# 化妆品公司美导工作职责、纪律解读五篇范文

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2025-04-16

*第一篇：化妆品公司美导工作职责、纪律解读化妆品公司美容导师必须具备的职责1、每位导师必须熟练掌握各项工作技能,品牌相关知识,培训技巧,销售技巧,管理技能,策划能力等。2、每位导师必须具备专业的培训和演讲能力。3、明确自己的工作岗位和职责。...*

**第一篇：化妆品公司美导工作职责、纪律解读**

化妆品公司美容导师必须具备的职责

1、每位导师必须熟练掌握各项工作技能,品牌相关知识,培训技巧,销售技巧,管理技能,策划能力等。

2、每位导师必须具备专业的培训和演讲能力。

3、明确自己的工作岗位和职责。

4、具备美容导师的专业素养。

5、每位导师针对老客户每月巡店一次,将每月的促销方案带给客户,并监督客户将它实施好, 重点老客户做促销提前10天与售后部客户部经理协商方案并制定计划书,同时与美容院沟通前期的准备工作。

6、每位导师平息化解美容院内部矛盾,以及客户与公司的矛盾。

7、每位导师必须培训美容院员工,提高其素质,纠正错误的经营观念。

8、每位导师必须每星期认真填写《导师周工作报表》和两天电话沟通一次。

9、每位导师定期帮助所管区域的客户库存清理,以免造成货品积压。

10、每位导师每月向品牌售后经理递交一份书面月工作总结及下个月工作计划,同时按质量完成

当月任务。

11、每位导师到出差地与离开时,用当地座机与考勤人员联系。中途私自返回差旅费不予报销。

12、每位导师在入职前五个月必须自购公司统一工作服,满一年公司给于报销。

13、每位导师在离职时,须提前2个月向公司提出书面报告,并在1个月内向其他售后人员交接

工作,交接成功后方可办理离职手续,风险金在一个月内退还。

14、每位导师下店时积极解决店内出现问题,如解决不了必须及时向公司部门主管反映解决。

15、每位导师下店回公司后把店内情况向下一次到店的其他导师详细说明做好工作衔接。

16、每位导师下店前做好工作计划,下店后按计划执行。

17、每位导师下店把本月公司的销售计划和优惠政策给到院长商讨后并严格执行。

18、每次下店针对美容师进行产品专业考核,根据她们掌握情况加以补充。

19、每次下店要针对美容师的兴趣点进行新技术和专业知识培训包括一些生活中的美容小常识。

20、针对产品的销售技巧重点培训、人人过关,每次下店带给她们一些新的销售技巧。

21、美导离店时根院长做好工作交接并安排后续工作。

22、离店后第3天必须电话回访店家后续工作进展。化妆品公司导师工作纪律

1、下店服务的每位导师在工作时间必须穿工作服画淡妆;头发必须盘起来,时刻树立良好的工

作形象。

2、下店工作期间必须按照加盟店正常的作息时间上下班,坚决不允许迟到早退。

3、下店工作期间必须爱惜加盟店财物,如有损坏必须照价赔赏;时刻注意人身安全,预防火灾。

4、下店期间不听劝阻随意在外做与工作无关事情的,发生意外由本人承担其后果,情节严重的

由公司直接辞退。

5、下店期间每位导师必须认真填写工作报表回公司后交品牌售后经理管审核,未交者视未出勤

不给于报销及补助。

6、所有导师休假必须上报品牌售后经理批准,再报考勤备档。

7、所有导师必须严格遵守以上纪律,如果加盟店投诉1次罚款50元,连续投诉3次罚款500元, 投诉5次自动离职。

8、针对表现优秀的导师无一次投诉的年终颁发奖状、奖金。

9、下店期间时刻注意自身的言行举止和精神状态,积极带动美容师工作热情。

10、下店期间不得在同事间传播负面消息影响正常工作。

11、下店期间若是两人一组出差不能拉帮结派搞个人情绪,下班后不得私自出去游玩。

12、下店期间注意店内卫生,把自己当成店内一分子关心店内每一件事。

13、下店期间在工作时间内不得做任何个人事情,不得随便接打手机,手机必须调为静音状态。

14、每晚工作结束后向品牌售后经理汇报当天工作情况。

**第二篇：美导工作职责**

美容导师工作职责

[导读]在美容业发展日趋理性、竞争日趋激烈的市场环境里，美容导师的工作性质和重要性正发生着重要的变化，据行业统计，在未来五年内，美容行业最枪手的职业就是美容导师。那么，作为化妆品及美容项目推广中的重要角色，美容导师自身应该怎样定位？其本身的作用和工作职责又该如何鉴定？根据不完全统计，在快速发展的中国美容行业之中，有近1200万从业人员，而历经艰苦奔波在全国市场的美容导师就占100万人，这些年纪在18-30岁的年轻女性漂泊不定的生活在全国各地，帮助各类型的美容公司和化妆品公司及厂家开拓美容院，帮助加盟美容院做美容师的技术和销售的培训。所以说，美容导师在加盟店应该是一名优秀的美容师和店长，在公司又是出色的销售经理。

一、美容导师的定义

美容导师是美容师的延伸，可以说对外他们就是美容公司和美容厂家的代言人，他们的任务是把企业的产品内涵、企业的形象、企业的精神带给终端顾客和销售公司。美容导师的素质决定企业的生存和发展。兵熊熊一个，将熊熊一窝。这与企业的领导层有深深的关系。

美容导师要不断学习新的东西来充实自己，先进的技术、产品的功效、娴熟手法和设备的使用这些都是基础，必须完善的是销售技能、人员的维护和自身素质的提高。

二、美容导师的责任

美容导师作为企业的窗口、纽带，是把本企业的精神面貌、文化底蕴、产品的技术、营销方案等等有机的整合一起，在代理商、加盟商与美容院中做宣传，并传授与他们。

三、美容导师该如何做：

首先，作为美容导师要明确自己的职责范畴是什么，学会做如何传授的方案。

其次，就是针对销售公司、美容院和顾客的任务。对销售公司，美容导师要把自身企业的精神、发展趋势和产品状况告诉他们，让他们对公司、对产品感兴趣；对于美容院来说要求更加细致，不仅要详细介绍每个产品的使用及注意事项，还要给美容院鼎立促销计划，传授销售方法；面对终端顾客，美容导师要做的就是明确讲解产品的使用方法，并利用自己的美容知识给他们制定适合的护理方案。

负责销售工作的邵宇先生告诉我们：美容导师的作用不仅是引导客户，帮助客户选择护肤品，最重要的是帮助客户了解如何保养自己，让客户清楚自己的身体状况，知道人的皮肤为什么会变差，而单纯脸部护肤根本是解决不了问题的。一定要让客户明白保健与美容的关系，用正确的方式让自己更美丽。还有，美容导师最关键是了解自己，连自己都不了解，那根本没资格做美容导师。

化妆品企业策划吴先生说：１、根据市场变化规律，参与企业经营与营销培训。２、针对顾客和消费者的情况，进行培训，培养潜在顾客群与消费群。３、作为市场的前导，主要在于销售，根据顾客要求定制合理的美容计划。导师的职能充分表现在他的培训和引导上。还有些更能体现导师综合素质的方面，例如：礼仪、形体、外观等等，这些都能充分展示企业自身的魅力。也就是说，导师是美容院自身的素质和形象的一个代表了。有多年导师经验的赖小姐告诉说：首先美导代表公司形象，是公司对外的窗口，要给代理商、美容院宣传企业文化。其次美容导师是连接公司与代理商或美容院的一个锁链，他们需要对代理商，加盟院进行业务培训，还要不断学习新的东西来充实自己，掌握销售知识、策划知识、培训技巧、产品知识、技术手法、美容院促销、美容院诊断、招商会以及美容的相关技巧等等，另外，一个合格的美容导师还有义务收集本行本业的相关信息，提供给领导者，做到知己知彼。

因此，美容导师这一角色发挥了极其重要的作用，不仅仅是之间将产品项目介绍给终端客户，同时也肩负着维护与提高公司形象，搜集情报信息等多重任务，在美容业发展日趋理性、竞争日趋激烈的市场环境里，美容导师的工作性质和重要性正发生着重要的变化，据行业统计，在未来五年内，美容行业最枪手的职业就是美容导师。那么，作为化妆品及美容项目推广中的重要角色，美容导师自身应该怎样定位？其本身的作用和工作职责又该如何鉴定？

一：美容导师的角色定位

美容导师在化妆品、美容公司的地位是非常特殊的，她既是公司做市场开发和发展的军师，也是连接公司和客户的桥梁和纽带，更让消费者对产品项目及公司产生信赖感的催化剂。美容导师在美容市场中扮演的角色兼具业务员、公司与美容院之间工作协助者、美容师，美容老师等四种角色，可以说美容导师具有市场管理和技术服务的双重功能。1：代表公司形象的“对外窗口”

a)作为美容导师，是公司直接派到加盟店的老师，是直接和公司加盟商老板、美容师及消费者打交道的，其个人的形象，言谈举止，能力等，实际上都能从某种程度上影射出公司的企业文化，公司的实力等。

b)因此，美容导师的形象毫无疑问会影响到公司的利益。人们常说“员工制造公司”，所以你不仅仅是公司的财产，而且你的待客态度，电话应付技巧，培训美容师的方式及销售产品的技巧等都代表着公司的服务宗旨和形象，如果你稍有疏忽可能会带来很坏的影响和后果。

c）待客态度不好，可能会被加盟店老板和美容师认为你素质不佳，能力欠缺，从而引起退货或对公司不满甚至终止交易。所以作为美容导师，你一定要认识到你是直接代表公司面对客户，你的形象也是代表公司的形象，服饰的得体整洁，职业的微笑，中肯的建议，都会给对方一个完美德形象，增加客户对公司的信心，拉近双方的距离。

2：传播公司“经营理念的使者”

美容导师要清楚自己是公司和客户之间的中介，其主要职能之一就是把公司的背景实力，企业文化与经营方针战略，推出的新产品和新项目的功能与质量效果价格及促销方式和服务内容等信息准确的传递给客户，实现促进销售的目的。

3：消费者购买产品的引导者

美容消费者购买美容产品和接受美容项目时，要涉及到很多专业知识，如产品的功效性能，有无副作用，顾客当皮肤类型及服务承诺，每个环节都包含了很多专业的知识，所以美容导师要求一定很专业才可以更好的引导顾客消费，为客户提供优质的服务。将公司的产品推荐给客户的专家美容导师要对推销的产品和技术服务有绝对的信心，并且必须做到三个相信：相信自己所代表的公司，相信自己所推销的产品，相信自己的推销能力。只有这样才能很好的发挥自己的工作职能。

4：市场信息的搜集者

美容导师作为公司和客户之间的中介，除了传播公司的信息外，还肩负着将客户的意见向公司反馈。美容导师要具备较强的反映能力，应变能力与丰富的业务知识，对美容市场的敏锐，同时也需要对美容市场的信息作大量的搜集，归纳，分析和总结等工作，对区域市场的整体发展水平的把握，对竞争对手的优劣与市场活动的认识，对消费者购买心态的把握等，为公司体统准确的市场依据。

5：公司产品技术服务的专家

美容导师必须熟练而准确的了解和掌握产品仪器的功能，性能使用注意事项及操作手法等，并且培训好加盟店的美容师，以防止产品在使用过程中出现意想不到的事故，使所有使用产品的顾客得到完善的服务，这是作为美导最基本的条件也是最大的责任。6：顾客皮肤的专业顾客

许多顾客往往对自己的皮肤类型，特质及皮肤的各种问题缺乏了解，对使用什么产品进行治疗或护理往往一知半解，又的甚至盲目跟风用错产品，引发更严重的皮肤问题，这就需要美容导师有一定的医学知识，包括生理和心理学知识，帮助顾客分析并找出根本的原因，指导顾客及使用化妆品。

7：培训加盟店美容师成为使用产品项目及销售的行家

美容导师在公司接受系统，全面的培训后，最终被委派到美容院进行工作，通常为期一个月的时间，所以要尽快的培训好加盟店的美容师，让其对相关的产品知识和项目仪器的操作有全面的了解，及相关的注意事项，并且要培训其很强的销售技巧，引导消费者消费，提高加盟店的业绩流水。

8：美容院问题的诊断专家

如果一家美容院经营上出现问题，美容导师需要有能力快速的找出该美容院经营部景气的原因，并协助老板去改进并及时的把相关信息反馈给公司，这样可以增进加盟商与公司的紧密友好合作关系。

二：美容导师的工作职责与要求

一）：美容导师的常规工作职责

在传统观念中，许多人只是把美容导师当作技术人员而已，在这样的观念下，美容导师的职责往往只限于为顾客进行美容服务，不但造成了人力资源的浪费，更使得一些原本非常重要的职能长期被忽视，美容导师的职责是：

1． 搜集信息

在现代营销中，商业情报比任何时候都重要，营销情报系统已经成为整个管理，营运系统的基础，它包括竞争对手情报、消费者情报、消费者满意度、其它品牌情报甚至行业动态等多个方面。在美容院，导师是和顾客交流较多的成员，因此，往往也是最敏感的感受器。

2． 顾客关系管理

在传统营销中，美容院和顾客之间还只是交易导向，但是现在只有不断的加强顾客的忠诚度，长期留住顾客，才能获得长期的竞争能力，这个不断加强顾客忠诚度的过程，就是顾客关系管理。在美容院的经营中，由于服务的附加价值很高，顾客和美容师的关系往往很密切，所以会出现顾客跟随美容师流失的现象，所以美容导师要懂得去引导美容师和顾客。

3． 消费者教育

消费者教育本质是一种沟通，是一个价值传播的过程，事实上，它远比一些短期促销更重要。想培养顾客的忠诚度必须有良好的沟通才能达成。避免出现美容院的专业程度与顾客严重不对称，引起顾客对美容院的抵触情节。

4． 销售推广

美容院与顾客达成交易的过程中，美容导师的作用是很重要的，作为美导不能把自己定位成单纯的技术人员，而更应该是销售推广人员，这样才能更大的发挥美导的职能，为公司和美容院及自己创造更大的价值。

5．品牌传播

无论是对于加盟店还是对于公司，美容导师的服务都可以视为品牌价值的传播过程。品牌价值的传播是通过每一个细节来完成的，所以美导更应该时刻注意自己的一言一行，都是在进行品牌价值的传播。

6． 美容师的培训与指导

美容导师不仅仅是美容师，更是美容师的老师，对加盟店美容师的培训，也是美容导师工作中的重要一环，培训内容应该包括品牌背景、职业道德、公关礼仪、行业展望、专业知识（皮肤、产品、医学知识、仪器、项目、手法知识）以及沟通和销售技巧。

二）：美容导师的岗位责任制度

1． 岗位责任制度

①通过自己的努力提高专业技能和销售水平，增加整体业绩

②搜集并汇报市场反馈信息

③制作规定的报表定期向公司汇报

④协助执行公司组织的全国性或地区性推广活动

⑤充分了解产品，项目，并对公司和自己建立信心

⑥做好终端形象维护，保持整洁，良好，专一的形象

⑦平时要多学习和积累专业和相关的知识，以便应对不同的顾客，一崭新，前卫的服务方法来提高服务水平

⑧平时要多研究顾客的心理，以便有更多的销售方法针对不同的顾客采用不同的技巧

**第三篇：美导工作职责**

一、下店前准备工作部分

美导的工作职责

为什么去、干什么去、怎么做、要达到什么结果、加盟店有何要求

（这几个方面的问题要明确）B、电话沟通

1、第一次电话沟通可在出发前三天，做简单的自介，告知何时去，去做什么，希望店家的有关要求，并就一些前期问题达成共识

2、第二次电话出发前一天，需要再次强调准确的到店时间，到店后的要求事项和相关细节。电话沟通应有完整的沟通记录，以备查看。

3、物品准备，如产品资料，培训教案，促销政策，所需货品，沟通感情的小礼品等。

前期充分的准备是下店后从容工作的重要保障

二、驻店工作部分

1、下店沟通

A、按加盟店内人员的重要程度来安排沟通时间，依次是：老板、店长、品牌主管、店员。B、越重要的人越应在私秘空间进行沟通

C、沟通中多用笔记详细记录，尤其是交流的细节方面 D、沟通中就地解决某些历史问题

E、扔掉个人的弱点，情绪感受等，重点表现个人专业性

2、清点并整理库存，加盟店的库存货品包括陈列样品、主销货品、季节性产品、促销品、滞销品、赠品、临近过期货品，宣传物料品等。

掌握了以上明细数据以后可达到以下目的：

A、分析库存的不合理性，帮助加盟店学会控制和调整库存，建立各类货品的上、下预警线，根本上解决加盟店乱要货乱换货的行为

B、把店内库存中闲置的物料，赠品的作用发挥到极致。

C、为制订店内促销方案和营销话术的培训提供指导（结合旺销和滞销产品给予建议）D、为要求加盟店再次进货提供分析依据

3、陈列

陈列的原则：

A、陈列柜上可以摆放的货品：促销品、赠品、季节性主推品等

B、陈列柜要符合易于摆放，便于拿取，视觉美观的要求。

C、在多层陈列中与顾客视线平行的一层及下一层是最佳陈列位，突出重点产品

D、陈列货品应随销售时期的推移，季节转变，经营策略的转变推广重点的转移，陈列时间的长短而不定期调换

E、陈列柜上多用精美的水牌，引导的文字，造型独特的饰品等装点

4、宣传

A、门头：根据加盟店的条件更换本品牌的统一形象门头，以扩大品牌的影响力

B、橱窗：可张贴品牌的大幅写真，海报，并保证橱窗的洁净度，争取更多，更抢眼的空间陈列本品牌产品

C、大门：根据实际情况悬挂条幅，摆放灯箱，易拉宝，X展架等

D、店内张贴：用好品牌挂画、吊旗、大、小宣传海报，等在不影响店内美观的前提下尽可能的进行全面的视觉覆盖。

E、特价车：按原则摆放，保持干净整齐，无损坏，按顺序摆放整齐（品牌标识，产品名称）F、美导下店后要把握三个宣传原则：

无处不在的影响 不厌其烦的渗透 言传身教的感染

5、培训（培训是美导下店的核心部分）

指导不仅仅是传授产品的知识，技术，更重要的是方法与经验的分享，还有积极的工作态度，根据店员和店家的基本情况制作相关课件大纲！！

6、考核：考核、培训、激励三者相辅相成

美导下店时需要有几套标准的考试题，如试卷、技术操作、口试、情景模拟等

7、促销

A、促销目的明确

（1）卖产品为主

（2）宣传

B、促销方案的设计与实施以及对加盟店人员促销行为的示范 对练

顾客、销售人员练习，每个人都要过关 C、指导

D、监督

8、建议

A、优秀的美导既要是技术专家，销售高手，还要是店务管理人才

B、管理不是指手画脚，而是制度的建立与完善

C、帮助经营者发现管理制度不足的地方，建议完善并做好记录

离店

A、和店老板或店长做好交接工作，并表示真诚的生意兴隆的语言和后期工作支持 B、建议离店后针对店家的问题需公司给予帮助，应跟进落实 C、可每10天或半个月进行电话回访店情 D、做好下次下店的时间及工作重点

E、贴心小提示：可记录店主和店员的生日，可作为美好感情的桥梁

公司市场人员只要抓住三点，工作即可完满

1、了解产品销售状况

2、清楚销售数字状况

3、协调人际交往脉络 简单说：人——货——钱

收集信息回来

回馈本次下店的相关数据和问题，并提出并解决的意见和方案

1、反馈店家有多少销售人员，对本产品的重视程度

2、对其它品牌关注程度，有什么新政策

3、畅销品卖的好的经验，滞销品列好清单，比较重要无法无解决的问题反馈上级

**第四篇：美导工作职责**

美导工作职责

美容导师想成为市场上公司品牌及产品形象的代表，就要做最了解产品的人，她不但要熟知产品的性能、用法、禁忌，还要熟练掌握产品的使用方法和技巧，是产品的使用效果达到最佳。

同时美容导师们应熟练地，有效地协调公司、加盟商、美容院及终端顾客之间的关系，最大程度保证各方面的利益，并对突发事件及时妥善处理。在与客户的沟通交流中，美导应不断地将公司的企业文化理念传递给代理商，美容院及顾客，让他们在销售或使用公司产品的同时对公司增加了解和信任。

市场开拓史美导的重要工作，公司为加盟商美容院指定了一系列的营销方案，有美导协助市场执行完成。美导对所执行方案的了解程度直接影响到方案在市场上的执行效果。执行效果好，大量的财富就会随着方案的执行滚滚而来，产品市场占有率就会不断巩固和提高。反之资金回笼慢，甚至无所收获，导致市场萎缩。

推广公司形象，传递公司信息，培养市场意识，及时反映竞争对手及同类产品的发展动向是美容导师最基本的工作职责。其次工作态度要积极努力，耐心礼貌地组织讲解和培训，传授公司产品知识，严格遵守公司商业机密，不得直接或间接透露公司客户资料，员工资料，如薪金，佣金等，不得直接或间接透露公司、代理商的发展战略、销售业绩及有关的业务秘密，不断在专业知识和技术手法上提高自己，沟通能力要强，每月要有一定的销售业绩，并严格遵守公司的各项规章制度。

美导下店后，对代理商，美容师，培训产品的正确使用对各种技术反方面的疑难进行解答，帮助加盟店以不同的方式做吸引客户的促销以及设计促销方案，协助美容师做好各大演示会的工作。

了解代理商情况，如库存、加盟店数量、动作模式等，协助代理商在当地的市场拓展与跟进，协调与维护公司与代理商的良好合作关系，协助、监督代理商的市场情况，及时向公司做出书面汇报，协调代理商与加盟店之间的关系，与之建立良好的关系，及时做好各项报表，传真总部。

有义务就公司终端运作提出合理化建议，协助代理商与加盟商做好各种促销活动的拟定与策划，应为加盟店策划各种促销活动准备各种，负责加盟商代理商人员的培训，美导要对公司的各项制度政策熟知，美导下店以后，各种目的以带动销售为出发点，美导应做好加盟店的定期回访，电话回访。

美导岗位职责

美容导师是公司品牌及产品形象的代表，是公司与加盟商，产品与顾客之间的桥梁；推广公司形象，传度公司信息，培养市场意识，及时反馈竞争对手信息及同类产品的发展动向是美导的基本工作职责。

1、熟练掌握公司产品知识，使用方法，禁忌，操作流程；

2、了解公司企业文化，并不断把企业文化理念传递给加盟服务商

及顾客，增进他们对产品的了解和信任；

3、掌握良好的培训技能，下店后为加盟商做产品使用培训，美容

知识培训，公司营销活动培训等；

4、熟练有效地协调公司、艾利上、美容院及终端顾客之间的关系，最大程度保证各方方面的利益，并对突发事件及时妥善处理；

5、做好市场开拓，良好的协助代理商、美容院执行公司为其制定的一系列营销方案；

6、了解加盟商情况，如库存、连锁店数量、产品结构、产品销售

比例、结盟上常用的销售策略，ABC类客户比例，A类客户情况、美容师知识掌握我情况等，并及时上报公司；

7、有效协调公司与加盟商、与美容师之间的关系，与之建立良好的关系，及时反馈他们对产品的信息；

8、对公司终端运作提出合理化建议，协助做好各项促销活动的拟

定与策划；

9、完成公司下达的各项销售任务。

**第五篇：化妆品美导工作总结**

本月工作小结

首先来到\*\*\*我最先感觉到的它是不一样的，虽然它跟护肤在同一个店里销售但却是不一样的理念，我很庆 幸我选择了这样工作

1>多年的习惯告诉我首先到店家第一擦拭柜台和整理柜台让美嘉拉在店里的品牌形象整洁的然后在根据店家的实际情况做上分析和配合，比如说是培训和带教销售以及很好的出货 2>出货情况这边总共是13家客户出货率达到了77%，还有7家客户还没出货包括蔡华 3>巡店数量，也还是7家左右还没有走完，但是巡店的结果主要是和老板沟通夏季免费体验为中心思想店家也是非常认可的，具体操作和培训手法也一步步落实

4>对于在门店在沟通时候遇到的问题就是对于一些新店精油这个新品类是比较陌生没有护肤卖的得心应手得到的解决方案就是多以贴柜式的方法进行带教，我们就下个月也是以每家店多待几天的这种方法来进行操作

5>工作感受是让我接触了一些以前没有机会去了解的东西而且让我跟店家在沟通上也学习到了不少，因为以前在其他护肤的时候会很纠结不知道如何做到对店家好达到良性出货不知道方法，但是我现在知道怎么去给店家带来更好的效益对于公司和\*\*\*这个品牌，我当然也是信心满满

6>下个月主要是将一下新开发的店多待多销，让培训一家就有一家的效果

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！