



我们爱讲冷笑话

1、听人家说冬天洗凉水澡暖和，我就尝试了一下，果然昨晚体温从36.5，洗完澡现在到了38.5。

2、“美籍华人”有什么了不起的，姐我可是华裔美人!!!

3、儿子爱撒谎，最常说的谎言是叫我爸爸。

4、不知道大家发现没有，在寒冷的冬天，连手机的指纹识别都失灵了，只有把手套脱下来才恢复正常。

5、都说朋友妻不可欺，我果断的决定要和我一铁哥们断交了!

6、我是有自知之明的人，贫瘠的颜值支撑不起我这么盛大的动作……

7、朋友问我，花几万块买包的女人是什么心态?我笑道：什么心态?他男朋友买不起十几万几十万的呗!

8、今天回家发现老婆又吃错药了，气死我了，明明让她吃毒鼠强，她非得吃灭鼠灵。

9、泡咖啡最合适的温度是85度，因为这个温度最香醇。泡妞最适合的温度是23.5度，因为两个人光着身子都不会觉得冷也不会觉得热。

10、大家好，我是知名搞笑专家，有什么令人捧腹的段子吗?让我鉴定一下呗……

11、女：我们分手吧。
男：为什么?给我个理由，别说手机号，qq号不同一类的，我接受不了。
女：昨天我们斗地主的时候，地主王炸，你居然说要不。

12、我：“帅哥，买一朵花送女朋友吧!”
帅哥：“不好意思，我还没有女朋友。”
我：“正好我也没有男朋友，你买了送给我怎么样?”……

13、男：“做我女朋友吧。”
女：“不!”
男：“为什么?”
女：“因为你让我做你的女朋友，那就说明你还有男朋友。”
男……

创维数字

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

第一次近距离的见到崔总本人，应该是在2014年公司年会上的COSPLAY开场秀上，一袭时尚帅气的江南style鸟叔的造型以及精心设计的舞步，惊艳了四方。那时我才知道，原来数字公司制造总部的管理者是韩国人。第二次与崔总的深入接触，则是2015年的年会了，源于拍摄一个约2-3分钟的视频，现场才发现他准备了将近一千字的台本。虽然以上都只是小事，却惊讶于崔总对于每一件事情的认真态度，深深的折服了小编。今天就让我们走进制造，一起去感受韩国欧巴的魅力吧!

崔钟祺： 高层管理者必须要 有自己的管理哲学

» 详见3版

你们说的大数据到底是个什么鬼?

上一期，我们的伪文艺女青年一万颗星星跟大家吐槽了她在微信朋友圈所收到的一系列令人哭笑不得的广告，导致对自己形象产生了巨大的质疑，从而引了一场大数据的讨论。我们每个人都在大数据中，拥有了很多数据是不是就是大数据?大数据的来源是哪里?基于大

数据的分类运营精准度到底谁说了算?你们说的大数据，究竟是个什么鬼?

本期我们有来自零售业部的产品总监、大数据的架构分析师，还有可爱的研发小白分别从不同的角度来跟我们聊聊到底什么才是“大数据”。

» 详见4-5版

进军家庭游戏市场 创维数字携手腾讯 推出微游戏机

» 详见2版

• 法网恢恢疏而不漏 以行动践行反腐公约 • 反舞弊，在行动

» 详见6版

不在改进中成长，就在墨守中沉沦

——论公司质量提升与员工自身的密切关系

» 详见7版

进军家庭游戏市场 创维数字携手腾讯推出微游戏机

本报讯（通讯员 刘瑜）7月11日，由创维数字联手腾讯打造的创维miniStation微游戏机如约而至，上线京东商城、创维微游戏机官网开启了首发预售，并将于7月18日正式发货开售。此次预售的创维微游戏机分标配版和配置了专业游戏手柄的尊享版，分别售价499元和599元。

创维数字与腾讯就微游戏机的合作，绝非偶然。

腾讯一直都在加大游戏方面的投入自不必说，近两年，通过《全民超神》、《全民突击》积累了初期移动电竞用户，又在《王者荣耀》和《穿越火线枪战王者》等后续产品的帮助下，腾讯已经将用户规模扩大到1.7亿。

创维数字近两年也在持续加码创维盒子，不管是运营商市场还是互联网市场，创维盒子都不仅仅是一台电视盒子那么简单，更多的是公司对于家庭互联网娱乐中心的全面布局。通过创维盒子强大的游戏功能，不难看出创维数字在游戏细分领域上从硬件研发到内容合作的努力。

巨大的人口红利背后，中国游戏市场一直在高速增长期。2015年全球游戏市场规模达915亿美元，中国超越美国以约1400亿人民币的市场规模，站上世界第一游戏大国的位置，年增长率23%，远超美国3%，市场潜力巨大，其中以电竞市场的发展速度最为飞快。

大部分国人并没有电视游戏主机概念，相比于端游、页游增长的停滞不前，移动电竞游戏的快速增长，中国的游戏机市场可以说还是一片空白。

创维数字与腾讯合作微游戏机，从电视大屏切入到家庭游戏机市场，可以说是一拍即合。要知道无论是PC互联网最成熟的时期，还是移动设备成为个人器官的今天，电视都一直是重要的应用场景，以电视节目和活动游戏为主导的家庭娱乐，始终是娱乐业发展的重要组成部分。



从电视大屏切入家庭游戏机市场，两大巨头一拍即合



创维微游戏机 游戏、视频两全其美

此次创维数字牵手腾讯，共同发力家庭娱乐市场，在游戏内容的支持下，依托腾讯庞大的手游用户群体及创维的家庭娱乐受众人群，同时也将吸引更多游戏内容商的加入，形成一个渠道、平台、终端、内容、服务互利互补的游戏生态社区。

创维miniStation微游戏机是继主机、微主机之后，由创维数字联合腾讯发布的跨屏全体验智能游戏机，是基于电视的全新游戏硬件品类，基于Android开放平台，在内容更新上与传统游戏主机相比更有优势。同时，创维微游戏机具有PC级硬件配置，性能强劲，也为电视大屏的游戏试听感受与多人同屏互动的实现提供了保障。

在内容上，创维微游戏机拥



有由腾讯、Gameloft及国内外知名工作室开发的海量精品游戏。腾讯《王者荣耀》、《全民突击》等17款经典手游搬上电视大屏，《现代战争5》、《聚爆》等Gameloft及国内外知名公司开发的高品质大作应有尽有。从短跑、网球等内容的体感游戏，到《天天过马路》、《风云足球》、《拳皇97》等多人游戏，从最热门的竞技游戏到最经典的对战游戏，内容全部免费，每周更新。

创维微游戏机创新家庭娱乐新模式，采用了手机代替手柄的创新模式，延展了手游在大屏幕的精彩体验，提高了游戏画面及声音的呈现效果，支持8台设备同时接入，在手机和手柄双操作的保障下，可实现多人游戏玩到尽兴，家庭电竞娱乐完全没压力。大家可以在电视机前和朋友一起组队玩王者荣耀，也可以在网上和网友打网球比赛。

此外，创维微游戏机拥有腾讯视频海量正版授权片源库，涵盖了国内院线100%影片以及来自华纳、派拉蒙、迪士尼等国际一线影业公司的好莱坞大片，还有顶级IP剧、热播美剧、NBA全网独播赛事以及动漫、综艺、纪录片等多种类型的丰富资源。

未来，家庭娱乐肯定是一个会爆发的市场。创维微游戏机同时提供主机、游戏、视频等内容，创造出多人游戏的社交模式，将会让更多用户的娱乐习惯从手机往电视转变，是创维数字在客厅娱乐智能终端做出的又一次创新突破。而牵手腾讯之后，二者的内容、渠道、平台将互利互补形成一条生态链，也有利于后继双方共同打造游戏社区，带给每个家庭全新的娱乐生活方式。

创维数字、企鹅TV再度联手 家庭娱乐盒子A3高性价比上市



本报讯（通讯员 刘瑜）6月15日，创维数字再次联手腾讯企鹅TV，在零售渠道上市推出了创维盒子A3，这款新品定位为高性价比的家庭娱乐盒子，还有价值90元的腾讯企业影院VIP会员免费赠送。创维盒子零售渠道遍布全国各大电子零售市场和数码商城，购买方便，感兴趣的朋友不要错过。

创维盒子A3在外观上小巧精致，可一手掌握。配置上，A3采用四核芯片，性能稳定、可靠；FLASH内存为8GB，对于日常应用可谓手到擒来，可以安装海量应用。在内容上，依托于腾讯企鹅TV的海量版权资源，A3涵盖了国内院线100%影片以及来自华纳、派拉蒙、迪士尼等国际一线影业公司的好莱坞大片，还有顶级IP剧、热播美剧、NBA全网独播赛事以及动漫、综艺、纪录片等多种

类型的丰富资源，超过200万小时的海量片源，满足全家的需求，都能找到自己想看的爱看的内容。

近期，创维盒子与腾讯企鹅TV可谓是动作频频，线上渠道从京东发售的Q+二代到天猫定制的T2盒子，线下渠道从顶配上市的创维盒子A5到强调性价比的A3，不难看出这对好“机友”在不断加强合作，双双加大了对客厅娱乐经济用户的市场拓展。

创维数字发布的2015年年报数据显示，在互联网OTT领域，创维盒子发展非常迅速，应用商店的激活用户已超过700万，公司从内容、视频、广告、教育及游戏等获得分成，优质应用生态平台已经形成。随着用户的快速增长，未来的用户运营空间有着无限想象。

巴西ABTA2016, 创维数字拉美市场展实力



本报讯（通讯员 陈晨）6月29日-7月1日巴西卫星广播有线电视设备展（ABTA）在巴西圣保罗举行，本次展会，创维数字携4K智能盒子、互联网OTT终端、OPTV5、Ginga中间件等系列终端产品及系统等整体解决方案参加了巴西ABTA展。

作为巴西乃至南美地区最重要的Pay TV, Entertainment, Media, Telecommunications - Cable, MMDS, DTH, Wide Band, Cellular, IPTV的商业交易平台，ABTA吸引了数万名电视产业的专业买家，汇集了来自世界各地的广播电视供应商、代理商以及分销商。

巴西的数字电视发展迅速，不像中国的城镇用户以DVB-C的数字电视为主，由于巴西的地理环境，地面数字广播逐渐成为巴西老百姓的首选，而数字地面广播如何实现交互，Ginga这种中间件技术应运而生。巴西目前销售的30%的数字电视集成了Ginga的中间件，而此次创维数字展出的Ginga中间件系列终端及系统吸引了不少专业买家的关注。

据了解，目前全球数字电视产品市场正在保持快速增长势头，近年拉美地区的需求量高达近千万台，中国企业在大规模制造和产品性价比方面有着明显的竞争优势。通过此次展会，创维数字展示了公司在拉美市场的雄心和实力，致力在未来的市场上提供性能更优、功能更强的高端机顶盒，为更多客户提供最佳的用户体验，将更新的娱乐方式带给千家万户。

创维盒子福建漳州订货会首战告捷



本报讯（通讯员 沈丽）6月18日，创维盒子首次区域市场订货会在福建省漳州市五星级万达嘉华酒店隆重举行。

漳州是福建省连续3年生产总值增量第一，经济总量全省前四的城市，在福建区域拥有重要的市场地位。此次创维盒子共带来了A3、A5、A7、A8、A9、A11等6款高性价比产品，其中6月15日刚刚上市的A3也清新亮相。在订货会上，区域经理司立波上台为全场来自漳州各地、县的200多家客户进行了创维盒子全系列产品的精彩介绍，大家纷纷对“颜值美、品质高、体验好”的创维盒子表达了浓厚兴趣，产品体验区前咨询了解的客户络绎不绝。我司漳州代理商为此次会议共准备了1200多台备货，

现场就有百余家客户达成订货近1000台，现场销售达成率80%以上。漳州代理商朱总兴奋表示：“我们创维盒子的品质和体验是所有盒子里面最好的，今天活动现场热烈程度和结果远超预期，我们会进一步加强创维盒子在漳州渠道的销售力度，配合创维数字公司把创维盒子品牌影响力和占有率做到最大！”

随着创维盒子终端覆盖的逐步扩大及市场接受度的不断提高，包括东北、华北、广东等地对这种能与厂家直接接触并获得大力支持的订货会的呼声越来越高，漳州作为全国订货会的首战试点取得了不错的成绩，下一步我们将陆续在全国条件成熟的城市开展。

走进制造

崔钟祺：高层管理者必须要
有自己的管理哲学

— 创维数字副总裁兼制造总部总经理崔钟祺专访

导读：

第一次近距离的见到崔总本人，应该是在2014年公司年会上的COSPLAY开场秀上，一袭时尚帅气的江南style鸟叔的造型以及精心设计的舞步，惊艳了四方。那时我才知道，原来数字公司制造总部的管理者是韩国人。第二次与崔总的深入接触，则是2015年的年会了，源于拍摄一个约2-3分钟的视频，现场才发现他准备了将近一千字的台本。虽然以上都只是小事，却讶于崔总对于每一件事情的认真态度，深深的折服了小编。今天就让我们走进制造，一起去感受韩国欧巴的魅力吧！

挑战从改变开始

1984年机械专业本科毕业，1983年12月入职韩国亚南电子担任研发工程师，从事结构研发工作。众所周知，韩国制造业的国际竞争力也是颇受世界瞩目的，是通过长期的发展，在知识、理论、实践经验进行总结积累的基础上形成的，具有独特性的专长，很难为他人所模仿。而亚南电子是一家与日本松下公司合资成立的电子产品制造商，也是韩国最早生产彩电的企业，是除三星、LG、大宇以外的韩国第四大综合电子公司。崔总以其认真踏实的工作态度，和过硬的技术能力获得了领导的赏识，公司有意将他培养成为一名管理者，于是展开了一系列的轮岗培养计划，先后担任生产技术经理、工程经理、采购经理、制造经理等职务，这一做就是十几年。



90年代，中国经济发展迅速，亚南电子计划在中国设立生产基地，需要一个经验丰富，知识面广的管理者，于是崔总成为当时最合适的人选，这对于他来说是个非常大的挑战。首先，是环境的陌生。当时的他对于中国不是很了解，只是从教科书上，以及韩国国内新闻中的报道获得一点零星的信息；其次，就是语言不通，文化不同。在经过慎重的考虑之后，崔总决定接受挑战，于是利用休息时间开始学习中文，并于1998年前往中国东莞筹备建厂，并担任东莞工厂的总经理职位，这一待又是十年。

2008年，亚南电子韩国总部曾要求崔总回韩国工作，因当时女儿正在香港大学深造，还未完成学业。而且当时韩国的经济形势也不太好，于是他选择继续留在中国。当时创维数字刚好需要一位工厂管理经验丰富的制造负责人，崔总凭着国内、国外二十几年丰富、全面的工厂管理经验获得了创维数字的青睐，而他也想再一次挑战自己，选择在中国企业工作，验证自己在制造这一块领域专业方面的工作能力，于是加入了创维数字。

管理方针：我们的决定

制造总部管理着数字公司拥有产能近3000万台的智能数字终端的产业基地，支撑数字公司这么多年国内行业占有率第一，以及国际市场多年出货第一的行业地位。相对于数字本部，制造总部的运作模式与研发、市场等部门是有很大的差别。由于制造的产业模式，员工数量非常多，学历水平参差不齐，很难通过弹性的流程制度，依靠员工的自律性来进行管理。崔总虽然拥有二十多年的工厂管理经验，对中国的企业也有了一定的熟悉度，但面对不同企业及地域化差异的文化，如何管理对于他来说一直都是项挑战。

“高层管理者必须要有自己的管理哲学。”这是崔总在工作中一直所倡导的。他也会换位思考站在老板的角度去思考判断：如何让员工幸福快乐的工作？还能确保产品质量？如何辅导和培养人才？哪些项目是对公司有贡献的？等等，为此还潜心研究制订了一套制造管理方针：《我们的决心》，它由以下五条核心内容组成1、我们的最高价值是品质；2、我们追求满足客户；3、我们重视员工和职工；4、我们忠实于基本，不断的追求业务改善；5、我们要不断的消除浪费要素，取得工厂革新。既然已经下定了决心，就要开始付诸行动。

他加入创维数字后，花了2年时间做改善工作。为了提高团队凝聚力，从2011年开始，每年4-5月份组织中层以上管理者的WORKSHOP活动，目的是加强管理者与总经理的沟通，总结过去一年的得失，分享新一年的工作方向。每年的议程中还会安排不同内容的主题活动，今年的主题活动是“2016谁是我们的骄傲？”用现场演讲及投票的方式选出制造总部的标杆供大家相互学习；每月还会对全员参与的提案活动进行优秀提案评审及总结辅导，提高大家的改善意识和技能。



崔总每年都会安排自己主讲的培训课程，在备课的同时也是一个学习的过程。他认为组织中高层领导者的领导力最重要，工作中要以身作则成为率先典范，认真的对待工作中的每个问题点，指导员工实施具体的改善措施和方案，这样就会获得下属的尊敬，团队的凝聚力自然也会得到提升。从制造其它的同事口中所谈及的崔总，大家表现出来的态度无一不是尊重和亲切。

对于人才的标准，他认为不一定是高学历，但需要具备以下特质：心态好、有想法、有责任心、诚实好学、谦虚谨慎、工作家庭都能打理好，懂得授权和培养下属。朝这个方向培养，人才的质量与数量才会得以提高和扩充。而他自己通过不断学习和努力，一步一步做到副总裁的职位，也是数字公司高管团队里唯一的一位外籍领导。

制造业：下一个大数据浪潮的风口

应用大数据分析是近年来不同行业

都在进行和追求的一个大方向，近年来，大数据作为国家战略，日益成为经济结构调整、转型升级的加速器。尤其是工业大数据的应用，将成为未来提升制造业生产力、竞争力的关键要素。在国家积极推动工业4.0及中国制造

2025规划的背景下，基于信息化、智能化，创维数字也积极布局夯实智能制造基础，提升智能制造能力，为未来运营服务奠定基础。

制造总部从去年开始便自行开发MES系统，主要围绕提高效率，确保制程品质两大主题，构筑各个子系统。如果直接从服务商手中购买整套系统，能快速的导入，但是后续在推进导入自动化设备以及大数据应用时会存在很多缺陷。目前制造总部的MES系统水平处于2.0阶段，明年再挑战MES3.0水平，转型四星级水平管理工厂。第一阶段首先要推进部分自动化项目、系统化项目，等大家适应后，再进行第二阶段，设备和设备连接以及信息控制，慢慢进一步接近大数据应用，真正提高效率，更加确保制程品质，确保制造竞争力。采集大数据与应用也是制造总部在未来工厂实现工业4.0和中国制造2025的基础工作项目。

打造国际一流的制造企业，为创维
千亿梦想加油

“我希望在未来3-5年，制造总部真正达到工业4.0水平，使创维数字真正成为国际一流的制造企业，为创维千亿梦想加油！”这是崔总在2015年会视频上所说的。

制造总部目前的流水线生产方式是传统的生产方式，仍然存在很多的缺陷，平衡率也不好控制，转线多，比较浪费。他认为首要任务就是要先达到MES 3.0水平，改进为现代化的精益生产、CELL生产方式。其实早在2014年，制造总部就已经开始改造精益生产方式，今年又对整机线进行改造，扩大精



文/品牌部 杨萌 编辑

益生产线，又导入了部分的自动化。通过实践证明，精益线人均产量比流水线人均产量提高40%。

2016年已经过半，对于未来的梦想崔总依旧坚定不移，他说：“下半年制造将推进无线车间和汽车智能车间合并优化，长线生产方式改造精益生产方式。未来三年之内石岩制造基地从品质、效率、成本控制等各方面的指标达到世界级工厂水平。”我们相信，梦想并不等于幻想，同时期待在不久的将来共同见证梦想成真的精彩时刻。

后记：前段时间崔总刚刚渡过了他的60岁生日，你没听错！就是中国人俗称的花甲之年。在中国，很多步入这个年纪的人都已经在家享受儿孙之间的天伦之乐，而崔总却为了自己的梦想依然在异国他乡。对此，他的家人表现出来的态度是无条件的支持。崔太太一直在深圳陪在崔总的身边，照顾他的生活起居支持着他的工作；女儿、女婿在香港工作，平时一有时间就过来探望父母；儿子、儿媳则在韩国工作。由于中国与韩国的节假日差异不大，一有假期全家人就都会回韩国团聚。听说崔总快要升级做爷爷和外公了，不经由衷的羡慕这幸福美满的一家人。我想这也是崔总在挑选人才标准里有提到，优秀的人才是能将工作和家庭都打理好的原因所在吧，因为家人的支持是你前进的动力！

大数据，企业最核心的竞争力



文/陈懿林 产品总监

这两年经常和同事们聊关于大数据和云计算，也常会遇到大家对大数据的理解上的混乱和疑惑，最近差不多一年的时间话题更多的被VR、AI等更热的词条所占据，感觉上逐渐的大数据有被淡忘的趋势。然而在实际工作中正好相反，两年前我们说大数据还是没有业务支撑或者说仅仅是产品规划上尤其是业务类产品规划上的设想，而最近一年来，随着零售业务的发展，自有品牌的用户数逐渐增长，云业务越来越丰富，数据和运营变成了实实在在看得见摸得着的东西，在这个时候越来越多的开始关注大数据的价值。

大数据最早被大家熟知应该是Google，在信息大爆炸的时代里，所需要处理的信息量非常庞大，已经超出了一般电脑的处理能力，工程师为了解决这个问题，提出出来MapReduce和BigTable。这些技术的发展是人们可以快速的处理大量的非格式化的小文件数据。再如：Facebook每天更新的照片超过1000万张，媒体点击“Like”或者写评论超过30亿次，YouTube每个月访客超过8亿，每秒钟有时长超过1小时的视频上传等等。大数据首先给大家的印象是大。没错，数据量如果不到TB、PB级别基本上算不上大数据，对大数据的理解也许大部分人也就此为止，往往容易把大数据和数据统计等同起来。客观的讲，要深入的理解大数据一定要认识和分清数据收集和数据分析。



大数据不是数据统计

大数据时代要的是所有数据，而不是小数据时代里面的随机采样，也不是统计已知需求而采集的数据。数据采集要全面而细致，避免人为的定义有用还是无用的数据，大数据时代不存在没有用的数据，只有暂时没有发现其价值的信息。数据在当下看来可能是无意义的或者不相关的，但是在不可预知的未来的某个业务中可能就成为了关键数据，如果不能从一开始

就收集到这些数据，往往就容易数据缺失。另外，由于海量数据的多样性，大数据的存储也将区别于传统的数据库和文件系统，大数据的两大特征非结构化和大量小信息数据单元，于是就需要全新的非关系型数据库以及全新的分布式文件系统，在数据处理时也需要分布式云计算，正如Google的三大法宝BigTable、GFS和MapReduce。

大数据分析是一场寻宝游戏，基于海量的数据，通过不同的角度不同的分析工具，往往能得到不同的宝贝，每个数据集内部都隐藏着某些未被发掘的价值。大数据时代，所有的数据都是有价值的。美国有一家折扣零售商Target，甚至利用大量的用户消费数据，通过相关关系分析能得出顾客的怀孕趋势，从而在合适的时间给用户推荐孕期用品优惠券。

大数据核心是趋势预测

大数据之美在于预测，它把数学算法运用到海量的数据上来预测事情发生的可能性和合理性。预测之所以能相对准确，关键在于其建立在海量的数据基础之上。同时它还会随着数据越来越多算法越来越合理，输出的预测结果也会越来越准确。大数据时代，能分析的数据会越来越多，有些甚至是看似完全不相关的信息。同时由于数据量非常之大，对于分析结果难以定义其精确度，而事实上大数据分析从来都不是以精确结果为目标，而是以掌握事物的大体趋势和方向。从数学分析的严谨因果关系上看，大数据分析其实也难以定义，大数据分析往往不需要花时间去寻找输入和输出之间的因果关系或者说直接相关关系。大数据分析我们“是什么”而不是“为什么”。比如对冲基金通过分析社交网络的数据信息来预测股市的表现；沃尔玛对历史交易记录进行了分析，发现每当在季节性飓风来临之前，手电筒和蛋挞的销量直线增加，因此沃尔玛会在季节性飓风来临时，将蛋挞放在飓风用品的位置，既方便了形色匆匆的顾客也大大增加了销量；Forecast公司通过大数据来预测什么时间点买机票最划算等等。毫不夸张的讲大数据正在改变着人类探索世界的方法。

大数据能激发新产品和新服务

传统意义上讲数据是静止的陈旧的，一旦完成了收集数据的目的后，数据就会被认为没用了，充其量是通过统计的方式来评判前一个事项的效果以及合理性。然而到如今，数据其实已经成为一种核心资产，是一种可能给公司带来意想不到的价值的无形资产，已然成为了一种新的商业资本。事实上，一旦思想转变过来了，数据随时有可能被巧妙地用来激发新产品和新服务。大数据时代，所有的数据都是有价值的，数据的价值并不仅限于特定的用途，它可以用于同一目的而被多次使用，也可以用于其他目的。

在这方面有一家企业做的非常优秀，LinkedIn。LinkedIn作为一家全球最大的职业社交网站，也是一家使用大数据最成功的企业之一，2011年就开始有了一个商业分析团队(Business Analytics)，目标是要利用大数据为职场人员做出迅速、高速、高效的决策，也就是创造商业价值数据科学。LinkedIn有一个“人才流动画板”：在LinkedIn上面每一个用户都有自己的档案。有了这些数据以后就可以知道，在任何一个时间哪些人为这些公司工作，哪些人从哪些公司跳到另外一个公司。当把这些知识提炼到一个公司的高度，就可以知

道对任何一家公司来讲，他的竞争对手的人才竞争的情况是怎么样的，在各个公司的人才流动画板的基础上做了两个新的产品：利用交互性的数据应用来给职场人员建立数据通道，比如“硅谷最具潜力的初创公司”、“2015年最in雇主”、“最受关注的雇主品牌排名”等等。这样带来的就不止包括招人，还有风投。发表一年后，这个“最具潜力的初创公司”榜单里有50%的公司成功IPO，于是LinkedIn榜单就成为了硅谷的投资人的风向标。非常有意思的大数据应用，有了这些数据，人们就知道该往哪家公司跳槽，该买哪家公司股票。



我们的大数据

随着公司在资本市场的成长，我们公司产品逐步丰富，既有传统机顶盒、智能网关产品、OTT产品、PON接入产品等终端产品，也有应用商店、视频汇聚、智能EPG等业务，已经具备收集大数据的条件。2016年上半年零售产品线在原数据收集系统的基础上重新开发了新数据系统，将数据采集和数据分析独立，搭建了一套稳定高效具有通用性的数据采集系统，各个产品通过集成SDK的方式实现数据采集，数据采集后台将海量数据进行分布式存储。各个业务随时可以定义自己的数据分析工具从数据中心去挖掘其需要的数据。产品规划从数据中分析产品需求，通过分析各种端子的使用情况、无线网络使用情况、应用的使用情况等，定义下一代产品的端子、网络以及内置应用等需求；运营团队从数据中提取运营位置的运营效果、用户的点播喜好、应用的使用情况，根据这些分析结果来确定后续运营推荐位运营策略；售后团队从数据中分析产品故障信息，提前预测故障风险等等。接下来我们还将进一步完善数据系统，从数据中挖掘更多有效信息来指导我们的工作，甚至来预测我们产品的未来销售情况等。

总之，大数据不是数据统计而是核心商业资本，每一轮的创新大潮归根结底都是新型数据产生和积累过程，最终胜出公司是数据的拥有者，并且以数据为基础，建立起商业模式。从长远角度来看，数据的拥有和使用权是这个企业核心竞争力，并且决定了这个企业长期发展的高度。

大数据时代的到来，改变不只是一点点



文/吴俊杰 大数据架构分析师

随着信息技术的不断发展，近些年来，海量的数据成为最具价值的财富。在信息传播极其迅速的今天各种数据渗透着我们的生活，它们以指数级的速度增长，数据爆炸将我们带入大数据时代。大数据开始蔓延到社会的各行各业从而影响着我们的学习、工作、生活以及社会的发展。一千个眼中有一个千哈姆雷特，大数据在不同人的眼中也是各有千秋。从官方的说明我们大概可以了解到，大数据有四个普遍的特点，我们称之为4V，即Volume（量大），Velocity（速度快），Variety（多样性），Value（价值高）。那么到底什么才是大数据呢？举个例子来跟大家说明。因为我是一个大数据架构分析师，典型的理工男，对于任何结果都喜欢用数据说话，对于我们的视频用户今天想看什么电影，我都会从以下几个方面考虑：最近流行的电影排行有哪些？在不同平台

上评分（口碑、票房等）如何？用户User对电影接受方式如何？（排行榜、历史浏览、随机搜索……）用户User过往对不同题材的关注度有哪些，排行如何？

用户User最近遭遇的重大变故，导致关注度变化（如结婚生子、失恋等）用户User所处的年龄层怎样？这个年龄层的用户有什么性格特征？

用户User住在什么样的环境，生长在怎样的环境，这些环境会造成怎样的性格特点？当地有什么流行趋势？……

以上所有的方方面面，包含了大量的数据，有些可能是我们自己收集，有些可能来源于第三方网络，甚至包括了历史、人文、心理等各种学科知识的交叉应用。所以大数据考虑的事情是，根据要解决的问题，找到所有与之存在关联的方面，进行全方位的分析，而不是通过某几个方面（抽样）进行分析。最终我们可能分析出用户今天想看电影A的概率是30%，而看电影B的概率20%，从而形成可能的决策列表。不过这里面又有个问题，我们虽然得出了列表，但是用户在实际观影的过程中，仍然可能选择不列表中的电影。所以，大数据更多追求的是一种大概率事件，而不是完全准确的预测，因为我们没有办法真正意义上的，把所有信息都收集完整，而用户的某次观影行为，存在一定随机性，我们能做的是，尽可能多的获得与事件相关的信息，并进行相应的分析与决策。

只要有数据，就必然存在着问题，随着数据的增多，大数据也会面临着各种各样的风险

与问题，例如：数据的采集与预处理、数据存储管理与安全保护、大数据计算、数据分析与数据挖掘、数据真实有效性、可视化操作等，真是要认真讨论起来，那是三天三夜都说不完，在此也希望对此有兴趣的童鞋可以来私下找我进行沟通和交流。

大数据时代的到来使这个社会中的海量数据变成了巨大的潜在财富，而且大数据已经渗透到了社会的各个领域。未来，当每个人的身体信息都能被实时收集，形成个人的大数据时，人会怎样？当整个社会被大数据连接起来，整座城市管理，都可以用大数据推算出一个“最佳方案”时，城市又会怎样？在人工智能上，会形成关于个人的一套知识体系，它甚至会比我们自己更了解我们，提供健康建议，选择出门的交通工具及路线等。在医疗健康中，通过对无数不同生理特征的患者信息收集，可以得出不同病症的前兆，从而提前加以预防。在公共安全监控中，通过对历史案件、公众出行信息、社交平台等，能够更好地了解当前不同用户的心里特征，从而能够及时预防一些恐怖事件的发生，同时对刑事案件侦破提供帮助。

我们已经迈入一个大数据的时代。有人说，终究有一天，数据的价值将超过土地的价值。但是也有人认为，世界就是一个“黑盒子”，永远无法窥探内部的秘密。远古时代，宇宙对于人类就是一个巨大的黑盒子。如今，科学技术正在解开一个又一个黑盒子，可是大数据的终极会通往哪里？目前依然没人说得清楚。

你们说的大数据到底是个什么鬼？

编者按：

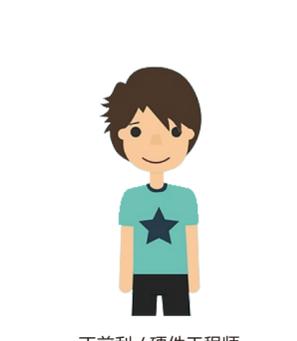
上一期，我们的伪文艺女青年一万颗星星跟大家吐槽了她在微信朋友圈所收到的一系列令人哭笑不得的广告，导致对自己形象产生了巨大的质疑，从而引了一场大数据的讨论。我们每个人都在大数据中，拥有了很多数据是不是就是大数据？大数据的来源是哪里？基于大数据的分类运营精度到底谁说了算？你们说的大数据，究竟是什么鬼？

本期我们有来自零售业业部的产品总监、大数据的架构分析师，还有可爱的研发小白分别从不同的角度来跟我们聊聊到底什么才是“大数据”。



大数据的共性：4V

结论：我们可以看到，大数据的出现确认对于人们的生产生活方式产生了极大的影响，它能够对海量信息加以分析，快速有效的进行商业决策，但仍然还是有大数据给不出了解释。“大数据就好像是一杯水，我们需要去厨房煮茶，水只是材料之一。”然而，随着大数据继续走向成熟，这个术语本身可能会消失，或者变得太过时以至于没有人会再使用这个词。今天我们只是一个讨论，对于大数据并没有标准答案，在未来的日子里各位看官有任何新的观点、想法欢迎随时来进行吐槽和讨论！



丁前利 / 硬件工程师

我是创维数字的研发小白，已经做了三年的硬件研发工作，平常喜欢看一些互联网方面的最新动态，最喜欢琢磨各个行业的盈利模式，也喜欢看看各个行业的财报，平常没事的时候也喜欢乱写写自己的思考，这个话题真的喜欢，就说说我的浅见吧。

最近这些年，互联网相关的东西在我们身边随处可见，才几年时间智能手机已经普及了多少亿部了？谁能在5年前想到有滴滴打车？谁能在10年前想到有微信这么好用的APP？社会在发展，人类在进步，数据的发展为人类做出了不可磨灭的贡献。

大数据的来源

首先我们来说说什么是数据，百度上的翻译是：数据(data)是事实或实验的结果，是对客观事物的逻辑归纳，是用于表示客观事物的未经加工的的原始素材。其实数据一直在发展，也就是资源在不断的发展。人们对于资源不断利用和发掘，让数据内容不断丰富。在很久以前人类的资源很少，数据也很少，曾经有这么一个故事说是两个酋长打架，谁说的数字更大就赢了；其中一个酋长说了一个数字三就赢了，可见当时资源已经稀缺到了什么样的地步，人们对于数字的想象力也就这么大。

随着人类技术的不断发展，人类获取资源的途径也越来越多，获取到的资源也越来越越多，特别是文艺复兴以后，人们更愿意通过实验的方法得出结论，那么实验的过程中会获得大量的数据，通过对于数据的分析归纳整理，让数据得到充分的作用，也让理论有了根基。有了技术理论和材料的发展，大数据的处理才有了得心应手，所以才有这几年比较火的“大数据概念”，一直把这个风口吹了好几年，但是真正靠这个风口起飞的公司不多，我们谈谈什么是大数据。

首先说说我们现在生活中经常接触到的“大数据”吧，你会经常遇到不懂的问题，需要上百度去搜索问题的答案，这里搜索出来的结果是通过大数据匹配出来的结果，你需要经常使用滴滴、Uber软件打车，这就需要大数据运算给你推荐最近的车辆匹配你的需求，你需要经常去淘宝上购买东西，当你输入男士短袖的时候，会根据相关的大数据算法给你推荐相应的衣服供你选择。说到这里，想到一句广告语，我们这不产水，我们只是大自然的搬运工。想想这些打车软件公司何尝不是大自然的搬运工，他们自己是轻资产运营的公司，公司基本上不运营车辆，只是把有用户打车的需求同私家车司机赚钱的需求匹配在了一起，把双方的数据通过合理的算法运算达到一个最佳

浅谈大数据的那些事

的效果，他们也是大自然的搬运工。所以你们即是大数据的需求者，也是大数据的生产者和制作者。

大数据的合法性以及大数据分析的合理性 很多人说大数据很危险，其实数据本身是没有问题，可是我们在利用这些数据的时候来源和方法就需要注意，正如人的欲望是不应该被压抑的，可是在为了满足欲望的手段和方法是需要考虑的，君子爱财取之有道就是这个理。

首先说说大数据的合法性，目前很多手机里面的应用的权限很高，手机APP收集信息都是这样说的：主要目的是做优化功能，提供优质优质的服务，当然也包括定点向用户推送广告等等。目前大多数APP的权限都比较高，仔细看看每个APP的权限时，你会发现很多APP都具有收集来电信息、短信、定位、照相、自动打电话等功能，需要手动去关闭一些权限，如果你有兴趣可以看看小米手机的隐私权限的自带说明，它收集自带浏览器的缓存数据，收集手机用户的定位信息，它的目的是为了给用户更好的体验，如果是14岁以下的小孩，需要自己提前告诉，不收集此类信息，因为它也怕隐私及到未成年隐私，如果没有提前告诉，会无差别对待搜集这些信息。

我们经常接到房地产、股票基金、银行贷款等业务员的推销电话，这些公司推



销员很 大部分的数据来源是通过购买相关的数据信息获取到你的个人信息，当然国家目前是禁止购买个人隐私信息、电话和身份证这类属于隐私信息，但是你也阻止不了这样的事件发生，当然他为了精准营销，找到更有价值的客户，对于公司产生效益，但是数据的来源不合法。

当然合法的大数据的收集对于一些企业来说是比较重要的，它能提供更好的用户体验给客户，比如音乐类APP，或者新闻头条等等，这些都是根据你以往听过的音乐类型，以往浏览过的新闻类型，推荐相应的音乐或者新闻给你，这样让用户避免更多的时间去搜索这些内容，提供更好的体验。

对于数据分析的合理性，首先要对于公布数据的结果保持质疑性，为什么每次一公布平均工资的时候就很大部分白领都觉得自己已拖了后腿，深圳很多人觉得自己没有达到平均工资水平，我一个在深圳做了三年研发，在行业里面有竞争优势的人员都没有达到平均工资水平，这个时候你需要加人饮水冷暖自知，知道自己这份工资能否支撑你前进梦想的道路，如果让你世界首富一平伙，那我也有几亿。所有你需要对数据分析的结果保持质疑性。

创维数字在大数据下的机遇与挑战

和品质，怎么加快生产效率等等。

现在面对了更多的终端市场，越来越多的OTT产品，智能家居产品需要走零售终端市场，直接面对消费者，我们需要逐渐面对越来越多的数据，对于这些大数据分析做出相应的策略，比如从我们售卖出去OTT盒子，需要从京东或者淘宝后台得到相应的数据，分析描绘出购买的用户属性，什么年龄的用户购买，什么地区购买多一些，购买的价格是什么什么阶段，喜欢什么颜色，对于内容的平台的喜爱是爱奇艺还是腾讯？这些都是产品经理需要分析的相关数据，很多行业这些数据如果自己公司没有，后面像商业行为的数据会越来越贵，很多行业的数据分析报告，都需要这类数据来做支持，都是需要付购买费用的，价格你懂得。

我们可以跟内容提供商合作，可以跟软件应用合作，像手机那样，预装一些推广软件可以收软件商的费用，还可以通过安装购物类软件，收取一些费用，可以收取一些广告商的费用，但是这些都和内容提供商一起协商，机顶盒如果上了数量多了以后，也可以作为一个流量的入口端，“钱途”不可限量，很多的商业模式等着我们去探索，我们有无限的可能。

大数据有价值，但是如果

不转换为有效的利润，那么也相当于守着一座金山只能看不能吃，我们也可以通过网络机顶盒搜集信息，这么多的大数据搜集，也需要我们有一个能力强的大数据分析能力，把数据转化为有利润的东西，比如定向推送购物类广告，这需要招聘懂消费者心理学相关的数据分析师，学会从这么多数据中寻找有用数据转换为有效利益。

信用时代更来的一句话，这是一个

第一要搞清楚样本数量有多少 举一个简单的例子，如果你在创维半导体的门口数经过的人数，你发现经过两分钟有10个男生，6个女生的经过，你不能说创维半导体的男女比例是5:3，但是如果半导体的男生女生出入大门同样频繁，而且是不同时间段的出入频率相同的情况下，你统计了5000个人数，那么得出的男女比例就比较靠谱了。所以样本数量不充分，统计出来的数据虽然是正确的，但是结论可能是不正确的。

第二需要弄清楚样本的种类是否齐全

《数学之美》里面有一个案例说是是文学文摘连续四次成功预测了总统大选结果，1936年总统大选。这一次他回收了240万份问卷，预测共和党候选人兰登会赢。民众也相信这个预测。不过当时的新闻学教授盖洛普却对大选的预测结果提出了相反的看法；他通过对5万人的意见统计，得出了民主党候选人罗斯福会连任，结果大家当然都知道，罗斯福连任。为什么样本数量更少的盖洛普判断对了？《文学文摘》的样本数量虽多，但是主要是通过杂志订户，汽车主和电话本发送的问卷，这一类人群都是高收入人群，样本的种类不全，而盖洛普的统计样本，考虑了美国选民的种族、性别、年龄、收入等各种因素，因此虽然样本只有5万个，却更有代表性。

第三我们需要关注的数据的来源是什么

这里我们需要关注到数据是否有隐藏的部分数据，如冰山理论，我们只看到了数据的冰山一角，隐藏在冰山下面的大部分的数据无法看到。比如铁齿铜牙纪晓岚电视剧中，我们都看到刚正不阿的纪晓岚回环人和神斗智斗勇，这部分是真实的，但是他喜欢淫乐？这个很多人都接受不了，所以基本上描述这个人物的时候，就写他编撰了四库全书，文学造诣怎么样，写他的另一面被隐藏了。每次看到某空调的广告，每晚低至一度电，真的是一度电么，你看看广告下方的小字体了么？这个是实验环境下测试的，那什么实验环境下可以低至一度电，空调的温差基本为常温的情况下那么耗电最小，就是实验室的温度和空气的温度基本一致的情况下，耗电量最小，在这种实验环境下测量的，这种就是隐藏了部分数据。

第四我们需要知道在各种统计结果大概是一个什么工作原理或者算法统计出来的

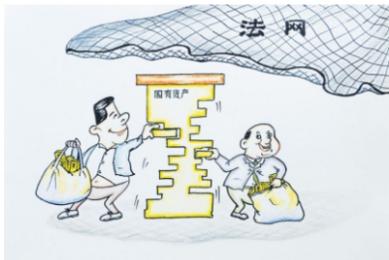
我们常常都吐槽天气预报，常常都会觉得天气预报的结果和实际感受到的温度差异很大，难道是我们的天气预报技术太差了？我就读的的那所大学在天气预报研究是国内属于顶尖的，曾经问过学大气科学的同学，他简单的说了一下，其实是天气预报很复杂，首先是收集气象数据，从地面到高空，从陆地到海洋，全方位、多层次地观测气候变化，并将观测数据迅速汇集。其次，计算机将收集到的数据进行处理和运算，得到天气图、气象预报图等产品，提供预报依据。这里面涉及到统计学，概率学，还有各种气体运动模型，最终出来的天气预报其实是概率性的，只是概率比较高而已。说简单一点，就是预测可能跟不上变化。

写了这么多，给大家留一些思考，现在很多宝们的收益写的是5%，收益率是如何计算出来的，和每年的收益预期相符吗？每个季度都会公布居民消费价格指数CPI指数，这是基于什么统计出来的，都包含了哪些东西的价格对比，对我们消费投资有什么影响？



法网恢恢疏而不漏，以行动践行反腐败公约

文/品牌部杨萌



职务犯罪国际追逃追赃专项工作是中央开展的“天网”行动一个重要组成部分。党中央高度重视反腐败国际追逃追赃工作，中央反腐败协调小组国际追逃追赃工作办公室以“天网行动”为依托，以红通案件为主线，追逃追赃工作取得明显进展。虽然不能与党政府的“天网”相提并论，但数字公司在查处贪腐的态度上一直是坚决的，反腐没有休止符，每个人都要为腐败买单。

2014年，经公司调查，发现数字公司供应链王某因在工作中收受供应商贿赂，谋取不正当利益，涉嫌构成公司、企业人员受贿罪。经公司向公安机关报案后，王某仓皇出逃，离开了深圳。公

安机关遂对王某采取了全国联网追逃措施，在巨大的追逃压力下，王某终因受不了整日在外审逃，无所可居的生活，向深圳警方自首。目前案件处于进一步侦查阶段，等待王某的，将是法律的严惩。

为维护公司资产安全和诚信价值观，公司对侵犯公司资料的违法犯罪行业始终保持一种高压打击态势，犯罪嫌疑人无不生活在高压之下。2016年，数字公司制造总部曾某利用职务之便，将自己经手管理的设备零部件多次拿出厂区变卖后，将赃款据为己有。公司接到举报后，第一时间对曾某进行了调查，并向公安机关报案。近日，深圳宝安区检察院已决定对曾某以涉嫌职务侵占罪提起公诉。

“莫伸手，伸手必被捉”，这个道理，一次次重复，一次次被某些人验证。

现在流行的一句话是：钱不是万全能，但离了钱也是万万不行的！但我们不能把金钱放在第一位，更不能被金钱所束缚。我们应该自尊、自强、自立的做金钱的主人，而不是沦为金钱的奴

隶。人们获得金钱的方式必须符合法律法规和道德伦理，决不能摄取违法之财、不义财、昧心之财。人们依自己的智慧和劳动获取金钱和报酬是很光荣的事，那种靠贪赃枉法、权钱交易腐败致富，就会像啷当入狱成为阶下囚那样，遭世人唾骂和鄙夷。

反观在糖衣炮弹面前倒下的王某、曾某，本是在所在领域都能独挡一面，正处于事业的高峰期，人生的黄金时段，却因为一点蝇头小利断送了自己的前程，家人、朋友为其惋惜，公司损失同样巨大。但是，不管任何人，一旦触犯了公司的核心价值观、触犯了法律，公司也绝不会心慈手软，否则，所带来的负面效应将更加不可估量。

习近平总书记说：“反腐之路漫长而艰辛，我国愿同国际社会积极开展反腐追逃合作。让腐败分子在海外永无“避罪天堂”。从诸多被绳之于法的事实，再次昭告世人：反腐不是一阵风，反腐不是做样子而已，苍蝇老虎一起打。法律面前人人平等，只违法乱纪，终究挑不脱党纪国法的严厉制裁，以身试法者必亡。

简讯

《网络产品精英培训项目》之“网络小牛进阶班”圆满结束

本报讯（通讯员任菲迹）随着公司业务的发展，以接入产品为代表的网络产品成为公司业务的重要方向。为了适应业务发展的趋势，培养内部网络产品精英，人力资源部精心筹划“网络产品精英培训项目”于7月1日-2日开班。项目共策划两阶课程，包括奠定基础的“网络小牛进阶班”以及拔高能力的“网络大牛养成班”，旨在通过两种班级，有针对性的辅导相应学员成为技术大牛。项目基础班级之“网络小牛进阶班”，共吸引相关部门共46人参与，课上学员积极发言，并在课下积极提问，课堂氛围良好，课程获得了学员的一致好评。



反舞弊，在行动

文/审计部整理

——创维数字正式加入中国企业反舞弊联盟



创维数字于今年6月正式加入中国企业反舞弊联盟，它是中国首个由企业发起成立的，以反舞弊为目标的非营利性合作组织。旨在通过创新和合作，帮助企业实施反舞弊行动和制度建设，推进资源共享，信息共享，搭建企业反舞弊经验交流平台。

联盟成员汇聚了阿里巴巴、碧桂园、美的、顺丰、万科、中集、乐视、联想、国美等国内百余行业的标杆企业。联盟成员之间已建立互通的职员诚信档案，拒绝招录不诚信人员，以共同建设廉洁的商业环境。



最强反舞弊联盟机制

7月5日，中国企业反舞弊联盟2016年会在深圳蛇口明华国际会议中心举行。本次年会以为“交流协作，共筑防线”为主题，为联盟成员单位完善反舞弊交流、合作机制构建有效的反舞弊防御体系。会议深化了联盟内企业的交流合作，按区域及行业建立了定期的沟通、分享机制，成立了联盟调查、内控、内

审三个专业委员会，并建立了联盟官网、杂志和微信群，组织了一系列成员单位间的交流培训活动。

此外，会议从企业内部舞弊调查方法、企业不诚信人员和合作方信息共享等方面进行了深入的沟通和讨论，促进企业间的廉正文化和技术交流。



身边的舞弊，看不见的手

近日，各大主流媒体发布关于腾讯公司前总监岳雨被控任职期间与多名下属侵占公司数百万元，并伙同时任公司在线视频部总经理刘春宁受贿70万元一案，已经得到一审判决：岳雨被判职务侵占罪与非国家工作人员受贿罪成立，执行有期徒刑9年。

在业内人士看来，各互联网巨头不约而同齐反腐，是一种良性的行业自我净化，特别是经历过粗放增长的狼奔豕突阶段后，企业不能只重视业务增长而忽视制度建设。

舞弊，就像一只看不见的手，损害着数字人的利益。

身边的舞弊，您不了解的舞弊，到底有哪些表现方式呢？



公司希望所有创维数字人能通过“务实、进取”价值观的秉承，正面影响公司风气和周边同事。在发现有与公司价值观和经营理念不符的舞弊情况或一些临界行为时，应从帮助当事人的角度出发，及时正面提醒，或主动与上级联系，或将信息反馈到审计部举报信箱，杜绝“遗憾事件”的发生，更好保护创维数字“瑞雪”的工作环境。一个人触犯法律，就会受到法律的严惩，自己的家庭也会受到莫大的伤害。还请大家一定要守好自己的底线，严格遵守公司《反舞弊管理办法》等各项规章制度及国家法律法规。发现有任何损害公司利益的行为，请勇敢举报！



微豪思酒店 正式入驻创维数字大厦

本报讯（通讯员汪孟超）2016年5月，数字人才公寓的启动让创维数字大厦这个坐拥“一山两水”原生态水资源的科技健康绿谷映入了大家的眼帘，而6月微豪思酒店的正式入驻，更为数字大厦写字楼办公高端商务提供了良好配套，满足一站式的商务需求。

创维数字大厦是由数字公司历时三年打造的绿色、生态国际知名商务中心，位于深圳市宝安区石岩镇创维工业园内。总建筑面积76181.76平方米，拥有32.26%的绿地率，10部日立电梯，麦克维尔中央空调，环保节能，413个停车位。

南面靠近南山区西丽，西侧直通宝安中心，往北侧距深圳东西交通主轴机荷石岩出口仅1.5公里，30多条公交线路站台就在创维数字大厦楼下，交通优势明显。

为了给业主提供“贴心、专业、现代、国际”的商务地产管理模式，优质的产品信息服务，为商家经营创造与身份和品味匹配的细致服务，创维数字大厦建立了优质物管和专业的招商团队。根据个人、企业自身需求，推荐性价比更好的户型，得到广大租户的一致好评。

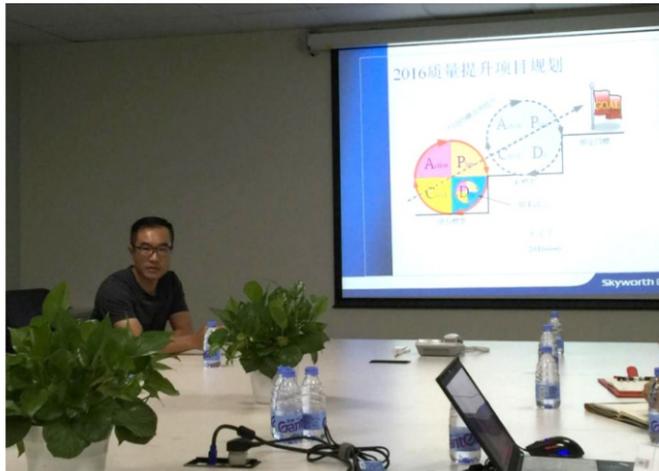
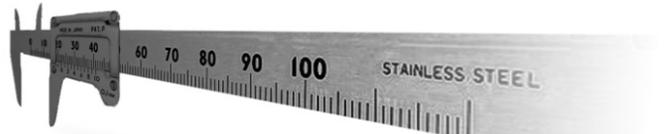
这里，有你的梦想，也有创维人的梦想；这里，思想不被束缚，翅膀随心飞翔；这里，每天都在不断创造奇迹，人人都将创造奇迹。

欢迎更多商务人士进驻，选择创维数字大厦，您成功的起点！



质量

质量是检验产品的一把标尺



本报讯（通讯员 翁艺柱）
2016年始，公司将全面质量提升作为近几年的重要战略方针，为进一步深化全面质量提升推进工作，质量委员会于2016年6月20日下午2点，在创维大厦3A会议室组织召开“公司质量提升启动会”。公司研发中心、供应链管理、质量部的领导和中、基层管理者20余人参加了本次会议。

本次会议确定了“物料归一、新品导入、缺陷预防、竞品分析、质量回溯、物料改善”六个改善专项主题，涵盖了17个子项目，并明确了项目负责人进行落实推进。

会上，总裁施驰向各参会人员介绍了质量提升的战略背景，强调了质量提升的重要性，要求各部门要积极推进，提高设计水平、工艺水平、管理水平，从而提高我们的产品质量，突破制约公司发展的瓶颈，逐步缩小与行业标杆的差距。施总强调：须保持在目前效率、成本的前提下，通过规范化、可靠性水平的提

高，使我们的质量上一个台阶。要求全体员工思想上要有一定的调整，这也是大家提高自身水平的机会。质量提升在未来几年是公司层面的重点工作，不能成为一个运动，一阵风过去就没了，而是要作为一项长期工作开展下去，持续不断地改进。最后，施总还对质量提升的工作开展作出了明确的指示和要求，并寄予了殷切的期望。

质量提升的号角已经吹起，你还在等什么？快加入到这一改进的浪潮中，一起推动公司质量水平的提高吧！

不在改进中成长，就在墨守中沉沦

——论公司质量提升与员工自身的密切关系

文/质量委员会 翁艺柱

著名质量大师J.M.朱兰说过，“人类在质量大堤的保护下生活”。质量不仅是维护人类幸福的大堤，也是生产水平、技术水平及经营管理水平的集中表现，还是企业生存的前提条件。

当今市场竞争日益激烈，谁的产品质量能够赢得客户的青睐，谁就能够赢得市场和生存。在这个科技日新月异，消费者日趋理性和对品质的要求不断提高的时代，质量是一个公司的生存之本，发展的根，是企业的核心竞争力。

那么，公司的质量提升战略与我们有什么密切的关系呢？我们应该如何面对改变呢？

首先，公司质量提升战略将为我们提供突破自身惯性思维的契机。

长期以来，在成本与效率为主要驱动因素的思维影响下，我们对产品、工作的考量标准中往往把质量放在次要的位置，甚至是忽视了它的存在。我们因缺乏全面系统的科学分析，只看到了眼前的利益，却忽视了由于质量问题带来的严重后果。我们经常“救火”式的工作中疲于奔命而浑然不知；我们忙于解决试产异常问题处理、售后问题处理、不断地试模改模、软件缺陷问题的反复修改……

那么，我们如何才能从这种“救火”、“亡羊补牢”式的繁杂的工作中解脱出来呢？答案很简单，积极参加和融入公司的质量提升战略中来，转变自

己的固有思维，接受改变，迎接挑战。

其次，科学的质量管理方法是实现自我突破的利器。

以前曾有人疑惑地问我，“感觉使用质量工具方法又费劲又难，不但要采集那么多数据，还要分析，还不如靠自己的经验分析和判断来得直接呢。”

经验，是我们宝贵的财富，它是在长期工作中积累的有效知识借鉴。但凡事如果仅凭经验、直觉，往往会出现判断失误、遗漏，使得最终的结果差强人意。

古人云：“三思而后行。”就是教我们要养成做事前多思考的好习惯，这并不是胆小怕事、瞻前顾后，而是成熟、负责的表现。“没有调查就没有发言权”，只有通过充分的现状调查和科学的分析，才能为我们的行动制定有效的计划。

质量管理工具及其方法是经过世界管理学家、数学家、科学家等验证的科学的管理方法，它对我们只有百利而无一害。“无用论”其实是无知的表现，“难”也只是内心畏惧的托辞而已。只

有迎难而上，在实践中不断地应用、检验，才能不断突破自身的瓶颈，从而在改进中不断地成长。

再次，科学的质量管理方法能够助你攀登事业的高峰。

我们应该庆幸生活在这个科学发达的年代，有这么多的科学方法可以为

我们所用，我们理应积极地吸引精华，勇攀高峰。比如，以往科学家在进行研究测试时，只能采取试错的方法，一遍又一遍地试验，有些甚至经历成千上万次的实验才找到最佳理想解。但如今，质量管理方法中已经有



文化

人在蜂驰

文/蜂驰电子 陈晓燕

前段时间，相信不少SDTer都注意到一个有趣的现象：每逢周一和周五，总能看到一群身穿黄黑色T恤的帅哥美女，忙碌地穿梭于创维大厦的各个楼层之间。他们轻快明亮的身影俨然一道自然清新的风景线，在这热到晕厥的炎炎夏日里，不觉让人眼前一亮。

而据可靠消息称，这款穿在身上回头率百分之百、设计秒杀一众时装周又自带话题效应的爆款Polo衫，正是蜂驰电子今夏隆重推出的文化衫。

蜂驰的文化衫以黄色为主色，配以黑色的翻领和袖口，这样的颜色搭配正好与蜂驰吉祥物小蜜蜂的形象相贴合。同时，鲜明的黄黑搭配Polo衫样式，给人一种热情积极的视觉感官，又与蜂驰推崇的营造活跃积极的工作氛围的理念不谋而合。

说起蜂驰，想必SDTer们都有所了解，在这里请容许我再多唠叨几句给大家做个简单的介绍。蜂驰电子原是创维数字的用户服务部门。2015年4月，为响应数字公司建立家庭大数据入口、拓展增值服务新业绩的全面战略布局，原数字用户服务部整体剥离，继而成立

了蜂驰电子科技有限公司。此后，蜂驰便作为数字公司的全资子公司，正式进军家电服务后市场。

蜂驰是一个年轻且充满活力的企业。这种活力不仅仅体现在年龄上（据不完全统计，目前蜂驰的90后员工在人数上已大有占据半壁江山之势），更重要的是体现在心态上。自成立以来，蜂驰一直提倡并践行着快乐办公的工作理念。假如你不经意间走过蜂驰的办公区域，十有八九你会听到阵阵有魔性的欢笑。一到下午，经常会有某人振臂一呼，然后便是各种蜂拥而上开始瓜分形形色色的小零食，大家顺道一起说说笑笑，互相揶揄逗趣，时不时有各种妙语横出，一整天忙碌的工作就这样伴随着欢声笑语而结束。

同时，蜂驰作为一个创业公司，又提倡员工百分之百的付出和全身心地投入到工作中，以创业者和主人翁的意识和姿态共同经营并壮大公司。这也正是蜂驰这个名字中“蜂”字的寓意所在，即希望所有员工在工作中都能像蜜蜂那样兢兢业业，**勤勉不懈**。在这种理念的熏陶下，每个蜂驰人都对工作抱有高度

的责任感，凡事竭尽全力，精益求精。

另一方面，蜂驰的“驰”字则体现了**“高效执行”**的深刻内涵。早在成立之初，蜂驰电子就有了清晰的定位——建设基于互联网技术的服务平台公司，打造服务互联新生态。而互联网企业所推崇的核心文化之一便是“高效”，蜂驰自然也不例外。蜂驰没有雍冗的层级架构，取而代之的是扁平化的管理模式。各职能岗位分工明确，并且与最高管理层直接对接，保证了信息传达的有效性，在节约沟通成本的同时也提高了决策效率。不仅如此，蜂驰人身上还有着一种说干就干的冲劲。不管是总经理、总监，还是普通职员，每个人都有

很强的执行力，一经决定的方案往往在当天就已经着手落地执行。效率为王，已经深深植根在蜂驰人的工作概念之中。

啰嗦了这么多，我们还是回归到文化衫的话题上来吧。这段时间以来，小编陆续听到不少朋友评价，说蜂驰的这款工作服设计得非常好看。对此，小编只能挥泪告诉大家一个残酷的事实。那就是，衣服好看归好看，但是穿上身嘛，主要还得看脸看气质。所以，如果有哪些朋友对自己的颜值和气质都十分自信的，欢迎随时致电我们美丽动人的内务大总管雷小姐处踊跃订购。





文/制造中心 罗小花

我从来不得记得父亲节，自从父亲离开以后，我也就不记得他的生日了，这一点我有点恬不知耻。在时间中我是盲目而混乱的，总想活在时间之外，把很多事物置放于时间之外，包括对父亲的欠疚和怀念，只为给自己找一个不记得的理由。

我是个性情急躁、贪玩的人，父亲在世时，没少受过他的数落和责骂。那时特烦他，盼着有一天他不说，没想到在某一在，在没有任何预兆中他真的永远地合上了嘴，在那么多的岁月里我永远失去了孝顺他的机会，每念到这里悲不由心而生。是我，他年少无知的女儿及其三个儿子帮着病魔摧毁了他健壮的身体，甚至还在生活中不断向他索要、榨取着一切。然而我的父亲，那个从小无依无靠、自力更生的男人，他却用全部的力量深爱着每个儿女。

因为在兄妹中我最小，父亲对我，一直很疼爱，也听母亲说我是他盼望已久的女儿。仅管如此，他对我从不娇纵、溺爱，当别人家的孩子还是在父母的接送下上学时，我已学会了自己拿钱去报名；当别人家的孩子还在哭着要吃冰淇淋时，我已学会了买菜做饭。现在当我独立、乐观承担一切压力时，理

想到，那是一种

不善于用言语去表达的父爱，那曾被我认为敌对的教育成就了我一生中性格的最大优点。在他死后的第二年，母亲经常回忆起，父亲在人前如何夸我，至于穷人家的孩子早当家之类的话更是常挂于嘴边，只是当时我不知情罢了。现在我知道，不能在父亲的祝福下成为他人妻是我一生中的多么大的遗憾。我从未理解过父亲，从来没有。一个不识人间烟火的小丫头怎会理解呢？就算世界所有的爱泛滥那也没有父亲对我的爱浓。多年以后，看到那些争执的父女，我觉得是一种幸福，一种上天不会再赐予我的幸福。

我记事很早，十岁那年父亲病重，家里负担重重的情况下，母亲一再劝说他只送大哥和我读书就够了，可他总一言不发。对于他的病，母亲没少劝说他去做手术，他却说：“等以后儿子们都学业有成，家里宽裕些再说吧！”父亲每次经商回家，必会去二哥房间看看，有一次我无意发现他在看二哥的日

记，看

到他默默地站在书桌前的身影微微颤抖，我知道他在哭泣。多年来，那成为我唯一记起他哭过的画面。在风吹日晒的岁月里，他为了我们含辛如苦，忍受病魔的折磨，为了我们无所畏惧。他就是我的父亲，一个我来不及回报他所有爱的父亲，我的泪已经流了下来。

父爱永恒，思念如泉，可是我没有一张属于父亲的照片，也没有一张有父亲的全家福。在他要逝世的当年，一再想要和我们兄妹去照全家福，却因为各自学业直到最后都未能如愿。事隔多年，这种追悔莫及的疼痛直到现在犹如刀割，一点一点扎进我的每寸肌肤，让我在每段想起他的日夜更加自责难眠。可他从不曾怪罪于我们，对于我们学习上的任何要求都是尽量满足。在那个年代，要供四个儿女读书是件不容易的事，但是我们的学习资料永远不比别人少，文具永远不比别人差，生活上也从未苛刻过我们。



回归童心

文/北京分公司 牛波

——看影片《奇幻森林》有感



如果你是一名迪士尼的铁杆粉丝，那么对于它一贯的拍摄风格和手法肯定会很熟悉。如果你看过《森林王子》这部动画片，那么对于《奇幻森林》的剧情也一定不会陌生。是的，这部《奇幻森林》就是在迪士尼经典动画《森林王子》基础上改编而成，算是“旧瓶装新酒”。虽然故事情节和原著类似，但装进去了许多新东西，让观众耳目一新。

在我看来，《奇幻森林》可以说是丛林版的《少年派的奇幻漂流》。影片讲述一个叫毛克利的印度小男孩，从小被狼群收养长大。这时曾被毛克利父亲伤害过的老虎谢利·可汗渐渐成了他最大的威胁，为了能让狼群中的小伙伴们安全的生活，毛克利被迫放弃赖以生存的森林之家，在黑豹巴吉拉的保护下，他决定穿越莽莽丛林，和谢利·可汗斗智斗勇，从此踏上了一场波澜壮阔的大冒险之旅。

在旅途中，诸多个性鲜明的动物们闪亮登场，妈妈般的狼，爸爸般的豹，憨懒可爱的熊，狡猾的蛇，凶狠的老虎，贪婪的猩猩，每个动物都刻画的入木三分，有惊险有温暖，向观众们展开了一幅神秘而又壮阔的丛林画卷，充满了别具特色的异域风情。人孩毛克利在逃亡中遇到了擅长蛊惑人心的巨蟒卡奥，也从它的口中知道了自己的身世以及他跟老虎谢利之间的恩怨，正在遭遇生命危险的时候，诙谐幽默的棕熊巴鲁出现了，救

他于蛇口之中。在与棕熊巴鲁相处的过程中，他们产生了深厚的友谊，成为了肝胆相照的好伙伴。看过影片的朋友们一定记得这样的场面，就是为了得到人类发明的火种而动用无数的猴子追捕毛克利到猩猩路易王城堡的情景，一定会被那样恢宏壮观的场面而惊叹不已吧。当然在营救毛克利的过程中，人孩也意外得知了狼族首领被老虎谢利伤害的事情，伤心之余，毛克利拿着火种去找老虎谢利报仇。最后呈现了影片的大主题，就是人孩毛克利利用自己的聪明智慧与动物们团结协作，共同打败了老虎谢利，从此让森林中的动物们迎来了和平，他自己也可以继续在森林中与动物们和谐相处，共同开心地生活下去。

无论生活在哪里都需要有原则的存在，特别是在原始森林的动物界法则就显得格外重要。只有尊重和遵循生存法则的合理性，大家才能和谐相处并继续在一起生活下去。就像影片中动物们一遍遍吟诵的森林生存法则一样，哪个动物破坏它迎接它的只有死亡之路。即使这个动物是拥有无敌的震慑力量的百兽之王，其下场也是一样的。因为破坏法则就会惹起动物界的众怒，大家就会团结一心，群起而攻之，因为正义必将战胜邪恶，公正自在人心。

影片里的剧情虽说惊险重重，但它依然有很多诙谐风趣的情节，让我们捧腹大笑。影片中的负责搞笑的

代表人物当然要属老熊巴鲁了，它憨态可掬的外表以及幽默的语言，都带给我们无数的笑声。比如说老熊巴鲁诱骗人孩毛克利攀爬悬崖峭壁给它摘取过冬蜂蜜的时候，它假装可怜的表情以及哀求的口吻真为它高超的演技所折服。老熊巴鲁驮着毛克利在水中游泳时略显悠闲的划水动作，它为了救人孩毛克利克服恐高症攀爬悬崖的气喘吁吁的姿势以及它利用三寸不烂之舌诱骗大猩猩时的谈话表情，在我看来都是既诙谐又智慧的。当然了想必大家一定会记住这个镜头，就是当森林旱季过了迎来雨季时，小青蛙用手擦拭掉落在头顶的雨滴时的镜头，相信很多观众朋友都被它萌萌的动作逗笑了吧。看来这部影片除了带给我们剧情的感动和技术的惊艳之外，同时带给了我们无数的欢笑。

不得不提的是影片的拍摄技术，采用最先进和最细致成熟的电脑CG技术，打造了栩栩如生的丛林猛兽和奇幻诡谲的森林世界。第一感觉就是非常真实，真实到感觉它不是一部动画片，很像森林纪录片，场面非常唯美。观看影片时，我一直在问：“这是在原始森林拍摄的吧”“这些动物是真的吧”，可见影片的技术有多高超，真实度有多逼真。那一幅幅画面让你感觉到人孩毛克利真的在奔跑在原始的大森林中，他就像天天与那些动物们朝夕相处一样，影片中呈现的一草一木和动物们的一举一动足以达到以假乱真的程度，动物们的油亮发光的细密毛发都有种想用手触摸屏幕的冲动，逼真程度可想而知。要知道视觉效果如此出色的一部影片竟然是在一栋普通的楼宇里面拍摄完成的。对于这样高超的拍摄技术所带给我们的震撼感，我们除了竖起大拇指之外，只能由衷的佩服了。

说实话影片的剧情很简单直白，没有大起大落的惊险刺激的情节，但我们也不能否认它是一部传递善良和美好的电影，是一部让我们从中能感受到满满感动的影片。“团结就是力量，正义必将战胜邪恶”，这是迪士尼拍摄动画片的主旋律，毕竟谁能抗拒得了爱和善良，拒绝了正能量的大主题呢。

冰心如月 慢赴优雅

文/一万颗星星

慢~真是一个让心安适的词。

慢镜头，总是出现在“你情我爱”下，在女性形象的气质里。

她们缓缓走远，回眸一笑，抬起眼帘后的深深一瞥，是慢的温柔。

慢生活，缓缓地书写，慢慢地阅读，细细体味生活的美好。

轻轻拂去爱人西装上得污尘，让自己的玉指有轻重缓急，掠过之处柔情蜜意的点染。

这就是慢的美好。它是一种态度，一种生活方式——慢慢运动、慢慢吃、慢慢读、慢慢思考……

它是一种能力，不是支持懒惰，放慢速度不是拖延时间，而是让人们在生活中找到平衡。它无关其他，只需平静和从容的心态。

说“我爱你”时，要口吐莲花般地沁入心脾；

在他出门时悄悄在他的外套里留个痕迹吧。写上你的祝福，

和没有分开就已诞生的思念；

生活中多用省略号，让生活与情感慢如胶片，一旦完成，便定格永恒。

用音乐的节奏去生活，时而舒缓，时而激昂，主旋律总是宁静。

用书去描摹生活，诗歌是浪漫，小说是轻快，传记是沉淀，俯首间都是浪漫。

不要埋怨自己的急性子。练个舒心的瑜伽，煮一杯心爱的花草茶，听一首舒缓的歌，纷乱的事和心境慢下来。

慢了半拍的举止和回眸一笑，让你留下的是含蓄和隽永，是他人无法复制的优雅。

满心欢喜，慢赴优雅，只要你准备好了一个做“优雅女人”的美丽心态。

