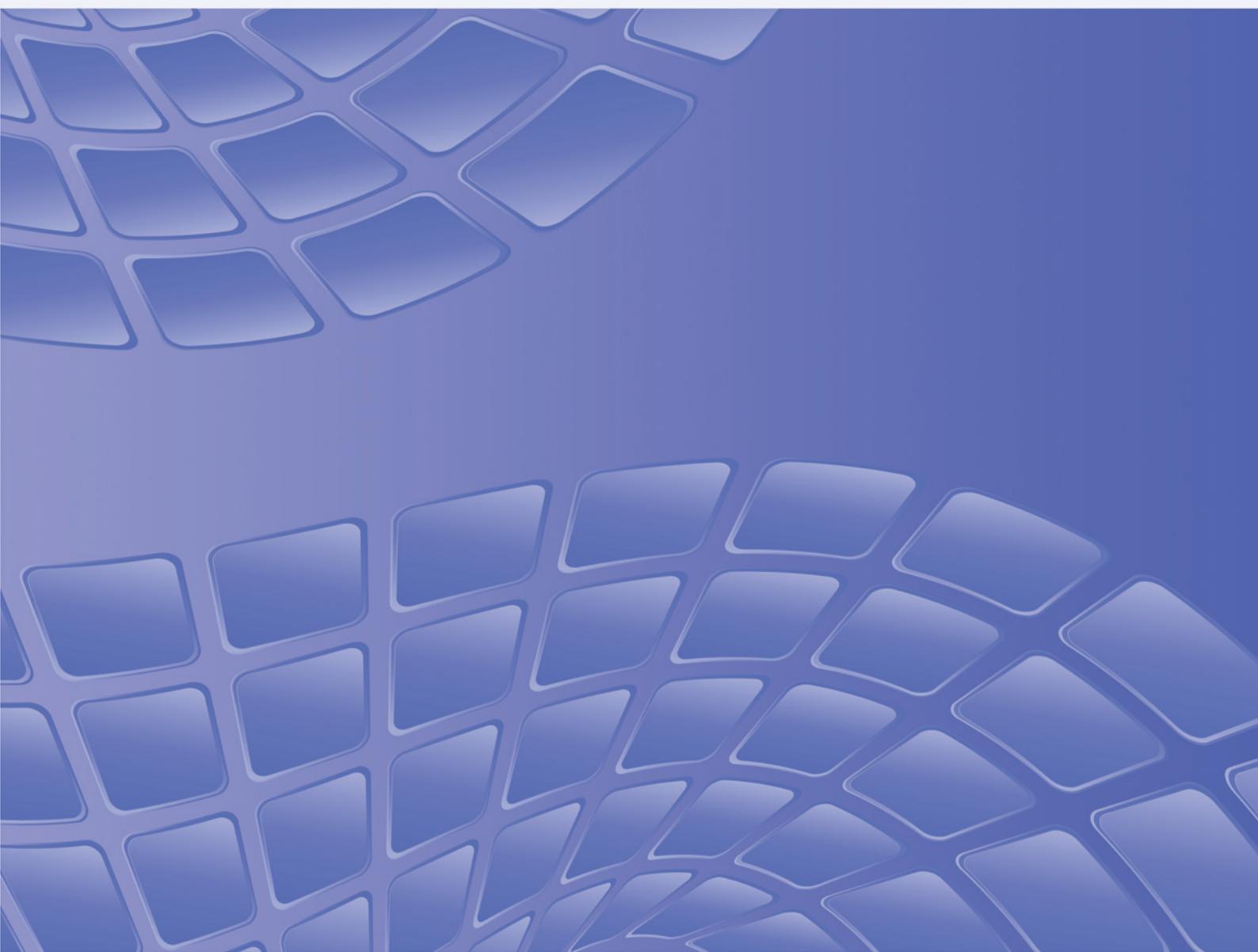


裕兴

2012年07月

第20期



特别报道：走进西班牙电信 走进欧洲机顶盒市场

企业文化：世界电信日

管理讨论：认识华为从华为的销售开始

CONTENTS



P03 俄罗斯BCC及运营商Megafon访问海博威视

访问期间，双方就俄罗斯市场开拓下一代产品的需求、规划及双方研发的重点攻关问题进行了深入探讨并达成共识。

P04 走进西班牙电信 走进欧洲机顶盒市场

从最初与香港电信盈科的合作，到进入国内市场，再到走出国门，每一步都凝聚了海博人的智慧与辛劳，每一步都不是轻松迈出去的，直到今天，我们与这些合作伙伴都保持着良好的合作关系，去年我们又拿下了西班牙电信新一轮音乐播放器的招标，开始了与西班牙客户的新一轮合作。

P18 普通人法律维权的技巧

随着社会和经济的发展，各种人际关系和经济关系也日趋复杂化，促使人们和法律之间的关系越来越密切，法律已经渗透到了我们生活、学习和工作的方方面面。



P08 fetchtv 第二代机顶盒M605T

P20 一个顺丰快递员的一天

2003年，一位来自沈阳的大学毕业生来到北京。他的梦想是“成为一名既懂管理又有专业的职业经理人”。在多次应聘失败的情形下，他老大不情愿地进入顺丰工作。

裕兴,

2012年07月总第20期

■ 主办 裕兴集团
■ 出版 《裕兴》编辑部

■ 顾问 李振环
金维克
■ 总编审 王安中
■ 总编 黄为
■ 主编 张莹

■ 编辑 张莹
杜君芳
张森
邓丽
Angel

■ 地址 北京市西城区德胜门外新风街2号天成科技大厦B座7层
■ 邮编 100088
■ 电话 86-10-62352535-562
■ Email zhangying@yu-xing.com



轮值主编

集团公关行政部 黄为

时间过的真快，转眼《裕兴》已经做了二十期，马上内刊就要来到“她”的第五个年头了。此时，大家熟悉的小张主编正在忙碌着自己的人生大事，我这名幕后的总编也要站在前台亲自操刀，顶替她来做一期《裕兴》的“轮值主编”。

自2007年《裕兴》创立以来，她就在大家的关注中不断成长，首先我要感谢公司的领导及员工都不断地给予她支持和鼓励，大家都在积极的参与其中。其次我要感谢所有参与编辑工作的同事们以及为内刊投稿或提出意见与建议的同事，没有你们的努力和支持也就没有今天的成绩。我们的内刊经历了两届主编，期间封面形式和内容板块都有过不少改动，不断的推陈出新，是公司面向新老客户及合作伙伴的一扇窗口。总之我们一直以服务企业、服务员工为第一宗旨，也是建刊之本。同时她也在用自己的行动回报着这些带给她生命和活力的人们。渐渐地，越来越多的人喜欢上了她，工作的事，自己的事，工作中对生活和生活中对工作的领悟，大家都愿意拿到内刊上来说一说、聊一聊。《裕兴》则静静地承载着这些故事，用生动的文字和多彩的画面，向她的观众尽力地展现出作者想要表达的各种情绪与思想。我想这一点一滴，这耳鬓厮磨便是一本内刊对于企业文化的传承所能表现出来的最佳形式吧。也正如企业文化自身的一个特点，它是需要长期的积累逐渐形成的，绝不是一朝一夕的事。

我们的企业走过了二十多个年头，“诚信透明 严格自律 相互信任 高度负责”这十六个字就好像是家长的言传身教，靠的是渗透与影响，而非单纯的说教所能及。与我们企业的历史与文化比起来，《裕兴》不过是刚刚走稳的小儿，她还有更长的路要走，她仍然需要大家的关注，需要健康的成长环境，更需要自身不断地努力和探索，希望我们的《裕兴》能够和我们的企业一样长青，永远做我们企业的那一扇明窗。

裕兴科技投资控股有限公司2012年一季度业绩报告 摘要

集团公关行政部 张莹 摘

裕兴科技投资控股有限公司，股份代码：08005，截止二零一二年三月三十一日止三个月，集团之营业额较去年同期大幅上升95.3%至约242,500,000港元；集团之毛利较去年同期大幅上升93.8%至约30,200,000港元。

于回顾期内，本集团业务增长突出，主要得益于全球网络电视（IPTV）市场的快速发展及本集团产品定位准确，成功契合了用户的需求。同时，本集团多年来累积的技术和优质的客户服务，更赢得了合作伙伴和用户的长久信任。因此，期内本集团信息家电部分于中国及海外市场的营业额较去年同期分别显著上升90.9%及249.0%至约165,400,000港元及65,900,000港元。

受惠于国内市场的快速增长，本集团透过与国内其中一间最大的电讯设备及系统供应商的合作，成功将多款机顶盒投放到广东省、湖北省、四川省、陕西省、辽宁省、安徽省、上海及重庆市等地区使用。结果，这令机顶盒的使用者持续增加及期内于中国的销售额创新高达约165,400,000港元，较去年同期大幅上升90.9%。

宽带网络基础设施规划发布

集团公关行政部 张莹

作为《通信业“十二五”发展规划》的一项重要子规划，《宽带网络基础设施“十二五”规划》日前在工信部网站发布。规划明确，到“十二五”期末，初步建成宽带、融合、泛在、安全、绿色的宽带网络基础设施。基本实现“城市光纤到楼入户，农村宽带进乡入村”。城市家庭互联网接入带宽基本达到20Mbps以上，其中东部地区基本达到30Mbps，部分发达城市基本达到100Mbps；农村家庭互联网接入带宽基本达到4Mbps以上。单位用户平均接入带宽超过100Mbps。光纤入户网络覆盖2亿个家庭。固定宽带接入用户超过2.5亿户，其中农村宽带接入用户增长170%，超过6800万户，3G用户超过4.5亿户。

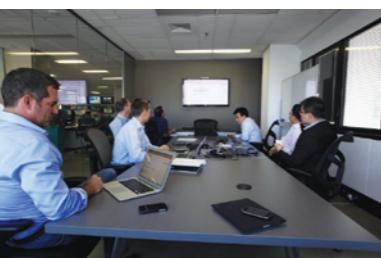
规划指出，宽带网络作为实现信息化的重要载体，是经济社会发展的关键基础设施。目前，我国网络和宽带接入用户规模均为世界第一。与“十五”期末相比，（固定）互联网宽带接入用户增长237%，达到1.26亿户，其中光纤入户用户和WLAN用户分别达到100万户与200万户。3G用户达到4705万户。但同时，我国在接入带宽、宽带普及率等方面与发达国家还有较大差距。高带宽业务应用的普及程度不高，种类不够丰富，宽带发展的业务驱动力不足。城乡和区域发展不平衡，特别是中西部农村地区网络建设成本高，回收周期长，仅靠市场机制难以推动宽带网络发展。行业间统筹发展机制不完善，宽带网络基础设施尚未纳入城乡规划。缺乏国家战略层面对宽带网络发展的指导，相关配套政策有待完善。

规划明确了“十二五”我国宽带基础设施建设的主要任务，为此，将启动光纤宽带网络推进工程、无线移动宽带网络推进工程、数据中心优化工程、下一代互联网推进工程、国际通信网络优化工程等多项重点工程。

【摘自 中国信息产业网】

海博威视拜访澳大利亚Fetchtv悉尼总部

海博威视 刘凯



2012年4月，海博威视国际营销部及公司高层一行拜访了澳大利亚合作伙伴Fetchtv悉尼总部。期间双方就市场开拓、Fetchtv第二代产品规划及共同关注的商务问题进行了艰苦谈判并达成基本共识。公司领导还参观了Fetchtv总部的办公环境及团队配置。通过此次拜访，双方进一步加深了相互了解及高层关系。

IPTV 世界论坛（IPTV World Forum）2012

海博威视 陶净瑕



海博威视一行五人及Fetch TV和BCC的代表共同参与了本次展会。

Fetch TV和BCC代表互相演示各自的中间件/UI方案。

2012年3月20日至3月22日第六届IPTV世界论坛在伦敦奥林匹亚展览中心举行，海博威视作为该论坛的老顾客，如期而至。

IPTV世界论坛是Hybrid、IP & Connected TV专业领域的全球领先论坛，吸引了来自超过30个国家的170位该领域的专家以及超过100家的内容和业务提供商参加，同时论坛还向全球展示了IPTV领域最新的市场动向和解决方案。

借着IPTV世界论坛这个平台，海博威视向同行、合作伙伴及客户展示了我们最新的产品及解决方案。邀请了国际市场两大客户：澳大利亚FetchTV和俄罗斯BCC，联合展出了我们共同打造的从机顶盒到中间件的IPTV/OTT及Hybrid产品解决方案，得到了众多参观者的驻足观看与肯定，同时促进了两大客户之间在业务层面和技术层面的沟通与交流，取得了较大的成功。

“十二五”将扩大三网融合

集团公关行政部 张莹

日前，工信部正式发布《通信业“十二五”发展规划》与《互联网行业“十二五”发展规划》。《通信业“十二五”发展规划》中指出，将逐步扩大三网融合试点广度和范围，推进广电、电信业务双向进入。《互联网行业“十二五”发展规划》则表示，将从网络、市场、技术环境等方面实现产业升级的全面提升。

《通信业“十二五”发展规划》指出，将推动广电、电信业务双向进入。积极推动落实国务院三网融合有关要求，向符合许可条件的企业颁发相应的业务经营许可。组织对试点地区实施效果进行总结评估，重点评估试点业务种类、运营方式、配套措施等实施情况。根据试点情况，在总结评估基础上，逐步扩大试点广度和范围，推进广电、电信业务双向进入。

《互联网行业“十二五”发展规划》指出，截至2015年，互联网服务业收入年均增长要超过25%，突破6000亿元；互联网企业直接吸纳就业超过230万人，基于互联网的公共管理和社会服务能力实现显著提升。同时，移动智能终端操作系统、云计算和互联网新兴应用技术等方面要取得突破，互联网核心网络设备、智能终端、基础软件、核心芯片等产业自主发展能力显著提高。互联网行业服务社会民生的作用要更加显著。

【摘自 流媒体网】

俄罗斯BCC及运营商Megafon访问海博威视

海博威视 刘凯



2012年3月，海博威视俄罗斯市场合作伙伴BCC以及最终客户运营商Megafon到访了公司北京总部及中山生产基地。访问期间，双方就俄罗斯市场开拓下一代产品的需求、规划及双方研发的重点攻关问题进行了深入探讨并达成共识。

海博威视国际营销方面通过组织此次访问，加深了双方的进一步了解及高层关系，为2012年俄罗斯市场的开拓打下了良好的基础。



走进西班牙电信 走进欧洲机顶盒市场

海博威视 刘敏捷 张书凯

YX5981A 与西班牙电信的第一次邂逅

与西班牙电信的合作始于2007年，通过招标我们拿下了TelefonicaServicios De MusicaS.A.U.(TSdM)西班牙定制音乐播放器的项目，客户对于这款产品的要求是：应用于各种公共场所的背景音乐播放，如快餐店、服装专卖店、商场等，同时可以定时插入事先设置好的广告内容，起到广告传播媒体的作用。

这是我们公司与欧洲客户合作的第一款产品，未来能否进军欧洲市场获取更多的合作机会它起到了至关重要的作用，因此整个公司从上到下都非常重视这款产品的研发。

在了解了客户的需求方向后，公司多个部门通过深入的探讨和协作共同制定了产品的基本规格，该项目产品采用BRCM7318芯片，内置80G硬盘，可存储上万首mp3格式的歌曲，同时自带RJ45和RJ11接口，支持ADSL宽带和模拟电话(内置MODEM)两种接入方式，可远程连接到TSDM服务器进行音乐下载和软件升级，也可通过USB接口进行软件升级，这就是我们打入欧洲市场的第一款产品——YX5981A。



对于YX5981A这个产品，从最初中标开始，大家就知道时间非常紧张，方案中有很多的不确定性。

首先，博通公司(Broadcom)提供的主芯片BRCM7318是我们第一次使用，在整个中国大陆地区也是唯一一家使用这款芯片的厂商。作为第一个吃螃蟹的人，从软件代码到技术支持，基本上遇到任何问题都需要我们自己去解决，很难从上游厂商方面获得有效的支持，也没有其他能够借鉴的地方。

其次，对于内置MODEM我们也是第一次接触，由于主芯片BRCM7318的限制，我们不能采用市场上通用的串口MODEM方案，而其他方案的选择就意味着所有的驱动都要我们自己去写、去调试。MODEM拨号实际上是一个专业性非常强的领域，对于我们来说没有任何经验，只能摸着石头过河，而后的开发过程也证明了这一点，这个问题贯穿了这个项目的始终，直到最后一刻才得到完满的解决。

再次，这个方案要求机顶盒的前面板能够支持双排字符显示，而且显示的字符还要支持西班牙文，这个要求对我们来说同样是一个考验，我们在国内能够采购到的方案最多只能支持英文，找到能够支持西班牙文且又要价格合理的方案，需要花费我们大量的时间去完成这一环节。

这仅仅是项目的规划阶段，接下来还要有硬件的布板、焊接、调试阶段、软件适配和驱动调试阶段，等我们把硬件平台和软件都准备好了，还要交给西班牙电信去做应用开发，最后才能整合到一起出货。

每个阶段都有不同的问题，再加上项目整体时间有限，这就决定了每个阶段都在和时间赛跑，在把平台交给客户之前我们都是在多条腿走路，同时在用多个方案进行各种实验，记得单就是操作系统的版本我们就同时试验过Linux2.4和Linux2.6(最终确定了Linux2.4)。至于前面板的LCD显示屏，我们更是和包括青云仪表、台湾凌阳、华清瑞奇等在内的至少五家供货商联系，通过对几家的样片进行测试，我们最终确定了背靠清华大学强大技术支持的供货商华清瑞奇。

为了保证项目进度，项目组每周都要进行2~3次的碰头会，整个公司上到总裁，下到负责具体项目的开发工程



师，都要坐在一起，把所有的问题、风险讨论一遍，共同的目标只有一个，即在保证质量的前提下，满足客户要求的交付时间。

刚开始的两个月，为了节约时间，硬件方案的确定几乎都是和硬件布板同时展开的，不惜采用多轮布板的方式来加快项目的进度。多轮布板无疑加重了硬件工程师的工作量，但这样做却能为软件工程师的提前介入创造条件，所以刚开始的第一轮PCB板回来时，我们的硬件方案才最后确定，马上又开始布第二轮板，但这时软件工程师已经能够开始干活了。

等我们第二轮符合要求的板子制作回来，我们的软件已经基本可以开始进行全面的联调，因为西班牙和中国有6个小时的时差，为了尽一切可能加快进度，我们安排了“加班表”，每天有专人按照西班牙时间给客户提供技术支持，也就是每天至少晚上23:00才能下班，而第二天必须在客户上班前解决相关的问题。加班成了那个时候的家常便饭，西班牙项目组的所有成员都在高速的运转，都把精神绷的紧紧的。给我们留下深刻印象的除了软件联调期间，我们要按照西班牙+国内的“双重工作时间标准”来上班以外，还有一个就是MODEM的调试。

关于MODEM的调试，上文说过，对于我们来说是一个毫无经验的新领域，而我们从无到有只用了大约两个月的时间，这期间就连王海忠也多次参与到具体代码的修改工作中来。经过大家共同努力的奋战，我们最终在北京的测试全部通过没有问题了，但当我们把成果交给西班牙电信方面去测试的时候，得到的结果确是无法连通。这样的结果令大家感觉到压力更大了，也感觉到一丝丝的沮丧，但是这条路只能往前不能回头，同志们不断寻找问题的根源，硬着头皮一次次的攻关难题但却无果，最后宋爱平只好亲自前往西班牙现场进行调试，经过多次的努力最终问题才得以解决。这期间遇到的问题既有技术问题，

也有各种非技术的低级错误。技术问题比如每个国家都有不同的电信标准，MODEM驱动必须根据所在国家的电信标准去修改相关参数，然后经过大量的反复试验才能最终确定。遇到这样的技术问题，除了去西班牙进行现场联调别无他法，因为我们公司所在的地区不具备西班牙电信的测试环境。当然，在这次项目的攻关过程中，也出现了一些令人啼笑皆非的非技术问题，比如有一次，西班牙电信一直反映我们的机顶盒在一个小镇始终无法正常使用，我们花费了很多精力去查找原因却始终无法解决，令大家都感到非常的困惑，无奈最后宋爱平为了这个问题专程打了一趟飞机漂洋过海飞到了西班牙去“解谜”，到了那里才发现，让我们百思不得其解的这个“技术难点”竟然是接线插错了接口，当时真是令人感觉一阵头晕眼花，哭笑不得啊。原来这个小镇为每部电话机配置了过滤器，这样既能打电话也能使用ADSL上网，而MODEM拨号必须使用接电话的那个插口，但他们却插在了宽带上网口上面。当初，我们解决问题无果的时候其实也曾经多次让他们检查连线是否正确，但对方始终都说没有问题，直到老宋亲抵现场才揪出这次风波的元凶。

其实每一个项目的完成都会经历各种各样的问题，没有哪一次是顺顺利利就能通关的，正如彩虹总是会出现在风雨之后，对于技术人员来说，解决问题就是我们工作的一个部分，当一次次攻克了高难度的技术问题后，我们都为之感到畅快淋漓，也常常有小小的成就感。当然，各种各样的问题不可能都是高难度的“奥数题”，也有一些是由于马虎或其他原因造成的低级错误，就如上面说的插错插口的问题，但人非圣贤孰能无过呢，不管是合作伙伴还是我们自己，都是难以避免的，而有些时候，这些小问题也成为一个项目中的调剂，或令大家捧腹大笑，或换来一声叹息，事后大家都互相提醒引以为戒，也会在闲暇聊天时再度提起当作笑料，也

是一种另类的美好回忆。

从2007年的七月到2008年的一月，经过六个多月的连续奋战，从方案的选定，硬件设计的选型，软件开发的攻关，与客户进行联调，到现场进行技术支持，到最终的工厂批量生产。YX5981A，一款全新的从无到有的产品，完成了第一批3000台的生产。原本以为已经完成了一款产品的整个孕育过程，刚刚松了一口气，没想到却得到客户的反馈：我们发过去的软件版本是错误的！发货的客户软件版本不是客户最终确认的版本，这属于严重的质量问题，这一消息犹如晴天霹雳！我们立即制定了紧急的应对措施：制作步骤清晰的升级指导文档，每一步的操作都有详细的图文对照，并派两名同事到西班牙进行了现场升级。先解决问题，再找出问题原因所在。事后我们对该问题进行了认真的调查，找到了问题的原因：生产环节中有一个最终升级的动作，会把产品升级到出厂软件版本，这个软件需要一个固定的名字放在服务器上，但是工厂的工程师不了解情况，当时服务器上的软件是一个旧的版本，但是因为名字相同，所以没有发现，并且升级后也没有有效的检测版本的手段，最终导致以错误的版本出厂。这件事之后，我们修改了测试规范，增加了对于出厂机顶盒软件版本的检测（包括客户软件版本号和我们自己的底层软件版本号），完善了产品的生产流程，从而杜绝了类似事件的再次发生。

YX5981A终于不辱使命，在海博人的共同努力下，获得了西班牙客户的认可，也成为我们进入欧洲市场的一块敲门砖，从而使海博威视在欧洲的机顶盒市场有了自己的一席之地。不仅如此，海博人的锐意进取和精益求精也给西班牙客户留下了深刻的印象，为我们与客户之间保持了长期的良好合作关系，也为日后更多的合作打下基础。时至今日，YX5981A已经进入到了包括中国在内的很多世界各国的快餐店、专卖店，或许某天你在快餐店吃着汉堡喝着汽

水，又或者某天你在某家专卖店挑选衣服的时候，耳边回响起那优美的背景音乐，就是来自于我们的YX5981A呢。

YX5534E 与西班牙电信的再次携手

时间飞逝，光阴如梭，在第一次与西班牙客户合作之后不久，2011年我们再次接触到这个熟悉的名字——西班牙电信。

去年西班牙电信又开始了新一轮音乐播放器项目的招标，有了第一代产品YX5981A的基础，我们对西班牙电信客户已经有了一定了解，而且也获得了客户的认可和信任，我们很快就锁定了这次招标，并开始了与拥有新名字（On the Spot）的西班牙客户的新一轮合作。

与YX5981A相比，新一代的音乐播放器YX5534E在功能、配置和外观等诸多方面都有所提升，以更高的速度和更大的容量来满足互联网用户日益增加的需求。存储空间从过去的80G增加到现在的320G硬盘，CPU采用了高速的Hisilicon（海思）3560E芯片方案，并增加了RT3070wifi和3G无线网卡两项无线功能。外观上也有了很大的提升，全新流线型设计，采用2.4英寸真彩显示屏，时尚和手感一流的电容触摸按键。



说到这款产品的外观设计，由于客户提出了更高的要求，因此从设计到最后的完成都经历了更多的波折。在最初选定了2.8寸显示屏后，客户提出机顶盒机体高度不能超过60mm，这就使得从安装工艺上怎样调整都无法满足客户提出的这个要求，因为2.8寸屏加上屏幕的支架已经基本接近58mm，再增加完上下壳以及装配的误差，控制在60mm的可能性非常小，经过反复的试验和失败，我们

最终只能放弃初定计划，又重新选型，选择了2.4寸屏，之后又是一遍的外观设计、客户确认、工艺确认……经过反反复复的修改设计，与客户和工艺部门的无数次沟通与协调，最后一个令客户满意的产品形态终于出炉了。

技术方面，YX5534E的3G无线功能是我们在以前的研发中从来没有接触到的领域，因此在接下来的开发过程里，3G模块的研发便成为一个首要的攻关难点。虽然3G在我们的生活中早已不再陌生，但是我们在技术方面则是首次接触，我们的技术人员花费了大量时间去搜索和查阅资料，并通过理论结合实际的方式反复进行测试研究，技术总监宋爱平更是亲自上阵，丝毫不敢懈怠。仅仅一个多月的时间，我们就完成了对于一个陌生领域的了解、探索、开发以及西班牙客户端的现场调试，并终于得到了客户的认可。

此外，这个产品项目中还有另外一个对于我们来说是全新的技术部分——电容触摸按键，这种按键被大量的应用于各种产品，包括手机、mp3等掌上电子产品。电容按键对于产品设计和生产工艺的要求都很高，任何一个微小的误差都会影响它的灵敏度，甚至电路板的走线都会影响它的灵敏度，硬件PCB设计基本确定后，还要通过更换每个按键对应的电容，硬件部门经过反复的实验，最终才采集了完全量化的数据并最终确定了一组合理的电容值。软件的驱动在配合硬件调试的基础上，还严格进行了代码评审和分析，从结构上进行充分的优化，最终才实现了令客户满意的按键触控效果。

目前，YX5534E已经完成了前期的研发工作进入到了客户联调阶段，客户正在紧张的进行中间件的移植和开发工作，正式的小批量生产也即将开始。也许不久的将来，YX5534E也会融入我们的生活角落，为我们播放出优美的旋律。

fetchtv第二代机顶盒M605T

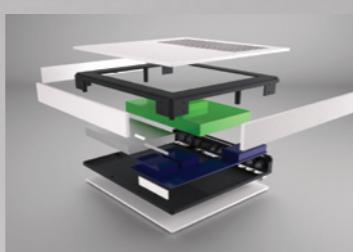
海博威视 陶净瑕



机身尾部效果，“隐藏式”输出端子的设计。



底部效果，美观的同时散热性能也考虑进去了。



爆炸效果图，设计得非常紧密，巧妙的利用空间，使得整体外观小巧可人。

fetchtv作为公司在亚太地区重要的合作伙伴，已经成功签署超过五家澳洲本地ISP(Internet Service Provider互联网服务提供商)，包括第二大运营商Optus，市场潜力巨大。从过去三年的合作经验上看，我们知道fetchtv一直都在追求高品质的产品，而我们为其打造的第一代机顶盒可以说是缔造了公司双模产品系列中里程碑式的产品。现在面临主芯片方案更新换代时期，fetchtv和我们对新一代产品的要求都更加的精益求精，第二代产品即将以全新的姿态推向市场，下面我就给大家提前介绍一下fetchtv第二代机顶盒的基本情况及特性。

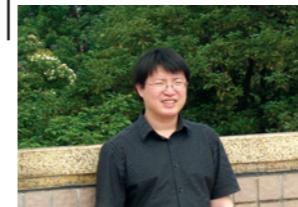
产品型号：M605T

主要特性包括：

- 主芯片BCM7231——这是一颗高性能芯片，主频达到1800DMIPS
- 三个数字地面广播接收器 (Triple Digital tuners) 可以同时无限制的看一路视频，录制两路视频。
- PVR功能——带trick mode及push vod
- 全高清码流解码 1080P
- 1TB 3.5寸内置硬盘——海存各种音视频文件
- 256M NAND flash+4M NOR flash (可选)
- 1GB DDR3 DRAM
- HDMI高清输出——带高带宽数字版权保护功能 (HDCP)
- Macrovision 模拟版权保护
- 分量视频输出、立体声音频输出、光纤数字音频输出、双USB接口、10/100兆以太网口

大家好！我是新员工（三）

(下文按姓氏拼音顺序排列)



●大家好，我叫曹雷，来公司已经快一年了，在此期间我感受到公司领导对工作的精益求精、不断创新以及培养团队的合作精神，能成为公司的一员，我感到无比自豪。

作为一名进入一个全新工作环境的新员工来说，尽管在过去的工作中积累了一定的工作经验，但刚进入一家新公司，难免还是有点压力。为了能让自己尽早进入工作状态和适应工作环境，每当遇到问题时我都及时请教同事，积极学习工作所需要的各项专业知识，努力提高自己的业务水平。这段时间我学到了很多，技术水平也得到了很大提高，过得非常充实和快乐，再累也是值得的！这里我要特别感谢这段时间帮助过我的领导和同事，正是因为有了他们无微不至的关怀和不厌其烦的帮助，才使我得以尽早从那种紧张的情绪中解放出来，使我尽快地适应了环境，全情地投入了工作！公司的发展就是我们每个人的发展，我相信我有能力把握机遇，与海博一起迎接挑战！



●大家好！我叫陈磊，来自湖北的北门户广水市，在西安上的大学，现在是Takink开发组的一员。

转眼间来到公司多半年了。从面试那天起公司就给我留下了非常好的印象，不论是面试官还是招呼我们喝茶的大姐，都让我觉得非常和蔼、好相处；硬件环境上，不论是之前在6楼工作时的热闹气氛还是现在10楼的宽敞明亮，都让我感觉公司的工作环境和氛围非常的融洽，使我决心一定要在公司好好的努力，既为公司贡献一份力量，也实现自己的价值。

初入职场时，我没有工作经验，很多事情都做的不好，但是在“老大”的关怀和指导下，还有其他有经验的同事们的帮助下，我渐渐地熟悉了工作的内容，真的非常谢谢你们！工作之余一些同事也经常会带我去打球，做运动，是你们让我真正成为海博威视中的一员，与你们相识是一件幸运的事情！祝公司所有的同事工作顺心，生活如意！



●大家好，我叫楚志浩，来自河南郑州，2011年6月毕业，同年10月来到公司，现在IPTV开发组工作。

我喜欢广交朋友，但我的性格却有点内敛，也许是还没完全褪去学生的青涩，就匆匆忙忙的踏上了职业生涯的路途了吧。记得初来公司时，我心里既激动又紧张，激动的是寒窗二十年，终于踏上了职业生涯的道路，自己多年所学终于可以得到实践；紧张的是从学生到职员，二十年身份的突然转变自己能否适应，能否处理好同事之间的关系；虽然我的心里有很多的不安，但是更多的是来自内心深处那份对自己美好未来的无限憧憬。后来发现，我的紧张是多余的，这是一个自由的舞台，每个人都是紧张而又有条不紊的工作，公司人性化的管理，同事们之间的团结友善，让我为自己能加入到这个优秀的团队感到骄傲和自豪。

每个人都有自己的梦想，也都不停地为之而奋斗，我也一样，有了自己的目标，就勤勤恳恳、踏踏实实地去努力，更幸运的是我走到了这里，海博给了我施展才华的机会，感谢帮助过我的兄弟姐妹们，我还要向优秀的你们学习，取长补短，不断地去超越自己，提高自己，为公司创造更多的价值。相信天道酬勤，相信功夫不负有心人。在2012年——我的本命年里，希望我的同事和公司里的每一个人都能美梦成真，都能开开心心快快乐乐的工作和生活。



●大家好，我叫**付玉祥**，2011年9月进入海博威视，我深信我是幸运的，很庆幸能够加入到一个团结和睦的团队，能够遇到对我们关怀备至的领导，拥有这么多亲切热情的同事，让我在较短时间内熟悉了工作内容，点点滴滴都让我在工作中进步，受益匪浅；庆幸自己初来乍到就有机会参加这次投稿活动，让我有机会在此介绍自己。我来自山东青岛，现工作于IPTV开发组，本人吧，性格开朗，很容易相处，喜欢交朋友。个人爱好，喜欢看书，下军棋。

我相信，通过我们彼此之间的相互了解和认识，我们不但会成为事业上齐头并进一起奋斗的战友，更会成为人生中志同道合、荣辱与共的朋友。最后，我愿能和大家一道为我们共同的事业而努力奋斗！好吧，就这样吧，祝愿我的同事们0 Bug编程，工作顺利！



●**葛易**90年出生，北京人。2011年7月毕业于北京青年政治学院计算机系，同期加入到海博威视，现在公司测试部工作。

我对网络技术比较有兴趣，实习期间曾做过网管、网站维护。作为应届毕业生，也是公司年龄较小的员工，来到测试部初期还是很摸不着头脑的，技术能力和沟通技巧与老员工相比都存在着很大差距。好在领导和同事们都很有耐心地帮助我，使我的个人能力得到了提升，同时也让我感受到了公司良好的工作氛围，使我愿意尽我所能，为公司这个大集体多做贡献。

最后，愿公司更创佳绩，祝各位同事工作顺利！



●大家好，我叫**李珊珊**，来自辽宁，是IPTVCORE组的一员，于2011年12月5日加入到海博威视这个团队。

我来到公司虽然时间不长，但是在这短短几个月里，我充分感受到领导们“海纳百川”的胸襟，感受到了海博人“不经历风雨，怎能见彩虹”的豪气，也体会到了海博人作为拓荒者的艰难和坚定。同时，也为我有机会成为海博威视的一份子而自豪。各位同事对工作的精益求精及不断创新的精神深深地感染着我，让我在工作中有源源不断的动力与激情。我作为一名职场新人，初入公司，难免有一个适应期，但是值得庆幸的是，在各位领导与同事们的热情帮助下，我已经从那种紧张的情绪中释放出来，完全适应了新的环境。借此机会对你们表示衷心的感谢。

真心地祝愿各位同事工作顺利，万事如意，创造新的辉煌！



●大家好，我叫**饶德俊**，来自福建龙岩，于2011年8月9号加入海博威视这个大家庭，现在项目组工作。从外表来看本人有点刻板，但内心还是十分热忱的，待人真诚，喜欢交朋友，业余时间喜欢运动，如跑步、打乒乓球、游泳等；还特别喜欢古筝类的音乐，净化一下自己烦躁的心；周末还会做些自己喜欢吃的菜犒劳一下自己。初入海博，同事、领导的帮助，以及公司人性化的管理，让我感觉到这里就像是自己的家一样温馨。

非常感谢公司给了我一个发展的平台，非常感谢同事、领导给予的帮助。祝大家身体健康，工作顺利！



●大家好，我叫**万康**，来自江西南昌，去年7月中旬荣幸加入海博威视，现在系统集成组从事研发工作。本人性格内外兼修，虽然平时给人的印象有点内向，但熟悉的朋友能感受到我的热情开朗。闲暇之余比较热爱运动，喜欢玩乒乓球、踢足球，有时也会和同事们一起打打篮球锻炼身体放松心情。

不知不觉转眼入职已快一年，期间经历了许多，也曾彷徨迷茫过，但非常庆幸的是公司领导给予我足够的宽容和信任，也得到不少同事的热心帮助和悉心指导。让我充分感受到公司人性化管理、和谐融洽的工作氛围。在这种环境下我不断学习着，努力工作着，慢慢成长着，感受到颇多收获和欣慰。作为新人，今后还有许多方面需要向各位同事学习请教，愿与大家团结协作，与公司共同成长。最后祝大家工作顺利！



●大家好，我叫**辛宏哲**，来自河北张家口，2011年9月份入职，在公司的测试部工作。我的工作主要是进行功能测试、回归测试和验收测试，确保产品能够保质保量的发布到客户手中。

作为一名新人，刚来到一个新的环境里还是有些紧张的，不过在身边同事的鼓励与悉心指导下，我很快和周围的同事熟悉起来，在此我要感谢他们。除了工作之外，我本人是个名副其实的宅男，平时有空就是在家打打游戏，看看书，听听音乐什么的，很少去户外活动，从而导致了我的体重也直线上升，悲剧呀……

就说这么多了，让我们共同努力，为公司做出更大的贡献，祝大家工作顺利，心想事成。



●大家好，我叫**曾涛**，来自湖南永州，2010年完成了自动化专业的学习，2011年10月加入了海博威视，现在平台部负责Broadcom平台的研发工作。我性格开朗、乐观向上，容易与人相处、有责任心，平时爱好看书、打乒乓球、散步。

非常高兴加入到海博这个大家庭中，成为一名程序员，也是我的第一份工作，我很珍惜这次机会，希望可以为公司贡献出一份力量。不知不觉几个月过去了，在工作方面，我得到了同事们的悉心指导，并且与大家相处得非常融洽和愉快，想对他们说一声谢谢。由于这是我第一次从事嵌入式开发，缺乏分析问题和解决问题的能力，而张书凯经理却给了我很多锻炼的机会，让我独自去解决一些问题，使我学会了如何去思考、解决问题，感谢张经理给我这些机会使我在工作中快速成长起来，我自己能幸运地成为海博大家庭中的一员而自豪。

好吧，就说到这，祝大家工作顺利，平平安安。



●大家好，我叫**张杰**，来自河南焦作，11年11月入职，现在隶属于系统集成组，做一些版本的开发维护工作。

我算是慢热型的，初次接触的时候可能有些拘谨，相处久了就聊得很开。平常喜欢看些动画，宫崎骏，柯南什么的，追了10多年了，柯南还是小学生的样子，也不知道能否看到柯、兰结婚的那天。喜欢仙剑、轩辕剑、最终幻想、也玩鬼武者、鬼泣、古墓丽影、三国无双，曾被李逍遙赵灵儿的故事感动，也曾对尤娜、泰达的结局唏嘘不已。喜欢听taylor swift、仓木麻衣、也听金莎、周传雄，最近常听外文歌，不是装小资，文艺青年，而是因为听不懂比较有感觉。喜欢几乎一切数码电子产品，无奈囊中羞涩，大部分只能过过眼瘾罢了，和大部分人一样，我常常期望着，什么时候所有的功能都集成在一个移动终端上就好了，这样就再也不用带一堆的相机、手机、MP3、游戏机了，不但方便而且还能省不少钱呢，so，我走上了这条道路，来到了这里，虽然离理想的目标有一些偏离，但这也是成长的一个阶段，现在机顶盒的功能越来越多，体积越来越小，也许不久的将来我们就可以用机顶盒拨打电话，玩高清游戏，又或者不久的psx、xbox、wii会有IPTV的功能，用一个移动终端随时随地做所有自己喜欢的事情并不是特别遥远，mini STB已经有了，micro STB还会远吗？

味道好极了！ ——我们的咖啡协会

海博威视 楚慧明

“……咖啡，味道好极了！”在我幼年第一次看到这个广告时，我就对咖啡充满了好奇与渴望。对咖啡的期待，那特有的苦味，以及温馨体贴的感觉，深深根植在我心中，自此咖啡在我生命中便成了不可失去的朋友。

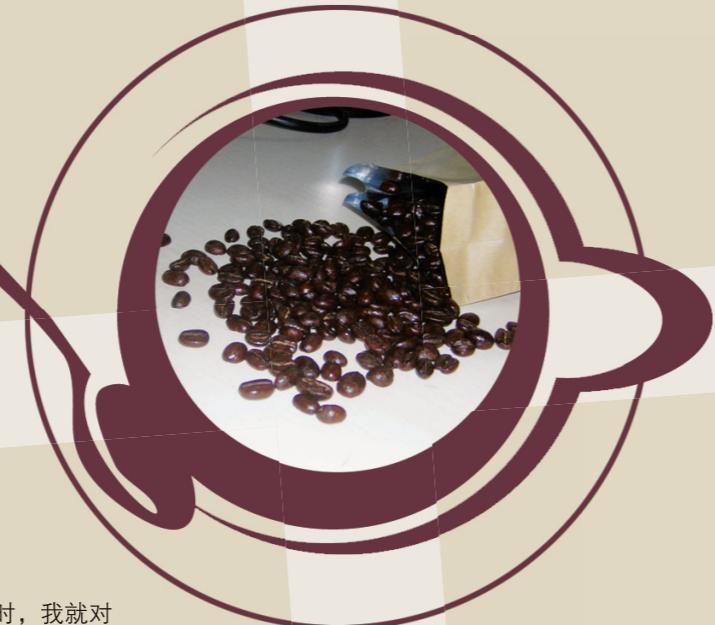
喝了很长时间的雀巢速溶咖啡，原以为咖啡就是这个味道，但是自从公司里组建了咖啡协会（以下简称咖协）以后，就彻底颠覆了我对咖啡的认识。咖协是应广大咖啡粉丝们的心声组建起来的，在组建过程中，也得到了许多公司领导们的大力支持。王刚王总以及研发中心总经理王海忠纷纷慷慨捐赠咖啡，使协会的初期运作得以顺利进行。虽然这是一个业余的组织，但要想使其稳定地运转，保证广大会员的利益，也需要管理得当。目前，我们咖协的组织结构是：荣誉主席：王刚；荣誉会长：王海忠；荣誉秘书长：尚德龙；会长：王加军；副会长：张书凯；买办：魏昕；干事：楚慧明；会员：董会好、丁磊、张通、赵淑英等。怎么样，麻雀虽小，五脏俱全吧！

既然成立了咖啡协会，如果继续喝速溶咖啡，显然就不能满足广大会员们的要求了。为了能够喝到正宗的咖啡，咖啡协会所购买的咖啡是已经烘培好的咖啡豆，如“热吻拼配 Hot Kiss espresso Blend”，“First Kiss 纯阿拉比卡综合咖啡”，“印度尼西亚产的PWN 黄金曼特宁”，STARBUCKS 的品牌咖啡，以及埃塞俄比亚、巴西、云南所产的咖啡豆等。

咖啡豆经过研磨所释放出来的醇香，可谓香飘四溢，即使远在平台开发部那边的同事们也能够闻到它的香气。将咖啡粉倒入滴滤壶，再加入水，就可以开始煮咖啡了，不到十分钟，一整壶香气扑鼻的咖啡即制作完成。如果问我这种自制的咖啡味道如何，我的回答是：速溶咖啡可以倒掉了。

当每个人都倒上一杯温暖醇厚的咖啡，交流各自品尝的感觉时，你所体会到的绝不只有咖啡入口的香浓，这其实更是一种生活的方式。

茫茫人海中，你我有缘相会，漫漫人生中，我们要记得身边的温馨体贴与爱，要记得抓紧时光，努力奋斗，与此同时，也不要忘记给自己一杯温暖的咖啡~



世界电信日

集团公关行政部 张莹 摘编

1969年5月17日，国际电信联盟第二十四届行政理事会正式通过决议，将5月17日定为“世界电信日”（World Telecommunications Day），并要求各会员国从1969年起，在每年5月17日开展纪念活动。1973年国际电信联盟再次通过决议，要求各会员国继续开展各种纪念活动，活动方式可以多种多样。为了使纪念活动更有系统性，每年的世界电信日都有一个主题，2012年世界电信日的主题为“信息通信与女性”。

电信的由来：电信是指利用电报、电话、传真、无线电设备和互联网络等手段传递信息的通讯方式。1844年电报正式用于公众通信。为了使电报发挥更大的作用，欧洲一些国家先后成立了“德奥电报联盟”和“西欧电报联盟”。1865年3月上述两组组织合并成“国际电报联盟”。同年5月17日，法国、德国、俄国、意大利、奥地利等20多个国家在法国巴黎签署了《国际电报公约》，并宣告国际电报联盟正式成立。随着电话和无线电的广泛应用，国际电报联盟于1932年改名为国际电信联盟。国际电信联盟的宗旨是：扩大和促进国际间电信技术的合作；促进电信事业的普及；协调各国的电信政策。

为了纪念国际电信联盟的建立，强调电信在国民经济发展和人民生活中的作用，国际电信联盟在1968年第23届行政理事会上，决定将该组织的成立日——5月17日定为“世界电信日”，并要求各会员国从1969年起根据国际电信联盟所确定的电信日主题开展纪念活动，宣传电信的重要性，普及电信科学技术，培养年轻一代对电信的兴趣。

● 历年世界电信日的主题：

1969 电联的作用及其活动	1986 前进中的伙伴	2003 帮助全人类沟通
1970 电信与培训	1987 电信为各国服务	2004 信息通信技术：实现可持续发展的途径
1971 太空与电信	1988 电子时代的技术知识传播	2005 行动起来 创建公平的信息社会
1972 世界电信网	1989 国际合作	2006 推进全球网络安全
1973 国际合作	1990 电信与工业发展	2007 携手青年：ICT产业的机会
1974 电信与运输	1991 电信与人类的安全	2008 信息通信技术惠及残疾人
1975 电信与气象	1992 电信与空间：新天地	2009 保护未成年人网络安全
1976 电信与信息	1993 电信和人类发展	2010 信息技术让城市生活更美好
1977 电信与发展	1994 电信与文化	2011 信息通信让农村生活更美好
1978 无线电通信	1995 电信与环境	2012 信息通信与女性
1979 电信为人类服务	1996 电信与体育	
1980 农村电信	1997 电信与人道主义援助	
1981 电信与卫生	1998 电信贸易	
1982 国际合作	1999 电子商务	
1983 一个世界、一个网路	2000 移动通信	
1984 电信：广阔的视野	2001 互联网：挑战、机遇与前景	
1985 电信有利于发展	2002 帮助人们跨越数字鸿沟	



相信随着客户对我们的综合评价，从以前的考评方式到要求签订质量协议这一过程中，不难看出客户对质量的渴望，更是在无形之中对我们提升质量的压力与日俱增。面对客户的抱怨，如果我们没有及时、诚恳、认真地对待，那对公司不但在经济上造成损失，同时也让公司减少了与其他兄弟公司竞争的筹码。俗话说“人无远虑，必有近忧”，相信每位成员都有一种危机感的存在，才会使整个团队有一种无形的凝聚力，本能的去促发为公司出一份力的想法。现在整个团队都在想提升质量，但什么是质量，如何提升？说来惭愧，毕竟我进入IPTV这一行业时间有限，但其实很多方面质量的内部存在一定的潜在联系，在这里提出来，相信能向有兴趣的同仁提供一点参考。

我们大谈质量，但何为质量，解释有多种多样，但根据ISO9000：2005《质量管理体系—基础原理和术语》（这里为什么不说ISO9000，因为ISO9000是族标准，所以很多人说我们公司通过了ISO9000是一种错误的说法，而正确的是我们通过的是ISO9001。）中对“质量”定义：一组固有特性满足要求的程度。从字面上我

们不难看出它是满足要求的程度，这个要求包括客户要求、行业要求、国家法律法规、区域要求，以及市场需求等多方面的总和在一起。如果连要求都不清楚就盲目的投入，这样从开始就存在风险。同时质量不是说一句好就好，说一句不好就不好，这样也是极其不负责任的一种说法，大家在看新闻时，说今年房价怎么样，不会说好与不好，而是用数据说话，比去年涨或跌多少个百分比等，那好与不好每个人心里有杆称，能从不同的角度去思考，这些想必不用说大家都知道，所以质量的好坏用数据说话。这就是为什么做质量的人员一开始进行QC七大手法、6Sigma、CPK及相关统计方法的学习。这的确是对质量管理人员的基本要求，那么质量就是质量管理部门一方面的事情吗？这是一个错误的概念，不把这种错误的想法纠正过来，提升品质将是一个可望而不可及的事情。

和大家说说质量管理中最基本的八项基本原则：

(1) 以顾客为关注焦点：组织依存于顾客。因此组织理解顾客当前和未来的需求，满足顾客的需求并争取超越顾客的期望。

接到要写有关我们部门或是人物相关文章的任务时，也曾仔细地考虑了内容的选定问题，部门的成长历程是比较好的话题，但作为质量管理人员相信目前迫在眉睫的莫过于提高组织运营及产品的质量，对于质量部门的每个成员，首要的责任是让整个团队对质量的认识有所改变，并真正地体现在工作的每个细节中。在这个渐进提升的过程中，团队里的每位成员上至总裁下至普通员工都会对质量有这样那样的体会和想法，下面是我们部门质量管理人员在工作中的些许看法，希望能与大家交流和共勉。（刘志华）

我原公司的质量方针为“满足客户需求并做出他们的期望”，上至总裁，下至一位门口保安，虽不与产品直接相关，但每一员工都知道——顾客是上帝。我们必须由心而发的把客户放在首要位置。我们说自己有能力、有本事，客户不满意没事，我们再找一家，这是自信的表现无可厚非，但为什么不反过来想想，一个客户不满意，其它客户你就能保证对你满意，只有珍惜每一个客户，哪怕是再难相处的客户。因为一个企业的进步也与对应的客户相关，越是挑剔越有性格的客户才更迫使你进步。你在这个公司，你之所行所为代表的是你的公司，而不是个人，所以把顾客奉为上帝是我们对工作的一种负责的态度，也是一个企业生存的基本。要做到满足顾客需求，还要争取超越顾客的期望，如果连最起码的满足都达不到，那更不用说是超越。

(2) 领导作用：领导者确立组织统一的宗旨和方向。他们应当创造并保持使员工能充分参与和实现目标的内部环境。

这一点不用说，对一个部门甚至一个企业，相信领导的作用起着决定性的作用。最高管理者按其管理职责和权威性，向团队各级组织和成员传达满足顾客和法律要求的重要性和质量要求及目标，并确保其实施的资源、措施、过程，以及及时审视和不断超越目标，努力满足客户更高的需求。

(3) 全员参与：各级人员都是组织之本，只有他们参与，充分发挥智慧和才干，才能为组织带来效益。

对于这一点也是本人想特别说明的，做好质量管理并非只靠质量管理人员，有人一说写相关的规范或是什么的自然而然就想到了质量管理人员，这一点也不能说不对，我们有这个义务与责任去规范所有的内容，但是作为一个部门的管理人员，怎么会把自己部门的相关管理规范叫一个外人来写，他们写的是否可行，而且规范将是一个部门的行为准则，也不可随便就落定。那也有人说我们等什么都水到渠成了再写，那也是有问题的，你不先把渠都规划好并建成，水能按你的渠而行吗？又有人说规范不是写了很多都没怎么用，照样不是很好，但这个“好”存在很大的风险，人与人能力不同，做事习惯也不同，而导致的结果也不同，怎么样规范，把其中的风险都考虑到，只要按你的规范做就可杜绝很多事情；那又有人会说QA做什么？QA是保证规范的有效执行，相当于警察的角色，是对上层领导及客户的一个负责，以及过程保证及相关信息的收集，以客观本来的面目呈现给各位。一个团队各司其职，努力在做事的过程中多思考，不是一件坏事。

(4) 过程方法：为使组织有效运行，必须系统地识别和管理组织质量管理体系所应用的过程，特别是这些过程之间的相互作用。

对于过程方法，首先我们先了解何为过程，所谓过程就是一组将输入转化为输出的相互关联或相互作用的活动。而过程方法的研究对象是过程，即识别过程。要清晰地识别一个过程，首先要明确这个过程的输入和输出，然后识别将输入转化为输出所需要的基本资源，最后要识别确定将输入转化为输出所必需的活动并明确这些活动的程序并形成文件。对过程的管理就是对过程的输入、输出、资源和活动进行管理。过程方法重点关注过程之间的相互作用，任

何一个过程的输出都可能成为下一个过程或多个过程的输入。过程之间是相互影响的，甚至一个过程决定另一个相关过程，所以确定过程之间的相互关系并给出恰当方法予以管理是至关重要的。

同时对于已识别的过程进行监视和测量的要求，确定实施控制过程所需的文件、最终提供合格的产品，同时要确保过程结果的有效性、把过程之间系统地联系起来进行控制。

如何实施对过程的控制，有两个方面的内容至关重要，一是程序（即进行该活动及过程规定的途径），程序是否得到实施和保持，是否受到控制。二是监视和测量的机会，包括过程的前、中、后，这可以通过测量系统用来收集信息和数据以便分析过程的业绩及其输入、输出和过程活动的特性。这些过程方法的探索、识别、规范再验证这需要一个持续改进的过程，通过循环往复的闭环控制，实现递进式的推进，即随着要求的逐步提高，使满足要求的能力不断提升，逐步由低层次向高层次目标发展、持续改进。

(5) 管理和系统方法：将相关互连的过程作为系统加以识别、理解和管理，有助于组织提前实现目标。

其实管理和系统方法从宏观考虑对互连的过程总体识别，有助于从更远更高的角度进行总体管控。从系统的、整体的对过程进行认知和管理。

(6) 持续改进：持续改进总体业绩是组织的一个永恒追求目标。

持续改进这一点不难理解，但如何能做到持续改进，如何去量测这个改进的有效性与持续性却不是一件容易的事，我相信目前很多企业对用财务来衡量业绩都能做到，但如何对财务上的目标进行分解成多个与产品相关联的目标，让每一位员工自己了解自己的目标是什么则不容易做到。这样每个人有事就做，没事就闲着，只因为心中没有一杆可度量的“尺子”对自己的所行进行

认知。所以要做到持续改进必须设定目标，而且达标后再提升目标，做到改善永无止境。

(7) 基于事实的决策方法：有效的决策是建立在数据和信息分析的基础上。

一项有分量的决策相信都不是凭空而来，事情并不是想到哪儿就做到哪儿，想一处就一处，永远在不断的变，每件事都只有“始”却永远没有一个“终”，这样可谓是徒劳，不如不做。

因为这个无意义的徒劳不仅仅是时间与金钱上的浪费，也是一个组织情感与积极性的损耗，无法用所谓的金钱去衡量，所以一个好的决策与不好的决策直接关系一个部门甚至一个公司的整体发展。

(8) 与供方互利的关系：组织与供方是相互依存的，互利关系可增强人文创造价值的能力。

现在社会讲“共赢”，在商场上没有永远的朋友，也没有永远的敌人，但多一个朋友远胜于多一个敌人。在利益考虑中不局限于与客户的互利，还要做到与供方的互利，更难得的是与竞争对手的共赢。

对于质量管理中最基本的八项原则其实就是简单的48个字，但要能真正做到这点却不是简单的事。这八项仅仅是质量管理的基本原则，而并非是具体组织的质量要求，对于与组织相匹配的具体质量要求和目标，才将是团队稳步改进的基石和路标。作为一名质量管理人员，愿意与公司的每位同仁一起在各个层面持续坚定地提升质量，为公司赢得更广的市场和更大的利益！也期望各位同仁在日后行事中对质量有一个最基本的认识，只有团队的每位成员提高对质量的意识，才能把质量做得更好。

认识华为从华为的销售开始

海博威视 何建

华为的销售模式

华为各办事处和电信运营商的合作有两种模式，一种是直销模式，由华为办事处直接向电信销售产品，如陕西、上海等局点。另一种方式是渠道销售模式，即华为将机顶盒销售给华为的代理商，再由代理商向电信销售产品，四川、重庆等局点使用的就是渠道销售模式。

无论哪种营销模式，最终都会与利益挂钩，企业家不是慈善家。但华为在销售项目管理中，采取目标导向的思维方式，每个项目设有基本目标、摸高目标及挑战目标。一笔业务这次可以不签单，但必须阻击竞争对手；在有时候“吃肉”的同时还是要给对手留点“汤”喝，让对方陪着一路走下去；有的业务必须全部拿下，不给对手留下任何机会；有些战略性项目的考核不是赚钱，只要不让对手得到就已达到了目标等。

所谓直销，按世界直销联盟的定义，直销指以面对面且非定点之方式，销售商品和服务，直销者绕过传统批发商或零售通路，直接从客户接收订单。作为商家来说一般会喜欢直销模式，这样可以使商家的利益最大化。华为在陕西局点就是采用直销模式，经历一年的探索期与适应期后，2011年陕西局点进入高速发展期，成为中国大陆地区IPTV用户增长最快的市场。华为和陕西电信高层关系十分密切，这点是任何一家公司都不能比拟的，正因如此华为不需借助其他方面的资源，自然可以将营销做的很好。华为按照如下标准

直销的好处就是可以阻止代理商进来分一杯羹，尽量做到利益最大化，但华为的直销模式也有其弊端，由此华为在其他局点引进了渠道销售的模式。

四川局点是渠道销售的代表，四川局点情况相当复杂，竞争对手众多，中兴作为最主要的竞争对手，处处对华为进行挑战，中兴和四川电信领导的关系十分亲密，这一点华为是无法比拟的。此外，在借贷方面华为总部管理比较严格，但是中兴在借贷方面的管理相对松懈。如果四川局点再采取直销模式，势必会被中兴压制。因此，四川局点改变策略，采取渠道销售模式，通过代理商间接向电信销售机顶盒，这样可以弥补一些弊端。渠道销售的优点在于，1.发货时间快：直销模式从签署合同、走合同流程、货物运输、到交付使用，最少需要两周时间，但通过代理商要货便会大大缩短要货时间。2.结算便捷：华为和电信合作，大多时候是签署借贷合同而不是直接销售合同，这样对于回款结算有时就会出现很大问题，通过代理就不存在这种问题，代理商要先提供银票才能签署合同，这样就可以实现零借贷。

今年，华为总部要求从7月1日起，严禁签署一切借贷合同，这样对陕西等局点会造成一定的冲击，但对四川局点的影响微乎其微。3.关系营销：华为所选用代理商为电信三产公司，这样的关系背景自然不用说，能够配合华为更好的搞好电信高层的关系。既然选择渠道销售模式，最重要的一步就是如何选择合适的代理商，因为华为的品牌效应，很多代理商都是慕名而来。华为按照如下标准

进行筛选：1.资金情况及综合实力，要保证代理商有能力进行压货，并能够接受先给银票后签合同的条件。2.关系背景，在销售领域，关系资源是不可缺少的，在四川如果没有关系背景，可能很难阻挡中兴的挑战。目前，华为在四川的代理商是一家国内上市公司，所以资金及综合实力都是相当雄厚的；此外，该公司还是电信的三产公司，其中有很多电信高层都持有该公司的股票，关系背景也是相当强劲，所以最终华为选择与该公司进行合作。

营销关系能力的建设

说起关系营销，可能有些人会认为没有关系在中国寸步难行。关系营销其实不仅在中国本土市场如此，在国际市场也不例外，只是不同地区程度不同而已。华为是做交换机起家的，绝大部分为投标项目，都是靠关系营销取得的。一般企业营销强调的是对已有关系资源的利用，会有针对有社会关系资源的人员进行招聘，而华为营销强调的是关系能力的建设，是授人与鱼和授人与渔的不同，“鱼”与“渔”有着本质的不同，会抓鱼的人走到哪里都有鱼吃。

华为在中国，一个本地的销售人员不可以留在本地工作，例如，把广东籍的销售人员分配到四川。这样做有什么好处呢？我觉得首先可以便于管理，如果一个本地员工负责本地销售市场，如果该员工和电信运营商的关系密切，那可能其手中便会有和华为公司谈判或者要挟公司的筹码，破坏公司的一些制度。其次，还可以有效地杜绝了腐败。当今时代，人才在公司之间的流动非常普遍，而华为公司要建立的是公司与客户之间的长远的合作关系，而非个人与客户之间的关系，一旦某个销售人员离开了华为，客户认同的不是他个人，而是华为公司，这样继任者相对容易建立起与对方的良好合作关系。这一非本地化营销策略，华为公司从刚开始拓展市场时就使用，历史证明是十分高明的。

那些起初采用本地化营销政策的公司也

渐渐地改为非本地化政策。华为公司的这一政策十分有助于建立公司产品的品牌形象。

市场关系是“项目成长的土壤，戍守领地的城垣”，到底在没有任何关系背景的情况下，华为的营销人员是如何建立关系呢？华为公司会给其销售人员提供诸多资源，如华为的品牌效应，学习培训资源、物质资源等等，有了这些资源，华为的销售人员还有通过自己的勤奋和敬业精神来建设新的关系资源。

我在工作当中，也了解到一些华为的营销人员是如何做客户关系的，曾经有个华为的同事对我说过，对待客户要像对待自己女朋友一样，要和客户建立“恋爱”关系，要对客户做到无微不至的关怀，和客户产生感情。权，然后知轻重；度，然后知长短；物皆然，心为甚。只有了解他，才能把握他，客户只有认同你，才可能认同你的公司和你的产品。这位华为的同事还曾对我讲过一个小故事，有一次，华为要请一位电信高层去巴塞罗那参加通讯展会，从国内直飞巴塞罗那需要十几个小时的飞行时间，人在飞机上度过如此长时间，一定会感到十分劳累，华为的销售人员非常细心，专门给电信领导买了一个按摩器和一个笔记本电脑，帮客户度过漫长的旅途。通过这个故事可以看出，华为销售人员对客户的照顾可以说是无微不至。当然，光会照顾人是远远不够的，作为华为的销售人员，还必须要有能够吃苦，敢于吃苦的精神。华为员工的敬业精神大家有目共睹，华为从创业开始就留下了“床垫文化”，我在日常工作当中经常能够遇到华为的销售同事在半夜两三点钟的时候给我发邮件或者打电话询问工作的情况。我想就是因为以上这些，华为才能把自己的关系营销做得十分优秀。

市场导向和内部投诉制度

华为企业文化中有一条“以客户的价值观为导向，以客户满意度为标准，公司的一切行为都是以客户的满意程度

作为评价依据。”2011年由于陕西局点的需求量大幅提高，但一些准备工作不是十分到位，陕西部分地市出现了断货风险。在这种情况下，华为果断采取空运的物流方式，大大节约产品交付时间，主动承担高额的物流费用，这种做法充分得到了局方的认可，这就是市场导向最直接的体现方式。

华为是以市场为主导，销售人员要具有敏锐的洞察力，需要对环境的变化，做出正确的反应和应对策略，并及时做出调整，在调整改变期间难免会遇到一些内部或外部的阻力，这时，华为的市场压力传递机制就会发挥作用。华为总裁任正非反复强调：“破釜沉舟，把危机意识和压力传递到每一个员工。通过无依赖的市场压力传递，使内部机制永远处于激活状态。”提到市场压力传递机制，不得不提华为的内部投诉制度。华为的营销是团队运作模式，团队协作过程中难免哪个环节就会出现问题，这时便可以进行投诉，投诉可以通过工作联络单或者电话投诉的形式，被投诉的那个人要及时进行改正，否则会影响到年终绩效评级和职位。在华为经常会出现一种局面，开会时争论的不可开交，大家相互投诉，但很少出现扯皮现象，谁的工作谁负责，分工明确，做不好就会被投诉，大家对这种情况都很认同。即使会上争论再激烈，会下大家又都是好朋友，工作和生活区分得很清楚。

以上这些仅仅是华为的冰山一角，合抱之木，生于毫末；九层之台，起于累土；千里之行，始于足下。华为能够成为中国最好的企业，乃至全球500强企业，有很多值得我们学习与借鉴的地方。华为就是我们的榜样，我们要向华为看齐，努力寻找差距，以华为的标准来严格要求自己，我相信不久的将来海博的铁骑也可以跨过亚非欧，把战火燃到太平洋彼岸的美国。



时光荏苒，转眼间我来到海博已是第三个年头。这期间，在领导和同事的关怀与帮助下，我的工作也有了不小的起色。从事两年的大客户销售工作，能够和中国最好的民营企业华为公司一起合作，对我的成长有着很大的帮助。我想通过我的所见所闻，来向大家介绍一下我眼中的华为。

华为作为我国最大的民营企业，是全球最大的电信网络解决方案提供商，全球第二大电信基站设备供应商。在2011年11月8日公布的2011年中国民营企业500强企业榜单中，华为技术有限公司名列第一。同时华为也是世界500强中唯一一家没有上市的公司。

普通人法律维权的技巧

深圳盛邦 王瑞舒

随着社会和经济的发展，各种人际关系和经济关系也日趋复杂化，促使人们和法律之间的关系越来越密切，法律已经渗透到了我们生活、学习和工作的方方面面。比如婚姻恋爱、家庭生活、邻里纠纷、医疗纠纷、交通事故、合同借贷、刑事犯罪等方面。了解一些法律知识，在别人侵害自己的合法权益的时候，知道应该用什么样的法律手段来维护自己的权益是很有必要的。

那我们如何利用好法律来维护自己的权益呢？在论述这个问题前，我先来说说普通人在法律常识方面两个容易存在误区的地方。

其一、普通人一般不是很了解法律事实和客观事实之间的区别。

笔者在执业的过程中，常遇到的一种情形是很多当事人分不清案件的客观事实与法律事实在司法实践中的意义，他们大都在陈述案情时对案件的具体情节描述详细，并以此为全部依据判断案件的是非曲直，从而忽视了证据在案件审理判决中的重要作用。也就是说，普通当事人不清楚法律事实和客观事实的区别，从而不能充分的理解和判断案件审理判决的总趋势和结果。

那么我们该如何理解法律事实和客观事实呢？对于客观事实，我们应该都有比较清晰的了解，因为从小学到大学学的都是马克思主义哲学体系。所谓客观事实，从法律案件的角度通俗地讲，就是案件发生时的各种真实情况，包括时间、地点、涉案人员、行为和背景等，这些真实情况并不随着时间的推移而有所变化，不依赖人们的主观意识而存在的客观事实本身。所谓法律事实，就是法官通过法定程序，按照证据规则，根据当事人提交的证据材料，经过质证采信后，对案件事实所作的合理推断与认定，理论上称之为法律拟制事



实。人们所获得的“事实”，只是无限接近于客观事实的“法律事实”，而不是客观事实本身。由于证据的限制，有的案件的真相——客观事实，甚至永远都不可知。

我来举一个简单的案例加以说明。前不久，某报刊刊登了一例消息：一男子出资购买了一套房产，首付款与每月的按揭贷款均由他支付。但为了规避房产调控政策，该男子将房产证做在了姐姐的名下。本以为姐弟间没啥事情说不清，不用担心姐姐把房产吞了。没想到时隔不久，姐夫做生意亏本，欠下债务，被债权人告上法庭。法院以夫妻共同财产为由查封了该房产。该男子被迫向法院起诉姐姐，要求返回房产，但其诉求被法院驳回了。因为从法律事实上讲，该房产已成为姐姐姐夫的共同财产，应该抵偿给姐夫的债权人。这是法律事实击败客观事实的例证。

其二、普通人对于具体案件所涉及的法律关系、法律概念、法律法规等很难做全面的了解和正确的适用。

我们如今所处的是信息时代，普通人通过电视、网络、平面媒体等平时都接触了很多法律普及知识和案件介绍讲解。通过网络搜索也能够对一些法律常识、法律法规和同类型法律案件进行学习和了解。

但这些初略的了解和学习也许还远远不够。我从法律法规的适用这个方面来做一个简单的介绍。我国现行的立法体制可以概括为“一元两级三个层次”。所谓的“一元”是指全国人大及其常委会；“两级”是指中央和地方；“三个层次”是指在中央和地方每一级中都有三类立法主体。这种情况导致立法主体的多样化和法律、法规类型的多样化。

我们国家现有的立法主体有300多个，其中还不包括法律没有明确规定其他授权立法主体。庞大的立法主体导致法

律和规章政出多门，人们无所适从。就拿盗窃罪数额的标准而言，上海、河南、四川等地高级人民法院会同公安、检察机关根据“两院”的授权、相继制定了本辖区内盗窃罪的数额标准，其中许多地区还区别城区、农村、铁路、牧区等情况制定了更为具体的标准。这样，在同一个国家适用法律的标准就有不同，即既有“国家标准”，又有“地方标准”；在同一个地区适用法律的标准也有不同，即既有农村标准又有城市标准，还有铁路标准和牧区标准。这许多不同的标准共存于同一个国家和地区，必然导致司法上的不统一和适用法律的困难。

关于法律适用我也举一个简单的案例来说明。2010年度发生的一起交通肇事案件简要情况为：原告古某，身份证户籍为湖南省人，事故发生时在东莞打工。诉讼时已经来深圳居住；被告一为朱某，身份证户籍为广东梅州市人，为肇事车辆车主和驾驶员，肇事车辆登记为深圳牌照；被告二为国内某财产保险股份公司深圳分公司。2010年期间，被告一驾驶肇事车辆在东莞市境内与原告骑驶的自行车发生碰撞，经司法鉴定，原告伤残等级为9级。原告的代理律师向被告二所在地法院—深圳市福田区法院提起诉讼，在案件审理期间，被告二向法院提出管辖异议，认为案件事故发生在东莞市企石镇，应移送东莞市第一人民法院审理。福田区法院认为根据广东省高级人民法院、广东省公安厅《关于处理道路交通事故案件若干具体问题的补充意见》第22条（以下简称“补充意见”）的规定，交通事故当事人双方都在广东省内的，由交通事故发生地法院管辖。据此裁定认可了被告二的管辖异议请求。管辖权归属问题涉及原告以及代理方三个方面的问题，其一为深圳地区的赔偿标准要高于东莞地区；其二原告已经迁

至深圳居住，再去东莞诉讼会有很多不方便；其三，如果确定在东莞诉讼，原告有很大的可能在东莞当地聘请律师，从而与深圳代理方解除代理。无论是从代理方利益还是原告当事人的利益，都需要力争将诉讼地保留在深圳。原告方提起了上诉，陈述的主要观点为一审裁定书中所依据的《补充意见》已经失效，理由之一为，从法的位阶角度来看，《补充意见》第22条是违法的。该条规定强行剥夺了原告向任一被告住所地提起诉讼之法定权利，与处于更高位阶的《民事诉讼法》相关规定不符。理由之二为，该《补充意见》是广东省为了贯彻国务院《道路交通事故处理办法》才制定的。然而该《办法》在2004年《道路交通安全法》实行后就失效了，《补充意见》产生的基础已经失效。二审法院撤销了一审法院的裁定，但在理由陈述中却是另外一番理由，我个人认为二审法院实际认可原告方的上诉理由，但是广东高院和公安厅并没有废止《补充意见》，所以二审裁定的理由也不便直接否定《补充意见》。由以上案例可见，即便是法院的法官，也有可能错误的理解和适用法律法规。

以上论述还仅仅只是涉及保全证据的重要性和法律法规的适用，实际维权诉讼要考虑的法律问题还有很多，比较复杂。笔者结合自己的一些执业经验，来谈谈在维权的过程中，普通人需要注意哪些带共性、普遍性的问题。由于普通人的维权纠纷主要集中在民事诉讼领域，因此，本文将集中围绕民事诉讼这个程序，来向大家介绍维权的一些基本常识。

第一、普通人自己维权所要注意的问题。

1、涉案金额不高，法律关系简单。

普通人如果选择通过自己个人能力和努力进行维权，首先是所涉案件的金额不高，事实清楚，法律关系比较简单，比如普通的借款纠纷、离婚诉讼、简单的劳资纠纷等，且其本人有足够的时间和精力，可以选择自己进行诉讼。中国是礼仪之邦，受儒家思想的影响比较深。一般人大多信奉“吃亏是福”，“退一步海阔

天空”，怕惹官非，不愿打官司，正所谓“屈死不告官”。自己参与诉讼，相对很多人而言也是一次难得而独特的经历。

2、起诉时要选准案件被告。

当事人受到不法侵害后，若要起诉到法院，首先遇到的问题就是你告谁，谁被你告，谁是被告的问题。一般来讲，作为被告，必须是侵犯了你合法权益的个人或者单位，而不是其他。如果某个公民侵犯了你的权利，比如某个人利用你的名字在外面招摇撞骗，对你的名誉造成了伤害，这很简单，你直接将他个人列为被告就可以了。有些相对复杂一点，以道路交通事故案件为例，被告通常有肇事司机、肇事车辆的车主或实际所有人或是司机的雇主（包括所属单位）、承保的是交通强制责任险的保险公司；而承保商业第三者责任险的保险公司应列为第三人。所以，我们打任何一个官司，都需要选准被告，这是最基础的一步。

3、要切实掌握诉讼时效的规定。

什么叫时效？通俗地讲，诉讼时效指的是，别人侵犯你的权利后，从你知道或者应当知道别人侵犯你权利之日起，你必须在法律规定的期限之内到法院起诉，如果超出了这个期限，你的要求就得不到法院支持，你就丧失了胜诉权，只能吃“哑巴亏”，这个诉讼时效一般是两年。

当然，时效的规定也比较复杂，两年的时效只是一个相对的概念，只要遇到法定事由，这个时效可以中断，可以不断延续下去。因此我们需要十分关注诉讼时效，不要等过了时效再去起诉。

4、需要注意收集有关证据。

站在法律的立场上讲，打官司就是打法律事实，法律事实是由证据组成的。前文所述，一个案件事实的客观事实与法律事实之间是有距离的，甚至有非常大的距离，更有的完全背离客观事实。这一距离越小，自然越接近客观事实，但这一距离的缩小依赖于一个案件中的真实、合法证据的多寡，合法真实的证据越多，自然依据其做出的裁决就越接近客观事实。

我们国家目前民事诉讼实行的举证原则是谁主张，谁举证，即当事人对自己提出的主

张，有责任提供证据，如果你不能举证，你就可能承担败诉的不利法律后果。

5、要选准对自己有利的管辖法院。

原、被告确定后，你又在规定的时间之内提出了诉讼，接下来要解决的问题是到哪里去告状的问题。一般的案件，我们实行的是“原告就被告”原则，即原告要向被告住所地/所在地的基层人民法院起诉，简而言之，被告住在哪里，或是被告单位注册在哪里，你就要到哪儿的法院去告，必须迁就被告。除了这个原则之外，还有一个侵权行为地原则，即因侵权行为提起的诉讼，由侵权行为地或被告住所地人民法院管辖。其中侵权行为地包括侵权行为实施地和侵权结果发生地。例如，某人在深圳宝安区被一台车给撞伤了，事故发生地，也就是侵权行为地在宝安区，这台车的车主所登记注册的公司或者个人，是在南山区，最后，他又是在罗湖区医治无效死亡的。此人的法定继承人就可以按照“原告就被告”的原则到这台车的登记注册地南山区法院起诉，也可以到侵权行为地宝安区法院和侵权后果发生地罗湖区法院起诉，这三个区级法院可以任由起诉方选择。

第二、聘请专业律师代为维权。

如果案件所涉金额比较高，被告有名，法律关系复杂，比如医疗纠纷，道路交通事故人身损害赔偿纠纷，股权纠纷，房地产纠纷等，则建议你聘请专业律师代为维权为妥。毕竟面对纷繁复杂的法律门类体系，不断更新的法律法规，作为一名未经专业培训考核、没有实践经验的普通人，要应对专业性很强的维权诉讼，难免有纰漏和不足，有时会给自己造成难以挽回的失误。因此，如果案件涉及到你的重大利益，且案情也相对复杂，则应当尽早联系接洽律师代为处理。

公民的权利内容十分丰富，维权的方式和途径也多种多样，本文仅是笔者个人总结的自认为带有共性和普遍性的一些问题和方法。所凭之论据和观点难免挂一漏万，经验方面也有偏颇和狭隘的地方，希望能够起到抛砖引玉的作用，引起大家对法律维权的重视和思考。



一个顺丰快递员的一天

集团公关行政部 黄为 摘自《创业家》杂志

看得出来，王卫想要在自己的公司里塑造出一些超越了运送货物、搜集包裹、操作计算机和开辟空中运输线之外的东西。他希望自己的员工不仅成为顺丰经济利益上的伙伴，也成为精神关系上的伙伴。

独家探访顺丰物流园

2003年，一位来自沈阳的大学毕业生来到北京。他的梦想是“成为一名既懂管理又有专业的职业经理人”。在多次应聘失败的情形下，他老大不情愿地进入顺丰工作。他应聘的是电脑IT部门的工程师职位。不过，按照顺丰的基层体系，每一个新员工都必须在基层实习至少3个月，承担一线收派员的工作。同时，顺丰的所有高管，包括王卫，都必须定期下基层点部锻炼。这不是说着玩儿的，王卫就曾经在某个早晨的8点整出现在北京三元桥点部的运件车边。他像个新来的快递员一样收货发件，不过，也没人认得出他来。

这是顺丰在北京的第一个大学学历员工。大学生在丰台的一个点部干了好几个月。头两个月挣700块钱，第三个月就上了3000。他没租房子，就支了张单人床，睡在点部的办公室里。办公室里有台传真机，时不时地，机器里头就会吐出一些写满了字的纸张。大学生拿起来一看，是一个叫做王卫的人写的文章，文章非常朴素，但都是关于公司战略规划、日常管理制度的论文。很快有人告诉他，这个人就是顺丰的老板。

“本来打算干两个月就走人的，可是看了这些文章，我打算在顺丰待下来。我

觉得老板是个干大事的人。”几年以后，大学生坐在顺丰北京区部的营运部门办公室里。当年，他做了不到半年快递员就被升为分部主管。现在，他已经是这个部门的高级经理，负责顺丰在北京的日常运营管理，包括路由设计、车辆监控、交通预警等。

我们要前往的物流园坐落在首都国际机场边上，占地7000多亩，耗资110亿人民币。这是一大片坡度平缓的水泥森林，由一栋又一栋积木一样造型简单的建筑组成。它们不是灰的就是白的，线条也丝毫不优美。在建造者和拥有者看来，它们也根本不需要美，只要足够大就好了——这正好象征了我们这个时代的价值标准。顺丰的领地大约有300多亩大，位于整个园区的中央。经过宅急送的院子，再在UPS的院子边上拐弯，就到了。它的对面又恰好是TNT的院子。据说，圆通快递刚刚在这儿买了一百多亩地，一亩地70多万人民币，还不包括设备和建筑物。这么一算，这项物流地产少说也价值几个亿。

办公楼里，有位热情的客户服务主管接待了我。在他的办公室外面，足足有170多位接线员，她们全都是年轻女孩，全都穿着白衬衣和黑西装，全都坐在办公桌格子间里，全都戴着耳麦和耳机，全都在电脑上敲打着。虽然每一个人都在说

话，可是因为整齐划一，还是让人有庄严肃穆的感觉。

沉默的大多数

从一开始，我就打定主意要去快递员们生活的地方看看。顺丰是一家拥有8万名员工的企业，每年的劳动力成本占总体成本的40%左右。这其中的绝大部分是来自中国农村的农民工。他们有做过黄牛党的，有做过建筑工人的，也有刚刚高中毕业的。他们工作方式分散，但是规模巨大。如果王卫出台一个考核制度，那么它马上就要进入一个数万人的汪洋大海，有数万人和他博弈。王卫面临的是一个任正非、柳传志或者马云都不曾面对的管理学命题。

我得在早上八点半之前赶到北京望京的一家顺丰点部。我到的时候，20几个快递员已经开完早例会了。每天早上8点，他们要从北京城的各个地方赶来。早例会由组长检查大家的仪容仪表，简单传达公司的命令。比如最近，大家就被要求学习北京两会期间的交通快递方案。

房间里非常安静，快递员们沉默又迅速地把自己片区里的包裹收好。能塞进背包的塞进背包，不能塞进背包的就绑在助动车的后座上。这种简易实用的交通工具价值1500元人民币，是每个快递员自己购置的。他们八点半就要出发派件，按照

“收一派二”的规定，在十点半之前，他们要派完第一批件。12点左右的时候，会有同城其他点部的小三轮车过来，完成一次同城小中转，把收到的同城件和天津件就近转派一次。黑色的送件车一天会从机场中转场来5趟，再拉6次包裹回中转场。这家点部并不算大，平均一天收发2000件，快递员一天得往外跑上十几趟。

快递员默默地把东西装好后，又默默地一个个出发。没人顾得上跟我聊天，他们都在争分夺秒地赚钱。一方面，如果做不到“收一派二”，被客户投诉，有可能会被扣分甚至辞退。另外一方面，假使他们能够抓紧时间多送一个件，就能多提成两块六毛钱。这是一个小小的责任承包制的循环，每个快递员每天都在这个循环上努力奔跑。

我打算跟着某一个收派员走一趟。我期待那会是一次漫长、沉默、疲惫但是充满刺激的城市旅行。组长是个27岁的小伙子，他热心地帮我安排了他们年纪最大、也最可靠的一个收派员老曾。老曾不老，他不过33岁，但早就结婚了，有个刚上小学二年级的女儿。他是江苏宿迁人，原本在老家做废旧塑料生意。2008年金融危机，当地的加工厂接不到订单，都倒闭了，他的生意也做不下去了。他带着老婆孩子来了北京，投奔亲戚。有老乡介绍他来顺丰工作，现在一个月能挣4、5000块。

这个点部被分成了11个片区，老曾和两个同事一起，负责望京佳境天成片区。他负责的路段有两家大学、几个住宅小区、两个大型国营单位。如果说劳动量，其实并不大。老曾每天骑着助动车走的路段都是固定的，来回也不会超过十分钟。我坐着车，跟着老曾发了一回件。两天前，有个中年男人从淘宝买了一双皮鞋，老曾给他送了去。

“350，找您1块。”他说。他收下几张钞票，叠好，装进上衣兜里，再把扣子扣好，准备一会儿回去跟仓库对账。这是代收货款服务，差池不得。

正准备去隔壁小区派下一个件，老曾的巴枪响了。4008呼叫中心通知他，附

近有客户要求上门取件。巴枪这个东西看起来有点酷，黑色的，像个PDA。用红色按键打开之后，屏幕上会有17项菜单。它最基本的功能就是帮助完成快件的现场跟踪。快件在每一个人、每一个仓库、每一辆车之间发生转移的时候，工作人员都需要用巴枪扫描快件上的条形码。这样一来，电脑里的查询系统就能够跟踪快件的去向。消费者在下单以后，也能够在顺丰的网站上实时查询自己的快件到了哪里。此外，它还有运费结算，查询收派件范围和拍照功能。

外资快递公司早在2000年左右就已经实现了巴枪管理。顺丰则是在2003年左右开始引进巴枪。最开始，顺丰的巴枪是从韩国和台湾进口，每台7000多块，重达2公斤。后来，顺丰自己的IT研发部门不断升级产品。老曾手里的这台巴枪是第四代产品，价值3000多块，是顺丰和一家供应商从2008年开始研制的。2010年8月，公司全网络所有的二级中转场都使用了这种终端。

老曾听人说过，2002年，顺丰刚刚在北京有业务的时候，全朝阳区就一个点部，曾经有快递员从国贸骑自行车到昌平，就为了送一个包裹。随着公司业务规模的扩大，这种片区划分正在切割得越来越细。中关村分部在2007年还是一个点部，后来因为电子市场业务量巨大，被切分成了6个点部，后来又缩编成了现在的4个。

为了确保一线收递员能在1小时内到达所属区域内任何地点，公司规划部会根据数学模型计算出不同客户数量与不同商业流通频率下的服务半径，比如二线城市市区的服务半径一般是7公里。也就是说，一般城市市区点部的分布以约7公里为单位，按照最优拓扑结构，结合街区的房租成本，进行合理选址。有些CBD区域的点部布局稍微密集，而在郊区则可能远大于7公里的服务半径。

除了点部的分布要满足“1小时交通圈”要求，在上一级中转站，也按照时效要求，设置2小时交通圈。这样，只要是在同一个区部，也就是说同一个电话区号

范围内，能做到4小时到达。

当然了，这些东西老曾都搞不明白，他也不需要搞明白。除了把全国几百个城市的数字代号背好，方便派件之外，他就只需要关心一件事情：我今天有没有被扣分。

办公室的桌上有一本灰色封面的小册子。薄薄一本，老曾却用两只手把它递给我，好像这是本武林秘籍似的。这是顺丰的《员工手册》，第一页上写着它的“保密级别”，并且标明是2.0版本。

作为顺丰的精神法典，这本小册子实在名不虚传。每个顺丰的基层员工都有20分行政分和20分业务分，一年清零。以前，扣掉15分，这名员工就被解聘了。这项严厉的制度如今稍有松动，扣分不被开除，而是和收入挂钩。我随便翻了翻，里头写着：“收派员填错表最高扣10分……染头、留胡子或指甲扣4分，扣到0分即解……一个月迟到满30分钟便收警告信，收到第4封就开除……”

不过，王卫可不希望自己的企业被认为是一群一丝不苟的机械战警。在顺丰内部的BBS上有一段视频，是王卫在一次公司年会上的讲话。当时，他为两名年度优秀员工颁奖。他们在送件车翻车，人员重伤的情况下，仍然坚持先等到公司的救援队伍，托管快件，之后才上救护车。王卫一面发奖，一面说：“在顺丰，任何行为都不能够以生命为代价。我不鼓励这么做。”

看得出来，王卫想要在自己的公司里塑造出一些超越了运送货物、搜集包裹、操作计算机和开辟空中运输线之外的东西。他希望自己的员工不仅成为顺丰经济利益上的伙伴，也成为精神关系上的伙伴。他出版内刊，为员工提供免费的法律援助和心理咨询服务，设置包括内部晋升通道、职业培训和储备干部制度等一系列人才制度，他甚至还组织光棍快递员联谊，最好能成上个几对儿。王卫还真是不辞辛苦。不管怎么说，他费尽心思就是要得到他想要使用的人。对于现在的顺丰来说，拥有高素质的员工和拥有高科技的技术同样重要。

美国西部印象(上)

海博威视 王海忠

一部车，
一家人，
四个城市，
四个国家公园，
一个高山湖泊，
十六天，
五千公里路……
美国西部的印象就这样展现在我的面前。



图为我们在美国西部的行车路线



吸引我们去死亡谷国家公园的原因是“美死亡谷石块会自行移动”的报道，因为这里会发生一种非常神秘的地质现象——这里的石头会自己移动，没有任何的动物或人类干涉其中。但最终会自己移动的石头没有找到，在这不毛之地感受到的却是动植物死亡的气息。当然，不解之谜也被儿子“解惑”了：“你看的报道也太过时了，我早在网上看到科学家已破解了这一迷团，是风力和冰层这两种作用力促使了石块的移动。”

这里夏季的气温会高达54摄氏度，只有少数几种能够经受这种炎热潮湿气候的动植物才能在这里扎根。(图1)

恶水盆地(Badwater basin)，是整个西半球海拔最低的地方，海拔高度：海平面下282英尺(85.5米)。恶水彻底颠覆了我对盐碱地的概念，原来盐碱地也可以这样美的不可思异，图片中白花花的可不是雪，而是盐，儿子已经品尝过了，咸的很纯正。(图2)

我们开车驶入大峡谷国家公园后，直到在一个景点处停好车后，都丝毫感受不到大峡谷的存在，我们怀着疑惑的心情往人群聚集处走去，当在坦如桌面的高原上突见一道巨大的裂痕时，那一刻只能用震撼来形容。这是地球上自然界七大奇景之一，大峡谷全长约446公里，宽度从6公里到数十公里不等，最深处将近2公里。站在峡谷边缘，总会惊异这片土地怎么就被鬼斧神工地掰开在我面前，露出里面斑斓的层层断面。峭壁下的深渊深不可测，尽管有护栏围着，但仍然让我胆寒，不敢正视。(图3)

布莱斯峡谷国家公园是我们此行中我最喜欢的一个公园，公园名字中虽有峡谷一词，但其并非真正的峡谷，而是由侵蚀而成的巨大露天剧场，是神的阅兵场。从崖顶望下去众多造型精巧和色彩缤纷的尖柱形岩柱(可高达60米)，蔚为壮观，伸展有一、二公里宽，三十公里长。很难相信这些石头是自然风化而成的，因为它们和周围地貌几乎毫无相同。我相信这一定是神的杰作。

穿行于岩柱之间，从俯视，到仰观，有一种走迷宫的感觉，走到岩底，感觉自己是如此渺小，千军万马般的岩柱让我心生敬畏，仰头望上面的游客已小的看不清了。(图4)

锡安国家公园我们来去匆匆，一进公园便发现一条赭红色的公路蜿蜒于山谷中，公路两侧耸立的是巨大奇峰异石，岩石的底部是红色，向上逐渐变成淡红、白色。整个巨大的山坡从顶到脚都是整齐的方形格子，像是无数个小棋盘。只是遗憾由于时间关系，没能沿着公园里的小径去寻幽访胜，游览据称全世界最大的科罗布天然拱门。(图5、6)

冰清玉洁的太浩湖：太浩湖是位于美国加州与内华达州之间的高山湖泊，四周由山峰环抱，海拔1897米，南北35公里长、东西19公里宽，并有116公里长的湖岸，湖水最深处达500米。太浩湖是世界上最大最高最深最纯而又最美的淡水湖，还是世界上保护最完好最天然的湖。冬天降雪期长达8个月，但湖水却不会结冰。

太浩湖美就美在其湖水的湛蓝，蓝得透明，蓝得宛如一块巨大的水晶石，蓝得可见湖底。湛蓝的湖水与碧蓝的天空连在一起，水天一色，浑然一体。太浩湖湖边、湖中完全没有楼台亭阁这些人工建筑物，正如一个天生丽质的姑娘，不施粉黛，素面朝天，更显得美的自然，美的清纯，美的健康，让你不能不动心。(图7、8、9)



①



③



④



⑤



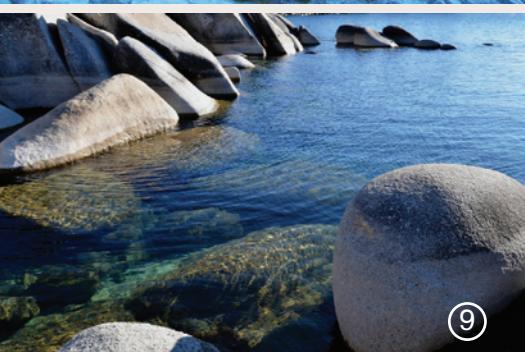
⑥



⑦



⑧



⑨

夏日的清凉小饮

海博威视 赵子舰

七月，正值酷暑季节，若是能喝上一些自制的绿色饮品和无添加的冰激凌，那将是一件非常惬意的事情，在这里，我就为同事们介绍几样我自己“研制”的小饮，愿为你的夏日带去几分清凉。



红茶可以说是所有的茶中包容性最强的，冷饮、热饮、加糖、加蜜、加奶、加咖啡、加柠檬、加肉桂等，无所不能，百无禁忌。红茶和水果搭配，更能碰撞出无数火花，可以配甜瓜、桃子、苹果、香蕉、波萝……而我觉得最好吃的则是芒果，所以就有了这款**热带风情芒果冰茶**。

原料：红茶包、芒果、蜂蜜。

做法：

1. 用开水焖泡茶包2分钟，取出茶包，将茶水晾凉，调入一小勺蜂蜜，放入冰箱冷藏。
2. 芒果去皮切成小丁，混入冰镇好的红茶中即可。



把两种毫不相干的食材放到一起，有时候往往能达到出乎意料的美味效果。记得有一次我在外面吃自助餐，取了一杯冰淇淋，很难吃，又不好意思浪费掉，就倒了一杯热咖啡进去，结果却是非常好喝。几年以后发现肯德基出了一款雪顶咖啡……

对红茶的偏好让我想到了将它与冰激凌进行混搭，冰淇淋的香滑刚好平衡了红茶的醇厚，清凉甜美的**梦幻雪顶冰奶茶**正适合炎热的夏季饮用。

原料：红茶包、牛奶、盒装冰激凌。

做法：

1. 用开水焖泡茶包2分钟，为了让红茶更浓，水量要比平时少，或者直接用2个茶包。
2. 取出茶包，加入常温的牛奶制成奶茶。牛奶用量为茶水的一半或再少一些。
3. 在另一空玻璃杯底部放入冰块，倒入奶茶，冰块会上浮到液面上，挖一个冰淇淋球放在漂浮的冰块上，人造雪顶即成。

冰镇酸梅汤是夏日最受欢迎的冷饮，为了不要连同香精、色素、防腐剂等一同吃进肚子里，还得自己动手DIY。

原料：乌梅（可到药店去买，价格便宜，大概三、四元钱一两）、红糖、桂花。

做法：

1. 乌梅30克左右，清洗干净，放入锅里煮，乌梅很酸，可多加些水。
2. 开锅后放红糖，再煮十五分钟，最后加桂花酱，冰镇后即可饮用。



十八颗御茶，现已专门保护，不知这十八颗御茶有谁品过？



龙井茶基地



龙井村村口牌楼



这里产的龙井才是真正的狮峰龙井



九溪源，杭州四大名泉之一（老龙井、虎跑、法语、九溪）



老龙井，杭州四大名泉之首

有机会到杭州旅游的朋友在饱览西湖美景、饱食杭州美食之后，再到灵隐寺上香洗去内心的杂念后，最好能抽出一天的时间到龙井村休闲一下。龙井村位于西湖风景名胜区西南面，四面群山环抱，呈北高南低的趋势，村内常住人口约800多人，拥有近800亩的高山茶园，村的西北面北高峰、狮子峰、天竺峰形成一道天然屏障，挡住西北寒风的侵袭。南面为九溪，溪谷深广，直通钱塘江，春夏季的东南风易入山谷，通风通气的地理条件为龙井茶的生长提供了得天独厚的优势。这里出产的龙井茶位居“狮、龙、云、虎”之首。相传乾隆皇帝下江南时，曾到龙井村狮峰山下的胡公庙品尝西湖龙井茶。饮后赞不绝口，并将庙前十八棵茶树封为“御茶”。

龙井村村内旅游资源丰富，除了御茶园，胡公庙，还有九溪，老龙井等点缀其中，为茶乡增加了浓郁的文化氛围。

游览完了龙井村后，差不多已到中午时分，不必马上返回杭州市区，可以在龙井村找一家农家乐吃午饭、喝茶。如果不单点，人家做什么你吃什么就非常便宜，每人20元（2009年的价格，现在好像涨了点），包括茶水，不限时，可以聊天、打牌等，消磨时光，如果赶上雾气蒙蒙又不下雨的天气，是最惬意不过的了。

龙井村值得大家一游，既了解了龙井茶，又接触到真正的杭州市井休闲文化，使身心得到完全的放松。

龙井村
海博威视 张健

www.yuxing.com.cn

裕兴集团

是实业与投资相结合的集团化公司：

实业方面，以宽带网络数码影音产品为龙头，着力于信息家电、数码电子消费产品、OEM三个业务方向的市场开拓，兼具软硬件研发、规模制造、市场营销和客户服务等多方面综合能力；

裕兴在宽带数码影音技术产品领域中是全球范围内出色的解决方案提供商和定制产品制造商；

投资方面，以价值投资为原则，坚持稳健投资、团队运作的特点，通过金融创新等手段，在保值基础上获得资产稳定增值。

诚信透明 严格自律 相互信任 高度负责