

冲刺！ 再进化

本期
关注

盟行天下|
微盟2020年上半年财报解读

盟咖驾到|
2020年度微盟集团级晋升结果
王龙：自身的进化来自业务每一次的迭代与开拓

盟友君语录

炎热的夏天已经悄悄过去，紧接着到来是象征丰收的秋日。

伴随着秋天的到来，我们进入了Q4，

微盟的伙伴们加足马力，准备冲刺！

对于自然来说，

四季的更替是从播种、发芽、开花到结果不断进化的过程，

对于微盟业务和微盟人来说，我们也在不断迭代和进化。

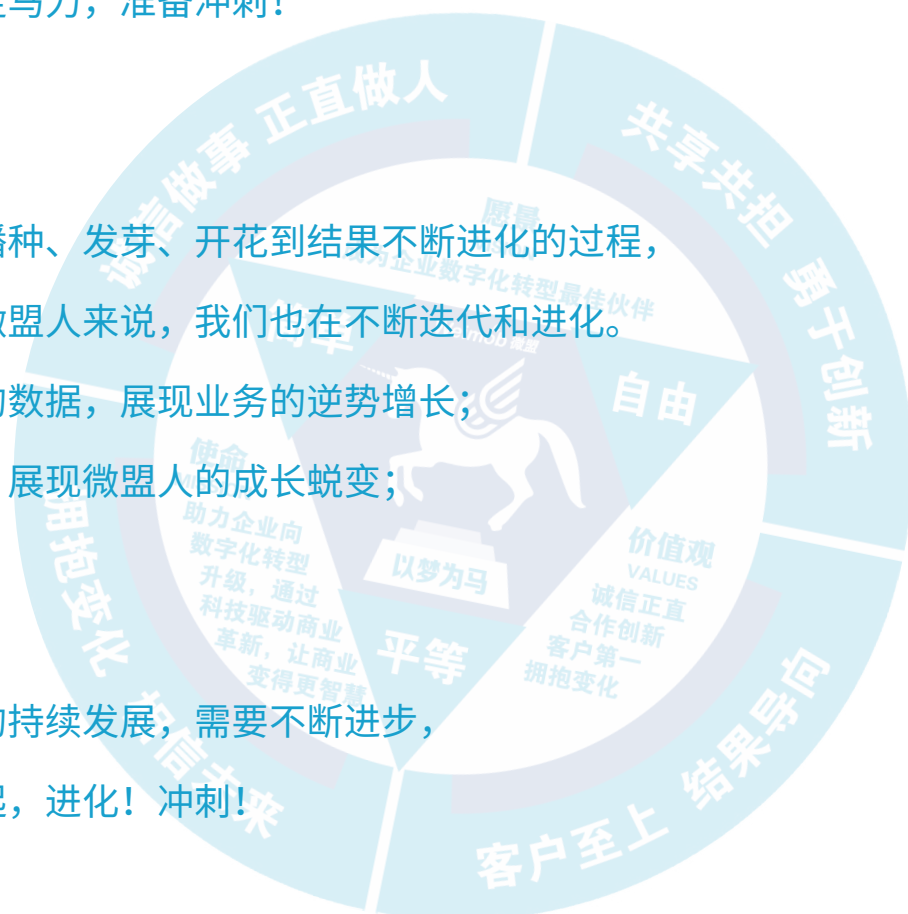
上半年财务公布的数据，展现业务的逆势增长；

晋升季结果出炉，展现微盟人的成长蜕变；

.....

企业要保持长久的持续发展，需要不断进步，

让我们和微盟一起，进化！冲刺！



目录

contents



刊发日期：2020 年 9 月 29 日

刊发期数：NO.20 | 2020 年 9 月刊

出品：微盟人事部 - 组织文化部

本期感谢以下微盟伙伴的支持：

曹海东、金涛、倪蓉、徐慧婷、万丽、王龙、赵建双

本刊中涉及的英文简称：

SCG 指微盟智慧商业事业群

SMG 指微盟智慧营销事业群

CDG 指微盟企业发展事业群



WEIMOB WORLD

出行天下

微盟 2020 年上半年财报解读

► 总营收解读

2020 年上半年无惧疫情“黑天鹅”，我们的 SaaS 产品和精准营销业务撬动上半年业绩快速增长。从右图看，我们经调整总营收 10.50 亿元人民币，同比增长 59.9%。

在 SaaS 产品方面，我们的商业云产品围绕微商城、智慧零售、智慧餐饮、智慧酒旅等多个垂直行业布局，提供了一站式解决方案，赋能商家解决经营痛点，实现数字化升级。SaaS 产品收入由 2019 年上半年的 2.19 亿元提高到 3.05 亿元人民币，同比增长 39.2%，业务发展稳健。

精准营销方面，通过连接更多广告主和媒体资源，我们在宏观环境充满挑战性和不确定性的情况下仍然取得了突破性增长，其毛收入由 2019 年同期的 17.97 亿元增长至 46.1 亿元人民币，同比增长 156.5%。这里要说明一下：由于精准营销业务主要看毛收入，即总消耗金额，因此在对外披露的业绩亮点时更重要的是看毛收入，而不是营收。

Weimob 微盟

一图解读

微盟集团 2013.HK

2020 年上半年业绩亮点

单位：元（人民币，四舍五入，取小数点后两位）

助力企业数字化升级
业绩逆势增长

10.50 亿

经调整总营收

59.9%

同比增长



3.05 亿

SaaS 营收

39.2%

同比增长



46.1 亿

精准营销毛收入

156.5%

同比增长



► 盈利解读

盈利能力持续提升

经调整 EBITDA、净利润增长超预期



5.14 亿

经调整毛利

40.8%

同比增长



1.15 亿

经调整 EBITDA

68%

同比增长



0.52 亿

经调整净利润

77.4%

同比增长



毛利，企业销售收入减去销售成本后的余额，即赚的差价；净利润，即毛利扣除企业的期间费用、利息、所得税后的结余；经调整 EBITDA，即净利润剔除利息、税项、折旧及摊销及一次性非经营相关支出后的利润；经调整净利润，是指净利润剔除一次性非经营相关支出后的利润。经调整 EBITDA 和经调整净利润因为剔除了一次性或非现金性的支出，故能更好反映企业实际经营成果。

由于强劲的业务增长和持续改善的运营效率，我们 20 年上半年经调整 EBITDA 和经调整净利润分别取得了 68% 和 77.4% 同比增长。

SaaS产品收入增长稳健

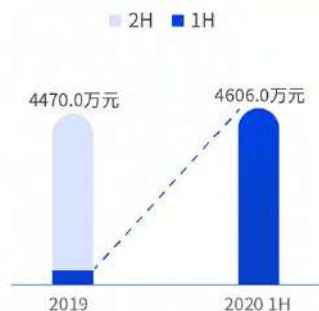
智慧零售业绩超2019年全年



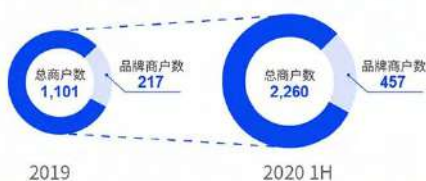
ARPU（每用户平均收益）显著提升



智慧零售收入4606.0万元
超2019年全年



品牌商户数翻倍增长



SaaS 产品营收解读

我们 SaaS 产品收入的增长来源于付费商户数的增长和 ARPU 的提升（即每用户平均收益，能够体现平均每位客户为公司带来的收入贡献）。付费商户数同比增长 26.4%，ARPU 同比增长 10.2%。详细业务板块分析如下：

在微商城板块，受益于微信小程序已为微信用户及企业广泛接受，我们的微商城产品以小程序为核心，功能不断升级，付费商户数和收入都取得了稳健的增长；

在智慧零售板块，通过为有线下门店的连锁型零售品牌商提供数字化解决方案，我们的智慧零售业务提速明显，实现客流数字化、门店数字化、导购数字化和营销数字化等。20 年上半年总收入超 2019 年全年，达到 4606 万元，同比增长 701%。服务商户数翻倍增长已达 2,260 家，其中品牌商户数达到 457 家；

在智慧餐饮板块，我们于 2020 年 2 月收购雅座 63.83% 股权，成立智慧餐饮公司，完善餐饮领域布局，智慧餐饮立足于去中心化业态，为餐饮企业提供集会员、收银、外卖、商城、点餐、预订、供应链管理为一体的全场景数字化解决方案。我们先后控股雅座、投资商有，报告期内，餐饮商户数达 6532 家，收入 2211.8 万元人民币同比增长 69.3%，占 SaaS 总收入 7.3%；

在智慧酒旅板块，我们的智慧酒店产品为酒店商家提供微信直销解决方案，提供在线订房、在线商城、会员营销等服务；

在营销云方面，我们已有微站、销售推、智营销、微盟会务、微盟表单等营销工具和产品，我们近期投资一站式短视频创意和生产平台“秒影工场”，更进一步提升高质量的短视频生产、投放、效果监测全链路服务，强化在短视频领域的布局，助力企业短视频营销破局。

► 精准营销营收解读

精准营销方面，与腾讯、头条等多个流量方开展深度合作，进入电商、金融、快消等 30 多个行业，中小商家和大商家齐头并进，帮助企业客户全面提升营销投放效率，坚持以更加专业的效果营销服务，持续为广告主创造更大价值。我们的精准营销业务通过区域下沉、拓展区域牌照、加大短视频端投入等举措继续延续高速增长态势。

2020 年上半年，作为腾讯广告区域及行业渠道优秀的服务商，我们获得了腾讯广告颁发的多个奖项，获得了其颁发的多个牌照。目前，我们已服务国内众多知名企业，并在 20 多个行业形成完整的解决方案，广告主数量已达到 26,084 名，同比增长 33.5%；每广告主平均开始为 176,772 元，同比增长 92.1%。我们不仅拥有完善的布局体系，更进一步升级了服务品牌广告主的营销能力，致力于实现全链路营销升级、助力更多广告主品效双赢。

除此之外，我们已完成发行 1.5 亿美元票息 1.5% 的可转债，此次债券的发行将进一步助力微盟通过自身业务发展以及投资并购来完善业务布局。

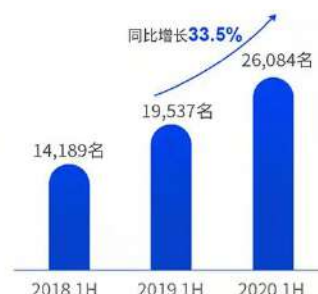
精准营销业绩大幅提升

毛收入、收入双双高增长

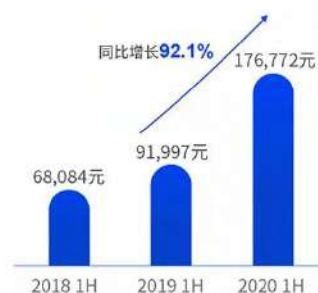
7.45 亿
营收
同比增长 **70.4%**

46.1 亿
毛收入
同比增长 **156.5%**

广告主数量



每广告主平均开支



现金流充足, 财务结构健康



总资产

48.1 亿



现金及现金等
价物与定期存款

21.48 亿

► 资产情况解读

资产部分可关注现金及现金等价物与定期存款，微盟的资金储备，显示了稳健的财务状况，并能够保证公司长远的发展需要。

资本及战略合作

投资布局

- 6月 战略投资一站式短视频创意和生产平台“秒影工场”
- 6月 华映微盟产业基金领投智能教务+教培SaaS供应商“小麦助教”
- 5月 完成1.5亿美元可转债发行,用于提升研发实力及投资并购
- 4月 战略增资“商有”,加码布局餐饮外卖SaaS市场
- 3月 华映微盟产业基金领投直播电商服务机构“构美”
- 2月 收购“雅座”63.83%股权,打造一站式智慧餐饮解决方案

资本及战略合作解读

在资本及战略合作方面,我们积极寻求优质投资项目,并加强与行业内优秀机构的合作:投资一站式短视频创意和生产平台“秒影工场”,与华映资本联合成立的产业基金也陆续迎来项目落地,领投“智能教务+教培”SaaS供应商“小麦助教”,并参与直播电商服务机构“构美”A轮融资,进一步把握直播电商机遇。

稳健的运营和持续上扬的业绩让微盟集团受到市场认可。2020年微盟集团被先后纳入MSCI中国小型股指数、恒生科技指数。此外,我们SaaS业务已在澳大利亚、加拿大、日本、韩国、香港等国家和地区进行布局和初步营运,未来大客化、国际化、生态化将是集团核心战略。

(本文由微盟财务部基于微盟公众号推文“一图看懂微盟集团(2013.HK)2020年上半年业绩亮点”进行解读说明。专业名词参考:百度百科。内容参考《微盟集团发布2020年中期财报》)

微盟荣获腾讯广告 2020 上半年区域渠道 “杰出服务商”及 KA 官方金牌服务商等多项荣誉！



8月18日，“智慧融合 共生未来 - 2020 腾讯广告渠道合作伙伴峰会”在上海隆重开幕。会上，腾讯广告对优秀的服务商进行了授牌表彰。凭借突出的广告营销服务及能力，微盟荣获腾讯广告渠道生态合作部 2020 上半年效果 KA 服务商官方金牌服务商授牌。此外，在区域服务领域，微盟盟聚荣获腾讯广告渠道生态合作部区域渠道 2020 年“上半年度杰出服务商”。其中，盟聚旗下河南分公司和江苏分公司荣膺“上半年度卓越服务商”，四川分公司荣膺“上半年度优秀服务商”，广州分公司、浙江分公司和重庆分公司荣膺“上半年度突破服务商”。

此次获得 KA 金牌服务商授牌及“杰出服务商”等荣誉，是腾讯广告对微盟精准营销业务整体实力与竞争力的综合体现的认可。微盟不仅拥有完善的区域布局体系，更进一步升级了服务品牌广告主的营销能力，对微盟进一步实现全链路营销升级、助力更多广告主品效双赢具有重要的意义。

未来，微盟将继续与腾讯广告紧密协作，帮助企业客户全面提升营销投放效率，坚持以更加专业的效果营销服务，持续为广告主创造更大价值。



(来源：微盟盟聚公众号)

微盟 Weimob Day 峰会落地杭州 人民·新国货数字加速计划正式亮相

国货品牌迎来黄金时代，数字化浪潮带来更多可能性。在9月24日举行的微盟 Weimob Day·杭州站峰会上，微盟宣布：为百家新国货品牌免费提供 SaaS 工具支持、私域直播带货扶持和数字运营指导服务。继9月23日腾讯和人民日报数字传播正式启动“人民·新国货”项目后，微盟联合腾讯广告、腾讯智慧零售发布了这项“人民·新国货数字加速计划”，作为“人民·新国货”项目的重要落地举措。



微盟集团执行董事兼智慧商业事业群总裁方桐舒表示：微盟将通过全链路数字化模型和完善的扶持体系，打造100家新国货品牌数字化新标杆，助力国货品牌数字化进程加速。

微盟智慧餐饮高峰论坛落地南京 三店一体模式下的私域增长进化论



8月26日，由微盟智慧餐饮主办，南京市餐饮商会、擎朗智能科技、食商时代、新火大学、麦设计联合协办《数字餐饮 私域增长》暨微盟智慧餐饮三店一体高峰论坛在南京威斯汀大酒店圆满落幕。峰会旨在推动餐饮行业在“后疫”时代的数字化升级，助力餐饮企业实现“开源”和“节流”。



大会现场，中国烹饪协会会长姜俊贤、南京餐饮商会会长沈加华受邀致辞，微盟智慧餐饮总裁白昱、好记线上业务运营负责人兼锅小主创始人范柯呈、微盟智慧餐饮成本管家事业部助理总经理陈玉高等嘉宾受邀出席并发表主题演讲。峰会现场，150 余位餐饮品牌创始人、行业专家和行业伙伴齐聚一堂，共同探讨数字化餐饮发展新态势。

品牌商如何玩转去中心化直播？ 解析私域直播四重变革

8 月 20 日，微盟智慧商业事业群副总裁凌芸在“长三角产业数字化创新峰会暨 2020 亿邦零售数字化进化者大课”上，发表了题为《私域流量运营破局：品牌商如何玩转去中心化直播？》的主题演讲。她指出，私域直播运营已经发生了四重变化：从带货到按需定制，从散播到品牌提供代运营，从粗放推广到精细化运营，从单一连接到多维尝试。

直播作为一个非常有效的工具，无论是在进行存量的连接、私域的增值，还是公域获客上都非常有效，可以实现用离用户最近的抓手来帮助企业实现用户的转换。

由于疫情，直播成为私域流量运营的一个最新的商业生机，但并非做了直播便能获得销量。经过了疫情的历练，零售企业越来越冷静地看待直播。如今，策划一场直播，需要有大量的筹备、组织、打通组织内部协调，整个过程的工作量堪比筹划一场小晚会。

在今年 3 月份之后，零售企业在组织一场直播的时候，最大的转变表现为如下四点：第一点，从带货走向按需定制；第二点，从散播变成是品牌商代运营机制的直播服务；第三点，从粗犷式的推广走向精细化的运营；第四点，从单一用户连接走向了多渠道。

直播在进行存量连接、私域增值以及公域获客上非常有效，可以用离用户最近的抓手来帮助企业实现用户的转换。

企业在做直播策划前需明确这一场直播的目标受众，根据用户的需求来做直播的主题和商品闭环。

直播过程中留住用户的公式——“332”，一个产品的介绍不要超过3分钟，每个商品的连续性不要超过3个，每3个商品之后一定要加一个2分钟的抽奖或者游戏，保证直播间的流量持续稳定。

私域直播已进入精细化运营阶段，品牌在直播内容的规划上应以用户需求为导向，同时尝试多触点连接用户。

(来源：微盟盟聚公众号 微盟智慧餐饮公众号 微盟直播公众号)



WEIMOB PRODUCTS

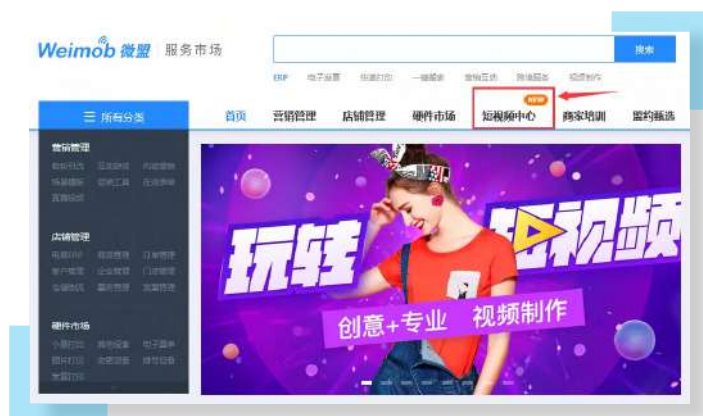
产品联盟

微盟服务市场推出短视频中心， 助力商户实现高效转化



短视频中心是微盟服务市场推出的一站式短视频生产服务中心，现已正式开放上线！多重特点让你玩转短视频！

- ① 好用省心，还省钱；
- ② 信息流短视频素材，商品拍摄，TVC，宣传片，电商短片等众多优质服务任你选；
- ③ 需求对接，上门拍摄和雷暴创意等操作定制化服务；
- ④ 标准化服务流程简洁高效，最快一天可交付；
- ⑤ 超多专业服务商为您定制专属创意视频素材，爆款不用愁。



露出入口

“短视频中心”，露出位置直接是在微盟服务市场首页的分类导航上，既直观又显眼。对于服务商而言，能提供流量支持去推广视频服务。而对于商户来说，在这里可以找到专业+创意的视频服务，来助力解决营销难点，实现营销转化。



短视频一站式解决方案

短视频提供一站式解决方案，不仅可以提升品牌形象、业绩销量，通过打造优质爆款，快速锁定高品质客户，帮助企业迅速吸纳潜在买家，直接引爆流量转化。

在目前信息流的爆炸时代，视频触达效果尤为显著。短视频能助力商户 / 企业把握热点风头，实现高效转化。



短视频涵盖内容方向

短视频涵盖方向有企业宣传片、TVC广告、信息流短视频、电商短片、商品拍摄、情景剧等等众多方向，可以完全满足商户的各类需求。

还有更多专属定制服务，满足你们的各种雷暴创意。

了解微盟服务市场 - 秒影工场“启量”平台 助力企业短视频营销破局

秒影启量是什么？

秒影启量是秒影工场旗下的短视频创意生产平台，启量平台与上百个优质的视频生产团队建立稳定合作关系，在服装、商超、餐饮、网服等领域累计为数十家广告代理商、上千家广告主生产上万条商业短视频。



1,200+
广告主

260+
入驻制作团队

35,000+
生产短视频

5G 的迅猛发展为企业数字化营销带来利好契机，移动互联网短视频领域，去年月活用户增长达 1.23 亿，同比上涨 17.8%。艾瑞咨询数据预测显示，2020 年短视频市场收入体量将达到 2110.3 亿元。面对 5G 时代短视频营销红利，企业如何站稳行业风口，建立与行业发展相匹配的完整短视频营销体系？

为解决目前商业短视频从生产到投放过程中遇到的各种问题，秒影旗下短视频创意及生产平台“启量”正式入驻微盟服务市场，为广告主、企业商户、广告代理商等提供高质量的短视频生产、投放、效果监测全链路服务，助力企业短视频营销破局。

今年 6 月，秒影工场获得微盟千万级天使战略投资，致力于赋能短视频广告生产者，打造商业短视频智能创意及工业化生产平台；同时建立起全国范围内的短视频拍摄基地和短视频人才培养及服务基地，在短视频创意营销成长赛道中备受瞩目。

我们一起来了解下秒影启量。

工业化标准制作流程

系统化整合影视制作各类资源、设立规范标准、提供营销指导服务，全方位为广告主提供营销策划、视频制作服务。



秒影工场成立于2020年初，其团队核心主要来自于谷歌、百度、字节跳动等一线互联网公司，拥有多年数字营销经验。秒影启量是秒影工厂旗下的短视频创意生产平台，启量平台与上百个优质的视频生产团队建立稳定合作关系，在服装、商超、餐饮、网服等领域累计为数十家广告代理、上千家广告主生产上万条商业短视频。

1、专业短视频制作服务

秒影工场经过严格的选拔与长期培养，已签约近百个经验丰富、业内知名的专业短视频制作团队，截至目前累计为数百家广告代理商、数千家广告主、近百家品牌客户生产数万条商业短视频，其中包括美团、喜马拉雅、猿辅导等行业头部品牌。秒影工场可依据广告主投放媒介、营销目标、成果预期等维度定制阶梯化品质服务，承接短视频广告、企业宣传片、商品展示、TVC、3D动画、2D动画、影视剧等各种需求。

2、智能短视频运维分析

秒影启量采用“智能匹配”模型，基于历史数据，帮助客户遴选最合适的制作团队，全线交易均由秒影监督执行，确保创意生产成果的完整交付。秒影启量的精准化运营能力体现在以下三个方面：首先，秒影提供了生产流程管理的工具，把控拍摄需求、生产流程数字化、流程化，降低成本提高效率。其次，秒影已建立成熟的创意脚本、现场拍摄、后期剪辑、最终成片等各个环节的生产规范，降低沟通成本，减少修改次数，提升生产效率、确保成品质量。最后，借助强大的投放数据追踪与分析能力，利用分析结果反哺创意生产每个环节，实现创意生产到投放效果反哺的运维闭环，每次创意生产都是用户体验和营销提效的再升级。

3、跨媒体投放一键触达

素材的上传、命名、管理一直是一项非常繁琐且细致的工作，大大占用了广告优化师的精力，秒影启量平台不断完成产品更新迭代达成跨媒体一键投放，已陆续实现抖音、快手、微信、百度等媒体的适配上传和推广操作，帮助优化师管理好素材，原本繁复的工作轻松搞定。例如对于规格大小、清晰度等要求一致的投放平台，优化团队可一次操作实现多个平台成功上传，进而简化素材生产到优化发布的通路。

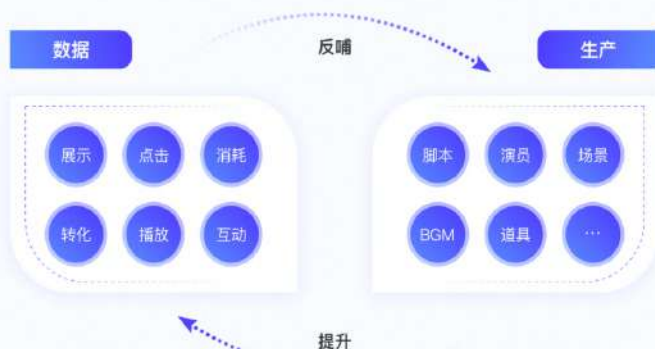
对于初次尝试短视频营销的企业来说，可快速深入行业门槛内开拓营销版图；而对于已有运维团队的企业来说，使用启量是对人力、资源、时间的优化组合，成功释放企业短视频产能和营销推广力。



4、精准数据反哺运营生产

精准数据反哺运营生产

秒影工场打通主流媒体，针对短视频生态大数据进行跨媒体智能分析，从脚本、场景、拍摄、演员等制作数据出发，结合短视频的过程数据，重点关注视频的10秒完播率、整片完播率、用户的反馈及交互数据，以及营销转化数据，为短视频广告的高转化率提供坚实保证。



秒影工场打通主流媒体，针对短视频生态大数据进行跨媒体智能分析，从脚本、场景、拍摄、演员等制作数据出发，结合短视频的过程数据，重点关注视频的10秒完播率、整片完播率、用户的反馈及交互数据，以及营销的转化数据，为短视频广告的高转化率提供坚实保证。

秒影工场通过优质的创意服务资源、标准的生产管理规范以及强大的技术沉淀3重驱动力，打造商业短视频创意生产领域的健康生态圈。秒影工场同微盟短视频营销中心强强联合，将持续为企业商户提供专业原创视频内容创意及策划，强化其在短视频领域的布局，领跑行业短视频创意营销赛道！



WONDERFUL WEIMOB

精彩微點

“场上见” SMG 合肥微盟运营 VS 电销 首届篮球友谊赛



9月，激情的季节，热血沸腾，说起热血，怎能少的了篮球~

9月3日，SMG合肥电销VS运营首届篮球友谊赛在蜀山体育馆火热开战~随着裁判一声哨响，整个球场开始充满紧张气氛，双方队员全力以赴，顽强防守，积极进攻。电销队员们体能充沛，配合默契；运营队员们毫不畏惧、气势磅礴。比赛场上双方队员可谓是棋逢对手、角逐激烈，整个比赛过程吸人眼球、扣人心弦。

本次比赛是SMG合肥电销与运营首次集结。球场上，双方队员奋力拼搏、棋逢对手，运球突破、长传快攻、挡拆掩护、紧逼防守……双方你来我往，好球不断，比赛进程精彩激烈、扣人心弦。双方球员秉承“友谊第一，比赛第二”的原则，充分发挥水平，赛出了风格和友谊，提高了队友之间的凝聚力、战斗力，增进了彼此的奋斗情谊，达到了“以球会友促交流，强健体魄增友谊”的比赛目的。



让我们期待双方球队在赛场上再次相逢！
披荆斩棘、再创佳绩！

智慧餐饮 8 月复盘大会圆满落幕



新的一个月开始了，8月智慧餐饮再次相聚在上海做整个销售业务端复盘会，对过去的7月做总结新的8月做规划。7月份他们内部做了整个月三店一体演讲大赛，让我们整个销售团队加深对三店一体产品的认知和认识，同时7月份成都，杭州，深圳，分别做了“数字餐饮 私域增长”微盟智慧餐饮三店一体高峰论坛沙龙会的召开，对外宣贯微盟智慧餐饮希望通过构建三店一体商业模式，帮助餐企完成数字化转型升级，实现可持续的私域增长，获得全新营收增量！



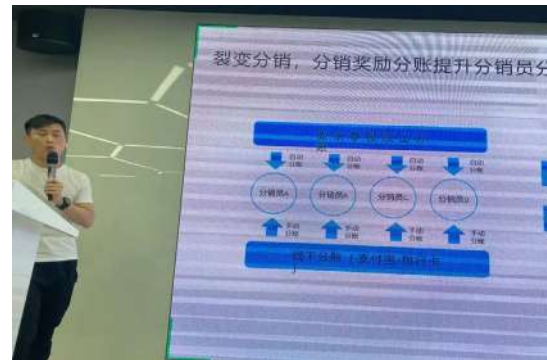
各城市演讲大赛：

此次复盘会对智慧餐饮小伙伴来说收获最大的就是kevin给大家分享的《选对客户，买对产品》以往我们整个销售团队拜访量很多，结果转换很低，很多小伙伴约见了客户，但是当客户一说会员我做了，商城我有了，外卖也不错，我们的小伙伴就不知所措，聊不下去了，所以本次Kevin重点给大家做了知识赋能，希望大家能够真的选对我们的客户，卖对产品快速成交，结果导向。



业务知识&业务分享：

本次复盘会还学习了新的知识，《微商城》、《成本管家》、《增值服务》这些知识都是为了能够更好地签单。7月份的签单经验的分享学习，学习他们如何搞定客户，如何挖掘客户需求，干货满满。



启航计划·基层干部培养

正式启动

为进一步提升微盟集团管理人群综合素养，打造真正满足集团持续高速发展的人效要求，由集团人事部发起，各事业群 HRBP 团队 / 培训组具体操作实施的【启航计划】·基层干部培养项目于 2020 年 9 月正式启动，针对人群为微盟集团全体基层干部。

本着“突破自我，跃势启航”的人才培养理念，【启航计划】采用“集团统一标准”+“业务个性化方案”结合的方式将原本集团统一操作执行的基层干部培养项目一分为三，分为：SCG 版、SMG 版及产研人群版三个版本，具体操作执行规则可向各部门 HRBP 咨询。

启航计划

微盟基层干部培养

- 培训周期：2-5个月，按需滚动
- 培训模式：系统化技能学习+在岗管理实践
- 学员范围：微盟集团全体基层干部

培养目标



成长路径

- 01** 系统化技能学习——线上理论学习+线下集中训练
- 主题一：业务目标达成
- 主题二：团队管理
- 主题三：管理者职业精神
- 02** 管理技能固化——在岗管理实践

START LEADER

突破自我·跃势启航





WEIMOB HOTSHOT
明咖驾到

2020 年度微盟集团级 晋升结果

根据《微盟集团 2020 年度晋升季启动通知》，2020 年度微盟集团级晋升评审工作已经结束。通过集团整体人才盘点和综合潜力测评，由各事业群负责人提名，经集团管理委员会评审并审核，2020 年度微盟集团级晋升人员名单如下（排名不分先后）：

姓名：凌芸 部门：智慧零售事业部
晋升职级：M3-3 岗位名称：集团副总裁



微盟
历
程

2018 年 6 月加入微盟，先后出任“软件事业群运营副总裁”及“智慧商业事业群副总裁”，负责集团智慧零售业务板块的营销及运营工作。2 年的时间，帮助集团在零售行业数字化转型发展的布局及影响力上做出卓越贡献。

晋
升
原
因

敏锐洞察市场先机，精准锁定“微盟智慧零售”市场定位；组建团队，快拳出击，形成“微盟智慧零售”在零售行业的重磅影响及行业渗透。至 2020 年年中，获得近 500 个知名零售品牌青睐及合作，同期业绩增长 700%。同时不断构建和标准化“微盟智慧零售”业务的交付和运营体系，为业务的商业能力和持续增长实现价值缔造。

姓名：洪德强 部门：SCG- 电商事业部
晋升级别：M3-2 岗位名称：事业群副总裁



微盟
历
程

2017 年 7 月加盟微盟集团智慧商业事业群，先后负责微盟智慧商业事业群上海营销中心、智慧商业事业群华东区营销中心、智慧商业事业群全国直销及客成体系运营管理工作；为微盟集团智慧商业事业群体体系化搭建做出卓越贡献。

晋
升
原
因

三年任职期间内，通过对销售管理体系、客户服务模式的升级，实现业务体系的整合优化及业务模型的完善，建立销售 & 客成一体化全流程营销团队，实现直销体系持续超额达成集团指标。运用系统化、标准化、流程化的管理模式，推进管理人才梯队建设。持续创新营销策略打法，拓展深耕业务模式，打造一支战无不胜的直销铁军团队。

姓名：卫晓祥 部门：SCG- 产品中心
晋升级别：M3-2 岗位名称：事业群副总裁



微盟
历
程

2014 年 6 月加入微盟，历任高级产品总监、移动营销事业部产品总经理、智慧商业事业群产品总经理。SaaS 领域产品及运营专家，SaaS 生态资源整合专家，团队提名 2019 年“最佳微盟团队”。

晋
升
原
因

专注于互联网 16 年，深谙互联网产品、运营及资源整合之道，擅长为传统行业打造互联网 + 产品体系。2014 年加入微盟，负责微盟整体的商业产品体系，先后打造了智慧零售、微商城、微盟旺铺、客来店、微盟会务、微盟微站、微盟表单、智慧酒店、微盟旅游、微盟直播等十余种行业解决方案，成功帮助上百万传统企业向移动互联网转型升级，打开了众多品牌商家的互联网 + 的进击之路。

姓名：王国红 部门：SCG- 增值中心
晋升级别：M3-1 岗位名称：增值开发总经理



微盟
历
程

2016 年 6 月至今，整体负责集团内上海美萌的业务拓展及管理工作，专注定制开发领域。带领上海美萌保持业务连年高速增长。

晋
升
原
因

四年时间里每年业绩翻番，擅长领域：在大客户销售、团队管理和项目管理三个领域具有独到的见解和方法论体系。1. 在大客户方的经营开拓新客户资源，提升市场的占有率和客户的口碑。2. 成立专门的研发中心，专门对重复的基础代码进行沉淀，在模块化、标准化工作的基础上做二次开发，缩短开发工期，降低开发成本，提升开发效率和核心竞争力。为微盟集团开创了一条定制开发成功之道，并创立了独具特色的管理风格和管理体系。

姓名：赵建双 部门：SCG - 电商事业部
晋升职级：M2-3 岗位名称：销售高级总监



微盟
历程

2013 年 11 月参与创立北京微盟，从 0-1 打造并搭建北京微盟 200 多人销售团队，在微盟 7 年中培养和输出 10 余名核心销售管理人才，业绩每年稳步增长，7 年累计业绩突破 1.5 亿，实现 SaaS 软件收入突破。

晋升
原因

微盟 7 年时间里，从一线销售管理到北京销售负责人、北京城市负责人、南北大区负责人，领导北京、广州、深圳、成都、天津 5 家分子公司，一路跌宕起伏，在学习成长的路上不断前行！团队从 200 多人到 500 人的团队规模，从管理半径的拓宽到业务模式的创新与升级到推动业绩增长的过程中不断探索前进！相信自己，相信微盟！共创未来！再创辉煌！

姓名：王龙 部门：CDG - 研发中心
晋升职级：M2-3 岗位名称：技术高级总监



微盟
历程

2013 年 7 月入职微盟，现担任研发中心 - 前端技术部负责人，先后负责旺铺、iwork365、萌店、盟聚、软件、新云的前端工作。

晋升
原因

目前负责电商零售、营销活动、中台的前端和微站，网关层、基础技术全栈。在过去的 2 年里带领团队出色的支持各业务的前端工作，同时也完成了微前端、APM、配置中心、云开发、小程序模块化等基础技术，极大提高了开发的效率和用户体验；不断提升应用性能以满足新云日益增加的性能要求。一直致力于公司各类业务产品的前端技术突破与创新，强有力的支撑了各业务的前端工作。

姓名：葛十景 部门：CDG - 研发中心
晋升职级：M2-3 岗位名称：技术高级总监



微盟
历程

2016 年年初加入微盟，从萌店的 to C 业务一直做到 SaaS 的 to B 业务。目前负责后端应用基础架构和营销云技术部的研发管理工作。

晋升
原因

作为营销云业务板块和服务端应用架构的技术负责人，负责微盟直播、公共营销、智营销、星巴克项目、基础架构等业务和技术板块的工作。技术上不断积累，完成基础架构的体系化建设。业务上高质、高效交付系统，用技术打动客户。

A portrait of a man with short black hair, wearing a dark blue t-shirt with a circular patch on the left chest. He has his arms crossed and is looking directly at the camera against a dark grey background.

自身的进化来自 业务每一次的迭代与开拓

——王龙

66

在微盟7年,它最吸引我的是:简单、自由、平等的文化纲要。这给予我们更多的空间和机会来施展才华、创造价值、获得成长。微盟不断发展壮大的业务环境提供了广阔的职业发展前景,所参与的一次次战役攻坚,让我从实战中完成了从技术人员到管理人员的思维转变,拥有大局意识从而站在更高的起点,更多的维度考虑问题,使决策覆盖面更广,更有远瞻性。

99

不断迭代，共生共长

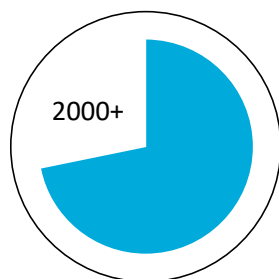
从 2013 年我加入微盟，迄今为止 7 年的时间里，我主要负责电商 + 营销活动 + 中台的前端工作和网关层、基础技术、微站全栈开发工作，参与过公司大部分项目：weimob1.0-2.0、旺铺 1.0-2.0、SDP、iwork365、萌店、盟聚、智慧餐厅、客来店等。

2017 年，微盟新的 SaaS 平台重新规划，下半年我将全部的精力投入到新云平台的建设中，快速的搭建了新云前端团队，在超负荷的压力下开发了小店、微站、美业、餐厅解决方案的前端工作；2018 年到 2020 年，在完成一期新云平台功能的基础上逐步完善了产品，我全力组织开发力量，投入到微商城、智慧零售、旅游、酒店、直客推解决方案的前端开发工作，最终顺利上线。

一次次战役中，我更清晰地确定产研团队的价值：为企业业务快速的发展提供强有力的技术支撑，这也是我们一直所面临的挑战。

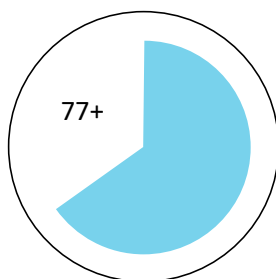
为了业务持续生长与顺应行业变化，在微盟前端技术体系出现过几次大的更新和重构：

1. 由于微盟业务发展需求，我们从成立初期的 JQuery/zepto 开发模式，到后来引入的以 seajs 为核心的模块化开发；
2. 前端技术变化迅速，为了紧跟技术前沿，我们采用了前后分离的 SPA 单页应用模式，技术栈上先后采用过 MVVM 模式的 angularjs 和 vue，到以函数式编程，追求极致性能的 React 技术体系；
3. SaaS 平台发展快速，前端页面量陡增。我们借鉴后端微服务的理念，将前端以子应用的概念，拆分各业务线，功能模块，早于社区将微前端概念带到了生产环境，并得到了很好的应用。



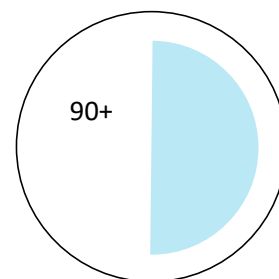
接入

新云 95% 的业务已经接入微前端
累计接入页面 2000+



文档

微前端相关文档 73+ 公开宣讲 4+
(对外宣讲 2 次)



组件

组件 90+ 包括 60 个基础组件
30 个业务组件



微盟前端提供的能力

微盟业务的每一次迭代与开拓，对前端团队来说就是一次挑战。业务推动着前端架构的演进，驱使我们去不断深入钻研更加适合我们自身业务又具备极强扩展性的前端架构。前端社区依然未停下向前不断发展变化的脚步，我们也会跟随技术趋势，将好的技术带到微盟的业务中，提供更优质的技术保障。

整合优化 提升能效

目前我带领的前端技术部目前总计 78 人，下设电商零售、微站、公共营销、技术基础、中台 5 个三级部门，分别负责电商零售、营销活动、中台的前端开发和微站的全栈开发工作。

从技术人员到管理人员，这不正是身份的转变，更是管理意识与思考方式的升级，我会从公司的战略方向、资源的分配及整合、团队及人才梯队的搭建、机制流程的制定及优化等多维度考虑后，再建立管理团队的抓手：

1、重点推动及落地前端基础规划及建设，通过技术手段保证线上系统稳定性；

2、制定了人才选拔标准（技术能力 + 项目推动性 + 责任心 + 主动性 + 抗压能力 + 沟通表达）、backup 机制（核心成员必须有备份）；

3、合理的安排工作，确保人尽其才；建立赏罚机制，对做的好的小伙伴给予更多的激励；

4、定期开展部门级技术分享会，打造团队学习文化，提升团队的整体战斗力，鼓励优秀前端工程师积极配合参与微盟大学萌芽授课，实习生授课等宣讲活动。

React
angular 框架探讨与实践
服务端渲染
vue 状态与组件化
小程序技术分享
微站技术分享
微信小程序与小游戏
代码装腔指南
小程序性能优化指南

现阶段面对新云平台上线功能正急速扩张导致短时间内前端资源的严重不足，作为管理人员需要快速解决问题，带领团队最终达成目标：首先，分析现有资源，并合理分配；其次，培养员工的多元化，例如做 B 端的员工也可以做 C 端工作；最后，优化框架和开发有效工具，减少不必要的流程，从而提高开发效率。

管理一方面是对人员的管理，但是“管”不等同于管控、监管，而是指如何充分利用人才，挖掘人才的最大潜力，产出更多效能；吸纳更多的优秀人才，完成合理的团队建设。另外一层含义，则是“管事”，前端部门所指的“事”自然是技术的灵活运用，前端架构的建设，前端基础技术对业务团队的高效支撑。我们通过建立技术基础部门，统一对技术框架进行输出和维护，也有利于统一技术框架，有利于人才的灵活调配。

感谢微盟，让我快速成长，在工作上给了我广阔的发展空间，收获了幸福家庭和稳定事业。对于未来，结合公司的战略方向，我及我的团队在业务上制定了目标：在质量和能效上继续发力，具体会从以下几个方面着手：巩固前端基础设施，优化前端架构，提高前端各方面性能，建设开发者工具体系。我将会更加笃定前行，扎根前端领域，为微盟业务进一步开拓，打造稳定且高质量高效高性能的前端体系。

“盟新” 报到



SMG - 客户运营中心 - 客户服务部 - 金涛

作为刚毕业初入社会的大学生，2020年6月16日我很荣幸加入了咱们微盟大家庭，虽然初来公司只有两个多月的时间但也让我感受颇多，入职前完善系统的培训能够让我快速的了解和上手日常工作事务，同事间亲近热情，互帮互助的氛围也使我很快适应了“校园舒适圈”外的新环境。

我深知学习的重要性，所谓没有学习能力的人就没有了竞争能力，没有竞争能力就没有了生存能力，工作上难免会有压力和不清楚的地方，在微盟我感受到了同事之间对我的包容和鼓励，也学习到了更多更专业的信息流优化知识，使我对工作更加熟悉更有效率。我会保持奋发图强、一往无前的进取创新精神，端正态度，建立良好的人际关系，找准自己的定位，认真且努力的对待工作！

“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞”在今后的日子我会学习更多知识，完善充实自己，在微盟画上属于我的一笔，愿与公司同舟共济，共放异彩，抒写新篇章。

CDG - 支持中心 - 行政部 - 徐慧婷

大家好，我是行政部前台组的徐慧婷，我是90后的上海姑娘，平时是一枚吃货，喜欢打卡各种美食餐厅，大家只管带上128G的胃跟我走，肚子胖胖，生活旺旺；也是一位互联网冲浪金牌选手，励志奔走在吃瓜第一线，另外在节假日空闲的时候就喜欢做些攻略去打卡其他城市国家，旅行是一种能够很好的放松心情，感受世界的方式，生活不止眼前的苟且，还有诗和远方……

在入职的这3个月中，我结识了很多新的小伙伴，感谢他们这段时间的帮助让我尽快地适应了新环境，在工作上也get了很多新的技能，提升了自己的职业能力，不管是生日祝福还是端午礼盒也让我深深感受到了公司对我们温馨的关怀，在今后，我也会不断努力争取给到最到位的支持与服务，努力跟上公司的发展脚步，做到跟公司共同进步，共同发展！



招募《盟友》栏目主 嘉奖优秀供稿人



招募对象

有料栏目主：

自建《盟友》月刊栏目，定期维护供稿，
用特别的笔触征服读者

特约供稿人：

能够根据《盟友》发布专题，
提供形式不限的稿件
成为栏目主和特约供稿，除萌币还有特别福利

有意者咨询：微信15021990387

全员征稿

资讯类（“盟动天下”板块）

公司当月重要资讯，市场、管理、团建活动等

产品类（“产品联盟”板块）

公司最新产品功能介绍和应用介绍

人物类（“盟咖驾到”“盟新报道”板块）

可写也可推荐身边有正能量故事的人物或团队

风采类（“喜盟”“盟秀场”板块）

诗词歌赋、书画才艺、摄影游记、读书分享等等

投稿方式

请发送图+文内容至邮箱：oc@weimob.com

邮件主题请注明：“投稿：栏目+工号+姓名”

奖励

来稿或刊登，奖励100~1000萌币每篇不等，

自拍配图、音视频素材追加奖励



扫码浏览7月刊



扫码浏览8月刊

《盟友》编辑部
人事部

Weimob  微盟

简单
Simple

自由
Liberty

平等
Equality