

创维数字

2015年 总第93期

深圳创维数字技术有限公司 主办

内部资料 免费交流
版权所有, 如欲转载, 请与本编辑部联系

投稿热线: 0755-86117949 传真: 0755-26010018 邮箱: Yangmeng@skyworth.com http://www.skyworthdigital.com

创维数字完成双向收购

深耕海外市场 布局汽车智联



本报讯 (通讯员 刘瑜) 经过两周的停牌, 7月21日创维数字(000810.SZ)正式公告了投资者与公众所关注的收购动态及战略新布局。一方面, 基于国际化战略, 创维数字宣布收购欧洲著名机顶盒品牌企业Strong集团, 实现国内该行业首家欧洲跨境并购; 另一方面, 基于布局汽车“移动客厅”入口, 公司收购创维集团旗下汽车电子业务, 进一步打造“智慧互联+生活”。同日, 还公告了对北京创维海通高管实施股权激励。

收购Strong集团深耕欧洲市场

Strong集团成立于1996年, 是欧洲著名的机顶盒品牌企业, 有超过15年的数字电视机顶盒及网络产品、消费类电子产品的品牌销售、渠道分销经验。拥有THOMSON机顶盒在欧洲大部分区域、中东和非洲的品牌销售授权, 同时在北欧、中欧和东欧等地代理销售THOMSON品牌的电视机和网络宽带产品。Strong集团分布欧洲大陆有9大子公司, 聚焦当地的品牌分销和运营, 提供从需求定义、研发、本地交付、售后服务等端到端的营销及服务体系。Strong品牌在法国、荷兰、奥地利、乌克兰及斯堪的纳维亚(半岛)等北欧市场, 机顶盒品牌销售市场占有率排名第一, 在保加利亚、罗马尼亚等东欧市场及哈萨克斯坦等中亚市场占有率排名前三。

公告显示, 创维数字全资子公司 Smart Choice Store Company

Limited (简称“才智商店”) 协议分两期受让 Strong Media Group Limited (简称“Strong集团”) 80%与20%的股权(完成后100%股权), 以拓展欧洲、中亚和北非Strong品牌系列智能机顶盒及相关产品的销售业务; 同时, 基于Strong渠道、分销能力, 积极拓展Strong品牌下互联网OTT相关增值服务的运营。

作为国内行业龙头及有国际影响力的品牌, 创维数字海外机顶盒出口业务已经连续多年稳居行业第一, 目前海外主要市场在东南亚各国、印度、南非等区域, 且销售模式以B2B为主。公司海外发展战略, 在继续巩固优势市场地位的同时, 积极拓展欧洲、美洲市场, 建立国际化和本地化的团队, 打造相关多元化的销售、渠道和服务平台; 从销售模式上, 从B2B向B2C延伸, 为多业务运营商提供专业化端到端的机顶盒分销、交付等增值服务, 提升公司品牌增值和议价能力。

2015年, 欧洲大陆的数字化进程面临着新的机遇与突破。法国卫星和地面数字电视将进入“Mpeg2转Mpeg4”的新一轮更迭时期; 德国政府继意大利之后, 将计划在未来2年内推广HEVC技术; 其它欧洲国家也将相继迎来地面数字电视从标清盒子向高清智能交互盒子更替的时期。这些国家和地区是欧洲数字电视的主要市场, 随着数字化进程的推进在未来2-3年, 将产生巨大的市场需求和

销售增长。到2020年, 市场预计将达到3.5亿用户数。

创维数字此次收购Strong集团的业务和团队, 将创维数字的研究、开发、设计、供应链及制造能力与Strong集团国际化品牌、市场、渠道、分销能力等结合, 将会对双方的业务和资源形成有效的优势互补, 充分发挥协同效应, 为海外市场拓展产生较大的推动力, 并可以极大提升公司在欧洲、中亚及北非市场的占有率。同时, 公司拟在欧洲布局互联网OTT零售渠道品牌智能终端的销售及后续的增值服务运营, 整体能为公司带来较好的收入和利润增长贡献。

在欧洲、中亚及北非市场, Strong将成为创维数字消费类电子产品强大的分销平台。

收购汽车电子 扩增移动客厅

除海外市场新布局外, 基于布局汽车“移动客厅”智能终端及汽车移动入口相关增值服务发展战略, 创维数字完成了创维集团旗下关联方创维汽车电子(深圳)有限公司100%股权收购。

创维汽车电子是行业内较早从事车载导航娱乐产品及系统研发、经营的企业, 拥有基于Wince、自主开发的SDS双智能系统平台、以及Android系统平台的各类车载影音导航产品。近年来, 基于自主研发、变革与创新, 逐步转向提供智能车载终端、行车安全辅助产品(ADAS)、智能交通辅助系统, 并依托智能设备向用户提供安全、便捷、智

能、互联的移动车载服务。创维汽车电子先后开发出多系列北斗双模系统智能终端(含创维魔镜等智能后视镜系列), 以及差异化的奥迪、奔驰等高端车车载信息服务系统, 北斗车载智能网关等产品及系统; 同时向互联网保险及智能交通、车载移动社交服务, LBS位置信息服务等基于车联网大数据运营服务转型。

此次全控股汽车电子, 有利于创维数字在“移动客厅”智能终端、车载移动入口及车联网增值服务的运营上实施布局, 结合创维数字公司技术及人才储备、运营与服务经验及云平台系统与大数据分析的共享, 为汽车智联后续研究开发、渠道拓展、运营与服务等的发展提供资源整合, 拓展创维数字新增长点。

拓展广电增值服务实施股权激励

北京创维海通数字技术有限公司(以下简称“创维海通”)主营业务为开发、销售数字电视前端系统、Pangea OTT增值服务系统及运营, 有线数字电视智能接收系统及终端、地面广播数字电视智能接收系统及终端、网络电视接收设备与系统、家庭多媒体智能接受系统及终端。

基于积极拓展广电运营商增值服务运营, 实施对管理层的股权激励, 创维海通将15%股权转让给予公司高级管理人员, 有利于公司的长远发展。

没有一种工作 是不受委屈的

文/北京分公司 牛波



之所以写下这个标题，缘于前不久看了朱军主持的《艺术人生》栏目里采访我的偶像奶茶刘若英，朱军问她：“为什么你总能给人一种温和淡定，不急不躁的感受，难道身在纷繁复杂的演艺圈里，面对那些所谓的流言蜚语的时候，当你的生活中遇到难题的时候，你不会很气急败坏吗？”，刘若英回答说：“因为我知道，没有一种工作是不受委屈的”。当时听后心中一震，是的，没有一种工作是不受委屈的，言简意赅地简述了生活的真谛。

身为一名从事人力资源工作的人员，本该有一颗强大的内心，来习惯适应员工们的迎来送往，但无奈本人有一颗脆弱敏感的心，实在很难修炼成那种“不以物喜，不以己悲”的至高境界。面对员工的离职始终还是很伤感的。北京分公司是一个开发团队，能力的强弱全凭技术说话。是一个相对关系简单的研发部门，也是一个比较人性化和团结的团队。虽说离职员工较少，离职原因各不同，但员工离职时给大家留下的感受却各不相同，有的员工走了就走了没有给大家留下什么深刻印象，没有什么存在感。有的员工走了，让人很可惜，或者让人有心痛的感觉。我一直在想，如果有一天，我们离开了现有的工作岗位，能让领导和同事挽留，让别人感到可惜的时候，某种程度来说应该也算是一个很优秀的人士吧。

那么怎么才能成为那样一个让公司极度挽留的人呢？我想呢首先要成为一个努力的人，一个好心态的人，一个要在本职岗位上做出贡献的人，给人留下一种你是一直在不断地成长的形象。这种感觉是日积月累的努力铸就的，也是对自己不断学习和成长的一种回馈吧。

这几年互联网行业崛起，软件开发人员真是供不应求，也造就了我们招聘难的局面，经常性出现漫天要价的情况。最近招聘的成果不是很理想，当然作为招聘人员的我有不可推卸的责任。但面对应聘者对应聘岗位不切实际的需求也是感慨颇深，简单对那些应聘人员或者正在职场上学习的新人们说一点我心里的感受。

就举一个真实的例子吧。一个

2014年毕业的应聘者，对岗位要求问得很细，准确地说，他想从事有潜力的工作，不想出差，不想从事软件应用层的开发，工资低不能接受。我当时想没有什么工作经验却对岗位要求这么多的人应该是很厉害的吧，就很耐心地说那你过来试试吧，看看你的水平再说。如果你能把我们公司的面试题答得很优秀，待遇都可以商量的，前提是你得过了面试这一关。于是，他兴冲冲地来答题了，我也很期待他的答题结果会给我眼前一亮的感受。但答题的结果很糟糕，很不理想，他很不好意思。当时我就跟他说了一句话：“年轻人，你才刚刚步入社会，有自己的工作目标是好事，但要脚踏实地，知道你的水平。你现在还不是对工作有诸多挑剔的时候。你应该找一个工作好好安静下来，学一点东西，等你真正有技术的时候就是你挑剔工作的时候”。谢谢他能很耐心地听我说完这段话，希望他能稍微改变一下态度，对他的成长一点点的帮助和启示就好。

有的应聘者待遇要求很高，我说为什么要这么高，他说我同学都要这个价的，我也不能低于他们吧。如果同学们找到了待遇高的工作而你没有找到，除了运气方面，只能说明你的水平还没有到那个待遇的水平，需要你不断地学习，而不是别人待遇是多少你就应该是多少。也许很多人会说现在的物价这么高，房价这么离谱，如果待遇不要高一点，我们怎么生存？从事软件开发人员不想出差，在现场开发多辛苦等等。那么看看我们公司这些领导和骨干们，哪个不需要出差，不需要加班的，哪个不是通过自身的努力，一步一步走到今天这个位置的。不能因为外面环境的浮躁就有不切实际的想法，年轻时谁不是租着房子过来的，谁不是省吃俭用看着自己钱包生活的呢。

刚参加工作的一两年正是学习的阶段，也是技术积累的时候，需要自己静下心来好好学习和钻研。要知道没有一种工作是不受委屈的，也不可能都是随着你的心意的，成长的道路上也不可能是一帆风顺的，总会有这样或那样的小挫折，让你备受打击。但这些小挫折小

委屈也是促使你不断成长的积石，经过了这些你的经验就会累加，价值就会提升。如果你运气好，遇到一个手把手教的导师最好了，你的成长就会快一些。如果没有遇到也不要气愤，因为谁也没有义务去教导你，大家都很忙，没有时间和精力去告诉你应该怎么做。你呢，只能自己耐心去学习和琢磨，看看别人是怎么做的，一点一点去积累，正所谓“师父领进门，修行在个人”。

就像爱因斯坦说过：“人的差异在于业余时间”，业余时间可以使两个处于同一起跑线，条件相同之人，一个成为搬运夫，一个成为哲学家。这就说明不要羡慕别人表面上成功，对别人拥有比自己多的物质的时候也不要极度愤慨，相信他一定有比你付出更多的地方，有许多是你所看不到的努力，所谓成就和收获都是不断努力和付出自然而然所呈现的结果。谁也不会平白无故的天上掉馅饼，都是汗水铸就而成的收获。就像俞敏洪说的一样：“不要相信别人能拯救自己，最终能拯救自己的只能是自己。”

没有一种工作是不受委屈的，明白了这一点，面对工作时我们的态度就会端正一点，心态就会平和一点，行动上就会更积极一点，会在工作中多努力一点，多付出一点。不那么急着去寻求回报，少一点急躁，少一点索取，会在内心深处不断地告诫自己：“一切都会好起来的”。或许呢，我们对所谓“会好起来”期盼不再是一种极致追求和需要马上呈现物化的东西，或许就是一种潜移默化的进步跟慢慢变好。

毕竟，无论在什么样的年龄里，什么样的环境里，什么样的境界里，成长这件事，对于我们自己本身始终都是灵魂里一辈子要面对的课题。

好吧，请原谅我是一个爱唠叨的人吧，遇到一些事情就习惯性想表达出来，和大家进行分享，可能有些观点也不一定正确，但的确这都是我的真实感受，希望能得到一点点共鸣。

数字公司海外争夺战野史

文/海外营销中心 万欢



低调的传奇团队

这个世界永远都不缺战争和胜利，缺的是能获得持续战争胜利的团队。

在这个机会爆炸的多元化经济时代，竞争无处不在。国内外机顶盒市场群雄征战，硝烟四起，有这么一群人，他们漂洋过海、背井离乡，低调工作着，面对海外机顶盒市场的血腥厮杀，传承着企业的狼性团队作战精神，先于对手嗅到猎物的踪迹，优于对手锲而不舍地狩猎，精于对手准确无误地分工合作，快于对手毫不差地获取猎物，在业界人人都要敬他们三分。

人说，真正的高手都是传说中的人物，必须低调行事才能保持神秘感，所以我要给大家讲创维数字公司海外机顶盒市场争夺战的故事，只能讲讲野史，还请各位客官见谅。

广阔的海外市场

创维数字公司成立于1997年，目前是国内最大的数字电视机顶盒供应商之一。话说数字公司海外机顶盒市场，一分为三：印度及美洲区域、EMEA（欧洲、中东及非洲）区域、亚太区域。要问这个海外市场有多大，根据2014年的数据，数字公司年销售数字机顶盒2100万台左右，年销售额35亿多元，海外营销中心年销售数字机顶盒1100万台左右，年销售额17亿多元。

valley valley diffigo印度，是一个古老而神奇的国度，我们的野史就从这里开始吧。之所以说印度是个神奇的国度，因为那里既有雨量充沛的热带雨林，也有炎热干旱的沙漠；既有富可敌国的贵族阶层，也有一贫如洗的贫民阶层；既有宏伟华丽的宫殿，也有破烂不堪的贫民窟。宫墙内，身着纱幔的耀眼美女笙歌曼舞；宫墙外，黑瘦的乞丐饿死街头……要是在这个国度生活和工作，每天都要在炎热无比的天里忍受扑鼻而来的恶臭，出门只能坐当地特有的三轮蹦蹦车，吃着完全不可口的各种怪味咖喱饭，还要努力去听懂极难辨别的印度腔调英语……

即便是这么恶劣的环境也没有阻止创维数字人占领市场的脚步，印度区域的销售总监叶建带领他的团队于2009年专攻突破印度市场。来到印度，要攻下市场，必须先要适应当地的文化及生活氛围，克服一切困难。说到克服一切困难，除了环境恶劣伤不起，印度英语和印度客户吹毛求疵的工作态度更是伤不起。印度市场的同事和当地客户商务谈判，几轮下来后，把QQ签名直接改为：“angle ,valley valley diffigo do dog dodem.”看得团队里的同事们都哭笑不得，该段签名的正解是：“angry, very very difficult to talk to them (生气啊，他们太难沟通了)。”

印度的客户应该是全球最难搞的客户，没有之一！客户对企业综合实力要求高，在企业的规模、信誉度、产品质量和价格方面都有严格的竞标和审核制度。应对客户的严苛我们销售团队迅速反应，团结一致地整合现有资源，对任何细节都是吹毛求疵的战斗状态。我们的技术支持员经常要驻点印度连续好几个月，日日夜夜都坚守在客户的阵地上不停地测试和排除

问题；拿到货后客户对后续的服务要求高，我们的销售助理24小时待命接收反馈，技术服务团队时刻准备着奔赴一线为客户服务。

就这样，印度团队用优质的产品、专业的素养、贴心的服务打动了又一个又一个运营商，历经3年的不断累积，创维数字在印度这个神奇的国度里一步步建立了自己的品牌优势，与当地核心运营商建立了稳健的合作关系，2012年夺得印度机顶盒市场占有率第一的桂冠，并在当地创办了印度办事处。

人家说，“打天下难，守天下更难！”这样的成绩并没有让叶建和他的团队骄傲，他们在印度市场稳扎稳打，2012-2014年连续三年蝉联印度机顶盒市场占有率第一。在印度，找机顶盒厂家合作，创维数字绝对是不二选择。

擒贼先擒王

相比印度市场，亚太市场的数字化要来得更早一些，2005年亚太区域率先走向数字化。过去的10年，亚太区域的数字机顶盒市场需求也在不断地变化：在市场发展初期，资源相对集中，各大运营商追求极致的产品品质；在市场发展爆发期，中小厂家不断涌入市场，各大运营商转而追求有名气的产品品牌；现在进入市场发展白热化时期，各大厂家裸奔厮杀，追求合适的产品价格成为运营商首选因素。

从这些变化就能看出亚太区域的数字机顶盒市场竞争有多么的激烈。人家说，“乱世造英雄”，说到亚太地区，不得不提亚太区域的销售总监许晓春。

许晓春2007年加盟创维数字公司，从最基层的销售助理做起，进来的第一天前辈们就告诉他，海外市场就像是在一个广阔的草原，有时候为了找到可以生存和发展的资源地需要几年的时间去不断探索，这路上要有强大的梦想支撑，要有坚韧的意志力，要压得住躁动、耐得住寂寞。刚入职的他并不明白那到底意味着什么，只是每天不停地应对前端市场支持、后台技术研发资源整合、生产计划把控等杂七杂八的事儿。这样的琐事放在任何一个年轻人身上早就抓狂歇菜了，但是他，在这个岗位一干就是三四年。有人说，这个年轻人，真是傻得很，大好的青春都浪费在这些琐碎的事情上了。但是他心里却越发的明白，事情虽然杂了点，但是亚太区域的市场状态、客户情况、公司资源都尽在他的掌握中。

2011年，由于踏实出色的表现许晓春晋升为亚太区域销售经理，他和他的团队开始集中资源全面进攻亚太市场。说到亚太区域，相信大家想到的肯定是新马泰海边度假旅游的悠闲浪漫场景，但是提及亚太区域的数字机顶盒市场，真的可以用腥风血雨来形容。要在这样的市场杀出一条血路来，许晓春深知必须豁出去！“擒贼先擒王”，必须要拿下各国的最大运营商，亚太市场的国家这么多，那就从最难搞的菲律宾开始好了。

当时，菲律宾和中国的外交关系一度陷入紧张的境地，参与菲律宾市场最大运营商竞标的企业就有10多家，很多竞争企业直接都喊出来裸奔价格也要中标的狠

话。许晓春带领他的团队干脆驻扎在菲律宾，看团队的同事都忧心忡忡的，他乐观地说：“作为一个有责任感的中国民族企业，我们现在是协助菲律宾全面优化数字化，这是促进中菲友好合作的大好事！现在的情况看似希望渺渺，但是越黑暗的地方就越接近阳光！这次竞标我们一定要先于对手掌握一手的运营商信息，充分准备竞标资料，发挥我们创维数字的优势，在竞标过程中投其所好，一举拿下菲律宾市场！”

紧接着，他带领团队不分日夜地研究菲律宾最大运营商的背景资料，对运营商的习性及其应对方法烂熟于心。运营商注重价格因素，首先要分析竞争企业的价格行情；其次以一线机顶盒品牌的姿态面对竞争，发挥前期和运营商建立的合作关系，放大自身的产品价值、专业团队服务水平，强化我司根据运营商的特点提供定制化产品增值服务；再次引用我司前期合作的数据成果和他国实战的成功案例，剖析产品成本及物料的择优方案。就这样运营商的价格导向思维被扭转，许晓春带领团队在10多家竞争企业中脱颖而出，拿下了菲律宾市场。

亚太区域凭借着许晓春团队的专业素养，在5年的时间内从最初的年销售量10万台到目前的年销售量300万台，每年保持50%的增长，许晓春凭借自己的实力也晋升为销售总监。目前菲律宾、越南、印尼、泰国、缅甸等国家的主要运营商都和创维数字建立了长久的合作关系，并且创维数字在当地市场都保持50%以上的市场占有率。

迎难而上

我们常说，一块蛋糕如果三个人分，给两个人分的比较多，那相比之下第三个人的就要少一些。在资源有限的情况下，创维数字海外营销中心根据各区域的实际情况进行资源分配，运营业务的配套资源主要集中在印度、美洲区域和亚太区域，而欧洲、中东及非洲等区域则根据当地市场特性去发展较为灵活的零售业。在2013年前，创维数字50%的业绩贡献来自于亚太和印度区域的运营商市场，另外50%的业绩来自欧洲、中东及非洲等区域的零售市场，创维数字的品牌在海外的各个区域逐年提升。

2013年，创维数字整体进入上市转型阶段，公司毅然决定砍掉50%的零售市场，由于短期内无新业务填充，公司面临前所未有的挑战。由于印度、美洲区域和亚太区域的运营商市场保持强势第一的市场占有率，要填补50%的业绩贡献极具压力，公司将目标转向欧洲、中东及非洲区域。

万事开头难，在欧洲、中东及非洲区域获得公司的政策倾斜后，也面临着严峻的挑战。但是机会往往和挑战并存，非洲拥有10亿多人口，数字化刚起步，市场潜力大。在该区域工作3年的销售总监郑学民跟公司拍着胸脯说：“我们有条件要上，没有条件创造条件也要上！”

话说郑学民在2010年8月入职我司的第二天，就在南非最大的运营商MultiChoice的供应商信息中登记了创维数字，他说如果来创维数字没有拿下MultiChoice，他的职业生涯就会不完整。2010年到2013年，整整三年时间，他和他的团队对MultiChoice的所有情况了如指掌。为了拿下南非这个巨头，郑学民和他的团队倾尽所有。

在竞标方面，与当地强势企业贴身肉搏，充分发挥我司现有资源，巧妙借力本地合作伙伴企业，站在客户的立场，准确描绘南非数字化前景，全方位剖析为客户量身定制的应对方案，排除万难艰辛中标MultiChoice为南非最大的付费电视运营商。MultiChoice要求合作方必须为本地企业、本地制造、本地目的地仓库交货，本

地货币结算。

在如此封闭的竞争市场中，要挤进MultiChoice的供应商阵营，成为第三股力量，一方面要解决本地化要求的问题以获取竞争资格，另一方面要找到客户需求突破口争取竞争机会。站在创维数字的角度来讲，要在短期内达到本地化要求十分困难，因为原本公司在海外的商业操作都是国际贸易模式，要在已知的客户要求下为前路未卜的项目开发本地化，意味着商业模式的颠覆，不论是人力、物力、财力，这未知的投入和未知的结果是很难在短期内给出评估和支持的。“因为难，所以成功”，郑学民和团队站在公司的立场，借力本地有实力的合作伙伴强强联合，获得竞争机会。

最重要的是郑学民和团队坚持公司“客户至上”的理念，站在客户的角度，从顺应非洲数字化的市场趋势中找到发展时机，根据备战三年调研和收集的非洲各国显性和潜在的数字化市场数据，为MultiChoice逐个分析引进新供应商的好处：通过专业的未来市场分析和有效的市场数据支撑，最后郑学民的团队打动了MultiChoice的高层负责人，创维数字也艰难地获得了竞标突破口。

竞标过程中PACE和UEC借助当地媒体、报纸、网络轰炸性地攻击MultiChoice和我司，大肆宣传中国威胁论，给MultiChoice施加社会舆论压力。后来鉴于我司优于对方的专业市场把控力，还有相配套的产品品质、专业技术和售后服务支持，2013年11月获得中标！

郑学民和他的团队集结公司最强的技术工程师驻扎客户公司，完成软件、CA和第三方服务的复杂集成，保障产品品质符合客户要求。2个月内准确无误地交付300多个货柜130万台机顶盒。

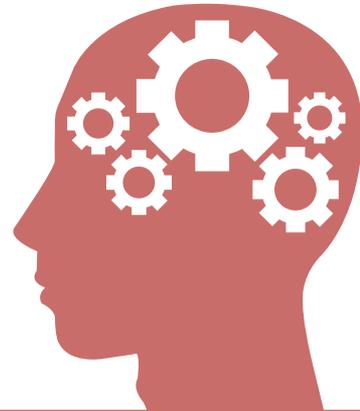
简短的几句话真的很难讲明白这个过程中发生的种种困难。听说当时在交货过程中，原本从国内发往尼日利亚港的货物由于恐怖袭击道路被炸坏了，导致港口船只拥堵滞留，而客户要求准时交货，当时恰逢埃博拉病毒盛行，港口工人罢工，郑学民团队迅速反应，联络当地合作货代公司连夜将货物转运至迪拜港，然后空运至尼日利亚，最终准时交货。

MultiChoice的这一个订单就为创维数字创造了8个多亿的业绩，同时为MultiChoice节省了3000多万美金的费用，多开发了100多万用户创收1个多亿。欧洲、中东及非洲区域因为南非项目的撬动逐渐有了突破。2014年，我们在南非建立了集销售、制造、服务为一体的分公司，并不断拓展着运营商合作业务。

故事，未完待续

“骐骥一跃，不能十步；弩马十驾，功在不舍。”在这段野史的结尾，我依稀记得来数字公司面试时，创维数字公司副总裁暨海外区域总经理赫旋先生的一番分享：“海外的市场争夺战并没有国内轰轰烈烈，有的只是不断努力、不断积累和耐心的等待，我们给你广阔的平台和足够的时间让你去闯世界，不论前方遇到什么样的困难，不要怕，我们就是你最强有力的后盾。还有就是，不要心急，我们会在成功的终点等你并为你欢呼。”数字公司海外争夺战的野史就写到这里了。各区域的同事一年365天至少有300天都在海外出差和忙碌，我没有机会和每一个同事去具体了解所有战斗细节，文章里都是我道听途说的故事，可能在某些地方有些细微的误差，烦请各位客官见谅！最后，感谢一直站在我们幕后给予我们无限支持的领导们，感谢一直在海外争夺战中前赴后继的前辈和战友们，感谢一直默默承受着一切压力还欣然支持我们的家人。创维数字海外的故事，还在继续，未来会更光明、更美。

产品经理，(下) 你们脑袋里装了些什么？



产品交互的昨天、今天和明天

文/产品运营部 俞海霞

家有小儿刚开始接触手机、PAD，于是乎现在只要见到带屏的，都要伸手去戳戳操作下，不禁感叹这一代人的认知正被不断发展的交互体验所颠覆。刚好最近在规划新一代的UI，于是乎趁此来扒一扒交互体验的昨天、今天和明天。

交互的发展阶段

纵观交互体验的发展历史，个人理解主要可以分为三大方式，或是三大阶段。

人物交互——人机交互——人脑交互

交互的三种方式为互相补充，无法互相替代，而是长期共存，不断交织发展。

交互方式的应用

目前产品交互体验的主流还是在第二阶段的人机交互方式阶段，而哪些交互形式是值得我们去用，我们还能做的又有哪些？

刚好2015年Q2三位行业大咖Microsoft, Google, Apple均举行了开发者大会（做产品的，这种行业动向性事件还是要关注滴），不如我们看看他们在交互方面的动向带给我们哪些信息？

Apple 2015年6月8日的WWDC开发者大会上发布了Proactive，笔者认为，这可能会是即将发布的iOS 9中最重要的功能。

Proactive由Siri(语音助手)和Spotlight(搜索)一起进化成，利用Siri、通

讯录、日历、Passbook、地图和第三方应用来主动提供相关的信息，甚至是在用户开口询问之前。

据称苹果还有意通过代号为“Breadcrumbs”的API向第三方开发者部分开放Siri，按照这个思路，用户就能通过语音控制调用所有苹果以外的服务了，语音助手在整个iphone中的应用将更加高频、智能。

Google 2015年5月28日的I/O开发者大会上，宣布Google Now加入了一个全新的功能——Now on Tap，让用户不需要特别命令，在不离开当前应用情况下完成更复杂的任务。而此前，Google Now已有的功能为：一款语音助手应用，它会全面了解你的各种习惯和正在进行的动作，并利用它所了解的来为你提供相关信息。Google Now通过与Google搜索功能的结合，用户搜索的关键词被记录下来，通过用户习惯做出更多智能的提醒、建议等。

PS，可惜Google Now在中国不能用，原因？你懂的！

不过国内的语音助手也在向智能化的方向部署及规划中了，基于Android系统的如阿里的Yun OS、小米MIUI和魅族Flyme也在尝试类似的设计，通过把应用接入系统底层，尝试打造以智能手机为中心的个人生活化平台，一场智能生活应用平台方案的大战也即将爆发。

Microsoft 2015年4月30日的Build大会上，发布Windows 10中将会加入Cortana(微软小娜)，将出现在开始菜单旁

的任务栏上，正式登录PC端。

Cortana是随Windows Phone 8.1推出的第一个版本，微软对于Cortana的定位是一款“全功能个人语音助理服务”，根据用户行为和习惯信息，利用本地内容的关联和Bing搜索的能力，实现精准的人机交互，推荐你可能感兴趣的内容和信息。也会支持跨平台，作为单独的应用供用户下载，还可以接入第三方服务。

大家很容易看到，三家同时都在智能语音识别上用足了功夫，语音助手无疑是今年的大势所趋，总结了各家在的语音助手交互体验上的特点其实都比较一致：

- 1、能够“听懂”是基础，可以通过语音与机器自由语义沟通
- 2、结合用户行为和习惯信息，来主动提供信息提示或操作建议
- 3、结合本地整合内容，根据用户场景主动提供信息提示或操作建议
- 4、整合更多外部应用，扩大用户应用场景
- 5、需在听到讯息后，经过智能分析，迅速给出精准的答复。

产品交互设计

人机交互要解决的核心问题，就是解决人的需求，以人就成为核心，并借助智能化实现人与产品之间的互动及需求匹配。而交互技术为我们提供了基础，但是具体产品化的交互设计中我们可以关注以下几点：

- 1、应用场景
- 情景指人与产品交互的环境。情景具体包

括的内容取决于设计要解决的问题、设计目标和设计产出。要学习目标用户的生活经验，产品设计必须适应用户的生活、工作环境、应用场景等。

2、明确用户

清楚定义产品的目标用户，为真正的用户设计产品交互。

3、体验

体验可以表明感情和情绪。用这个词来定义人和产品的交互，它也意味着过去积累的生活、工作经验。体验有时被用来代表实践和工作方式。

4、动作

交互是一种发生在两个或两个以上对象，并起到互相作用的行为方式。双向作用是交互设计的核心，也就是说既要有用户的动作输入，也要有产品的及时反馈。

5、情感

一个产品也可以引起用户满足、失望、喜爱、厌恶、欣赏、蔑视、安全、恐惧等情感，需要根据产品的特定需求增加情感。

交互发展是个大命题，大到交互基础技术，小到交互场景应用，具体至交互设计，而我们产品人最应该做就是让用户与产品之间的交互使用更加智能、自然和简单。不管未来是否会发展出人工智能进化超过人类等，但相信人机交互技术对应会研究人类抵抗机器人的手段和工具。也无论如何人机交互的未来是美好的、让人期待的并且任重道远的。

To be, or not to be: that is a question ——机顶盒发展畅想

文/产品运营部 黄钰

“智能网络电视机顶盒”，现今一个被炒得火热，并受到到各大互联网公司追捧的产品。

最近，在和小伙伴们聊天的时候谈到了现今智能OTT盒子竞争激烈的市场，并且表示出了对我们机顶盒产品的墙裂信心。可是小伙伴们却祭出了分体式电视这个大招，给我迎头浇下一盆冷水，让我看到了未来机顶盒被电视吞并的可能，并郁闷不已。但是接下来Linch的一句话却一下让我茅塞顿开：

“如果显示屏加上电视模块的分体式电视是电视机未来发展方向的话，那现在机顶盒加传统非智能电视不正就是这种模式的雏形吗？”

从大麦分体式电视，可以看出，本质其实就是机顶盒+屏+音箱的分体模式。如果真按这样发展，电视可以专注于提升其成像技术，画质效果等方面。而其他附加功能完全可以交给机顶盒去干了。

按照这个思路的话，机顶盒未来的发展方向又会是怎么样的呢？接下来让我们一起畅想一下。

连接方式

多屏连接，是机顶盒在客厅众多电子设备中占据的武器之一。作为一个连接家庭其

他设备并能输出到电视的设备，无线连接和无线传输应当会是重点发展的方向。

目前机顶盒连接到电视屏主要还是靠HDMI高清线、AV音视频线等有线连接方式。然而家庭布线和设备间的连线也是让用户非常头疼和上火的一件事。普通小白用户常常会看着电视机背后如青春痘、月球表面的一堆接口不知所措，进而抓狂。因此，在如今无线传输技术发展日趋强大的情况下，机顶盒通过蓝牙、Wi-Fi等2.4G无线技术汇聚家庭多媒体设备如音响、功放、电脑、手机等，并同样通过无线连接到电视端将会是未来机顶盒的发展趋势之一。想想日后家里的电子设备之间没有了繁琐的有线连接，那将是多么美妙的一件事啊。

交互模式

现阶段，机顶盒的交互方式大部分还仅限于传统的遥控器操作。另外，市面上还有着空鼠、手机、手柄等其他操作手段。虽然比普通遥控器便利不少，但是始终还得借助于手持设备，无法即想即用。看到这里可能会有小伙伴小开一下脑洞，是否我会开始意念操作balabala。不好意思，意念操作听上去很炫酷，可惜现阶段市面上的意念头盔等产品都还处于没什么用的概念阶段。

微软kinect的出现则给机顶盒类产品的交互手段展现了一个同样炫酷的发展方向。通过摄像头识别动作，麦克风抓取语音，仅仅通过说出命令并配合一些简单手势即可对我们机顶盒进行全部的交互。因此在未来，24小时随时待命+高识别率语音+高精度体感将会是最适合机顶盒的交互模式。

娱乐内容

在国内，机顶盒中的内容主要还是以电影电视等视频内容为主。用户们大多还是当做是一个多媒体视频播放设备来使用。

2015年开年，随着国家解禁了多年的对游戏政策，TV GAME将会更多的进入到大众的视野中。因此游戏内容在未来肯定也会成为机顶盒内除视频以外最重要的娱乐内容。休闲欢乐的体感游戏、以及重度的大型游戏，在机顶盒机能越来越强大之后将能给家庭生活带来更多的乐趣。特别是伴随着电视游戏发展成长起来的80、90后，想着以后在家中的机顶盒上也可以玩街霸、恶魔城、KOF、FF、DQ等经典游戏大作的时候是不是心里还有点小激动呢。

融合、智能

正如我们现在的手机发展一般，它已经不仅仅是一个传统的通话工具，而是融合了

漫谈国内那些非常有设计感的TV端APP

文/产品运营部 蓝应峰

什么叫有设计感呢？我认为应该是具备以下的几个维度的条件：界面、内容/功能、体验。作为一个App狂热分子，最近有很多人墙裂要求我推荐几个优质的TV端APP。当我第一次知道要我推荐优质TV应用的时候，其实我是拒绝的，因为我觉得你不能叫我推荐，我就马上推荐。SO，我要总结一下....

列了个人比较喜欢的有设计感的TV端App五枚,同时带来独家的个人点评。虽然不是每个都能达到个人的三点标准，但可以看出都是用心之作。希望能给新入手盒子或智能电视的童鞋一些帮助。

一、蜜蜂视频

蜜蜂视频是一款集高清免费直播、顶级最新片库为一体的电视、机顶盒必备软件，500+的直播节目、10000+的点播节目和华丽的界面在汇聚类视频软件中一枝独秀。视频影视资源更新超快，点播视频资源丰富，播放视频流畅无卡顿，图像清晰，专题分类合理，在这里可以很快找到想看的视频。同时蜜蜂视频也有直播功能，内含天天轮播、本地频道、央视和卫视以及各地方台，频道较多，换台迅速。蜜蜂视频直播让看电视更加简单，一起体验最纯粹的高清电视直播，和最优质的直播源。

个人点评：蜜蜂视频影视资源更新超快，电影院上映没几天的大片都能在这里看到。点播视频资源丰富，播放视频流畅无卡顿，图像清晰，换台速度快，频道数多，支持添加快捷频道，专题分类合理，在这里可以很快找到想看的视频。蜜蜂视频推出相对较晚，目前不能说是最主流的直播软件，但直播的清晰度绝对数一数二，是一款值得推荐的视频聚合软件。

二、泰捷视频

泰捷视频TV版是一款基于智能电视以及互联网机顶盒的电视TV应用，能够为用户全面提供电视直播、电视点播、自定义节目等视频服务，泰捷视频超过328+全直播电视台，3500+综艺节目，7000+电视剧，20000+高清电影，并且保持实时更新！

个人点评：泰捷视频，不能说是最好的直播软件，但说它最主流应该没人会反对。直播虽然不是几大主流直播软件里最清晰的，但流畅性一直很好，直播源更新很快，还可以自定义频道，给用户更多的DIY空间。泰捷视频直播画质一般，点播的画质还不错，对网速的要求不是太高，适合网速一般的用户。

三、VST全聚合

在网络机顶盒领域拥有六年电视直播/点播经验的VST聚合，不仅技术走在最前沿，更支持多种格式P2P直播平台,并且开发出领先的软、硬结合解码技术。VST运营商全天候有人值守运维，最大限度解决网络电视的流畅问题,此外还蕴含了600+个电视直播频道，以及十个无广告轮播频道。更加值得一提的是网络自定义添加直播频道功能，让精彩永无限。

个人点评：VST全聚合也是一款用户量较大的聚合软件，开机界面简洁漂亮，易于操作，直播、点播在首页一眼便知。直播电视频道多且流畅，热播的大片更新快，很多在电影院刚播出的大片，这里很快就有。设置中还有网络优化和速度优化，提高设备的运行速度。直播频道若有智能切换源的话，体验会更好。

四、电视猫视频

电视猫视频是为智能电视及互联网机顶盒专业打造的国内第一电视视频服务品牌；目前正在为近千万户家庭提供稳定的影视点播、电视直播、电视回看等电视视频服务。独树一帜的设计风格，拒绝平庸，拒绝乏味可陈，全面提升您的电视体验。

个人点评：电视猫视频不管是直播还是

传统的手机、PDA、MP3等的手持智能娱乐终端。机顶盒在未来也不会仅仅是一个视频播放设备。如今家中的盒子设备越来越多，连接设置越来越复杂。机顶盒将来也一定会如同手机的发展一般，融合家中的路由器、modem、游戏机、NAS等设备成为我们家庭必不可少的全能娱乐终端。

然而机顶盒在智能方面要走的路却还很长。如今手机上已经有了siri、google now、Cortana等智能系统，能够主动识别用户状况，针对用户行为习惯，进行相应操作；而机顶盒目前还仅仅是通过原始的接收一步会的操作指令去工作，完全谈不上智能。所以在日后，主动分析用户行为习惯，智能化的推荐或选择用户当前所需要的内容；通过语音体感等智能化的交互方式去操控，减少用户选择和思考的机顶盒，才是真正意义上迈入智能化的设备。

以上，是我个人对机顶盒未来发展的一些粗浅看法。我和我的小伙伴们对机顶盒产品的未来发展抱着非常大的期待。相信在未来一定能看到机顶盒成功进化为酷炫、全能的多媒体娱乐终端，牢牢占据着家庭客厅的核心位置。

点播，清晰度相对较高。这个我特意将它与蜜蜂视频、VST、泰捷视频进行对比。在央视频道直播画质上，电视猫视频和蜜蜂视频可媲美。卫视频道几大软件几乎相当。另外电视猫视频的影视资源也是相当丰富的。

五、创维盒子应用商店

建议大家给智能电视和盒子安装应用，不用每次都U盘安装。其实智能电视或盒子一般都内置了电视应用商店，如创维盒子就出厂自带应用商店，几乎所有电视软件可以在里边下载，从此可以免去总要用U盘安装的烦恼！

创维盒子应用商店是创维数字针对自主品牌的OTT盒子开发及运营的TV应用商店，对每一款应用都精心测试，确保应用的安全性和兼容性。创维盒子应用商店的应用分类清晰、内容丰富、操作方便，是一款化繁为简的OTT盒子应用商店。

个人点评：创维盒子应用商店是速度最快、应用最全的电视应用市场，拥有近千款精选电视应用，覆盖游戏、教育、股票金融、生活健康、系统优化工具等，更拥有数百款电视游戏应用。

我用的时候是这样子，你们用的时候也是这样子！Duang~~~~~

创维智能插座启动京东众筹

文/品牌部刘瑜

近日，创维数字推出了智能家居新品智能插座，并启动了京东众筹。智能插座是公司布局智能家居、完善智能生态链的全新智能终端产品，这也是创维数字第一次将自家产品放在众筹平台上。

随着移动网络的建设和移动终端的普及，智能家居、物联网等概念也逐渐升温，依托移动互联网和智能手机终端出现各种智能新硬件产品，智能插座是其中代表之一。凭着一对一的离散型控制，智能插座可以在单个产品上把智能的概念发挥到最大，深度定制一个普通家电的自动操作，迅速改进非智能设备为智能设备，比如远程控制家中电灯、冰箱、空调、热水器等，提前让用户体验到未来智能家居。

创维数字此次推出首款智能插座产品，是其布局的“智慧互联+生活”的又一力作。只需一个小小插座，清晨可定时启动面包机、豆浆机

预约一份美味早餐，上班可随时监控家中未关电器，给热水器设定好定时自动备好洗浴热水，深夜自动关闭不必要的电器减噪又省电，带来全新的智能家居体验。

除支持远程遥控、定时开关、情景设定外，创维智能插座在wifi中继、高速闪充等功能上也表现出众。选用高通AR9331路由芯片，支持路由级无线中继功能，让家中告别wifi死角。配备了智能充电IC芯片，媲美原装充电器，完全充满iPhone Plus仅需约2小时。此外，秉承了创维一直以来对品质与安全的要求，创维智能插座拥有雷电电磁脉冲防护设计，外壳选用V0级阻燃材料，更加安全耐用。

创维数字多年来深耕数字电视领域，拥有强大的研发、设计、运营服务团队及完备的集后网络体系。在智能互联网+时代，公司全面布局智慧家庭，基于大数据与云平台向运营与服务拓展，推出了以智能盒子为代表的



多款智能家居概念产品，销量逐年增长，成为主流品牌。此次智能插座是创维概念产品首次启用众筹模式，充分考虑到了用户的支持回报。随着相关市场

的日趋火热，创维智能插座京东众筹值得关注的。

创维智能插座评测

文/软件一部 曹鹏

这是一个“智能化”的时代，各种智能产品层出不穷。“智能家居”“万物互联”的概念提出已久，智能手机的出现催生了智能硬件的火热。而在家庭中，电视机，空调，热水器等常见家用电器确并非短时间内可以更迭，因此，各大科技公司都不约而同的瞄准了这一存量市场，通过对插座的智能化间接的实现一部分电器的智能化，提前让用户体验到未来智能家居。继各大公司相继推出智能插座后，作为机顶盒领域的绝对王者，以智慧家庭为愿景的创维数字自然不甘落后。

自创维数字传闻进军智能家居，一直在等待其产品的消息，终于在第一时间作为内测用户抢先体验到了创维智能插座第一代产品--Z12，通过近两周的实际体验，从不同角度来认识下创维智能插座一代(Z12)。

外观篇：



Z12在外观上中规中矩，触手圆滑，相较于其他家产品稍微偏大，当然大有大的好处，小有小的优点，尺寸大在产品散热，易插拔等方面更优，Z12长时间运行的情况下，其表面温度优于其他小尺寸产品，良好的散热保证了产品更稳定的运行和使用寿命，这点毋庸置疑。在配色上比较亮眼，采用的是浅绿色，在非黑即白的智能插座产品中，尤为突出，“科技以换壳为本”说的是曾经的手机王者--诺基亚，现在是一个个性化的时代，每个家庭的装修风格各异，用户对色彩的品味不同，千篇一律的黑白系智能插座产品中，创维数字是否会带来多种配色更清新的智能插座，更丰富的选择呢？或许在正式量产的产品中会有所体现。其他方面，正

面采用的是通用的国标五孔插孔，一个标准USB口，在USB口中半隐藏的是多色LED状态灯，侧面带有一个多功能按键，背面是一个通用的三线插头。通体无任何螺丝，据称是采用了超声波冲压焊接塑料技术，其对产品结构和制作工艺要求更高。外壳选用V0级阻燃材料，拥有雷电防护设计，最大限度的保护用电安全。

功能篇：

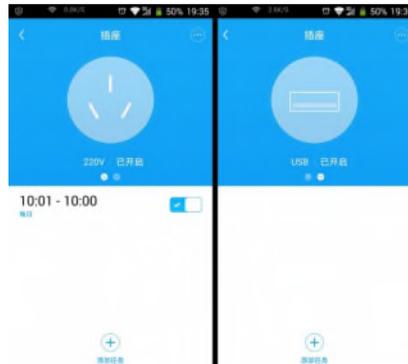
智能插座，最主要的目的是改造传统电器，实现诸如远程控制，自定义场景等小部分的智能化。因此，远程控制是最基础的功能。Z12采用的是高通AR9331路由芯片，AR9331常用于无线路由器产品中，相较于其他的智能插座，Z12是一台具备无线中继功能的智能插座，在大居室家庭中，在无线路由器信号无法完全覆盖的情况下，会留下信号死角，Z12的中继功能是对无线路由器一个很好的补充，能大幅增强无线信号强度，更顺畅的连接网络，相当于在使用智能插座的同时多了一台无线路由器。Z12采用路由芯片绝不仅仅是为了中继，在未来的智能家居其他产品中，如安防类摄像头，使用无线路由器芯片更易于功能扩展，应该是创维在未来智能化路上的提前布局。Z12的远程控制分为两类，一种是五孔插孔的通断，采用继电器实现，最大支持2200W的电器，其采用了创维的云服务，因此在任意网络环境下都支持实时查看设备通断状态，实时控制，再也不用担心空调忘了，健忘症者福音；另外是支持USB接口的远程控制，Z12 USB接口提供5V/1A的快充功能，采用了智能充电芯片，提供过载保护和短路保护，支持定时开启关闭，更有效的保护电子设备的充电安全，通过测试，其充电能力与原装的充电器不相上下，因为能定时关闭，所以无需担心彻夜充电导致的不安全问题，强迫症者福音。在硬件设计上，预留了一个多功能按钮，无论在Z12是否连接网络，都可以通过按钮短按直接控制插座的通断，很人性化的设计，方便用户在没手机在手的情况下也可以使用，当然，该按钮还能用于WPS快速连接，长按重置设备出厂设置等功能，这一个神奇的按钮未来会不会支持用户定制模式？一键场景？与更多的设备产生化学反应呢？拭目以待。

软件篇：

在智能家居暂时无法做到互联互通的情况下，几乎所有的厂商都采用了以智能手机为中枢的控制模式。Z12也不例外，需要安装APP来进行相应的设置和控制。Z12的APP采用了独特的创维蓝配色，这种配色在创维的产品中很常见，品牌辨识度高，在APP安装成功后，需要使用创维云账号登录，众所周知，创维是国内智能电视和智能机顶盒的龙头，在家庭互联网上频频发力，在“互联网+”的趋势下，采用创维云账号登录是最合理的方式，也是最方便用户使用的方式，在其后的创维智能产品中，一次注册终身使用。



使用创维云账号登录以后，APP会引导用户第一次设置设备，设置方式比较简单，观察设备的状态灯一长三短的闪烁点击手机即可，在最早的智能插座中，智能插座是通过自身的热点，智能手机连接该热点，通过热点把路由器账号和密码传输过去，但在Z12中，并没有出现手机切换网络的情况，据了解，Z12采用了一种专利连接技术，这也是为以后的智能产品做专利储备。



设备连接上路由器以后，其余操作就非常简单的，定时设置，开启中继，远程开关，场景编辑，应有尽有。通过测试了解到，该APP会自动把该路由器局域网内的智能插座扫描添加，无需多次设置，更方便家庭成员多账号使用，而且在路由器不连接外网的情况下，在局域网内通过手机也可以控制，这种断网的极端情况虽然不多，但Z12也做了相应的处理，很人性化的设计。其他方面，内测产品的状态灯暂时无法选择关闭，夜晚会有闪烁，还需要优化。当然，仅仅为了一个智能插座而安装一个手机APP的做法是不太符合使用场景的，未来会有很多的智能产品，如果每个产品都需要一个APP，用户体验会非常不好，所以，更希望创维数字能把创维智能电视，智能机顶盒或者更多的产品通过一个APP，一个云账号集合到一起，多屏互动，手机操控，更方便的场景控制与联动，为用户提供更优的体验。在UI设计上和使用习惯上，还需要做更多的测试和优化，更多玩法，更多可能，还需要更多的用户一起去慢慢完善。

总结：

作为一个国际知名，国内领先的大厂，创维智能插座Z12在用料方面诚意十足，通过国家强制3C认证，近10万次的通断测试，防雷，阻燃，在用安全品质方面有保障。Z12作为第一代产品，在使用场景下还需要尽可能的去挖掘用户需求，在软件需求，UI交互，可扩展性还得加强，这些可以通过软件升级来完善，同时希望未来能看到更多的创维智能产品。智能家居领域，用户需求多变，个性化需求多，需要更多的公司参与更细分的定位，才能一起把这块蛋糕做大做强。如果你喜欢折腾，喜欢第一时间体验智能家居，Z12值得推荐。日前，据了解，Z12已经上线京东众筹，火热众筹中，有兴趣者可以通过京东众筹以更优的价格参与体验。

编者语：Duang~duang~duang~数字马上就要迎来一批小鲜肉啦（突然意识到小编已不再年轻，555~），下面就为大家揭开他们的庐山真面目咯~



这些小鲜肉们将会在8月中旬就加入到各自的工作岗位上咯，届时就可以看到3D版的他们了，请各位拭目以待~

七嘴八舌话启航



杜俊峰

骄阳似火、激情盖天，18天，启航训练营给我们弹奏了一首苦乐交替。三天的军训生活，虽苦苦挣扎在“热”、“苦”、“累”的三部曲中；虽有烈日与繁星的陪伴、虽有教官的严厉督促，虽有训练的艰辛与汗水，但是慢慢的我从中体会到了团队的温馨、创维对我们的细心呵护和友谊的甜美。他们让我明白了启航的意义所在，之后的素质拓展、百里徒步、达人秀，我们同哭泣，共欢笑，一同享受团队努力所带来的荣耀。



王兴

有一位教练陪着我们在篮球场整整晒了两天，带领我们克服重重困难，最终在誓师大会拿到第二的成绩。然而誓师大会那天教练没有来，以至于我们拿了好成绩也没和这位叫不上名字的教练庆祝。直到后来才知道教练姓马，是专门请来帮助我们兄弟连训练的。陪我们吃了这么多苦，去连名字也没留下，这或许是对低调做人，高调做事这一句话最好的诠释吧。



李凌寒

有人说，我们在告别时都爱强装洒脱，告别时都在强忍思念，躲得了对酒当歌的夜，躲不了四下无人的街，所以就让我们很很想念，狠狠记得，让启航成为心中最柔软也是最坚硬的部分，然后好好和每个人说句再见，也相信我们还会再见！



唐新异

启航让我们改变了大学堕落的生活习惯，三天的军训磨练了我们的意志，素拓沙盘也发散了大家的思维，提升了团队凝聚力。在有限的时间里还要准备演讲赛、辩论赛等各种活动也发掘了我们的潜力。忙碌的时光会让人成长，启航虽然结束了，但那段难忘时光永远刻在了我的脑海，不断激励自己！



司立玻

2015届创维集团新职员启航训练营，是一个给予我们无限疲惫的地方；也是一个给予我们激情的地方。这次令人难忘的启航，让我十分清醒的认识到我已学生正式步入了我人生的另一个阶段——职场。勇敢直面困难，解决问题，超越自己，创维数字我准备好了！



沈振兴

深圳热得不得了，天天桑拿真难熬。幸亏单位福利好，指导员体贴又周到。军训设备真齐全，衣服帽子还有伞。黄董座谈真精彩，企业文化普及开。启航训练达人秀大家才艺都很溜。虽然相处时间短，大家也都要走散。以后咱们再相见，一起回忆一起嗨。

一个菜鸟指导员的启航成长录

文/人力资源部 任菲迹

启航篇

在得知要去参加启航训练营前，被已周围友善的同事们及领导各种“恐吓”。有人说：“哇塞，很累的哦，绝对会晒黑的。你要想清楚哦！”还有人说：“挺好的，可以减肥，不知道这还被称作启航魔鬼减肥营吗？”更有人说：“你这么体弱多病又娇生惯养，肯定在那边坚持不了一周的，坚持下来就请你吃饭。”

虽然，大家众说纷纭，但与我而言，我对于即将到来的18天，可以用80%的兴奋与20%的忐忑来形容。7月12日，我怀着负责的心情开始了看似漫长的启航成长之旅。

困难篇

作为刚入职一年有余的菜鸟，从未想过自己可以这么快接触到团队管理。可正是因为缺乏经验，在训练营开始的初期，我遇到了三大问题：

其一，如何有效的组建团队

由于我和搭档均是第一次带队，在未选出连长的前两天内，很多决策都依靠于我们俩。因缺乏过往的经验，类似于选班长或选连长这种活动，导致我们在选举方式和前期渲染等方面都出现问题。

其二，如何进行团队氛围融合

于我而言，团队氛围的建立在前五天是一个很大的难题。有些坐在一起吃了很多天饭的“饭友”竟然还不知道对方的名字，这让我意识到团队融合的重要性。与有经验的指导员相比，我和搭档都处于在休闲时间，不知道该如何用游戏让大家更加熟识的阶段。

其三，如何树立威信

在动员大会上，学员对我的评价就是：哇塞，感觉你长得好好哦！虽然，心中还是会窃喜，但转念一想，完了，他们会不会因为我长得嫩而不听我的话呢？于是乎，在领导风格上我就纠结了两天，是要严肃对待？还是温柔以对？在不断的摸索中，我决定坚持自我，就是在与他们做朋友的同时，也要在关键时刻告诉他们不遵守纪律的结果很严重，收效明显。

其四，如何有效沟通

不同于已经有丰富工作经验的指导员，我的人生阅历其实不足以给学员一个非常明确的引导。这也造就了我起初在与一些学员沟通、以及鼓舞大家行动起来做事的障碍。后来，我意识到，这也许也是一个优势。因为我贴近90后，我可以理解他们的思维，并帮助他们在初入职场迷茫的时候予以指点。

每一次遇到的困难和挫折，它们教会了我思考自身存在的问题，总结，改进，随之成长。在遇到团队组建问题时，我意识到了自己决策力的薄弱，随之我征求了有经验辅导员的意见，对于选举方式进行了优化；在进行团队氛围融合时，

我考虑到游戏并不是我擅长的方面，那我就可以用授权的方式，交给擅长调动气氛的学员。启航给了我一次独立思考并独立决策的机会，让我真正体会到管理团队的艰辛和挑战，因此我所得到的提升也是非常大的。

感动篇

不得不说，整个启航带给了我太多感动，赚取了我太多的泪水。

拓展活动中，几个高个子男生为了让其他队友通过红线，虽然自己开始体力不支，满身伤痕，但他们还是努力坚持着，让每个伙伴都能顺利通关。最后的“女王圈”项目，需要一个人叠坐在后面人的腿上围成一个圈。此时，已不知有多少人因白天过度的操练，已无法坚持，外围的小伙伴就伸出自己的腿，让他们坐在上面从而保证大家完成项目……

百里徒步中，我的眼泪一次次涌出。我们连队一直保持着不抛弃不放弃的原则，无论什么时候都保持着整体行走。有一个女生因体力不支已无法行走的时候，几个体力好的男生争着轮流背着她走完了剩下的10公里路，此时的他们已经持续走了7个小时。有个女生因不想他人担心，及时自己的手臂已被路上的铁丝划出了血，也全程捂着伤口不让他人发现。

最值得一提的是我们连第一次收获奖杯的那个晚上。汗水和泪水交织着。我哭了，学员们也哭了，这三天的努力与付出终于得到了认可和赞许。大家感动成果的同时，更加感激连长，因为教官的无作为，所有会操项目均是连长一个人带领大家操练的，这更使他们感到奖杯的得来不易，也使得因获得第一而收获的三个大西瓜吃起来特别的甜。

在开营的时候，就为我们钢骨八连树立了目标，必争第一，非胜不可。当看到团队越来越团结和凝聚的时候，我觉得名次已不重要；重要的是在这18天内的收获——收获了成长，收获了团队，更收获了彼此。

告别篇

在结营仪式上，本不想哭的我，止不住泪水的哭了。回想与这43位弟弟妹妹朝夕相处，共同奋斗的18天，满是不舍。未来，也许我们还会在深圳相聚，但也许对于其中的一些人来说，这18天或许就是他们唯一会在深圳的时刻。

感谢在这个如火的7月认识到的你、你、你，感谢我们一起拼搏，一起努力，一起收获，一起哭，一起笑的难忘日子。

感谢这18天所遇到的挫折和困难，它们使我成熟，使我成长，使我从更深的层面认知自我，并得到提升。

今年的7月因启航，而显得各位不同，于你们是如此，于我也是。梦启航，共成长，感谢启航，感恩成长。



质量-持续改善——QCC活动之减少国内订单发货串货次数

文/质量部 侯渊

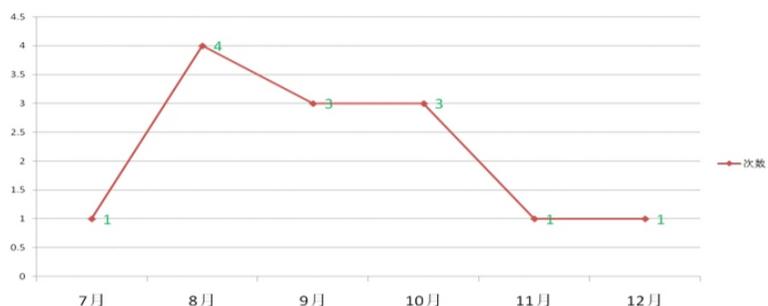
本期质量持续改善，我们来看一下由制造总部质量管理中心“飞跃”QC小组带来的“减少国内订单发货串货次数”的项目。

一、成立活动小组

- 1.成员：黄志明、刘群先、姚凯、翁昊、程娜、侯渊；
- 2.活动时间：14年12月25日-15年4月5日；

二、项目现状收集

- 1.我们国内订单发货，相当多都是同一订单发往不同地区，从机器外箱根本无法区分那些机器发往哪些地区，因此在产品入库、备货、物流等环节都可能会出现串货问题。
- 2.2014.7—2014.12国内订单因发货问题导致的市场投诉及反馈达到13批次。



三、项目目标制定

小组人员共同讨论决定从入库、备货、检查等几个方面对串货进行改善，并制定了改善目标：国内订单发货串货由13批次/年降为1批次/年，理想目标为0次！

四、原因分析：

通过头脑风暴法，小组从以下几个方面进行讨论、分析：

- 1.产品入库阶段：卡板摆放不规范，导致货物在运输过程中存在倒塌导致机器外箱及彩盒损坏，更换机器及彩盒过程中会出现装错机器情况，在入库阶段已经有串货的隐患。
- 2.产品备货阶段：对工程审核后的出货数据和实物进行检查确认，发现所备货物和送审机器数据不符，说明在备货阶段也有发生串货。
- 3.物流运输阶段：同一订单发往多个不同地区，只能从报盘数据进行区分发货地区，但是物流环节不能区分识别报盘数据，因此存在串货的可能性。
- 4.发货信息传递阶段：发货信息更改频繁，导致更新后的信息不能及时传递到执行端，存在因发货信息的更改而导致串货的隐患。

综合以上讨论，我们找出影响发货串货的4大末端因子：



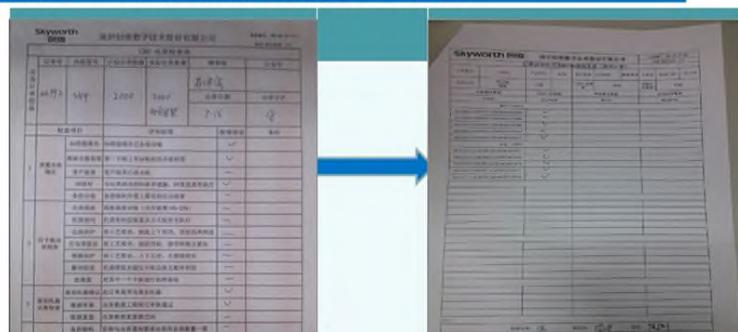
五、对策制定及实施

问题症结已经找到，小组开始讨论改善对策。经过讨论制定改善对策并实施如下：
对策一：卡板摆放规范化管理。

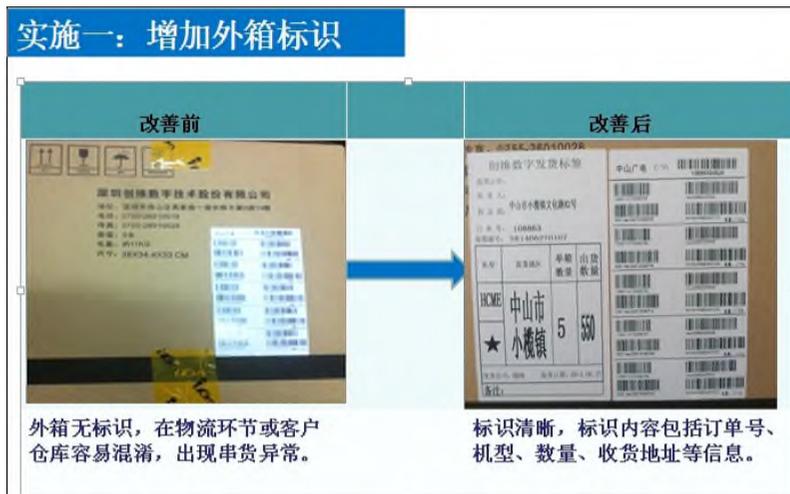


对策二：数据审核与实物复查确认

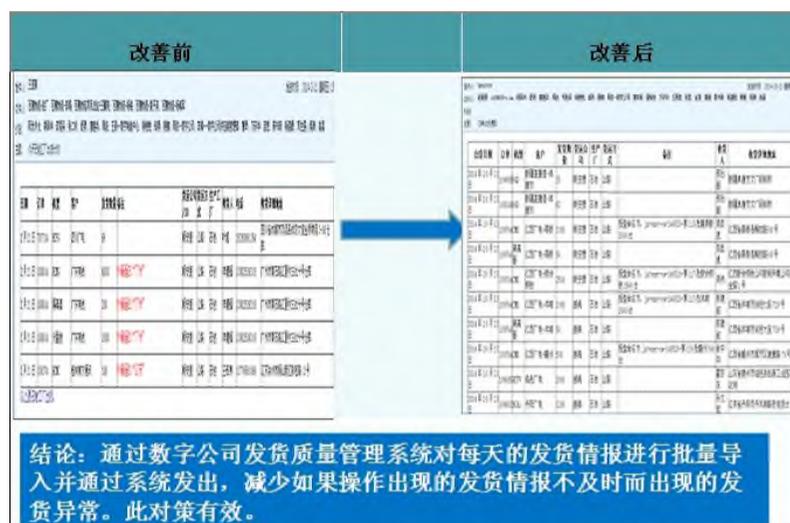
实施二：数据审核与实物复查确认



对策三：增加外箱发货标签



对策四：发货信息化发出



六、改善效果确认及总结

效果确认：(项目改善前后发货串货对比图)



项目总结：

- (1) 通过对国内订单发货过程中出现的串货问题进行改善，减少了客户因此问题导致的报盘与实物不符而引起的投诉，提高了客户满意度。
- (2) 随着问题的减少，节省了因处理此类问题而产生的不必要的费用支出。
- (3) 节约了公司成本，提高了成品发货品质，降低了因此类问题对公司品牌造成的负面影响。
- (4) 通过此次活动，小组的质量意识、问题意识及改善意识又有了进一步加强，参与意识也越来越浓。

QCC活动流程/参加方式：

成立活动小组，填写《注册登记表》，完成《课题登录书》，按部门将表单提交；

大厦项目提交给：质量委 王广宇

<mailto:wanguangyu@skyworth.com>；

石岩项目提交给：质量部 肖梦娇

<mailto:xiaomengjiao@skyworth.com>；

制定活动计划，推进项目的原因分析、对策制定、实施、效果维持；

QCC活动过程核查，年度评比奖励；

详情请登录企业信息共享系统，查看《QCC品管圈活动实施规范》，下载相关表单，谢谢！

泰山之感

文/北京分公司 牛波



每每提起泰山，自然而然想起孔子有感而发的“登东山而小鲁，登泰山而小天下”的感慨，会想起杜甫的“会当凌绝顶，一览众山小”的千古名句，以此来感受泰山留给古人的豪迈之情。其中最让我印象深刻还是课本里冯骥才所写的那篇《挑山工》，脑海里会时刻闪现那个矮个子黑生生的挑山工的模样，更有登泰山一睹现实版本挑山工真人真貌的念头。可惜天公不作美，第一次登泰山竟然下起了小雨，倒有了几分李健吾的《雨中登泰山》的感受，领略泰山的另类神韵与壮美。

一到泰安火车站，映入眼帘就是泰山

雄伟的山脉，当梦中的泰山真实呈现在眼前变得解手可摸的时候心中激动万分。此次登泰山我们选择的路线是泰山御道，即中天门—十八盘—南天门—天街—玉皇庙，这是千百年来登山主道。每每登山，我都抱着减肥的目标而去，让自己有勇气有动力去支撑自己可以攀登到山顶。这次登泰山也不例外，准备工作十足，什么防晒的，遮雨的，吃的，喝的，想到的，能准备的统统带上，还购买了拐棍以便不时之需。

我们一行人穿着雨衣冒着淅淅沥沥的小雨开始了踏上征服泰山的行程。大家从

中天门出发开始一路攀登，雾蒙蒙的天气和淅沥沥的小雨穿插在整个登山途中。刚开始的我还豪言万丈，穿梭在登山的大部队中有说有笑，在平坦而狭窄的登山路上高歌猛进。路过步云桥，五大夫松，望人松，升仙坊等景点，沿途石阶盘旋和泉溪争流等自然景观都是我拍照的首选。

可到了十八盘，我就成了队伍的收尾性人物了。十八盘是泰山最艰苦的攀登，当地还有一句俗语：“到了十八盘，游人心里寒。”它也确实名不虚传。陡峭的山路让人心惊胆寒，不敢观望，唯恐跌倒。此时的我心跳开始加速，脚开始发抖，脸也开始变得红润起来，同事们都笑称此时的我瞬间年轻了几岁，回到少女的脸色。在十八盘上抬头看是一望无垠的人群，低头是不断上升的台阶石路，让人心生崩溃之意。此刻的我也成了队伍中重点照顾的对象，变得轻装上阵了，准备十足的装备也转移到同事的肩膀上，同事用拐棍当扁担，开始两头挑起背包来，打趣说：“怎么样，我这客串版的泰山挑山工还不错吧”，顿时让人心生笑意。在同事的不断鼓励和帮助下，我暗暗给自己打气，咬紧牙关，不断低头攀爬，加上下雨路滑，只顾着扶着石阶的扶手跟着人群慢慢向前挪动脚步。不敢抬头观望，生怕一抬头，看到那望不到头的几近垂直的台阶，就没有了继续攀登的勇气。

登上南天门后终于松了一口气，回望一望无垠的陡峭的台阶，真佩服自己是怎么登上来的，心生一种自豪感。过了南天门，登山的路线基本上是以平坦的山路为主，让我们很快轻松了很多，很快来到了

天街。天街美其名曰：“天庭上的商业街”，也的确让你眼花缭乱。此时雨停了，天有些放晴了，看到琳琅满目的商店，诸多不知名的旅店，寄托美好愿望的许愿树以及美味可口的小吃等，各种叫卖声，讨论声夹杂在一块，可谓繁华无比，让人目不暇接。站在天街上，眺望着古式的大门，观看着围绕身边的云雾，就仿佛置身天庭中，有种飘飘欲仙的感觉。陶醉在这美景中，我仿佛进入了郭沫若先生笔下的“天山的街市”。

历经3个小时，历尽千辛万苦，我们终于来到了玉皇庙，我们汇聚在泰山之巅，每个人都开始兴奋地尖叫，都为自己而自豪。俯瞰山下，云雾缭绕，依稀可以看到山下郁郁葱葱的景观，让人心旷神怡，感慨大自然的鬼斧神工，感叹它的雄伟壮阔之美。

整个的泰山行程，我基本上是整个登山队伍做收尾的标志性人物，上山和下山都是以我为信号，看到我就是队伍人员齐全的时刻。虽然本次登泰山我没有看到真正的挑山工，没有减过一斤肥，腿疼了一个星期，嗓子也哑了很久，但我仍然感谢此次之旅。除了领略泰山雄浑壮阔之美外，更多是它让我真切感受到了坚持和永不放弃的力量，只有坚信自己能行，就能做到原以为不能完成的事情。就像我这个运动盲没有选择缆车坚持徒步攀登也可以征服五岳之首的泰山，也可以雄纠纠气昂昂地站在泰山之巅，满怀豪情地发出：“我征服泰山了，我征服自己了”的人生感慨。

失而复得的意义

文/品牌部 杨萌

前段时间不小心丢了的指环，最近在整理衣柜时发现，它正默默地躺在一个角落里，被一件衣服摞住了。记得当时不见了的时候，我焦急的满世界找它，虽然不是什么很值钱的东西，却是跟了我很多年的时间，在不知不觉中已经成为习惯，成了我生活中的一部分。突然间消失，仿佛少了点什么似的，难过了好几天……当努力找过，发现确实回不来时，也就慢慢的接受现实不去想了。如今当它再次突然出现时，真的很惊喜，重新戴上后，却发现没有预期的那般高兴。

生活有时候真的很喜欢开玩笑，当你在乎的时候，偏偏不如你意；当

你放下时，偏偏又要出现在你身边，貌似这样很好玩，殊不知时间是可以抹去痕迹的最好证明。不是所有的失而复得都值得去珍惜的，因为很多人或事都已经随着时间的流逝已经过去了，再也回不去了。就算能回到原点，也不再是当初的感觉了，早已变质，找不到原始的味道。

曾经常常想当然，早知道…就…若能回到原点该有多好？

现在只会朝前看，追溯回忆没有任何意义。

结束并不代表终结，而是另一个新的开始！

梦启航

文/孙泽露

匆匆的行色
模糊了熟悉的背影
离别的月台
淋湿了不舍的心
穿越重重的山，和皑皑的云
只因一个呼唤
星夜兼程

前行，歌哨声响彻天际
感动，手牵手不离不弃
坚持，一次次苦渡艰辛
成长，未来从这里继续
只因，启航在这里
我，在这里

做个爱笑的人

文/软件三部 潘观颖

有句话说：“爱笑的女人运气不会差”。其实我觉得，不论男女都一样。生活中会有很多烦心事或者琐事，我们都可以渡过，但是这个心态的好与坏就很不一样了。积极解决困难，困难会越来越小，即使笑一笑，给自己打气，也可以在困难中学习进步。反之，当困难越来越多的时候，抱怨无济于事，逃避更不可取，放弃则更加可惜，即便完成也会有厌恶情绪，不利于生活。这还是对自己，对身边的人呢？爱笑的人大多都好说话，在一起交往也愉快！即便有冲突也容易解决些。我相信笑可以带给人阳光和快乐，他们运气都不会太差。

最近遇到一个人，看她心情比较低落，我们聊了聊，她说有很多烦心事，比如她的牙齿不正

都快成了她的心病了等等。我没法说什么，只叫她不必在意，真心的朋友不会在意那一点问题，影响生活就不好了。我以前有严重的慢性咽炎，却一直不去想它带来的后果，也不去把它看得很烦，毕竟是自己或其他原因造成的，既然能做坏，也一定能做好。现在不影响我的生活，我也不知什么时候会好，注意保养就行。可能某天就好了呢！正所谓“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”吧！

我们不用去思考为什么而快乐！你的本身就是快乐，那就足够了。俗话说得好：“笑一笑，十年少！愁一愁，白了头！”。微笑会让你体验生命的美好，体会生活的快乐，走出困难，走进阳光，做个爱笑的人吧！^_^

