

# 销售工作总结（17 篇）

## 销售工作总结 1

### 一、九月工作总结

9 月份已经结束，现将本月我店所取得的成绩，所存在的问题，作简单的总结：

我店 9 月份人员配备不断增加，至现在已有经纪人三名，文员一名。门头、电话安装都已到位，工作顺利展开。9 月份的销售业绩：实收佣金 950 元，成交租赁客户三家，已交二手房买卖订金 3 家，在九月中旬将陆续过户，合计订金额是\_元佣金。其中一套买卖房屋是同王成谊合作，订金交付到\_处，未统计在内，下月十号左右过户。目前，我店和有效房源 22 个，经纪人手中较准客户 8 位。

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的不是很好，销售的并不成功。可是长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。实力创造价值，激情成就未来，我相信通过这些日子的学习、实践，经纪人都累了积了不少的经验，只要我们共同努力去做就一定会有收获。

### 10 月工作计划：

1、抓好培训。一切销售业绩起源于有一个好的'销售人员，建立一个具有凝聚力、合作精神销售团队是企业的根本，因此在九月我将抓好培训，着眼根本，突出骨干、整体提高。

2、客户资源全面跟踪和开发。对于老客户要保持联系，潜在客户要重点挖掘，舍得花精力，在拥有老客户的同时，不断从各种渠道挖掘众多的客户。

3、\_\_月我们的目标是最基本做到\_\_0 元。把任务分解到每周、每日，分解到各个销售人员身上，每个经纪人总佣金定在 5000 元上。

## 销售工作总结 2

年复一年，转眼间即将掀开新的篇章。在过去的一年里，全体员工在\_\_的领导下，在公司各相关部门的有力支持下，通过全体员工的共同努力，克服重重困难，努力进取，超额完成了领导下达的销售任务。在新年即将到来之时，将 20\_\_年的销售工作总结做如下汇报：

### 一、20\_\_销售工作总结：

1、销售情况\_\_年销售 891 台，各车型销量分别为富康 331 台；161 台；3 台；2 台；394 台。其中\_\_销售 351 台。\_\_销量 497 台较 07 年增长 45%（07 年私家车销售 342 台）。

2、营销工作为提高公司的知名度，树立良好的企业形象，在我们和客户搭建一个相互交流、沟通、联谊平台的同时，把更多的客户吸引到展厅来，搜集更多的销售线索。20\_\_年本部门举行大小规模车展和试乘试驾活动 17 次，刊登报纸硬广告 34 篇、软文 4 篇、报花 56 次、电台广播 1400 多次并组织销售人员对已经购车用户进行积极的回访，通过回访让客户感觉到我们的关怀。公司并在 20\_\_年 9 月正式提升任命\_\_为\_\_厅营销经理。工作期间\_\_每日按时报送营销表格，尽职尽责，为公司的营销工作做出贡献。

3、信息报表工作报表是一项周而复始重复循环的工作，岗位重要，关系到\_\_公司日后对本公司的审计和\_\_的验收，为能很好的完成此项工作，20\_\_年 5 月任命\_\_为信息报表员，进行对\_\_公司的报表工作，在工作期间\_\_任劳任怨按时准确的完成了\_\_公司交付的各项报表，每日核对库存情况，对车辆销售工作作出了贡献。

4、档案管理 20\_\_年为完善档案管理工作，特安排\_\_为档案管理员，主要工作有收集购车用户档案、车辆进销登记、合格证的收发以及用户档案汇总上报\_\_公司等，工作期间\_\_按照公司规定，圆满完成了公司交代的工作任务。以上是对 20\_\_年各项工作做了简要总结。

## 二、工作计划

最近一段时间公司安排下我在齐鲁阳光进行了长时间的咨询学习工作，俗话说的好三人行必有我师，在学习后本人结合以往工作经验，取长补短，现对于 20\_\_年的工作计划做如下安排：

1、详细了解\_\_公司的商务政策，并合理运用，为车辆的销售在价格方面创造有利条件。

2、协调与\_\_公司各部门的工作，争取优惠政策。加强我们的市场竞争力。

3、每日召开晨会，了解车辆销售情况，安排日常工作，接受销售人员的不同见解，相互学习。

4、销售人员的培训，每月定期4个课时的培训学习，以提高销售人员的销售技能、服务技能、团对意识、礼仪等。

5、增设和发展二级销售网点，制定完整的二级网点销售政策，并派驻本公司销售人员，实现行销工作的突破发展，使我们的销售工作更上一层楼。

6、合理运用资金，建立优质库存，争取资金运用最大化。

7、根据\_\_公司制定的销售任务，对现有的销售人员分配销售任务。

8、重新划定卫生区域，制定卫生值日表。

9、一日工作模式，俗话说的好，好一日不算好，日日好才是好。

最后，在新春到来之际，请允许我代表\_\_专卖店全体销售人员，感谢公司领导和全体同事，在20\_\_年一年的工作中对我们工作的大力支持与帮助。在此表示深深的谢意。在20\_\_年新的一年当中我们将继续努力工作，虚心学习。以更好的成绩来感谢领导和各位的支持。再次谢谢大家，祝大家新年愉快，合家幸福。 销售工作总结

3

## 一、市场分析

1、伴随着银产品价格的大幅调整，具有较强竞争力的银饰市场中艾蒂尔将在此轮市场调整过程中应跟上市场调整的步伐。以一定的价格优势，质量优势在银饰市场获得一定的市场份额。

2、银饰市场的发展稳定，给国内或国外银饰企业和市场带来机遇，所以在市场是银饰市场非常大发展空间，抓好国内市场，这也

是我们公司发展打好机遇。

## 二、工作状况概述：

1、每天上午看看报表，整理资料；

2、收集一些行业新信息，了解新的资讯；

3、多搞一些活动，对于优惠，客户是不会拒绝的。以此来吸引客户，为我们艾蒂尔以后的市场提供忠实的客源。

4、可以定时搞一些活动，赠送一些礼品，但活动时间不宜过长，免的客户产生“疲劳感”。

## 三、工作中的成绩和缺点：

1、通过不同的渠道获取了一批客户资料，更进中；做好银饰企业的搜索，了解有实力的银饰企业，正所谓知己知彼百战不殆。加强产品知识学习和企业了解，加强自己的专业知识不够，销售技巧不灵活，谈判感觉自己找。

2、设立客人的档案资料，有优惠及时通知客人，让客人及时了解到我们的优惠信息。

3、我们的业绩不够理想，可以归纳我们员工自身主观原因和客观原因，我认为最客观的原因是新员工太多，销售不够默契。

## 四、下月计划

1、每天坚持看些资料，了解些新的产品，增加自己的行业知识，专业知识；

2、通过不同的渠道获取更多的客户资源，维护好客户关系，让他们都知道艾蒂尔的品牌；

3、在工作中每天发现问题，总结问题，解决问题，养成不断自我提高的习惯；

5、把5月的目标，定在6月中，希望有所突出。

6、希望培养好同事们的默契，与同事们齐心协力，共同完成目标。

销售工作总结 4

20\_\_年已临近年末，即将投入新一年紧张的工作当中，在此，对今年的工作做一个详细的总结以及对年后工作做个计划。

回想整个20\_\_年，整体感觉上似乎自己啥都没有做，具体总结还得从进入润友公司说起了。自从我20\_\_年\_\_月份来到润友公司已有整整一年多了，也从那个时开始了我的第一次销售生涯。在公司领导和同事的帮助下有了个新的开始，慢慢的去融入到销售这一个行业中，但是在整个20\_\_年度中业绩不是很多，这些也是我必须再得努力的。也要好好反省了下自己的不足和可以提升的一些地方，在年后的工作中一定得积极改进，早日突破。

目前发现自己亟待解决的问题有以下几点：

- 1、工作的积极性不高，也就是要性不强；
- 2、不是很有激情，缺乏主动性；
- 3、没和客户维持稳定的合作关系；
- 4、没能找到下游工厂那种真真的客户。



我想只要在年后的'工作中好好把这几点做好了，改好了，工作也会有起色的。其中我不得不重点要尽可能找到更多的工厂客户和维持好他们的关系，我想这一点是做业务员基本的，如果没有做客户关系的维护，那么这样下去必然不是长久之路，虽然出于我们工作的原因，感觉上似乎不是很好在维护关系的这这方面上，这一点在年后的工作要马上有所体现。

对于年后的工作计划我会加大力度去开发工厂方面的客户，让我们能成为月月都能合作的那种稳定关系，随时能够了解到市场的行情和客户的需求以及他们的采购意向。另外一方面就是针对年后的工作，我一定要多尝试走出去，多见客户，这样才能有所成长，也只有这样才能把这份工作做好。

总之，明年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极不断的开发新的客户，不断开发新的区域，我们公司一定会走得更远，销售业绩在新的一年里有更新的突破，市场占有率也更高。最后祝我们润友公司的领导和全体同事新年快乐！

销售工作总结 5

在日常的销售过程中，我们销售员总会碰到这样那样的困惑：为什么顾客没有买？为什么顾客选择了其他门店买？为什么顾客买了，却是不梦想的价格？这些问题，相信同事们每一天都在亲身经历，感同身受。那么，怎样在才能让顾客买单？怎样在商品同质化竞争白热化的今日杀出一条血路，坚持、扩大自己的市场份额？是我们公司和一线销售员必须认真思考认真对待的一个问题。本人掩卷沉思，总结数年一线销售的挫折成败、成功喜悦与大家一一分享，

望能起到抛砖引玉、交流提高的效果

销售是一门科学，也是一种技术，它内十分深澳的道理，当然，销售也是较低门槛的，对从事这项工作的人员的学历要求不高，甚至于有些销售经理直说：“不论黑猫白猫，抓到老鼠的就是好猫！”一语道销售以成绩论英雄的本质。是的，当物欲横流、急功近利的社会环境就是这样的赤裸裸，我们能够改变什么？我们只能去适应环境，只能用成绩去证明自己存在的价值。

很难相信一个对自己都没有信心的销售员能做出很好的业绩，做人也一样，必须要有自信，相信自己，自己就是最伟大的销售员，每一天都要默默的告诉自己：我是最棒的，我是最棒的！如果没有效果，跑到洗手间叫出来，握紧拳头大声的叫出来，这个时候你的潜意识已经告诉你自己是最棒的了，你的思想主宰你的行动，行动上你也会是最棒的，还有一个就是不要给自己留退路，定下一个目标，一个相信自己能够完成的目标，有足够勇气的话，告诉你的同事告诉你的店长：如果这个月你没有完成2万毛利你就去\_\_，我相信你会破釜沉舟置之死地而后生，相信自己，不要裸奔，那就只能完成任务。

态度也可分为两种：精神状态和心理状态。精神状态较为简单，也就是指一个人健康的体魄、完整的五官，还有就是我们的休息是否充足，许多同事喜欢熬夜，我们常说的夜生活丰富，狂欢调高歌到凌晨两三点才冲凉睡觉，生物钟混乱身体得不到正常的休息，第二天就是接到很有意向买手机的客人，自己也成交不了，就算平时你是一个销售精英，可是顾客看到两眼无神一边说话一边打哈欠的你，也会受到你的负面影响，购买欲望全无，避之恐不及了。人与人之间都是会相互影响的，我们销售员就是要去感染别人，用自己的满腔热情、活力去带动、感动顾客，临门一脚引导顾客下定决心实现购买行为。

所以，一个销售员的阳光饱满的精神状态，富有活力，抑扬顿挫，铿锵有力的演讲对于一线销售是很重要的。心理状态是指一个人的内心世界对人、事、物的或消极或进取的看法，也就是心态，许多销售界的前辈都把心态看得很重要，是的心态决定一切，除了要有饱满的精神之外，心态就是我们的内功了，内功越深厚，成交就越高

同一件事，想开了就是天堂，想不开就是地狱！你的心态是你真正的主人，要么你去驾驭生命，要么是生命驾驭你。一位艺术家说：“你不可能延长生命的长度，但你能够扩展他的宽度，你不能以改变天气，可是你能够改变自己的心境。进取的心态让人欢乐进取，消极的心态则让人沮丧，你认为你是什么样的人你就是什么样的人。

专业知识：是指必须范围内的系统化的知识。我们是卖手机的，对于手机的功能必须要熟悉必须要精通。许多新入职的同事总是迫不及待的问我应当怎样卖机，当然想卖机是好事，可是你连一些基本功都没有掌握，就让我去教你销售技巧，那样只会害了你自己，只会导致实际销售过程中手忙脚、丢三落四、漏洞百出，让顾客认为我们不够专业，购买欲望大打折扣，就算到最终给你买了手机，价钱也是可想而知了。份量少一半，价格贵几倍，却有很多消费者愿意买单，这就是专业和业余的巨大差别，我们花了巨大的投资在门店装修、铺位选址、加盟费上就早给顾客一种品牌效应，一种专业形象，把产品的利益最大化，想不到到最终因为店员的不够专业而让一切付诸一溃，实在是让人懊恼。

要苦练基本功，像拆装后盖电池、装内存卡、找盒子这些最基本的工作要做到精通熟练，不要临时抱佛脚，一会儿又去找人问怎样拆后盖，一会儿又说找不到内存卡在哪里插，这样会让顾客对你对公司失去信任，直接导致顾客流失。

销售工作总结 6

在\_\_服装工作的\_年时间里，我从一名销售的新人一点点的接触这个行业，认识了许多的人，也体会了很多的事情。从工作中的一点一滴中，我的累积了作为一名销售必备的经验，也让自己越发的熟悉了这个行业。

回顾这段时间的工作，我首先要感谢领导和同事对我的培养和指点，销售并不是一件简单可以掌握的工作，但因为有大大家在工作上对我的帮助，我少走了很多弯路也避免了许多问题的发生。真的.

很谢谢各位。

在过去的工作上，我学会并良好掌握了一名服装销售所必备的能力——赞美。工作的经验让我认识到，作为服装业的一员，赞美是必不可少的技能。虽然对销售而言，了解商品，学会沟通这些都是首要的基础能力。我也一直在为这些方面努力，积极的去了解公司产品，并吸收到到自己的沟通技巧中。但我也通过不断的沟通认识到，服装这一商品的购买欲本质上来源于客户对赞美的需求。

为此，在工作方面，我在自身服务的基础上，努力提高了自己的赞美能力。能通过观察和沟通，了解客户的需求，并在实际的推销中积极赞客户，留住客户，并提高客户的购买欲。

此外，服务也是我在销售中不可或缺的“法宝”，工作期间我时刻必备的就是常挂在嘴角的微笑，并且为了做好工作，我在之前认真学习了服务的礼仪，能用得体的服务提高客户的购物体验，进一步的提高成交率。

在这段工作中，我深刻感受到作为一名销售，我们不仅对服装这一行业学精，更要学“杂”，对于服装的搭配，以及和首饰等相关产品的了解都要有涉猎，不能笔直发展，要在这一行业中积极扩展自己，追赶潮流，让自己能比“精挑细选”的客户更加专业，更加渊博，才能取得客户的信赖，取得销售的成功。

总结自己的情况，我也意识到自己还有一些需要加强的能力。如：“对老客户的沟通和宣传，以及加深自己的服装专业知识。”

通过工作，我得到了很大的成长，在近期来也取得了不错的成绩。但正因为如此，我才要更加努力，潮流在不断变化，我也要紧跟时代，积极发展并提高自己销售能力，为公司，为未来，做出更多的贡献和努力！

销售工作总结 7

20\_\_年是\_\_公司重要的战略转折期。国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给\_\_公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，\_\_公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

### 一、加强面对市场竞争

不依靠价格战，细分用户群体，实行差异化营销针对今年公司总部下达的经营指标，结合总经理在\_\_年商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

#### 对策一：加强销售队伍的目标管理

    服务流程标准化

    日常工作表格化

    检查工作规律化

    销售指标细分化

    晨会、培训例会化



服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销

细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据 04 年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传\_\_品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年\_\_市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和\_\_市高校后勤集团强强联手，先后和理工大后勤车队联合，成立校区维修服务点，将服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集，做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的  
市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季  
来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信  
息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及  
时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员  
反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步  
销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反  
应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。增加工  
作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，  
我们强化对市场占有率。我们把分公司在\_\_市场的占有率作为销售  
部门主要考核目标。今年完成任务，顺利完成总部下达的全年销售  
目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额\_\_万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自 96 年成立以来的'售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从 6 月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨 1：00，售后俱乐部提供 24 小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车台次，工时净收入\_\_万元。

## 二、强化服务意识，提升营销服务质量

20\_\_年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严峻的形势，在年初我们确定了全年为“服务管理年”，提出“以服务带动销售靠管理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在管理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部管理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，管理部门服务一线的管理服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在管理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的管理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程；针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清

凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送温暖”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

### 三、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来，走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和管理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间，对\_\_市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4S站，进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的长处，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

### 四、注重团队建设

分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和素质。通过聘请国际专业的企业管理顾问咨询公司（）对员工进行了如何提高团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20\_\_年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对即将到来的\_\_年，分公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保分公司\_\_年经营工作的顺利完成。

销售工作总结 8

20\_\_年，对于我来说是艰辛的一年，也是收获的一年，是生命改变的一年，也是心满意足的一年。有压力困难，有低谷煎熬，有拼搏奋战，有皆大欢喜，这一年的工作纠结辗转而又硕果累累，这一年的生活也是精彩纷呈而又收获匪浅。总结反思自己的20\_\_年，更多的是成长、收获、幸福、感恩、淡定。下面结合我的具体工作，谈谈这一年来的成绩、不足以及对20\_\_年工作的计划。



## 一、思想工作

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。  
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/568004076000006063>