

# 奋达缘

2021年  
第3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.

从电声到智能可穿戴，奋达科技如何走向品牌化发展  
618玩转国潮，奋达科技自有品牌持续创新高  
奋达科技订单剧增，一季度营收创同期历史新高



# F&D E2 真|无|线|耳|机

白粉双色精致外观设计

蓝牙5.1超低延迟

双耳智能指纹触控

24小时超长续航

半入耳久戴舒适

IPX4级防汗防



活动限时优惠



奋达音频公众号



¥30  
满减优惠券

扫描二维码领取优惠券到卡包



奋达旗舰店



现上天猫京东即可获得宝贝

## 凡事预则立，不预则废

沿用中国古代教育家孔子名言阐明企业发展路：凡事预则立，不预则废。经过二十八年的发展沉淀和战略管理升级，奋达科技抢抓变革机遇，2021年上半年稳定拓展优质客户资源、专注研发和技术能力创新，凭借着快速反应的订单交付能力占据了市场竞争的有利地位。一季度以来，奋达科技营收创同期历史新高。在积极拓宽海外市场、争做国内大牌的口碑ODM/OEM供应商的同时，奋达科技全渠道发力自有品牌，打造差异化竞争优势，获得市场主体的充分认可。

规划谋深远，则成竹在胸。奋达科技将继续依托无线、电声、软件、精密制造四大核心能力，坚持前沿研发和精密制造相结合的营运模式，不断进行技术革新和管理创新，为客户和消费者提供优质的产品和服务。

行业的标杆，企业的楷模，人才的圣地，社会的奋达

Standard of the industry. Model of the enterprise. Holy land  
of the talents. Fenda of the society.



## 《奋达缘》编辑部

总 编 / 肖 奋

顾 问 / 肖 勇 肖 晓 谢玉平 Betty  
郭雪松

主 编 / 陈梓立

编 辑 / 邓梦玲 李海礼

美 编 / 潘加仕

摄 影 / 张河伟

通讯员 / 江 峰 陆永瑜 罗 静 陈智敏  
吴 盼 赵晓珍

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](mailto: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。



## 从电声到智能可穿戴，奋达科技如何走向品牌化发展

经过了近三十年的发展沉淀和创新升级，奋达科技形成了电声、无线、软件、精密制造四大核心竞争力，产品主要涉及电声产品、健康电器、智能穿戴产品、精密金属件、智能门锁以及无线耳机六大业务版块。



## 618玩转国潮，奋达科技自有品牌持续创新高

今年“618”盛典，奋达科技迎来巅峰时刻，销售业绩创新高！奋达科技致力打造的优质新国货品牌：电声品牌奋达F&D、美发电器品牌乐程式LivChic、智能门锁品牌罗曼斯Romance及孵化品牌澳纬Allway均迎来喜人业绩。



## 奋达科技订单剧增，一季度营收创同期历史新高

奋达科技(002681.SZ)4月29日披露的2021年一季度报显示，公司今年1-3月实现营业收入8.3亿元，同比增长39.30%，创公司同期历史新高。

## 奋达资讯

Fenda Information

- 01 / 从电声到智能可穿戴，奋达科技如何走向品牌化发展
- 04 / 618玩转国潮，奋达科技自有品牌持续创新高
- 05 / 奋达科技订单剧增，一季度营收创同期历史新高
- 06 / 给力！奋达科技又双叒上央视
- 07 / 又有名人来带货！奋达科技抢抓数字化营销红利
- 08 / 国潮风起，奋达科技当潮不让
- 09 / 奋达科技获广东省守合同重信用企业荣誉称号
- 09 / 看！他们“瓜分”14万奖金！
- 10 / 盐城市领导一行到奋达科技考察调研
- 10 / 萍乡市领导一行到奋达科技考察调研
- 11 / 为湾区创新代言，奋达科技携智能新品亮相“宝安发布”
- 12 / 奋达科技携新品亮相第十一届中国（永康）国际门博会
- 13 / “晋”无止境——奋达科技举行管理干部晋升表彰大会
- 14 / 喜见成效，肖奋董事长给IPD项目点赞并提出新要求
- 15 / “感受科技奥妙，激发创新热情——奋达科技组织职工参观科技馆

## 集成产品开发

Integrated Product Development

- 17 / 产品开发：不可忽视的“DFX”需求
- 19 / MM管理：如何开展有效的竞品分析活动
- 21 / IPD的7大核心思想及7大组成部分

## 律海拾贝

Legal Knowledge

- 27 / 关于商业贿赂的法律规定，你了解多少？
- 29 / 关于消费者权益保护的规定，你了解多少？

## 知行合一

Unity of Knowledge and Action

- 32 / 如何在工作中脱颖而出？
- 34 / “面试造核弹，入职拧螺丝”，怎么办？

## 阅享新知

Food for Thoughts

- 37 / 《人间草木》：发现奇思妙想的生活
- 38 / 你当像鸟飞向你的山
- 39 / 好书分享

## 心灵家园

The Spiritual Home

- 41 / 锻造奋达铁军，肖奋董事长讲企业文化
- 42 / 聚众心，赢未来
- 43 / 流言止于智者，兴于患者
- 45 / 柿饼

## 诗歌佳作

Poetic Works

- 46 / 诗歌佳作

## 光影世界

Photographic Works

- 48 / 光影世界

### —— 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：8502

稿件一经采用，稿费从优！

# 从电声到智能可穿戴， 奋达科技如何走向品牌化发展



今天的故事还要从27年前开始说起。

如果追溯到27年前，也就是1993年，你会想到哪些事情？

可能有许多小伙伴跟我一样，在当时还不知道会“降落”到哪个家庭。都说互联网是没有记忆的，但打开度娘搜索“1993”，她便会带你回到那个时代，带你回看那一年中的许多重要事件。

在1993年的音频市场，这一年，大街小巷还是录音磁带的天下。年轻人都沉浸在《轻轻地告诉你》的娓娓道来，村东头好看又善良的姑娘还是小芳，而有些人爱的人已经走远了，爱他的人还没到来。

这一年，家用电视逐渐普及，音箱也开始走进家庭之中；这一年，深圳市撤销宝安县，设立宝安区和龙岗区；这一年，深圳市宝安奋达实业有限公司（奋达科技前身）正式成立，并在随后的二十多年间与宝安区产生了互利互惠的深久渊源。

## 一家跨越时代的制造企业

奋达科技以研发和制造扬声器起家，在随后的几年内，逐渐发展到音箱的各个方面。1998年正式成立奋达实业电子厂开始专注于音箱成品的研发、生产和销售。

2008年，奋达科技被评为深圳市第一批“国家级

高新技术企业”，2010年11月完成股份制改造，正式变更为“深圳市奋达科技股份有限公司”，并于2012年成功登陆资本市场，在深交所中小板挂牌上市。

到目前为止，经过了近三十年的发展沉淀和创新升级，奋达科技形成了电声、无线、软件、精密制造四大核心竞争力，产品主要涉及电声产品、健康电器、智能穿戴产品、智能终端金属件、智能门锁以及无线耳机六大业务版块。

## 产品线不断演化 紧跟时代发展需求

奋达科技在2007年以前主要从事电声产品的研发、制造与生产，推出了众多优质的家用音响产品。在这期间的2004年，奋达科技还发现了美发电器的市场空间，开始组建团队，于2007年下半年快速进入发展轨道，随之主营业务加入了健康电器产品。

在2012年上市之后，奋达科技开始转型升级，入局智能可穿戴市场，并于2013年推出了首款智能手表产品，吸引了众多投资者的关注。

随着万物互联时代的到来，奋达科技又以无线音频、人工智能等技术为突破口，提升了消费类音箱、可穿戴设备、智能家居等应用市场的技术和产品开发能力，相继为许多品牌商打造了多款智能音箱、蓝牙耳机、智能手环等爆款产品。

## 蓝牙音频

在蓝牙音频市场，随着蓝牙技术的快速发展，蓝牙音箱、蓝牙耳机均迎来了黄金的发展时期。而智能音箱和TWS耳机作为其中的分支，是发展最为迅速和火爆的产品。

高通《音频产品使用现状调研报告2020》调研结果显示，相较于2019年，TWS真无线耳机在全球范围内实现了23%到42%的增长。在受访的全球用户中，有51%已经拥有智能音箱，与2019年同比增长了16%。

奋达科技基于在电声领域近30年经验积累，快速在智能音箱市场占据了主动地位，凭借着软、硬、云一体化的服务，成为天猫精灵、百度“小度”、京东“叮咚”等智能音箱产品的核心供应商，并直接合作和服务于众多国内外知名企业。其中与阿里巴巴合作的天猫精灵连续四年在中国智能音箱市场销量中排名第一。

耳机也是电声产品一大分类，奋达科技凭借着技术优势，研发并推出过多款经典产品，帮助许多品牌客户获得了市场的认可。

随着TWS耳机迎来爆发式的发展，奋达科技也在近两年开始持续发力TWS耳机领域，其中自主研发的TWS耳机获得了VGP金奖，并将以TWS为代表的可穿戴产品列为了公司未来的战略发展方向。



近日奋达科技还推出了最新的奋达E2真无线耳机产品，人体工学设计搭配单耳仅为3.35g的机身重量，兼顾佩戴的舒适性和稳固性。并且搭载了13mm大尺寸动圈单元，拥有6+24小时长久续航，还支持触控操作、通话降噪等，179元的价格非常具有竞争力。

截止目前，奋达科技已与亚马逊、Creative、Aixlu等国内外品牌厂商在TWS领域建立了合作关系，未来将进一步提升在TWS耳机产品上的研发、生产和销售实力。

## 智能可穿戴

智能可穿戴产品除了上文蓝牙音频中提到的TWS耳机之外，可穿戴式腕带设备智能手表、智能手环增速最为明显。据Canalys最新统计数据显示，2020年可穿戴式腕带设备销量增长10%，达到1.85亿台。

智能可穿戴设备一直是奋达科技所关注并深入研发的领域。2013年，“智能穿戴”概念火爆之时，奋达科技便发布了智能手表产品，受到了众多投资者的青睐。

在可穿戴行业，奋达科技专注于运动、健康和医疗保健方向的高品质研发制造，围绕运动识别、心率、血氧、血压检测等生命体征连续监测方面的核心技术体系，为客户提供具有竞争力的产品。

除了TWS耳机和可穿戴式腕带产品之外，目前受到众多关注但还由于技术限制处于概念阶段的AR/VR智能眼镜产品，奋达科技也均有涉猎。

## 小型家用电器

在小家电领域，奋达科技依旧深耕美发电器，主要客户包括小米、飞利浦、Farouk System、HOT、GHD等业内知名品牌。旗下自主品牌乐程式推出的负离子吹风机、卷发器、直发梳等产品，更是收获了众多用户的喜爱。

## 从奋达科技看传统厂商如何抓住变革机遇

从奋达科技的发展历史中，我们可以看到一个传统工厂的一步步转型升级。以扬声器起家，到研发、生产音响成品；再到看准市场变革，抓住美发电器行业，提早布局智能穿戴市场；进入万物互联时代紧随市场潮流，凭借着在电声领域的深厚经验积累，站稳智能家居中心地位的智能音箱。

## 设计、研发、生产实力

抓住市场变革机遇最首要的点便是自身实力。奋达科技经过近30年的发展，拥有深厚的技术沉淀，形成了一道领先于竞争对手的技术壁垒。资料显示，截至2020年末，奋达科技拥有专利及软件著作权共375项，其中发明专利30项、实用新型专利184项、外观设计专利70项、境外专利4项、软件著作权87项，涵盖了公司主要产品系列。

尤其需要指出的是，2018年奋达科技成立了集团层面的工业技术研究院，洞察行业发展趋势，布局前端技术和未来新业务发展。目前工业研究院拥有研发人员近200人，业务涵盖集团全部业务线，已然成为奋达科技创新发展的主引擎。



此外，奋达科技不断提升自动化水平，持续引入业界领先的智能化生产装备，分别打造了两个自动化团队，助推企业走上智能制造之路。通过“智造”的赋能，实现品质与效率的全面升级。

以目前火爆的智能可穿戴产品为例，奋达科技拥有300多名产品开发工程师，产品开发能力涵盖硬件开发、软件平台、算法支持以及云服务器等各个层面；生产能力上，奋达科技拥有完整的生产线和质量保证系统，能够为客户提供OEM/ODM制造多方面服务。

## 工厂品牌化

品牌化是传统工厂转型的重要一步，传统工厂拥有完整的研发、生产制造能力，品牌化过程则需要销售环节的加入，通过有效的营销，快速建立消费者对于品牌的认知。

奋达科技除了自身拥有过硬的产品研发、生产制

造能力外，还通过支持内部孵化、开放创新需求、共享产业资源等方式，建立内部孵化平台，深入参与创业创新，并与创业创新团队实现深度绑定，开启共创共赢新模式。

奋达科技成立以来，也成功打造和孵化了奋达F&D、乐程式LivChic、罗曼斯Romance、澳纬Allway等品牌，产品涵盖家用音响、智能音箱、TWS耳机、美发电器、智能门锁等。

奋达科技从用户需求出发，以线上和线下深度融合的新零售为营销突破口，以数字化为工具，快速推动了旗下品牌的形象塑造。其中奋达电声产品、乐程式美发电器受到了众多消费者的认可。

## 紧跟市场需求，多元化发展

紧随市场需求不断进行转型升级是传统工厂在发展过程中必须要进行的改变。进入21世纪，电子消费市场在快速的革新，AI人工智能、智能音频、健康监测等功能的应用产生了许多新的产品形态，也丰富了用户的使用体验。

奋达科技从最初的扬声器起家，不断跟随时代的发展进入美发电器、智能音箱、智能穿戴、智能门锁等领域，逐渐形成了目前在电声、无线、软件、精密制造四大领域的主动地位，从而能够持续地向前发展。

## 总结

奋达科技是众多中国工厂从“中国制造”到“中国智造”、“中国品牌”转变的其中一分子，以扬声器起家通过不断地努力，以及紧跟市场的脚步和远超市场的眼光，推动着奋达科技持续的发展壮大，形成了目前在自身领域占据主动地位的企业。

在产品方面，奋达科技产品从家用音响、美发电器，到目前的便携式蓝牙音箱、智能音箱，智能可穿戴的TWS耳机、智能手表/手环等，产品形态、产品功能在不断地革新。在未来，还将进一步加大对耳机的研发、生产和销售，扩大在智能手表/手环上的优势，实现在可穿戴产品上的持续增长。

来源：我爱音频网



# 618玩转国潮, 奋达科技自有品牌持续创新高



今年“618”盛典, 奋达科技迎来巅峰时刻, 销售业绩创新高! 奋达科技致力打造的优质新国货品牌: 电声品牌奋达F&D、美发电器品牌乐程式LivChic、智能门锁品牌罗曼斯Romance及孵化品牌澳纬Allway均迎来喜人业绩。

## 电声品牌奋达F&D

**TOP1** 奋达有源音箱200~300元价位段  
获京东同类音箱产品销量

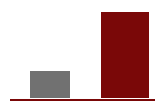
**↑翻番** 奋达TWS耳机  
全平台销量同比



**TOP3** R25BT pro获天猫最佳  
多媒体音箱热销排行榜



## 澳纬Allway (孵化品牌)

 618狂欢盛典日销售业绩  
超越去年6月整月销售业绩



**↑翻番** 蓝牙音箱销量同比翻番



**爆发式  
增长**

线下礼品渠道迎来

## 美发电器品牌乐程式LivChic

**↑翻番** 首次全渠道参加“618”  
线上线下载联动业绩

**NO.1** 迷你小夹板99元价位  
获国内品牌销量NO.1



**140%** 乐程式LivChic海外业绩同比增长

**TOP1** 直发器100-150RMB价位段  
获shopee印尼站

## 智能门锁品牌罗曼斯Romance

**200%** 线上线下载联动业绩增长

**200万** 618期间三天  
新品预售超



# 奋达科技订单剧增，一季度营收创同期历史新高

**奋**达科技(002681.SZ)4月29日披露的2021年一季度季报显示，公司今年1-3月实现营业收入8.3亿元，同比增长39.30%，创公司同期历史新高；实现归属于上市公司股东的净利润3742万元，同比下降41.3%。



依据财报，奋达科技一季度营业收入大幅增长主要系智能音箱和健康电器业务销售增长所致。健康电器方面，奋达科技目前的主要营收和利润都来自北美、欧洲等海外市场，2020年因海外新冠疫情导致该业务增长受限，但进入2021年，随着新冠疫苗广泛接种，疫情在许多国家得到了较好控制，从而使得公司健康电器出口业务恢复增长；电声产品方面，受带显示屏智能音箱出货量激增等因素影响，智能音箱市场增长强势，依据Omdia报告，全球智能音箱的安装量在2020年达到3.389亿台，较2019年的1.38亿台设备大幅增长，并且预计在2021年将增至5.12亿台，且智能音箱行业的整体销售收入在2020年达到了113亿美元，并预计将在2021年达到147亿美元。奋达科技作为阿里、百度、京东等全球主流智能音箱品牌的ODM厂商，出货量也获得了较高增长。

依据奋达科技互动易披露，公司今年一季度之所以在营收大幅增长的情况下利润却有所下降的原因主要有以下三个方面：第一，人民币升值致汇兑损失以及原材料涨价使公司的净利润减少了5000万

元左右；第二，为响应政府鼓励员工留深过年的号召，奋达科技有1500余一线员工留厂，增加了额外开支，与此同时，因订单需求，奋达科技大年初四即开工并伴有加班，由于节假日工资大幅增加，也给公司增加了额外开支；第三，为完成剧增的订单，奋达科技增加了大量的新产线、新员工、技术人员和管理人员，在一季度处于投入和磨合阶段，费用开支较大。奋达科技同时表示，公司目前的生产经营已逐渐得到好转，随着生产效率提升，公司对未来仍充满信心。



值得一提的是，依据一季报，奋达科技在今年一季度的研发费用较上年同期增加了3096万元，同比大幅增长84.05%，巨额研发费用的投入也在一定程度上影响了一季度净利润。但磨刀不误砍柴工，持续的大力度研发投入有望成为奋达科技长期成长的动力。

有分析人士认为，一季度营收接近40%的大幅增长表明奋达科技的手头订单充足，生产经营处于上升轨道，而导致公司一季度利润下滑的主要原因都是非经常性因素，且部分影响因素很快就会消除，一季度后随着各项经营管理工作进入正轨，奋达科技2021年全年的经营业绩依然值得看好。

来源：证券时报网

## 给力！奋达科技又双叕上央视

智能音箱这两年，特别是今年呈现爆发式增长，订单量剧增，比去年增长约80%。

本刊讯（通讯员 Key）奋达科技今年可谓是“霸屏”央视。近日，中央电视台新闻栏目组走进奋达科技实地采访拍摄，聚焦智能音箱市场需求，深入挖掘品类价值。这是继央视3月7日刊播报公司出口业绩后，再次聚焦奋达科技，充分展现了公司在消费电子行业的实力与地位。

奋达科技董事长办公室总监郭雪松先生在采访中表示，“智能音箱这两年，特别是今年呈现爆发式增长，订单量剧增，比去年增长约80%，而去年相较于前年，公司还是增加了20%。据了解，我们的同行都在加班加点。”

此前，市场研究机构Strategy Analytics最新发布的研究报告指出，2020年全球智能音箱销量突破1.5亿台，创出历史新高，其中国内市场突破约4600万台，略低于2019年。然而在年前两个月，智能音箱出口订单持续增加，国内市场销售同样表现不俗，其中带屏幕的音箱逐渐成为市场主流。

此外，据2021年洛图科技调查数据显示，2月份国内智能音箱市场销量299万台，同比增长73.7%，其中有屏音箱的销量占比达到28%，延续了2020年第四季度稳步增长的势头，销量再度提升。

销量持续增长的背后，是有屏音箱多元化的产品体验优势。

奋达科技作为国内领先的智能硬件企业，在带屏智能音箱发展初期便已进入赛道。因电声基础扎实，公司先后成为阿里巴巴“天猫精灵”、百度“小度”、京东“叮咚”、Yandex等知名智能音箱品牌的ODM提供商。其中公司与阿里巴巴合作的天猫精灵

连续四年在中国智能音箱市场销量中排名第一。而公司的带屏智能音箱业务也因远程办公、在线教育、在线医疗等应用场景的爆发，在2020年获得了高质量发展。



事实上，智能音箱从2017年的“音箱元年”发展至今，随着硬件配置迭代、软件技术的升级，现在已经呈现出“屏幕化升级”、“AI交互再定义”的两个趋势，“可视化”正赋予智能音箱新的可能。华为全球产业展望（GIV）预测，到2025年，智能个人终端助理将覆盖全球90%的人口，全球将有4.7亿台智能音箱。

随着诸多巨头的加入，有屏音箱逐渐成为音箱行业新的爆点。奋达科技重点把握基于语音交互和人工智能技术发展带给智能语音音箱爆发式增长的机会，加大对带屏智能音箱的市场开拓力度，在大客户实力加持下或将获得更大的增长空间，享受智能音箱市场带来的巨大红利。

## 又有名人来带货!奋达科技抢抓数字化营销红利



本刊讯（通讯员 Key）4月15日晚，奋达科技自主电声品牌“奋达F&D”空降江苏卫视著名主持人&淘宝聚划算抠价官李好的直播间，当天主推的奋达E1真无线蓝牙耳机作为“扣价”好物，在直播期间吸引了一大波粉丝，直接增强“奋达旗舰店”系列产品曝光度，下单转化率直线提升。

近年来，随着新型移动电商快速发展，具有“云购物”属性的直播带货逐渐成为主流营销方式。据艾媒咨询数据显示，2020年中国直播电商市场规模达到9610亿元，同比大幅增长121.5%；超一半的直播电商用户每周购买频次超5次，消费潜力巨大。

可见，直播购物的常态化已然给企业提供了一个巨大的流量池，目标客户群体成倍增加。而将“数字化营销+自主品牌”作为切入口的奋达科技，也同样在大力发展云端购物。

除电声品牌奋达F&D之外，奋达科技还拥有美发电器品牌乐程式LivChic、智能门锁品牌罗曼斯Romance和孵化品牌澳纬Allway。公司依托主流平台布局直播电商，先后与汪涵、宋伊人、利菁等名人开展直播带货合作，利用明星效应提升消费市场

关注度，品牌影响力显著增强。

另外，公司还开拓云展览、在线商店、社交平台等渠道，同步完善线上、线下销售模式，打造为自有品牌服务的数字化营销生态。

全球领先的金融服务科技企业FIS发布的报告数据显示，中国已成为全球最大的电子商务市场，预计到2024年，电商市场总值将达到3.17万亿美元。艾媒咨询也预测，随着我国直播技术进步、人们接受程度提高，下沉市场的进一步释放，直播电商市场有待持续扩大，2021年直播电商市场规模将达到12012亿元。

新零售时代下，奋达科技将进一步加强内容生态建设，做好精准营销，用全新发展理念激发品牌优势。相信在国货风潮下，公司有望赢得更多的数字化营销红利，为客户提供绿色、优质、高性价比的产品和服务，让人类享受更美好的生活。

## 国潮风起, 奋达科技当潮不让

**本**刊讯 ( 通讯员 Shynee ) 国潮当下, 兼具高颜值、高品质、文化内涵与时尚潮流的新国货形象引领着各领域的消费升级。越来越多的品质国货被追捧为潮流, 越来越多的国人推崇国风国潮, 消费品牌纷纷以新国潮形式迎合这场新文化盛宴。

2020年是中国国货新潮流的高光之年。据阿里研究院发布的《2020中国消费品牌发展报告》显示, 中国本土品牌线上市场占有率已经达到72%。当下中国年轻一代对国货的接受度、喜爱度可以说是过去几十年来最高的。目前, 中国品牌无论是在本土消费市场, 还是全球竞争格局当中, 都发生着深刻变化。

### 以国为潮, 品质为坚

国潮, 不仅是夺目的包装和潮流时尚, 更应该是一种态度和对品质如一的坚守。

奋达科技成立近30年, 始终坚持以“为顾客提供绿色、优质、高性价比的产品和服务, 让人类享受更美好的生活”的企业使命, 以优良的产品“质”敬客户。公司不仅拥有专业的品质管理团队, 对产品进行全流程的质量控制, 还建立了专业的综合实验室, 满足公司主要系列产品从原材料到产成品的全面试验和检测需求。

同时, 公司积极夯实工研院与各业务板块技术中心的联动和融合, 持续加大研发投入。截至2020年末, 公司及主要子公司拥有专利及软件著作权共375项, 其中发明专利30项、实用新型专利184项、外观设计专利70项、境外专利4项、软件著作权87项, 涵盖了公司主要产品系列, 形成了一道领先于竞争对手的技术壁垒。

### 奋达“智”造, 中国品牌

近几年, “中国制造”正式开始向“中国品牌”转型, 在国家“一带一路”政策指导下, 中国品牌全面爆发, 在世界范围内吹响了崛起的号角。

奋达科技作为智能制造领域的资深企业, 以坚持不懈的技术研发、自身过硬的产品品质为基础, 打造电声品牌奋达F&D、美发电器品牌乐程式LivChic、智能门锁品牌罗曼斯Romance和孵化品牌澳纬Allway。同时成立品牌孵化中心, 全力推动公司各大自主品牌发展, 塑造品牌形象, 扩大市场份额。近期在市场上较为火热的美发品牌“乐程式”便是依托母公司强大的研发和制造能力迅速崛起的, 现已取得了不错的成效。

此外, 奋达科技自创立自主品牌以来, 凭借着优秀的品牌实力, 荣获了“中国市场知名品牌”、“中国电子行业知名品牌”、“中国电子音响行业优秀品牌”、“广东省高科技企业鲲鹏奖之科技品牌大奖”等表彰。

### 电商赋能, “心”潮澎湃

如今, 直播带货已然加速了企业数字化进程, 线上和线下深度融合的新零售正成为营销突破口。奋达科技坚持从用户需求出发, 以数字化为工具, 深耕直播领域, 进行创意内容营销。此前, 乐程式作为国货新晋品牌, 走进了著名主持人汪涵的《向美好出发》淘宝直播间; 4月, 奋达科技携手江苏卫视著名主持人李好玩转直播。

在加码直播赛道的同时, 奋达科技紧扣消费升级与渠道融合的行业脉搏, 积极布局电商平台、社交平台等各类新业务模式, 打造多元化品牌互动, 以年轻人喜闻乐见的方式建立诸多有效沟通的新消费场景, 用全新发展理念激发品牌优势与市场活力。可以预见, 在新国货风潮的引领下, 奋达、乐程式、罗曼斯等公司自主品牌开拓新增量市场十分可期, 借此东风, 奋达科技也将迎来新一轮发展。

“国潮”既关乎本土文化的复兴, 也见证了市场趋势的变化, 更意味着可期待的未来。奋达科技坚信, 国潮不是一味追求复古的格调, 只有专注用户体验、用心打磨的产品才是真国货之光!

## 奋达科技获广东省守合同重信用企业荣誉称号

**本**刊讯（通讯员 李海礼）近日，奋达科技顺利通过广东省市场监督管理局的评审，荣获2020年度“广东省守合同重信用企业”称号。

“广东省守合同重信用企业”评选，是广东省市场监督管理局批准的一项高规格企业评选，通过对企业的经营情况、品牌影响力、合同信用管理体系、合同行为、合同履行状况、社会信誉等多方面进行综合评定，评选出诚信经营、信用体系建设和合同制度管理完善的优秀企业，予以公示和表彰。奋达科技能够获此殊荣，表明了公司诚信经营、企业信用体系建设以及维护合同信用等方面得到了政府部门和社会各界的高度认可。

荣誉既是激励，也是鞭策。奋达科技自成立以来，始终秉承“尊重、诚信、创新，成就客户、成就企业、成就员工”的核心价值观，将“守合同、重信用”视为企业经营发展的根本，坚持诚信为本、质量

至上的经营原则，坚持“回归初心，品质享誉全球产品奋达造”的产品战略，在诚信建设、合同履行、规范经营等方面不断完善，依托产品技术创新、产品质量与服务提升，赢得了广大客户的信赖。公司目前在全球的产品销售已扩展至80多个国家和地区，成功树立了“守合同、重信用”的良好市场形象，成为具有国际影响力的创新型企业。公司先后获得“国家知名品牌”、“信用管理AA级企业”、“广东省名牌产品”、“深圳知名品牌”、“守合同重信用企业”、“中小企业诚信榜”等荣誉称号。

以诚信树品牌，以诚信立长远。放眼未来，奋达科技将持续完善诚信体系建设，不断提升企业文化软实力和社会公信力，以高品质、高性价比的产品，服务全球客户。

## 看！他们“瓜分”14万奖金！

**本**刊讯（通讯员 Shynee）创新引领时代，科技创造未来。4月8日上午，奋达科技对各事业部在2020年科技创新工作中做出突出贡献的团队和个人给予奖励。这不仅肯定了员工在创新中所做的成绩，也进一步激发了员工的创新积极性。

为落实“以创新求发展”的经营理念，倡导奋达人开拓创新精神，切实提高产品技术含量，沉淀自主知识产权，奋达科技从2002年开始设立年度知识产权奖。经过近二十年的发展，公司已经申请了超过1000项各类知识产权，帮助公司不断突破技术壁垒，形成了深厚的技术底蕴。截止目前，奋达科技专利奖奖金已累积颁发超百万元。

“专利技术代表公司的核心竞争力，有助于公司宣传推广及打开市场，让公司在残酷的市场竞争中占据一定的技术优势。希望员工与公司共同成长，

努力将奋达科技打造成行业的标杆。”奋达科技负责人在发放奖金时表示。

事实上，奋达科技不仅为专利设置奖励，对其他创新人员的奖励力度也不小。多年来，公司牢固树立创新发展理念，持之以恒开展“创新大赛”活动。截至奋达科技第十九届创新大赛，累计获奖的创新项目达2000余项。创新大赛中不少创新项目攻克了生产经营管理、发展建设中常见的难点、热点问题，已实现落地转化，为公司带来一定的效益。

回望奋达科技近三十年的科技创新工作，专利及创新项目经历了数量从无到有，布局从单一向全面发展的过程。未来，奋达科技将最大限度发挥专利成果对企业经营发展的支撑作用，让创新创效成为推动企业高质量发展的不竭动力，进而从根本上提升企业核心竞争力。

## 盐城市领导一行到奋达科技考察调研

**本**刊讯（通讯员 邓梦玲）5月12日，盐城市领导一行到奋达科技考察调研。奋达科技董事长肖奋先生、董事长办公室总监郭雪松先生、投资总监周桂清先生、董事长助理江念女士热情接待。

在肖奋董事长的陪同下，盐城市领导一行先后参观了奋达科技SMT车间、智能生产车间和数字化多功能展厅，亲身体验了智能家居应用场景，详细了解了公司的发展历程、产业布局、园区规划等情况。

在健康电器产品展示区，肖奋董事长重点介绍了奋达科技健康电器业务，他指出公司主要专注于美容美发电器专业产品市场，多年来引领美发类专业产品市场的消费潮流，整体出口额一直名列前茅。

盐城市领导一行对奋达科技的自主研发实力、产品生产制造能力、产品管控流程给予了高度的赞扬和肯定，特别指出奋达科技的美发电器产品不仅颜值姣好，还符合消费者对小家电轻便耐用的需

求。随后，双方前往会议室进行了深入沟通交流。

会上，肖奋董事长重点谈及了公司的人才战略和未来发展规划。他表示自公司成立以来一直秉承着自主创新理念，近年来进一步加强人才队伍的建设，积极引进中高层管理人员，强化研发人员储备，搭建专业的研发团队，不断推动公司转型升级。同时，公司密切关注行业的技术发展趋势和国内外消费趋势，不断优化全球布局，目前已拥有深圳宝安、东莞清溪两大产业园，并在越南建立生产基地。

肖奋董事长表示，盐城区位优势明显，产业基础厚实，在发展电子信息及其上下游产业方面优势突出，是投资兴业的理想之地。他表示愿与盐城强化沟通联系，寻求合作机会，携手在电子信息领域取得更大发展。

## 萍乡市领导一行到奋达科技考察调研

**本**刊讯（通讯员 邓梦玲）5月11日上午，江西省萍乡市领导一行到奋达科技考察调研。奋达科技董事长肖奋先生、董事长办公室总监郭雪松先生、投资总监周桂清先生热情接待。

萍乡市领导一行实地参观了奋达科技综合实验室、SMT车间、智能生产车间和数字化多功能展厅，深入了解了奋达科技的发展历程及产业布局情况，对奋达科技在新型智能硬件一体化解决方案领域的创新发展及成就给予了高度评价。

萍乡市领导在会上介绍了江西省萍乡市的整体情况，表示奋达科技作为知名上市公司和国内少数能提供软、硬、云一体化服务的智能硬件企业，在电子信息产业方面具有丰富的技术沉淀和强大的创新能力，与江西省“2+6+N”、萍乡市“1+2+N”产业高质量发展战略十分契合。

肖奋董事长对萍乡市一行领导的到访表示热烈欢迎，并介绍了奋达科技的企业发展情况、产业发展规划及未来投资计划。他表示，奋达科技扎根深圳宝安近三十年，坚持“一个奋达，一驾马车”，坚持以市场拉动、以技术和品牌双轮驱动企业发展。公司密切关注行业发展趋势，围绕提升企业核心竞争能力，积极在主业规模、技术创新、全球化经营和未来新赛道等方面进行前瞻性布局，确保在行业发展中抢占先发优势。

肖奋董事长指出，萍乡市区位优势明显，工业基础扎实，产业发展环境良好，这对企业入驻很有吸引力。后续有机会将组织专业团队到萍乡进一步考察对接，希望双方能够在电子信息产业高质量发展中实现优势互补，进一步促进当地产业转型升级，为萍乡市经济社会发展做出积极贡献。

# 为湾区创新代言 奋达科技携智能新品亮相“宝安发布”



图 / 张河伟 摄

本刊讯（通讯员 邓梦玲）4月22日，由深圳市宝安区科技创新局主办，宝安区科技创新服务中心承办的“星聚湾区 壹往无前”——湾区新技术新产品展示中心启用一周年暨“宝安发布”活动在宝安湾区展示中心隆重举行。奋达科技受邀参加，并携自有电声品牌奋达F&D、智能门锁品牌罗曼斯Romance及孵化品牌澳纬Allway亮相下午的高端制造展会，传递智能生活新理念。



图 / 张河伟 摄

湾区新技术新产品展示中心（以下简称“湾区展示中心”）是宝安区委区政府抢抓“双区驱动”重大历史机遇，围绕制造业高质量发展重点打造的深圳第一个集产品展示、技术成果转化交易、知识产权保护“三位一体”的服务平台，是“宝安发布”的专属发布厅。自成立以来，湾区展示中心举办“宝安发

布”35场，发布175家企业200余项新技术新产品，举办专业展会及活动79场，累计参展企业666家，各类活动线上线下参与人次累计达550万，有效地推动了本地企业高质量发展。



作为宝安区重点扶持的“国家级高新技术企业”、“广东省百强民营企业”、“深圳市民营骨干领军企业”，奋达科技始终秉承着稳健经营、持续创新、合作开放的发展策略。在此次展会上，奋达科技保持着过往科技化、智能化、便捷化的特色，重点展示了公司品牌产品，得到了来访领导和嘉宾的一致认可和高度评价。

宝安作为深圳的产业大区，有5.1万家制造业企业。奋达科技作为深耕宝安区的资深企业，经过近三十年的发展沉淀与创新升级，逐步形成了电声、无线、软件、精密制造四大核心竞争力，为品牌客户、企业客户和消费者提供有竞争力的智能硬件解决方案、产品和服务，直接合作和服务于阿里巴巴、京东、百度、联想、沃尔玛、Philips、Farouk Systems等全球知名品牌，是国内少数能提供软、硬、云一体化服务的智能硬件企业。未来，奋达科技将始终以打造创新型企业为目标，瞄准行业前沿，突破传统制造业的发展“瓶颈”，抢占智能制造高地，争做智造革命“领头羊”，助力“宝安品牌”打造。



# 奋达科技携新品亮相 第十一届中国(永康)国际门博会

本刊讯(通讯员 Minny)5月26日-28日,第十一届中国(永康)国际门业博览会暨永康门博会在世界五金之都——浙江永康(永康国际中心)隆重举行。奋达科技旗下高端智能门锁品牌罗曼斯Romance携L1/L2标准版、猫眼版、Pro版等新品重磅亮相,为智能家居行业树立鲜明的标杆。



据了解,本届门博会由中国商业联合会、中国建筑金属结构协会、中国房地产业协会、永康市人民政府主办,中国科技五金城集团有限公司、中国建筑金属结构协会钢木门窗委员会、中国建筑金属结构协会联络部、永康市钢木门窗行业协会等单位和组织承办。

经过十余年的精心培育和发展,门博会已成为中国门业交流与合作的重要平台,也是国内外知名企业展示自身实力与品牌的高端舞台。此次展会共吸引了来自美国、德国、日本以及我国23个省区的610家企业参加,汇聚了家居门类、电动门类等20余种类型的门,机械锁、电子锁、指纹锁、密码锁等各类锁具。

作为全自动智能锁的缔造者,奋达科技在本次展会上首次亮相的罗曼斯Romance高端智能锁新品L1Pro、L2Pro,率先采用了3D人脸解锁、可视猫眼、APP远程智控等核心技术和功能,加上外在造型的个性化设计,更具美感,更符合新时代大众

追求的新潮个性需求,也充分体现了奋达科技在智能家居领域的革新力和创造力。



展出期间,中国五金产业技术创新战略联盟常务副理事长刘增辉亲临奋达科技展位,了解和体验奋达科技高端智能门锁展品,对本次展出的罗曼斯Romance新品L1、L2系列给予了高度评价,直言“多重核心科技赋能,奋达科技必将再次引领智能锁行业迈向新高”。



据智能门锁研究Pro资料显示:全球智能家居市场规模稳定增长,家庭安防成为智能产品消费需求榜首,预计2023年,全球智能家居规模将增长至1470亿元。奋达科技将不断提升产品生命力,坚持以用户需求为导向,融入匠心精神,不断创新升级,打造一流高端智能门锁品牌,为客户创造更优质的产品和服务,让人类享受更美好的生活。

# “晋”无止境

## ——奋达科技举行管理干部晋升表彰大会

**本**刊讯（通讯员 邓梦玲）5月12日下午，奋达科技2021年总监级管理干部晋升表彰大会在办公楼培训室顺利举办，本次晋升人员共9人。大会由奋达科技人力资源总监朱晓晖女士主持，奋达科技副总裁Betty女士及公司管理干部近百人出席。奋达科技董事长肖奋先生出席并为晋升人员颁发证书。

为加强公司内部人才培养、建立人才梯队，做实和完善公司职级晋升通道，形成规范化、常态化和科学化的员工发展机制，奋达科技于2020年11月制定了《晋升管理制度》。经过前期评审考核，2021年共有52人获得晋升，其中9人晋升总监级。

会上，朱晓晖简要介绍了9名晋升干部的工作业绩，并邀请他们上台作述职报告，分享未来工作计划和实施思路。



图 / 潘加仕 摄

肖奋董事长在会上作总结发言，他代表公司董事会、管理层对9位干部的晋升表示祝贺，对他们的付出表示感谢。他指出，每位干部过去的工作都可圈可点，为公司所做的贡献，大家也有目共睹。人才是一个企业发展的源动力，职级晋升是公司推进和完善人员考核激励机制的一个重要举措。他强调，奋达科技的平台是开放的，只要大家能够勤勉工作，努力做出成绩，都会获得公司的肯定和认可，都能有晋升的机会。此次晋升表彰，不仅仅代表着9位干部个人的荣誉，更是一种使命担当，承载着公司对干部们更高的期待。希望这9位管理干

部能够在新的岗位上做出更卓越的贡献，也希望全体员工以晋升干部为榜样，在本职岗位上不断提高业务能力，共同推动奋达科技更好更快发展。



图 / 潘加仕 摄

最后，肖奋董事长对奋达科技的管理干部提了六点要求：

第一，要为公司业绩增长做贡献。站得高看得远，管理干部所处的位置越高，就要更好地发挥自身能力，更好地传达和使用新的管理方法和经营理念，为公司的业绩增长做贡献。

第二，要为公司创新做贡献。坚持创新的思想，管理干部要通过自身的创新带动整个公司的创新，这不仅要求大家在管理上创新，更要求在技术提升、业务获取、工艺改造上进行创新。

第三，要敢于挑战，不断提升。要给自己设定挑战目标，通过自身不断地努力来达成目标，通过不断自我加压，从而使得自己做得更好。

第四，要充分发挥团队的作用。团结就是力量，团结才能出绩效。管理干部要带领团队实现整体、协同作战，才能做到“歼敌”于千里之外。

第五，要强化成本意识，要有成本观念。成本再少，积少成多，就是一笔巨款。公司每一名员工都要有成本观念，不能忽视每一笔细微的支出。

第六，做任何事都要提前策划，要有预案。凡事预则立，不预则废。做好预案，才能更好地应对可能出现的问题。

## 喜见成效，肖奋董事长给IPD项目点赞 并提出新要求

本刊讯（通讯员 Key）近日，奋达科技成功召开IPD推进小组第三次联席会议，并对优秀项目和优秀个人进行颁奖。奋达科技董事长肖奋先生、高级副总裁谢玉平女士、副总裁Betty女士等流程决策委员，以及各事业部IPD推进小组成员出席会议。会议在奋达科技园办公楼六楼举行。



会上，各事业部负责人介绍了此次评选出的优秀IPD项目、项目成果等，宣读了2020年电器及音频事业部IPD推行优秀项目及个人名单并进行颁奖，鼓励他们再接再厉，精益求精。

肖奋董事长就IPD团队成果报告进行了精彩总结，他指出，随着市场竞争态势愈加明显，企业若没有强大的流程和高效率的管理体系作支撑，将难以开展新业态布局。奋达科技未来三年想要达成100亿的营业目标，必须建立科学合理、运营高效、责任明晰的IPD组织体系。此外，IPD体系内涵丰富、环环相扣，奋达IPD流程需要依照ODM/OEM/自主品牌/升级换代的产品这四个研发类型分别制定流程，不能一刀切。

肖奋董事长表示，万事开头难，很高兴看到大家取得了一定的成绩。IPD高质量输出反映出各推进小组成员付出的心血，推进小组要高度重视成果运用与实践，在项目推进中带领团队使用IPD流程，切实提高开发效率和质量；各部门要认真学习IPD相关业务和流程等方面的知识，坚持按IPD流程

规范化执行，保证IPD流程与各职能体系充分融合。希望我们全员坚定信心，以务实有效的措施，攻坚克难，推动IPD项目成功运行。

随后，IPD变革负责人汇报了公司2021年IPD重点工作及2022年IPD推进计划。他指出，公司上下充分认识到推行IPD项目对企业发展的重要意义，目前公司多个事业部正在做阶段性流程开发，并组建了各自的IPD建设团队，坚定不移地把IPD稳步向前推进。同时，防止IPD繁琐化发展非常重要，IPD推进组需要根据不同业务场景制定项目裁剪标准，细化流程，提升效率。

会议最后，集团流程决策委员会就IPD推进计划、团队激励机制以及项目管理计划等事项进行深入沟通。



本次联席会议的成功召开，标志着奋达科技IPD进入了全面实施阶段。未来，在企业战略的引领下，奋达科技将坚持一手抓经营产出，一手抓变革落地，推动公司高质量发展迈上新台阶。

注：集成产品开发（Integrated Product Development简称IPD）不是一套固化的思想、流程、子流程、组织架构、激励机制，更不是纷繁复杂的各种工具、模板、表单和考核指标，而是灵活发展的，必须在不断吸取业界最佳实践和解决业务问题的过程中与时俱进。

# 感受科技奥妙, 激发创新热情

## —— 奋达科技组织职工参观科技馆

本刊讯 ( 通讯员 Key ) 为提高公司员工的科学文化素质, 激发科技人员探索热情, 4月18日上午, 奋达科技企业科学技术协会 ( 以下简称“企业科协” ) 应宝安区科学技术协会邀请, 在宝安区科技馆组织开展了一场科技文化之旅, 来自公司及子公司的80余名研发人员、科技爱好者及员工家属参加了活动。



图 / 秦树婷 摄

本次活动中, 他们不仅学到了关于天文、古代科技等科普知识, 还通过了解古今中外科学史认识到了如今的科学技术成果来之不易。接下来他们将立足本职工作, 不断开展科普学习, 提升自身科研水平, 服务企业科技水平发展, 助力社会科学技术进步。

据了解, 奋达科技企业科协成立于2016年, 是宝安区首批十二家成立的企业科学技术协会之一, 旨在搭建起企业科技工作者和管理决策层之间的全新沟通桥梁, 带动和激发员工的创新热情和活力。奋达科技企业科协秘书长熊俊岚女士表示: 企业科协一直在着力提升自身作为创新载体的科技创新服务能力, 通过积极举办优质科技活动, 建设好科技人员之家, 培养出一批批敢于创新、乐于创新、善于创新的技术研发人员, 并带动全体奋达职工学习科学技术知识。

据悉, 此次活动是宝安区科技馆为奋达科技企业科协设置的专场展览活动, 奋达团队一行先后参观了“中国酷发明”古代文明科普展、“仰望星空”主题天文科普展、常设展厅、少儿科学启蒙展厅等科技展厅, 还深度体验了4D动感影院、球幕影院等设施。在常设展厅, 通过对天文、物理、化学现象展示进行解读, 在孩子们心中种下了科学的种子; 在天文科普展厅, “月亮的圆缺与潮汐现象”、“运动的太阳系”等场景让大家体会到遨游太空、拥抱星辰大海的乐趣; 4D动感影院、球形影院, 更是向大家展示了自然界的奥秘。当然, 最受欢迎的还是机器人跳舞表演, 这个曾两次登上春晚表演的机器人伴着“世界杯主题曲、铃儿响叮当”音乐热情舞动, 吸引了孩子们的目光, 现场惊叹声不绝于耳。

“没想到还有这样好看又好玩的科普活动, 希望以后企科协能多多组织!” 奋达科技技术中心的张工说道。同行的企业科协成员们也纷纷表示, 在

企业发展的生命力源于自主创新力  
奋达科技的国际化拓展离不开卓越的研发管理体系  
强化IPD模式落地，汲取充足的养分自我革新  
企业发展将更具前瞻性

# IPD



# 产品开发：不可忽视的“DFX”需求

文 / IPD推进组



DFX是Design for X的简写，即面向产品生命周期各/某环节的设计，要求在产品设计时不仅要考虑产品的功能和性能，还要尽早地考虑X方面的要素。其中X可以代表产品生命周期或其中某一环节，如制造DFM、采购DFP、测试DFT、服务DFS、成本DFC、服务DFS等。

IPD流程立项前的一个重要工作就是需求评估，包括市场/客户需求澄清，公司内部DFX需求分析，为项目的方案选型、立项决策提供支持。

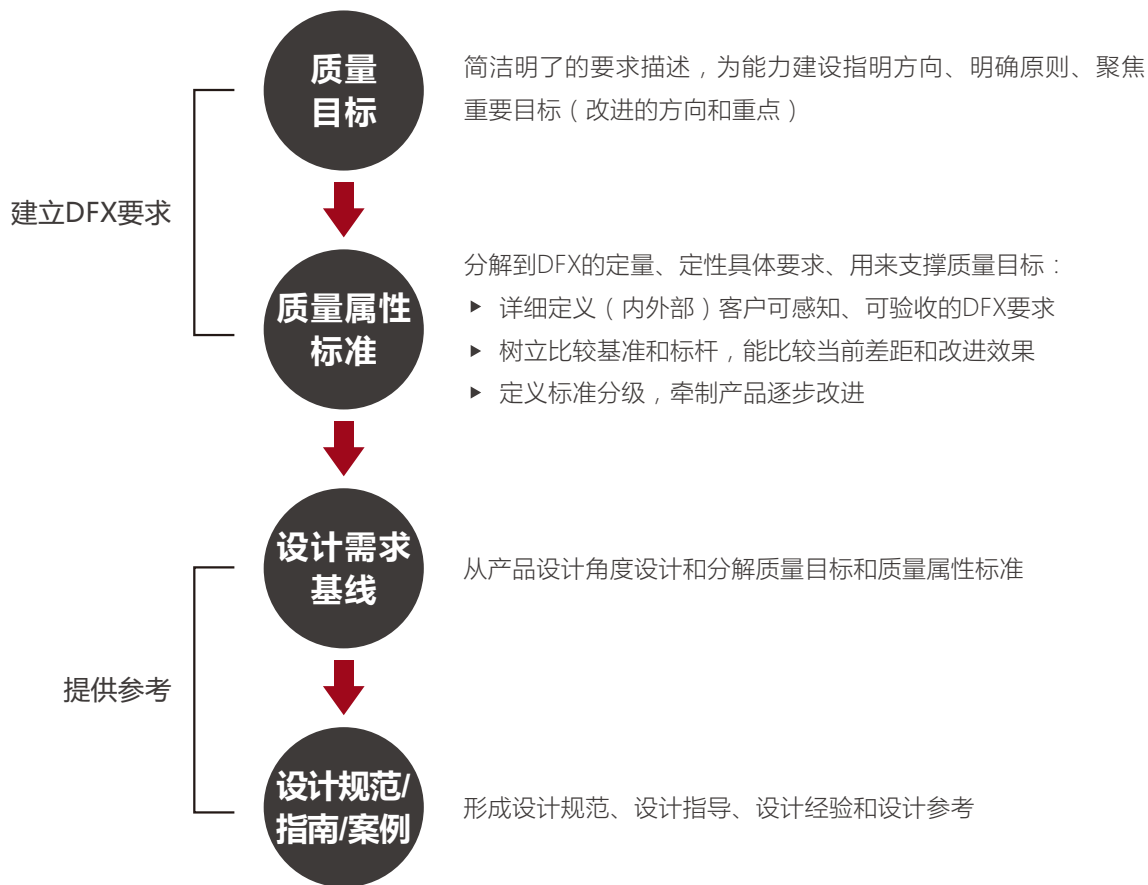
奋达新产品开发项目DFX需求分析是在BSE阶段，各领域代表，如测试代表负责可测试性方面的

需求、工艺代表（生产代表参与）负责可制造性方面的需求、采购代表负责可采购性方面的需求、售后服务代表负责可服务性方面的需求等等，各领域的需求分析并行开展，最后由SE组织DFX需求整合和分析。

DFX需求可以代表产品竞争力或决定产品竞争力的因素，如质量、成本等。

做好DFX需求分析，必将缩短产品开发周期、提高产品质量、降低开发成本！

下图是某公司的DFX能力提升方法和途径，可以帮助我们更快地理解如何提升DFX需求分析能力。



## 一、建立质量目标

首先通过将自身和竞争对手相比、自身和自身相比，识别自身的短板DFX，目的是为DFX能力建设指明方向；然后对DFX能力制定分步走的质量目标。例如，可采购性....

## 二、制定DFX质量属性标准

衡量DFX质量的各项标准应是定量或定性的具体要求，用于支撑质量目标的达成。这些标准应是可被客户感知和验证的，能够明确地衡量出改进前和改进后的差别，能够定义不同分级要求。

## 三、提出设计需求基线

要达成设置的DFX质量要求，就需要对产品的

系统架构进行优化和重构，包括软件、硬件、结构等各个子系统或部分子系统进行重构，这对产品的系统设计提出了挑战。针对产品系统架构的优化和重构结果，提出软件、硬件或结构的设计需求基线，供设计新产品系统时作为内部需求纳入产品包需求。

## 四、形成设计约束、指南和案例

不断总结公司和产品线中各产品的优秀实践，逐步形成设计约束、设计指导、设计经验和设计参考供设计新产品时参考借鉴。

这些DFX要求的落地与监控，通常将落实到产品开发流程的TR评审点作为评审要素，通过TR评审去评估和检查DFX要求的落地情况。

# MM管理:如何开展有效的竞品分析活动

文 / IPD推进组

**竞**品是指产品在同领域的竞争对手，只要是和我们争夺同领域用户的都可以称为竞品。



## 一、为什么要做竞品分析

我们知道，竞品分析是产品立项、产品开发中的重要活动。特别是在立项阶段，商场如战场，知己知彼方能百战百胜，正所谓“胜者先胜而谋战，败者先战而求胜”。此外，还有一个重要的作用就是站在巨人肩膀上模仿，这样更容易快速取得成功。

模仿不仅仅是抄作业，还要在抄作业中悟出点道道来，最终超越对手。竞品分析只是解决问题的一种解决方案，唯有通过竞品分析找到客户面临的问题，才能超越竞争对手，实现从抄到超。

## 二、竞品分析的流程

### 1. 竞品分析的目标是什么

也就是为什么要做竞品分析，为哪个产品做竞品分析，当前产品处于什么阶段，竞品分析的目标是学习借鉴还是进行优劣势对比？是直接面向单个客户做竞品分析还是面向一个客户群做竞品分析呢，这些都会影响到竞品的选择策略。

### 2. 如何进行竞品选择

明确竞品分析的目标后，就可以进行竞品的选择了，包括竞品厂家和竞品的具体型号等，这个时候要特别关注是否找对了竞品和厂家。不同目的选择的对象各不相同，如进行优劣势分析的目标，就要选择同一细分市场的直接竞争对手的竞品。如果是学习和借鉴，则可以选择不同细分市场，甚至是不同品类的产品。

### 3. 确定竞品分析的维度

竞品选择好后，要确定竞品分析的维度，也就是从哪些方面进行对比分析或学习参考，通常可以从两个维度入手：商业模式维度和客户维度，商业模式维度主要分析该竞品的市场和客户、关键特色、客户群定位、产品定位、解决客户什么问题、功能、性能、关键技术、盈利模式、产品开发团队等；客户维度可以从\$APPEALS八维度及其子维度上进行对比分析。

### 4. 确定竞品分析方法

选择好分析维度后要确定采用的竞品分析方法，比如是用比较法还是功能拆解法、反向工程法还是矩阵法。

常用的竞品分析方法:

1). \$APPEALS比较法：通过与竞品的八维度及其子维度的进行横向比较，找出客户对竞品满意和不满意的维度，以便规划新产品的改进点。

2). 竞品跟踪矩阵：分析跟踪竞品的历史版本，找到竞品各版本的发展规律，包括特性和应用场景





之间的发展脉络，预测竞品下一步的行动计划，提前布局自身新产品的特性，以狙击对手未来的产品。

3). 功能分解比较法：把竞品分解成一级功能，二级功能，三级功能，以便于全面了解竞品的构成，可以和方法4结合起来使用。

4). 通过竞品分析探索需求：挖掘竞品功能所满足的深层次需求，以便找到更好的解决方案，提升产品的竞争力。

5). PESTEL、5力模型：这些工具可以分析竞争环境，识别机会和威胁。

## 5. 编写竞品分析方案

确定竞品分析的方法，就可以编写一份竞品分析方案，基于方案开展相应的竞品分析活动。竞品分析方案包括以上步骤确定的信息，以及相关准备方案，包括测试环境准备、数据信息准备、调研数据准备、竞品准备、分析人力和执行计划等，该方案和计划应得到评审。方案得到批准后就可以开展竞品分析活动，在分析活动时应做好相应的过程和结果记录，以便于数据分析。分析过程可看成是一个需求分析过程，对数据和信息进行过滤、分类、

排序、证实、澄清等，目的是通过抽丝剥茧式的分析找到我们想要的信息，为我们进行SWOT分析服务。

## 6. 编写竞品分析报告

最后就是要编写竞品分析报告，包括分析背景（为什么要进行这次竞品分析）、竞品选择（竞品名称、选择理由、竞品的版本）、测评环境（可分为静态测评和动态测评，描述人、机、料、法、环）、关键发现（先给出竞品分析结果：分析纬度……），以及最终竞品分析结论（竞争策略、对产品的建议和行动计划，具体而具有可操作性），并且附上竞品分析过程中的原始数据。

## 三、结论

需求收集活动中，高质量的竞品分析效果胜过漫无目的的调研；产品方案设计中，高质量的竞品分析往往胜过绞尽脑汁地创新；产品运营中，时刻关注竞品动向并做好竞品分析，快速调整营销策略，才能知己知彼，百战不殆。

# IPD的7大核心思想及7大组成部分

文 / IPD推进组

## IPD的7大核心思想

IPD体系在全球经过20多年的发展，经过优秀成功企业实践，总结普遍遵循规律提炼了7个IPD的核心思想。企业应按IPD思想来运作，并不局限于是否采用了某种固化的流程、组织结构或绩效管理方式。

两者都很重要。

无论产品多有竞争力，终有生命周期结束之时，但企业通过各种方式构建的能力可以使其源源不断地推出新产品。在企业发展的不同阶段，可以有策略、有选择地把重心放在业务发展或内部能力的构建上。



### 业务和能力均衡

企业业务发展和内部能力建设是一对相互支撑的矛盾，业务发展可以促进能力提升，但独立进行能力构建也是必需的，“磨刀不误砍柴工”。所以，快速响应市场需求的同时不能忽略内部能力构建，

### 平台化开发

为了提高产品、服务、解决方案的开发效率，需要通过需求管理、产品和技术规划提前识别公共技术和关键技术、单独立项开发，这样才能在产品开发过程中调取这些资源，从而快速响应客户需求、提高质量、降低成本，同时取得领先优势。为了做到这一点，抽取现有产品共同使用的模块和技术形成平台只是最基础的工作，更重要的是要探索和研究目标客户未来的共同需求，在此基础上形成产品和技术平台，对产品研发提供有力支撑，实现对现有产品的延伸性研究与创新性开发是否基于平台和核心技术进行系列产品开发是公司研发实力的最终体现。



### 结构化流程

把复杂的产品创新过程进行解构是管理的基础。IPD体系中的各种流程被划分为若干阶段，在每个阶段设置了评审点，按角色归集流程中的活动，以便与组织结构相互匹配。评审点分为决策评审点和技术评审点，在MM流程和IPD流程中，通过决策评审实现高层决策团队（投资方）和规划团队、研发团队（承诺方）等互动，资源分批受控投入，既满足项目进展需要，又避免投资失控。通过流程中的技术评审，实现专家和项目团队之间的多元互动，各领域专家充分利用其专业经验，为研发团队提供指导，确保产品最终能满足客户需求。

### 跨部门协作

创新和研发是公司整体的行为，接力棒式的产品开发流程难以保证产品质量。在IPD体系中，无论是需求管理、产品和技术规划、项目任务书开发、产品和技术研发、产品上市，还是产品上市后

的生命周期管理，都会涉及到跨部门团队协作，汇集各个领域的专业智慧，形成合力，共同满足客户需求，为产品的商业成果负责。

为此，各个职能部门应“退到幕后”，为这些跨部门团队提供资源和支撑。同时，公司的企业文化、绩效管理和激励机制也要相应支撑起跨部门团队的运作。

### 研发是投资行为

业务经营有两条主线：实现公司商业目标和满足客户需求，两者缺一不可，合法满足客户需求，才能在此基础上实现商业目标。

因此，要把所有研发项目作为投资对象进行管理，包括产品开发、平台和技术开发，以及研究类项目，从一开始就要考虑产品、服务、解决方案和技术的投资回报率。针对B2B(business to business, 企业对企业)业务，尤其是解决方案类的产品和服务，还需要站在客户角度进一步考虑客户的投资回报率，只有客户成功了，企业才有存在的价值。

### 基于需求的研发

满足客户需求是企业的基础，无论公司战略、市场规划、产品和技术规划、各功能部门的规划，还是产品和技术研发，以及公司其他运营活动，都必须围绕客户需求进行。客户需求需要通过管理层、营销部门、产品管理部门、研发部门、售后部门、质量部门等“神经末梢”进行系统收集，并传递到公司的各个体系和部门。大部分内部客户的需求来源于外部客户，把外部客户服务好了，才是以客户需求为中心。从这个意义上讲，企业就是一部“需求加工机”。

### 灵活发展，与时俱进

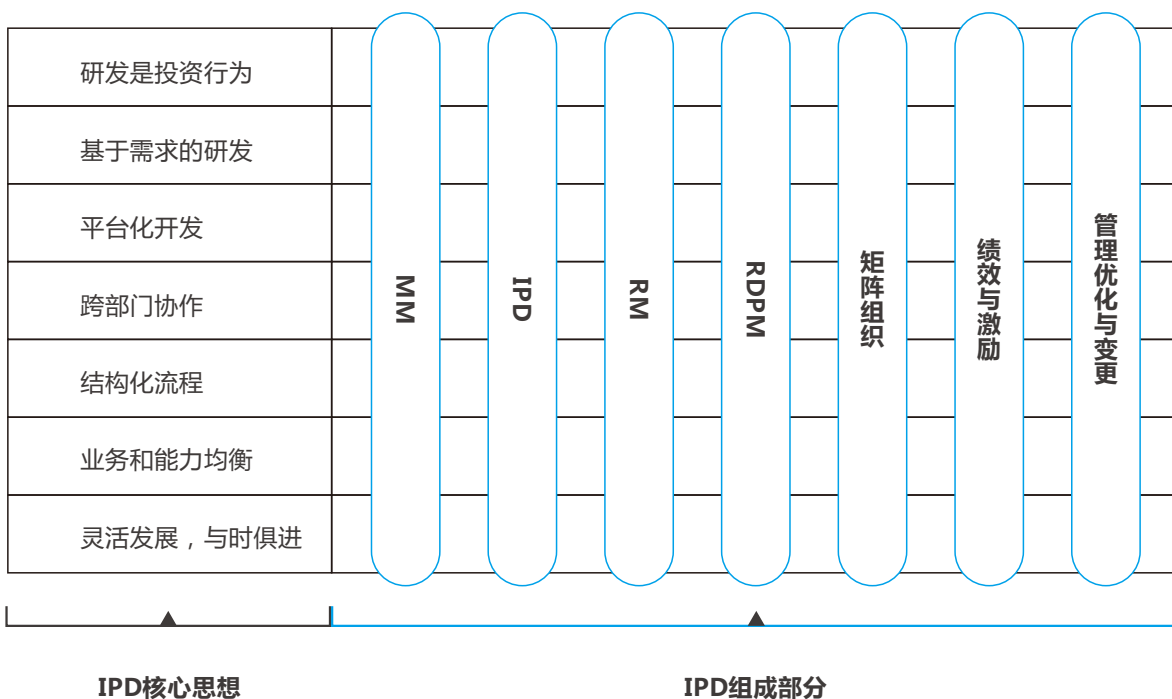
IPD不是一套固化思想、流程、子流程、组织架构、激励机制，更不是各种纷繁复杂的工具、模



板、表单和考核指标。IPD是灵活发展的，必须在不断吸取业界最佳实践和解决业务问题的过程中与时俱进，因此华为目前运行的IPD与1999~2003年在IBM咨询顾问的指导下引入的IPD已经有非常大的不同。

单独看这些思想，都是似曾相似的“大道理”，IPD体系的独特之处就是把这些思想有机应用到产品和技术创新体系中，这种融合关系如图：

### IPD/PTIM体系（产品技术创新管理）



## IPD的7大组成部分

要让IPD7大核心思想发挥作用，一定要有管理体系作为载体，包括方法论、流程、组织结构、绩效管理和激励制度等。我们把IPD体系划分为7大模块，他们相对独立又相互耦合，共同构成IPD大厦。

### 组成1 基于MM的规划：应该做什么

对于公司、事业部、产品线、单个产品、区域市场、各个部门等组织内的不同层级、都需要进行规划，让这些规划相互匹配是规划体系有效运作的基础。MM为公司所有层级的规划提供了一致的方法论。MM方法论分为六个步骤：理解市场，细分市场，组合分析，制订业务计划，融合和优化业务计划，管理和评估业务计划。MM是工作方法，也是思想方法，在实际运作中绝非简单地按部就班就能完成工作规划的，而需要在各步骤之间创造性地不断迭代循环，最终制订出可执行的业务计划。

### 组成2 基于IPD研发：如何进行创新

创新可以是产品研发、各种技术和平台研发，也可以是管理变革、管理改进等，这些非重复性工作可以在统一方法论的指导下进行，这个方法就是狭义IPD方法论。IPD为企业内部所有类型的创新提供了一致的方法，让企业使用同一种创新语言。IPD方法论也分为6个步骤：概念、计划、开发、验证、发布和生命周期。

### 组成3 以客户需求为中心：商业模式

“以客户需求为中心。”大多数企业家都会这么说，但并不是所有企业都在这么做，把需求作为一



个管理对象，用规范的方法、流程和工具来管理的就凤毛麟角了。在国内也只有华为真正在公司层面做到了客户需求的统一调配和管理，让公司上下都以客户为中心。需求管理RM是MM和IPD的支撑，为他们提供输入。RM包括五个过程：需求探索和收集，需求分析，需求分配，需求实现，需求验证。

### 组成4 矩阵组织：职能部门支撑团队运作

很多企业因为没有信心或无法应对矩阵架构中的“多头管理”而选择放弃，任信奉传统的“统一指挥”原则，导致公司集权和官僚化，无法快速响应市场需求，成为创新的障碍；或者走另一个极端，把公司拆分为若干个独立的业务单元，难以实现资源共享。矩阵结构不是洪水猛兽，而是解决如何合理分工、分工后如何高效合作的最佳组织模式之一。矩阵结构同时还解决了企业快速灵活响应市场和发挥规模优势之间的平衡问题，最终让大公司能像小公司一样灵活运作。

### 组成5 研发项目管理：管理的“临门一脚”

创新型工作都以项目方式开展，前期所有规划

成果都必须通过一个个研发项目落地，所以，项目管理是IPD体系“临门一脚”，决定了企业的创新水平。产品技术研发类项目和其他项目相比有很大不同，这决定了其管理方法也应有所不同。RDPM创新性地把各种管理方法和工具集成在一起，为研发项目保驾护航。



### 组成6 绩效与激励：不让雷锋吃亏

组织和流程让大家在同一平台上工作，解决了谁来做事、如何做事的问题，但要让员工充满激情，需要做的工作还有很多。首先，需要对绩效进行有效的测量。犹如行驶中的飞机和汽车需要仪表盘，IPD体系也需要一个“管理仪表盘”，对需求、规划、研发、项目管理、组织和流程运作状况等进行测量，让组织和个人随时知晓所处的状态。其次，要把公司、各产品线和各部门的目标转化为个人目标，使组织目标和个人目标“对齐”。

### 组成7 管理变革与优化

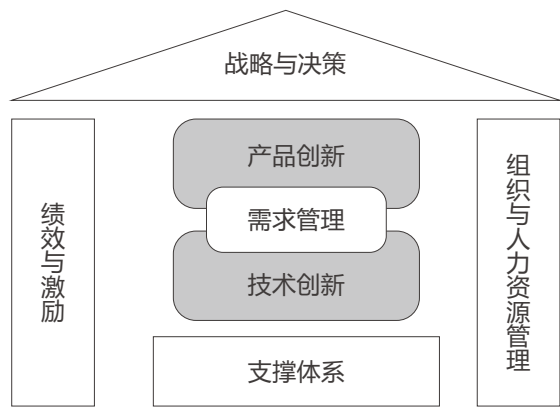
将IPD思想和6大组成部分成功引入企业并产生效果，需要精心规划。管理体系的变革优化主要有两个来源，一个是公司的战略（SP和BP）需要，另一个是管理实践中面临的问题和挑战。

### 把思想融入到管理体系：七七四十九

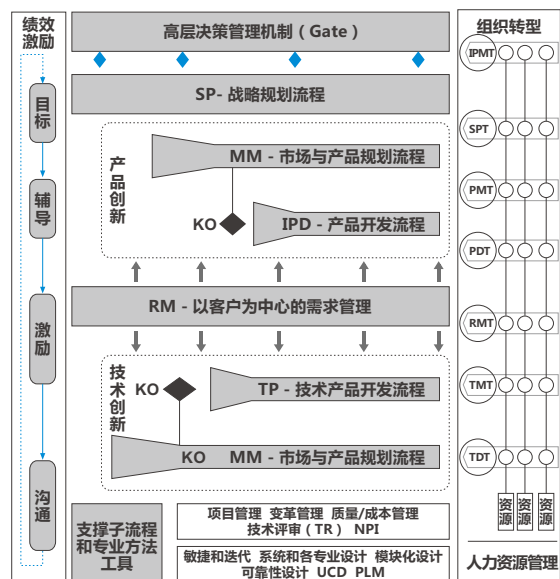
好的理念和思想如果没有管理体系来承载，就

只能停留在口号层面，最终只会落空。同时，管理体系如果没有好的理念和思想来支撑，就会失去灵魂。要理解一件复杂的事情需要对其进行解构，7大核心思想如何融入7大组成部分，或7大组成部分如何有机体现7大核心思想。

IPD体系整体架构如图一所示，各个模块之间的关系如图二所示。通过这两张图能够帮助我们在构建产品和研发管理体系时抓住问题的本质，在掌握核心方法论的基础上建设属于自己的管理体系。



产品技术创新管理体系（图一）



产品技术创新之各模块间的逻辑关系（图二）

# 法

无规矩不成方圆

普法的目的在于明示、在于预防、在于校正

依法律己，方不至于误闯法网



# 关于商业贿赂的法律规定,你了解多少?

法务部供文



随着市场经济的不断发展,市场竞争愈加激烈,破坏市场经济秩序的商业贿赂现象频发。商业贿赂是一种职权职务性利益交换行为,是指经营者为销售或者购买商品而采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人的不正当行为。

## 一、商业贿赂的特征

1. 实施主体:公司、企业、其他单位或其工作人员;
2. 实施行为:为谋取不正当利益给予公司、企业或者其他单位的工作人员以财物(包括现金、实物)、其他利益的;
3. 公司、企业或者其他单位的工作人员收受贿赂利用了职务便利;
4. 达到一定数额的将构成刑事犯罪;
5. 该行为由行贿与受贿两方面构成。

## 二、相关法律规定

1. 《中华人民共和国刑法》:

1.1 第一百六十三条:公司、企业或者其他单位的工作人员,利用职务上的便利,索取他人财物或者非法收受他人财物,为他人谋取利益,数额较大的,处三年以下有期徒刑或者拘役,并处罚金;数额巨大或者有其他严重情节的,处三年以上十年以下有期徒刑,并处罚金;数额特别巨大或者有其他特别严重情节的,处十年以上有期徒刑或者无期徒刑,并处罚金。

公司、企业或者其他单位的工作人员在经济往来中,利用职务上的便利,违反国家规定,收受各种名义的回扣、手续费,归个人所有的,依照前款的规定处罚。

1.2 第一百六十四条:为谋取不正当利益,给予公司、企业或者其他单位的工作人员以财物,数额较大的,处三年以下有期徒刑或者拘役,并处罚金;数额巨大的,处三年以上十年以下有期徒刑,并处罚金。

为谋取不正当商业利益,给予外国公职人员或者国际公共组织官员以财物的,依照前款的规定处罚。

单位犯前两款罪的,对单位处罚金,并对其



直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依照第一款的规定处罚。

2. 《中华人民共和国反不正当竞争法》：

2.1 第七条：经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：

- (一) 交易相对方的工作人员；
- (二) 受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；
- (三) 利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

经营者在交易活动中，可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或者向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账。

经营者的工作人员进行贿赂的，应当认定为经营者的行为；但是，经营者有证据证明该工作人员的行为与为经营者谋取交易机会或者竞争优势无关的除外。

2.2 第十七条：经营者违反本法规定，给他人造成损害的，应当依法承担民事责任。

3. 最高人民法院、最高人民检察院《关于办理贪污贿赂刑事案件适用法律若干问题的解释》[2016]：

3.1 第十一条：刑法第一百六十三条规定的非国家工作人员受贿罪、第二百七十一条规定的职务侵占罪中的“数额较大”、“数额巨大”的数额起点，按照本解释关于受贿罪、贪污罪相对应的数额标准规定的二倍、五倍执行。

3.2 第一条：贪污或者受贿数额在三万元以上不满二十万元的，应当认定为刑法第三百八十三条第一款规定的“数额较大”。

3.3 第二条：贪污或者受贿数额在二十万元以上不满三百万元的，应当认定为刑法第三百八十三条第一款规定的“数额巨大”。

### 三、以案释法

2009年9月，被告人张某调至黄石某电器有限



公司物资采购部从事业务员工作，先后负责壳体采购和冷冻机油采购业务。其中，2010年5月至2012年9月负责冷冻机油采购业务。在此期间，张某利用工作便利，为供应商庆鸿公司提供冷冻机油采购信息，并在采购计划制定等方面给予帮助，多次收受庆鸿公司总经理曾某（另案处理）及业务员梁某（另案处理）给予的回扣款共计人民币56634.82元。法院经审理认为，上诉人张某身为黄石某电器有限公司工作人员，利用职务上的便利，收受供应商的回扣56634.82元，归个人所有，数额较大，其行为已构成非国家工作人员受贿罪。鉴于原判未予认定上诉人张某所犯非国家工作人员受贿罪的部分事实具有自首情节，二审予以纠正，并对该情节据实认定，可对其再予以从轻处罚。判决：（一）维持一审法院刑事判决中撤销原判缓刑部分、对被告人张某的定罪及追缴赃款部分即被告人张某违法所得人民币56634.82元继续追缴；（二）撤销一审法院刑事判决对被告人张某的量刑部分；（三）上诉人（原审被告）张某犯非国家工作人员受贿罪，判处有期徒刑十个月，与原犯非国家工作人员受贿罪，判处有期徒刑一年一个月，决定执行有期徒刑一年四个月。

### 四、结语

维护市场公平竞争的经济秩序，遵守法律和职业道德，是每一个公民的义务，营造公正廉洁、健康向上的良好社会氛围需要大家的共同努力。希望大家不要以身试法，触犯法律，否则终将受到法律的制裁。

# 关于消费者权益保护的规定,你了解多少?

法务部供文

大家在遇到消费纠纷时应积极采取合法途径维护自身权益,并发挥主人翁精神,对不良商家的违法违规行为进行监督、举报。

随着经济的持续发展,面对日益丰富的商品及服务市场,人们的消费需求愈加旺盛。然而商品服务市场鱼龙混杂、良莠不齐,消费者在进行消费时难免会有“踩坑”的时候。因此,了解消费者权益保护的相关规定以及遇到消费纠纷采取何种合法途径维护自身权益显得尤为重要。



供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

1.3 第十一条规定:消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的,享有依法获得赔偿的权利。

1.4 第十八条规定:经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务,应当向消费者作出真实的说明和明确的警示,并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。宾馆、商场、餐馆、银行、机场、车站、港口、影剧院等经营场所的经营者,应当对消费者尽到安全保障义务。

1.5 第二十四条规定:经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货,或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的,消费者可以自收到商品之日起七日内退货;七日后符合法定解除合同条件的,消费者可以及时退货,不符合法定解除合同条件的,可以要求经营者履行更换、修理等义务。依照前款规定进行退货、更换、修理的,经营者应当承担运输等必要费用。

1.6 第二十七条规定:经营者不得对消费者进行侮辱、诽谤,不得搜查消费者的身体及其携带的物

## 一、相关法律规定

### 1. 《中华人民共和国消费者权益保护法》

1.1 第七条规定:消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务,符合保障人身、财产安全的要求。

1.2 第八条规定:消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提



品，不得侵犯消费者的人身自由。

1.7 第三十九条规定：消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过下列途径解决：（一）与经营者协商和解；（二）请求消费者协会或者依法成立的其他调解组织调解；（三）向有关行政部门投诉；（四）根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；（五）向人民法院提起诉讼。

1.8 第五十五条规定：经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

2. 广东省实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法：

第八条规定：国家规定或者经营者与消费者约定包修、包换、包退（以下简称“三包”）的商品，经营者在出售时必须出具“三包”的凭证，并确定具备条件的维修单位。“三包”凭证应当明确注明消费者的权利和义务。实行“三包”的商品有质量问题的，自售出之日起七日内，经营者应当根据消费者的要求予以退货、更换或者修理；十五日内，应当根据消费者的要求予以更换或者修理。经营者承诺

的时间超出本款规定时限的，依经营者的承诺。

## 二、以案释法

邓某于2017年1月6日在华润万家超市购买17瓶深圳市某实业有限公司生产的“小憩一刻原色开心果”，共支付货款3043元。经检测，邓某购买的上述产品标签标示营养成分与实际成分不一致，脂肪含量评定为不合格，该产品不符合《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》的规定。随后邓某以华润万家超市销售产品存在欺诈行为诉至法院。法院经审理查明认为，案涉食品属于未提供商品真实信息的情形，该情形影响了消费者对选择该商品作出的判断，华润万家超市侵害了消费者的知情权，违背了诚实信用原则，构成欺诈。依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条规定，华润万家超市应按邓某诉请承担退还货款2506元并支付货款三倍赔偿即7518元的民事责任。

## 三、结语

歌德说过，带来安定的是两种力量：法律和礼貌。在这个商品服务市场爆炸的快消费时代，正是因为有了法律的保障，人们才能够放心地消费。希望大家在遇到消费纠纷时都能积极采取合法途径维护自身权益，并发挥主人翁精神，对不良商家的违法违规行为进行监督、举报。

致良知  
知行合一

圣人亦是学知，众人亦是生知。

陽  
明  
先  
生

Yang

Ming

Xian

Sheng



# 如何在工作中脱颖而出？

文 / 知行合一阳明教育研究院

当你以一份真诚面对他人时，虽然不能保证，但大多数时候，你都会换得一份相应的真诚。

2021年，全国高校应届毕业生又创新高，达到874万人。很多人都想顺利地通过面试，找到一份心仪的工作。在这过程中，我们都曾有困惑、迷茫、不知所措。比如，初入职场，该找一份什么样的工作？面对人生的第一场面试，如何能脱颖而出？在一次青年问答中，知行合一阳明教育研究院老师作了如下解答：

## 提问1：

作为一个刚走出校门的学生，如何在简历和面试中脱颖而出？

## 老师回应：

学习中华文化多年，明白了圣贤一直以来对我们的教诲：人生成功最基础的品质是什么？真诚。一份真诚，足以让你脱颖而出。所以，无论你是一名刚从校门走出的、正在准备简历的稚嫩青年，还是一名刚入职场的职场新人，面对你未来工作中的董事长、人力资源总监，或是其他任何人的时候，展现出你那份真诚的品质、人格的力量。真诚分若干个层面：老实不说谎、厚道能成事、忠诚有担当、千里走单骑、至诚即是神。我们以前两个层面举例：

## 第一个层面：老实不说谎

面试的时候，不夸大自己的经历，愿意坦诚地向对方展现一个真实的自己。因为每个人都有缺点和弱点，我们不怕展示出来，反而怕的是什么？怕的是试图掩盖自己的缺点和弱点，这就是人格缺陷了。因此，在面试和简历中，我们首先要忠于自己的良知，老实不说谎，展现你的真诚。

## 第二个层面：厚道能成事

试想一下，如若有一天，你逐渐建立了自己的团队，拥有了自己的事业，也会邀请别人前来与你共事，你一定期待那个人是一个厚道能成事的人。因为，每个人都一定不希望，一个看起来特别聪明伶俐、但却是一个不大可信赖的人加入自己的团队。己所不欲，勿施于人。所以，同样地，我们也不要成为那样的人。所以，“真诚”两字，已经可以让我们在求职的过程中脱颖而出。事实上，这也是做人的基础。

我们要把每次求职当作一面镜子，不是照见我们应聘的技巧有多好，而是照见我们做人是否呈现出了人格的力量。这才是我们能够打动他人、并且在未来赢得他人信任、进而取得人生成功的基础。



## 提问2：

中国是一个人情社会，职场上或多或少会有一些“江湖规矩”，作为职场新人，应该如何应对？

## 老师回应：

年轻时，我们刚刚走出校门，面对着一个未知的、全新的环境，因此多少有一份忐忑和担忧，这个是正常的。从学校到职场，我们要交许多“学费”，才能读懂这个社会。但是不管社会怎样，我们可以把握住最根本的一点：规律。掌握社会发展的、人生运行的规律，我们就会生出一份以不变应万变的智慧，这就叫大道至简。这个规律，叫作“行为作用与反作用”，也叫作“种瓜得瓜，种豆得豆”。

以上问答中，我们讲到，做人做事最基础是真诚。真诚，并不意味着我们将底牌和盘托出，而是在展现我们人格的力量。因此，第一点，从现在开始做一个不说谎的人。但凡谎言，都向我们心中注入了水分。一个人一旦说谎，人格就有缺陷了，所以确保自己，一定不要说谎。只要不说谎，可以确信，你这一生中就必然会有许许多多的善缘。第二点，进入社会后，不要恭维他人。恭维也是一种善意的谎言。恭维他人，必然会减损我们自己的能量和形象，也会使别人看低我们。所以，讲话一定要讲肺腑之言，如果赞叹，就要发自肺腑地赞叹，否则宁可不说。

## 当你成为这样一个真诚的人时，遇到什么样的人已经不重要了。

为什么这么说？每个人心中都有小我，如果我们把自己的大我展现出来，这些小我都不会再障着你的路；相反，如果我们自己不能去掉心中的小我，就会成为外部环境的奴隶。我们会发现这个社会太复杂了，“人心惟危、道心惟微”，在任何国家、任何社会都是如此；人际关系总是相互倾轧、相互伤害、相互矛盾的，好像换到哪个工作单位都摆脱不了。但是，不要怕这些小我，重要的是把自己的大我建立起来，真正主宰自己的生命。人性是多层面的，在不同的人面前，会显现出不同的相应层面。所以，当你以一份真诚面对他人时，虽然不能保证，但大多数时候，你都会换得一份相应的真诚。

其实归根到底，这个问题本身就包含着一些负面的暗示。在我们不了解这个社会的时候，最容易先入为主，自己给自己设置一些知见，这些都是无形的障碍。其实你根本不需要操心那么多，你要做的是拥有两种力量：真理的力量、人格的力量。只要你拥有这两种力量，到任何地方，你所面对的风险、困难都远远小于他人，而成功的几率却会若干倍于他人。

从当下开始，不说谎、不恭维，我们就迈出了很大的一步。

## “面试造核弹, 入职拧螺丝”, 怎么办?

文 / 知行合一阳明教育研究院

28岁的硕士毕业生小婷拿到了一张知名大厂Z公司的offer（入职通知），入职后却并不开心。

“我面试的是新媒体运营经理的职位，是奔着管理岗去的，面试的时候门槛很高，学历、工作经验、作品都有相应要求，从每轮考核到入职后背调都极其严格。我从初筛到入职，过五关斩六将，打败了上千个竞争对手，进去以后才知道只需要我从事很基础的机械性数据统计工作。”



“我之前作为实习运营专员时就接触这些，转了一圈又回到了基层。能运用到的知识占所学的冰山一角还不到，跟当时面试时的要求大相径庭，我像一颗默默无闻的‘螺丝钉’，我不知道下一步的发展方向在哪里，看不到希望……”

其实，小婷的困惑，是绝大多数职场人的状态，并不是个例。很多人工作的激情也都在日复一日的机械性重复中消磨殆尽，职场无力感油然而生。

高难度面试一般存在于比较大的公司，面试这些公司的候选人很多，可选择的余地也很多，所以肯定优中选优，问一些难度比较大的问题，这也是筛选候选人的一个比较好的办法。能顺利回答这些比较难的题目的候选人，说明有一定的工作能力和知识深度，可以应对工作中的各种难题，而且也反映一个人的理解能力、应答能力、学习能力和专业能力，公司之所以这样面试，主要是为了最大限度

地挖掘人才价值，评估人才本身的发展潜能。

然而，想被委以重任、实现更高层次的成功，只单纯地具备这些条件、素质是远远不够的。

### 沉淀不怕满，坚持等时间的答案

果然进Z公司后不到三个月，小婷便向自己的上级领导陈姐提出离职。公司一岗难求，陈姐非常诧异小婷的决定，询问她是否对公司的福利待遇不满或者有什么其他个人原因。于是，在陈姐面前，小婷愤愤不平地吐槽了一通近期遭受的“不公平待遇”：经常连轴转、做的都是些打杂的“脏活累活”，才能无处发挥，贡献不被看到，功劳都是领导的……小婷还义正辞严地指出公司让她一个堂堂硕士生做初中生就会做的数据表格，简直就是暴殄天物！

听完小婷的抱怨，陈姐笑笑，给她讲了一个毛竹定律的原理：

毛竹用了四年的时间，仅仅长了3厘米，而从第五年开始，以每天30厘米的速度疯狂生长，仅仅用了6周就长了15米，其实在前面的4年，毛竹就已经将根扎进了土壤里面延伸了数百平方米。当台风扫过，很多植物都不同程度遭受摧残，唯竹类植物能逃脱厄运、不受损伤……

陈姐问小婷：“假如我现在就让你坐上我这个职位，结合你近三个月的表现，满分一百分，你能给自己打多少分？”

“六……七十分吧。”

“你看，在你看来都只给自己打个及格分，你凭什么认为自己能胜任更高级别的管理工作呢？”

“可是在您这个岗位上也不需要做这么基础、‘小儿科’的工作呀？”

“那不尽然，任何人都是从基层一点一滴做起的，‘万丈高楼平地起’，人的成长也是如此。无论做

什么事情，都不能有急于求成的心态。看似此时此刻，你的付出得不到回报，其实都是为了扎根，把基础打牢固，当你开始面对接下来的困难和挑战，时间会给你一个满意的答案.....”

其实，很多年轻人都像小婷那样陷入“面试造核弹，入职拧螺丝”的委屈和质疑之中，殊不知：“道在低处”，无法塌下身子去沉淀自己的人，往往连“拧螺丝”的工作都做不好。

任何企业都不需要两手叉腰说漂亮话的员工，清晰的目标、扎实的行动、过人的业绩缺一不可，一个无法躬身入局的人，根本不可能胜任企业管理任务。

### 所谓的人生开挂，不过是厚积薄发

任何人的成长都不是一蹴而就的，想要在人群中脱颖而出，都要从现在做起，扎扎实实地向前走，逐步提升，才能实现最终的目标。

汉高祖刘邦47岁时找到自己的事业基础，足足用了8年时间才完成了“从亭长到皇帝”的跳跃；苏轼的父亲苏洵年轻时科举不顺、屡试不第，但一直没有轻言放弃，终于在57岁成就文名，备受重用；姜太公默默无闻大半生，却一直坚持学习天文地理、军事谋略，研究治国安邦之道，终于在72岁时协助武王伐纣，建功立业。

每一个大器晚成，都不是因风起势；所谓的人生开挂，不过是厚积薄发。

阳明先生曰：“立志用工，如种树然。方其根芽，犹未有干；及其有干，尚未有枝；枝而后叶，叶而后花实。初种根时，只管栽培灌溉，勿作枝想，勿作叶想，勿作花想，勿作实想。悬想何益！但不忘栽培之功，怕没有枝叶花实？”

世上没有白走的路，每一步都算。“造核弹”的科学专家们只有熟悉每一件器具的每一颗螺丝钉，才有底气绘制宏伟蓝图，抬头仰望浩瀚星空。

### 制定属于你的战略十年

如果着眼于当下，思考自己的人生，基本上都

是走一步看一步，或者顶多想未来两三年、三五年，根本想象不到十年以后的样子。着手规划自己的战略十年，才明白原来每一份付出都是值得的，生命是可以自己主宰的。

制定战略十年最大的价值就是打开了我们的边界、激发了动力、打开了想象力。一下子就看到一个很广阔的发展空间，去让自己生根、发芽、开花、结果。

第一个里程碑：生根（1至2年）：建设自己，搭建人脉，建立自信，为整个十年战略积蓄能量。

第二个里程碑：发芽（2至3年）：制心一处，洪荒之力，成就一件非凡之事。

第三个里程碑：开花（3至4年）：静水深流，根深叶茂。形成思想，广泛实践。

第四个里程碑：结果（2至3年）：垂直攀登，横向链接，刮目相看，意见领袖，你将收获战略十年的成果，提升格局境界。

子曰：“无欲速，无见小利，欲速则不达，见小利则大事不成。”学习是需要时间的，需要厚积薄发。尽管目前看起来没有实质性变化，其实这都是万里长征必须走的路。

积蓄足够的能量，才能够支撑我们持续前行，战略十年乃至人生理想才会变成现实。这是一个大浪淘沙的时代，更是一个英雄辈出的时代，这是一个鲲鹏展翅的时代，更是一个志在长天的时代。

人生的重大秘密是心中拥有无尽宝藏，如同阳明先生所言，“圣人之道，吾性自足”。人生的重大真理是行为作用与反作用，人生就是被这样的运行规律所主宰着，千变万化之中，行为作用与反作用的运行规律亘古未变。人生的重大战略是建设自己心灵品质，不断提升格局境界，放大自己人生舞台。人生的重大价值是成就他人心灵品质，助推他人提升格局境界。所以，真正的成功是以健全的心灵品质，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。

依道而行，生命原本充满希望。深深深深地祝福大家！



# 阅读 让生活更精彩

读书使人充实，讨论使人机智，笔记使人准确，读史使人明智，  
读诗使人灵秀，数学使人周密，科学使人深刻，伦理使人庄重，  
逻辑修辞使人善辩。凡有所学，皆成性格。



# 《人间草木》：发现奇思妙想的生活

文 / 企划部 Haly



在闲适的生活里研究如何种植葡萄，在游览胜地吃出人情风味，在人间风物的千姿百态中感悟人生。汪曾祺的《人间草木》是我目前所阅书籍里少见的把生活见闻写得如此灵动出彩而不经雕刻的文集。从字里行间娓娓道来的旧人旧事，文字所含的深情浅意能穿透时间向我们传递生活的美学。

物什一旦与人产生了关联，便被赋予了特定的感情，注定携带人间的烟火味，是生活的点缀，也是生活的至宝。人间草木流淌出的静态画面，配上人类大脑的奇思妙想，一切就会变得生动有趣起来，起到慰藉人心灵的效用，这里可以契合书中所言：如同，浴一回月光，落两肩花瓣，踏一回轻雪，活着，走着，看着，欣喜着，却没有患得患失的心情。

规律、精研、慎微是工作，从容、淡然、闲趣留给生活。读过《人间草木》的读者应该能体会到汪先生对吃食的执着，对生活的认真程度，简直让人咂舌。我们来看看汪先生是怎么用平淡质朴、简单干净的文字浓烈地展示出对生活纯粹的热爱。汪先生笔下的夏日悠闲景况引人入胜，如：西瓜以绳络悬于井中，下午剖食，一刀下去，咔嚓有声，凉气四溢，连眼睛都是凉的。吃食拓展研究也十分之细致，如：豆腐点得比较老的，为北豆腐。点得较嫩的是南豆腐。再嫩即为豆腐脑。比豆腐脑稍老一点的，有北京的“老豆腐”和四川的豆花。比豆腐

脑更嫩的是湖南的水豆腐。豆腐压紧成型，是豆腐干。卷在白布层中压成大张的薄片，是豆腐片。东北叫干豆腐。压得紧而且更薄的，南方叫百页或干张。豆浆锅的表面凝结的一层薄皮撩起晾干，叫豆腐皮，或叫油皮，我的家乡则简单地叫做皮子。

书中除了风土人情的极简铺叙，也有许多自发的感慨，直抒胸臆。汪先生认为，我们这个民族，长期以来，生于忧患，已经很“皮实”了，对于任何猝然而来的灾难，都用一种“儒道互补”的精神对待之。这种“儒道互补”的真髓，即“不在乎”。这种“不在乎”精神，是永远征不服的。作者对于民族精神风骨诠释得间接又到位，生命的延续即是与生活进行一场伟大的搏击，跌倒了再爬起来，只要能以正确的方式站立起来，我即战胜了它。

汪先生有言：文学，应使人获得生活的信心。五彩斑斓的生活阅历给人心灵上的感悟，感悟落于笔尖便有了文字。发自内心的文字终将抵达读者的心灵，融入个人意识，启迪一段新生活。本文对《人间草木》文集零散片段的描写，不足以描绘出书中的精髓所在，也无法表现出作者豁达与纯粹的生活态度，这种态度甚至能够给人传达积极生活的向心力。推荐各位闲暇之余，品茗读书，挖掘另一个内心活泼万象的自己，发现奇思妙想的生活。

# 你当像鸟飞向你的山

文 / 中央采购部 青青

初读《你当像鸟飞向你的山》这个书名时有些拗口，在没有完全明白其中典故时甚至以为这是一篇爱情小说。阅读完前半部分的文章后，脑海中时常出现“不可思议、残酷、魔幻”等无法用言语描述的场景，然而又忍不住屏住呼吸，迫不及待的继续往下看。看完她的故事，我开始反思自己的生活，反思曾经不思进取的学生时代……

书中，塔拉的文字按照回忆的时间顺序流畅地展开，其中有一件往事令我印象深刻：塔拉一家曾救助过一只野生的大角猫头鹰。这只受伤的野生生灵发现自己被囚禁，险些将自己拍打致死。塔拉的父亲说，它和大山在一起比和我们在一起更好。最后他们将这只猫头鹰放生了，它既不属于这里，也不能教它属于这里。

这支小插曲之所以让人记忆深刻，很大程度上源于这个浅显且生动的故事诠释了本书的书名，也是塔拉自身处境的写照。她身处剑桥，却与周围的人都不同，童年独特的成长经历让一部分的她永远属于那座山，这座山是她无法剥离的原生家庭。另一部分的她不愿被家人束缚，渴望飞向更遥远的地方，她注定是一只拥有自己天空的飞鸟，在那里自由飞翔。

小学、中学、高中、大学，这是大部分人的成长轨迹，但书中塔拉的经历却颇为离奇，甚至让人感到不可思议。她的童年几乎都在垃圾场里度过，桃子罐头、枪支弹药、草药是她回忆里经常出现的场景。在她的认知里，她的命运不过是早早结婚生子，在山的某个地方建个房子，继承母亲替人接生孩子的工作。

有些人一出生就在罗马，可有些人一出生就是牛马。塔拉的人生一开始也由不得自己做主。她出生于一个摩门教的家庭，父亲偏执狂热、控制欲望强烈，痛恨政府、医院，反对孩子去学校读书，想尽一切办法与外界隔绝；母亲顺从隐忍，唯唯诺诺；一个哥哥屡屡出现暴力倾向，把她的头按进马

桶，掐住她的脖子大骂妓女。

直到17岁，她的生活里都没有读书声，更没有大学的影子。在通过自考考上大学的哥哥的激励下，她萌生了走出这里的想法。当她拆下散热器上的铜，将第五百块钢扔进分类箱时，属于她自己的声音渐渐苏醒：离开家，去上学。那时的她，只能在替父亲工作的间歇中偷偷自学，准备大学入学考试。几个月的努力后，她收获了一个奇迹：大学入学通知书。

大学于她，是一个完全陌生的世界。不认识的单词、不理解的概念，甚至不明白教科书是用来读的。她不明白同住一个屋檐下需要承担家务、如厕后需要洗手这样简单的常识。她一直接受的教育是：洁净是虚伪，污垢才是诚实。尽管她现已换了一种身份，但她仍未走出大山的束缚。“我想拥有的是一个健康的家庭。你可以爱一些人，但还是可以跟他们说再见。”塔拉仍然坚持自己的观点。

盖茨剑桥奖学金，剑桥大学硕士、博士，年仅28年的塔拉取得了剑桥历史博士学位。面对自己取得的成就，塔拉在书中也只是几笔带过。教育改变了她的一生，但也让她和家人之间有了一道难以愈合的伤口。她已不是那个被父亲养大的孩子，而父亲依然是那个养育了她的父亲。

书的结尾让人无比回味：那天晚上我召唤她，她没有回应。她离我而去，封存在了镜子里。在那刻之后，我做出的决定都不再是她会做的决定。他们是由一个改头换面的人，一个全新的自我做出的选择。你可以用很多说法来称呼这个自我：转变，蜕变，虚伪，背叛。而我称之为：教育。

听说这本书每个人都会喜欢，如果你还没有看过，不妨花费些时间走进塔拉的回忆。

## 《大数据时代》



**作者：**维克托·迈尔·舍恩伯格

**推荐理由：**

随着大数据热潮的不断升温，相信今后会有更多以大数据为主题的著作问世，但这本先河之作，用各种案例率先阐述了大数据所带来的变革。正如迈尔·舍恩伯格教授认为的，大数据要求人们改变对精确性的苛求，转而追求混杂性；要求人们改变对因果关系的追问，转而追求相关关系，这种思维的转变将是革命性的，如果企业不能认识到这一思维方式转变的重要性和迫切性，将会面临“数据鸿沟”的挑战。

推荐人：企划部 Molly

好书  
分享

## 《浮生六记》

**作者：**沈复

**推荐理由：**

《浮生六记》篇幅不过四万字，却无法用“有趣”、“精致”、“伤感”将其简单概括。俞平伯一生钟爱《浮生六记》，赞其“伊如一块绝美的水晶，只见精微，不见制造精微的痕迹。”林语堂则视之为知己：“读沈复的书每使我感到这安乐的奥妙，远超乎尘俗之压迫与人身之痛苦。”

推荐人：证券部 小小熊



# 光芒

世界万物皆有光  
有光就会有希望



# 锻造奋达铁军，肖奋董事长讲企业文化

文 / 企划部 Minny



图 / 张河伟 摄

4月30日下午，奋达科技开展了一场主题为“重塑奋达文化体系，锻造能打大仗、硬仗、胜仗的队伍”的企业文化宣讲会，由奋达科技董事长肖奋先生主讲，高级副总裁谢玉平女士，副总裁Betty以及奋达科技干部、员工代表共100多人出席。

俗话说，三年的企业靠老板，五年的企业靠管理，十年的企业靠文化。奋达科技作为一家成立28年的国家级高新技术企业，从创立第一天起，就认定了文化是企业立足之魂、发展之根。

会上，肖奋董事长从公司概况、企业文化、文化建设、文化赋能四个方面对奋达科技企业文化进行了介绍。他回顾奋达科技从创立时的3个人发展到现在员工数千人；从百来平米的厂房发展到现在拥有深圳宝安、东莞清溪两大产业园，并优化全球布局在越南建立生产基地；从一枚小小的喇叭发展到现在具备电声、无线、软件、精密制造四大核心竞争力，拥有电声产品、健康电器、智能穿戴产品、智能终端金属件、智能门锁以及无线耳机六大业务板块的大型上市公司、广东省百强民营企业和国家高新技术企业。这些靠的就是奋达科技对自身核心价值观、战略文化的坚守，以及对管理文化的不断创新、对人才文化的“筑巢引凤”、对企业文化的高度贯彻。

肖奋董事长表示，当前奋达科技正处在新征程

开启的关键时刻，更加需要发挥企业文化在凝聚人心、高效管理、塑造品牌等方面的引领作用，在做好文化传承的同时不断地与时俱进，丰富企业文化内涵，重塑奋达科技文化体系，通过文化渗透、文化赋能，打造出一支能打大仗、硬仗、胜仗的奋达铁军。

肖奋董事长特别强调了公司一直倡导的“龟文化”，即奋达科技不一定要做500强，而是要做500年。提及文化如何赋能时，他强调，一定要持续聚焦“三个坚持”、积极落实“三个推动”。“三个坚持”，即坚持“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。“三个推动”，即全面推动薪酬绩效改革、全面推动自动化与信息化融合、全面推动文化软实力的提升。

会议的最后，肖奋董事长向在场干部、员工讲解了奋达科技“29条铁规”，并要求公司全体干部、员工学以致用，积极把各项规定落到实处。

企业的长期发展离不开企业文化的传承和积淀，通过本次的企业文化宣讲，与会人员备受鼓舞。相信在不久的将来，奋达人会创造更耀眼的辉煌，成就更伟大的事业！

# 聚众心，赢未来

文 / 中央采购部 青青



6月1日，奋达科技“拾忆童年，重返7岁”主题活动在办公楼一楼大堂举行，办公楼员工及家属近千人参加。本次活动作为奋达科技落实企业文化的一个载体，让员工在百忙工作中，找回童年乐趣，提升幸福感。



图 / 张河伟 摄

活动现场，奋达科技为大家准备了棒棒糖、旺旺小仙贝、星球杯、大白兔奶糖、巧克力夹心豆等怀旧零食，成立“时光机小卖部”，现场给员工派发怀旧小零食，勾起了许多80后、90后员工珍贵的童年回忆。现场参与活动的员工脸上洋溢着微笑，自觉有序地排起队，等待着领取自己的“童年大礼包”。随着时间流逝，小卖部的零食逐渐清空，活动也在员工的欢声笑语中圆满结束。

本次活动只是奋达科技企业文化建设的一个缩影。奋达科技作为一家成立28年的大型上市公司，

始终秉承“尊重、诚信、创新，成就客户、成就企业、成就员工”的企业核心价值观，不断探索挖掘人才的管理与培养之道，打造良好的企业文化，提升员工的归属感和向心力，建立起了符合自身发展需要的、具有奋达科技特色的企业文化。

关注员工的福利与成长，注重企业的文化建设，从来不是奋达科技给员工绘出的空中楼阁。在奋达科技，餐补、生日金等日常福利多得让人眼花缭乱，节假日各种礼包也从不缺席，各种下午茶、餐点更是应有尽有。除了优秀的企业文化、快速的晋升渠道以及优渥的福利待遇外，奋达科技对员工的生活同样关怀备至。为改善员工居住环境，公司投入大量资金建设员工宿舍并配备空调，园区内建有足球场、图书馆、篮球场等为员工生活提供便捷服务。

企业关爱员工，员工才爱企业，企业真心诚意为员工谋幸福，员工才能积极投身到企业的创新发展之中。奋达科技以心换心的关心和温暖，正为企业发展注入源源不绝的强劲动力。2020年以来，受疫情影响，国内很多企业业绩大受影响，而奋达科技业绩却实现逆势上扬，大幅增长。据奋达科技2021年一季报显示，2021年第一季度，公司1-3月实现营业收入8.3亿元，同比增长39.30%，创公司同期历史新高。

# 流言止于智者，兴于愚者

文 / 电器事业部 穆青

谈吐能反应一个人的智慧，谨言慎行、言之有物，做生活的智者。面对流言，不要活在别人的舆论中，要靠自己的脚走路，用自己的脑袋思考。流言止于智者！

在不久前，微博热搜上出现了这样一个词条，  
# 女子被造谣出轨快递员后患上抑郁症 #。  
受害者只是和快递员说了几句话，就被杜撰成了有婚外情的风流少妇，一时之间受害者的个人信息全部泄露，还被迫经历了一次“社会性死亡”，工作和生活上都遭受到了巨大影响。

# 成都20岁女孩感染新冠被网暴 # 一个20岁的成都姑娘，在被确诊新冠肺炎之前，她不过是这个人口超2100万城市中的一个普通年轻人，活动范围大、爱外出聚会，这都是她的私人生活，与所有个体一样，应当是全权由自己做主，不应成为被他人随意浏览、点评的饭后八卦。在确诊之后，她如实说明自己的行动轨迹，积极配合流调，没有隐瞒。作为一个不幸感染病毒的患者，她应当是值得我们同情和关心的。然而突然爆发的疫情让人一阵精神紧绷，在无意中将对疫情的恐慌上升为对感染者的指责、谩骂。殊不知，我们都是这场“病毒战役”的受害者。在这个人人自危的时候，抵抗外在病毒最需要的莫过于人与人之间的互相理解、互帮互助，众志成城战胜这场战役。

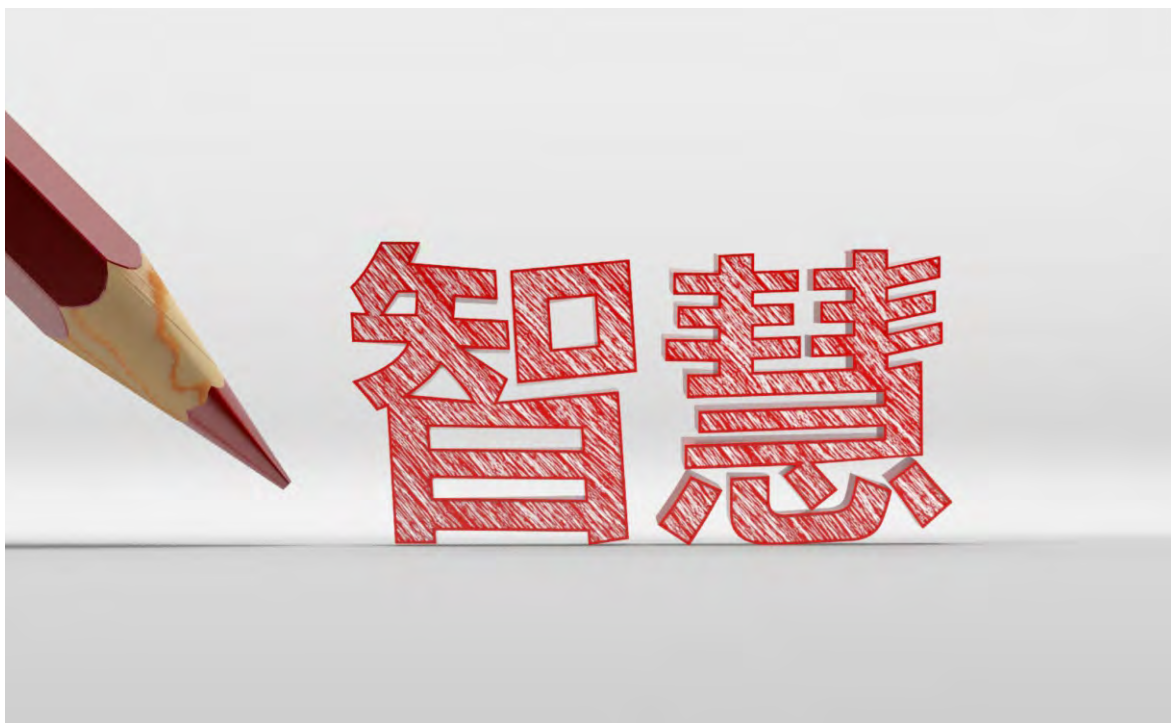
在网络造谣成本几乎为0的今天，类似这样闹



剧性的“社会性死亡”案例不在少数。在网络高速发展且十分普及的今天，网络舆论如同一把双刃剑，它不仅是我们表达诉求、维护权利的有利工具，有时候也是酿成网络暴力伤人于无形的一把利器。正如伏尔泰所说“雪崩时，没有一朵雪花是无辜的”。信息化时代，难免会出现很多鱼目混珠令人真假难辨的讯息，越是这种时候越是需要保持一份清醒和理智，保持独立的思考能力和基本的信息甄别能力，而不是盲目跟风站队沦为有心人利用的工具，只有这样虚假的谎言才能早点扯掉遮羞布，也只有这样谣言能中伤的人才能越来越少。

一直以来很喜欢这样一句话：不知全貌、不予





置评。也曾看过这样一篇文章，苏格拉底教自己的学生用“筛子法”，辨别流言。文章内容大致是这样的：苏格拉底的学生从街上回来喘着粗气兴奋地说：“告诉你一件事你绝对想象不到的……”。

“等一下！”苏格拉底毫不留情地制止他，“你告诉我的事情，用三个筛子过滤过了吗？”他的学生察觉情况不妙，不解地摇了摇头。

苏格拉底继续说：“当你要告诉别人一件事时，至少应该用三个筛子过滤一遍！第一个筛子叫做真实，你要告诉我的事是真实的吗？”

他的学生低头轻声回答：“我是从街上听来的，大家都这么说，我也不知道是不是真的。”苏格拉底：“那就应该用你的第二个筛子去检查，如果不是真的，至少也应该是善意的，你要告诉我的事是善意的吗？”

“不，正好相反。”他的学生羞愧地低下头来。苏格拉底不厌烦地继续说：“那么我们再用第三个筛子检查看看，你这么着急要告诉我的事，是重要的吗？”

学生回答：“并不是很重要……”

苏格拉底打断了他的话：“既然这个消息并不

重要，又不是出自善意，更不知道它是真是假的，你又何必说呢？说了也只会造成我们两个人的困扰罢了”。“不要听信搬弄是非的人或诽谤者的话，因为他不会是出自善意告诉你的，他既会揭发别人的隐私，当然会同样地对待你。”不做始作俑者，当然也不要受人利用成了是非的传播者。

事实上，每个人都会说：“针不刺在你身上，你就永远不知道有多痛。”但大部分的人又都喜欢在别人身上扎针。这个世界上并不是每个人都拥有优越的条件，我们虽然生活在一样的世界里，但是大家所面临的现实遭遇是不一样的。

流言比剑可怕，可以伤害人于无形。道听途说、肆意评论他人，等于是把自己的快乐建立在别人的痛苦之上。谈吐能反应一个人的智慧，谨言慎行、言之有物，做生活的智者。面对流言，不要活在别人的舆论中，要靠自己的脚走路，用自己的脑袋思考。流言止于智者！

# 柿饼

文 / 音频技术中心 胡汉三

一直关注的一位青年编导，在媒介平台上向大伙推荐了富平柿饼，我忽地想起秋末这个时节，乡下院里，黄亮的柿子挂满枝头，一树树沉甸甸的在阳光下灿烂。乡下人才没有这个功夫陶醉在秋的意境里，都忙着把这些高挂枝头的“金蛋子”摘下来，好制作柿饼。

怎么制作柿饼呢？小时候只听奶奶辈的人讲过这个做法，大概在柿子快熟未熟之际摘下来去皮，用草绳拴着柿子把儿，一个个串联起来，串好之后，选择通风好光照好的地方，或挂在屋檐下房顶上，老房子都是瓦做的顶，通风好又高，不用担心雨水也不用担心小儿顽皮，等到一串串吊着的果子变成干瘪瘪的了，就把柿饼一个个取下来放进缸里或者柜子里，等待寒冬腊月天寒地冻时，一家人围炉温酒，取几个柿饼装一盘尝尝，这种温暖又带着甜蜜的味道，只有冬日里才有。

其实也不是所有人家都有闲情雅致去自个做柿饼，都是腊月时，走乡串村的货郎，拉着年货，一路吆喝而来。这些柿饼上就带着白霜，小时候奶奶们就给我们讲，这些柿饼都是那货郎光脚踩瘪了，上面撒上石灰粉的，每次小伙伴们都是拿温水洗了又洗，用水泡过的柿饼表面有着不可言状的惨状。也有不怕“死”的伙伴，直接拿到手就咬，大人怒不可遏地提起他们耳朵就往家里拖，嚷嚷着你这是不怕死赶着投胎啊，不怕肠穿肚烂啊。事后这些伙伴给我们分享，这个“石灰”甜甜的，很好吃，虽有前驱者，但是我们也断然不敢尝试，毕竟盖房子时也见识过石灰在水里沸腾的样子，搞不好这些“石灰”进了肚子，肠子都给烧穿了。

后来长大了出来工作，才知道这些都是父母怕小儿多吃柿饼编的善意谎言，每每拿到柿饼，我还是习惯性的用温水泡一遍，总觉得不过一遍水，就有一种臭脚板的味道。而那白色的柿霜，也知道是晒制过程中，柿子内部发生了变化，水混合着糖浆

渗透到了柿子表面，当水分蒸发后，渗出的糖浆凝结成晶，就形成了白霜，压根就不是为防止柿饼腐烂，撒的石灰粉，这种糖霜丝毫不影响口感，自然出霜的柿饼，也无涩味。

好的柿饼表面都有一层白霜，越嫩的白霜越多。但凡农产品晒干，表面的白霜就是品质的保证，一旦在晒制过程中发生霉变，霉变程度越高，白霜越少。这白霜就是糖粉和淀粉，在父辈那个食物贫瘠的年代，就是宝贝。现在乡下自然晾晒上好霜的柿饼若论斤买，都是十几块一斤。

我印象中传统的柿饼比较干，现在流行的富平柿饼就是蜜呼呼的，这种糖心恰好是它的特色，有果香有甜度。当然有人嫌弃糖心，总觉得像是晒了一半的柿饼，过甜了，老人家不喜欢。不过总有喜欢的，有的人说，这柿子内外兼修，更笑曰，一抹柿红，三分白霜，五分软糯，七分香甜。

今年在一家店买了两次柿饼，富平的吊柿饼每年12月才能上市，第一次的可能天气不够冷，糖霜不足，口感是带有点沙沙的，面面的。第二次就好多了，柿子饼果肉很饱满，挂满糖霜，香甜软糯，中间还是流心的质地，一挤里面的糖心果肉都出来，亮晶晶的，这是第一次吃这种流心的柿饼！咬一口，外层的皮软糯，在牙齿间施加轻微的气力，里层的心儿，早已娇无力般淌在嘴里。皮儿的略微硬气和心儿的柔软是一种质感上的层次分明，从味道上，外层略带克制的甜度和里层放纵的甜度，又带来了味觉上的递进。如果你刚从冰箱里拿出来，放上一小会，冰冰的感觉会进一步把甜度降到最适宜的值。有嚼劲的外皮，配上浓郁流淌的柿心，一口难忘，会有种一年一次一期一会的珍重感。

忽然，我又记起小时候偷吃柿饼时的味道，来不及洗去的糖霜会粘在嘴唇上，干干的果肉嚼劲十足，吃一个会觉得有点甜腻，但过会又想再吃。嘿，美食真好。

# 庭院日落

文 / 音频技术中心 江峰

日落西山红遍天，  
乡间小路卧龙眠。  
庭院松枝绿衫叶，  
早有喜鹊立巢前。





## 做一颗星星就好

文 / 音频技术中心 罗静

他来时风尘仆仆  
停时依旧带光  
那些阴暗角落并非生来就有  
只是有人挡住了光  
既然做不了如月光般透亮圆润 独一无二  
那就做一颗有棱有角的小星星  
至少还闪闪发光

## 孤 鸿

文 / 音频技术中心 jade

半盏胡酒敬孤雁  
一生戎马照人间  
胸欲藏墨画杨柳  
不忍白雪染少年

## 问 佛

文 / 音频技术中心 江峰

山幽幽，水清流。  
凉亭里，古琴奏。  
一轮弯月系心头。  
古庙中，灯火休。  
众僧酣睡佛心留。  
昂首间，飞鸟过。  
恰似银河鹊桥错。  
世上事，谁能夺？  
众佛笑答皆因果！

## 飞鸟和蝉

文 / 智能研发西安部 初夏

飞鸟感受四季，蝉只属于夏天  
于炙热中相遇，在秋意中分离  
飞鸟是否明了  
短短一个夏天，即是蝉的一生  
但愿飞鸟明白  
许是不再相见，但却不负遇见



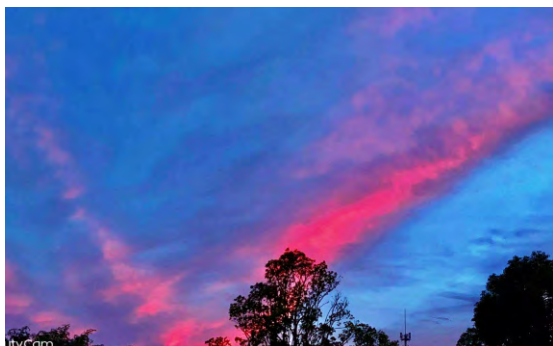
▲《都市》企划部 一棵大树



▲《重逢》企划部 Molly



▲《旧城》总裁办 王馨兰



▲《彩霞》桃花源招商中心 李秋铭



▲《影子》电器外贸部 小小云

