

创维数字

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

朋友说他的媳妇特别懒, 我问咋了? 他说他家住三楼, 他媳妇每次在网上买东西的时候都在备注上写: “孕妇, 行动不便, 请送货上门!” 前些天, 送快递的小哥终于忍不住了, 在楼下大喊: “三年了! 我忍了你三年了! 你怀的是哪吒么?”

“穿什么裤子显得人年轻?” 我实在想不出有什么能让比穿纸尿裤更年轻的了!

一个兄弟买了眼药水, 回家后点两滴, 闭上眼睛转了转眼珠, 睁开眼, 一片漆黑, 突然什么都看不到了。尼玛, 这是买了什么眼药水? 两滴致瞎! 顿时从椅子上摔倒了, 桌子也翻了, 嚎啕大哭。这时, 他老婆在一旁骂道: “越来越神经了, 停个电把你吓成这样!”

班上新来一位学生, 名字叫: “马騧騧”。

开学点名了, 班主任不知道咋念, 就说: 马又叉到了没?

语文老师有点文学素养, 点名道: 万马奔腾到了没?

体育老师则直截了当叫: 一群马到了没?

历史老师对这个名字很不感冒: 五马分尸到了没?

数学老师更直接: 马6到了没?

最后还是教务处主任统一了叫法: 马俩仨!

万能的朋友圈, 谁能告诉我他叫什么名字?

一个人去医院看病, 医生说: 你要验血。验尿。大便。过了一会他回来对医生说: 我血也咽了。尿也咽了。可大便实在是咽不下去。

丈夫: “你一下子给那个乞丐那么多钱干什么? 他是假装瞎子!”
妻子: “你没听见他对我说‘美丽善良的小姐……’”
丈夫: “看来他还真是瞎子!”



创维数字联手腾讯进军游戏机行业



miniStation发布会现场创维数字副总裁常宝成发表讲话



腾讯、创维数字、高通三方代表



Gameloft代表讲话

本报讯(通讯员 刘瑜)创维数字今年加快了抢占家庭互联网入口的步伐,“加码”面向家庭用户的服务,以客厅为主,拓展智能互联+。在11月9日举行的腾讯miniStation微游戏机专场发布会上,创维数字成为miniStation首要战略合作伙伴,正式进军游戏机行业,为家庭客厅娱乐提供更多超感体验。

借miniStation进军游戏机行业

从PC端至移动端,游戏市场经历着快速发展。有数据显示,手游碎片化娱乐已不再明显,晚上6点到10点是目前游戏玩家活跃度最高的黄金时间,游戏更趋向于在家庭客厅环境里进行。创维数字副总裁常宝成表示:“真正能让用户畅享游戏体验的场景,是在以客厅娱乐为中心的电视大屏幕游戏市场,而目前国内电视游戏市场明显还处于起步阶段”。

创维数字关注电视大屏服务与体验,针对游戏人群的细分市场,已经率先做出了各种尝试与商用,包括电视大屏实现3D游戏、社交互动、游戏视频内容的集成、优化操作体验、电视支付等各个方面。

此次作为miniStation的首要战略合作伙伴,创维数字将联合高通在未来推出高配版的miniStation微游戏机产品,联手共建高端微游戏机生态。

高起点出发miniStation想象空间无限

由于国情不同,国外游戏主机在国内外的接受程度也是截然不同。在欧美,游戏主机的售价相当于一般家庭月收入的十分之一,购买一台游戏主机对欧美国家用户的影响并不大。而对于一般中国普通家庭来说,三四千元并不算小数目。并且,大多中国用户对手柄操作都比较陌生。反观移动端游戏,中国4亿用户在

玩手游,熟悉和习惯触屏操作,只要不大幅度改变这部分人的操控习惯,这部分数量庞大的用户对于在电视上玩游戏几乎是0门槛。

miniStation能实现移动端游戏在客厅电视大屏上顶级体验,所有操作均可通过手机端触屏来完成,直观易懂,将用户上手门槛降至最低。除了智能硬件,在软件及内容供应方面miniStation微游戏机也有着很高的起点,游戏内容上除了腾讯游戏之外,发布会现场,中手游等国内第三方游戏开发商也已确认入驻。另外,Gameloft等行业标杆级大厂也悉数到场,发布了将适配于创维高配版miniStation的游戏大作。

作为高起点出发的创新游戏机产品,miniStation游戏内容丰富、操控学习简易、无论在游戏品质还是操作感受上,都会带给用户顶级游戏体验,未来市场极具想象空间。

创维盒子联手搜狐视频 发布S1新品 共同抢占家庭入口



坚持廉洁自律 反腐警钟长鸣



电商运营 六板斧



创维数字庆祝南非工厂首次成功出货70,000台机顶盒

制造中心同时参与了多项社区计划以提升员工生活质量



本报讯（通讯员 品牌部整理）深圳创维数字技术有限公司（00810.SZ）为全球用户提供智能家居解决方案，并在机顶盒制造领域跻身世界排名第四。公司近日宣布其在南非当地约翰内斯堡的工厂，已经成功完成了首批70,000台机顶盒的出货，并开始在南非销售。

创维数字选择投资南非工厂，一是为了加大市场影响力，同时也希望为当地经济做贡献。

“创维数字在这里的投资不仅仅是为了客户，同时也是投资这个国家和当地的人民，以在此建立长期稳定的关系。我们的策略就是我们的客户在哪里，我们的工厂就开在哪里。”创维数字海外营销中心市场及行政副

总经理Angélique Boissy介绍，“这个计划我们称之为‘edge manufacturing（优制造）’，不仅可以为当地的经济做出贡献，同时也可以提高我们的生产及市场响应效率，为客户减少成本开支。”

创维数字是第一家通过南非政府DTT机顶盒高标准的公司，完成了所有的SANS862 SABS认证包括ICASA。为了实现公司“edge manufacturing（优制造）”的理念，创维数字将在全球开展一系列的计划，而约翰内斯堡工厂的成立仅仅是一个开端。

“通过与BUA Africa这样的当地公司合作，以及越来越深入地参与到当地的社区计划与公益活动中，使得

我们能够为当地的一些弱势群体提供大量的工作机会。”Boissy女士说道：“我们会提供培训以及教育服务，让我们的员工可以进一步的自我发展与增值。

在南非，创维数字还与SANCO（南非当地帮助市民得到关键的政府服务的组织）、DPSA（为残疾人士在南非本土获取更多社会关注的组织）等组织进行了合作。

目前，创维数字南非工厂的月产量已经达到150,000台，并且计划进一步提升产能至400,000台。

林毅夫到访创维：开讲中国宏观经济发展



图为林毅夫教授与创维数字常务副总裁张知先生

本报讯（通讯员 杨萌）11月14日上午，全国工商联专职副主席、全国政协常委、国务院参事、世界银行前高级副行长兼首席经济学家、北京大学国家发展研究院名誉院长林毅夫教授应邀到访创维，在创维半导体设计大厦多功能厅与北京大学国家发展研究院华南校友等就当前中国宏观经济发展及产业选择进行分享和交流，创维数字张知常务副总裁接待了林毅夫教授等一行。

林毅夫教授是首位在世界银行获得高职位的中国

人，是国家“十三五”规划专家委副主席，其“过渡经济学理论”11月获第七届中国经济理论创新奖。作为华人经济学领袖，在拟定经济研究规划及发展方向上扮演相当重要的智囊角色。交流会上，林毅夫教授指出：“在我国‘十三五’规划当中，大家最关心的就是中国经济增长速度问题。为什么从2010年以后中国经济增长速度不断下滑？为什么‘十三五’经济增速是6.5%以上”，就以上问题，他从全球性、外部性、结构性、周期性等方面进行了解剖。

基于全球视野、强国情怀，林毅夫教授秉持严谨的逻辑体系，清晰的发展脉络，对中国经济发展的前景仍保持其惯有的乐观，认为在新常态下我国经济仍处于大有作为的战略机遇期。中国现在是世界经济增速第一经济体，真正能拉动世界经济增长引擎的主要还是中国，即使在相对不利的国际外部环境下，我国经济也仍能保持7%左右的高速增长。

在推动经济转型升级方面，林毅夫教授基于系统、全面的分析，以独特的视角，认为求真务实地探究经济持续增长现状机制，本着提升生产效率、降低交易费用、提高人们幸福指数，基于有效的投资来拉动经济增长仍是当前合理的途径。作为产业投资机会，林毅夫教授将中国产业归类为“追赶、领先、转移、创业、资本”五大类型，中国经济的增速发展，不同结构、特征的行业其各自发展的机遇、空间等还会很大。

北京大学国家发展研究院的前身是北京大学中国经济研究中心，创维集团与北大中国经济研究中心有着深厚的渊源。早年，北大中国经济研究中心周其仁教授曾参与创维集团职业经理人制度的多次研讨。2002年应时任北大中国经济研究中心主任林毅夫教授的邀请，时任创维集团董事局主席兼CEO黄宏生先生于北大国际MBA“企业家大讲堂”，分享企业家精神与企业创新。自2002年4月，北大国际MBA联合美国Fordham university等美国商学院历时10个月，为创维集团作了“产业优势与金融策略”的案例调研，并被美国各大商学院MBA教学引用。

制造总部2015内部讲师培训班顺利结业



本报讯(通讯员 黄瑶)为提升制造总部内部讲师授课水平，经向宝安区政府申请，由宝安区政府牵头、安科培训中心组织的创维数字制造总部内部讲师培训班于11月28日顺利结业。最终根据课程试讲结果等综合评选出20名优秀学员，且优秀学员可以继续参与到宝安区优秀讲师及优秀课件的评选。

内部讲师是企业内部知识传承不可或缺的重要力量，构建一支强大的内部讲师队伍对于企业的可持续发展具有重要意义。本次培训学员覆盖数字制造总部、无线生产部、汽车智能生产部等共计50余名学员，总课时为40小时，课程内容从培训需求调查、培训课程开发、培训教学方法、具体实施和评估反馈等环节系统讲解了内训师基本内容。其中，在培训实施环节针对公司讲师实际情况，一对一进行了课程开场白、试讲10分钟等实操演练。该环节除了讲师评分，还采用学员相互评分及建议评价，实操演练不仅加强了讲师间的沟通学习，也对现有课程的内容逻辑进行了完善。

在课程结业心得分享环节中，各讲师纷纷坦言：“在本次培训中收获很多，课程氛围很轻松，对自己课件制作存在的问题以及授课控场有了更多的认识，会努力将所学用于实践。”

超越梦想一起飞，百步穿杨SDBA



本报讯（通讯员 汪孟超）11月19日晚，2015年暨第八届“创维数字杯”篮球赛在深圳石岩工业园灯光篮球场落下帷幕，在当晚的比赛中自动化生产部经过40分钟的艰苦奋战以90比73战胜大厦职能队。职能队由公司常务副总裁张知亲自披挂上阵，带领职能队在攻防两端都有不俗表现，并且命中一记关键三分球，两队共同投进13个三分球，三分球得

分高达39分，命中率极高，堪比百步穿杨。自动化生产部的2号表现抢眼，全场里突外投，拿下32分，带领自动化生产部斩获本届比赛的总冠军，大厦职能队屈居亚军。

另一场比赛中供应链的27号雷春波砍下总得分54分中的27分，带领球队轻取研发队，取得本届比赛季军。女子组的比赛已于日前先期结束，精益生产部、自动化生产部、工



程部分别荣获女子组冠、亚、季军。

公司常务副总裁张知、副总裁兼制造总部总经理崔钟祺以及工会主席陈飞先生等领导出席比赛闭幕式，并为获奖球队颁奖。本届比赛男子组共18支球队参与争夺，历时45天，200多名运动健儿尽显风采，体现了“顽强拼搏，自强不息”的创维精神。



创维盒子联手搜狐视频 发布S1新品 共同抢占家庭入口

本报讯（通讯员 刘瑜）12月10日，创维搜狐盒子发布会在深圳成功举办。创维盒子联合搜狐视频、牌照方CIBN互联网电视以及京东微联，共同发布了电视盒子S1，并现场启动京东预售。S1的发布，也意味着创维盒子成为搜狐视频首次引入的智能家庭入口端的合作伙伴，四方将强强联手，优势互补，共同发力互联网电视，抢占家庭客厅入口。

创维数字：尊重家庭 优化体验

创维数字作为国内数字电视龙头企业，公司在产业链打造、产品研发、线上线下零售渠道整合、售后服务等各方面独俱优势。面对着市场上同类产品日益丰富的态势，创维互联网盒子在电商平台与零售领域销量依然领先。

创维数字零售产品事业部总经理王伟在会上强调，创维盒子的产品思路与运营服务，都是围绕家庭展开，从产品定义到线上线下销售再到售后服务，创维数字具备行业优势。得益于创维数字在机顶盒19年的深耕，创维数字打通和积累了行业垂直产业链的众多资源和技术，并通过大数据分析客厅消费的最终诉求。历时一年多，创维盒子在行业同质化现象日益泛滥之时通过强化产品的软硬设计不断优化体验，并和搜狐视频、京东微联、CIBN互联网电视强强联合，注重家庭娱乐体验和应用程序，推出创维搜狐S1盒子精品，为客厅带来更多的增值服务。

创维数字今年全面进军互联网业务，加快了抢占家庭互联网入口的步伐。前三季度创维互联网盒子销售业绩同比增长162.71%，产品更新迅速，通过线上京东、天猫等电商渠道以及线下20多家行业、连锁等渠道积极增长销量。目前在京东、天猫等电商平台的总销量跻身前三，有超过400万的用户数据，也成立了专业的团队进行云平台与大数据的服务运营，创维盒子的后续运营服务收入已成为一个新增长点。

搜狐视频：好内容要搭载在终端呈现给用户

作为国内最大的互联网综合服务提供商之一，搜狐视频布局互联网电视多年但从未涉及硬件，一直以来凭借自身丰厚的互联网入口及内容资源深受用户喜欢，本次发布会的主角创维搜狐S1盒子是搜狐视频首次参与的家庭入口硬件产品。

与会的搜狐视频家庭娱乐事业部总经理王泉峰表示，好的内容需要搭载在终端上呈现给用户，搜狐视频将以开放的心态与合作伙伴构建开放的生态，依托自身优质内容和强大平台的优势，携手创维盒子，为用户提供优质的客厅智能产品和精彩的视听娱乐体验。2016年，搜狐视频将在国产影视剧、海外影视剧、综艺、自制、自媒体等领域进行最大覆盖和独家精品占有。

据业界专家预计，创维盒子此次与搜狐视频的强强联合，通过CIBN互联网电视集成播控平台，集成了中国国际广播电视网络台和搜狐视频优质正版内容，拥有超200万小时正版授权的影视资源，S1盒子在发挥创维盒子智能终端优势的同时，也体现了搜狐在视频、音乐等内容端上的顶尖研发实力。

京东微联：通过S1盒子开启家庭智慧服务

如果说创维数字和搜狐视频的合作是硬件与内容的完美结合，那么京东微联则是创维搜狐S1盒子的点缀，京东微联是在京东智能家居的细分领域，致力于家庭智能设备的互联互通，此次与创维搜狐S1盒子的合作，通过OTT联网入口，在电视上可提供给用户完整的

家庭智慧服务。

京东智能微联商务产品总监张卫锋在会上表示，京东是开放平台，“我们做的是整个智能家居，未来希望电视盒子跟空调等产品互通，成为用户进入智能家居的重要入口，把其它智能家居产品的增值服务放在盒子上，通过电视大屏显现，而不是把一切服务都捆绑在手机上。”

在发布现场记者看到，此次联合发布的创维搜狐盒子S1在外观工艺、智能配置与操作体验上都令人惊喜。值得一提的是，这款新品设计上人性化地采用集线盖收纳设计，遥控器更是国内首家采用了WIFI direct直连技术，插上耳机就能独享杜比影院的声效体验需求。此款新品的经典版售价为299元，尊贵版为399元，已于12月10日当天在京东首发上市。

随着创维搜狐盒子S1的发布上市，以盒子为中心拓展的智能家电互联互通战略围绕家庭而展开。创维数字延续其19年机顶盒王者风范将最佳的软硬件体验带给用户，搜狐视频则以最丰厚的互联网入口及内容资源赋予S1盒子强大的灵魂，京东微联则作为一个桥梁以S1盒子为接口开启智能家居控制的新典范，加上CIBN互联网电视的合法播控，四方强强联合将掀起新一轮抢占客厅热潮。

创维搜狐盒子S1：客厅娱乐侠，拯救不开心！



12月10日，创维搜狐盒子发布会在深圳成功举办，创维数字联合搜狐视频、牌照方CIBN互联网电视以及京东微联，共同发布了电视盒子S1，并现场启动京东预售。

会上，创维数字零售产品事业部总经理王伟介绍，创维数字是一家非常低调、内敛和务实的公司，也是一家非常值得尊敬的公司，连续19年专注做机顶盒，成功于去年在A股上市，取得了全球第三、国内市场占有率连续八年第一的傲人业绩。

王伟从三个方面总结了创维数字所具备的优势：一是全球每10台机顶盒就有1台是创维数字出品，国内每5台机顶盒就有1台是创维数字出品，市场积累已经到了非常庞大的体量。第二从成本优势上讲，

以HDMI线为例，创维数字单次招标就是3000万条，相当于国内排名前三的HDMI线生产工厂一年的总产能之和还多，成本优势不言而喻。有了数量和成本优势，第三个也是最重要的，是品质。创维数字多年以来与国内绝大多数的有线运营商、宽带运营商以及互联网公司建立了战略合作伙伴关系，业务覆盖面达到90%以上，充分证明了公司优秀的品质和口碑。

作为国内数字电视龙头企业，创维数字在产业链打造、产品研发、线上线下零售渠道整合、售后服务等各方面独俱优势。近几年，公司全面进军互联网业务，“加码”面向消费者的OTT盒子业务。面对着市场上同类产品日益丰富的态势，创维互联网盒子在电商平台

与零售领域销量依然领先，与运营商机顶盒齐头并进。王伟在发布会上有感而发，创维盒子一开始就是站在巨人肩膀上的，更是代表零售产品事业部向公司负责海外销售的、负责国内有线运营商和宽带运营商的同事们“隔空”致敬。

王伟向参会人员阐述了创维盒子的产品思路与运营服务都是围绕家庭展开，除了在智能端上不断创新外，在内容上也持续注入新资源，力求做符合用户个性需求、承载丰富多样的内容和操作简单的终端，并且在持续提升用户体验和服务方面不断努力。因此S1盒子与国内最大的互联网综合服务提供商之一搜狐视频进行了强强合作，希望给用户带来家庭娱乐的全新体验，来拯救大家的“不开心”。

以圆为美 匠心之作

以圆为美，精心雕琢而成，历经1000多次打磨，每个角度的完美呈现，一份对完美的执着追求，一份对品质的精益求精。



在外观设计上，创维搜狐盒子S1盒子以圆为主题，其意在团圆、完美的吉祥之意，旨在全家人开开心心聚在一起分享家庭欢乐时光的设计理念。除此之外，S1盒子使用了光感黑、底部磨砂和胶垫，并使用了集线盖设计，一些网线和电源线可以收纳收纳在里面，可以防尘、防灰，让整个客厅更加的干净整洁。



S1盒子作为创维搜狐盒子的首款大作，采用了进口芯片Amlogic S812，配备了4核CPU和8核GPU，用安兔兔评测工具的跑分，高达3万两千分。支持双频WiFi，保证网络稳定与观影的绝对流畅。采用杜比5.1声道音频输出，支持4K超高清视频和H.265硬解，在不改变视频清晰度下节省多至50%带宽，在低速网络下也能流畅观看高清视频。



作为搜狐视频首款进军家庭客厅娱乐的智能终端，S1盒子通过CIBN互联网电视集成播控平台，集成了中国国际广播电视网络台和搜狐视频优质正版内容，内容上令人非常惊喜，拥有超200万小时正版授权的影视资源，高清大片、热

播电视剧、热门综艺、动漫、体育赛事、经典纪录片想看就看。搜狐视频强势的美剧库存令广大“美剧迷”大饱眼福，老剧更新、新生美剧、美国综艺纷纷呈现；还有《屌丝男士》、《极品女士》、《大鹏嘚吧嘚》等开心自制剧乐享不停。



创维搜狐盒子S1采用十字花交互架构的UI设计，用户操作体验清新便捷，还有国际上著名的互联网电影资料库IMDB的评分实时更新，让看电视再也不会会有选择的烦恼了。



作为与盒子交互最多的遥控器，S1盒子的遥控器被誉为可以“自由行走”的遥控器，精简12键操控，全球首款采用了wifi direct，其数据传输是蓝牙和2.4G以上，可以做到音频数据的无损输出，可以做到360度、大范围无死角；除了按键操控外，还与科大讯飞合作，支持语音遥控，语音录制和传输时采用了4倍于MP3的高保真音质，识别更轻易。小编试过，方言听起来完全没压力。最贴心的设计是S1的遥控器可以插耳机，用家里3.5毫米的耳机可以直接插在上面，不打扰他人，独享一个人的杜比影院。



可以说，S1盒子是创维联合搜狐共同打造的诚意之作，已于12月10日16:00在京东首发两款，经典版299元，尊贵版399元，购买即赠搜狐视频VIP季卡，前1000名好评晒单用户赠送价值360元的搜狐视频会员卡，感兴趣的朋友可以通过京东了解购买。



坚持廉洁自律 反腐警钟长鸣

创维数字股份有限公司 总裁：施驰

“律已廉为首，立世德在先”，廉洁自律自古以来就是中华民族所推崇的操守。在我们的现实生活中，很多人在思想上产生侥幸心理甚至危险的念头，从小吃小喝、小拿小收开始，一发不可收拾，走上贪污腐败的不归路。每个公司都有自己的铁律，对数字公司来讲这与偷窃行为一样，于情、于法、于道德都是不能容忍的。一旦触犯了公司明令禁止的“高压线”，必是严厉追究，坚决打击，绝不手软，依照法律程序送交司法机关办理。

人生在世不过短短数十年，每个人都希望自己的短暂一生能有所为。随着社会信用评估机制的日益成熟，人们也会愈加重视在行业中的信誉，有腐败等污点的人将遭遇信誉危机及就业的门槛，形象与威信从此一落千丈，职业生涯也势必受到严重的影响毁于一旦。试想，一时的虚荣与一世的孤寂，孰重孰轻，如何抉择自在人心。

近年来，数字公司乃至整个创维集团、党政及各行各业都在不约而同齐反腐，这是一种良性的健康发展，只有内部的问题解决好了，才更好的促进企业的长久发展。同时也希望各级干部带头引领全体员工树立正确的正三观，遵纪守法，避免有犯错的机会！



数字公司预防职务犯罪之“道”

文 / 人力资源部整理

如果说把企业比作一棵参天大树，那么如何才能保证大树健康成长呢？惩治腐败、预防职务犯罪就是从根源上消灭“害虫”，维持大树健康生机的最有效手段之一。那么，数字公司是如何在预防职务犯罪方面下功夫，保持公司的健康活性呢？笔者作为公司负责处理员工关系岗位的一员，亲身参与处理公司几起利用工作职务之便的违法、违纪事件，对数字公司预防职务犯罪的手段和方式有比较深刻的理解和体会，希望通过此文引起数字公司全体同事对职务犯罪的重视，在公司内部提倡并建立起遵纪守法、严于律己的行为准则。

所谓职务犯罪在数字公司定义和理解主要是指《中华人民共和国刑法》所规定的职务侵占罪、挪用资金罪以及非国家工作人员受贿罪三类犯罪形态，数字公司《员工手册》也针对职务犯罪有明确的描述和说明，具体包括：
1.收受受贿，利用职务之便获取不正当利益的；
2.弄虚作假，营私舞弊，给公司利益造成损害的；
3.违反公司保密制度，泄露公司商业机密的；
4.违反国家法律法规，构成犯罪，依法被追究刑事责任的。

以上的情形都属于数字公司明令禁止之高压线，一经触犯，必有严厉的追究。公司对职务犯罪的打击不遗余力，但是为什么有了如此明确的规定，职务犯罪的案件还是时有发生呢？说白了还是极其个别员工在金钱和物质利益的诱惑下，忘记了身上的权利是公司赋予的，抱着侥幸心理，不惜以身试法，铤而走险。

数字公司对职务犯罪的处理是抱着“惩前毖后，治病救人”的态度，希望员工能约束自己的职务行为，主动预防犯罪。而这在一些不自觉的员工看来却是略显“仁慈”，殊不知

“人在做，天在看”，对违反公司高压线，违反法律的行为，都是坚决打击，绝不手软的。那么，数字公司是如何预防数字公司内部职务犯罪呢？

让权力受到监督

首先，数字公司建立起了监督的渠道。从2013年起，公司就建立起了人力资源部沟通渠道，无论是员工、管理者，甚至供应商、客户，随时都可以通过人力资源部的提供的渠道，包括总裁信箱、电子邮箱等平台，进行投诉、举报。其次，监督的组织和机制必须树立，公司在规范运作流程和组织架构设置时，要充分考虑到权力分配的制衡机制，尤其是采购、品控等岗位，管理者有意识地通过各种方式防止权力过度集中。第三，监督的硬件必须到位，如在仓库、大门等地方布设摄像头等监控系统，并设专人进行管理。

让制度受到尊重

公司的规章制度就是公司的“铁律”，尤其是高压线，绝对不容许有丝毫触犯。法治化的国家腐败很少，同样制度化的公司，腐败也很难有生存空间。数字公司也在此方面，持续改进，对可能被钻空子的流程（原料进出仓、议价定价）等反复研究，防止不法分子有机可乘，并用制度流程的方式规定下来，尽可能做到标准化，不留灰色地带。对于容易发生腐败的岗位、部门，必须坚决实施任职回避制度。同时，对于制度的执行应该重视，须知多次违反制度就容易违法，严重违法就是犯罪，因此制度是否得到执行非常关键。

让员工受到教育

一些员工对职务侵占、受贿等触犯刑法的行为及后果缺乏认识，在过往案例中甚至发现有的员工认为只要把赃物退回公司就可以免于被追究刑事责任。因此，数字公司也持续开展预防职务犯罪教育，告诉大家什么是对的、什么是错

的，让员工对违法犯罪的后果有充分的认识。不断地给员工予以普法宣传，数字公司每年都有邀请南山区或市一级检察院检察官到公司内部来进行普法宣传，围绕职务侵占、非国家工作人员受贿、侵犯商业秘密等违法行为，通过典型真实案例、图片教育引导员工警醒自我，树立良好职业操守。

让不法分子受到惩治

教育员工何为对何为错，这是“疏”，让违法成本远高于违法收益，对于敢向公司伸黑手者，必须严厉打击，依法处罚，决不姑息和迁就，杜绝员工腐败的侥幸心理，让人感到越“雷池”得不偿失，这是“堵”。疏堵结合，公司才能做到在制度面前人人平等，才能让反腐工作落到实处。

让社会给予评价

每个公司都希望自己的员工有良好的职业道德和没有污点的从业经历，因此，随着社会信用评估机制的日益成熟，员工会愈加重视在行业中的信誉。从这个角度而言，数字公司应当重视建立员工和经理人的职业档案，以及背景调查，通过这些工作，使有腐败等污点的人遭遇信誉危机及就业的门槛，使有良好职业操守的人更加受欢迎，间接强化员工廉洁从业的意识。

最后总结一句，数字公司预防职务犯罪的任重而道远，职务犯罪预防大于救治，数字公司建立起良好的预防职务犯罪机制，挽救的不仅是公司的利益，更是那些可能失足的员工的人生，甚至是一个完整的家庭。

附：数字公司沟通渠道
专线：+86-755-86024275
邮箱：szhr@skyworth.com
总裁信箱：位于14楼办公区部门口

严厉查处贪腐 深挖企业蛀虫

文 / 摘自创维集团《法治时代》

近几年来，党和政府采取雷霆之势打击贪腐，揪出了一个“老虎”，取得了巨大的成绩，掀起了一波又一波反腐浪潮。虽然不能与党政府“打老虎”相提并论，但是集团在查处贪腐的态度上一贯是坚决的，“老虎”“苍蝇”一起打，对贪腐行为零容忍。

2014年8月，营销总部企划科原经理谈某涉嫌非国家工作人员受贿，集团法律部根据掌握的证据材料向公安机关报案，一举将谈某拿下。目前，谈某涉嫌非国家工作人员受贿案已审理终结，法律根据谈某的犯罪事实、数额等依法判处谈某6年有期徒刑，没收其违法所得。这是集团近年来在采购领域挖出的又一条蛀虫。

为维护集团资产安全和诚信价值观，在集团领导支持下，集团法律部对侵犯公司资料的违法犯罪行为始终保持一种高压打击态势，犯罪嫌疑人无明不生活在高压之下。去年的平安夜，对两各犯罪嫌疑人来说过的并不平安；营销总部前员工黄某清，因涉嫌非国家工作人员受贿，当时在江苏某地被抓获；福州办业务员王某勇，因涉嫌职务侵占被公安机关刑拘。“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。

贪污受贿，是国家工作人员的贪腐行为，深恶痛绝，人人喊打，“打虎记”不断掀起围观热潮，反映了“打虎”“拍蝇”深得民心。同样，非国家工作人员“贪污受贿”也是不能容忍的。

职务侵占、非国家工作人员受贿，就是企业里的“贪污受贿”，行业人是企业蛀虫，不断的吞噬着大家的劳动成果，如果放任之，企业走向灭亡必不是危言耸听。

对非国家工作人员受贿，大家可能还有一些疑问，下面简单介绍一下。
非国家工作人员受贿，从构词法上可以看出，它在客观

表现上和受贿罪是一致的，都是“利用职务上的便利，索取他人财物或者非法收受他人财物，为他人谋取利益，数额较大的行业”。它和受贿罪最大的区别是主体身份不同。同样的行业，国家工作人员触犯是“受贿罪”，公司企业或者其他单位的工作人员触犯是“非国家工作人员受贿罪”。前面提到的谈某，触犯的就是此罪名。

那么，它的危害性呢？毫不夸张的说，非国家工作人员受贿的危害性比职务侵占的危害性更大！

我们举谈某案的一个细节：谈某所在科室采购“4K级清画架”产品，之前集团某办事处曾委托当地广告公司制作类以产品70套，单价300元；TCL也采购过类似产品，材质为铁质，单价286元。然后谈某所在科室的采购价却分别是885元（第一批500套）、800元（第二批，2500套），664元（第三批，6500套）。价格为什么这么高？我们从产品招标书上发现，当时要求供应商以“进口橡胶木”为材质来制作该画架，画架是否需要该材质我们不做评论，但从法律部后来委托有关机关鉴定显示，所购画架根本就不是“橡胶木”，更遑论“进口”之说。该采购项目的供应商都对谈某有过利益输送，利益轮受的资金从哪里来的？显然，供应商也不会自掏腰包，仅此一例，公司就多支付出去400万左右。这还只是冰山一角，谈某为已私利中饱私囊，给公司造成的损失却大难以计算！

不知道大家对研究院焦某某、多媒体刘某某还有没有印象，两人同样触犯了上述罪名。焦某某掌所致供应部中某项物料验收的大权，给他好处的，不合格也是合格，不给他好处的，合格也是不合格，真应了那句老话“说你行你就行，不行也行；说你不行就不行，行也不行”；而多媒体刘某某因收受好处，将一些根本就不符合聘用条件的毕业生招录为企业员工。试想一下，这样的物料、这们的员会会给企业的产品质

量、用工质量带来何等影响？最终会给企业带来何等影响？焦某某、刘某某收受受贿数额是有限的，但给公司造成的损失是难以估量的！

反观在供应商糖衣炮弹面前倒下的谈某、焦某某、刘某某，均是部门领导、骨干，在所在领域都能够独当一面，都正处在事业的高峰期，人生的黄金阶段，却国为一点蝇头小利葬送了自己的前程。家人、朋友为其惋惜，公司损失同样巨大，且不说之前的辛苦培养（三人均是通过校招由企业一步步培养起来的），他们所在岗位的作用也是难以替代的。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。

“让腐败分子在政治上身败名裂，经济上倾家荡产，心理上后悔莫及”，这是党的声音，相信也会变成企业的声音。高举反腐大旗，深挖企业蛀虫，让贪腐者无处可藏！



案例警示

案例一

案情简介：吴某利用在数字公司从事物料员岗位的职务之便，于2011年11月至12月期间，采用涂改领料单的方式，从公司仓库中领走集成电路40000片、锡丝100卷，并将这些物料低价变卖。变卖所得赃款后被吴某全部挥霍，给公司造成了21万多元的损失。法网恢恢，疏而不漏，2011年3月吴某被公安机关抓捕，并最终被判判处有期徒刑二年三个月。

法条链接：《中华人民共和国刑法》第二百七十一条规定：公司、企业或者其他单位的人员，利用职务上的便利，将本单位财物非法占为己有，数额较大的，处五年以下有期徒刑或者拘役；数额巨大的，处五年以上有期徒刑，可以并处没收财产。

案件警示：吴某利用职务便利，采用私自涂改领料单的方式，将公司财物非法占为己有，给公司造成大额损失的行为，已经触犯了刑法，属于犯罪行为，按照我国《刑法》的规定，已构成职务侵占罪。吴某被判刑后，虽表示自己涉事不深，愿意悔改，但法网无情，悔之已晚。吴某在贪念的驱使下，违反了公司的管理制度，也违背了基本的职业道德操守，给公司带来损失的同时，也给自己的大好人生留下了污点。这个案例也警醒大家，无论在什么岗位，都应严格遵守公司管理规范，秉持职业道德操守，在诱惑面前，“莫伸手、伸手必被捉”。

案例二

案情简介：张某原为数字公司制造总部的仓库组长，王某为叉车司机。两人在2011年4月密谋盗取仓库的电视机顶盒芯片。某天凌晨1点左右，张某利用仓库上班之际，将机顶盒winbond w9864G6JH的10100个芯片（价值人民币29869元）搬运出来，由王某藏于叉车之中，以外出加油为由将芯片偷运出工业园。在将芯片运到工业园外的加油站后，张某将芯片交给亲戚宁某，让他携带回住处帮忙藏匿。事后，张某联系买家，将该片芯片以人民币16700的价格卖掉，并与王某平分赃款。

2011年10月的一天凌晨1点，张某、王某采用同样的手法盗得仓库内33900个ALI M3329-C1B等型号的机顶盒芯片（价值人民币170130元），藏于宁某住处。事后，张某联系买家，将该批芯片以人民币53700元的价格卖掉，再次与王某平分赃款。

2011年11月6日，迫于公司追查的压力，张某与王某到河南郑州公安分局投案。案发后，由两人家属代为向公司归还赃款156426元。案件经法院审判后，张某、王某构成职务侵占罪，均被判判处有期徒刑六个月，宁某构成隐瞒、掩饰犯罪所得罪，被判处有期徒刑六个月，缓刑一年，并处罚金一千元。

法条链接：《中华人民共和国刑法》第二百七十一条规定：公司、企业或者其他单位的人员，利用职务上的便利，将本单位财物非法占为己有，数额较大的，处五年以下有期徒刑或者拘

役；数额巨大的，处五年以上有期徒刑，可以并处没收财产。《中华人民共和国刑法》第三百一十二条规定：明知是犯罪所得及其产生的收益而予以窝藏、转移、收购、代为销售或者以其他方法掩饰、隐瞒的，处三年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处罚金；情节严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

案件启示：张某、王某利用职务之便，以监守自盗的方式，侵占公司财产，给公司造成了损失，两人的行为均已构成职务侵占罪。宁某明知是他犯罪所得的赃物而予以窝藏，其行业构成掩饰、隐瞒犯罪所得罪。张某身处重要管理岗位，没能尽到应有的管理义务，反而利用管理便利，与王某互相勾结，恣意侵占公司财物，最终与王某一起作茧自缚，身陷囹圄，同时也害了自己的亲属。所幸二人能够主动投案，并向公司退还了部分赃款，在一定程度上挽回了公司的损失，也减少了司法资源的浪费。

后记：以上只是冰山一角，近些年来公司依然会有员工经不住诱惑，不断出现类似事件。公司对此也绝不手软，一经查处发现将立即送交司法机关立案办理。还有那些肇事者处于司法机关的追捕在逃中，最终以司法机关的判决结果为准。望各位同事引以为戒，警钟时刻长鸣、遵纪守法，培养严以律己的行为准则。

互联网巨头集体向腐败宣战，腾讯前高管因受贿落马

文/来源：互联网

近日，国内互联网行业“反腐”工作再次取得重大进展。腾讯公司通报称，其网媒和视频业务部分人员涉嫌利用职权贪污受贿，严重违法“高压线”原则并涉嫌违法。目前公司正配合司法机关调查，已有数人被警方拘留，包括已离职员工。

无独有偶，在不到三个月的时间内，阿里巴巴、百度、360相继宣布对内部腐败动手。阿里巴巴以一封公开信高调向“腐败”宣战，公布了一批试图行贿的店铺，并对涉事员工做出处理。上个月，百度则主动通过内部邮件披露称，7名员工涉嫌职务侵占与商业受贿而遭调查，360随后也宣布两名员工因内部腐败被移送司法机关。

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。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。只有正视内部问题，才能杜绝滋生腐败的土壤，推动整个互联网行业的健康发展。

事实上，对内部腐败问题的重视和惩治，似乎成了整个中国互联网行业今年的主旋律。

在各家互联网巨头看来，随着整个行业的业绩增长、话语权提升的同时，除了追求财报的飘红外，对企业内部良性生态环境和行为制度的整治与巩固，已成了摆在眼前的一个重要问题。

腾讯方面曾多次表示，高压线是腾讯文化和价值观所不能容忍的行为界线。“长期以来，公司已经形成了正直的工作环境，绝大部分员工保持积极阳光的工作态度，并用自身的行动坚守腾讯文化，传递正能量。但仍有极少数人触犯腾讯高压线，甚至触犯法律，损害了公司的形象和利益，伤害了客户及合作伙伴对腾讯的信任。”腾讯方面称，公司设有专门的反舞弊团队进行监督，对此绝不姑息。

而阿里巴巴从2011年CEO卫哲因公司“欺诈门”引咎辞职以来，也一致在与腐败斗争。2012年，聚利算原总经理阎利珉因涉嫌非国家工作人员受贿罪被杭州警方刑事拘留，被判入狱7年。2014年，阿里集团人力资源部副总裁则因受贿被判刑。

百度近年来也有多次反腐行动。2012年8月，百度

内部通报4起案件，涉及社区搜索部、公共事务部、知识搜索产品市场部等三个部门，主要牵扯到这些部门的个别员工私下与外部人员勾结收费删帖。2014年11月，百度内部邮件披露，原百度游戏事业部总经理廖俊、搜索资源合作部负责人王庆伟等多位高管因涉嫌商业受贿或职务侵占而落马。

“如果公司怀疑你偷了10万块钱，就算花1000万调查取证，也要把你给查出来。”京东董事长刘强东坚决表示，对腐败行为应当零容忍。

业内人士则认为，在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。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。只有正视内部问题，才能杜绝滋生腐败的土壤，推动整个互联网行业的健康发展。

电商运营 六板斧

文/产品运营部 王敦

国内电商从无到有，发展至今已差不多13年了，期间兴起了一大批红极一时的电商公司，同时也引领着广大国民消费习惯的改变。如今，线上销售渠道成交额的持续增长，不断挤压着线下销售，在这巨变之下，有的企业墨守成规固步自封，已然被淹没在历史洪流中；有的企业则乘着电商的快车成为时代骄子。终于，人们有了共识：不搞电商，就会被电伤，而搞电商的姿势不正确，也会被电伤。如何做电商，可谓仁者见仁智者见智，行业不同，相应的电商之路也不尽相同。

结合在数字公司电商团队里所学和在京东平台的实操经验，笔者谈谈自己做电商运营的六点心得，既有虚言也有干货，偏颇之处敬请海涵。



知己知彼，百战不殆

网络盒子作为智能家居客厅的一个重要组成部分，未来的发展可谓一片蓝海，但无论是淘宝平台还是京东平台，类目下品牌之多也让竞争变得异常激烈，硬件配置越做越高，价格战也越打越烈。业内高手如华为荣耀、小米盒子、海美迪、天猫魔盒，英菲克、开博尔等，皆有其独到之处，身处其中，如何才能不被抛在其后？曰：知己知彼方能不败。

“知己”，即是要求我们电商人员对自己产品要了解透彻，而且不光是产品，还有和产品相关的数据也要知晓。最基本的，我们要对每个线上在售产品的配置、使用方法、实时促销信息、主要客户群体等了解清楚，客服人员才能对客户最基本的问题，运营人员才能制定合理的转化方案，推广人员才能更高效地引入流量。

更深一层，我们的产品销量、日均流量及转化率、广告曝光量、点击率、库存状态、生产周期、退货率等数据，我们也需要知晓并进行分析整理，才能合理地选择活动商品，实时调整推广方案，打造爆款，并且及时反馈产品研发部门，不断优化产品的用户体验。

“知彼”，则是要求我们电商人员对竞争对手的产品要了解透彻。运营人员每日跟踪竞品的行业类目排名，从产品配置、商品详情页、促销手段、价格、评价、广告投放、平台资源等各个维度，与自己的产品进行横向对比，并且放在一个适当长的时间区间里，观测其销量排名的变化，来分析哪些做法值得借鉴，哪些做法应该避免，哪些推广位置值得争取，哪些产品卖点值得放大等。

针对竞品的追踪总能告诉我们怎样更好地扬长避短。



百家争鸣，百花齐放

国内电商发展十余年，逐步形成了较稳定的格局，线上流量近一半在淘宝系，近三成在京东，剩下两成有余其他平台共分之。但随着京东腾讯联盟、苏宁阿里结盟，将来电商格局怎样，如今尚未可知。智能家居行业方兴未艾，前途一片光明，创维盒子电商之路刚刚起步，需要全面开花，积极拓宽电商销售渠道，则是目前电商部门的一大战略。对于网络盒子这一类

目，很多电商平台其实没有京东和淘宝系那样竞争激烈，这类的平台，越早进入于我们越有利，在蓝海时期尽快构筑销售壁垒，待日后更多竞争者涌入时，才好从容应对。上述的平台有：苏宁易购、卓越亚马逊、一号店等。



攻心为上

电商与传统线下销售不同，运营人员不会直接面对顾客，凭借自己的语言和个人魅力来说服顾客购买自己的产品。电商主要依托商品详情页促成客户成交，所以如何组织产品详情页至关重要。

结合本人在数字公司电商部门的所学所感以及平时的积累，我总结了以下几点：

1. 确定受众群体

在动手策划详情页文案之前，我们需要了解所处电商平台的主流购物人群，他们对我们产品的了解程度，这样才能有的放矢。有一个真实发生在工作中的例子，以前我们的京东产品详情页是以突出产品的技术指标、硬件配置为主的，这些数据引人注目，想必可以获得顾客青睐，促成顾客下单。但事实是在大量同质化的商品面前，并没有多少顾客愿意下单，甚至顾客在售前咨询和售后评价时也鲜少提及这些专业性的问题，反而用户提出的问题更多是针对产品最基本的功能及使用的。

最后我们不得不调整策略，详情页的重点转向了盒子能做什么这个点，转化率才开始上升。这就是确定受众群体的作用：京东的消费者大多是对盒子本身不甚了解的，而非那些对配置非常敏感发烧友，因此需要有相应区别对待。

2. 触发用户需求

每个人都有这样那样的需求，但不是每个人都明确自己有什么样的需求，这些需求经年累月潜伏在潜意识中，等待被唤醒。唤醒顾客的需求、触发顾客的购物冲动是我们详情页的重要使命。

为达成这一使命，我们要创造完美的购物环境。根据产品和受众人群的特点，塑造针对性的购物情景是非常必要的。比如网络盒子，本质上解决的是看电视的问题，所以我们可以借助各种电视场景来使顾客产生联想。

同时，我们的详情页通过商品标题、周到的售前指引、合理的版面设计、富有感情色彩的用词，完美地将我们产品的应用场景、品牌形象、产品的细节呈现给顾客，塑造出一种非常具有亲和力的购买环境，这十分有利于触发客户的购买需求。

3. 滑梯效应

商品详情页是促成顾客下单的重要一环，但并不是每一个到达商品详情页的顾客都会选择下单，原因很简单，他对我们的详情页缺少兴趣或者压根没有看。所以如果我们的详情页能够足够有趣让顾客看完，那么我们的成交几率便会增长很多。

其实这个逻辑是借鉴了邮件直销文案的概念，当顾客到达我们的商品详情页时，就好比一个顾客收到了一份直销广告。只有顾客观看了我们详情页中的大部分内容，才能算是合格的客流量，如果顾客拿到直销广告直接丢进了垃圾桶，那么显然这个顾客和我们是擦肩而过了。那么我们怎样编辑文案才能让顾客耐

着性子看完呢？答案就是制造滑梯效应。

制造滑梯效应的关键在于详情页的前1/4篇幅，我们务必要利用好这有限的篇幅，抓住顾客的眼球，然后通过种种方法让顾客按照我们的设想看下去。如果顾客肯花时间浏览我们商品详情页的前1/4篇幅，那么他就有80%的概率看完整个详情页了。

怎样制造滑梯效应呢？

详情页开头必须使人印象深刻，让顾客去看下一屏的内容，同样，下一屏的内容也是为了让顾客再去看下一屏的内容。我们每做一屏页面时，目的之一就是吸引顾客去看下一屏。

我们可以通过抛出与顾客生活息息相关的问题，然后以回答的方式让顾客一步步看下去，当文案开头一个有力的问题抛出之后，顾客会往下寻找答案，而我们不仅回答的合乎他心意，同时进一步又抛出一个问题，然后接着再次完美的回答了这个问题，循环往复中，顾客会与我们产生一种共鸣和互动，一旦开始便完全停不下来，一直看到结尾。

4. 推销概念，而不只是产品

电商销售虽然不用直面消费者，但其零售本质和线下销售是一致的。将产品融入到概念中去，往往能使人们对产品印象更深刻，直指内心，这十分有利于销售转化。尤其是目前商品同质化严重的大环境下，能为产品找出一个宣传的噱头，往往事半功倍。

寻找概念需要对产品本质有透彻的了解。举个例子，曾经有人在推销烟雾探测器时，只是提炼出了一个“鼻子”的概念，一个在天花板嗅空气的鼻子，十分形象的将产品的本质呈现了出来，人们对产品的理解也一目了然了。同样的，网络盒子的概念是什么，网络盒子可比烟雾探测器复杂多了，我们甚至可以为盒子的每一个用途提炼一个概念，比如说是客厅私人影院或者客厅游戏机等。



天时、地利、人和

电商运营如同打仗，也讲究天时地利人和。

天时，即是按时间节点合理制定长期运营计划和短期运营计划。比如京东上半年最大的活动在618，那么就要合理的制定各个机型的销量目标，以配合6月的京东大促，促使我们的商品排名和销量能够赢得更有利的资源位置和得到更多的曝光，打造上半年销售的高峰。

地利，即是了解平台内外可以利用的流量资源。不同的流量入口往往针对不同的受众群体，所以各个渠道的广告文案也各有侧重。在日常销售中，针对不同的产品和广告位，引入优质精准的流量，提高单品销售。促销活动时，指定合理的推广方案，可以使活动的效果最大化，打造一段时间内的销售小高潮。

人和，即是建设一个高效运作的团队。电商运营、设计师、客服、产品运营能紧密配合，信息共享，才能及时调动内部可以利用的资源，在单位时间内产出更大的价值。比如电商运营在策划活动方案时，需要积极与产品运营的同事协调，打通销售和运营；再比如，运营如何将自己的想法传递给设计师，这也需要长时间的

磨合与相互了解；每个时期的促销活动内容是否及时同步到客服，这直接关系到客服的询单转化率；而客服和运营人员在销售过程中收集的大量顾客评论，可以反馈给产品运营的同事，后续持续优化我们的产品，提升产品竞争力。

常言道天时不如地利，地利不如人和，而在电商的世界，天时地利人和缺一不可。



体验为王

电商不仅仅是做新客户的生意，因为评价机制的存在，除去产品本身之外，购物体验也和销售本身息息相关，很大程度上，它体现了一个品牌对待消费者的态度。再者，电商销售的很大一部分来自于老客户和熟人的口碑传播，这一点在商品评价中也有大量体现。所以，购物体验很重要，在每卖出一件商品之前，我们应该设身处地的为顾客考虑：

1. 客户的电视是否可以使用我们的盒子？
2. 客户在购买时可以享受哪些优惠？
3. 客户在使用期间可能遇到的问题及其解决方案，购买后怎样与我们联系？
4. 制定人性化的售后退换货及补偿方案。

只有我们的运营人员、客服人员，站在自己也是一个消费者的角度去思考问题时，我们才能真正地做好用户的购物体验。而用户在购买我们的商品之后，才会尽可能少的避免使用不当造成的误解，才能更少给出差评，更多给出好评。比如因为家里的电视与盒子不匹配或者网络差导致收看视频卡顿，顾客最终选择退货了，但是只要顾客在整个购物过程中，感受到了商家的用心和诚意，他还是会评价时给出好评，他可能会称赞产品的美观、商家服务贴心，但最后因为自己家里电视太老或者带宽太低，不得已退货。

民间有句老话，买卖不成仁义在，相信任何一个顾客感受到我们的优质服务后，他碰到他的朋友一定会推荐我们的产品，从而对我们的品牌起到口碑传播的效果。



广交豪杰

任何一个事物的发展都是趋于包容的，除了直营外，电商部门还在积极寻求分销渠道。分销商在一定程度上可以扩大创维盒子品牌的影响力，同时可以对我们线上销售有一定的促进作用。目前网上分销才处于起步阶段，相信在电商部小伙伴们共同努力下，随着线上销售业绩的提升，会有越来越多的分销商加入创维盒子的阵营，进一步扩大品牌在行业的影响力。

最后引用毛主席的一句诗“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”。

年华似水，岁月如歌

文/中国区营销中心 杨琴 整理

踏着中国有线电视数字化整转的春风，创维数字公司由名不见经传的小公司成长为年度销售额近35亿的机顶盒龙头企业。2014-2015年度，我们更以高达25%的市场份额，延续了8年国内销售第一的奇迹。截至目前共为全国400余家有线电视运营商批量提供机顶盒，成为中国机顶盒最主要的供应商。

勇争第一，是我们的梦想、目标和荣誉，更是我们的责任。团队制胜、高速高效是我们夺取市场的法宝。

在中国区，每一个团队成员都充满狼性，尽自己最大的努力，敏锐的发现市场、发现机会，无所畏惧、不计个人得失，在抢夺中国机顶盒市场的过程中，像狼一

样的去战斗，才能赢得尊重和尊严。

我们的销售和技术支持团队是同行业最精英的团队，他们的睿智、严谨、勤奋、进取使我们赢得了又一个又一个订单。可以骄傲的说，我们是一支高效率的队伍，是一个团结的集体，是一群富于创新的人。这些年，中国区营销中心的同事们，几乎没有人休过年假、婚假、产假，无数个节日与周末，都是与客户一起度过……

2014年，120次投标，1300个订单。

2015年已经过去的10个月中，93次投标，1500个订单。

95%以上)，15年预计十五万台左右。

项目发展的里程看上去简单明了，推动其发展的过程无不艰辛。13-14年推动高清全省测试，每次测试一款盒子都要将全省地州跑一遍，每次大约要两个月的时间，这两个月就是坐着大巴，绕着盘山公路在各个地州之间穿梭，行程几千公里，经常坐车很晚才到目的地，有些时候甚至在大巴车上过夜。但是再苦再累也得坚持，没有一点一点付出，项目就不会一天比一天稳固，付出的越多，优势才会越明显，别人才会在项目才越难挑战你。

她和他一直默默坚守！她守着家，他守着项目。

一个总在外出差的男人，背后一定有一个强大的女人，她就是她老婆。

2013年1月第一个孩子出生，他因为省网投标定版测试无法陪在她身边。

2014年6月，孩子二级重度烫伤，她在医院陪护近十天，他因为昆广的事情紧急，没有找领导请假回去。

2015年1月，她怀着二胎还带着孩子在出租房高烧

平均一个项目600页的投标书中都凝聚了所有同事的无数个通宵达旦，如果把我们的标书摞起来有近30层楼那么高。

平均一个助理每月跟进近80个订单与合同，每天工作超过12小时。

一年365天，平均出差218天，航旅纵横显示总飞行里程60000多公里，赤道长度的1.5倍。

一年365天，我们的市场支持团队几乎没有周末和节假日。

愿有岁月可回首，且以深情共成长。

三天不退，无法正常行走，最后她实在无法坚持，让他赶紧回来，检测结果是急性肾炎，住院一周。

2015年4月第二个孩子出生，他基本没有时间帮忙带孩子，两个孩子都是她一个人在照顾，半年体重瘦了20多斤。

她就是这样一个人，一个人可以扛起一个家。在家里，她替他尽了一份当爸爸的责任，她也替他尽了一份做儿子的义务。她偶尔也抱怨他总不在家，什么事情都得靠自己，但她总是刀子嘴豆腐心，最后她都是原谅他了。为了两个孩子，为了一个家，她比他付出的要多得多。

他就是这样一个男人，一个人外养着一个家。因为工作的关系，他无法顾家，只能将家全部托付给她。在项目上，他将工作当做自己家的事来做，因为只有工作做好了，对家庭才有一个好交代。他轻易不离开项目，尽一切可能将项目做好，为了自己的家，为了公司在云南的市场，再多的付出和努力都是值得的。

路。好在是我们每个人的背后，都有一个团队在奋力支持，从未陷我们于囹圄之中，如若不然，恐怕也只会半途而废。

多年的经历，告诉自己，成功和努力一定是成正比的。今天的奋斗，换取的一定是明天的收获，脚踏实地的向前，把刻骨铭心的回忆留给未来的自己。有那么一天，回首往事，再次体验一遍内心的五味杂陈，自己给自己讲讲自己的故事，感动了，那就说明真的成功了。

时针滴答，看着眼前的明日工作表，新的一天又要开始了。告诉自己，心中有目标，身上有动力，做一个打不死的奥特曼！

夜，却不安静，窗外还车水马龙，街角摊贩的音响突然想起，盗版DVD夹杂着奇怪的声音冲破层层阻隔，歌声传入耳畔。蓦地，触痛心扉，泪流两行，因为那首歌叫《回家真好》。

重负的顺畅感，在一次又一次的复查和修改中，我们的标书做的越来越完美，对项目的成功拿下越来越有信心！终于我们以第一名的优异成绩顺利中标。

每一次中国区的成功，背后都有着很多人的支持，兴许曾有所顾忌、兴许曾有些筋疲力尽，但当属于你的团队出现的那一刻，你不是一个人在战斗，因为你的身后有着一群拥有共同理想共同奋斗的队友，他们才是你最好的依靠。

我们不进则退。巨大的市场机会，给我们激情和梦想的同时，更多的是挑战，相信在我们团队的团结协作、不忘初心、一如既往的努力下，一定把创维数字我们共同的事业推向新的高峰。

从头狼的召唤，这个狼群的理想便是我们为之付出的起点，因为付出没有终点。感谢一直站在幕后给予中国区无限支持的领导们，感谢一直在中国区攻坚战中前赴后继的前辈和战友，感谢一直默默承受着一切压力还欣然支持我们的家人。

机顶盒行业的竞争愈演愈烈，竞争对手虎视眈眈，



方光浴【耐得住寂寞，扛得住压力，踏遍七彩云南各个地州广电的产品部铁汉】

既然无法选择项目、那么只能努力去改变它，让它变强！

2011年7月份接手云南项目，当时公司在云南只有昆广项目，省网基本上是空白，且昆广项目没

有了前几年的出货高峰期，加上华为和Moto的竞争，出货量也萎缩的很厉害。为了改变现状，寻找新的增长点，项目组采取抓住昆广，突破省网的方针。经过四年的发展，省网项目从11年尝试投标阶段，到12年小批量出货一万台，再到13年出货十万台左右，最后是14年的三十万左右（15年预计二十万以上）。昆广项目也从11年三家供货，每年大约五万台，到目前独家供货（占



李成师【不论对生活还是对工作，高大威武的体型掩盖不了他细致缜密的工作作风，雄壮浑厚的声线掩盖不住他严谨体贴的人情关怀，7年的磨砺铸就了巾帼倾心的完美产品经理人】

2014年国庆节后出差的第33天，辗转的第三个地方，深夜，一轮明月，昏暗的灯光和月光纠缠在一起，映出的，却依然是我独自一人的身影。

类似这种场景，对于我们这些常出差的人，早已是家常便饭，一年365，只有短暂的假期能与家人相聚，



詹兴华【十年磨一剑，无论春夏秋冬，不管风霜雨雪，毫无惧色，勇往直前，随时迎接上就上的战斗】

2015年8月28日，为了完成内蒙户户通的标书，我们是在标书打印店度过的。那天标书定稿已经是凌晨1点钟了，我们

每一个完美的团队都需要一个核心领导，这也就是不管一个圆有多大，只有一个圆心的道理。中国区的成功，离不开宋勇立总经理的缜密安排和运筹帷幄，纵观大局。每个狼群有且只有一匹头狼，群狼相信头狼能够给他们所想要的。正因为这个共同理想，便是群狼的共同为之奋斗的目标。也正因为这个共同的理想，群狼听

生活中的小感悟

文/北分牛波

不要以“自以为”的思维过早下结论。一日，参加公司组队的聚餐，领导也一起参加。因聚餐时都是年轻的小伙子，在统计主食时就按人数来上米饭。我见同事们都很年轻，饭量也大，就跟服务员说：“一人来两碗米饭”，按自己的常规想法，认为每个人肯定会吃完两碗米饭的。当时领导说：“先别来这么多，先每人来一碗，不够再添加”。当时心想，肯定是要加的，因为年轻人嘛能吃。后面，由于同事们聊天喝酒加上菜量足，最后大家基本就以一碗米饭为主，吃两碗的人很少。吃完饭，领导就说：“你看你以你的思维去判断别人的行为是不准确的，不要总以自以为的方式去思考和解决问题。可以先试着观察一下别人的行为再做判断，这样的结果会更准确”。事实上，领导用观察的方式做的判断是准确的，避免了浪费，也节约了花钱。

虽然只是一次简单的聚餐，一个小小添加主食的行为，却让我受益匪浅。平时在工作和生活中，我们都要学会站在别人的角度去思考，不要总以“自以为”、“想当然”的惯性思维过早地给事情下结论，不要以自己的方式去理解和解决问题。自身要试着学会多点耐心去观察别人

的行为，听听别人的想法，多思考别人的举动，这样就会得到更加准确更加理想的结果。

用善良的眼光看问题

由于居住的地方跟公司不在一个城市，我每天都要到车站坐高铁上班。一日，我提早到了车站，看离高铁检票的时间尚早，就到洗手间去洗洗手。洗手间有免费的卷纸供应，每次洗完手都要用纸巾擦拭一下。这次照例洗完手，准备扯纸巾擦拭，就看见一个女士在那里用双手不停地扯纸，扯了足够两个人用的量。当时我心里就在想：“扯这么多纸巾多浪费啊，到底是公家的不花钱啊”。正当我想问她什么时候能扯完时，见她把手里的纸巾扯下一半，笑着递给我，我当时一愣，问：“为什么给我？”，她说：“我看你手湿了，不方便扯纸巾，就多扯点给你擦擦手”。看着她真诚微笑的脸孔，我的脸瞬间就红了，为自己刚才的想法而羞愧，连声说：“谢谢，谢谢”。

还有一事同样发生在高铁的卫生间里。这次照例也是到卫生间洗手，由于近视眼，没看清楚洗手台上都是水，刚想把皮包放到洗手台上，就见负责清洁的大姐

在旁边说：“等一下，别放”。我当时就反问人家说：“怎么了，这台上不让放东西吗？”。只见她笑着说：“这台上都是水，皮包放上去肯定湿了，我先擦一下你再放皮包”。看着清洁大姐用力认真的擦拭着台面，我的心里瞬间暖暖的，也为刚才质疑的口气而内疚不已。

这两件事都是我在高铁站里经历的真实的小事，却让我感慨挺多的。在纷繁复杂的世界里，我们总是习惯了戴着有色的眼镜去看周围的人和事，本能地用自己的思维去衡量别人的行为，用一种自我保护的心态去对待别人的举动。总自以为是地认为别人可能没有那么好心，别人的行为可能会危害到自身的利益，从而忽略了“人性本善”这么简单道理。我们总说社会有多险恶，人心有多叵测，其实是我们自己的内心也潜移默化地发生了变化，不知不觉中也成为这里的一员，习惯性地用“害人之心不可有，防人之心不可无”的态度去看别人。如果我们能用一颗真诚的心去看周围的人与事，能怀着善意的眼光去看别人的行为，渐渐地就会有很多意想不到的收获，会发现很多真善美的东西，内心也会逐渐变得日益明亮起来。

其实呢，人生很简单，就是学会善

良，学会爱。你对社会有多少爱，决定你的人生成就有多高。你对亲人有多爱，决定你的家庭有多幸福。你的内心有多善良，就会收获多少回报。



最好的旧时风华

文/一万颗星星

出生在40年代上海的程乃珊，经历过洋场氤氲，看过海上风华，对老上海的风花雪月与精致优雅了然于胸，更是一位地道的“上海Lady”标准要求着自己，衣衫不整不上餐桌、头发不梳不出门。

她的母亲是张爱玲在圣约翰大学的同学，有人称她为张爱玲式上海优雅的“传人”。她以她的生活和一支笔，重建了一个优雅、精致、令人心驰神往的上海滩，也描画了这个传奇城市下的女人。

“女人都爱美，上海女人尤其。即使在全国一片“蓝海洋”的年代，上海女人一身合体的蓝，再在领口、袖口上变小花样，配上薄如蝉翼的尼龙花边，一头用牛皮纸卷过的长发波浪，照样风情万种。”

“上海女人，不时拎开塑料筒，推出那乳白色的一截往唇上一抹，再两片唇上下一抿，唇上只是多了一层透明无色的润滑剂，那姿势还是那样诱人那样风情万种，而上海女人的心灵之中，同时也已抹上了一片嫣红，她们至少已明白虽然被逼套上一件面粉袋样不显线条的蓝布解放装，自己也可以完成一个抹唇膏的动作。”

“如果说，上海男人是一对冰冷尖锐的钢钉；上海女人，则是那团柔软毛茸的绒线。绒线与钢钉纠缠之际，在欲拒还迎，牵丝攀藤的交锋中，织出各种图案的一片彩虹。编织，着重的不是力度而是意志和一颗善于揣摩的心，上海

Lady比一般的闺秀，更善结绒线。她们的绒线花头，百变不止，但变来变去，总也离不开那对钢钉！”

有怎样的城市，就有怎样的女人，女人是城市的韵味，犹如诗的意境。她是上海这座城市孕育的独特的女性，精致优雅，热情开朗，乐观向上。她通过自己和家族三代的亲身经历，还原了上海的小资情调、典型海派风情、讲究的衣食住行。

如果说爱玲的上海，十里洋场，有中国当时其他城市绝对没有的东西混合式风情，也有一种贵族式的尊严。而她笔下的上海精致优雅的海派更有一份思考，蕴含着一种节制、教养，并不是意在刻画繁华奢侈，而是在寻找一种消逝的精神气质。

上海这座国际大都会独有的气质、风韵，都已深深浸染在她的血脉中。她写上海旗袍，写出那一抹曲线下对美的坚持和情调，她为她的读者做形象大使和顾问，让每一个对生活有要求的女性，在任何情况下，保持最好的心态与最美的仪态。

上海的真韵、传统，每分每秒都在走样、风化乃至消散，而程乃珊把上海的前世今生留在了白纸黑字上。她更以每日的生活告诉我们，什么是“上海LADY”精神，什么是优雅精致的生活。

“我希望这种精致生活的习惯保留下去的。任何时代，都会有淑女，都需要淑女。”

其实，我已想不起旧时姑姑家的模样，但那时肯定没有现在这么漂亮的红瓦白墙，那模糊记忆中的老房子里，一个佝偻忙碌的身影，却清晰深刻的呈印在脑海。

他是奶奶的弟弟，我应该叫舅爷爷，不过却一直叫的是舅外公，像所有人称呼他那样。

我已不记得他的年龄，应该说，我从来就没有记得他的年龄，从来没有留意他的年龄，从来没有觉得年龄于他来说有什么关系。其实，我亦记不清他的容貌，黝黑的肌肤？浓浓的眉毛？厚实的下巴？回忆真的有点泛黄，但是能够肯定的是，他高大强壮的身材，起码是那时候我眼里很高大强壮的，那种可以任意依靠他的力量的高大强壮。是的，他是姑姑家的主力，是偶尔我们家请来的主力，也似乎是左邻右舍的主力，是似乎我记忆中最核心的主力。

他算做姑姑家的人，听奶奶说，姑姑嫁到她娘家那边，也是方便照顾舅外公。我听着的时候就反驳：是他在照顾姑姑一家吧。这或许是一个不懂事的小孩看到的现象：山里、田里、地里，包括家里，大大小小的事，轻轻重重的事，我几乎都只是看到舅外公在打理忙碌，一直。姑姑家的三个小孩，我的表哥表姐们，从来没见过什么事，因为有舅外公。你说，这有什么理由不让人觉得，是他在照顾姑姑一家子？

我记得在我还很小的时候，有一年大雪，冻死了山里很多树。农村里的山都是分给了各家各户的，那时候也不像现在，大家都稀罕着山里的一草一木，自家山上的树，可宝贝着呢，即使已经冻死，也是会全部砍回家做材火或者别的什么用途。所以各家各户都忙着去收拾山里冻死的树木，我们家只有奶奶带着我和弟弟两个小孩，都力不能及，自然的舅外公就被我们征用了。所以算是我和舅外公在一起生活的最长时间吧。

那时候，我和弟弟都特别喜欢和他玩，因为他从来都不会发脾气，或许可以说他就是从来没有脾气，所以，任我和弟弟在他身上爬来爬去，让他用手臂吊着我们等等，他都会很乐意的陪我们玩闹。对了，我们那时候玩的最原始的秋千绳，就是他帮我们织的，织得比我们女孩子的辫子还漂亮。

舅外公似乎是大家的，就像所有人都称呼他为“舅外公”一样。因为我看到的，几乎所有的亲戚、朋友、乡邻，都像是一直惦记着他似的，有什么需要人帮忙的事，总是一声“舅外公”就能搞定，姑姑家也是无私的人家，所以多

的时候，舅外公都在做着无偿或者廉价的劳动，当然偶尔遇到好心人家，也会很好的招待着他。

他一直没有娶亲，记得曾经奶奶也有说过有过给他找媒，但是没有下文。我也几乎很少听见大家谈论这事，好像成亲这事已经被大家遗忘了，也被他自己遗忘了。所以记忆中，似乎他都是在为别人忙碌着，劳作着。

他是抽烟的，仅仅是抽烟，多半抽的是那种自个卷的旱烟。他不挑不拣，没烟的时候也不会问着要，有时候姑姑给买了好烟，他都会皱眉摇头。仿佛能够想起他吸烟的样子，一脸的陶醉。我是讨厌抽烟的人，但似乎是愿意看到他抽烟时这幅模样，好像只有此刻他是安闲的，他也有片刻自己的享乐。

最后他是因病痛去世的，他去世的时候我没有去追悼，那时正是过年前两天，妈妈没让我也去。或许这是我一直隐藏的歉疚、遗憾，就像对于他的尊敬、崇拜、喜爱、怜惜和心疼，一直都是隐藏在心底的。我是个不善于表达感情的人。

在奶奶的哭诉中，我也恨恨的觉得老天爷似乎不公平的有点过了，一辈子的辛勤，似乎从来没有受过福。但是转念想想，除了劳作，这个世界也没什么对不起他，大家都是认可他的，待他也不错，病痛也并未折磨他太久。或许在他心里，也有一番自我认可的幸福——为他人付出的成就感、满足感吧。

其实我很想了解他自己的想法，但从未了解过，也无法了解到。因为，我还没有说吧，你们还不知道吧，他是聋哑人。

舅外公

文/财务部 屈丽群