

天源迪科

通讯

2017【NO.1】

总第60期



封面摄影：欢乐圣诞 作者：莫北（行政部）

“绿色”畅想“源源”不断
天源迪科新能源发展迎来春天



天源迪科家园
我的迪科我的家

无限数据 有形价值

天源迪科，帮您挖掘数据价值的专业伙伴！



欢迎关注微信公众号：
天源迪科大数据

大数据浪潮强势来袭

随着“云计算”、“互联网”、“物联网”的快速发展，大数据（BigData）也吸引了越来越多的关注，成为社会热点之一。大数据的新技术新应用向商业世界及公众生活不断渗透，人类交流和链接方式发生了剧烈变革，数据体量迎来了爆炸式增长。

随着大数据蕴涵潜在价值的逐渐释放以及世界各国对大数据关注度的日益提高，使其成为IT信息产业中最具潜力的蓝海，大数据浪潮正以一种革命风暴的姿态强势来袭。

2014-2020年全球大数据产业市场



大数据浪潮风起云涌！

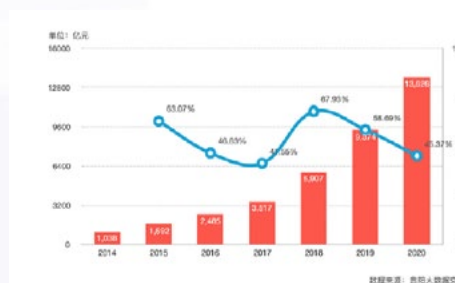
数据显示，2015年全球大数据产业规模达到了1403亿美元，预计到2020年，这一数据将达到10270亿美元。全球大数据企业数量迅速增多，市场竞争越发激烈。

天源迪科勇立潮头

天源迪科是国内领先的产业云BOSS和大数据综合解决方案提供商，专注于利用当代最先进的IT技术推动企业和政府部门在管理和商业模式上的创新发展，为其提供综合解决方案，包括运营



2014-2020年中国大数据产业市场规模及增长率



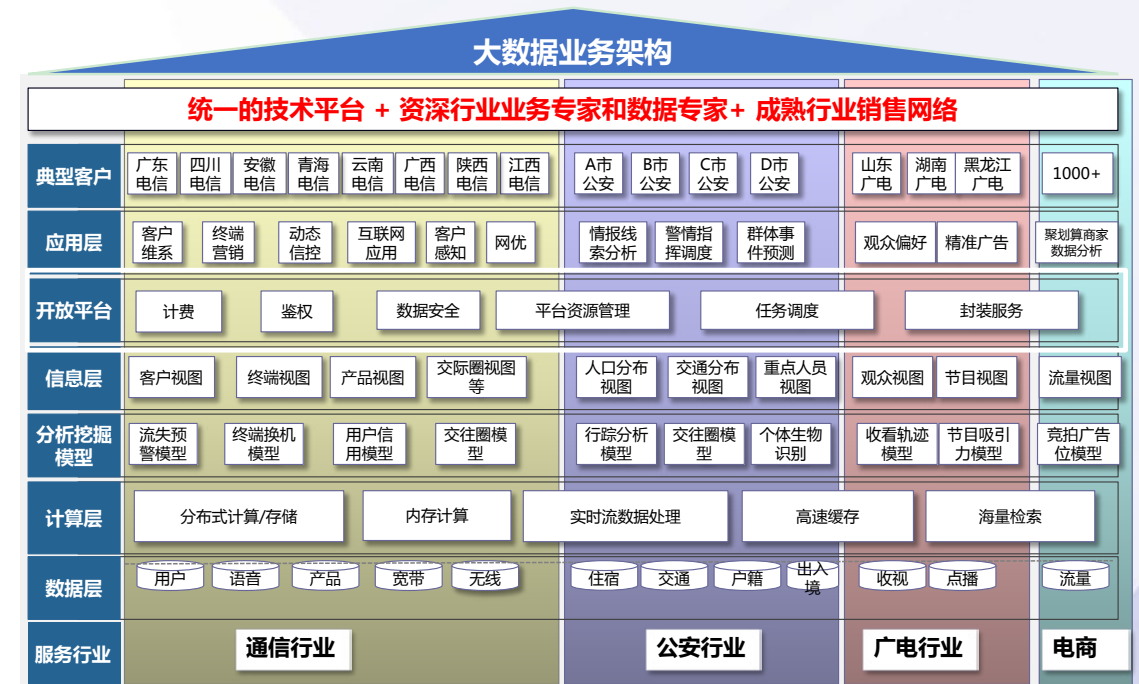
发展大数据业务正当其时！

据统计，预计2016年末，大数据产业市场规模将达到2485亿元，而随着各项政策的配套落实及推进，到2020年，中国大数据产业规模或达13626亿元的高点。

支撑、大数据、移动互联网解决方案等。天源迪科以“为客户创造价值、与客户共同成长”为理念，致力于成为行业信息化应用的领导厂商和先进技术的引领者。



天源迪科大数据业务架构



大数据与传统产业的深度融合和创新应用，能推动社会管理创新，带动各行业向信息化、网络化、智能化发展，加速制造业、服务业等产业转型升级。

行业大数据解决方案专家

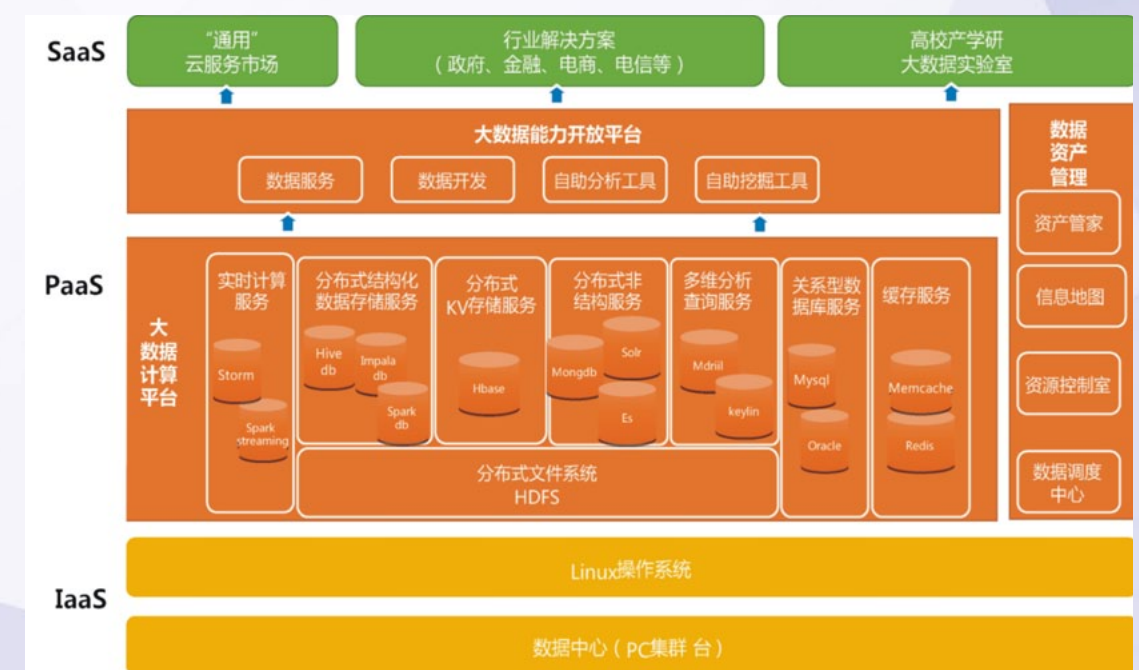
在商业智能与大数据行业十多年长期耕耘，以“让行业数据产生价值”为使命，天源迪科在大数据平台和软件产品开发、数据服务、数据运营等方面积累了丰富的建设经验，拥有一支人员规模与技术水平都居国内前茅的技术队伍。

天源迪科凭借统一的软件技术平台产品+行业业务专家与数据专家+成熟行业销售网络，长期服务于行业大中型企业和政府机构。目前大数据市场范围已经覆盖通信、公安、广电、电商、新能源等多个行业，根据各行业自身数据特性和业务场景，研发具有行业特性的解决方案。

大数据服务的客户

中国电信、中国联通、山东有线、湖南有线、阳光电源、公安（国内多个城市）、广东省气象局、广东省税务局、隆平高科等。

天源迪科大数据总体解决方案



成为中国顶尖的、受人尊敬的IT企业
tydic.com



主办单位：《天源迪科通讯》编辑部
投稿邮箱：yangyp@tydic.com
读者来信：yangyp@tydic.com
出刊日期：2017年1月8日

CONTENTS 目录

特别报道 P2

拥抱大数据 迎接新变革

2015年，天源迪科首个公安大数据项目—深圳公安大数据中心成功落地，开启了天源迪科大数据在公安领域的新篇章；2016年10月，经过公共事业部团队成员的用心打磨，公司再次迎来捷报—珠海公安大数据中心项目成功上线。

珠海公安大数据中心项目的成功，不仅进一步巩固了公司的行业标杆地位，也昭示了在公安行业发展大数据的光明未来。

.....

封面故事 P20

“绿色”畅想“源源”不断 天源迪科新能源发展迎来春天

2016年11月30日，公司收到陕西天吉能源有限责任公司发来的感谢信。信中写道：“在项目实施中，贵公司的高龙、刘斌、翁瑞、董婷、冯杰、史拥军、周柏甫、李志伟、刘文飞等同事长期驻守项目现场，同时深圳总部产品线曹文涛、付林、邹远锋、姚坤、章思、李娜等同事远程支撑，团队成员认真负责和积极的工作态度得到了我司运营部的一致认可。……最后，希望贵公司天吉团队能继续秉承严谨、认真的工作态度，在未来合作中，互相支持、互相帮助，并且希望我们能再接再厉，互利共赢，齐心协力共同为新能源的发展添上浓墨重彩的一笔！”

.....

DIC纪实 P10

DIC纪实
月度评优

企业管理 P28

项目里程碑计划管理
任务分解与时间规划
加强业务导向 提升业务学习

技术分享 P40

产品原型的诞生
高性能web设计案例分享

探索思考推荐 P48

读书
观影
生活
时尚单品推荐
摄影

DIC家园 P54

核心价值观
热点聚焦
DIC家园
摄影作品投稿
征稿启事

拥抱大数据 迎接新变革

——珠海公安大数据中心项目特别报道

本刊记者 杨艳萍

2015年，天源迪科首个公安大数据项目—深圳公安大数据中心成功落地，开启了天源迪科大数据在公安领域的新篇章；2016年10月，经过公共事业部团队成员的用心打磨，公司再次迎来捷报—珠海公安大数据中心项目成功上线。

珠海公安大数据中心项目的成功，不仅进一步巩固了公司的行业标杆地位，也昭示了在公安行业发展大数据的光明未来。

公安，作为为国家稳定和百姓生命安全保驾护航的重要部门，是“政府部门的大数据中心”，大数据在这个领域将发挥怎样的价值？而天源迪科，作为从上个世纪就开始进入公安信息化领域一个行业“老兵”，又将为此深耕多年的行业带来怎样的改变？

本期特别报道，聚焦珠海公安大数据中心项目，看大数据如何深入民警业务，推动“智能化”执法。

珠海公安大数据中心项目成功上线 天源迪科助力公安民警“智能化”执法

11月3日上午，CCTV13的《朝闻天下》栏目中，央视记者来到了广东珠海航展现场，深入报道了珠海市公安局为中国航展保驾护航的高科技安保系统。

短短两分半钟的报道，背后凝结的却是珠海市公安局与天源迪科近一年夜以继日的辛勤汗水。

2015年底，珠海市公安局遵循公安部、省公安厅已颁布的技术标准、规范，采用开放灵活架构，以云计算、大数据分析及处理技术为支撑，启动了大数据中心建设项目，天源迪科公共事业部在对珠海公安进



CCTV报道航展高科技安保系统

行了历时三个多月的需求调研分析后，获得客户的高度认可，项目立项后立即组织人力物力全力投入到项目研究开发、系统部署和测试的工作上。

经过十个月的全力建设，按照客户的项目要求，项目于10月15日完成系统上线，并在11月15日的项目初验会上，获得客户的表扬。

据悉，珠海公安大数据项目建设中心已在珠海公安各部门、业务警中深入人心，民警以前工作中一些比较难或者解决不了的问题，都会想到大数据项目建设中心；在一些大型活动（比如航展、音乐节）安保或者一些重大事宜方面都会看到大数据的影子。

数据展示墙 大数据运用到航展安保的方方面面

2016年11月1日至6日，两年一届的中国航展在广东珠海举行，高科技的大飞机、精彩的飞行表演以及先进的武器装备，吸引了国内外成千上万的航天爱好者，专业展时每天四到五万人流量，公众开放日每天近十万的人流量，这对于珠海市公安局的安保工作也提出了更高的要求。

为了助力航展安保工作顺利进行，项目团队通宵四天，基于深圳公安大数据项目建设“情报墙”的思路，通过深入钻研Echart技术原理、深入调研各业务部门的需求、深入了解民警的需求，迅速从外国人、旅业、警情做出分析，为航展设计并研发了四面“数据展示墙”。由海芯大数据平台对实时获取的各路公安业务数据，如旅业入住信息、警情等信息，综合历届航展期间的历史数据进行梳理、分析，从横向、纵向纬度进行比较，并最终通过可视化数据显示墙进行直观展现、发现规律、作出预判，为航展安保提供数据，作出决策依据。

“数据展示墙”得到了各个业务部门和公安领导的赞许，在今年的国际活动航展中成为大数据发挥的一大亮点。10月28日，珠海特区报对于数据展示墙专门作出了大数据深入渗透航展安保的报道。

看到了央视和珠海特区报对航展安保系统的报道，珠海公安大数据中心项目的技术负责人朱明感到了由衷的喜悦和自豪，“这就是成就感的来源，通宵加班也值得了！”



《珠海特区报》报道的数据墙由天源迪科研发

大数据运用渗透到了航展安保的方方面面。各级公安指挥员只要手持平板电脑，就能实时查阅到航展安保的所有数据，如实时进场人数、进出车辆数量、各条道路交通状况；出场通道的摄像头可以自动统计出场人数；停车场加装了地磁感应系统，进出车辆都会自动计数，执勤警力携带有定位系统，指挥部能实时查看警力分布，从而就近调配警力……

朱明介绍，其实这只是为观众所知的大数据渗透到很小的一部分，用于航展的数据展示墙也只是项目组研发的12面数据墙当中的一部分，在珠海机场、公安禁毒系统、珠海沙滩音乐节，很多的安保工作都有大数据平台的支撑，虽然没有航展那样备受关注，但大数据就像一个默默的奉献者，潜移默化之间，为珠海的安保工作添砖加瓦。

警力资源管家 提高测算效率，在全国试点推广

除了用于航展安保的“数据展示墙”外，“警力资源管家一套改助手”是大数据支撑的另一个应用，也是相较于深圳公安大数据项目，珠海公安大数据中心项目取得的另一大突破。

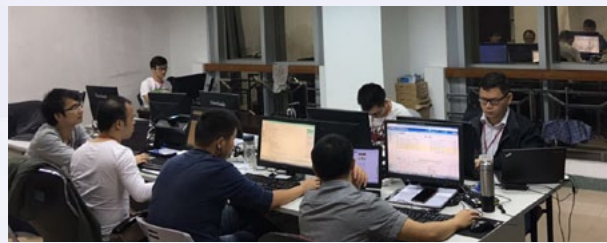
作为珠海公安政治处今年重点建设项目，警力资源管家采用创新的信息系统建设模式，及时提取全局民警个人信息数据，自动生成上级部门所需报表及人民警察职务套改及晋升测算所需数据；统计分析全局干部队伍结构；同时能对每名民警的职业发展前景进行预判、规划。

2016年5月，中组部、人社部、国家公务员局、公安部联合调研组莅临珠海专题调研人民警察分类管理改革工作。珠海市公安局通过“警力资源管家”直观展现测算数据，大大提高了测算工作效率，具有较好的拓展和推广空间，受到联合调研组的高度认可。

2016年9月，中央组织部、人力资源和社会保障部、公安部、国家公务员局在重庆联合召开会议，部署在部分地区启动公安机关人民警察职务序列改革试点工作。作为“警力资源管家”的主要开发人员，付明成与客户方一起前往北京，负责系统运维工作。此前两天，他们已经在北京给公安部人事训练局介绍了系统的使用。

会议上，“警力资源管家”在国家公安部得到认可，并开始进入全国的试点推广。听到这个消息，付明成成就感十足的说：“很自豪呢！毕竟同事们一起的努力有所回报。”

汗水终究会换来了成果，然而，更让付明成印象深刻的却是那天晚上下班后，无意中眼遇的



项目组挑灯夜战现场工作写照

窗外灯火辉煌的天安门夜景。“顿感霸气威严。那是我第一次看见天安门，也是第一次去北京，之前从他人人口中听说的北京，没有给我留下很好的印象，但自己亲身经历后，才发现帝都其实还挺好。”他说。

深入民警业务 大数据实战效果不断凸显

随着大数据中心建设项目的深入推进，珠海市公安局按照“边开发边完善、边建边用”的工作思路，借助大数据平台开展示范应用实践，使得大数据在公安领域运用的可行性和实战效果得到了充分的体现。

大数据的核心是对海量数据的收集、整理、归类、分析、预测，从复杂的数据中找到不易昭示的规律，在信息化统筹方面的效果不言而喻。通过对数据的规律挖掘和分析研判，海量数据就像被赋予了信号的语言，其魅力也在不断彰显。珠海警务云搜索，作为大数据平台基础应用之一，是对海量数据进行快速有效检索的重要工具。该应用整合人员电子档案、前科记录、活动轨迹、社会关系等全方位数据，进行聚和，民警只需输入身份证、姓名等关键信息，即可一键调取目标人员的资料档案。以前办案需要在几十个系统进行来回切换查找的信

息，通过警务云搜索就可解决，还能对相关信息进行关联，极大提高了情报收集的工作效率。

基于大数据、云计算技术的多点碰撞应用，帮助办案民警，按时间、地点顺序，寻找符合案件发生时间特征的人员清单，排查可疑线索，进一步缩小查找范围。大数据平台创建的云比对、治安核查、禁毒分析模型等应用系统在工作使用中大大提升了民警的办案效率。

此外，经过不断地开发、应用和检验，系统在信息化项目统筹，海量数据快速有效检索，大数据可视化实时展示、规律挖掘，数据批量对比、碰撞分析，快速构建战法、实现业务需求应用等方面的

实践能力和实战效果正在不断凸显和验证。

随着大数据在提升执法效率、实现执法“智能化”方面的价值不断彰显，平台也受到了一大批基层民警的欢迎。朱明介绍，平台的最直接使用者是基层民警，项目组成员也经常与基层民警进行“耿直”的沟通。平台使用顺畅便利的地方，民警们会毫不吝啬地给他们点赞；当中出现的一些BUG和有待改善的地方，民警也会毫不留情地提出来。“这样的沟通是很重要的，毕竟我们的共同目标是一致的，他们所反馈的最真实的信息能帮助我们不断地去完善工作，提高产品质量，精品就是这样产生的。”朱明说。

【观点】

王超：我们正站在大数据的风口浪尖



谈意义： 让客户递上天源迪科的名片

这是深圳公安大数据中心项目落地后，天源

迪科在公安领域又一个大数据应用的成功案例。打市场、抓需求、做方案……从深圳公安大数据项目到珠海公安大数据中心建设项目，公共事业部运营副总监王超不仅全程参与了天源迪科在公安领域大数据应用的起步，也见证了公安大数据的不断发展。

全国公安学广东，已经成为了行业内心照不宣的说法，广东每年都会接待上百批次的外省市公安

的考察。而我们的公安大数据就占据了广东三大重要城市（广州、深圳、珠海）中的两个，经过深圳项目、珠海项目的成功实践，这些案例都成了天源迪科的一张很好的名片，在接待考察时，已经有很多客户在其他省市的公安面前递上天源迪科的这张名片，很多外省市的公安单位都是从客户那里了解到天源迪科，进而邀请我们去做交流，这都是通过客户的“口口相传”达到的效果，是一个很好的起步。

目前，公安事业部已接受河南、江苏、湖北等地公安部门的邀请，陆续跟各地市签订了战略合作框架协议。

谈优势： 为客户量身打造定制化精品

我们具有多年的大数据经验，是跨行业的IT公司，我们不仅做公安部门，业务范围也涵盖到了金融、电信等领域，而这些领域对于大数据的探索起步较早，具有很先进的理念和经验。例如深圳公安大数据项目，我们就将深交所互联网应用平台、电信部门数据库平台的一些理念引入到了公安领域，所以相较于只做公安行业的IT公司而言，我们有更广阔的视野和更先进的技术。

此外，依托于深圳大数据中心项目而成功的珠海大数据平台，深入到了业务领域，我们培养了很多既懂IT技术、又懂公安业务的专业人才，我们的开发人员不仅做技术，也深入到了情报、反恐、指挥和应急等业务领域。我们并不是做产品，而是以服务的方式做项目，我们的项目都是为客户量身定做的，是定制化服务模式。

谈挑战： 站在大数据的风口浪尖 我们需要更多有能力的人分享蛋糕

目前的市场前景是很光明的，我们已经站在了大数据的风口浪尖上，蛋糕是足够大的，然而我们的人才梯队建设还远远跟不上市场的快速变化和业务的发展需求，我们的项目都在全国各地，项目历时时间也相对较长，如何快速打造跨省团队，是我们目前亟待解决的挑战。

从签订合同，到建立团队，这个时间是很紧的，市场要求我们边建团队边打战，快速打造成专业的队伍。这次的珠海项目，我们也是一直边推进边招人，不断输入更好的人才，北京子公司也派了4个同事支援和协助，我们希望在后续的发展过程中，也能得到各个子公司和分支机构的支持。

谈发展： 公安是政府的大数据中心 公安大数据的发展具有可行性和必要性

珠海公安大数据项目的成功至少证明了，在公安大数据方面，深圳模式是可行的，我们要立足广东，将公安大数据推进到全国各省市，进行定制化的服务，实现项目的落地。

公安部门作为国家安全、打击犯罪与治安防控一体化的政府职能部门，汇集了政府各个单位的海量数据，是最具有条件建设大数据平台的，在公安部门建立大数据中心，是非常具有可行性的。通过对海量数据的智能研判分析，提升整个公安部门的打、防、管控能力，对维护社会的安全稳定提供了有力保障，因此，建立公安大数据平台是大势所趋。

【侧记】



项目团队部分成员合影

一个成功项目的背后，注定是一个迪科团队的精诚合作。珠海公安大数据中心项目亦是如此。

这个二十余人的团队，他们仰望星空，有着共同的信仰和追求，致力将项目做成精品；他们脚踏实地，克服了时间紧、任务重的重重困难，将每一步踩得踏实而沉稳。

我们也有幸采访了部分成员，跟着他们聆听了项目背后的故事。

王超： 我们的专业能力和贴心服务打动了客户

作为公司2015年最大的项目，珠海公安大数据中心项目受到了很多迪科人的关注，也凝结着公共事业部项目团队的心血。

公共事业部运营副总监王超介绍，在天源迪科之前，已经有几家公司介入到了珠海公安的需求响应工作中。天源迪科作为后来者，从未气馁和松懈。公司副总裁、公共事业部总经理代峰多次强调，要动用公司所有能调动的资源，配备最好的售前力量，全力做好项目。

在代峰的支持下，王超带领着包括系统集成部、公安平台部门、业务部门等十多人的售前团队来到了珠海市公安局，现场调研、需求分析，方案汇报……三个月，天源迪科后来居上，过五关斩六将，终于确立了在珠海公安大数据中心项目中的主导总集地位，也帮客户完成了项目的整体规划设计工作。

在王超看来，拿下项目的关键在于迪科团队的专业能力和服务态度。“那三个月，我们白天与客户开会调研，了解客户需求，晚上通宵做方案，客户今天提到的问题和需求，第二天早上上班就可以看到我们拿出的方案，是我们快速的响应能力和贴心的服务打动了客户。”王超说。



团队成员现场工作写照

朱明：

“心往一处使”是团队高效运行的关键

经过十个月的全力建设，按照客户的项目要求，系统于10月15日完成系统上线，并在11月15日的项目初验会上，获得客户的表扬。

技术负责人朱明看来，这一切都来源于整个迪科团队的齐心协力。尽管要面对“不断赶进度、加班成常态”的现实，但整个团队都是有信仰有追求的，发自内心地渴望把这个项目做好。“我们的追求是想在深圳公安大数据项目的基础之上，把珠海项目打造成公共事业部的标杆。”朱明说。

他介绍到，项目组成员都非常年轻，大部分都是90后，干劲十足，执行力非常强，对自己的要求都很高。有了这样合适的项目组成员，心往一处使，就是我们团队高效运行的关键。

周海涛负责整个系统的UI设计工作，把客户的需求更简单、更精确、更明了并以更完美的方式展现出来，是他不懈的追求。“界面一改再改，这都是常事，用于航展的数据墙就改了好几版，这点挑战在别人看来可能想爆炸，但对设计人员来说都亲身体验过，遇到这种时候，我一般会把自己思想放空。”周海涛淡定地说。

作为把控项目质量的测试，谢俊驰对自己的要求是要“胆大心细”，通过不断检查、沟通和反馈，让暴露的问题在内部得以解决，这是“把控产品质量、实现产品更迭”的重要工作。

数据组陈极洋介绍，他和彭永青等数据组同事每天要处理50多类型数据的入库，数据通过省厅和各个业务系统采集而来，经过标准库的转码、清洗和过滤后，能使数据的质量不断提高，保障数据的实时、规范和准确是他们的目标，也是大数据平台

能发挥准确作用、实现效益最大化的基础。

……

除了在工作中精益求精，团队也从未停止对专业的追求。每周一的晚上，朱明和项目经理李鹏会组织团队进行技术研讨，由团队成员轮流进行主题分享，研究一项新技术或攻破一个难题。



团队成员每周举行一次研讨交流

11月21日晚，团队做了关于“Hadoop”的主题研讨，陈极洋作为主讲人上台分享。为了做好这次主题分享，他上网查阅资料、请教专业领域同事，整理出了近二十份文档，又利用周末的两天时间总结、梳理，做好分享的PPT。

“每周的分享和研讨能够促进我不断去学习，主动探索，我们也能学到一些大数据前沿领域的东西，这不仅能使我们个人的专业技能得到提升，也能提高我们平台、系统的运维能力。”陈极洋说。

李鹏：永远在第一线，这是必须的！

由于项目要求一年之内交付完成，对于人员的要求都比较高，公共事业部也尽最大全力向项目输送更合适的人才。项目经理李鹏接手工作时已是第三任项目经理了。

李鹏从8月24日进入项目组工作，接手的时候压力非常大，领导提出11月15日要进行初验。他也对

自己提出了目标：尽快理顺项目，了解项目目标、项目进展情况、相关干系人对项目的影响；跟项目团队做好沟通的前提下，尽快融入项目团队，跟上上级领导要保持紧密的沟通，让上级领导时刻了解项目的真实情况；跟客户也要保持紧密的沟通，不断了解客户的真实需求，制定项目计划，在项目范围内把握进度和质量，为项目验收做准备。

带着这种高标准严要求，李鹏争分夺秒地阅读相关项目资料，与近30名项目干系人沟通，制定干系人权利方格……一周时间，他熟悉了整个项目，并于9月份正式全面接手项目。

由于项目进度比较赶，警力资源管家套改助手、航展保障等政治任务需要短时间、快速、准确交付相关产品。特别是套改助手，当时研发的时候，团队原以为产品只是珠海本地使用，并不知道以后会拿到公安部作汇报，所以在去北京的前一星期，同事们又一起通宵加班调整，这对团队的工作提出了很大的挑战。

从来不让兄弟们独自作战，这是李鹏给自己定下的要求。无论是调整套改助手，还是备战航展，李鹏一直都在现场，第一个来，最后一个走。“永远在第一线，这是必须的！”李鹏坚定地说。

在兄弟们的眼里，一身江湖气的李鹏不仅在工作中将项目管理得井井有条，在团队中也是绝对的“老司机”。“平时加班就给我们点外卖，经常也给我们带些好吃的。周末的时候我们纠结去哪里玩，吃什么，都是直接打电话给他，他总能根据我们的喜好给出很好的建议。”谢俊驰说。

在李鹏的带领以及团队的努力下，项目朝着预期的目标和要求稳步推进。11月15日的初验会上，项目受到了客户各方的认可，李鹏也得到了客户方

领导的表扬，“李鹏来了之后项目组氛围得到了很大的改善，管理制度健全，沟通问题得到解决，进度关质量把控较好，体现了交付意识。”

而这位混江湖的老司机依然义气担当，“所有的成绩都不是一蹴而就的，感谢兄弟们，这是大家共同的努力！”

后记：

李鹏说，项目组依旧在赶进度，也碍于时间、篇幅的关系，没能采访到所有的人。可是，从他们的只言片语中，依然能感受到这种兄弟的情怀和团队向上的力量。

朱明说，运营总监张艳丽、部门经理丁远达经常来看望我们，跟团队成员聊天，了解成员工作、生活中遇到的一些困难，鼓励我们克服挑战，把工作做到极致。

周海涛说，融入团队和项目中，同事和领导都给了我不少的帮助，强大的团队协作是我深有体会的。经历过这个项目，我更加相信团队的力量。

付明成说，感谢支援了半年的北京兄弟，他们走了之后总感觉少了点儿啥。

陆贵宇说，珠海特区报道航展数据展示墙的那天刚好我的同事陈傲迪回北京，他和我一起开发展示墙，但有了成果他却离开了，如果他还在估计免不了多喝两杯。

谢俊驰说，工作中一遇到问题，我就会请教部门测试的前辈丁珠梅，她总是很快地回应我，帮我出谋划策，她在深圳，我们没见过一面，却感觉很熟悉了。

这是珠海公安大数据中心项目组，很有爱，很有力量，很迪科！



2016 年终盘点

第一季度

天源迪科中标“四川中移2015年移动用户投诉处理综合管理系统”项目

一月初，我司电信事业部西南区传来喜讯：成功中标“四川中移2015年移动用户投诉处理综合管理系统项目”。

近年来，电信事业部西南区始终与四川移动保持接触并努力寻找机遇，最终凭借我司多年的电信行业服务技术和经验，成功敲开四川移动的市场大门。

广州天源迪科中标广州移动“2016年业务支撑质量保障测试服务项目”

一月份，我司子公司—广州天源迪科传来喜讯：成功中标广州移动“2016年业务支撑质量保障测试服务项目”。在过去的一年中，广州子公司努力寻找移动公司的市场机遇，最终凭借我司多年的电信行业服务技术和经验，成功敲开了中国移动广州公司的市场大门。

上海天源迪科成功中标新疆政府大数据应用系统项目

一季度，我司子公司—上海天源迪科成功中标新疆政府大数据应用系统项目。此项目作为新疆政府部门全国十三五期间第一个大数据应用示范工程项目，在行业内具有里程碑式的重要意义。

上海天源迪科规划中心行业规划团队从项目立项申请到方案细化、确认全程参与，售前工作历时一年半时间，调整技术方案十五次，向客户方相关单位汇报九次，最终凭借积累多年的深厚行业经验和实力，从四家厂商中脱颖而出，成功中标。

第二季度

合肥天源迪科成功中标安徽教育网络出版有限公司2016年数字出版项目

5月，我司子公司—合肥天源迪科成功中标安徽教育网络出版有限公司2016年数字出版“时代教育

在线V2.2.WEB端”和“时代教育在线V2.2.e起扫”两个项目。合肥子公司不断寻找新市场新商机，在了解到安徽教育网络出版有限公司的商机后，最终凭借我司多年丰富的行业经验、雄厚的技术实力和不懈的努力，终于从多家厂商中脱颖而出，为我司在教育领域开拓新市场迈出重要的一步。

广州易杰签约中联重科智能远程大数据终端项目

5月24日上午，“中联盒子（重科智能远程大数据终端）项目”签约仪式在子公司广州易杰隆重举行，合作双方领导出席签约仪式并现场签订合同。此次合作协议的顺利签订，是继广州易杰2016年3月同时中标华为OTT及EPG两个领域项目后，再度签约的又一重大项目。

我司承建的长江时代转售系统成功上线

在电信事业部东南区上海软件部长江时代项目组 and 北京子公司转售系统研发、测试团队的共同努力下，长江时代转售系统于4月15日成功割接上线，这标志着基于阿里云服务器开发的云化转售系统正式投入商用。

广州易杰中标中国联通音乐基地“2016沃音乐门户运营支撑项目”

6月27日，子公司广州易杰中标中国联通音乐基地“2016沃音乐门户运营支撑项目”，运营支撑内容包括：沃音乐双门户、沃音乐微信公众号和饭盟客户端的用户发展、活跃度和转化率等业务指

标。2016年，易杰在运营支撑体系中连续中标，包括：广东联通信息导航、天津联通信息导航和河南联通信息导航的区域性运营支撑，而中国联通沃音乐基地作为面向全国性的支撑服务，是继联通沃邮箱支撑之后，易杰承担的另一个全国性运营支撑里程碑式的项目。

中国民生银行携手迪科金服，借力大数据提升风控能力

通过前期几次洽谈、调研，2016年6月30日，中国民生银行信用卡中心与迪科金服最终达成共识，利用大数据提升风控能力的合作进行正式签约。我们期盼迪科金服在未来大数据应用方面，能够为更多金融银行客户提供更好、更快的服务。

第三季度

金融服务中心携手消费金融企业，借力大数据提升资产保全能力

三季度，合肥子公司金融服务中心与北京闪银奇异科技有限公司签署了逾期债权委托资产保全的合作协议。这次合作，标志着金融服务中心涉足消费金融领域迈出了重要的一步。

广州天源迪科成功中标“东莞移动2016—2018年大数据生产应用支撑公开招标项目”

7月1日，我司子公司广州天源迪科传来喜讯：成功中标“东莞移动2016-2018年大数据生产应用支



撑公开招标项目”。东莞移动2016年大数据深度挖掘支撑项目开展“大数据深度挖掘”和“大数据生产支撑”工作，对内加强大数据能力建设及生产应用，深化“和信用分”产品内外应用，对外探索跨行业应用合作模式及拓展数据资源，助力数字化服务拓展。

易星、易杰联合中标安联公司“合作伙伴开放平台”项目

7月初，广州易星和广州易杰合力中标安联财产保险（中国）有限公司的“安联合作伙伴开发平台”项目。本次中标，一方面是两家公司对集团“资源整合、实现共赢”理念和号召的成功表率；另一方面也体现两家公司在移动互联网、互联网+领域的经验和解决方案，再次得到世界500强企业的认可。

天源迪科携手天禾集团签订战略合作协议

7月4日，天禾农业科技集团股份有限公司与我司成功签订关于农业信息化的战略合作框架协议，双方公司在农业信息化战略方向上保持高度一致，以信息化技术推进农业现代化为目标，致力于整合资源、共建平台展开合作。

天源迪科隆重召开第一届大数据大会

9月22日，天源迪科第一届大数据大会在合肥天

天源迪科副总裁、大数据业务中心总经理罗赞为会议致辞



源迪科科技园成功召开。本届大会主要目的是加强公司各单位之间的交流与合作，共同促进公司大数据业务拓展和技术实力的提升。天源迪科陈友总裁为大会发来贺信，大数据业务中心、电信事业部、联通事业部（含广州天源迪科）、公共事业部、上海子公司、英泽、汇巨、易杰、易星、信邦安达、合肥金融服务中心等11个单位共计40多人参加了本次大会。

在发言环节，各单位主要介绍了公司大数据市场情况、各行业产品及大数据应用、大数据技术分享等内容。在专题讨论环节，现场各单位参会人员踊跃发言，各技术团队对于自身大数据业务发展过程中的技术难题及关注问题进行了深入交流。

第四季度

联通事业部“集中号卡资源系统2.0”顺利上线

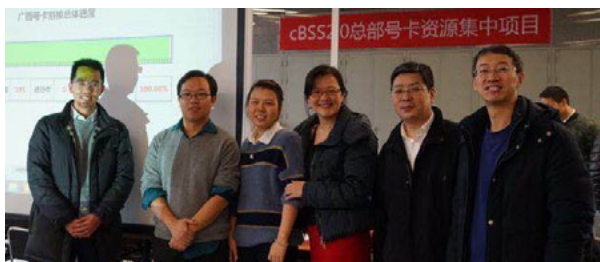
11月24日晚，对天源迪科号卡项目组全体成员而言是一个重要的夜晚。北京和南宁两地近200多位同事共同见证了“联通集中号卡资源系统2.0”的顺利割接上线！联通集中号卡2.0系统是联通总部信息化部和软件研究院的前瞻规划下，为解决目



广西割接现场工作人员大合影



北京开发现场



割接成功后，现场项目负责人、管总和联通领导合影

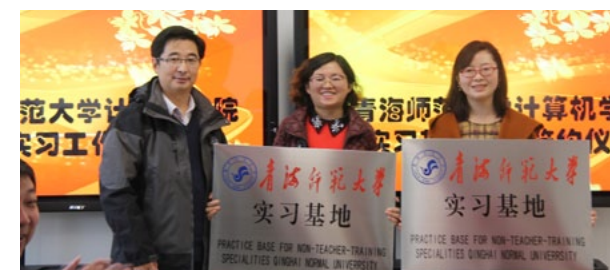
前面临的复杂业务支撑，实现中国联通一体化运营要求，集联通总部各业务部门、信息化事业部、软研院、部分省分公司集体智慧规划设计设计的cBSS2.0中首个试点系统项目。cBSS2.0是业务、技术双驱

动，支撑由传统通信运营模式走向新型全数字化服务运营的模式。

众志成城，合作共赢，“集中号卡资源系统”项目历时五个月，终于按计划顺利于2016年11月25日成功完成广西联通数据的第一次割接。

天源迪科青海办事处成为青海师范大学首批实习基地

12月15日下午，青海师范大学计算机学院学生实习工作交流会议暨实习基地授牌仪式在青海师范大学新校区正式举行，计算机学院耿生玲副院长与我方代表签署实习基地共建协议，青海师范大学副校长赵海兴教授为实习基地授牌。



授牌仪式



签约仪式后，校领导分别介绍了计算机学院的发展情况和本科生实习情况及实习生基地建设动态，参与的六家实习单位代表也提出了对实习工作的意见和建议。期间各方畅所欲言，进行了充分的沟通，并参观了计算机学院及ICT产教融合创新基地。

合肥天源迪科圆满举办项目管理案例场景培训

10月14日，项目管理案例场景培训暨合肥子公司项目经理俱乐部首次沙龙活动在合肥天源迪科



合肥天源迪科《项目管理案例场景培训》会议现场

科技园9号楼2楼会议厅举办。本次活动由合肥子公司项目管理部组织，总部客户服务部赵魏来经理主讲，30多位具有多年实践带队经验的项目经理参加了此次培训。

广州天源迪科开展首届PPT大赛

2016年10月12日，广州天源迪科2016年首届PPT大赛在公司建滔广场火热开展。广州天源迪科肖建军总与各业务线总监、部门经理带领10名入围选手展开了激烈的比赛。

比赛过程中，选手们纷纷大展身手，以出色的PPT内容与热情洋溢的演讲感染着现场的评委与每一位观众，现场评委的精彩点评也不时赢得场下观众的掌声。经过激烈的角逐，OCS开发部陈忠良以《无敌小宇宙队2016》摘得桂冠。

PPT大赛后合影



【荣誉资质】

我司荣获“2016中国年度创新软件企业”称号

2016年8月，第十四届中国国际软件合作与洽谈会在四川省成都市举行。经过中国软件行业协会的严格评审，我司凭借高水平的自主创新研发能力及综合实力，获评“2016中国年度创新软件企业”荣誉称号。我司已连续三年获此殊荣。



天源迪科荣选为“广东省2016年度云计算应用试点项目单位”

9月20日，在广州举行的“2016广东省云计算大数据产业创新成果对接会暨云计算应用推广会”上，天源迪科“中国电信云化计费项目”被遴选为“广东省2016年度云计算应用试点项目”。广东省经济和信息化委员会党组书记、巡视员邹生和广州市工业与信息化委员会副巡视员叶小强为天源迪科等28个试点项目单位授牌。



合肥天源迪科荣获“国家高新技术企业证书”

10月21日，我司合肥子公司根据科技部、财政部、国家税务总局关于修订印发的《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195号）的相关规定，被授予国家级“高新技术企业”，编号：GR201634000215，有效期三年。



天源迪科入选2016中国软件和信息技术服务综合竞争力百强企业

10月31日，在工业和信息化部指导下，“中国软件和信息技术服务综合竞争力百强企业发布暨高峰论坛”在江苏无锡召开。深圳天源迪科凭借较强综合竞争力荣登百强榜。本次入选2016中国软件和信息技术服务综合竞争力百强企业，是对天源迪科企业综合实力的充分肯定，进一步增强了企业品牌影响力和行业竞争力。





我司完成“AAA级企业信用等级证书”延续换证

11月15日，我司通过中国软件行业协会审核，完成“AAA级企业信用等级证书”延续换证，有效期为三年。该信用等级证书主要围绕企业的综合素质、企业竞争力、经营状况、管理能力、财务状况、行业特性因素、信用记录等多个方面开展详细评估，AAA级为最高信用等级。



天源迪科通过“信息系统安全集成服务”二级资质认证

我司顺利通过“信息系统安全集成服务”二级资质认证。在中国信息安全认证中心委派的专家现场审核及严格评审认定中，我司的信息系统安全集成服务资质符合ISCCC-SV-001：2015《信息安全服务资质认证实施规则》二级服务资质要求，并于2016年12月1日取得ISCCC信息安全服务资质认证证书。



【软件产品证书】

- 天源迪科电商管理平台软件V1.0
- 天源迪科服务治理平台软件V1.0
- 天源迪科互联网采购平台软件V1.0
- 天源迪科物业互联网+云平台软件V1.0



【月度评优】

★ 优秀个人 ★



刘伟（深圳本部-大数据业务中心-研发部）9月

深入研究大数据安全领域，为部门提供方案支撑，提升自身的大数据研究方面技能，并积累了大量经验，为以后的支撑和研究工作打下坚实基础。



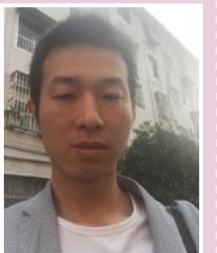
姚静（天源迪科-合肥子公司-大数据应用中心）11月

独立完成全业务套餐体系——安徽电信2015年年底推出的全新考核体系，后继又推出分场景分析、签转分析、特殊套餐分析等，支撑了省内30%的应用分析。



韩征征（深圳本部-大数据业务中心-研发部）10月

运用“收-层-算-落-合”业务处理模型，解决了消息间的依赖、暂存、等待问题，当前已在四川环境正式上线，支撑了33个实时指标的计算任务，稳定运行3个月。



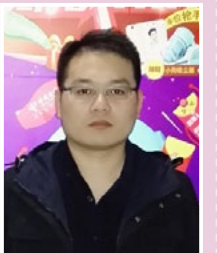
石洪贵（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）11月

谨慎对待全业务对账工作，不论是数据库里的平衡校验，还是后台文件的比对，均非常完整；能从对账结果里看到程序里一个业务的变动，这是单个测试用例做不到的。



杨佳霖（电信事业部-东南区-上海软件一部）10月

促成《2016年融合计费底层数据分层汇聚研究项目》，并在实用效果、技术验证效果、推广效果等方面成绩显著，为后期推广计算数据统一处理平台打下坚实基础。



杨志强（天源迪科-合肥子公司-互联网应用中心）11月

运营工作细致，把控细节能力强，副卡销售的销售数据远超销售指标，得到局方领导的肯定，也为其他业务产品的营销模式提供了宝贵经验。



黄建贵 电信事业部-研发中心-BILLING产品二部(研发九部) 11月

在整个产品设计过程中，从数据模型和功能上注重通用化灵活设计，实现了各省版本统一，提升了产品复用度，大大降低了开发成本。



胡俊（天源迪科-合肥子公司-互联网应用中心）11月

负责网短厅的工单维护负责人和项目实施工作，同时负责多次大型版本割接，如OIP接口切换割接等，还支撑了省外多个项目，如山东电子渠道最优惠系统的部署和上线等。



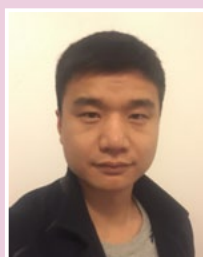
刘建华（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）11月

针对客户提出的提升服务攻坚专项行动，其中包含提醒系统的服务攻坚提升，协调多方人员进行实施，最终达成既定目标，受到客户的肯定和赞许。



杜殿荣（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）11月

具备独立承担CRM域所有系统缺陷的协调能力；月度跟进缺陷效果显著，大幅度降低了7月份群问题支撑和工单处理量。



史骏马（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）11月

在统一收银项目里，主动发现问题、跟踪问题、及时上报领导，并尽快解决问题；贴切客户的使用要求，积极提供可优化方案。



谢永松（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）11月

牵头安徽电信枞阳寿县区划调整工作，按时完成OCS实例类、参数类、ABM、VC、场景三整体实施方案准备与整理；出色完成各项脚本审核整理，满足质量类评优。

张青萍（电信事业部-西北区-软件六部）11月

工作认真踏实，学习能力强，在Q2季度积极完成ODS实时改造的流程配置主要工作。



孙健（天源迪科-合肥子公司-大数据应用中心）11月

通过引用keepalived和VIP，实现nginx的双机互备，解决接入层单点的风险，此创新技术和业务无关，可直接复制到其他任何通过nginx做软负载均衡的项目。



张素珍（电信事业部-研发中心-BILLING产品二部(研发九部)）11月

根据老系统功能，重新开发设计新系统，应用新的方法来实现迭代、嵌套运算，校验审核等功能，类似系统在部门中开发尚属首次。



林小平（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）11月

主要负责安徽电信合作伙伴系统日常运维工作，独立完成月度计算、结算出账及出账后支撑工作；参与SPCP系统的月度出账及账后支撑工作；参与佣金自动清算需求对接，方案设计等关键工作；参与三单查询版本的设计与测试工作等。



喻金龙（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）12月

灵活掌握代码编写规范，提前了解业务，做到代码质量高、灵活性强，代码质量常在小组排名第一，获得客户和同事的一致好评，并善于对版本过程中的细节进行把控。



易敬睿（天源迪科-合肥子公司-BOSS应用中心）12月

负责直采核心项目的实施工作，成功完成任务并获得很大成果，其能力获得公司和客户一致认可。项目完成后，多次组织内部培训，分享经验。



伍荣健（天源迪科-合肥子公司-大数据应用中心）12月

在产品线提供基础的版本上进行产品体质优化，提升粮田易产品的质量；在原型版本基础上进行少量的代码优化；为客户确定后续的产品选型，节约时间成本。

★ **明日之星** ★

肖东升（电信事业部-研发中心-BILLING产品一部研发一部）12月

2016年7月毕业后进入项目组，不断成长为DCA的骨干开发人员，能独立承担DCAS和DCAM的开发工作，并协助JAVA开发人员开展前台功能开发。例如参与上海DCA项目相关功能的开发质量良好。



顾肇伟（电信事业部-东南区-上海软件一部）12月

快速融入团队，并在分布式缓存平台和jstorm短信提醒项目中出色完成各项测试、实施和比对任务，提出多个数据优化方案，对程序运行性能起到了关键作用。



★ **优秀讲师** ★



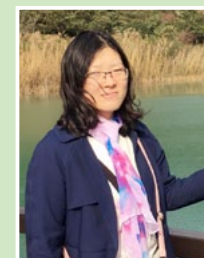
杨佳霖（电信事业部-东南区-上海软件一部）10月

作为讲师，授课认真，课时较长、授课质量高。在2016年8月共开展5次授课，总课时10小时，参训人员共43人。授课内容涉及业务需求、项目建设、项目验收规范、验收流程、文档规范以及各个系统程序功能类。

★ **优秀辅导员** ★

韦玮（电信事业部-东南区-上海软件三部）11月

Q3季度完成4次部门级培训，培训效果良好，并定期组织组内配置交流，辅导组内员工成长；Q3季度辅导的3名应届生均按计划转正；配置组工作持续改进优化，得到上海电信客户重点表扬。





“绿色”畅想“源源”不断 天源迪科新能源发展迎来春天

本刊记者 石雪玲

2016年11月30日，公司收到陕西天吉能源有限责任公司发来的感谢信。信中写道：“在项目实施中，贵公司的高龙、刘斌、翁瑞、董婷、冯杰、史拥军、周柏甫、李志伟、刘文飞等同事长期驻守项目现场，同时深圳总部产品线曹文涛、付林、邹远锋、姚坤、章思、李娜等同事远程支撑，团队成员认真负责和积极的工作态度得到了我司运营部的一致认可……最后，希望贵公司天吉团队能继续秉承严谨、认真的工作态度，在未来合作中，互相支持、互相帮助，并且希望我们能再接再厉，互利共赢，齐心协力共同为新能源的发展添上浓墨重彩的一笔！”

一封感谢信，道出了客户对我司新能源团队的认可和信任，也再现了我司新能源团队恪尽职守、竭诚服务客户的工作状态。

2016年年初，我司开始承接陕西天吉能源项目，由此开启了新能源发展之路。

萌发吐绿 • 新能源行业前景昭然

新能源作为一个环保绿色产业，不论从国家政策、经济发展还是社会文化方面来看，都面临着利好的市场环境。

政策方面，中国是最大的原油进口国，为摆

脱对不可再生能源的依赖，政府大力推动新能源的发展，不断出台新能源相关的利好政策，甚至以国家补贴的形式，吸引企业参与新能源的技术创新与经营；经济方面，全球经济下滑，中国经济增速放缓，通过对新能源的大力推动，吸引民企投资，让新能源行业成为刺激经济的一个增长点；社会文化方面，雾霾肆虐，促使公民环保意识增强，加上国家的推动，对购买新能源车进行补贴等各方面政策，培养公民逐步使用新能源电动车，也提升社会公民使用清洁能源等环保意识。

新能源汽车的市场需求是十分巨大的。据统计，预计到2020年，新能源汽车年销量将占汽车总体需求量的5%以上，规模为200万辆以上。2025年，新能源汽车年销量占汽车总体需求量比例将超过10%，规模为500万辆左右。2030年，新能源汽车年销量占汽车总体需求量比例将超过30%，规模达千万辆级，保有量超过5000万辆。

2016年，行业竞争车型急剧增加。汽车业站在电动化+智能化变革的风口，新能源汽车技术作为新的驱动方式才刚刚起步。

从上述几方面来看，新能源市场环境趋好，在未来十年甚至更长时间将会蓬勃发展。就目前而言，近两三年是切入新能源行业的最佳时机。许多企业纷纷涌入，谋求发展新天地。新能源汽车及其配套设施，

作为新能源产业重要的一环，在大中城市风声水起，得到了爆发式的增长。古人云：“识时务者为俊杰，通机变者为英豪。”此次进军新能源行业，我司致力于打造成新能源行业软件整体解决方案提供商，正是我司审时度势、顺势而为之举。

崭露头角 • 参展新能源展会

为了有效拓展客户，推广新能源产品，一贯低调行事的天源迪科也开始发力宣传。在2016年，我司先后参加了2016第五届深圳国际充电站(桩)技术设备展览会及2016年节能与新能源汽车成果展。

6月23日，中国最大充电设备展——第五届深圳国际充电站(桩)技术设备展览会在深圳会展中心举行，包括天源迪科在内的300多家行业内知名企业向国内外参会嘉宾展示各类新能源汽车、智能充电设备产品和技术，清晰呈现了国内新能源汽车制造、充换电设备制造、无线充电、充电设施建设运营等领域的最新成果。我司携带新能源电动车分时租赁管理系统及站桩运营管理系统两大产品精彩亮相展会，吸引了众多参展人员的关注和访问，也因此收获了不少意向合作客户。



深圳展会现场

在随后的10月13日-16日，一股“绿色旋风”席卷北京，2016年节能与新能源汽车成果展在北京国家会议中心如期举行。作为节能与新能源汽车全领域、全产业链的“奥运会”，节能与新能源汽车成果展吸引了国内主流节能与新能源汽车企业、电池、电机、电控等关键零部件企业，以及大批充电技术和配套设施供应商积极参展。作为国内领先的产业云BOSS和大数据综合解决方案提供商，天源迪科以充电技术和配套设施供应商的身份参展，在展会中展出了新能源电动车分时租赁管理系统及站桩运营管理系统，也吸引了不少客户前来驻足参观和交流。



北京展会工作人员合影

在同期举办的2016中国互联网+新能源汽车产业链评选颁奖典礼上，经过现场客户投票以及网络投票，天源迪科以具有优势的票数荣获“2016年优秀新能源汽车运营平台”奖项。天源迪科在新能源界的地位获得首肯。

为进一步了解展会情况，记者特别采访了电信事业部研发中心行业互联+产品线产品经理刘斌。对于两次展会，刘斌均有参与，并作为现场产品讲解员之一，为前来咨询的客户介绍天源迪科产品特点及优势等。



刘斌表示，我们公司是从今年开始才参加新能源展会的，在六月份的充电桩设备展中，我们是唯一一家参展新能源软件解决方案商。通过这两次展会，公司收获了上百个商机，已有多个商机正在得到转化中。“我们在参展商中实力也是比较强的，北极星电力网等媒体也有专门的报道。”谈到公司产品，刘斌自信地说道。

而对于新能源领域的发展，我司将如何定位，如何有效切入？电信事业部研发中心行业互联+产品线总监张平给了我们答复。“我们是一个拥有多年丰富经验的软件公司，同时也有较强的运营经验。在新能源领域，软件只是其中一部分，整体解决方案才具有较强的竞争力，包括软件、硬件、设计、施工、交付与运营，所以我们的策略是以软件平台为基础，联合硬件合作伙伴提供整体的有效解决方案，为客户提供价值。”

张平介绍，智慧能源生态是我们以后所要达到的目标。公司新能源团队希望通过“物联网”、“人工智能”、“大数据”这三个手段，结合产业发展，借助合作伙伴共同努力以达成目标。当然，也希望通过推动新能源发展，履行应尽的社会责任。“这两次参展，是很好的推广机会，为我司新能源拓展了不少客户，也提高了我司的知名度，增添了我司进军新能源市场的决心和信心。”张平说。

顺势而为 • 全力拓展新能源项目

从2016年开始，公司参与新能源行业的信息化建设，为新能源充电桩、电动汽车等运营商及相关企业提供信息化支撑，研发新能源行业的站桩运营

管理、分时租赁管理、车联网等一体化的行业解决方案，提供车联网、桩联网、CRM、计费、订单、业务运营、客户服务、大数据等行业管理能力。在短短一年时间里，我司在新能源市场上成功拓展了多个大客户，如陕西天吉能源、郑州森源电气等，并加强自主研发，不断推动产品完善成熟，获得了客户的充分肯定。

分工协作，步步为营

为了更有效地拓展市场，为客户提供更精准、更便捷的服务，我司新能源团队兵分“研发团队”和“销售团队”两路，全力进军新能源行业。研发团队在深圳总部，由张平负责统筹。本部的研发专注做好产品孵化工作，给区域提供支撑服务；销售团队属于虚拟团队，全国统一由田志卿和鲁西牵头，组织结构隶属于公司市场销售中心，全国联通、电信两大事业部各省销售全员参与，结合商机归属地进行分配支撑。

刘斌介绍，这种分工的特点，主要是方便各个区域能快速接触到本地的新能源机会。例如我司拓展的陕西天吉客户，其销售工作是由西安办事处去完成的，研发工作由本部与现场实施协作完成。项目在两个月内顺利上线，产品上线后也得到客户的高度认可。

电信事业部研发中心行业互联+产品线产品经理刘楚陵详细介绍了我司新能源发展的思路。按照新能源车产品整体的规划，我们是有一横一纵的发展思路，横向是指根据场景化对不同的行业提供相应“互联网+新能源+X”的专业应用解决方案，如物流、路灯、警务监控、公车改革、分时租赁、物业等，纵向是指在产业链条中每个环节做深做透，如

新能源电池，我们从制造、销售、回收、拆解、二次组装、储能等全流程的业务打通；对电机的生产制造、维修、报废等的全流程业务打通等。同时，我们尝试与各种新能源行业中涉及的硬件设备打通，获得相关的通信协议，提升硬件设备的对接能力，进而完成行业的数据采集与数据应用，向新能源大数据方向迈进。

明确定位，厚积薄发

常言道：知己知彼，百战不殆。只有充分了解自身情况及市场行情，才能更准备地定位市场，拓展市场。张平指出，公司在软件平台化、大数据方面有较强的功底，但在涉及硬件交互方面、物联网经验方面，却是我们的软肋，目前我们也重点投入人力进行行业研究、行业规范的研究，以及硬件交互与集成方面的研究，同时大量寻找合作伙伴，利用合作伙伴的力量补充我们在这一领域的劣势。

正因为清楚自己的优劣所在，我司在新能源行业上的战略部署也更加明确。与刘斌一样，刘楚陵也参加了两次展会，并在现场负责服务讲解等工作。通过两次参展经历以及对行业的深入了解，刘楚陵分析了在拓展过程中面临的不少问题以及我们的应对措施。他介绍，新能源整个行业刚起步，没有规范和标准，包括如何开展研发、行业的商业模式、产品如何定价、用什么商务策略、如何与客户对接、与什么硬件对接等，我们都还不清楚，这也是一个较为普遍的市场现状和发展瓶颈。陕西天吉能源是通过电信的客户介绍拓展的，我司先从天吉能源的项目开始试点，逐步地采集、了解、分析行业的信息，基于零散的信息来梳理需求，对产品进行研发。同时，通过举办展会、向销售培训等方式

推广产品。产品的研发、销售、培训、展会举办，都是协调各方人员以小团队的方式来完成，不断参观展会、找硬件厂家沟通以及通过互联网查找资料等方式，来借鉴行业中一些优秀企业先进的经验与做法，逐步地往前推进。目前，陕西天吉能源项目成功上线，我们的工作也得到了客户的高度认可。今年我司又拓展了河南森源电气客户，根据客户需求开发定制版本，准备上线。



天吉能源项目现场，项目组人员正专注工作



天吉客户采购了不同厂家的充电桩以便项目组调试



天吉能源项目充电桩设备

刘楚陵也坦言，目前我们还处于行业运营应用解决方案的阶段，主要涉及充电桩、公车改革以及



分时租赁的运营方案，还没有进入到新能源产业的核心，如果要在产业中站稳脚跟，必须得能打进产业的核心，研发出有竞争力的核心产品。只要站稳了脚跟，才得以发展其他的新能源产业，如太阳能光伏，这也是我们下一个发展的目标。

探索新知 • 新能源团队求知若渴

虽然我司新能源团队是新组建的团队，但张平对新能源团队充满信任和期望，“从严格上来说，我们的团队并不算是新的队伍，都是有较强开发经验与技术力量的团队，主要以我们原产品交付团队为班底而建，这是一个年轻而有冲劲的团队，由其负责人马俊即可以看到整体团队的特点。”从做CRM到做互联网应用，团队成员都在不断的学习与进步，包括硬件方面、软件互联网化方面，这些是和以前项目完全不一样的，同时这种转型也让大家更有干劲，更有成就感。

新能源行业对于团队成员们而言，都是较为陌生的领域，因为涉及很多电力、汽车、光伏等领域的专业知识，因此，整个团队也营造了浓厚的学习氛围。“每天大量摄取行业咨询是必须的，在初期会在中国知网、Science等专业网站下载大量的专业文献来研究，努力站在互联网的角度去思考行业最新的技术与产业链发展方向……”刘斌的经验分享，也是大多数团队人员真实的学习写照。

作为我司新开拓的领域，新能源领域有许多不同之处。新在哪些地方？与电信客户合作方式有哪些不同？带着一些疑问，记者采访了项目经理马俊和项目技术负责冯杰。

创新工作模式，售前研发齐参与

▲记者：新能源领域的工作，与之前其他模块的工作相比有什么不同？

马俊（电信事业部研发中心行业互联+产品线项目经理）

和电信客户相比，新能源领域的工作确实有许多不同。

一是需求来源的改变。以前是电信客户来驱动我们来做产品，我们再去延伸扩展，现在做新能源更多的来源于我们自己，我们研发团队20多人，每个人都是需求人员、设计人员，大家在会议上讨论需求，发表各自的意见和见解，没有客户去驱动，是我们自己来梳理需求。

二是项目管理方式的改变。我们会经常召开会议，分享各自的近期成果。产品的基础能力和售前方案是同步更新的，例如前期待一个目标，关于车联网和桩联网做一个怎么样的产品，我们会把它纳入方案，为客户做讲解演示时有一个demo（演示）版本，实际我们内部又在孵化一个实际产品，即这两方面是并行的，是两条线。

三是主动参与售前。以前有售前，但更多的是现场实施人员去进行，现在我们自己既做项目又做实施，主动与客户进行更多的沟通，是一个一体化的过程。我们也会将客户的一些看法和建议，细化到我们产品孵化里，这也是一个连续性的动作。

四是深入参与整个销售和商务的环节。整个项目管理，以前只注重研发的进度和指标，现在不仅关注研发进度和指标，还关注整个项目周期，我们会研讨相关的报价细节和结算方式等。

冯杰（电信事业部研发中心行业互联+产品线项目技术负责人）

在新能源技术研发的工作上，与电信客户的项目工作也是有不同的。

电信客户需要一个产品，是客户自身有明确的需求，例如国庆期间推出手机充话费的促销活动，电信客户团队自身有一套完整的促销方案，由电信客户来主导业务，我们根据客户需求，也协助完善相应的功能；而新能源是一个全新领域，很多企业有条件进入这领域，但不知如何入手，这就需要我们引导、去与客户沟通。我们主动与客户沟通，搭建需求，引导客户发挥自身长处，帮助客户吸引更多消费者。因为行业性质及合作方式不同等，对于电信，我们的直接客户就是电信内部人员，帮助他们实现需求；而在新能源领域，我们发挥更大的主导推动作用，把目光转向广大消费者，帮助企业梳理、实现产品功能。

集思广益，争做行业先行者

▲记者：作为新组建的一个团队，新能源团队有哪些较鲜明的特点？在这个新领域里，该如何提升自我？

马俊：除了工作方式上的不同，我们团队大部分是年轻人，团队的氛围也是有鲜明特点的。虽然新能源还有三至五年的发展期，现在还存在瓶颈，但一旦爆发，我们就是先行者，我们现在做很多基础工作，正是等待时机到来。这也是我们在战略上给团队强调的思路。因此，我们团队是充满信心，充满干劲的，学习氛围也尤为突显。

一是充满信心，快速成长。在新能源领域，没有固定的产品，大家都是创业者，每天都在接受新的思维，所以相比单一做某个产品来说，新能源给我们的成长更多。此外，大家对项目抱有足够的信心。

二是团队年轻化，优势凸显。现在是一个发散性思维的社会，产品也是很发散的，就是要大家的头脑风暴，所以更多灵感来源于年轻人，我们的产品会更直观，客户体验会更好。

三是学习氛围强，交流更高效。我们团队的学习能力很强，对人员能力发展很大，容易培养复合型人才。我们通过结队方式来工作，减少走弯路。此外，集体讨论、经验分享的方式的学习效果也是比较强的。

冯杰：想要出类拔萃，崭露头角，就要懂得学习，善于学习。当然，兴趣是关键，做任何事情都是这样。我们首先要学习掌握一些行业基础知识，才能与客户更好地交流。由于我自身专业涉及到硬件，所以具备一定的硬件基础知识，在与客户沟通交流时，也能更好地了解客户需求，与客户沟通。此外，因为自身对这一行业感兴趣，所以在生活上会比较留意新能源产品，例如看到节能路灯，我会特别留意观察，思考其运作原理，也曾特意在网上购买新电板进行研究，并通过多种途径查找资料，了解如何写程序。再比如，看到地铁上的自动售卖机，也会好奇其运作原理，并查找资料学习，虽然现在我们公司还没有进入这一领域，但一旦有这样的需求，自己也能快速做出反应，发挥自己的能力。总之，兴趣是最好的老师，要多去了解新的知识，提升自己的知识储备。

肩负使命 • 新能源团队阔步前行

暖春渐至，枝桠吐绿，随处可见欣欣向荣的景致。而此时的新能源行业，在多方利好的肥沃土壤中悄悄酝酿发展，迎来一个崭新的发展春天。可以预见，不同能源形式的逐渐替代，将改变世界经济以及人们的生活方式。

天源迪科洞察市场动态，组建新能源团队，布局新能源领域，研发新能源产品，在新能源发展之路上争做行业先行者。春之乐曲已经奏响，新能源团队带着新的使命，昂首阔步，用精益求精的工匠精神钻研每一项技术，用赤忱的服务态度服务每一位顾客。天源迪科在新能源领域的发展之路必将愈走愈宽！

产品知识一二：

随着新能源汽车的逐渐普及，新能源也逐渐走进公众视野，逐渐改变了人们的出行方式，环保理念逐步兑现成形，改变着人生的生活方式和思维方式。充电技术和配套设施作为新能源汽车产业链的重要一环，也被众多商家和个体消费者所重视。通过两次参展，天源迪科新能源产品被越来越多的客户所熟知，也因此收获了多个商机。目前，我们公司已经研发出来的产品有充电桩运营系统（后台管理+APP+微信）、分时租赁运营系统（后台管理+APP）、企业租车[公车改革]系统（后台管理）、物流车辆调度管理系统（后台管理+APP）等完整解决方案。

充电桩运营管理系统：

产品介绍人：刘斌

充电桩运营管理系统实现了对站级或中心级充电站、不同类型充电桩进行统一监控、控制与管理，包括对站桩的可视化管理、运维管理、充电计费、预约调度、会员卡务、充值、消费等业务管理。通过物联网的方式实现充电桩、充电站接入，为运营商搭建共享充电服务运营平台，为客户提供充电、预约、交易、结算等业务支撑。与天吉能源客户合作的项目正是充电桩运营管理系统，此外，森源电气合作项目也是该系统项目。



分时租赁运营系统：

产品介绍人：刘楚陵

分时租赁运营系统包括网站+APP+后台管理+车载终端。用户通过APP或者网站与车载终端、后台系统连接，实现租车、车辆开锁、支付、充值、寻桩、导航、取还车服务，后台系统则进行计费以及确认提还车点、车辆监控、电子围栏、轨迹回放、车辆开锁、授权、寻桩等管理。该系统从根本上解决了车与用户的关系，车与桩的关系，车与场地的关系，车与电网能源的关系，还充分兼顾了个人用户租车与企业用户需求。



企业租车[公车改革运营]系统：

产品介绍人：刘楚陵

此款系统主要是针对企业、政府机关等单位进行的车辆管理运营平台，对单位的车辆进行监控、定位、取还车、授权、轨迹回放等车辆管理以及对司机队伍的人员管理。

物流车辆调度管理系统：

产品介绍人：刘楚陵

此款系统主要是针对新能源物流车辆的智能调度、监控与管理的平台，实现对物流调度智能化、监控可视化等支撑能力。

更多天源迪科新能源产品信息，可登陆天源迪科新能源官网浏览，或关注天源迪科新能源微信公众号了解。

天源迪科新能源网站：<http://xny.tydic.com>

微信公众号名称：新能源软件服务商（微信号：xny-tydic）





项目里程碑计划管理

作者：张玉萍（质量管理部）

一、引言

为什么要进行项目进度管理？项目管理泰斗科兹纳这样评价项目计划，不做计划的好处，就是不用成天煎熬的监控计划的执行情况，直接面临突如其来的失败与痛苦。

你的项目老是集成测试不通过？

你的项目上线失败过吗？

你的项目为什么总是处于“疲于奔命”，各种问题频繁乱出，项目中的专家中忙于四处救火，然后项目投诉，项目不满满天飞，我们为什么劳而无功，久而久之，我们理直气壮的处于这样一种状态：没有功

劳，我有苦劳啊，没有苦劳，也有疲劳啊！

项目必须有计划，没有计划就没有控制，项目管理的科学的方法很重要，但是又很容易忽略，即

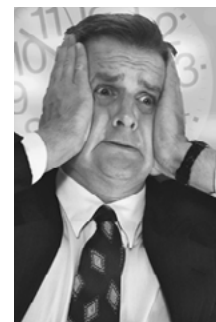


项目经理很容易掉进“做事的陷阱”中。

使项目的目标很清晰，如果没有明确的计划，我们就很容易掉进“事必躬亲”的“做事陷阱”中去，而忽略的管理本身的重要程度。

二、现状

项目经理一般是通过项目周例会和项目周报来反馈项目进展的。而项目周报的内容通常是本周的任务，下周的任务，即使是项目经理也很难说清项目的整体进展是不是可控的。换句话说，我们的项目经理已经落入“做事”的陷阱中去，到处“救火”。然而，我们并没有意识到问题的严重性，反而认为这是一种常态。



原则：项目往往失败于开始而非结尾。

通常，项目组中只有项目经理相对清楚项目目标和项目进展，项目组成员多是任务的执行者，做完自己份内的事情即可，完成自己的“搬砖”任务。长期以往，造成如下问题：

(1) 团队目标感缺失，难以激发个人成就感和价值。

(2) 项目停留在执行层面，缺乏统一规划，团队的步伐难以统一。

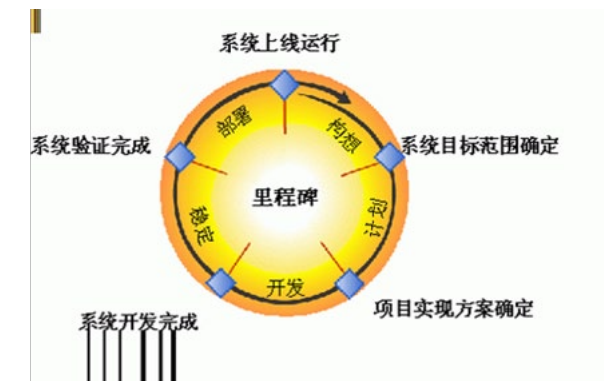
(3) 关注短期目标，缺乏长期目标，动力和后劲不足，导致项目拖拖拉拉。

(4) 项目量化管理，基本的数据缺失，有数据准确性也难以保证，已有的管理平台（例如PDDM平台）没有发挥得“淋漓尽致”。

(5) 计划口头协商一致，反复沟通确认，导致现场和研发沟通成本增加。

三、何为里程碑

约瑟夫·朱兰曾经说过：项目就是在已经确定好的时间内必须解决的问题。项目立项后，项目计划是必须的。项目计划一般根据项目周期，将项目计划分成2~3个层次。第一个层次就是阶段计划，也就是通常我们所说的里程碑计划。



里程碑的定义：项目中完成阶段性工作的标志，标志着上一个阶段结束、下一个阶段开始。

里程碑通常是引领项目进展的关键事件、活动、检查点、决策点或交付成果。

四、里程碑的意义

项目管理中流传着这样一种思想：

• 如果你不能量化某些事情，那么你就不能理解它；

• 如果你不能理解它，那么你就不能控制它；

• 如果你不能控制它，那么你就不能改进它。

当前，项目汇报表述通常是这样：项目进展顺利，项目进展正常，项目延期了等等。如果你是管理者，这样汇报你觉得满意吗？是清晰的、可信的、有把握的吗？

项目进度管理，需要以数据的方式体现，进度数据是项目量化管理的最基本手段，如果有了里程碑，我们可以这么汇报：项目工期延迟3天、工期延迟1%。

五、如何制定里程碑计划

1. 如何理解里程碑计划？

(1) 该计划是项目对外承诺。例如：开发工作结束。

(2) 该计划明确到具体任务，是相对较粗的计划。

(3) 颗粒度通常以月为单位，如果阶段计划周期比较长，需要拆分子阶段。

(4) 该计划一般不会轻易变化，除非在里程碑评审时发生重大偏差。

2. 制定里程碑计划的前提

制定里程碑计划需要分析以下要素：

(1) 明确项目目标：

明确项目的建设范围和目标，也就是明确重要干系人对项目的期望。

(2) 分析项目特征：

项目的特征包括：项目类型（新产品研发，维护，定制…）；项目来源：内部还是外部；客户的重要性；需求的稳定性程度；开发人员的经验；技术的成熟度；涉及到的开发地点/开发部门（单一，多个），项目实施地点（单一，多个）等。

(3) 选择项目生命周期模型：

根据项目特征选择合适的项目生命周期模型：增量开发，迭代开发，每日构建，增量+迭代。

(4) 裁剪过程定义：

组织级标准体系在项目中进行微调，并评估对项目目标的影响，对裁减的活动进行记录。

(5) 项目估算：

通过WBS分解对项目进行估算，包括规模估算、工作量估算、成本估算、工期估算。

综合以上情况，制定项目阶段/里程碑计划。

例如，准备一顿晚餐的计划如31页图A所示：

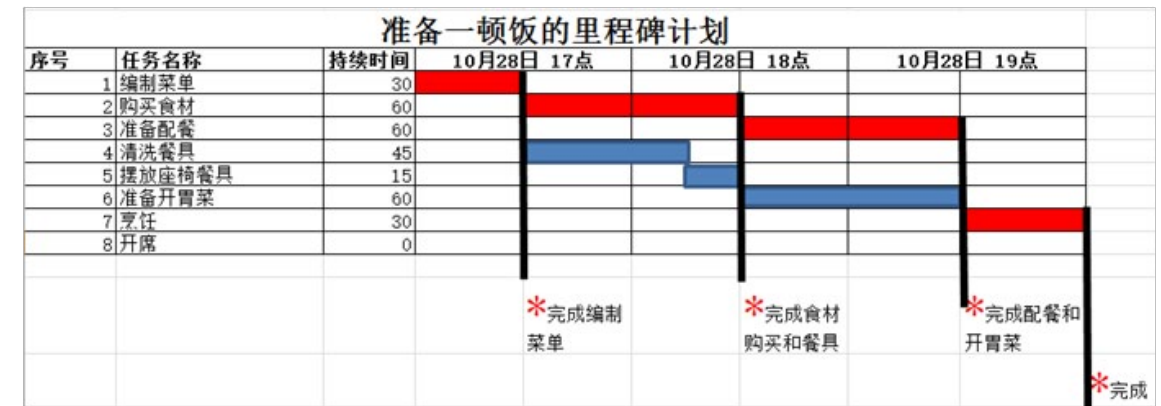
3. 进度安排的主要原则：

(1) 资源要晚投入，早释放。

(2) 识别出关键路径，关注非关键路径向关键路径的转换问题。

(3) 缓冲时间要放置在里程碑处或项目结束处，而不是分配到每个任务中。

(4) 缓冲时间放在关键路径中及与关键路径接驳的任务上。



图A

(5) 人员的分工工作量尽可能均衡。

(6) 人员的任务分配要有连续性，减少切换成本。

(7) 任务的颗粒度要尽可能小，这样可能多识别出并行任务，缩短关键路径的长度。

4. 任务安排的顺序：

(1) 需求的商业优先级高的优先；

(2) 需求的技术实现风险高的优先；

(3) 外部的系统接口优先；

(4) 人机交互界面优先；

(5) 可测试的功能优先；

(6) 可复用功能优先。

5. 如何制定里程碑计划。

(1) 里程碑的设定与里程碑完成的准则一般是在项目计划中描述的，在需求完成、原型完成、设

计完成、单元测试完成、项目交付等关键的时间点上通常要设置里程碑；

(2) 对于不同的生命周期模型，里程碑的设置可能是不同的；

(3) 里程碑与项目的阶段可以是一一对应的，也可以是一对多的，即多个阶段可能只设定了一个里程碑；

(4) 两次里程碑评审之间的时间间隔一般不会超过3个月，当然根据项目的大小、工期的长短可能会有所不同；

(5) 在项目中也可以设置间隔时间短的次里程碑；

(6) 即使项目周期比较短，比如工期为1个月，也要在项目的中间设置一个里程碑；

(7) 需要项目经理、度量分析人员、配置管理员、质量保证人员等进行充分的准备工作；

(8) 由质量保证人员检查准备工作的完成情况



况，如果没有达到里程碑评审的准入准则，则评审会议需要延期举行；

(9) 当高层管理者无法如期参与里程碑评审时，需要委托代理人参与评审，高层管理者也要对评审结论负责；

(10) 如果里程碑评审仅有项目组内部的成员参加，则往往大事化小，小事化了，掩盖了真实的问题，不利于发现项目组中存在的问题；

(11) 里程碑评审一般有项目经理或者项目经理的上级主持。对于评审中发现的问题要责成有关的人员在规定的时间内解决，并要跟踪问题的关闭；

(12) 当一个里程碑未完成时，一般不允许启动后续阶段的任务，但这是一个管理平衡问题，如果工期比较紧张，也可能会启动后续的工作，这会存在一定的风险，需要管理者平衡进度与风险。

六、里程碑计划执行与评审

1. 里程碑计划的执行

引用一个-15%法制：如果你在项目时间轴上的15%处遇到麻烦，你将注定无法拜托困境。

这就意味着，如果一个项目计划要花100周的时间完成，如果在15周末遇到了延误，将永远不可能赶到正常进度，永远！

同人月神话一样，布鲁克斯法制：为一个已经延期的项目增加人手，只会让这个项目延期更多。

2. 里程碑计划评审目的

- 沟通计划的内容
- 评审计划的可行性、完备性、一致性

- 项目的估计是合理的
- 识别的活动没有遗漏
- 项目主计划与附属计划是一致的
- 清晰的定义人员的职责
- 获得责任人对计划的承诺

3. 计划评审的参与人员至少要包括以下角色

- 所有的责任人或其代表
- 项目组的上级领导
- 客户或其代表



4. 计划评审要点

- (1) 角色划分、职责分配是否合理？
- (2) 客户参与的职责是否清晰？
- (3) 任务识别是否完备？任务的颗粒度是否合适？
- (4) 是否定义了沟通计划？
- (5) 生命周期的选择是否合理？
- (6) 阶段点设置是否合理？
- (7) 估算结果是否合理？
- (8) 主要风险是否识别完备？

- (9) 风险的应对措施是否合理？
- (10) 进度安排是否合理？
- (11) 人员负荷是否合理？
- (12) 管理缓冲是否合理？
- (13) 计划重定义的准则是否合理？
- (14) 交付物是否识别完备了？
- (15) 各个计划之间是否一致？

5. 计划评审的作用

项目经理依据项目目标制定里程碑计划，对计划中的里程碑节点，召开里程碑评审会议识别项目当前的进展情况，对后续项目进展管理提供参考和依据，从而保证项目目标的达成。

通过里程碑管理和评审可以达到如下目标：

- (1) 全面客观地展示项目的进展：

在项目进展的过程中，项目经理、PPQA、CM等从项目的不同侧面对项目组的进展进行了跟踪，但是缺乏全面、系统的分析与评价，借助里程碑评审可以综合各方面的分析数据进行判断。里程碑报告为管理者提供了一个完整全面的信息。里程碑评审主要关注管理问题。

- (2) 对项目组外部的人员展示项目组的状态；
- (3) 对是否进入下一阶段出管理结论；
- (4) 高层管理者关注项目进展，激励开发人员投入下一阶段的工作；
- (5) 重新识别项目的风险；
- (6) 将阶段完工证明（工程实施类、工程维护类、客户服务类需要客户签字或盖章），提交给项目的客户负责人、项目主管、PMO/QA。

七、总结

项目经理的主要职责是制定计划。作为项目计划的制定者，项目经理必须明确：

1. 项目整体目标和任务；
2. 项目成果的标准；
3. 确定主要时间里程碑；
4. 定义所需要的资源和技术；
5. 定义任务完成的质量和可靠性要求。

如果以上要素能够正确建立，就可以尽早的发现可能阻碍项目成功的问题，以便找到有效、正确的解决方案，重新制定计划，避免问题发生或者解决问题。



项目很少因为工具失败，却常常因为人而失败。很多时候，我们直接从构想到执行，当我们这么做的时候，我们就无法实现控制，因为没有计划告诉我们当前我们应该处于一个什么位置。如果计划合理，项目经理可以置身事外，因为项目自身可以正常运行。

任务分解 与碎片时间规划

作者：张君伟（公共事业部）

大到政府与公司，小到团队与个人，都离不开任务，诸如国家5年计划任务、公司营收任务、项目组研发任务、个人学习任务等，而任务完成的成功几率与任务的复杂程度、执行方法等息息相关。有一种方法，可以大大降低任务完成的风险，提高任务完成的成功率，这种方法就叫做任务分解。

我们不谈具体任务，浅谈分解，任何一项庞大的任务或一件微小的动作都是可以分解的，既可以像汽车、手表一样分成很多零部件，也可以像种子发芽开花结果一样分成很多阶段。分解的目的其实是让一件复杂的任务简单化，在企业管理、项目管理、工作管理当中，任何一个任务都是可以通过分解拆分成可以由部门、组、个人、天、小时、分钟等单位刻度来执行，但我们最终要做的，是可以按照每个人或每分钟、每小时这样可以有效利用的单位进行任务的分配，这也就是任务分解的最适宜原则。

说到这里，有人会说，这个道理说起来简单，做起来很难。分解方法其实并没有那么多条条框框的规矩，只要是能够执行下去的，都是可

以分解的颗粒，比如华罗庚先生讲的统筹方法里的沏茶动作，既可以分成烧水、沏茶这样两个步骤；也可以分解成加水、烧开、洗茶杯、放茶叶、倒茶这样一些步骤。或比如一个人要健身，可以分解成先燃脂、塑形、再增肌，又或者可以分解成节食1个月、跑步2个月、体能训练3个月等诸如此类。分解后的任务可以进行统筹安排，也可以团队协作，学会分解任务可以让一个人做事有条不紊，养成了分解任务的优秀习惯总会给人一个条理清晰、做事干练的深刻印象，工作学习也将会井然有序、有条不紊。

谈到这里，相信会对有疑惑的朋友一些启发，但现实生活中还有一个与高效任务相关的方法，那就是碎片时间的管理，当一个任务或一件事情能够分解到碎片时间进行执行的时候，那么这个任务或事情也就事半功倍了，比如学习英语或看书，我们可以在地铁上、公交上、午休休息、睡前等碎片化时间里来完成它，哪里还怕被打断、好难、没时间、没精力这样的借口呢？

加强业务导向，提升业务学习

——事业部及区域人力资源团队开展业务体验学习

作者：孙丽新（人力资源部）

2016年定调为人力资源团队的业务学习年，人力资源作为一个服务和支撑的团队，其工作要做好，做到位，必须要深刻理解公司业务流程，主动了解内部客户真实需求，并致力于引导和实现客户需求。

2016年1-2月，人力资源部员工开展业务体验学习活动，收到较好的效果及评价，对人力资源部的后续工作思路有了很大帮助和启发。

2016年3月，人力资源部推出人力线内部运行的《天源迪科HR人员业务体验学习制度》主要规定了人力资源部、各事业部、区域、部门助理的业务学习要求、内容及形式等，并初步安排了10次、共计65小时的业务学习计划表。

继而自3月起，将业务体验学习由人资内部推广至事业部及区域。提升事业部及区域的人力资源



业务学习改进建议



工作人员对公司业务流程的学习和理解，并结合自身岗位职责，对公司人力资源工作提出改进建议措施，从而更好地为公司提供支撑和服务。

事业部及区域业务体验学习项目自启动以来，共计体验累计40天/次，提交业务体验总结报告15人次，其中有价值的改进建议35条，主要集中在加强对现场员工关怀、加强新入职员工辅导、HR人员业务学习、业务人员招聘要点，占比分别为20%、14.3%、14.3%、11.4%。

员工关怀方面改进建议：

- 加强对员工及其家属的关怀力度，减少员工的后顾之忧；
- 加强现场人员的员工关怀，让大家感受到公

司大家庭的温暖。关注现场办公人员的压力排减、多安排组织一些增强工作积极性的活动；

需注重一些细节，例如偶尔买一些水果发到办公现场，多办一些拓展性活动等等。

- 要多关注新入职人员状态及需求，适时安排组织一些培训、沟通会等活动。

入职辅导方面改进建议：

• 加强新员工入职后的心理疏导、技能辅导与环境适应；让其感受到新公司对他的欢迎和热情，更好的适应新工作。

• 在新员工入职之后的适应度上，要保持良好的沟通，督促并帮助辅导员更快、更好的进行知识传递工作和新员工的培养。

• 制定新人的辅导和学习计划，新人上岗（关键岗位）需要做好引导和培养，不仅仅是技术方面的培训。

业务学习方面改进建议：

• 各区域HR定期组织业务学习及交流；多参加业务部门会议，参与业务部门招聘工作。

• 增强劳动法知识与商业知识的学习，以应对复杂的劳动关系与多变的市场环境。

• HR可以学习常用的数学模型，在工作中使用。

招聘方面改进建议：

• 在招聘过程中，我们更多的需要注重一个人的性格修养，学习能力，稳定性，对于一些比较浮躁的开发人员我们需要严谨把关，决定是否录用。

• 在招聘过程中，不仅要对其硬性要求进行筛选，也要对其是否符合现场办公的要求、是否具备现场服务意识和沟通能力进行识别。

• 根据产品特性，计费域产品多使用C和C++开发，销帐前台是JAVA，中间件tuxedo，使用数据库是ORACLE和TT内存数据库，这就要求我们在招聘和

简历查阅时，对人员的基本技能要求需具备ORACLE数据库的使用能力，对UNIX和LINUX的熟悉程度，SHELL编写能力等需要关注；而计费产品开发和维护工作要求技术高，上手慢，系统安全操作意识和能力要求更严格，从新手到熟手的培养过程比较长，人员性格判断稳定性也比较重要。

业务体验学习活动结束后，人力资源人员提交业务体验总结报告，其中有价值的改进建议35条，优秀总结展示：

<p>优秀心得案例： 许光柳</p>	<p>个人心得</p> <p>我支撑的上海办在上海电信现场主要是实施和运维岗位的人员。上海电信的现场办公条件较局促，几家厂商挤在一个大厅里办公，但是现场的员工们并没有因环境不好而有所懈怠，相反他们每天上班最早，下班最晚，这种敬业的精神和专业的态度经常获得客户的好评。</p> <p>在对融合计费产品线进行学习和了解之后，我又花了时间学习了关于业务投诉的文档，参加了产品的相关培训，从中学习到了一些业务处理的逻辑和产品运用的方法。虽然我不懂技术，但我仍然能够感受到，每个文档及每个产品的背后，都有他们的汗水。他们不但能保质保量地完成日常工作，而且能在此基础上有所积累，有所输出，将总结的知识和经验在内部做分享与交流，这种严格要求、自我进取的精神是值得我去学习的。</p> <p>通过这段时间的学习体验，不仅了解了现场人员岗位及职责，还提高了对现场人员能力要求的识别度，从而使自己在今后的招聘工作中，能够更好地物色合适的人选。</p>
-------------------------------	--



优秀改进案例：
黄耀红

改进建议

1、根据产品特性，计费域产品多使用C和C++开发，销帐前台是JAVA，中间件tuxedo,使用数据库是ORACLE和TT内存数据库，这就要求我们在招聘和简历查阅时，对人员的基本技能要求需具备ORACLE数据库的使用能力，对UNIX和LINUX的熟悉程度，SHELL编写能力等需要关注；而计费产品开发和维护工作要求技术高，上手慢，系统安全操作意识和能力要求更严格，从新手到熟手的培养过程比较长，人员性格判断稳定性也比较重要。

2、计费域产品时间周期也有相对明显的特性，加班通宵情况比较频繁，在员工关怀层面上，要多关注现场办公人员的压力排减、多安排组织一些增强工作积极性的活动，并且有针对性调整时间安排。

3、从团队协作上来说，计费团队人员规范意识和执行力比起其他团队来明显较强，对于质量人员在沟通交流上需把握内容价值、关注管理和其他能力提升方面着手更有效，与CRM团队关注确保执行过程有所区别。



前排：黄晓娟、黄耀红、曹莹、刘娟，后：王政

业务体验后，人力资源部根据各位的意见和建议召开了专项沟通会议，并对反馈的改进意见及建议进行了分类，确定“改进=改善+创新”的两大改进方向。

改善是在不抛弃原经营方案的前提下而进行的改进。是指持续不断地、一小步一小步地、阶梯式地改进，即逐步改进。

创新是在抛弃原方案并建立新方案的前提下而进行的改进，抛开旧的，创造新的。创新是指一触即发式的改进，即跳跃式改进。改善是创新的基础，而创新是改善的必然结果。

但改进贵在行动，不管我们吸收了多少知识，看到了多少问题，但若不能在实际工作中解决这些问题，也只能是纸上谈兵。因此，2017年我会将更多精力放到工作的改进中，从决策、管理、监督、改进四个方面不断循环前进。

短暂的业务体验式学习安排已经结束，但人力资源部坚持业务导向的思想将持续进行，改进永不止步。立志于更好地为员工提供贴心、简洁、高效、专业的服务，充分开发人才资源，为公司战略目标的实现提供更加坚实的人才基础是人力资源部前进的方向。

改进，我们一直在路上，勿忘初心，方得始终。

本季度培训情况简介

2016年9月-11月共举行公司内训270场，总学时达592课时。其中内训场次较多的的部门是：电信事业部东南区南昌软件部、电信事业部华中区互联网应用中心、电信事业部研发中心测试部、电信事业部东南区广州软件一部、电信事业部研发中心大数据营销产品一部(研发三部)。

社会招聘新员工入职培训

2016年9月-12月，公司在此期间对社招入职的新员工组织了4期入职培训。培训形式采取一天面授课程结合一个月在线学习。在每期的新员工培训的面授课程中，培训内容包括公司企业文化、公司产品介绍、质量管理基础、公司职位发展体系和人事行政制度五门课程，11月份起增加办公软件注意事项课程，使新员工了解公司内部软件使用规范。新员工完成全部学习内容后，需要参加入职培训考试。在训后的培训满意度调查中，新员工对培训内容、形式、以及组织情况进行了反馈。调查结果大部分为“很满意”。

技术沙龙活动

Q4人力资源部携手技术研究部及多名技术专家开展了3期技术交流活动，主题分别为“分布式内存数据库”、“分布式云计算框架”、“云数据库”，现场及线上累计参加交流活动总人数179人。技术沙龙活动的成功举办让技术研究工作深入到研发的各个部门，也吸引了更多的技术专家参与交流。

人力资源系列培训

2016年Q4为加强对应届毕业生的培养，人力资源部于12月1日开展了“蓝色职场如何实现90后人才发展”专题培训，使应届毕业生加强自我认知度，能更快地适应职场生活，与公司一同发展。12月9日，人力资源部还邀请公共事业部项目经理王勇分享个人的发展历程，帮助应届毕业生更好地了解技术人员的职业发展路径，提升系统化学习能力，建立个人发展目标。

公共事业部系列培训

9月10-12日，公共事业部开展了第三期“TOP GUN 训练营”系列培训，训练主要内容为“SSM特色销售方法论”。培训以“ISC”为主线、将MOT等内容相结合。训练中韩玮教练通过视频案例分析和实战分析讲解向学员讲授，由此加深学员对“SSM销售方法”的理解。通过让学员从“建立关系”、“探讨商机”、“建立愿景”等分阶段对项目情况进行分析，从而建立对客户了解。

产品原型的诞生

——湛江人社局项目原型实践

作者：王银佳（广州天源迪科新业务开发部）

一. 产品原型

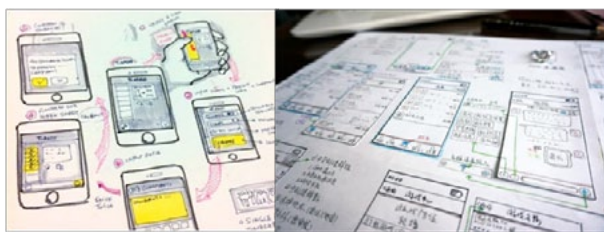
产品原型是用线条、图形描绘出的产品框架，是综合考虑产品目标、功能需求场景、用户体验等因素，对产品的各版块、界面和元素进行的合理性排序过程。也是产品上市或发布前，经过详细设计的产品模型，产品原型所涉及的材料、部件、功能等必须与最终产品一致。

1. 手绘纸上原型（草图）

手绘原型是记录设计想法，用于前期设计交流。

优势：**快速构建**•**轻松修改**•**不需要特殊的技术**

图形设计师、需求人员、可用性专家，甚至客户都能够帮助建立原型、操作它们。由于草图的非正式性，多使用原型设计的前期论证阶段（功能设计可行性），个人也比较喜欢先画草图（纸上推演）再使用原型软件设计原型（完善）。



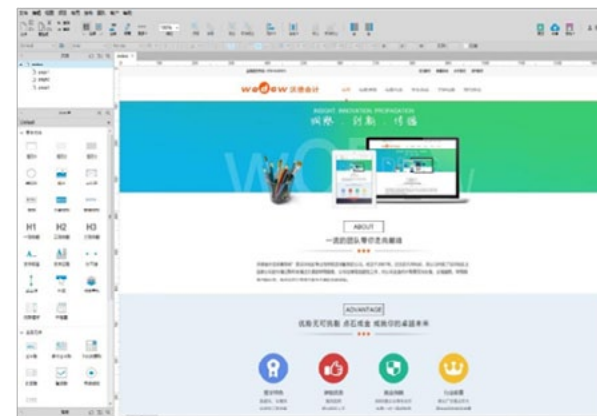
2. 线框图

线框图是由图形设计软件制作而成，最常用的软件是Axure RP，对手绘原型，线框图更加清晰和整洁，也适用于正式场合的PPT形式宣讲。线框图还可以是功能页面结构的视觉呈现，传达页面的布局以及功能元素定义，将产品需求以线框结构的方式展示出来，让产品需求更加规整地直观展现。一般以黑白灰的形式来表示。



3. 高保真原型

高保真原型是真实的模拟产品最终的视觉效果、交互效果和用户体验感受，在视觉、交互和用户体验上非常接近真实的产品，原型中甚至包含产品的细节、真实的交互、UI等等。高保真原型=线框图+交互逻辑+视觉+用户体验。



二. 什么是交互设计?

简单的说，交互设计是人工制品、环境和系统的行为，以及传达这种行为的外形元素的设计与定义。交互是两个实体之间的事务，通常涉及信息的交换，也可以包括实物或服务的交换。交互设计师的工作就是创建这些交互的方式。



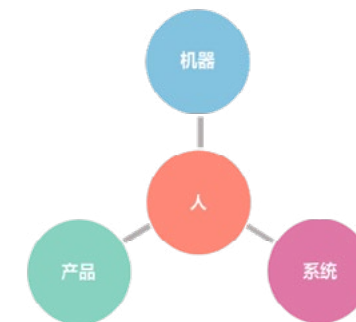
1. 交互的分类:

• 实物交互 • 界面交互

2. 交互设计做的事:

• 翻译工作 • 帮助对话

交互设计的出发点在于研究人和物交流时，人的心理模式和行为模式，并在此研究基础上，设计产品的可提供的交互方式，来满足人对使用产品的需求。通过形式（按钮、输入框）、颜色等方式来帮助人和机器对话，机器同样通过声音、灯光、动画来响应用户的行为。



3. 两种交互设计方法

• 以用户为中心的设计（UCD） • 以活动为中心的设计（ACD）

以用户为中心的设计（UCD）要求设计师必须了解用户需求，进而指导设计。它的核心理念是：用户最清楚他们需要什么样的产品或服务。设计师的参与是为了帮助用户实现其目标。随着交互设计的发展，以用户为中心的设计思想往往目标宏大，而可操作性则受到时间、预算和任务规模限制，且往往还忽视了人的主观能动性和对技术的适应能力，一味地强调“机器适应人”。

以用户活动为中心的设计（ACD）是把用户要做的“事”或是用户活动作为重点关注对象，它使得设计人员能够集中精力处理事情本身，因此它更适合于复杂的设计项目。

所以两者可以相互结合，有主有次，主次分明，以项目情况为准。

4. 交互设计流程

流程:

- 1) 用户研究——了解用户的活动及目的;
- 2) 需求分析——定义活动中的行为与问题，定义设计的目标;
- 3) 交互流程——设计方案，反复精化;
- 4) 设计完善——确认设计方案对用户活动的影响。



三.项目背景

项目名称：湛江市人社局劳动力分析及预警平台

项目背景：这是一个大数据分析平台，主要针对几个主题数据进行展示，要求2016年9月20日完成。

客户的展示环境：大屏展示



特点：

- 1) 面积巨大
- 2) 深色背景
- 3) 很少操作
- 4) 空间局限
- 5) 单独主题

四.设计实践

1. 确定项目简明流程：

- 1) 分析需求文档，了解业务目标、用户需求、功能需求列表
- 2) 设计原型，明确信息架构、页面信息布局

- 3) 评审原型，最终选定一个原型方案
- 4) 开始视觉设计，关注色彩、风格、情感因素等
- 5) 评审通过后开始开发及测试

2. 定义需求——用户研究

重点就是要挖掘用户的真实需求，过滤不合理的需求。在做用户调研时，不是用户说什么就听什么，要追问用户，直到得出真正的答案。

另外，需求的分析过程中，要根据用户反馈的意见确定需求的优先级。



图：考虑用户意见的5个因素

3. 定义需求——用户访谈

通过用户访谈，记录用户意见，并针对用户的意见进行整理和分析。

用户访谈记录整理（部分）：

提问1：对于这个系统，你们最想了解的是哪方面的数据？

回答1：全市劳动力总量（各县市区分布情况）、已就业人数、未就业人数以及失业率。

设计处理1：重点突出这些方面的数据。

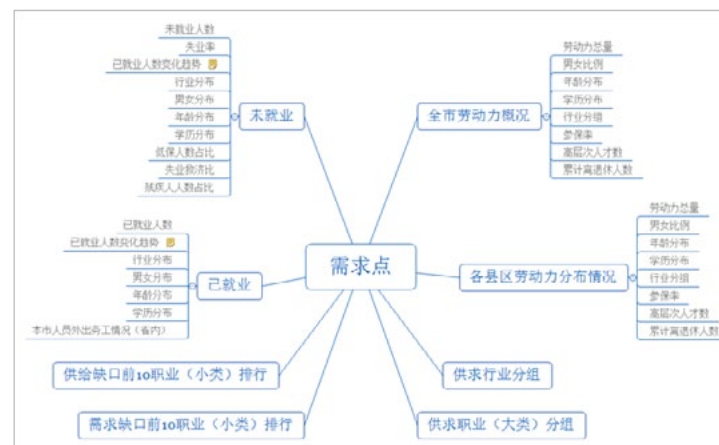
提问2：就业失业人员的行业分布，你们是想了解它的什么样信息呢？了解来有什么用？

回答2：就业的行业分布可以让我们了解就业的

情况，哪个行业比较热门。那么我们就可以引导求职者 and 毕业生，告诉他们什么行业太火了，工资却偏低，大家可以尝试选择其他行业，或者推荐到一些冷门却工资高的行业。

设计处理2：增加需求缺口、供给缺口TOP10职业排行，突出职业名称及缺口数。

结合用户访谈纪录，整理分析出用户需求表。



图：湛江市人社局劳动力分析与预警系统需求点

4. 原型设计——信息归类

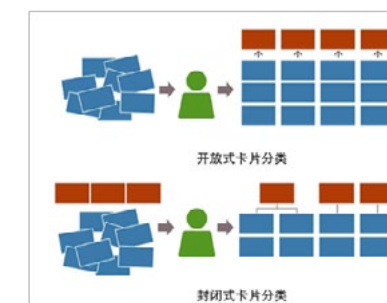
产品需求确定后，不要着急设计原型，应该先对信息进行归类，信息归类与组织是一个产品的基础，符合现实场景使用逻辑，满足商业需求将有效信息合理编排，才能给用户流畅清晰的体验。一般我们会使用卡片分类法来做信息归类。

卡片分类法具体操作是邀请用户“把类似的东西放在一起”（把标有产品元素的标签进行阅读理解并分类），这种方法在产品设计的初级阶段更容易获取用户对产品内容的期望，为信息架构的搭建提供依据。对现有产品迭代改良时，卡片分类还可以检验架构的合理性。

卡片分类还可以具体分为：

开放式：（用户完全自行确定分类的组数和卡片数），优势在于提供更加丰富的分类结果，但也容易造成结果不可控。

封闭式：先将导航架构设计好，再由用户分别归类卡片，结构有限可控，一般是对信息设计的结果进行验证之用。



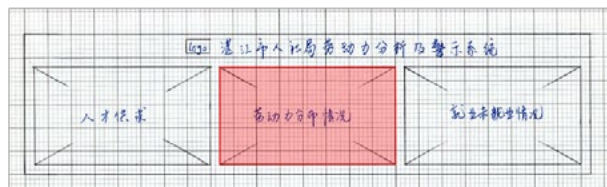
5. 原型设计——信息架构

信息架构设计是为了从最根本决定一款产品可以解决什么问题，由哪些部分组成，之间的逻辑关系是什么，通俗的讲就是一个产品可以用来做什么。表达信息结构最好的方法是脑图，可以使用mindmanager等脑图软件（如下图为湛江市人社局劳动力分析及预警平台的信息架构图）。



6. 确定页面的大致布局并安排页面信息主次关系及表现形式

根据信息的架构内容确定页面的大致布局（信息布局上需要将重要的信息放于用户视角容易触及的地方，例如屏幕中央位置处。）



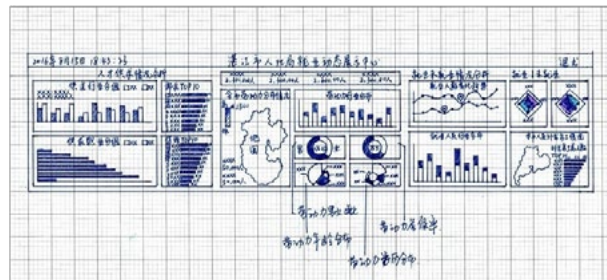
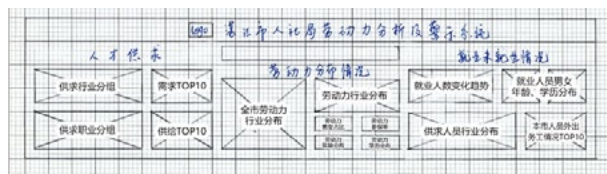
湛江市人社局劳动力分析及预警平台中客户最想了解的内容是劳动力分析情况，所以我们将这部分内容放置在大屏幕的中间醒目位置，用户使用这个系统能第一时间看到这部分的内容。

数据	子页面	重要程度	
全市劳动力分布情况	全市劳动力概况	★★★★★	
	各县区分布情况	★★★	
子页面	内容板块	重要程度	关联板块
全市劳动力概况	劳动力总量	★★★★★	热力地图+文字
	男女比例	★★★★	饼图
	年龄分布	★★★★	饼图
	学历分布	★★★★	饼图
	行业分布	★★★★	柱状图
	参保率	★★★	饼图
	高层次人才数	★★	文字
	累计失业人数	★	文字

通过对客户的访谈，我们了解到平台各部分内容的重要程度，对此我们进行了页面信息主次关系及表现形式的梳理（考虑用户认知能力和行为习惯，将信息以简单易懂的方式呈现）。

7. 确定界面布局

梳理出主次关系及表现形式后，我们将内容放置于页面各大版块中，分别手绘了页面元素布局版和表现形式展示版两个产品原型。（下图页面信息元素的布局）



上图：具体表现形式的展示

8. 用原型工具画出线框图，添加交互效果

线框原型的目标在于清楚地表达平台的设计理念和功能的执行逻辑，所以我认为能够达到这个目标的原型都是合格的，在原型中加入色彩和交互效果的目的是让产品设计师与其他环节的技术人员的沟通更加顺畅。（下图是湛江市人社局劳动力分析及预警平台的线框图）



9. UI设计师设计最终效果图

UI设计师根据原型将平台页面做视觉美化，根据客户的企业文化及系统本身的性质来重新设计颜色和调整细节，最终设计出好用、易用且适合客户使用的平台。



按照这样的思路和步骤，我们最终顺利在9月20日之前完成了设计稿，并提交给了客户。我们的设计稿件得到了客户的一致肯定。

高性能web设计 案例分享

作者：向书龙（电信事业部研发中心CRM产品二部-研发八部）

1. 业务背景

四川itv应用系统，是以一个承载电视机顶盒业务的系统，与以往订单线承接的生产系统相比，更具有高访发，低延时，峰值高的特点。

硬件配置极低，尤其在数据库配置上，单配置几乎不到以前的1/6，在这种背景下，如何提高系统性能，成为系统的架构的首要问题。

2. 整体架构原则

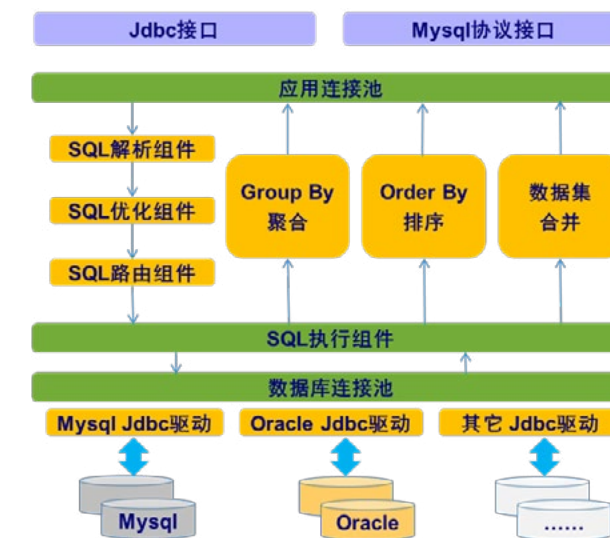
在整个系统架构的原则中，始终遵循以下几点原则：

1. 分布式设计：分布式设计不是仅仅在某一个点、某一层，而是考虑在系统的任何一个环节，使整个系统不具有单点访问的瓶颈。
2. 采用高性能的技术：比如数据上的分表分库，高频率访问场景的缓存使用。
3. 单表思维：整个应用的SQL尽可能以单表解决，复杂的SQL在高频率场景是不允许出现的。
4. 性能指数说明一切：无论什么场景，最终以性能指数作为衡量唯一标准。

3. 重点设计的环节

3.1 核心框架设计

3.1.1 数据库组件cloudb



Cloudb-jdbc：对外提供了jdbc方式的访问，主要供应用程序访问。

Cloudb-server：对外提供了mysql协议，主要供维护人员访问。

上述两种均解决了分布式数据库以下核心问题。

1) SQL路由：屏蔽SQL上细节，自动进行SQL路由分发至物理库；

2) 结果集合并：屏蔽SQL上细节，自动进行SQL结果集的合并，分布式数据库下的排序、分页、分组是一个很常见但又十分麻烦的问题；

3) 分布式序列：屏蔽SQL上细节，解决了分布式数据库上序列的访问问题；

4) 高性能访问：其中程序级别的cloudb-jdbc，采用100%命中的智能缓存算法，访问性能能达原生态的95%以上；

5) 大数据提取：屏蔽SQL细节，采用插入排序算法，解决了大数据提取问题。单库的大数据提取我们通常可以采用游标解决，在分布式数据库下，如果含有排序，大数据的提取是一个十分麻烦的问题。

3.1.2 缓存集群codis

Codis是一个分布式 Redis 解决方案，对于上层的应用来说，连接到Codis Proxy 和连接原生的Redis Server 没有明显的区别，上层应用可以像使用单机的Redis一样使用，Codis底层会处理请求的转发，不停机的数据迁移等工作，所有后边的一切事情，对于前面的客户端来说是透明的，可以简单的认为后边连接的是一个内存无限大的Redis服务。

codis采用的是完全原生态的，这里不作多介绍，有兴趣可以去网官了解，<https://github.com/CodisLabs/codis>。

经生产验证使用，codis是一个十分稳定的系统，我们目前还未出现过问题。

3.2 双主haproxy代理

代理层采用haproxy+keepalived，双haproxy互

为主备，既作容灾，又作代理分流，分别对应处理来自华为和中兴的业务，双主使得其能支撑10W+以上的访问量。

PS：当初选用haproxy的原因是因为系统同时含有第四层和第七层的对外业务。

3.3 合理的纵向分库

整个数据库分为3个Oracle库(每个以双实例作为rac集群)，各个应用域按照访问数据库的频率，进行合理的切分，保证三个库的访问基本均衡。

	RAC集群1	RAC集群2	RAC集群3
员工域	√		
销售品域	√(所有)	√(全局表)	√(全局表)
资料域	√	√	√
订购域(订单)	√	√	√
订购域(其它)		√	
账务域			√
定价域			√
合作伙伴(业务)	√		
合作伙伴(流程)	√		
序列(分片表)	√		
3C配置	√		

3.4 必要的横向切表

用户及相关资料根据本地网+用户实例ID进行分

	模=0	模=1	模=2
成都市	xxx_101	xxx_101	xxx_101
自贡市	xxx_102	xxx_102	xxx_102
资阳市	xxx_121	xxx_121	xxx_121

片划分，使得数据尽可能均匀的划分到3个物理库集群上(最大的表也不超过100W)，划分规则如上图。

3.5 表关联问题

业务复杂的系统中，虽然通过复杂的设计和冗余思想，最终可以达到单表访问目标，但是代价太大，而且在特定的硬件条件下，不见得最终性能会提高，因此必要的多表关联是不可避免的。

全局表：部分数据变化量小的表，访问量大，采用多库全局同步，即写1复制n，因为写的性能由于访问量可以忽略不计，这样在多个节点均可以访问。

业务维度分片：与用户实例相关的表，统一存储用户实例ID，并且自顶而下，进行分片存储，既解决数据量大的问题，又不打破原有的业务关联。

3.6 合理的缓存使用

一个高访问的系统，往往通过分表分库，仍然不能彻底解决，在一些高频率的场景，必须配合缓存使用，才能达到最高效率。

itv中使用缓存的场景比较多，包括使用鉴权，销售品匹配，订购鉴权，订购关系访问，用户访问等等。

整个缓存采用由程序双写入库，以牺牲写的性能提高读的性能，当然采用异步写，性能损失也不大。

3.7 队列+分布式计算

在一些异步和计算复杂的场景中，均采用了rocketmq队列和jstorm流式计算，其中rocketmq主从架构达到4W+的TPS，已远远满足我们的需求，在账务处理和算费的过程中，采用jstorm集群，支持横向扩容，8台机器达6000+以上TPS。

4. 设计过程

4.1 单库写限制

在订购性能测试过程中，发现一个普通表写入，单库TPS超过不了1600，经检测，主要是由于不必要的索引以及一个clob字段引起的，优化后，大约提升近3倍左右。

4.2 中间件性能问题

系统架构最初采用的是cloudb-server的模式，由于中间件采用8核虚拟机，导致不能发挥数据库的全部性能，即便扩容，一方面导致硬件需求增大，另一个方面也引起数据库连接过高，最后经反复测试，采用cloudb-jdbc模式。

4.3 痛苦的提升过程

一阶段：

性能指数：单点600TPS，8台机器集群800TPS
分析：由上而下，最终排查为中间件的问题

二阶段：

性能指数：单点800TPS，8台机器集群1600TPS
分析：一些不合理的表设计和访问引起

三阶段：

性能指数：单点800TPS，8台机器集群2400TPS
分析：单数据库的访问已近极限

四阶段：

性能指数：单点1000TPS，6台机器集群5400TPS
分析：引入缓存，达到最终目标5000+TPS

在最终的阶段中，其中Codis访问量达12W+TPS，数据库达2W+TPS，由此推算出，整个业务场景中，大约有(12W+2W)/5000>20次的数据库访问，场景还是比较复杂的。



【观影】

《假如猫从世界上消失了》



类型：剧情/奇幻
地区：日本
导演：永井聪

这是一个有“如果”的世界，邮差少年被宣告绝症随时会死亡。但恶魔告诉他，如果选择从世界上抹去一样东西，就可以延长他一天的生命，他欣然接受。

他用失去电话换取了一天生命，但却发现，他和女友是通过一通错打的电话才有缘邂逅。他用失去电影换取了一天生命，却发现若没有电影，他将失去最大的精神慰藉，也将失去因电影结缘的最好基友。

每一个事物消失后，这件事物所产生的回忆也消失了。生命延长了几天，却不再是自己想活的世界了。最后，当要以世界失去猫咪换取一天的生命时，他选择了死亡，因为他的宠物猫陪伴他和他母亲度过了最珍贵的时光。

他终于明白，这个世上没有比生命更次要，可以失去的任何东西。他的人生正是因为有了这些人和物才会变的精彩和丰富，才会拥有意义，没有了这些，徒有生命毫无价值！

“如果我就要死了，我还有很多事没做，还有很多想后悔的事，可能没有人会因为我的死而为我哭，但是我相信我死后的明天还是不会一成不变的。”

这个世界或许可以失去任何人和物，地球照转，太阳照常升起，但正是有了身边这些生命，人、动物、植物、哪怕是没有生命的东西，我们的人生才会不同，所以，去拥抱他们吧！

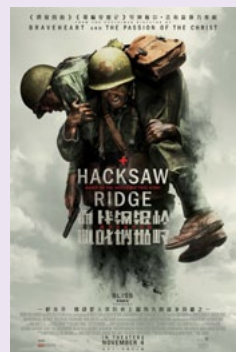
“如果我不坚持自己的信仰，我不知道要怎么活下去。”

世上很多人都有信仰，但其中绝大多数会选择主流价值观认可的，或一旦和主流价值观冲突时便选择妥协，但依然有极少数人会一直坚持，在最极端恶劣的大环境下，纵使众叛亲离，也依然要走上捍卫信仰的崎岖之路。

二战时期二等医务兵戴斯蒙德·道斯就是这样一个人，这个堪称二战史上美军中奇迹般存在的“异类”，他因为拒绝携带武器，数度遭到战友的耻笑与欺凌，然而却在在众人撤退之时，在到处都是敌军的地洞，堡垒和埋伏的地方，凭借一己之力穿梭于枪林弹雨中，赤手空拳拯救了75名战友的生命。

影片中用得最多的一句话“再救一个”，这就是道斯一直所恪守的信仰，不剥夺他人的生命，挽救众生。道斯的悲悯对象是全人类，通过个人信仰的奇迹来诠释出《血战钢锯岭》的精神内核。正是由于道斯的坚守，才有战争的黯然失色，才有战友的死而复生，才有众人对于信仰的崇敬与慨叹。

向不平凡的英雄致以最崇高的敬意，如果你还有信仰，那就去坚守吧！



《血战钢锯岭》

类型：历史/战争
地区：美国
导演：梅尔·吉布森

【读书】

《一个人的村庄》



我不知道你是不是从小就在钢筋混凝土的城市长大，也不知你是否像我一样，经历过稻场打滚、水塘摸鱼的农村暑假生活。

但我知道，大多数的你一定听过爸爸妈妈或是爷爷奶奶提及他们的时代。那个时代，那个村庄，他们日出而作，日没而息，用一个锄头一把铁锹去开垦他们的生活。

上个世纪新疆沙漠边缘的一个村庄，那里人畜共居，那里有个无事扛着铁锹闲逛，到处乱挖，常常不走正道却偏要走无人走过的草丛中的刘亮程，常常能从一条老马、一声狗吠、一个蚂蚁窝中琢磨出生活的哲学来。

刘亮程说，在我二三十岁最寂寞的时光里，我糊里糊涂写出了一部好书。那时我能听懂风声，可以对花微笑。我信仰万物有灵。作家就是那种能跟石头说话的人。我让自己单独地处在一个村庄的地老天荒中，静悄悄听万物的灵说话。后来我说话时，感觉万物在听。

这是一代人的乡土记忆，我知道并不是你的这一代。如今，我们甚至从未体味过热炕和窝头。但希望见惯了高楼大厦的你，也能偶尔让思绪来次信马由缰，在这篇黄土地上与万物对话。

下雨天几个小屁孩围着臭水沟挖“排水道”，偶尔再用泥巴做个“雕塑品”，很脏，但很快乐，那时候都还小，有人谈天有人笑。希望你也会有这种“于我心有戚戚”之感。

《月亮与六便士》



高高在上的月亮，那是梦之所向的崇高理想；价值最低的六便士银币，那是卑微残酷的物质与现实。为了六便士而忽视月亮的大有人在，而能为了终日仰慕的月亮摒弃脚下的六便士的人，谁说不是一种浪漫呢！

这是一个性格怪异的主人公，人到中年，原本有牢靠安稳的职业地位，有妻贤子孝的美满家庭，却疯狂地迷恋上了绘画，他弃家出走，到巴黎去追求绘画的理想。

异国他乡，肉体的贫寒和饥饿的煎熬丝毫没有让他对生活感到疲累，努力寻找表现手法、找到适合自己艺术气质的氛围反而让他乐观开朗，睥睨一切。

他不在乎吃的是什么，我想他甚至苦恼怀疑过，人为什么需要食物来果腹，就像他苦恼人为何具有性本能一样。他一心一意追求自己的目标，为了达到这个目的他不仅甘愿牺牲自己——这一点很多人还是能做到，而且就是牺牲别人也在所不惜。

我并不喜欢这个画家，他很自私，抛家弃子，同拯救其性命的荷兰画家妻子私通，导致恩人家破人亡。但我不佩服他的毅力，为其执着和坚忍所折服。

或许你会怀疑，这并不是四十不惑的年纪该有的责任和担当。四十岁的年纪，本不该被外界的事物所迷惑，但或许，于他而言，与画画无关的一切才都是外界的事物，这才是真正的“不惑”呢？

希望我们既能看到脚下的六便士银币，也要抬头仰望月亮！

曾经是部治愈过无数人的漫画，现在以文字的形式呈现给所有被他感动过的人。

不知道你是否也这样以为，二次元与三次元之间是没有次元壁的，反而，二次元比现实来得更加浪漫温暖，像一个异世界的哲学书，依旧充满温情和力量。这个世界里，无论人还是妖怪，只要心意相通，都是一样的。

古董店主人遗留的奇妙信件。夏目走进店里，竟然听到了妖怪的声音？

课堂上传来的笛音只有她和夏目能听见，却成为她年少的心结，直到那个吹着笛子的妖怪再次出现……

人与鬼神的爱恋要怎样终场？操纵梦境的妖怪是否也能左右真实的情感呢？

三个故事里镶嵌着各种小小的谜团，还有主角们一步步拾起迷之碎片时的趣味，以及寻到答案与真相后，会给人一种豁然开朗的感觉。

面对现实的喧嚣而焦躁不安的你，或许能在这里感觉到诗和远方。

试试在这本书里让心灵小憩吧！

曾经宅家追番，现在依然适合宅家看书。

就算不是《夏目友人帐》动漫的读者，依旧不妨碍你走进夏目的世界。



《夏目友人帐》



【生活】

你为什么过得那么

糙?

说起为什么生活过得那么粗糙，很多人的第一反应可能就是“没房”，“没钱”。

其实，就算是深漂没房，就算是蜗居合租，也依旧不能失了对精致生活的追求。

精致的生活不一定要花很多钱，有时候花一点点小钱，就能让整个住所变成很高级的家。主要看你有没有用心去对待自己的居住环境，毕竟理想的生活都是建筑在自己手上的。

今天我要跟你们讨论的，就是通过几个装饰来些仪式感，让你的生活精致起来。

**桌布**

选一款你喜欢的样式，虽然桌布看上去朴实无华，但是一铺在桌上立即让家变得很温馨，不仅是吃饭这件事都有了

仪式感，周末的午后打怪兽可能也会觉得更畅快一些吧！

当然，如果你是“懒人癌”，清洗也是相当方便的，丢洗衣机里转一转又能拿出来用了。

绿植

植物是家最好的装饰品，也是最能反映一个人对生活的用心程度。



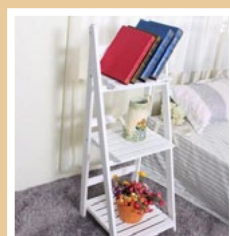
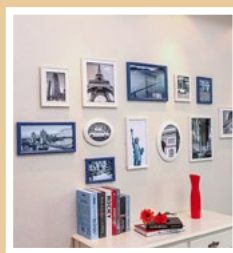
如果你对待植物都可以很用心，相信你也一定不会敷衍自己的生活。

周末的时候不妨去花鸟市场淘上几盆小绿植吧！随意摆在桌上、窗台上，让你的生活生机勃勃，充满活力。

挂画

如果你嫌弃出租房里的墙壁“千疮百孔”，或是空荡荡的看上去太冷清？那么我建议你先试试这些装饰画！在墙上挂上画框或者相框都不错，不仅使整个空间充满了文艺气息，还能展现你的独特个性。

当然，如果你嫌弃不便或是不划算，换成明信片也是可以的。

**阶梯置物架**

把置物架放在家中的任何一个角落都非常和谐，比如放在房间，可以摆放一些常看的书籍或者几盆绿植，放在客厅则可以将一些大大小小的杂物都整齐收纳起来。

不仅如此，这种阶梯式置物架还节省了空间，如果你觉得是“蜗居”、“蚁居”了，不妨试试这个来装饰你的生活。

吾心安处即是家，愿每一个辛苦工作的你，都能在你的住所里“心安”，下班后都有一个迎接你的精致生活，也希望加班疲惫的你，面对这样的仪式感，偶尔也会有为自己做一顿饭的冲动。

时尚产品推荐

懒人癌和健忘症，你该吃“药”了？

今天提到的，懒人癌和健忘症，相信是广大上班一族最头痛的两款重疾。诸如，早上不想起床，想运动又不想出门，不知钥匙落在哪，感觉重要的事情没做又死活想不起来？实在是最普通不过了。

其实，专治懒人癌和健忘症的“药”还是有的，不信你瞅！

要上班不想起床**地垫闹钟**

平凡如我们，要在寒冷的冬天每天准时离开温暖的被窝，实在是比减肥更需意志力的考验啊！而这款闹钟就能帮你做到。

将闹钟内嵌在踏垫中，早上想按掉闹钟时，必须起身站在地垫上至少3秒钟，才能把闹钟关掉，强迫你非得从床上起来不可。这样的时间长度，相信已足够你战胜内心纠结的小宇宙，顺利起床。当然，如果3秒钟之后，你继续爬到床上。额，那我也拯救不了你了！

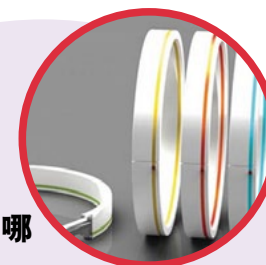
**想运动不想走远****球桌门**

想运动不想走太远，在家里就可以完成了。

这款既是门又是球桌的设计简直是格物的经典，随时把门放下来，就可大战三百回合了！真不知设计师的脑洞从哪儿开的口。

**不知钥匙忘在哪****腕带钥匙**

有些人总是不断的忘记自己的钥匙落在哪，进而带来不少麻烦，腕带钥匙的设计兴许能帮你解决丢钥匙的毛病。只需将钥匙插入接口锁住即成为腕带，按一下红色小按钮松开就能使用。戴在手腕上，好了，麻麻再也不用担心我丢钥匙了！

**重要事情想不起****发光大头针**

老是感觉有件事情没做，可思来想去又想不起来？

韩国的设计师Kim Sung Min研发的一款拥有自动发光提醒功能的大头针，使用者只需将大头针与便签固定好位置，然后转动顶部银色的定时器，大头针就会在预设时间到达之际自动点亮吸引到你的注意，非常适合广大健忘一族哦！





面对春节大餐，你还只是个单纯的吃货么？

又要过年了，每逢佳节胖三斤，这话一点也不假。

春节大餐，面对饭桌上各色诱人的美食，我们是吃呢？吃呢？还是吃呢？

我觉得，当然是吃！

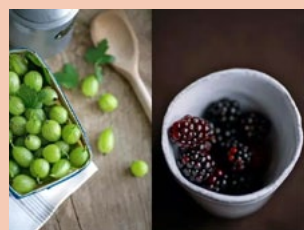
当然，也不只是吃。毕竟，我还是要参加朋友圈摄影大赛的。

今天我们要讨论的，就是将美食和摄影这组绝佳的搭配完美结合，不只做一个单纯的吃货了！

美食拍摄说简单也简单，说困难也困难。简单是因为拍摄素材丰富，就在身边，困难则是因为其涉及到了很多因素，包括拍摄的角度、光线的调整、以及构图等问题。

一、光线的运用

一般的家庭用户很少具备闪光灯、柔光箱等专业摄影器材，因此我们就要用好自然光来拍摄。在运用自然光拍摄时，需要注意尽量避免直射光，因为那样会在食物上投射出很刺眼的影子。手持相机



利用自然光拍摄的效果也非常诱人

拍摄也要尽量避免拍摄者的影子进入画面，可以试试透过薄窗帘射进来的散射柔光，把它作为逆光或者侧逆光运用，你会发现食物非常的美丽。

二、拍摄的角度

相同的食物，有人拍摄得无比诱人，而有人则拍得很生硬，这都是由于拍摄角度不同所发生的变化。大家在拍摄时可以寻找食物中最关键的局部，比如一盘菜品中最漂亮的几块主食，甚至是漂亮的餐具，剩下的则让观看者自己去联想。

此外，我们还可以采用“筷子”的视角去拍摄，假想在我们夹菜的筷子上绑着一台相机，用“筷子”看食物的角度去拍摄，往往这样能够获得很不错的效果呢！



拍摄局部，剩下的让观看者自己联想



立体感较强的食物可以采取低角度拍摄

当然在拍摄一些立体感较强的食物时，我们也可以采取0角度的方式进行拍摄，这样可以突出美食的立体感。

三、食物的构图

圆心布局

圆心布局是比较常用的布局。这里说的圆并不是完全意义上的圆形，而是以画面最中央为中心，向四周分散的布局，或者叫“对称布局”。一般来说，就是将被摄物体放到画面的最中央。



圆心布局能更好的突出食物主体



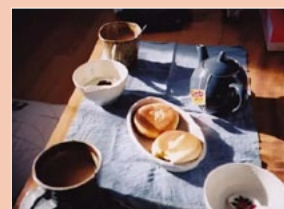
圆心布局舍弃了杂乱的背景

不规则布局

画面里有多个主体，可以采用摄影的黄金分割法来构图，或者不循常规，任意摆放被摄物品。但注意不要让画面整体失衡。



如果少了右面的黑色叉子，整个画面就会重心偏左



看似凌乱的摆放，但却采用了黄金分割构图法



水果的纹理只有靠近拍摄才能显示出质感

再靠近一点

有著名的写实摄影家曾经说过，“如果你拍得不够好，说明你站得不够近。”

这个准则在美食摄影中一样适用。

放弃食物整体，

专注拍摄细节，即放大了肉眼能看到的部份，这样拍出来的照片往往比较有创意，生动有趣。这样的摄影不仅仅是在写实，而且更多加入了主观色彩。想要拍摄与别人不一样的美食照，可以尝试最大限度靠近被摄物体，将细节展露无遗。

用背景来锦上添花

中国菜与日本和法国的料理不一样，日本料理往往非常讲究食物的摆放，每道菜在端上来时就已经经过了精心的布置，看起来赏心悦目。而中国菜在这方面并不是特别的在意，这就需要我们进行一些食物摆放上的调整。



周围放一些餐具能起到锦上添花的作用

在中式美食中大

量的运用到大型盘类餐具，或者大体类的汤羹和烧菜，为了能够很好的表现出食物的诱惑力，可以在周边适当的摆放一些餐具，增加现场感。包括西餐也是一样，美食的周边配有一套很漂亮的餐具往往能起到锦上添花的作用。

好了，今年过年，做一只追求的美食吧！



【核心价值观】

☆ 企业核心价值观宣传活动

诚信、专业、协作、创新、追求卓越、尊重个人

2016年8月起，公司开展了历时3个月的企业核心价值观宣传活动，通过“天源迪科家园”微信话题分享、有奖互动以及企业邮箱推送壁纸的双渠道推广，诠释出了迪科发展的不竭源泉，也让同事们更柔性地感知企业文化，在轻松愉快的氛围中体验了迪科文化的精彩。

▲ 诚信



互动：遇上不靠谱的人是怎样一种体验？

人无信不立，业无信不兴。诚信是做人立业之根本，天源迪科也将其放在企业核心价值观首位。为了让同事们更生动地理解诚信的重要性，8月初，“天源迪科家园”微信以“遇上不靠谱的人是怎样一种体验”为话题，引导大家关注生活不诚信之事，一起探讨诚信的可贵之处。

精彩留言分享：

① “其实很多寓言都体现了诚信的重要性，例如狼来了。诚信是生命的基石，失去诚信，就没办法在生命中开出美丽的鲜花。企业要长期发展，不能没有诚信。诚实是力量的一种象征，它体现了一个人高度自重与尊严感。有多少企业是因为失去诚信而倒塌的，例如三鹿奶粉事件。所以啊，做人真诚点，谁都不傻，别总整没用的。”

② “其实诚信也是种习惯，或多或少与个人工作、生活方式、精神状态有关。比如遇到久未见的客户或同事，跟他打招呼他却没回应，还一脸茫然打量你，很可能是他忘记我们了；当我们交待别人帮忙做事时，到时间了你发现他还没做，一问才知他忘了！其实他并非不诚信，只是习惯性遗忘而已。”

③ 公交车司机：往里面挤，里面是空的。

④ 最讨厌不诚信的行为有以下几条：1.说了晚安了，睡觉了，结果不过五分钟还在发朋友圈。2.说好改天请我吃饭，结果几年过去了还没联系我。3.说好里面有空座，点的菜已经在锅里了，结果座没有，菜半小时才上来。4.说好守望先锋只要198，买回来发现显卡和cpu带不动，花6000换了电

脑，结果发现新电脑放不进电脑桌，花2000换了新电脑桌发现和房间不搭调，花200W重新贷款50年买了房。说好只要一次消费198呢！

▲ 专业



话题：挣不了一个亿的我该定个什么样的小目标？

所以，大佬们说的话，听听就好了！

我们不挣一个亿，我们先做专业人！

这个小目标应该是可以有的！放眼望望迪科家园，还是有非常多的专业楷模实现了小目标的呢！

比方说，专业的领导者—陈楠，项目正处在工作最忙的阶段，为了不耽误项目进度，做完手术仅仅两天，他便忍痛参加集客全国割接培训会议。作为领导者，陈楠在项目现场的亲力亲为、任劳任怨，为整个团队树立了典范，也体现出一个领导人的专业素养。

再比方说，专业的财务工作者—李倍玮，在枯燥乏味的数字中找到乐趣，这是她对财务工作的最好解读！

还比方说，专业的客服人员—杨淡璇，杨淡璇八年来，在工作中一直兢兢业业、尽职尽责，自2011年正式开展客户满意度调查工作以来，先后经历了Word问卷、网络平台问卷，到亲临客户现场访谈调研，一步步贴近客户，逐步改变了第三方的视

角收集客户意见和建议的局面。为客户服务工作交上一份专业而喜人的答卷。

.....

专注于一个领域，做精做深，成为该领域专家。这是我们迪科人“专业”的核心价值观。有了这样的专业精神，挣一个亿的梦想还是可以有的呢！

▲ 协作



活动：喊上队友一起摆pose 上头条！

看惯了整齐排列、齐声喊“茄子”的官方标配版集体合照，这一次我们要玩出与众不同，于是，“创意集体照”活动在9月初正式亮相“天源迪科家园”微信，鼓励团队协作创新，拍出有趣好玩的照片，展现团队最新风貌。

经过收集、评选等环节，最终评选了几组创意集体照，一起来看下他们的风采吧！



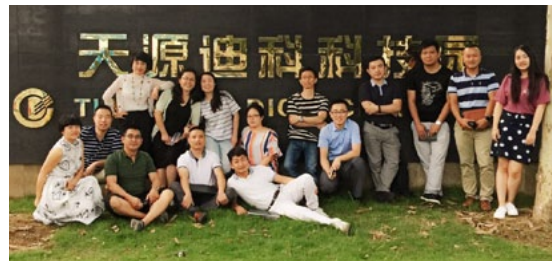
“要与太阳肩并肩”—电信事业部上海办（动图）

① 青春绽放，热情似火，电信事业部上海办的伙伴们，用慷慨激昂的热忱舞动，唱响一支悠扬的协作之歌。



“齐心协力，奋战2016”——联通事业部管理办

② 宝剑锋从磨砺出，团队强从管理来。联通事业部管理办的“亮剑团队”，以不觉明厉的砺剑之姿，展现了迪科管理团队的协作拼搏风采。



“共协作，同分享”——联通事业部销售部

③ 上能销售市场“打怪兽”，下能深海潜水秀身姿。联通事业部“水陆通吃”的销售团队，用“我主沉浮”的挑战，展现了迪科销售精英们的协作奋进精神。

▲ 创新



话题：iphone7来了！卖肾买买买的果粉们在期待什么？

今年的苹果新品推出“无线耳机”，不少网友叫好！但是，同样，有些挑剔的果粉们并不买账，因为这点创意打动不了他们，他们期待真正的创新。就连颇受欢迎的脱口秀节目《彪马实时秀》上，主持人Bill Maher也忍不住在节目的“新规则”环节吐槽一下iPhone 7，而且开篇就是一“如果苹果再来点真正的创新和不同，那就干脆别发布新iPhone了”。

果粉们的心思真的好难猜哦！他们到底在期待什么？

创新！

其实，每年的新产品一出，不管我们是“卖肾买买买”，还是“狂吐槽”，不变的，是我们对于创意的期待，对创新的追求。

创新是我大迪科的核心价值观——

满足客户未来的需求，不断为客户创造新的价值。

作为国家规划布局内重点软件企业、国家火炬计划重点高新技术企业，天源迪科也加强与高校和研究机构的前瞻性技术合作，建立了广东省院士工作站、广东省技术研究中心、深圳市企业技术中心。

二十三年风雨兼程，我们也欣喜地看到，迪科人在创新之路上收获了很多惊人的成绩，这些都是我们专注创新的注脚。

坚持自主创新是我们不变的追求，是企业永葆生机的源泉，唯有坚持创新，公司才能走可持续发展的道路，不断的做大，做强，做好，做精。

所以，平台是有的，基础是有的，机会也是有的！iphone每年都在使劲洪荒之力的去创新，我们当然不能落后！

没有做不到，只有想不到，未来，看我们迪科人开启创新时代！

▲ 追求卓越



话题：刷爆朋友圈的这两件大事，你怎么看？

10月12日，以“发展新经济，培育新动能”为主题的全国大众创业万众创新活动周在深圳拉开帷幕，众多业界大腕、专家学者、青年才俊聚首深圳湾创业广场。

这么激动人心的场面，看着就内心汹涌澎湃！我们似乎感受到了一股力量，那就是追求卓越、敢于创新的激情！深圳，早已成为众多敢于创新、追求卓越的人才的聚集地。

还记得前不久王健林放出的豪言吗？“先定一个能达到的小目标，比方说我先挣它一个亿。”这

不，刚喝完这碗励志鸡汤不久，10月13日就传出消息，2016年胡润百富榜发布，万达集团董事长王健林及其家族以2150亿元人民币排名第1名，成为中国首富。

这么振奋人心的两件大事，无不透露着创业者们敢于实践、勇于开拓的决心！而天源迪科，在追求卓越的道路上，也不曾放慢脚步。

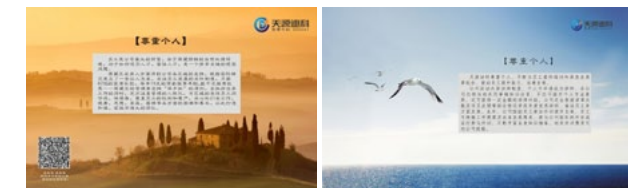
在企业核心价值观中，天源迪科就提出了“追求卓越”的口号：

追求卓越—尽力以最优的方式达成结果，但不是要求完美、无缺。卓越不仅指突出的工作成就，而且要最大限度地培养追求杰出工作的理想和信念，激发出为企业尽忠竭力的巨大热忱。

一批批迪科人继往开来，用一份份佳绩构筑未来，用一次次进步描绘蓝图。攀登人生巅峰，不断重塑自我、超越自我！

追求卓越的迪科人，你可以的！

▲ 尊重个人



活动：我的美拍，我的style！

如今，拍照已成了我们记录生活最直接的方式之一。健身、会友、出游，甚至宅在家里，都会忍不住拍几张。10月，迪科家园微信推出“美拍”大赛，给迪科小伙伴更多展现自我的机会。且看他们的个人精彩秀：



核心价值观要固化于制，更要外化于行

本刊评论员 莫北

2017年的第一缕阳光，照在了天源迪科“锐意进取、追求卓越”的道路上，数千余名员工清晰地看到，迪科二十四载，我们离“中国顶尖的、受人尊敬的IT企业”的奋斗目标，又近了一步。而广大员工要持之以恒去坚持的，是继续培育和践行企业核心价值观，将这种精神力量不断外化于行。

核心价值观，承载着一个企业的精神追求，是最持久、最深层的力量。一个有追求的企业，只有通过一个能够激发员工信仰、凝聚员工共识的核心价值观导向，才能不断指引公司进步和发展。二十四年来，我们已然看到，这16个字的核心价值观早已写进迪科历史，固化于制，也正是在这样的精神指引下，我们不断开拓、稳步发展。

回顾过去的这一年，奋斗的迪科硕果累累。

2016年，公司开展了为期三个月的企业核心价值观宣传活动，通过OA、邮箱以及“天源迪科家园”微信公众号等多种渠道，让“诚信、专业、协作、创新、追求卓越、尊重个人”的企业核心价值观更加深入人心。

三个月的主题宣导，这股思想之泉播散得愈加宽广，直渗进更多迪科人的心田。我们也欣喜地看到，在践行企业核心价值观的路上，我们也未曾松懈，举手投足之间处处彰显着迪科人的精神力量。

诚信从未止步，积极践行公益是天源迪科回馈社会的诚信。这一年，公司不仅持续关注“天源迪

科希望小学”的发展，赞助师生开展研学旅行活动，还将公益关怀延伸到了老一辈，为敬老院的老人们送去慰问物资，共度重阳。

专业从未止步。这一年，公司荣获中国大数据企业50强，并入选大数据产业生态地图。同时，公司首届大数据大会成功召开，共同促进公司大数据业务拓展和技术专业实力的提升。

协作从未止步。这一年，在团队成员的齐心合作下，珠海公安大数据中心项目成功上线，这是天源迪科大数据在公安领域的又一重大突破。

创新从未止步。这一年，天源迪科获评“2016中国年度创新软件企业”荣誉称号，公司已连续三年获此殊荣。

追求卓越从未止步。这一年，公司顺利通过ISO27001信息安全管理体系国际标准认证，这标志着公司在信息安全管理体系上达到了国际标准水平。

尊重个人从未止步。这一年，公司内部讲师人数增至200多名，累计组织了上千次内训课程，帮助员工实现个人能力的提升与突破；同时，公司羽毛球社、篮球社、足球社、轮滑社等社团俱乐部，累计开展文体活动近百次，累计参与人数1300多人，帮助员工实现个性发展，促进文化交流。

新的一年，文化的宣导已经结束，热闹的活动也已远去。可在迪科文化中日益彰显的这“16字方针”却不曾远离，也从未结束，依旧与我们相伴同行。

企业的核心价值观只有践行于员工工作的一言一行当中，才能保持其活力。邓小平曾说，实践是检验真理的唯一标准。同样，实践也是检验核心价值观的重要准则。新的一年，让我们期待这种早已固化于制的思想能够不断地外化于行，绽放更多的希望之花，并指引我们一步步走向崭新的明天。

◎ 圣诞活动：浓情迪科，关爱不断

“天使与宝贝”降临迪科总部

为了增进同事间的交流沟通，12月19日至26日圣诞期间，深圳总部掀起了一股关爱热潮，由行政部策划主导的“天使与宝贝”游戏神秘开展。每个“天使”对应一个“宝贝”，天使要主动偷偷关爱宝贝，制造惊喜。在活动中，每位同事既是天使也是宝贝，既要关爱他人，又有可能受到他人的神秘关爱。

● 抽选宝贝

佛说，前世的五百次回眸，换来今生的擦肩而过。而今，你我相聚在迪科，于五百多人中，我选到了你，该是何等的缘分。



同事们纷纷抽选自己的“宝贝”

● 神秘关爱

一句贴心的问候，一杯温暖的下午茶，一颗满载祝福的平安果……

一份份简单的关爱，在迪科总部悄悄蔓延，长出互信互爱的花朵，芬芳四溢。

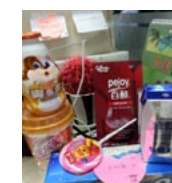
这是我倾注在宝贝身上的时间和情感，让我觉得我的宝贝独一无二、珍贵无比。



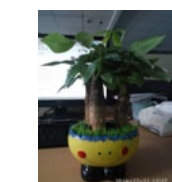
Se7en：感谢我的天使！很好吃！整天工作状态都满满的！



cici：“红眼孩的旺旺牛奶，让我想起Twins那首眼红红”



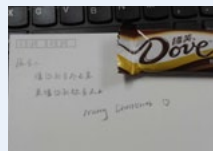
Mr.A-bin：天使你在哪，让我以身相许可好？……感谢



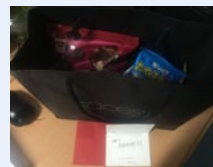
權：可爱的天使，谢谢你的礼物，我会在天源迪科这个大家庭收获很多的，你已经让我感到温暖啦！也希望你能开心幸福！



白白：终于收到我的礼物，两份哦，大大的Surprise，感动的不行。感谢我的天使们，愿每个人每一天都开开心心。Merry Christmas！最后愿我的天使能拿到天使奖。



凭轩听雨：懂我的人从此又多了你一个。



一辉：感谢我的天使哥，让我当了回妹子mo-，@P，姐姐一定好好吃完这些美味，再好好减肥[捂脸][捂脸][捂脸]



新想事成：第二次收到部门暖心天使的礼物，暖男称号当之无愧，活动组织者也棒棒哒，你们的爱心我也收到，‘笔芯’。



Virginie：我的天使终于出现了！他送了我暖宝宝（爱心）



唯一：很喜欢天使的礼物炒鸡开心的，所以要把这份开心接着传递下去



收到了神秘“天使”的惊喜，宝贝们也纷纷在“天源迪科家园”微信平台分享，晒出自己的幸福，为天使点赞！

天使快递员

许多害羞的天使怕惊动自己的宝贝，把礼物偷偷放在了前台，由前台MM代为转送。满满一桌的祝福和关爱，让迪科的办公室能量满满！



美丽的天使快递员



Virginie：作为天使快递员2号，每天都有数不清的礼物要转交给宝贝们，真替他们感到幸福！我们公司越来越温暖了！



onlyjie712：每天都被你们的礼物轰炸，甘愿为大家当送货的跑腿天使（捂嘴）

天使奖

根据宝贝的反馈及分享信息，策划组评选出“六项全能天使奖”、“宝贝赞不绝口奖”、“最暖心天使奖”等惊喜大奖。



获奖天使代表

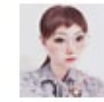
互动

抽选宝贝、神秘互动，晒图分享、点赞祝福……为期一周的圣诞活动也渐渐落下帷幕，本次活动也得到了很多人的点赞好评！



Miss zhang

当天使和宝宝同样让人幸福，在迪科，很高兴遇见你们❤️



onlyjie712

祝贺“天使与宝贝”活动圆满结束也感谢大家的默默付出 有爱的迪科更美丽❤️



雁南飞

这个活动是谁策划的？站出来！我要给你发红包！这个活动太好了，让我们感受到关爱别人和被别人关爱是多么幸福的事情！



媛媛

这个活动真的很棒，大家积极性也很高，必须点赞。👍



tear

天下之美唯有爱不可辜负，让我们把爱传递出去，这个圣诞最美😊



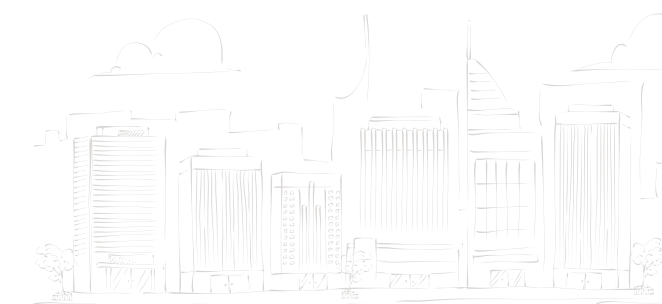
tear

我愿变成童话里的天使👼关爱我们迪科宝宝们，愿迪科没有冷漠只有大家彼此暖暖的爱



M

thanks, my angel! it's so warm th is winter because of you and your gifts (Cookies and Milky Green Tea), by yuanmao (D7567)



◎ DIC家园

※ 走进敬老院：

天源迪科将公益关怀延伸至老前辈

送物资，包饺子，话家常。10月16日，天源迪科十余名员工与南山区万家福颐养院的老人们度过了一个别样的周末。

这是天源迪科组织的“走进敬老院，情暖老人心一天源迪科十月关爱行动”。上午，带着公司的关怀与爱心，同事们早早地来到敬老院，为老人们送上了果篮、大米、食用油、小麦粉等慰问礼物，并买来猪肉和蔬菜，现场与老人一起包饺子。

据悉，本次“走进敬老院，情暖老人心一天源迪科十月关爱行动”旨在弘扬公司奉献有爱的公益精神，鼓励更多人以实际行动敬老爱老，提升迪科人的品德修养。活动自10月9日重阳节当天在公司发起报名，收到了各部门员工的积极响应，经过与颐养院协商，最终选定了10名员工作为代表参加当日活动。



编后语

的确是出乎我们的意料，“天使与宝贝”的游戏竟然在人数这么多的组织里成功落地，并且被小伙伴们玩得这么认真这么嗨，作为活动策划组织者之一，我们也感到了由衷的喜悦。

活动虽已结束，有些人仍然不知道自己的天使是谁，没关系，你只要记住，2016年的这个圣诞周，有个人，曾经在真诚地祈祷着你的快乐。

希望你，依然能够铭记最初的惊喜与感动，珍惜眼前的当下和幸福，怀着对“天使”的感恩之心，用对待“宝贝”的爱心和热情去关爱身边的人。

如果某天下班，电梯里偶遇，有个陌生人收起满脸的倦容，对你道一声“Hi”，请一定要回之一个大大的微笑，因为很可能，那就是你的天使呢！

最后，感谢大家的积极参与。

感谢迪科最美的天使们，是你用心的呵护与关怀，让我们的生活多了一些惊喜和感动；

感谢迪科可爱的宝贝们，是你感恩的祝福和点赞，让我们的关爱多了一份认可和激励。

愿你被这个世界温柔以待，

愿你目之所及，心之所向满满都是爱。

愿你有软肋也有盔甲。

愿你绽放如花。

愿你常开不败！

天源迪科家园 小迪&小科



□CC□□□

好用心的活动，好暖心的跟进报道，给小迪点赞，给所有天使点赞。❤️



onlyjie712□

哈哈 送人玫瑰手有余香 🌹



佳佳

原来当天使真的是件特别幸福的事，谢谢我的天使，谢谢我的宝贝 🌹 🌹



□CC□□□

这是一个有灵魂的温暖传递活动，真的好赞，看到好多宝贝的分享，觉得愧对我的宝贝，因为一周每天都工作满满，特别外出开会，以致于对宝贝的关爱貌似弱爆了。😞。周一是我最后的机会了，我要努力了 🌹❤️



李磊

赞一个，很暖心 🌹



热心公益，回馈社会，天源迪科一直在行动。长期以来，公司一直关注公益事业，资助建造天源迪科希望小学、开展帮扶计划、资助贫困大学生完成学业等，用实际行动奉献爱心、回报社会。

这一次，天源迪科又将关怀延伸到了老一辈，此次慰问敬老院活动是天源迪科首次开展的敬老公益活动，得到了同事们的大力支持及敬老院的充分肯定。未来，天源迪科将持续关注老人健康，为更多老人送上关爱和祝福。

※ 生日关怀：送你一缕冬日里的温暖

简单问候，凝聚成语，融化成一股股暖流，渐渐驱散了冬日里的寒冷。第四季度，公司迎来838位同事生日，公司特别为每位寿星送出了温馨祝福和精美礼品。

※ 俱乐部活动：享受运动的快乐

第四季度，户外俱乐部共举行了5次活动，共20人次参与。他们一起到清远英西峰林徒步、探索神秘千年瑶寨；在深圳湾运动公园—红树林线路骑行，感受海边风景；还组织爬南山、塘朗山等，穿梭于山林小道间。篮球俱乐部共举行12次活动，累计130人次参加，其中还积极参与“社区创新杯”篮球赛，通过刻苦训练、默契配合，最终挺进八强，取得了不错成绩！羽毛球俱乐部在本季度共开展14次活动，共计315人次参与。羽毛球队内部可谓健将无数，每周的训练不可少，挥动球拍，叱咤球场，展现了迪科人爱运动、爱生活的另一面。

※ 户外活动：把目光望向远方

运动、健身、攀爬，迪科内部始终活跃着运动因子，健儿们欢乐启程，徒步、拓展、比赛，各项活动精彩上演。且看我们迪科人的精彩：

公共事业部：挑战“准全马”之大梅沙-大鹏徒步活动

根据公共事业部 TOP GUN 训练要求，为更好备战2017年磨房百公里活动，2016年11月19日，公共事业部挑战“准全马”之大梅沙-大鹏徒步活动如期举行。本期活动总长度32.5公里，共有来自公共事业部、商务部等51名员工及家属参加。活动始终围绕着“安全”、“环保”、“自助”三大原则的宗旨，让大家在闲余时间，体会着深圳这座现代化大都市的另一种生活方式。

活动持续到19:00左右，大家陆续到达了终点站-大鹏。虽然大部分同事都是第一次挑战30公里的徒步，腿部、脚部的酸痛并没有影响到大家的情绪，大



起点站东部华侨城合影

家始终情绪高涨，彼此分享着这一路的精彩旅程！

随着夜幕降临，此次“准全马”之大梅沙-大鹏徒步活动也画下了圆满的句号。我们的团队口号：“我们！Together！那一年我们一起走！”团队不仅仅是一个队伍，更是一个强大又平和的精神力量！我们坚信，在今后的工作和生活中，我们的团队共同面对，共同经历，共同进退，没有什么困难可以阻挡我们前行的脚步！

电信事业部西南区：在素质拓展中挑战自我，共创卓越

9月24日，电信事业部西南区组织了一场以“挑战自我 共创卓越”为主题的户外拓展活动。早上9点，大家统一搭乘大巴到达了位于天府新区的映月湖乡村酒店，在专业拓展教练的带领下进行了一系列拓展活动，包括“信任背摔”、“呼吸的力量”、“高空抓杠”、“毕业墙”的拓展项目。

大家由开始的胆怯、陌生，渐渐到默契配合，不断建立了对彼此的信任，顺利完成了一项项挑战。

通过“信任背摔”、“呼吸的力量”、“高空



夜幕降临，挑战自我



“信任背摔”



“毕业墙”





抓杠”、“毕业墙”等一系列拓展活动，锻炼了团队间相互合作、相互信任的意识，激发了每位团队成员的潜能。各成员分工协作、默契配合，突破了一个又一个难关。只有团队获得胜利才有真正的胜利，在今后的工作中，电信事业部西南团队将会紧握彼此的双手，一如既往保持这种精神，挑战自我，共创卓越！

合肥天源迪科：第二届羽毛球争霸赛完美收关

2016年11月5日，期待已久的合肥天源迪科第二届羽毛球争霸赛终于在高新区满江春羽毛球馆如期举办。来自全公司十几个部门的参赛选手们早已跃跃欲试，整装待发。

整个赛程从九点半一直持续到下午一点，根据比赛规则，最终评选出了比赛名次，但大家似乎还意犹未尽。此时，名次已经不重要了，大家挥洒汗水，同享乐趣，发自内心的感受到了运动的快乐和满足。

比赛虽已结束，激情永不落幕，让我们期待明年再会吧！



比赛现场



冠军

广州天源迪科：熔炼团队、协作创新

在竞争中体会自我的潜能和智慧，在合作中能体会团队的力量与精神。11月12日，正值秋意盎然之际，广州天源迪科以“熔炼团队、协作创新”为主题，组织开展了户外拓展活动。21名参加活动人员被分成两个小组，通过挑战一个个项目，展开了激烈的比赛。此次活动，充分考察了我们的组织协调能力和应变能力等，激发了团队集体协作的潜能，提高大家共同面对问题、解决问题的意识。



拓展活动

在此次拓展活动中，广州天源迪科团队充分体验了“激情参与，感动回忆，付诸于行”的全过程，在今后的工作中，我们将继续发挥团结、拼搏、实干的精神，努力创造更好的业绩！

最美好的那些年

尤慧 合肥英泽

微信的交流群显然没有刚毕业那会儿闪烁得厉害了，只是偶尔会有同学发消息，宣传下自己的小商品，仅此而已。忍不住此时的寂寞，在通讯录里翻找那些年的好友，我竟然连找他们的联系方式都花了许久，我想我真的需要去回味了，回味属于我们最美好的那些年。

安妮，我的大学室友，一个长得清纯，有点叛逆的定远姑娘。初见时，她扎着低低的马尾，很像angelababy的感觉，我们没有说太多话，她一直在摆弄自己的化妆品，这让我离她有点远；但是因为有五月天，这个亚洲演唱会之王的乐队，我们很快的黏在了一起。2012年五月天来合肥开演唱会，她说她要一个月学会他们所有的歌，我笑她不像死粉，然后她帮我们抢票以证明她是死粉。我们有同样的爱好，同样喜欢的歌手，同样的身材，以致于我们从来不管谁的衣服，穿上就走。食堂、教室、KTV、篮球场、游泳馆，我们手拉着手，背着包，走过了大学的四年。我最美好的那些年，你在。

劝劝，睡我下铺的高个子女孩，是她让我改变对北方人的看法。没上大学之前老是听说北方人不讲究，也比较邋遢，来自阜阳的她却不是，每天第一个起床，被子叠得工整，衣服洗得最勤，反而是我们比她懒，也不爱收拾。有她在，大学里我还是始终没学会套被子，她就是一个大姐的角色，惯了我四年。她还有段美好的爱情，她也最终修得正果，已为人母，祝福她。很感恩那些年她为我们做

的那么多，因为有她，我才感觉到那里像个家。

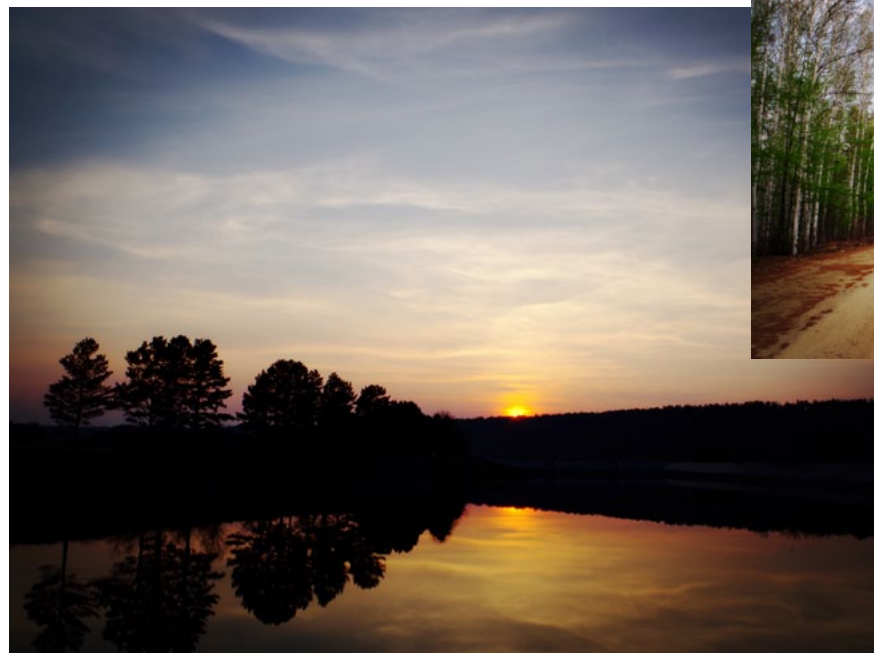
玮玮，会唱歌会跳舞的开心果，大一就在校艺术节表演的铜陵妹子。刚开学那会儿，她很喜欢拉着窗帘，关掉灯，带我们看恐怖片，一天一部电影，其实她胆子好小，音乐声都能让她尖叫的那种，她说她就喜欢这种刺激，我们也会骂她变态，但是还是会跟她一起享受这份刺激。她是个敢爱敢恨的女孩，追到了我们班的学习委员，谈了3年，却在毕业年分开了，她说她很纠结，想再回去爱，可是怕坚持会是错误，于是一个人跑去南京算塔罗牌要一个结果。我们都觉得滑稽，她说她要的只是一个说服自己放手的理由，当时觉得她老文艺了。我和安妮陪着她走过了她的失恋，我们也算是失恋了一次。现在，她找到了一个又帅又有魅力的另一半，婚礼那天，她是最美的新娘。她在我最美好的年纪出现，给了我最好的回忆。感谢有她！

在属于我们四个人的讨论组发了个爱心，我是真的想你们了，没有太多的问候和寒暄，2016年五月天又在开始他们的巡回演唱会了，我们那年的青春也还会回来吗？没有太多的相聚，但是我知道你们都很幸福，感谢你们在我最美好的年纪出现。

“那天你和我那个山丘，那样的唱着那一年的歌，那样的回忆那么足够，足够我天天都品尝着寂寞……”五月天的《知足》，仿佛在诉说着我们最美好的那些年……



摄影欣赏



漠河北极村-落日



满归小镇-凝翠山

作者：邱小芳（电信事业部质量管理部）



柴达木之心

作者：卢金瑞（电信事业部-东南区-南宁）



魔鬼城夜巡



星海一瞬

傲骨风姿	长庭静谧
	半夏半秋

作者：毛晓顺（北京子公司财务部）



远方的远



异国小镇

作者：余谦意（人力资源部）



春暖花开

作者：李素君（billing产品一部）

依山临水

优游卒岁



端庄高雅



桃花

那些不知名的花儿，春天盛开、夏天明媚、秋天枯荣的时光还傲娇得耀眼。

漫长的花期中经历了数次台风暴雨依然灿烂夺目，任尔东西南北风后彩虹！

公司楼下的花，真的很美！每天经过都会不经意都看几眼，最主要是这些花的花期很长，从开花到现在都是火红火红的，朝气蓬勃！尽管台风过后还依然屹立，或许自己也应该这样吧！



红花绿叶俏争鲜

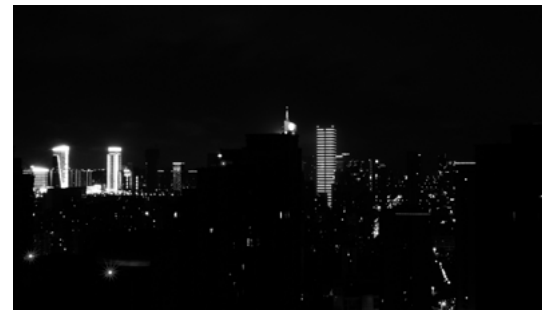


千朵万朵压枝低

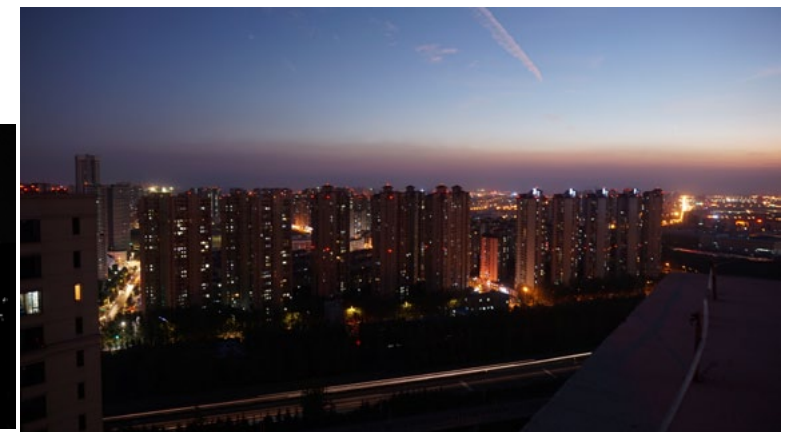
公司楼下的花 作者：苏芷莹（移动应用业务部）

作者：文孝天（合肥迪科技术支持部）

夜



都市黄昏





玛尼堆



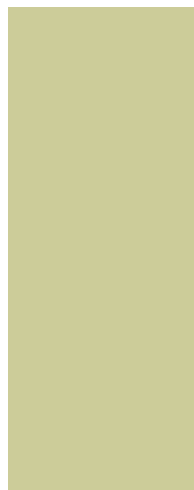
思金拉措-西藏唯一的财神湖

作者：史学琴
(电信事业部-西南区-软件二部)



布达拉宫正面

布达拉宫-世界屋脊上的明珠



《天源迪科通讯》

www.tydic.com 征稿启事

心有千千结，落笔叙凡心。
迪科通讯在，盼君文墨来。
毋关文采，愿留得真情。毋论格式，助抒心意为佳。
毋限题材，工作之感慨、生活之趣事、岁月之缅怀等皆可成文。
亦或针砭时弊之评论，定格精彩之摄影，孩童成长之画作……



支持原创，请勿抄袭。

一. 投稿要求

文字作品请以Word附件发出，格式要求：字体，宋体；字号，正文5号，标题3号。
摄影作品请以JPG格式附件发送，并配上简单图片说明。

二. 征稿对象

天源迪科所有员工及员工家属

稿件一经采纳，将在《天源迪科通讯》予以刊载，
优秀摄影作品有机会选为本刊封面，并支付相应稿酬。



三. 投稿方式

稿件请投至邮箱：yangyp@tydic.com，请注明部门与联系方式，以便联系。

联系人：杨艳萍

电话：0755-26745615

RTX：4749

天源迪科编辑部



深圳天源迪科信息技术股份有限公司

SHENZHEN TIANYUAN DIC INFORMATION TECHNOLOGY CO.,LTD.

地址：深圳市高新技术产业园区南区南七道T3大厦B三层

邮编：518057

电话：0755-26745688

传真：0755-26745666 客服：0755-26745687

http: www.tydic.com 投诉：0755-26745687

上海子公司

地址：上海市浦东新区灵岩路295号
17#4楼

邮编：200126

电话：021-68329002

传真：021-68329005

合肥子公司

地址：安徽省合肥市高新区潜水东路与
永和路交口天源迪科研发基地

邮编：230000

电话：0551-65887688

传真：0551-65887699

北京子公司

地址：北京市海淀区北四环西路56号辉
煌时代大厦9层

邮编：100080

电话：010-88875477或62670482

传真：010-88875411

广州易杰子公司

地址：广州市中山大道89号华景软件园
A座11层

邮编：510630

电话：020-85215921

传真：020-38783275

控股子公司/合肥英泽

地址：合肥高新技术产业开发区天源迪
科产业园

邮编：230000

电话：0551-65580617

传真：0551-65580577

贵阳办事处

地址：贵州省贵阳市延安中路8号景天
城大厦21楼7号

邮编：430061

电话：0851-5253328

传真：0851-5253328

武汉办事处

地址：武汉市武昌区中山路277号中铁
大厦塔楼14层1401-1402室

邮编：430061

电话：027-88868080 88851366

传真：027-88868080-823

南宁办事处

地址：广西南宁市金浦路7号世纪商都
1214室

邮编：530022

电话/传真：0771-5520436

控股子公司/广州易星

地址：广州市天河区体育西路111号建
和中心21楼E区

邮编：510620

电话：020-38871130

传真：020-38767496

控股子公司/广西驿途

地址：广西省南宁市青秀区竹塘路7号
金湖丽景B栋31F-32F

邮编：530021

电话：0771-5528345

传真：0771-5528345

西安办事处

地址：陕西省西安市光德路8号天成
大厦

邮编：710075

电话：029-88446009

成都办事处/西南技术支持中心

地址：四川成都市青羊区贝森北路5号
西村5号写字楼19F

邮编：610091

电话：028-81704379

传真：028-81704379

拉萨办事处

地址：西藏自治区拉萨市北京中路西郊
电信局2楼计费中心

邮编：850000

电话：0891-6834000

控股子公司/深圳金华威

地址：深圳市南山区高新南七道11号
T3-B栋118室

邮编：518057

电话：0755-86393538

传真：0755-86393510