配件市场远未饱和，品质感与功能差异化是敲门砖。

与客户的对话：信心与谨慎并存

此次拜访中，我们参观了客户的仓库展厅，看到满满一面墙的电视机支架全部来自 LUMI，自豪感油然而生，伴随着客户的一声“这是我们自有品牌的核心产品线”，那一刻，我深切体会到深度合作带来的共赢。而客户对于市场的反馈，让我们拉紧了心弦不能松懈：“通胀确实回落，但消费信心修复需要时间。”英国市场并非一片坦途，但也不是死水微澜。关键在于，我们能否用精准的产品定位与渠道策略，撬动那些谨慎但真实的消费需求。

八天时间，四座城市，十个客户，十余家门店，脑海中对市场有了重新认知。我深刻体会到，成熟市场不是铁板一块，而是在效率与体验、自有品牌与代理品牌、性价比与品质升级之间存在着无数缝隙。每一家渠道都在寻找自己的生态位。而我们作为供应商，价值正在于为这些生态位提供恰如其分的产品力支撑。

2025 年的英国之行已经结束，但市场的回响仍在持续。我将带着这份鲜活的认知，投入到后续的客户沟通与产品规划中。期待下一次出发时，我们的产品能在更多货架上，占据更亮眼的位置。





连接的价值

Value in Connectivity

操作二部 Fiona

转眼走到了 25 年年末, 当我回望, 那些跨越时区的晨昏、交织着多重角色的日常, 在眼前清晰地铺展开来。我们在看似无边界的全球市场中寻找连接点, 将中国供应链的脉搏与海外需求的节拍精准对接。在数月的工作过程中, 我日益懂得, 自己工作的本质是连接: 是在客户的需求、工厂的产能、公司各部门的专业支撑之间, 编织起一条稳固而高效的价值链。正是在一次次具体的对接中, 我触摸到了渠成精神的温度与力量。

记忆最深的是一个客户的货存在很严重的品质问题, 面临的是重大金额的赔偿和退运返修。我们迅速搭建起一个临时协作组: 与客户反复沟通, 明确客户的主要诉求和具体细节; 与工厂技术部和生产线的负责人同步信息, 评估模

具修改的工时与成本; 同时与公司内部的研发、品质、供管同事紧密协作, 确保新方案可以解决客户当下提出的问题, 确保正在进行的、即将进行的、未来计划的不会再次发生类似的问题。在接到投诉后的无数个小时里, 跨越大西洋的邮件、深夜工厂车间的照片、内部协同平台上飞速跳动的讨论, 共同构成了一场多线程的接力赛。最终, 当获得客户“perfect”的回复时, 我们感受到的不仅是解决问题带来的喜悦, 更是一种由精准协同带来的巨大成就感。在渠成, 我第一次深刻体会到, 一单生意的达成, 是无数个内部信任环与外部信任环精密咬合的成果。

这已成为操作业务员的工作常态。我是销售, 更是问题的解决者, 需要将模糊的市场反馈, 翻译成清晰的话语给到

后方。与工厂对接, 我是跟单员, 更是公司与供应链前端的纽带, 需要将公司的品质标准与交期压力, 转化为彼此理解的生产节奏。而与内部各部门的对接, 则是支撑所有外部活动的基石。当外销业务中心的同事提供最新的区域市场洞察, 当风控部的同事厘清合同中的潜在风险, 当单证部的同事为紧急订单调配出最快的舱位 我深知, 自己从来不是孤军奋战。渠成畅通的横向沟通机制与知识共享文化, 能让我迅速找到对的帮手, 整合出对的方案。

从初出茅庐的毕业生, 到能够独立驾驭复杂流程的业务员, 我的成长正源于这无数次的连接与对话。我学会了在客户的期望与工厂的现实之间寻找平衡, 也学会了将一线炮火声精准地传递给内部支持部门, 共同推动产品与服务的迭代。

岁月沉香, 沉下的是应对繁杂事务的耐心, 是无数封邮件、通话、表格构成的日常; 升腾的是成为专业连接者的笃定, 是将个体点滴经验汇入组织智慧长河的成就感。我的 2025 年, 是在全球贸易的经纬线上, 学习如何更沉稳地握紧接力棒, 让信任与价值在每一次对接中顺畅流转。未来我期待继续与这支舰队同行, 在广阔的世界市场里, 不仅达成交易, 更能创造可持续的价值连接, 这正是我们外贸业务员所追寻的深蓝航线。



第二年的刻度，深一寸

My Second-Year Mark: Rooting Deeper

开拓二部 Kelsey

时光这东西，真是奇妙。当你身在其中时，它像指缝间的风，抓不住；可待你回头望，才发现那些平凡的日子，早已在生命里刻下了深深的年轮。

当四季的忙碌与收获渐渐沉淀，我也迎来了在公司工作的第二个年头。如果说第一年我是那个站在田埂上张望、小心翼翼学着播种的人，那么这一年，我终于敢把双脚实实在在地踩进泥土里，感受大地传递来的温度与阻力，然后深吸一口气，把根再扎下去一寸。

在参与 2025 年季度学习实践案例收集任务的过程中，我对“学习”与“工作”的关系有了更深的理解。那些来自一线的真实案例，并不是写在纸面上的总结，而是在一次次客户沟通、方案调整和问题解决中自然形成的经验积累。比如，在面对客户对产品结构和适配性的多重需求时，我和研发工程师曾反复沟通推演，方案否了又立。那一刻我突然明白，所谓专业，不是背诵产品参数时的流利，而是在所有人说“只能这样”时，你依然愿意为了客户多试一次，也许还能更好的倔强。当最终方案被采纳，客户在邮件里写下“谢谢你们的坚持”时，我懂得了，成长从来不是一个人的破茧，而是一群人的托举；专业度并非一蹴而就，而是来源于反复打磨与持续学习。

公司丰富多样的活动与学习平台，同样为我的成长提供了肥沃的土壤。无论是绚星平台上的课程，系统中的经验分享，还是同事之间的案例交流，都让我在忙碌的工作之余不断充实自己。大家乐于分享、善于总结，也让我逐渐从“学习者”成长为“分享者”，这种被信任、被需要的感觉，令人温暖而踏实。

当然，工作中并非总是一帆风顺，也有压力山大的时刻，有方案卡壳的深夜，有被客户追问时的窘迫。但正是这些磕磕绊绊，让“团队”二字在我心里有了沉甸甸的分量。每当困难出现，总能看到身边同事并肩作战的身影。大家目标一致、各司其职，把压力化为动力，把问题变成答案：是产品部同事多留的那一小时，是研发工程师耐心画的示意图，是操作伙伴那句“别急，我帮你盯着”——这些细碎的温暖，像春日的细雨，无声地滋养着我，让我明白：我们从来不是孤军奋战，而是一簇簇火苗，聚在一起，便成了照亮前路的火炬。

站在第二年的尾巴上，我愈发清晰地看见自己的刻度：不再漂浮，而是向下扎根；不再沉默，而是主动发声；不再只是接受，而是开始给予。这大概就是最好的成长——不是一夜参天，而是每一年都深一寸，每一寸都踏实。

务实为基，本分为道

Stay Grounded, Act True

供应链管理二部 Ethan

入职渠成眨眼间也快两年了，和公司其他岗位的同事不一样，我没有参与过千百万的订单谈判，也没有在展会上与国际客户相谈甚欢。我的日常，是处理客户反馈的一个个产品异常，是在工厂跟进订单保证正常生产，是将脑海中一点一滴的改善方案落实到工厂。异常处理、跟踪工厂改善落地、撰写 8D 报告、订单跟进、监装等，这些日常工作曾让我一段时间觉得压力颇大，认为时间不够用，直到后来，客户很认可我们提供的关于焊接处脱落的 8D，客户订单装柜时指定我进行监装，跟线时能发现订单生产异常避免批量性不良。我才明白，“务实”不只是口号，而是对工作的耕耘，“本分”不是保守，而是守住做事的底线。

每次去到供应商，经常听到的话往往是：“差不多，应该没什么问题”和“SQE 来了，有什么投诉和困难？”但作为质量人员，我认为不能这样，我们需要做的就是：把“差不多”变成“可以”，把“供应商畏惧”变成“供应商相信”，在日常工作中真正地将“务实”和“本分”落到实处。

外贸行业，表面是语言、渠道、汇率的博弈，实则根植于信任的积累。在宁波这座港口城市，很多中小外贸企业，没有资本撑腰，没有品牌光环，却靠着“货真价实、守时守信”在国际市场站稳脚跟。在日常和一些业务同事聊天过程中，有一句话我记忆犹新，“客户不一定能一直记住我的名字，但肯定会记住订单有没有准时，质量有没有异常”，这便是务实和本分的具象化。没有花里胡哨的语言，有的尽是对客户的诚挚态度。反观我们质量人员身上，我也曾见过优秀 SQE 的工作细节，能将一个供应商的电话备注为：张工 - 压铸 -2 季度不良率飙升，相比于其他的质量专业工具，我更敬重他的质量态度，这也是我需要一直学习的地方。

虽是新人，但已笃信：在质量这条路上，走得最远的，从来不是跑得最快的人，而是从不偏离轨道的人。在后续的工作道路上希望大家久伴，共同成长和进步。



在文化土壤里，种下共生的种子

——一名HRBP与品牌事业中心共生长的手记

Symbiosis in Culture: An HRBP's Journal on Co-Growth with the Brand Team

人力资源部 Luxiang Xie

冬末春初的会议室里，窗外寒意未散，屋内却已热火朝天。品牌事业中心的各事业部正在为 2026 年的 OGSM 共创进行如火如荼的讨论与想法的碰撞，而我，作为品牌事业中心的 HRBP，正试图在“人力资源”与“业务”的交汇处，找到那条看不见却至关重要的纽带。

依稀记得三年前刚加入渠成，我尚以为 HRBP 的角色是“桥梁”——连接组织战略与团队执行。但随着这三年扎根于业务、服务于业务，我逐渐认识到，真正的价值不在于“连接”，而在于“共生”。

比如在 24 年底共创 25 年的 OGSM 时，在 HRBP 版块明确了一项核心策略是通过技控项目的实施，挖掘组织问题并解决，从而提高组织能力与运转效率。这无论对于组织而言还是对我而言都是一个不小的挑战，因为彼时的我们都没有过技控项目的实施经验，甚至对这个概念也比较陌生。随着外训、内化、需求整合、主题评审、落地跟进、验证闭环，我协同品牌事业中心的干部们从零开始去做这个事情，其中最难的当属关键价值链的拆解与通过 BEM 模型的应用筛选出亟待解决的流程、工具、数据等问题，而在项目拆解与推进过程中，无论是我作为 HRBP 的角色，还是业务端的干部们，都更深刻地理解了业务逻辑，加深了对于经营与商业的认知，也进一步剖析了组织

运转的逻辑、其中的关键点与抓手，从而让 HRBP 与业务干部的目标与方向能更统一，心往一处想，劲往一处使，对于各类流程、工具、数据等进行了符合业务实际增长需求的优化，共同为业务增长、组织提效而战斗，共生共成长。当然，该项目最终也取得了较好的成效。

正是这种“合作”使得“人力资源”与“业务”能够精诚团结，戮力同心，有效打破部门墙与思维差异，让工作更落地更高效；也正是“务实”与“分享”的文化基因，让不同声音交汇碰撞，最终凝聚成一股向上的力。我在那一刻明白：文化从来不是挂在墙上的标语，也不是嘴里喊着的口号，而是蕴含在每一次对话、每一分思考、每一个决策、每一项行动里。

在与品牌事业中心并肩作战的日子里，我学会了用他们的语言思考，也明白了我不只是“提建议的人”，而是“一起发现问题并解决问题的人”，信任便悄然生根。这，或许就是“共生”的真实模样。

未来，我也希望在品牌事业中心把文化“种”进日常：在项目复盘嵌入“价值观闪光时刻”分享；用“文化伙伴”机制联动业务干部共塑团队氛围；将“分享”精神转化为知识沉淀的轻量化工具……

集团二十一载风雨兼程，奔赴山海，倚仗的从来不是口号，而是一代代人用行动浇灌的文化土壤。而今，我愿做一粒种子，乍暖还寒的立春之时，在这片土壤里向下扎根、向阳生长，与品牌事业中心共生，在务实中求新，在合作中共赢，在分享中成就彼此。

因为我知道——最好的文化，不在远方，在我们并肩作战的每一个此刻。



用初心赴新程，以协同共成长

Stay True for a New Journey, Collaborate for Co-Progress

IT二部 Guihong Zhang

在岗位上慢慢沉淀，才发现最动人的成长，从来都不是孤军奋战的光芒，而是并肩同行的温暖与力量。作为应用团队主管，这些日子里，我陪着团队从青涩磨合到默契相守，褪去了角色转型的慌张，也收获了很多关于工作、团队与热爱的感悟。那些指引我们前行的底气，从来都不是鸡汤、标语、口号，而是藏在每一次加班攻坚、互帮互助里的行动自觉。

去年刚升至主管岗位时，我也曾手足无措。从前只需专注自身业务，后来要兼顾多项系统落地，还要操心团队伙伴成长、协调团队资源，常常忙得脚不沾地。印象最深的是刚接手不久，恰逢稿件交付系统 V1.0 开发关键期，既要对接业务梳理需求，还要协调研发、推进进度，那段时间几乎天天加班，也曾怀疑自己能否兼顾好这些事。万幸公司一直在赋能成长，新晋干部培训、前辈倾囊相授，慢慢帮我理清思路，也让我坚定了踏实做好本职的初心。

身边一起并肩作战的小伙伴，也让我在工作中倍感暖心。我们团队没有各自为战的疏离，只有彼此搭台的默契：当移动验货 APP 出现线上问题影响验货进展时，应用小团队即使周末、晚上 11 点也在持续跟进；产品经理在系统上线后，持续跟进并优化系统方案，用耐心做好服务；在面对自动生成客户报告 PPT 功能、探索用 python 生成个性化模板等功能时，开发工程师面对不熟悉的技术能主动钻研、互相探讨；在新人培养上，我们复盘经验、分享技巧、助力新人快速融入……不同岗位，同样的坚守，透露出小伙伴们的真诚与担当。



工作不会一帆风顺，资源紧张、需求紧急都是常态。在 ERP 开发资源不足时，部分小伙伴主动提出分担功能开发；应对美国关税紧急需求，负责的小团队对接梳理、加速开发，顺利保障 DDP 订单模块上线。我深深体会到，团队的成长，从来都不是某一个人的功劳，而是每一份付出的叠加。

一路走来，我慢慢沉淀出自己的管理心得：管理不是发号施令，而是彼此成就、互相赋能。时光不语，实干有声。我愿做和大家并肩的同行者，以身作则、勇于担当。感恩公司给予的平台，感恩伙伴们的温暖相伴，我们会继续坚守真诚与初心，脚踏实地，做好当下，迎接未来。

被推着走的一年，想明白的几件事

Insights Gained from an Innovation-Swept Year

创意设计中心 Jie Zhang

那天看完部门群分享后，我坐在工位上愣了很久。平面设计师可以不通过三维软件，用 AI 工具几分钟就能快速合成真实图片时，我脑子里蹦出一个词：达尔文信号。如果动画师只停留在执行端，等哪天 AI 能根据一句话生成动画时，我们的价值将被挤到产业链末端。

这一年，就是被这个信号推着往前走的一年。

我开始系统学习 GPT，把它用在脚本策划上。有好几个夜晚，我对着屏幕反复调试提示词，琢磨怎么让 AI 理解“节奏感”“干净利落”。为了 MA1005P 吸尘器支架的脚本，我翻了一堆戴森广告，试图把片子调性往高端靠，每个镜头卡好鼓点，觉得自己做的视频质量肯定高。

直到跟运营深聊几次，才突然反应过来——他们要的不是“像戴森广告”，而是用户能不能一眼看懂卖点。数据摆在那里：亚马逊观众预览视频时，大部分都不开音量。那个瞬间，我脑子里像有什么东西“啪”地断了——我之前熬夜卡的鼓点、反复调的音效、那些我觉得“很有质感”的花哨转场……在运营和客户眼里，远不如“3 秒内讲清楚这个功能有什么用”来得实在。

原来我要的“好”，和他们要的“好”，根本不是一回事。学会从运营视角想问题之后，我跟运营对接的效率高了很多，甚至能提前帮他们想：这个卖点用哪种镜头表达最省事、最出效果。动画师懂策划之后，我们开始沉淀脚本模板、搭建场景复用库，常规项目工期缩短了。活儿快了，修改少了，大家反而更轻松。

这一年，二组业务的“两极”也让我悟出：效率和审美不是二选一。一边是跨境卖点动画，要求快、准、能批量；一边是树果高端定制，死磕品质、抠细节。两头拉扯着，反倒让我看清了两件事——从卖点动画里，我学会了把效率做成“系统”，让新人也很快上手；从高端定制里，我看到技术只是底子，审美和想法才是天花板。

下半年跨境新品推送加速，任务周期大幅压缩，工作节奏快得喘不过气。但即便如此，当有同学遇到技术瓶颈时，总有同事愿意搭把手——杨工主动调画面，陈工、吴工默默解决团队模型难题，王工协助特效难题，柳工分享项目经验，就连新人徐工成长起来后，也开始把自己的心得主动教给更新的人。那些瞬间，比什么制度都暖人心。

有一次我看见陈工被插了一个模型修补任务，自己手里的活儿后面几天加班才做完。问他怎么不先忙自己的，他笑笑：“我任务不急，他那个今天要交。”我坐在团队中央，忽然觉得：有这样的团队，什么坎儿过不去？

新的一年调至一组，负责外销及中性推广项目。推开门，都是老面孔，但活儿不一样了——外销客户要的是准时交付、批量复制、成本可控。如果说二组是从“手工作坊”往“流水线”走，那一组就是在流水线跑起来之后，让它跑得更稳、更快。熟悉的团队正是实现这一目标的最佳土壤。我们可以直接进入“如何做得更好”的深度讨论：如何将二组的标准化经验适配到批量交付？如何让 AI 从“辅助策划”延伸到“提效制作”？如何把同侪压力转化为进化动力？

这些思考，正是我今年要和老同事们一起做的事。AI 视频的大趋势不可逆转，动画师的价值不能再停留在“等策划喂脚本、埋头做执行”。技术越发达，人的创意思维就越珍贵——只有懂业务、懂策划、能用 AI 放大想法的动画师，才不会被浪潮淹没。

年初那个“达尔文信号”还在耳边响着。它提醒我：不能只做被推着走的人。

2026 年，和老搭档一起，从“熟”出发，往“深”走。让技术为我们所用，而不是被技术带着走。下一次浪潮来的时候，我希望是我们站在岸边，看着它来。



务实笃行守初心，自驱致远共渠成

Stay Grounded, Strive Forward, Achieve Together

亚马逊运营二部 Chloe

自 2024 年 6 月加入渠成集团，成为亚马逊运营团队的一员，至今已近两年时光。回望这段成长之路，虽有步履蹒跚的迷茫，却也有笃行不怠的收获，“行则将至，做则必成”。每一步前行，都离不开公司的滋养、领导的指引与同事的相助，更离不开渠成核心价值观的浸润与自驱力的支撑。

初入公司时，面对复杂的 ERP 系统，我一度茫然无措，陌生的操作流程让我屡屡碰壁，工作效率低下，甚至暗自焦虑，怀疑自己能否胜任这份工作。幸得渠成大家庭的温情相伴，这正是公司“合作”“分享”核心价值观最生动的诠释。我的上级领导与同事们倾囊相授，毫无保留地分享亚马逊运营技巧、广告投放经验，耐心帮我理清工作思路、破解实操难题，让我慢慢适应了运营岗位的节奏，也深刻体会到“合作共赢、分享共进”的团队力量。

亚马逊运营的工作，类同销售，需久久为功，却未必能即时

见功。有时花费大量时间优化产品页面、调整广告策略，分析市场趋势与竞品数据，满心期待能换来销售额的突破，可结果却不尽如人意。这份付出与回报的落差，让我一度心生懈怠和烦躁，甚至有过“摆烂”的念头。想必这是很多运营同事的常态，我们早已养成睡前必刷领星的习惯，若数据不佳，便默默安慰自己“美国人还没起床呢”，睡醒若销售情况依然不佳，便会带着一丝淡淡的焦虑，默默整理好心情，重新奔赴岗位投入工作。

令我倍感温暖的是，公司始终秉持包容之心，常言评价人才“不独以业绩论英雄”，这份认可让我渐渐放下焦虑，学会坦然面对业绩的起伏。我也慢慢领悟到“功不唐捐，玉汝于成”的深意，始终坚守渠成“务实”的核心价值观，不再执着于一时的得失，而是沉下心来，专注做好力所能及的每一件事：认真优化产品页面，积极探索每一种动销思路，不浮躁、不冒进，脚踏实地，静待水到渠成。也经常惊叹于

当曲云优化的速度，它为我们的工作高效推进提供了有力支撑；领导也常鼓励我们，要勇于提出自己的想法，作为系统的实际使用者，更要主动思考如何让它助力工作提效。而这背后，更离不开 IT 同事们的默默付出与辛勤耕耘，他们的坚守，为我们的工作保驾护航，也彰显着渠成“合作”共赢的团队底色。

这段成长历程中，我也找到了属于自己的自驱力。人无先天固定本质，唯有通过主动选择、承担责任，才能赋予生命意义。初入职场的茫然、付出未得回报的沮丧，正是存在主义所提及的“生存困境”，而海德格尔在《荷尔德林诗阐释》中，以诗意的哲思指引我们：即便身处有限的境遇、困顿的低谷，也无需被动沉沦，反而要在接纳境遇的基础上，主动为自己的生命负责，承担每一份选择与付出的结果，这便是对“存在”最真诚的践行。这份自驱力，无关外在的评价与业绩的起伏，而是源于对自我生命的敬畏与担

当：不逃避广告调试后的无果，不推诿工作中的不足，主动认领每一次挫折与收获，以自我驱动对抗平庸、推动成长。真正的栖居，不是被动适应，而是主动创造——在平凡的岗位上，每一次主动优化、每一次突破自我，都是我为生命负责、践行存在意义的印记，这份清醒的担当，便是我持续前行、永不懈怠的核心力量。

感恩渠成给予我成长的平台，让我在实践中沉淀自我、收获成长；感恩上级领导的悉心指导与包容，感恩同事们的真诚相助与无私分享。未来，我将始终践行渠成的核心价值观，以初心赴使命，以笃行致远方，与各位同仁并肩同行，深耕运营岗位，不负公司期许，与渠成共赴更美好的未来。





向下扎根，向上生长

——五年渠成有感

Rooted and Rising: My 5-Year Journey with LUMI

开拓八部 Joy

时光在奋斗中总是流逝得格外迅疾。转眼间，我加入渠成已有五年。回望这段旅程，变化是贯穿始终的关键词——负责的客户在变，团队架构在变，工作的重心在变，角色的定位也在变。然而，无论环境如何流转，不变的是在渠成精神的引领下，我们始终稳扎稳打，向下扎根，向上生长。

时代奔涌向前，企业发展如同树木生长，唯有以深根扎稳土壤，方能在风雨变革中向上生长，枝繁叶茂。我始终相信，能力可以通过努力提升——在专业领域不断深挖，持续精进，是为“向下扎根”；而由此带来的成长与突破，便是“向上生长”。这五年，我愈发深刻地体会到：扎根越深，向上生长的力量就越足；向上生长的渴望，又会反过来驱动我们扎得更深。

当前，市场竞争日趋激烈，行业格局加速重构，公司在巩

固主营业务基本盘的同时，启动外购事业增长战略，这既是顺应市场趋势的主动变革，也是考验团队攻坚能力的全新课堂。起步阶段并不轻松，面对初期产品认知不足、客户需求匹配度低、跨部门协同壁垒等多重挑战，我们并未止步于问题本身，而是专注于当下，以“扎根”思维破解难题，以“生长”姿态拥抱变化，脚踏实地攻克一个个难题。如今，多个项目已经呈现向好的态势，而这背后，正是各个部门成员在日常工作中持续“向下扎根”所积蓄的力量——那些看似平凡的日复一日，正在悄悄生长出意想不到的成果。

攻关还在继续，目标远未达成。回望这一路走来的足迹，我愈发清晰地看到：正是我们在日常工作中的点滴坚持，让“扎根”与“生长”不再是抽象的概念，而成为可被感知、可被复制的行动路径。

钻研产品，做专业的人——在每一个细节中扎根

过去，我们习惯于将外购经理提供的产品信息直接转报给客户，反馈率自然有限。如今，我们从客户询价的那一刻起，便开始主动学习产品、理解应用场景；收到采购询价时，多方对比供应商、深入研究参数差异；凡是在我们内部无法过关的方案，绝不轻易提交给客户；拿到样品后，主动试用、拆解分析、模拟客户的使用场景。正是这一步步的探索与积累，让我们的成交率逐步提升，也让专业成为我们最坚实的底气。每一次对产品多一分的理解，都是为专业能力扎下一寸根基。

建立积极思维，学会换位思考——在每一次协作中生长

曾经，我们也会在外购项目受挫时对配合部门产生抱怨，陷入失败的情绪中难以自拔。但我们渐渐意识到，大家本就是目标一致、并肩作战的团队。每一次的失利，不过是提醒我们还需继续深挖、持续调整——客户为什么不满意？是我们对需求的理解不够深入，还是产品的匹配度还有提升的空间？当我们开始真正站在客户的视角，基于他们的使用场景和痛点，在日常工作中不断优化输出，来自客户的正面反馈也随之增多。那些曾经让我们沮丧的挫折，反而成了团队协作能力向上生长的养分。

面对困难，找“做得到”的方法，而非“做不到”的理由——在突破边界中扎根生长

在一次次的挑战中，我们听到过太多理由——供应商做不到、工艺达不到、成本降不下来、时间来不及……这些理由看似客观，却也容易让我们止步不前。然而，当我们坚信客户的需求一定有迹可循，并最终找到了那个曾被大家断言“不可能”的解决方案时，我们深刻体会到：办法总比困难多。每一次突破“不可能”的过程，既是对专业能力的深挖（向下扎根），也是对思维边界的拓展（向上生长）。工作中多一分思考、多一分探索，多去寻找“做得到”的路径，最终，结果自然会朝着好的方向演进。

坚持“务实”，用结果检验一切——在价值创造中见证生长

任何浮于表面的努力，终究经不起结果的考验。唯有脚踏实地，把每一件小事做好，把每一个问题解决透彻，才能真正沉淀出价值。在项目中，我们越来越清晰地认识到：客户不会为我们的辛苦买单，只会为最终交付的价值付费。因此，我们不再满足于“做了”，而是追问“做成了什么”；不再执着于过程的忙碌，而是关注结果的达成。这种务实的态度，让我们的每一次扎根都指向真实的生长，每一次生长都经得起结果的考验。

五年的时光，既是积累，也是起点。回望来路，那些深扎过的根——钻研过的每一个产品、换位思考过的每一次协作、突破过的每一个“不可能”、脚踏实地完成的每一件事，都在悄然生长，汇聚成今天的枝干。未来的路还很长，市场竞争会更加激烈，挑战也会更加复杂，但只要 we 继续向下扎根，在专业上深挖、在协作中成长、在困难前突破、在务实中前行，就一定能在渠成这片沃土上，向阳而生，向上生长，枝繁叶茂。

成长与感悟

——我与渠成的六年零九个月

6 Years, 9 Months at LUMI: Development and Enlightenment

品质部 Jiaqi Ren

2019 年的春天,我告别了上一份技术岗位的工作,满怀欣喜地加入渠成品质部,带着几分忐忑与憧憬,开始接触新的事务、认识新的同事。回首过往的职场经历,我一直是岗位上默默无闻的“小透明”,长期与产品数据、技术文件为伴,鲜少与人交流,久而久之,沟通能力逐渐弱化,自信心不足,也缺乏魄力。初入渠成时,我曾暗自揣测,职场大抵都是大同小异,这或许只是一次寻常的职业变动,想来难以为我的人生增添多少亮色。可命运的馈赠总是如此猝不及防,这份看似普通的相遇,后来竟成了我人生路上最珍贵的一道光。

渠成以其海纳百川般的包容,教会我正视失败的勇气与汲取教训的智慧。它让我明白,每一次不经意的过失,都是成长路上必经的磨砺;每一次跌倒后的爬起,都是奔赴远方最坚实的铺垫。入职这些年,我曾在跨部门沟通中出现疏漏,也曾在日常事务里犯下差错,可自始至终,我从未听过一句苛责。取而代之的,是领导与同事们耐心细致地帮我剖析问题根源,温柔引导我修正方向、完善自我。这让我懂得:犯错从来不是可怕的事,可怕的是同一个地方重复跌倒;可怕的是心存懈怠,以投机取巧的心态敷衍了事。唯有用心汲取经验、沉淀感悟,方能站得更高、走得更远。

渠成以其春风化雨般的鼓励,教会我直面挑战的自信与迎难而上的勇气。从前的我性格内向腼腆,遇事总免不了唯唯诺诺、瞻前顾后,哪怕心中有明确的想法,也难有开口表达的勇气。而渠成总会鼓励我:做事不必畏首畏尾,只要秉持本心、坚守原则,认定是正确的决定,便要坚定

不移地执行——“我永远是你们最坚实的后盾”。当工作遇到瓶颈、事务难以推动、决策陷入迷茫时,不必轻言气馁,更无需退缩逃避,公司总会给予我们足够的支持与助力。在渠成的引导下,我慢慢卸下内心的怯懦,突破性格的弱点。如今的我,虽不敢自诩拥有无畏魄力,却能无比自豪地说:凡事要么不接,一旦接下,便必定全力以赴、精益求精。面对他人的质疑与不解时,我亦能从容不迫地拿出详实的数据、严谨的论证,坦荡而坚定地回应一句“请相信我的判断”。

在渠成的时光里,从来都不只有奋斗的热血,更有温暖的欢愉。一年一度的短途旅行,我们踏上山河湖海,欣赏人间风光;盛大璀璨的年会,我们盛装出席,载歌载舞,共同见证公司的成长,写下对未来的期望;全员协作的团建与跨部门活动,我们凝心聚力、并肩作战,在汗水与欢笑中凝聚起坚不可摧的团队力量。我始终记得,每一场活动里,伙伴们脸上洋溢的那一抹抹灿烂笑容,满是对渠成最真挚的热爱与赞美。

尤总曾说过一句让我铭记至今的话:“要得到并留住你想要的某种关系或某个人,最可靠的方法是让自己配得上他。”这句话如明灯,始终照亮我前行的路。当下的渠成,正以蓬勃昂扬的姿态稳步发展,于我们每一位渠成人而言,既是挑战,也是机遇。唯有紧跟公司的步伐,不断精进自我、锤炼本领,方能与时俱进。

由衷感慨:漫漫成长路,幸得渠成伴,同心赴山海,未来皆可期。



结合《思辨与立场》的思维特征 优化供方交流

Improve Supplier Communications Using Mindset Characteristics from
Critical Thinking: Tools for Taking Charge of Your Professional and Personal Life

供应链中心 Yan Zhu

在日常供应链管理中，有效的沟通不仅依赖于经验与技巧，更离不开辩证而清晰的思维框架作为支撑。《思辨与立场》中所阐述的思维特征，恰可为供方交流与管理提供系统化的思维工具。

首先，清晰性是沟通的基础。与供方交流时，必须将问题明确阐述，避免因表述模糊而产生理解偏差。例如，当交付出现延迟时，不应仅表达“需求紧急”，而应具体说明“物料需于 X 月 X 日前到货，以确保 Y 日完成装柜”，使供方清晰把握关键节点与目标。

其次，精确性能为讨论提供扎实依据。在洽谈价格、交期等议题时，借助历史采购数据、市场趋势分析等具体信息，可显著增强说服力，推动双方基于事实达成共识。例如，展示某物料过去三年的采购量与价格波动曲线，有助于开展更客观的谈判。

关联性与重要性思维则有助于聚焦核心。在处理客户投诉的品质问题时，若供方转向“采购量不足”等次要议题，应及时引导对话回归根本：缺陷成因、解决方案与预防措施，紧扣重点，避免讨论偏离主线。

准确性与公正性同样关键。若供方对责任认定存有异议，应请其提供详细证据，以便双方基于准确信息判断。同时保持开放态度，理性分析异议，避免单方面归责，从而维护合作的互信基础。

逻辑性应贯穿沟通全程。我们既要确保自身表述条理清晰，也需审视供方解释是否合理。如发现逻辑漏洞，可礼貌指正并邀请补充说明，从而在有理有据的基础上协同解决问题，提升响应客户的可信度。

最后，深度与广度的思维能提升供方管理的系统性。深度体现为探究问题根源与复杂性，例如针对关税调整，可依据产品货值与采购量设计阶梯调价方案，避免“一刀切”。广度则要求拓展分析视角，如品质问题若源于工艺变更，需综合考量工艺调整、发货周期等多重因素，全面审视问题脉络。

综上所述，在供方交流中系统运用上述思维特征，不仅能提升沟通效率，更能引导双方走向更深入、持久的合作关系，从而强化供应链的整体韧性与价值。



《一念之转》读书心得

Reflections from Reading *Loving What Is*

北弧电商运营部 Xiaolin Lin

翻开《一念之转》之前，我笃信自己的大多数的痛苦是来源于别人。比如在工作上与同事矛盾以及工作过程中获得的低价值感，在生活上与家人、朋友之间争吵与隔阂，这些都曾使我的生活极度困扰，久久无法平静下来。拜伦·凯蒂却说：“不是世界让你痛苦，是你对世界的看法让你痛苦。”这本书通过向自己提出四个问句，让我们自己去检验：真正让我们痛苦的，究竟是事情本身，还是对那件事的想法？

第一问：“这是真的吗？”

每当我们开始怀疑“这个事情我做不好”，书里就让我们停下来问自己：这真的是百分之百确定吗？很多时候我们会发现，这些成天在脑子里转来转去的“事实”，其实我们根本没认真去验证过。大部分情况，它们只是情绪上来以后的胡思乱想，可结果往往被我们当成事实。

第二问：“你能百分之百确定那是真的吗？”

这是对第一问的升级。你知道那是真的，那证据呢？你听到的是他的内心独白，还是只是从他的表情、语气里面做的推测？你是否有任何绝对客观的证据，证明你的解读是唯一正确的？大多数人在这个地方就卡住了。不是因为缺乏证据，而是因为“感觉就是真的”变成了证据。凯蒂说，感觉再强烈，也不等于事实。



第三问：“当你相信那个念头的时候，你如何反应？”

这是揭示真相的一问。比如相信“自己不行”，我们做起事来人变得畏手畏脚、焦虑、自我怀疑。所以当你看到这个念头带来的情绪和身体反应，你会发现，想法可以直接影响人的状态。

第四问：“如果没有那个念头，你会是什么样的人？”

如果我们放下“苛求事情的结果完美”的执念，我们会更轻松地工作、更愿意学习、更自在地与人相处。这不是让我们“假装快乐”，也不是强行转念。只是让我们明白：原来那个念头不是唯一选项。

所以，当我们在生活中、工作中想不开的时候，或许可以尝试去做“转念”，问自己那是真的吗？能确定吗？信它时如何反应？没它会怎样？当我们学会四句提问去质疑这些看法的时候，心里那座看不见的牢笼，门也就慢慢打开了。

一念之转，转换的不是外面的环境，而是我们的心态。当我们看待事情的角度发生改变，整个世界也就随之而变。

这本书教给我的，不是如何转念，而是：念头是可以被观看的。当你能观看它，它就不再是你，它只是你脑子里的一个声音。那个声音可以很大，也可以很小。它可以是主人，也可以是客人。你是那个观看的人。

CULTURE

文化圈.



榜样的力量

The Power of Models

连夜清洗货柜，保障客户紧急出货

供应链管理三部 Hong Wang / Caibo Yan
验货部 Shanghong Zhu

2025 年 6 月 26 日,当天下午六点的柜子,到厂后发现集装箱非常脏, 柜子地面以及柜壁上有 很多机油。工厂考虑到保护货物, 拒绝装箱, 要求换箱再装。但业务与单证、货代等多方沟通后 确认: 出了堆场的柜子很难进行换箱, 若船司 拒绝只能取消出货。

业务与客户进行沟通, 客户表示这个柜子的货 物很重要, 每款都很急。业务又与 SQE Caibo Yan 沟通, 希望工厂协调清洗货柜。当时已是晚 上七八点, 工厂仓库工人均已下班。为全力满足 客户出货需求,Caibo Yan 当机立断组织公司在 厂同事 Hong Wang、Shanghong Zhu 清洗货 柜。经过晚上的清洗、晾干, 第二天柜子情况良 好, 工厂顺利完成装柜出货, 事后客户对此举进 行了大力赞赏。

三位同事能够急客户所急, 顶着炎热清洗柜子, 克服种种困难, 确保货物按时发出, 充分践行了 “客户第一”的理念, 值得肯定。

专业识隐患，担当化风险

验货部 Xiaoke Ye

验货部的 Xiaoke Ye 在验货一票美国订单 (编号 KJP-F25008US) 时, 凭借过硬的专业素养和丰 富的经验, 他敏锐发现订单和稿件上都没有提 到木制托盘上张贴 TSCA 声明标贴——这一关 键疏漏可能导致货物被海关扣留、拒绝入境以 及法律处罚等经济损失和品牌声誉受损。Xiaoke Ye 立即行动, 临时对接工厂和业务部门, 协调增 加标贴事宜, 并为此跟进加班至深夜。

该员工立足岗位职责, 不仅以专业能力精准识别 了风险, 并以高效执行力有效化解了潜在危机, 生动践行了渠成“务实”的核心价值观。

风雨同舟护“家园”，众志成城显担当

平面设计部 Qiaoli Zhou
人力资源部 Yin Weng / Yanna Cai
研发二部 Xiangyang Chen / Donghong Dai / Zhiwei Ma / Jianpan Zheng

2025 年 7 月 30 日, 超强台风“竹节草”突袭宁 波, 全城遭遇罕见风雨侵袭。尽管道路积水、交 通瘫痪, 多位同事仍冒险奔赴公司。到岗后发现 多处办公区域出现漏水渗水现象, 尤其是 20 楼 样品间窗户被狂风掀开, 雨水倒灌导致地面严 重积水; 24 楼办公区亦出现大面积渗漏。危急 时 刻, Qiaoli Zhou、Jianpan Zheng、Zhiwei Ma、Donghong Dai、Xiangyang Chen、Yanna Cai、Yin Weng 等同事迅速集结, 协同展开抢险 行动: 他们清扫积水、封堵窗口、转移样品、搬 运设备、清理垃圾, 同时联动其他办公受灾区域 同事全力投入抗灾。在团队高效协作下, 公司资 产得到最大程度保护, 运营秩序快速恢复。

面对台风考验, 他们挺身而出, 以行动诠释合作 真谛, 更彰显了勇于担当的务实本色! 让我们 致敬这群在风雨中筑起防线的守护者, 同时, 也 衷心感谢所有在风雨中坚守岗位、积极配合抗 灾行动的同事们! 正是大家齐心协力、迎难而 上的主人翁姿态, 在风雨中筑起了守护公司的 坚实屏障, 为渠成的核心价值观写下了最动人 的篇章。

主动预防守品质, 责任担当赢信赖

品质部 Daoxin Xu

2025 年 3 月至 7 月, PQE Daoxin Xu 负责重要 外购订单 08102-JP25005 的品质管控。该订单 产品为全新品类吹风机, 数量大、金额高, 且供 应商为首次合作, 挑战显著。

为保障 6 月 6 日客户参观, Daoxin Xu 提前深 入工厂, 指导产线整改、梳理流程文件, 并于前 期跟进过程中敏锐识别出吹风机按键的潜在风 险, 后指导工厂及时改进。客户得知我司如此主 动、细致地进行品质预防, 印象极佳, 对参观结 果很满意, 促进了订单中期的顺利推进。在生产 全程中, 该员工始终坚守一线, 全程跟进工厂多 次试产, 进行中期跟线检验及尾期陪同验货。为 确保进度与质量, 他经常加班加点, 甚至牺牲周 末休息时间, 细致把控每个生产环节。在与供应 商对接中, 他积极沟通协调, 运用扎实的专业知 识精准定位问题根源, 为工厂提供具体、有效的 改进建议和操作指导, 有效解决了生产中的实 际困难, 也赢得了供应商的认可。

该员工以“客户第一”的立场严控品质, 以“务实担 当”的态度扎根一线, 以专业的能力化解难题。他 的付出是订单顺利交付的关键力量, 也为公司赢 得了客户与供应商的双重信任。

日夜坚守保品质，轮流排班护交付

品质部 Bo Zhang

供应链管理三部 Caibo Yan / Chang Chen / Hong Wang / Guiqing Zhang

验货部 Shanghong Zhu

2025 年 8 月至 9 月，家美多个客户品质专项执行期间，面对工厂生产繁忙、物料检验任务重的挑战，品质专项小组成员：Bo Zhang、Shanghong Zhu、Caibo Yan、Chang Chen、Hong Wang、Guiqing Zhang 六位同事通力合作，在持续高温环境下，他们坚守各生产车间一线，严格管控零件质量。为保障进度，工作日普遍加班至夜间九点以后，部分订单出货前全组更奋战至深夜；有两次因工厂物料来不及甚至通宵加班；不仅如此，团队成员主动牺牲周末个人休息时间，实行轮流排班赴厂检验，确保在满足客户品质标准的同时全力保障交期需求。

在整个过程中，他们始终以客户需求为导向，尽全力解决客户的品质与交期要求，这份尽职尽责的付出，不仅是对“客户第一”价值观的深刻践行，更是团队责任感与协作精神的生动体现。

标杆无言，自有力量；
榜样无声，自成光芒。
向光而行，你我皆可成为光！



JOY

乐生活。



跨部门活动

工作一起拼，快乐一起赢



工会活动

宋韵临安，锦绣芳华



中心活动

聚时一团火，散时满天星



短途游

脚下有路，心中有风；步履所至，皆是风景



年会活动

策马扬鞭追远梦，凝心聚力铸华章



POWER

活力源。



年度新生力量

Hello, Fresh

万丈高楼起于深基，万象更新始于破局。2025 年，241 位新生力量携热忱而来、集结入列，既是为渠成固本强基注入坚实动能，亦是为企业破界向新点燃簇簇星火。愿每一位新伙伴，都能在这片沃土上逐光而行、向阳生长，与我们一同筑实脚下每一步征程，共赴更远的星辰与天地。



操作三部
Iris & Kelly
始于勤奋，成于坚韧



外销产品部
Tim & Scott & Colin
Keep up going



创意设计二部
Ruirui Li & Bo Xu
以初心赴新程，与团队共成长



开拓三部
Meredith & Abby
知者行之始，行者知之成



亚马逊运营一部
Pablo & Amy
愿你在新的旅程中，
既见树木，也见森林



研发二部
Jinjm & Donghong Dai
梦虽遥，追则能达，
踏实走好每一步，必能梦想成真



市场部
Mia & Kitty & Ellen
博观而约取，厚积而薄发



电竞数字营销部
Ziyan Tong & Ricoo
敬畏每一帧，在重复中寻找突破



品质部
Bin Sun & Ming Zhang
愿渠成人奋进、务实的精神
伴随你的职业生涯



岁月不语，金币有声

Golden Friends

时间无形，却以厚重镌刻成长；岁月无声，却以坚守见证初心。

在渠成，我们将并肩走过的岁月，熔铸成一枚枚沉甸甸的金币——自2005年伊始，348枚五周年金币、96枚十周年金币、12枚二十周年金币，先后从掌心传递到一代代渠成人手中，每一枚都承载着时光的重量，每一次颁发都是一场郑重的致敬。致敬那些日复一日的笃定坚守，致敬那些默默无闻的深耕付出，致敬每一位把青春与热爱，都倾注在这片土壤上的奋斗者。

这一枚枚金币，是渠成对耕耘者最真挚的承诺，是时光对奋斗者最深情的回响，更是我们同心同行、共赴长远的最好见证。

五年·扎根

从初来的青涩，到独当一面的从容，你们把根深扎进渠成的土壤。一千八百多个日夜，有摸索前行的忐忑，也有初尝胜果的喜悦。你们用行动证明：所有的成长，都源于一步一个脚印的执着。

这枚金币，纪念你们的选择与扎根。感谢你们，把最好的年华许给渠成。



十年·成林

从跟随者到领路人，从被照亮到成为光，你们把自己活成了团队里最沉稳的那棵树——枝繁叶茂时，为后来者遮阴；狂风骤起时，为团队守住阵地。

这枚金币，铭记你们的担当与传承。十年不短，足以让信仰扎根成林；十年不长，我们的故事才刚刚开场。



二十年·长情

踏过黎明的寂静，穿过风雨的考验，你们用最深的根系托举起渠成的今天。青丝染霜，初心未改，你们用漫长岁月回答了什么叫“长情”。这枚金币装不下二十年的光阴，却承载着我们最深的敬意；你们把最好的年华种在这里，渠成便有了根。



卷尾语

Afterword

沉下去，把根扎得更深
探出去，把路拓得更宽
深耕细作，守护根基
勇立潮头，大胆探索
在守与创的平衡中
走好每一步前行的路

渠成人，让我们一起
固本强基，破界向新

