



全国服务热线

400-69-91580

IT运维

OPERATION AND MAINTENANCE

总第14期

2014年第3期

本期聚焦：
信息化从工具提升至系统

企业信息化，就邀我帮您



天翼微信 关注有惊喜
大连天翼信息科技有限公司

内部资料 免费赠阅

2014软交会期间大连天翼获得多个奖项



青岛信普授权证书



信息化从“工具”提升至“系统”

□ 姜增辉

如果把信息化理解是一种工具，那是信息化的初级应用，仅限于个体和部门应用，只能提高局部效率，信息化应用上升到系统，必须将企业经营的所有环节通过流程贯通在一起，通过结构化的数据记录经营的全过程，从基础数据、信息流转、业务协同、物料流转、质量管理、过程管控到成本核算，实现经营过程的闭环，缺一个环节，都不是系统，都停留在工具层面，而不是管理和经营层面，缺一个环节信息化的效果就会大打折扣，企业信息化未达到预期效果的原因多数在于此。

汽车生产线是一套系统，生产线的自动焊机、机械手等都是工具，替代的是人的劳碌，这些工具如果不按一定的布局组合，能解决局部效率但难以解决全局效率，这正如信息化一样，以部门为中心构建的系统，流程上没贯通，往往对企业整体效率的提升作用不大，部门之间仍然需要大量人工沟通，数据多元仍然需要耗费精力修正、对账。

企业如果没有经历信息化的经验，想一步到位构建一体化、一元化的流畅系统，难度很大，多数企业的信息化都是从局部应用起步的，先建小系统，再整合成大系统，但是构建小系统的时候，如果对大系统没有整体概念，最后发现系统的整合几乎是不可能的，胸无成竹是画不好竹子的，因此企业信息化不能随随便便找一个公司合作，今天从这个公司买套软件，明天让另一个公司开发一套系统，这样做的结果，就是系统支离破碎，形成信息孤岛，企业信息化需要的伙伴必须有丰富的经验，有足够的规模和实力，为企业考虑和规划企业自己考虑不到的长远问题，而且能与企业长期合作共赢。

一个城市有N个医院，医院里有N个外科大夫，为什么有些人手术非要塞红包选大夫，因为优秀的大夫是稀缺资源，手术效果对一个人的健康乃至生命至关重要。企业信息化如果当成是一种工具，象买一套财务或库存软件一样，把手工作业搬到计算机上，选择什么样的伙伴不重要，但是如果把信息化当成企业变革和提升的工程，这种变革就不能选错了伙伴，信息化专业性非常强，企业需要最好的顾问和咨询师引导企业信息化的全过程，因为企业变革的机会不能再来，是不可以随便浪费的，变革或许决定企业未来的生死。

巴西世界杯给我们的启示是什么？171粒进球，靠配合打进的球和靠个人能力打进的各有多少粒球？数据摆那儿不用多说。德国队象一部配合默契高速运转的精准机器一样，那就是系统的威力，德国的文化渗透在体育和企业管理的方方面面，因此才有了德国产品世界的口碑和美誉，中国是个工业大国，但还不是工业强国，中国将来必须走工业立国的路，学习德国企业，打造企业管理的“系统化”，是从中国制造向中国创造、工业大国向工业强国转变的必修课。

一套好的信息化系统打造的是企业的“软实力”，买一套软件好比买一本书，知识写在书里，无人辅导和诠释，一般人没有能力将其转化为自己的知识，在顾问和专家的辅导下，把书中的知识融会贯通，这个过程才重要，一般情况下，企业信息化的投入是软件产品的2~3倍，对信息化没有正确认识的企业往往只认实的东西，不认软的东西，买软件舍得花钱，请顾问做实施百般克扣，对咨询/知识类项目，节省有时是最大的浪费，如果对信息化伙伴的软实力和软能力缺乏鉴别力，往往找不到正确的合作伙伴，信息化的变革要能戳到企业的痛点，否则难以建立优化的系统，买一套工具，不会让企业脱胎换骨，通过流程优化建立的符合企业特点的管理模式，可以让企业焕发新的活力。

CONTENTS

卷首语 信息化从“工具”提升至“系统”	P1 姜增辉
热点聚焦 我们更需要“系统” 不因你的意识所左右,“平台商业模式”让世界在改变	P3 张煜 杨海滨
应用案例 瓦轴笑傲严冬 协作让企业更有生命力	P9 许可 林超琼
专家导航 天翼将创造一个自贩机行业的春天 企业信息化系统工程 云时代下CRM如何帮助中小企业实现商机管理	P13 赵子峰
管理之智 世界杯与企业管理的十大相似点 一碗牛肉面带来的管理启示,值得深思 中国企业工业4.0路径	P18
公司时事 【大连天翼】 金牌课程 金牌服务——第一期财务管理 大连天翼成功参展第十二届国际软交会 热烈庆祝大连天翼中标“辽宁省海洋经济运行监测与评估二期”软件采购项目 移动互联网时代的智慧企业——中小企业信息化成功之路 金牌课程金牌服务——第二期固定资产及条形码管理 【青岛信普】 热烈庆祝大连天翼投资的青岛信普公司成立, 青岛用友优普总代授权仪式 两化融合·共创未来 信普携U8 ⁺ 11.1 进驻海尔U-HOME经营体	P23 宋敏 薛佩峰 陈蕾 郜悦匀 张煜 何道芸
用友“添”翼 “智”造中国信息化企业——PLM从设计到制造解决方案研讨会·大连站隆重召开 简讯:热烈庆祝大连天翼在用友顾问等级认证中取得可喜成绩 高效 协同 严谨 合规——医药流通行业新版GSP认证管理研讨会·大连站 热烈庆祝大连天翼、青岛信普成为用友区域总代理 【V12.0先睹为快】U8 ⁺ V12.0 新特性先睹为快 十年合作 信赖共赢——大冷股份PLM项目成功上线启航	P30
休闲驿站 打造一个与众不同的你 短短9个小故事,你能读懂几个? 大部分人努力程度之低,根本轮不到拼天赋 这些“恶习”让周末白过 信息化从“工具”提升至“系统”	P36 白雪



封面: 信息化从工具提升至系统
封三: 天翼2014软交会精彩瞬间
封底: 企业信息化,就邀我帮您

刊物: IT运维
刊期: 季刊

编委会
主编: 王晋泉
副主编: 王欢
成员: 邓洪波 张煜 杨海滨
赵子峰 许可 郜悦匀
薛佩峰 白雪 林超琼
何道芸

美工: 王欢
校对: 王欢

电话: 0411-84756786
传真: 0411-84756786
E-mail: wangh@tonysoft.com.cn
地址: 大连市软件园东路23号
邮编: 116023

本期刊免费赠阅!

我们更需要“系统”

□张煜

前一段时间在日本,正好赶上日本的全民休息日,民众都开车出来游玩放松。于是从大阪到东京的高速公路一路堵车,50公里的路,走了三个多小时。虽然很辛苦,但觉得有这段经历也不错。

一方面,感受到日本人的遵规守则,大家都在堵,虽然很缓慢,但都在动,而且没有警察维持秩序,没有哪个地方象国内这样压死不动,遥遥无期。而另一方面是,我初步领略了日本高速公路系统的先进:



在每一个休息站,都会有这样的大屏幕,实时标注现在各个高速公路的通行情况,哪些地方有堵塞,立即有特殊颜色予以动态标注。标注细化到堵塞路段的位置、长度、预计通行时间。这些信息一方面是实时的,另一方面是和驾驶员车内的GPS是实时联动的。无论是怎样的信息联动和后台很复杂的数据抓取和逻辑运算,展现到前台,都是非常简易的界面,并且几乎所有的驾驶员都已经习惯使用,通过它提供的信息来判断出行和预计抵达时间。

而这样的一套平台,10年之前就已经有基础架构,而每年都

在这架构的基础上进行微改进、征求各方使用意见进行调整和修正。我想,应用到这个深度上,一定不是工具,而可以称之为“系统”。

“系统”,汉语词典解释:自成体系的组织;同类事物按一定秩序和内部联系组合成的整体。维基百科的经典阐述是:

1. 系统是一个动态和复杂的整体,相互作用结构和功能的单位。

2. 系统是能量、物质、信息流不同要素所构成的……。

名词解释听起来太拗口,我的理解就是:系统是可以自生长、自学习、自适应的,是一个生态环境,是大熔炉,是吐故纳新的自我循环,是环境、人、软件、硬件、对世界的认知、态度等共同组成的产物。任何企业,如果拥有了可以称之为“系统”的运营体系,都是其独一无二的核心竞争力,是从一而终的宝贵财富,不可被复制。而软件只是系统的一个组成部分,只是系统中的一个必不可少的“工具”。

回顾国内,最近比较火的就是“红领定制”模式,我们首先看一篇来自用友集团内部的报道:



7月17日、18日,用友软件股份邀请红领集团董事长张代理参加了用友软件股份在长白山进行的转型升级年会,在会上做了红领模式的深入讲解。此次现场参观学习由用友软件股份董事长兼CEO王文京亲自带队,执行总裁章培林、高级副总裁郑雨林等高层领导20多人参加。

张代理董事长亲自为用友团队讲解了红领模式,认真的回答了每个用友高层的问题,并一一进行了深入分析。用友团队实地参观学习了红领是如何将“将美国人3D打印的产业化逻辑变成3D打印工厂化逻辑的?如何用互联网思维,充分运用大数据,建成了数字化大工业化3D打印模式工厂?”用友团队还实地参观了红领C2M+O2O跨境电子商务直销模式的线下酷特体验店,体验了“瑞璞”时尚品牌服装。王文京董事长交流参观后非常的震惊和感慨。认为红领确实是互联网时代制造业与电子商务有机结合经营的典范;真正实现了实体经济与虚拟经济的深度融合;做的是实实在在的、超前的工业互联网;也是物联网最好的、真正落地的典范。王文京董事长表示,红领的理念太超前了,模式太先进了,红领模式是互联网时代各行业转型升级的模版和路径。

红领总部,就在青岛,我们办公室附近就有一家“红领高级定制”专卖店。那到底“红领”系统在哪些方面能够让中国管理系统领军人物王文京董事长也感到“非常的震惊和感慨”呢?我相信,这些不是空穴来风,假大虚空。而是实实在在的落地系统。我们再来看一篇描述:

2003年以来, 红领集团在大数据支撑下, 运用互联网思维, 投入2.6亿资金, 专心、专业、专注于电子商务服装定制及流水线规模化生产全程解决方案的研究和试验。经过11年的积累, 红领实现了全球化电子商务定制服装解决方案, 形成了具有完全自主知识产权的电商平台系统和独特商业价值的“红领模式”。

一、C2M+O2O红领模式

红领模式是运用互联网思维创新经营理念, 以大数据为依托, 以满足全球消费者个性化需求为主导, 以信息化与工业化融合为基础, 创新电子商务零售 C2M (Customer to Manufacturer) +O2O (online to offline) 模式, 进行个性化定制产品的工业化流水线生产经营, 彻底颠覆了现有的商业规则和生产模式, 有效搭建了消费者与制造商的直接交互平台, 消除了中间环节导致的不透明、不合理、信息不对称因素, 创造了全新的商业理念, 实现了实体经济与虚拟经济的有机结合。其主要特征是:

(一) 个性化定制满足用户差异化需求。全球不同民族、不同文化、不同形体的用户服装需求差异化明显, 红领平台提供了多种款式、版型、工艺、尺寸模板供客户自由选择搭配。客户既可以在电子商务平台上进行DIY设计, 又可以利用红领版型数据库进行自由搭配组合。红领版型数据库用10多年时间积累了海量数据, 款式数据和工艺数据囊括了设计的流行元素, 能满足超过百万亿种设计组合, 99.9%覆盖个性化设计需求。

(二) C2M+O2O跨境贸易电子商务零售模式创造及应用。搭建了C2M+O2O境内外多种语言电子商务交易平台, 从产品定制、交易、支付、设计、制作

工艺、生产流程、后处理到物流配送、售后服务全过程网络化运作和数据化驱动跟踪进行生产营销, 实现了线上线下双向互动, 为客户营造良好感受与体验, 建立了成熟的具有完全自主知识产权的个性化服装定制全过程解决方案。

(三) 信息化与工业化融合奠定定制产品流水线规模化生产基础。网络设计、下单, 定制数据传输全部实行数字化, 通过专用芯片从互联网上实时读取客户数据。每一件定制产品都有其专属芯片, 该芯片全流程向生产流水线和供应链传达指令, 流水线上各工序员工根据芯片指令完成制作。每一个工位都有专用电脑读取制作标准, 利用信息手段数字化快速、准确传递个性化定制工艺, 确保每件定制产品高质量制作完成; 每一道工序, 每一个环节, 都可在线实时监控。通过全程数据驱动, 传统生产线与信息化深度融合, 以流水线的生产模式制造个性化产品。

(四) 应用数字化3D打印逻辑建设3D工厂, 创新管理平台。红领将3D打印逻辑思维创造性运用到工厂的生产实践

中, 整个企业类似一台数字化大工业3D打印机形成“3D工厂”, 全程数据驱动。所有信息、指令、语言、流程等都转换成计算机语言。一组客户量体数据完成所有的定制、服务全过程, 无须人工转换、纸制传递、数据完全打通、实时共享传输。员工真正实现了“在线”工作而不是“在岗”工作, 每位员工都是从互联网云端获取数据, 按客户要求操作。确保了来自全球订单的数据零时差、零失误率准确传递。企业管理全过程做到了精准、高效、有序。

可以看到, 红领企业的这套管理系统早已经不是我们日常所述的引进“ERP”、“MES”、“CRM”等某种管理软件这样简单的工具了, 而是从2003年起, 通过自己企业常年的不断投入, 构建起了整个企业的生态系统。通过这篇报道, 每个人都有各自不同的角度和看法, 但至少有以下几方面特征可供中小型企业的朋友们所借鉴:

1、构建一套系统, 绝非易事, 绝非购买一套软件工具这样简单。从2003年到现在11年, 常年坚持不懈。红领累计投入超

过2.3个亿, 平均每年也超过2000万。而红领2013年的销售收入是16个亿, 其信息化建设的投入远远超过了一般企业的平均线, 高投入获得了超额的回报;

2、构建一套系统, 当家人决定一切。这里包括当家人的决心、耐心、执行力和眼界。因为技术都是外因, 都是为你所决定的经营模式提供服务的。红领模式的技术实现手段也没有什么高精尖, 但模式的尝试和这么多年以来, 一直伴随着模式的尝试所进行的系统构建, 才是其精要所在; 无论怎样曲折, 当家人的眼界始终聚焦在“全球个性化定制”上, 围绕此, 把各种工具揉到一起, 通过开发、组合, 最终构建一个有机的、自循环的生态系统;

3、选择合适的战略伙伴比选择软件供应商更重要。红领模式绝不是靠哪套系统就能够实现的, 任何一个供应商也不可能提供给红领这样的软件。因此, 只有选择适合自己的、能够始终伴随自己长达10年以上的、能够充分理解并执行当家人的目标的战略服务伙伴, 才是能够构建起如此系统的关键因素。所不同的是, 现在的试错成本要比10年之前更高。现在的浮躁程度要比10年之前更高。因此在选择合作伙伴时, 需要企业更加慎重、更加清醒。

很多时候, 我们被这个社会喧嚣嘈杂的、急功近利的声音迷惑了, 分不清楚作为企业, 我们到底要追求什么? 所幸的是, 总有一些企业能够给我们展现出不一样的东西, 让我们看到由于目标坚定和内心平静所带来的力量。华为的“李晓文广告”、“红领的C2M+O2O”都是这样。我们再来看报道:

经过长期探索实践和不断完善, 红领集团已经凤凰涅口, 摒弃了原有的先批量生产后营销的经营模式, 锐变为完全依靠全球化电子商务定制服装平台进行规模化销售生产的创新模式, 对红领集团的发展产生深远影响。

一是实现了高端手工定制的规模化生产。采用红领模式生产, 成本大幅降低, 手工定制成本仅为过去的1/2。提高效率, 从客户下单到交付成品只需7个工作日, 让服装定制不再奢侈。实现订单预付款, 无成品库存(16个亿的产值, 居然无成品库存, 这一点非常重要, 完全实现现金流, 企业盈利能力强大);

二是跨境贸易电子商务为企业开拓了国内外大市场。红领已基本完成市场转型, 目前达到几十单/分钟的全球订单量。仅纽约市场每天定制产品已达400套件。今年1-6月份, 定制订单同比增长150%, 预期未来几年定制订单将高速增长。(全球电子商务, 24小时实时下单, 交货速度可以连时差都考虑到了)

三是提高了企业市场竞争力和生命力。低成本、高效率、大市场以及良好的市场运行机制使红领从同类企业中脱颖而出, 发展空间倍增。

四是颠覆消费方式, 引领新型消费模式。用户个性化定制模式体验度高, 将购买服饰的不满意率降到万分之一以下……

红领在11年来, 坚定目标, 以平均超过2000万元/年的投入, 得到的就是这样一套系统。而这一套系统回报给红领的, 却远远超过投入。它首先是生态的, 吐故纳新、可主动生长的。因为全员已经拥有了系统化的管理思维, 会主动发现工作中的问题点, 通过系统来提升。其次, 它是一个熔炉。任何人, 在系统的熔炼下, 都会主动成为企业运营环节的一份子, 双向良性促进。一方面是人促进了系统提

升, 另一方面系统带动人的习惯养成, 从而推动管理进步和经营模式创新。再次, 它已经成为“红领”以及围绕红领的客户群、终端机构和供应商的“空气”或“水”。它是无形的, 已经无法用明确的数字来描述其给红领带来的作用。它已经与红领融为一体, 成为不可分割的一部分, 于是, 系统成为“红领”独一无二的、不可复制的核心竞争力。

如此系统, 谁家不想拥有? 然而, 审视一下我们周边的企业群体, 谁家又能真正拥有了呢? 重新审视您的思维, 是在选工具, 还是在构建“系统”? 有没有明确的目标? 有没有做好长远的打算?

构建系统的过程, 是复杂、艰巨的, 也是有趣、值得铭记的。红领利用10年收集海量数据, 构建百万亿级的设计组合数据库的工作, 充满着艰辛、痛苦与寂寞, 尤其是在构建初期。但看到10年后的收获, 看到每分钟都有几十件个性化定制服装从全球各地汇聚过来, 并且还在不断上升, 又何尝体会不到丰收的喜悦之情呢?

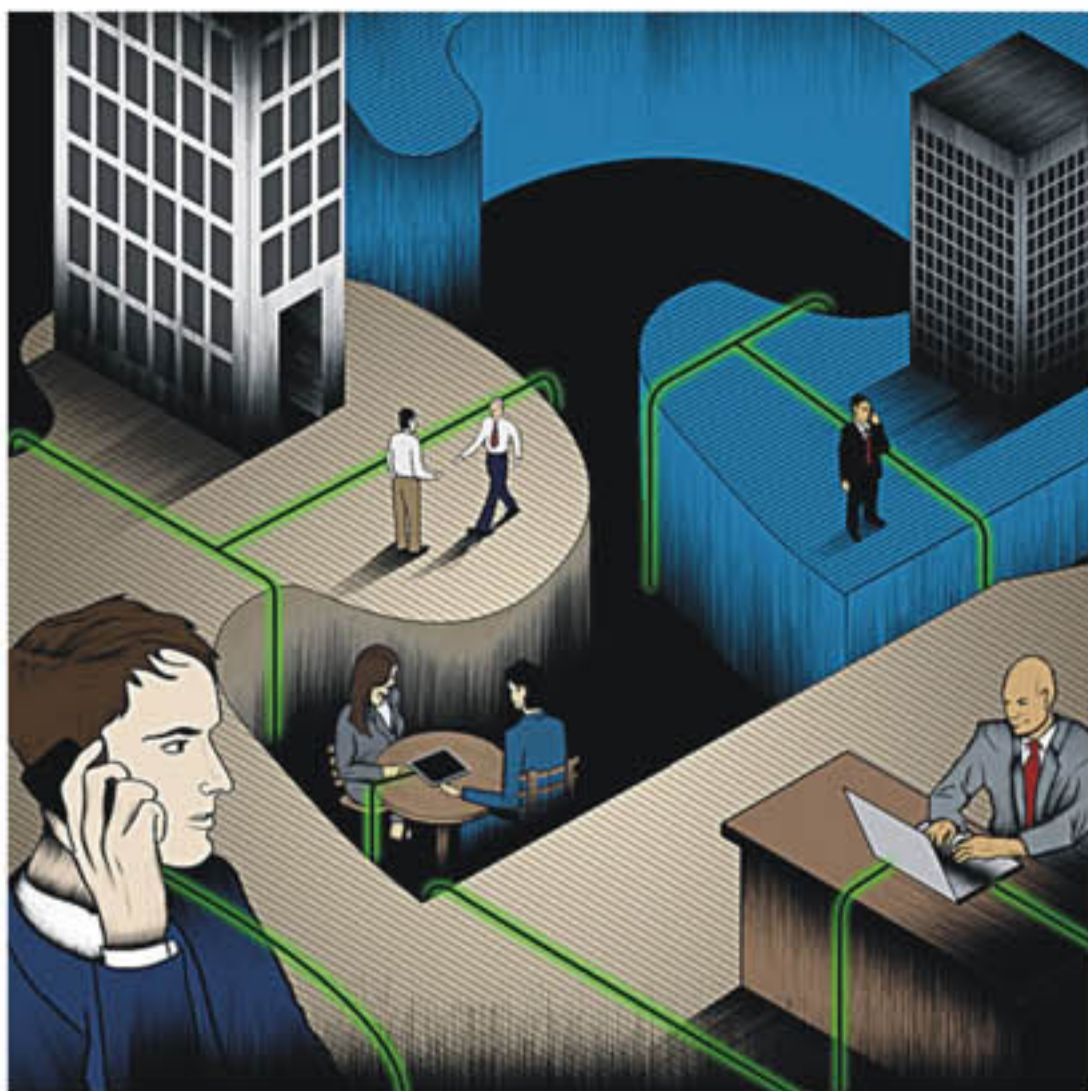
相对工具, 我们更需要“系统”。虽然难, 但总有一些远见卓识的企业和企业家在这个道路上, 矢志不渝, 厚积薄发。

而天翼, 则愿意成为您构建“系统”的核心战略伙伴。为此, 我们也通过近10年时间, 构建了自己所特有的关于项目管理、客户管理的“运营系统”, 这也已经成为天翼自己的核心竞争力。



不因你的意识所左右， “平台商业模式”让世界在改变

□ 杨海滨



时间进入2014年中期，电子商务、移动互联网、物联网等等新事物、新理念早已充斥在你的生活和工作中。很简单，没有网络购物平台、没有互联网、没有各种即时交流通讯工具存在的环境，你能待得住吗？今年是传统企业向互联网类型企业转型之年。事实上，无论我们或是他们是否意识到现在的商业模式已经在改变、游戏规则已经在改变，这个世界其实早就在我们看不清、看不懂、不想看的情况下，势如破竹的进行进化、升级、改变了。

平台商业模式深入人们的生活，出现在各行业中，包括社交网络、电商、包裹快递、信用卡、第三方支付、搜索引擎、在线游戏（移动端游戏）、房地产开发、商品交易（现货、期货）、旅行、航空、酒店、餐馆等等诸多领域，目前世界最大的百十家企业里，已有60多家企业的主

要收入源自于平台商业模式，包括诸如那些我们耳熟能详的高、大、上企业：苹果、思科、谷歌、花旗、微软、日本电报电话、时代华纳、UPS快递、沃达丰等著名公司。在我国内，诸如淘宝、百度、腾讯、人人网、上海证券交易所以及盛大网游等公司，同样是通过平台商业模式获利并持续扩大版图。

概括的说，平台商业模式指的是连接两个（或多个）特定群体，为他们提供互动机制，满足这个群体的所有特定需求，并巧妙的从中赢利的商业模式。亚马逊Kindle阅读器连接了图书出版商和读者，红酒交易中心连接了各种酒的拍卖和买方、淘宝网则连接了商品的卖家和买家，让他们之间满足彼此的需求，产生了无形的内动力、自我造血功能。

然而一个成功的平台企业并非仅仅提供简单的渠道或中介服务。平台商业模式的精髓，在于打造一个完善的、成长潜能强大的“生态圈”。它拥有独树一帜的精密规范和机制系统，能有效激励多方群体间的互动，达成平台企业的远景。纵观世界范围内的许多重新定义产业架构的企业，我们往往会发现他们成功的关键——建立起良好的“平台生态圈”，连接两个以上群体，弯曲、打碎了既有的产业链。类似“苹果”这样

做法的成功的公司案例已经数不胜数。

平台生态圈里的一方群体，一旦因为需求增大而壮大，另一方群体的需求也会随之增长。如此一来，一个良性循环机制便建立起来了，通过这个平台交流的各方也会促进对方无限增长。需跟大家介绍清楚的一点是，平台模式并非近代才有，历史上，它也曾不断被广泛运用，是人类社会中最有效的商业策略。信不信由你，反正我信。古代欧洲的“市集”或是中国的“农贸市场”就是最好的例子。在很多城市里的街道交汇处、拐角处，商家都喜欢在这种地方摆摊设点。“市集”规模越大，就越会吸引更多形形色色需求的人前往。

城市本身更是独树一帜的平台生态圈，城市中的购物中心、购物商城也是运用平台模式的恰当的好例子。“市集”这个“平台”提供了完善的“交易规则”（税收比例、营业时间、物业管理）与“互动环境”（街道、广场、垃圾处理系统、停车位），并将其开放给几个不同的群体（商店、百姓、摊贩、街头艺人），让他们项目吸引，当在一方壮大的同时，牵引着其他方一起成长。

那么平台战略在21世纪的今天，又与以往有什么不同呢？首先，许多靠平台战略和模式成功的企业让我们耳熟能详、不胜枚举，但是失败也一样不胜枚



举，原因在于，单单搭建一个能运转的平台生态圈，并不能保证其持续的成功。鉴别出什么样的平台能够捕捉商机、判别哪些群体可以通过平台连接起来，这些都只是初步的工作。就算是类似的平台、连接起来相似的使用群体，但是只要战略方针不同，其结果也将迥然不同。

如，在千百家同质竞争的在线视频平台中，为什么“优酷”网能胜出？为什么Adobe公司向消费者提供免费的阅读软件、却向使用该软件写作的供应商群体收费？为什么有些在线游戏能够靠收取月使用费产生利润，有些则必须免费提供给玩家，以贩卖增值服务来获取利润？

其实，在制定平台商业模式的同时，有许多问题都将决定平台的赢利表现。如：

- 1) 在定位平台的收入来源时，应该向哪一方收费？应补助哪一方？
- 2) 收费的模式什么？

- 3) 定价的依据是什么？
 - 4) 需要哪些核心机制来提高使用者的增长数量？
 - 5) 需要哪些附加机制来延续用户对平台的依赖？
 - 6) 等等.....
- 这些决策都将影响平台的成功或是失败。

在互联网的驱动下，21世纪的未来这几年将是通过平台战略全面普及人类商业行为的分水岭。互联网为平台概念的产生提供了前所未有的契机，并使其以令人难以置信的速度和规模席卷各行业。对于众多产业而言互联网也大大的降低了经销成本，使平台企业所搭建的“生态圈”以前所未有的速度扩展。学会正确运用平台战略的企业将会颠覆原有产业的价值链。这些都是非常吸引人的地方。但是我们也必须认识到，正因为平台商业模式的创造性破坏本质，许多平台企业在短期内也会被更强大的平台企业所COVER。在环境变化如此迅速的今天，我们要设法探寻和



汲取出一些适用于我们“天翼信息科技”的恒定规律，为我所用、为我发挥。

平台产业与传统产业的最大不同在于，它塑造出了全新的产业模式。说白了，就是产业价值链重组。我们说说存在我们社会数百年的一个产业——出版业。

传统出版业的产业价值链是单向的、直线的。一位作者酝酿出自己的作品后，比如我，写了本经过6年积累的Java软件开发技术的教学、实战经验的书籍，通过经纪人将作品递交给了牛逼哄哄的出版社。然后出版社在众多的书稿中筛选出他们认为能够获得市场亲睐的作品，经过三番五次的折磨我，修改、编辑、封面设计等工序后，送印刷厂印制成书。之后再由各个经销商将书运往各地零售书店、便利店等等，最终才能被读者购买。

这种单方向、直线式的配

置过程中，产业链中的前一个环节都在为讨好下一个环节而奔波、努力，各个环节的成本与利润层层加码，最后体现在书本的零售价格之上。

这样的繁琐流程、环节，以及各各要钱的“关卡”，让我苦不堪言，写书、传播我的技术经验的欲望次次被打磨的精光、溜平。现在让我们看看线上阅读平台的出现是如何打破出版业超过百年历史的游戏规则的。我欣喜若狂，看到了曙光和希望。

比如，以专攻小说市场的起点中文网为例，它在互联网上提供了一个虚拟平台，让热衷于写作的人们直接刊登各式各样的故事，而读者能够立即选择自己感兴趣的故事来阅读。线上出版社弯曲了传统价值链条，塑造出的产业变革意义深远，原本处于传统产业链两端的作者群体与读者群体，直接接触了。源源不断的创意源头与广大的读者市场直接互

动，多样化的供给正巧与多元化的需求匹配起来。我正幸灾乐祸的看到，传统出版社所扮演的把关角色被削弱了。数以百万计的作者流进小说市场发表风格各异的文章、数十倍的读者也蜂拥而至，由自己的喜好来选择想读的作品。作者创作过程中也可直接与读者交流，读者可以影响创作者内容的走向，也可以与彼此分享阅读的体验和感想。平台，连接了生产者和消费者，“弯曲”了原本垂直的价值链条。

可以说，许多平台企业的本质都是轻资产公司，无需自我研发与囤积产品。他们不需要拓展自己的生产力，仅仅需要将多边不同群体的供给与需求拉拢到一起并对他们进行投资、建立一个相当于互动媒介的体系，以达到赢利的目标。事实上，平台商业模式的最突出特点，就是利用群众关系来建立无限增值的可能性。传统的经济现象将消费时所获得的价值视为个人层面的东西，与他人无关；然而在现在却存在这样一些产品和服务，当使用者越来越多时，每一位用户所得到的消费价值都会呈跳跃式增加。这样的示例非常普遍，以后跟大家分享。

参考文献：

- 1、腾讯官网
- 2、盛大文学官网、起点中文官网
- 3、《平台战略》陈威如 余卓轩 著



瓦轴笑傲严冬

——标题引自互联网文章

□ 许可

摘要：自2003年开始，瓦房店轴承集团有限公司以现代信息技术为支撑，全面实施管理创新工程，初步构造了一个能够适应外部环境变化，对外做出快速响应，对内实现高效沟通、快速决策的信息化系统。

信息化整体应用情况

通过多年信息化的实施和运行，瓦房店轴承集团有限公司（以下简称“瓦轴”）管理水平得到了全面提升，管理人员素质不断提高，流程管理思想已逐步深入人心，“服从流程和对流程负责”已成为指导广大职工管理行为的准则；初步形成了以流程为基础，以信息化系统为平台的业务运作体系，瓦轴正向着国际化管理的

目标奋进。

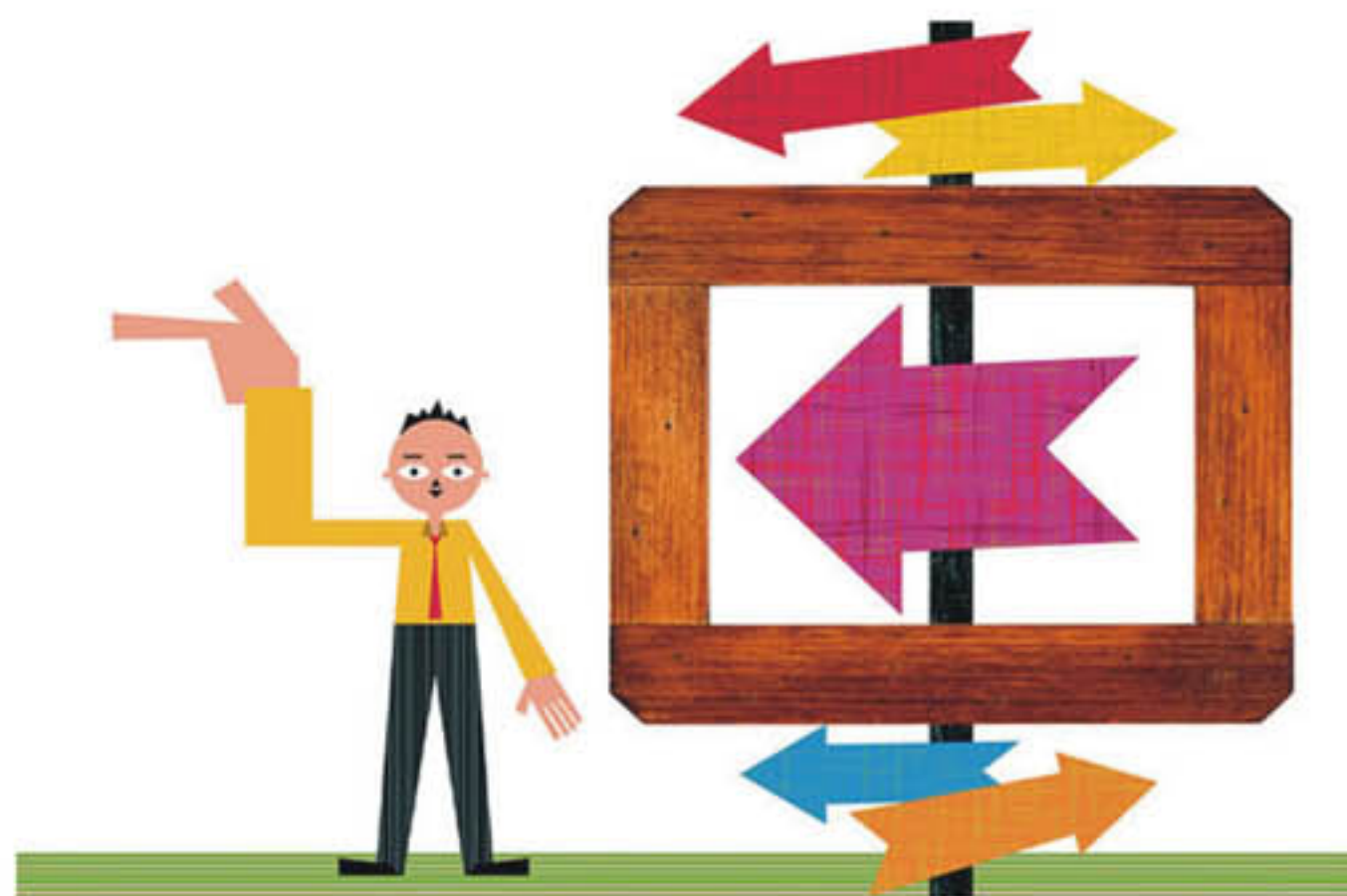
自2003年开始，瓦房店轴承集团有限公司以现代信息技术为支撑，全面实施管理创新工程，初步构造了一个能够适应外部环境变化，对外做出快速响应，对内实现高效沟通、快速决策的企业经营运作系统，SAPR3信息化系统的上线就是其标志之一。

处于良好运行状态并且在持续完善中的瓦轴信息化系统，实现了对生产经营过程的控制和信息高度集成与共享。由原来的事后控制变为事前预算、事中控制、事后核算，基本杜绝了管理上的失控，为领导者提供了准确的分析和决策数据，从根本上提升了公司的

管理水平和核心竞争力，因而取得了显著的管理成果。

在内部信息全面完善基础上，瓦轴正在对上下游资源进行有效整合与管理，并计划搭建电子商务平台和客户服务系统，推进信息化系统在广度和深度的应用。借助于信息化建设，瓦轴整合了关键业务管理链，建立了六大管理监控体系，企业的生产和经营得到稳步发展。2005年，在机械行业普遍效益下滑的情况下，瓦轴集团实现产品销售收入33亿元，实现利润过亿元。

从20世纪90年代初，我国许多企业陆续从国外引进了ERP或MRPII，历经十多年，耗资巨大，但成功率不高。相



比之下，经过多年的实践，虽然有过波折，但总体看来，瓦轴信息化的实施应该说是成功的。瓦轴的一些成功的经验和体会对其他企业也有一些参照作用，主要有以下几个方面。

最高决策层的全力支持是成功实施信息化的决定性因素。瓦轴集团领导班子对信息化项目非常重视，在企业资金非常困难的情况下，投资数百万元建设企业信息网络，实施信息化项目，并专门成立了以副总经理为组长的信息化项目领导小组，领导亲自参与实施，且在时刻关注信息化的进展情况。这些足以表明集团领导的重视程度和实施的决心。

企业管理创新是信息化成功的保证。信息化项目的实施不只是企业信息管理部门的事情，只有企业所有技术和业务部门都积极参与，项目才能实施成功。企业生存和发展是信

息化实施的原动力，瓦轴从这样的目的出发，下决心实施信息化项目，促进企业的管理创新。

充分认识信息化实施的复杂性和艰巨性。信息化的实施是一个非常庞大的系统工程，它涉及到企业生产、经营、技术和管理的各个方面，还涉及到企业体制和国家大的经济环境等诸多因素，其复杂性和艰巨性可想而知。如果对实施信息化的困难估计不足或缺乏充分的心理准备，很可能使项目半途而废。瓦轴对信息化实施的困难估计和认识，在实施前也做好了打持久仗的准备。

强有力的实施队伍和严密的保障措施。瓦轴专门成立了项目实施小组，由计算机软件人员和相关管理部门的业务骨干组成。每个子系统的



实施计划按总体要求编排实施计划，每个程序落实到人，按期考核。项目实施小组定期检查项目完成情况，随时根据项目进展情况协调各部门的关系。

加强基础数据的整理。信息化系统是一严密的管理系统，数据处理的准确性、及时性和可靠性是以各业务环节数据完整和准确为基础的。系统中一些常用的基础数据对系统至关重要，如产品数据和客户数据等，系统的大多数业务处理都依赖于它们，如果这些基础残缺或不规范，系统的运行将寸步难行。

管理趋于完善

实际上，IT产品只是信息化的基础和信息化应用的工具，如何用好它并发挥其最大的效能才是最重要的，这其中最关键的因素就是人。既熟悉业务又了解IT的人员在瓦轴有很多。

瓦轴信息化的应用，本着“以客户需求为导向，以计划为龙头，以物流为支撑，以生产为核心，实现从采购、生产

到销售以及财务的全面集成和协同运作”方针，着重体现集成的概念，体现企业内部供应链各个环节的高度协同，以及财务管理对内部供应链的全程贯通。

其根本主要体现在四个方面：



一是以客户为中心，建立市场快速反应机制。实现销售业务的统一规范和流程化管理，加快订单的内部处理速度。

二是实施精益生产方式，为营销系统提供快速准确的后勤保障。生产的每一个步骤都由生产订单严格控制，严格保证企业的生产秩序及生产进度。

三是与生产管理无缝连接，实现全程物流管理。通过实施信息化系统，实现集中信息处理，保证采购计划的准确性、合理性、科学性。

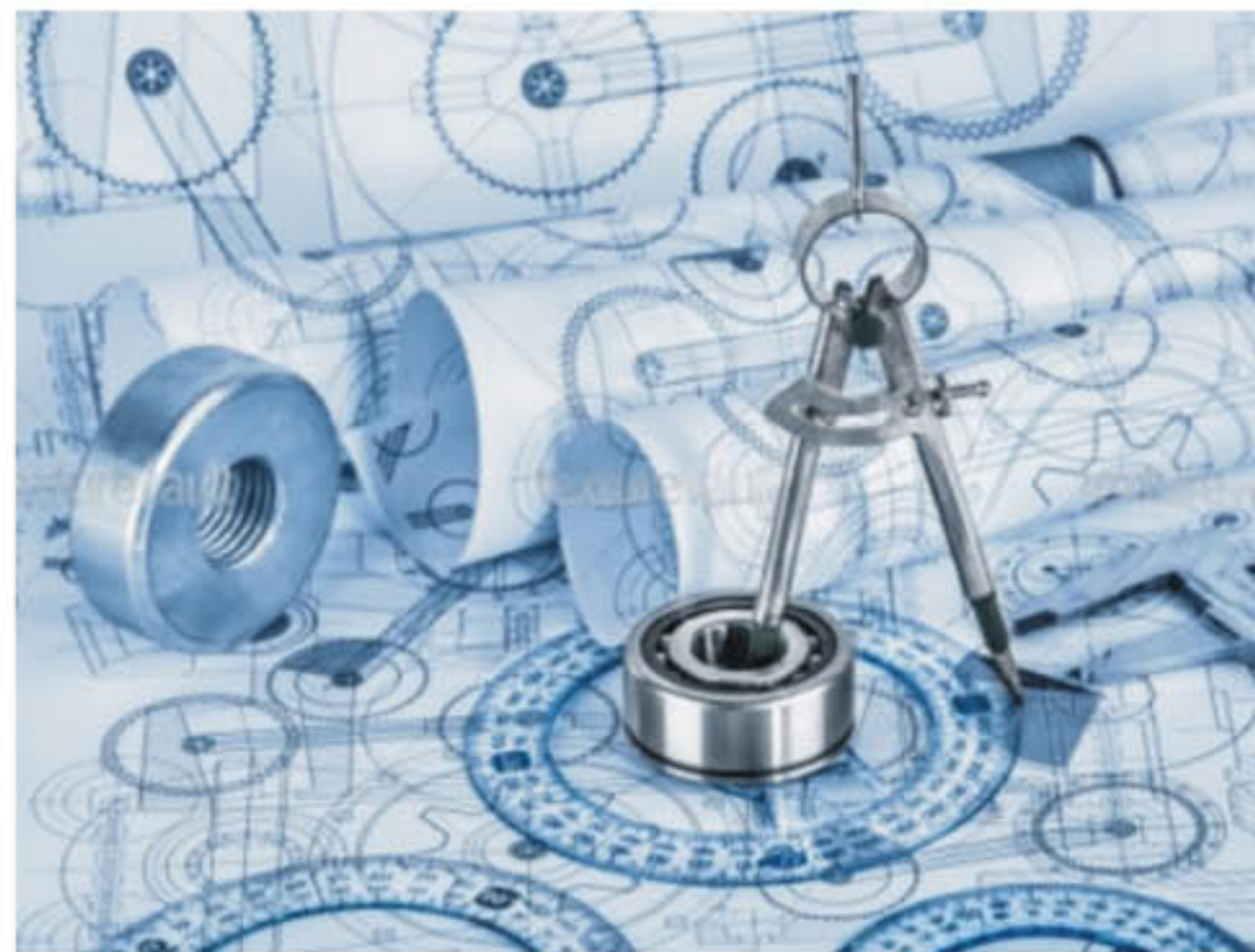
四是实施成本精细化管理，提高产品市场竞争力。通过信息化管理会计模块、库存模块与生产模块的全面集成，

可以实现适合瓦轴快速发展要求的标准成本管理体系，建立起面向全瓦轴的成本核算、分析与监控体系。

信息化系统是面向整个企业的管理信息系统，它强调把整个企业看成一个系统，按系统的观点去分析和处理生产经营活动产生的物流、资金流和信息流，各子系统紧密联系、相互制约、数据共享。瓦轴在实施过程中，对系统的功能进行了综合分析，将系统相关联的操作进行梳理、组合，从主要业务流程入手，按规定的条件时序产生相关的信息。这样充分实现了系统的数据共享，保证了数据一致性和可靠性。

信息化深入应用，将工具上升到系统

虽然瓦轴集团信息化应用



以取得一定阶段性成果，并且随着系统应用日趋深入，但应用越深入，一套软件不能取代所有管理的情况就愈加明显。

瓦轴在现有应用的基础上，不断的探寻，目前已在SAP系统基础上，逐步增加各种不同功能的子系统，将信息化管理继续向前端延伸，向细处挖掘。不仅限于个体和部门应用，不满足与提高局部效率；为了实现将信息化应用上升到系统，将企业经营的所有环节通过流程贯通在一起，通过结构化的数据记录经营的全过程，从基础数据、信息流转、业务协同、物料流转、质量管理、过程管控到成本核算，实现经营过程的闭环这些目标，瓦轴信息化人仍在持续追寻。

协作让企业更有生命力

□林超琼



随着科技的发展，信息技术在不断的改变人们的工作和生活，ERP给人的观念也不再只是局限于财务。从过去人们只是把信息化理解为电脑工具，到现在人们开始意识到好的ERP产品实质是在帮助企业管理规范流程，从而为企业带来更大收益。

但是如何能将ERP的价值在企业中发挥到最大，这是我在实施过程中一直思考的问题。固然，一套好的ERP产品能够拥有强大的功能和先进规范的管理流程来把控企业的很多细节，好的实施顾问可以从更高的高度来审视项目全局，为企业提供更好的解决方案。但我认为，能否真正的利用好ERP，使之为企业带来更大的价值，其实质还在于企业本身对于ERP的理解、态度及执行力。

首先，ERP经常被我们称作是“一把手工程”。因为，目前我们很多企业大部分业务工作还停留在人为判断和控制，启动ERP后一定会改变员工原有的工作习惯，导致员工在使用ERP的过程中会有抵触情绪，如果企业的高

层没有切实的了解到项目情况或是没有足够的决心去推行ERP，那么项目很有可能停滞不前或是半途而废。

在我们ERP的领域里，经常会提到一个关键词“财务业务一体化”，即财务的数据由业务信息产生，而业务信息又由业务人员依据发生的业务事件录入，从而实现财务与业务同步。在此情况下，每个环节都是息息相关的，前一个环节的数据错误，势必会影响后续的业务，这就要求员工对自己的工作要有足够的责任心，否则自己的疏忽就会给后续工作的人带来不必要的麻烦。ERP在规范企业业务的同时，也强调员工对待工作的责任感，这就需要企业各部门员工的积极配合。

正向京瓷的创始人稻盛和夫先生提出的“阿米巴经营”理念一样，我们企业的每个部门都是一个小企业体，有自己的领导和核心，既需要向其他的“小阿米巴”采购所需，同时又需要将自己这一环节的产品输送到下一环节。部门与部门之间被紧密的联系在一起，如果彼此之间没有积极的合作态度，那么工作很难顺畅的完成。

无论信息化会发展到什么程度，企业内部之间的协作都将成为管理的关键。再完善的制度也不能保证我们的每个环节都足够公平，一定会有需要彼此牺牲和让步的地方，这就需要靠一个企业的企业文化来支撑，作为企业的领导者，我们是否告诉过员工什么是合作，或是教会他们感恩？！

天翼将创造一个自贩机行业的春天！

□赵子峰



天翼t-vom产品系列及服务，对于国家自贩机产业规模的发展能够起到强筋的催化作用，目前各中小型自贩机运营单位、个体等机构，当发展至50台，布机范围达到1/2个三线城市时，在内部管理、仓储、车辆、人员、机器、销售决策等都凸显的力不从心，就像是在泥潭里行进，进程缓慢且费力，对于继续扩张的战略规划更是想都不敢想。那么怎么样才能够突破这个瓶颈，摆脱束缚呢？工具！而且必须是得力的工具往往是人们迫切需要的。

过去的6年里，天翼在该领域实施经验、市场调查、设计研发、推广等，为天翼自贩机全线产品的诞生夯实基础，同时也培养了该领域的业务顾问、技术专家、实施人员等，2012年由天

翼项目部与综合项目课（二课）合力组建了独立的自贩机事业部，确定了产品研发范围为t-vom、t-vom.com、tonyfree（微云）、A-vom、tony盒子（数据采集器），涉及到的领域与技术有M2M、SAS服务、SOA技术、GPRS定位、GIS、cloud云端、跨平台信息同步（类似apple的账户）、线上支付、即时通讯（二维码投诉）等。

全线产品于2013年上线，在不到一年的时间里，使用t-vom系列产品的客户已经达到281家，注册机器数量达到2518台，每个月处理的信息量超过1.8亿条。目前天翼的推广策略瞄准的是中小运营机构，现阶段试行完全免费的基础产品及功能模块的使用，而且联合移动等网络运营商向客户提供最优化的数据传输方案，让中小客户全无顾虑的体验该产品带来的效果。之后我们回访过几十家客户，要说系统好不好，这么说吧，短短一年内机台保有量增长幅度最大为50%，平均值在25%左右，数据说明一切！

现在国人还是比较喜欢便利店、商铺，经过市场调查发现，大部分人认为自贩机的销售没有人与人的沟通、不亲和，给人不安全感，另外在出货与找零方面都存在问题，而且真的出问题的时候又没有人及时解决，哪

怕是反馈一下。针对这些问题，天翼面向消费者推出了tonyfree产品，向消费者提供‘自贩机地图’‘饮品排行’‘线上支付’‘幸运时间’‘快捷投诉’‘赔偿办理’等模块，通过这种方式一方面增加运营商的推广策略与手段，另一方面解决上面提到的消费者的顾虑，也是天翼为运营商提供的增值性服务产品。

未来5年内，天翼在自贩机信息化领域要继续投入，加大投入！今年下半年，计划是将大连机房转移至北京或上海机房，重新建立服务器集群，为承载100,000台的自贩机机器提供基本保障，另外在各产品中进行完善性修正，综合各家客户提出的意见新推出一个版本。这些基础工作完毕后，明年年初开始逐步增加‘饮品推荐’‘有奖互动’‘附近贩售’‘饮品社区’等等，还会为运营商提供app或微信版电商平台，使用户可通过移动终端进行消费。后续还可集成手机支付等功能。

刚刚过了十岁生日的天翼在各行各业的信息化道路上一如既往的稳步前行，在自贩机业务更是如此，同样一如既往的为中国自贩机事业的大发展提供绵薄之力！

企业信息化系统工程



企业信息化是一个系统工程，每个环节的实
施对下一个环节的工作乃至整个工程的成败都起
到至关重要的影响。

而准备工作作为企业信息化的第一个环
节，更是保证整个工程成功的前提。

筹备企业信息化团队

首先需要筹备企业信息化的管理团队。团队
人员应该非常清楚企业信息化的目标，熟悉相应
的管理和业务。

在准备实施信息化时，企业首先要成立一个
信息化项目组，负责组织协调和领导信息化的实
施。

这个项目组的成员中，首先要有企业负责人
参加，以保证能对企业有总体的把握和决策权，
使信息化全面有力推行；在成员中还应对企业
非常熟悉的人员，他们处于企业的管理、科研、
销售、生产等核心位置，了解企业的运行和发展

情况；成员中还应有计算机信息方面人才，他们
熟悉计算机软、硬件系统，清楚信息化软件的功
能和实施，了解企业信息化行业。

自上而下了解信息化

了解企业信息化，可以找相应的专业人员或
咨询人员听取建议，但公司一定要自己做主导。

组织好信息化实施项目团队以后，就要开始
全面了解信息化。尤其让企业团队所有成员
对信息化有全面认识，清楚信息化到底
是什么、能做什么、不能做什么。这一过程很重
要。

目前大多数企业进行信息化时，很多企业负
责人、管理人员对信息化了解得非常笼统，只知
道可以提高运行效率，及时查看财务信息、销售
情况等，却不知道如何应用信息化手段分析企业
运行，如何利用信息化真正提高企业效率等具体
操作手段。

对信息化的了解可以采取通过相关咨询培
训、专人授课等方式，也可以组织人员到信息化
实施较好的单位进行观摩、了解。此时如果有咨
询公司介入，也要以公司自身人员为主，不要过
多地受咨询公司人员的影响和干扰。

确立实施信息化目标

有很多信息化失败的企业在进行信息化之
前并不清楚自己的目标是什么或者概念笼统，比
如只是提高企业效率、降低成本、加强管理等，
并没有认识和找出运用企业信息化如何提高效率
的具体目标，比如通过加快财务决策，或者提高
订单处理，或者降低库存等手段。

所以企业决定实施信息化之前首先要将企
业信息化的目标和作用认识清楚，然后信息化项
目组应根据企业自身的实际情况，去制定企业信
息化要达到的具体目标。

项目组也可以在了解信息化的同时就进行
自身企业信息化的思考，并整理制定企业实施信
息化的目标，即确定企业为什么要信息化，要解
决什么问题，能达到什么效果，以及怎样利用信
息化去解决目前企业遇到的问题等。

企业应根据自身的实际情况，去考虑需要
利用企业信息化实现的目标，最好能订出实施企
业信息化后对企业贡献的指标，并且该指标订得
越细越好。这样企业就能对将来信息化的实施形
成纲领性指导方向和思路。

做好流程、管理等变革准备

企业的信息化就是用计算机手段去实现企
业的管理运作，其业务流程、实现方法和原来都
有变化，所以信息化的企业管理和非信息化的企
业管理是不一样的。企业信息化不是模拟现有管
理方式，而是对现有管理模式进行结合和变革。

企业在实施信息化时应做好业务流程、管
理模式等变革的准备，以及做好将来人员岗位设
置和调整的准备，使企业在管理模式、业务流

程、组织结构和绩效考核等方面有明显改进、提
高和创新。

由于信息化管理与传统管理的思想、方
法、手段都不同，因此当企业实施该项目工程
时，必须从整顿企业原有管理和工艺过程的基础
入手。要将企业信息化和现在的业务流程结合起
来考虑，或进行彻底改变，或进行调整。

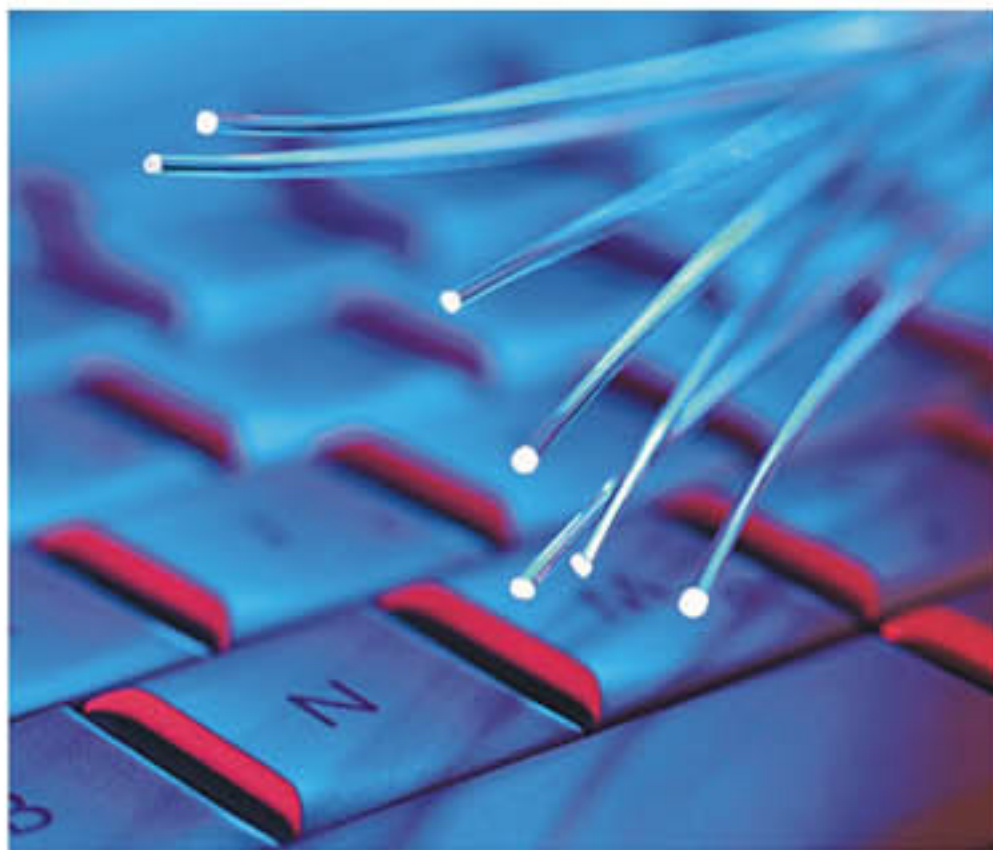
业务流程再造

在目标和思想确定以后，就要在具体管理
模式和业务中实现，通过分析企业的现有业务，
确定通过信息化如何实现，并进行整合。

一定不要用信息化去套现有的业务流程和
模式，而应该首先整体分析目前企业的业务情
况、运作流程、管理模式，根据已经制定的目
标，分析研究运用信息化去改造优化业务，并将
目标细化，贯彻到业务中，最终实现总体目标。
这个过程被称为“业务流程再造”。

这个过程有时很危险，因为将企业原来运
作成熟的模式改变为新的业务模式，是否适合企
业的实际情况，能否满足业务要求，人员能否适





应等都是需要面对的问题。

为了降低风险可以选择合适的分公司或部门进行试点运行，待没有问题以后再全面实施或一步步推广实施。

优化重组确定信息化要求

这个过程是关键一步，它是既基于目前的业务流程和方法，又在此基础上利用信息化手段来提高、重组和优化业务流程的过程。

在制定出实施企业信息化总的目标、管理模式和业务模式后，就要将业务目标分解到各个部门或业务系统。

例如，总目标是将产品和相关市场信息在一周之内汇总到决策部门，那么采购部门和相关业务系统应制定出在一周之内如何收集、分析信息，销售部门如何统计和反映信息等目标。

这要求各部门或业务系统根据总目标、总管理和本部门实际的业务情况、目前的业务实现流程和方法、将来自己部门要达到的业务目标，制定本部门或业务系统的目标和业务模式。

然后将企业新制定的信息化总体目标、总体信息化管理模式和业务模式，结合具体的部门和业务系统的信息化目标和业务管理模式，统筹兼

顾，优化重组，汇总成一个整体信息化文档，这个文档就是实施信息化的纲领文件。

选择好软件提供商

在信息化实施目标和纲要都确定以后，就可以选择信息化软件提供商了。企业可以通过公开招标的方式，也可以自己选择，也可采取引进监理单位为企业把好质量关。无论哪种方式都要企业信息化项目组亲自去了解信息化软件企业。

各个信息化软件企业的侧重点或做得好的方面不同，所以应根据已制定的企业信息化纲要去选择适合的软件企业。

目前国内信息化软件企业良莠不齐，所以选择时一定要谨慎，应全面了解一个公司，包括公司的信誉和实力，人员素质等。最好能了解这家公司实施过信息化的企业，这样更能说明一个公司的真实情况。

总之只有经过一个良好的前期准备阶段，从公司高层到部门负责人，再到业务人员都对企业信息化有详细而且深入地了解与理解，并将本企业具体的信息化目标确定下来，形成具体可以操作的实施规划，这样进行企业信息化实施就能有的放矢，从而提高企业信息化的成功率。

(该文摘抄自云扬集团 CEO-网易博客)



云时代下CRM

如何帮助中小企业实现商机管理

云计算的出现，给众多行业带来无数的机遇，也为CRM的发展带来新的动力。云时代的CRM不同于传统的CRM，而是将CRM作为一种IT服务，即SAAS（软件即服务）模式。这种模式解决了传统CRM欠缺灵活性、执行期冗长、缺少创新等弊端，并大大降低了包括软件许可、硬件、基础设施、升级、顾问团队等各个方面的隐性成本。

此外，云计算CRM实现多租户架构和即付即用的付费形式，企业可以按需付费，不用花费大量心力搭建CRM平台，只需要提供足够的客户信息并且选择适合的云服务供应商即可。

因为对于中小企业来说，优化企业内部管理、提升管理效率等并不是最为迫切的，相比较而言，商机管理和销售管理则是必须的。在中小企业的销售中，常常会产生企业客户资源累积之后的管理难以为继，如果这些问题不能及时解决，势必会致使企业在面临商机时因无法及时跟进而使业务遭受损失。

所谓“商机”，是指一次

完整的销售过程记录，一个从得到销售信息到签单成功或失败的过程。商机管理是在线CRM系统的一个重要组成部分，是对整个销售过程的跟踪管理。它的主要功能如下：

1、信息记录，业务进程跟踪

俗话说“好记性不如烂笔头”，尤其是当一个客户跟踪的时间长了，要是中间再换过几个业务人员以后，谁还知道什么时候跟客户的哪些人，说过什么话，作过什么事，给过什么资料，承诺过什么条件……所以信息记录，进程跟踪是商机管理的一个基础部分，它主要是记录与客户的每一次的联系记录，联系时间、联系方式、联系事宜、联系人是谁，结果如何，商机所处何阶段等。

而且业务人员可根据联系情况确定下次预约，到期系统会自动提醒。如三天内进行客户电话回访，约见客户负责人，展示公司产品，与决策人员见面并设置相应活动的时间，当时间一到，系统就会提醒业务人员进行相应的活动，不至于遗忘相关的销售机会或跟单不紧，导致跟单失败，在

活动完毕，业务人员在填写本次活动结果的同时又可产生下次的活动安排，这样一环扣一环，在跟单过程中随时反馈问题，最终实现成功签单。

2、统计分析，提高赢单率

商机管理模块中记录着大量与客户有关的商机信息，但这些信息中哪些是无效客户，哪些是目标客户，业务人员把精力放在哪里才能提高赢单率，系统都能解决。系统具有数据统计分析功能，通过对一些字段的编辑控制，能生成有价值的报表，指导业务人员的销售计划。

如根据商机所处的细分阶段，系统可生成销售漏斗，通过直观的图形方式，指出公司的客户资源从潜在客户阶段，发展到意向客户阶段、谈判阶段和成交阶段的比例关系。利于管理层对销售任务细化、分析，根据行业、区域、规模、时间等要素，将业务机会分配给最合适的销售人员，将有限的精力投入到最具有成交可能性的商机中去。

世界杯与企业管理的十大相似点



启示：管理一个企业与管理一支球队具有异曲同工之妙：领导者要有高超的排兵布阵法；员工要各司其职竭尽全力；团队要默契配合共同战斗……想要知道如何管理好企业吗？看一场球赛，对号入座，你就会瞬间秒懂了！

世界杯刚刚结束，空气任然弥漫着足球的味道。昨晚，几个朋友聊着聊着，话题却联想到企业管理上了。看来，不光是我，很多朋友都是“举头看足球，低头思管理”了。企业管理就像管理一支球队，要获胜就要有好球员、好教练、好团队……

1、教练就是CEO。青岛啤酒总经理金志国说：“我在青岛就担任着一个教练的角色……”CEO最重要的职责就是团队管理，排兵布阵、知人善用也是教练的首要。一旦球队战绩不佳，教练一般都会成为替死鬼，企业事业如此，业绩不好时，更换CEO也是家常便饭。选教练就是选职业经理人。足协也好，俱乐部老板也罢，选择教练也就类似于企业选择职业经理人。

2、强弱都是相对的，也经常强弱异势。足球场上强弱易势、胜败转换，可谓再平常不过的事了。夺冠呼声很高的球队，却经常连小组都出不了线，例子很多，被贝利预测的球队大抵这样。弱队最终夺魁也很多，比如丹麦童话和希腊神话。企业操作中也要有个好的心态，心态好了，弱势可变强；心态差了，强势可变弱。

3、大量的训练，才能形成集体间的默契配合。用脑“踢球”的习惯，是在平时的训练中养成的。坚信靠脑力赢，而不靠体力赢。

4、球队队长大多是中后场球员，前锋很少，企业领导人冲到第一线有弊端。一支球队中，队长就类似于企业的领导，

他们一般居于中后场，可能是后卫，可能是中场，也可能是守门员，因为处于中后场的球员更容易观察场上的形势，从而方便指挥。所以，一般来说，前锋做队长就很少，即使这些前锋很大牌。

5、即使是后勤服务部门，也要对公司的业务负责。在足球赛中，如果后场球员总是把球一个大脚踢到前场，那这种得球队是很难获胜的，同样，这种管理在企业中也是凶多吉少。

6、位置问题。足球赛中有很多带有“位”字的高频度术语，比如站位、卡位、越位、换位等等。企业里也有一个位置问题。一个企业，它有很多岗位。每个岗位上都有一个人，这个岗位的工作要求就是角色责任。每一位成员，对自己的责任，对自己要做好哪些事，遇到问题之后应该向谁请示与汇报，诸如此类，脑子里都很清楚。

7、得势不得分与赔本赚吆喝。得势不得分的尴尬，在足球赛中比比皆是。企业经营中也有类似的情况，比如赔本赚吆喝。这些情况都是很无奈的，有时候不得不归罪于运气。解决办法其实说白了也简单，就是临门一脚的问题。

8、犯规有时候也是必要的。足球场上，有的犯规很愚蠢，但也有很多是属于战术性犯规。这样的犯规，不仅不是坏事，而且很有必要，甚至价值很大。这一点很值得企业各级管理人员深思。

9、换人。球队久攻不下时，主教练往往会换人，经常也会收到奇效。企业管理中，当一个项目线索或者合作迟迟谈不下来时，是否也考虑换换人？

10、板凳球员的深度，就是企业人才储备的深度。不要小看板凳深度，这往往是两支势均力敌球队遭遇时最后取胜的关键。

一碗牛肉面带来的管理启示，值得深思！



THLDDL启示：经营管理不论在大企业还是在小作坊都起到十分重要的作用。解决好绩效管理、完善监督体制、掌控核心盈利模式、塑造企业文化，才能令员工权责明确，具有归属感，为企业作贡献。

一碗牛肉面中要放多少牛肉？

肉多，成本收不回了。

肉少了，客源就会流失。

更耐人寻味的是，这还是一则现实版的管理寓言故事。

朋友和一个小老板在路边闲聊，这个小老板谈及如今的生意，感慨颇多，他曾经辉煌过，于兰州拉面最红的时候在闹市口开了家拉面馆，日进斗金，后来却不做了，朋友心存疑虑地问他为什么。

“现在的人贼呢！”老板说，“我当时雇了个会做拉面的师傅，但在工资上总也谈不拢。”

“开始的时候为了调动他的积极性我们是按销售量分成的，一碗面给他5毛的提成，经过一段时间，他发现客人越多他的收入也越多，这样一来他就在每碗里放超量的牛肉来吸引回头客”，“一碗面才四块，本来就靠这个薄利多销，他每碗多放几片牛肉我还赚哪门子啊！”

“后来看看这样不行，钱全被他赚去了！就换了种分配方式，给他每月发固定工资，工资给高点也无所谓，这样他不至于多加牛肉了吧？因为客多客少和他的收入没关系。”

“但你猜怎么着？”老板有点激动了，“他在每碗里都少放许多牛肉，把客人都赶走了！”“这是为什么？”朋友激动地问道，“牛肉的分量少，顾客就不满意，回头客就少，生意肯定就清淡，他（大师傅）才不管你赚不赚钱呢，他拿固定的工钱巴不得你天天没客人才清闲呢！”

啊！结果一个很好的项目因为管理不善而黯然退出市场，尽管被管理者只有一个。

当大家讨论这个话题的时候，先是拍案叫绝，继而沉思，时而悲愤，时而慷慨陈词。

下面是一个博士，一个研究生，和一个MBA对这个问题的激辩。

1、首先考虑将小老板所用两种方案进行折中，即：底薪加提成的方法，提成根据每碗的利润分配。这样既可以防止他少放牛肉，又能防止他疯狂地多放牛肉。

2、后来又想到这一条是有条件的。问题是每碗的利润界定后怎么分配？一碗面能挣多少是瞒不过大师傅的，如果不能让双方的利益在某个点达到平衡，一切又会恢复原样。而

要达到所说的那种平衡涉及到一个复杂的相关函数问题，说不定还要用到博弈论。

3、把面馆承包给大师傅，老板拿了提成后回家养花弄鸟去。当然，提出这个方案后他们都有过短暂的脸红，再否定！

4、然后他们谈到了企业文化、正义、道德、人性，并一致认为：管理学博大精深，成为一个优秀的管理者非得经过百般磨练方能修得正果，再先进的管理理论也有不适用的时候。

是啊，就这个小牛肉面的故事，却反映出了一个小企业管理中的种种问题。

首先就是一个关于大师傅激励的问题。可以设计一个激励机制，就是在定额约束下的销量或利润累积奖励。

根据每碗面的顾客可接受效用制订一个材料定额，大师傅的工资还是按照销售量提成，但是前提是月度的材料消耗不得偏离定额太多，例如允许波动幅度为20%，否则只有基本工资。

或者说每碗面规定需要添加的牛肉克数，一批牛肉的总量是固定的，拉面的卖出量是可以计算的，多少碗面放多少斤牛肉限定住了，哪个加牛肉的要敢多加或者少加，工资就对不起了。

还是底薪加提成工资，老板自己心里得算清楚一碗面的成本是多少？利润是多少？如果牛肉放多了，客户多了，以牛肉最大量为定量，以面条量为变量，控制一下放面条的多少使自己还有利润可赚，这个就得有一个取值的过程了！

虽然现在都讲公司效益与员工利益进行挂钩，股权分配是个好法子，但对于一个小店，搞什么股权激励，有点不切实际了。

其次，饭店也是制造，必须有工作程序、定额消耗以及制度规范，可以没有书面东西，但老板必须心中有数才行。

对这个小老板的拉面店来说，其实就是师傅以技术入股的方式和老板利润分配，大家都双赢。两个人合伙做，费用两个人摊，进行规划化管理。

在工作程序上：比如制订SOP（SOP是Standard Operation Procedure三个单词中首字母的大写，即标准作业程序，就是将某一事件的标准操作步骤和要求以统一的格式描述出来，用来指导和规范日常的工作），包括面条的量、水的量、肉的量等bom（物料清单）明确规定，制造方法、工艺也请大师傅标准化。

在定额消耗上，也与上述的激励密切相联；薪水报酬上，参考社会上的平均工资和本店的盈利水平，结合师傅的

劳动量、劳动结果（营业额的增加降低、顾客的反馈等）进行综合评定。

此外，将复杂的事情简单化：老板娘放牛肉不就得了？关键的资源一定要掌握在关键的人手里！关键资源才是最重要的。

老板掌握了店面的所有权，才可能有大师傅为他打工；老板娘掌握了牛肉的分发权，才有可能防止材料的浪费和滥用。不过，老板还应该再掌握大师傅这一核心的人力资源，怎么掌握还是一个难题……唉，人力资源……而且，作为小规模店铺，老板要熟悉每一个环节，才能做好管理。

如果老板很熟悉牛肉面的制作，师傅也不敢乱来。有效的经营监督就是这样。

另外，任何工作除了要有监督、控制，其余的事情都可以通过沟通来解决。

本例中没有一种好的办法能一劳永逸地解决分配问题，在这种作坊式的小企业里，老板与员工每天有大量时间接触，关系是否和谐非常重要。惟有靠小老板良好的个人魅力并善待下属，才会让大师傅内心产生归属感及满足感，积极工作努力为老板创造利润，到那时候牛肉的多少就不成麻烦了。

中国企业工业4.0路径

制造企业应该逐步转向信息化、数字化和智能化，从而将生产水平提升到一个新的高度，为“引领制造业未来”做好准备。

“工业4.0(Industry 4.0)”这一理念已从德国传播到中国，同智慧地球、工业互联网等词汇一样，工业4.0再一次把生产制造业的未来作为其关注点。

从工业1.0到工业4.0



解读工业4.0

按照德国西门子股份公司工业业务领域总裁鲁思沃博士的说法，“工业4.0”的基础是分布式自组织式的生产流程与大规模单件生产趋势日益融合。因此，人、机器和数据相互连接构成信息物理融合系统(CPS)。这些互联互通的智能体通过基于互联网的技术进行通讯，自行决定可行的最佳生产路径。

简单来说，“工业4.0”项目主要分为两大主题，一是“智能工厂”，重点研究智能

化生产系统及过程以及网络化分布式生产设施的实现；二是“智能生产”，主要涉及整个企业的生产物流管理、人机互动以及3D打印技术在工业生产过程中的应用等。

虽然作为德国高科技战略的一部分，“工业4.0”的发展得到了政府的大力支持，德国政府为该项目的投入高达2亿欧元。鲁思沃博士仍然认为，尽管如此，该领域不会出现技术性爆发，而是会经历数十年的发展。并且将会出现许多需要解决的问题，包括合适的迁移

路径、如何定义标准、传感器技术的进一步发展、安全措施以及概念和策略的发展等。

“只有经历了工业革命之后，回顾过去，才能说使用‘第四次工业革命’这个词是否合适。但与之前的工业革命相比，过程无甚差异。”鲁思沃博士说。

中国企业需加快转型

作为世界上“最大的工厂”，中国在制造领域发挥着巨大的作用。在中国经济需要转型升级的当下，中国的制造



业正在从“中国制造”向“中国创造”迈进。

但是，面对发达经济体如火如荼的再工业化运动，以及东盟国家、印度及拉美国家试图超过中国的阻碍。这样的形势之下，保持增长，同时促进产业升级，对于中国制造业领域来说，仍然是最大的挑战。

鲁思沃博士建议，通过发展技术创新，促进绿色制造，转型为以服务为基础的制造业，中国就能沿着全新的道路走向以高技术含量、优异的产品质量、低能源消耗以及高经济效率和充分利用人力资源优势为特征的工业化。同时，他认为，提高生产力、加快产品上市、灵活的生产模式以及提高资源效率，是从“中国制

造”转向“中国创造”的关键因素。

为了实现这一转变，需要先进的技术和高效的生产体系。因此，制造企业应该逐步转向信息化、数字化和智能化，从而将生产水平提升到一个新的高度，为“引领制造业未来”做好准备。

而数字化的企业平台，就是企业实现全生命周期两化融合的途径。西门子(中国)有限公司执行副总裁、工业业务领域总裁吴和乐博士向记者介绍，数字化企业平台是实现数字制造的载体。它可以实现包括产品设计、生产规划、生产工程，到生产执行和服务的全生命周期的高效运行，以最小的资源消耗获取最高的生产效率。

该平台的实现需要企业以数字化技术为基础，在物联网、云计算、大数据、工业以太网等技术的强力支持下，集



成目前最先进的生产管理系统及软件和硬件，如产品生命周期管理(PLM)软件和制造执行系统(MES)软件以及控制和驱动技术等。

在提升资源效率层面，制造业企业首先需要考虑设备层面的资源效率提升方案，例如高效电机、变频器等进行设备层面的节能。同时，企业需要将眼光放远，关注能够使全生命周期资源效率提升的整体解决方案。

所谓整体解决方案，指将现有的技术和创新全部整合到一个数字化企业平台中，从企业层面到设备层面给出“基于成本设计”及“基于节能和资源设计”的完整资源方案。产品开发流程和生产流程中的所有环节在生产开始之前就已在虚拟环境达到了最优化。产品设计和生产任务配置所消耗的时间、人力、设备和原材料资源会得到大幅缩减，生产流程也会大大改进。

【大连天翼】

金牌课程 金牌服务

——第一期 财务管理

□宋敏

2014年4月17日，伴着绵绵细雨，迎来了大连天翼金牌课程第一期“金牌课程 金牌服务——财务管理”用户会。为了让用友新老客户能够熟练应用系统，提高工作效率和质量，同时为客户提升个人能力和价值，大连天翼特推出“金牌课程 金牌服务”。本期培训课程经过一周的客户邀约，当日到达现场的客户多达28家，超出事先预想的20家规模。

培训前期天翼服务部门培训顾问与多家客户交流培训关注点，有针对性的对财务模块的系统管理、总账等共性问题，形成了这一期培训课程的内容。总账、报表等财务内容由资深服务顾问王晓燕进行现场培训。期间对客户提出的实际操作及日常工作中遇到的问题进行现场解答及操作讲解。



本次课程后期由资深服务专家、服务部门经理高成富，针对U8+的新版本亮点、ISD的使

用方法及重要性进行全面的讲解及现场操作指导。让IT人员能够更全面的发掘企业自身信息化发展方向，为企业的IT推广起到推波助澜的作用，同时让客户感受到用友ISD云服务的便捷性及用友高效的服务体系。



通过金牌课程和客户建立一个分享互动平台，不但为客户企业降低培训成本，而且把用友最新产品介绍进行传播及推广，同时让客户把常见的问题进行集中反馈解答及共享，在培训的现场通过客户踊跃发言把一些日常遇到的问题提出来分享给其他客户，避免大家在日常工作中发生。让系统操作人员掌握应用技



巧，提升工作效率。



金牌课程来源于客户又服务于客户。培训老师通过对企业管理与信息化的理解及丰富的项目实施经验，结合在实际客户服务现场遇到的问题，进行综合的讲解，提示客户如何在实际工作中规避类似问题出现。



金牌课程的最后，各位参会的客户针对金牌课程如何才能更贴切的服务客户，给客户带来价值，提升管理，给我们提出宝贵的意见。到场客户纷纷表示，非常愿意每个月都来参加天翼金牌课程，通过此次培训课程，让他们对系统的应用及价值有了更深入的体会和认识。

【大连天翼】

大连天翼成功参展第十二届国际软交会!

为期四天的大连国际软交会在昨日圆满落幕，大连天翼信息科技有限公司作为参展单位收获颇丰，在软交会期间展示了其最新研发的“自贩机运营管理平台”等一些高新技术产品，得到了参会的专业人士的一致好评。

展位络绎不绝的热闹场面从未间断，参会的专业观众对大连天翼信息科技有限公司表现出了极大的关注。展会期间的精彩瞬间……



图一：展会期间大连天翼获得多个奖项



图二：我司自贩机在VIP贵宾休息区的宣传



图三：展位前排队的热闹场面



图四：公司业务宣传一角

【大连天翼】

热烈庆祝 大连天翼中标“辽宁省海洋经济运行监测与评估二期” 软件采购项目

大连天翼凭借在软件行业的雄厚实力，一举夺得辽宁省海洋经济运行监测评估二期软件采购项目。

在一期项目中，我司研发的海洋经济运行监测系统得到了用户的极大好评。不仅实现了对涉海企业、涉海部门、用海企业和海洋行政主管部门等多种数据来源的数据进行整合应用，还提供互联网、海洋专网和电子政务内网的三网部署。系统满足了业务部门的海洋经济数据上报，企业信息管理等业务需求，更额外提供了审核流程等系统功能，以更好的支持业务部门使用。

相信在二期项目中已大连天翼出色的研发能力，一定能够达到甚至超出用户的预期!

【大连天翼】

移动互联网时代的智慧企业 ——中小企业信息化成功之路

□ 陈蕾



论坛现场高朋满座，嘉宾慕名而来

6月19日，第十二届软交会盛大开幕，由大连市经济和信息化委员会和大连软件行业协会指导，大连天翼信息科技有限公司、青岛信普软件技术有限公司和用友优普信息技术有限公司主办的“打造移动互联网时代的智慧企业——中小企业信息化成功之路”主题论坛成功举办!

本次论坛邀请到了大连市经济和信息化委员会副巡视员班喜光先生，大连市机械行业协会会长李守彬先生，大连市服装行业协会信息部部长寇晓亮先生莅临参会。

大连市经济和信息化委员会副巡视员班喜光先生，在致辞中表示：大力推进信息化与工业化深度融合是促进工业转型升级，走新型

工业化道路的必然选择。促进两化深度融合，就是要利用信息技术的渗透性和带动性，充分发挥信息化在改造提升传统产业提高信息化条件下我国企业的核心竞争力。

大连天翼信息科技有限公司总经理姜增辉先生，在主题演讲“产业化运维——中小企业信息化成功之路”中讲到，企业发展离不开信息化，而如今与移动互联网应用相结合的企业信息化正在开辟企业发展的新时代，同时已经深刻影响到了企业管理发展图景及竞争格局和企业市场竞争中的影响力。

大连斯瑞特高新技术公司财务总监刘英先生，带来的企业信息化案例分享，让在场来宾深刻体会到了通过与大连天翼的合作，信息化管理深度应用，不仅提高了企业工作效率，而且为企业降低了管理成本，为企业发展保驾护航。刘英总监还提到，未来公司的规划中，将传统信息化与移动管理应用相结合，如移动审批，人员管理等，将为企业实现最优管理效果。

【大连天翼】

金牌课程 金牌服务

——第二期 固定资产及条码管理

□ 郜悦匀



2014年6月17日，为回馈客户长期以来对用友优普和天翼的关爱、信任与支持，大连天翼信息科技有限公司为U8老客户送上“金牌课程”第二期：“固定资产及条码管理”。

本期培训的内容是U8固定资产模块的应用、日常业务以及注意事项。来参加培训的都是

U8的老客户，他们在培训中也提出了很多日常工作中遇到的问题，在课堂上大家积极的讨论，现场气氛活跃，互动不断，收获颇丰！

本次培训圆满成功，在课堂上学员们不仅对U811.1新版本固定资产模块有了深入的了解，并且也对U811.1先进的固定资

产模块的管理给予了好评，很多客户通过培训希望可以将现有的版本升级至最新版本，尤其对固定资产条码管理很感兴趣，只要通过扫码的方式便可对固定资产进行新数据的维护，盘点，查询，条码管理的方法不仅简化了大家日常维护工作而且也大大提高了对固定资产管理的效率。

此次交流也防止企业对于现在市场上的一些先进的管理方式一无所知，闭门造车。提高管理者的信息化的意识，用先进的管理理念为工作提供便捷。

课程结束后，参加培训的企业对本次的课程均予以了肯定，表示此次的培训课后感觉很受用，感触很深！通过此次培训，企业对固定资产管理有了更深入的理解，日后我们还会准备更多更高品质的金牌课程，为客户提供更多有价值的服务！

风雨兼程，天翼一路相伴，与您同行！

大连天翼作为用友优普大连地区的总代理，深知用友优普U8+移动应用为中小企业管理带来的无限价值，特别邀请了用友优普信息技术有限公司大连办事处总经理刘宏伟先生分享用友优普U8+移动应用的创新管理。相信凭借用友优普业内领先的优秀软件和解决方案，以及天翼公司雄厚的技术实力和交付能力，必将为大连地区的企业带来更优异、更高效的信息化深度应用与贴身服务，为大连地区中小企业实现传统信息化与移动互联网完美结合，带来新的成长动力。

移动互联网时代，如何应用移动互联网思维营造企业创新变

革？大连天翼信息科技有限公司副总经理杨海滨先生，针对“打造移动互联网时代的智慧企业”做了重要演讲。从互联网时代与智慧企业分别阐述，引申到建立互联网思维和商业模式，帮助传统企业实现互联网转型。并着重分析了以下关键点：

电子商务：如何做好内部外部协同是关键，可以通过管理系统规避信息孤岛的现象，促进协同效率。

O2O (Online To Offline)：只有利用互联网的特质完成供应链重构才可以真正实

现，未来最有价值的O2O模式，局势精准聚合消费者个性化需求进而优化供应链端的C2B模式。对制造业而言，意味着库存成本大大降低，对服务业而言，也会提升服务的体验价值，服务链条的运营效率更高。

移动互联网时代，企业信息化发展的格局已经建立，大连天翼信息科技有限公司愿辅佐中小企业，将传统信息化管理与移动互联网应用相结合，走向信息化成功之路！

【青岛信普】

热烈庆祝

大连天翼投资的青岛信普公司成立

青岛用友优普总代授权仪式

□ 张煜



图一：授权仪式现场



图二：用友优普信息技术有限公司副总裁兼北方区总经理徐洋（左）青岛信普软件技术有限公司总经理罗军榜（右）



图三：青岛信普正式成为用友青岛区域总代

2014年5月20日对于年轻人是个表达情感的好日子，很多对新人喜结连理，对于青岛广大软件用户亦是如此，青岛的薄雾中满眼朦胧与浪漫，在今天青岛信普软件技术有限公司与用友优普总部签订战略合作协议。成为青岛地区用友优普产品总代理，同时，青岛信普公司成为U9, PML, CRM授权专业服务合作伙伴，自此，青岛地区用户将得到周到、细致、专业化的软件解决方案服务。

青岛信普软件技术有限公司是由大连天翼信息科技有限公司在青岛投资设立的具有独立法人资格的软件公司，为企业用户提供“无边界一体化的企业管理系统”，致力于青岛地区企业信息化及两化融合业务的拓展及服务。

在十多年行业经验、解决方案积累的基础上，信普培养和造就了一批专业的信息化实施和交付高端人才，确保了数百家企业信息化项目的顺利交付和深度应用。在青岛地区树立了海尔集团等多事业部、多企业的典型样板客户。

相信定制化服务专家青岛信普携手行业解决方案专家用友，会为您的信息化构建出1+1≈∞的无边界一体化至高境界！

【青岛信普】

两化融合 · 共创未来

□何道芸

盛夏到来,青岛信普同事开拓市场的热情让我们都感觉这个夏天似乎也不是那么酷暑难熬。日前,信普接到了青岛光谷软件园“两化融合·共创未来”发展研讨会的邀请,罗军榜罗总代表信普软件参加并发布了《基于物联网RFID应用的数字车间管理》的主题演讲,让更多的同仁及客户加深了对信普公司业务能力的认知。



MES是面向制造企业车间管理,管控生产制造过程的化系统,而实现MES的终极目标就是为企业打造一个扎实、可靠、全面、可行的生产制造协同管理平台,包含了制造数据管理、计划排程管理(APS)、生产调度管理、物料存储管理、全面质量管理(TQM)、人力资源管理(HR)、设备管理、看板管理、生产过程控制、数据集成分析、上层数据集成分解等管理模块。

现代社会,企业的规模越来越大,生产制造成本的增加,市场竞争要求企业敏捷生产及企业响应速度慢、资源利用低、基础管理弱等等一系列的企业问题,都可以通过我们的MES实现。

怎样使用MES帮助企业实现信息化管理?罗总用一个案例来展现了整个MES所能带给企业的收益。

海尔集团是全球领先的整套家电解决方案提供商和虚实融合通路商。公司1984年创立于青岛。2013年,海尔集团全球营业额1803亿元,在全球17个国家拥有7万多名员工,海尔的用户遍布世界100多个国家和地区。

其中海尔空调,使用的就是信普智能生产管理系统。

该系统可实现功能:

1、通过透明制造,可以



“透视”制造现场,通过看板、作业数据交互、流程管控等手段,使生产全程透明、可控;

2、RFID自动采集条码,家电行业第一家将RFID应用于质量跟踪系统;

3、LED生产看板展示,生产看板将信息实时共享,看着目标生产,消除部门间的壁垒,同时实现敏捷生产。

信普帮助海尔空调实现了一个扎实、可靠、全面、可行的生产制造协同管理平台,且秉持了一贯坚持的100%的项目实施成功率,也给信普的发展开拓了一条阳光大道,青岛信普将以做优秀的信息化增值服务商为目标大步迈进,立志成为青岛高端软件服务企业!

【青岛信普】

信普携U8⁺11.1 进驻海尔U-HOME经营体

海尔,闻名遐迩,以白电和服务著称于全球,统治这片沃土已经数十年。而其中最具有高科技含量、最具物联网超前思维、最具海尔创新特征的U-HOME经营体,最近将橄榄枝抛向用友U811.1,花落青岛信普,决定由青岛信普来实施U-HOME经营体的从销售、采购、库存、质量检验、追溯、发货、售后服务、供应商管理的综合业务系统,而这只不过是H-HOME企业信息化建设的起点。

这是经两轮筛选、层层答辩之后的慎重选择。这是各业务部门的集体智慧决策。这也是青岛信普以实施能力获得客户信赖的又一佐证。以超出第二名友商近40%的价格,获得U-HOME的青睐,足以显示青岛信普实施企业信息化建设的强大实力。我们总是说,选择系统,第一层次是要看价格,第二层次是看功能,第三层次是要看如何规避风险。青岛信普获得了客户最终的信赖,客户证言:经过两轮筛选后,发现交给你们实施,我们最放心。



相信,随着项目进程的深入,信普定当以强大的实施能力、丰富的实施及二次开发经验、优质周到的贴身服务,在双方共同努力下,U-HOME经营体达到预期系统使用效果,从而为U-HOME基于物联网的智能家居朝阳事业领域在全国普及推广起到至关重要的推动作用。

附: 海尔 U-HOME 经营体介绍。



“U”即“ubiquitous”,“随时随地、无处不在”之意。
 海尔U-home是海尔集团在信息化时代推出的美好住居生活解决方案。它通过通讯网、互联网、广电网、电力网等多网融合的网络平台,采用有线与无线网络相结合的方式,把所有设备通过信息传感设备与网络相联,从而实现了“家庭小网”、“社区中网”、“世界大网”的互联互通,并通过网络实现了3C产品、智能家居系统、安防系统等智能化识别和管理以及数字媒体信息的共享。
 海尔U-home作为物联网时代的全新生活方式解决方案,改变了人们的传统生活方式:使您在世界的任何角落、任何时间,均可以随心所欲地与家中的电器设备互动;使您通过“N屏合一”的各类终端设备,足不出户即可享受到来自“社区中网”的各类增值服务,畅享“安全、便利、舒适、愉悦”的高品质生活。
 行在外,家就在身边;居于家,世界就在眼前。

“智”造中国信息化企业

——PLM从设计到制造解决方案研讨会·大连站隆重召开

2014年4月17日，由用友优普大连总代理，大连天翼信息科技有限公司主办的“智”造中国信息化企业——PLM从设计到制造解决方案研讨会·大连站隆重召开。用友软件股份有限公司PLM事业部总经理李光锐博士、用友软件股份有限公司PLM事业部华北大区总监宗彬彬先生、大连冷冻机股份有限公司PLM项目组甲方项目经理张军先生、大连天翼信息科技有限公司总经理姜增辉先生，及50多家企业领导和代表出席本次会议。



图一：PLM用户会现场高朋满座



图二：大连天翼总经理致辞

天翼总经理姜增辉先生首先致欢迎辞表示：新形势下中国制造业需要什么？“十二五”规划对制造业提出了新的要求：“制造业要转型升级，提高产业核心竞争力”。以技术研发和技术创新为核心构建高效的项目研发管理体系无疑是各企业实现转型升级的加速器。



图三：用友PLM事业部总经理李光锐博士演讲“高效创新，引领研发管理升级”

本次会议的第二个环节就吊足了与会嘉宾们的胃口。用友PLM事业部总经理、用友PLM首席架构师李光锐博士与嘉宾们分享了“产品创新数字化成就世界级制造”。重庆大学机械工程博士、“十一五”重庆市制造业信息化、技术信息化专题专家、国家科技部“十一五”信息化重点支撑项目：重庆市制造企业“甩图纸”工程项目负责人、责任专家……带着这些光环的李光锐博士并没有因此而与嘉宾们疏远，而是会后各位嘉宾积极于李博士交流探讨企业管理中遇到的问题，请李博士指点迷津，李博士一一耐心解答。李博士在演讲的过程中，嘉宾们也都是奋笔疾

简讯：

热烈庆祝

大连天翼在用友顾问等级认证中取得可喜成绩

在用友集团举办的2014年用友顾问能力等级认证考试中，我司取得了骄人成绩。本次共19位同事通过，他们不但展示了自身的能力，更提升了公司服务广大用友用户的能力，壮大了公司服务实施队伍，同时也体现了天翼信息作为用友集团大连总代理的实力，相信在下一届认证考试中，会涌现出更多的取得优秀成绩的同事。

让我们拭目以待！

书，希望记下李博士的字字箴言。

运用PLM实现设计制造一体化管控，发现管理问题，改进企业的研发业务流程、提高产品数据管理水平，由此可见：PLM是实现产品创新，提高企业核心竞争力的必由之路。



图四：大冷股份PLM项目组甲方项目经理张军先生分享“大冷股份PLM项目的经验心得”

会上，大连市第一支A股上市公司，辽宁省第一家年产值过百亿的装备制造业公司，拥有职工3000余人，总资产过百亿元的大连冷冻机股份有限公司派PLM项目组甲方项目经理张军先生，与参会领导和嘉宾一同分享“大冷股份PLM项目的经验心得”。

最后，用友PLM事业部北方大区总监宗彬彬先生，为我们带来“用友PLM设计制造一体化管理解决方案”主题演讲。通过宗老师的演讲，让在场嘉宾更进一步了解到PLM在缩短研发项目周期、降低



图五：用友PLM事业部北方大区总监宗彬彬先生演讲“用友PLM设计制造一体化管理解决方案”

成本、增加价值等方面为企业带来了诸多益处。

此外，会议还安排了互动答题有奖和微信摇一摇的抽奖环节，共有12位幸运来宾中奖，满载而归。

听了几位演讲嘉宾精彩的演讲之后，与会嘉宾胸中已经燃起了对于PLM的兴趣及热情，此次会议让大家受益匪浅。相信在用友软件的支持和协同下，天翼公司会帮助更多制造业企业实现PLM+ERP的一体化管理。届时，必定会为客户提供更多更实在的价值和个性化的本地化服务！衷心的感谢李光锐博士和宗彬彬老师，从北京赶到大连与我们一同分享PLM，衷心的感谢各位嘉宾伴着绵绵细雨百忙之中参会，相信企业将会实现用技术重塑管理、创新业务，提升核心竞争力！

高效 协同 严谨 合规

——医药流通行业新版GSP认证管理研讨会·大连站

2014年5月8日



会议现场座无虚席

5月8日，由用友优普大连总代理：大连天翼信息科技有限公司主办的“高效 协同 严谨 合规——医药流通行业新版GSP认证管理研讨会·大连站”于大连瑞诗酒店隆重召开。与会的领导有：用友集团医药行业事业部总经理徐瑞刚先生；大连天翼信息科技有限公司总经理姜增辉先生；大连安信物联科技有限公司销售总监滕锐先生。本次会议全面展示了用友软件与天翼公司带给客户的全新信息化解决方案以及深度的企业信息化应用之道，指导医药行业用户面对GSP新规，如何提高自身的信息化管理能力。目前，辽宁省的医药流通行业企业正在分别申报认证中。天翼公司拥有软硬件一体化的解决方案和客户实例。研讨会座无虚席，讨论热烈。

大连天翼信息科技有限公司总经理姜增辉先生做了精彩致辞。姜总指出，新版GSP和以往的任何版本都有不同，真正改变“两层

皮”。在这种新的国家政策的大背景下，现阶段医药流通行业面临信息化改革关键时期，医药流通企业要审时度势，能够借助信息化手段既达到国家标准又可加强公司的经营管理、提高公司效益，达到双赢！

来自上海的用友医药流通行业首席专家、用友集团医药行业事业部总经理徐瑞刚先生分别从新版GSP实施后医药流通行业动态、如何理解新版GSP的管理要求、用友医药流通行业解决方案、用友医药流通行业新版GSP认证回顾、医药流通行业新版GS

P认证准备建议等五个方面详细阐述了用友医药行业解决方案及新版GSP认证经验。徐老师已经经历过广东，上海，北京等各地审核通过新版认证现场，并且以业务财务一体化，以七票统一，以四位一体，以强大的软硬件一体化体系支撑了客户获得审核通过。徐总丰富的行业经验和渊博的学识让在场的嘉宾为之震撼！

为了让今天与会嘉宾能够超值而归，帮助医药流通企业享受软硬件一站式服务，大连安信物联科技有限公司销售总监滕锐先生还准备了医药流通行业新版GSP的前端数据采集解决方案，其主要从新版GSP解读及解决方案两部分解读让现场嘉宾产生了极大的兴趣，大家纷纷记录保存，收获颇丰！

本次会议在一片快乐祥和的气氛下圆满结束，天翼公司承诺和广大大连医药连锁行业企业客户共同成长，为各位客户顺利通过新版GSP认证保驾护航。

真正的枕戈待旦，严阵以待！



会后参会领导、嘉宾合影留念

热烈庆祝

大连天翼、青岛信普成为用友区域总代理

2014年是个特别的年份，大连天翼信息科技有限公司及其子公司青岛信普软件技术有限公司与用友及优普总部签订多项战略合作协议，并分别成为大连及青岛地区用友优普产品总代理。

其中，大连天翼信息科技有限公司被用友优普授权为U8标准套件、U8 All-in-one、PLM、CRM等产品的大连地区总代理，被用友股份授权为NC产品战略合作伙伴。

青岛信普软件技术有限公司被用友优普授权为U9、PLM、CRM等产品的青岛地区总代理。

两家公司本着客户第一，服务至上的原则，定会造福于大连、青岛两地的用户，提供更专业、周到的用友产品实施服务！



图一：授权大连天翼为U8标准套件钻石级经销商



图二：授权大连天翼为四星增值经销商



图三：授权大连天翼为金牌产业链软件经销商



图四：授权大连天翼为服务外包(OSP)伙伴



图五：授权青岛信普为青岛区域总代理

【V12.0先睹为快】

U8⁺V12.0 新特性先睹为快

用友U8⁺V12.0经过一年的创新设计与研发，即将发版，U8⁺V12.0在继承U8⁺以往的强大产品功能基础上，在营销服务、全面移动应用、精细业务控制、应用体验、云服务集成、快速实施等方面进行创新研发，它不仅为成长型企业提供了实用先进的最佳管理实践，而且为企业提供了互联网时代下的企业管理与电子商务平台。

· 强大的营销服务一体化：U8⁺V12.0 CRM增加了服务管理，为企业提供了全生命周期的营销服务一体化应用，有效地管理整个服务过程，使服务管理更精细；U8⁺V12.0还同步实现了呼叫中心集成应用，将CTI与CRM集成整合实现了通讯与数据管理之间的连接，让通讯渠道的客户数据流与CRM管理无缝对接，提高了呼叫中心工作效率。

· 集成化的电商平台：U8⁺V12.0电商订单中心实现了从业务集成到数据集成及多维度的数据分析，并深度支持O2O经营模式（会员制），网络前端与运营后端高效协同，灵活支持组合销售与促销方案的制定，使得企业电商业务更加标准化、仓储物流高效化、收益成本精准化、会员管理人性化、电子数据价值化。

· 全面的移动应用：U8⁺V12.0移动应用覆盖了企业经营各个环节，在营销服务方面全面支持移动CRM、移动销售、移动巡店、移动访销、移动服务、微信会员的应用，U8⁺V12.0提供的移动

UU、移动OA、移动考勤使得全员移动应用变为可能，同时针对企业不同的管理者提供了实时的移动审批、移动报表应用与移动分析应用，企业管理者可以实时监控企业运营状况。

· 精细的成本控制：U8⁺V12.0在成本精细控制方面更加突出，可以精细化核算每道工序的分项成本，分析料、工、费具体构成，为企业控制成本提供依据，准确对外报价，把握市场机会；库存商品管理也更加精细，可以按批次范围进行计价。

· 灵活的计划体系（MRP/LRP）：U8⁺V12.0 MRP增加支持通过选择销售类型、采购类型，生产类别及不同仓库范围实现简单的多工厂计划模式，同时对LRP计划功能在支持更多参数选择、计划来源跟踪、计划维护的易用性等方面做了重大改进，帮助用户实现采购与生产计划的准确性和及时性。

· 设计制造紧密集成：U8⁺V12.0增加支持PDM一体化安装，针对以图文档管理为重点的目标客户，增加支持一体化安装及基础设置同步处理功能，并针对存在订单BOM的销售订单支持设计申请和PDM设计数据传递，从而实现U8与PDM更紧密流畅的一体化应用。

· 集成的云服务模式：U8⁺V12.0通过网上报销系统与携程商旅网站实现了集成应用，支持直接

从携程网下载相关机票订单数据并进行报销，记录数据关系。通过HR系统集成法律合规公有云服务，提供最新法规动态、案例分析等即时资讯服务等。

· 软件服务深度融合：U8⁺V12.0通过iSD为客户提供更聚焦、更简洁的服务流程；将实施导航实现了与PMP系统的集成，同时辅助降低ERP系统实施成本、月末结账，规范实施过程；提供U8⁺运行监控平台增值应用，实现对U8+系统性能及并发监测、业务数据监控及系统体检等，保障系统无故障运行。

· 精准的商业分析：U8⁺V12.0在原财务主题分析、供应链主题、营销分析主题的基础上增加了零售分析主题，支持从店铺、会员、商品等维度分析终端零售交易情况，并可以实现多维度分析交易收入、成本、利润分析，支持企业自定义区间维度进行数据分析，另外可以通过建立分析报表，为会员关怀提供智能筛选方案，实现会员细分分析，为精准制定营销方案提供基础保证。

· 流畅的应用体验：支持定制个性化的单据工具栏，快捷联查相关信息，建立成本导航指引，清晰地引导新建或者日常应用操作，可以按照工序管控模式调整菜单，查询每张单据的工作流发送状态以及每个环节的运行时间，同时UU可以让用户突破部门与企业建立高效的协同，U8⁺V12.0让每一个岗位的用户都能感受到使用的便

十年合作 信赖共赢

——大冷股份PLM项目成功上线启航



大连冷冻机股份有限公司（“大冷股份”）始建于1930年，是中国工业制冷行业领军企业——大连冰山集团有限公司的核心企业。多年的发展，铸就了冰山的品牌。冰山牌产品获得过中国名牌，是国家重点支持和发展的出口名牌。冰山集团以国家级技术中心、冰山设计研究院、企业博士后工作站、各企业研发中心以及高校技术分中心为依托，自主创新与引进消化吸收再创新相结合，以冷热、生态、环保为方向，围绕发展工业制冷及石化通用事业领域、食品冷冻冷藏事业领域、中央及商用空调事业领域、工程·贸易和服务事业领域、零部件事业领域，建成了最完备的冷热产业链。

8月1日上午，大冷股份PLM项目上线大会在技术中心办公楼会议室隆重召开，大冷股份PLM项目正式上线启航。

大冷股份PLM项目于2013年底与用友优普大连总代

理：大连天翼信息科技有限公司签订合同，历经7个月的努力，大冷股份PLM项目完成实施和二次开发成功上线。相关部门领导，业务骨干及双方项目组成员参加了本次大会。

对PLM上线后重点工作进行了总体部署，对各业务部门明确了相关责任人。会议上，各位领导对大冷股份和大连天翼两方项目组的辛勤劳动表示感谢！并对PLM上线后的工作表达了很高的期望。王总代表大冷公司对PLM上线工作做了动员讲话，并为上线后的工作指明了方向，明确了职责，要求各部门领导高度重视后续工作，积极参加培训，主动学习，统一认识、严格要求，确保各项工作按时完成。并且在下半年的项目计划中，大冷的PLM将与天翼定制开发的“成套工程管理系统”进行对接，进一步实现一体化管理。



大冷股份PLM项目总体目标

· 大冷股份公司建立起基于PLM的信息集成平台，消除信息孤岛，增进部门间的交流合作，实现企业级的产品数据和资源共享，提高工作效率；

· 实现大冷股份公司完整的产品结构管理，方便改型产品的设计，并提高零部件的借用率。

是公司缩短技术准备周期，提高工作效率，降低成本的有效途径；

· 方便设计数据的重复利用，消除手工的重复劳动和差错，提高数据的准确性和唯一性；

· 实现工作流程的规范统一管理，提高公司的无纸化办公程度，提高工作效率；

· 建立以基型适合公司业务的项目管理机制，适时监控和跟进项目进度，达到及时调整计划，发挥公司的最大生产能力，提高管理水平；

· 将公司的标准化体系和流程通过软件固化，提高公司信息的标准化程度；

· 在CAD、CAPP与ERP间架起桥梁，为公司后续ERP系统的上线打下坚实基础。大冷股份业务复杂，研发部门繁多，各业务部门协同工作要求较高，PLM项目的成功上线是公司向打造以PLM为核心的信息集成平台迈出的重要一步。是消除信息孤岛，增进部门间的交流合作，实现企业级的产品数据资源共享，大幅提升工作效率的关键环节。PLM项目的实施最终将提高公司产品全生命周期管理能力，实现完整的产品结构管理，方便改型产品的设计，缩短技术准备周期，提高效率、降低成本，并在CAD、CAPP和ERP间架起桥梁，为公司后续ERP项目的上线打下坚实基础。

打造一个与众不同的你



又是一年毕业季，浩浩荡荡的求职大军中出现了不少应届生的身影。一位企业高管在博客中这样描述应届毕业生面试的自我介绍：我毕业于某985大学，在某五百强公司实习过，在校期间是学生会主席……这样的回答并没有问题，但让他

奇怪的是，他总是听到同样的声音。这种情况在我们学校招生时也经常出现，仅从简历和自我介绍来看，很难有质的区别，体现不出独特性。

这样的结果并不难理解。我们的学校和家庭教育一直在追求向“好学生”看齐，成绩要和“别人”一样优秀，要争当干部等。小学时写作文，总要求学生提炼中心思想，把原本生动独特的文章写成千篇一律的东西，思想被圈死了。我也经常听到有人说：别人都考研了，我不考行吗？别人都去“好”单位了，我怎么才能挤进去？从学校毕业走向社会，大多父母希望孩子拥有稳定的生活，国企员工、公务员都是争破头的职业。然后成立家庭，从此步入一成不变的稳定生活。在此过程中，大多数人与同龄人保持统一步伐，试图用社会的统一标准要求自已，并努力在标尺上寻找自己的位置。也正因如此，很多人缺乏对个性的理解。个性就像你的基因一样，没人可以替代和偷走。随着身上的个性被时光打磨，我们就会忽略自身优势，忘记自己想要什么。

在职场中，很多人设立的目标是3年后升到部门主管，5年后要爬到公司高管的位置。好不容易等到机会来了，却发现最后高升的人并不是你。于是很多人想不明白，进而心里不服，开始抗争。但道理很简单——缺乏核心竞争力，你

的位置随时会被别人取代。

所以，我们要建立自己的风格，把自己当成个人品牌来经营，创造个人价值，帮自己建立一个别人拿不走的身份，而不仅仅是一个职位。我们应该知道什么是自己永远拥有的，什么是别人给的。还要保持谦卑而感恩的心态，拥有不断重新归零的勇气与信念，打造以下几个别人拿不走的東西。

1. “怎么做”比“做什么”更重要。无论是做学生干部，还是职场上某一个具体职位，位置可能只有一个，但管理方法可能有上百种，要把重点放在“怎么做”上。还要明白，工作不仅是生存手段和简单的职位、身份，从中得到的体验、品德和阅历才更宝贵，这些能让你的内心更加饱满，让你拥有与众不同的气质。

2. 激情和新鲜感。充满激情，比获得成就、获取功名更重要，它使你年轻、进步，富有活力。保持长久激情的秘诀，就是给自己不断树立新的目标，挖掘新鲜感，找机会实现它。

3. 责任感。这是做好一切事情最重要的品质，也是很多人缺失的东西，有些人把责任感当成压力，但更多时候，责任感是增强自信和鞭策自己的动力。

4. 关注别人。很多人总是把目光放在自己的事情上，很少去关注别人。殊不知，关注别人，自己也会得到反馈，获得乐趣。

5. 对待他人的态度。有一样东西谁也不能从你身上拿走，那就是你回应他人的态度。让自己乐观、积极、善良、宽容，会收获更多快乐和信任。

6. 与众不同的知识储备。看书能拓展你的生活空间。不同的人读不同的书，会有不同的收获。也正因为大家的关注点不同，所以更有助打造独特性。

短短9个小故事，你能读懂几个？



1.有人问农夫：“种了麦子了吗？”农夫：“没，我担心天不下雨。”那人又问：“那你种棉花没？”农夫：“没，我担心虫子吃了棉花。”那人再问：“那你种了什么？”农夫：“什么也没种，我要确保安全。”

【感悟】一个不愿付出、不愿冒风险的人，一事无成对他来说是再自然不过的事。

2.两马各拉一货车。一马走得快，一马慢吞吞。于是主人把后面的货全搬到前面。后面的马笑了：“切！越努力越遭折磨！”谁知主人后来想：既然一匹马就能拉车，干嘛养两匹？最后懒马被宰掉吃了。

这就是经济学中的懒马效应。

【感悟】让老板觉得你可有可无，你被踢开的日子就不远了。

3.曼德拉曾被关押27年，受尽虐待。他就任总统时，邀请了三名曾虐待过他的看守到场。当曼德拉起身恭敬地向看守致敬时，在场所有人乃至整个世界都静了下来。他说：当我走出囚室，迈过通往自由的监狱大门时，我已经清楚，自己若不能把悲痛与怨恨留在身后，那么我仍在狱中。

【感悟】原谅他人，其实是升华自己。

4.三人出门，一带伞，一

带拐杖，一空手。回来时，拿伞的湿透了，拿拐杖的跌伤了，第三个好好的。原来，雨来时有伞的大胆地走，却被淋湿了；走泥路时，拄拐杖的莽撞地走，时常跌倒；什么都没有的，大雨来时躲着走，路不好时小心走，反倒无事。

【感悟】很多时候，我们不是败在缺陷上，而是败在优势里。

5.一个小镇中，一位商人开了一个加油站，生意特别好，第二个来了，开了一个餐厅，第三个开了一个超市，这片很快就繁华了。另一个小镇，一位商人开了一个加油站生意特别好，第二个来了，开了第二个加油站，第三个、第四个恶性竞争大家都没得玩。

【感悟】一味走别人的路，必将堵死自己的路。

6.一只乌鸦在飞行的途中碰到回家的鸽子。鸽子问：你要飞到哪？乌鸦说：其实我不想走，但大家都嫌我的叫声不好，所以我想离开。鸽子告诉乌鸦：别白费力气了！如果你不改变声音，飞到哪都不会受欢迎的。

【感悟】如果你希望一切，都能变得更加美好，就从改变自己开始。

大部分人努力程度之低， 根本轮不到拼天赋



最近我在思考一个问题：什么造成了人与人之间的差异？

认识一个92年的小童鞋，他毕业于普通的二本院校，毕业之际他跟另外6个人一起在某单位实习，两个月后只有他被留下来。我问原因，说你有什么比别人更强的地方？他说，我也不清楚。我继续追问：你再想想。他说，因为只有我准时上班。我不信。他又说：那就是邮件格式写得更对更少错字，读起来让人更明白。这一回我信了。因为我对此深有体会。自从上豆瓣以来，我也至少也阅读了上千封咨询豆瓣，能够看到书写格式正确，分段清楚，没有错别字，叙事有条理的邮件只有寥寥几封，大多都是一段到底，标点混乱，表达不清，主题不明，短短三行就有两个错字……常常让我看了头晕脑胀。因为混乱的邮件看多了，偶尔看到一封格式正确，表达清楚的邮件我都激动地想流泪，赶紧想着怎么回复对方。如果你是我，你会更愿意回复怎样的邮件

7. 小和尚负责清扫寺院落叶，每天要很长时间才能扫完。有人对他说：“你打扫前用力摇树，把落叶统统摇下来，明天就不用打扫了。”小和尚觉得很对，就高兴地照办了，可第二天院子里如往日一样满地落叶。无论你今天怎么用力，明天的落叶还是会飘下来。

【感悟】活在当下。

8. 野猪和马一起吃草，野猪时常使坏，不是践踏青草，就是把水搅浑。马十分恼怒，一心想要报复，便去请猎人帮忙。猎人说除非马套上轡头让他骑。马报复心切，答应了猎人的要求。猎人骑上马打败了野猪，随后又把马牵回去，拴在马槽边，马失去了原先的自由。

【感悟】你不能容忍他人，就会给自己带来不幸。

9. 人骑自行车，两脚使劲踩1小时只能跑10公里左右；人开汽车，一脚轻踏油门1小时能跑100公里；人坐高铁，闭上眼睛1小时也能跑300公里；人乘飞机，吃着美味1小时能跑1000公里。

【感悟】人还是那个人同样的努力，不一样的平台和载体，结果就不一样了。



呢？当然是那些看起来更舒服的邮件。

我自己有组织过几次活动，要给活动成员发短信，一下子能让我记住的人是那些短信品格好的人。什么叫短信品格好的人？就是每次收到短信都能够及时回复你的人，他会很快给你回应“收到”、“好的，谢谢”。相比那些收到短信后半半天不吭声，也不知道他看没看到的人，我更喜欢那类短信品格好的人。与之接触，我会注意自己的短信品格如何，从他们身上学习到一些我之前不懂的东西。

讲了这么多，一句话总结：以大多数人的努力程度之低，根本轮不到去拼天赋。说有一个调查实验，问：如果数学不好，能不能学好计算机程序处理等东西。结果百分之七十多的人选了不能。然后一个教授总结了这一句话。很多人一直以为自己与他人拼得是吃苦，是天赋，什么刻苦奋斗，什么拼命学霸，其实拼的只是一点点认真，一点点细节，一点点本分，连勤奋都谈不

上。在你的周围，懒汉实在太多，你只要做到基本的勤劳，就可以致富了；在你的世界里，大多数人都是盲人，你只要有一只眼睛，就有资格称王了。

我收到非常多的抱怨的邮件，他们有的抱怨工作待遇太低，有的抱怨工作内容琐碎，有的抱怨社会不公，有的抱怨家庭环境不好，有的抱怨自己学历不够高，有的抱怨自己干的不是自己喜欢的事情，还有的人写这些抱怨邮件来时，三行两个错别字，一段话两千字，还会加注“特急”字样。这些人中，有多少人是做了自己应该做的事情，并把它们做好的呢？我想没多少吧。一个人可以永远不满足于现状，但要安分于现状。简单来说，你做什么事情，都要敬业一点，守好自己的本分，把该做的事情做好，而不是连最基本的努力都没有做到，却用那些虚化的平等，华丽的梦想，社会的不公，自己没有天赋等为自己不能成功找借口。

一个人如何从竞争中脱颖而出

出？其实非常简单，他要做的事情大多都是一些小事情，甚至是一些非常本分的事情。人是通过细节和小事展现自己的。人与人之间的差异大多在一些细节和简单的小事情上。所有干大事的能力也都是从小事情上生发而来。有时成功并没有那么复杂，做好别人没做到或者忽视的小事，你就赢了。所谓细节决定成败，这是不变的真理。做学生时，做到准时上下课，按时完成作业。毕业面试时，穿不起名牌衣服，就把自己打扮得干净清爽，做到准时赴会。参加工作，写邮件时，注意书写格式，分段清楚，意思表达明白。老板安排事情时，多问几句，问清楚再行动；老板要求你汇报工作时，及时给予回应。上班的时候少打游戏，少逛淘宝，多琢磨琢磨怎么把事情做好。下班的时候少看几集连续剧，少睡一点觉，多看看几本书。周末大家都在吃吃喝喝和睡懒觉时，你到公园里跑跑步，锻炼锻炼身体。做到这些，你的机会自然就会多起来，命运也会慢慢地改变。

不要看不起小事情，生活本就是一件件小事的集合，坚持做好每件小事你就能过好自己的生活，改变自己的人生。如果更进一步，你除了做好自己的本分，还能将每一件小事情做到极致，像庖丁解牛，会怎样呢？《士兵突击》中有句台词：他做的每件小事就好像抓住一棵救命稻草一样，到最后你才发现，他抱住的已经是参天大树了。

这些“恶习”让周末白过

周末是休息放松的好日子，但如果“放纵”过了头，要么呼呼大睡，要么邀上三五好友大吃大喝不醉不归，反而会让周末过得一团糟。“放纵”并不等同于“放松”，改掉以下周末“恶习”，让身心自如才是硬道理。

熬到睁不开眼才睡。上班五天早睡早起，而周末不用担心第二天早起，因此好多人本着“不浪费”的原则熬夜上网打游戏，甚至彻夜不眠。但熬夜不仅降低抵抗力，让病毒趁虚而入，还会让人次日反应迟钝、头晕头痛，周末两天就在浑浑噩噩中度过。此外，反复熬夜会扰乱人体正常的分泌和神经系统，导致皮肤干燥、晦暗、长粉刺等问题。因此周末玩乐要适可而止，最好在22点前结束。

赖到日上三竿才起床。几乎所有人周末都想睡个懒觉，这样看似能让身体得到休息，实际上睡久了对身体百害而无一利。和熬夜一样，睡太久会扰乱体内生物钟，使内分泌出现异常，影响夜间睡眠质量。如果因睡懒觉错过早餐，还会影响胃肠道功能和肌肉的兴奋性，起床后会感到酸软无力。即使周末也应在7点左右起床，排便排尿，并按时吃早餐。

饥一顿饱一顿。周末朋友聚会经常暴饮暴食，或者干脆赖在家一天只吃一顿饭，这些坏习惯都会严重影响到快乐的周末。因为暴饮暴食后会出现头晕、肠胃不适、胸闷气急、腹泻或便秘，严重的还会引起急性胃肠炎或胃出血；大鱼大肉、大量饮酒会使肝胆超负荷运转，导致肝功能损害，甚至诱发胆囊炎或急性胰腺炎。建议周末要三餐规律，早餐绝对不能省，晚餐要八分饱。

休息时还惦记着工作。“工作狂”们时常休息时还惦记着工作，不仅玩不痛快，工作也没干多少。其实对白领来说，周末是身体休息和心理调适的最佳时间，充分放松身心有助于下周以最佳的状态投入工作。如果周末依然沉迷工作，身体疲惫无从缓解，不仅会导致效率下降，还会产生心理上的挫败感。建议“零负担”地对待周末，使身体和精神都从工作中彻底解脱出来，享受周末。

独自一人过周末。懒得和朋友见面，独自一人宅在家，也是不少人过周末的方式。从心理学角度来说，适当“独处”，审视内心，可以给自己一个完全放松的空间和机会。但若总是孤单一人，则可能打

破心理平衡，导致孤僻冷漠、消极倦怠，加深人与人之间的距离和隔阂，严重时甚至诱发抑郁情绪，产生心理疾病。所以，周末时即便单身也最好和亲友一起过，不妨和朋友相约聚餐，或者和同事一起逛街。

电视电脑前一坐就一天。看电视时，躯体活动较少，头部长时间保持一种姿势，使颈部肌肉疲劳僵硬，时间久了会诱发颈椎问题；专注于电视、电脑时，眨眼次数会减少，减少了泪液的分泌，同时眼球长时间暴露在空气中，使水分蒸发过快，造成眼睛干涩疲劳，严重的会损伤角膜；屏幕的彩色光线等也会刺激眼睛，引起眼干、重影、视力模糊甚至头疼等。因此，周末看电视，时间不要过长，每30分钟起身活动一下，屋里光线不要太暗或太亮，看的时候要有意识地多眨眼。

整个周末宅在家。健康离不开阳光，每天到户外活动对人来说是十分必要的。建议即使周末没有外出打算，上午10点左右最好也要到楼下慢走半小时，晒太阳，用新鲜的空气“清洗”肺部，适当的运动还能燃脂瘦身。

天翼2014软交会精彩瞬间



经信委副巡视员班喜光先生发表重要致辞



天翼公司总经理姜增辉发表“产业化运维——中小企业信息化成功之路”主题演讲



客户代表大连斯瑞特财务总监刘英先生带来企业信息化案例分享



用友优普大连办事处总经理刘宏伟分享“U8+移动应用的创新管理”瞬间



大连天翼副总杨海滨做“打造移动互联网时代的智慧企业”重要演讲



论坛会场门口排队关注天翼微信，免费打印照片



论坛现场高朋满座，嘉宾慕名而来



软交会展位现场，工作人员向客户做介绍



天翼展出的自贩机运营管理平台吸引嘉宾络绎不绝