宁波珂源互动公关策划有限公司创始人钱旭峰：

要做懂生意的广告人

从家电圈的“铿锵玫瑰”华丽转身到自主创业，钱旭峰说，人生中最美好的事就是做自己喜欢和擅长的事情。由于具有深厚的财务管理知识和熟稔的企业管理经验，她深知企业的实际需求，擅长从全局视角，帮助企业进行品牌策划、公关传播和电商咨询等。

珂源于2015年9月中旬成立，2016年实现营业收入1100万元。“这么快就实现盈利，出乎我的意料。”钱旭峰笑着说，珂源的初衷就是要做公关策划界的“小而美”，服务客户力求达到“精而专”。“我们的想法其实也非常简单，做‘懂生意的广告人’。”

专注口碑营销

用心去做，给客户带去超预期的价值，就能赢得信赖

“我们公司定位服务高端客户，所谓的高端客户，不是说一定做得有多大，但是须在所在行业处于领先地位。”钱旭峰着装简洁、干练，说话很有逻辑性。

她说，之所以选择高端客户，是因为这些企业都有独到的企业文化和管理思路，在服务他们的同时，也能从他们身上学到很多。

“我们和合作伙伴不仅是做生意，更多的是良师益友的关系。”钱旭峰说。

目前珂源已经拥有不少稳定的重量级客户。公牛集团就是其中之一。当时为了做好“公牛”的策划方案，珂源的工作人员深入市场一线，不仅去研究别的公司的同类产品，而且为了吃透“公牛”的产品，几乎买来了市场上所有“公牛”的开关。“当我们汇报悉心准备的方案时，客户惊讶地说：你们像潜伏在我们公司，居然对我们这么了解。”钱旭峰说，只要设身处地站在客户的角度并结合消费场景来思考问题，用心去做，给客户带去超预期的价值，就能赢得信赖。目前，他们与公牛的合作越来越深入，不仅仅是电商咨询顾问，还深度参与公牛的品牌传播、官网建设、会员管理等战略项目。

“你若盛开，清风自来”。口碑营销吸引了不少客户找上门，宁波一家市“3315人才计划”引进的企业，其核心团队在硅谷。他们在百度上看到了珂源为“公牛”做了一个车载充电器策划项目后，觉得整个品牌曝光度和传播量很大，最重要的是带动销量提升，因此经过多方打听，主动找珂源合作。从见面到签订全年战略合作，仅用了3天。

珂源创始人钱旭峰

采用“阿米巴”经营模式

让员工成为主角，充分激发了自驱动创新能力

商业模式决定公司成败。阿米巴经营模式被很多公司奉为圭臬。这一模式源于稻盛和夫创业早年的困境，当时他一个人既负责研发，又负责营销，当公司发展到100人以上时，觉得苦不堪言，渴望有分身术将自己派去各重要部门承担责任。于是，他把公司细分成所谓“阿米巴”的小集体，并委以经营重任，从而培育出许多具有经营者意识的领导者。

“正向的经营会给公司带来正能量，管理也会变得简单。我们采用的就是‘阿米巴’模式。”钱旭峰说，他们将三大业务“包产到户”，分成两个小组，建立独立经营体，每年各小组利润的40%都将奖励给团队组长和成员，这样的独立核算方式，让员工成为主角，充分激发了员工的自驱动创新能力。

2016年年底，珂源的每个小组都实现了盈利，三个组长都获得了相应的奖励，其中一个组长的奖金高达6.5万元，还有两个分别获得6.3万元，“为了图个吉利，全部补足到6.6万元，这个数字放在其他公司可能不算啥，但对于一个初创公司和一帮90后年轻人，我们心满意足；今年所有员工的奖金都补成了吉利的数字。”钱旭峰说，只要把员工真正当成家人，员工才有工作的动力。珂源的员工年终奖平均达到了2.77万元。

“阿米巴的精髓就在于通过精细的小单元独立核算，让每个员工都有主人翁意识。”钱旭峰说，事实证明，全员参与经营，依靠全体智慧和努力能更快完成公司经营目标，实现飞速发展。

用心打造共享平台

不仅提供优质贴心的服务，更要创造超越服务本身的价值

“我们要把珂源打造成一个能够进行资源共享的平台。”钱旭峰说，不仅仅局限于为客户做营销策划活动，而且能够通过整合资源能为客户提供合作共赢的机会。

去年，珂源确实促成了几段“好姻缘”，让不同行业的企业实现了跨界合作。最成功的就是促成了博洋家纺和方太的“金风玉露一相逢”。博洋家纺的产品在出现在方太、华茂、均胜、立华、大虹等公司的会展上，“我们与希尔顿也有合作，也经常会帮他们进行推广。”钱旭峰强调，作为优质的乙方，我们不仅要有使命感在合适的场合推荐我们服务客户的产品，更要把不同行业的优秀管理方式和商业模式进行信息共享。

“不管是做人还是做事，都要有大格局。”珂源有一个供应商，因为购买了不少大型设备，导致资金吃紧，钱旭峰便主动联系这位供应商，让财务打了30万元预付款到对方的账户上，解决了对方的燃眉之急。她相信，小小的一个举动会感动供应商，从而更好地服务甲方。

钱旭峰说，创业一定要沉得下心，要有养一个孩子的耐心。“如果下定决心创业了，就要坚持到底，不要轻言放弃。”

伯乐遇马天使投资有限公司总裁翁哲锋点评：

纵观钱总创业之路，三大因素促使她走向成功：其一，她本身是行业中不可多得的人才。无论是在奥克斯，还是珂源，她的人脉资源、专业素养、管理能力等都是宝贵的资源。其二，精准的市场定位。宁波在品宣策划方面正处于市场的一个缺口，她牢牢抓住了这点。用“心”服务也是她高明之处，抓住了客户的需求。其三，先进的管理模式。“阿米巴”管理的精髓是倡导人人都是经营者，大大激发了员工的积极性。

记者 王婧 实习生 杨驭心 通讯员 贺英超

节后第一波包裹到了！

本周起宁波快递全面恢复营业

商报讯（记者 史娓超 通讯员 王凉）“年前在淘宝买的东西终于到了！”昨天上午10点左右，在海曙区上班的的李女士接到了快递员打来的电话。

记者从宁波市邮政管理局了解到，本周起，宁波各快递企业全面恢复营业。中通、圆通2月2日起陆续恢复正常营业；韵达、宅急送、快捷快递2月3日起恢复运营；百世汇通、天天快递、优速快递2月4日恢复运营；德邦快递2月5日期所有门店全面恢复正常运营。此外，春节假期一直处于运营状态的EMS、顺丰也已经停止收取10元每单的春节服务费。

顺丰宁波分公司负责人称，目前大部分一线快递业务员均已到岗，已经恢复正常的收派件频率。也有个别网点的快递员仍在陆续返岗中，预计元宵节前可全部到岗。

昨日下午，记者在福明路一家快递网点内看见，尽管复工不久，该派送网点里外已经堆放了不少包裹。

“春节前，我们就已经把该派送出去的包裹都已发出去，因此不存在压货的情况，这几天随着外省市包裹陆续抵达，将迎来一波新的业务高峰。从正月初七恢复收派件，网点的收派件量已经迅速攀升至1500多件。”该快递网点负责人告诉记者。

据了解，春节期间，有不少网店开启“半打烊”模式，尽管受大部分快递停运影响无法发货，但仍安排值班客服接单。“春节假期结束后，部分网店积攒的订单需要集中发货，再加上消费者的节后购物需求有较大的释放，元宵节前后或将迎来一轮小高峰。”宁波一位快递业业内人士坦言。

从国家邮政局监测数据显示，春节期间，全国快递企业累计完成业务量1375万件，较去年同期增长19.86%。值得注意的是，春节期间邮政EMS和顺丰完成全国快递业务量的83.79%。

春节包裹收货量最多城市宁波排第13位

商报讯（记者 史娓超）春节期间，菜鸟推出“春节不打烊”服务，服务范围包含宁波等多个城市。菜鸟网络平台数据显示，春节期间包裹收货量最多的城市则分别是上海、北京、杭州，宁波排第13位。

菜鸟联盟的数据显示，超市类商品和大小电器是宁波消费者春节期间特别钟爱的年货商品。在包裹数量排名前10的商品中，仅天猫超市售出的食品就占据了6席。此外，菜鸟“春节不打烊”送出的商品中，数量最多是的天猫超市售出的“暖宝宝”。

与“双11”“双12”等电商大促相比，“春节不打烊”对物流业的考验更加严格。菜鸟联盟负责人介绍，春节消费的独特性主要包括：大部分物流人员处于假期；大量消费者离城返乡，改变了惯常的物流链路；特殊的节日气氛和传统习惯对商品的消费需求不同于平时。

“菜鸟拥有全球最大的物流数据库，可以准确分析判断节日消费需求，帮助商家提前分仓布货。提高物流效率。数据显示，菜鸟联盟的春节物流订单依然有9成以上实现了次日送达。”菜鸟联盟负责人表示，通过大数据实现春节这种特定场景下的智能物流服务，将有助于促进消费升级。