

## 创维数字

2015年 总第89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，请与编辑部联系

投稿邮箱: 0755-86117949

传真: 0755-26010018

邮箱: Yangmeng@skyworth.com

http://www.skyworthdigital.com

源于用心，智享未来  
——创维引领数字电视应用产业发展浪潮

本报讯（通讯员邱海兵/王露露）3月26日，第23届中国国际广播电视信息网络展览会在北京盛大揭开帷幕。创维数字作为中国数字电视的龙头企业，以更强的姿态、更新的理念，连续十二年作为主展商亮相CCBN，吸引了如潮的广电运营商客户前来体验了解。

在此次展会上，创维以“源于用心，智享未来”为主题，“源于用心”一方面体现其对产品质量、用户体验的不断追求；另一方面体现其对广电、对消费者的真情承诺；“智享未来”一方面体现的是未来机顶盒行业大势所趋的方向，即智能化与家庭共享的客厅未来；另外一方面体现创

维与广电共享数字电视行业智能化的美好未来。在展位设计结构上创维也独具特色，创维充分考虑设计美观性和材料使用合理性的有机结合，配合高清数字电视类产品进行展示，为大家呈现完美的视觉效果。位于数字电视发展浪潮最前列的创维，始终保持在数字电视应用产业发展的最前沿。

当前，传统的电视机屏幕已越来越被淡化。据相关人士介绍，其最根本原因是以广播形式播出，受众被动接受，电视直播太过简单。这直接导致越来越多的用户习惯并且更加执着地选择手机、PAD等其他终端显示屏来观看所需要的视频内容节目。对此，创维数字公司经过几年的研发，推出了

智能EPG+屏聚的操作系统。在展会上，创维向大家展示了该系统的强大功能。该系统依托4K极清智能终端，搭载可配置UI、实现机顶盒界面远程更新，同时预制智能EPG系统，不仅能让客户第一时间发现最新热播内容等功能，更能给广电运营商解决突破互联网发展对电视直播节目造成的冲击，提升服务质量，更精准地发现用户需求，及时调整、推荐、配置更有价值的套餐包。

同时，越来越多的消费者提出机顶盒智能化的高要求。这主要源于家庭无线局域网在生活中已越来越普遍，机顶盒终端产品对硬件的配置和网络的设置尤其重要，逐步实现智能化势

在必行。对此，创维数字经过多年在高端机顶盒领域的研发积累，在此次展会上参展的HC2900智能机顶盒采用最高配置性能机顶盒硬件、主流4K解码主芯片等一系列智能配置，节能环保，同时可为用户创造健康的上网环境，并可做到远程控制，使家庭数据共享等。

展会上，我们可看到创维近期新研发出来的多样化终端产品，结合广电智慧家居、智能城市的发展方向，以广电网络为基础，以机顶盒为中心（内置智能路由器），将用户家庭网络中的设备进行连接；并可通过电视屏幕、手机等终端来实现手动操作或智能控制，让用户可以享受到智能家居系统给人们生活带来的便利。相信，以创维所具备的在机顶盒及家电领域的号召力，在未来有望构建一个基于广电网络的智能家居“生态系统”。同时创维还根据广电运营商不同的客户需求，研发出不同类型、规格的终端产品，如内外置CM和EOC，可以根据不同的网络环境搭配内或WIFI模块，为广电网络的双向网改造保驾护航。

本次展会意义重大，创维数字不仅传达了构建智能家居生态系统的设计理念，更表达了为广电网络双向网改造助力的信心。相信面对国家宽带提速的到来及电视机顶盒行业的各种挑战，创维数字能够抓住机遇，迎接挑战，主动求变，在不断为广大运营商推出质量过硬、体验更优的智能机顶盒的同时，更能加大对前端服务内容和运营的投入，为广电的增值业务提供端到端的全面解决方案。

用心做好产品，拓智与时俱进，专业铸就品质，创维智享未来！

（详见4-5版）

## 创维数字·共赢未来

## ——创维数字2014业绩说明暨战略规划交流会

本报讯（通讯员杨萌）创维数字自2014年9月于国内A股重组上市以来，基于公司的投资者关系，得到了证券、投资等各界的关注、了解、关心，公司的价值初步得到资本市场的认同和认可。为了让各证券、投资领域的机构、专家对创维数字以及创维数字未来的发展有更进一步更深的了解，公司特于2015年3月19日下午在深圳东部华侨城茵特拉根酒店举办了以“创维数字，共赢未来”为主题的创维数字2014业绩说明暨战略规划交流会。

本次交流会除了来至北京、上海、广州、深圳等各大投资、证券主流机构的50多位嘉宾与专家外，来自创维数字的总裁施驰博士、常务副总裁张知博士、副总裁常宝成博士、薛亮先生、赫旋先生、中国区营销中心总经理宋勇立先生、宽带事业部总经理贺成敏先生及创维数码集团财务总监、公司秘书林成财先生也都出席了本次交流会。

首先由公司常务副总裁张知博士为大家介绍了智能终端盒子行业的业

态变迁、新趋势，公司2014年度业务布局、概况及经营与财务业绩。在过去的一年里，创维数字营业总额35亿，其中，智能网络机顶盒销售额同比增长182%，内销收入增6.5%；归属于上市公司股东的净利润是3.86亿，101.27%超额完成重组上市的业绩盈利承诺。创维数字之所以能够持续领先，形成竞争优势，一方面有赖于数字公司全体同仁的专业与敬业，另一方面更得益于公司管理决策层务实、创新及锐意变革。

紧接着公司总裁施驰博士为大家介绍了公司未来的战略发展规划。施总表示在智能化、数据化、互联网化等如此高速发展时代下，公司未来的发展要全面提速，从工业化能力（尤其是大数据能力）、服务能力（数据处理与云平台交互等）、资本运作能力和国际化能力四个维度同步积极推进，尤其是基于互联网+智能处理大数据分析的新业态、新模式，公司的运营与服务能力要渐近的提升。基于资本运作，关于创维数字未来规划的投

资方向，可能是：一是要找在某一服务领域有强大运营能力的轻资产；二是海外有品牌、渠道的行业；三是能满足未来智慧家庭需求的成熟、可互联网化改造与运营的企业；基于1+1大于2的合作，努力扩展。

为了让各位专家、嘉宾对创维数字智能终端正在布局的未来有深度的了解，现场还设置了问答环节。来自各地的专家们也纷纷踊跃提出了自己关心、关注的问题，直到晚宴结束，依旧在会场与公司的各位领导们举杯交流，畅谈甚欢。



创维数字2014业绩说明暨战略规划交流会的圆满落幕，同时也开启了一段充满机遇与挑战的新征程。创维数字期待与大家携手前进，共赢未来！

● 女生宿舍一直有闹鬼的传说。有一次半夜我去上厕所，突然一个一身白衣长发飘飘的女人出现，对我说：“你看，我没有脚……”我下意识低头一看，发现只能看到自己肚子上的肉……后来那个鬼安慰了我半天。

● 吃完麻辣烫要走，服务员过来准备数钱。他看了看桌子，又看了看我，诧异地问：“你，进来两个多小时，就吃了一串？”我没有正面回答，只是指了指桌子上的签子。他无奈地说：“好吧，一共是八毛钱。”“不用找了！”我递给他一毛钱，拎着我刚编的竹篮子走了出去。

● 和科长到某小学检查老师是否体罚学生，直接向学生老师有没有体罚学生，学生肯定会说没有，只见科长拉过来一名学生问：“小同学，老师打人疼不疼啊？”学生答：“不疼。”

● 得刚上初一的时候，我爸爸第一次说要来接我，因为从小学一直是妈妈接送。放学后我等了一个小时还没看到人，然后我自己走路回了，回到家后，爸爸就拿衣架打我，还说我为什么逃课，在××小学等我半个小时了还没等到，我哭着说：“爸，我上初一啦”

● 我不小心摔了一个狗吃屎在一美女跟前，我淡定地站起来，拍拍衣服，从容地说，成功的人生难免跌跌撞撞。美女看起来很心疼……“没事吧”“没事”“真的没事吗”“真的没事”“什么颜色的”“白色的”“啪……”



创维数字2014年营收35.0亿元, 净利润3.85亿元, 同比增4.98%

# 业绩符合预期, 深度布局 “智慧互联+”, 后劲十足!



文/常务副总裁 张知



3月20日, 创维集团旗下国内A股上市公司创维数字(000810.SZ)发布了2014年报。2014年创维数字收入35.0亿元, 同比降2.8%。其中, 智能网络机顶盒销售额同比增182%, 内销收入增6.5%; 净利润实现3.85亿元, 同比增4.98%, 101.27%超额完成重组上市的业绩盈利承诺。

## 市场规模与占有率形成双优势, 积极抢占客厅网络经济

### 国内市场占有率第一



创维数字2014年于国内465家广电网络运营商实现销售, 且高清占比达54%。在国内广电网络运营商的市场占有率连续7年居行业第一。基于广电智能终端市场规模及占有率的优势, 以及公司80%以上国内广电网络运营商的市场覆盖率和15年来的信任与精诚合作, 创维数字搭建的云服务前端系统平台, 通过多形式深度参与广电DVB+OTT、云平台以及智慧城市、社区、家庭等的本地服务合作。公司与重庆广电、合肥有线、秦皇岛广电、江西赣州广电等签署协议, 共同拓展广电互联网增值服务。

创维数字是中国电信“悦Me”战略合作伙伴, 中国联通互联网智能OTT合作商, 中国移动“和家庭”互联网智能OTT首批合作商。基于高端智能OTT通过百兆光纤宽带将手机、电脑、平板、电视“多屏”串联, 打造中国式“智慧家庭”, 同时与智慧城市、智慧社区相连, 利用光纤宽带、3G和WiFi构建无缝互联网络, 提供丰富的智慧家庭应用与服务。2014年创维数字于三大电信运营

商的38家省、市级分公司实现销售, IPTV、OTT的市场占有率居电信运营商的前三甲。

在互联网智能OTT方面, 2014年创维数字与18家知名互联网公司、宽带运营商、增值服务运营商等实现合作销售, 也通过线上京东商城、天猫等电商渠道及线下20家行业、连锁等渠道商积极拓展创维自主品牌互联网OTT的销售。创维自主品牌互联网智能OTT盒子于天猫电商渠道的年度销量提升度为160%; 创维在京东商城与芒果TV合作的创维M300互联网OTT智能盒子, 好评率达97%, 在电视之家联合新浪科技等媒体对互联网智能盒子品牌的年度评选中, 创维与小米、百度、华为荣耀被网友评选为“2014年度十大最喜爱的智能电视盒子品牌”的前四个品牌。

创维数字积极拓展海外市场, 2014年在89个国家实现批量销售, 与非洲、印度、泰国、菲律宾等地的运营商合作, 市场占有率居第一; 在印尼、越南、缅甸等多区域市场与区域TOP前3的运营商合作, 保持了市场优势; 于欧洲、拉美、北美等市场销售平稳, 2014年度继续保持海外市场出口中国品牌第一的领先优势。

基于智能终端的市场规模, 创维数字搭建了云计算、大数据分析、互联网前端系统平台及互联网应用商店平台, 积极布局与广电网络公司合作运营的同时, 布局智能家居与应用商店的运营与服务, 由智能终端向智慧家庭延伸, 拓展在线、数据化的新服务。基于创维数字大数据运营团队统计, 2014年公司自主云平台下互联网应用商店的用户数为316万, 日活跃用户数均值在32万。

作为数字智能盒子行业的龙头企业, 创维数字在机制与人力资源、研发与技术积累、客户与品牌、运营与服务等方面形成了竞争优势。

## 创维数字未来发展的机会具有极大的空间

2015年国内互联网OTT零售品牌市场的竞争格局逐渐向能给用户带来体验惊喜、用户黏性强、硬件与应用软件能不断迭代升级, 向拥有云平台及相关应用服务能力品牌商倾斜; 同时, 逐步向拥有智能家居整体解决方案、具备大

### 海外市场占有率第一



数据分析、运营与服务能力以及具备一定市场合作规模优势的品牌商转移。

国内广电运营商基于可管、可控及播控的安全, 与行业内专业、可信赖、具备市场与技术能力、可依赖的战略伙伴就内容平台和云服务平台实施建设、升级与拓展。除直播视频外, 布局智慧城市、电子商务、游戏娱乐、本地消费等服务。为此, 国内广电对数字电视终端盒子逐渐向具备互联、传输功能的智能交互需求转变。2015年国内三大电信运营商也分别加大对家庭市场的投资力度。

在海外市场, 目前相关国家与地区刚开始产生标准清晰度的转换需求, 数字化产品, 尤其高清产品的市场需求空间仍很大。同时, 基于人民币汇率稳定, 以及“一带一路”战略等的实施, 都将给创维数字带来显而易见的海外市场机会。

### 创维数字引领行业进入全智能化时代

宽带通信基于“宽带中国”战略的发展及云计算、大数据的支撑, 互联网的在线化、数据化以及物联网基于传感器、模块协议将真实的物体通过互联网

联结、传输与通信, 使互联网正改变着人类的生活、消费、政务、商业、物流、服务等方面。同时, 提供及产生了许多新服务、新业态和新的商业及发展模式。互联网的信息与虚拟网络经济, 使得终端不仅仅只具备硬件的功能, 而且成为提供服务界面、数据来源、信息回传的重要智能端。

截至2014年末创维数字合作品牌与自主品牌的双向、智能盒子达1000万台, 智能接入设备达300万部, 具备数据传输、信息回馈的互联网智能盒子、互联网智能路由、互联网智能网关、互联网智能接入设备等已从一个单一的功设备演变为智能化、连接互联网的智能设备。这些, 都给创维数字带来了新的经济业态与新的商业模式: 布局公司强大的服务后台(云端), 与智能终端进行交互、数据处理, 实施精准的运营与服务。创维数字将夯实自身的工业能力、服务能力、资本运作能力与国际化能力。

在发展战略上, 创维数字一方面继续进一步拓展智能终端的市场规模及市场占有率。内生性的智能终端是智能盒子、智能路由、智能网关、智能接入等设备; 同时, 外延式向智能开关、智能摄像、智能穿戴、智能医疗健康、智能安防、智能交通等智能家居方向拓展。另一方面, 创维数字基于自身的云平台与大数据, 合作伙伴(运营商、服务商)的系统云平台与大数据, 创维集团智慧家庭的云平台与大数据, 实现数据、用户共享, 提供云端的强大精准运营与服务。创维数字未来在智慧城市、智慧社区、智慧家庭, 围绕视频、教育、游戏、娱乐、健康、医疗、安全等方面将积极布局、拓展与有效运营。





# 创维盒子如何更懂电视

## ——创维数字副总裁常宝成专访



2015年3月25日，创维数字副总裁常宝成先生和创维数字产品运营部总监陈懿林先生在北京接受了媒体专访。创维不但在电视行业中有强大的技术和生产实力，在网络智能机顶盒方面的表现也同样强劲。在近一个小时的视频访谈中，谈到了创维盒子未来的布局，同时也现场回答了全国数十个地区的上百条网友提问。

### ●专业成就创维 机顶盒需要互联网机遇

2014年上半年OTT市场呈高速发展状态，年中广电总局监管开始趋严，市场由原来的快速增长顿时陷入低迷状态。一个快速发展的市场若没有成熟规范的大环境，必然会导致无序和不安全的业态，所以政府的监管对品牌厂商来说反而是好事情。随着下半年行业秩序越来越规范，创维盒子的出货量也快速恢复。当传统机顶盒遇上互联网+的风口，作为拥有8400多万存量用户的专业机顶盒厂商，创维自然会在新的产品方向上加大投入，这既是用户的期望，也是整个公司发展的需要。

创维盒子依托大创维在电视行业二十多年的积淀，所有盒子产品都会在和电视的连接配合上做深度调校。同时，在创维强大的研发体系支撑下，创维盒子专门针对创维电视做了全面优化，以确保创维盒子在和电视的适配上达到最佳效果。此外，创维数字作为在传统机顶盒行业深耕多年的龙头企业，除了关注硬件性

能外，在盒子的HDMI输出，还进行了相当多的调优，比如显示输出的亮度、分辨率、色彩饱和度、CEC协商等方面。

### ●创新才能成功 全新系统简洁易用是王道

传统设备一旦接入互联网就成了智能设备，可供创新和拓展空间就变得非常大。传统机顶盒遇到互联网就是OTT智能盒子，可以想象未来将会有更多的互联网功能会拓展到OTT盒子上，比如智能互

话、多屏互动以及智能家居操控等，都极有可能是未来产品实现创新和差异化的突破点。

同时，纵观创维数字雄厚的研发生产体系，也绝对具备智能盒子产品创新的实力。不仅拥有上千人的专业研发团队，同步学习开放的互联网思维，将智能设备的规划更是提上了战略议程，积极寻求互联网优势企业开展深度合作，以求将互联网创新思维真正融入产品。一直以来创维产品都十分注重用户体验和反馈，仅仅依靠自身体系的创新还远远不够，真正的创新一定来自于用户，所以，8400多万存量用户也将势必会为创维的未来提供源源不断的创新动力。

### ●更懂电视 创维盒子用内容和质量支撑市场

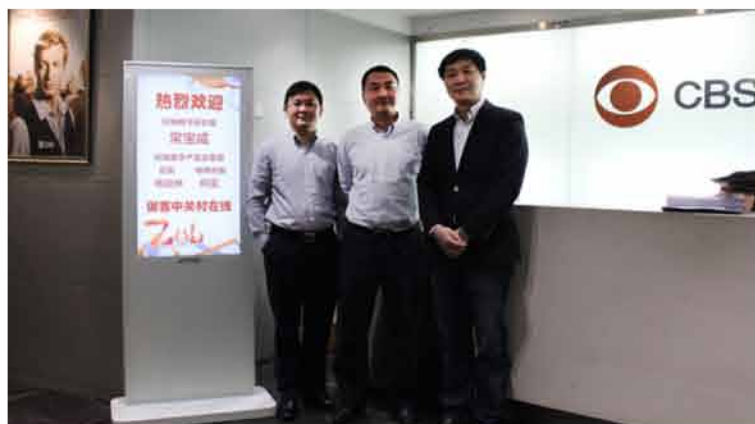
“创维盒子，更懂电视！”不仅是创维盒子的slogan，同时更是用户对创维盒子的深度肯定。创维凭借电视起家，具有二十多年的专业积淀，同时创维数字专注机顶盒行业也已经十几年，因此，在电视产品的用户体验和产品形态等方面，创维都只选择最优质的解决方案。比如在芯片方案的选择上，大部分厂商

可能会最先考虑参数和低价，而创维却会优先考虑选择最适合电视的解决方案。一直以来，创维都只选用美国进口的专业电视芯片，却放弃了选择更廉价的平板解决方案来做盒子。

在电视盒子的品质管控上，创维盒子使用的企业标准也远远高于行业标准。以3个例子说明：现在大部分盒子厂商的电源适配器都采用平板或手机的方案，从参数上看，输出功率是足够的，但盒子和手机平板的使用方式上存在差异：手机平板充完电就拔下电源了，但盒子是一直连接充电器的，因此创维盒子使用的适配器需要保证即便遭遇4千伏雷击也不会出现问题，行业一般做到2千伏；创维盒子在生产中都会进行60度高温环境下的7\*24小时老化实验，只有通过的产品才能出厂，确保产品温升后的安全性及稳定性。最后，创维盒子的交互界面、智能操作系统都是经过了针对电视用户行为习惯的精心设计，非常人性化，满足用户简单快捷的智能需求。

### ●着眼未来 更加专注智能化

相比2014年，2015年智能网络盒子的市场会更加规范，竞争会更加公平有序。山寨产品对整个行业的冲击，在2015年会得到缓解，市场环境会越来越好。在去年没有得到完全释放的用户需求，一定会在2015年集中爆发，广大用户对盒子也将会更有信心。同时盒子产品经过一两年快速发展之后，硬件逐渐完善，用户体验也在不断提升，未来盒子将比之前更成熟更智能，与所有的智能家居产品互联互通的可玩性将大大增强。创维对2015年整个互联网电视盒子市场也会更加乐观，也相信创维盒子i71S和M300在京东、天猫等各大电商平台上都能取得更好的销售成绩。





# “互联网+时代” 新机遇新挑战

文/中国区营销中心 张云浩

每年的CCBN, 都是对广电行业发展趋势的导向。各参展厂家所展示的行业顶尖的产品和技术, 其意义不仅在于竞争对手之间的角力, 也为行业发展指明了方向。

今年展会, 最火的概念大概就是“互联网+”了。无论是智能家居、智慧社区、云媒体业务, 还是智能终端, 这些在展会上大出风头的产品都与“互联网+”有着密不可分的关系。

何为“互联网+”, 这个概念是今年两会时李克强总理首先提出的。“互联网+”简单来说就是指要打破信息不对称、降低交易成本、促进分工深化和提升劳动生产率的特点, 为各行各业进行转型升级提供了重要平台和机遇, 即是需要将互联网与传统行业相结合, 促进各行各业产业发展。但是对广电行业来说, “互联网+”的概念要远远大于“互联网+广电行业”的概念。它能够带给广电行业的意义, 不光在于对传统媒体带给用户观感体验的颠覆, 对整个行业的技术和运营都会起到变革性的影响。

在互联网+时代, 广电运营商想要和其他运营商竞争, 就必须做出改变。目前来看, 电信运营商和新兴互联网运营商无论在互联网技术上还是在运营经验上都是具有先天性的优势的, 这一点不得不承认。但是广电运营商也有自己的优势, 广电行业所受到的政策支持是最优厚的, 同时广电运营商的客户数量也是海量的, 可以说是覆盖了千家万户。从这次展会各厂家的展品来看, 广电产业要实现智能化, 从终端到终端, 整套产品线已经比较成熟了。广电运营商完全可以搭建一

个以前端云计算和云存储为中心, 以智能机顶盒为核心, 广电双向网络为载体, 融合了有线电视、视频点播、网络电商、社区服务、智能家居、安防监控等服务的以家庭为单位的小型智慧社区。用户在家里用手机或者pad等智能终端连接上广电wifi网络, 可以随时随地地观看直播和回看, 不用担心错过精彩镜头。家里的各种电器, 包括各种智能设备, 都可以直接用机顶盒或者手机上的app来实现智能化管理。而且互联网+时代什么最有价值——大数据。对于广电运营商来说, 海量的用户意味着海量的用户数据。通过搜集用户的收视数据分析, 可以进行精准的广告推送和节目制作。而且只要连上家庭里广电网络的智能设备, 不管是智能手机、pad, 甚至包括智能穿戴设备如智能手表手环等, 都会上传海量数据到广电云端服务器, 借助云端计算, 我们可以方便的从数据中抽取有价值的信息。

就目前来看整个广电行业还是趋于保守, 对于一些新产品、新业务, 很多运营商还是持观望态度。实际上我们这次参展的4K智能机顶盒、智能路由器, 包括智能EPG和屏控系统以及智能家居系统, 都是具有“互联网+”思维的产品。目前绝大多数省级的广电运营商已具备了完整的双向网络环境, 在后续的产品交流中, 也可以对运营商进行科学的引导, 尽快完成整个产业链从终端到终端的智能化, 时机成熟时可以主动拉广电“下水”, 这样才能让广电行业在“互联网+”时代立于不败之地。



## 智慧云家庭蓄势待发

文/中国区营销中心 李海鹏

又一届CCBN顺利的落下帷幕。在本届的CCBN中, 我们可以看到互联网思维模式已经渗透到了广电行业, 对于云计算、云存储、云大数据互联网要素已经被各个运营商所考虑, 互联网的先进性要逐渐被广电所接收、运用。同时, 时下流行的4K超高清晰度的电视节目及播放设备也已经到了比较成熟的阶段。几乎各个厂家都有4K的机顶盒出现, 现在就等广电4K节目的东风吹。而DVB+OTT形式的广电机顶盒还是老生常谈, 总局的TVOS认证是银河、同洲、九州等厂家亮出的“利器”。

在本届CCBN上, 智能家居系统的概念被广泛提及, 虽然智能家居的概念并不新鲜, 但是作为广电行业来说, 这也是一个广电行业向互联网学习的信号。其中包括九联科技、新大陆、九州、数码视讯、中兴等传统机顶盒企业都有智能家居的概念提出。同时, 我也展示了基于内置路由器的机顶盒为家庭网关中心, 通过WiFi连接家庭中的智能开关、摄像头、空气检测装置等设备的“智慧云家庭”系统。在展会上, 很多客户对我司的这套智能家居系统表示出了极大的兴趣, 有的客户还要求我们能够立即提供给客户进行试用, 并且要和我们讨论后续的推广。但同时, 在和个别客户讨论后, 客户提出了几个问题需要我们更加深入的思考并解决。

一、智能家居概念的推广难题

大家都知道智能家居的概念提出了不止一天两天的时间了, 而且相关的产品也已经多种多样。既有互联网企业参与, 也有像小米之类的科技公司主导, 并且已经经历了各种各样的尝试。但就目前来看, 整个智能家居行业的接受度还没有达到普及的程度。虽然各个企业的产品多种多样, 功能也让人眼花缭乱, 而且这些产品也确实会提高我们的生活便利性, 但是, 目前在我们的现实生活中, 有多少人会为购买智能家居而买单呢? 海尔作为家电的龙头企业, 在很早之前就花了很大的力气在推广其U-home智能家居, 但目前的市场接受度也不是很高。所以, 有广电的客户就提出这个问题来, 需要我

们帮助其共同思考。

二、智能家居网络的安全问题

目前智能家居的网络安全可分为两块来讲:

1、家庭内部的网络安全问题。

比如说我家的智慧云家庭的内部网络组网方式为WiFi的形式, 而现在WiFi的网络安全问题越来越被人重视, 某些破解WiFi密码的软件可在很短的时间内就可破解用户的密码, 从而可以窃取家居设备的传输数据, 如摄像头的视频信号灯。而用户不可能不停的去更换网络的接入密码, 所以以WiFi组网形式的家庭网络必须具备更高级别的安全解决方案。

2、如果说广电运营商的客户将来发展智能家居的话, 在运营商的网络中建立一个“公共云”, 并且用户家中的智能网关中心是需要与这个“公共云”通过网络相连接的。比如说, 用户在户外需要通过移动终端去接入家中的网络里, 这就需要运营商的“公有云”必须开放与公共网络的互联。而广电运营商最担心的网络安全保障是很担心将自己的平台与公网相互联的, 如果我们帮助广电运营商来建设这个智慧云家庭的“公共云”部分的话, 这个问题也是我们不得不面对和思考的。

后记: 本次通过观展及和客户沟通, 对于智慧家庭的概念及产品我们还可以有以下改进的空间。

1、目前我司的智慧家庭中的设备, 仅限于家庭电器及家庭安防方面的设备, 但还可以考虑将家庭中的个人健康设备也同时接入。如一些健康方面的检测仪器及健身器材, 而这些数据也可以通过广电运营商的云平台搜集起来, 不但可以给运营商带来更大的价值, 同时也能给用户带来更多的产品体验。

2、目前我司的智慧云家庭的设备之间的连接, 全部都是通过WiFi来传输及控制, 从安全及节能的角度来看还有不足。我们是否可以同时考虑将其他的传输方式也可以做到, 如zigbee、蓝牙、RF等形式的无线传输及控制方式同时考虑。



## CCBN初体验

文/中国区营销中心 沈浙

今年是我来创维数字后第一次参加CCBN展会, 能够代表公司参加这个盛会, 和诸多兄弟们一起努力布展觉得非常荣幸。不管是在前期的布展阶段, 还是在正式的开展讲解阶段, 都让我深切地感受兄弟们的努力和认真的态度。

在前期的策划阶段, 我们产品部的领导和同事都在加班加点的调试参展用的设备, 思考展会的讲解材料, 分析各种突发事件和处理办法, 目的只有一个, 那就是确保展会的圆满成功。

在准备阶段, 部门领导周总、展会总策划海哥就告知我们: 今年的CCBN展会是我们公司上市后第一次参展, 意义非同寻常, 而我们的产品部就是这次战场上的主力部队; 展会开始, 我们就是公司产品的主讲解人。这既是压力也是一份荣誉。

最后2天的布展阶段, 大家每天都是刚从建筑工地出来一样, 灰头垢面劳累不堪。为了确保展会的成功, 产品部的兄弟依然在每天晚上都会组织一次例行会议, 继续熟悉参展的产品, 讨论产品讲解的思路。

正因为大家坚持不懈, 兢兢业业的工作态度, 才有这次CCBN2015的圆满成功。而所有客户给予我们一个微笑的点头, 都是对我们公司和参展团队最大的认可。



## 我眼中的CCBN2015

文/中国区营销中心 柴智

曾经, 电视是一个家庭影音娱乐的核心, 围绕电视所诞生的录像机、DVD、电视游戏机等时代产物无一不是给千家万户带来了欢乐。但随着互联网时代的到来, 人们的视线逐步开始由电视向电脑、手机等更为前沿的移动终端转移。据权威数据统计, 2014年我国38.8%的视频用户选择直接在网上看热播电视剧, 20.7%的用户选择在手机上观看, 直接在电视机上收看的仅占14.9%。广电消亡论由此甚嚣尘上。有幸作为2015届CCBN的参与者, 我有以下几点感受想要和大家分享。

互联网能做的, 我们能做, 而且可以做的更好;

传统机顶盒主要以提供直播节目为主, 部分双向业务为辅的形式呈现给用户, 业务形式相对单一, 缺乏娱乐化和多样性。而互联网电视业务除了支持直播节目外, 还可以支持点播、回看、上网、游戏、购物、交友、通讯等丰富的应用, 为用户提供更加丰富的体验。平心而论, 用户倾向于选择互联网电视无可厚非。但这并不意味着我们不能改变, 本届CCBN上各大终端厂家都有最为前沿的DVB+OTT智能终端产品展示。依靠云平台, 机顶盒也可以具备点播、回看、时移等功能, 为用户提供丰富多样的互动业务体验。借助云计算和大数据技术, 用户的EPG不再是千篇一律, 系统可以依照用户的喜好和观看习惯, 在用户的终端EPG上有针对性的推荐内容, 实现EPG的私人订制化。通过内置智能路由, 实现机顶盒与其他移动终端的互联互通, 让广电服务不再仅仅局限于电视屏。

再扬长补短, 师夷长技以制夷!

不管电视业务如何发展, 提供多少增值业务, 最核心的业务还是电视直播。互联网本身网络条件非常有限, 而广电具备天然的优势, 广电网络是HFC网, 是光网/电缆混合网, 可用的带宽非常宽, 对于超高清和高清视频的电视直播没有带宽压力。另外各级广电地方性的节目内容有着互联网所不具备的亲民性, 由于处于同一生活圈, 节目内容总会带给用户以亲和力的感受, 这种贴近生活的本土化信息, 最能够引起用户的关注和共鸣。

而相对于传统电视业务的被动接受, 互联网电视业务却能主动选择, 且围绕内容提供各种衍生服务, 真正做到了“内容为王, 体验至上”。通过学习互联网思维模式, 我们同样能够从单一的服务转向综合服务, 丰富用户体验, 满足用户多向选择、个性化服务的需求。

万事俱备东风起兮, 我们与智慧同行;

经过近10年时间, 中国广电电视数字化改造取得了巨大的进展和成绩。格兰研究数据显示, 截至2014年11月底, 我国有线电视数字电视用户达18080.8万户, 有线数字化程度约为80.72%。而2015年是“宽带中国”战略实施第二阶段的最后一年, 也是我国“三网融合”全面推广阶段的最后一年。随着广电双向网改的不断推进, 机顶盒将不再仅仅局限于视频业务的呈现终端, 机顶盒完全可以作为智慧家庭的入口, 参与到智慧城市的建设中, 从而构建基于广电网络为基础的数字家庭网络、智能家居、智慧城市。



## CCBN小分队备战记

文/中国区营销中心 杨琴

2015年3月21日我们扛着大包小包飞抵帝都, 孙京的一句话: “农民工进京了!” 把大伙给乐坏了。在这片欢声笑语中, 开启了创维数字CCBN小分队阳光般的布展之旅。

刚即下行季, 大家便火速奔向烤鸭楼聚起, 趁着点菜的功夫, 小伙伴们凑在一起给咱展台选起秀女来, 一个个忙得连吃饭都顾不上, 聚精会神目不转睛地滑动着手机屏幕, 时不时嘴里还冒出几句犀利的点评。

第二天一早, 大伙组团一起去北办干活。小伙伴们调试设备, 小姑娘们清点展会招待用酒。一群的路痴, 绕着六楼走了一圈, 只为看一眼“彰显尊贵”。往年北京的3月天那是异常寒冷, 灰不溜秋的。这次北京的天气那叫一个阳光明媚, 在如此灿烂的照耀下, 我们又是吸灰又是吸尘地开始了为期三天的

紧张布展工作。这边总指挥兵哥开始细致地研究接线问题, 那边大成哥耐心地拍照搜集素材, 姑娘们小伙伴们各自各种忙。布展工作越到收尾咱小分队越团团结, 男人们张罗着设备, 女人们操心着边角料。随着时间一分一秒地过去, 展台也奇迹般地从无到有的建起来了。灯光一打, 那气场, 真是一览众山小, 唯我独尊。

激动人心的26号终于来了, CCBN2015在北京中国国际展览中心正式开幕。我们的展台前是人山人海, 讲解员说的噱头直冒烟, 宣传画瞬间被一抢而空。创维展台上的同事们一扫布展期间的“农民工”形象, 一个个正装笔挺, 不辞劳苦地接待着一波又一波的客户; 展台的炫酷style以及我们婀娜的模特也引来众多人群的围观, 作为创维数字的一员, 那自豪感流淌在每一处血液里。

不知不觉, 忙碌的一天结束了, 大伙走在回酒店的小道上, 伴着暖阳一路欢声笑语。我们如期相约, 致我们美好的CCBN2015, 更致我们霸气侧漏的创维展台!

这段经历对于每个人而言都弥足珍贵, 不仅是我们的历练的印记, 更是我们踏向明天, 共创创维美好未来的光辉一页。



## 用设计体贴生活

文/产品运营部 陈璐

今年以主题为“融合智能网络畅享数字生活”的中国国际广播电视信息网络展览会(CCBN)在北京国际会议中心举行。作为一名新人, 很荣幸能参加这次的展会。展会以智能电视、数字家庭网络、智能家居成为展会上的一大亮点。我从UI交互设计方面, 也收获了不少的体验。

在飞速发展的时代, 人们对于电视界面的设计美观要求越来越高, 展会中各种各样的电视交互也层出不穷, 扁平化的电视UI得到广泛普及, 简约的WIN8风格也越来越流行。通过这次CCBN的观展, 我想对于UI设计师来说, 有太多新产品的用户体验都需要去适应、消化。电视的UI交互体验很重要, 对于UI的设计、它的配色、字体设计、视差、CSS3动画、交互形式等, 都是设计师通过不断地推敲、尝试, 站在不同用户的角度来考虑设计, 才能完成一套用户满意的UI设计。

在全面扁平之后, 我突然发现一个问题: 大家做出来的视觉好像都差不多。也就是说, 从视觉这个点, 想要做的出彩很难。所以这次CCBN的展会上, 我发现一些公司开始从动态的角度, 来呈现交互体验, 在扁平化中增加了许多趣味性。之前是“视觉处台前, 交互处幕后”, 而现在, 要想让产品出挑, 交互以及用户体验必须是亮点。用动态话视觉, 用精心设计的流程来制造产品的故事感。

设计的趋势始终都在不断的变化。我想, 用设计体贴生活, 从生活中寻找设计的趣味性是不变的趋势。要想准确的预测用户的心里并不是那么容易, 但是我认为, 用设计体贴生活至少肯定是广受受欢迎的。要跟上用户的生活需求设计, 甚至做到引领设计趋势, 那将会是非常出色的。



# 被上帝藏起来的人

文/研发中心 薛智洋

工作半年有余,也认识了不少朋友和同事,虽说有些不是很熟,却也都能了解一二。工作之后自身的观念想法都改变了很多,常常也会因为别人的优点重新审视自身,不得不说,可能是受益于公司文化,创维数字有很多员工都十分的勤奋刻苦,哪怕自己扮演的是一个小小的角色,依然会尽力做到最好。有那么几个人曾经或现在常常出现在我的脑海中,他们的工作态度或出事方法或多或少都曾影响过我的观念。

## 勤奋——一条永不停息的河

正是起航刚刚结束的那段时间,在工厂生产线上实习的那两个星期,我以为,大概每天都会在无聊的重复动作中度过,不曾想,却有一道别样的风景触动了我。在整机部的一条流水线上认识了他,年龄与我相仿,方方正正的脑袋上五官摆放的整整齐齐,年轻的面孔显的些许稚嫩,但深邃的眼神中却隐隐藏着不少历练的痕迹。

至今为止我仍不知道他叫什么名字,只记得刚刚认识时问过他两个问题:“你们大学生是不是看不起像我这样高中没毕业就出来打工的人?”“你找女朋友会不会介意学历?”言下之意似乎有些自卑,我便跟他说:“读大学并没有高人一等,也不是所有人都会高

薪高就,大学只是引导和重塑个人的价值观和世界观,看待问题的角度不同而已,而谈恋爱也是一样,更加偏向于找一个思想观念接近的人,学历不是最重要的”。他笑了笑没有接话,那双充满自信的眼睛告诉我,他压根儿就没有一点自卑,后来事实证明确实是这样的。

在工作中,就算对于打螺丝这种简单的事情他也丝毫不含糊,细心而谨慎,很少有遗漏。对于偶尔下发的额外任务,他也从来不会像其他人一样埋怨线长,总是坦然面对,时不时的还鼓励一下“战友”。工业园有个图书馆,下班之后我偶尔会去坐坐,但几乎每次都能看到他的影子,一个人,一本书,能坐到闭馆。每天近十个小时的体力劳动,还能果断放弃睡觉、娱乐的时间给自己充电,难以想象是什么样的经历和梦想给他这么强大的动力和自控能力!后来我问他这个问题,他说了一番话,大意是:没读完高中曾经后悔过,但也不会再让自己留下遗憾了,或许成长的速度比别人慢,但我相信付出就有回报。

如果你不去做你不喜欢的事就永远看不到你认为不存在的那一面。我们会说路边卖早餐的小贩很赚钱,却很少知道他们每天早上五点钟就已经开始为一天

的工作做准备了;我们可能会认为富二代奢侈浪费,不明白赚钱的辛苦,却不知道他们可能会利用拥有的资源甚至比自己更努力。认识他让我明白了一点,工作没有高低贵贱之分是假的,但勤奋没有高低贵贱之分却是确实确实的。

## 执着——一把无坚不摧的剑

有一次和我们组队的同事聊天,我问她:你加班最晚到几点?她说:十一点半呀。紧接着呵呵一笑又补充了一句:是因为娱乐哥!

武娱乐,驱动组大神,给我的第一印象:屌丝程序员之标杆。生的一双浓眉小眼,眼神松散迷离,每日粗茶淡饭,穿着随意简陋。对他来说工作就是全部,十句话八句不离工作,奔跑于软件第一线,下班之后继续上班,对待工作执着而坚定!那把乌黑蓬松的头发底下藏着的小脑袋不停的在转动,似乎永远都停止不了思考。相处久了之后我才发现,这一切都是真的,只是当初没想到的是,他的执着和坚定常常会“波及”到战友。

去年三月份刚来实习的时候,拿到老大布置的小项目,每次遇到问题了大家都喜欢找娱乐哥,为什么?因为在他那儿只有时间不够,没有行不行这个

说法。他总会先放下手头的事,一心一意帮你把问题解决。记得有一次碰到一个棘手的问题找他帮忙,娱乐哥从早上上班就坐在我电脑面前忙活,一直到晚上,没吃一口饭,没喝一口水,着实让人不好意思。虽然问题也没解决,.....出乎意料的是,第二天早上第一时间他就跑过来对我说:我想到了,我知道问题出在哪儿了。果不其然,十分钟搞定,想必前一天晚上睡觉时还在思考吧!

我记不清有多少次寻求他的帮助了,总之好多次都是坐着晚上最后一班地铁回家。他把工作当做乐趣,对待工作从来不分你我,不解决问题誓不罢休的态度或许是性格使然,可是论执着,论坚持,能做到这种程度的人少之又少。

他们是被上帝藏起来的人,在自己的人生轨道上悄悄努力,勤奋、执着、梦想、坚持、乐观永远陪伴在左右,不论是因为梦想还是单纯的热爱工作,他们都是全力而为,有始无终。我们都是被上帝藏起来的人,在庞大的社会机器上,我们或许仅仅是一颗螺丝,并不为他人所知,但我们也会努力拼搏,极力去实现自己的梦想和价值。

# “产品狗”的故事

文/中国区营销中心 孙京

转眼进入创维已经半年多时间了,说的文艺一点时间如白驹过隙,半年的时间从当初的一无所知到现在对公司、对公司的人、对我所从事的工作有了不可割舍的感情,现在想想是一个很大的跨度。

创维对于我来说不仅是一家公司的名字,也是自己职业生涯开始的地方。我相信和我一起加入数字公司的应届生都投入了百分之百的热情,用热情去感受所处的环境,用热情去拼搏。

参加启航训练营的时候,和彩电研发的同事聊天,他问我是做什么工作的,我跟他说了到目前我还为之自豪的岗位——产品工程师。他的调侃让我知道了一个新名词:产品狗。之后这个代号伴随我走过半年,直到现在。

说是产品狗,我更愿意认为这是一种自嘲,类似于程序猿。在别人眼里,我们经常往来于不同的城市,不同的美食,不同的风景。其实也只有我们自己知道,旅途的终点总有很多繁重的任务在等待,晚上酒店里总是一个人伏案默默地邮件汇报工作,这个时候最希望的是回到深圳,一群志同道合的朋友把酒言欢,互诉衷肠。

现在的我坐在酒店的床上分享自己的故事,陪着的是电脑、机顶盒以

及虽然跟着我只有半年,但已经奔波了八千多公里的黑色行李箱。深圳对于我来说,不知道曾几何时变的和我的故乡西安同样重要。一句简单的回家,不再只是想回家数数母亲头上的白发,吃着父亲笨拙地做出来却味道可口的饭菜,我想回去和朋友一起是赋予给它新的含义。

出差的日子很单调,也很痛苦,同时充满挑战。

“简单”——之前的导师这样跟我说:以后你的生活就是背着包,机场、车站、广电这几个地方来回跑,现在看来确实是这样,我曾经觉得可能自己就是空中飞人了,因为我将要负责的区域是距离深圳两千多公里的辽宁。

“痛苦”——大多数时候要独自去面对客户对产品、对公司的质疑,出差六十多天那时的我最怕听到的一句话是:“你们的盒子是不是有问题啊?”压力可想而知。

“挑战”——我觉得现在我的领导可能都烦我了,也可能他会觉得欣慰。曾经很认真地跟他说你是我的偶像,不知道别人对于领导的看法是什么。作为应届生,有太多不会的地方,也没有什么沉淀,一直都需要学习,一直都是在学习,压力来临的时候怎么去面对?问

题出现的时候怎么去分析解决?如何去了解行业最新的动态?如何去说服客户接受我们的观点?要学习的东西太多。经过这些,登上飞往深圳的班机才敢稍微地放松,不因为别的,只因为这时的我在回家的路上。

深圳是一座让你想离开却一直舍不得离开的城市,在这座城市里太多的压力同时伴随着太多的机遇。这座城市中的人大多数是孤独的,一个人背井离乡来到陌生的城市打拼,为了自己在别人看来或许卑微的梦想,不要问我怎么知道的,但是这又怎么样,你的孤独,虽败犹荣。

很喜欢一句话,梦想还是要有的,万一实现了呢!



# 半年

文/供应链管理中心 王佳慧

小记:半年在我们人生中只是短暂的一站。而半年能做什么?不停的行走时,又得到了或是丢下什么?于是茫然中我们就这样老去,而人总是这样,在最不想成熟的时候,却到了该长大的年纪。

从哈尔滨到深圳,转眼间我完成这次南北大穿越已有半年的时间。半年的时间对于老员工来讲可能不算什么,可突然发现这个事实的我,却还是被吓了一跳,不是感叹时间的流

逝,而是惊讶于这半年对于我意义之大,超出我的预期。

还记得刚入职时,和王总的谈话,我说我喜欢接触形形色色的人,喜欢和不同的人打交道。王总说:“看来你善于和人打交道,不善于和动物打交道咯”。当时真的被他的冷幽默打败了。可当我养死了六条金鱼后,却证明了这其实是个事实.....而当我又养死了一盆花时,我只想,看来我也不适合和动植物打交道。

还记得刚刚入职时,不知道为什么,每次给张总办事时总是丢三落四。面对张总的疑问,我总是万万没想到,而且他说的很有道理,我竟无言以对。不过我每次犯错时,从他那里得到的都是微笑和原谅。

而越是宽容的对待,就越让人更加认真的反省。

还记得刚刚入职时,做事经常很急躁,遇到一些事就会去找师傅,师傅经常对我说的一句话就是“没关系,做事不要急,这个应该这么做.....”慢慢的我不再急躁,沉稳了许多,而对于师傅的细心教导和照顾,我真心想叫他一声“段妈”。

后头看看,我真的庆幸于很多,庆幸于拥有在工厂实习时支持我的好朋友们;庆幸于能在供应链开始我的职业生活;庆幸于部门有细心指导我成长的领导;庆幸于周围有一群聊得来的逗比同事。

写完这篇文章,当我陶醉于自己的些许成熟时,却发现整篇文章,用满了高中时惯用的排比句。我不禁笑了,有些事,就算长大了也不会抹去;有些人,走得再远也还在原点。





编者语：走出办公室，走出写字楼，用脚步丈量大地，用眼睛阅读城市的晨昏，才能深入城市的更深处更远处，才能领略那些平时被忽略了的的城市细节。通过百公里步行感知不一样的城市，体会不一样的人生，张扬个性，收获记忆，成了许多人内心里的一种自发冲动与呼应。无论你徒步的初衷是什么，在这里，这种“高贵的坚持”，正随着每一个脚印向前延伸。这背后是越来越多人的身体以及内心的坚韧、坚守与坚定。

## 感受深圳，不一样的美

文/软件一部 陈飞雄

以前也经常骑着我那入门级的脚踏车在深圳大街小巷穿梭，走一百多公里也没觉得很累，索性报个标准组。后来听同事说是从傍晚开始走起，要连夜赶路才能在第二天日落之前到达目的地。心中顿觉一震，这么惊悚的活动到底是谁想出来的，我是绝对不会跟他们去玩的，嘿嘿。听说从大梅沙穿过马峦山，沿着大鹏湾海滨栈道到大鹏广场，是海景最美丽的一条线路，冲着这美丽的海景，欣然加入了33公里的体验组。

走出签到点，路上的人似乎都显得精神起来了，一路上浩浩荡荡，寸步之内都是人，感觉视野很不开阔，毕竟最开始是冲着欣赏风景过来的。于是渐渐加快了步伐，妄图走出人群，到大队伍前方去呼吸更清新的山林气息。可是一路疾步向前，始终走不出这支队伍，仿佛自己已经迷失在浩瀚人群当中。

渐渐渐远，随着队伍越过荒山，跨过溪流，行走在美丽的海滨栈道上，领略宁静美丽野景。仿佛忘了自己是身在喧嚣的大都市当

中，而是来到了儿时印象中的美丽山野，撷草打兔，戏水玩沙。最后十公里，人群逐渐开始感到疲倦，队伍的速度开始渐渐减了下来，就在这个点，活动义工早已在这里准备了冰块，来刺激行者的神经，并不断鼓励，提振信心。

到最后一段路程的时候，渐渐感觉夕阳开始出现了，山林里出现了一些凉风，目测就快要天黑了。路上的人都开始加快的脚步。路边有组织者开始提醒，终点签到处在六点半就要撤点了，一些人开始加

快速度，甚至开始跑步前进，做最后的冲刺。感觉就这样走完了也没什么意义，于是也跑了起来，准备把自己最后的体力榨干。最后5公里...4公里...3公里...2公里...1公里，义工们在最后每公里摆上的醒目的标志，提示远行者们，不要放弃，终点就在眼前。

美丽的海景，坚毅的步伐，痛快前汗水，深刻的徒步，这个周末很痛快。深圳磨房百公里意犹未尽，下次一定要挑战全程。

## 一次“忽悠”引发的体验

文/软件开一部 陈武

一开始，我对百公里徒步并没有太大的兴趣，莫名其妙的就被某人忽悠参加了体验组。原本想随便走走就打道回府吧，呃一磨房很强大，设置最后一段路为山路，根本不给人走回头路的机会呀！好吧，彻底被坑了，必须走到终点。

走着走着，几十人的队伍已经被人群挤散，几乎看不到同行的伙伴了，开始担心会不会一直这样无聊的走完全程？我要是在家里睡觉多好？

慢慢的，我就开始观察周边的人群，看看他们又是以什么样的态度在前行。其中有些人已经走了一个晚上，早已疲惫不堪，但是仍然在坚持，我想他们应该不是闲着无聊自虐吧。情侣们手拉着手，有说有笑的，相互鼓励，共同前行，我在想这路上应该就数他们最幸福了。还有些人背包上贴着纸条写着，求约会，求艳遇，甚至后面还注明“老婆特批”！看着他们，我郁闷的心情就慢慢消散了，百公里路上也不是那么无聊嘛。

后来，我们又遇到了失散的队伍，更加坚定了我走完全程的信心。我们走的是沿海的山路，到处都是美景。饿了，我们会围着坐在草地上吃东西；累了，我们会跑到海边吹吹风，拍拍照。时间很快过去了，离终点也越来越近。队伍中，女生的体力已经开始透支，呼吸变得沉重，想去帮她们。但是，这是一场与自己的比赛，应该不需要别人的帮助，只需要在旁边陪着就够了。

最后一段路是最艰难的，但是仍然阻挡不了我们奋力前行的步伐，拖着疲惫的身躯终于到达终点。我们走了整整9个小时，我的脚力还算不错，走完之后并不是很辛苦。我在想，这个活动比拼的不是体力，而已意志力。坚持不懈，超越自我才是它真正的价值所在。

我想说，我还会回来的，总有一天我会头脑发热去体验标准的百公里徒步！

## 有一种情怀叫“百公里徒步”

文/硬件开发部 张国栋

深圳一年一度的百公里徒步活动，我们一行约40人也加入到这个据说有10万人参加的徒步圣会当中，不过我们是体验组，徒步最后的33公里。大约9点40分，伴着毛毛细雨从起点大梅沙海滨公园出发，加入到徒步大军的人流中，开始了百公里徒步体

验。

路上会看到一些撑着登山杖步履艰难的前行的人，他们应该是百公里标准组的徒步者，对于我们这些体力尚且充沛的体验徒步者来说，湿滑的路况还没有什么影响，但却增加了他们前行的困难。除了体力透支，更多的还有伤痛，脚上的水泡早已破裂，可能还在留着血水，脚踝和膝盖的疼痛越来越剧烈，这些让仅仅是简单的走一步路也成了难忍的煎熬。尽管这样，他们依然迈着已一瘸一拐的步

伐，但任然固执的向终点迈进，脸上早已疲惫尽显，眼神却始终坚毅的望向终点，从未低头言弃。

除了在徒步路上的这些认识和不认识的队友，还有携手而来的夫妻，有怀抱婴儿推着BB车的父母，有相约而行的朋友，有集体出发的同事，还有一群我们无法忽视的，就是那些辛辛苦苦，任劳任怨，一直在默默服务的志愿者。为了确保每一个人的安全，志愿者们在马路中间拦截车辆，当起了人肉交通灯；在每个签到点，

志愿者们耐心的为大家指引路线，发放补给。他们虽未用脚步丈量着百公里的长度，却站在那里没有坐下休息片刻，他们鼓舞的话语让我们再次充满力量时，请不要忽略他们声音的沙哑。

虽然只参加了33公里的体验徒步，但在这33公里的路程里我看到，原来深圳不只有高楼大厦，在这个城市呼吸，尽管生存是如此琐碎，但曾经的理想情怀并没有被庸常的泡沫淹没。

## 一路陪你走下去

文/海外营销中心 全虹

活动当天下午四点，便与男朋友直奔我们百公里徒步的起点——深圳湾运动公园，挑战标战组。

进了公园，便根据队长之前发的集合点信息去找他们会合，在人山人海绕了很久才终于看到了队长那么一丢丢熟悉的面孔。领完签到卡片之类的资料后，我们居然在自己的眼皮底下把那么一个大活人给跟丢了，就这样，我们最终放弃了搜寻队长那健步如飞的身影，直接顺着人潮开始了

我们的百公里之旅。

到凌晨两点多的时候，已经开始泛困，好想睡觉。每次停下来休息时，我就先搵搵脚底再直接眯上眼睡一下，然后过几分钟男票就把我叫醒继续走。我抱怨他为什么不让我多睡一下，他说：“坐久了，等会你就不想走了。”想想也对，只好接着走下去。到凌晨四点钟的时候，我的脚开始剧烈地疼起来，每走一步都感觉像有无数根针在扎着自己的脚板，只能

两个人搀扶着，一步一步拖着脚向前走。等到达百公里第三签到点——梧桐山大门，也就是我们自己设定的终点站时，已经直接瘫坐在地上，感觉像被放了气的皮球一样，浑身发软。让我至今仍记忆犹新感动莫名的是男朋友当时说的一句话：“亲爱的，我之所以坚持陪你走这么久，就是想向你证明：不管前路有多么地艰难，我都会陪你一直走下去”。我深知他是直板脚，能坚持陪我这么久，真的是

拼了自己的老命了。这份陪伴之情，只能铭记于内并在以后的日子里也好好好陪在他身边才能安然受之，别无它法。

磨房深圳百公里，虽然最终没有走到终点，但却没有一丝遗憾。本来就是抱着挑战自我的目的来的，能够坚持走这么远，已经是一种超越了，而且能有一人一路陪伴左右，现在想想，温暖与满足依旧溢于心！





## 赖伊馨的小自传

-----赠给宝贝女儿2岁生日

文/制造中心 SMT 任霞

我叫赖伊馨，小名伊伊，网名昵称伊妹儿。今天是我两岁的生日，在两年前的今天，一个大早上，等妈妈吃饱饭我就开始想要出来了。爸爸在深圳上班，本来打算过年再回来的，奶奶把他骂了一通，说：“女人生孩子，第一大事，老公不在身边，想干什么呀？”结果爸爸头天坐晚班车赶回来了，行李箱一着地，我就开始闹腾妈妈的肚子。奶奶二话不说，没容得下老爸喝口水，收拾点东西，叫上旁边的车就去医院了。其实我还没那么早要出来，奶奶太着急了，弄的妈妈紧张的很。

我就这样闹腾啊闹腾啊，到了夜里快12点钟的时候，妈妈居然把小姨从深圳给她寄过来的故事会拿出来看，我闹腾的时候，她就看故事会；我消停的时候，她就眯眼睡觉。到了凌晨3点多钟，妈妈就被医生带进了产

房，奶奶和爸爸被挡在了门外。后来听说爸爸跟院长用家乡话说了好多好话：说妈妈是外地的，要人陪在身边啥的，结果奶奶和爸爸都进来陪妈妈加油了。妈妈现在总说：她生我的时候，一点都不怕，因为有爸爸和奶奶在旁边呢！只可惜，因为我长的太胖，让妈妈难产了，出于安全考虑，我和妈妈又被转进了手术室，在妈妈肚子上划了一刀我被给拿了出来。听爸爸说：我被抱出来的时候头被拉的好长，爸爸还给我录了像。我现在不会表达意思，等我会玩电脑了，我要把那个录像像加上密码，那么丑，爸爸怎么到处拿给别人看。不过妈妈说了，我出生的那个房间里都生的女儿，只有我长的最胖最好看。我出生的时候8斤，别人都5/6斤。妈妈怨言也来了：怪奶奶产前天天叫吃这吃那，弄的顺产不下来，还剖腹了。我说妈妈：谁叫你自己不会禁嘴，到头

来怪奶奶。

妈妈是湖南的，老爸是江西的，我不到百日跑了三个地方，先在江西待到满月，然后去了湖南，再从湖南跟着老妈去了深圳，老妈要上班了。那时外婆外公还有奶奶特别反对妈妈这样带着我跑，怕我适应不了气候。妈妈说：“做我的孩子这点苦都受不了，有那么弱吗？”妈妈，我想说，不要以为我不知道，你说的话跟《甄嬛传》里面的熙娘娘讲的一样一样的。

妈妈的奶水很足，我吃母乳足足吃了10个月。妈妈很辛苦，每天上班，大热天的中午要从公司里面走到家里面回来给我喂奶，吃完饭躺在床上眯一眼就屁颠屁颠赶着趟去上班。自从有了我，我就是家里的全部，家里的老爸，奶奶，尤其是妈妈把我当成手心里的宝。有时候为了我不免还有些小争吵，奶奶说要这样喂我，妈妈要这样喂我，妈妈老是仗着自己年轻点，懂的多点，就朝奶奶嚷。妈妈，我要批评你，要是外婆被舅妈这样嚷，你听了心里难受不？你知道爸爸听了心里有多难受，以后要改正。幸好奶奶和妈妈都是刀子嘴豆腐心的人，一会就没事了，有时候感觉妈妈和奶奶就像母女关系，很好！

10月份的时候我不小心染上了脓包疮，很严重，深圳儿童医院去了两次，不给打针，妈妈哭的要死，连夜赶回了湖南，在湖南省儿童医院住了三天院，彻底好了。后来奶奶带着我在湖南住了一个月，因为没吃了母乳的关系，我又是生病的时候断的奶，在湖南不是拉肚子就是感冒咳嗽，妈妈又想法子把我和奶奶接回深圳了。妈妈来北站接我的时候，人哭的稀里哗啦，大概大病初愈，我显的瘦了好多，妈妈心疼了吧。其实到现在妈妈心里还愧疚：一是怪自己没有把我照

顾好，让我染上脓包疮，二是怪自己一点都不懂，不会去问一下小孩生病的时候不要断奶。后面的一两个月里我因为免疫力下降又是感冒又是拉肚子闹腾了好几次。爸爸现在经常安慰妈妈：不要责怪自己，小孩子三岁前是很多小毛病的。

一岁半的时候，妈妈和爸爸把我和奶奶送回了江西老家。其实我是很不想回去的，爸爸妈妈更是，可是奶奶住不惯城里，还有爷爷在家不会做饭吃，爸爸妈妈又要上班，外公外婆耳朵不怎么好使，没人照顾我，只好让奶奶带我回家了。江西老家刚开始还挺好玩的，后来就没意思了，老爸给我买了好多玩具在家里，很多小朋友都跑我们家来跟我抢玩具玩。家旁边有个幼儿园，那里面的阿姨一开门我就拖着奶奶往里面去，抢摇摇车坐，我力气很大，其他小朋友都抢不过我，我总能抢到，奶奶把这事电话告诉我妈了，国庆妈妈回来还骂了我，说女孩子要有个女孩子样！女孩子是个什么样？妈妈，我不懂

自从回江西后，妈妈和爸爸每天打电话过来，刚开始一天打两三个，真烦人，奶奶也有意见了：不要电话费啊，一天打一个就好了嘛！现在每天两人都一天打一个，只要电话一响，我就知道是哪个电话来了，帮奶奶拿好电话，让奶奶跟他们说吧，我要去喂小鸡去了，忙的很！

还是很想和爸妈在一起，虽然有点舍不得奶奶。估计三岁之前还不行，妈妈也是这么说的，没关系，妈妈，我在家还陪奶奶一年，她也舍不得我的。你再忍耐一年，妈妈乖！

今天两岁，大概还过365天，我三岁就能天天跟老爸老妈在一块了。这就是我的两岁小自传。祝我自己生日快乐，身体棒棒，长成小美人。

这次是妈妈给我代笔的，我刚两岁还不会写字呢！我要去吃蛋糕了，爸爸打电话订的，送到家里来的。哈哈！

她似乎总是很快活。

每次在QQ上见她，我还没开口，她的话已经一串串地冒出来：姐姐我买了辆新跑车，已经奔了几千里了；我去洞庭湖吃鱼了，去国花庭赏牡丹了，去郊外挖野菜了；我没一天闲着，忙死了，学跳舞，学练剑，晒太阳，下厨房…好玩的事情忙不完，要是有三头六臂就好了；哈哈~~前天搬新家，环境不错，窗外的月季花大朵大朵地开着，阳光大束大束地晒着，走到哪都是生机勃勃~~：一整理房间，电视，电脑，电话，打印机，还有网线乱七八糟地搭一地，全靠你妹夫啊，三两下就收拾利落了，这男人貌似很能干哦~~

看看这个快活潇洒势头，你一定觉得她是上帝优待的女子，品貌绝佳，养尊处优，婚姻美满，一帆风顺…才可能活得这么丰富滋润。

可是我知道，她的车不是宝马，而是一辆很普通的电动助力车；她工作的公司去年裁员了，她下岗后就靠在家打打字做做文件谋生；她原来的房东要卖掉屋子，催着她搬家，于是她的新家找在了近郊区的一个小院子里，门外就是一片野花地。她的男伴，大她10来岁，其貌不扬，矮小黑溜，搞水电装修，技术真的娴熟，但收入不稳定。至于她本人，家境贫寒，自小父亲四处谋生，母亲后来改



# 幸福不问出身

文/总裁办马媛媛

嫁外地。她没有什么选择，首次婚姻维持了1年半就被解了约，现在这个对象是第二任。她小时候发烧把耳朵给影响了，现在听力不好，于是她打字聊起天来特别起劲，这也是她喜欢在网上跟人交流的原因之一……

像她这样命运坎坷的女子，似乎是有足够理由悲观的。可她没有，她打出来的每个句子都是快乐的音符，看似愚钝的满足，但是我真的相信她拥有幸福。听不清不要紧，网络时代沟通不成问题；家庭不幸让她多了自立的能力；错误的婚姻让她可以把生

活更新，找到一个有心人，有10元会给她9元，她说这样的男人她很满足。暂时没能力买房子没关系，可以体验新鲜环境，结实新邻居。不上班可自由了，上午打打字做做文件，下午就开始忙活自己的兴趣，晚上吃饱了牵手去散散步，她说白领金领不可能这么舒心。发现生活，寻找乐趣，从来都是靠自己。

这个女子，没有任何令人羡慕的出身，却有让人不及的心态和生活惬意。上帝丝毫没有厚待她，可是她却懂得对待自己。

想起她，我总清晰地联系到一句话：当你不用问自己是不是幸福时，你就是幸福的。继而心生暖意。

生命是一个神奇的馈赠，一次丰盛的旅程。胸怀一颗溢满美好的心，幸福就会靠近，悲伤就会遁形。

再想想我自己，虽然生非得意，又怎么敢有失落的道理。