



P19 一半海水一半火焰的陕西省区英雄-郭飞

P23 重新找到渠道工作的意义，树立钰云渠道新军形象

P08 生鲜B2B创业正酣，背后究竟有什么门道？

P27 云起未来 钰路同心 钰云五周年冯颖答员工问

深圳市钰云云计算有限公司

Add: 深圳南山区科技园北区清华信息港研发楼B座10层

Web: www.dinghuo123.com

Tel: 400-998-7255



易订货 移动端下载



易订货 微信订阅号

公司愿景

云时代新商业软件
领导者

公司使命

创新商业软件
让生意更简单

公司定位

全渠道营销
解决方案服务商

铱云价值观

敢想、敢干、敢当

铱云海盗精神

这是一个亚文化符号，是敢于行动、冒险、与众不同的感性标志。铱云在通向科技创新的探索道路上，需要保持敏感地发现新机会的能力，有极强的冒险精神和团队执行力，并永不退缩。

对铱云人的三个要求

开放沟通的心态：有话直说

主动学习的意识：持续复盘

目标必达的能力：说到做到

铱云四有新人特质

眼里有光

心里有火

手上有料

行动有力

Catalogue

目录



名誉总编：冯 颢

总 编 辑：杜 敏

执行主编：罗锦滔

责任编辑：张盛安 张 旗

视觉总监：肖丽琴

平面设计：熊伟 张康夫

记 者：汪如梦 李如意

吴晓雯 雷晓娟

李秋兰 冷秀俐

01

江湖飞讯

公司新闻

行业资讯

02-06

02

圈内交响

生鲜 B2B 创业正酣，背后究竟有什么门道？

07-13

03

行业标杆

5 年扩张 30,000 家店，AD 优果的私家秘籍

14-17

04

人物志

一半海水一半火焰的陕宁省区英雄 - 郭飞
重新找到渠道工作的意义，树立钛云渠道新军形象 - 杨帆

18-26

05

彩虹手记

云起未来 钛路同心 钛云五周年冯颢答员工问
记钛云科技五周年——云起未来，钛路同心

27-42

06

同学圈

远方
流言
最美不过初见，爱在罗马！
画说钛云

43-52

公司新闻

“云起未来 铱路同心” 铱云科技核心伙伴兰州峰会圆满落幕！

2018 年第四季度渠道营销收官之战在即，铱云科技核心伙伴峰会在兰州召开。铱云与伙伴众志成城，共举火把，手持钢刀，誓要在企业级市场再杀出一条血路。这一次峰会，铱云科技带着最坚韧的武器和最坚定的意志。为 2019 年开一个好局，刻不容缓。



易订货参加广州餐饮连锁 & 渔博会，为现场企业带去新型变革手段

8月24日至26日，2018 第6届 CCH 广州国际餐饮连锁加盟展览会及第四届中国（广州）国际渔业博览会分别在广州广交会琶洲展馆和广州中国进出口商品交易会展馆隆重举行。易订货同时受邀参展两大展会，刮起一阵新商业软件旋风，为现场企业带来一种新型的变革手段，让企业生意更简单。

易订货首档企业实地访谈秀《探班生意经》重磅首播

9月18日，在相继推出数以百计的客户案例、客户视频、客户海报等精品内容后，易订货全新打造的首档企业实地访谈秀《探班生意经》重磅首播，第一期节目，节目组邀请了时下火热的生鲜水果 B2B 配送领域的一家年轻企业——AD 优果，探秘南派轻食鲜果供应链背后的创业之道。



铱云科技成立五周年，发布品牌形象大片

8月15日，正值成立5周年之际，铱云科技发布了品牌大片——《简单背后的力量》。该品牌形象片，着力展现易订货用户企业代表的发展哲学和为消费者创造生活尊严感，以纪实性手法，描绘了易订货对企业与社会进步的良性推动。这当中，所有出镜企业都为易订货用户及其下游客户，所有故事都是用户的真实故事。



扫码观看视频

云起未来，铱路同心 铱云科技 5 岁了

8月15日，铱云科技创办五周年。没有以往热热闹闹的集体狂欢，没有嗨翻天的嘉年华盛宴，铱云人用一场关于成长的思辨，“认清明天的去向，不忘昨天的来处”，作为五岁生日别开生面的纪念。



行业新闻

马云 2018 云栖大会提“新制造”

9月19日，马云在“2018 杭州云栖大会”表示，今天的外部环境和技术变革的大趋势下，传统制造业面临更多挑战，“新制造”是企业迎接未来的重要机遇。新制造的核心是数据，新制造是制造业和服务业的完美结合，新制造还是贸易战的解决方案。



菜鸟发布新零售物流无人车，自动驾驶加快商用落地

9月19日下午，菜鸟ET物流实验室在云栖大会现场发布两款新零售物流无人车，车上分别搭载刷脸取件柜、零售货架等。据介绍，菜鸟新一代无人车的车厢车体采用分离式设计，能根据新零售商业场景的不同，搭载不同的货箱，既可以是刷脸取件柜，也可以变成移动的零售车等。



人工智能安全白皮书发布：建议做好这六大风险防范

9月18日，2018世界人工智能大会发布了《人工智能安全白皮书》，《白皮书》认为，人工智能安全风险包括网络安全风险、数据安全风险、算法安全风险、信息安全风险、社会安全风险和国家安全风险六方面；目前，国内人工智能产品和应用的研发主要是基于谷歌、微软、等科技巨头发布的人工智能学习框架和组件。但是，这些开源框架和组件可能存在漏洞和后门等安全风险。



今日头条正式发布小程序，暂时只对部分企业开放

继微信、支付宝、百度之后，今日头条也正式发布了小程序。据介绍，今日头条小程序入口只针对 Android 系统，目前暂时只对部分企业开放。在今日头条中通过搜索关键词可进入，在小程序的不同页面用户均可将内容转发到微头条，还可以随时在小程序页面进行授权设置。



工信部：中国积极参与全球 5G 标准制定

2018 年世界电信展 9 月 10 日在南非德班举办，工信部副部长陈肇雄强调，中国高度重视 5G 发展，支持企业、产业组织深入开展国际交流合作，积极参与全球 5G 标准制定，协同开展研发试验，研究制定频谱规划，深化 5G 融合应用，取得了重要进展。全球 5G 发展已进入商用部署的关键时期，迫切需要全球业界携手合作，让广大用户早日分享 5G 发展成果。





生鲜 B2B 创业正酣， 背后究竟有什么门道？

如果要找当下与新零售关联最密切的领域，肯定非生鲜莫属。

这个沿袭多年的传统行业，正在经历从头到脚，脱胎换骨的革新。越来越多的围观者加入战局，试图在夹缝中找到自己的跻身之位。

除了具备资本实力的巨头们尝试将生鲜和超市、餐饮等业态结合，形成诸如盒马鲜生、超级物种这样的线上线下全渠道打通的消费新生态之外，留给其他创业者的机会则更多地聚焦在生鲜 B2B 模式之上。

何谓生鲜 B2B？通过整合上游生产商，建立开放的电商平台，取代原有的一级、二级批发市场，砍掉中间环节，从田间地头直接将商品送达下游餐饮商户、终端门店、超市手中，大大缩短了供应链流程，提升了行业运营效率。



生鲜 B2B 的三种站位

专注于零售业态报道的《第三只眼看零售》曾总结过目前涉足生鲜 B2B 的三类企业：



一是像美菜网、宋小菜等拥有互联网背景的创业公司，由于其创始人普遍拥有互联网从业经历，天然具备互联网运营基因，更能推陈出新，摒弃传统思维的束缚，探索出一条新商业之路。

对于生鲜 B2B 平台来说，无论是自营的重资产模式还是撮合交易的轻资产模式，其共同特征都是销售规模 and 用户数量的持续提升，具备互联网企业快速扩张的属性，而这种跑马圈地的故事本身，也符合资本对于指数级增长的想法。

二是像彩食鲜、蜀海供应链等传统企业裂变而来的供应链公司。基于以往从业经验，这类公司深知生鲜经营过程的各种细节，能避免踩坑，同时也不用像第一类互联网公司那样，需重新学习生鲜行业，节省了试错的时间。

三是类似钱大妈这样的企业，虽然看似是面向 C 端的社区生鲜连锁门店，但实际上也可以看作是一种生鲜 B2B。除了商品供应之外，钱大妈会输出商业模式和门店管理经验，为创业者提供一整套解决方案，好比是生鲜领域的便利店，能够帮助加盟商快速上手。

从目前生鲜市场的竞争格局来看，生鲜 B2B 这个模式相对主流，其对于专业化与规模化的要求也比较高。比如彩食鲜、蜀海供应链、钱大妈等公司就是在走专业化之路，它们看重产品深度，半成品加工，供应链延伸以及门店精细化管理等方向，以此增强客户黏性。而美菜网、宋小菜等具有互联网基因的 B2B 平台走的是规模化扩张之路，它们的机会点在于能够先发制人。



生鲜 B2B 如何突围？

根据易观数据显示，2017 年我国生鲜市场交易规模达 1.79 万亿，同比增长 6.9%，且自 2013 年以来，已经持续保持 6% 以上的增长，预计 2018 年生鲜市场交易规模将增长至 1.91 万亿。

前景如此可观的生鲜赛道上，玩家无数，竞相较量，生鲜 B2B 要怎样才能胜出呢？

首先要推掉压在他们面前的三座大山。

1. 上游

上游，也就是生鲜产品的生产端，比如瓜果蔬菜的种植等等。

上游决定了生鲜品质，同时也是整个供应链的源头，放眼望去，上游没做好品控而翻了船的生鲜创业公司，不在少数。

2. 冷链

生鲜产品属于易损商品，在经过上游种植采摘后，需要经由冷链运送给下游终端，这就需要冷链技术过得了关，能够保障整个供应链正常运转。

然而，理想很美好，现实很骨感。从生鲜创业者的反馈来看，流通中的损耗导致生鲜企业成本难以降低。从 2015 年扎堆的生鲜创业到 2016 年，线上生鲜电商出现了大规模出局潮。

3. 巨头

在中国创业，只要是块蛋糕，肯定有巨头环伺。生鲜属于市场规模大且高频的生意，不管是京东、阿里，还是美团，没有哪个巨头愿意放弃。从布局来看，阿里有盒马鲜生，京东成立了生鲜事业部，美团有小象生鲜。这个巨头们加入火拼的战场，一定会压缩创业公司的卡位。

在压力重重的情况下，生鲜 B2B 创业，路在何方？

首先，要在上游发力，创业企业可以尝试自建生产基地，比如易订货生鲜标杆客户——AD 优果就在贵州设立了自己的水果种植基地，宁谷物配也在宁夏有好几处自己的蔬菜基地，这样一方面能从源头上保证产品的品质，另一方面也能促使企业实现生产流程标准化，借助类似易订货这样的全渠道营销订货平台，提升业务信息化水平，达到科学管理，降低企业运营成本。此外，生鲜创业公司还可以与上游种植农户合作，建立自己的农产品平台，将生产效率最大化。

从目前生鲜创业的趋势来看，自营 + 平台构成的上游供应链，是目前以及未来生鲜创业的主要模式。尤其是生鲜 B2B，依托自身平台集采优势，借助互联网渠道以及营销运营工具，大大提升配送效率，降低损耗，为传统生鲜赋能。



生鲜 B2B 创业中，颇具代表性的美菜网、宋小菜最近相继获得最新一轮融资。美菜网获得 4.5 亿美元融资，总体估值达到 28 亿美金，其瞄准个体餐饮企业和菜店；而宋小菜获得了 2.3 亿元的 B1 轮融资，瞄准的是农贸市场。综合来看，他们都是借助以前互联网从业的经验，从销售规模和用户数量出发，进行扩张。

其次，谈到生鲜创业不可回避的冷链问题，我们可以分类来看。一般来说，生鲜用户根据需求大致可以分为两类：一类是即时性需求，一类是非即时性需求。前者追求快速、便利和优质体验；而后者追求性价比，可以为了性价比牺牲一定的时效性和体验。

针对不同的需求，创业者可以选择不同的业务模式，一类是满足前者需求，需要保证配送时效性和品质，对物流能力、渠道布局、产品服务有着较高要求，配送时效性强，更加强调成本、效率和体验。比如盒马鲜生、社区生鲜便利店等垂直生鲜电商，满足的是这一类用户的需求。另一类满足后者需求，需要保证有足够低的价格和足够大的订单量，要求零售商必须对上游供货商有较强的议价能力和聚合大批量订单的应对能力，配送时效要求高。比如拼多多等综合性平台电商，就是满足这一类用户的需求。

最近几年，在资本的加持带动下，传统以农贸市场与大型连锁超市为主导的生鲜渠道格局正在慢慢被打破，具有较强便利性的社区生鲜业态开始成为前两者的有效补充，不同背景的玩家纷纷入局。比如永辉社区店“永辉生活”，中百旗下的“邻里生鲜”，起步于华南地区主攻农产品及肉类的社区生鲜连锁店“钱大妈”等等，可以说是遍地开花。

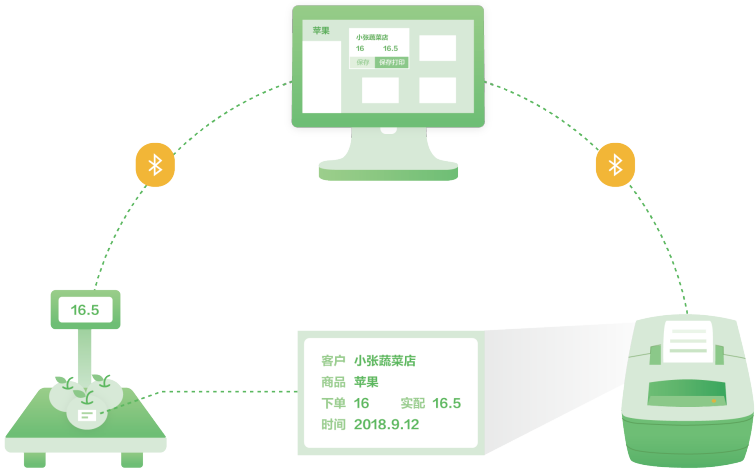
结语

对于生鲜B2B平台创业者来说,如果能够借助互联网渠道收集订单,规模化采购,对其业务提效、降本经营将有明显利好。

易订货生鲜专版,就是这样一款专为生鲜行业打造的生意利器。

今年3月,易订货在行业内率先推出了针对生鲜农贸行业用户的垂直产品——易订货生鲜专版,对接生鲜企业与下游客户,服务包括订单处理、订货管控,库存管理,资金结算,客户运营,采购管理,业务报表等业务流转的各个环节。

此外,易订货生鲜专版还首次开启了软硬一体化解决方案,独立的“易订货分拣”APP,能够在Android平板电脑和一体机上安装使用,与称重台配合使用,称重分拣后的数据直接通过称重台传输至打印机,数据同步回传系统,高效精准。总体来说,提升供应链能力,是生鲜企业降低成本,提高效率、保障商品优质稳定、提升销售业绩的关键。易订货生鲜专版,能够帮助企业实现供应链各个环节的有效配置,让企业老板提升业务掌控能力,加快行业流通效率,促进生鲜农贸行业良性发展。



「行业标杆」



5 年扩张 30,000 家店， AD 优果的私家秘籍

当你听到 AD 优果这个名字，或许觉得这个名字很潮，但未必认得它，当你认识它的时候，它可能已经成为一家知名企业，因为在一个年轻而善于运用互联网做运营的老板手中，AD 优果发展实在太快，太有战略。

这是一家年轻的鲜果供应商，专注于轻食水果供应，主要有茶饮、烘焙、饮品所用的水果，如今风头正盛。仅 5 年时间，AD 优果高效实现鲜果供应和配送一体，搭建自有仓库和物流，击穿供应链盲点，如今，AD 优果的鲜果配送体系已经覆盖广东珠三角、贵州及云南等地。



AD 优果的创始人战忠玉是位奇人。大学毕业后就职于比亚迪，做项目经理，而却在机缘巧合之下做起了鲜果生意。创业之初，战总并不做 B 端生意，而是做 C 端的生意，也就是提供鲜果给消费者，而后来他嗅到了茶饮行业的风口，又探索到了做 B2b 生意的优势，毅然投身 B2b 鲜果供应生意。

AD 优果总部位于深圳前海，在战总的带领下，2015 年投资了云南基地，2016 年开设广州分公司，2017 年开设东莞分公司，2017 年年底开设贵州分公司，战总从茶饮行业趋势和消费者口味结构等维度制定广东省战略版图，并在珠三角构建了高效的供应链体系，如今 AD 优果有 20 多台运输车，完善了城市配给路线，实现快速配送给下游，保证鲜果的新鲜度。

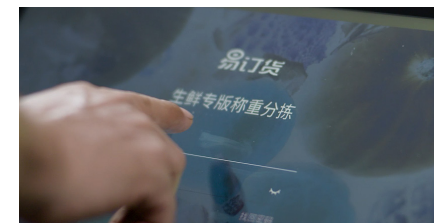
战总研究行业，摸透了客户痛点，抓准定位，与别人不同，除了自建仓库，物流，为茶饮专供鲜果，还自建了 20 个基地，培养稳定的货源，更重要的是，AD 优果提供专业的咨询服务，这点对于传统的突破，按照战总的原话来说“赋能客户”。对于不懂行但是又入了行的客户，AD 优果会教授关于鲜果的各种知识，例如季度的水果，不同时期水果的糖分和甜度等等，提供完整的解决方案。

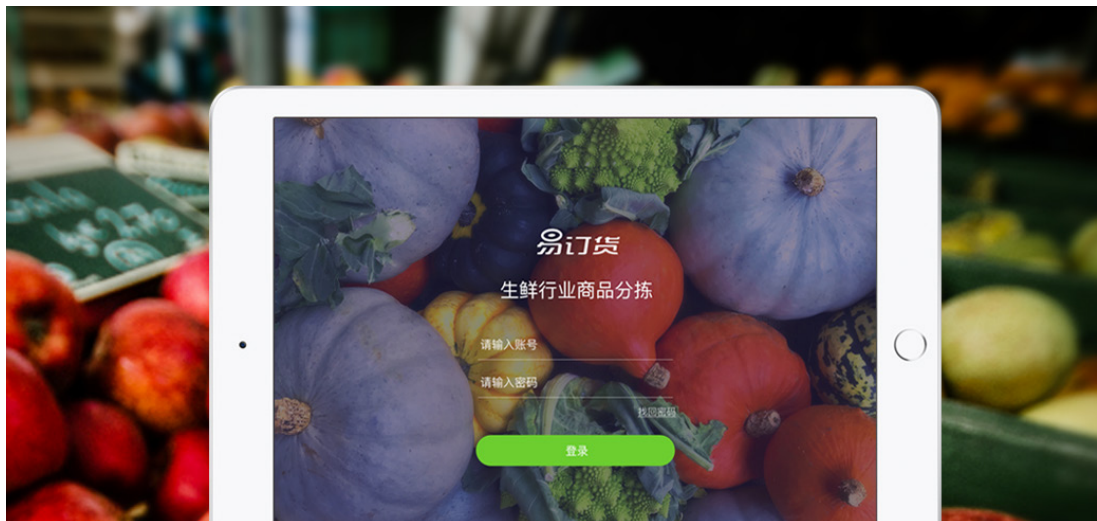
易订货生鲜专版——AD 优果扩张的利剑

战略和新型运营模式的成功，让 AD 优果从 2014 年的一百多家店，2015 年 550 家店，2016 年 1750 家店，到 2017 年的 2530 家店，扩张如火箭迅速。

在极速扩张的过程中，战总意识到，当团队小，货量少的时候，人工作业可以解决业务问题，就算偶然出错，损失量不会很多，但是发展到如今已经 2530 家店的时候，体量规模太大，一艘巨轮必须要有智能的手段支持，才能顺利运转。况且对于 AD 优果来说，野心不仅只停留在 2530 家店，而是要在 2018 年突破 30000 家店。

对于鲜果供应企业，如此的体量，分公司多，工作人员多，而且水果货品属于非标品，特别零散，品类多达一百多种，管理变得很复杂和混乱，按照以往模式，要实现 2018 年的目标，如上蜀道之难。





易订货推出了生鲜行业专属的生鲜专版之后，战总率先体验，毕竟此前已经感受到智能工具带来的效率提升，而效率提升意味着时间成本减少和赚更多的钱。

战总激动地说，自己每天5点到8点这三个小时最为忙碌，用来分拣货品。传统的模式是，某某奶茶店客户下单，要2个西瓜，5斤芒果，下单之后，业务员打一张备货单，然后拿着两个西瓜，一称，“某某客户30斤”标签贴上去，在备货单后面写上30。芒果一称，5.1斤，由于水果是非标品，不可能刚好5斤，就手写标签“5.1斤”贴上去，写在备货单上，接着拿着备货单到电脑前改数据，非常繁琐。而如果使用易订货生鲜专版，上面环节提到的写标签和备注都可以省略，也不需要重新改系统里面的单，而是把货品放在电子称上一称，自动打印标签，数据同步回传系统。省去人工繁琐步骤。整个过程从以往的3小时缩减成了1.5小时，提高了50%的效率。整个企业运用了这个产品，人工成本减少，管理轻松，效率提升，未来发展很可期。

除此之外，易订货帮助AD优果梳理下游客户，进行有效的管理和营销，提高粘性，而智能库存，又让库存量实时可知。

战总说，生鲜行业最难的就是控制损耗，谁能解决这一块难点，那相当于有造原子弹的能力。

有了易订货，战总信心满满，易订货让每个环节标准化和信息智能化，为传统臃肿的运营方式减脂。未来AD优果将利用易订货整合信息流、现金流、物流，三流结合，必定能切开生鲜蛋糕最大的一块。2018年30000家店，拭目以待。



一半海水一半火焰的陕西省区英雄

雷晓娟 罗锦滔 / 文



“郭飞同学自加入钛云以来，勤奋、用心、有自驱力，目标必达、执行力强、能拿回结果！非常自律，对自己有要求，持续快速成长！是我们团队学习的榜样！希望他在钛云的平台上绽放自己。”

—— 钛云北方区总监 邓高稳

天空湛蓝，阳光灿烂，街上大小店铺热气腾腾，人们正在用早餐。郭飞行色匆匆，开始循环往复的一天。循环往复是一等一的坚持，在企业级服务 SaaS 市场中，这是一种难能可贵的品质，但对郭飞来说，似乎已经成为一种习惯。在西北区办事处，他每天早晨最早到办公室，最晚下班，披星戴月。平均下来，郭飞每天工作时长不低于 14 小时，每周电话量不少于 200 个，每周拜访的客户不低于 10 家，下班时间段的伙伴培训每周不低于 3 次，这种“非人”的状态，几乎成为一种常态。

“其实也没什么。”郭飞常如是说道。

“要强制让郭飞不加班，让他有时间去享受生活。”有时候连西北区的同事都“看不下去”。

郭飞平日里寡言少语，不苟言笑，但骨子里十分要强，求生欲望不亚于任何一人。安静的性格在钛云渠道队伍中算是一个“异类”，在传统的理解中，渠道经理的角色标签应当是善于沟通，性格外向，热情奔放，毕竟他们从事的工作大部分内容是与人打交道，协调沟通。渐渐地，大家发现了惊喜，原来安静的人也十分适合做渠道经理，安静的人心如明镜，专注一物，不急不躁，耐得住性子，而且心理素质稳定。所谓见微知著，虽然郭飞安静少语，但是他平日里的一举一动，都在捍卫陕西省区的最高荣誉。



将时间链条回拨，梦想照进了现实。郭飞最初加入钛云，是因为这里有更开放的平台，可以发挥自己能力并最大程度挖掘潜能，当然，郭飞还有另一层的想法，转型渠道是打破已有的能力边界及生活舒适区，让生命再燃火焰，开启从 0 到 1 的新征程。

一半火焰一半海水，郭飞表面不卑不亢，内心激情暗涌。他常年揣着一本小本子，密密麻麻地记下了客户的每一个问题：哪一个客户订单有问题，哪一个客户数据管理有问题，哪一个客户期待未来易订货会有哪个新功能。他都认真做了记录。

对于伙伴出的每一个单子，郭飞都会及时复盘，时常会复盘到月隐星稀。对于客户的痛点、解决方案，他总是详细地记录在本子上，遇到问题，随时电话与伙伴进行沟通，竭尽全力帮助伙伴签单。与有过交集的伙伴和客户，对郭飞由衷的赞叹，郭飞给予他们的关注，是如此真诚。

人生道路不可能一路平坦，在困境之中，有个故事一直激励着郭飞，他也常跟同事分享“一个女孩在一望无际的沼泽里行走，走着走着却迷路了。聪明的女孩没有慌乱，而是沿着自己一路留下的脚印回到出发的地方，开始试着走新的路线，最终，她离开了茫茫无际的大沼泽。这个故事一次次鞭策着他，即使输当前，只要能从中找到失误和欠缺之处，总能回到起点重新开始，这也是他在整个工作历程中调整心态的方法。”



像一名侠客，行走江湖，胜败乃常事，郭飞走过高峰、路过低谷，从直销转战渠道，到一个新公司，获一个新身份，而小女孩的故事一直被她深藏心中，发酵成不卑不亢的品质。在遇到挑战时，从不惊慌，从容应对，又满怀激情。

郭飞来铤云的时间不算长，但他的奋战有目共睹，每当聊起自己签约的第一个伙伴和第一个客户，你会发现，他眼里不自觉地闪光。他签约的第一个伙伴是西安奥德斯网络科技有限公司，典型的ERP变革派。接触伊始并不顺畅，但郭飞不厌其烦地上门拜访，不厌其烦地讲解易订货价值，最终打消伙伴对于易订货的疑虑，发展成为伙伴。



另一则值得一提的功绩则是郭飞签下的第一个客户——典型的生鲜企业——陇跃鲜，这名客户远在距离西安 300 公里之外，郭飞当天早上 7 点出发到客户公司，讲解、演示易订货，洽谈合同，直到晚上 11 点才驱车返回西安，拿下了生鲜客户，打破了生鲜专版在陕宁省区的瓶颈，打响了极具历史价值的一枪。

郭飞总说，人不可能事事顺利，一路走来，留下脚印，能找到来时的路就好，人能赢自己比赢别人要重要许多。最大的对手是自己，最好的战场是脑海，在年终冲刺的时候，号角随时吹响，整个 6 月份全月无休，他顶着烈日在外头跑动，办公室很少能看到他的身影，“来去无踪”，冲刺在一线为伙伴和客户排忧解难，整个 6 月份，郭飞共跑动客户数超过 40 家，培训超过 10 场，为的是一场胜利。

时光和汗水不会辜负每个人，就像李宗盛在一个广告片里说的：人生没有白走的路，每一步都算数。

月明星稀时，可能郭飞还在思考，明天该如何帮助伙伴，我们和郭飞一起，为未来的胜利而努力。



重新找到渠道工作的意义，树立铱云渠道新军形象

李如意 / 文

“一个外表沉稳，内心倔强且不乏激情的男人，深入一线市场，以实际行动诠释帮助伙伴盈利不是一句空话。”

——铱云华中区总监 黄自国

杨帆，2018年5月加入了铱云，以江西省区经理身份开启铱云渠道新军之路。作为江西省区渠道市场开拓者，经过一段时间耕耘与积累，蓄势待发。在铱云渠道大学归来后引爆江西，在不到20天的时间里，超额完成8月业绩一跃做到全国业绩Top2的好成绩。

重「心」出发，铱路向前

今年5月接手江西省区之初，大多伙伴处于半休眠状态，如此一来，对于入职时承诺完成业绩产出真是心中没底的。杨帆说“目前江西面临的困局只会是暂时的，相信通过加大力度扶持伙伴，帮助伙伴出货，成就客户价值，如此以往，一定能重燃伙伴心中的一团火。”



找准突破点，撬动“小伙伴”的“大资源”

江西现有“小伙伴”大多属于单兵作战，没有团队，客户资源更是无从谈起，通过和伙伴老板深入沟通与了解，革去其固有的思维模型，将易订货坚持「产品领先，渠道为王」的策略，坚持贯彻始终，撬动“小伙伴”的“大资源”。

带着伙伴一起干，冲在客户第一线

「以心换心，方得始终」这是杨帆常常挂在嘴边的一句话。



在江西渠道日常工作开展中，为了帮助伙伴树立信心，快速积累商机，找到对标客户，杨帆亲自带领伙伴，杀入一线战场，发传单，扫市场，谈客户，带领伙伴冲在客户最前线，晚上给伙伴提能培训、复盘得失，在每天如此高强度的工作运转下，依然正能量满满。根据伙伴能力多种多样，针对不同类型伙伴拟定不同形式的产品及销售培训，保证每一位伙伴都能深刻理解产品，讲述易订货的核心价值点，提高销售运营能力，将有效打法快速复制，让江西伙伴的销售能力迅速提升。

加盟铱云，遇见更好的自己

所谓志同道合，选择加盟铱云的那一刻起，已经准备接受挑战和颠覆传统，只有敢于跳出人生的舒适区，才能遇见更好的自己。杨帆深知，做渠道从来都不是一蹴而就的事情，寻找伙伴，建立伙伴的信任关系，都是要一步一脚印干出来的。

回归渠道本质，以真心换真心，得到伙伴信任，用实际行动扶持到每一位伙伴，真正把伙伴当成一家人，把伙伴的公司当作自己的公司，将利益放到第一位，才能够带领江西省区伙伴交出更漂亮的成绩单！

铱云新军，战之必胜

铱云渠道新军，是一支具有冒险精神的铱云海盗团队。他们眼里有光，心中有火，手上有料，行动有力，秉承“敢想、敢干、敢当”的价值观，以“创新商业软件，让生意更简单”为使命，为客户提供轻松打理生意的营销利器，让生意更简单。

铱云渠道队伍，杨帆这样的渠道经理只是普通一员。渠道第一新军这个称号，是由无数个“杨帆”所组成



在未来，我们有理由相信，铱云科技将继续引领百万企业用户全渠道营销变革，用专项政策和全方位的服务体系，为渠道伙伴深度赋能，打造出国内 SaaS 行业最具持续盈利能力的渠道第一新军。



相信相信的力量，

铱云新军，战之必胜！

彩虹手记

云起未来 铤路同心
铤云五周年冯颀答员工问

问 铤云到今天已经 5 岁了，你最想提醒自己的是什么？

答 5 岁对于一个创业公司而言，是从生存走向成长的关键转折点。无论现在的人还是已经离开的，都是为铤云成长出过一份力的人。组织中永远存在人才流动，但是留下的还在努力拼搏的队伍是公司成长的核心力量。归根到底，公司发展是硬道理，才有资格容纳更多优秀的人，这个压力每天都会暗中提醒我：不要停留在过去，永远向前看。

我希望铤云能够改变传统软件模式，成为一家数据驱动的新商业软件公司，而不只是做一个小富即安的公司。怎样才能做到？——事在人为。只有领导层的用人思维更开放，才能聚合一批志同道合的人，锻造一个精兵强将的队伍。铤云不能因为规模大了就丢掉冒险精神和战斗意志，在中国创业，有时会被黑暗的丛林法则控制，危机时刻存在。作为公司一把手，我告诫自己不要头脑安逸丧失警惕。机会只垂青有准备的人。

云起未来
铤路同心



问 五年前，为什么会选择创业？一个营销人转型做产品的动机和挑战会是什么？

答 所有创业者的最初动机，不是基于对商业利益的理性分析，而是基于内心的强烈欲望。有了这个欲望的动力之后，下一步才是选择如何创业。我看到很多创始人会谈他如何为一个商业机会去创业，但是却隐藏掉了比发现商业机会更早的初始欲望，欲望往往来源于不满足、愤怒或团队担当。他过不了自己内心那道关。我们创业是因为被传统软件公司的创新体制束缚，无法按自己想法去做事。如果你坚持你的商业判断，不愿意放弃既定目标，那你就一定会倒逼自己先做改变，破而后立。所以不是你有了权力再去做事，而是你坚定了想要做事的信念后，再考虑如何拥有做事的权力。后者就是你自己开放学习的能力和速度。不给自己退路，你就可以改变自己。

我喜欢 U2 乐队主唱波诺的一句话：“感受比思想更强烈。”是感受而不是思想让我决定创业。



问 选择创业，对你来说最大的改变是什么？

答 这五年，对我来说，认知最大的改变就是：团队的力量决定创梦的力量。

为什么这么讲？过去我也一直觉得团队很重要，很在乎和我搭档的人的专业能力。但是如果你没有亲身经历更高级别的一些事情，你对团队重要性的认知高度其实还是不够强烈的。过去比较喜欢一个人去布局做事，后来慢慢意识到要结伴前行才会走得更远。随着今天钛云不断壮大，整个团队不断有新人加入，组织不断变强，我也越来越意识到创始团队的力量，中层经理人的力量，决定了公司未来能走多远。而没有锻造优秀团队的领导者，骨子里用人心态都是保守封闭的。一个有瓶颈的老大往往都是没胆量开放心态去找比自己更专业的下属去帮他。你足够强大，就会赢得对方的尊敬，建立自己的个人品牌形象。在钛云，不用回避同学之间的相互学习比拼，“温良恭俭让”无法成就一个优秀的人，只要组织保证开放透明，机制公平。我们还需更大胆。

以前我关注对手，比较多的会去看 CEO，看他的个性和背景，但现在我越来越注意看他身边最亲近的人，看他搭的班子如何，从而判断一个 CEO 内心深处的用人格局和公司未来的发展状态。一个人再牛，格局不大，没人帮他，也成不了大事。

的确这几年我们也走了一些人。组织大了就会有各种挑战，不再是一个人可以罩的过来。客观认识这个事实，再从问题中去改进。不要陷入过去，无论是辉煌还是痛苦。成长是硬道理，还有更多一群人希望 leader 带领团队成功。即便是不适合的人离开公司，也许他到了适合他的地方反而成就了他。从没有废料，只有错放的资源。钛云要寻找适合自己的人，找到了也要有组织机制确保他的成长，这也是对公司最大的挑战。



另外一点认知是：要敢于快速行动，同时明白危险和风景永远并存，不纠结已经沉没的成本。凡事都有阴阳两面，好的坏的都在一起，风险和成果互相关联，不要想取巧。欲戴王冠，必承其重。但你要敢干，要有勇气和魄力，驱动你行为的背后还是个人意志，包括战略，魄力都很重要。用行动打破第一步障碍，答案就会越来越近。喜欢坐而论道迟迟不动的领导者，是内心的怯懦束缚住了他的手脚。只有敢出手的人，能坚韧不拔的人，才可能是最后的赢家。



问 经过这几年，你对创业最初的认识和理解又有哪些变化？

答 对创业的深入理解就一句话：雄心的一半是忍耐，成功的一半是等待。

当你经过各种事情以后，你会发现很多时候成功并不是由瞬间的关键事件决定胜负的，就像真实的战争过程不是靠拼搏和牺牲组成，而是靠长期的忍耐和煎熬组成的。打仗除了拼杀之外，更多时候是在忍耐，潜伏和等待战机。有时候需要敢于动手的魄力，而有些时候则需要沉下心来潜伏，把内功修炼好。尤其是 2018 年，中国经济开始进入持续动荡的潜伏期，这就需要我们要有长期的耐力，有跑马拉松的精神，才能比对手走得更远。2019 年钛云需要先做强，后做大。以前我们对大的关注超过了强，现在组织迅速调整都是匹配这个战略，确保人员成本和盈利的良性配比。



问 在你的职业生涯中，对自己影响最深的人是谁？

答 对我影响最深的人就是我的上级领导。从做基层员工时带我的第一任总经理（他教会我快速反应、敏感市场信息、什么旧规矩都可以变），到做总经理时分管我的集团领导层（他们教会我战略市场营销，数字经营意识和开放的跨界学习能力），到自己成为独立子公司一把手时的集团创始人（他告诉我创业者应该具备的使命担当、战略思考和决策魄力）。

每个阶段，让自己成长最快的其实是引领你的优秀上级。是他们一步步把你推到更高能力阶段，这是一个持续的过程，而不是某一个人就给你全部成长力量。尽管通过阅读经典，德鲁克、韦尔奇及乔布斯给了我更深的系统性认知和持久的影响力，但我还是觉得一个人职业生涯中的上级是否优秀，会直接影响到你的成长速度。因为管理是门实践，在一些具体的、点滴的事情中，在一些重大事件的处理上，上级的身体力行，认知格局和人格魅力对一个人的成长是立竿见影的。包括他们的缺点，都是你注意提防的地方。如果你没有业务实践，没有好的一把手随时对你的点拨，你看的书再多，就算了解了世界级的管理思想，但还是很难落地在一步步的事上修炼中。

所以，钛云的各级一把手，是我最在意的。他的下属如何评价他，就是最客观的现实。选用好一把手，团队的战斗力才会更强大。

问 公司发展到今天，你觉得遇到过的最大挑战是什么？这五年，你做过最正确的决定是什么？

答 最大的挑战永远是当下。2018，我们面临第二增长曲线的产品和盈利模式创新，老客户的新期待。面对新商业机会的把握，面对不同对手出现后我们快速反应的行动力，我们够快吗？领导层意识到整个行业处于一个历史转折点吗？团队的做事效率和资源整合迅速到位了吗？我可能忽视了经营中的哪个致命问题？下一步工作中的控制点是什么？你最强的抓手是谁？这些问题每天我都会反复循环去想。

过去 5 年最正确的决定，还是创业期对 B2B 方向的产品切入点选择，这对钛云至关重要。其次是对搭班子的提前布局，让我及早能够抽身具体事务去想如何做正确的事，而不是陷入内部管理细节忽视对外部市场的洞察。我内心给自己设了一个决策倒逼机制：每隔一个季度或半年，我一定要做一个艰难的决定，这个决定一定是要撼动旧的做事规则，但是可以让组织刷新，倒逼公司成长。内心先有这个目的后，就会倒逼自己到那个节奏点时，去想应该变革的具体举措是什么？

如果我做出的决定是别人早已预知的，说明我没有做出这个位置应该贡献的价值创造。好的决策应该是少的决策，你的职责所在应该担当的决策，改变问题性质的根本决策。如果很长时间发现没有做出让自己纠结的决策，说明自己封闭了，怠惰了，开始自满。



问 如何应对新形势下的市场局势？国内经济下行会对公司业务造成影响吗？

答 市场变化会越来越不确定。经济下行对所有企业都是一个挑战和机遇。公司的业务需要回到经营效益和商业效率。这是 5 周年我最想和全体钛云同学说的，不要在外部市场发生剧烈变化的时候还按部就班做事，认知上自我封闭。因为危机也是一个竞争胜负手的机会。你要做到比同行更优秀。所以，越是经营能力强的公司，反而在经济变幻不定的时候把体态虚肥的对手拉下马。钛云要瘦身，更精干，业绩才会更快增长。公司要思考人效，盈利预期，重新审视业务模型。我们 5 年时间只花完了全部融资一半的钱，在股东心中我们的经营效率是较好的。但是我们要先下手为强，再紧逼自己。很多公司明年会倒闭。我们不能有侥幸心理。

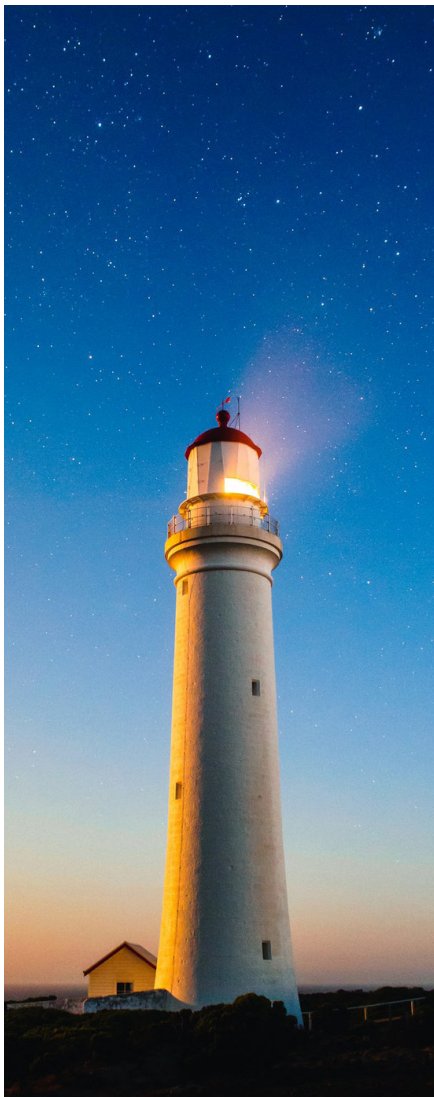


问 如何在产品日渐同质化的市场中实现长期领先？我们产品的竞争壁垒在哪里？还需要补充哪些能力？

答 我们的竞争壁垒就在：对各行各业不同的供应链上下游业务流程的理解力与产品 + 营销的实现能力。过去 5 年我们最早进入 B2B 领域的 SaaS 产品创新探索。企业服务市场其实是人力资源比拼的市场，产品为先，为此我们需要强化产品 - 市场的客户洞察。光靠聪明没有用，靠逻辑推演也没有用，好的产品领导者不是按客户需求去规划产品，而是泡在客户行业应用的场景中去触摸，感知，体验，洞察。

不主动接触客户场景和对行业变化趋势不敏感的人，无法让团队每个成员围绕一个共同目标去做事。一个人是否“爱”客户，周围的人能感知到的。只有这样才能创造出引领商业趋势的新商业软件。我们还需提升这种在企业服务领域中的客户意识和产品创新的能力。产品竞争力 + 整合营销能力是钛云在下一个五年要继续强化巩固的。



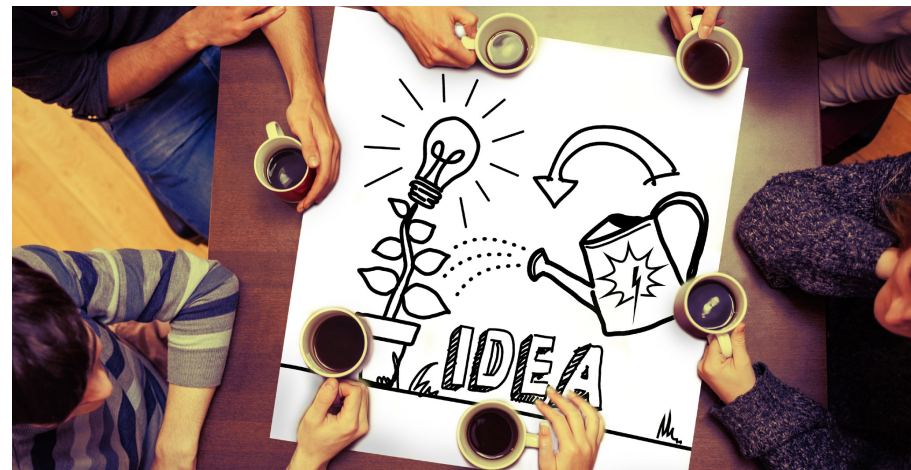


问 对于接下来一年的企业服务市场局势，你如何判断？

答 应该会有更多的细分市场领先者跑出来，行业会有一轮收缩，企业更注重商业效益和经营效率，而不是一味的规模做大。现在互联网巨头格局已成，企业服务市场合纵连横也很多，我们如何选择目标客户市场？联盟什么样的友商和巩固自己的核心竞争壁垒？是方向选择的核心问题。

问 新零售时代下，做企业服务有哪些新机会？

答 新零售时代，品牌商的业务模式在发生剧烈的变化，从消费端到上游的供应端，这些都因为新技术的赋能而产生革命性的颠覆力量。那么企业服务应该为谁服务，是钛云的定位。我们坚信品牌企业是中国商业创新力量的主力，品牌企业需要自己的生态链和互动稳定的客户关系，并且触及消费者终端。我们要为品牌制造，品牌连锁，品牌分销企业服务，第一步是锁定中小企业 SME 市场，为他们提供软硬件一体化的 SaaS 解决方案。因为切入到了生意端，所以我们的大数据赋能是平台的一个重要力量。其次就是平台营销服务，这是 B2B 的电子商务业务。帮助品牌企业“与狼共舞”，让生意更简单。



问 公司要想保持创新，有哪些方法吗？

答 关于创新的方法论前人总结有很多，都很好。但重要的还是靠人去实践。因此公司保持创新，首先是领导班子的头脑不要封闭僵化，有开放性的学习能力和包容人才的能力，其次是中层队伍的创新力和稳定。组织中，官僚风气都是由干部造就的，最大的干部就是我。所以我不担心那些创新的方法是否掌握，而是公司的组织设计，团队文化和做事风气是否可以成就创新的土壤。今年初开始公司对人才盘点关注较多，新成立的战略执行委员会是关于干部约束与成长的组织。关键的少数能够率先垂范，身体力行，基层同学的创新点子才有可能冒出。越是接地气的人，越会发现机会。我们有做的好的部门，也有待改进的部门。我们要做的比对手好，这需要组织能力持续的迭代刷新。如果有问题，最终还是回到我个人的认知和用人断事的魄力问题。因为所有问题都是一把手自己的问题。每个人都有自己的天花板，都会纠结。快速学习和大胆用人是根本。

钛云对核心干部选拔就三点：

- 一、要性！
- 二、专业做事的行动力；
- 三、公司大局观。



问 不必讳言，每家创业公司的人才观和做事的价值观都会留有创始人性格的影响，你怎么看待这个问题？

答 敢想、敢干、敢当是过去 20 年给我影响最大的做事价值观。它简单、直接、易懂。但实践永无尽头。尤其对高层经理人来说，敢当是最重要的。对中层经理，敢干是最重要的。对客户和行业使命的价值担当，对团队下属成长的责任担当，对同在一艘大船上与兄弟部门 并肩作战的公司利益担当，这种责任感我们是在工作实践中表现出来的。过去职场上我见过一些很聪明，能力很强的经理人，大家成长到一定阶段开始出现了多余能力分化，出现能力的 差异化往往不在单纯的想和干，而是面对未知和挑战时，担当的心态决定了他下一步的能量 发挥。其他的缺点都可以改变，或用新人互补。但是担当没有了，他就不能做领导去带人。

我知道有些过于强调职业化思维的经理人是不会在意这点的。认为专业素养够了就 ok，我不能苟同。这种人在任云待不久。专业能力和职业作风是很重要，但是回顾过往职业生涯，我看到让很多优秀的领导者脱颖而出的关键时刻，支撑他们破而后立的创新举动，是源于他们内心潜藏着对做好一件事的责任担当。这个担当有时会超出组织表面的职业化要求，有时对自己的个人利益和过往荣誉是有风险的，但是从担当的角度他们责无旁贷，所以他们还是勇敢的去做了。他们最终赢得了更多人的敬佩。他们可能是创始人，也可能是高级管理者，甚至是一个有工匠精神的员工。这些“海盗”往往在职场更能得到提升和重用。

每家创业公司的文化，一开始都和创始人甚至创始团队有关。企业文化固然有共性的一面，但是每家公司都有自己的文化个性。不同文化风格没有绝对的对和错，是能否推进公司在每一个阶段能够更好发展的问题，并且公司文化也会不断调整刷新。正如不同性格的人，一样都能成事。反之亦然。

但是组织越来越大的时候，需要创始人收敛这种过分依靠个人决断能力的治理方式，建立一个好的议事规则和开放的交流机制更重要。这是一个回退的节奏问题。回到根本，每个一把手都要有主动意识控制住自己内心复杂的欲望，听得进批评意见。我比较冲动，敏感，所以还在学习的路上，有些挑战还未能找到好的答案。过去几年，我从外部有过业务实践的优秀创业者身上学习到的东西，比从书本上获得的东西更有行动力上的反射。所以我更喜欢主动向外跑动，从与各类人的交往碰撞中去感知自己的不足，不断去复盘自己犯错问题的根源。你不碰撞到更强的人，不知道自己的短板在何处。这样可以让自己内心更强大。



摄影者 / 冯麟 硅谷乔布斯旧居，苹果公司诞生在其车库。

记铱云科技五周年

——云起未来，铱路同心

不忘初心，团队致胜，
创新一直在路上

铱云科技五岁了！

没有以往热热闹闹的集体狂欢，没有嗨翻天的嘉年华盛宴，我们用一场关于成长的思辨，“认清明天的去向，不忘昨日的来处”，作为五岁生日别开生面的纪念。



对服务创新的坚持，说起来很简单，但在实际的工作中，尤其是当我们面对巨大压力的时候，面对各种挑战和困惑的时候，坚持就不那么容易了。

回首铱云科技发展的第一个五年，铱云科技 CEO 冯颀感慨道，“过去最难忘的美好时光，是未来的一切成败都还是未知数时，守住做好一个产品的简单欲望。因为易订货帮助了客户成功，铱云才能走到今天，但我们一定要翻过历史旧页”

诚然，铱云科技在成长路上，公司从几个人发展到几百人规模；从单一产品延伸到可满足不同业务需求的多款产品；从简单订货功能扩充至全渠道营销解决方案…都在主动或者被动地面对这样或者那样的选择。这一系列选择的过程，就好比一个 5 岁的 baby，需要一年内大脑快速发育、视力、听力迅速加强，全身长出茁壮的肌肉，骨骼迅速成长到青年人的水平。这个成长的过程一定是伴随着痛楚。

在第一个“危险与风景并存”的五年，铱云科技敢于行动，坚持创新商业软件，让生意更简单的初心使命，忍受着成长带来的阵痛，以“三敢”价值观（敢想、敢干、敢当），做了一系列的尝试：对内，我们优化组织架构，举办多元活动，丰富企业文化，以提升组织水平，让每一位铱云同学找到与铱云科技的联结，并在铱云科技释放自己最大的潜能，因为我们相信“团队的力量决定了创梦的力量”。



对外，我们坚信“雄心的一半是忍耐，成功的一半是等待”，所以为了给用户创造价值，让生意更简单，我们付出了自己的芳华，全力以赴，坚持以客户需求为出发点，丰富产品的功能多样性，推出多款产品以满足不同领域行业的个性化场景。彩虹总在风雨后，五年来，我们深刻改变着平台内每一家企业每笔订单的运营成本，让“让生意更简单”这一理念普及至更多的企业。这些都在我们今天面临业务挑战时，转化为最坚实的壁垒。

客户领先， 铱路同心，云起未来



随着对各领域业务场景的深入理解，我们更加明白到，不应该做自己认定的产品，而是要做用户需要的产品。五年前，我们怀着创新商业软件，让生意更简单的初心梦想出发，五年后，我们发现身上责任越来越重，要做的事情还有很多很多。

没有敞开心扉的责任，就没有创造奇迹的团队。过去五年，正是简单透明、真诚笃定让铱云科技收获快速成长的战斗力，现在，以及未来，伴随着竞争环境愈发复杂多变，我们清楚地意识到机会转瞬即逝，每一次不被理解的需求背后，都有可能是一次业务生死存亡的拐点，所以，铱云科技将以更快速的进化来适应新的挑战，新的责任。通过不断成长，来承载和实现每个企业老板“心中的平台梦”。但成长从来不是易事。

在过去五年，我们有幸参与全渠道营销商业模式的巨大变革，此时此刻，我们正站在从创办全国第一个移动订货系统到引领云时代新商业软件变革的愿景升级的拐点，可以预见，未来，铱云科技还会面临更多前人从未经历的困难，开创前人未敢想象的事业，承载每一位企业用户让生意更简单的期待。

不惧困难，铱往无前，筚路蓝缕，与有荣焉。亲爱的铱云人，生日快乐。

让我们，云起未来，铱路同心！





远方

文 / 颜军 技术部测试团队

倘若寂寞封尘，
我愿留在过去。
在那夏夜深深，蝉鸣之际，
瞭望苍穹，
寻觅宇宙深处花落的记忆。
拖着一幅皮囊，
藏着梦想，
不知疲倦地奔向远方，
因为，
只有远方，
才是我们向往的地方。
然而，
在这陌生的城市里，
你我都任流浪。
流浪远方，
追逐着或隐或现的梦想。

忧伤，
总在孤独的深夜奏响。
希望，
时刻寄予缥缈的远方。
人生无常，
道不尽的苍伤，
诉不清的衷肠，
黯然笃定于远方。
窗外的远方，
霓虹遍布，点缀着小城的夜。
零落的行人，
灯火摇曳中拉长了影子，
给原本寂静的夜添了生趣。
渐行渐远，
隐匿于城市的另一端。
关上窗，
阖眸入梦，
邂逅那个不属于我的远方。



摄影者 / 冯硕

流言

文 / 罗锦滔 市场部

我从不知道这座小村庄坐落何处，地理位置如何，似乎就是在几座山的怀抱之中，村里的人不知道，村外的人也不知道。站在一个制高点来看这个小村庄，凿实小的可爱，却不精致，似乎经不住风吹雨打，但是事实上风吹雨打这座小村庄不知多少年了，它依然不倒，吹落的也只是几块瓦片，还有就是几条人命。这座小村庄好比一个贫苦的中国人，苦虽苦，却总也不倒，从古至今一直被上层剥削。

回到那个至高点，倘若这个至高点有鸟儿飞的高度那么高的话——这些小房屋一个紧挨着一个，甚是亲昵，乡间小道上时不时可以看到零零落落的牛粪，傍晚的时候人们就会把干牛粪堆起来烧，干牛粪燃烧散发的令人窒息的气味似乎在对山外的世界说这里还有生命。早在几年前，田里还有不少耕种的人，傍晚老少乘凉，互诉闲事。如今这几年这座小村庄的气息只能有稀落来形容，尤其到了午睡的时候，仿佛全世界都熟睡了，静的像深渊一样，整座山往里丢，居然也听不到一丁儿声响，悄无声息的往里沉。这座小村庄此时就像一盏夜半竹灯，什么都旧的似的，一点一点露出了痕迹，又不知道这痕迹代表什么。夜间的时候村里灯光如豆，村里劳动力基本都走了，老幼又歇的早。

我回到这座小村庄的时候正是冬至，那时天地的色调一片灰，这正是这座村庄的颜色，是他的感情色彩。但它并不是一直是灰的，夏日午间的时候，天垂四阔，大块大块的白云堆在天末，好像能从那天边的云端搭一座桥来到这灰色的小村庄。阳光倾泻，照亮的整个村庄，那时便没那么灰。午后两三点，这寂静如女人的琐碎细语，但你永远听不清，相隔着一层什么似的，夹杂着缝纫机急促的哒哒哒声。但是街头巷尾空无人影，此时还是安静，寂寞。



这些琐碎细语就是所谓的流言，流到旷野，流到山的另一边，流到天末的云间。但是我回去那小村庄的时候，似乎连这些流言也听不到了，墙壁渐渐地老去，斑驳，长满青苔，随着那墙壁老去的是那些流言。

冬至之时，终日没有阳光，黑色的砖瓦，灰青的墙面，这座村庄始终带着阴沉的气息，近几年在村里盖起了毫无特色的新房，这些仅有 4，5 层的屋子足以俯瞰整个小村，整个村庄，包括那些新屋的时候，这些新旧交杂却极不协调的搭配让人觉得过去的故事在逐渐消失。

这里是我童年的世界,如今我却好像是个异乡羁客,
偶尔还有几个认识我的人,但也已经渐渐老去。

回去的时候，却又觉得那流言又起了。有人在，流言就一直在，只是一些渐渐老去，一些又被那些墙壁倾听。乡间的流言和都市的流言本质上并无不同，午后趁人们还在昏睡，那时还是冬至，这些流言在被窝里生成，它无拘无束，漫无边际，没什么清规戒律，它瞎编乱造，它总是错，但没有人会认为它是错的，在真里它是假的，在假里它却是真的，总是混淆不清。或许它是电视剧里的几句对白，或许是书上几滴泪痕，但总是坏事多好事少。谁都不愿听到关于自己的流言，但是谁都愿意听别人讲别人的流言，真理被人一传，就没有了本来面目，好比王子 Hamet 说的 :God has given thou one face,but you make yourself another。



流言有衍生的能力，但它总是变的和原来面目不同（fake）。

村里的很多人就是带着这些流言进了棺材，带到了阴间，带给了魑魅。它虚张声势，啃噬着活着的人的年华，这年华有几许，半辈子给了流言，有些人一直信以为真，一辈子活在假里，在假里找真实，从前在如豆的黄灯下琐碎，现在在灯管灯光下琐碎。谁被流言沾上，逃也逃不掉，结果冤无头债无主，它是卑鄙的，零碎的，但有时却能置人于死地。

冬至过后我离开了这小村庄，可是这流言跟着我来到了都市，或许这流言一直在中国的每个角落，它如风，一吹就散，又如云，一聚便起。

这流言，还是流言，人们相信，其中有真里的假，也有假里的真，安静的午后容易飘起，却不知何处。

最美不过初见， 爱在罗马！

文 / 张旗 市场部

条条大路通罗马。

罗马非一日建成。

身在罗马，入乡随俗。

信手拈来，与罗马有关的西方谚语比比皆是，所为何故？

罗马曾是辉煌帝国的中心，欧洲城市的雏形，被誉为“万城之城”，它把教堂、斗兽场（竞技场）、凯旋门等城市标配输送到了大半个欧洲，也让浪漫这枚标签与其相得益彰，从 Rome 到 Romantic，无巧不成书啊！

然而，罗马的浪漫不同于巴黎，它更复古，更简约，就像经典爱情电影《罗马假日》里，俏皮可人的赫本女神坐在男主自行车后座上，穿梭在罗马街头闪过的画面那般，一眼万年，足矣。

不过，话说回来，硬币有两面，浪漫热情的意大利人，长居欧洲婚外情出轨率榜首，其中罗马尤甚，关于这个话题，意大利电影《完美陌生人》解读地很全面，建议情侣并肩观看。



PS：从地缘上讲，罗马城包含着世界上最迷你的国家——梵蒂冈，作为天主教教宗所在地，每天吸引着全世界数以万计教徒前来朝圣，本文暂且不表，待展开另叙。

帝国文明的印迹，处处可见。罗马分老城与新城，老城自然就是以罗马斗兽场、帕丁山、罗马古城遗址为中心的历史保护区。

延续千年的文明余晖，漂浮在古城上空，伴云卷云舒。行走其间，恍惚穿越历史，一面古典，一面现代。

罗马的变与不变，注定抹不去帝国文明的印迹。

罗马斗兽场

来不及倒时差，兴奋的两个人，一大早便决定去斗兽场看日出。好在住得近，5分钟脚程，便已到达。迎着第一缕阳光，照耀斗兽场镂空的砖石，过渡成不加 Lomo 滤镜就能做壁纸的金色，激动地快要叫出声来。

跳跃着拾级而下，从外围绕一圈，观察这座巨大的建筑，好像是被咬了一口的焦糖蛋糕，层层叠叠，每一个侧面都各有不同。

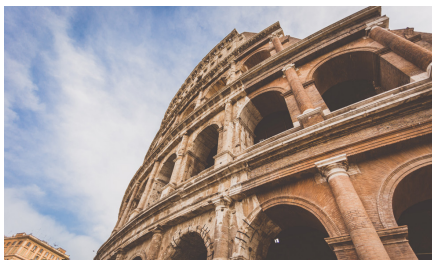
想象着坐在其中，看斗牛，看赛马，猛兽从脚下喷薄而出，人群摇旗呐喊，声势浩大。达官贵人少奶奶们，享受着楼上包厢的独家视野，轻摇小扇，在欣赏歌剧之外，释放片刻狂野。

古城遗址

从斗兽场转弯，紧邻着的就是坡度不高的帕丁山，以及洋洋洒洒的罗马古城遗址。断壁残垣，疏影横斜，夕阳映照废墟的落寞感，踏足过圆明园的，会懂。

欧洲的鸽子不怕人，难怪梁朝伟没事就打飞的去伦敦喂鸽子。

除了特别保护的遗址片区之外，沿着主干道散布的，还有很多大大小小的帝国印迹，配合着街头艺人高度默契，彼此间隔的错落有序，显得恢弘大气。



威尼斯广场

在大道即将分叉的尾端，骤然转为威尼斯风格搭配巴洛克风格建筑群，洁白的威尼斯广场，大理石地面庄严肃穆，日夜守卫的圣火，永不熄灭。

进入室内，原来是艺术展览正当时，不禁感叹人们对美学的培育自觉，街头排队买票的热情，连我这个过客都想驻足，一探究竟。

条条大路通罗马，果然名不虚传。罗马的大道在欧洲算是很宽广了，当你不能确定是否沿着无名小巷可以走出去的时候，请放心大胆地走，大部分街巷彼此相通，一个转角，别有洞天。虽然《罗马假日》的桥段并未如预期般上演，但是更随性地城市漫游，也别有趣味。

这种适时调整的随机性，也是旅行的一部分，不管是惊喜还是惊吓，保持期待就好。

圣天使堡，等夜色温柔。用 Roma Pass 免排队进入圣天使堡，节省时间，很是划算。在这座古罗马时期的军事建筑上，俯瞰罗马和梵蒂冈城，被台伯河分为两岸，微风阵阵，好不惬意。



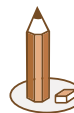
除了可登高欣赏如水夜色之外，圣天使堡和圣天使桥，还是 TVB《冲上云霄2》的取景地，追过剧的那些年，看着男女主角在古堡前流连，听着 Adele 的烟嗓，也曾默默许下心愿，闪闪发亮。



最美不过初见，此行欧洲首站到达的罗马，集浪漫与古典于一身，天气晴好，人文友善，无论是踏着石板路，闲庭信步（罗马城完全不需要乘坐交通工具，步行暴走即可），还是沿着主干道，检阅历史，都令人无比放松，愉悦。

难怪 Woody Allen 欧洲三部曲第一站就是《爱在罗马》，它的确满足了对于城市的所有想象。

画说铭云



<第一话>



易订货产品架构图



易订货

让生意更简单



易订货 连续三年移动订货APP下载量第一
二十二大行业2,000,000用户的共同选择

*下载量数据来源：2018年11月统计于ASO100.com

美的 Midea

联邦 L



宁谷物配

deli
得力办公



通威食品
TONGWEI FOOD



面掌柜
Noodle Master



WIOSON
威星

深圳市银云计算有限公司