

空间

重 优 取
客 产 绩
户 品 效

科士达·空间 | KSTAR SPACE
2016年第2期·总第31期



股票代码 002518

KSTAR

KSTAR

www.kstar.com.cn
客服热线：400-700-9662
股票代码：002518

公司总部

地址：深圳市高新区科技中二路软件园1栋4层
电话：(86-755) 86168476
传真：(86-755) 86168482
邮编：518057

制造基地

广东省深圳市光明高新区科士达工业园
广东省深圳市观澜福苑工业区科士达工业园
广东省惠州市仲恺高新区科士达工业园



关注科士达企业微信了解更多

目录 CONTENTS



主办单位

深圳科士达科技股份有限公司

承办单位

深圳科士达人力资源部、市场部

顾问

刘程宇

监制

李祖榆 蔡艳红 李春英 张光华 杨戈戈

总编

张晓敏

执行主编

陈娅莉

美术编辑

刘海峰

编委会

赵成仁 申 韬 陈 超 黄雅婷
程耳松 谭 婷 朱 刚 王美霞

编辑部地址

深圳市光明新区高新园西区七号路
科士达工业园研发大楼三楼

001 新闻 NEWS

>企业要闻

- 001 精诚合作 携手共赢
机房微模块整体解决方案及精密空调专题交流会在深圳圆满收官
- 003 再添国家级殊荣
科士达被认定为2016年国家技术创新示范企业

>热点快讯

- 005 科士达荣获“2016十大最具创新逆变器企业”“2016中国光伏行业最具创新力企业50强”等行业大奖
- 005 科士达精密机房空调产品2016年上半年销售额排名第二
- 005 科士达携新能源汽车充电桩全系列产品亮相广州车展
- 005 科士达荣获“中国光伏逆变器市场”年度成功企业及中国UPS市场“年度创新产品”两项殊荣
- 005 科士达获赛迪IT创新年会荣誉认证
- 005 科士达亮相DATA CENTRE WORLD 数据中心展新加坡站

006 产品 PRODUCTS

- 006 助力中国绿色通信
科士达通信电源产品介绍

07 管理 MANAGEMENT

07 培训 打开新思路的金钥匙

08 人物 PERSONAGE

09 科士达2015年度优秀个人奖项

>卓越之星

010 在科士达茁壮成长

012 有一种努力叫靠自己

014 培训 让企业发展更美好

>闪亮新星

015 客户至上 用心服务

>卓越团队

018 团结奋进 永不言弃

020 突破传统束缚 敢于开拓创新

023 人文 HUMANITY

>我爱我家

023 未来新动力 齐聚科士达

027 入职科士达 人生新征程

>人在旅途

029 托起明天的太阳

032 跨国之行 无限惊喜

036 穿越东西冲 你我更亲近

038 旅行的意义

042 忆·老屋竹林

044 生活处处有心理学

045 内心没有方向的人，去哪里都是“逃离”

046 摄影作品：“小萝莉”、“飞来的惊喜”

>悦读时光

047 动漫电影风靡的秘密

050 “中国制造”更需“工匠精神”

055 发力“互联网+”持续推进大众创业万众创新

059 LINE上市：一场迟到、勇敢又无奈的IPO

开拓进取 荣耀未来

科士达晋级2015全球新能源企业500强

10月11日，由中国能源报社主办的“2015全球新能源企业500强发布会暨新能源发展高峰论坛”在人民日报社召开，国家能源局新能源司副司长梁志鹏、人民日报社副社长张建星、中国能源报社总编辑解树江出席本届论坛，与其它来自相关部委的领导、专家学者、工商界人士200余位代表一起，共同探讨全球新能源未来发展之路并一起见证评审结果揭晓。全球新能源企业500强评审委员会主席李庆文现场公布了来自37个国家和地区的入围企业，评审结果显示，在全球区域分布上，亚洲企业仍然居首，尤其是与前几年相比，中国企业在能源全产业链取得全面发展，今年共入围168家企业，远多于排名第二的美国和第三的日本。其中深圳科士达科技股份有限公司凭借企业近年来在能源领域的强劲增长表现和对行业发展突出贡献，成功入围本年度500强榜单。

作为新能源领域国家高新技术企业，科士达基于数据中心不间断电源系统、工业级不间断电源系统传统电能业务坚实基础，近年来大力拓展太阳能光伏发电逆变系统、新能源汽车充电系统，以及新能源储能系统等新能源业务领域，2013年公司获批组建广东省太阳能光伏发电工程技术研究中心，并成功进入中国光伏逆变器市场占有率行业三甲，充电桩率先实现



出口日本高端市场，近年来在国家新能源政策支持下，公司新能源业务取得高速增长，已成为全球新能源行业极具发展潜力的高成长性企业之一。

“全球新能源企业500强”活动是由人民日报社旗下《中国能源报》携手中国能源经济研究院共同推出的针对新能源行业权威研究评价的大型公益性活动，迄今已成功举办四届。该活动通过深度把握全球新能源市场、深刻了解新能源产业发展，致力打造新能源企业竞争力和品牌影响力重要评价平台。作为该评选活动基础的《全球新能源企业500强研究》于

2011年开始被列为国家能源局软科学课题，成为全球新能源行业中一项知名的行业评审活动。本届论坛上，人民日报社副社长张建星表示，中国承诺到2020年非化石能源消费将占到一次能源消费的15%，并提出到2030年达到20%。在此过程中，各种新能源将扮演越来越重要的角色。在“一带一路”建设的带动下，一批优秀的中国新能源企业正加速走向海外，把清洁能源的优良产能、前沿科技、尖端装备带到全球，中国的新能源产业将越来越紧密地融入世界。

开拓进取 荣耀未来

科士达荣获2015中国光伏“领跑者”卓越逆变器企业大奖



日前，广受业界关注、由中国质量认证中心与国际清洁能源论坛共同组织的2015年度中国光伏“领跑者”卓越企业评选活动揭晓，深圳科士达科技股份有限公司荣膺2015年度中国光伏“领跑者”卓越逆变器企业大奖。

为更好落实国家能源局、工信部、国家认监委三部门联合颁发的《关于促进光伏先进技术产品应用和产业升级的意见》国能新能【2015】194号文件要求，推动光伏产业技术创新与结构调整，促进我国光伏产业整体提质增效升级，国际清洁能源论坛（澳门）与中国质量认证中心（CQC）共同举办2015年度中国光伏“领跑者”卓越企业评选活动。本

着公开、公正、透明、权威的原则，在组件企业、逆变器企业、材料供应商三个领域中，对申报企业在产业链上所处位置、自主知识产权能力、科研技术创新能力、生产制造能力、质量保障能力、产品技术指标先进性、企业成长性、社会责任和品牌影响力等方面进行多维度评估，最终遴选出最能代表我国光伏行业“领跑者”计划中最具标杆性意义的卓越企业名单。名单揭晓后，还将在2015年12月15日至17日第四届国际清洁能源论坛（澳门）上举行隆重的“2015年度中国光伏领跑者卓越企业颁奖仪式”，对获奖企业进行集体表彰。

据悉，在“领跑者”计划推

出后，在国家支持的解决无电人口用电、偏远地区缺电问题和光伏扶贫等公益性项目、国家援外项目、国家和各级能源主管部门组织实施的各类光伏发电应用示范项目、各级地方政府使用财政资金支持的光伏发电项目，以及在各级政府机构建筑设施上安装的光伏发电项目，将优先采用“领跑者”先进技术产品。作为国内领先的光伏逆变器研发生产企业，科士达本次获得中国光伏“领跑者”卓越企业奖项，是对公司领先技术、产品、企业管理、以及多年来在光伏行业辛勤耕耘努力的充分肯定和嘉奖，也将对公司未来在光伏市场更深入拓展起到积极促进作用。

>>热点快讯 News Flash

科士达参展2015秋季广交会

10月15-19日，第118届中国进出口商品秋季交易会（一期）在广州举行，科士达携旗下数据中心产品、太阳能产品、新能源汽车充电桩等三大主力产品线盛装亮相，向海外客户展示代表中国领先水平的产品和解决方案。

科士达精密空调入围央采目录

近日，科士达精密空调产品在由中央国家机关政府采购中心组织的2015-2016年度中央国家机关空调协议供货采购项目招标中顺利中标，成功入围央采供应商目录。

中央国家机关空调集中采购项目是国务院机关事务管理局下辖的中央国家机关政府采购中心组织的协议采购项目，采购单位覆盖中央直属近万个机关单位，是中国政府采购领域级别最高，覆盖面最广的采购项目之一，同时也是地方政府采购的风向标。作为国内领先的数据中心基础设施产品和一体化解决方案提供商，科士达多年前布局精密空调产品线，相继成立精密空调研发中心，建设精密空调温差实验室及生产线，凭借高效节能产品和覆盖全国的销售及售后服务网络，在众多行业用户和企业用户市场上取得突飞猛进业绩，本次成功入围央采供应商目录，将对公司未来在高端行业市场上的拓展起到良好的示范的推进作用，也将有助于加快国产精密空调产品对进口品牌的替代进程。

科士达精密空调通过CRAA认证

近日，科士达精密空调产品通过由北京中冷通质量认证中心有限公司组织的CRAA认证并获得认证证书，这是继通过泰尔认证、节能认证、CE认证、CCC认证、抗震认证后，科士达精密空调产品获得的又一重要认证。

科士达亮相InterSolar印度孟买光伏展

11月18-20日，InterSolar India 2015在印度孟买展览中心举行，深圳科士达公司携高效光伏逆变器产品参加本届展会，旨在通过大型展会品牌展示，并携手当地实力合作伙伴，向印度市场输出来自中国的技术领先产品和成熟解决方案，助力印度绿色能源计划更好实施。

科士达模块化UPS进驻成都电视台

近日，科士达YMK系列模块化UPS中标成都电视台电源采购项目，将为该台核心负载设备提供7×24不间断电力保障。YMK系列模块化UPS是科士达针对数据中心关键应用环境推出的高端不间断电源产品，凭借其大系统容量、全模块化设计、高可靠、绿色节能、节约空间、方便运维、部署灵活等特点，已经成为国内数据中心市场主力UPS机型之一。

科士达数据中心一体化解决方案 亮相江西省两化融合技术成果展

11月12-15日，2015江西信息化与工业化深度融合推进及现场对接会在南昌国际展览中心举行，同期举办两化融合技术成果展。来自江西省及国内两化融合领域领先服务商共200多家企业参展，科士达展出数据中心一体化解决方案、高效节能型精密空调、模块化UPS等数据中心高端产品和方案。

科士达ITCube数据中心一体化解决方案 助力智慧城市建设

10月23日，由中国计算机用户协会支持，中国绿色数据中心推进联盟、北京电子学会计算机委员会主办，机房360网和《UPS应用》杂志社共同承办的2015智慧城市解决方案国际研讨会暨智慧数据中心构建与运营论坛在北京国家会议中心盛大召开，来自智慧城市领域相关行业专家、学者、行业用户、厂商代表、媒体记者等500余人参会，分享业界专家前沿观点主题演讲及厂商产品和方案展示，并共同见证智慧城市系列大奖揭晓。凭借在智慧城市建设进程中的突出业绩，科士达ITCube数据中心一体化解决方案获评“数据中心优秀解决方案奖”。

苏州园博园携手科士达打造动力 及精密制冷一体化解决方案

近日，在苏州园博园弱电智能化系统工程不间断电源及精密空调项目招标中，科士达HIPOWER系列高端UPS及MatrixAir系列精密空调成功中标，将为园区打造完美电源及制冷解决方案。

科士达充电桩系列产品



系统可靠性高

科士达为客户提供交流充电桩，直流充电桩，监控系统一体化的解决方案。其中主要特点如下：

交流充电桩

- 友好可视化
- 计费多样化
- 保护智能化
- 安装简易化
- 高度标准化

3.5kW与7kW兼容统一

单相三相兼容统一

带枪带座输出兼容统一

- 高安全性设计

直流充电桩

- 高安全性设计
- 人生安全设计
- 车辆安全设计
- 设备安全设计

- 高功率密度
- 高效率设计
- 低谐波，绿色环保

- 无人值守远程管理
- 兼容性强，适用多种类型车辆
- 高度标准化

监控系统

- 设备监控管理自动化、智能化
- 运维管理精细化、透明化
- 电力系统多元化、低成本化
- 计费管理自动化
- 运营系统集成化
- 用户体验便利化、交互化
- 远程管理移动化

科士达，电动车充电技术专家与领导者 领先科技助力人类绿色能源梦想

直流充电方案 / 交流充电方案 / 储能方案 / 监控方案 / 太阳能辅助电力方案

科士达，中国电力电子技术行业领先企业，在新能源汽车时代全面来临之际，凭借深厚研发积累和相关工程领域丰富经验，推出包括充电系统、储能系统、测控系统、配电系统以及安防系统在内的电动车充电一体化解决方案。为用户提供可靠、高效、易用的应用体验和创新价值，助力中国新能源汽车产业更快发展。

中国动力 驱动未来 | Powering The World Future



科士达成深圳市政府形象工程充电站（桩）项目最大承揽方



近日，科士达凭借旗下电动汽车充电桩产品及整体解决方案展现出的技术优势，一举成为深圳市政府形象工程充电站（桩）项目最大承揽方。

据了解，国内新能源汽车已经进入快速发展期。工信委网站日前公布统计数据称，2016年充电站市场规模预计将达到400亿元，到2020年将突破1000亿元大关，充电站市场俨然已成为行业中各大企业掘金的蓝海。经过多年的市场布局，科士达在华南地区的充电桩市场已拥有相当可观的占有率。在和其他3家深圳充电桩大企业的较量中，以及与供电局、规划局、城建局、经发局、各业主单位和电信部门的

多轮对接磨合中，科士达因其深厚的技术储备、完善的产品线、丰富的项目经验等多重优势，成功参与了光明新区充电桩项目——深圳市政府形象工程，建成了光明新区管委会、光明新区新城公园、光明新区文化馆和图书馆。

纵观国内充电桩市场，整个行业正处于加速成长期，产业链也在不断日益完善。作为中国最高端、最专业的充电设备供应商之一，本次竞标集聚了包括科士达在内的众多国内充电设施行业的一线品牌厂商，科士达能够顺利承揽深圳市政府形象工程，充分展现出科士达在中国新能源汽车整个产业链的生命力与创新力，科士达势必将对珠三

角地区新能源汽车产业的健康发展形成更好的助力。

科士达将在此次项目中提供直流充电桩、交流充电桩两大类产品，包括双枪、单枪、小体积、移动式、车载便携式等多款明星产品。科士达充电桩事业部负责人表示，技术创新对于国内新能源汽车影响深远、意义重大。作为拥有成熟电力电源技术的行业旗舰品牌厂商，科士达在电源领域具备强大的核心竞争力和先发优势。近年来，科士达在电动汽车充电设施的创新和研发上不断取得了重大进展和突破，为客户打造包括充电系统、配电系统、储能系统、监控系统在内的一体化解决方案，已经得到国内外市场的广泛认可，并率先实现对日本市场出口。

据悉，本次工程将由包含科士达在内的4家企业共同完成128桩，科士达将独自完成其中近一半的63台充电桩，总投资金额1100万元人民币。由光明新区发展和财政局牵头和协调，科士达还将承接交钥匙工程。除此之外，科士达还在光明园区建设了企业充电站，并成立了充电桩运维中心。在未来，科士达将继续通过技术创新驱动公司成长，推动国内新能源汽车充电设施行业不断向前发展。

做好人才规划与布局 应对业务快速增长

——校招落幕，未来开启，与科士达相约更美好未来

人力资源部 · 夏燕书



本着战略思维、业务导向和专业服务的理念，人力资源部结合公司人力规划，在对公司各部门人员结构和历届毕业业绩分析的基础上，于2015年10月启动了科士达2015年校园招聘。此次校园招聘是在公司业务快速发展，加大海外市场拓展的需求下，为2016年人力资源提前做好好的

人力布局 and 准备。

今年是科士达继2008年开始校园招聘后的第6个年头。作为公司战略性人才规划的一部分，科士达一直与各大高校保持科研项目合作和人才引进，优化公司人才结构，加强人员梯队化建设，为公司战略发展和业务发展提供人才保障。

结合业务需求和院校专业和生源分析，科士达2015年校园招聘在全国6所城市，北方工业大学、北京化工大学、北京邮电大学、西安理工大学、西安工业大学、杭州电子科技大学、湖南大学、中南大学等15所知名高等院校进行了校园宣讲，业务部门与人力资源部通力合作，本着“宁缺

毋滥，择优录取”的招聘原则，精挑细选，录取了一批优秀的电力电子相关专业的毕业生，并与浙江大学、福州大学建立了科研项目合作和实习基地协议。

校招不仅仅是简单地完成招聘任务，更是一个公司雇主形象和实力的展示。一场好的宣讲会，企业应提前做好功课：了解生源情况和就业去向，学生关注重点，校园宣传、前期踩点等，当然精彩的宣讲和学生互动，以及专业的面试流程都影响着校招的效果。

多年的经验积累，科士达校园招聘和应届生培训体系已初步成熟，已初步建立了高校资源库，优秀应届生人才库，以及完善的应届生培养和职业发展体系。“逐步培养一线销售技术化，客服主管本科化，售前技术多元化的理工科为主的高素质队伍；本着为公司负责，为员工负责，各部门务必配合人力资源部做好人才规划、储备、培训、管理，满足公司业务发展。”这是副总经理张光华在校招期间对各部门的指示。有这样重视人才、高瞻远瞩的领导的大力支持，我

这个校招的负责人是满怀信心。但我更加相信：在科士达优秀管理者的领导下，科士达的未来一定更加美好！

校招落幕，未来开启，八年前我是满怀希冀，应聘的学生，八年后我是科士达校招的负责人，回想起校招期间挎着公文包，提着易拉宝，走在布满黄叶的校园林荫道，看着充满活力的学子们往来穿梭于招聘会间，看到学生们对公司的认可和极大的热情，不禁感叹：青春真好，未来更好！



人物 PERSONAGE



游灿灼

国内营销中心
办事处主任

脚踏实地稳中进
新老客户跑得勤
销售业绩前排坐
再创佳绩大本营



郑鑫均

国内营销中心
办事处主任

用真诚换取信任
用勤奋拼杀市场
厚积薄发 步步为赢



胡子铭

国内营销中心
办事处主任

销售路上 我奔跑向前
用年轻和汗水换来云笑花开

★
**金牌
销售
new
STARS**



陈天军

新能源车车间
测试高级技工

业务精湛 全局思维
提案改善 促进品质



陈树义

精密空调车间 组长

产品质量精益求精
生产任务完美达成
新人辅导倾囊相授



吴有生

900B车间 组长

客户零投诉
产量高增长
车间学习的“排头兵”



柯俊坚

排线车间 操作技工

工作防范于未然
不是蜗牛 但一步一个脚印



李雪娟

插件车间 高级组长

生产管理规范
生产线上的“金牌管家”



龙丽花

插件车间 高级组长

尽职尽责 无私奉献
柔性管理 全局意识

★
**生产
标兵
new
STARS**

在科士达，茁壮成长

2015年度优秀个人奖项——生产标兵获奖者 刘铭松

生产部·刘铭松

光阴岁月如梭，一晃加入科士达已近5年了，5年的成长至今历历在目。始于科士达，累于科士达，收获于科士达，成长于科士达。

每年的6、7月份，是中国一年一度的毕业季。5年前我带着自认为小有的成就及收获从母校毕业了，在兴奋又有点忐忑的状态下加入了百万大学生求职队伍。毕业前对外面的大千世界充满了憧憬，想象马上就要毕业解放了；想象着以后可以自由飞翔看更高更深邃的天空；想象着可以远离家乡去看各地的民族风情；想象着自己可以独立挣钱从此再也不需要父母的救济；想象着每周五天8小时上上班，可以找一个心爱的人“花前月下”了！

2010年6月10号，我带着毕业证和行囊来到广东省东莞市，那时的东莞，是所有打工者所向往，奋斗拼搏，追求梦想的一个城市。举目无亲，来到东莞后就找个宾馆临时安顿一下，便开始应聘找工作。带着简历和面试邀请函去了几家公司，不是公司认为我缺乏实践经验，就是我认为公司不如自己意，算是真正体验到了“高不行低不就”的感觉！

一个星期后，我疲惫不堪且已

囊中羞涩，身上带的近钱已所剩无几，那时的我彻底慌了。最后经亲戚介绍去了惠州一个小小的测绘公司，两个多月后因公司业务问题需去东北吉林，而我又再次加入到找工作的大军中，所幸的是我被广东科士达公司（惠州分公司）录用为一技术储备员工。当时惠州公司的产品主要是光伏逆变器，符合自己所学的专业，因此进入科士达后就下定决心在公司安心工作，一展所长，追逐梦想。

初入公司，对我而言工作环境、身边同事和产品种类都是陌生的，由于好奇心和求知欲的驱动，我很快和同事们融入到一块，与同事一起努力的学习技术。在老员工悉心的教导与导师的基础知识讲解，我吸收理论知识和技术操作上手都很快。还记得，当年与6月份入职公司工程部的2010届毕业生们一起学习的日子。那时候我们生产测试组只有4人，在生产任务紧张时，工程部的应届生会协助我们一起测试，在他们的帮助下提高了测试效率。2012年8月，领导给了我一个做测试组长的机会，从那时起我身上的责任就更重大了，压力也随之而来。我自知自己的技能和管理经验都



刘铭松
生产部 新能源车间副主管
2011年9月16日入职

- ▲ 获奖评语：
优化测试方案
提高测试效率
严格把关质量

科士达光伏逆变器 领先科技助力人类绿色能源梦想

光伏逆变器 / 直流配电柜 / 智能汇流箱 / 防逆流箱 / 监控 / 储能

科士达，中国领先的光伏逆变器研发制造商、光伏逆变系统一体化解决方案提供商。为用户提供包括光伏逆变器、智能汇流箱、防逆流箱、直流配电柜、储能双向变流器、太阳能深循环蓄电池、监控在内的全线产品及系统解决方案，以业界领先科技不断刷新太阳能光伏逆变器系统效率，助力中国绿色能源产业不断向前发展。



科士达2015年度优秀个人奖项



郑品增

合规部 回款专员

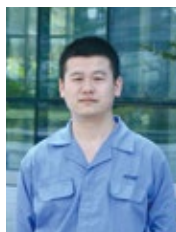
不怕“牛”一样的欠款
只怕“神”一样的收款



贺常伟

资材部 仓管员

账实相符率100%
资材部的“备料达人”



赵坤

插件车间 高级技工

耐心细致效率高
团队协作精神好
岗位技能上手快



农小林

EP车间 组装技工

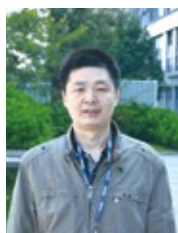
品质“零”差率
物料把控严



贺朝霞

900A 组装工

生产“零”差错
工序完美包装，
工作绝不伪装



樊火箭

品保部 QE工程师

重规范，促质量
科士达“优质检察官”



刘启峰

采购中心 采购员

没有“裁”哪来的“财”
哥降的不是成本，是泪！



邓晓蒙

监控开发部
助理软件工程师

产品技术的积极探索者
UPS 7寸屏的突出贡献者



林冬健

高频大功率
助理软件工程师

可爱如我
技术追求路上，我将奔跑到底



简金林

行政部 司机

工作规范 任劳任怨
科士达新一代“好司机”



刘什祥

国内营销 HRBR主管

任职项目完美收官
高效高质的工作践行者



陈佩玲

财务部 应付会计

精打细算 精益求精
财务部的“金算盘”



陆轶钱

光伏中小功率
助理软件工程师

擅长技术问题的发现和改正
反应迅速，成长明显

★
闪亮
新星
new
STARS

★
岗位能手
Skilled Positions



余军明

IT与流程优化部
DBA及开发主管

在开发、数据库管理和
问题处理上表现突出



缪玲秋

财务部 应付会计

账务准确 兢兢业业
公司稳健发展的“稳定器”



关灿刚

行政部 资产管理员

公司得力的“资产管家”
和“物流专家”



占杨甲

国际一部 海外销售

超额完成业绩目标
高潜力客户价值明显
连续三季度部门考核第一



陈晓伟

国际二部 销售工程师

新客户开发大放光彩
老客户维护大获好评



何柏颖

商务部 商务专员

耐心细致 高效执行
出色完成出货及数据分析工作



温方

总经办 信息中心副主管

考核分析抓重点
客观公正看数据
工作细致效率高



郎春强

售前技术支持部 副经理

完美的方案配置
有力的技术支持
科士达优秀的“项目促进师”



王锐

通讯电源 硬件工程师

认证工作到位
售前售后出色
开发技术优秀



赵敏波

测试部 UPS测试组长

注重工作规范
出色的新人辅导
部门学习的楷模



白海林

工艺部 工艺工程师

工艺改善高手
项目推行能手



林新

光伏中小功率
结构工程师

优秀的产品美容师
完美的功能设计师



李欢

资材部 采购下单员

物料呆料绩效卓越
能歌善舞多才多艺



易娇

采购中心 采购专员

成本控制排名第一
新生代“降成本特使”



熊艳茹

质量部 IQC检验员

产品物料严格把关
科士达优秀“检察官”

用坚定的脚步 迈向下一个十年

——访成都万维科技有限责任公司总经理何巍

国内营销四川办事处·张登

十年诚挚牵手，十年亲密合作，十年风雨同舟。十年的时间可以让小树苗长成枝繁叶茂的大树，十年的时间也让科士达在四川从默默无闻变成家喻户晓，业绩傲居行业前茅。成都万维科技有限责任公司成立于1999年，于2004年与科士达结缘，有着健全的团队系统，积极的企业文化。而万维总经理何巍，他见多识广，思维敏捷，非常健谈，直率的言行外面包裹着内心的热情与执著。今天我们一起走进万维、走进万维总经理何巍。

▲ 记：何总您好！感谢您接收采访，首先请给大家介绍一下成都万维科技有限责任公司的基本情况吧！

何：好的，成都万维科技成立于1999年4月份，到现在已经走过了16个年头。公司从最初的3个人发展到现在，已经有55个人的规模，年产值约八千万。作为一个中小型企业，万维科技定位于专业性的IT类服务公司，立足于数据业务，围绕机房产品，提供动力类的能源解决方案。公司自成立以来坚持“诚信为本、只求耕耘、不问收获”的经营理念，以“不断进取、不断创新”为指针，始终不渝地保持与代理商、用户在各个

方面的良性沟通，努力实现企业收益最大化，员工成长最大化以及企业社会价值最大化。

▲ 记：万维科技与科士达什么时候结缘的？是什么让您坚持与科士达合作这么多年？

何：万维与科士达结缘于2004年6月份，11月份正式和科士达形成合作关系，到现在已经十多年了。有两个原因让我坚持和科士达长期合作，第一，科士达的董事长刘总，个性非常鲜明，他的艰苦朴素和努力打造国内知名品牌的决心和信心强烈地感染和鼓舞了我。第二，科士达是一个不断学习、成长和进步的企业，他符合我对我自己企业的定位，激励着我将万维科技建设成为一个立足四川、面向西南、能够服务于信息化建设和提供优质科士达产品的分销商和代理商。“十年修得同船度，百年修得共枕眠”，我希望科士达能成为百年企业，并且希望万维能向着这个方向，和科士达一起携手并进。

▲ 记：2015年对于电源行业来说是比较困难的一年，但万维科技在过去的四个季度中，取得了优异的成绩。请谈谈



成都万维科技有限责任公司
总经理·何巍

▲ 敬事以信，举直错枉。令不行、禁不止，即学富五车、才高八斗，其行亦不远矣。

这种大环境下万维科技在代理的众多品牌中，是如何应对并确保了科士达的销售业绩？

何：2015年非常艰苦，最大的问题是销售回款。但从销售数据来看不管是科士达产品还是公司的整体产值上，都比2014年有所提升，我们在10月份已经完成全年的销售目标。取得这样的成绩有赖于决策的调整和理念的坚守，2013年和科士达厂家充分沟通后，我们在2014年做了一些试点，在2015年公司制定了全方位推进科士达产品的决策。现在万维着重销售布局，员工围绕整个公司营销理念，在全川21个地市各行各业全力去推进和执行。公司在初创的时候，明确提出“三个尊重”，尊重供货商、尊重员工、尊重合作伙伴。所以，我们相信这个成绩只是又一个好的开始，我们有信心，在科士达的支持下万维未来一定能更大的发展！

▲ 记：相信万维科技的成功，与战斗在第一线的同仁们的艰辛和汗水密不可分，相信也取得了许多丰硕的成果。请问科士达在您的支持下拿到了哪些重大或重点项目？

何：销售一线就是战场，为确保

能拿下每一个项目，每一个分销片区，我们的一线同仁热血战斗，同时科士达的同仁在背后作为无名英雄，也付出了艰辛的努力和汗水，所以说取得好的成绩并不能说是万维独自的成功。面对多个重大项目，我们和科士达四川同仁紧紧团结拧成一股绳，在2015年拿下很多标志性项目，比如乐山交通项目、邮储项目以及广电项目。而这些都是成都万维和四川科士达团队以及其他兄弟企业共同团结、努力的结果。

▲ 记：平时遇到困难，我们是如何解决的？

何：第一，我们有一个重要的机制就是项目报备，所有销售人员得到项目信息需要第一时间报备。第二，我们强调规范性，和厂商合作我们要确保项目跟踪的过程，尽可能不失真。第三，保证项目信息传递的高效性和畅通性。我们和二级代理商、厂商彼此打开信任这扇窗子来提高工作效率，因为很多时候遇到的困难是内部沟通不充分导致，而沟通就是解决信任问题。比如项目的定价权，我们努力团结厂商，就是在尊重一线销售人员、项目经理他们的定价权，尊重他

们在市场上与用户的关系。有舍才有得，这就是一个舍和得的关系；就是一个怎么去尊重客户的关系；就是一个怎么去尊重市场规律的关系。

▲ 记：如何针对不同行业、不同品牌竞争制定切实可行的营销策略？

何：以敌为师，所以我不认为市场上有竞争对手，只认为市场上有学习的榜样，哪怕是弱势的品牌，也有值得我们学习的地方。比如以色列在约旦河西岸建国，联想在全国乃至全球取代惠普，华为早先不涉及终端产品，但推出终端设备，很快跻身前三，苹果用简单的可视化屏幕操作代替复杂的键盘输入，短短几年占领全球市场。所以，我们万维也一直把竞争对手作为老师，第一，针对不同行业不同区域，分析竞争对手及友商，汲取他们的成功经验为我所用，用十足的耐性发挥科士达品牌最大优势。第二，坚持贴近用户，用挤压的方式不断地削弱竞争对手，扩大销售范围，把科士达的产品的特长和综合性价比展示给用户，获得用户的信赖。

▲ 记：我们在提升客户满意度方面，具体采取了哪些措施？

何：我们在今年成立了设计部门，针对用户的需求提供一揽子解决方案，并且50万以内的中小型机房设计，都是免费给下面的合作伙伴提供服务支持。我们也建立了快速响应的服务团队，由以前的5人扩大到13人。用户现在最大的需要不是缺产品，而是缺基于产品上的优化的设计方案和应用方案，我们提供全方位的方案设计以及零距离的贴心服务模式，以此来提高用户的满意度和美誉度。

▲ 记：2016年，万维科技的公司规划是怎样的？

何：我们万维应该以一种战战兢兢，如履薄冰的态度去面对2016年，因为现在的市场、用户的消费形态变

了，分销由多头分销，向集中化分销和方案化分销转标，所以应该在分销上应该有较大的担当。万维在2016年布局上，会落实城市服务工程师，会在全省建立城市服务网点。2016年销售目标，要在之前增长的基础上，把数据夯得更结实，具体的产值目标，还在商定中。但是我们企业未来3至5年都有明确的奋斗目标，对于目标我们也会不断挑战下去。

▲ 记：2015年即将过去，您认为接下来的电源市场有哪些趋势性的变化？我们科士达应该如何建立更长远的竞争优势？

何：我个人觉得电源市场未来趋向于模块化和一体化，竞争更加残酷。科士达相对于其他国内品牌在行

业总部、央企入围上领先一步，在分销体系上的建设，科士达更是比国内其他品牌建设时间久。不管市场怎么变化，洗牌的趋势是非常明确的，我建议科士达在保持与传统老友商良好合作的同时，警觉新成长起来的其他国产品牌。科士达要建立长期竞争优势，不仅对外要敢于拼刺刀，对内也要强调合作共赢，加上强大的产品研发能力，以及逐渐完善的售后服务体系，这些都能让我们在将来取得更大的竞争优势。这是我的一点浅解，算是抛砖引玉，希望不会贻笑大方。同时非常感谢科士达给我这个表达感想和感恩的机会，也谢谢你的采访。最后，我相信在众多科士达合作伙伴的共同努力下，科士达的明天会更好！



不怕做不到 只怕想不到

——访2015年度卓越之星生产部任晨

新能源产品部 · 谭婷



任晨
制造中心生产部·EP车间文员
2014年7月30日入职

爽朗的笑容，温和的个性是任晨给我的第一印象。我去车间找到她时并说明来意后，她随即就给了我一个“招牌式”的微笑，然后便轻松的接受了我的访问。

▲ 记：第一次听到你的名字时，就想你肯定是一个比较内向的女孩，没想到接触下来才知道，你是一个非常活泼开朗的女孩呢！

任晨：嘿嘿……夸奖了，我家人给我起这个名字时，就希望我是个开朗阳光的女孩吧。

▲ 记：想问一下你是哪里人，来这边工作多久了？

答：我是湖北武汉人，2014年来这边的，在科士达工作将近1年多了。

▲ 记：为什么选择文职工作呢？你刚进公司来时适应吗？

任晨：在之前工作服务员职位中慢慢发现我不太适合服务员职务，于是，我希望谋求一个工厂文职类的工作，当时文职岗位刚好有个空缺，在面试中领导对我的印象

还可以，在一天的面试下来最后通知面试成功，心里非常开心激动。文职工作确实有些辛苦，刚开始不适应是一定的。但对于我来说，在生活中所面临的一切困境，正是一种磨练，只要保持谦虚好学的态度，乐观进取、勇于坚持，不害怕失败，就能战胜困难享受成功。我们在工作中以苦为乐，在积极向上的环境中工作就不会觉得辛苦了。

▲ 记：你觉得作为一个普通员工，具体应该为公司做些什么，该怎样做？

任晨：作为一名普通员工，应该认真地完成自己的每一天的工作任务，积极配合上级的合理调度，服从合法的工作安排，并不断的学习，提升对本职专业技能。

▲ 记：现在你对工作有什么新的看法和认识呢？

任晨：我认为文职这份工作一定要细心、谨慎、主动而要有耐心的去对待。在部门文档方面，需要对文件进行分类管理，做到文件的处理即时准确，文件按类统一编号、拟清单、制作相应的文件夹或文

件盒。另外部门5S工作：总体按照公司5S规范要求进行部门5S工作。具体：每天上班前尽可能早到，察看部门人员前一天5S的执行情况，对发现问题的则等相应人员上班及时指出或提醒，每天下班时检查部门5S情况等。

▲ 记：在你和公司一起的这些风风雨雨中，都有哪些难忘的经历？

任晨：在近一年的工作中，我并没有为公司做出惊天动地的大事迹，也没取得特别值得炫耀可喜的业绩，我只是尽力做好属于自己岗位上的工作，最快最好的去完成每一项任务，总结自己的经验，从经验中学习，向他人学习，尽量将自己的工作争取一次比一次做得更快更好，尽可能的提高工作效率，与同事相处和睦，合作愉快。我想公司这次评优活动也再次向每位员工传达与说明了只要有付出，只要做好了属于你的那份工作，就会有回报的平凡道理。

▲ 记：至今你工作也有一年多了，你有什么经验和故事要对新员工说？怎样才能更快的融入公司，更好的成长呢？

任晨：不知不觉来到科士达已经一年多了，让我深刻感受到了科士达的企业文化以及务实的工作作风。刚到公司的时候，什么都不懂，只能看着同事做，跟着同事打打下手。慢慢地一点一点了解操作流程，不断接受培训和努力学习知识，跟着导师一步一步的操作，一点点积累经验丰富经验。从开始的不安害怕，有软弱，有退缩，逐渐变得工作熟悉，操作熟练，变得坚强。打印标签操作很繁琐，环节很多，开始总是恐惧出错，经过这一年的锻炼，我学会了在细节上下足功夫，严格遵照操作流程，处理好工作上的细节，在遇到突然棘手的问题时积极合作，找到最佳的处理问题的办法。其实出了问题并不可怕，从中学到了什么，得到了什么经历才是最重要的。我们每一个人要以最快的速度来适应新的公司，新的制度，我也是以这种要求来时刻提醒自己、要求自己，工作中要更细、更好，这样才不会被上市公司淘汰。尽管在平时的工作中总会遇到一些困难，但我会以高度主人翁精神，默默地奉献出光和热，抱着务实认真的工作态度，不断地发掘出自我的潜能。我也会让自己保持着一颗平静的心去读懂：世上没有解决不了的困难——不怕做不到

，只怕想不到。在这方面我还是建议新来员工要让自己沉下心来，无论是工作中还是生活中，要学会虚心接受一些不同的意见，这会对你以后的职业生涯更有益处。我也相信大家能够很快的融入公司，能够更好地成长，同时也祝福同事们。

▲ 记：这次荣获优秀员工奖有何感想呢？

任晨：这次今年能被评为公司2015年度“优秀员工”荣誉称号，我个人感到非常的高兴与荣幸。在此，首先感谢公司对我的厚爱与信任，感谢领导对我的关爱，感谢同事们对我的大力支持。当选为公司的优秀新人，是一份荣誉，更是一种激励。这次能被评为优秀员工，我想这既是公司对我个人工作能力与成绩的肯定，也是对今后工作做得更好的一种鼓励。我和同事们仍是公司这个大团体中的小团队，我们仍然在一起相互支持与学习，融洽的氛围让我倍感欣慰。我也坚信，今后的工作一定会做得更好。科士达的发展让我们成长，我们的共同努力让科士达更加辉煌。最后，衷心祝愿明天的科士达一定更强。

平凡不平凡

商务部·梁康婷



李良华
商务部·商务专员
2012年8月8日入职

爱岗敬业 工作为先

作为国外商务的一员，李良华主要负责国际一部订单下单、跟踪、出货到订单完成的整个过程。而此过程包括订单处理跟踪，安排出货，出口资料制作和财务资料报表整理，在资材和业务之间扮演了桥梁的角色，因为出口工作的特殊性，要求工作人员事无巨细必须一丝不苟，对内沟通工厂交期，对外沟通海关进行出口申报，容错率低，一个小的疏忽带来的可能是公司和客户不可估量的金钱和时间损失，但是就是在这样平凡却不平静的岗位上，他做到了力臻完美。

所有的成功都不是偶然，熟悉他工作的同事都知道，他的成功背后是多少次自我牺牲自我奉献的结果，由于海运装货日期的不定性，碰到节假日出货存在相当的概率，五天八小时，周末这种节日对谁来说都是难能可贵的，对于良华，什么时候需要发货，什么时候就是工作时间，曾几何时，周末的办公室里有他伏案做报关资料的键盘声；有多少次，在大家早已准备安睡的时候，他还在站在仓库前仔细清点着每一箱装进货柜的货物，长此以往，仓管员和货车司机都认识了

那个风雨无阻默默在一旁做着记录一丝不苟的面孔，办公室的同事则记住了那个经常在华灯初上还守在办公室说着：你们先走，我等货柜装完再走的身影。

由于出色的工作能力和良好的职业素养，他总是会在关键时刻被委以重任，有时像救火队员，有时像突击手，冲在最前线的总是他。有一次，因为特殊的原因，三个商务专员有两个因为急事请假，恰逢公司出口的旺季，如果一旦没有人去协调安排，所有的货物将会面临延时出口，更严重的是，这会给客户及公司造成经济上的损失，正当领导们为此伤脑筋的时候，良华主动请缨，把另外两位商务同事的任务全部揽了下来，那忙碌的十几天，他肩上挑着整个公司出口货物的报关事宜，催交期、订货柜、做资料；仓库、产线、办公室三点一线，所有的事情在他良好的协调下有条不紊，当集装箱一个个顺利的运送出了工厂；当一箱箱货物按时到达大洋彼岸的客户手中；当所有的领导都长吁一口气的时候，没有人知道，他的妻子刚刚为他生下了一个大胖小子，完成工作的那一刻，他才请假赶回去

体验当父亲的喜悦。

良师益友 诲人不倦

熟悉他的朋友都知道，他家境殷实，生活富足，他如果愿意，完全可以过着衣食无忧安逸的生活，然而，越是在这种平凡且琐碎的工作中，他越没有浮躁，跟他打过交道的人，没有一个不称赞他和蔼可亲，但凡同事需要帮忙，力所能及的，他亲力亲为，不能直接做的，也是交代到位，尽心尽力。每每有人不解，说他：这么辛苦干嘛，回去当个少爷吃喝玩乐多好。他总是淡然一笑说：越是这样的工作越能磨练我的个性，我原来脾气不好，没耐心，这样的工作逼着我修炼自己。淡泊以明志宁静以致远，他用自己的言行诠释了这句话。

当从大学毕业的我懵懂的来到科士达开始职业第一站的时候，我很幸运自己能够遇到良华这么一位人生道

路上的导师，公司内部工作沟通涉及的部门多，流程相对来说比较复杂，良华就带着我去相关部门把我介绍给一个个相关的同事，耐心的在电脑上给我演示一个个办公平台操作，并带我参观了公司的车间和仓库，令我对公司的产品以及自己要接触的工作有个基本的了解。之后，他将自己总结下来的各个工作流程，具体注意事项一一告诉我，并且在每个工作环节都带我过了一遍甚至几遍，在我实际操作过程中，不时提醒我各种注意事项和容易出问题的点。

作为新手，犯错在所难免，当我还在自责内疚的时候，他从不训斥，而是孜孜不倦的给我讲解处理事情的技巧和注意事项。记得有次因为我的疏忽，遗漏了把订单中的一款机器下单到工厂生产部，直到货时才发现自己漏下了一款机器，客户那边已经等不及要出货，如果不能按照客户提供

的船期出货，我们将面临客户投诉甚至赔偿，我当时觉得整个天都塌了，良华一边安慰我要冷静，一遍开始积极采取应急方案，主动联系业务尽量争取到最大限度的出货时间，同时沟通生产部门的相关负责人协调加急生产这些遗漏的机器，在他那缜密而周翔的安排下，货物在最后时刻赶上了船，那一刻，他让我学习到，工作，既要一丝不苟的缜密安排，又要不失灵活的协调应对。

时光荏苒，当我从一个职场新人转变成了一名专业商务专员，当我每天在这紧张而又平凡的岗位上历练着自己时，当自己想懈怠了想抱怨了，我抬头看到良华那忙碌着的身影的时候，我又微笑着前行，在工作的道路上，他就像灯塔一样，风浪面前依然屹立，黑暗之中总能发光，平凡而不平凡！

全能达人 闪耀科士达

——2015年度卓越之星研发中心桂省锋

研发中心 · 徐雯



桂省锋
研发中心 · 高级制冷工程师
2013年7月1日入职

知彼知己

自2013年7月入职，桂省锋参与的空调产品的开发项目分别有水冷空调开发、冷冻水空调开发、空调自研控制器开发、空调室外机自研控制器开发等。产品开发的第一步就是了解市场需求，了解友商品牌的产品，根据市场的需求判断和友商品牌的产品分析，做出具有市场竞争力的产品能够在市场立足，所以桂工认为，只有知彼知己方能做出具有竞争力的产品。

精密空调目前的销售产品以风冷式为主，在风冷式空调占有一定的市场后，2015年，我们重新规划了冷冻水空调的新的开发计划，并在短期之内，完成了冷冻水的样机制作和各项摸底测试。此项目主要是由桂工负责，在开发初期，他收集了各种冷冻水的招标文件，并对文件中的条例一一进行归纳分析，并及时组织会议与大家共同分享，共同规划。经过几次会议之后，产品的定位基本成型，接下来就是样机的制作和测试。样机制作的过程需要和结构工程师默契的合作，清楚的表达自己的想法，无障碍的

沟通才能高效做事。因为时间有限，测试时间紧张，再加上经验不足，实际的测试结果和理论计算会有一些误差，这就需要重新优化设计，这整个的工作量大而复杂。空调的测试和装机也都是体力活，焊接铜管和阀件，密封风道，整机接线，前期的安装过程都要做到位，以便后面的测试数据更准确无误。空调的测试需要长时间连续运行，期间免不了要熬夜，测试过程要不断的调节工况，不断的改善，并记录每一项数据，调节工况对于我们经验不足的人来说是一种难事，但是桂工分析问题的能力很强，这能够使他快速的找到问题，并且很好的解决问题，所以对于我们来说难的测试，对于他来说就简单了很多。

严谨缜密

即将面世的科士达精密空调自研控制器聚集了我们部门大部分同事的心血，除了控制组的成员和领导，桂工对其功能和逻辑是最清楚的了。他主要协助软件工程师进行控制器的逻辑测试和完善。其实，控制器的逻辑功能是制冷工程师根据市场需求和现

有产品的基础确定的，软件工程师根据制冷工程师提出的需求做出程序。现在很多精密空调厂家都用的自主开发的控制器，那么我们的控制器除了能够满足客户的需求还需要有自己的亮点，这就要求我们做到知彼知己，了解又商的品牌功能和亮点，了解客户的需求，确定自己想得到产品。前段时间，精密空调的自研控制器进入了最后的测试阶段，上百条的逻辑需要一一进行测试，当然，如果说这些逻辑是独立分开的，那倒也不是什么难事，逻辑的最大难处就在于很多条例是错综复杂、相互关联、相辅相成的，所以一个因素制约着几个不同的逻辑，这就增加了工作的难度。在测试的过程中保持清晰的头脑，思维严谨，缜密才能使这些逻辑万无一失。

高效沟通

在平日的工作中，桂工除了产品开发的工作，还协助售后部门的同事

处理客户现场问题。精密空调的售后力量不足，再加上售后对空调的了解不够，在处理空调的问题的时候比较困难，问题处理的不妥当、不及时，或者没有从根本上解决问题就容易遭到客户的投诉。而桂工在协助处理售后的这些工作中发现，要想很好的解决空调质量问题，需要各部门之间沟通合作，即生产，品质，售后，研发，销售等各个环节合作才能做好。研发部门设计的产品稳定性能高，生产环节品质把好关，确保生产的各个环节没有纰漏。而销售是客户和售后的一个纽带，及时的反馈客户的问题给售后便于及时的处理问题等，研发人员根据售后反馈的问题进行合理的改善等等。这都需要各部门之间合理、及时、有效的沟通。

羽毛球达人

说起运动，桂工对羽毛球是情有独钟，自公司的羽毛球场建成以来，

每个工作日的晚上，你都能在羽毛球场看到他跳跃的身影。他每晚上都要打上两三个小时的羽毛球。他的球技在我这个“门外汉”看来也是一绝，经常听到有同事说他虐的遍体鳞伤。对羽毛球的热爱让他根本停不下来，每天等到球场人去楼空，汗流浹背才停下来休息。或许，打完羽毛球的酣畅淋漓能够让他身心愉悦，解除一天工作的疲劳吧！

“百科全书”

桂工除了是技术控，羽毛球控，还是一个生活控，能帮你解答生活小常识，部门有同事时常笑称他是我部门的“百科全书”。这个称号来自于平日里的聊天，不管任何话题，他都有自己的独到的见解。我想他素日里也是一个心细之人，善于观察生活，善于发现问题，勤于思考，博览群书，日积月累，自己的思想就丰富了很多。这大概就是我们所说的厚积薄发吧！

点滴付出 无尚荣归

——访客服中心优秀员工李爱

客服中心 · 薛姣



李爱
客服中心·客服副经理
1997年6月28日入职

点滴付出 无尚荣归

李爱于1997年加入科士达，最早是在霞浦工厂,后转至深圳工厂,现于辽宁驻点。辽宁移动工频机安装调试,经过近一周的开机调试工作,辽宁移动虎石台二期数据机房15台工频机现已全部开通完毕。客户特意打来电对我司技术人员的工作进行了肯定,尤其是提前对设备之后的维护工作提出的建议客户觉得非常重要,表扬了我们售后工程师的责任心。

此项目是通讯行业重点项目,项目包含13台400K机器、2台200K机器,前期因交期问题客户还有些意见,但通过设备的安装、调试等过程,我们的售后工程师用实际行动得到了客户的认可和肯定。在调试过程中,各位领导给予各方面的支持,研发工程师邓彬、售后工程师李爱努力工作,在开机调试过程中加班加点的排查、测试,耐心为客户解答疑问并进行了简单的设备运行培训。在机器刚到运输到现场时,由于天气快要下雨时,客户说这工程是交钥匙工程不管机器在露天的情况下,李工给销售人员张倩出主意,临时去购买雨布进行遮挡,由于当时天气快要下雨,风很大,机器EP400K有10多台放在外面,遮挡起来困难较大,但他们还是在赶在下雨前,把机器遮挡好,不让机器被雨淋。

由于现场安装上比较复杂,EP400K机器13台,EP200K机器2台,分别放置

在2楼、6楼、8楼,机器本身体积较大,上下楼层的搬运过程都很不方便,施工队进行搬运的,但技术指导是我们做的,在搬运过程中,另一工程师王瑛玮在现场监督执行搬运全过程。每一台机器在搬运过程中都是拆变压器进现场的,在李工发给我的几张照片中,我们能看到,机器在拆分后搬运的过程中,是需要十分小心的,且我们的机器都比较大,需要八九个工人同时配合,工程师需随时监督,变压器较重,有的大楼尚未配备电梯的,甚至要启用吊车从窗户处移入安装地点。因机器内部有很多螺丝、接线、板件等,所以在开机调试中需很仔细地去检测才能保证机器组装无误。因现场工作量较大,李工和邓工每天早上7点出发8点到现场,晚上一般都是要21:00之后才离开现场的,当时现场连照明都没有,李工和研发邓工都是拿手电筒进行检查机器情况,反复确认机器检查结果,确保机器调试正常。

但重在次次优,李工在其他项目维修时,也是拿出十二分的敬业态度,不止一次受到过表扬:在河北省石家庄市工行项目中,由于工行项目的安装、巡检、维护等工作,细节上做的到位,得到市行科技相关领导的认可和口头表扬。客服工作不但专业度够高,人际关系也要处理得当,这样才能把事做得更完美。之前在河北、上海、杭州等地都与代理商之间关系相处

融洽，客户满意度很高。

客户至上 服务细心

作为一名售后工程师，你不知道什么时候客户需要你，一旦客户需要你的时候，你必须第一时间到位，为客户解决问题。有时客户机器坏，见面就是骂，李工说：有一次吉林省四平市烟厂的机器坏了，上门维修时一见面客户就开始骂，当时人在现场也没办法骂就骂，得先修好客户机器再说，等修好了机器，客户这时才露出一丝高兴样，问他回去路线时，也很配合并送到门口。所以当工程师在现场进行维修工作时，不但不能被客户的情绪所影响，反而要更加细心、耐心的为客户解决问题，这样才是客户所需要的服务。在辽宁省抚顺市电力有线电视台修机也一样，报机器超载，李工查了两个小时才查到客户自己接了5个电暖器，在查找原因的过程中客户不停在说科士达的机器怎么不好、不行，但是现场李工还是坚持查找原因，当最后找到原因时，当时那台长呆在办公室不好意思出来了，这样的事他们平常也遇的较多，但必须要调整好自己的心态，用专业的技术和服务让客户点头。

博学笃志 能者多劳

李工原来是负责东北三省和内蒙地区，由于去年公司新规划，现在就负责辽宁地区了，看似工作量减少了，但实际上一些琐碎繁杂的事物还是很多。辽宁客服有两个维护点沈阳和大连，李工的电话基本上是辽宁地区的热线电话，代理商、销售及代理商的工程师有事都会打他电话，一来是相信他的技术，二来是对一个人肯定与信赖。由于人手不够用，李工不但要经常出差，工程师的日常工作安排及驻点大小事的管理，还要面对客户及代理商和内部销售人员的各种相关的事宜，都要处理好。

辽宁省工行地市中心机房维保项目的工作，在检测时要主动地为客户提出一些建议，让客户在日常使用及维护时，规避风险，如这次全省中心机房安装电池监控系统，李工安排工程师到现场指导UPS相关技术问题，使得这次他们安装监控中，机房UPS没有出现任何问题。这使得一些工总行及地市工行有维保项目或其他检测服务负责人点名就要李工去。

在受到客户表扬时，李工说：这都是我平常应该做的工作，遇到项目了，主要是首先是做好本职工作，说突出也没有，只是做好每一件事，为客户所想，满足客户所需，细节上需

考虑周到，把公司交给的任务顺利完成。再根据现场情况具体分析，给客户提出改进的建议及简单的维护措施，让工作做得更完美一点。在工作中的点滴付出，在面对客户提出疑问，能给予很好的解答，在面对修机时的难题，从容不迫的排查解决，哪一方面都是建立在我们工程师日积月累的学习、不断提升自己。

俗话说，鱼与熊掌不可兼得，在工作中表现的优秀出色，在生活中对家人难免有所亏欠。在北京那一年，李工的儿子出生那天还在出差，等赶到医院时，儿子已出生了，当时就有医生跟他老婆说，生儿子了你老公怎么还没来。当时心里满满的都是愧疚。工程师可以休年假，他却说想都不敢想，这几天他儿子还要做手术住院一周左右，都不敢说请假，晚上还要去修机，本周六要出差，客户指定要李工上门。为工作牺牲掉生活的一部分，有得到就有失去，既然工作可以这么出色，那么生活必然会活出另一番精彩，希望李工以后的工作和生活充实、多姿多彩。

如履薄冰 至真至诚对待每一位客户

2015年优秀团队—国内营销天津办事处

国内营销天津办事处·庞志文

▲ 编者按：企业需以盈利为经营核心，辅以完善的经营管理制度，取之于人，用之于人，方能进入经营的良性循环之中，“以人为本”是其根源，企业内部如此，市场同样如此，经营好客户就能经营好市场。



面对产品同质化严重的市场环境，如果不寻求创新就很难实现业绩突破。科士达在力争做出产品的差异化优势的同时，天津办也力求突破现有困境，整合资源、合理布局、增强抗风险能力。2015年，天津办成功运作天津海泰提爱斯数据中心项目、恒银金融科技股份有限公司—金融终端配套等项目，较2014年业绩增长88%。随着国有品牌的崛起，以及产品利润高透明度，国际品牌的优势已明显下降，业主趋向更加理性的选择。而天津的地域特点，萌生出客户与客户之间、品牌与品牌之

间的透明化，竞争异常激烈。因此，天津办调整营销策略和业务规划，加强引导客户国产化概念，强化服务质量和性价比，充分调动签约代理的市场能动性，贯彻利益共同体原则，深耕细作客户关系，积极拓展新合作伙伴，逐步完善区域的营销网络，侧重业务重点突破，从最终用户出发，坚持秉承“如履薄冰”般的心态对待客户，强化细节，真正站在客户的立场上去考虑问题，用最优的项目设计迎接数据中心时代的到来。

坚定信念

海泰提爱斯数据中心项目是天津市政府高新区与日本提爱斯数据中心（日本本土排名前三）共同组建的中大型数据托管公司，为天津市重点的A级机房，机房面积超5000平米。3年前与科士达接触时，他们已经有唯一指定供应商，日方非常怀疑国产品牌科士达的整体实力。但我们坚定信念，坚信我们的实力。经过多次的技术交流过后，客户同意试用1台设备，这也是科士达当时为数不多的100KW大型空调。客户工作态度严谨，规范化程度极高，因此我们的专业化售后服务团队也必须提供高效、快速的配套服务，以便能更好掌控客户和项目的动向，抓住主动权。面对客户提到的需求时，尽其所能去尝试。接下来的几年的合作之路虽然依旧坎坷艰辛，但终于开花结果，现在我们已有不少大型精密空调在客户方使用，而且仍在争取进一步深化合作。

不抛弃 不放弃

目前天津区域小功率段机型的分销渠道网络不完善，同时出于进一步完善天津20K以下机型销量的考虑，天津办将恒银金融作为重点客户进行

拓展及维护。在合作之初，某友商是他们近5年的固定合作伙伴，我们切入的机会是以样机测试进入的，在最初的1年之中，没有任何订单，只有反反复复的测指标、调指标、发样机等等工作，科士达1~3Kva的机型（含全部改款及部分海外机型）均已发到现场进行测试。至始至终，我们都抱着不抛弃不放弃的观点，一次又一次接受客户的样机测试要求。因为客户对我们的点滴需求，就是我们的机会，该把握的一定要把握住。由于我们的真诚和努力，客户高层对科士达有了较好的认可。陆续地，1台、几台至几百台的订单开始出来，截至目前，该客户总共已经为科士达带来了几百万小功率段的销量，采购量基本上已经做到和友商平分秋色。

耐心 再耐心

2013年底，天津办与一央企首度大项目合作。之前科士达与其在南方平安城市项目有过合作，因合作中存在产品、工程实施等问题，项目负责人对科士达颇有意见，而竞争对手也都一直有在。导致投标前的合同谈判非常艰难，不管是方案优化，或是优势体现、还是客户关系攻关，以及

集团技术部门、采购部门、项目指挥部等多方协调，耗费了巨大精力。但是因为该项目的成功运作可以扭转科士达在客户印象中大项目操作上的负面影响，能更加巩固作为央企的紧密合作伙伴的地位，同时有力地打击竞争对手，取得以后项目主动权，并且作为在政法系统上的示范案例，所以我们披荆斩棘，全力以赴。通过真诚服务和用心准备，我方赢得了客户的高度信任。我们利用前期的客户认可度，以及及时的情报信息，为客户提供了符合客户需求的，真正有价值的项目服务，成为了客户的真正合作伙伴。最终该客户虽然尚未采购，但科士达已成功中标。

2016年市场竞争形势依旧严峻，天津办将根据区域特点与任务额做科学分拆，合理规划框架，重点拓展行业、核心代理、大项目三大主要方向，找准对口相应资源，行业发展以公检法、交通、数据中心等为主，模式以核心代理为主，优势代理协同发展，办事处在做好定制化优质服务的同时将重点跟进大项目，为大家搭建好服务平台，同时满足各方对利益的诉求。

深耕细作 不放弃任何一个项目机会

2015年优秀团队一国内营销轨道交通行业部

国内营销轨道交通行业部·崔妍妍



2015年，是交通行业部市场拓展的第二年。这一年，市场大环境疲软，后劲不足。在市场拓展中，我们遇到诸多国际、国内知名品牌的激烈竞争。天道酬勤，通过行业部同仁的不懈努力和积极跑动，成功取得重大项目突破，完成业绩目标。至此，“科士达”品牌纳入同行业的第一梯队，逐渐成为行业内的主选品牌，知名度和美誉度也逐渐得到行业内的认可和提升。

2015年初，行业部制定了年度拓展计划，通过区域市场的划分，新老传、帮、带，以及每月例会，做到部

门内部资源共享，信息公开。通过项目合作，与行业系统集成商、设计院及代理商进行资源整合，合作共赢。我们根据人员及市场项目情况做出业务分工调整，提出“两步走”、“中短期”战略，把交通市场分为地铁、铁路两块，集中精力拓展地铁市场，积极布局铁路市场。内部发起技术人员对销售人员进行不间断培训，从产品技术、解决方案方面对主要竞争对手进行剖析，探讨竞争对策。以项目组形式进行部门人员搭配组合，并通过资深市场人员项目经验分享，缩小内部业务差距。

2015年2月，交通行业部传来喜讯：科士达中标天津地铁项目，成为天津地铁6号线通信系统电源子系统的设备供货商。

天津地铁6号线，北起新外环东路，南至梅林路，全长50.1公里，共设地下车站39座，沿线经过东丽区、河北区、红桥区、南开区、河西区、津南区等六个行政区，建成之后将会成为天津市重要的交通枢纽，地位极其重要。电源子系统事关通信系统的安全与正常运营，起着关键性的保障作用。因此，客户选择子系统供应商的唯一标准就是“一流品牌、一流品质、一流服务”。最终深圳科士达凭借公司高可靠的品质及服务优势，在与众多国内外知名品牌的博弈中又一次成功胜出。

深圳科士达科技股份有限公司提供的集中供电方案，由KSTAR品牌EP系列工频在线式UPS设备荣幸的担当此重任。该系列采用

100KVA至120KVA的UPS对重要负载集中供电，EP系列UPS采用双DSP控制芯片、先进的控制技术及完善的逻辑管理，消除模拟控制的零飘问题，方便应用现代控制技术，方便调试和系统升级及系统维护，完备的逻辑功能，为客户提供丰富的交互数据。同时，除了提供先进的产品外，科士达还在技术和产品培训方面为客户提供完善的服务，着眼于为天津地铁提供长期、可靠的保障。

安全是轨道交通的第一要求，作为国内提供领先解决方案及服务的厂家，深圳科士达致力于为城市轨道交通提供安全的、一体化的解决方案及服务，并先后赢得了北京、广州、深圳、沈阳、成都、杭州、宁波、郑州、西安、南昌、长春等城市轨道客户的青睐。此次天津地铁再传捷报，是深圳科士达电源子系统解决方案在广泛应用后的又一重大成果。展望未来，深圳科士

达将再接再厉，为更多轨道交通客户提供安全、稳定、可靠的解决方案。

过去的一年是我们努力拼搏的一年，成绩的取得，离不开团队成员的共同努力。接下来，我们仍要求组织成员之间进一步相互依赖、相互关联、共同合作，用团队的力量来解决错综复杂的问题，创造团队奇迹。2016年我国将新建轨道交通线路89条，总建设里程为2500公里，投资规模达9937.3亿元。是轨道迅猛发展的一年，我们行业部同仁将继续努力，持续开发团队应变能力和创新能力，积极拓展，依靠公司完整的产品线，不放弃任何一个项目成功的机会，通过纵深拓展，利用2-3年逐渐在轨道交通行业建立领导品牌的地位，为公司找到新的业绩增长点，顺应公司发展与市场需求。我们期待，我们在行业内产生质的飞跃的那一天早日到来。

榜样力量 荣耀未来

——科士达2015荣誉盛典暨2016迎新晚会

人力资源部 · 陈娅莉

▲ 辞旧岁三阳开泰，迎新春金猴送安。2016年1月18日晚，科士达2015荣誉盛典暨2016迎新晚会于18:30分在深圳光明科士达工业园隆重开幕。“榜样力量 荣耀未来”，这不只是一场聚会、一次狂欢，更是一次成长、一次致敬，是共享成果，见证荣耀。



此次荣誉盛典暨迎新晚会，重在表彰为公司蓬勃发展做出卓越贡献的优秀榜样员工及合作伙伴，并且隆重邀请了近百名核心代理商莅临出席，展示了科士达与合作伙伴荣耀共享的坚定信念。盛典当天公司颁发了60项个人奖，7项优秀团队奖，10项核心代理商卓越贡献奖。全体员工与合作伙伴欢聚一堂，分享荣耀和喜悦，让大家一起见证“榜样力量”，让荣耀

之光照亮通向广阔未来的光明之路。

公司在2015年聚焦核心技术，严抓产品规划与品质，持续提升客户服务水平，在行业市场形势严峻的情况下，依然取得了良好的业绩。董事长兼总经理刘程宇先生在致辞中表达了对全体员工及家属、合作伙伴的感谢与祝福，并明确提出以提升人才竞争力与组织竞争力为目标，优化激励机制，让为企业创造价值的奋斗者过

上物质充裕，精神充实的生活。同时刘总也表达了与全体员工共同努力，百折不挠地向更加宏大的目标前进的坚定信心。

新的一年，气象万新，此次荣誉盛典的流程和形式更是推陈出新，节目内容形式多样、丰富多彩。各部门精心制作的新年贺春的暖场视频，展示了科士达人蓬勃向上的精神风貌，以及对科士达大家庭真挚

美好的祝福。晚会节目精彩纷呈，形象生动的展现了科士达人多才多艺，积极向上，团结协作的特点。开场舞《花开盛世》将一片大气花海、喜庆融洽的气氛带入了晚会现场，表达了员工与公司同呼吸共命运，共迎花开盛世的美好心愿；《青春序曲》则是海外将士出征的前奏，是他们征战世界的决心；小品《唐僧师徒后传》诙谐生动的表

演引发观众喝彩，研发人员的创造力加上幽默，威力不容小觑；情景剧《菜鸟成长记》则是初入社会，在科士达平台磨练成长的闪亮新星们的快乐成长故事；原创MV舞蹈《闪耀科士达》更是表达了员工对公司的感恩之情，将整场晚会推向了高潮.....每一个节目均饱含科士达人爱与感恩的诉说，是科士达人壮志雄心的写照。

欢聚的时刻总是短暂，晚会最后由大合唱《飞歌·启航》拉下帷幕，科士达人用他们真诚的表演和热情的歌声表达了对公司的情怀。最后，让我们在新的一年里，一起秉承榜样力量，让荣耀之光照耀未来征途；让我们薪火传承继往开来，续写科士达壮阔辉煌的篇章！



全体演职员合影



《金猴贺春》



现代舞《月光》



优秀员工颁奖



优秀渠道合作伙伴颁奖



乐器演奏《女子乐坊》

与你携手 开拓进取

——2015年科士达精英渠道澳洲商务之旅

国内营销中心渠道部·孙清华

▲ 光阴荏苒，时光流逝，2015年转眼间就过去了。在2015年中，科士达营销团队在其他各部门的配合支持下、在公司既定方针的指引下，上下一心，团结协作，取得了令人满意的成绩；同时，由于新的渠道政策符合市场的需求，激发了经销商的潜力与积极性，因此涌现出一批优秀的合作伙伴。

在竞争品牌产品日趋同质化、市场竞争日渐激烈的情势下，科士达要脱颖而出就必须在管理上下工夫、做文章。早在2013年底，科士达营销团队便在副总经理张光华的领导下未雨绸缪，按照张总的“四大”（大渠道、大客户、大行业、大项目）、“四化”（产品标准化、营销市场化、制度规范化、团队专业化）的宏观规划，来调整营销的作业方向与模式。同时，针对合作伙伴制定了奖罚分明的渠道激励管理制度。淘汰表现差、效率低的经销渠道；而对于表现优异、配合度高的合作伙伴不仅给予荣誉、表扬，在物质方面也将提供各种形式的奖励，而海外商务旅行就是其中的一项激励措施。

经过公司领导精心的规划、安排，科士达第一次海外商务旅行——“2015年科士达精英渠道澳洲商务之旅”于国庆长假期间启程了。



开启澳洲之旅

当我们走出凯恩斯国际机场到达大厅时，澳洲春日的暖风迎面而来，我的心也跟着激动了。炽热的阳光洒满了我的脸，红晕一圈圈开始荡漾，让这个季节显得格外生动。在这样明

媚的日光里，最想拥抱的是海洋。那微凉的海水，那朵朵的蓝，许久以来一直是我的最爱。

夜幕不是专程为星星而来；浪花也不是专程为海岸而来；飘雪同样不是专程为冬天而来！初春的10月

（澳洲季节），“世界第八大奇迹”的大堡礁、“人生必要的二十个旅程”之一的大洋路及世界闻名的悉尼歌剧院、悉尼大桥等却专程为每一个科士达精英渠道与优秀员工而来！

蓝天、白云、阳光、沙滩、海鲜……
YES! 澳洲，我们来啦……

美丽的棕榈湾

棕榈湾就像一位优雅的女士，慵懒的卧在湛蓝的海边，那幽幽的碧绿让人心定神宁。棕榈湾最大的特色是安静，没有什么大型的旅游项目在那里经营。光顾棕榈湾的一般都是在澳大利亚自驾游的旅客。那里沿着海岸建造了一排家庭度假屋，游客们可以把那里当成自己临时的家，所有生活所需的设备都应有尽有。享受棕榈湾的静要从那里的雨林开始说起。除了一弯雪白细腻沙滩，棕榈湾是被绿油油的棕榈树层层包围的。雨林的绿和海水的蓝在和谐的色调中显出独特的对比，给人以静谧的感觉。

漫步在棕榈湾的海岸边，我感觉到自己清清爽爽，真真实实地汇入大自然的怀抱之中。那一刻，心中涌起的，是甜甜的快乐、融融的暖意，还有深深的感动……

壮丽的大洋路

大洋路位于墨尔本西南，是为纪念参加第一次世界大战的士兵修建的，参与建设的人包括许多参加一战后退伍的老兵，共有3000余工人为此付出了艰辛的汗水。这条路于1919年开始动工，1932年全线贯通。大洋路 (Great Ocean Road)



沿着维多利亚州西海岸蜿蜒伸展，沿途散落着一些海岸城镇和渔村。一路上，处处是壮丽的海洋风光，景色旖旎。

曾经见过很多大海，以为不会再为之感动。但大洋路多姿多彩的风景，瑰丽的海岸景致和澎湃的浪潮，以及大自然的力量所造就的神奇景观，不仅让我感动了，而且让我深深的震撼了！最著名的是“十

二使徒岩”景区，经过几百万年的风化和海水侵蚀形成的12个断壁岩石，矗立在湛蓝的海洋中，形态各异，犹如人的面孔，大自然的鬼斧神工塑造了令人惊叹的壮阔雄伟的奇景。

高雅的悉尼歌剧院

悉尼歌剧院曾被美国《时代》杂志列为“20世纪建筑史上的五大

奇迹之一”，这种说法没有人去置疑，集独特的结构和令人惊叹的位置于一体的建筑风格，是悉尼歌剧院让人叹为观止的重心。世界建筑界权威人士说，它“可以变旧，但永远不会过时”。于是歌剧院成为“悉尼之魂”，被誉为“澳洲之花”也就顺理成章。

悉尼时间2015年10月06日18点40分，我走近这被世人传颂着的无比绚丽的建筑。可是，我一点也不激动。我很平静的站在贝尼朗角的夕阳里，望着悉尼港湾三面环海的歌剧院建筑群，望着气势雄伟、横跨悉尼湾的海峡大铁桥，望着悉尼的军港后面，市区鳞次栉比的高楼大厦，望着深蓝色的海面上浮动点点白帆，蓝天上盘旋着的无数白鸥与飞鸽，我的心似乎与这一切融为一体，平静得如一汪深湖。

黄昏的悉尼，太阳已经隐去，西边的天际多了一抹火红的云彩。静默在碧绿海水和皇家公园宁静草地森林间的悉尼歌剧院，在晚霞的衬映下更显婀娜多姿轻盈皎洁，几叶巨型白色的船帆飘扬在蔚蓝色的海面鼓舞着世界，如一簇簇雪白娇艳的花朵盛开在湛蓝的天空下，将美丽与纯洁演绎到了极致。

时间过得很快，为期七天商务旅行在欢乐声中结束了。经销商们尽情的享受了澳洲风景与风情的愉悦和惬意。在澳洲的行程一直与海

相伴，不论是在凯恩斯的绿岛，还是在墨尔本的大洋路，抑或是在悉尼的歌剧院，那蔚蓝的海水、涌动的海潮、徐徐的海风、迷人的海景……都让我们流连忘返。当我们赤脚在松软的沙滩上漫步，在涌动的海水中嬉戏，大家都兴奋得像个孩子。这里的沙子细细的，脚踩在上面，很有些柔腻的感觉；海水则是纯净得令人迷醉。走近没膝的波涛中，随着浪花的节奏摆出各种姿态；或者在沙滩上纵情的跃起……让同伴一一摄入镜头。

大家一起游玩的日子一直都是

那么的沉醉，每个人都意犹未尽，每个人都期盼着来年能够再次成行。的确，风景之美丽时时让人回味、让人流连忘返；相聚的欢乐也让人恋恋不舍。旅游虽说是短暂的，但其意义却是深远的，力量也是无穷的。这次出游，充分体现了公司增进凝聚力，对合作伙伴实施激励上进、鞭策落后的管理思维，相信未来对合作伙伴有着积极的助推作用。经过这次旅游也让我们对公司的发展有了进一步的认识，对未来的工作充满了信心。



▲ 澳洲归来经销商感言



山东恒迈信息科技有限公司 宁汝明总经理

这次去澳洲的行程虽然只有短短的几天，但是十分放松惬意。在科士达公司的组织下，我与其他优秀经销商们一起去了澳洲，优美的风景加上良好的氛围，我们就像一个大家庭一样其乐融融。七天的时间，不仅我们经销商之间互相分享经验，而且我们经销商与科士达领导们也做了充分的沟通交流，在放松的同时拉近了我们之间的感情，强化了我们之间的合作。

我公司从2011年开始与科士达合作，对科士达的印象是：科士达是一个“务实”的公司、“贴近市场”的公司，特别是今年行业形势较为严峻的情况下，更需科士达公司这种“接地气”、“务实”的精神。

杭州科士达网络科技有限公司 王家珍总经理

这次利用科士达创造的机会，我是携带夫人一起去澳洲的，氛围很好，玩得也开心。对澳洲的印象很深

刻：风光很好，空气很好，是一个蓝天白云的城市。

这次同去的都是科士达渠道内的优秀经销商，大家交流很多，也有很多新朋友，大家取长补短，很有意义。

科士达在国内民族品牌中，开发推广力度较大，知名度高，市场氛围好，价格布局合理，合作二十多年来，公司去年科士达产品的销售量又有新的突破。虽说市场竞争很激烈，但只要工厂的大渠道、大行业、大客户、大平台的大方向不

变，以科士达现有产品线为支撑，每一个用户的选择都是可以引导的，我们会耐心地给客户作解释沟通工作，相信市场一定会越做越大的。

沈阳科士达电子有限公司 郑成安总经理

“要更加努力创造辉煌 希望每年都能去玩。“回到沈阳后的郑成安总经理心情很好，或许这跟他愉快的澳洲之旅有很大的关系。虽然旅行结束已经一周多时间了，但提起澳洲行，郑总依旧很开心。

郑总介绍说，这次玩得非常尽兴，澳洲迷人的风光以及独特的地域文化让他流连忘返，而科士达周到细致的组织安排则让他感觉非常舒适体贴。行程安排也很轻松，有比较充裕的休息时间，因此一路旅行非常开心而且不累，留下了许多快乐的片段。对于澳洲之行这样的商务旅行活动，郑总表示非常赞同，他认为这非常有利于厂商之间的合作交流。沈阳科士达电子有限公司同科士达合作近二十年来，销售额一直稳定在一千多万，科士达在当地市场的氛围已经全面凸显，对于未来市场，郑总信心十足：“我们要更加努力创造辉煌，争取每年都能够参加这样的商务活动。”

贵州联众科创科技工程有限公司 吴江总经理

这一趟回来之后，身心舒畅了许多，真是难得的放松机会。吴江总经理说：“行程安排非常合适，在七天的时间里，大家不但游历了大堡礁—绿岛、十二门徒岩、蓝山 等美丽的自然风光，而且参观了悉尼歌剧院、墨尔本圣派翠克大教堂等文化景点，是一次很完美的旅行。”

而对于这次澳洲之行感触最深的事情，吴总表示并不是一些独特的旅游体验，而是科士达公司领导在整个行程期间的热情周到的组织安排，“为了照顾我们每个代理商，公司领导很辛苦，为大家安排得非常细致，即增进代理商之间相互交流和学 习，又让大家玩得很开心，大家都像是一家人，气氛非常和谐”。而这也是吴江选择跟科士达合作的重要原因之一。与科士达合作三年来，贵州联众科创科技工程有限公司经营科士达产品越来越得心应手，提到对于科士达的印象，吴总脱口而出：“实干、行胜于言，以客户满意为宗旨的好品牌”，他说：“自己代理过很多产品，厂商都是一堆的支持政策和承诺，但最后都兑现不了，科士达对于经销商的政策、承诺都一一兑现，那对客户 需求、服务等方方面面肯定都

能做到最好，跟这样的品牌合作没有后顾之忧；我们将加大投入，一心一意追随科士达高速发展的步伐，克服一切困难，把贵州市场越做越好”。

广州竣明电子有限公司 童向东总经理

自2014年底与科士达公司签约成为Y系列华南区分销平台后，广州竣明电子有限公司一直兢兢业业，配合科士达构建强势分销体系，互助共赢，维系厂商持久合作。为了感谢优秀经销商为科士达发展付出的努力，童向东总经理受邀同其他优秀经销商一起到澳洲旅游。

谈起这次旅游最难忘的事情，童总说：“绿岛上的海滩，沙子很暖很细，软软的像泥一样。我漫步沿着沙滩绕绿岛转了一圈，一边欣赏着蓝天碧海，一边吹着海风，要多惬意有多惬意。岸边还有许多珊瑚礁，大浪过后，珊瑚礁上形成很多小水洼，那些小水洼里面的海水呈现出天蓝色，非常漂亮。”

“这次旅游，渠道精英们和科士达的领导聚在一起，是一次行业交流的好机会，我们经销商之间也相互交换了对行业形势的看法以及市场调整策略。总的来说，这次旅游非常愉快，收获很大。”

金秋十月 松山湖行

研发中心·林艳萍

我爱初秋，爱她不炙热的太阳给人带来的温暖；我爱中秋，爱她不灰暗的天空给人带来的宁静；我爱晚秋，爱她不冰冷的微风给人带来的舒适。秋天就是我的最爱，爱在这个季节去体会大自然，去舒展筋骨。在这个秋意浓浓的十月，研发中心组织了一次出游活动——松山湖骑单车之旅。

松湖烟雨，是松山湖的生态景区的核心景点之一，位于科技共山水一色的松山湖科技产业园区。8平方公里水面的松山湖，四周峰峦环抱，湖面烟波浩渺，湖鸟轻鸣，雨霁虹出时分，云蒸霞蔚；42公里长的滨湖路曲径通幽，路旁是绿意嫣然的荔枝林和多品种果，树影婆娑，峰峦绿树倒影湖底，波光烟雨青翠流荡。在这里，浴露披霞，泛舟垂钓，散步、骑车、运动、阅读都很适合。

上午我们到达松湖烟雨附近，租好自行车就开始了一天的单车之旅。松山湖可谓一步一景，一路都能见到精致的人工美景，景区道路干净漂亮，地势平缓，面积足够大，湖光山色，遍地的绿树小花，让人体会到深圳公园都无法给予的“以人为本”的感觉。有一处景，路边都种满了芙蓉花，我们叫它“芙蓉花道”，这种花在我的家乡也有很多，看到它倍感亲切，粉粉的颜色，又有绿叶衬托，甚是好。骑在这段路时，我们便放慢了速度看向两旁的花朵，静静地欣赏，仿佛时间静止在这一刻。



骑行路上，徐风吹来，凉凉的，能赶走一些地面散发出的热气，人便感觉清凉舒适。由于参加活动的人数较多，大家分成几组小部队行动，大家你追我赶，欢声笑语，散发出快乐，好似快乐的“分子”都在空气中弥漫，处处感染着我们这一群青春活力乃至路边的行人。途中累了就找地方休息，一起坐下来分享可口的食物。据说玩牌最能增进情感，让人心情愉悦又能带来无限乐趣，在桃花源休息时，有同事还真的带了纸牌，玩得不亦乐乎，同事们小打一圈后，继续踩着单车沿途欣赏湖光美景。

途中有个同事自行车的脚踏板坏了，骑起来很费体力，速度自然就没那么快，这时我们互帮互助，轮流换着单车骑，在小组团队通力合作下，

终于到达就近的服务站维修。此时此刻，我真的觉得无论身在何处，团队的力量都是如此伟大。当我们这组小部队骑到一半时，陆续有同事打电话来告诉我已经到达终点了。这让我明白了，开心的时光总是最容易度过，大家比的是速度，赛的是时间，留下的都是欢声笑语。

有一种归程，载满的全是留恋，留恋那平静的湖面微风吹起时荡起的圈圈波纹；有一种瞬间，填满的全是享受，享受那朦胧的睡眼树影投射中带来的丝丝醉意；有一种蓝图，画满的全是期待，期待那绽放的百花暖阳映射中折射的熠熠光辉；

来年花开，松山湖行，等我！

你是一切的根源

人力资源部·刘什祥

2015高校毕业生749万，比2014年多了22万。严峻经济形势下，让大学生就业变得更加严峻起来。目前2015年的就业数据尚没有。据《2014年中国大学生就业压力调查报告》显示，截至2014年4月底，北京地区高校毕业生签约率为31.5%，临近毕业的时候，大学生签约率不足一半，当然，这或许跟学生主动不就业有关，但更多的是被动不就业。很多大学生找不到工作，开始抱怨我们周围的环境，

科士达在10月举办了校园招聘，然而喧嚣的校招之后留给我的，不是高校多么漂亮，不是旅途多么艰辛，更不是学生多么有热情，而是一连串数字背后的沉思。

在本次校招中，某些院校平均每

场到场学生近300人，一个售后岗位收到简历上百份，然而经过笔试、无领导小组面试、单面之后，适合的人却只有寥寥几人，不是我们严格，而是实在找不到留下的理由。专业笔试二十多分，无领导小组讨论一句话也不说，用人部门领导看了也摇头，叫我们怎么留下你？我们实在是现在对很多大学生感到担忧。

其实一个人的成功，或许与成绩关系不大，但是与成绩背后的东西就有很多的关系，因为优秀是一种习惯，当你习惯了懒惰、虚度、不思进取，平庸将与你为伍。现在很多大学生，大学从不看书，经常不上课，一考试就作弊，认为大学不挂科就没上过大学，但现实是很多挂科都被刷下来了。在这次校招中，确实有几位同学

在面试中表现很好，专业面试也不错却被发现挂科了，用人部门只能惋惜然后拒绝了；几乎不走出去实践，不出去与人沟通交流，时间都交给了网络、游戏、睡觉；从不积累知识能力，到了毕业的时候一穷二白，工作自然与你无缘。

当别人拿着offer思考着怎么度过大学时代余下的时间时，却还有有很多同学每天拿着简历穿梭于各大高校之间参加各种宣讲会，却始终拿不到一个offer。

在大学里有句流行的话是，找工作时就像狗，找到工作后就像猪了，因为找到合适的工作后就可以像猪一样可以睡到自然醒了。然后理想是丰满的，现实是骨感的。这就像人生有两杯酒，一杯是甜酒，一杯是苦酒，



你要先喝哪一杯呢？

很多人在无数的宣讲会中沉沦，被无情的面试淹没，只能眼睁睁看着大公司与自己擦肩而过，随着时间慢慢推移，就业压力仍较大。慢慢降低要求去见小企业。甚至有些连小企业都去不了，因为小企业更不愿意用毕业生。他们只愿使用有经验的，能够马上为他们创造利益的人。于是慢慢你就被剩下来了。

现在有剩男剩女的说法，然而现在也有了毕剩客的说法。毕剩客就是指一毕业就失业的应届毕业生，或者毕业很久都没有工作。

有些是主动剩下的，有些是被剩下的。主动剩下的，是为了进入目标企业，不肯降低目标却未能够被目标企业选中的。或者毕业就立志创业的但这些都是少数。更多说的是四处求职却四处碰壁。因为盲目复习了半年却没考上研究生，因成绩经历太差，连海选都通不过，更别说面试。

“不是学霸，但也不是学渣，为什么我连简历筛选都过不了？”

“过了第一关为什么群面过后就被挤掉了？”

“马上就要毕业了。而自己还没有一个offer心里越来越慌，特别是看到身边的人一个个有了归属。”

“为什么总是企业选择你而你却不能选择企业？”

“为什么我喜欢的企业不选择我？”

这些疑问在无数应届毕业生的心里都会问过。这些疑惑的发生与中国现有的教育体制有一定的关系。现在的大学教育大部分都与社会脱节，据调查，在学校里学的知识，将来在工作中百分之八十都用不到，填鸭式的教育更是让很多学生成了书呆子。这导致很多企业都不愿意用大学生。

但有一个事实是一般会招聘应届大学生的企业都是有一定规模的。这种企业对中国教育模式认识得也比较深。他们招聘大学生并不是希望把他们招聘过来马上就用。就像科士达招聘了应届生后，会有系统的应届生培养计划与方案，会花三个月到半年的时间对应届毕业生进行培养，从而让他们能够从学生的角色，顺利往职场角色转变。

基于此，应届毕业生剩下来虽然与中国教育体制有一定的关系，但其实跟个人的关系更大，因为大家都处在同样的体制下，为什么别人拿了那么多offer而你一个都没有呢？这是我们每个应届毕业生都应该深深思考的问题。

在哲学上有一句经典的话是“你，是一切的根源！”一个不会游泳的人，老换游泳池是不能解决问题的；一个不会做事的人，老换工作是解决不了自己的能力的；一个不懂经营爱情的人，老换男女朋友是解决不了问题的。很多时候，我们不要希望去改变别人，改变环境，能够改变环

境的，都是伟人！无论是人际还是其他，我们唯一能做的就是改变自己。

其实在现实的招聘中，也有一个非常尴尬的问题就是企业招不到合适的人，学生找不到合适的工作。国内一家研究机构针对国内一百家企业做了调查，调查该企业在校招中的招聘数量及录用比，结果发现其实百分之八十的企业，都没有完成之前制定的招聘目标，经过深入访谈。这些企业均表示，候选的学生很多，但是面试下来后，适合的很少，那就宁缺毋滥，不能为了完成目标而降低标准去招人，所以其实对中国的大学生来说，机会还是很多的，关键是你是否符合企业的用人要求？

如果你被剩下来了，你是否好好想过你被剩下来的原因？包括很多工作很多年的人，依然每天拿着简历到处面试，奔波于人才市场，为自己的去留在迷茫地执着。如果你是这种状态，停止忙碌的脚步，给自己一点改变的时间吧，当你向积极的方向去转变的时候，或许，以后的步伐会走得更加稳健和有力！

打铁还需自身硬！无论是做人还是职业发展，我们都应该多从自身找原因，改变自己，把主动权握在自己的手里，不要期待环境或别人来适应我们！主动的人，更容易获得幸福！

你变了，一切就变了。记住，你，是一切的根源！

白色羽毛

财务部 · 朱刚

记忆里，池塘边
最好看的是你的背影
那片羽毛带着你的微笑
去追逐水面上的蜻蜓
梦境般的画面
在我的心底激起了阵阵涟漪

你说你最喜欢轻风袭来
拂起漫山遍野的蒲公英
所以想化身白色羽毛
随它们一起旅行
开心的时光
那时的我们
直到现在我也没有忘记

白色的羽毛靠近
撞入我本已平复的心灵
你伸出翅膀的心情
就如随风飘散的蒲公英
让我如何一一去追寻
你说你不能一直呆在这个城市
我当然明白
你打算离开的这个决定

蒲公英
一片一片，依风而行
美景依旧在
而我还困在原地
请原谅我再也没有力量
去探寻哪一片背后
藏着你的身影

当你微笑着走过我身旁
还以为是你回心转意
原来只是向我说声珍重
却不告诉我你要去哪里
我也一直很好奇
为何连再见你都可以说得那么神气

原本两个人的池塘边
如今只剩我一个人在看蜻蜓
和你一起欣赏的蝉鸣声
今天却不再那么动听
小路旁最有风景的风景
仍然是那株你亲手栽种的蒲公英
我想对着它笑，却不住地在哭泣

河岸边大片大片的森林
连我的思念都无法接近
白色的羽毛如今停留在哪里
耳畔隐约回荡着它道别的声音
如今我也只能默默地含着泪滴
去幻想它远离的背影

九月的天气，下起大雨
淋湿了我的思绪
怪它过分美丽
怪我如此沉迷
再说我爱你
可能雨也不会停
再说对不起
只能继续伤你的心
可是思念如潮水般侵袭

只好把你当成空气
心痛时就用力地呼吸
一遍一遍地欺骗自己
原来你一直在我生命里

昨日的花瓣冲淡往事鲜艳褪去
留下你一脸陌生的表情
独身一人在夏天看雪的我
目送着你的珍重离去
回首过去的几年
以及曾拥有的美好时光
太多的伤感，太多的转变
让我连一滴思念都承受不起

隔着玻璃的白色羽毛
看似很美丽
可我努力地伸出手
却无法触及
也许擦肩而过的你
注定只能在我心里划出一道淡淡的痕迹
直到现在我明白
思念不过是
一件伤人最深的利器



一棵开花的树

作者·席慕容

如何让你遇见我
在我最美丽的时刻

为这
我已在佛前求了五百年
求佛让我们结一段尘缘
佛于是把我化做一棵树
长在你必经的路旁

阳光下
慎重地开满了花
朵朵都是我前世的盼望

当你走近
请你细听
那颤抖的叶
是我等待的热情

而当你终于无视地走过
在你身后落了一地的
朋友啊
那不是花瓣
那是我凋零的心



没有到不了的明天

研发中心·李柳萌

你知道什么时候最难熬吗？从学校过度到社会的时候，看喜欢的人和异性甜蜜的时候，身边没有人相信的时候，一个人难过需要亲朋好友陪伴却不在你身边的时候，看到家人喷油有可能自己无能为力的时候，迫不得已对重要的人撒谎的时候，当你累的时候。大概当你把这些事都熬过的时候，你也许就会变成另一个人吧！

我们总觉得自己还小，还能贪婪地享受所以的美好，后来你惊讶的发现自己不知从何时开始看得清糖衣里的炮弹，读得出微笑后的杀机，也懂得应付敷衍，逢场作戏去面对好多自己不出现过要面对的事情，表面上人出畜无害可防身的刀从未离开。那一刻，我们终于承认成长的这回事，只是不知好还是坏。岁月会把人的棱角磨圆，曾经的年少轻狂，曾经的年少无知，都将会被岁月雕刻磨圆！

孤独是我们一身要做的功课，至始至终我们都是孤身一人，所以那些突然来袭的低落，突然降临的厄运，突然消失的爱情和友情。如果当下没有人可以和你一起共度难关，也一定不要紧张惊慌，要相信你本身就是自己最强大的依靠，自己就是自己的小太阳。因为那些人生中的小插曲小伤感，它们虽然走了，它们也许还会再来，随时随地的。

七年后也许你有幸观看一场北京冬季奥运会，可是你不知道自己用怎



样的身份，深夜加班的小职员，自己创业的老板，或者深夜听广播的司机。未知的恐惧和期待让人觉得美丽。但一个七年可以改变太多，你见过绝处逢生的野花，也看过顶峰消失的烟火，事物瞬息万变，别配不上自己的梦想，辜负了自己的曾经。

也许你现在仍然是一个人下班，一个人乘地铁，一个人上楼，一个人吃饭，一个人睡觉，一个人发呆。然而你却一个人下班，一个人乘地铁，一个人上楼，一个人吃饭，一个人睡觉，一个人发呆，很多人离开另外一个人也许就没有了自己，而你却度过了所有，你的孤独，虽败犹荣。

我们辛辛苦苦来到这个世界上不是为了每天看到的哪些不美好而伤心的，我们生下来的时候已经哭够了，而且我们谁也不能活着回去，所以不要把时间都用了低落了，去相信，去孤独，去爱去恨去浪费，去闯去梦去后悔，你一定要相信，不会有到不了的明天。

我们有那么好的年纪，为什么不笑得更好看些，愿你足够强大的那天，不用被束缚，做你自己想做的事情。你就是你，你是自由的。努力适应这个世界，不管是环境还是人心。给时间一点时间，让过去过去，让开始开始！

《落花》的美丽

研发中心·陈姣

“花开的时候最珍贵，花落了就枯萎，错过了花期花怪谁 花需要人安慰……”，每次播放林心如演唱的《落花》，开头两句就能令我沉醉着迷，就能让我想到电视剧《美人心计》，让我想起了剧中的那些花树与美人，想起她们在花树下的妙曼舞姿，想起她们在皇宫里的无奈和凄凉。

这部电视剧我重复看了几遍，主题曲更是百听不厌。《落花》这首歌讲述了窦漪房坎坷的一生，漪房本不想卷入宫廷斗争，可是一切身不由己，太多的牵绊，到死也没有解脱，一代佳人就这样在深宫中如落花一般凋零了，这就是汉室后宫中每个女子无法摆脱的命运。

歌词中“一生要哭多少回，才能不流泪；一生要流多少泪，才能不心

碎……”则让我明白了一个人要具备多大的任性才能完成一步步的坚强。流了许多泪，才明白真正的爱与恨，寒冷的夜里北风吹，试想一个瘦弱的女子，在这样寒冷的夜里，背负着整个宫廷和家族的爱恨，以及亲人的背叛，却找不到一个人来安慰，当初的誓言曾经是多么完美，此刻物是人非事事休，相思已经化成了灰，这样的意境难道不让人落泪，不让人心疼么？人们在追逐爱情、事业、学习的路上是很容易受伤的，但也要学会坚强，学会如何承受，学会如何进取。

其实，花也可以形容女人的青春，女人一生中青春是最宝贵的。花开枝头是它生命中最美丽的时刻，也是最短暂的时刻。的确，花如女人，青春少女时的花开是最为珍贵的时刻，

那，最为人羡慕；当人到中年花枯萎而落，成为满天飞舞的落英时，最为人惋惜。

错过了花期是人不珍惜，之所以错过，是因为人儿当初不知它的难得！花期过了，花不怨人不早来观赏，而人却怨花的花期太为短暂！这告诉我们在有限的生命里，应该及时的看花，要珍惜年轻的日子，尽情地去做自己想做的事情，去感受刻骨铭心的爱恨和体验酸甜苦辣人生。

花开时让人珍惜，落花时又多么地让人惆怅，但对于我来说：花开时，观赏的心情最愉快；花落时，请不要伤感，只要你在落花丛中学会翩翩起舞，你会发现，落花也能让你更舒心、让你更加美丽。



惠州西湖游记

资材部·匡嘉林

“大中国西湖三十六，唯惠州足并杭州”，有幸来到惠州，最不可错过的，莫过于素有“苧萝西子”之美誉的惠州西湖了。趁周末闲暇之余，便跟好友提出：“要不我们去西湖转转吧！”9月的惠州，虽然就快到白露了，天气依然炎热。下午两点，随着公交车呆板的：“平湖门到了……”

“呼啦啦……”一大波人潮迎着扑面而来的热浪簇拥而下。我回头一看，拥挤的车厢就只剩下三三两两了。站在马路边上，看着交警同志和着交通指示灯引导着来往的车流，两边的马路旁，站着熙熙攘攘的人群，不禁在心里嘀咕：“惠州交通最拥挤的地方，应该就是这儿了。”

过了马路，就看到了“惠州西湖”的牌坊，红底黑檐，金色的大字，一股绿意随着来往的游客从牌坊后泄露出来。结伴而来的人群，正在以牌坊为背景，摆着各种pose，拍着美美的照片。而右边，就是素有：“五湖、六桥”之称中的平湖了。平静的湖面，碧波轻荡，数只游船，悠然自得在水中游荡。顿时，心中那股燥热之气，舒散了一半。

进入景区，左边是一辆辆摆放整齐的私家车，右边便是郁郁葱葱、枝繁叶茂的古树，还有临湖而建的白墙青瓦、古朴典雅的亭台楼阁。摩肩接踵的游客正从飞檐微翘的亭子，排着直达湖边临时搭建的“码头”上的长



队，等着摇船游湖呢。我们停驻在景区示意图前，定眼一看“妈呀！39个景点，就凭我们这两小短腿，一天也走不完呀！”“没事，咱们就走到哪算哪吧！反正在这处处皆景的地方，总不会让我们白走一遭的……”

“苏堤玩月……”踏上苏堤，左边是丰湖上绿树葱葱、雕梁画栋的古色古香。而右边则是平湖中悠然自得的游船，或畅快淋漓的三五好友，或耳鬓厮磨的小情侣，或其乐融融的一家几口，各自掌控着自己的游船，聊天、拍照、指点美景、呵斥不安份的小朋友……无一例外的笑颜，不由得

勾起堤上的人也想加入其中。越过平湖就是金碧辉煌、气势如虹的现代化大都市了。回眸，阳光透过葱葱茏茏的绿树洒在行走的游客身上，轻风掠过湖面吹动少女羞涩的群摆，抚平了燥热的人心。左眼是蜿蜒迂回、绘制精巧的古韵十足；右眼是鳞次栉比、直耸入云的高楼大厦。一温婉，一雄壮；一宁静，一壮丽。这种感觉在西新桥上最能体会，明明是截然不同、风格迥异的两种美景，却又相辅相成、相映成趣的融合在一起，给人以极致反差，却又惊艳无比的感觉。

再往前就是八角七层的泗洲塔了，

沿着小红砖整齐排列、堆叠而上的台阶，登上宝塔山，它就静静地屹立在山顶，端庄挺秀。静静的看着两千多年来惠州西湖的日新月异，物换星移……曾有幸登过泗洲塔，狭小的空间，木质的楼梯，最上层一个转身的距离却可以将整个西湖美景尽收眼底。可惜因为年代久远，虽政府多次出资整修，但出于安全考虑，现在已经封塔了。

从宝塔山上下来，右转就到了东坡园。沿着石板路，经过一组“造福”雕像，穿过广场，从小角门进入，越过堂中小商铺，踏石阶而上，看到的就是东坡居士的塑像和两幅开卷的石书，还有一间古色古香的纪念馆。馆中前厅挂着现代伟人的肖像，后厅则是古代伟人的肖像。穿堂而过，映入眼帘的是一块高大的碑墙，上面书写着苏东坡的赤壁赋，笔走龙蛇，大气磅礴。退出纪念馆，沿着左边的石阶小路往上，就是东坡纪念馆了。右边是东坡书居士的文学创作和历代遗留下来，保存完善的西湖古迹，中间伫立着随东坡居士贬谪到惠州的侍妾王朝云的塑像，左边是东坡居士和王朝云的一些生平事迹。我一向不爱这些名人旧迹，总觉得不管他们当初是多么的才华横溢、丰功伟绩，都因为时间的流逝，已然淹没在历史的洪流中，化为一抔黄土，只留下古板的文字，冰冷的建筑，来证明他们曾存在

的事实。沿着古熙春台而下，离开东坡园时，不禁回头望了望东坡居士手捧书本的石像，“唉……”深长的叹息，吁出胸怀。

来到九曲桥前，太阳已快下山，微微的热度并不灼热。转了这么久，我们也要去体会下微风拂面、视野开阔的感觉了，还有湖中九曲亭上传来的欢快的曲调，也在吸引着我们的脚步。上到亭上，一位大叔正在吹笛子，曲调欢快而陌生。虽然没有宽敞华丽的舞台，大叔的指法也不是很优美，曲子也不是很流畅，但是却很真

实，让围观的游客不自觉扬起嘴角，轻轻和着，驻足的游客，流连忘返。一曲落幕，掌声不断，这就是隐藏在民间的艺术家呀！

惠州西湖作为国家4A级景区，其中的美景，自是令人惊叹。而历代文人墨客的遗迹，更是为西湖的自然景观增添了浓厚的文艺气息。最难得的是，它是隐于大都市的天然氧吧，在忙碌的工作之余，随时呼唤三五好友，来西湖走一走，呼吸呼吸新鲜空气，游游湖，泛泛舟，真是人生一大幸事呀！



魅力女人

人力资源部 · 王元珍



什么叫魅力女人？魅力女人就是：有骨气，有灵气，有大气的智慧女人。

“骨气”就是不因有压力而弯腰，不因诱惑而迷茫，不因清贫而颓废，不因困难而消极，不因挫折而回头，不因失败而气馁，不因打击而萎缩。始终保持清醒的头脑，按自己的意愿，精力充沛地生活着，并尽力让自己幸福快乐！曾记得，我国文学家朱自清说过一句话：“不为五斗米而折腰”，这大概是反映在当时的社会背景下勉励中华儿女应当自强自立，不因生

活清苦而卖国求荣，做违背道德的事情。多是鞭策当时那些爱国有志之男女青年。也就是用文学的方式告诉我们——做人要有骨气，不论男女。

“灵气”就是遇事不钻牛角尖，不死心眼儿，不在同一个地方反复跌倒，反复碰壁，不小题大做，能积极化解矛盾，在力所能及的范围内，把所有与己相关的事情办到最好。

“大气”就是大方之气。不琐碎，不唠叨，不斤斤计较；不抱怨，不牢骚，不怨天尤人，不当面一套背面一套；得意之时不忘形，失意之时不

气馁。被人冤枉时能隐忍，豁达的对待，她们有超凡的心胸和风度，心地善良，有教养。无论生命长短，都让生命如一首歌，婉转成独特的曲调，或气势磅礴，引人注目；或小桥流水，清幽雅致。正如台湾作家三毛说得好：女人的一生，要做一棵树，站成永恒。没有悲欢的姿势，一半站在土里安详，一半站在风里飞扬，一半洒落阴凉，一半沐浴阳光，非常沉默非常骄傲，从不依附，从不寻找。

随着人类社会文明的不断发展进步，现今的女性社会地位不断在提高

，不仅能断文识字，能文能武，在战场上也是巾帼不让须眉，比如中国第一批女飞行员张瑞芬/朱慕菲，在民国时期就学会了开飞机，翱翔于深炯的蓝天。还有中国解放战争前后涌现出大批女英雄如宋庆龄、何香凝、邓颖超、蔡畅、向警予、秋瑾、赵一曼、江竹筠等等，这些向死而生的女英雄们谱写出一段段荡气回肠的革命英雄史诗，对新中国的解放事业产生过深远的影响及历史转折意义。还有，在飞天航空领域第一个乘宇宙飞船进入太空的女子是刘洋，想想当时的她迈入飞船瞬间消失在浩瀚的太空，都不知生命是否有轮回，这在当时需要多大的胆量和胸襟啊！在职场，同样有一群摸滚带爬事业做得风声水起的女强人，如蓝思科技董事长周群飞，碧桂园董事长杨惠妍，九龙纸业董事长朱茵，富华董事长陈丽华等等，她们都是当今社会的精英，是女中豪杰。

有了骨气，就有了锐气，在不断进取中，奋力拼搏，一路高歌前进，永不停歇。有了灵气，如同鸟儿有了翅膀，在蓝天白云中留下飞翔的轨迹。大气的女人不会受世俗的困扰，也不会有琐碎的烦恼，不会在长吁短叹中虚度光阴。如果这些女中豪杰们没有骨气，没有灵气和大气，那么她们怎么能做得出对社会对国家有那么深远意义和震撼人心的杰出成就呢？

聪明的女人，懂得适时的低头，正如一句谚语——低头的是稻穗，而抬头的是稗子。植物如此，人生也如此。昂头是为了吸收正面的能量，而低头是为了避免危险的冲撞。很多时候就因为有了低头的女人，才不会让家庭生活乌烟瘴气，不会让职场形象一塌糊涂。在适时的时候，懂得在现实面前低头，人生就不会有太多的尴尬和愤怒，也会减少很多硝烟和战火。懂得适时的低头，是一种巧妙的才智，也是一种沉稳的成熟。适时的低头，不仅仅是一个动作，也是一种智慧，更是一种“深谋远虑”。

在这个世界上，有很多优秀的女人，绝大多数都不太美丽，但她们都是独具特色的女人，都是既能进得厨房，又能入得厅堂的魅力女人。她们懂得爱惜自己，照顾亲人，对家人有耐心，对朋友宽容热情大方，遇事有主见。为人处事/接人待物都恰到好处，会平衡，独立自主而不自以为是。她们懂得，只有保持知足常乐的心态，自尊自爱的节操，才是淬炼心智/净化心灵的最佳途径。有一份自己喜欢的事业和不错的收入，有自己的爱好和自己独立的空间，学会接受现实社会中的不公平，因为每一种外来的创伤都会让自己变得更坚韧更成熟。正如决定女人品味的不是学历，而是阅历；决定女人穿什么衣裳的不是

钱包，而是身材。

做个精致的女人，简约大方自然。做个睿智的女人，充满阳光有口无心，但非口无遮拦。做个有魅力的女人，像潺潺溪水，让周围的人被浸润；似一株幽兰，芬芳四溢而不自知；韵致淡雅，婉约华贵，有奢华的风骨，却不拜金主义，处处落落大方，不亢不卑，不张扬，不显摆，尊重他人，善待自己，让自己活得优雅。这种魅力，是女人经过岁月的洗礼而成就的修养与智慧，是充满自信的风采，是情感的丰盈与独立，更是一种不计较得失的平衡心态，不会随着岁月流逝而渐失光泽，反而越发耀眼迷人。

生命是一支歌，聪明的女人知道怎样让生命之歌悠扬、悦耳、动听。生命是一条长长的河，聪明的女人懂得如何让河水在狂风来临时保持心底平静，而在无风无浪时却荡起小小的涟漪。

具有骨气、灵气和大气的女人，生活再单调也不会觉得无聊；职场再平淡也会受人敬重；生命再卑微也有人仰慕。智慧的女人在不同的时间呈现出不同的状态，一生中散发出无穷的魅力，她们永远是一条靓丽的风景线。她笑看岁月，美丽依然！时间可以扫去女人的红颜，但它却扫不去女人经过岁月的积淀而焕发出来的无穷魅力！

冬日里的阳光

研发中心·谭婷



冬日，是冰雪的奇缘、是寒冷的世界、是白茫茫的一片，若有一束阳光，那一定会很温暖。温暖，一个美丽的字眼，它伴随着我们成长，呵护我们的心灵，而那些不变的回忆，一直温暖着我。

冬天的阳光和春、夏、秋、这三个季节的阳光可不同。春天的阳光是柔，它代表着活力；夏天的阳光是美，它代表着激情；秋天的阳光是妙，它代表着丰收；冬天的阳光是奇，它代表着温暖。冬天的阳光不像春天阳光那样轻柔，不像夏天阳光那样的娇美，不像秋天那样的惊妙。它洒在远

出的山坡上，给山坡的树木们系上了一条微黄色的头带；它射在近处的湖水上，给湖水上的水藻镶上了一串黄色的的钻石；它嵌在洁白的云朵上，给云朵化了妆，化了妆后的云朵更加的娇艳了，和湛蓝的天空搭配在一起，让纯纯的蓝和灿烂的金黄融和在一起，那颜色更是奇异呀！它扑向那条幽静的小道，给小道围上了一条暗黄色的纱巾，使小道透出几分秀气；让人看了心里觉得暖和和的。

今年的冬天却姗姗来迟，到现在还没有一丝寒冷的气息，一阵温柔的微风扑面而来，一股新鲜的空气沁入

心脾，一缕刺眼的阳光温暖着全身，让我觉得今年的冬天不再寒冷！但是老家，现在已经是寒风刺骨……

家乡的冬天是看不到绿色的，树木的叶子被送秋的顽童带走了，只剩下光秃秃的树杆、树枝、树杈。而这里的冬天绿色随处可见，不论什么树都是那么的青翠挺拔，送秋的顽童带走它们，因为它们永远属于这座城市。这里的冬天是美丽的，是可愛的，也是温暖的。它永远是那么年轻，有活力，有魅力，有其它地方没有的颜色，它永远是温暖的。



彩蝶·摄影
研发中心 / 徐超



华灯初上·摄影
研发中心 / 李柳荫

30年来我只坚持三件事

作者·马云

▲ 这是一个纠结的时代，这个时代看起来充满着怀疑，充满着各种的不信任。这世界看起来缺乏各种各样的机会，但这世界看起来又有各种各样的机会，这世界看起来年轻人似乎是可以无所不能，什么事情都可以做，但看起来年轻人什么事情又都做不了。所以我觉得这是一个纠结的时代，恭喜大家来到一个很了不起的纠结时代，因为纠结是一种变革，因为我们正在进入一个变革非常快速的时代。如果没有变革就不会有阿里巴巴的今天，阿里巴巴、马云有今天就是因为前30年中国的变革。



30年后不忘初心，依旧是这样的笑脸，这才是成功。

我想跟大家讲我心里的感受，未来30年中国的变革会更大，机会更大。从我这个行业来讲，世界正从IT在走向DT，这两个字的差异背后，代表思想、文化、社会方方面面都发生很大的差异。绝大部分的人今天站在IT的角度看待世界。什么是IT？IT是以我为主，方便我管理；DT是以别人为主，强化别人，支持别人，DT思想是只有别人成功，你才会成功。

这是一个巨大的思想转变，这将产生技术的转变。我想跟大家讲，所有变革的时代都是年轻人的时代。当然，麻烦也会更多，但今天我看到那么多人以后，我在想，其中70%、80%要成为阿里巴巴的员工就好了，我就不用那么担心了，真的。未来30年我想跟随大家，你们会改变这个世界，你们会把握这个机会。纠结、变革都是年轻人的机遇，也是这个时代的机遇。

不管你怎么看，我们经常说生意越来越难做，其实生意从来就没有好做的。年轻人纠结今天IT行业都由阿里巴巴、腾讯、百度搞去了，我们刚出来也觉得机会给IBM、思科、微软拿走了。但是，你要相信，30年以后的中国企业一定比今天好，一定比今天大，30年后富人一定比今天



多，30年以后的文化一定比今天丰富多彩，30年以后的年轻人一定超越我们，这就是世界的变化。

在变革的时代，我也特别想给大家分享一下我自己的经历，前30年我一直坚持三样东西，我也希望大家去反思和思考这三样对你是否有用，就是三个坚持：第一永远坚持理想主义，第二要坚持担当精神，第三要坚持乐观的正能量。

第一，永远坚持理想主义。我相信未来，我相信别人超过相信自己。其实在阿里巴巴，我数学不好，管理也没学过，会计也不懂，连预算报

表、财务报表到今天为止，我也看不懂，这是真话，我并没有觉得这是丢人的。承认自己不懂并不丢人，不懂装懂很丢人。我到今天为止没到淘宝上购过一件物，我没用过支付宝，因为我不知道该怎么用。但我耳朵竖起来，我老是在听支付宝到底好还是不好，因为我用多了，会捍卫自己的产品，但是我不用，你永远担忧自己，担忧让我晚上睡不着觉，但只有我睡不着觉，公司才睡得着觉。我们看了《中国合伙人》，这个电影很好，但是这个电影有很大的问题，男主人公老哭，其实创业者是不哭的，是让别



人哭。所以我们永远相信未来，相信年轻人，相信别人，我如果不相信别人，阿里巴巴的程序写不出来，我不相信别人，今天市场不会做得这么大。

第二，要有担当精神。支付宝在今天存在巨大的争议，其实在2004年准备做支付宝、做阿里金融的时候，我知道有一天会碰到这样的麻烦，我也纠结过。后来在达沃斯论坛上听很多的政治家、企业家在谈论，什么是担当。那就是你觉得是对的，对社会发展有利，你真相信，就勇

敢地担当起来去做。我记得那次会议以后，我在达沃斯打电话给公司说，立刻、现在、马上去做，如果出问题我愿意去解决。去年年初，在阿里金融内部的会议上，我跟所有的同事讲，如果我们对中国金融改革有激活，有创新，如果基于这个有人要付出代价，我来。我相信大家如果真的带着完善这个社会的希望，激活金融，服务实业，稳妥创新，我们一定越走越好，因为社会体系总会越来越清晰。

在今天的社会缺乏理想主义，

缺乏担当的时候更需要理想主义，更需要担当。不仅仅是你需要，不仅仅是社会需要，而是因为社会最缺的东西是最稀缺的资源，做那些别人不愿意做的事情、最需要的事情才有成就。有人说这个社会非常大，每天淘宝有几十万笔交易在进行，几千万人把自己的包裹送给一个完全不认识的人，交给不认识的快递员，辗转反复几千公里送给另外一个人，这在以前是不可想象的。但是我们今天的年轻人在以不同的方法，在以技术的方法在

表达“信任”真正存在。

第三，我希望大家坚持正能量，乐观地看待问题。我是犯过无数错误的人，阿里在前15年内至少有100多次灭顶之灾，都挺过来了。可以这么讲，如果今天再来一遍，我们今天的人比那时候的多，我们今天的人知识和能力比那时候强，但是重新再走一遍我们一定走不出来。但是当年我们怎么走出来的？我们坚持乐观，我们相信这个世界你不成功有人会成功，我们相信阿里巴巴、淘宝能做得出来，一定有人做得出来，我们相信有人花更多的时间学习这些东西，只是看我们是否够运气。所以我后来给自己的座右铭，也是给所有年轻人，给我同事的座右铭是：“今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是绝大部分人死在明天晚上。”这就是残酷的生活。你光努力还不够，还有运气，运气从哪里来？运气就是在自己好的时候多想想别人，自己不好的时候多检查检查自己，我相信会走过来。

今天我看到了大家的微笑，这世界上最有力量的武器是用微笑化解所有的问题，我永远面带笑容，尽管我内伤很重。在中国这样的市场环境下诞生，阿里巴巴是一个偶然，也是一个必然，因为市场机制，因为一帮年轻人相信我，我们在市场上能够做出这样的东西来。

在座的每一个人你们都经历了无数的挑战，我跟公司同事讲，很多人说没有机会，我们从来就没赢过。我说，你赢过，在出生之前是和几亿颗精子赛跑赢出来的，来到这个世界你就成功了。来到这个世界，你们又经过无数的考试进入了清华大学，获得了今天的毕业证书，你们已经有良好的起步，良好的机会，有很好的基础。但未必有基础的人会赢，未必今天跑得快的人还是能走得很快，这世界就像足球一样，是圆的。我没有想过杭州师范大学的人可以当经管学院顾问，感谢钱院长给我的信任。所以大家记住，也许今天你是最好的，但未必明天还最好；今天也许你是最差的，但社会给了你很多的机会，只要你把握，只要努力，总会有机会。

最后给大家一个建议，永远相信你的对手不在你边上，在你边上的人，都是你的榜样，哪怕这个人你特讨厌。很多年以前我说，我用望远镜都没有找到过对手，人家说你好骄傲。其实他们没有听到我的下一句：我用望远镜找的不是对手，是榜样。你的对手可能在以色列，可能在你不知道什么地方，他比你更用功。你今天获得了清华的毕业证书，你就不学习了，你不读书了；而那个人毕业于杭师大，但他不断在学习，他不断在努力，不断在进取。所以这一点是我希

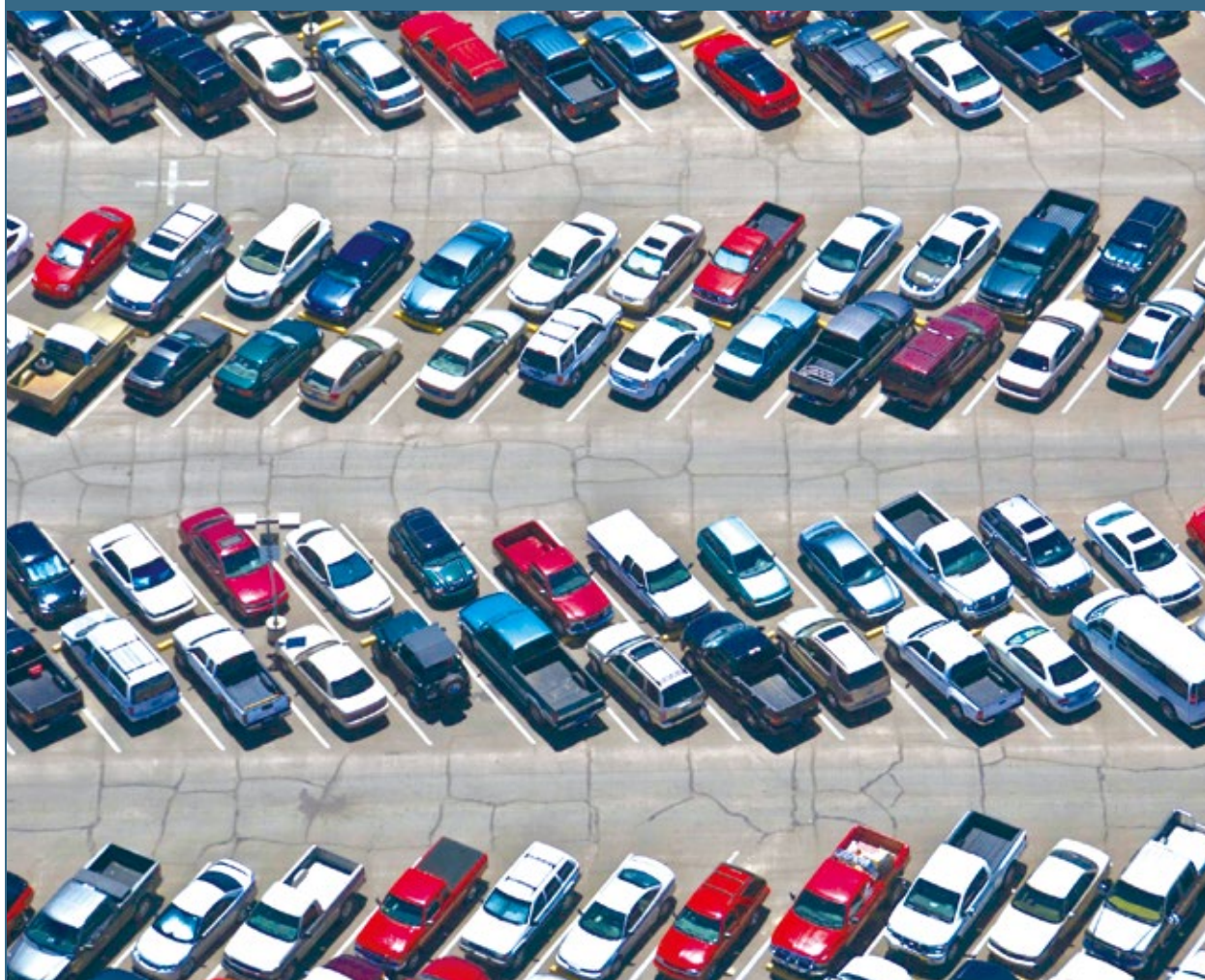
望给大家讲的，战胜你自己，这才是真正的英雄。

我想人类今天共同面临的巨大挑战，就是知识和教育跟不上技术的发展，但这正是我们的机会。哪里有抱怨，哪里就有机会。中国电子商务发展得这么好，跟阿里巴巴其实没什么关系，是中国原来经济的基础设施太差，我们相信自己做的这件事情，走了十年而已。今天中国的电子商务超越了美国电子商务的总和，原因不是因为美国不努力，而是美国昨天的基础太好。美国没有互联网金融，是因为美国的金融环境实在太好，根本插不进去，中国的金融环境不太好，才给我们机会。所有昨天不好的事情都是你的机会，别人在抱怨的时候使你看到机会所在。

我花30年走到今天，不是3年。我们明白了一个道理：什么是战略？就是做未来最重要的事情，坚持理想，坚持正能量，坚持乐观，坚持脚踏实地。今天做明天就想成功，或者今年做明年就成功的事情，我们从来没想到过，因为我觉得这样的机会永远轮不到我。今天你们最大的资本是年轻，因为年轻，你可以花十年时间打败阿里巴巴，打败淘宝，如果你有这个想法。也许这个时间只要五年，但如果你希望明年就打败，那你可能一辈子都打败不了。

中国轿车品牌如何突围

▲ 前言：随着中国经济的高速发展，轿车的价格也越来越让大众接受，从曾经的奢侈品已经变为家家都能拥有的大件商品。但当我们走在路上，会发现车虽然很多，可都是国外车，就是大家在议论车的时候，也是在讨论国外车的性能与款式以及所代表的文化。中国市场之辽阔，可为什么都被外系车占据，这应该是中国车企的悲哀，也是我们应该深思的问题。



汽车自上个世纪末诞生以来，已经走过了风风雨雨的一百多年。从卡尔·本茨造出的第一辆三轮汽车以每小时18公里的速度，跑到现在，竟然诞生了从速度为零到加速到100公里/小时只需要三秒钟多一点的超级跑车。这一百年，汽车发展的速度是如此惊人！同时，汽车工业也造就了多位巨人，他们一手创建了通用、福特、丰田、本田这样一些在各国经济中举足轻重的著名公司。汽车最初的发明是为了让我们的行进速度更快，因为轿车的成本居高或工艺的复杂，也就决定了在一定时间内只能为上流人物所使用，那也就为轿车贴上了奢侈品的标签。二战以后，西方经济开始的高速发展，西方的富裕阶层越来越多，轿车的需求量急增，迎来了轿车的黄金发展期，众多的轿车品牌也开始了第一场的营销之战。轿车的功能与适用性都是同质化的，轿车的营销战略中在品牌精神的塑造，用精神诉求来吸引自己的目标人群。

改革开放以后，外系车开始进入，在当时崇洋媚外一个比较流行的年代，为外系车的在中国的市场上攻城掠地提供了便利条件，当时中国经济政策是允许一部分人先富起来，而先富起来的这部分人群学历与素质都不高。外系车最开始对中国市场采取营销策略原系了欧美市场的营销方式，依然以精神诉求为基点，可在实



际销售中发现，中国的富豪在购车时完全不遵循这一原则，而是以那种车贵就买那部，当时有句流行语，“只买贵的，不买对的”。

外系车发现这一瞄头后，迅速调整营销策略，开始主推媒体广告，以提高车的知名度，而不再讲精神诉求，在产品上将欧美的贵族车也投放中国市场，在广告的拉动下，外系车销量是与日俱增，也让这些外企明白了一个道理，中国人买车要的是面子。

随着中国经济不断发展，一批高学历的人群开始在中国占露头角，而经济收入不断增加，也让一些综合素质较高的人群成为轿车市场的主流消费群体，外系车也随之调整营销策略，又开始以精神诉求来抓住这类消费人群，但中国人买车为了面子这个原素始终没有多大变化。在轿车的价格越来越平民化，普通消费者的购车欲望非常强烈的情况下，中国的民营企业以极度敏锐眼光迅速开始了造车之路，中国的轿车切入市场一开始

就是以低价策略来吸引目标人群，应该说最开始赚足了眼球，也占住了市场，但外系车接着中国市场上也开始了平民化战略，国产车在价格上的优势不明显的情况下，营销动作就失去了目标，最后陷入了既不叫好也不叫座的局面，中国轿车如何突围，应该从以下三个方面进行布局：

一、软化精神诉求。外系车就是好车在中国市场上已经是个不争的事实，买外系车就是有面子也是人所共识的。那国产车怎么定位呢，首先要搞清楚国产车的目标人群，现在的年轻人都想有一部自己车，而外系车显然贵，那这部份年轻消费群体在那里，应该说就是城市里白领一族，这部份人群学历高，但在城市里压力大，经济收入虽然高，但消费也高，能最后到自己手里的并不多，这类消费群体需要一部性价比高的车来解决出行的方便，显然国产轿车是最好的选择，不要让他们开着国产车但确不好意思与人介绍，我们要让国产车找到区隔外系车的精神内涵。按照这种思路，那我们就只需要告诉他，国产车就是为了让此类消费人群打造的出行方便的车系，这样消费者就会为自己开的车找到理直气壮的理由，我买车就是为了出行方便。

二、营造渠道的氛围。轿车的销售基本集中在专业汽车市场内，但

在同样的轿车，我们会发现一个市场里有外系车，国产车，需外系轿车的4S店高档大气，而国产车的4S店在整体打造上与他们差距很大。越是便宜东西越要让消费者买的舒服，这是营销的基本道理，一个消费者到车市购车，买国产车本在他心中可能本就是没面子的，你还要给他制造一个低廉的氛围，如果他还有一个开外系车的朋友做伴，你让消费者情何以堪。国产车的4S店一定要有际范，三流的品牌一流的环境，让消费者感受到他买的是部好车的感觉，给他精神上的愉悦，才能让他感到开国产车也是自豪的。这就好像服装专卖店，一个高档的服装店不只是让顾客来购买，他还是给穿这个品牌的消费者一种精神支撑，高档的店面形象在告诉消费者，你穿这个品牌的服装多有面子，看我这装潢就知道了。

三、将服务延伸到消费者的面前。国产车在这几年能有一定发展，与高速增长三四级消费市场分不开的，特别是现在的农村轿车拥有量的比例在逐渐升高，并愈演愈烈，三四级市场的马路宽阔，不会堵车，而且交规限制相当少，而现在农村经济水平飞速增长，现在的年轻人结婚基本都已开始配车做嫁妆。三四级市场的消费者对品牌专一度比一二线城市小的多，买一部外系车让这些消费者还很

困难的，而国产车正好迎合了这群消费者的需求。现在的车市一般都在一二线城市，三四级消费者在购买车时不会在意买的时候方不方便，但车一但需要保养和维修时，麻烦就层出不穷，车坏了，维修点确相当遥远，感受不到省心的售后服务会让国产车美誉度受损。为什么中国家电会在几年时间将国外家电品牌赶出中国市场，一张让消费者无忧的售后服务网点可是功不可没。国产车企如果将售后服务网点布到消费者需要的地方，你还愁你的品牌不能发展吗。

在中国的营销里，轿车产业一向总是独来独往，这其实是很不正常的，不要因为你的单品价值高，你就觉得自己属于“白富美”，房子的单价更高，也没见国外企业在中国能够占有一席之地。一个行业要发展，就要吸取各行业经验，而国产车企总是将其它行业排斥在外，所有的管理层全部都是在行业内流动，现有的车企管理层都是在外系车企业里历练，到了国内企业后依然是外企的思想，这显然是不符合国内车企现状的。国内车企现在属于创业阶段，需要先找准自己目标消费群体，并运用营销与服务让他们购买，积累资金，再做研发，最后再打造高档品牌气质。中国轿车是国人的希望，希望有一天马路上全是中国车，那也是一种骄傲。

公寓新贵“窝趣”

文章摘自《南都周刊》

▲ 在一片质疑声中，刘辉开创了公寓加盟模式，提出了公寓2.0概念——轻社区，并创立品牌窝趣轻社区。他们用三个月时间接洽了不下80位投资人，用实践证明了公寓加盟模式的可行性与独特性。面对从“被质疑”到“被模仿”的局势，他则自信地表示“窝趣”是难以复制的，因为它不仅是一所公寓，更是一种全新的享乐生活方式。



熟悉刘辉的人都知道，他骨子里总躁跃着不安分的基因，爱折腾。2000年初，在武大就读国贸和法律双学位的他就开始“折腾”他的第一项创业，并获得了数十万元的投资，但因切入市场太早需求不足而导致失败。2006年，担任上海第一家7天店长的他，通过挨户地拜访企业客户、商业会所，将当时在华东知名度几乎为零的7天“折腾”得天满堂红。而他自己，10年时间，从一名店长“折腾”成铂涛集团中端酒店副总裁。

然而，他不安分的基因并未就此停歇。已近不惑之年的他在风口转变之际，决定对公寓行业来一场大变革——用一种全新的生活方式与租房体验来颠覆传统公寓行业的格局。最终，他带领团队精心打造出了“窝趣”来为新享乐主义脚。

公寓2.0概念—轻社区

“年轻人来到大都市闯荡，不是为了过这种被阉割的生活，他们应该有选择自己的生活方式的权利。”在遭遇了黑中介，经历了糟糕的租房体验后，刘辉决定大刀阔斧地对公寓行业进行一次颠覆，让年轻人们实现“诗意的栖居”。

不同于一般公寓先做产品后建品牌的做法，拥有铂涛创新基因的“窝趣”为了精准把控用户的痛点，践



行“品牌先导”策略，即先从圈定客群，研究消费者着手，进行品牌定位，再从客群需求与定位出发来开发设计产品。

最终，“窝趣”圈定了都市里的白领精英人群，他们追求生活品质和生活乐趣。刘辉提出了公寓2.0概念——集舒适生活品质与轻松社交环境于一体的轻社区。但轻社区的概念一开始并没有得到一致认同。

为此，窝趣团队前后针对目标客群做了6次调研。初期的调研数据显示：消费者对大堂公共设施、床垫沙发这些细节并没有很重视。建设大堂不仅牺牲了面积，还导致了可租房间数与利润率的减少，而且，大堂的装修运营以及社区文化建设，也将是一

笔不菲的支出。

“‘窝趣’要满足的不仅是住房者的表层‘需要’，更是他们的内在‘需求’，”刘辉说，“窝趣”不只是一所公寓，而是一种新享乐生活方式的开始。于是，这些与舒适性和趣味性直接相关的配置，成为了研发设计的核心。

匠心造新享乐生活

刘辉的野心在于，“窝趣”提供的绝不只是一所公寓，更是一种“我·享·趣”的新兴价值主张。而这一主张，正是来源于“窝趣”多次调研后对客户群的精准把控与素描。

“窝趣”的客户群体是都市中崇尚“新享乐主义”的80、90后们，新享

乐的生活方式里，“享”代表着享受更好的生活品质，以及活在当下的洒脱态度；“乐”代表着拒绝枯燥和无聊的生活态度，对生活乐趣的渴望。新享乐主义的践行者们，他们推翻了过往一切框架禁锢，崇尚遵循内心的声音。他们敢于解构权威，偏好轻奢有格调的生活方式。他们认同自然快乐，更主张应该享乐生活。他们用挑剔的眼光审度着一切，以契合自我作为唯一的筛选尺度，他们不愿辜负生活，因而珍惜当下，他们更关注内心的体验，因而有情怀的产品才更能打动他们。

“而‘窝趣’正是新享乐生活方式的演绎，在这里你总能遇到你意料之外的人和事。”刘辉说，“生活本不该将就和无趣。在‘窝趣’，每一个‘窝友’个性化的诉求将得到满足，舒适的窝让生活富有质感，丰富的趣让人再也不会为闲暇时光发愁，随时能与来自各行各业精英们分享趣味。”

用处女座精神做舒适产品

从这些维度出发，“窝趣”团队设计出了“品味马卡龙”、“自由工业”与“格调北欧”等多种风格，并搭配Loft及榻榻米等时尚房型。

在“暖窝”的打造过程中，铂涛的创新基因助力不少。铂涛成熟的采购链让“窝趣”在硬件设施的选取上驾轻就熟，除了2.5米的落地大窗

外，还与雅兰床垫、左右坐客沙发联手，为住客提供高品质的五星级床垫和享趣沙发。“‘窝趣’的团队一定都是处女座。”雅兰床垫酒店项目管理总监Tina笑侃道。此次与“窝趣”的合作，历时半年，前后打了7次样，从规格到面料，几乎每一个细节都经过多次修改。

“窝趣”轻社区的另一大亮点就是将最热的“互联网+”玩转其中——不仅设置有无纸化签约、线上付款、控制房门等智能化设施，更是大胆创新，推出了无人监管的全自助便利店等。

刘辉说，“这个社区不属于‘窝趣’的，而是‘窝友’们的。他们借助我们的平台认识，相互分享，相互交换资源。一群对生活不将就、追求生活乐趣的人在一起‘享趣’。”

激活“有趣”基因

在提供极致的居住体验的同时，“窝趣”的另一大发力点则是“充满乐趣的社区文化”的打造。如何让彼此陌生的年轻人能够更快地融合互动起来，如何让“窝趣”成为社区文化的缔造平台，如何让每个个体都能体会到趣味的生活。为此，“窝趣”从线上到线下，从硬件配套到管理团队建构，设置了一套完整的模式。

首先，在整个大堂的设计上，设置有影吧、书吧、餐吧、咖啡吧、

桌球游戏区以及健身房等，让它彻底成为一个趣味公共空间的平台，成为“窝友”们趣味生活不可或缺的一部分。其次，“窝趣”团队中还成立了社区文化部，除了日常社区活动的组建，窝趣还通过与各地各兴趣圈达人合作，打造主题活动，以满足租客对活动多样性和深度性的需求。

“虽然新店尚未开业，准‘窝友’们却已在线上互动起来，我们也组织了一些活动，让碎片化的线上社交能通过O2O落地化，盘活社群价值，”刘辉介绍道。8月2日，窝趣与广州知名Ukulele达人“鱼仔”合作，召集20多名准租客参加弹唱沙龙。

“这样的合作将兴趣相投的年轻人聚在一起，更深入地了解一项有趣的事物，这是非常棒的体验，”鱼仔说。

“窝趣”不仅颠覆了租房市场的传统模式，更是回归了“人主导住”的逻辑，然而，刘辉的不安分远不止于此，他在努力输出一套生活方式的同时，更是开创性地将铂涛加盟连锁路子接轨至“窝趣”，为“窝趣”量身定制了一套加盟模式。

全新的短租公寓加盟模式使“窝趣”既有可快速复制的“轻”，又有品牌独特性的“重”。这无疑给公寓行业带来了不小的震动，这是对传统公寓行业认知的一种挑战，更是对公寓行业大局进行洗牌的野心。

思科的混合创新战略

文章来源：企业管理杂志社

▲ 思科公司伴随着互联网发展应运而生，在全球化竞争激烈的时代，三十年来始终保持领先，成为美国最成功的公司之一。思科CEO钱伯斯对股东坦承，思科的成功离不开它著名的“自研-收购-联盟”企业创新战略。顾名思义，“自研-收购-联盟”是思科将收购战略、联盟战略与内部自主研发提到同等战略高度，根据公司发展与市场业务需要灵活运用，有机结合。这种创新性的混合的多战略组合支持了思科持续强劲的发展。



一、自研战略——宽容并鼓励员工内部创业

绝大部分企业都十分重视内部开发的自研战略，通过自主开发独家拥有知识产权、产品自主权，建立核心竞争力；对内部的投资、资源和团队有控制权；独享新开发产品与解决方案的全部收入；避免了从外部获取相应资源而带来的管理与收入分配等问题。同时，自研不仅使企业在新产品开发中利益最大化，更是企业维持并加强现有研发能力必须要坚持的投入，否则自研能力必定面临下降萎缩的风险。

思科公司非常重视自研，每年投入40多亿美元，约合10%以上销售收入到自研中，内部研发团队不仅要持续提升，更要在核心技术方面实现突破，保持领先。然而企业大到一定程度，并进入发展稳定期后，容易出现对市场需求变化不敏感，管理决策趋于保守，创新能力降低等问题，是企业走向衰落的隐患。近两年陨落的手机业巨星诺基亚和曾经的摄影业巨头柯达公司的案例警示着，在市场变化如此迅猛的商业世界中，企业需要保持敏锐的嗅觉、把握市场趋势、保持创新能力，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

在其他公司普遍维持高度集权的产品开发与管理的模式基础上，思科

进行了开拓性的变革，建立企业内部创业的机制，保持了企业的活力和源源不断的创新能力。大航海时代的西班牙、葡萄牙与航海家签订协议，富有冒险精神的探险家得到王室的资助去寻找新大陆，一旦发现并占领某个岛屿或土地便宣布为西班牙或葡萄牙的殖民地，之后国王册封探险家为殖民地的总督，授予其征税的权利。如此一来，王室的领土不断扩大，探险家也获得了社会地位与财富，思科的企业内部创业机制与西班牙王室的航海策略有异曲同工之妙。

作为对公司主研发部门与产品的补充，企业内部创业机制支持员工成立类似附属公司的小型自主团队，思科以投资者的身份帮助附属公司的发展，如果团队创业失败，思科只损失有限的资源和资金投入；但如果成功，思科有优先权进行收购，使它回归成为内部的产品团队。这一机制已经成功地实施并完成了几起内部收购，思科实现了技术提升，扩大了产品势力范围，而那些有潜力的创新者则得到了极高的回报。支持企业内部创业的方式激励了有创造力的员工，一方面他们保持着与公司的雇佣关系，另一方面又拥有自由研发创新的特权。而对于思科来说，这一机制调动了员工的积极性，同时避免了他们自立门户后成为对手。

内部创业机制给思科带来丰硕回报，却难以被模仿，因为这需要企业与管理者非凡的智慧和宽容，值得引起传统集权型企业的思考。

二、收购战略——专业并“善良”地接纳新成员

企业的发展一般可分为内部生长型与外部扩张型两种战略途径。当内部生长的速度与能力不能满足企业发展规划时，收购战略通过购买另一家企业的关键技术、产品、已有的市场和客户，以及有经验有能力的人才，取得所有权和管理权，快速获取企业发展所需的战略资源。然而由于交易完成后的整合过程十分不易，现实中收购案例的失败率高达70%，一项失败的收购不仅浪费企业的金钱和时间，更损失了机会成本，因此许多企业对收购战略又爱又怕。

相比而言，思科的收购成绩与历史令人瞩目，从1993年起至2015年6月公布的收购企业数（含进行中的1项）已达179家，其中2000年的收购高达23起，之后互联网泡沫突然破裂，被称之为“IT业的冬天”期间，思科的收购也未停止。通过激进的收购战略，思科基本垄断了路由器和相关设备的技术，从而建立了在互联网网络设备行业的垄断地位。研究其收购案例，思科独特的收购理念可谓

是其成功的秘密武器，大大减少了收购后双方的整合与融合问题。

1. 选择被收购方的标准降低失败风险

思科从客户那里听取意见，客户需要什么，如果它没有，就会向外搜索新技术。由于更重视技术，思科在选择潜在被收购方时，更偏好小型、增长快的初创型技术公司，并且与思科在地域和文化上接近。成熟的大型公司从不在思科的考察范围之内，思科也无意于超级并购，这样的收购在整合与文化融合方面难度极大，失败率更高。选择小型技术公司让思科在收购整合中始终保持主导地位，在文化上也更易融入，而初创型公司的技术与人员是思科最重视的财富，新技术给思科注入了新鲜血液，而初创公司的人员在技术和能力方面往往都十分优秀，也更加努力，富有创新精神。

由于思科对于初创公司的重视，硅谷聚集了很多为思科“量身订做”的创业公司，它们的创始人或技术骨干有些是从思科出去的，更加了解思科需要什么样的技术和产品，因此更易融入思科，在思科中取得长足的发展。思科也乐于收购这样的公司，很高兴“整个硅谷都是思科的实验室”。这种良性的互相选择互相促进的环境，加强了思科收购的成功率，思科更需关注的是选择正确的技术。

2. 专业的收购团队保证收购流程的高效

思科的企业发展部门设立了专业的收购部门，囊括技术、谈判、法律、财务、人力资源等全方面的专家，负责公司从不停息地对收购事业的潜在对象搜索、评估、选择、以及谈判与最终实施。收购团队建立了一套科学高效的收购与整合流程，其收购记录是曾在2000年收购了23家公司，平均一个月完成两家，这种快速的收购能力让思科能够尽快完成缺失技术的补充。

除了购买初创公司使其技术融入思科的产品之外，收购团队也会根据新收购公司的特殊性，设计最适合的方式让其加入思科。例如2003年收购的Linksys公司，与思科一直以来聚焦企业级的高端网络设备市场不同，Linksys是一家主要面向家庭消费者和SOHO人群的路由器、适配器等低端网络设备厂家，其生产模式、盈利模式与销售渠道也都与思科大相径庭。思科收购Linksys是为了填补在低端市场的缺失，但如果收购之后按照思科的方式很难保持Linksys之前的盈利水平。为此，思科大胆地赋予Linksys原团队自主管理权，保证其不被思科在高端市场上的运营和管理方式影响。

3. 对人才的重视确保收购后续的发展

思科从不进行恶意收购，它只收购那些愿意投入其怀抱的公司，除了购买技术，对人才的渴求也是它不断收购的重要原因。出于对人才的尊重，思科通过设立信息交流渠道降低新成员在收购期间的不安情绪。在它的官网中，有专门的页面供被收购方员工了解收购进展、联络人，及其他有用信息，而正式进入思科的第一天，他们便拥有了和老员工一样的身份、权利和保障。思科在收购中的“善意”稳定了人心，人员的流失率始终保持在较低水平。通过收购获取技术，通过保留人才让技术不断增强，使得思科长期保持创新能力和发展活力。

三、联盟战略——开放和科学地管理合作业务

现代管理学之父彼得·德鲁克曾指出：“工商界正在发生的最伟大的变革，不是以所有权为基础的企业关系的出现，而是以合作伙伴关系为基础的企业关系的加速度增加。”在IT行业内，企业间进行技术、生产、产品、服务、营销甚至销售的联盟更为普遍，一家IT企业所经营的业务仅仅是庞大互联网生态系统中的一部分，不管是软件、硬件还是网络设备供应商都需要互相配合支持，才能形成可用的IT网络系统。对于思科来说，可以说联盟战略不仅仅是带来业务成长

的增值项，更是进入市场、维持运营，以及成长发展的必选项。

与收购战略类似，联盟战略运用外部资源快速补充思科缺乏的技术以及其他资源，并在合作中与联盟伙伴实现双赢，然而收购战略主要运用在技术补充方面，联盟却拥有更广泛的适用范围和更灵活的手段。思科运用联盟增强产品与解决方案开发能力、拓展销售渠道以及服务支持等领域的资源；与IBM、英特尔这类在各自领域有相当稳定市场份额的大企业维持好的合作关系也有助于巩固市场地位。近年来思科的联盟业务贡献上升至整体收入的15%，堪称业界最佳典范。

2006年，思科战略联盟营销总监格雷格·福克斯在一次访谈中，证实了联盟战略在思科的重要地位。CEO钱伯斯十分重视联盟，联盟项目在运营中得到许多高层的支持，钱伯斯要求联盟人员积极走出思科向外部寻找更多的联盟机会，对联盟管理维护与联盟业务加强重视。与收购业务一样，思科也建立了约200人的联盟管理团队，主要由技术、行业专家以及MBA几类人才组成，团队职责主要是制定联盟战略并监控实施，维护联盟关系，管理联盟活动等，每项联盟都有来自管理层，通常是高级副总裁级别的赞助人，负责对

应合作伙伴的业务和关系管理，联盟的成功与失败直接影响赞助人的个人绩效考核。

除去公司整体战略与高层对联盟的重视，思科的联盟还有以下几个特征：

1.标准明确、开放地选择联盟方

思科战略联盟副总裁史蒂夫·史戴赫伯认为：“我们需要分析思科是否适合与潜在合作伙伴建立联盟。首先，两家公司必须能从合作中得到短期和长期利益，这是联盟之关键。”思科选择联盟的规则明确：1) 联盟对公司有显著的业务影响，可创造持续的价值；2) 双方都有广泛而深入的合作动机；3) 双方有很强的组织承诺，有来自高层的直接参与；4) 联盟双方都能保证大量的实际性的投入，包括人、财、物、甚至知识产权；5) 联盟双方在目标领域各自的战略是对齐和匹配的。思科尽量避免与有市场竞争的公司合作，然而仍然保持开放的态度，有些公司虽然在某个领域有产品重叠，但不触及核心市场范围，思科都会权衡得失，不轻易放弃联盟的机会。

2.对联盟关系管理的重视让合作更加顺畅

除了双方高层投入以保障联盟业务获得更多支持和权利，思科也建立

学习与定期沟通机制使联盟人员保持交流。以思科与惠普的联盟历史为例，双方的业务执行团队进行日常协作，双周定期召开例会交流总结业务进展；联盟战略管理层负责战略制定、审视阶段合作成绩，以及解决问题，季度技术审视会与季度业务总结会议是例行的交流机制；双方高层更会加强交流，不仅有正式的会议，私下也有非正式的会面，形成一种良好的互动甚至是友谊关系。

为促进产品销售，思科会设计定制课程，对内部和联盟伙伴员工进行赋能，让销售人员学习如何卖不熟悉的联盟产品。双方设定销售配额和激励奖金政策：一方面设定销售最小额度，以强制要求销售人员销售联盟产品；另一方面提供激励奖金，以鼓励销售人员尽可能多地卖出联盟产品，如果达到甚至超额完成销售目标，销售人员可获得额外奖金。

思科的联盟关系管理方式形成了一种紧密又分工明确的合作模式，使双方更像内部组织的协作，联盟项目的成功即是双赢。

3.分类管理让联盟运作更精细化

思科从联盟分类开始，进行精细化的联盟管理。思科目前有13家公开的战略联盟伙伴，战略联盟一般是长期的全球性的合作关系，双方投入

巨大的资源甚至设立专属组织为联盟支撑，有广泛的、深入的、从产品到市场甚至品牌的合作业务，能为彼此带来巨额的销售收入。除此之外，思科也设置了渠道联盟与解决方案联盟计划，这两种联盟类型为愿意与思科合作的众多企业打开了通道。

渠道联盟计划是思科专门为代理商与服务集成商提供的特制联盟方案，尽管思科有自己的销售团队可进行产品直销，但它也清楚这并不能满足全球范围内的销售需求，借助第三方的销售力量能最大范围覆盖并接触到客户市场。渠道联盟让思科与销售渠道商结成更为紧密的合作关系，思科通过产品培训和销售激励让双方在联盟中共赢。

解决方案联盟计划是一个平台，思科打开自己的产品接口，让IT生态环境中的其他技术与产品能够接入，互相配合成为面向客户IT应用环境的解决方案。这一计划不仅弥补了思科因为部分产品有竞争关系，而不能与一些公司组建战略联盟的遗憾，也给中小企业打开了与思科产品合作的窗口。在计划的具体实施与管理中，思科以免费的方式公开部分产品与技术

接口，接纳外部的合作需求；也提供部分有偿的测试与认证服务，给予对方在解决方案设计与实施方面的指导。对于思科而言，解决方案联盟计划进一步扩大了市场范围与客户群，可谓一举多得。

4.联盟生命周期管理流程让联盟管理更加严格科学

建立一套系统化的可复制的流程是思科联盟管理的核心，联盟业务按照它的生命周期：“评估-形成-孵化-运作-演变-退出”六个阶段进行科学的规划管理，各阶段制定详细的运作准则，设立独特的绩效指标与里程碑，以对联盟的进展和目标进行评估。思科对合作关系中的变化保持高度敏感，会根据业务进展和当前战略变化对联盟的投入与目标进行调整，甚至及时终止联盟进行止损。这种积极灵活的方式使思科能对新变化做出快速反应，最大限度地降低联盟风险。

研究思科的战略选择不难发现，对于属于公司产品组合的核心技术、产品与服务，它选择自研，如果缺乏这方面研发能力，需求急，或有合适

的外部资源，则使用收购策略；对于那些能完善思科产品与服务的互补资产，思科选择联盟。将自研、收购与联盟三种策略放在同一战略高度，思科不仅善于在各个战略中创新，更懂得根据发展规划与外部环境灵活选择最合适的战略，这种混合战略大大提高了企业的生存和长期发展能力。

在美国硅谷，更多的企业开始学习思科，通过并购扩大产品范围，以联盟增强自身在产业生态链的地位，但能将三个战略都做到极致的仍然只有思科。

对我国企业来说，它的混合战略也极具启发性：在以集体作战的企业研发中，通过一些措施激发有潜力员工和团队的创新性；同时利用收购和联盟等方式，获取外部资源弥补自身能力的欠缺，重视战略实施过程，专业科学的运作是战略成功的必要条件。多拥有一个战略选择与实施能力可以使企业在面临复杂多变的市场环境时拥有更强的发展与抗风险能力，学习思科让各个战略的优势互补，能给企业带来新活力、新发展。

