

奋达缘

2019年
第2季内刊

尊重、诚信、创新，成就客户、成就企业、成就员工
Respect, integrity and innovation are the key elements to satisfy customers,
to accomplish businesses and to fulfill employees.

市场、技术、品牌“三驾马车”驱动奋达科技新未来
创新是引领发展的第一动力
透视CES 触碰未来





reddot design award

天猫精灵X1 荣获2018年红点设计大奖



深圳市奋达科技股份有限公司

地址:广东省深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园

服务电话: 2735 3888
(86)0755

邮政编码: 518108

服务传真: 2748 6663
(86)0755

www.fenda.com

创新

创新是丰富生活的手段。

没有创新，
世界上第一盏电灯，
至今也不会诞生，
我们还要在暗淡的光下，
生活一辈子；
没有创新，
就没有第一架飞机的出现，
人们要经过几个月、
甚至几年的工夫，
历经艰辛长途跋涉，
才能到达目的地；
没有创新，
社会更不会如此现代化，
人们之间的联系，
也不会如此紧密。

创新对于我们来说，
是何等的重要！
莎士比亚曾说过：
美是生活，
美是创新。
我们应用自己勤劳的双手，
去创造、去装饰我们的生活。
创新是生活，
走向美好未来的重要标志，
是社会发展的源泉。

——摘自《瑞文网》





《奋达缘》编辑部

总 编 / 肖 奋
 顾 问 / 肖 勇 肖 晓 谢玉平 郭雪松
 主 编 / 陈梓立
 编 辑 / 杨伟丽
 美 编 / 张河伟 潘加仕
 通讯员 / 肖 韵 梁永治 孙震洲 杨敏华
 魏绵嘉 林家华 巢 坚 肖伟坤
 吴小娟 刘 丹 祝志辉 钟静艳
 曾游冬 田 猛 宋向军 邓怀鹏
 庞志聪 钟书文 陈智敏 周 霞
 邓兴秀 黄芸秋 罗双双 谌礼彪

邮 编 / 518108
 电 话 / +86-755-2735 3888
 传 真 / +86-755-2748 6663
 公司网址 / <http://www.fenda.com>
 微信公众号 / 奋达科技
 投稿邮箱 / fdy@fenda.com
 编辑部地址 / 深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园

免责声明

本刊为公司内部刊物，仅供个人学习、研究和欣赏。整体版权属《奋达缘》编辑部所有。本刊作品欢迎转载，但须注明选自本刊，未经许可，不得以任何方式改编、转载、出版本刊作品。



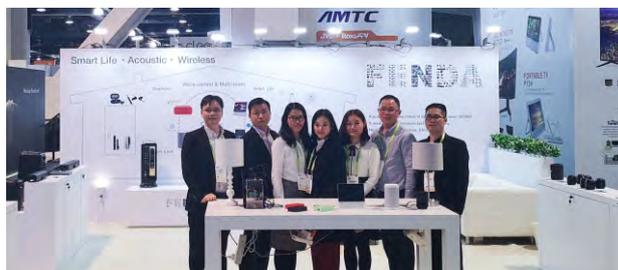
市场、技术、品牌“三驾马车”驱动奋达科技新未来

3月7日，奋达科技音频品牌研发团队正式成立。奋达科技董事长肖奋先生在音频品牌研发团队成立仪式上分享讲话。肖董在分享中表示，奋达科技的发展过去由市场拉动，未来将全面转变为由市场拉动、技术驱动、品牌驱动“三驾马车”引领发展。



创新是引领发展的第一动力

创新是历史进步的动力，企业发展的关键。企业要成长就必须要从各个层面勇于不断地创新，降低成本保证产品品质。我们的核心价值观的第一句话就是尊重、诚信、创新，由此可见创新对于一个企业的重要性和必然性。



透视CES 触碰未来

CES作为全球最大规模的高科技年度盛事，已成为引领行业潮流的风向标。我们也不难看出，智能家居已成为巨头们纷纷布局的重点。

CONTENTS

奋达资讯 FENDA Information	01 / 市场、技术、品牌“三驾马车”驱动奋达科技新未来			
	03 / 全球智能音箱市场亚马逊独占鳌头 天猫精灵排名第三			
	04 / 让技术与品牌同行——奋达科技音频品牌研发团队正式成立			
	05 / 安全工作应从自身做起——奋达科技召开2018年度安全生产工作总结大会			
	05 / 聚首三亚 聚力2019——国内品牌2018年核心代理商座谈会			
	06 / 心启航·新飞扬——奋达科技2019年春节联欢晚会圆满落幕			
	08 / 奋达科技2019春晚肖奋董事长致辞			
	10 / 缘聚奋达 共享家宴 ——奋达科技喜迎新春家宴圆满举行			
	创新专栏 Innovation Column		12 / 创新是引领发展的第一动力	
			13 / 设计的终点在“家”	
15 / TESLA项目创新纪实				
17 / 敢想 敢做 敢于创新				
18 / 浅谈创新				
19 / 电子秤封箱机一体化				
奋达人物谈 Interview With Characters		21 / 透视CES 触碰未来		
	24 / 2019年美国游与CES展览小记			
	26 / 观2019年CES展有感			
	28 / CES无处不在的AI			
	31 / 智能音箱啦啦啦			
奋达之星 The Stars Of Fenda	33 / “国宝级”制造能手——张国宝			
知行合一 Unity Of Knowledge And Action	36 / 让我慢慢地走近你			
	38 / 生命的光芒万丈 从心开始			
	39 / 种瓜得瓜 种豆得豆——致良知“未来之星”学习心得			
	40 / 学《徐爱录》有感			
阅享新知 Food For Thoughts	41 / 产品创造的思考起源点			
	42 / 好书分享			
心灵家园 The Spiritual Home	44 / 关于善良的一些思考			
	46 / 亚洲最虐魔鬼赛道之初体验			
	49 / 年饭上的盆菜			
	51 / 年味渐淡爱渐浓			
	53 / 愿你不佛系			
诗歌佳作 Poetic Works	55 / 我们的“演员”之路			
	56 / 诗歌佳作			
光影世界 Photography	57 / 光影世界			
奋达宝贝 FENDA Baby	58 / 奋达宝贝			

————— 征稿启事 —————

《奋达缘》自创刊以来，备受关注和广受好评，它不仅是公司企业文化的载体，更是公司一路走来的见证者，公司的每一次成长、每一份收获都可以在《奋达缘》上找到。故事还在继续，你我共同演绎，让我们用最简单的方式让真情流淌于笔端。为了更好地提高内刊质量和水平，《奋达缘》向全体奋达人诚征稿件，要求文章原创，有思想，内容积极健康，符合内刊栏目定位要求。

投稿邮箱：fdy@fenda.com

座机：8936

稿件一经采用，稿费从优！

《奋达缘》编辑部



图 / 张河伟 摄

市场、技术、品牌 “三驾马车”驱动奋达科技新未来

—— 奋达科技董事长肖奋先生内部分享讲话

本刊讯（通讯员 杨伟丽）3月7日，奋达科技音频品牌研发团队正式成立。奋达科技董事长肖奋先生在音频品牌研发团队成立仪式上分享讲话。

“今天我们聚在这里，举行音频品牌研发团队的成立仪式，不仅代表公司对这个新团队的重视，同时这也代表了公司的一个新起点。”肖董在分享中表示，奋达科技的发展过去由市场拉动，未来将全面转变为由市场拉动、技术驱动、品牌驱动“三驾马车”引领发展。品牌驱动和技术驱动是公司未来发展的重中之重，公司不能仅仅停留在市场需求层面，在如今这个高速发展的时代，市场瞬息万变，我们要想办法走在前面。

在市场交易中，给予客户一点降价的优惠，只能代表企业释放的小小善意，做出伟大的产品才是对客户的敬意。我们要转变思维模式，转变思想，更重要的是要转变心态。肖董强调：“只有转变心态，我们才能做到用心对待客户，才能真正把客户装在心里。先让自己充满爱心，去体会客户的真正需求，保证产品与客户的期望一致，甚至超出他们的期待，利益客户，为客户创造真正的价值，这才是我们对客户最大的诚意。为顾客提供绿色、优质、高性价比的产品和服务是我们企业永远的使命，也是我们品牌建设的关键。”

肖董在讲话中对民营企业如何发展也分享了自

专业、专注需要一颗大爱纯粹之心，爱客户，爱公司，爱社会，爱国家，更要爱自己。拥有这样的大爱精神，才能感知客户的需求，解决客户的痛点，才能把产品做好。

己的观点，他提出：“吃软饭”，“戴绿帽”，“挣硬钱”。“戴绿帽”，指企业在发展过程中要坚持绿色环保低碳，生产绿色产品，为构建“两型社会”做出一份贡献。“吃软饭”，指要提升软实力，干工作要巧干，不能蛮干。那么离“挣硬钱”的目标就不远了。那如何巧干呢？“巧干，首先得让自己的心灵保持纯粹。”肖董认为，“人之初，性本善。每个人一开始，都拥有一颗至诚至善的心。因为想太多、太杂，渐渐地把自己的心遮蔽了。想要的、追求的太多就无法专注，最后导致每件事都做不好。”

在谈到专注的问题时，肖董非常有感触地说道：“专注做一件事，把它做到极致，才有可能成功。对此，我深有体会。过去我想太多，现在我带着一颗纯粹的心，只想和大家一道，把我们音频这个主业做好。”对于如何做好主业，肖董认为拥有一颗大爱纯粹之心非常重要，他说：“专业、专注需要一颗大爱纯粹之心，爱客户，爱公司，爱社会，爱国家，更要爱自己。拥有这样的大爱精神，才能感知客户的需求，解决客户的痛点，才能把产品做好。今天，我们成立音频品牌研发团队，为品牌建设灌输强有力的技术支持，我由衷地希望顾强先生带领的技术团队能和国内外品牌部的同事团结合作，专注、用心做好品牌建设，把公司的品牌建设提升到一个新高度。”肖董对新成立的团队寄予了厚望。

肖董再次强调：“分工不分家，全体奋达人永远是一家人。我们有分工也有协作，各部门、中心、

项目组遇到困难、问题，大家应团结一致，沟通交流，互相帮助。希望其它部门积极支持公司的品牌建设，公司的发展和成长需要大家一起努力，致力于建设更好的奋达是我们的根本。”

肖董还在分享中激励大家在工作中要敢想敢做，“只要对公司有益，与公司发展方向一致的事，大家尽管放下顾虑大胆去做，有问题，我承担！”同时，肖董再一次号召大家积极学习致良知，学习圣贤文化，“我敢保证这样的学习定会让你的生命焕然一新，对你的家庭、事业大有裨益。我理解大家现在对此还有心存疑惑的地方。事有先后，不要求每个人的理解、接受程度同时在一个频道。什么时候走在道上都是对的，晚点、迟点都没关系。”

“如今，我们处于一个伟大的时代，历史的发展潮流不可逆转，如今的中国正走在民族复兴的大道上，我们都应该思考一下，在这个大环境之下，作为一个普通老百姓的我们，如何为中华民族的伟大复兴贡献自己的一份力量？”最后，肖董留下了一个问题让大家思考，并结束了本次分享。🔴



全球智能音箱市场亚马逊独占鳌头 天猫精灵排名第三

日前，国际咨询调查机构Strategy Analytics发布了2018年全球智能音箱出货量数据，2018年全年全球智能音箱的总出货量达到8620万台，较2017年的3200万部增长了5420万台，增幅超过170%。具体到2018年Q4方面，全球智能音箱出货量环比增长95%，达到3850万台，仅这一个季度的出货量就超过了2017年全年。

在业内看来，这个数字已经相当惊人，超出了预期。在竞争激烈的智能音箱市场上，最新的数据指出，亚马逊的音箱销量排名第一，谷歌排名第二。跟亚马逊和谷歌两大国际巨头相比，中国智能音箱品牌算是后来居上，基本上都是从2018年开始才真正发力，排名第三的是中国互联网巨头阿里巴巴，主要产品是天猫精灵。排名第四、第五分别是百度和小米。

在3月4日的天猫金妆奖大会上，阿里巴巴人工智能实验室总经理浅雪表示，天猫精灵可连接的智能设备已经超过1亿台。这意味着，中国可能已经有超过

2%的家庭，正在使用天猫精灵连接智能家电、享受智能生活。

一年多来，天猫精灵先后推出X1、方糖、曲奇、儿童智能音箱、CC等多款智能音箱，并多次获得德国iF设计大奖、红点奖等全球顶级工业设计大奖。AI技术与美学设计的充分结合，正在让天猫精灵获得越来越多用户的认可。

尽管智能音箱在国内尚处于探索阶段，但随着“解放双手”的大势所趋，以及智能语音技术的不断突破，竞争只会越来越激烈。🔥

*根据环球网、中关村在线报道整理



图 / 张河伟 摄

让技术与品牌同行

—— 奋达科技音频品牌研发团队正式成立

本刊讯（通讯员 陈智敏）3月7日，奋达科技音频品牌研发团队正式成立并举行启动仪式，奋达科技董事长肖奋先生，执行总裁肖勇先生等公司管理高层及音频事业部等部门的全体同事参加成立仪式。

为更好地促进奋达科技音频品牌的发展，公司特成立音频品牌研发团队，此团队研发人员是从研发部抽调而来，由原电子二部经理顾强先生带队，他带领的研发团队将协同品牌市场部门的同事，从产品规划到项目立项、开发及量产等，将对产品生命周期的全过程进行管控。

肖董在仪式上讲话，他表示奋达科技的发展过去由市场拉动，未来将全面转变为市场拉动、技术驱动、品牌驱动“三家马车”引领发展。如今这个时代，市场瞬息万变，我们必须转变思维模式，品牌建设、技术驱动是公司未来发展的重点。今天我们成立品牌研发团队，是一个新的起点，把技术部门的支持灌输到品牌建设上面，我希望研发与国内外品牌团队团结

合作，专注、用心做好一件事，为客户创造真正的价值，从而将公司的品牌建设提升到一个新高度。

该项目团队的技术负责人顾强先生表示，为音频品牌做研发很有压力，但有压力才有动力，今后我们研发团队与品牌市场部在品牌建设上通力配合，并肩合作，一起为公司的发展贡献一份力量。海外品牌销售总监全逢宁先生表示，一直以来，我们自身品牌在新技术方面相对比较滞后，现在有了技术团队的相助和支持，我相信未来我们品牌发展必将有新的突破。

本次成立品牌研发团队，将为公司品牌的发展注入源源不断的科技动力，有了强大的科技技术作为依托，奋达科技的品牌建设必将走得更远、更宽，从而全面提升企业的竞争力。🔥

安全工作应从自身做起

——奋达科技召开2018年度安全生产工作总结大会

本刊讯（通讯员 杨伟丽）3月1日，奋达科技2018年度安全生产工作总结大会暨2019安全生产工作计划会议在办公楼二楼培训室召开。奋达科技董事长肖奋先生，执行总裁肖勇先生，公司各生产部门副组长（含）以上，及职能部门副主管（含）以上人员等干部成员近百人参加会议。

首先，行政中心总监黄汉龙先生就奋达科技2018年安全生产工作开展情况进行了认真总结，对公司安全生产工作面临的新形势和新要求进行了全面剖析，部署了2019年安全生产工作任务。会议签订了2019年安全生产责任书，还举行了安全生产集体表彰仪式，塑胶模具事业部、音频事业部喇叭厂、奋达智能制造车间分别被评为2018年度安全生产工作第一、二、三名，并获得锦旗和奖金奖励。

会上，奋达科技董事长肖奋先生指出，在安全生

产工作中，要坚持“安全第一，预防为主”的安全生产方针，并将该生产方针时刻贯穿到具体生产工作中，严格按照作业指导书和安全生产规范执行。肖董强调，我们生产线上的员工在工作中要保持积极上进的心态，遇到问题要第一时间赶紧解决，彻底消除安全隐患，营造一个阳光、安全的工作环境。同时，我们每一位员工要不断学习安全生产的知识，从而提升自我防范的能力。

会议要求全公司首先要统一思想，全面传达学习本次会议精神。二是所有干部要从自身做起，严格要求自己，做到正人先正己，为广大员工树立安全第一的榜样。三是要增强自身的责任感和使命感，保持安全生产劲头不松懈。四是构建严格的安全生产管理体系，完善企业安全生产长效机制，确保全年安全生产目标全面实现。🚫

聚首三亚 聚力2019

——国内品牌2018年核心代理商座谈会

本刊讯（通讯员 曾书卿）2018年12月29日，奋达音响国内品牌在四季风景怡人的滨海城市三亚召开主题为“聚力2019”的核心代理商座谈会，面向全国邀请10位核心代理商参会。

此次座谈会，国内品牌相关负责人回顾了2018年奋达音响市场工作，并着重向与会嘉宾全面介绍2019年奋达音响产品开发规划、市场开拓计划，以及品牌推广计划，获得了与会嘉宾的热烈反响，大家对2019年的发展充满期待。



图 / 曾书卿 摄

此外，座谈会上就音响市场未来发展趋势、行业发展面临的挑战、奋达音响存在的不足等问题，开诚布公地进行了热烈讨论，深化了大家的共同认识，相信通过2019年国内品牌一系列“聚力”措施的落地，奋达音响将实现更快更好的发展。

座谈会之外，为期三天的三亚之行，国内品牌组织核心代理商游览三亚千古情、南山文化苑、天涯海角等名胜景区，让大家在繁忙工作之余，放松自我，尽情领略热带滨海城市的旖旎风光。🚫



本刊讯（通讯员 杨伟丽）爆竹升天送狗岁，春花遍地缀猪年。2019年1月30日晚，奋达科技2019年春节联欢晚会在奋达科技运动场隆重举行，近3000名奋达人欢聚一堂，喜迎猪年。

晚18:38，晚会在寓意着旗开得胜，炫酷霸气的开场舞《旗舞飞扬》中拉开帷幕。晚会由董事长致辞、颁奖抽奖、节目表演三大部分组成。

奋达科技董事长肖奋先生在致辞中表示：成绩属于过去，愿景展望未来，奋达科技栉风沐雨25年，到今天，我们远远不是中国最好的公司，但却是一个真正有情怀、有梦想的公司。2018年，优化公司顶层设计，并通过引进优秀人才，进行架构调整，促使公司深化改革，实现公司人才结构的梯队化、专业化，现已初见成效。2019年我们将在运营管理上持续深化变革，重点打造“三个坚持，三个推动”策略，坚持“致力于成为持续领先的消费电子产品垂直整合制造与服务的高科技企业”的发展战略；坚持贯彻“回归初心，品质享誉全球产品奋达造”的产品战略；坚持科技创新和品牌建设。同时全面推动薪酬绩效改革；全面推动信息化建设；全面推动文化软实力提升。

创新奖颁奖是每年奋达春晚的重头戏，2019年奋

达科技第十七届创新奖，经过多个环节的验证和复审，最终评选出创新奖217名。据悉，奋达科技自2002年创办首届创新奖评比以来，员工的创新热情不断被激发，创新项目的申报数量和带来的回报都不断创出新高。截至本届创新奖，累计获奖的创新项目已达1763个，为奋达科技持续高增长提供了源源不断的新动力。

晚会现场灯光璀璨，节目形式多样。有优雅婉转的舞蹈表演、激情昂扬的百人大合唱、热血沸腾的武术表演、创意十足的影子舞、感动暖心的舞台剧……精彩纷呈的节目赢得现场观众阵阵喝彩与掌声，现场气氛欢乐、祥和。值得一提的是，现场播放的短视频《奋达，我想对你说》，牵动了在场每一个奋达人的心，温暖了晚会现场每一个奋达人，反应了公司良好的精神风貌和对未来的美好愿景。

现场的抽奖环节更是高潮迭起，激动人心，将晚会气氛不断推上高潮，现场呐喊声、欢笑声不断，众多员工都抱得大奖、满载而归。

一年一度的春节联欢晚会在每一位奋达人心中份量很重，它代表了我们与过去一年的郑重道别，迎接新年，意义非凡，非常具有仪式感！👉



图 / 张劲松 摄

奋达科技2019春晚董事长肖奋先生致辞

2019年我们将在运营管理上持续深化变革，重点打造“三个坚持，三个推动”策略，坚持“致力于成为持续领先的消费电子产品垂直整合制造与服务的高科技企业”的发展战略；坚持贯彻“回归初心，品质享誉全球产品奋达造”的产品战略；坚持科技创新和品牌建设。

**尊敬的各位嘉宾、可亲可敬的奋达家人们：
大家，新年好！**

戌狗辞旧岁，金猪迎新春。

值此新春佳节来临之际，我们全体奋达家人在奋达科技这个美丽的绿茵场上欢聚一堂，隆重举行奋达科技2019年春节联欢晚会，我谨代表奋达科技董事会及公司核心管理团队，向全体奋达人及家属朋友们致以亲切的问候和美好的祝愿，向长期关心支持奋达科技发展的合作伙伴们以及社会各界的朋友们致以新年的祝福！

祝大家新年快乐，心想事成，事业兴旺，家庭幸福！

同时，让我们用最热烈的掌声感谢此刻仍坚守在工作岗位的同事们，感谢他们为我们晚会做出的贡献！

审时度势，“危”中寻“机”

2018年，世界风云变幻。中美贸易摩擦升级，再加上去杠杆化效应，给中国经济造成不小的影响，国

家经济从第一季度到第四季度出现不同程度的下滑，这对我们民营企业，特别是给一些上市公司造成不小的影响。就我本人来说，压力山大。

我常说：所谓“危机”，有“危”就有“机”，把“危”看透后，机会就来了。每一次挑战过后总会迎来一个新的发展机会，坊间“谣传”的逢“8”必衰，但对于奋达来说，每一次危机都能赢得飞跃式发展。奋达科技成立以来，经历过三次危机。1998年亚洲金融危机时，奋达科技成立电子厂，第一台多媒体音箱成功下线，发展B2C业务，让我们企业有了新的发展方向。2008年次贷危机，奋达科技实现大跨越，从三围的小园区，搬迁到如今这个生态科技园，我们发展之路更宽，不仅有了更好的办公环境，同时也有了一个较好的生活环境。

这两次危机都给奋达科技带来新的发展机会，机会是留给有准备的人。1998年，我们做了创新的基础准备，才有新市场的开拓。2008年，我去韩国三星、日本丰田学习，把一些先进和创新的经验带回公司，让公司顺利渡过危机。2010年，我们开始为上市做准备，2012年成功登陆资本市场。接下来的5年时间每年

都有超过50%的快速发展，这就是奋达科技转“危”为“机”的一个过程。

站在这个角度看，“危”并不可怕。在有充分准备的情况下，不管遇到什么困难，我们都有信心、决心去战胜它。因为我们有一个强有力的团队，能透过“危”看到“机”，这是我们排忧解难，从“危”转“机”的一个关键。



图 / 张劲松 摄

迎难而上，业绩显著增长

回顾2018，经济下行压力剧增，全球经济低迷，奋达科技也遇到前所未有的挑战，但奋达人上下一心，团结一致，稳健地逆势而上，克服重重困难，取得较大突破。

音频事业部有了比较快的增长，增长的幅度达到30%，音频团队第一次突破十亿的大关。美发电器团队，从过去做专业的美发电器产品，不断向家用美发电器拓展，同时加入智能基因，特别是这个团队去年去北京学习致良知，反求诸己，从内心上用工，让心

灵更加纯粹，为人更加真诚，开发了许多有创意的产品，我们期待美发电器有更大的突破。智能穿戴实现业绩翻番，在抓好服务好老客户工作的同时，在新客户拓展方面也有了长足的进步。智能穿戴不断推陈出新，与大健康、移动医疗深度融合，“软、硬、云”一体化服务产业进入高速发展快车道。

我们与欧朋达、富诚达高度融合，成立精密制造事业群。东莞清溪产业园第一期工程建设进入尾声，第二期建设也在快速进行当中。奋达科技的高端智能制造产业将立足清溪，资源将得到充分利用，人才得到更好发挥。这一块不仅为奋达科技的未来发展拓宽空间，还将降低生产成本，从而提升行业竞争力。

去年的资本市场可谓是腥风血雨，但奋达科技在各方的努力和合作之下，公司市值维持在中小板第一梯队，市值牢牢站在中小板前25%。2018年我们还获得“上市公司信息披露十佳”、“百佳董秘”等奖项。

我觉得更重要的是，过去一年我们全公司开展学习圣贤文化，弘扬大爱，反求诸己的全面学习活动，带动大家在心上用工，在事上磨炼。过去一年我们取得一些成绩，与我们每个人的辛勤付出、艰苦奋斗、不断创新进取有关，同时也离不开社会各界对我们的支持和帮助。在这里，我以一鞠躬向为公司发展做出贡献的每一位表示衷心的感谢！

展望2019，从“心”启航

温故知“心”，坚定信“心”，很多时候信心比金子更重要。

奋达科技从成立到现在，将近26年的发展，可简单分为三个阶段。第一阶段，1993年成立到2002年。2002年建立三围奋达园，第一个十年，我们以市场为导向，以生存为目标，以发展为目的。我们关注在电声这个“点”上，从扬声器木箱发展到有源音箱，电声产品线有了专业的生产基地——三围科技园。这个节点里面，大家艰苦朴素、任劳任怨、不畏艰难、锐意进取，不断追求新的突破，夯实立业根基，奋达科技从初创企业向成长企业过渡。

第二阶段，2003年到2012年。这个阶段，我们凭借敏锐的嗅觉牢牢把握住市场，紧跟时代脉搏，将目光瞄准国际市场。在开拓国际市场中，我们以规范治



图 / 张劲松 摄

理为路径，以扩大市场规模为重点，以创新商业模式为发展战略，专注在整个电声产品这条线上。我们不断推出新技术，从有源音箱到苹果音箱，再到蓝牙音箱，一系列产品的发展。在这个过程中，我们又横向发展美发电器，丰富注塑和模具前端上游的产品线，从此公司发展进入快车道，为上市作了准备。

第三阶段，就是最近五、六年。上市以后，2013年，智能穿戴取得大步发展，催生2013年智能穿戴第一股和中小板的第一大“牛股”，之后就迎来了奋达科技五年的高速发展。

温故知“心”，回顾这三个阶段，第一个阶段，我们稳扎稳打，步步为营，打好夯实的基础，凭借着不服输的韧性、毅力和坚持，我们取得第一阶段的胜利。第二阶段，我们以敏锐的嗅觉，不断发力，稳中求变，开拓创新，我们取得第二阶段的胜利。我有理由相信，我们这样一个真诚团结的团队，不忘初心，凭借勇于进取的决心，奋达科技未来一定更好！

坚持技术驱动，科技创新

未来2019年，我们将持续推行技术创新，追求内生性增长，奋达科技过去的发展由市场拉动，而未来将全面转变为市场拉动、技术驱动、品牌驱动“三驾马车”引领发展。在如今信息化高速发展的时代，人工智能、精密制造、智能创造等发展迅猛，技术的变革对我们每一个企业，特别是对奋达科技这样的科技企业起了关键的作用。我们必须转变思维模式，我们扩大

校招范围，引进更多优秀技术人才，增强员工队伍建设，打造过硬的技术创新班底。

同时，我们成立工业技术研究院，透过工研院进行前沿技术研究，为推动我们未来产品的升级做好准备。我们选择与中科院、苏工所等科研院校合作，借助他们的力量帮助我们进行技术创新，让技术创新之路走得更稳、更快，从而推动企业发展。

2019年我们将在运营管理上持续深化变革，重点打造“三个坚持，三个推动”策略，坚持“致力于成为持续领先的消费电子产品垂直整合制造与服务的高科技企业”的发展战略；坚持贯彻“回归初心，品质享誉全球产品奋达造”的产品战略；坚持科技创新和品牌建设。同时全面推动薪酬绩效改革，让员工的成长有一个明确清晰的路线；全面推动自动化与信息化融合，打通我们与客户之间的链接，降低我们与客户之间的交易成本；全面推动文化软实力提升。

我希望全体干部带领我们员工，从初心出发，不断提升我们行业竞争力，促进企业更快的发展。展望未来，我们全体奋达人团结一心，加上社会各界对我们的支持，广大客户给我们的信心，我相信奋达的明天将更加美好！

最后，借此机会再次向大家表示衷心的感谢和真诚的祝福，祝大家平安健康，吉祥如意，想啥有啥，谢谢大家！👍

缘聚奋达 共享家宴

—— 奋达科技喜迎新春家宴圆满举行



图 / 陈梓立 摄

本刊讯（通讯员 杨伟丽）缘聚奋达，共享家宴。2019年1月18日晚，奋达科技一年一度喜迎新春家宴如期举行，近400张大红圆桌整整齐齐摆放在奋达科技桃花源广场上，现场一派喜庆景象。

晚宴现场，奋达科技董事长肖勇先生，执行总裁肖勇先生携公司核心管理层悉数出席，并代表公司向莅临现场的嘉宾、合作伙伴以及全体奋达家人举杯祝酒，送上新春祝福。

肖董表示，2019年奋达科技将在运营管理上持续深化变革，重点打造“三个坚持、三个推动”策略，即坚持贯彻“回归初心，品质享誉全球产品奋达造”的产品战略；坚持“致力于成为持续领先的消费电子产品垂直整合制造与服务的高科技企业”的发展战略；坚持科技创新和品牌建设。同时全面推动薪酬绩效改革；全面推动信息化建设；全面推动文化软实力提升。

开席时间到！近4000名奋达人沉浸在团聚和喜庆的氛围中，大家一起品尝客家传统味道的美味大盆

菜。现场座无虚席，每一桌大盆菜用暖炉煨着，揭开用来保温的锡箔纸，热腾腾的香气飘散开来，荤素搭配，份量十足，可口诱人，让人忍不住大快朵颐。

除了品尝美味大盆菜外，公司还为大家精心准备了“露天KTV”，吃饱喝足后，喜欢唱歌的员工便登台为大家高歌一曲，台下掌声连连，欢笑不断，现场热闹非凡。

据悉，这是奋达科技连续第三年举行喜迎新春家宴，旨在答谢全体奋达家人过去一年所付出的辛勤和努力，彰显奋达科技优秀的企业文化和员工精神风貌，增强员工之间的集体凝聚力。🔥

创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭源泉，也是一个企业永葆生机的动力。创新是生产力，创新是员工的智慧，是企业力量。

2002年至2019年，奋达科技创新奖创办已整整17年，全体员工的创新热情不断被激发，创新项目的申报数量和带来的回报都不断创出新高。截至2019年第十七届创新奖，累计获奖的创新项目已达1763个，为奋达科技持续健康发展提供了源源不断的新动力。

奋达科技26年成长发展实践证明，只要我们发扬工匠精神，坚持始终如一的创新品格，为客户提供优质的产品和服务，为客户创造价值，我们的事业必将蒸蒸日上！

“回归初心，品质享誉全球产品奋达造”，唯有不忘初心和使命，方可善作善成，一往向前，方可赢得客户的选择，赢得市场的一席之地。



创新

Innovate

创新是引领发展的第一动力

文 / 音频制造中心 杨敏华

只有不断创新才能从根本上解决生产成本低，效率低的问题。为此我们必须
要上下同心寻找更多的创新思路，解决更多的问题，为企业的发展献一份力。

创新是历史进步的动力，企业发展的关键。企业要成长就必须要从各个层面勇于不断地创新，降低成本保证产品品质。我们的核心价值观的第一句话就是尊重、诚信、创新，由此可见创新对于一个企业的重要性和必然性。

当今制造业的发展面临的矛盾仍是供需矛盾，尤其是劳动力资源有限性与需求无限性的矛盾。随着人们生活水平的不断提高，需求质量也要求越来越高，这一矛盾越来越突出，解决这一矛盾的关键在于创新。一个企业要走在行业发展前列，最根本就是要靠创新，只有创新才能做出用户需要的好产品。

对于创新的理解，我认为创新是引领企业发展的第一动力，它的成效决定发展的速度、规模、结构、质量和效益。创新有很多种类，比如：管理、技术、工艺。我们的PCBA贴二维码创新项目就是属于工艺创新，这个思路的来源主要是：激光镭雕日期和图案。随着信息化地不断进步，客户对品质要求不断提高，同时便于问题的追踪，大部分产品都要求建立可追溯系统，这样每个产品的每一个组件甚至每一个部件都要求有二维码来作为唯一一种身份来绑定以便追溯，还可以防呆。

公司的产品和订单量越来越多，目前华为、阿里等客户要求所有PCBA都要贴二维码以便追溯，这个二维码的用量也就大了，就TESLA产品一个月就有50万订单，采用手工贴这个二维码产线不仅需要4个人来完成，且这个耐高温的二维码需0.8元/PCS，普通的二维码贴纸也要0.5元/PCS。如有办法把这个费用节省下来，那是一项大工程啊。当时就想着既然镭



雕机可雕日期和图案，那么这个二维码采用更精准的激光机应该也是可以镭雕实现的。有了这个想法后我们就立即查资料，通过采购联系供应商沟通确认激光打码机是可以实现的，而且兼容性又好。目前所有PCB板只要预留一个55mm的空白位置都可以用激光精准镭雕，而且镭雕的二维码不存在过炉不耐高温变质和人为丢失，可谓是安全可靠、实用。2018年创新激光镭雕二维码操作方便，设定好参数自动上下料，为公司节省了69.2万元的成本，而且此设备可以通用目前奋达科技的所有产品，可继续为公司产生效益。

当前，企业面临经济下行压力，说到底归因于创新乏力、创新不足。传统产业改造升级也好，新兴产业培育发展也罢，离开创新都没有出路。只有不断创新才能从根本上解决生产成本低，效率低的问题。为此我们必须上下同心寻找更多的创新思路，解决更多的问题，为企业的发展献一份力。奋达的每一位家人都是聪明智慧的，一起努力吧！🚫

设计的终点在“家”

文 / 电器事业部 Farkas

无印良品艺术总监原研哉曾表示，无印良品其实是一个不需要特别设计产品的项目，他的工作是从产品中把“无用”和“多余”去除。我非常认可这个品牌所倡导的“简约之美是绝对超越奢华之美的”。

设计来源于生活，所有设计本质都是为了提供更好的生活品质，最终归于“家”。这里的“家”指的是任何设计都是需要满足人们的需求、创造或者改变目标用户生活方式，并且要使人们能通过设计感受到产品的品质。我们可以从哪些方面来更好地奔向终点“家”呢？

设计需要储备

可能你也会常听到有人会说这个产品设计很难！这个方案实现不了我已经想过了，你觉得能做那你来！这个部件供应商评估了后续批量可能没办法生产！这个结构很难拆装后续生产没办法维修！其实，在设计中我们会碰到各种各样的问题，解决问题的方法也就体现了一个设计的水平、经验和知识储备。

我给大家举一个简单例子。读书的时候大家都会去写作文，老师会给出一个题目，同一个题目大家写出来的内容基本都不一样，有文章写的好的，也有人会觉得这个题目很难无从下手的。那我们回头看看文章写的好的同学都会有一些共同特点：他们的阅读量很大，他们会去读各种各样的书，去提升自己的阅读和写作能力。觉得题目很难的同学都在干嘛呢？踢毽子、捉迷藏、一看到书本就打瞌睡。其实设计也是一样，设计的好坏取决于你平时工作经验积累，平时是否有意识地去储备知识。

设计是一个知识不断积累的过程，很多东西看一遍时间长了就忘了。所以我会关注一些设计类公众号如（小六设计馆）等，以后设计用得着的时候就翻出

来看看。设计就是一个积累储备的过程，当你储备越多、知识越广，需要的时候释放的动力也就越大，设计的时候也就越轻松。

看待事物的角度不同、呈现方式不同

不知道从什么时候开始，许多设计师或者团队，开始把产品做得越来越复杂，直到拥有叹为观止。是Ellen常给我们举的一个遥控器的例子，一个简单的遥控器加上许多奇奇怪怪的功能按键。提供给用户的功能，总比用户想要使用的功能还要多，以为这样的方法能够吸引用户更多的兴趣，能够赢得更多的客户。但是，设计这么多按键是否真的用户需要？所以现在每次设计都会问自己，我所设计的东西是否真正是用户需要？是否还有其它方案能做得更简单？设计这个功能能给用户带来什么好处等等。设计只有先感动自己再来说服别人。

创新从题目开始

很多时候会碰到一些人问这样的问题：魏工你设计那几款产品设计灵感是从哪里来？当初你是如何想到这个项目的？受到了什么启发？其实在没接到这个项目之前根本就没有想过需要去设计一款风筒，更谈不上设计灵感。2017年11月某一天，Ellen找到我说，魏工，目前我们公司的直卷发器已经走在行业前面，但是我们的吹风机销量一直没上去，2018年电器需要在风筒上去做一些改变、一些创新。接到这个项目的



时候我还是一脸懵，根本不知道从哪开始。只是先将项目接了下来，能做成什么样子其实自己根本没谱。

项目开始的几个月

信息的收集：从不同国家、不同市场以及不同用户开始。每次客户来开会，Ellen都要求国贸部的同事问客户对风筒的一些建议或意见，希望给我们多一些设计启发。

性能比对：购买市场销量排名靠前的吹风机进行各项指标比对测试，并且整理出每一款风筒优缺点进行筛选和分析。

设计是一个不断修正的过程

一款好的风筒最核心在于马达及风道与风叶的设计。在进行了信息收集与市场上销量名列前茅的产品性能对比后，我们将马达大体规格参数定下来，去找马达供应商。经过对多家供应商对比最终选定的这一家专做汽车类马达及电动工具的马达供应商，经过深入的技术交谈，发现他们有与设计需要的性能相符的马达。有了一个好的开头，原本以为项目会很顺利，接下来就是马达打样与风道设计。一个月后手板出来，我们简单性能测试发现不错。拿去给DQ做寿命测试结果马达寿命只有几十个小时，将问题反馈给马

达厂一起进行分析。发现是因为马达使用用途、测试要求及方法不一样导致马达寿命变短，找到了问题后，马达厂经过几个月的改善，但是一直没有太大的突破。最终马达厂选择放弃这一款马达开发，马达厂放弃开发代表所有的设计方案要从头开始。

时间转眼到了2018年3月，项目又回到了原点。如果需要重新开发一款马达，时间需要花费几年的时间。经过不断讨论，这一次将马达选定我们现有风筒使用的，只是在现有马达基础上优化风道设计。最终，这款风筒经过几十次的方案讨论和调整，上百项的测试数据，近五十款的市场风筒数据对比及不同国家的客户体验。从最先的巨无霸演变到小巧玲珑，每一次的改变都是为了让用户能够得到更好的体验。

产品设计与创新这个过程总会遇到很多问题，但是设计创新正是一个不断探索、不断修正的过程，以此来迸发更多的灵感与思路，这正是创新的魅力。

2018年11月提交外观功能手板得到客户一致好评，2018年12月正式启动模具，客户要求2019年4月开始出货。目前为止在这一款风筒延伸了多款不同外观以及版本。

产品设计创新美妙之处在于它通常不会止步于你的第一个想法。设计的过程乍看起来有点凌乱，但是经过多次的迭代和调整，产品会逐渐进入理想的状态。在此过程中，我们会碰到很多问题，踩入陷阱，许多错误并不会预先知道。但是我们坚持了…… 🚫



TESLA项目创新纪实

文 / 音频研发技术中心 City

2017年底，奋达科技接到阿里的客户需求，要求研发一款大众消费级的智能音箱。经公司高层决议，由音频研发负责牵头立项，TESLA项目由此开始。

从2018年1月10号立项到3月20号量产，整个项目时间上非常紧迫，需求出货量巨大，技术方面特别是在AI唤醒上难度巨大，需要组织多次试产，这给我们团队带来巨大的压力。幸运的是音频研发团队圆满地完成本次项目，这期间项目组成员PM Jacky Chen/EE Suan Liu/ME Kande Ye/AE Jon Liu/SW Aviva Jiang/GE Emma Zhou/Layout Sunly Li等同事付出了非常多的精力和心血，功不可没。在此，我谨以此文记录TESLA项目创新历程。

TESLA是阿里继天猫精灵X1、Newton之后，抢

占市场的第3款语音WiFi智能音箱，订单量高达数百万套，到现在订单还在攀升，可以说是2018年奋达科技音频事业部最重要的项目之一。项目推进过程中，音频研发团队在设计研发阶段突破重重困难，在项目样机管理、进度管理、资源管理等多个方面做出了创新。

在样机阶段，由于前期开发非常繁琐，要把手板给到12位负责人去验证，而每位负责人验证问题细节不同，这就考验我们团队的耐心和细心。除此之外，一般项目只需要试产3次，而TESLA项目试产多达11次，每个节点都非常紧凑，给产线、研发等各个部门出了大难题。同样还有项目资源方面，为确保按时完成，Jacky让五家供应商同时验证问题点，这让研发

每个人工作量倍增。那段时间，大家都以大局为重，排除万难，保障项目按时按点完成。在Jacky的强大统筹带领下，项目各阶段节点均按既定的时间顺利进行且准时量产，还提前了一周，给客户交了一份满意的答卷。

我们结构工程师Kande，他的贡献更不可小觑。他在箱体前后壳的联接上采用了打胶工艺，自动化程度高，生产效率也高，月产能突破100万大关。在MIC的气密性设计和锁主板PCB设计方面Kande也有所创新，通过VHB双面胶密封和底面特别设计的四个 $\phi 10$ 的孔，最终通过了气密性测试，并实现了锁螺丝的自动化生产。

和前辈X1、Newton不同，TESLA精致、小巧得多，重量也是三兄弟中最轻的。TESLA虽个头小，但浓缩才是精华，它的包装更是突出这个优势。平面设计师Emma从原来供应商复杂的包装设计中，经过再三改良并且通过8次与阿里品质共同验证给出更佳方案：取消彩盒顶部EVA，取消快递盒纸卡。既能达到跌落等测试的要求，又降低了包装成本。这项包装设计创新，给公司节省了不少的材料成本，还有人工和运输成本也降低了，而且消费者开箱起来更便捷。

智能音箱也是音箱，如果声音不好听，恐怕也不会讨人喜欢。TESLA的中频真实自然，高频清透明晰，极少出现破音，低音下潜也比较足，整体表现让人满意。TESLA是首款获得DTS国际标准认证的智能音箱，集成了DTS多种先进技术，例如智能多频带监测和分析、高/低音增强等，既能保证音量的一致性，又提供更自然的高低频体验，声场和音域也得到动态补偿。

在研发TESLA项目的过程中，声音应该算我们碰到的大难题之一，因为电声项目的难度在于控制喇叭失真。TESLA项目客户设定值为200Hz-8000Hz 1M/1W，保证小于3%。供应商给我们的方案：1.5寸、16芯内磁、橡胶边扬声器；我们电声工程师Jon给出的方案：1.5寸、13芯内磁、橡胶边扬声器。通过分析验证我们得出：13芯音圈振动质量较轻，相同的Fo弹波较软，所以在低频振幅较大，低频失真也就比较高；6芯喇叭振动质量大，弹波比较硬，CMS较小，所以低频时振幅较小，失真也就小。这样一对比，高下立见。Jon明白测试的数据才是硬道理，为了能够



让整机成本达标和唤醒率提升，他春节期间大年初五就赶回来验证，最终失真定为200Hz-8000Hz 1M/1W，结果小于4%，所以最终选择采用13芯喇叭出货，客户也采纳了我们的意见。

Tesla项目在研发团队齐心协力下，获得奋达科技第十七届创新项目的一等奖，除音频研发外，还有智能研发、电子工程部、智能工程部、技术研究中心、电器技术部、电器工程部等各个兄弟部门的全力付出，可以说是大家共同协作的成果。企业的研发创新能力决定企业核心竞争力，是企业可持续发展的基石。只有不断地加强研发创新能力，才能引领行业潮流，不断发展壮大。2019年音频研发将继续往开来，不断提高自身竞争力，为公司再创佳绩。🚀



敢想 敢做 敢于创新

文 / 音频技术研究中心 Cena

我个人曾多次获得公司创新奖的嘉奖和认可，但这一次真的让我收获颇多。“聆听”项目是通过与致良知四合院老师进一步的接触而得来的灵感，我们发现最快、最便捷传播圣贤文化的方式，就是通过随身音箱的实时播放。事实证明，这也确实是一种有效的传播方式。

项目刚开始时，我们就确定了“聆听”智能音箱功能的基本思路：一定要能连接云端，可以收听特定栏目，也能离线收听致良知四合院的讲评与语录。接下来，我们顺着这种思路寻找平台方案，很快找到了目前使用的MX1290+MX1200智能平台。此平台不但能实现我们既定的所有功能要求，而且待机功耗比较低，稳定性比较好。接着，我们就从零开始搭建“聆听”的平台。在项目期间，客户要求高，频繁更改需求，我们只得同时从软、硬件两方面开展工作，加班加点的投入到平台搭建中。我们的工程师团队以精益求精的工作态度和高标准来要求自己，很好地保障了这款产品能够在雁栖湖大会上成功发布，让更多的企业熟知奋达的产品，让更多的人了解奋达。

通过参与此次创新，让我感受到团队合作的力量。从发现问题，到集思广益寻找解决方案，再到反复验证，最后确定解决方案，整个项目过程都离不开团队的紧密合作。参与此次创新，不仅让我提高了工作技能，也让我们体会到了“心”的力量。“聆听”不仅代表了技术上的创新，更是我们与客户建立心与心链接的具体表现。心里装着客户，想客户之所想，急客户之所急，便会拥有无尽的动力，主动为客户解决更多的问题，为公司创造更多的效益。

习总书记指出：“历史只会眷顾坚定者、奋进者、搏击者，而不会等待犹豫者、懈怠者、畏难者。”奋达的核心价值观是尊重、诚信、创新，所以每年的创新奖和专利奖我都会积极参与。奋达科技为广大员工提供敢想、敢做、敢创新的企业环境和土壤，奋达人也深深明白，只有不断地科技创新，紧跟时代潮流发展，才不会被淘汰，研发更新的产品才能适应市场需求。再次感谢公司能够提供这么好的新技术创新平台。🚀



浅谈创新

文 / 智能研发部
Josh

在得知我们的项目获得公司创新一等奖时，我们团队6人都非常开心和激动，有付出才有收获。我代表我们团队在此与大家分享我们的一些心得与体会。

最初开发这个平台的原因是Apollo3这个平台具有超低功耗，可以实现长时间续航，符合市场需求，而且芯片具有1M的内部flash，可以通过代码上多模块公用来实现原计划需要使用外部flash实现的存储，节约了成本，体积也更小巧了。该平台在FD088项目中实现了量产，出货量已超1000K，后续会继续出货。我们在开发应用中添加了温度检测，通过热敏电阻ADC检测环境温度提醒并保护机器，完美地解决了低温、高温环境下机器工作不正常的问题。通过芯片片内flash来循环存储运动数据、OTA数据、日志数据，大大减少flash的需求量。

这个平台的搭建为后续项目奠定了良好的基础，后续项目在该平台上开发，可以大大节省一部分开发时间，节约开发成本，在后面解决问题时提供了多方面的经验，可以更快得定位问题。

我们在做这个项目的过程中困难重重，这是我们小组成员共同的心声。这是个从未开发过的新平台，在研发过程中遇到的问题也比较多，开发周期也很赶，加班便成了我们的家常便饭。最终在我们全组研发人员的团结努力下终于完成Apollo3平台的搭建，完成项目的开发，实现了FD088的最终量产，我们难以抑制内心的激动与开心。

奋达科技每年的创新奖，是对员工的一种鼓励和肯定。创新奖对于公司而言，既是激励员工成长的有效方式，也是促进企业发展的助推器；创新奖对于员工而言，既是对自己工作成果的肯定，可以继续促进员工更好得去研究与创新。创新奖无论是对企业还是员工来说，都是一项十分重要且有效的举措。创新是一个民族进步的灵魂，是一个企业发展的动力。创新可以是创造一个全新的东西，也可以是在已有东西之上做出的改变，或者能够以更好的方式去实现相同的功能。🚫



电子秤封箱机一体化

文 / 电器工程部 肖伟坤

说到电子秤，一直让我们工程部又爱又恨，爱的是它方便实用，恨的是不知道浪费了多少人力物力。在改善前，电子秤与封箱机都需要人工封箱看秤，有时员工因操作劳累，就会出现漏装机数量短少的情况，导致客户投诉，生产返工。看到这种情况我就在想，怎样去解决员工在疲劳操作情况下的失误？如何降低客户的投诉，减少返工带来的风险，降低公司的成本？经过和几名操作员的探讨，初步的目标是通过改善，当操作员在操作中有漏机/数量短少等异常情况出现时，能够自动化的报警提示，由此引起操作员的注意，并能及时的处理。

那时首先想到的是改善电子秤的系统，将其和封箱机系统连接在一起。在改善过程中碰到了许多难题，但是经过多次的试用和改进，终于在2018年6月份改善了一台电子封箱机并试用。我们通过将电子秤安装在封箱机上面，利用报警系统装置控制，还增加了电路控制封箱机运行，并进行升降台稳定性的测试试验。最后终于造出了可以全面实施运用电子封箱机一体化的机器，而且质量稳定可靠。

生产的改进不同于技术研发，只要大家用心的观察，不停的摸索，就一定能够实现突破。🚀



Consumer
Technology
Association™

奋达人物谈，有话大家谈！

人物谈，谈技术，打破技术创新壁垒，储备核心技术资源，故人物谈亦是技术制高。
人物谈，谈文化，企业文化培育人心，人心所向文化所依，故人物谈亦是精神导向。
人物谈，谈市场，以奋达眼光看行业，以行业眼光看奋达，故人物谈亦是发展献策。
人物谈，谈人物，解读奋达家人成长，品读不凡精彩人生，故人物谈亦是人物传志。



透视CES 触碰未来

文 / 技术研究中心 Paul



作为一年一度的科技盛典，2019年1月8日，第52届CES在美国拉斯维加斯成功举办。我们参展团队共7人远赴美国参展，那么此次CES上有哪些值得我们关注的技术趋势和新科技呢？



首款卷轴式柔性屏OLED电视 (LG OLED TV R)

LG在今年的CES上推出了一款卷轴式柔性屏电视

Signature OLED TV R，这是世界上第一款量产型卷轴式电视，LG在去年的发布会上已经展示过概念产品。Signature OLED TV R的最大特点就是当用户不观看时，按下按钮，电视的屏幕就会自动收到底座中。在现场的体验里，收屏过程大概只需要10秒就能完成，没有任何噪音。



首款可折叠手机—FlexPai (柔宇 柔派)

这款柔宇FlexPai柔派手机可展开成平板模式，展开后屏幕尺寸为7.8英寸，中间拥有柔性转轴，可以将屏幕折叠在一起，弯曲半径为10mm。而折叠起来的手机模式拥有正面，背面和侧面屏幕。



未来交通出行（Bell自动驾驶直升机）

Bell公司在今年的CES上展出了一款未来空中出租车的概念机。这款六旋翼概念机起飞以后旋翼可以调整角度，实现高速运动。该款自动驾驶直升机配备了一台燃油涡轮喷气发动机，驱动一台发电机，然后让六个旋翼的电动机旋转。配备了四个乘客座位和一个驾驶员位。它没有传统飞机的复杂操作装置，驾驶员面前只有三个大屏幕。



Vision Urbanetic是奔驰的自动驾驶平台，拥有载人/货运两种形态，可以根据使用需求来改变形态，也可以切换手动驾驶模式。

据悉，Vision Urbanetic在载人形态下，可以容纳12个人；在货运形态下可以搭载10立方米的货物。Vision Urbanetic的内部空间高度约合为1.83米，成年人在车内站立没有问题。从图片看，Vision Urbanetic除了有一个大大的奔驰车标外，长得并不像传统汽车，反而像某种后现代建筑物。



SONY---360 REALITY AUDIO

在今年的CES上，索尼展出了一款黑科技音箱——360 Reality Audio，可以用更少的实体声道来模拟更多声道的音效，顾名思义，它希望实现的是360度的真实音效，给用户一个全方位的沉浸式体验。



无人驾驶

欧姆龙 Ai视觉识别技术

去年的时候，欧姆龙曾在 CES 2018 上展示过 Forpheus 乒乓机器人。时隔一年，又在 CES 2019 上见到了它的身影。与旧款相比，新款机器人的实力大增。不仅拓展了运动范围，还增强了自身的预测技能。

Forpheus 致力于提升选手的竞技水平。我们可以通过屏幕和语音来了解 Forpheus 的思维方式。除了握拍的机械臂，它还在上方配备了四款摄像头传感器，能够确定对手的位置和移动方式。

全球首款5G手机：motorola Z3

摩托罗拉在今年的CES展会上外展出了全球首款支持5G的motorola Z3，配备5G模块的手机网速将比现有手机快10倍。外观方面，Moto Z3拥有6.75mm超薄机身，采用双面2.5D康宁3代玻璃，抗划性能提升40%，采用6.01英寸Super AMOLED超视

屏，具有100000：1超高对比度，分辨率为2160×1080。



IoT物联网智能家居

从本届CES上不难看出，智能家居已经成为大家专注的重点。全屋智能意味着更丰富的组合搭配、更多的定制化场景，能满足更多用户的需求，而全屋智能的基础是全屋智能单品的智能操作和互联互通。这也是智能家居行业目前最大的痛点，无法实现全面互联互通，多品类产品操作繁琐导致用户体验感割裂。因此，将终端、内容、服务等整合到一个场景下是行业发展的必然趋势。



eyeLock

在最近的CES上，一家叫做EyeLock的厂商就展出了一款小巧的眼球识别装置Myris，用它可以代替许多复杂的登陆密码。

Myris只有鼠标大小，它通过USB接口跟电脑相

连，可以快速扫描一个人的虹膜来验证身份。

使用Myris之前先让它扫描一下虹膜创建个人文件，然后就能用它来代替密码了，除了用来登陆电脑外还能用它代替电子邮件、网银等各种账户的密码，Myris可以识别照片以及“死的”眼睛，所以不用担心被歹人挖眼睛来索取密码了。

我们可以看出，2019的CES，5G通信、柔性屏、8K画质、无人驾驶、VR、SmatHome，尤其人工智能和IoT已经成为家电厂商们最乐于提及的关键词，你几乎已经找不到一台不配备AI功能的家电产品了。

奋达科技作为一家高新科技的企业，将继续坚持在这些热点技术上深耕，创造出更多创新的产品，运用技术和品牌的力量去推动公司未来的发展，我们相信2020年的奋达科技展台会有更多的惊喜。



CES作为全球最大规模的高科技年度盛事，已成为引领行业潮流的风向标。我们也不难看出，智能家居已成为巨头们纷纷布局的重点。5G、AI等各项关键技术在过去2年不断累积实力，不论是即将商用或生态圈的完善，都将在2019有更好地整合和应用展开。特别是IoT应用的展开在加入AI和5G后，智能家居领域将会有更多令人期待的商机涌现。🔴

Ask not what your country can do for you; Ask what you can do for your country.

(不要问你们的国家能为你们做些什么；而要问你们能为国家做些什么)

——2019年美国游与CES展览小记

文 / 董事长办公室 Betty.X

本文标题是美国第35任总统肯尼迪在1961年的就职演讲，这是一个被称之为20世纪最让人难忘的演说，更是一个让我终身难忘的演讲。

遇见德州 达拉斯震撼

在去CES展览之前，我和朋友在美国南部的德克萨斯州体验了一把“牛仔”Road Trip。我们开着车，体验着牛仔风情，大口大口地吃着牛肉，听着墨西哥风味英文。作为美国的第二大州，它与美国的邻国墨西哥有着千丝万缕的关系，而经历过数次战争后，德州在1845年加入美国，成为第28个州。这次的行程，我们首先落脚在休斯顿，在圣安东尼奥夜晚的湖边漫步，聆听着阿拉莫战争的故事。早晨在奥斯汀鸟湖（科罗拉多河分支）看日出和晨跑。最后落脚在达拉斯。也是在达拉斯，我上了一节深刻的历史课。

美国第35任总统约翰·肯尼迪被刺杀事件是达拉斯最为世界闻名的事件。这个至今依然是迷一样刺杀事件，让我在迪利广场的“六楼博物馆”重新认识了这位总统。博物馆里介绍了美国在19世纪50年代到70年代的政治社会环境，更描述了肯尼迪从小到当选总统到被刺杀的种种境遇。这位出生于美国四大家族肯尼迪家族的哈佛大学高材生，怀揣着一身热血，在43岁当选了美国历史上迄今唯一信奉罗马天主教和唯一获得普利策奖的总统。他用超高的演讲水平，阳光、自信、亲民的表现力感染了美国群众，被称为是美国历史上最受欢迎的总统。最令我震撼的是他激进却又沉着稳重的对事态度和他包容开阔的心胸。

在60年代阶级意识浓厚，人种偏见气氛严重的时代，他为美国黑人争取了平等的权力，带动了南方民

权运动，更是为马丁路德金《我有一个梦想》(I have a dream)的演讲创造了时代背景。他用他的谈判能力化解了古巴导弹危机，更是因为他的全力支持，吸引了美国大批的资金投进休斯顿和NASA，使得美国加速成功并实现了阿波罗11号把阿姆斯特朗送上了月球，因而美国成为全世界太空第一。他的敢作敢为和爱国爱民的精神不仅让人敬重，更让我反思自己之于企业，之于社会，之于人类的价值。

在这里仅分享他演讲中最触动我的一部分文字：

My fellow Americans: ask not what your country can do for you--ask what you can do for your country.

同胞们：不要问你们的国家能为你们做些什么，而要问你们能为国家做些什么。

My fellow citizens of the world: ask not what America will do for you, but what together we can do for the freedom of man.

全世界的公民：不要问美国愿为你们做些什么，而应问我们在一起能为人类的自由做些什么。

Finally, whether you are citizens of America or citizens of the world, ask of us here the same high standards of strength and sacrifice which we ask of you. With a good conscience our only sure reward, with history the final judge of our deeds, let us go forth to lead the land we love, asking His blessing and His help, but knowing that here on earth God's work must truly be our own.

最后，不管你是美国的公民或世界他国的公民，请将我们所要求于你们的有关力量与牺牲的高标准拿来要求我们。我们唯一可靠的报酬是问心无愧，我们行为的最后裁判者是历史，让我们向前引导我们所挚爱的国土，企求上帝的保佑与扶携，但我们知道，在这个世界上，上帝的任务肯定就是我们自己所应肩负的任务。

—— John F. Kennedy: Inaugural Address



CES——科技的辉煌，时代的危机

CES是每年拉斯维加斯的科技大展，更是消费类电子产品的年度盛事。相较于2018年，2019年的AI气氛更加浓厚。5G的到来不断地促进AI芯片的发展，半导体、消费类电子、汽车、机器人等各类领域的AI应用也在快速推动当中。到目前为止，我们也能看到AI技术已经广泛的应用到手机、智能音箱、智能显示等终端中，为广大消费者带来全新的科技互动体验。在展会的每日新闻中，更是看到高通执行副总裁布莱恩·莫多夫（Brian Modoff）这样说道：“过去三十年我们让人彼此相连，未来三十年我们将让物彼此相连。”

除了AI与5G的蓬勃发展，这次CES中SONY的技术深深地吸引我，虽没有惊为天人的产品，但是他跨时代的全新360 Reality Audio音乐格式技术确实把我深深的震撼到了。有别于传统的环境音，这个技术让体验者更加深刻的去感受音乐创作者的理念，它把所有观众从舞台下带到了舞台中央，让你仿佛是站在台上的歌手一般参与到整个音乐氛围当中。我认为，这将有会是颠覆人类听觉的一大革命性的技术，只要你带上耳机，你将体验到音乐为耳朵，为你身体的每

个细胞所带来的听觉盛宴。

把视野转向每年都得到很多关注的汽车行业。今年的汽车行业虽没有颠覆性的改变，但我发现汽车开始更加关注人的体验了。在自动驾驶的基础上，汽车开始关注人在车内空间的情绪和感官的改变，加入人脸感应器，用人脸识别技术探测驾驶者和乘客的情绪，使得他们更好地了解自己的情绪是否会对驾驶产生不可预知的危险。甚至还有气味感应器：当感应到室内的空气不适合乘车者或者驾驶者时，它便会室内空气进行处理。这类型的感应器，目的是为了驾驶员和乘车者爱上乘车，爱上驾车，甚至把汽车当成了生活中的重要空间之一。



时代在不断地进步，科技更是马不停蹄的迭代。作为科技企业一员的我们，更应放眼世界抓住科技的萌芽，抓住当下的机会，充实自己。在几天的展会期间，我到过各大品牌的展位去“学习”，也到过同行业竞争者的展位去“偷师”，让我感到颤抖的除了大品牌在技术层面的应用与落地，更有同行对于技术研发的乘胜追击。看到各个展位上的产品，我感受到了危机感，“你们能做的，我们都能做！”的那种潜台词扑面而来。这让我反问自己，奋达科技的优势在哪里？奋达科技能为这个行业带来什么？奋达科技能为我们的客户以及终端消费者带去如何的体验？而我又能为奋达科技做些什么？或许，这就是这次CES之旅留给我的最大问号，也是很值得身处制造业的我们不断反思的疑问。

永远铭记肯尼迪总统讲过的这句话“不要问你们的国家能为你们做些什么，而要问你们能为国家做些什么。”而身处这个行业，在企业中，我们应该不断地反思自己，我们能为企业，为这个行业，为这个社会做些什么。🚫

观2019年CES展有感

文 / 音频市场部 Cactus

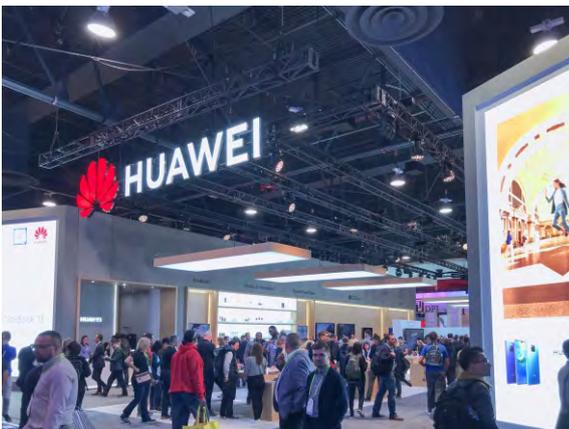
2019年CES展已于1月11号在拉斯维加斯圆满结束。纵观2019年CES展，虽说没有太多的惊喜，但是作为当下消费电子的风向标，我们还是看到许多热点。

5G通讯，智能家居，无人驾驶以及8K电视正在走向我们，这些也正是2019年的最热风向标。

5G近在眼前

作为当下最热的5G，华为、高通、英特尔都展示了其相关技术的应用，包括在英特尔展位应用上的体验也是吸引了大批的体验者，相信2019将会有大批5G的设备面世。

中国企业华为虽然在5G标准之争中一票败给高通，但是并不影响其5G技术是行业中佼佼者的地位。



智能家居

相同于前两年，智能家居在2019年依然是展会的热点。不同于往年的是，智能家居在本届CES展的应用更广、更成熟。国际品牌三星在智能家居的展示尤

为突出，展位设计犹如一个社区，智能平台Bixby串联下的智能家居生活更是发挥得淋漓尽致，与冰箱、电视、洗衣机以及厨房电器的互联，让人感觉到万物互通的盛况。

我们中国企业在智能家居上的应用与展示也不错，海尔的智能衣帽间吸引了众多客人的观赏。

无人驾驶

2019年无人驾驶更为火热，往年CES展的北馆仅次于中心馆的北馆，今年则清一色改为汽车馆，而无人驾驶技术是各汽车品牌商必展示的。博世无人驾驶电动巴士，奔驰无人驾驶电动车的展示，让人感觉进入未来空间。而无人驾驶再加上智能交互技术的应用又新增热门话题。我们在出发前得知宝马某系列汽车嵌入阿里巴巴天猫精灵智能平台，以及在美国亚马逊展位看到的奥迪与Alexa平台的交互，给无人驾驶以及智能生活又增添一大亮点。

2019年新增更多的无人驾驶车的应用体验，相信未来能够在路面上看到更多的汽车无人驾驶的情景。





8K 电视

4K仍在扩大其普及度，但是8K已悄然而至，虽然8K概念在前两年已经提出，但并不影响其仍然是2019年CES的热点。大品牌如三星、LG、海信、松下、TCL等都在其展位展示8K的产品。2018年海外市场有点惨淡，这也波及到2019年CES，相比往年，2019年CES的人流量少了很多，新产品、新技术并不凸显，就连人来人往的中心馆，到了第三、四天也人烟稀少了。由于市场的萎缩以及部分品牌的没落，很多都没有撑过2018年寒冬，2019年CES缺少了一些品牌的身影。

有关音频行业

2018年是艰难的一年，国内很多制造厂在这一年倒下了，包括我们的一些同行也没有熬过这个寒冬。还有些音频品牌，如Braven被母公司转卖，一时半会还找不到产品的开发方向，前路迷茫。几年前蓝牙产品火爆的Jam品牌也大幅下滑，CES 展位也一度缩小。

耳机一如既往的热销，苹果Airpod也带动整个TWS耳机市场，正因为如此，整个CES与音频行业相关的品牌，制造商都抓住这块热点，展示了TWS耳机，而在这块领域，国内品牌漫步者和惠威表现较为突出。

纵观CES音频产业链，奋达科技的展位还是极具亮点，智能家居产品的规划，包括智能锁、智能灯等应用，以及当下火热的Party Speaker的展示，吸



引了包括索尼在内的一些知名品牌来商讨。

智能锁的应用在美国等海外国家尚未完全普及，或者说目前仅是简单的密码锁的应用，而我们展示的智能锁是全功能的应用，假设我们能够迎合海外市场相关法律法规以及用户需求，走出中国市场，这会是很棒的增长点的产品线。

有关客户与市场

受美国加收关税的影响，2018年的美国市场相当困难，我们展会期间抽空走了走市场，美国传统的商超如Best Buy、Walmart、Target等人流量也大不如前。电子设备站台更是无人问津。

文章开头也提到了2019年CES展会虽然展示了很多热点产品，但是并未有过多的新技术和亮点，但是如果能够抓住这些契机，大胆创新和开拓，定会有很好的机会。

前路虽困难，但是并不能阻挡我们往前冲的干劲，砥砺前行，勇敢创新必能渡过寒冬，走向春暖花开的季节。🚀

CES无处不在的AI

文 / 音频市场部 Chris Zhu



展位有36平方米，应为历来最大的一次，我们分了几个产品区域，分别是AI智能语音产品、耳机、IOT、Soundbar/PA音箱、智能锁。

AI市场主导者Amazon Alexa和Google Assistant

当我们把目光聚焦在以Amazon Alexa与Google Assistant为首的人工智能产品时，可以看到AI的比拼已经发生了一些变化，由入口的竞争发展到了广连接的竞争，由单纯的智能语音交互（智能音箱）发展到了音频和视频交互（带屏幕的智能音箱），并且延续到了更多的产品，如手机、平板、电视等，应该说AI已经到了走向成熟和下沉的时期。

一进入到主场馆区域，就能第一时间看到各巨头公司的“风头”，Google已经是第二次将广告语贴满了小火车车身，不食人间烟火的苹果虽然不参加展会，但今年也高调地投了整栋楼的墙面广告，放不下身段参加接地气的展会但又不甘寂寞。



CES(全球消费电子展)作为全球科技消费电子的重要风向标，全球厂商带着自己最新的技术和最新的产品赶赴拉斯维加斯参加这场盛宴，在这里可以看到电子科技圈过去一年的发展历程及成果，以及下一年全球科技产品的风势走向。对于中国厂商的意义在于，通过CES的窗口，可以让有意开发海外品牌的企业了解行业和市场的趋势和前景，让正在做OEM/ODM的企业知道产品的走向以及技术的发展，也可以作为企业发展和产品研发开发的重要参考。走遍CES2019的主场馆以及周边场馆，我们看到的几个关键字是：AI、IOT、5G、8K。奋达科技作为全球AI设备的主力制造商之一，此文将重点分享与AI相关的有意思的展台和产品。

首先分享一下我们奋达科技的展台，此次我们的

Amazon的展馆设在Sands馆，展示了Amazon自己做的智能语音产品，IOT产品以及第三方品牌搭载Alexa语音助手的产品。除了Amazon自主品牌的Echo系列产品外，2018年新增的第三方品牌的Alexa产品也多了很多，如Harman Kardon的HK Allure Portable, HK Allure ; Jabra Elite 75H耳机；

Marshall, Klipsch, Roland等均有推出内置Alexa语音助手的产品。



Google的展位在主场馆外，室内室外有好几处，动作之大可见一斑，整个在CES的出镜率比Amazon大了N倍。主场馆的大屏幕一直在播放着带有Google元素的视频，以及所推广的技术的使用场景介绍。主场馆的路边有Google工作人员带领路过群众大玩Google Assistant游戏。除此之外，还有将近100位Google白衣天使(身着白色服装的Google工作人员)出现在所有合作伙伴的展位，比如海信、创维、TCL、LG、海尔等，为用户讲解Google Assistant的相关服务，可以说Google的宣传已经渗透到了整个展会，无孔不入。



Google此次展出的区域分类类似于Amazon，也是包含了“Made by Google”的自主产品，以及“Friends of the google assistant”的第三方品牌所做的搭载Google Voice Assistant的产品，但是第三方品

牌产品相比于Amazon来说较少，可能是因为Google相对封闭，没有放开授权给更多的品牌来做的缘故。

几乎随处都有Alexa设备正在“倾听”，只要喊出Alexa，就无法做到不唤醒身边的音箱、电视或其他设备。根据Strategy Analytics所提供的数据，在美国市场搭载Alexa的智能语音音箱占据了61%的市场份额，然后是搭配Google Assistant的设备，占据34%的市场份额。IDC预测，Alexa目前可以控制20000+种智能设备，而Google Assistant可以控制大概6000+种智能设备，主要原因在于Amazon是最早进入智能语音音箱领域的公司并发布了其Echo系列产品，而且完全开放其AVS SDK给所有开发者。Google和Microsoft的系统均不是完全开放，都是需要经过审核开发者并决定是否开放，很多中小品牌未能获得授权，因此第三方品牌搭载的设备少了许多。

但是Alexa设备的急速增长将不会持续太久，根据Parks Associates的统计，Google Home在2018年前三季度销量同比增长165%，然而同期Echo全球的销量增长比较平缓，只有5%。

展会之后我们也有幸参观了Amazon和Google分别位于西雅图和旧金山的公司总部。

其他最受关注的CES展台—Sony, Samsung和 LG

今年索尼的展台相比以往，似乎没有摆太多类别的产品，主打新品电视和音箱，旨在提升Sony产品的画质和音质。

在今年的CES展上，索尼展出了一款黑科技音箱——360 Reality Audio，可以用更少的实体声道来模拟更多声道的音效。它希望实现的是360度的真实音效，给用户一个全方位的沉浸式体验，为高清音乐加入空间维度信息，增强临场感。

在概念视频中，索尼称360 Reality Audio将能够用一副耳机代替围绕在用户身边的10台音响，提供同样沉浸的音频体验。要制作360°沉浸式音频，索尼首先需要支持的360 Reality Audio生态环境，这就要涉及到音频的创作、录制、分发和播放等流程。此外，360 Reality Audio采用MPEG-H 3D音频格式，

它的效果是，你在听的时候仿佛能听到歌声、乐器等声音从四面八方传来，你就坐在舞台的中央，演出者的身边。

我们在展会的最后一天下午，逛展人数最少的时候大概排了20分钟的队（据说前三天至少需要排40分钟以上）体验了一把360 reality audio，带上一个耳机，就能感受到音乐是从四面八方传来，完全感觉不到声音是从耳机里面出来，之后还体验了Sony的概念音箱，即便它就放在你的面前，但是依然感觉不到声音是从前面的一个点发散出来，闭上眼睛，能感受到声音充满了整个房间，而我们就在声源的最中央。



三星的展台，在我看来是CES最有看点的一家公司，也是每年我最期待的展台。三星展台产品丰富完善，自主设计开发的比列极高，三星展示了自己的传统强项，如电视，手机等产品。

三星还展示了其首款智能语音音箱Galaxy Home，Galaxy Home的发布是否宣告了三星正式加入智能音箱战场，或许在未来会打破欧美Amazon Echo，Google Home和Apple的HomePod三足鼎立的局面？

Galaxy Home搭载了8个用于检测语音输入的远场麦克风，使用6个“1.5”扬声器和1个“4”低音扬声器提供环绕声音频，并由三星所收购的哈曼旗下AKG品牌提供声学支持，使用的语音助手则是三星自主开发的Bixby。

与其他做AI的企业相比，三星无疑是为数不多的将自家产品做成一个Eco-system的品牌，可以通过Bixby智能语音音箱控制家里绝大多数的三星品牌家电如冰箱、电视等等。即便是在非常嘈杂的展会现场，三星也非常专业且完美地展示了Bixby语音助手带给生活的便利。



LG展示了其代表作LG Signature，卷轴式柔性屏电视 Signature OLED TV R。Signature OLED TV R是世界上第一款可量产的卷轴式电视，具有革命性的意义。Signature OLED TV R的最大特点是当用户不观看时，按键即可让这款电视的屏幕自动卷起来，收纳到音箱底座中。除了电视柔性屏的最大卖点之外，LG也将 Alexa 以及 AirPlay 2加入到了Signature OLED TV R 中。



LG也是几个大品牌里面唯一一个将音箱设立独立区域的展台，展示了其一系列不同尺寸的Xboom系列产品。值得一提的是LG与英国国宝级音箱品牌Meridian合作，相信将会给LG带来更佳的音质体验。👉



智能音箱巴啦啦

文 / 奋达多媒体 刘丹

四季更迭，风来风去。对于互联网行业来说，风与猪的段子很多，不过今天我们只谈风不谈猪，按照非戏谑表述：风，其实代表一种探索、一种希望。

智能音箱的历史，凡行业内的人都很熟，无非是从一个smart的idea开始，在巨头与资本的共同作用下，慢慢变成了一场跟风事件。

从最早期的按兵不动，到行业发展得有些眉目，大家都想跃跃一试，再到最后大家都做不下去了。其发展酷似互联网团购平台的“百团大战”，只不过当年很多人都迈出了第一步，开起了团购平台，然后在追逐市场占有率的过程中，被反噬、被吞并，最终存活下来的平台，形成行业垄断，而且团购内容生态丰富多样，消费者消费频率与使用粘性大大增加，难以离开。

当然，智能音箱由于还有一些技术门槛，并且因为巨头进入太快，导致很多传统音箱行业的人还没来得及“上车”，就发现“车”几乎快到终点了。因此，目前音箱行业内，除了一些小众市场的探索或形象工程建设外，基本没剩下什么“猪”了。

同时，这场智能音箱发展的“风”才开始，进入智能音箱的巨头就在相互厮杀。靠补贴换市场、各自发展生态的现象，可能很多人觉得不健康，然而

事实就是这样。如果市场发展门槛低、竞争时间长，一群“猪”进来陪跑最后被宰了，不也白浪费好不容易养出的肉吗？那么以后的“风”要是都这样吹，“猪”就没必要来了，“风”与“猪”这对紧密的伙伴也应该坦然的接受分开。

智能音箱市场，尝过的都说好。巨头们为什么不惜补贴几个亿也要进入这个市场？因为智能音箱市场极有可能成为智能家居的操控入口、中枢，掌握智能家居入口就能更好的进入千家万户，掌握更大体量的市场，而且谷歌、亚马逊这样的巨头率先吃了“葡萄”，初尝甜头，对于国内巨头的吸引力强，任何一个追求创新的公司都不会放过这次“升舱”机会。

于他们而言，资本实力已经足够雄厚的前提下，“小花”几个亿试试水，万一成了呢？因此没有哪个巨头会放弃这个市场，所以上来就拉高进入门槛是最为稳妥的进击策略，既然技术的门槛不足以形成壁垒，那么赔本赚吆喝就不是小公司所能负担得起的。

若要保持GDP不能跌，顺势而为，进入智能音箱市场是一个投资未来的选择。对于一个大经济体来讲，保持GDP的增长在什么时候都是第一要务。

那么找到下一个增长点就是关键，而且需要不

断地探索。这个时代什么才是增长点？大数据、AI技术、区块链，这些耳熟能详的词是大部分人的共识。每个经济体的增长，面临着不进则退的发展压力，必须像开弓的箭一样，一往无前，甩开对手，这恰似习近平总书记讲的，经济发展如同高铁，只要维持高速一些，问题就会在速度中被解决。如果说人类对智能世界的开发比作探索太空的话，那么目前只实现了登上月球的第一步。最近嫦娥火箭放下月兔2号，顺利着陆月球，背后有着无数科学家数十年如一日的辛苦付出。月兔2号给我带来的激动，犹如阿姆斯特朗代表人类迈出的第一步时，我听闻后的心情。



以航天技术为先锋代表的AI技术，发展了这么多年，确实得到了突飞猛进的进步，但在科幻片的宣导下，我们的AI技术似乎有了前所未有的发展，我们已经实现从被外星人虐，到遨游宇宙虐外星人的阶段，然而实际上AI技术连实现基本的端茶倒水、聊天解闷还有很多技术难题需要突破。AI应用有如此之多的研发力量都希望能找到第一个实践落脚点，资本更希望自己是推动落地的那双手。

总而言之，AI应用里面，智能音箱不一定是第一个，但差不多是引起关注最多、有实际应用场景的AI产品了。智能音箱承载了大众对AI技术的期待，虽然第一步总是笨拙的。

智能音箱，无论你习不习惯，它都存在了，无论商业模式怎么变，巨头都会这样玩，即使同质化严重，为了成本，目前也没人愿意百花齐放、独树一帜。但一个产业、一个生态，需要慢慢成长的过程，需要时间试错、探索，实现更多可能，让自身基因更加多样化，而不是一掷千金的押宝。很多时候，当巨头和资本急功近利的介入，往往出现事与

愿违的情况：滴滴在合并垄断后，出现顺风车杀人事件、OFO依靠低价低质的海量小黄车压倒摩拜，却最终自己倒下.....

这么说，除了巨头，智能音箱行业是不是就没有其他人的发展机会呢？智能音箱的功用，除了看

电影、听音乐这样的高频需求，哪些是智能音箱未来可持续发展的健康基因呢？自然是内容源。音箱作为一个入口，可听可看的延展空间很大。新闻推送的好，他就是个好新闻工具；教育内容做得好，喜马拉雅有市场一

席之地；国学做得好，四合院也很受欢迎。把智能音箱作为工具嫁接在自己的优势内容上，专注运营，这样差异化的发展也可以避免正面与巨头竞争。

语音交互是智能音箱作为AI技术的重要落地实现方式，有更加广阔的空间。语音交互与汽车结合就能做好中控，在操作中解放驾驶员双手，那会方便很多。同时，汽车场景比较固定，指令也相对固定，指令成功率远大于日常闲聊，更容易让大家接受。与电视结合就成了智能电视，现在智能电视对于搜索和选择优化不尽人意，电视作为家庭的重要电器使用时间很长。如果能深入优化搜索和选择，放弃一些故弄玄虚的功能，用智能音箱的服务态度，或许能让电视行业再来一波小高潮。

以上是对智能音箱市场应用现状的总结，一切都刚刚萌芽，无论智能音箱会不会如其他风口那般消失，但智能音箱都会是科技发展之树最丰硕的果实，并给科技世界播下更多的种子，年复一年传播，不断壮大，愿这世界更加智慧。🍷

“国宝级”制造能手——张国宝

文 / 音频制造中心 钟静艳



图 / 张河伟 摄

在今后的工作中，我将继续秉持专业职业素养与工作态度，充分发挥自己的专业所长，为精益智能“智造”贡献自己的一份力量，与公司“回归初心”的使命同频共振，在职业发展道路上越走越远，越走越好！

他，叫张国宝，人如其名，是我们大家的“国宝”，制造中心名副其实的“国宝”。

当我向张国宝提出想要采访他的想法时，他非常自谦地说：“我只是在做好我的本职工作，也没有大家讲得那么优秀呀？”

自主研制“附件错漏放装置”

制造中心每生产一套产品，几乎无不面临着要包装附件（产品说明书、保修卡、产品知识卡等附件），但经常由于产线员工的不稳定性及员工作业的疏忽，导致隔三差五地就会通报出错放、漏放附件的现象。有时经常会发生批量返工的现象，既浪费人力、物力，又经常做一些重复性的工作，更为严重的是漏发现错、漏放附件，流转到客户手中，导致公司的形象大受折损，影响公司的品牌实力。此问题一直困扰着制造中心。因以前一直未找到自动化专业对口的人员，此问题一直搁置到现在。自从2018年11月底，自动化专业毕业的张国宝加入制造系统，制造中心总监胡总提出由张国宝本人来尝试解决这一问题。

初生牛犊不怕虎，张国宝欣然接受了领导指派的任务。张国宝做事很有自己的一套方法，在第一时间了解产线所面临的困难及导致这一问题的原因后，他充分发挥自己所学专业的特长，在不到一个礼拜的时间内就把方案初稿做了出来，并反复推敲方案的可行性及可操作性，虚心地向自己的同门师兄及导师请教，和他们讨论自己有疑问的地方，并就方案中容易出现的问题向直属上司及相关领导求教。张国宝说：“在与大家的沟通中也让他学习到了很多校园中学不到的知识。”

在方案确定后，他并没有为自己取得的一点点的



图 / 张河伟 摄

成绩而沾沾自喜，而是更有动力地投身到后面的成品自主研制中。在短短不到两个月的时间，他也成功钻研出了两套“附件防错漏放装置”。目前第二套装置已在产线试推广当中。如果推广成功的话，可大大提高产线放附件工位的效率及准确率。

这是让我不得不感慨他真是我们制造中心的好“国宝”的理由之一。

端正的工作态度及尽职的责任心

牛顿产品是我们公司与阿里长期战略合作的重要客户之一，阿里产品的交付问题是制造中心全员高度关注的问题。2018年1月16号牛顿产品急需包装出货，但用于包装牛顿产品的自动覆膜机是由原生产Tesla产品的成品包装的设备改装而来，存在着诸多细节方面与现行牛顿产品的包装不匹配的缺陷，又加上年关将至，产线人力严重需缺，机器设备如不能在上班时段正常运转，必定会导致无法满足重要客户的交付问题。那天下班，车间的人员三三两两走得差不多了，国宝仍然坚持在岗，忙着调试自动覆膜机设备。胡总刚好看到这一幕，胡总不禁疑惑：大家都去吃饭了，他这个刚来没多久的小生还在忙着调试机器，就忍不住上前询问：“国宝，你怎么还没下班吃饭呀？”“这台机器还有一些故障没有维修好，现在趁着大家吃饭，赶紧把它维修好，这样待会就不会影响生产了。”国宝云淡风轻地讲了自己留下来的原因，还强调这是自己的本职工作，一定要做好才可以的。

国宝不仅对自己的工作尽职，同时他也是所有员工中成长最快的员工之一，进公司不到两个月的时间内，他充分发挥自己的学习所长，帮助产线解决很多实际的问题。同时他的勤学肯干让他在短短的两个月时间里基本掌握了产线设备的调试方法，哪里设备有问题，只要找到他，他都可以并且耐心主动地帮别人解决好问题，不仅赢得领导的充分肯定，也一同工作的前辈们打成一片，大家讲到 he 都是赞不绝口的夸赞和满满地肯定。

这是让我不得不感慨他真是我们制造中心好“国宝”的理由之二。

对于一个初出茅庐的职场新人，张国宝有着端正的工作态度，良好的职业素养，以及扎实肯学肯干的工作作风，部门领导也是对国宝本人未来职场的发展充满了无限的期待。在新的一年里，制造中心的战略目标是“打造精益智能智造”，张国宝表示：“在今后的的工作中，我将继续秉持专业职业素养与工作态度，充分发挥自己的专业所长，为精益智能“智造”贡献自己的一份力量，与公司“回归初心”的使命同频共振，在职业发展道路上越走越远，越走越好！”

国宝，好样的！👍

致良知 知行合一

上期，致良知第二期“未来之星”的4名学员分享了他们致良知学习之旅，本期我们将迎来另外4名学员向我们分享他们的“21天学习成长记”！



陽
明
先
生

Yang

Ming

Xian

Sheng

让我慢慢地走近你

文 / 电器工程部 庞志聪

凡遇到问题，我要想我会做什么？能做什么？反省使我认清自己，回归初心，学习明心、净心，在圣贤面前忏悔，随时随地去观照，时刻去反省，与同事建立心与心的沟通。

疑惑和抵触

在公司一次干部大会上，我第一次接触“致良知”，当时我对这三个字很陌生，一边做笔记一边思索这三个字应该怎样写，经过和同事们的交流，我知道了这三个字。

随着公司对致良知的推行，公司推动高层管理者参与线上及线下的学习，还派人员前往北京致良知四合院学习。我特别不理解公司花那么多资源让我们去学习致良知，到底有什么用呢？我当时是不以为然的，还有些抵触心理。

在奋达电器内部的一次学习会上，这也是致良知第一期未来之星的学习分享会，让我真正认识“庄严”二字。在这次学习分享会上，大家一一在台上深情分享，说到动情之处还热泪盈眶，如此场景出现的时候，我有点不自在，不仅思索这些人都被“洗脑”了吗？他们的分享都说“致良知是一种伟大的力量”，我不禁心存疑惑究竟是什么样的“一种伟大力量”让他们都流下眼泪。

学习和感悟

2018年8月，我们电器工程部开始早上朗读《文化自信与民族复兴》，要求每天朗读和分享。大家对此颇有微词，听到最多的是抱怨，抱怨工作已如此忙碌，为了读书不得不改掉早已习惯的作息时间，朗读后还要分享。

那个时候的我是在抱怨与不情愿的心态中朗读和分享的，因为自己的态度没有端正，所以我也完全感觉不到朗读能带给我什么，只是觉得减少了工作以外的时间自由。可是，这样朗读的时间持续一个月之

后，我的心态在悄然地发生着变化，我对《文化自信与民族复兴》这本书内容有了初步了解，了解到什么是五千年的中华文化，什么是文化的人生观、价值观、世界观。

朗读让我对致良知的理解不再只是停留在字面上，而接下来的北京学习之旅则是让我收获颇丰，让我重新认识我自己。

领导推荐我去北京学习，我找各种理由推辞。我心中有重重忧虑，我们部门的上班时间跟车间产线一致，每天晚上几乎没有多少时间休息。学习致良知不仅需要早起，工作之外每天都要读书和分享，本来工作就十分忙碌，哪还有时间学习啊？

领导跟我说：“这是一次难得的机会，我们营运部只有一个名额，我认为你需要去学习一下，改变自己。虽说学习艰辛，但最终收获的是自己，对你的人生一定会有帮助！”领导的一番话，我也想到自己在工作方面确实存在一些问题，在犹豫中我答应了。答应后我的内心还是挣扎、纠结了很久才渐渐平静，并开始着手整理学习必需品，正装、皮鞋、行李箱……一一准备妥当，迎接这一天的到来。

2018年11月9日我们一行8人坐上了去北京的飞机，出发前我们相互提醒相互鼓励。对于我而言，这是我人生第一次坐飞机，在检验窗口等待时，激动、喜悦，我已迫不及待地想要坐飞机了。3个多小时后我们终于到达北京学习地——致良知四合院。走进致良知四合院，印有“未来之星”的旗帜迎风飘扬，庄严的王阳明雕像正面朝向我们，我不禁停下脚步凝视王阳明先生的雕像，我将在此开始找寻“致良知是怎样一种伟大的力量”。

第二天开始正式学习，但我心中却有点茫然，看着别人专注的神情和严肃的态度，我心里竟有点不以

为然。在休息间隙，我无意中翻开《第二期“未来之星”深度研修班学习手册》，我了解到参加此次学习的各企业代表大部分都是各企业高管级别的，还有的是企业一把手，看到这么多优秀的人如此认真地看待此次学习机会。比你优秀的人比你更努力、更认真，你有什么资格不认真、不努力呢？我不禁为我之前不以为是的态度而感到惭愧。

学习进行了2、3天之后，我的疑惑逐渐被解开，我深深地被阳明先生事迹所感动，阳明先生从少年开始立志，青年勤学，中年悟道，知行合一，壮年立功，深爱民众，忠诚于朝廷，把天下人都装在心里，他留给世人的是波澜壮阔的一生。

当老师说到“自信心”时叩击了我的内心痛处，我问自己，我有自信吗？我有足够自信学好致良知，并让致良知力量薪火传承到公司每个人吗？我当时内心既有为之前态度不端正的忏悔，也有担心自己学不好致良知的不安。

这一刻，我认识到心中的宝藏无从释放，需要通过建设心灵品质从而开发心灵宝藏来主宰行为，脚踏实地、自强不息地去充实心中的能量，让内心强大起来，通过明心、净心，循环往复地观照、反省、引导，提高自信。我坚信我一定能做到，我开始心无杂念地学习圣贤、相信圣贤。本想拥有一颗硕果累累的苹果树，如今却拥有了整个森林。

反省和收获

◆ 于家庭

在反省中回顾过去的自己，我竟发现我似乎从未认真认识过自己。以往的我，在家里以大男人主义行事，凡事都认为自己是对的，不听任何人的意见或劝说。跟妻子经常因小事争吵，不顺眼、不顺心的事总在妻子面前抱怨，甚至争锋不让。回顾往事，我对妻子及家人愧疚满满。美满婚姻需要经营，从我做起，时刻观照，祛除小我和傲气之心。

种瓜得瓜，种豆得豆。当我深一层反省我自己时，我想到了我的母亲。我有四子妹，有一姐，三兄弟，我排行老三。一直以来，哥、弟读书成绩都比我优秀，在我眼里父母对他们要好一点。

印象中我与母亲争吵最多，想起母亲与奶奶的关

系不好而经常争吵时，我总认为是母亲的不对。现在母亲偶尔与父亲吵上几句，也一直认为是母亲的错，似乎我内心深处对母亲总有一种抱怨。可能是因为以前我与母亲吵的最多，我总认为母亲偏爱其他兄弟姐妹，不仅不疼爱我，连我的女儿她的孙女也几乎是从来没有管带过.....种种往事让我一直认为母亲很自私。

后来母亲年纪大了，身体开始不好，开始给我打电话，我作为儿子不仅没有及时送上关心，打电话的时候也是不耐烦甚至不想接听。而我自己更是不会主动打个电话回去，要其他兄弟提醒我才会打。

学习致良知后，我回顾与母亲相处的种种往事，我恍然大悟，对母亲我有了更多的理解与体谅，哪有父母不心疼自己的小孩的呢？年老的母亲对儿子关心是在心上，作为儿子不应在意父母关心你的方式。这么多年来，我的自私和傲气不仅伤了父母家人的心，也让我对过去耿耿于怀，无法忘却，现在回想真的很后悔。今后我会把心放在当下，会用实际行动关心家人，让家人放心。

◆ 于工作

我是一个脾气容易急的人，工作中遇到问题，如果没有按我的预期所想或被其它因素干扰时，我就会焦虑、不安，心中想要完成工作的渴望就会更加急切，而以这种状态与同事沟通，心中的烦躁容易表现出来，说话难听，令旁人不舒服，影响了团队协作。

我通过致良知的学习，意识到把责任推向别人容易，而把责任揽在自己身上却很困难。凡遇到问题，我要想我会做什么？能做什么？反省使我认清自己，回归初心，学习明心、净心，在圣贤面前忏悔，随时随地去观照，时刻去反省，与同事建立心与心的沟通。我明白了种什么恶就收什么恶果的行为作用与反作用，消除多年心中的小我、自私、傲气的毒瘤。同时对“心-道-德-事业”四部曲也有了更深刻的理解。我意识到每天工作忙忙碌碌，却没从心上下功夫，结果收效甚微。用圣贤坐标来知行合一，快速建设提升自己的心灵品质，从而提高工作质量。

在这个伟大的时代，我愿意昂首挺胸，追随圣贤，参与到前无古人的伟大事业中，做一名英勇无畏的战士，跟随肖董步伐一起建设3.0企业。为公司，为祖国，为这个时代，担当起自己应有的担当！🔴

生命的光芒万丈 从心开始

文 / 奋达电器技术部 Andy

21天的学习，紧凑而振奋人心，犹如在黑白的世界划出一道彩虹，注入缤纷色彩。犹如在茫茫大海中，找到生命的灯塔。21天很快就结束了，我又回到了原来的工作和生活，但这21天里一切一切，已在我生命中最深处生根发芽。

很多同事问我，学到了什么？改变了什么？我很真诚地说：致良知的本性是唤醒人心，待人接物没有太多的逢迎讨好，没有苟且偷生的技巧，只有做人。通过学习，对待事情内心多了份笃定，不再因为小事而耿耿于怀，开始感恩身边的一切，感恩生命可以如此舒展。要做真正的勇士，敢于直面自己惨淡的人生，敢于面对自己不堪的过去。

近五年来，工作相对稳定，生活条件也有所好转，但随着时间的推移，身心感觉非常疲惫，时常都有一种无力感，脾气也变得愈发暴躁，对家人埋怨、指责，却从没认识到自己的问题。在我迷失自己，茫茫然度日之时，感谢肖董及Ellen给我学习致良知的机会，能牵手圣贤，是我目前收到的最好、最重要的礼物。

老师说，中华文化最核心的就是心，心是道的源泉，道是德的根本，德是事的根源。拥有怎样的心，就拥有怎样的事业。学习了苹果树的案例，明白了小孝陪伴，中孝事业，大孝报国。明白“种瓜得瓜，种豆得豆”，“好人好自己，坏人坏自己”的道理。明白真正的成功是拥有健全的心灵品质，依道而行，达成目标，同时拥有幸福自在乃至圆满觉悟的人生。我如同沉睡了几十年突然之间恍然醒悟，过去的几十年，我把自己活小了，活得如此自私，如此虚伪，如同无舵之舟。我开始反省曾经说过的恶言，做过的恶事。

我出生在一个贫困家庭，父母是地道的农民，可

从小我身边的小伙伴都家庭条件优越，为了能和他们一起玩，我学会了在他们面前逢迎讨好，把自己层层包裹，处处表现优秀的一面，就这样种下了自卑的种子。之后我发奋读书，努力工作，却时刻关注别人的喜怒哀乐，生怕在别人面前暴露自己的缺点，如矮子看戏，随人而笑。自卑的种子开始生根发芽，让我变得更加自私、虚伪，没有担当。

十年前，父亲得了重病，两年间欠下巨债。最后的那一年，我以要工作赚钱给父亲看病为由，很少回家，可那时父亲每天都要打止痛针，甚至有时痛得脸部扭曲，这些都是父亲走后母亲告诉我才知道，父亲嘱咐不要告诉我，怕影响我工作。我陷入了深深地自责，我的心怎么了？我还是小时候骑在你肩膀上的儿子吗？还是那个口口声声说要赚钱养家的儿子吗？想起上学时你用带着泥巴的双手递给我生活费，想起你在病床上无助的眼神。子欲养而亲不在，父亲，对不起！

老师说，不贵在无过，而贵于改过。余生，用自己的行动去践行，去填补以前犯下的错，挖过的坑。学致良知以来，对孩子不再是说教的方式，放下手机更多的是陪伴与引导，做孩子的榜样，成为孩子的朋友。对家人也不再是指责与抱怨，心大了，事就小了。是的，黑暗中的问题在光明的世界根本就不存在。

今后，我将时时警醒观照自己的念头，不说一句善意的谎言，不说一句负能量的话，不断地明心、净心，提高自己的心灵品质，去唤醒更多的生命。只有坚定相信圣贤，才是唯一的康庄大道。相信自己心中拥有无尽宝藏，相信行为作用与反作用，相信每个人的生命都可以光芒万丈，我甘愿追随圣贤，薪火传承，立志做新长征路上的无畏战士。🚫



种瓜得瓜 种豆得豆

——致良知“未来之星”学习心得

文 / 智能研发部 Deany

“种瓜得瓜，种豆得豆”蕴含的道理，很多人都明白，我也是一样，但它更深层次的含义，我学了致良知才懂得。

在平常工作中，我有个非常不好的地方，就是心情不好或者很忙的时候，同事找我干活或者催促我，有时我会不耐烦地回应，或者说几句气话，甚至很不开心地骂同事。事后平静下来，我又十分后悔和懊恼，每次都提醒自己要改掉这个坏毛病。在奋达这几年，的确有很大改善，但是遇到严重不顺的事情，还是会爆发。

通过学习致良知我做了深刻反省，因为性格的原因，在我成长过程中发生过的一些不愉快的事情，在慢慢地回忆中，我把这些不愉快的事情从我的记忆深处一层一层深挖，并用笔一一记录下来，最后找出是因为自己小时候受家庭影响，回想自己因为性格原因，让我在人际交往中碰到许多问题，满满的一张纸。如果不好的性格一直存在，带到未来的人生，一旦遇到极端情况，我不敢想象会出现情况。

因此，我发誓要改变自己，在起心动念的时候将其扼杀在萌芽之中，引导自己往好的念头想。在这次深刻反省中，坏情绪没有在这段学习时间出现过，但还需在工作生活中加强观照。通过这次反省让我知道坏情绪出现时我怎么对待别人，那么别人就怎么对待我。我对别人好其实就是对自己好。很多时候我的言行无意中伤害了别人，我还浑然不知，可能表面上别人没有说什么，但心里已经开始厌烦，有些脾气直的人就直接和我吵了。

不好的性格除了对自己有影响，对家庭和小孩也是影响深远。假如小孩娇生惯养，父母什么都宠着，要什么就给什么，从小养成目中无人、骄横的性格，

小孩长大后成为一个什么样的人呢？我以前认为学习育儿知识、请教别人、请家庭老师或者用自己的经验就能培养好小孩，学习致良知让我知道这是远远不够的。作为父母，自己身上各种各样的不好性格和习

惯，小孩会潜移默化地受到影响，在父母身上学到的不好的方面，很有可能是会跟他一生的。

父母对我涌泉之恩，我只能滴水甚至更少相报，陪伴父母太少，以后要多陪陪父

母。如果条件不允许，最少也要多打电话给父母。我平常穿的衣服，吃的饭菜，住的房子，受的教育等等都是他人提供的，现代社会如果没有别人的付出，我将寸步难行。因此我要以感恩的心对待社会上的每一个人，这样子我才会得到别人的尊重。

工作取得一点成绩，我不能将所有功劳归于自己，我的努力只是成功的必要条件之一，而不是所有，没有同事的协助，领导的支持，公司的平台等等，我是不可能成功的，我需要感恩他们，是他们成全了我。老师说公司是锻炼自己心灵的场所，成就他人的舞台，顺便展示个人才华和养家糊口，这句话我牢记在心。大家都是在付出自己的一份劳动贡献给社会，然后获得社会给我们的滋养，我们的本质是一样的。不能因为受到社会馈赠多一点就丢掉感恩的心，那是忘恩负义的表现。

综上，是我学习致良知的几点体会，与大家分享，并不是以前认为的“洗脑”。学习致良知我可以肯定的说，我个人是最大受益人，让我更加清楚地认识了自己，让我清醒地知道未来的路应该怎么走。🚀



学《徐爱录》有感

文 / 智能研发部 Arthur

可以有机会认识、学习致良知，学习阳明先生的文章，我非常感恩。这是我收到的最珍贵的礼物，现将学习阳明先生重要文章《徐爱录》的一些感悟分享给大家，希望能对大家有一点点助益。

阳明先生，明代思想家、军事家，心学集大成者，一生跌宕起伏。在37岁时人生跌入最低谷，生存于极端恶劣的环境中。在此环境下，阳明先生悟得圣人之道，从此立言立德，在治国上安邦定国，在军事上百战百胜。

《徐爱录》主要内容讲的是“知行合一”。“知”和“行”是一体的，就像知道身上疼痛，一定是自己身上痛了才知道疼；知道肚子饿了，必定是肚子已经饿了。

孝，大家都知道孝敬父母，这是我们中华民族的传统美德，但为何常常会出现“树欲静而风不止，子欲养而亲不在”的人间悲剧？那是因为父母健在时，对父母的爱被诸如“工作忙，没时间，太麻烦，没地方，不习惯，有隔阂……”等等私欲所蒙蔽了，没有真正强烈体会到对父母的孝爱，所以不能马上付诸行动去关爱父母。父母给予我们的是毫无任何私心杂念、无微不至的爱，长大成人后的我们应反过来给予父母应有的孝爱。很多人在亲人离去时私欲才被瞬间剔除，才深刻体会到那种孝爱，顿时被懊悔、痛心、悲痛欲绝所包围，无法自拔。但此时心痛还有什么用呢！

我们都想爱家人，爱工作，爱国，但是爱不出来，做不出行动。只有真正体会到爱，感受到无任何私心杂念的爱，我们才会在言行中充分体现出来。

“知行合一”指的是一念之间的知行，不是两年前有个知，今天有个行。知而未行，是未知，是良知被私欲隔断了。当我们通过不断地改善，改善了自己的心灵品质，去除了不应有的私欲，就会知爱而行了。“我工作忙，今天会很晚回家”、“我忙着呢，找你妈去”、“家里这么乱，你都在做什么！”学习了致良知，心灵品质得到很大提升，这些话在家庭生活中将不再

出现。

很多人谈到爱国，并且常常会问自己通过何种方式可以体现爱国？其实每个人最重要的，最本份的是把自己的工作做好。如同样是种水稻的，都没有袁隆平的水稻种得好。如果我们每一个人都认真地将工作做好，那么我们国家也会更加强大。一个国家尚且如此，那么我们企业呢？我们家庭呢？

“世间有一种人，懵懵懂懂地任意去做，全不解思惟省察。又有一种人，茫茫荡荡悬空去思索，全不肯着实躬行，也只是个揣摩影响”，世上真有这两种人吗？其实这两种人就是我们自己。对于第一种人，做事起心动念是否是清晰的？我们很少有“知”得那么真，“行”得那么真的时候。这就是我们做事做着做着就变形了，做着做着就与领导之前的要求不一样了，做出来的事让领导不满意。其实是我们一开始根本没有想清楚如何去做。第二种人是做一件事想来想去，迟迟不能全力去做，因为心中私欲太多，把真正做这件事的目的混淆了，导致无法落实下去。以上两种情况就是我们大多数人的生活状况，或许这也是我们总感觉不够幸福的原因吧。

我们的爱心、善心是天然存在的，是不需要从外界学习寻找的，只是我们被不明蒙蔽了。“见孺子入井自然知恻隐，此便是良知，不假外求”就是这个意思。就像一面镜子，在生活中经历了各种事情后落满了灰尘，不再清晰明亮罢了，这时我们可能产生各种各样的心理问题。只要我们将灰尘抹去，镜面自然又重新清晰明亮起来。那时心情也会如释重负，豁然开朗，个人的低沉，失落等不良情绪也随之释放。

致良知就是教导大家在心上用功夫，通过不断地明心、净心，去除不好的念头和欲望，恢复自己的那颗初心。这样就可以避免类似上文的问题出现，明确自己的方向，使我们的家庭幸福，活得开心，工作得开心，那么也就会工作好，企业好，国家好。

学习之余与大家分享一些感悟，今后我会不断自省，并坚持学习阳明先生的文章，以防生活跑偏。🔴

产品创造的思考起源点

——读《顾客为什么购买》有感

文 / 董事长办公室 Betty.X



有人就会产生需求，而需求必然会有产品的诞生。产品的定义是满足市场需求，市场又是由各种各样的人构成的。因此，便有了经济学上的供求关系。消费者为什么购买，不应该是做市场营销的人才去思考的问题，更应该是产品创造者，研发者的思考起点。

科技的发展，人类的需求变得比以往更加精细化，精细化本应创造的产品价值，但在当下一团乱象的市场中，越来越多的产品创造者忘记了产品的本质，将产品变成了单纯的逐利工具。因此，市场上的产品变得越来越同质化，越来越让人看不见新意，更看不见创造出来的价值，看着货架上不同的品牌呈现出一样的产品的我，变得比以往更加的迷茫。这些产品，除了品牌不一样，到底有什么不同呢？

在宝图看到《顾客为什么购买？》的那一刻，想起了Master在学习Consumer Behavior（消费者行为学）的那种兴奋感，那是一种挖掘消费者“心中的小九九”的激动心情。探索人类内心的想法一直以来是人类学中的一个重大议题，从古至今，哲学，心理学，社会学都涉猎了如何科学地分析人类内心真实想法的探讨。虽说人的行为很多时候是不可预测的，但是数据的分析和细心的洞察，总是能帮助我们找到产品之于人的关系和必要性。

随着马斯洛需求的不断升级，产品之于消费者变成了一个多维度的产物。它已经不再是我们理解的工具而已。当下消费者对产品的期望，从实用变成了感官体验的融合，而不同的人又有不同的想法和追求。

推荐这本书的原因，是因为它不是单纯的在讲述产品对于消费者的影响，更多的是融合了不同人对于产品在不同的感官体验下的分析。

这本书从消费者心智开始，到不同年龄、性别、种族的分析都非常有趣，作者更多的是带动读者从感官开始探索购物体验，产品体验甚至是商业模式的转变与消费者之间的感受。试想，如果我们在创造产品的第一刻就能打开我们的感官体验，那么我们所创造的产品或许就已经从心智开始与消费者建立了关系。在有限的消费者心智中找到存在感的根本就是去洞察他人的需求。

这本书让我打开了被“定位”束缚住的一部分空间，它甚至是可以说是特劳特定位理论的升级版，因为它把看点转向了消费者自身体验。其实，人类的行为活动大多时候是非理性的，所以看似理性的理论都是基于假设人们是理性看待事物的情况下提出的。做产品更是如此，看似满足需求的产品，若只是满足自己的空白而忘记对消费者的关注都不应该是一个好产品。我们不应为了创新而创新，我们更应该关注的是产品之于消费者的关系！

关于此书的内容，我并不想过多的剧透，希望我的朋友能够从书中探索出自己的门道。而我看完这本书最大的反思便是：利他，就是从小事做起。作为产品创造者的我们，应该把自己放在消费者的位置，每一个细节反复验证，更时不时地问问自己，我到底为自己创造了什么价值，为消费者带来了什么价值，我为这个世界带来了什么价值？🔥

《高情商领导力》

作者：丹尼尔·戈尔曼

推荐理由：

推荐理由：本书是戈尔曼博士在领导学及情绪智商领域研究的精华集结。绝大多数区别好的领导者的职能特质，都是基于情绪智商而非智商。以情绪智商为基础所构建的领导风格，对团队、部门或企业的工作气氛都有直接且特殊的影响，领导者能展现的领导风格越多越好。熟悉四种以上风格的领导，特别是权威性、民主性、联系性及教练性，能够带出更好的工作气氛和事业表现。假如你从未涉猎教人在职场上、在管理上善用情商的著作，就从这本书开始吧！本书将帮助你提高社交技能和情绪技能，进而为你打造专业上、事业上的成功。👉

推荐人：董事长办公室 山凸凸凸

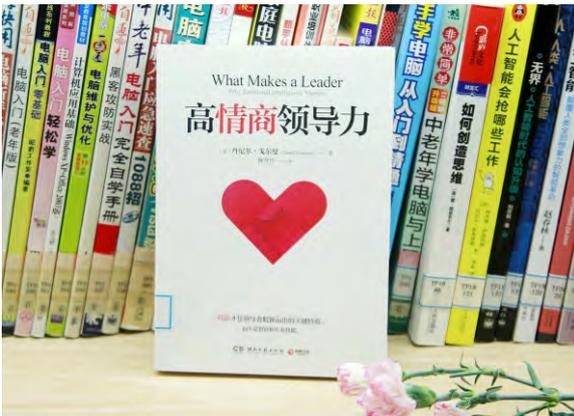


图 / 潘加仕 摄

好书
分享
BOOKS

《你的格局，注定你的结局》

作者：徐多多

推荐理由：

本书写给职场格局狭隘的你，情感格局低迷的你，生活格局低配的你，目标方向混沌的你。如果你明明已经很努力，处境确未曾改变，问题多半是你的格局太小。当你纠缠于烂事，无法专注在真正重要的人生命题时；当你的顶点只是别人的起点，连追赶的余力都没有时；当你付出同样的努力，却只有很少的收获时，很可能是你的内在配置出现问题。如果不改变，你这辈子基本就定型了，再难看到更大的世界。最终决定命运的是格局，你一定要高配。👉

推荐人：董事长办公室 田欢欢



图 / 潘加仕 摄

在路上，可以耽于风景，
却不可忘记再度启程。

心灵家园



关于善良的一些思考

文 / 董事长办公室 孙震洲

善良不是刻意做给别人看的一件事，它是一件愉快并且自然而然的事，就像有时候，善良就是为了心安理得！比如共享单车倒了，你顺手扶起来，也许并没有对这个世界有任何大的改变，但是这样的事出现在你的眼睛里，你总觉得挺碍眼、不干净，顺手就摆正了。

最近，我总会听到一个为了要强调善良的重要性而做的假设：“在企业里，一个有工作能力但为人不善良的领导与一个工作能力一般但为人善良的领导，谁对企业的危害更大？当然是前者。”这个假设本身就是有逻辑漏洞，同时，鼓吹这种思想的人，是对工作能力与善良之间的关系没有清晰并且深刻的认知。

先简略谈下这个假设的逻辑漏洞，首先，一个工作能力一般的人是如何走向领导岗位的？如果通过正常企业选拔人才的方式，那么说明这个企业管理有问题；如果通过非正常方式，那么他/她还有什么善良可言？其次，什么是为人善良？当企业面临挑战而不得不做出“壮士断臂”的策略来顾全长远发展的时候，那些利益损失方会认为在位领导“没人性”、“不善良”？

另外，工作能力与品德素质本来就是对一个人的综合评价的两个方面，缺一不可。企业对不同岗位的员工有不同侧重点的要求，有能力胜任工作是对岗位最基本的尊重。对于刚刚入职的菜鸟，员工工作的重点在于按时完成公司或领导安排的工作，不出差错，符合公司的标准或者领导的要求，因此“做事”的能力尤为重要。随着员工工作经验丰富、专业能力不断提升以及解决问题的能力得到历练的时候，职位得到升迁，需要承担的责任变大了，这时的重点在于充分发挥自己的专业经验和解决问题的能力，因此“有责任心地做事”很重要。当员工真正走向领导岗位时，虽

然侧重于他/她的品德素养，但绝非忽略了工作能力的重要性，而且能走向领导岗位的员工一定是在工作能力方面有出类拔萃的表现，否则他/她是没有机会成为企业的领导。因此，当一个假设为了强调善良而忽略工作能力时，我们需要思考这是否存在片面性。



因为上述的话题，引发我对善良产生更多的思考。现代汉语中对善良的解释很容易理解，善良就是心地纯洁，纯真温厚，没有恶意，和善，心地好。亦指和善而不怀恶意的人。然而，现实中如何理解并且做到真正的善良却是需要丰富的人生阅历和正确的价值观去探索和思考的。下面有两个真实故事，也许会让我们对善良一些不同的思考。

第一个故事是讲我老家的一位叔叔，他姓秦，是

一名妇产科医生。有一天快下班了，来了一位病人，他匆匆忙忙检查了一下：“你子宫里可能长了个东西，最好尽快动手术。”病人的脸一下苍白了，说：“怪不得最近总是虚弱心慌。幸亏发现得早，应该不至于扩散。”手术很快就安排了，对秦医生而言，已经有上千次手术的经验。这个肿瘤应该不大，只需一个小切口。打开病人的腹部，向子宫深处观察时，他惊呆了，汗珠冒上额头。这是他行医数十年中，不曾遇到的失误。子宫里不是肿瘤，是个胎儿。他陷入矛盾，如果把胎儿拿掉，然后告诉病人摘除的是肿瘤，病人一定会感激万分，而且可以确定那所谓的“肿瘤”，一定不会复发。相反，如果承认是自己的失误，保住了婴儿，但……几秒钟的心理挣扎，他选择了后者。回到办公室，等待病人苏醒后，秦医生来到病人床前。他严肃的神情，病人和旁边的亲属们等待癌症末期的宣判。“对不起，是我搞错了，你只是怀孕，没有长肿瘤。”他深深地道歉：“孩子安好，一定能生下一个可爱的小宝宝。”病人和亲属全呆住了，隔了十几秒钟，病人的丈夫突然冲过去，抓住秦医生的领子，吼道：“你这个庸医，我要告你！”后来，孩子安全产下，发育很正常。但是家属不依不饶，秦医生被开除了公职，只好到一家私立医院去打工。他昔日的朋友很同情他，问他为什么不将错就错，就是个畸形死胎，又有谁知道。秦医生淡淡一笑：“老天知道！”



第二个故事是讲一个看起来吊儿郎当的大叔，老北。有一天，老北乘坐中巴车由县城回镇子里，他旁边的座位坐着一对夫妇抱着一个婴儿，在前一个小时的车程中，婴儿一直香甜的酣睡，当婴儿睡醒之后就一直在哭闹。在接下来的半个多小时内，婴儿一直不停地哭闹，两夫妻手足无措，不停地喂孩子喝水。这

时，车上有些乘客对哭闹声开始有些烦躁了，七嘴八舌地问是不是孩子饿了、尿了、拉了……这对夫妻一直向大家解释，这是他们的第一个孩子，不太会带，平时都是老人在家带孩子，这几天孩子病了，所以今天带孩子去县城看病，得罪大家了。大家看此情景，也能体谅这对夫妻，因此就不再说什么了。而坐在旁边的老北却怒吼起来，非要这对夫妻赔偿他的精神损失费，因为他们的孩子哭闹把他从美梦中吵醒了，同时，还不让这对夫妻给孩子喂药。老北人高马大，吵起架来，相当有气势，吓得这对夫妻，不得不凑够身上仅带的500块给他，但，老北仍然是不依不饶，不但坚决不让他们给孩子喂药，还要他们赔付5000块的精神损失费。满车的人都在责怪老北，老北抓住抱孩子的女人不放手，让她丈夫赶紧拿钱，不然就揍他老婆。男人一看情形不占优势，准备拉着他老婆和孩子一起下车，但是老北依旧不依不饶，死抓住抱孩子的女人。车上其他乘客打抱不平，就有人打电话叫警察来抓老北，想要好好治治这个“无赖”。当警察来到现场，调查了情况后，结果让人大跌眼镜，这对夫妻竟然是人贩子，他们怀里竟然是拐来不到三个月的婴儿，刚刚要喂的药竟然是安眠药……老北叼着烟下了车，哼着小曲离开了。

朋友圈热转“聪明是一种天赋，善良是一种选择。”当我们选择了善良，不是为了炫耀、不是为了荣誉、不是为了比较，更不是为了去弥补工作能力的不足而说的托词，正如作家梁晓声说的：善良不是刻意做给别人看的一件事，它是一件愉快并且自然而然的事，就像有时候，善良就是为了心安理得！比如共享单车倒了，你顺手扶起来，也许并没有对这个世界有任何大的改变，但是这样的事出现在你的眼睛里，你总觉得挺碍眼、不干净，顺手就摆正了。奇葩说里有一期花希说，英雄不是蜘蛛侠，不是超人，因为我们知道，那都是假的，那都是骗小孩子的，英雄是我们每一个人做一点点善意的努力，力所能及地帮助每一个人，每帮一次，英雄的数值都会加一。👊

亚洲最虐魔鬼赛道之初体验

——记2019渣打香港马拉松

文 / 电器品管部 钟书文



成功获得比赛资格

2018年10月15日收到渣打香港马拉松赛事官方的邮件，正式通知我入选渣打香港马拉松（以下简称香港马拉松）的比赛。在我开始接触跑步时，就不断有跑步的朋友向我分享亚洲第一魔鬼赛道之称的香港马拉松如何虐？又为什么值得去受虐？一是因为它是国际田联金牌赛事，二是它号称亚洲最虐赛道，三是赛事氛围与体验好。

香港马拉松，现已成为一项国际知名的体坛盛事。赛事自1997年开办之初由渣打银行所冠名，所以

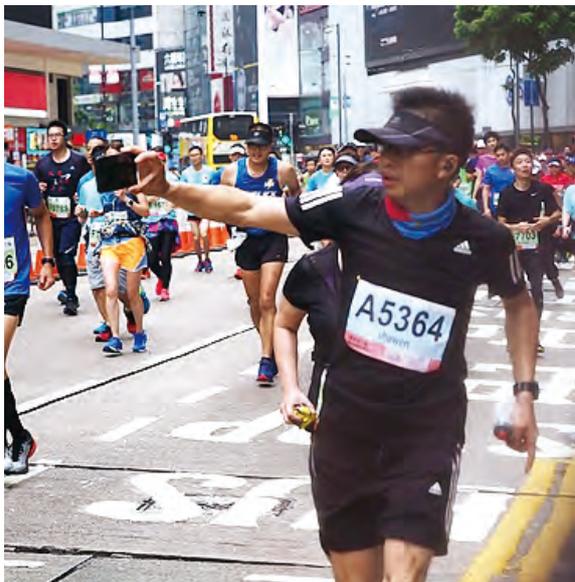
又称为渣打香港马拉松，当时第一届赛事才只有区区1076名运动员参加。现在香港马拉松已成为渣打银行赞助的马拉松“全球最强之战”四个分站的最后一站，也是最难的一站。赛道全程42.195公里，坡道多、弯道多，途经三条隧道三座大桥又称“三桥三隧”，号称“亚洲第一魔鬼赛道”！每年吸引无数爱跑者参加体验。

这次我能中签真是非常幸运！因为是面对全球报名，全球顶尖好手都争相报名参加！大陆与香港本土报名人数更是数不胜数。今年全程马拉松、半程马拉松和十公里赛事的三项比赛参赛人数总计达74620人，可名额依然供不应求，报名热烈程度可想而知。

惊魂一夜

我参加过线下9场马拉松后，积累了丰富的比赛经验才有信心去挑战香港马拉松，毕竟是亚洲最虐赛道。报名成功并缴费后得赶紧预订酒店，众所周知，7万多人参加比赛，酒店入住将会非常紧张，提前定会比较优惠。我委托跑过香港马拉松且今年也中签的朋友订房。当时朋友只考虑入住的酒店在马拉松的起点位置，方便做赛前准备，却没仔细研究为什么这栋大厦的酒店比隔30米外的帝国酒店低几百块。

这次入住经历让我终身难忘，真是惊魂一夜，还好是有惊无险！整晚几乎没有深入睡眠过，不停地被外面走廊上的走动声惊醒。我们这次入住的是重庆大厦，这栋大厦是香港社会关系最复杂的，曾经发生过命案、火灾等事件。入住后才知道，现在想起来都后怕！因为香港有句俗语叫“哪栋大厦可以住，千万别去重庆大厦”。好在近年香港治安状况明显好转，加上举办大型赛事安保比较好。不过没有休息好的我，不禁有些担心第二天的比赛。



看不到头的爬坡 看不到光的隧道

赛道起点位于尖沙咀弥敦道，就在重庆大厦楼下。经过惊魂一晚，凌晨4点半就起来了。起跑时间是早上6:35，需要提前一小时到赛道热身与拉伸，洗漱完换好衣服下楼看到几十名穿比赛服的跑者已经准备下楼热身，看来不了解重庆大厦的人不在少数啊！

这次赛事官方没有设运动员安检，完全敞开式进入赛道，参赛人员非常自律没有大声喧哗，尽量不影响香港市民休息。狭窄的街道临时封路作为赛道，依旧井然有序，不得不感叹赛事方的组织能力与宣传到位，以及香港政府的管理水平。

起跑倒计时开始！发令枪声一响，跑者像开闸的洪水一样向前涌出。在拥挤的街道想跑快点是有些难度的，如果起跑时站位不靠前的话，头几十秒根本跑不动，人多太拥挤了！我按照自己赛前制定的计划跑，不要受其他跑者的影响，根据自己预设的节奏来。开始几公里是平路然后下小坡，接着就开始再缓慢上坡。经过赛道第一座桥昂船洲大桥长1.6公里，海平面到桥面最高出73.5米，从公路转弯爬坡上桥一眼往过去，密密麻麻的人群以及坡的斜度足可以让你感到绝望！对于一些跑量不足、训练不够的跑者此时已经开始用走的了。我的眼睛只看自己前面15米左右的地方，真的怕多看几眼这样的上坡，会让自己崩溃！

上桥后海风特别大，我紧跟在高大的跑者身后，

让他为自己挡点风，节省体力。因爬坡强度大，比赛服早已湿透并开始在滴水，赶紧补充2粒盐丸。到桥面已无暇停下来欣赏美景了，海风太大，我赶紧扯着衣服下摆迎风进行几次甩动，将衣服上的汗水甩干，再往前跑几百米，衣服上的汗水又被大风吹干了。过了昂船洲大桥，没有多久就进入赛道的第一条隧道——南湾隧道。全长1.25公里的南湾隧道一下涌进几千人，隧道内不通风还有些闷热，刚刚吹干的衣服又开始滴汗水，紧接着出隧道又是爬坡，往赛道第二座桥青马大桥方向进发。

此时已经跑了近15公里，因为离海岸线不远所以风特别大。过了青马大桥开始折返，此时已经是18公里。再往前跑就是赛事第三座桥汀九桥，快接近半程马拉松了，这里不仅出现逆风跑的情况，而且还有急转弯的路面出现较大的斜度路面，体能较差的选手在这个路段跑得比较吃力，摄影师可以抓拍到跑者面部各种痛苦的表情。在半程过后马上进入赛道第二条隧道长青隧道，隧道长1.65公里。出隧道开始又是连续缓慢爬坡的青葵公路，香港的马路设计全部都是斜面的，这样主要有效防止路面积水。

长时间在不平整的路面跑，左右脚落地受力不均匀，我的左大腿肌肉开始紧绷，跑起来开始有些吃力，赶紧放慢脚步跑，估计自己可能要撞墙了（马拉松专业术语：撞墙就是跑步到身体糖原消耗尽接近运动极限前可能会出现肌肉紧绷，浑身无力，腿像注了铅一样抬不起来，浑身乏力等现象称为撞墙。）这是平时LSD与核心力量训练不足的结果。抬头看还是连续转弯与上坡，一起出发的跑团朋友相互鼓励，坚持往前跑。赛会志愿者举着创意十足的手绘牌子给跑者加油鼓劲，看到这些志愿者的呐喊，内心也备受鼓舞，继续往前跑，但是跑步配速明显有些下降。



在26公里到30公里这段路几乎都是在高架桥上跑连续的缓慢爬坡，缓慢下坡，队友已经跑出前面几十米了，还很轻松的样子，为了不影他的成绩，让他先跑我则选择进入赛事医疗站进行短暂放松拉伸，顺便抹些药油舒缓紧张的大腿肌肉。短暂的停留后我马上进入赛道继续向前奔跑，这个时候速度不敢太快，为了让自己尽快调整过来，尽量用匀速慢跑以及调整呼吸来适应，并不间断与志愿者互动分散注意力。



过了35公里后马上进入赛道第三条隧道也是最后一条隧道——西区海底隧道，最长的隧道全长2公里，爬坡强度最高的隧道。下坡跑进隧道后在又热又闷的隧道内跑实在是一种煎熬，进入隧道几百米就开始爬坡，此时大部分跑者已经开始出现疲态了。看到前方隧道出口有亮光时，爬坡角度更大了，到隧道口更是又斜又急转弯，道路面出现十分明显倾斜设计，跑起来一脚高一脚低让人很不舒服，相当部分跑者此时双手叉腰在用走的方式向前迈进。亚洲最虐赛道果然不是浪得虚名啊！庆幸自己跑到这里时已经调整过来，过了撞墙期，可以按自己刚出发时的配速跑了。

热情的香港街坊

出了隧道就开始有围观市民，拉拉队，赛事摄影记者等，气氛慢慢热烈起来。继续往前跑，过了隧道收费站往干诺道西天桥，我的记忆中就一直没有平路，一直就是爬坡爬坡，风特别大赛道上有零零散散掉落的空顶帽、头巾、毛巾等物品，很多跑者估计此时已无暇关注自己是否掉东西了，或掉了也浑然不觉！因为此时确实太疲惫了。我看到前面有个熟悉的

奔跑背影，仔细一看是我们一起出发的朋友，好开心！突然看到熟人的我备受鼓舞，而此时恰好又是爬坡上高架桥，下桥后就进入市区了，咬住速度追上他后并肩跑。此时围观市民开始多了起来，香港街坊好热情，端着各种美食给跑者免费提供，同时为跑者打气加油。路边还有乐队、拉拉队和摄影师，让你会忘记疲惫，并努力展现笑容给他们。

进入轩尼诗道后赛道就回到狭窄的街道，此时气氛最热烈！马路两旁站满围观市民与游客，加油声有普通话、粤语、英语等，热情的香港市民会伸出手希望与跑者击掌，我在经过的地方与他们一一击掌，互道加油与谢谢！此时有个小插曲，我看到距我一米多赛道有个透明钱包落在地上，可见钱包里的千元港币大钞，赛道围栏外有个围观的市民眼色紧张的看着，我停下来捡起来交给他。周围看到这场景的香港街坊纷纷鼓掌表示谢谢！他伸出手与我握手表示感谢，我迅速拿出手机准备自拍，恰巧摄影师也补捉到这个，可惜这张照片有点不清晰。

创造个人目前全马最好的成绩

此时赛道气氛到达高潮，因为距离赛事终点不到3公里，我拿出手机拍了点视频给自己留下美好的回忆。往前跑过42公里计时地毯，前面就是终点，可以看到赛事计时牌，终于要冲线了！我按停手表看了下时间，全程用时4小时39分07秒。这个成绩比我之前跑的所有全马成绩还要快，估计可能要PB了。我接过关赛奖牌的瞬间，感觉所有的疲惫与付出都是值得的，我终于征服亚洲最虐魔鬼赛道了！

最后赛事官方的成绩也出来了，4小时38分39秒。比我最好的全马成绩还PB了8分钟。天啊！我经历了什么？简直不敢相信自己的眼睛。原计划能在5小时完赛或关门6小时走完最虐赛道，没曾想竟可以创造奇迹，真是神奇！

由于匆匆赶回深圳，自己赛后拉伸没有做足，在周一上班时才感觉到腿的酸痛，还好2天后就好了。看来每次运动后要遵循科学拉伸做足，不与他人攀比速度，健康快乐跑下去。这次比赛经历值得我一生珍藏，感受不同地方风土人情与景色，是跑马拉松经历的另一种享受，来年或许还会再战魔鬼赛道。🏃



图 / 陈梓立 摄

年夜饭上的盆菜

文 / 音频研发中心 知否

公司这几年年会准备的千人宴，都是以盆菜为主打，《舌尖上的中国》曾经说过，广东的盆菜，是食物与人心的团聚，“每张桌上虽然只摆了一盆菜，却满载你中有我、我中有你的族群宗亲理念”。而我们选择盆菜作为尾牙的主打，大概也是为了人和气和财和的寓意。

作为广东深圳和香港的一道民间菜，与其说它是一道菜，不如说是十几种食材堆在一起的大杂烩，里面有象征团团圆圆的冬菇，寓意大吉大利的鸡肉，小小的一份盆菜，内有乾坤。现在不少深圳的酒楼餐厅都喜欢在冬天时推出盆菜，年尾的庆典多，推出的盆菜都是经改良，加入不少名贵菜式像大虾、带子、元贝。但同事中有本地的客家人表示，他们传统的客家盆菜全无这些海中的名贵材料，因为客家人一般住在山区，所以大部分材料都以蔬菜、肉类为主。最初的盆菜是山区的客家人，过年过节时，各人带自备的食物相聚一堂，但山路崎岖，相聚时食物已冷却，翻热时把所有食物倒在一个大盆中煮热，就成了盆菜的雏形。

至于盆菜的来头，相传南宋末年，宋帝南逃躲避元朝队伍，当路经香港新界一带的围村时，受到村民盛情款待。但村民们仓猝之中找不到足够的器皿盛装事物，于是就地取材用木盆盛装菜肴，围盆而食。盆菜由此而来。从此往后，盆菜，一直以来都是广东乡间的喜庆节日必选的传统菜式，它既有节省餐具的优点，又有“十全十美”，“美美满满”，“团团圆圆”，“盆满钵满生意兴隆”的美好寓

平和，无论贫富，大家共同进食，人之间的归属感和凝聚力得以增强，和气生财，味和人也和，才应了来年的好兆头好光景。

意。不过，如今深圳的盆菜现时多数改用不锈钢盆，餐厅亦有采用砂锅的，可以随时加热，兼有火锅的特色。整盆放在炉火上边热边吃，红红火火，热气腾腾。

我见过客家同事老家农村的传统盆菜宴，在一个空旷的地方，配以木台木凳，以木炭加热，大家围着热烘烘的盆菜，一边品尝，一边庆祝。共治一炉，基本原则是“和味”。有人说过盆菜就是火锅或者一品锅，而事实上，我觉得盆菜较火锅更有和与团结的味道，更精致，相比一品锅，又更加具有传统的味道，确切说是宗亲味，乡土味，里面的食材，分别是要经过煎、炸、烧、煮、焖、卤后，再层层装盆而成，绝不是简单的堆放，煮，内里更有乾坤，由鸡、鸭、鱼、蚝、腐竹、萝卜、香菇、猪肉等十几种原料组成，所以准备一个上好的盆菜，也是要有满汉全席的功夫。

盆菜的用料其实也不拘一格，丰俭由人，通常会有主要的家禽海鲜等肉类，还有腐竹冬菇萝卜等素菜，就算鲍参翅肚、白菜萝卜也能成为一家人，所以说盆菜既可以阳春白雪，又能下里巴人，一份盆菜，一层一层吃下去，从山珍海味、鲍参翅肚到白菜萝卜，吃出团圆喜庆的幸福感。菜上桌后，一家围成一桌，盆菜被摆在最中间的位置，无论一桌子人数多少，桌上的盆菜只能有一份，这十分符合中国人追求一家团圆的意头。盆菜要由上至下逐层吃，而且越是在盆深处的菜，味道越鲜美，这样才有滋有味。盆菜作为广东客家人传统的食物，承载一个族群的团结，如《舌尖上的中国》讲，此刻正为团圆而凝聚，看到每个人脸上洋溢着笑容，或许盆菜带来的不仅仅是一次的饱腹，在这一次庞大的菜宴中大家总是滔滔不绝，显得整个家宴，族宴，格外热闹，或许这就是盆菜的真正意义。



图 / 陈梓立 摄

天色渐晚，露天广场筵开数百席。盆菜将食物按一定的次序一层叠一层，由上至下排在盆子里，盆子也就我们家用脸盆大小，上层放着鸡鸭鱼肉等荤菜，下层则放着容易吸收汁液的菜，像萝卜香菇藕之类的，一份盆菜里可荟萃有百菜百味，包罗万有。同事迫不及待地吧包裹着盆菜的锡纸揭开，不锈钢盆是放在煤气炉上的，里面的大鱼大肉在炉火中“噗嗤噗嗤”地蒸腾，令人垂涎欲滴，食欲大振。台上董事长在上面致辞，台下风卷残云，吃得火热，十几双筷子在大盆中共同进退，寓意着上下和睦，不分彼此，才能福财满盆。体谅吃辣的同事，桌上还配备了一瓶辣椒酱。这盆菜虽然看着不是那么有美感，但是吃起来味道还是不错的，而且在这特别的时刻，几千人一起吃，也是吃一种氛围。一层又一层的食物在盆中翻滚，舞台上的劲歌热舞，觥筹交错中，一片欣欣向荣的祥和。这也恰恰印证了盆菜的特殊含义，平和，无论贫富，大家共同进食，人之间的归属感和凝聚力得以增强，和气生财，味和人也和，才应了来年的好兆头好光景。🍷



年味渐淡爱渐浓

文 / 行政部 罗双双

寒冬腊月，气温逐渐下降。我觉得异常寒冷。每都是穿着厚实的衣物，像位臃肿的老太太在风中慢慢踱步，弓着腰，驼着背，双手来回搓着，嘴里哈着气，在一瞬间消逝了无踪影。然而，我的心情却异常美丽——冬天来临，年的味道慢慢近了。

冬天，大风呼呼地吹，屋前枣树叶子早已落光，只剩下光秃秃的褐色树枝，上面站着几只小不点麻雀在吱吱喳喳地叫，它们飞到我家院庭前啄鸡槽里的饭粒。我也想效仿鲁迅先生的“用一枝短棒支起一面大的竹筛来，下面撒些秋谷，棒上系一条长绳，人远远地牵着，看鸟雀下来啄食，走到竹筛底下的时候，将绳子一拉，便罩住了”做法，捉几只耍耍，无奈麻雀机灵过人，一下子又呼地飞上枣树枝头，又在吱吱喳喳地叫。

田间游戏

冬天，屋前那一大片一大片的稻田早已被收割，留下长长的稻秆杵着，有些稻田主人趁天冷，偷空闲一把，没有马上朝田里灌水或者犁地。村里的妇女们将洗好被单等平坦铺开在长长的稻秆上，接受阳光的曝晒。花花绿绿的被单点缀了寂然的田野，增添一抹别样的色彩。

冬天的稻田是干枯的，有些勤快的庄稼人在年前先把地犁了，然后这便是我们最期待的时候。一块一

块被老黄牛带犁翻出来的土地，刚开始时有些潮湿，我们把它挖起，和一点点水，放在掌心，学着大人模样，揉啊揉，待厚度大小适中，平铺在手掌中，最后手心朝下，把泥巴朝地面“啪”地一甩。如果泥巴在地面“炸”出一个口子，则赢，反之，就是“吃闷屁”，被小伙伴取笑。

稻田里刚犁出来的泥土，要等上一些时日，才能成为我们的“战场”。这时的泥块基本定型，不再是软巴巴的，我们学着战争电影情形，分我方、敌方，两方之间间隔10米来远，把干固的泥团一块一块垒叠起来，足有半米多高，我们称之为“地道”。双方防守人员都躲在自家城墙之下，待准备工作完毕后，“战争”开始打响了！双方互扔泥团，场面异常激烈，只见硝烟弥漫，尘土飞扬，被击中的人就出局。在玩耍的年纪，哪个不年少轻狂？欢笑声，嬉闹声，鸟鸣声在田野上空飘荡。

每回，这个游戏玩累了，紧接着就下一个。我们听从“孩子王”的指令，分头行动。这个去搬泥团，那个去寻干柴，然后再回家把红薯提过来，最后大家一起齐齐地围在“孩子王”身边，紧张兮兮地看着他搭窑门。窑红薯是我们最最喜欢的活动之一，其中起窑门最为关键。一般这种情况，搭窑门都得让经验丰富的“小大人”来搭，即是先物色“风水宝地”，不能背风，否则在窑的过程中风会把烟吹进眼睛里。只见“孩子王”用铁铲在平面上先创出一个地坑——起根基，然

后两边各摆好大块结实的泥块，我们就在旁边不断地递合适的泥团给他，渐渐的，窑门的形状像赵州桥一样出现了相应的拱度，我们这些小鬼在旁边大气都不敢出，生怕打出一个嗝什么的，就把窑门给炸轰塌了。待窑门基本完成后，必须用些细腻的泥沙洒在上面，以确保稳定牢固。

点燃柴火，照亮红彤彤的肚膛，浓滚滚的烟，袅袅飘向上空。随着火越烧越旺，整个窑子慢慢烤得发黑发亮，我们把从家中带来的红薯做上记号。这时趁着窑子还是热乎乎的，只见“孩子王”弯着腰、低着头、撅着屁股，小心翼翼地把红薯一条一条往里塞。运气好的话，塞完红薯后，窑子都不会倒。运气差时，红薯还没有放完，窑子就“轰隆”一声倒下了，之前所有的功夫都白费了。赶快赶快！用铁铲把泥土推开，把红薯丢进去，再铺好滚烫的泥块。心里还在默默地祈祷，红薯一定要全部烤熟哦！

在等待红薯烤熟的时候，我们小孩子一般也是闲不下来的。大家则手拉手围着转圈圈，唱着自创童谣，俗称“送窑鬼”，大意是，保佑我的红薯全部都烤得香喷喷的。唱童谣的时间大概为10分钟左右，“孩子王”说可以了，我们就一人手拿着一根小木棍小心翼翼地扒开黑焦泥团，一根根把红薯挑出来，围坐在热乎乎的火堆边，开心地吃起烤红薯来。现在想来，那个烤红薯的味道已很久没有吃过了。

打炕饼

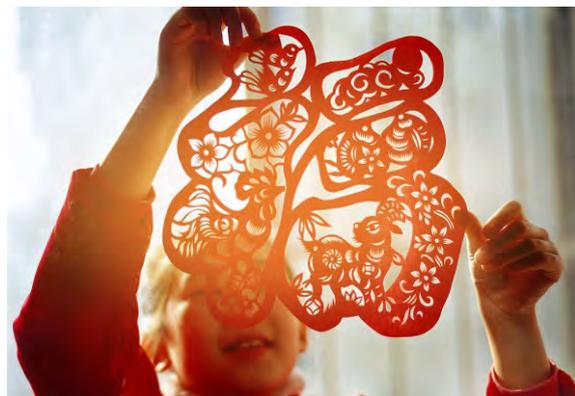
时光如白驹过隙，一般从腊月二十四开始，家家都要着手准备传统的年货——打炕饼。妈妈首先把晒好的糯米拿去村头的磨米机房，打磨成细细白白的粉末，再拿回家取适量放进铝铁盆中，加些温水，双手用力地揉啊揉，直揉到面团有一定的韧度。打炕饼是一项大工程，单靠主妇一人是忙不过来的，一般都叫邻居们过来帮忙，多则三五人，少则一两人。

妈妈揉好圆圆的面团子后，一个婶婶紧接着把这个面团子慢慢地捏出一个半圆的坑，把早已准备好的红糖饼芯放进去，用手推开面团，慢慢覆盖住整个红糖饼芯，这时炕饼初步完成。另一个婶婶端坐在桌子的另一边，左手拿着包住红糖饼芯的面团，右手拿着一根胳膊大小的木棍，开始打炕饼了，只见这个婶婶

把炕饼面团一边旋转，均匀敲打，一边在敲打的过程中撒上黑芝麻，甜甜的红糖芯、白白的面皮上点缀着香香的芝麻粒儿，“砰砰砰……”的声音从屋前响到屋后，这是年的声音。当芝麻籽儿完全镶在面团上，整个面团已由原来的乒乓球模样逐渐变成巴掌大小的扁平模样，就可以下锅了，年味更浓了。

我看着妈妈在翻烤炕饼时，不能用锅铲铲，不能放油和水，只用筷子快速的翻烤，渐渐地，炕饼颜色从白色变为焦脆色，芝麻味更香了，基本就可以出锅。我们小孩子就先吃起来。炕饼是用来祭拜祖先的主打贡品，所以要用一天的时间才能做完需求的量。妈妈做得很认真，婶婶们也帮忙得好辛苦。做炕饼的步骤已深入我心，不论是捏红糖芯，还是揉面团，特别是那“砰砰砰”敲打面团的声音，已刻在我的记忆深处。后来每经过谁家的屋檐下，听到这个声音从屋里传出，就知道是要过年了，要准备年货了。

现在，也许打炕饼耗时又耗力，很多年轻一代都不愿意花心思去学习这个传统技艺了，除了打炕饼以外，还有包“猪脚粽”、做克饼、包水晶饺等，逢年过节，都是直接去镇上买。妈妈年纪大了，家里的小孩子们也不太爱吃这些，后来慢慢地都没有再做炕饼了。镇上的炕饼20元一筒，10个左右，只有老爸闲时会烤烤来吃。



童年的记忆越来越遥远，很多事情都记不住了，也不知枣树结了多少果，落了多少秋？麻雀是不是飞走又飞回来了？如今，又快过年了，恍惚中，我仿佛回到孩童时代，站在妈妈身边，看着她认真快乐地打炕饼。🍡

愿你不佛系

文 / 音频制造中心 邓公子

希望我们每一个人不管做什么，工作、恋爱、社交、旅行……都愿你不要丢掉生活的热情和真心，任何一件事都需要用心的地方，生活中也总要有用心的地方。处处不坚持，事事随大流，那只能是淹没于人潮、迷失掉自我。

有很长一段时间，“佛系”一词刷爆了朋友圈，一度成为网络流行词，许多人追赶潮流，纷纷也给自己贴上一个“佛系”的标签，但是佛系的生活方式和生活态度真的好吗？

在我看来，对于年轻人来说，“佛系”一词包含更多的是贬义，正值花样年华的我们，都还没好好地看这个世界，怎么就看破红尘似的？用“佛系”一词标签自己，是不是只是想给自己贪图安逸、不思进取寻一个理由呢？我总结了一下，佛系青年们大概是这样的。

佛系工作

有人问：“你想在什么年纪退休？”

“这个问题还用问吗？当然是现在啊！”

“升职加薪，出任CEO，迎娶白富美”，这些曾经的梦想已经被生活磨光了。很多人可能只想安安静静上班，朝九晚五。在工作中，不推脱，但也不主动。工作质量只求不出格。领导批评，就说知道了下次不会了；领导表扬，就说哦谢谢我会继续努力的；即使突然要加班，也是坦然接受。

一句话，佛系工作就是，给我什么任务，我就做什么，朝九晚五，不渴望升值加薪，安安稳稳就行；心如止水，不悲不喜，表面笑嘻嘻，内心也毫无波澜。

佛系旅行

有人好不容易等来七天长假，心血来潮决定出去玩，结果在酒店就睡了三天。

本来的计划是早起看日出，晚上游码头，打卡旅游胜地，摆拍游客照，拍照一整天，修图两小时，发个九宫格。

但真实情况却是每天早上睡到十二点肚子饿了再出门，出门了再决定去哪，走累了就找地方休息，不能逛完景点不重要，摆姿势拍游客照太累了，到了景点拍下建筑物就当打卡了，最后图也懒得P，发个定位就完事了。

以前总说：“世界那么大，我想出去看看。”等真的出去了，发现只想宅在家里。

佛系网购

网购还能佛系？难以相信吧。那佛系网购又是怎样的呢？能够自己解决的问题绝不找店主咨询，能在旗舰店买，就不会费心去比较淘宝代购店的真假，多花钱没事，至少省心。买到东西后发现不合适通常也不去退换，主要是懒得与店家沟通和去站点寄快递，能凑合着用也就算了。吧。

从不理会店家的好评返现小纸条，买东西从来都

是到期自动确认。喜欢也不会费多大劲去写好评。商品质量差也不会给差评（主要怕卖家骚扰），大家互不打扰，无悲无喜。

一句话，佛系网购就是，不晒图，不差评，无论东西好坏，照单全收，绝不想发生除了下单之外的购买行为。



佛系社交

本来想在周末约很久没见面的朋友聚一下，结果双方默契地在周五的时候互相吐槽工作太累好想好好休息，于是理所应当地互相理解，达成一致，成功取消了周末聚会。

微信朋友圈设置三天可见，不发自拍，不晒朋友圈，不发微博，随缘点赞，社交软件全部静音，有时候看了一眼对方的消息，通常靠着意念就回复了，结果过了好几天才发现对话停止在尴尬的不了了之里。

越大，就越不想和认识的人寒暄，也不想走入他人的生活。在电梯里遇到眼熟的同事却也叫不出名字，彼此心照不宣不会互相打招呼。“转移眼神”是最好的选择。

一句话，佛系社交就是，不主动，不关心，无事不交流，不在意你在做什么，也不想告诉你我在做什

么，说声你好，互不打扰。

佛系恋爱

前天和朋友小萌一起吃饭，她说她最近处在一段“佛系恋爱”关系中，我一脸疑惑。

小萌和她对象认识两周后就互相告白了，最开始两人也跟正常情侣一样，在朋友圈秀恩爱，周末约出来一起吃饭逛街。

只是没想到相处才半年的时间，随着热恋期和荷尔蒙冲动的消逝，再加上每天忙于工作，两个人的状态慢慢变得：

朋友圈很少互赞，微信跟没对象似的。

情侣间也不会备注昵称，微信置顶都是“工作群”。

连吵架也懒得吵，吵完各忙各的，第二天还是一对快乐的cp。

对约会没有什么期待了，甚至“今天堵车”要不就不约了吧。

这种佛系式的恋爱，只是当代年轻人的一部分写照。

不再苛求亲密关系，没有急切的升职欲望，也不再对身边人和身边事保持主动和热情。

为何会“佛系”？原因可能是多种多样的，学习、工作、租房、买房、单身……，或是异乡打拼的孤独，或是对未来的迷茫，还有来自身边人的压力等等，都在引发着他们严重的心理焦虑。找不到努力的意义，那就找到一种让自己舒服的生活方式，早就已经胜过了各种欲望。

如今生活在这个社会，我们真能放下所有去过“佛系”的生活吗？既然不能选择安逸，为何不带着激情去生活和工作？生活中处处充满着惊喜，工作再忙也不能忘了身边的人。希望我们每一个人不管做什么，工作、恋爱、社交、旅行……都愿你不要丢掉对生活的热情和真心，任何一件事都需要用心的地方，生活中也总要有用心的地方。处处不坚持，事事随大流，那只能是淹没于人潮、迷失掉自我。生活如此美好，愿你不佛系。🚫

我们的“演员”之路

文 / 音频研发技术中心 City

结束一年忙碌的工作，又迎来万众期待的奋达春晚。在这次春晚中，我很荣幸得到领导及同事们的信任，参与到部门节目《青春飞扬》的策划，并成为表演团队的一员。除我之外，团队还有Logan、Yuki、Maybe、Wayne、Terry、Elsie，共7个小伙伴。我们都是没有接受过专业舞蹈训练，没有任何舞蹈基础的“演员”，刚开始想到要在这么多领导和同事面前，上台表演节目，心里不免有些忐忑。但看到公司上上下下都在为春晚而忙碌着，我也很想为公司出一份力。现在回想，那一两个月真的是收获满满。



在开始报名时，我们就碰上了一个大难题——选节目。在部门同事一顿头脑风暴以后，我们打算在吉他弹唱和集体朗诵之间二选一。首选比较简单的朗诵，可是排练了三个晚上后，我们始终找不到感觉，另外一边吉他的表演大家也觉得略显单调。于是我们画风一转，准备来个情景剧，还把吉他弹唱糅合进来，变成一个节目。团队又经过一次思想大碰撞，确定了主题和歌曲，并把任务分发下去，Logan负责舞蹈风格确定和找专业人士指导，Yuki负责歌曲编排剪辑，我负责后勤。

确定方向后，大家立马开始练习。我们一边熟悉表演曲目，一边练习动作，一周的功夫，整套舞蹈就有了基本的雏形。在排练的整个过程中，我们发现舞蹈完全不是想象中的那么回事，该扭的地方扭不起来，看似轻盈简单的动作，一落到实处，就怎么都学不会。没想到，在这熟悉的音乐中，平时精干灵动的我们竟是如此的笨拙。一曲下来，整套动作歪七扭八，记了这个动作，忘记了下个动作，大家你看看

我，我看看你，相视傻笑。但作为奋达研发人，气馁、放弃从不属于我们。我们深知没有专业的基础，不付出辛苦劳动是不可能有所成果的。我们一边“拼”时间练习，一边去兄弟部门寻找资源。说来赶巧，与我一同入职的音频市场部Monica Xiong就是我们的最佳人选。Monica练过舞蹈，人也非常热心，给了我们

团队很多的帮助，在这里也表示感谢。

功夫不负有心人，经过每天坚持不懈的练习，不久后我们就感受到舞蹈的乐趣。慢慢地，从基本掌握舞蹈动作，到慢慢变得熟练、流畅，说实话心里还是挺满

足的。还有一个小插曲，Yuki本来是吉他独唱，后来为了凸显舞台效果并采纳领导的意见，最后确定的形式是他主唱我们伴唱，然后大家又开始练歌。千言万语化成一句话，感谢团队每一个同事的付出，为了让节目看起来更加新颖，大家都辛苦了！

台上一分钟，台下十年功，终于到了收获的时候。上台之前，我们既紧张又兴奋，紧张的是要在全公司的领导和同事面前表演，兴奋的是这么久的付出终于有了展现的机会。虽然只有短短几分钟上场的时间，但是能够用自己的力量为公司的春晚增添一分光彩，付出再多的努力也是值得。当然，我们凭借出色的表演赢得了满场的掌声和喝彩。

春晚结束了，但留下来值得我们这个团队学习和借鉴的东西却很多。在今后的的工作中，我们会继续发挥坚持学习、刻苦努力、团结协作的精神，争取在工作的舞台上表现得更加出色，在未来的舞台上做更好的自己。🔥

逝去的昨天

文 / 技术中心 Emma



我们身不由己的
不仅是青春的岁月
还有花谢的谎言
与那潮去的鲜艳

爱不忍释的红棉
无邪的笑脸
在父亲的肩头
嬉笑着陀螺的旋转

招蜂引蝶的春天
风筝的野田
远方的梦想飘往
渴望长大的那一年

梧桐树下
晓风拂过的夏天
不仅带走了赤红的天边
还有那懵懂的初恋

叛逆的墙边
嗞嗞的烟卷

霞思着外面的花花世界
却青涩了女孩秋天的眷恋

冰封了弯曲的流水
清澈了迷茫的双眼
朴素少年轻松的走远
不知熟悉何时再见

陌生的街边
憧憬与失落并现
口袋里忧伤的零钱
盼望回到成为异乡的故乡门前

微笑的镜子里
残月掠过的海面
淹没了枯涩的诗篇
流过那忘却回望的一转眼

滑行于黑暗的光线
早已迷失在惺忪的睡眼之间
撕掉的时间已被定义为从前
别再留恋

你

文 / 智能研发 Shelton

若为阴，彤云淹没苍穹
肆意灰蒙，遮掩碧霄，引人沉梦
你闭眸，黑云压在头顶
此刻漫漶，奥妙神迷，深邃如此，如彤，如你

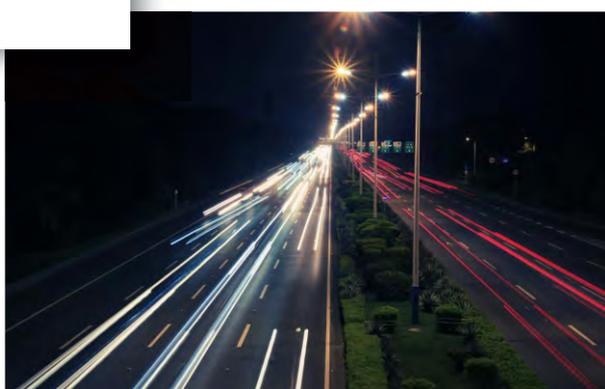
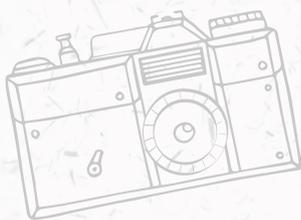
若为晴，阳光遍洒大地
微风和煦，透撒林荫，落地斑斓
你仰面，阳光散落额间
此刻光影，似梦似幻，温润如此，如光，如你

若为雨，清霖掠过长空
浙零沥留，冲撞湖泊，泛起涟漪
你睁眼，雨水浸湿发丝
此刻空濛，倾潇弥漫，清澈如此，如水，如你

若为雪，鸿雪倾抹山河
银装素裹，涂饰山岳，绘上巍峰
你垂头，雪花附于两肩
此刻晶莹，洁白无瑕，纯净如此，如雪，如你



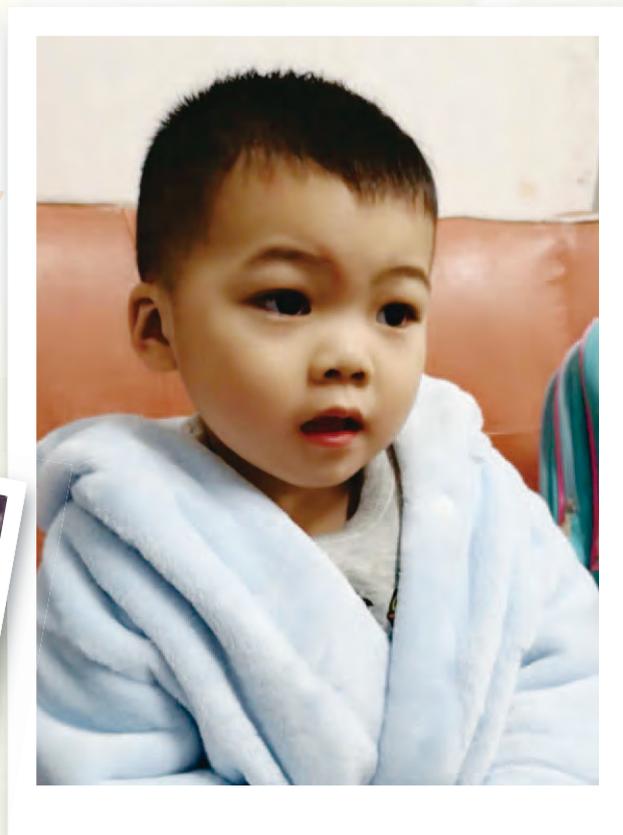
▲《璀璨》音频技术中心 Andy



▲《夜光》企划部 潘加仕



▲《丹霞山》音频技术中心 江婧



宝贝档案

姓名：张梓豪

年龄：3岁

性别：男

妈妈：黎秀星（电器资材部）

爸爸：张继明（信息部）

宝贝故事

大家好！我妈妈给我起名叫张梓豪，小名叫金金，于是我给自己起了个更好听的名字“张梓金”，平时大家叫我“豪哥、豪仔、金仔”，我也会觉得很高兴。每天早上醒来，我就会情不自禁地想到“超人打怪兽”的种种画面，就会和奶奶不停地聊超人一切的一切；我是一个小超人，什么都喜欢吃，你们中意金金这个小超人吗？哈哈.....

父母寄语

愿宝贝健康、快乐地成长，将来做一个对社会有益的人才。



