

您為什麼要做易沃？

(易沃講課提綱——2007年12月23日於香港)

為什麼在紛繁複雜的直銷世界裏，您對易沃情有獨鍾，甚至拋棄了原有不錯的職業，毅然決然，義無反顧地選擇了易沃呢？原因當然是一果多因。但如下領導強、公司穩、股票漲、產品好、直銷賺這五大方面的亮點，相信是大多數易沃直銷商選擇中的共因。

一，易沃領航者德才兼備，年輕有為

現年44歲的Danies Wang博士是易沃這艘正在乘風破浪不斷向前航船的領航人。對於我們的總裁，為人忠厚，仁德待人，性格善良，與人和睦，樂於助人，品德高尚，思維敏捷，文章振發，高瞻遠矚，處事果斷。讓我們來閱讀總裁的其中兩首詩詞《懷舊》、《憶照宇》：

《懷舊·日月輪換》

DANIES WANG

09-08-2005 於 Los Angeles, Long Beach 海灘.

赴美八年，變化波瀾，辛酸苦辣，一言難盡。度日如年，殘延生活，前程飄搖，纏於一身，差一念就落泊風塵。千呼萬喚，無人相助，人間冷酷浮眼前。

日月轉換，風水輪回，神降富貴，心想事成。近海觀月，無憂無慮，招四方財，集統一體，思一謀就腰纏萬貫。鶯歌燕舞，海鷗盤旋，衝擊波浪洗心泉。



-----09-08-2005 於 Los Angeles, Long Beach 海灘.



《憶照宇》

DANIES WANG

08-05-2006 於 Los Angeles

千古名，萬年存，照宇血灑聖戰嶺。

青春夢，老人魂，英雄層出乾坤吝。

江山江山，何時平息屠生靈！

開天地，舊城池，星月光照億回冥。

上帝仁，百姓盟，蹂躪不窮換胎人。

戰火戰火，如何信奉無私神！

總裁對公司的規劃和對會員的期望：

成功企業必備的條件： 品德、信用、計劃、信息、實施

品德包括： 公司文化健康、領導成員個人品德、領導成員為人品德、領導成員的胸懷；

信用包括： 公司誠信、領導成員的個人信用；

計劃包括： 公司短期計劃、長期目標、領導成員的遠見；

信息包括： 公司信息管理、傳播、國際信息、社會信息、同行信息、市場信息、領導信息等；

實施包括： 公司短期計劃實施、**長期目標規劃**實施、計劃調節實施、計劃補救措施。

公司希望： 希望每個會員在易沃健康成長！希望每個會員以易沃的誠信品德為榮耀！希望每個會員不要詆毀他人公司和人身攻擊！

大家清楚： 沒有一個人靠詆毀他人或人身攻擊而使自己成功的。沒有一個人靠欺騙而使自己發財幸福的！

二，企業基礎穩固，發展後勁大

- 1, 從基礎上看, 易沃並不是一個沒有任何基礎的新公司, 而是由三家有相當實力的老公司合併而成的基礎穩固的集團企業。
- 2, 從企業性質上看, 易沃不是一家私人公司, 不是某個人的單一投資個人股份, 決策不是一個人說了算, 而是一家控股集團公司。有比較完善的管理系統和財務制度以及監管制度。
- 3, 從經營內容看, 易沃不是單一的直銷企業, 而是一家由四大業務組成的互補性很強的綜合經營型企業。
- 4, 從收入的主要來源看, 易沃不是一個以直銷為主要收入的企業, 而是一個以多種經營的營收為主要收入的企業。在目前易沃的收入中直銷收入僅占整體收入約 20%。
- 5, 從企業開展直銷的目的上看, 易沃開展直銷業務的主要目的不是立即要從直銷銷售額中賺很多錢, 而是圍繞著股票上市的五大條件為中心展開直銷業務, 採取的是直銷商得大頭, 公司得小頭的讓利政策來開展直銷。按照目前易沃直銷 7 大獎金制度, 直銷商每銷售 100 美元產品, 集體最高可得 75 美元獎金, 獎金撥出率高達 75%, 目前實撥已達 55%。在不超過 75% 的情況下, 七大獎金制度 100% 兌現, 永遠保證直銷商利益; 當超過 75% 時, 超過多少金額才稀釋多少金額, 既保證直銷商利益, 也保證公司永續經營。
- 6, 從企業的領導核心上看, 易沃的經營決策層是由長期擔任企業高層領導者, 經驗豐富、口碑好、信用度高、為人正派、知識學歷高、管理能力强、內行在行的人擔任, 完全能夠領導企業穩健快速發展, 特別可靠、完全值得信任。
- 7, 從產品的發展趨勢上看, 小分子細胞營養產品代替一般營養產品和大分子細胞營養產品是 21 世紀不可逆轉的發展趨勢。目前, 易沃在科技上起碼領先別的企業 10 年以上。易沃是美國第一家把小分子作為系列產品來生產和銷售的公司。目前, 小分子細胞營養產品在健康保健品中的比例不到千分之一, 將來發展和需求的市場潛力十分巨大, 因此易沃的發展前景不可限量。

三, 股票發行亮點多, 增值潛力大, 上市的機率高

- 1, 合法註冊, IPO 股票內部合法發行。
- 2, 發行價格低, 目前每股 0.5 美元, 將來內部升值或拆股增股吸引力大。
- 3, 產品換股票, 股票換產品, 世界首創, 合法合理, 舒緩了直銷入會產品積壓和股票血本無歸的壓力。
- 4, 大股東投資易沃的意願高, 近來大投資商投資易沃的積極性很高, 投資注入大筆資金的可能性很大。
- 5, 2008 年 5 月股票第一次股息分紅, 將提高易沃股票在人們心目中的地位和更高的價值。
- 6, 近一兩年內社會上需求量很大的最新尖端科研產品的推出, 將使易沃股票的增值力大大增強。
- 7, 在 2007 年直銷起點的基礎上, 2008 年易沃將真正全面開拓全球直銷市場。直銷市場產品銷售額預計 1500—3000 萬美元。
- 8, 2008 年易沃的各種業務將以前所未有的廣度與深度發展。除產品批發與直銷外, 以下幾項業務在 2008 年將有飛躍性發展。

(一) 教育培訓。2007 年 10 月易沃集團與加州富樂頓大學簽定了教育培訓合作協議, 也是目前洛杉磯唯一的一家公司與大學的教育培訓合作, 為公司全面開發中國與東南亞的培訓市場奠定了基礎。2007 年 12 月開始, 易沃陸續開展中國各省市各部門政府官員的培訓

項目，將使易沃培訓成為品牌。

(二) 旅遊。因應美國放寬中國公民赴美旅遊的限制，迎接中國公民旅美高潮的到來，2008年3月易沃將設立旅行社，開展旅遊業務，**主要包括票務、游轮、培訓旅遊等業務。**

(三) 投資理財。包括銀行 BG 單投資；房地產開發投資；避險基金投資；**易沃公司與美國大投資公司正在進行或即將進行的中國國家的項目投資，將使易沃經濟實力大大增強。**

9, 除時間尚差兩年未夠外，易沃股票上市的其他條件基本具備，目前正在有計劃有步驟地扎扎實實地完成，各項進展非常順利。

10, 美國股票市場法規完善，市場成熟，一般不會有其他不可預測或違法刁難的政府干預，我們正嚴格按照上市的五大條件和有關程式去完成，因此可以說，易沃股票的上市和較大幅度升值一定是必然的、肯定的。

四，易沃的小分子產品是目前全球最尖端、最有發展前景的系列產品

1. 小分子營養產品和大分子營養產品是兩個不同時代的產品。大分子產品代表目前的發展現狀，小分子產品代表以後發展的未來；大分子產品市場已達到全盛時期，趨勢由盛轉衰，小分子產品剛剛興起，方興未艾，市場前景無限，兩者就象黑白電視終將被彩電代替一樣是不可避免的趨勢。這一趨勢每個人都可從目前政府與企業對小分子產品研究和開發的人、財、物投入的傾斜上感受到。可以非常肯定地指出：未來的營養保健品市場是小分子世界。誰掌握小分子產品，誰就會掌握未來市場發展的發言權和主動權。
2. 易沃集團總裁 Danies Wang 博士目前擔任美國生命營養科學院代院長，是科研的領軍人物，易沃具有近水樓臺先得月的優勢。易沃以美國生命營養科學院科研團隊小分子營養產品開發為基礎，一方面使易沃在小分子科技上始終保持著長時間、大距離的領先優勢和領導地位，另一方面以相對較少的投入即可拿到可以產生無限效益的美國最尖端科研成果。
3. 易沃所有產品由美國生命營養科學院哈伯特實驗室提供，產品安全性達 100%，配方先進性全世界獨一無二，效果特別顯著，哈伯特實驗室還負責易沃的所有產品監製，從而使其產品的可靠性和可信性程度遠遠超越市場上大多由企業自己研發的產品。
4. 易沃所有產品都由美國一級 GMP 工廠生產，所有產品均獲得美國 FDA（即美國藥品食品管理局）的出口證書（在易沃官方網站會員內網上均可看美國 FDA 批准原件的影印本，包括向中國出口的批准原件影印本）。
5. 易沃已在新加坡合法註冊分公司，易沃已取得新加坡政府頒發的合法直銷牌照，易沃的所有直銷產品均已經過新加坡藥品食品管理局嚴格檢測合格。
6. 易沃的各種產品多年來已通過現在易沃的子公司——谷陽科技公司的各種批發管道，出口多個國家，並獲得消費者的一致好評。中國官方上層和軍方上層每年均從谷陽進口大批小分子產品用於高層領導的保健。目前，中國、韓國等市場上的小分子產品，均出自我們研發供應的產品。
7. 易沃產品的原料投放和實際含量與標籤上標出的符合度達到 100%。比如易沃的 OPC Spa，不但含有葡萄籽精華、松樹皮、紅酒素等常用成份，外加了蕃茄紅素、綠茶精華，更重要是每瓶下足了 100 毫克歐洲山桑子，一般山桑子 30 美元左右一公斤，而歐洲山桑子每公斤達 750 美元左右，每瓶僅 100 毫克歐洲山桑子原料成本價即達 7.5 美元。貨真價實，功效顯著。寧缺勿濫、好上加好是易沃產品贏得消費者信賴的根本保證。

五、易沃特色的 7 大獎金制度讓直銷商能真正賺到錢

1, 定位高, 範圍大。針對目前大多數直銷公司用國籍、身份、地域等種種條件, 劃地為牢, 自我設限, 使直銷商的能量受到諸多限制, 易沃定位於全球 70 億人口直銷市場, 形成地不分南北, 人不分東西, 國不論大小, 人人可做易沃, 處處皆可直銷的全球市場。這樣大的地域, 東方不能做西方做。這麼多的人口, 白人黑人不做, 黃種人做。外語不懂做不了外國人, 可以去找懂國語的同胞做。

2, 門檻低, 彈性大, 可選擇種類多。門檻低, 沒有入會費, 買兩瓶產品花 145 美元即可起步, 沒有年費, 每年買 2 瓶產品即為合格會員。沒有像別的直銷公司每月 20 美元電腦管理及網路費要求, 終身一次性交納 58 美元電腦管理及網路費。每月僅 1 瓶 50BV 產品自動消費即可合乎領獎要求, 而且可一次買 3 瓶、6 瓶、9 瓶、12 瓶即可完成 3 個月、6 個月、9 個月、12 個月自動消費要求, 不但靈活機動, 而且節省時間、手續費和運費。此外, 入會 6 個月內可以自行決定多買貨升級。買貨可選擇全要產品, 亦可部分兌換 IPO 原始股票。這些措施非常人性化, 少了硬性, 多了彈性, 讓人感到易沃以直銷商為本的企業人文文化。

3, 產品換股票, 股票換產品, 使直銷商、股東、產品消費者三位一體, 進可以通過直銷賺錢, 通過股票升值獲利, 退可以換產品保健康。做易沃如想一步到位成為鑽石會員, 花 4500 美元即可, 但也僅買 6 瓶產品而已 (剩餘款項兌換股票), 沒有通常的直銷商產品大量積壓的弊端, 而股票由於有可換回產品的最後保護線, 不但讓人買得安心, 而且在兩年後百萬富翁的美夢能成真, 這是別的直銷公司難以望其項背的。

4, 七大獎金制度既體現了發展一個人也得獎, 獎金具有普遍性的優點, 又體現了多勞多得, 多幹多獎的特點, 推薦獎突出了推薦即得獎, 獎金來得直接來得快的快字, 雙軌獎突出了一個四條線無層代限制無限延伸的深字, 輔導獎則突出了一個 1 至 7 代共 65% 的無限寬闊無限獎金的寬字。七大獎金總額高達 75% 撥出率, 則體現了易沃讓直銷商真正先富起來, 讓直銷商拿大頭, 公司拿小頭。公司不是通過壓低直銷商獲利空間來增進公司利益, 而主要是通過其他業務產生更多利潤、把餅做大, 特別是通過股票上市讓全體股東獲得最大利益, 可謂大經濟、大發展、大思維、大收益。

5, 全球連線, 全球連網, 使易沃直銷商在一個地球村的視野內, 將自己的 4 條直線通過發展串起千百萬個不同國家下線, 織成一個連綿不絕, 無限發展, 收入真正能永續不斷的財富直銷組織網。

6, 設立中心, 構築自我發展, 良性循環的直銷經濟細胞體。易沃每 50-100 名以上直銷商組成的以城市名字命名的中心是一個具有全球自我擴張的直銷經濟細胞體。直銷前線湧現出的公認的團隊領袖、強勁的直銷獎勵動力加上易沃公司給予的 5% 業績獎勵, 會使得全球會象雨後春筍般一樣湧現出一個個易沃直銷中心, 它們之間既相互競爭又良性互動, 從而構築起易沃絢麗多姿豐富多彩的全球直銷成功的美麗圖畫。(12-27-2007 于 LA 校對)