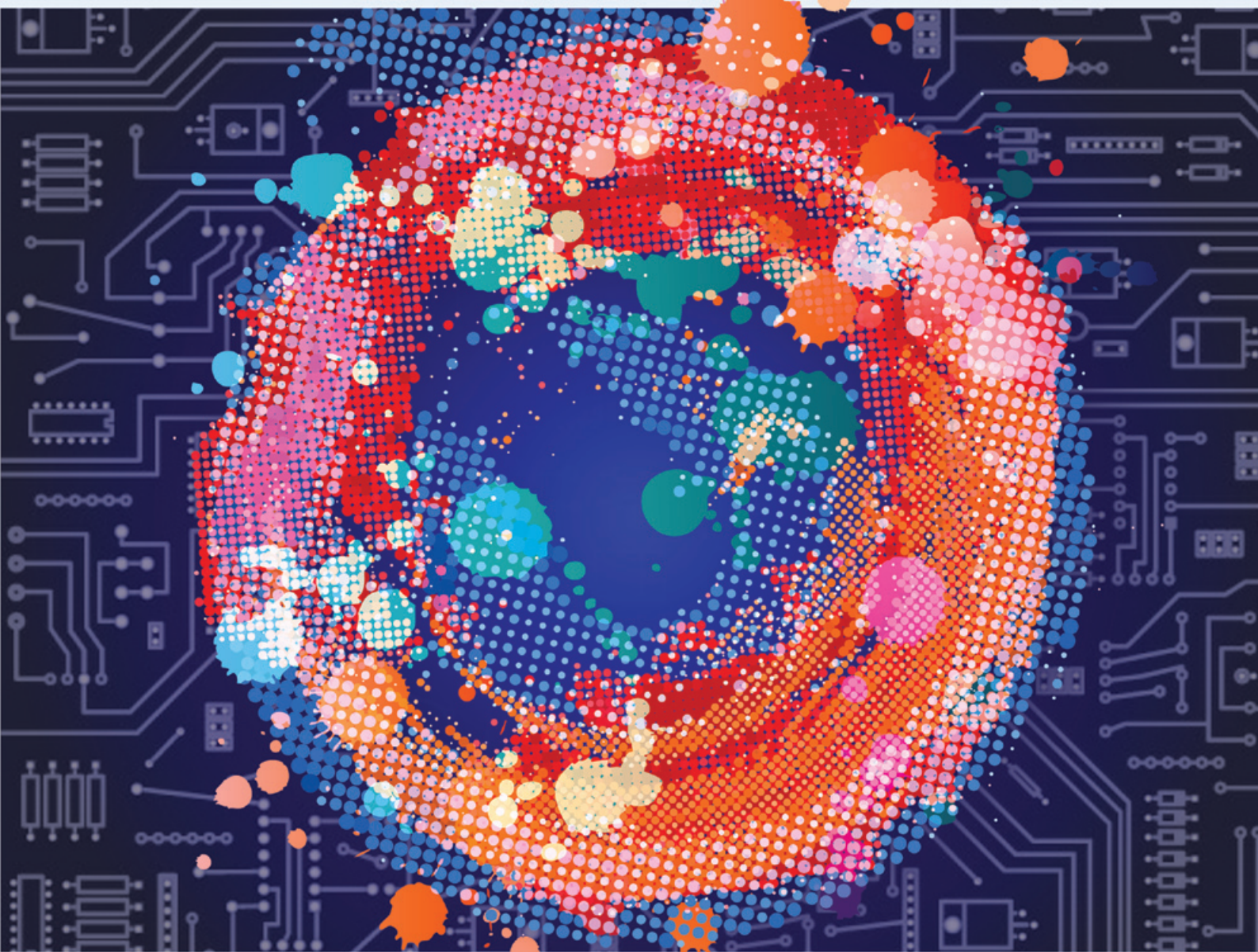


《裕兴》季度出版物 / 内部资料 / 免费交流

裕兴

2011 年 04 月

第15期



特别报道：裕兴集团 2010 年终工作会议召开

管理讨论：好玩的管理定律

小品文摘：微博——“微薄”的力量

CONTENTS

P03 海博总裁拜访俄罗斯合作伙伴

俄罗斯BCC是海博在俄罗斯地区重要的业务伙伴。自2010年初正式合作以来，双方建立了良好的关系……

P04 裕兴集团2010 年终工作会议召开

2011年1月25、26日，裕兴集团2010年终工作会议在集团会议室召开。



P10 好玩的管理定律

企业管理是一门高深而且系统的学科，从18世纪末的初级形成阶段到今天已经发展了约200年。今天，企业管理已经成为企业生存和发展不可或缺的一部分，21世纪是一个充满竞争的时代，企业生存的最大武器就是竞争。

P14 从CES2011 展会看中国广电行业的五大变革

每一年的展会都像一个风向标，预示着这一年来甚至是未来几年的行业走向，在此总能捕捉到一些或隐或显的变革，变革从来都是新体系代替旧体系。



P24 新鲜玩意

科技产品已经进入快餐时代，层出不穷的Idea，总是能给我们带来享受科技的快感和生活的乐趣，只有人想不到的点子，没有人创造不了的产品。

裕兴

2011年04月总第15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

陈丽敏

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

Emai zhangying@yu-xing.com

裕兴科技控股有限公司2010年报 之主席报告

祝维沙

时光飞逝，转眼间裕兴已经度过了20个春秋。回顾这二十年我们走过的道路，是中国改革开放、富国强民的见证，也是中国民营企业发展的一个缩影。

总结二十年的经验教训，紧跟时代变化、不断创新，是企业持续发展的根本，十六字司训“诚信透明 严格自律 相互信任 高度负责”是我们在任何情况下都应该坚持不渝的企业核心价值观。

从公司起步时的游戏卡、学习机，到风靡全国的电脑影碟机，再到国际领先的IPTV机顶盒，裕兴的业务伴随着时代的脚步，适时转型，快速发展。今天，作为公司的主营业务——IPTV机顶盒业务，随着国家政策的利好，已经迎来良好的态势，逐步飞越到了一个新的台阶。从早期的香港市场、日本市场到中国区市场如广东、上海、辽宁、江苏等多个地区全面开花；海外市场如澳大利亚、俄罗斯、西班牙、比利时等国开始批量供货，美国、保加利亚、罗马尼亚等国也已布局成功。裕兴的IPTV机顶盒业务正稳步前进，成功迈向国际舞台。裕兴在宽带数码影音技术产品领域中已经发展成为全球范围内出色的解决方案提供商和定制产品制造商。2006年，裕兴IPTV机顶盒累计出货量超过100万台，MRG排名全球第二、亚洲第一。目前，裕兴机顶盒相关产品定制版本超过50个，软件定制版本丰富，产品服务于亚洲、欧洲、澳洲、北美全球16个国家20多个运营商，累计出货逾250万台。

二十年，在国内民营企业五年内消失近一半的激烈竞争下，裕兴经历风雨，却仍脚踏实地，稳健地一路走来。我们用二十年的时间解决了企业生存的问题，未来我们还面临着如何跨步发展的问题。生存环境并不宽松，我坚信，裕兴人将不畏艰难，努力创新，抓住机会，在未来的二十年，让我们屹立在中国企业的前列。

裕兴科技控股有限公司 2010年年报 摘要

集团公关行政部 张莹 摘

裕兴科技控股有限公司，股份代码：8005，截至二零一零年十二月三十一日止年度，集团之营业额较去年大幅上升99.9%至约335,100,000港元；集团之毛利较去年大幅上升了116.3%至约52,800,000港元。此营业额及毛利率增长的主要原因是国际经济逐渐复苏及本集团积极拓展中国及海外市场的成果。因此，年内本集团信息家电（信息家电）分部于中国及海外市场的营业额较去年分别显著上升69.1%及223.3%至约196,800,000港元及80,700,000港元。

在全球经济逐渐复苏下，于二零一零年，本集团积极扩充其产品至中国及海外市场，从而令本集团整体营业额大幅上升。因此，本集团整体销售支出较去年增加了45.1%至约11,600,000港元。同时，年内一般及行政支出却较去年轻微减少1.9%至约59,300,000港元。

截至二零一零年十二月三十一日止年度，母公司拥有人应占溢利约14,800,000港元；母公司拥有人应占权益总额约3,325,500,000港元或每股资产净值1.92港元；截至二零一零年十二月三十一日止年度之每股基本盈利为0.90港仙。

CCBN 2011 推进三网融合 共享广电未来

集团公关行政部 张莹

2011年3月23-25日，第十九届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2011）在北京国展隆重举办，今年CCBN的展览主题为“推进三网融合，共享广电未来”。

中国国际广播电视信息网络展览会，英文全称为China Content Broadcasting Network（简称CCBN），是由国家广播电影电视总局主办，广播科学研究院联合中国有线电视网络有限公司、全国各省、自治区、直辖市广播电视局共同承办的广播电视技术行业盛会，其前身是开办于1993年的中国国际有线电视设备展览会，于2000年更名，至2010年经过十八届的成功运作，取得了政府、社会、经济效应的同步增长，已经发展成为亚太地区规模最大的广播影视技术设备展览会、世界排名首位的数字电视与宽带网络行业展览会。

迎接2011世界无烟日 创建 裕兴绿色办公室

集团公关行政部 张莹



为了给员工创建一个更健康、更舒适的办公环境，2011年2月，裕兴集团五层办公区提出了“创建绿色办公环境吸烟分区倡议书”。

倡议书的主要内容是希望将办公区域分为吸烟区和非吸烟区，这样既可以满足吸烟人群的需求又可以保障不吸烟人群的利益，避免吸入二手烟，保持健康的身体和精神面貌。倡议书一经提出立即得到了王安中副总裁、孙立军副总裁和各部门领导的全力支持，也得到了全体同仁的一致认可，最终由裕兴集团五层的全体领导、员工共同签署、执行。

世界卫生组织1987年11月建议将每年的4月7日定为“世界无烟日”，并于1988年开始执行，自1989年起，世界无烟日改为每年的5月31日。迄今二十多个世界无烟日过去了，每一年的这一天都有一个主题，2011年的5月31日即将到来，今年世界无烟日的主题我们还不知道，但是我们能从自己做起，从身边的细节做起，从绿色办公室做起！

2011年中国电信IPTV用户 将破千万

随着三网融合的进一步深化，以IPTV为代表的互动形态已成为新媒体产业发展的必然趋势。根据流媒体网统计，截至2010年年底，中国IPTV市场用户规模约为800万，从运营商的分布来看，中国电信依旧一枝独秀，用户规模达到668万。从2010年的地方电信运营商分布来看，江苏、上海、广东，分别以170万、130万、110万的规模名列三甲，而浙江、福建、湖北、安徽紧随其后。

2011年，在宽带市场竞争的巨大压力下，IPTV作为电信运营商宽带竞争的最重要业务，将继续获得更大的增长空间，流媒体网预计2011年底的全国IPTV用户规模将接近1200万，其中中国电信IPTV用户将突破1000万。

截止目前，我司生产的机顶盒产品已全面覆盖江苏、上海、广东、浙江、湖北、安徽等六个主要的电信市场。

【以上部分摘自：流媒体网】

北工大实验学院召开项目建 设研讨会

稿件来源：北京工业大学



2010年12月10-11日，北京工业大学实验学院在北京九华山庄会议中心召开了“校外人才培养基地与教师工程实践能力项目建设研讨会”。校方出席会议的有周竞学院长、朱红老师、孙景琪教授、王燕兴教授、王晓路老师及实验学院全体教师，同时校外人才培养基地——北京裕兴软件有限公司（以下简称：裕兴软件）的朱江总裁、刘大军副总裁、王海忠副总裁及研发中心的资深工程师们也参加了本次会议，会议由实验学院的主任郑全英主持。

会议总结并梳理了项目建设进程中出现的各种情况，明确了下一阶段的建设任务和目标。王晓路老师汇报了实习、就业学生的跟踪调研报告；在裕兴软件顶岗工作的刘军华老师汇报了工作体会和项目完成情况；王卓峥老师代表“自制掌上电脑教学设备”团队进行了汇报及成果演示；青年教师李东旭介绍了参加实验室建设的体会；裕兴软件连续三年担任学生毕业设计指导的张书凯工程师介绍了指导学生过程中发现的问题及体会等。

随后周院长和朱总裁分别就校外基地建设的作用及教师工程实践能力和基地建设的长远规划做了专题发言。最后，周院长代表学院向裕兴软件资深工程师颁发了特聘教师证书，为今后企业工程师走进课堂奠定了基础。

发言结束后，大家围绕基地建设中的问题及教师工程实践能力培养主题进行了热烈的讨论，初步确定了下一步培养教师工程实践能力、校企联合开展科研合作、共建实验室全面培养学生等方案和计划。

海博总裁拜访俄罗斯合作 伙伴

海博威视 夏坤



俄罗斯BCC是海博在俄罗斯地区重要的业务伙伴。自2010年初正式合作以来，双方建立了良好的关系，业务发展迅速，海博机顶盒已成功进入俄罗斯4大区域运营商。

为了进一步深化合作关系，海博总裁朱江、国际营销副总裁夏坤、市场总监于桦一行于2010年12月访问了BCC位于圣彼得堡的总部，会见了BCC高层及IPTV项目相关人员。双方就合作协议、2011年业务计划、共同市场拓展和解决方案等进行了广泛深入的交流。

12月的圣彼得堡银装素裹、寒气袭人，但俄罗斯市场的发展前景和合作伙伴的支持让我们倍感温暖。通过与BCC的密切合作，我们已开拓了良好的市场局面，为持续快速发展打下了坚实基础。

百视通与电信合作发力 IPTV3.0

日前，百视通在上海与中国电信合作推出以高清互动视频为主的IPTV3.0业务。

百视通公司CEO李怀宇在接受采访时表示，“IPTV3.0的标准也在研发中，对于IPTV3.0不同的运营商在业务形态方面有不同的侧重点。百视通更强调高清互动、跨屏共看。”据业内人士判断，IPTV3.0业务的成熟至少需要2-3年的时间。

尽管新业务形态的成熟尚需时日，但百视通与电信IPTV领域合作与探索昭示了当政策驱动的作用在准入博弈下渐渐减缓时，基于市场压力所引发的产业自我推动开始发挥作用。而这种市场力量的成长终究又会推动政策的前行。

【通信产业网2011-02-28讯】

链接：从IPTV1.0到IPTV3.0

2005年中国电信出台IPTV1.0标准，该标准没能解决设备互联互通的问题，导致部署IPTV的成本居高不下，用户数量受到限制。

2009年底中国电信全部完成了IPTV2.0标准。随后，启动IPTV2.0版本的平台和终端选型测试以及平台及终端设备集采。

2011年百视通与中国电信合作推出IPTV3.0，标准在研发中。



裕兴集团2010年终工作会议召开

集团公关行政部 张莹

2011年1月25、26日，裕兴集团2010年终工作会议在集团会议室召开。会议的主要内容为：一、集团各子公司和集团直属各部门负责人，向集团董事及领导汇报各自于2010年的工作进展情况及2011年的工作规划与目标，期间双方针对工作中的重点问题进行沟通与探讨；二、董事会专题讨论。

会议由陈福荣副总裁主持，参加会议的主要人员有：集团副总裁陈福荣先生、集团副总裁王安中先生、集团副总裁时光荣先生、集团副总裁孙立军先生、集团独立董事钟朋荣先生、裕兴软件总裁朱江先生、裕兴软件副总裁王刚先生、裕兴软件财务总监陈茂峰先生、集团财务总监Wendy女士、集团未来发展部陆铁耕先生、集团总裁办王欲晓女士、集团公关行政部黄为先生、集团财务部郑志坚先生、集团投资部祝荣先生。

整个会议进行的十分顺利，除各子公司及集团各部门发言人按照流程进行发言汇报以外，集团独董钟朋荣先生也针对2011年的投资环境与投资方向为我们进行了精彩的讲解。

会议精要：

► IPTV机顶盒业务——裕兴软件

2010年裕兴软件IPTV的三大主营业务阵容：国内市场、国际市场、香港电信盈科（PCCW）在经营业绩上较去年均有所提升。

国内市场方面，裕兴团队紧密配合合作伙伴——华为，通过优化供应链，成熟出货的产品实行了按板级、主机、整机进行三级备货的方法，在保证产品质量的前提下，既提高了供货的响应速度，缩短了供货期，又有效降低了备货的风险；同时我们大力开拓国内其他省份和地区的机顶盒市场，努力扩大市场份额，2010年，对新增设局点陕西、越南（华为海外）开始强力出货。对固有关合作伙伴的合作优化与对新兴市场的开发，于2010年的业绩均有较大贡献。

国际市场方面，国际营销部与市场部、研发中心等部门通力合作，保证重点客户的项目全部顺利交付，除了FetchTV持续出货之外，2010年俄罗斯BCC则成为国际市场的另一个增长点，仅2010年下半年就出货4万5千台；在新业务的开发方面，过去的一年中国际市场部则重点开拓T2、T3市场，加强对渠道代理的指导和管理，成功开拓了俄罗斯、保加利亚Vesitel、IPWorldTV等客户。

香港电信盈科（PCCW）作为长期合作的老客户，我们始终对其进行长期的持续维护，并不断将新的方案进行推广应用。继2009年香港机顶盒市场的低迷之后，PCCW又重新开始进入增长阶段，经过我司自2008年起的持续支持，高清机型逐渐成为主流产品。

内部运营和团队建设方面，裕兴软件即IA事业群在2010年中积极准备内部架构调整的相关工作，截止年底“海博威视”的基础架构已经构建完成，相关业务也逐步进行有序的接轨；他们不断

在产品链、供应链的流程上进行改进，提升产品交付质量；通过成立采购评审委员会，有效控制采购成本，并加强存货管理控制；进一步加强与信贷组织的密切合作，多方拓展融资渠道，保障企业扩大生产等方面的资金需求；合理有效控制各项运营成本，优化薪酬体系，推行全员绩效考核管理办法，并通过多种渠道和方式加强团队建设、企业文化建设。

► 注塑与物业——中山盛邦

注塑部业务方面，2010年注塑部在机顶盒订单和裕兴电工订单两方面均有所收获，机顶盒业务的订单数量逐月增加，裕兴电工的订单已趋于稳定的态势，综合计算使得全年销售额达到近900万元，达标完成年初定下的目标计划。但是，由于该年度多项成本价格均有涨幅，如：员工工资、电力成本、原材料成本、税费成本等，所以尽管销售额完成了目标计划，但实际利润率却较去年有所下降。对此注塑部也积极寻求解决方案，开拓新的销售市场，尽力使得利润下滑趋势得到缓解。2010年对于注塑部而言，是令人印象深刻的一年，从2007年开始筹备，到2008年面临全球的金融危机，一直到2009年才开始盈利，今天我们又走在践行中走完了2010年，我们希望继续沿着这个上升的态势在2011年交付好的成绩。

物业部业务方面，从2009年成立至今，中山盛邦物业部已经走过了两个年头，物业部的工作由原来的摸索前行到了现在的循序渐进，一切工作都在缓步平稳、积极健康的发展着。2010年，物业部按照年初既定目标努力开展业务，经过全体工作人员的努力，在年底物业部的主要考核指标不仅超过了“目标值”，还高于“提高值”完成目标计划。成长中的物业部通过学习实践，不断提升自己的各项综合指标，务求将工作做得更好。

► 上市公司事务——香港公司

1、上市公司事务方面，配合公司的重大诉讼事项，以及年报季报的发布事项，常规发布事项等，共计发布各种公告38份，其中特别重要的公告事项4份。完成公司股票的增发事项，增发股票1亿股，融资3000万元。2、建立并不断完善信息资料的收集、整理等工作，以及有关法规的学习培训工作等。开始编发合规简报，已编发两期，为董事会提供参考信息，加强对香港法规的了解。3、其它年报、季报发布，公司注册，期权发放，股东大会等常规事务顺利完成。

► 投资业务——北京、香港

2010年中国的股票市场可谓是风风雨雨，A股走势不太令人满意，从年初的3200多点开始下跌到2300多点，随后又震荡攀升至3100多点，就在全球股市集体冲击新高的时候，就在中国股民对A股市场翘首以盼的时候，它却选择了独自回落，最终在2800点附近收官。年底盘点，中国A股竟然进入全球股市中表现最差榜的前三名，与处于债务危机的希腊和西班牙股市同列，全年跌幅14.31%。

裕兴北京投资部在2011年的操作中，有收获也有不足之处。截止2010年12月31日，国内账户部分帐户盈利，但总体实现利润为负，未能完成年初的既定目标。在2010年初，北京投资部通过并推进“明确各自证券账户责任”的制度建设，部分账户跑赢大盘，并有盈利记录，虽然积累了快速盈利的方法，但12月份，由于大盘的不断震荡，部分账户在仓位管理和能量结构等方面控制不够成熟，使得盈利下降也非常迅速，虽然最后仍有盈利，但加上亏损的其他帐户，整体上部门的业绩仍为亏损。

2010年香港经济基本面向好，港交所首次公开募股(IPO)集资总额达4122亿港元，居全球首位。香港资本市场受欧美和内地影响较大。恒生指数全年大致在19000点到25000点之间波动，2月和6

月出现两次低谷。随着内地经济强势复苏，恒生指数9月开始上行，11月上旬出现峰值，逼近25000点。随后美联储11月推出第二轮“量化宽松”货币政策，受美国股市和国内A股迅速下跌的影响，恒指迅速大幅回落。正是11月的这一次回落，使得在股票操作上获利已经接近年初既定目标的香港投资部错失良机，最终以6.94%的收益率略跑赢大市。

投资部汇报结束后，王安中副总裁请公司独立董事钟朋荣先生就股市投资心得给大家做了简短的发言。钟老师认为，做股票投资应该以“长线”为主要的操作方式，要认真观察具有潜力和发展空间的股票，制定详尽的买入价格和卖出价格，并认真执行，切不可贪多。随后钟老师又挑出几只他个人较为关注的股票作为实例，为大家进行分析和讲解。

其他业务

2010年未来发展部的集群项目在不断探索，经营者在机会与挑战面前不断调整自己的定置，在精准搜索与省钱搜等方面做了大量基础工作。项目调研方面：完成了养老产业的初步报告；集群项目的情况反映报告；逆变器项目的初步报告。此外，他们还关注和研究了电视上网、新能源、轻金属材料等方面的项目及互联网方面的新机会。

关于山西裕兴镁业资产的管理也正在根据集团董事会的决议有序进行。

2010年深圳盛邦的主要工作为江南公司的外联工作、公司搬迁及缩编等工作。

职能部门

1、集团总裁办：管理事务、董事会事务、法务工作及部门建设与人员培养等。管理事务方面，根据集团领导要求，协调处理企业相关内部管理实务，包括各子公司、集团直属部门月度、季度总结报告及计划的整合与提交；集团员工退休方案的前期研究，政策与制度

的学习和资料整理；与各附属子公司总裁办负责人间的沟通，相关制度、证件、正章的汇总备案与管理更新；积极参与和推进集群公司业务的发展，进行相关的协调与沟通。董事会事务方面，完成上市公司各期业绩报告相关内容并配合香港公司组织召开董事会；董事日常信息沟通、会议安排及文件签署、备案等。法务方面，为裕兴软件公司申请专利；完成IA事业群新公司注册；审核合同并完成2010年度集团及附属子公司签署合同、法律纠纷台账汇总。

2、集团财务部：协助中国律师修改、更正律师意见书；按时完成香港上市公司2009年度的业绩公告、年报及所涉及资料；按时完成2010年度三个季度的业绩公告及所涉及资料；配合香港审计师顺利地完成2009年度江南公司的审计；按时完成各个部门月份费用预算的审核、汇总及申报批准的工作，按照批准后预算金额及时调度资金，合理使用资金，保证集团资金的安全；经过多方努力，收回盛邦（中山）公司出口退税资金793万元，及时补充了集团的资金；完成IA事业群的架构重组方案，新公司已经注册并运营；配合IA事业群完成使用盛邦（中山）公司房产作质押，向银行申请贷款额度的工作；使用集团现有部分资金作质押，向IA事业群提供资金支持累计1,400万元，节约资金成本15万元；提供香港证券部资金累计1,750万元港币；集团财务部合理理财获得利息国内近30万元及香港近10万元港币；按时完成相关公司所得税汇算清缴及财务核算、税务申报等工作。

3、集团人力资源部：完成2009年绩效考核工作并出具结果报告；组织集团各部门、子公司完成2010年度绩效计划拟制及年中调整；拟制集团子公司高管人员考核办法，进行相关测算；对子公司高管信息收集整理，建档备案；完成集团员工退休方案基础资料整理研究，历史数据收集核算；员工工资核算、社保缴纳及基数调整相关工作；完成年

度企业内部医药费报销、社保医药费报销，组织2010年体检；完成公积金跨年清册、每月变动、员工公积金支取；按月处理员工及董事行权，并配合香港方面，按期核对各项期权数据；完成企业外部年审工作，主要部分为工资、社保、考勤、内部档案等。

4、集团公关行政部：为企业提提供日常行政服务、加强企业文化工作建设、保障及维护企业网络安全及软硬件的正常运行。1、行政服务工作包括：公司前台来访接待、电话接待、面试接待、收发快件等；为集团及软件公司的领导和员工提供公务用车服务，两辆汽车全年累计行驶45000公里，安全接送客户及公司人员；为科研中心因公赴港澳出差的同事办理港、澳通行证30余次；协助软件公司改造6、7层卫生间装修工作；协助科研中心完成实验室改造工程；负责集团、软件公司日常办公用品的维护及办公区域日常的卫生打扫工作。2、企业文化建设方面：继续透过企业内刊《裕兴》开展企业文化的宣传工作，并不断在求新求变中探索前行，通过各种形式与员工进行互通，以丰富内刊的内容，丰富员工的精神生活。在裕兴公司成立二十周年之际，通过制作特刊的形式，用文字和图片记载并庆贺公司二十岁生日。3、网络维护方面：维护公司办公网络的安全运行；维护Notes邮件系统对内、对外的正常运行；维护集团财务部使用的商务、费用、查询系统；集团网站的维护、更新，其中本年度共上传公司公告96条；办公电脑软、硬件的日常维护、安全防护与杀毒；垃圾邮件、防火墙、VPN网关的维护等。

午间休息：

每年年会前的准备工作都会令承办会议的总裁办和公关行政部有些头痛，因为裕兴的领导个个都是出了名的“葛朗台”，绝不允许铺张浪费，记得有一年为他们准备了和合谷的套餐，按说规格已经非常低了，但领导却说，不用搞特殊，食堂的份儿饭就挺好。于是近两年裕兴集团年终会议的午饭都改成了食堂的盒儿饭。



裕兴集团执行董事并担任各种要职的三位副总裁，正在闷头吃盒儿饭。



副总裁们的对面是软件公司总裁朱老师和总裁办的欲晓。



还有，两位“最有钱”的裕兴“财政大臣”也在品尝盒儿饭的美味。



就连土生土长在香港的财务总监Wendy也没能“逃脱”盒儿饭的命运。



盒儿饭后，兴起，聊起了“水果”手机、平板电脑和单反相机，这会儿一个比一个来劲，你不觉得他们是什么大领导、大人物，就像普通同事间神侃一般，也不觉得他们那么扣门，对这些高科技的玩意，他们可是舍得烧的。不愧是一群搞技术搞科研出身的高材生们。

裕兴推出 SCART接口欧洲款机顶盒

海博威视 冯晨

随着公司IPTV海外市场的不断发展与扩大，公司领导越来越重视欧洲这一块巨大的潜力市场，为了进入并占有这块市场，准备一款符合当地业务需求的机型是十分必要的。经过大量的客户拜访，信息搜集和同行业产品对比调查，我们发现ADB、Motorola等资深厂商都有提供配备SCART接口，专门应用于欧洲市场的机型。

二零一零年间，客户华为公司计划推出一款适应欧洲规格的机顶盒。市场部借此契机，考虑到海外销售团队一直也有欧洲市场推广的计划，但产品设计上缺少带有SCART接口的盒子，故在通过承接此次华为项目开发设计的同时，市场部通过与硬件部/产品部的多次会议讨论，在公司资源最大化思想的指导下，研发中心设计出一块功能全、灵活度高的欧洲款主板。

这款机顶盒设计的特点是：

*使用成熟平台Broadcom7405主芯片，此平台码流兼容性好，画面图像清晰度高，图像纠错能力强。

*接口丰富：USB/HDMI/SCART/RJ45/SPDIF等

*配置灵活：硬盘/TUNER板/Smartcard三者的灵活搭配

衍生产品：

型号	6975A	6975T	6975V	6975U	6975S
功 能					
SCART	2个	2个	2个	2个	2个
SmartCard	--	1个	1个	1个	1个
	--	兼容2个			
硬盘	--	--	--	1个，2.5寸SATA 250G，兼容320G	
DVB-T	--	1	--	1	--
		2		2	
DVB-S2	--	--	1	--	1
			2		2

此款机型的设计在实际的使用中，不仅满足了华为的要求，同时也迅速的被使用到了瑞典电信的新需求中，大大缩短了Time to market的时间，争取到了订单。与此同时，我们也安排设计了符合海博产品特点的自有外观，机壳主体因考虑到欧洲人不喜欢塑料材质，故采用了前塑后铁的设计。外观精致、功能强大，特有双SCART接口，面向欧洲市场。与华为产品套用相同的主板和TUNER板，避免重复设计，在为华为提供产品的同时为公司内部也填充了这一类型产品的空白。



SCART接口介绍：

SCART接口是一种专用的音视频接口，它是由法国公司Peritel开发的视听设备互连工业标准，也是欧洲强制要求用于卫星电视接收机、电视机、录像机及其它音视频设备上的互连互通接口。标准的SCART接口为21针连接器，外型呈直角梯形，俗称“扫把头”。这21针中定义了音频和视频信号，可用来传输CVBS和隔行RGB信号等视频信号，也可以传送立体声音频信号。21针同时传输21个信号，这21个信号可分为视频信号、音频信号、控制信号、地线和数据线几种。此外，SCART接口还是双向传输，实现所谓的“LOOP”循环功能。



裕兴机顶盒的成长日记

集团公关行政部 张莹



我们的生活中有很多物品，各种各样，充当着不同的角色，发挥着不同的作用，我们很少去想它们是怎么来的，仿似是天生之物，因为我们自记事起很多东西就已经陪伴着我们了。如八零年代出生的人，记事起便有了电视机、收音机、自行车等等。

现在我们作为裕兴的一名员工，服务于一家高科技企业中，我们今天的产品——IPTV机顶盒，不知能有多少人知道它是怎么来的呢？当然，绝大多数人会有一个较为笼统的概念，但是生产出一款产品会涉及到很多部门的诸多环节，因此能具体了解到所有细节的人就很少了。所以今天，我们就带着这份好奇心和对自己产品认真了解的态度，随着内刊去看一看一款机顶盒是怎样从需求到立项到研制并生产出来的。

信息收集

主导部门：营销部

参与部门：市场部

工作内容：与客户进行沟通，了解行业、市场及客户需求，了解合作伙伴动态和竞争对手情况，将获取的相关信息转达至市场部门。

Step1:

产品研发

主导部门：研发中心

参与部门：市场部、产品部

工作内容：产品外观设计、软件、硬件同步进入工作流程，在研发样机阶段（功能样机）、产品样机阶段、工程样机阶段及其他各个阶段，各部门穿插进行配合、联调、测试等工作。经过反复的调试和测试，在通过各项指标及认证要求后，随着一张BOM单（产品物料清单）即将进入生产阶段。

Step4:

市场立项

主导部门：市场部

参与部门：产品部、营销部

工作内容：通过营销部传达的信息明确客户需求方向，制定产品基本规格，明确产品目标，撰写市场立项书。

Step2:

产品立项

主导部门：产品部

参与部门：研发中心、市场部

工作内容：根据市场部提出的需求制定产品型号，讨论规格细节，细化客户需求，将市场立项书转化为产品规格书和产品策划书。

Step3:

生产阶段

主导部门：工程处、生管处、品保处

参与部门：产品部、采购部、物流部

工作内容：生产阶段又分为小批量试产和产品阶段，首先通过小批量生产验证生产工艺和流程，配合研发中心暴露出产品的潜在风险，继而进行生产工艺的改善，再通过各项测试，针对出现的问题，研发中心做出适当调整，最后根据营销部订单正式批量投产。

Step5:

（特别感谢各个部门给予本文大力支持的同事们！）

好玩的管理定律

集团未来发展部 韩加波 摘编

企业管理是一门高深而且系统的学科，从18世纪末的初级形成阶段到今天已经发展了约200年。今天，企业管理已经成为企业生存和发展不可或缺的一部分，21世纪是一个充满竞争的时代，企业生存的最大武器就是竞争。在这场较量中，对竞争方法、竞争策略以及竞争手段的管理，将成为企业决定胜败的关键因素。然而企业的竞争，归根结底是人才的竞争。人才是企业的生命所在，如何管好人才、用好人才、培养和留住人才，则成为企业在激烈的竞争中成长发展的关键。

下面摘抄了一些人们经过长期“实战”积累和总结出来的有意思的管理法则，给那些希望了解企业管理和专注于此的人们以参考，希望这种轻松的方式能让大家在愉悦间轻松地学到更多的关于企业管理的知识。



一、拆屋效应

拆屋效应是在谈判中常用的和有效的技巧，有时候我们需要在谈判一开始就抛出一个看似无理而令对方难以接受的条件，但这却并不意味着我们不想继续谈判下去，而只代表着一种谈判的策略罢了。这是个非常有效的策略，它能让你在谈判一开始就占据着比较主动的地位，但记住这只是“拆屋”，如果想让谈判真正有所进展，不要忘记“开天窗”。所以，如果你的一个要求别人很难接受时，在此前你不妨试试提出个他更不可能接受的要求，或许你会有意外的收获。

什么是拆屋效应呢？鲁迅先生曾于1927年在《无声的中国》一文中写道：“中国人的性情总是喜欢调和、折中的，譬如你说，这屋子太暗，说在这里开一个天窗，大家一定是不允许的。但如果你主张拆掉屋顶，他们就会来调和，愿意开天窗了。”后来人们把这种现象称之为“拆屋效应”。

拆屋效应的原因：我们如何来解释这种现象呢？我们拿两种情况做一下对比，第一种是先提出一个不合理要求，再提出一个相对较小的要求，第二种是直接提出这个较小的要求，比较哪种情况下的要求更易被接受。实验结果表明，在前一种情况下提出的要求更容易被人们所接受，而直接提出要求反而不容易被接受。通常人们不太愿意两次连续地拒绝同一个人，当你第一个无理要求拒绝后，你会对被拒绝的人有一种歉疚，所以当他马上提出一个相对较易

接受的要求时，你会尽量地满足他，而不太愿意连续两次摆出拒绝的姿态，毕竟我们并不想因为自己的行为而让人觉得我们想拒绝这个人。



二、懒蚂蚁效应

日本北海道大学进化生物研究小组对三个分别由30只蚂蚁组成的黑蚁群的活动进行了观察。结果发现，大部分蚂蚁都很勤快地寻找、搬运食物，少数蚂蚁却整日无所事事、东张西望，人们把这少数蚂蚁叫做“懒蚂蚁”。

有趣的是，当生物学家在这些“懒蚂蚁”身上做上标记，并且断绝蚁群的食物来源时，那些平时工作很勤快的蚂蚁表现得一筹莫展，而“懒蚂蚁”们则“挺身而出”，带领众蚂蚁向它们早已侦察到的新的食物源转移。

原来“懒蚂蚁”们把大部分时间都花在了“侦察”和“研究”上了。它们能观察到组织的薄弱之处，同时保持对新的食物的探索状态，从而保证群体不断得到新的食物来源。这就是所谓的“懒蚂蚁效应”——懒于杂务，才能勤于动脑。

相对而言，在蚁群中，“懒蚂蚁”更重要。而在企业中，能够注意观察市场、研究市场、分析市场、把握市场的人也同样重要。

懒蚂蚁效应的启示：勤与懒相辅相成，“懒”未必不是一种生存的智慧。懒于杂务，才能勤于思考。一个企业在激烈的市场竞争中，如果所有的人都很忙碌，没有人能静下心来思考、观察市场环境和内部经营状况，就永远不能跳出狭窄的视野，找到发现问题、解决问

题的关键，看到企业未来的发展方向并作出一个长远的战略规划。

懒蚂蚁效应和企业用人观：懒蚂蚁效应说明，企业在用人时，既要选择脚踏实地、任劳任怨的“勤蚂蚁”，也要任用运筹帷幄，对大事大方向有清晰头脑的“懒蚂蚁”。针对不同的岗位确定不同的考核标准，才能客观、正确地评价不同人员的贡献，对中高层的管理人员而言，切忌一套标准套住所有的人员。



三、金鱼缸效应

金鱼缸是玻璃做的，透明度很高，不论从哪个角度去看，都可以一目了然地观察到缸内金鱼的活动情况。这就是“金鱼缸法则”。它是一种比喻，也就是极高透明度的民主管理模式。

金鱼缸效应的由来：“金鱼缸效应”是由日本最佳电器株式会社社长北田光男先生始创的。他强调把增强透明度的重点放在各级经营管理者的经济收入上，要求企业各级领导者的经济收入和费用报销要如实地向企业利益相关者公开，接受企业利益相关者的批评建议，并根据员工们的意见，对经营管理进行改进。

金鱼缸效应操作实务：金鱼缸效应运用到管理中，就是要求领导者必须增加规章制度和各项工作的透明度。各项规章制度和工作有了透明度，领导者的行为就会置于员工的监督之下，就会有效地防止领导者滥用权力，从而强化领导者的自我约束机制。同时，员工在履行监督义务的同时，自身的主人翁意识和责任感得到极大的提升，而敬业、爱岗和创新的精神也必将得到升华。



四、手表定律

手表定律又称为两只手表定律、矛盾选择定律。是指一个人有一只表时，可以知道现在是几点钟，当他同时拥有两只表时，却无法确定。两只手表并不能告诉一个人更准确的时间，反而会让看表的人失去对准确时间的信心。这就是著名的“手表定律”。

“手表定律”在企业经营管理方面给我们的启发：1、对同一个人或同一个组织的管理不能同时采用两种不同的方法，不能同时设置两个不同的目标，否则将使这件事情无法完成。2、对于一个员工不能同时由两个及以上的领导者来指挥，否则将使这名员工无所适从。

手表定律所指的另一层含义在于每个人都不能同时选择两种不同的价值观，否则，行为将陷于混乱。当面临多块手表时，扔掉多余的手表，只留下一块。



五、螃蟹效应

什么是螃蟹效应？

当螃蟹被放到不高的水池里时，单个螃蟹可能凭着自己的本事爬出来，但是如果放好几个螃蟹，它们就会叠罗汉，总有一个在上边，一个在下边，这时底下的那个就不干了，拼命爬出来，

并且开始拉上面螃蟹的腿，结果谁也爬不高。这就是螃蟹文化。

钓过螃蟹的人或许都知道，篓子中放了一群螃蟹，不必盖上盖子，螃蟹是爬不出去的，因为只要有一只想往上爬，其它螃蟹便会纷纷攀附在它的身上，结果就是把它拉下来，最后没有一只能够爬出去。

螃蟹效应对应企业管理的启示：螃蟹如此，企业也同样，如果员工之间、员工与老板之间经常为了各自的利益而相互算计，或明争或暗斗，甚至想尽办法去破坏或打压，久而久之，企业组织里就只剩下一群互相牵制、毫无生产力的螃蟹。

企业需要竞争，但在竞争机制中，应避免这种“螃蟹效应”。竞争面前固然不必讲谦让，而竞争的规则却不容践踏，一旦规则遭到破坏，有序变成了无序，那么，每一个个体都将面临来自四面八方不择手段的攻击，结果就会出现“螃蟹效应”。

相互牵制的螃蟹永远爬不出一尺竹篓，内斗不断的企业难逃“长不大、做不强”乃至一朝崩盘的命运。为什么？这其实是一个企业内部伦理的问题，其实质在于企业的文化。企业应该避免螃蟹效应，通过硬的制度和软的文化两个方面来倡导团队精神，企业才能得到更好的发展。



六、鲶鱼效应

挪威人爱吃沙丁鱼，尤其是活鱼，挪威人在海上捕得沙丁鱼后，如果能让它活着抵港，卖价就会比死鱼高好几

倍。但是，由于沙丁鱼生性懒惰，不爱运动，返航的路途又很长，因此捕捞到的沙丁鱼往往一回到码头就死了，即使有些活的也是奄奄一息。只有一位渔民的沙丁鱼总是活的，而且很生猛，所以他赚的钱也比别人的多。该渔民严守成功秘密，直到他死后，人们才打开他的鱼槽，发现只不过是多了一条鲶鱼。原来鲶鱼以鱼为主要食物，装入鱼槽后，由于环境陌生，就会四处游动，而沙丁鱼发现这一异已分子后，也会紧张起来，加速游动，如此一来，沙丁鱼便活着回到港口。这就是所谓的“鲶鱼效应”。运用这一效应，通过个体的“中途介入”，对群体起到竞争作用，它符合人才管理的运行机制。

团队管理也是这个样子。无论是传统型团队还是自我管理型团队，时间久了，其内部成员由于互相熟悉，就会缺乏活力与新鲜感，从而产生惰性。尤其是一些老员工，工作时间长了就容易厌倦、懒惰，因此有必要找些外来的“鲶鱼”加入团队，制造一些紧张气氛。从马斯洛的需求层次理论来说，人到了一定的境界，其努力工作的目的就不再仅仅是为了物质，而更多的是为了尊严，为了自我实现的内心满足。所以，当把“鲶鱼”放到一个老团队里面的时候，那些已经变得有点懒散的老队员迫于对自己能力的证明和对尊严的追求，不得不再次努力工作，以免被新来的队员在业绩上超过自己。否则，老队员的面面就无处存放了。

而对于那些在能力上刚刚能满足团队要求的队员来说，“鲶鱼”的进入，将使他们面对更大的压力，稍有不慎，他们就有可能被清出团队。为了继续留在团队里面，他们也不得不比其他人更用功、更努力。可见，在适当的时候引入一条“鲶鱼”，是可以在很大程度上刺激团队战斗力的重新爆发的。

鲶鱼效应的表现：“鲶鱼效应”是

企业领导层激发员工活力的有效措施之一。它表现在两方面：一是企业要不断补充新鲜血液，把那些富有朝气、思维敏捷的年轻生力军引入职工队伍中甚至管理层，给那些固步自封、因循守旧的懒惰员工和官僚带来竞争压力，才能唤起“沙丁鱼”们的生存意识和竞争求胜之心。二是要不断地引进新技术、新工艺、新设备、新管理观念，这样才能使企业在市场大潮中搏击风浪，增强生存能力和适应能力。



七、垃圾桶理论

荷兰有一个城市为解决垃圾问题而购置了垃圾桶，但由于人们不愿意使用垃圾桶，乱扔垃圾现象仍十分严重。该市卫生机关为此提出了许多解决办法。第一个方法是：把对乱扔垃圾的人的罚金从25元提高到50元。实施后，收效甚微。第二个方法是：增加街道巡逻人员的人数，成效亦不显著。后来，有人在垃圾桶上出主意：设计了一个电动垃圾桶，桶上装有一个感应器，每当垃圾丢进桶内，感应器就有反应而启动录音机，播出一则故事或笑话，其内容还每两周换一次。这个设计大受欢迎，结果所有的人不论距离远近，都把垃圾丢进垃圾桶里，城市因而变得清洁起来。

在垃圾桶上安装感应式录音机，丢垃圾进去播出一则故事或笑话，效果远比那些惩罚手段好得多，既省钱，又不会让人们感到厌恶。同样，要解决员工在工作期间偷懒的问题，用监管和处

罚的手段实际上也是很难奏效的，因为员工的工作成效主要还是要靠其用心努力。员工偷懒，是故意偷懒还是忙里偷闲？是员工自身的原因还是公司管理出了问题？具体问题要具体分析。在处理员工偷懒问题上，加强沟通很重要。须注意的是，让员工超时且拘束地工作，已是不合时宜的管理方法；给员工多点理解、关心和体谅，会有助于发挥员工的工作积极性和创造力。



八、标签效应

心理学家克劳特曾做过这样一个实验：他要求一群参加实验的人对慈善事业做出捐献，然后根据他们是否捐献，分别说成是“慈善的人”和“不慈善的人”。相对应地，还有一些参加实验者则没有被下这样的结论。过了一段时间后，当再次要求这些人做捐献时，发现那些第一次捐了钱并被说成是“慈善的人”，比那些没有被下过结论的人捐的要多，而那些第一次被说成是“不慈善的人”，比那些没有被下过结论的人捐献得要少。

一个人被别人下某种结论，就像商品被贴上了某种标签。上面这个实验说明，当一个人被一种词语名称贴上标签时，他自己就会做出印象管理，使自己的行为与所贴的标签内容相一致。这种现象是由于贴上标签后而引起的，所以称之为“标签效应”。

标签效应对于企业的启示：由此推

之，当一个孩子老被家长说成笨孩子，他肯定会对自己的能力产生怀疑，进而对自己失去信心。而当一位员工被老板认为是某些方面能力不行，他也肯定会对自己这方面的能力产生怀疑，进而对自己失去信心，即使他有这方面的能力也不会再表现出来了，员工会认为“老板已经认为自己的能力不行，自己还表现什么呀”。

员工毕竟不是自己的孩子，所以管理者并不会像父母那样表现出太多的言语不满。但事实上，对一个人的态度并不一定完全通过言语表现出来，你对一个人的态度很消极时，即使你不说一句话，对这个人的态度也在你的行为中表露无疑，一个眼神、一个动作都会体现出那种不认可，而这些非言语的信号就足以给员工贴上标签了。

有些管理者会说：“员工又不是孩子，又不傻，骂他笨他真的就以为自己笨，骂他没前途他真的就觉得自己没前途。我这样骂他，只是‘激将法’，是想他变得好一点而已。”这样的观点似乎也有一定的道理，因为就有心理学家在研究中发现，在“标签效应”中，如果贴的标签不是正面的、积极的，那么被贴标签的人也可能由于觉得不公平而产生与所贴标签内容方向相反的行动，也就是说这种“激将法”有时是可行的。但是，同时我们也应该清楚，如果想贴负面的、消极的标签而产生正面的效应，需要两个条件：第一、被贴标签者能够理解所贴标签是不是客观、公正的；第二，被贴标签者的独立性要比较强。



九、超限效应

美国著名幽默作家马克·吐温有一次在教堂听牧师演讲。最初，他觉得牧师讲得很好，使人感动，准备捐款。过了10分钟，牧师还没有讲完，他有些不耐烦了，决定只捐一些零钱。又过了10分钟，牧师还没有讲完，于是他决定，1分钱也不捐。到牧师终于结束了冗长的演讲，开始募捐时，马克·吐温由于气愤，不仅未捐钱，还从盘子里偷了2元钱。

还有一个例子，一位聋哑人在汽车上以倡导他人帮助残疾人的名义，高价出售一本仅有几页的娱乐小册，后面定价是5元，有一位乘客翻遍了钱包，只剩下4.5元，他非常不好意思地递给那个聋哑人3.5元，因为他下了车还要坐公交车，聋哑人摇了摇头，指了指定价，那位乘客没办法，把最后1元钱递了过去，满怀抱歉地说：“不好意思，就这些了。”结果聋哑人还是摇头，又指了指定价，乘客终于发怒了，夺回了钱，大声说：“我不买了，行了吧？”

这种刺激过多、过强和作用时间过久而引起心理极不耐烦或反抗的心理现象，称之为“超限效应”。

超限效应的启示：1、刺激过多、过强或作用时间过久，往往会引起对方心理极不耐烦或逆反，这样会事与愿违，就像马克·吐温一样不仅不捐钱，反而还从盘子里偷走了2元钱。2、超限效应反应了几个问题：以自我为中心，没有注意方式、方法，没能注意“度”的把握，没有换位思考。

（下转14页）

(上接13页)



十、肥皂水效应

美国前总统约翰·卡尔文·柯立芝提出肥皂水效应：将批评夹在赞美中。将对他人的批评夹裹在前后肯定的话语之中，减少批评的负面效应，使被批评者愉快地接受对自己的批评。以赞美的形式巧妙地取代批评，以看似简捷的方式达到直接的目的。

约翰·卡尔文·柯立芝于1923 年成为美国总统，他有一位漂亮的女秘书，人虽长得很好，但工作中却常因粗心而出错。一天早晨，柯立芝看见秘书走进办公室，便对她说：“今天你穿的这身衣服真漂亮，正适合你这样漂亮的小姐。”这句话出自柯立芝口中，简直让女秘书受宠若惊。柯立芝接着说：“但也不要骄傲，我相信你同样能把公文处理得像你一样漂亮的。”果然从那天起，女秘书在处理公文时很少出错了。一位朋友知道了这件事后，便问柯立芝：“这个方法很妙，你是怎么想出来的？”柯立芝得意洋洋地说：“这很简单，你看见过理发师给人刮胡子吗？他要先给人涂些肥皂水，为什么呀？就是为了刮起来使人不觉痛。”

启示：批评是进步的明灯，因为有批评才有进步。俗语说得好：人非圣贤，孰能无过？圣贤都会有过错，何况我们这些凡人呢！而有了过错，就得有人来指正，这样才会有进步。有句话：当局者迷，旁观者清。往往我们做错了事，自己却不知而需借助别人的批评、指正。赞美要看时机，批评要靠技巧。不要用恶语中伤他人，劝告他人时，如果能态度诚恳，语出谨慎，那我们将会得到更多的友谊，为我们的人缘加分。

CES2011 看上去波澜不惊，事实上一场风生水起的战争在悄然打响。如果说2010年是3D电视元年，那么今年就是智能电视元年，随处皆可见到以此为卖点的产品。每一年的展会都像一个风向标，预示着这一年来甚至是未来几年的行业走向，在此总能捕捉到一些或隐或显的变革，变革从来都是新体系代替旧体系。随着三网融合进一步深入，广电网络投身于市场化浪潮，其政治光环将逐渐暗淡，生存将依靠技术和经营维系。

在市场经济情况下，谁都绕不过用户与市场这一关。如何围绕这个中心更好地为用户服务发展自己，将是各个电信和广电运营商都需要认真考虑的问题。用户的基本期望就是要有便捷周到的服务，能方便地看到想看的电视节目。因此在三网融和的过程中，电视不仅不会消亡而是将变得越来越好，区别只是技术手段不同，传播渠道多元化而已。广电行业的各种变革或已发生，或扑朔迷离。对于已经整合或即将整合一省一网的广电运营商，在三网融合的市场竞争环境下，决策失误有可能是致命的，更需要对各种可能发生的变革进行深入的研究分析。

一、Android架构将颠覆传统电视？

在本届CES展会上Android是当之无愧的明星，与Android架构紧密结合成为产品的重要卖点，Android系统的优势在手机领域已经得到了印证，如今其在电视领域的优势同样很明显。基于Android操作系统的智能电视，最大的特点是该系统平台对外的统一开放性，它可以把成千上万的第三方软件提供给用户选择，正如手机系统和电脑系统一样，根据需要个性化安装。与此同时，在Android电视上，用户除了观看传统的电视频道外，还可连接互联网享受整个网络世界的资源，例如可以进行视频点播、视频聊天、互动体感游戏和网络购物等，而且操作简单。此外，Android电视应用软件的开发模式由过去的封闭式变为开放式，第三方可以完全独立的开发具体的应用。Android开放的平台解决了TCL、康佳、海信等彩电厂家所推出的互联网电视，因为基于不同的硬、软件平台，相互的兼容性和功能升级困难等不同程度的局限难题。

以Google TV为例，它是迄今为止电视与互联网结合最紧密的一款产品，支持完全的互联网浏览，上百万个电视频道搜索，社交网站，互动广告，应用商店下载等等，似乎让人们看到了未来电视的发展方向 and 美好前景。但也正是诸多优异性直接击中了运营商的软肋，这种开放的模式或将颠覆传统电视。

DVBCN网友表示，Android的互联网电视是个必然趋势，但也难以逃脱监管问题。现在互联网电视播控平台是广电为监管电视视听类内容所发的牌照，即使是Android 平台，也不可能绕开这个坎。即国内目前的环境，只能存在封闭网络环境的互联网电视，而不存在绝对意义上的开放网络互联网电视（即Google TV）。所以作为开放构架的Android平台在终端导入时，就面临应用功能的监管问题。最简单的例子，广电要求所有互联网电视的视听类内容必须从三个播控平台走（CNTV，BBTV，WASU），而Android应用商店里有PPLive、迅雷看看这样的应用，那直接把电视当电脑显示器用，绕开广电播控平

从CES2011 展会看中国广电行业的五大变革

海博威视 于桦 荐



乐终端争夺战的主导权不是电信，更不是广电，而是电视机前的千千万万的受众。只有贴合用户心理、满足用户需求，才能占据三网融合的主导地位。

二、封闭与开源、开放模式谁将笑到最后

三网融合战役中是否获得对宽带网络接入资源的控制权将成为取胜的关键，广电数字电视网络采用的是十几年前制定的欧洲DVB标准，此标准在涉及到机顶盒加密解密接口方面一直是个空白，并没有明确定义机顶盒的CA接口。由于这个标准的缺失，才产生了众多私有封闭的CA标准。这种封闭加密系统，一旦和网络对接，安全性将形同虚设，节目收视费将会大量流失。再加上IPTV的竞争威胁，让广电对三网融合心生恐惧。

加之各地广电运营商采用的标准不统一，机顶盒软硬件多样化，造成添加增值应用异常困难，无法形成规模量产，成本一直居高不下，加密系统也逐渐暴露出安全隐患。面对直播卫星和IPTV，特别是开始加速的三网融合，广电运营商感受到了压力。因为整体数字化转换主要靠行政推动，很多地方并不顺利，如果向高清推进，依旧靠行政推动是不现实的。只能实现标准统一，走市场化道路，降低运营商的数字化成本。这必须有一套完整透明的标准和规则。

目前Android架构这种开源、开放的模式被广泛应用到手机、电视、机顶盒等等终端产品，三网融合正是需要这种开源、开放的模式，广电更需要开源、

开放。目前，下一代广电网正在筹建之中，但受封闭技术阻碍广电每一步改革、每一项建设都如同戴着镣铐起舞。电信光纤网络的建设虽然投资大，但是在开放的技术标准条件下发展起来的，技术进步十分明显。

应对三网融合，广电应尽快放弃封闭的技术标准，促进技术标准的开放和透明化，广电运营商也才能轻装上阵参与三网融合的竞争。

三、3D电视逐渐走强，彩电市场“三国争霸”

今年3D电视依然保持着很好的呼声，在本届CES2011大展上，三星推出了一款屏幕达100英寸的巨幅3D电视，LG则推出了最薄的3D电视，国产彩电厂商不甘示弱也加入了这场3D电视大战。与此同时，联发科技股份有限公司也在此时推出全球首款支持120Hz偏光/快门式3D技术的单芯片解决方案，同时推出新一代智能型电视芯片解决方案。此方案不仅大幅提升无线链接速度，其传输质量也更稳定。

价格战后3D电视最近打起了技术战，目前的3D显示技术主要分为主动快门式和不闪式(偏光)。主动快门式和不闪式(偏光)开始了它们之间的对决，从健康舒服角度来考量不闪式3D占据了上风。据数据公司分析2011年不闪式3D会占到70%到80%的市场，而快门式的3D会退出市场，3D电视明年将占到全球液晶电视市场的10%到20%。

在近日的3D产业年会上，工信部数字电视标准符合性检测中心副主任张素兵表示，2010年工信部已经成立3D立体显示标准研究组，牵头组织业内专家展开标准研讨，今年将有两项3D标准出台。据悉，《立体电视图像质量测试方法》将最先出台《3D安全规范》，于2011年内正式颁布。

业内专家表示随着3D技术的规范将带动3D电视市场升温，未来的彩电市场将会呈现3D电视、互联网电视、智能电视“三国争霸”的局面。

四、EPON将取代CMTS？

目前接入网技术可谓是五花八门，随着EPON、EoC等新技术的出现，原来的、唯一的CMTS技术方案就受到了相当程度的考验。目前，我国双向网改的技术应该到了要出结果与标准的阶段了。近期，全国各地有线电视网络公司采用基于EPON技术进行双向网改造的城市呈增多趋势(如杭州、宁波、大理、海宁、东莞、嘉兴、铁岭等地区)，未来究竟哪种技术会成为主流呢？或者说哪种技术更适合广电目前的情况。

CMTS+CM组网方案在光传输部分，下行数据信号和CATV的下行信号采用频分(FDM)方式共纤传输，上下行数据信号采用空分(SDM)方式共缆不同纤传输，在电缆部分，上下行信号按FDM方式同缆传输。此方案适合已建HFC网络改造，可利用原网络中预留的光纤和无源分配到户的电缆网络组成双向传输系统；只需要在前端和用户端分别加装CMTS和CM即可实现双向传输。

CMTS+CM组网方案利用现有的CATV网络提供双向通信，适合稀疏模式网络覆盖区域，大面积覆盖，低开通率情况下成本较低，前期投入少；且技术标准及产品比较成熟。但需要对HFC光电传输链路部分进行双向改造，其噪声汇聚效应影响系统的带宽和性能，同轴缆及接头质量要求较高，后续维护工作量较大，此外CMTS下行通道带宽有限，头端共享38Mbit/s，可开通用户数少，可承载业务有限，大带宽业务无法满足，后续系统扩容成本巨大。电信对于宽带市场寸土必争的决心已是显而易见，宽带提速是电信惯用的招术，届时广电必然会被动跟随电信升级宽带，扩容的成本对于“积贫积弱”的广电运营商而言无疑是一笔沉重的负担。

去年8月联通、移动、电信三大运营商已经完成对10G EPON芯片级和单系统的测试，并相继扩大10G EPON试商用范围。Broadcom在本届CES展会上推出了第一款10Gbps EPON芯片BCM55030。该产品主要针对多用户环境的ONU应

用，也可以针对LTE网络的支撑网应用。BCM55030将高集成度，超低功耗，小尺寸以及经济性等结合到一起，对于运营商和OEM厂商的FTTB设备开发都能起到良好的作用。

业内专家认为EPON+EoC可提供数据、视频、语音于一体的三种播放的综合承载，通过一张接入网提供过去多张网络的功能。该方案在开发过程中充分考虑中国国情和当前广电网络的实际情况，在驻地网层面利用广电网已有的Cable网络作为传输介质，节约了大量的综合布线成本和运维投资，兼具高性能和低成本。EPON+EoC技术满足广电数字电视的双向改造和国家三网融合的需要，将推动NGB产业在中国的深入发展，是面向广电运营商NGB网络接入层首选技术。

五、一体机将埋葬机顶盒？

2009年-2010年期间，国内彩电巨头纷纷推出了数字高清一体机，目的就是为了解决“高清机顶盒售价太高”的难题。无需机顶盒也能收看高清电视，逐渐成为消费者的共识，而数字一体机更是用实际销售数据证明了“无需机顶盒高清电视机”更受欢迎。据奥维咨询的数据显示，2010年十一国庆节期间，数字电视一体机市场渗透率继续上升，零售量上升到15%，零售额到达25%，业内人士相信数字电视一体机已经进入“火热的夏天”。那么一体机进入了夏天，机顶盒是不是就该“冬眠”了呢？有甚者甚至预言三五年内机顶盒将退出广电的历史舞台，事实究竟是怎样的？

作为家庭娱乐终端的重要载体机顶盒依然岿然挺立，在CES上ARM与MIPS两大巨头发力家庭娱乐应用市场-机顶盒，这是他们未来迫切想占领的一个巨大市场，机顶盒市场依然有着可以深入挖掘的潜力。

Sigma Designs 在展会上展示了与Western Mediabridge 合作推出的全球第一台商用Android 机顶盒。AllGo 展示了一款基于UPnP/DLNA的高清(HD)视



频流解决方案，采用了运行Android 的MIPS-Based Sigma Designs Vantage 8654平台，还与Tensilica展示了集成Tensilica HiFi2 Audio DSP的基于MIPS32TM 处理器的多声道音频播放功能。Broadcom 还推出了业界首创的 HD DTA 有线机顶盒 SoC，在超小尺寸中集成了 HD 视频、集成的1GHz 有线调谐器及HDMI 功能。Broadcom 还为日本即将全面采用的DTV广播传输推出了数字地面转换器SoC解决方案，以及基于新一代DOCSIS /Euro-DOCSIS 3.0 的线缆调制解调器SoC 解决方案。此外，Broadcom 宣布，在其最新的机顶盒和数字电视解决方案中支持 RVU 联盟的远程用户界面(RUI)技术，让多频道电视服务提供商可以利用一个一致的用户界面，为整个连网家庭的 RVU 瘦客户端设备提供高质量的内容。

从总的趋势来看 Android架构的开放开源的模式贯穿了整个广电产业链，多家重量级芯片厂商如ST, Fujitsu, Amlogic等选择了ARM架构。值得思考的是Android架构的开源开放模式能否在机顶盒上体现地淋漓尽致？还是最终沦为一个虚的卖点？如果机顶盒可以像基于Android架构的手机一样拥有强大的应用程序，那么机顶盒绝对不会那么轻易被打败。

(作者：方小庆 来源：DVBCN数字电视中文网)

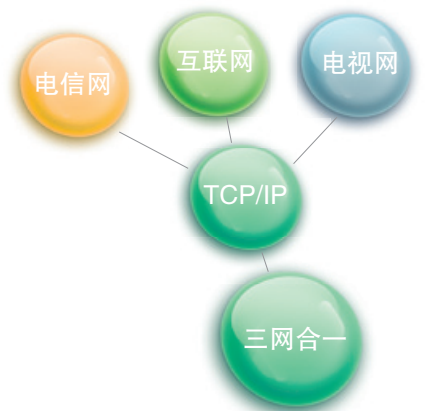
浅谈三网融合

集团公关行政部 张莹 摘编

什么是三网融合？

三网融合这个概念推出已久，很多人听说过也有些模糊的概念，那么三网融合究竟指的是什么呢？

三网融合是指电信网、计算机网和有线电视网三大网络通过技术改造，能够提供包括语音、数据、图像等综合多媒体的通信业务。三合是一种广义的、社会化的说法，在现阶段它是指在信息传递中，把广播传输中的“点”对“面”，通信传输中的“点”对“点”，计算机中的存储时移融合在一起，更好地为人类服务，并不意味着电信网、计算机网和有线电视网三大网络的物理合一，而主要是指高层业务应用的融合。“三网融合”后，民众可用电视遥控器打电话，在手机上看电视剧，随需选择网络和终端，只要拉一条线，或无线接入即完成通信、电视、上网等。三网融合，在概念上从不同角度和层次上分析，可以涉及到技术融合、业务融合、行业融合、终端融合及网络融合。目前更主要的是应用层次上互相使用统一的通信协议。



我国三网融合发展历程

1994年，当时的电子部联合铁道部、电力部以及广电部成立了中国联通，被赋予打破“老中国电信”垄断地位的重任，但主要还是经营寻呼业务。

1998年3月，邮电部和电子工业部完成合并，信息产业部正式成立；同时，广电部改为目前的广电总局。

1998年3月，以原体改委体改所所长、时任粤海企业集团经济顾问王小强博士为首的“经济文化研究中心电信产业课题组”，提出《中国电讯产业的发展战略》研究报告，随后展开了“三网合一”还是“三网融合”的大辩论。

1999年9月，国办文件出台，“电信部门不得从事广电业务，广电部门不得从事通信业务，双方必须坚决贯彻执行。”

2001年3月，通过的十五计划纲要，第一次明确提出“三网融合”：“促进电信、电视、计算机三网融合。”

2006年3月，通过的十一五规划纲要，再度提出“三网融合”：积极推进“三网融合”。建设和完善宽带通信网，加快发展宽带用户接入网，稳步推进新一代移动通信网络建设。

2008年1月，国务院办公厅转发发展改革委、科技部、财政部、信息产业部、税务总局、广电总局六部委《关于鼓励数字电视产业发展若干政策的通知》。

2008年5月，运营商重组方案正式公布。中国联通的CDMA网与GSM网被拆分，前者并入中国电信，组建为新电信，后者吸纳中国网通成立新联通，铁通则并入中国移动成为其全资子公司，中国卫通的基础电信业务将并入中国电信。

2009年1月，中国移动、中国电信、中国联通分别获得TD-SCDMA、CDMA 2000和WCDMA的3张3G牌照，三家新运营商进入电信全业务竞争时代。

2009年5月，国务院批转发改委《关于2009年深化经济体制改革工作意见》的通知，文件指出：“落实国家相关规定，实现广电和电信企业的双向进入，推动‘三网融合’取得实质性进展。”

2009年7月，广电总局发出《广电总局关于印发〈关于加快广播电视有线网络发展的若干意见〉的通知》，指出：加快广播电视有线网络发展，对于巩固和拓展党的宣传文化阵地、满足人民群众日益增长的精神文化和信息需求、推动我国广播影视改革和发展、推进三网融合、促进国家信息化建设，具有十分重要的意义。

2009年8月，广电总局发出《广电总局〈关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题〉的通知》，被解读为和三网融合相关，不利于IPTV近期发展。

2010年1月，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合。会议上明确了三网融合的时间表。

2010年6月，三网融合12个试点城市名单和试点方案正式公布，三网融合终于进入实质性推进阶段。

2011年，三网融合的关键年，就在刚刚结束的“两会”上，推进三网融合一度成为热门关键词，“推进三网融合，共享广电未来”也成为CCBN2011的展览主题。



广东海博威视2011开年晚宴

海博威视 邓丽

金虎辞旧岁，玉兔报春来，广东海博威视全体成员满怀喜悦迎来了2011年。2月16日晚，海博威视全体员工在中山《湘天下》大酒楼举行了隆重的开年晚宴，公司领导及全体员工齐聚一堂，共享这一美好时刻。

制造中心副总裁陈学兵先生在晚宴前致辞，给予大家新年的祝福，回顾2010年的硕果累累，并对2011年寄予了殷切希望。

2010年，对于我们的国家来说，是难忘的一年，中国第十六届亚运会的圆满举行、上海世界博览会的成功举办……2010年，对于我们公司来说，也是难忘的一年，广东海博威视成立，公司经营局面也在整体上踏上了一个新台阶。

陈总鼓励大家，全体同仁要同心同德、群策群力，克服种种不利因素，战胜种种严峻挑战，取得新的突破，并祝大家新年快乐，万事如意！

会场响起雷鸣般的掌声，全体员工对公司未来充满了信心。

海博威视出席晚宴的各位领导一起举杯敬酒，感谢大家为公司做出的努力，大家也共同举杯，相互祝福，一起庆祝2011年这美好的开始。

2011年，祝愿我们的企业红红火火，蒸蒸日上，百尺竿头，更进一步！

2011年，祝福我们的同仁身体健康，工作顺利，家庭幸福，万事如意！



开拓进取 扬帆起航 ——记2011年海博威视新春年会

海博威视 杜君芳

金虎辞岁，玉兔迎春。一年一度的“新春年会”于2011年1月27日在华宇假日酒店如期举行，成长收获的2010在喜悦中渐渐走去，开拓进取的2011在期待中款款走来。在过去的一年，裕兴软件凝聚力量，华丽转身，根据业务的发展需要，成立了新的公司——广东海博威视电子科技有限公司北京分公司。在年会上各位领导和全体员工齐聚一堂，同时我们还非常荣幸地邀请到了裕兴集团的各位领导，共同感受和分享一年来的丰收和喜悦。

下午17:00年会正式开始，酒店里张灯结彩、音乐悠扬，到处洋溢着一派欢乐、喜庆、祥和的节日气氛。年会伊始，海博威视董事长兼总裁朱江先生、执行副总裁王刚先生分别做了讲话，与大家一起回顾了2010年走过的点点滴滴，朱总也提出了2011年的期望和战略方向，并在会中对在2010年工作中表现突出的优秀员工和优秀团队进行了表彰。

其中获得2010年度优秀员工称号的是：研发中心的林辉、丁磊、许兵、何斌，中国区行销部的何建，产品部的刘方兴；获得2010年度优秀团队称号的是：研发中心硬件开发部。

本次年会，员工们自编、自导、自演了相声、歌曲等节目，其中还穿插了一些小游戏，一次次引爆全场雷鸣般的掌声和笑声，给晚会增添了无穷的乐趣。激动人心的抽奖活动更是把晚会推向了高潮，大家举杯祝福，一起沉醉在欢乐祥和的氛围中。

微博——“微薄”的力量

海博威视 金江

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过WEB、WAP以及各种客户端组件个人社区，以140字左右的文字及图片更新信息，并实现即时分享。最早也是最著名的微博是美国的twitter，根据相关公开数据，截至2010年1月份，该产品在全球已经拥有7500万注册用户。2009年8月份中国最大的门户网站新浪网推出“新浪微博”内测版，成为门户网站中第一家提供微博服务的网站，微博正式进入中文上网主流人群视野。（百度百科）

在2010年记者节期间，北京日报报业集团、新华日报报业集团、广州日报报业集团、南方报业传媒集团、青年记者、人民网、新华网等新闻媒体联合开展了涉及全国22个省46个城市的120多家媒体的调查，其中一项调查结果显示，微博被认为是2010年最值得尊重的媒体。虽然接受调查的绝大多数是新闻从业人员，样本比较单一，但是尽管如此仍能看出微博在短短一年之间对社会的渗透程度，大量明星、运动员、艺术家、普通网民等都陆续成为微博用户，被微博影响。现在无论是电视台还是收音机上的新闻报道，有些干脆直接大量引用微博上网友发布的现场直击报道，难怪大家都说“有了微博这东西，新闻想捂住点什么难多了”。

作为一个负责市场销售的职业人，我喜欢随时接受新事物来保持开阔的思维，所以微博我也没有放过。我想微博给我带来的最直接的改变，就是工作之余在互联网上沉迷的时间大幅增多。十多年以前，我和一些朋友也在做网站，梦想着纳斯达克上市的伟大计划，一度沉迷于互联网生活，热衷于网络写作和

论坛交流，但随着网络的普及、用户的纷杂以及商业因素的增多，互联网也给生活带来诸多困扰，于是下意识地减少了在网上滞留的时间，QQ基本不使用，MSN长期处于忙碌状态，生活反到清爽多了。直到微博的出现我又重新回到随时上网刷新微博页面的状态。

虽然大家公认微博是一种新兴媒体，但它本质上仍是一种人与人之间的社交网络。既然是社交，就存在着一些问题，甚至有些问题还可能被微博放大。比如，微博里粉丝数是衡量一个人影响力的重要标准，所以在淘宝上就有大量专门可以买粉丝的虚拟交易；再比如，微博里的转发数是衡量一则消息影响力的重要标准，从而也就有人热衷于传播假消息；心理学家也说：“每天不停地刷新个人页面看是否有新关注或回复，说明微博使你变得更自恋。”

博客的发展已经让很多人习惯在网络上写东西，分享文章。微博的出现使得写作更加简捷方便，从而吸引更多的用户分享自己的想法，而且发展的数量大大超越博客。为什么微博会比博客更受欢迎，我觉得可能会有以下几个原因：第一，想写有价值微博的人群比博客的多。第二，写微博的人均产量比写博客的要多。第三，愿意看微博的人群要比博客多。第四，适合撰写及阅读微博的电子设备和场所要比博客多的多。

2010年11月16日Facebook创办人26岁的扎克伯格在旧金山亲自发表了Facebook的电邮服务，尽管他不认为那是电子邮件。在这个比一般电子邮件更现代化的信息传递系统中，集合了微软的Office Web Apps、线上聊天、Facebook讯息等功能，它把电邮整合到Facebook那个庞大的世界里面，用户的邮件往来中增加了一些社会化色彩，用户面对的不再是简单的ID，每个Facebook用户的来邮件背后会有一个现实的社会，可能看到他

的照片、视频、爱好以及其他共享的内容。Facebook邮箱现在还没有公开上线，只能通过邀请的方式加入试用，很像当年的Gmail邮箱。当时谷歌利用这种饥饿营销方式（即只能通过邀请方式注册邮箱），吸引了大量用户申请Google的邮箱。

提到Facebook是因为社交网络的发展使得微博始祖Twitter产生，现在微博的功能已经成为Facebook最常用的功能之一。与用户数达5亿的Facebook相较，Twitter目前还微不足道，但它却与Facebook截然不同。Twitter“降低了门槛”，Twitter是现有博客网站合理发展的下一步，也是博客的初始阶段。网民认为，键入140个字并发送到网络上更为便捷，因此Twitter实现了信息的流程化。Twitter的服务相当迅捷2007年一亮相，就成为美国南部地区网民寻找聚会的最佳途径，在美国大选中，它出尽风头。再说Facebook其实它就是一个世界，现在大约有5亿人口，世界上最大的谷歌搜索引擎看似无所不能，但它却对Facebook的世界无能为力，谷歌几乎搜索不到人们在Facebook上的言行活动，它包括每天用户会上传的49亿条微博信息，比如新闻故事、个人状态更新、生日许愿等，每个月上传的25亿张图片和照片以及2000万段视频。Facebook的价值有目共睹，但令人疑惑的是，为什么中国的克隆版开心网、人人网等社交网络却没有发展到和国外的同等火热程度，开心网、人人网等都在学习他们的商业模式，但现在中国很多人对这类社交网站厌烦了，还在使用最多的也就是微博、偷菜等功能了。有句俗语“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”。中国还不是一个发达的诚信社会，在这种前提，人们很难去热衷于投入一个以真实信息为基础的社交网络，谁会放心地把自己的、家人的信息、照片、电话等放到互联网上？这些是需要相当放松的生活心态和社会诚信度的，但现实社会却是大部分人生活得有几分沉重，戒备心强。其次，现实社会的中国人也普遍缺乏社交习惯，没有沙龙文化、咖啡馆文化、教堂文化等环境，朋友聚会基本上是熟人之间，除了吃饭喝酒，就是唱歌打球，形式上很单一，这些因素也直接影响网

民在互联网的社交群体的交流。微博的产生，正好符合了旁观者想参与但又不会显露自己的真实身份的需求，除去那些必须认证的名人以外。

在中国，人们对微博的期待是“围观改变中国”，希望借微博凝聚的公众力量推动社会的进步，这个愿景是好的，但所谓围观性参与能够在多大程度上改变社会还是值得怀疑。很多人只不过通过微博宣泄愤怒或者同情弱者，然后继续正常的生活，中国是否就会因此而改变？我曾经在微博上看到一位作家写过一条被转发几百次的微博：“所谓公众热情，就像个轻薄浪子，一有事件则万众一声，施加巨大压力，把当事者搞得热血沸腾，一心奋战到底，但一旦下一个热点出现，公众热情立刻转移，只留下当事者孤身奋战，自生自灭。在缺乏有力民意代言人的情况下，过分的口水宣泄使参与变得简单，道德情感得到代偿后，反而很可能会消解以实际行动对社会的推动。”现在看来微博的情绪宣泄功能也是有用的，至少可以促进社会和谐稳定，也许这也是微博可以在网络上目前还存在的一个原因吧。

无论微博是否能够改变中国，微博持续火热趋势不会改变，这个趋势不仅是中国现象，在全世界也是通用的。WPP旗下市场调研公司TNS的一项调查显示，发达国家以外网民参与社交网络的热情，超出了许多观察家的预期，在社交网络参与度网民排行榜上中国、巴西、俄罗斯等国都位于前列，但却没有一个发达国家进入前十名。其中俄罗斯人在Twitter等微博服务上发帖最为活跃，其网民参与微博的比率达到32%；中国人在浏览他人微博帖子上花时间最多；巴西在参与社交网络方面名列前茅。另一项来自市场分析机构ComScore的调查则显示，有84%的印度网民在使用社交网站。而中国、俄罗斯、巴西和印度四个国家也正是经济领域里面作为新兴经济体的代表和发展中国家的领头羊的“金砖四国”。



▲ 刚出锅的蒸年糕，热气腾腾。



▲ 祠堂前的香炉香火很旺。



▲ 一群孩子从湿漉漉的青石板上跑过，留下一路清脆的笑声。



▲ 古镇里保存完好的戏台，据说历史近千年。



▲ 老城里专门为小孩儿造的水泥滑梯。



◀ 古老的街道在晴天里十分祥和。

过年之南方古镇——黄姚

裕兴软件 马强



▲ 耍狮子的小孩儿，动作有板有眼。



▲ 崭新的春联和经年不变的老木门。

1 不插电的iPad摇杆：Fling

身边的朋友、同事拥有iPad的越来越多，用iPad玩游戏那是必须的，有时候是否觉得玩游戏时，如果能够拥有PSP的摇杆来玩该多畅快淋漓。Fling——Macworld上的最佳展品，采用透明树脂材料制作，是一款iPad用的纯物理模拟摇杆，而且它非常节能，功耗为零，不插电也不接线，只需将吸盘吸在iPad的屏幕上就可以使用。

iPad的游戏很多都有个方向控制区，一般是在左下角，而Fling就是对应着这块方向控制区，将之吸在上面，上下左右按动摇杆，就相当于用手在按方向区的上下左右操作。

Fling一词有很多种意思，作为名词，它其中的一个释义是：一时的放纵。这个名字真的是太贴切了。



2 世界上最小的单反相机：Chobi Cam

这是一张惊人的对比图，上边，是大家梦寐以求的单反相机，而下边，个头小到夸张的那玩意，不是玩具，竟然也是个能拍照、能摄像的超迷你单反！！

这款来自日本的世界上最小的“单反相机”被命名为Chobi Cam One，仅硬币大小，重约12克，但是如此娇小的体积却毫不含糊，内置单声道扬声器，可以拍摄1600×1200分辨率的JPEG格式照片，640×480分辨率的Avi格式视频，甚至还能像真正的单反相机那样挂接各种特制镜头，包括鱼镜头、2倍望远镜头和0.5倍广角镜头。支持microSD/SDHC卡，最高可达32GB容量，并且可以通过USB线进行充电和导出图片、视频。

我的7D跟它比起来，只能感叹浓缩的也是精华，如果入手一只，拿着它出去采风，该是多拉风，若能拍出好片，不知公司是不是能腾出几面墙，挂上我的大作。



3 电子文件的“吸管”：iDropper

还记得化学实验课上，我们通常如何将液体从一个杯子弄到另外一个杯子里吗？是的，用吸管。这里吸吸，那里滴滴——受此启发，灵感源于生活——iDropper“信息吸管”，让不同电脑和手持终端之间的文件分享和传送也变得如此简单。

iDropper的造型就像是一支笔，它可以吸入、滴出图片、文件等信息，其实它相当于一种无线剪贴板，吸信息和滴信息的过程就是复制和粘贴。在触摸屏越来越被广泛使用的今天，iDropper还能当做触控笔来使用，顶端是操控按钮，操作非常简单。

这是一个挺有趣的设计，可惜目前还处于概念阶段，希望能早日看到实物。

科技产品已经进入快餐时代，层出不穷的Idea，总是能给我们带来享受科技的快感和生活的乐趣，只有人想不到的点子，没有人创造不了的产品。还在为不断创新的新奇产品而内心澎湃吧，那可别看紧了自己的钱包。当然，你有一掷千金的能力，那就做你的IT时尚达人吧。

4 电量越低越透明的手机：SECOND LIFE MOBILE PHONE

当iPhone成为街机，还有什么能体现个性，展现艺术？当当当当——就是这款第二人生手机啦 (Second Life Mobile Phone)，采用AMOLED屏幕，抛开绚丽的视觉元素不看，它主要是提供了一种全新的电池管理模式：

满电时，显示屏的颜色最绚丽，透明效果也最不明显；而随着电量的消耗，显示屏会逐渐转为黑白，并且越来越透明——所以，拥有这款手机的话，我想你是绝对不会因为没注意而忘记充电的。

此外，Second Life还提供了一种省电模式，满电时也可以运行，将屏幕切换为基于电子墨水的黑白显示，超级省电，非常适合阅读电子书之类的文本。



5 便携式手机风力充电器：iFan

别误会，这不是靠手机电池供电的风扇，而是为手机充电的便携式手机风力充电器iFan。它利用风力叶片带动发电机发电，看上去就像把CPU的散热芯片反着装了，它通过外壳把手机和iFan合二为一，还可以将整个系统固定在交通工具上，比如说自行车，去郊外骑行时，打开GPS，插上耳机，So Good!

据测试，带着iFan骑行6个小时可以充满iPhone 4的电池，但那样也许不太现实，但如果骑个20、30分钟就能支持一定时间的紧急通话，那还是不错的。如果你突然接到一个客户电话或者你妈叫你回家吃饭，而手机又快没电了，那就赶快带着iFan去操场上奔跑吧。



6 即撕即用的硬纸板闪存盘：Flashkus

短短数年，闪存盘这种电子存储介质的价格降低幅度之大让人震惊，于是，已经有设计师想把它做成便利贴这样即撕即用的文具了！这款Flashkus概念闪存盘，将存储介质安放在了硬纸板里，一整排的闪存盘都在一张纸板上，需要用的时候撕一块下来即可，还可以在纸板表面写上存储的文件名或是画上搞怪的图画！

除了方便，个人觉得它还是相当环保的玩意，只是这么长条状又比较薄的设计，真让人担心会被折断！更不知道会不会被轻易当做废纸一起丢进垃圾筒。



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