

金科文化

J I N K E C U L T U R E

07

2019.04-05



金科文化

主办单位

浙江金科文化产业股份有限公司

编委指导委员会

主任

朱志刚

副主任

王健 魏洪涛

委员

张维璋 秦海娟 朱恬 张正锋

杨建峰 方明 何文杰

编辑部

浙江金科文化产业股份有限公司办公室

责任编辑

陈佩卿 胡安子

美术编辑

陈瑶君

地址

浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路
299号浙江商会大厦 36F

电话

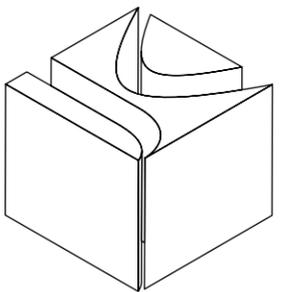
0571-83539966

传真

0571-83822338

门户网站

<http://www.jinkeculture.com>



VISION

我们的愿景



打造汤姆猫全栖IP生态 建设汤姆猫亲子生活品牌

目录 CONTENT

01 | 公司要闻 company news

统一思想凝共识 制定目标抓落实——金科文化第二季度管理会议圆满召开	09
汤姆猫家族闪耀玩具母婴用品行业商家峰会 与阿里巴巴合作更紧密	11
公司荣获上市公司价值创造卓越成长企业奖	13

02 | 业务速递 Business Updates

Outfit7 荣获街头英雄奖	17
新朋友、新面貌、新冒险：Outfit7 发布了《会说话的汤姆猫家族》第四季动画	19
《汤姆猫英雄小队》短片强势登陆 YouTube	20
汤姆猫家族动画第二季登陆 Netflix	21
金科文化荣获 2019 年度三星最佳合作伙伴奖	22
消除手游《汤姆猫消消乐园》 开启乐园建造之旅	22
赛车手游《汤姆猫飞车》开测 指尖竞速焕新出发	23
《安吉拉爱换装》4 月 3 日梦幻开测	24
《我的安吉拉》小程序游戏上线啦	25
每日给力两款自研微信小游戏 4 月相继上线	25
汤姆猫和蓝帽子成功牵手 萌趣新品火爆来袭	26
会说话的汤姆猫与来电科技达成 IP 合作 萌趣体验 High 爆杭州	27
实力入驻新华书店 线下布局不断发力	28
汤姆猫家族复活节现身上海 传递无限欢乐	29
日均订单量 3500+ 购机业务拓展势头强劲	30

03 | 人物专访 Profile

孙玉莲：方向对了，勤奋是我们唯一的出路	32
---------------------	----

04 | “微”视角 Micro Angle

锦上添花《我的汤姆猫 2》：小细节造就大不同	39
------------------------	----

05 | 鲜活社区 Fresh Community

迎五一 带着汤姆猫去旅行	47
这一年夏天有最温暖的目光	54
尊重生命 “救”要知道	58
互娱事业群每日给力西湖毅行活动播报	61

06 | 心享悦读 Articles Reading

思想的“盲点”	65
愿有人爱你 愿你更爱自己	67
大象为何席地而坐	69

统一思想凝共识 制定目标抓落实

——金科文化第二季度管理会议圆满召开



2019年4月27日-28日，金科文化2019年度第2季度管理会议在上虞雷迪森酒店召开。会议由金科文化CEO王健主持，公司领导班子成员、各职能管理中心、各事业群负责人以及相关骨干管理人员参加会议，集团董事长朱志刚出席会议并作重要讲话。

本次会议不同往常的管理会议，首次采取专项小会和集中大会相结合的方式。27日，分别召开了新商业事业群、创新事业群专项会议，认真仔细听取了两大事

业群下属各事业部的前期成果和工作计划，公司高层面对面、零距离地与一线干部就业务方向、年度目标、成本预算、存在的困难等方面进行了双向沟通和探讨，为各业务部门指明了方向并提出了下一步的工作要求。

28日大会上，各职能管理中心和各事业群先后汇报了第一季度工作完成情况和二季度工作计划，会上朱董和王总对各部门工作进行点评，同时强调了需要重点把握的问题。

COMPANY NEWS

· 公司要闻 ·





会上，朱志刚董事长指出 2019 年是公司负重奋进的一年，面临版号新政策、宏观环境等多重问题，公司上下更要统一思想、形成共识，要进一步明确“以汤姆猫 IP 为核心”的战略目标。

朱董强调在下阶段工作中，一是要继续强化公司组织架构的深度和广度，要真正把组织架构体系搭建起来。各单位要有目标、有预算、有考核、有奖励，一切以业绩数据为依据。二是公司必须坚持以汤姆猫 IP 为核心的线上、线下业务的发展，努力坚持去做“从 IP 到品牌”的过程；要强调聚焦、集中精力、用心做好一件事。三是坚持励精图治，提倡创业时不畏艰苦的精神，务必严

格控制和节俭行政性费用支出，强化预算管理，费用能省则省、人员能精简则精简。四是要重视人才的引进和培养。公司需要引进外部专业的人才，也要给内部年轻优秀干部提供平台，并且需要帮助、引导他们带团队、建高效科学的组织和管理体制，促使他们快速成长。五是加强沟通与协同，要通过正常的组织体系去进行有效沟通；只有信息对称畅通了，才会促进工作中更好地相互理解和支持。

最后要求各中心、各事业群要贯彻传达好本次会议精神，并根据会议确定的要求，尽快明确各单位工作目标与分阶段预算，并层层分解任务、落实责任，齐心协力抓好落实。同时要求管理中心及时开展跟踪督查，不断加大问效问责力度，确保工作到位。

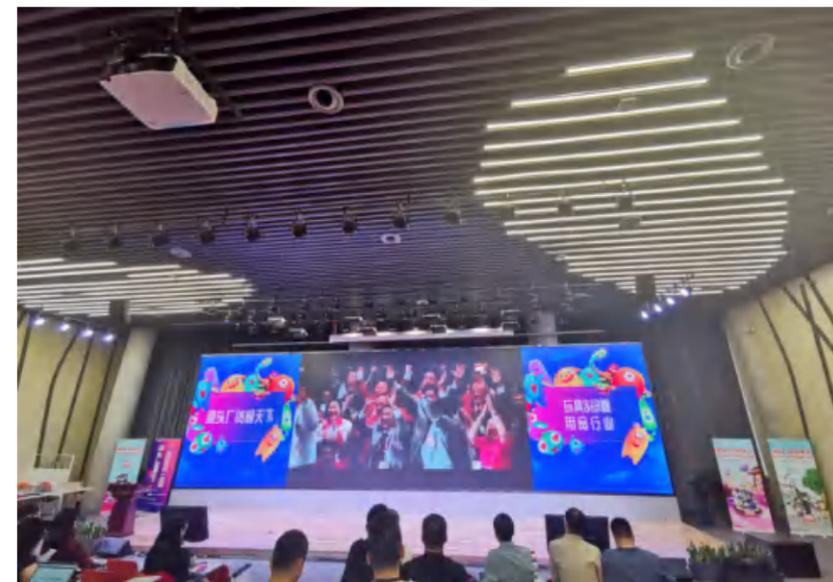


汤姆猫家族闪耀玩具母婴用品行业商家峰会与阿里巴巴合作更紧密



5月13日上午九点，2019 阿里巴巴 1688 财年庆典暨 2020 年财年新风尚玩具 & 母婴用品行业商家峰会在阿里巴巴滨江园区顺利召开。“会说话的汤姆猫家族”作为品牌授权方，不仅受邀参加峰会进行宣讲，而且作为此次峰会会场布置的主打形象，以萌趣可爱的形象传递着轻松、欢乐的氛围，闪耀全场。

阿里巴巴 1688 作为品牌 B2B 渠道营销平台，将在 2020 年主打“源头厂货通天下”战略，与商家共同探索源头厂货如何升级。为此，阿里巴巴邀请了母婴玩具行业的 Top 商家参与峰会，并邀请国内外知名动漫 IP，例如超级飞侠、汤姆猫、海底小纵队、汪汪队立大功、皮卡丘等品牌授权方到现场宣讲，共同探讨 IP 的全新生态模式，帮助企业实现新商业时代下的产业运营和升级。



在本次大会上，阿里巴巴 1688 分享了母婴玩具行业趋势的解读以及 2020 年平台战略落地运营方向，并面向母婴玩具行业商家重点就如何做 1688 平台直播入驻、品牌站入驻等进行了现场培训与答疑。



图为金科文化高级副总裁、新商业事业群总裁杨建峰上台演讲

作为金科文化代表，公司高级副总裁、新商业事业群总裁杨建峰受邀在大会上发言，向 500 多家阿里巴巴玩具母婴头部商家，介绍了公司旗下超级 IP “会说话的汤姆猫家族”的起源和发展，并详细地描绘了金科文化围绕汤姆猫家族 IP 在未来的发展规划。值得一提的是，作为本次大会唯一特约上台宣讲的品牌方，关于汤姆猫家族 IP 在全球持续超过 9 年的优异表现，以及大电影的发布计划，在现场引起了一阵阵热议。

除此之外，5月21日，在“织里童装超级产地日”活动现场，由阿里巴巴牵头，“会说话的汤姆猫家族”IP 与费雪、小黄人等品牌方共同走进湖州织里，通过与当地优质童装生产商对接洽谈，共同赋能国内童装产业。

自 2018 年达成战略合作，金科文化与阿里巴巴旗下阿里鱼、淘宝、1688 等各平台保持密切的合作，通过阿里巴巴各类线上线下商业资源，深入各行各业，借助 IP 资源优势，联合阿里商圈中的众多优质品牌商家，开发出更时尚、品类更全的周边产品，打造更多畅销甚至爆款衍生产品，将 IP 更好地落地，进一步提高 IP 影响力和号召力，为消费者提供更多有趣的好产品。

公司荣获上市公司价值创造卓越成长企业奖

5月28日，由经济观察报主办的第五届上市公司卓越价值创造高峰论坛在深圳举办。金科文化以出色的业绩表现，荣获“2019 年度上市公司价值创造卓越成长企业”奖。

本次盛典以“牛市问道·科创时代来临”为主题，特邀行业领袖、著名经济学家、企业界重量级嘉宾，围绕上市公司价值创造、科创板等主题展开探讨，并在新资本格局下，挖掘上市公司行业标准和价值创造的经典案例。

论坛现场，主办方颁发了中国上市公司价值创造卓越上市公司、领导者、董秘及机构等奖项，并举办了隆重的颁奖典礼，金科文化也位列其中。据悉，奖项评审以价值实现、战略规划、信息披露、资本运作为指标。金科文化以“建设汤姆猫全栖 IP 生态、打造汤姆猫亲子生活品牌”为企业发展战略，凭借规范运营的理念以及强大的技术优势和创新能力，2018 年公司业绩实现了快速增长，全年营收超过 27.25 亿元，比上年同期增长 95.17%；归属于上市公司股东的净利润 8.42 亿元，比上年同比增长 113.76%，进一步夯实全栖 IP 运营战略基础。

未来，以“会说话的汤姆猫家族”IP 为核心，线上线下协同发展，在线上公司将继续巩固发展寓教于乐的儿童健康游戏、动漫等业务，与苹果、谷歌等知名平台合作，实现线上广告变现；线下与阿里巴巴等平台合作，积极推进汤姆猫家族 IP 授权与衍生品开发，同步布局汤姆猫亲子乐园、专卖店等协同业务，构建完整的家庭娱教生态链。





干部价值观

充满理想 富有激情
廉洁奉公 严以律己
开拓创新 善于管理
公平公正 阳光诚信
胸怀坦荡 敢于担当
不断学习 高效务实

员工价值观

敬业爱岗 诚实守信
刻苦耐劳 团队合作
不断学习 追求进步

VALUES

我们的价值观

正心诚信 稳健精进

惠人达己 卓越创新



BUSINESS UPDATES

· 业务速递 ·

OUTFIT7 荣获街头英雄奖

4月11日至13日，在欧洲最大的游戏开发者大会 Reboot Develop Blue 2019 上，作为全球顶级休闲游戏开发商，金科文化旗下全资子公司 Outfit7 受邀出席会议，并荣获街头英雄奖。Outfit7 的目标一直是为世界各地的家庭带来欢乐和娱乐，这个奖项表明我们正在实现这一愿景。此次大会在克罗地亚的历史名城杜布罗夫尼克举办，来自全球各地的 2000 多名游戏从业者汇集于此，共同谋划欧洲以及全球手机游戏产业发展。



Top Mobile Publishers by Worldwide Downloads for Q1 2019



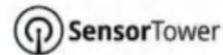
Overall Downloads	Non-Game Downloads	Game Downloads
1 Facebook	1 Facebook	1 Voodoo
2 Google	2 Google	2 Outfit7
3 Voodoo	3 ByteDance	3 Good Job Games
4 ByteDance	4 Alibaba Group	4 Playgendary
5 Outfit7	5 Microsoft	5 TabTale
6 Tencent	6 Amazon	6 BabyBus Group
7 Good Job Games	7 BIGO	7 Miniclip
8 Playgendary	8 Tencent	8 Tencent
9 Alibaba Group	9 InShot	9 Lion Studios
10 TabTale	10 SHAREit	10 Ubisoft

Note: Google Play downloads do not include pre-installed apps.

SensorTower Data That Drives App Growth

sensortower.com

Top Mobile Games by Worldwide Downloads for Q1 2019



Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads
1 Color Bump 3D	1 Color Bump 3D	1 Color Bump 3D
2 PUBG Mobile	2 PUBG Mobile	2 Garena Free Fire
3 Garena Free Fire	3 Crowd City	3 Subway Surfers
4 Subway Surfers	4 Polysphere	4 PUBG Mobile
5 My Talking Tom 2	5 Roller Splat!	5 My Talking Tom 2
6 Paper.io 2	6 Machington Mansion	6 Paper.io 2
7 Helix Jump	7 Drive and Park	7 Helix Jump
8 Brawl Stars	8 Paper.io 2	8 Brawl Stars
9 Happy Glass	9 Brawl Stars	9 Sniper 3D
10 Sniper 3D	10 Helix Jump	10 Candy Crush Saga

Note: Google Play downloads do not include pre-installed apps.

SensorTower Data That Drives App Growth

sensortower.com

数据说话

在 Sensor Tower 2019 Q1 移动市场报告中，Outfit7 在全球游戏发行商下载量排名位列第二，《我的汤姆猫 2》下载量全球第五。



新朋友、新面貌、新冒险： Outfit7 发布了《会说话的汤姆猫家族》第四季动画

5月17日，金科文化旗下全球性跨国家娱乐公司 Outfit7 发布了备受期待的《会说话的汤姆猫家族》第四季动画。新一季的动画在 YouTube 上首播，预示着全新的面貌、全新的冒险，甚至还有一个全新的朋友——无所畏惧的“会说话的贝卡兔”。

“每一季的《会说话的汤姆猫家族》动画，我们的目标都是提高节目的内容和制作质量。” Outfit7 首席产品官 Boris Dolenc 说道，“我们的内容已经在 YouTube 上获得了超过 20 亿的点击量。我们希望第四季的播放量能达到 30 亿。”

第四季动画揭开了谜团，大家都在寻找在第三季结

尾失踪的“会说话的安吉拉”。但行动不止于此，这一季《会说话的汤姆猫家族》动画，他们会面对怪物、进行史诗般的探索、参加一场疯狂的糖果竞速，并飞向太空，他们会认识超级酷、聪明但略微有点刻薄的新朋友贝卡兔。此外，他们甚至还将第一次穿上与自己活泼有趣的个性相配的衣服。

据悉，汤姆猫家族第四季中英文版动画也将尽快登陆国内主流视频平台。国内粉丝翘首以盼，等不及想要赶快认识新朋友贝卡兔，和汤姆猫家族一起开启新的冒险之旅。

《汤姆猫英雄小队》短片强势登陆 YouTube

4月的尾声，在全球影迷被《复联4》再度点燃心中的英雄梦的时候，我们可爱的汤姆猫家族也首次化身为超级英雄，并登陆美国最大的视频分享平台 YouTube，开启了一段全新的动作冒险之旅。

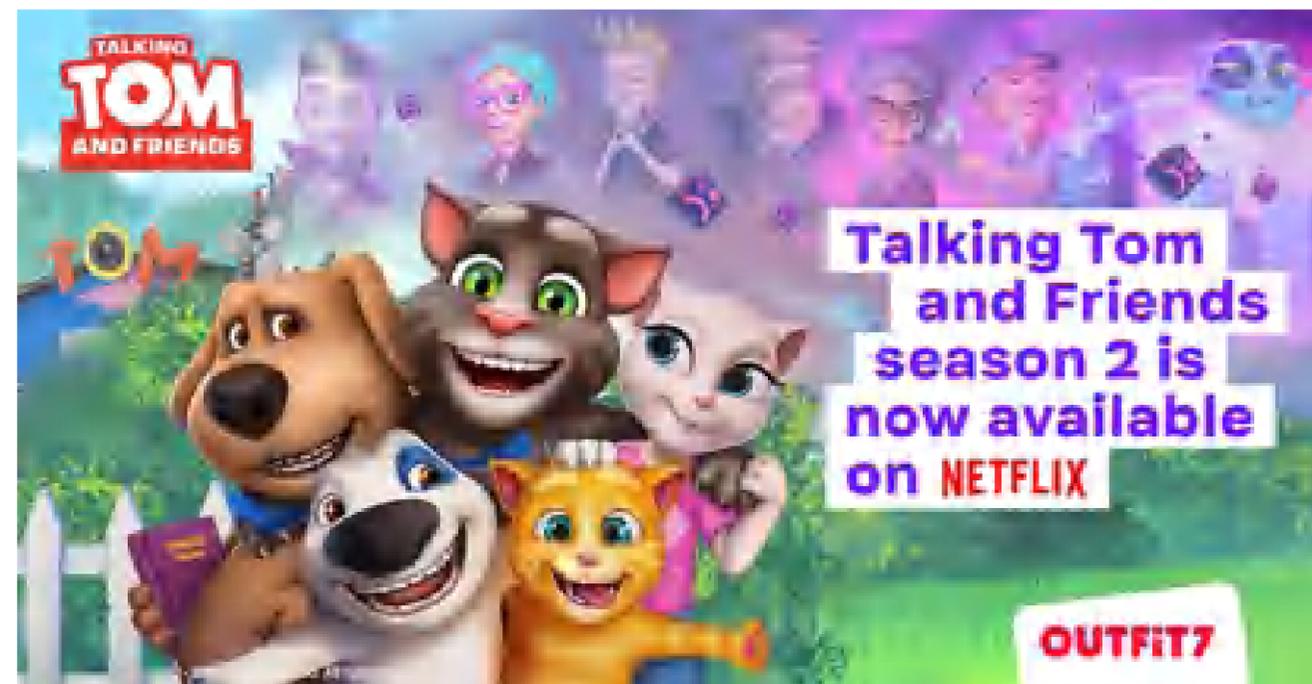
此次“汤姆猫英雄小队”的首次亮相，以轻松趣味的短片形式为主，每集5分钟，第一季共13集，由 Outfit7 团队原班人马倾力打造。在英雄系列短片中，汤姆猫和他的朋友们安吉拉、汉克狗、狗狗本、金杰猫

都有自己独特的能力，他们肩负着保护城市、保护自然、打击坏人的使命，但即使是超级英雄，也会时不时地犯错。他们不是完美的，但却从不放弃，变得比以前更好，并且他们都知道了友谊才是最棒的超能力。汤姆猫家族就是这样一个无比友爱的团队，因此而深受全球粉丝的喜爱。《汤姆猫英雄小队》短片很快也将在国内发布，让我们一起期待吧！



×

NETFLIX



汤姆猫家族动画第二季登陆 Netflix

乐趣正在蔓延！4月19日，《会说话的汤姆猫家族》第二季在英国、美国、加拿大、澳大利亚和新西兰的 Netflix 上正式播出。正好赶上四月的雨季，外面下着倾盆大雨，最适合陪着家人一起看剧。

汤姆猫家族动画第一季已经在 138 个国家的 Netflix 上播出，深受观众喜爱。Netflix 是全美流媒体用户数最多和全球付费用户规模最大的视频网站，截至 2018 年底，Netflix 已在 190 多个国家和地区运营。此次第二季动画的播出，在全球范围内掀起了不小的热潮。同时在 Youtube 官方频道上，世界各地的孩子们还可观看《会说话的汤姆猫家族》动画的所有剧集。

金科文化荣获 2019 年度三星最佳合作伙伴奖

5月22日，2019年度三星中国开发者沙龙在深圳福朋喜来登酒店举办。因《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》等公司自研精品游戏在三星渠道表现良好，金科文化获得2019年度三星最佳合作伙伴奖，互娱事业群游戏发行中心副经理魏平受邀出席颁奖现场并领取奖杯。



消除手游《汤姆猫消消乐园》开启乐园建造之旅



沿袭全球人气IP“会说话的汤姆猫家族”，全新消除养成手游《汤姆猫消消乐园》已于5月16日火爆开启测试。

与传统的消除玩法不同，《汤姆猫消消乐园》将消除和乐园建造玩法完美结合，大大地丰富了游戏的趣味性。玩家在每次关卡挑战成功后都会获得一颗能量，利用能量装扮乐园，从椅子、欢乐滑梯到旋转木马，乐园里一切的设施，玩家都可以按照自己的风格去装饰。游戏中汤姆猫家族还将悉数登场，与玩家欢乐互动，重温童真情怀。超萌的消除玩法，融合丰富完整的剧情主线，兼具模拟经营特色，全新的体验，快来和汤姆猫一起开启乐园的建造之旅吧！



赛车手游《汤姆猫飞车》开测 指尖竞速焕新出发

“会说话的汤姆猫家族”IP首款赛车竞技类手游——《汤姆猫飞车》首测4月18日开启。风靡全球的汤姆猫家族，这次纷纷化身酷帅的赛车手，和玩家开启一场速度与激情兼具的竞速。卡通风格的赛车游戏，全新打造的独特手游赛车体验，指尖竞速焕新出发。

《汤姆猫飞车》绝对能让玩家第一眼看到便立马爱上。刺激的赛车世界，酷炫的特色座驾，多条绚丽的赛道，玩家挑战游戏的同时还可畅享全球风情之旅。既有惊艳的约旦沙漠赛道，又有辽阔的高山滑雪场赛道，每

条赛道都相应设置了不同的地势特色。游戏还为玩家准备了多种关卡玩法，除了竞速赛、道具赛、排位赛等经典玩法之外，在PVP竞技玩法中，玩家可以跟各路高手在不同竞速模式下同台竞技，还可以通过竞速排位赛证明自己的实力。

汤姆猫家族Q萌角色、高拟真度的赛车手感、华丽的视觉体验，来《汤姆猫飞车》漂移竞速，更多对抗乐趣尽在其中。



《安吉拉爱换装》4月3日梦幻开测



相信每一个女孩子的内心，都有一个梦幻的公主梦：充满童话气息的城堡、晶莹的玻璃鞋、数不胜数的华丽时装……在全新换装手游《安吉拉爱换装》中，玩家便可亲手创造属于自己的公主梦。

游戏中，玩家可以随心尝试不同的穿搭打扮，从头发、妆容到服饰，统统都可以随心所欲地去订制，不管是清新的日常装扮、可爱的洛丽塔、奇幻的小魔女还是晚宴佳人，每一个风格的服饰都足以拨动玩家的心弦。上百种华丽美服，随心搭配；一秒换装，百变个性。同时还有好玩的 PK 玩法，玩家可以在舞台使用多种搭配技能，根据参赛的不同主题搭配各种风格服饰，成为全场最美 MVP。游戏还有猫咪养成系统，以及打地鼠、跳一跳、拼图等多种小游戏，不断挑战玩家大脑的极限反应，为玩家送上满满的惊喜。



《我的安吉拉》 小程序游戏上线啦

4月24日，《我的安吉拉》小程序游戏正式上线。作为汤姆猫家族 IP 旗下经典游戏之一，《我的安吉拉》以其超可爱的卡通风格和丰富有趣的互动玩法，备受玩家的喜爱，自2014年推出后便创下了上线十天突破1000万次的下载量，曾获得虎斑奖、金翎奖等多项奖项。

此次焕新登场，玩家无需下载，在微信手机端即可收养安吉拉，让她成为你专属的虚拟宠物，悉心照顾，通过换装打扮让她从小猫咪长成美少女。小程序游戏点击即可进入，免除下载过程，游戏还能通过微信分享和朋友一起见证安吉拉的成长。



每日给力两款自研 微信小游戏 4月相继上线

4月中下旬，公司互娱事业群每日给力团队相继推出了两款自研微信小游戏——《水果别浪》和《辉煌岁月斗僵尸》，这两款游戏分别采用了切水果、植物大战僵尸的经典核心玩法，同时在游戏场景、玩法技能等方面进行了创意升级，以《辉煌岁月斗僵尸》为例，游戏将传统的据点经营与植物大战僵尸的特色玩法相结合，游戏体验丝毫不输于手游。

依托于微信这一用户量顶尖的平台，可即点即玩的小游戏已经成为继端游、页游、手游之后的第四大类网络游戏，截至2018年底小游戏市场规模已达60亿，并且正在释放出越来越大的能量。每日给力自2018年初布局小游戏领域，先后推出了十余款小游戏，其中《彩虹岛水果之搞怪农场》曾以1454万月活跃用户数、68.7%活跃用户七日留存率的良好表现，入围2018年9月小游戏活跃用户七日留存TOP10。基于自身强大的研发能力和丰富的运营经验，每日给力团队将继续专注移动社交游戏领域，用给力的游戏为用户带去无限的欢乐。



汤姆猫和蓝帽子成功牵手 萌趣新品火爆来袭

近日，公司旗下金科汤姆猫公司宣布，与国内知名玩具品牌商福建蓝帽子互动娱乐科技股份有限公司达成战略合作，就公司旗下全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”系列开展品牌授权合作。本次推出的“汤姆猫家族”系列玩具产品，主要包含泡泡玩具系列、儿童接龙玩具系列、儿童魔盒玩具系列，将登陆天猫、京东、唯品会、当当等线上渠道，以及大卖场、超市、商场、幼儿园、母婴渠道等线下经销批发渠道进行销售，一大波欢乐即将送达。

作为火爆全球的超级IP，汤姆猫家族以优质的原创

内容、海量的粉丝基数、萌趣的IP形象而备受国内外品牌厂商的认可，在IP授权市场占据绝对的优势。蓝帽子是一家集玩具和游戏原创设计、科技研发、营销策划、电商运营于一体的综合型公司，其首创的AR玩具突破传统卡片模式玩法，取得良好市场反响，同时在市场渠道及品牌运营方面有着深厚的积累。

两大品牌倾力携手，结合时下流行的AR技术，“汤姆猫家族”系列玩具产品的全面上线，将为儿童玩具行业发展带来更多的惊喜，同时也将为孩子带去更多有趣的体验，寓教于乐，让孩子在玩乐中启迪智慧。

泡泡玩具系列

趣萌的汤姆猫家族也很爱追逐泡泡哦，可拍打的弹力泡泡握在手里、弹在空中，小朋友快来尽情享受乒乓球般的拍打乐趣吧。



儿童魔盒玩具系列

乘上可爱的水果蔬菜坐骑，汤姆猫家族的游戏之旅开始啦！萌趣十足的造型、时而发出声音时而逃跑的玩具设计，追逐打闹，满足小朋友小小的好奇心。



儿童接龙玩具系列

和汤姆猫家族一起守护鱼缸吧，小朋友画什么游什么，画变成鱼，在鱼缸里游、吃食，还可以各种互动，让小朋友爱上绘画。



会说话的汤姆猫与来电科技达成 IP 合作 萌趣体验 High 爆杭州

手机电量不足和没有WIFI，哪一个让你更难以忍受？在日常出行、购物、就餐乃至看病都能用一部手机搞定的杭州，电量不足恐怕是最让人焦虑的事儿了。近日，会说话的汤姆猫携手来电科技推出了《我的汤姆猫2》系列共享充电宝，首发5万枚印有萌趣可爱的汤姆猫形象的定制版充电宝，已在杭州东站、来福士中心等交通枢纽和商业中心完成投放，并将陆续在全国范围内进行投放，让汤姆猫带给你满满的电量。

《我的汤姆猫2》的前身是风靡全球的《我的汤姆猫》，凭借精美软萌的画风和全新升级的养成玩法，已成为“会说话的汤姆猫家族”IP旗下又一明星移动应用产品。同时，移动应用累计90亿次下载量、家族动画累计280亿次播放量，这一份亮眼的数据印证了汤姆猫家族IP历久弥新的生命力，亦为IP授权、跨界合作创造了无限的可能。

作为拥有超级影响力的全球知名IP，汤姆猫家族在此前不断与众多优质品牌如麦当劳、浦发银行、我的世界、企鹅童话、小鹿叮叮等进行跨界合作，推出了丰富多元的联名产品和优质内容，使汤姆猫家族萌趣可爱的形象、欢乐正向的IP内涵，渗透到了人们生活的方方面面。

此次携手来电科技，汤姆猫突破次元壁，精心定制了5款《我的汤姆猫2》系列充电宝。据悉，杭州首发的5万枚共享充电宝已于4月12日之前全部完成投放，颜色亮丽、轻巧实用的《我的汤姆猫2》系列共享充电宝，受到不同年龄段用户的喜爱，反响超出预期。电量不足



时，只需扫描二维码，就可以轻松充电，让你的电量焦虑一扫而光。

除了共享充电宝之外，汤姆猫定制特装来电站也将陆续登场，深入线下场景，随时随地让手机电量满满。来电科技在全国超过90%的城市实现业务服务落地，注册用户超过6000万，实现全场景用户需求。会说话的汤姆猫与来电科技的合作，实现了真正意义上的流量互换，打通线上线下资源，用IP链接不同场景，多维度的传播将大大提升汤姆猫IP的曝光度，不断扩展品牌外延，增加彼此的用户粘性。

未来，以汤姆猫家族IP为中心点，围绕海量粉丝用户，在持续推进移动应用、动画、大电影等IP内容制作发行的同时，金科文化也将继续联动更多的IP品牌和优质厂商，为用户制造更多的惊喜。

线下布局不断发力
实力入驻新华书店



4月19日，“会说话的汤姆猫家族”正式入驻新华书店上虞店，内设汤姆猫家族IP衍生品展示体验专区，金科文化自主研发的寻迹先锋智能编程玩具小车、语音玩偶、蓝牙音箱、自平衡车等三十余款精美的文创产品集中陈列销售，让消费者有了更多的选择和体验。

以汤姆猫家族IP为核心，目前公司已推出二十余款移动应用、三季动画等优质内容，在持续深化IP线上影响力的同时，也在逐步丰富线下的IP应用场景，加深IP落地与变现。新华书店作为全国连锁书店，也是国内正版文化产品宣传与传播的主要渠道。汤姆猫家族体验区在新华书店上虞店的落成，受到了当地消费者的极大关注，在随之而来的世界读书日、五一劳动节活动中更是为门店聚集了大量人气。这是公司IP线下布局的一次尝试，之后也将与更多优质品牌合作，持续发力IP衍生品线下零售。



汤姆猫家族复活节现身上海 传递无限欢乐

7小时的舞台表演、5大主题亲子互动游戏、专属网红拍照区……4月21日，一场以“彩蛋君历险记”为主题的线下嘉年华活动，在上海丰尚国际生活中心欢乐开启，汤姆猫家族惊喜现身，与现场的亲子家庭互动玩乐，传递无限欢乐。

在活动现场，沿街的灯牌、门店的橱窗、互动游戏的场景中，以及精心搭建的舞台上，随处可见汤姆猫家族萌趣可爱的形象，令人目不暇接。而让人最为惊喜的是，每到整点，五位高度还原的动漫版汤姆猫家族人偶都会在现场巡演互动、派发礼物，萌出了新高度。借由此次复活节活动，汤姆猫家族携手丰尚国际，联动周边的国际学校与社区，为众多亲子家庭创造了一次亲子互动的机会，也将“寓教于乐，智创家庭幸福”的理念送达更多的家庭。

日均订单量 3500+ 购机业务拓展势头强劲

今年，公司通信事业群金融事业部购机业务迎来了拓展的新高潮，截止到5月底，全国日均业务量已突破3500单。其中河北、陕西等重点区域优势突出，潜力巨大，并取得了喜人的成绩。千人同心，则得千人之力。在闪亮成绩的背后，很大程度离不开的是市场团队针对核心商户所提供的培训，协助商户“升级”的多种支持服务，为商户深度赋能，不只输血，还帮助他们培养造血能力。我们有理由相信，金融事业部市场团队也将在今后拿出更具竞争力的专业性服务，发挥自身更大的能量，扩大市场的覆盖范围。

河北购机业务于今年的3月份正式起劲，4月初受支付宝直付通切换的影响，整体业务量起伏较大，在河北移动及代理商的双重施压下，河北市场团队紧急梳理直付通新流程，调动人员支撑各地市的培训和直付通切换工作，争取省移动支撑，仅一个月的时间带动河北业务突飞猛进，4月份从零开始，到5月底单日突破3000单，期间市场人员培训县区近百个，组织各种培

训和答疑会上百场。靠着汗水和努力突围，奠定了河北购机业务量飞速增长的基础。

陕西市场在时隔3个月后重新焕发活力，在逐步细化的移动侧关系维系基础上，协同陕西合作伙伴充分开展强有力的地推活动，采取“大军过处，每店必入”的作战原则，日单量由100余单稳定提升至300单以上。

与此同时，成绩的背后也离不开资金小组、运营部门、研发团队的同协合作，是他们孜孜不倦的争取，使公司获得支付宝ISV资质，成为支付宝ISV服务商；是他们粘合了部门内各个团队，整合各方需求；是他们加班加点的开发、联调、测试，顺利的完成了支付通的切换和网商银行的接口对接。

“踏雪千寻，长风万里，日出东方，唯我不败”，通信事业群金融事业部的全体同仁必将栉风沐雨、砥砺前行、使命必达，用实打实的业绩，完成对这句话最好的注解。



PROFILE

· 人物专访 ·



孙玉莲 新商业事业群上海事业部总经理

孙玉莲: 方向对了, 勤奋是我们唯一的出路

编者按: 工作七年有余, 很难算清楚到底做过多少次专访, 但像这一次未曾面谈、受访者依据访谈提纲书面作答而一次成稿的经历, 可以肯定的说, 之前从未有过。她坦诚直率、见解独到, 一字一句间, 一个心中有梦、前行无惧的创业者形象慢慢变得立体起来。扎根零售行业 20 年, 自主创业 5 年, IP 产业和儿童产业均有涉猎, 在公司首次正式对外发布大力推进“三年百店”计划、在上海汤姆猫之家商业管理有限公司启动运营之际, 作为新商业事业群上海事业部总经理, 柔肩担重任, 她的加入注定不平凡, 她的征途也注定充满挑战。但显然, 她对自己、对团队、对公司都有着足够的信心。



走过的路、趟过的坑, 都是成长

A: 孙总, 您好! 关于您加入公司之前的创业经历, 可否做一个大致的介绍?

孙总: 中国的服装制造业起起伏伏, 行业洗牌后存活下来的公司和品牌都各有所长, 一般企业也很难模仿和超越, 这就对后来的加入者提出了更高的要求。另外这个行业的完整链条很长, 每一个环节都自成体系并且有很大的发展空间, 每一个环节也都有很高的技术壁垒。在这中间我看到了很多机会, 最开始创业也跟大多数人想法一样, 希望在自己喜欢的领域不断突破, 顺便赚点钱。随着自己对这个行业的研究和深入, 越来越觉得服装行业就是我的归宿, 这是一种感知, 一种态度, 更是一种人生定位。回到我自己, 在每一个阶段都会有新的目标, 总是想突破现状, 于是就走上了创业的“不归路”。

A: 创业路上, 曾经趟过的最大的坑是什么, 您从中收获了什么?

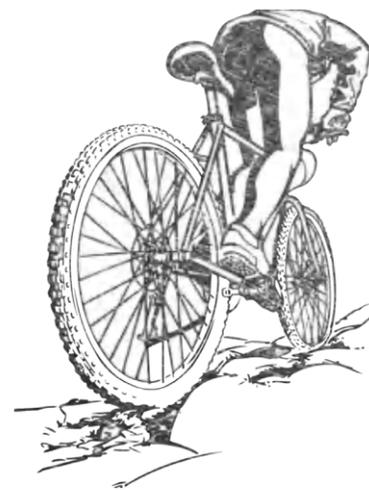
孙总: 23 岁第一次合伙创业遭遇失败, 一方面积累少、经验少; 另一方面也是因为年轻气盛, 根本不懂怎样与人合作, 也不懂妥协与让步, 来自四面八方的压力与冲突也无力化解, 如果把这件事情放到今天来做肯定就成了。也是在这件事情上, 我清楚的知道了一个人要想成功, 除了模式之外, 归因到最后是人的重要性、资源的重要性、合作的重要性。

A: 在遇到挫折时, 坚持下去的动力是什么?

孙总: 作为一个外地来上海的创业者, 资源稀缺、资金有限、人脉不足, 有过很艰难、很想放弃的时刻。大部分人在你做出成绩之前其实都会对你持观望、犹豫、怀疑的态度, 这很正常。这就好比爬山, 坚持一下, 再坚持一下, 熬一熬也就过去了。因为自己清晰的知道目标是什么, 也只有先相信自己, 团队成员才会开始慢慢相信你、跟随你。

A: 23 岁便开始创业, 失败后越挫越勇, 这份闯劲和韧劲恰恰是绝大多数人所缺失的, 这与您个人的成长或教育环境是否有关?

孙总: 我出生在湖北, 最初家庭环境相对比较好, 父母不太管束, 属于“放养”类型。90 年代初跟随父母移居上海, 亲眼看着父亲一路从产销一体化的公司变成一个大批发商, 过几年只剩下一间杂货店, 又过了几年小店变小店, 最后彻底开不下去关门了。这期间我母亲生了一场大病, 好几年生活不能自理, 身为子女的责任、家庭经济的变化, 一夜之间我就长大了, 知道自己只能靠自己。一个人只有首先做到有能力对自己负责, 其次才能对家庭负责、对公司负责、对团队负责、对社会负责。



IP 产业未来发展 潜力巨大

A: 从个人创业到加入金科文化, 公司最为吸引您的地方是什么?

孙总: 金科文化是一家多元化的公司, 积累深厚, 战略及产业布局也非常具有前瞻性, 团队整体构成也很年轻。同时“会说话的汤姆猫”IP 在整个衍生品领域刚刚起步, 借用毛泽东主席的话——正在兴旺时期, 好像早晨八九点钟的太阳。

A: 近期, 作为公司实施“三年百店”计划的重要一步, 上海分公司已启动运营, 作为负责人, 您和您的团队目前主要的工作目标是怎样的?

孙总: 公司在整个新商业板块的战略目标非常清晰, 各个组织职能的规划也很明了, 上海团队现阶段的目标主要以设计研发、供应链、授权3大版块为主, 同时在整体大目标上与公司形成协同。

A: 结合您之前的创业经历, 对于当前工作您认为将会带来哪些有利的影响?

孙总: 在创业的过程中趟过很多坑, 除了了解到企业和人的多边合作的复杂性之外, 也加深了个人对于鞋服配行业的了解, 对于 IP 的特殊性也更加心怀敬畏。相比模式、经验、资源, 合理利用杠杆、放大价值、控制风险, 对经营好一家公司也很重要。

A: 就国内 IP 市场而言, 您认为 IP 产业面临着哪些挑战和机遇?

孙总: 随着中国改革开放 40 年, 以及国家“一带一路”的战略实施, 国内消费者已经拥有强大的消费基础和精神文化消费需求。IP 文化这几年在中国的发展也逐步走上快车道, 未来可期。此外, 国家在知识产权方面的法律法规也日益健全, 这给 IP 的生长环境提供了坚实的后盾。习大大也呼吁中国要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来, 即中国 IP。除了引进国外 IP, 国内各类原创 IP 也做得风水风起, 但从内容制作到改编、传播, 再到授权、运营尚未形成完整的产业链条, 对 IP 价值的挖掘还远远不够, 市场也才刚刚开始起步, 未来发展潜力巨大。下一个千亿级规模的 IP 运营公司, 或许就是我们中国的企业。



A: 纵观国内外市场, IP 产业已被认证的变现路径有哪些?

孙总: IP 变现方式有版权分销、物权分销, 简单来说就是授权和零售。说到 IP 产业, 迪士尼是鼻祖, 在 IP 运用以及业务模式等方面都开创了很多先例, 在这个领域有很多值得研究和学习的不地方。Line Friends 在场景体验上做得很好, 优衣库与各大 IP 的跨界合作案例也特别值得关注。走出去, 与不同领域的品牌及品类跨界链接, 将会成为 IP 运用的一个趋势。

A: 那么决定 IP 变现的最主要的因素是什么?

孙总: 企业运营有三个核心竞争力——产品领先、卓越运营、贴近客户, 达到其中一点都能市场中占据一席之地, 这三点正是我们接下来开拓 IP 衍生品市场必须重点打造的能力。产品好是基本内功, 否则肯定会活不下去, 同时能做到高颜值、高品质、高性价比, 再加上 IP 赋能, 就具备了竞争力。之后再加上差异化的定位、好的推广、扎实的营销, 外部 IP 大环境的上升势能、儿童产业板块的风口等, 势必收获成功。整体来看, 当下的时机就非常好。

A: 您认为汤姆猫家族 IP 的闪光点是什么?

孙总: 汤姆猫 IP 背后有内容、有流量, 还有即将上映的大电影, 而且还会持续创新, 源源不断地输出优质内容。所以与消费者的链接是无缝的, 互动也将更加直接, 这是先天的优势。我们每个人在生活中都离不开衣食住行游购娱, IP 的运用是无界的, 汤姆猫有游戏娱乐无需回避, 这只是众多业务板块之一。在儿童娱教领域, 我们传递给消费者的一定是积极向上、健康阳光的核心价值, 同时兼具趣味与审美, 这也是我们的社会责任。

A: 关于公司在 2018 年年报中首次公开的“三年百店”计划, 主要包含几个阶段以及相应的侧重点分别是什么?

孙总: 四个阶段, 第一步潜心打磨产品; 第二步是针对定位市场及人群进行区域性测试, 让消费者和市场认识、接受并喜爱我们的产品, 建立口碑, 建立样板, 建立标准, 同时打造我们的品牌、授权和运营团队; 第三步是通过合作来解决专业分工问题, 比如供应链、渠道端, 打造利益共同体, 夯实基础; 第四步就是抓紧时机迅速扩张, 儿童板块目前领跑市场的品牌屈指可数, 大部分品牌尚处于起步阶段, 先抢到赛道很重要。

严格要求自己 and 团队, 才是负责的态度

A: 请您介绍一下目前上海团队的小伙伴们。

孙总: 基于业务模型及能力需要, 我们搭建了目前的团队, 分管设计、供应链的两位小伙伴, 在各自专业领域都有 20 年的沉淀, 执行团队成员中经验最少的也超过 10 年, 而且近几年都在潜心研究 IP。十年磨一剑, 专业的人干专业的事, 我对他们非常有信心。

A: 在团队管理方面, 您偏向于哪一种风格?

孙总: 工作上我是以结果为导向, 雷厉风行, 说干就干, 对自己和别人的要求都会比较严格。熟悉的人都知道我其实是一个性子急, 说话直, 易得罪人。生活上则比较随和、宽容, 甚至有点神经大条, 在生活与工作中所呈现的状态还是有所不同的。



A: 对于团队成员, 您最看重的特质是什么? 对待下属的抱怨, 您是如何处理的?

孙总: 有较高的专业能力和学习能力, 愿意接受新鲜事物, 不断创新、善于沟通、团队协作, 这是我所看重的。

抱怨首先是不满的一种表现, 作为管理者要学会倾听, 从中找到问题的根源, 如果是公司流程或者管理制度上的问题, 需要立即给出解决方案; 如果是个人情绪的问题, 明确告知其公司的期望、目标; 如果是不合理的抱怨, 则需要及时进行引导指正。

A: 站在一个新的起点, 对现有的团队成员以及未来加入团队的小伙伴们, 您最想说什么?

孙总: 我相信每一位选择离开自己舒适区并跟随我重新开始的小伙伴, 都是怀揣着梦想的, 他们也一定对自己和自己的人生目标提出了更高的要求, 仅凭这一点就很难能可贵, 值得尊重和认真对待。经验和经历都是财富, 但我们的过去并不代表我们的未来, 过去的成功经验可以借鉴, 但真正能让我们走向卓越的一定是不断的自我学习、迭代和创新。既然做出了选择, 就要全力以赴、日夜兼程, 逢山开路、遇水架桥, 不达目标誓不罢休。

读诗和商业都能让自己和世界变得更美好

A: 您平时的娱乐消遣是什么? 喜欢阅读哪一方面的书?

孙总: 生活方面比较简单, 不太喜欢应酬, 工作之余喜欢旅行、阅读、种花、喝茶, 也刷美剧, 算是比较宅的。少年时期喜欢文学类的书籍, 这些年看商业类和行业类书刊比较多, 读诗和商业都能让自己和世界变得更美好。

至于旅行, 刚开始没什么钱, 和驴友结伴徒步比较多, 也多是一些不知名的山, 甚至没有路, 碰到下雨天难行, 走不动的时候也想过放弃。和工作中遇到的很多困难一样, 坚持一下, 再坚持一下就过去了。旅途中的见闻和思考, 与固定待在一座城市和办公室的维度是不一样的, 看世界的视角也会发生变化。

A: 您所信奉的格言是什么?

孙总: 和很多没有背景和资源、白手起家的人一样, 我们所身处的时代以及环境要求我们必须不停地奔跑才有可能留在原地。看准趋势、把握机会, 剩下的就是勤奋与努力。只要方向对了, 勤奋是我们唯一的出路。

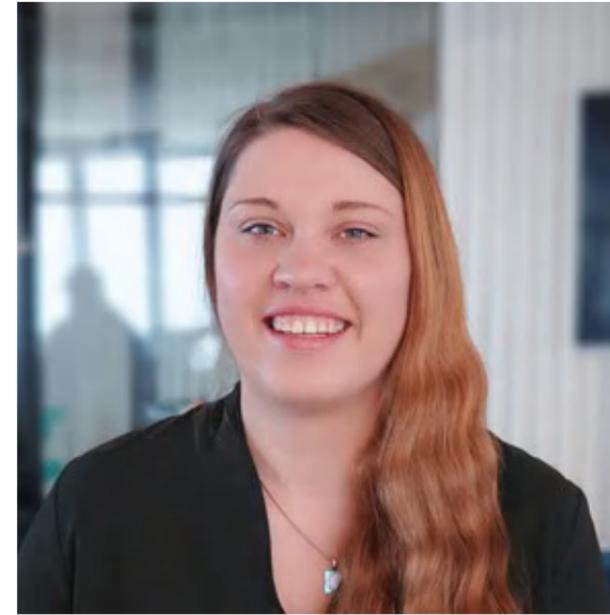
A: 最后, 我想在您的心中是藏有一个梦想的, 可以谈谈吗?

孙总: 我有两个终极梦想, 一是做成一家百亿级的公司, 我工作过的公司和参与过的项目规模都在 20 亿以上, 但是很遗憾, 没有一家公司突破百亿或上市成功, 这算是我心里面的一个遗憾。就像你一直在念书, 但是考不上清华或哈佛怎么能证明你成绩好呢? 另一个是帮助贫困地区的孩子, 很多人出生在环境和资源匮乏的地区, 这不是他们自身的错, 艰难的时刻人人都需要帮助, 在机会面前人人平等, 如果能帮到他们, 这也是我的价值所在。



MICRO ANGLE

· “微” 视角 ·



Barbara Erman
Outfit7 事业群 资深游戏设计师



Maxime Rioux
Outfit7 事业群 资深游戏设计师

Spicing up My Talking Tom 2: It's the Little Design Touches That Make All the Difference

The award-winning, chart-topping success of My Talking Tom 2 is no accident. The game might seem simple, but there's a myriad of secrets at work beneath its super-cute surface. Here we want to offer a glimpse into just one of the principles that elevates My Talking Tom 2 from a pleasant (but predictable) set of systems to a lively, irresistible entertainment experience.

In order to succeed, a new game needs to feel familiar and comfortable, yet also fresh and exciting. Carefully crafted so that millions (always aim high!) of users will feel like it was designed especially for them. Most of the responsibility for that careful crafting falls

锦上添花《我的汤姆猫 2》：小细节造就大不同

《我的汤姆猫 2》屡获殊荣并荣登排行榜榜首，绝非偶然。这款游戏看似简单，但在其超级可爱的外表下隐藏着无数的秘密。在这里，我们想让大家了解，使《我的汤姆猫 2》从一套令人愉快（但可预见）的系统提升到一种生动的、不可抗拒的娱乐体验的一个原则。

为了成功，一款新游戏需要让玩家感到熟悉和舒适，同时也要保持新鲜和刺激。精心设计，才能让数以百万计（永远目标远大）的用户觉得它是专为他们设计的，而其中主要的责任都落在了谦虚的游戏设计师的脚下。

at the feet of the humble game designer.

So, how is it even possible? How do we make a game played by hundreds of millions of people feel unique to every single one of them?

There are lots of ways, of course. But the main one is something we call “spice” .

Spice refers to those small, unpredictable moments of gameplay that make you smile. Those little surprises that you immediately want to tell someone about... “Have you tried...?” , “Did you know about...?” , “OMG! You can actually...” Your favorite games are full of moments like these, and they’re more important than you probably realize.

Fig. 1: Most foods simply satisfy Tom’s hunger, but a few are designed to surprise and amuse the player. Here’s Tom releasing a barrage of grape seeds at his pet!

The first rule of spicing up a game is that the “spice” has to match the “dish” . Using the type of spice that fits the gameplay genre and the game universe really resonates with players. My Talking Tom 2 is a cartoonish, character-driven experience so it’s natural to spice it up with a blend of humor and cuteness. But, of course, humor and cuteness don’t work in every game. Whatever you use as spice, don’t force it and don’t overdo it.

Fig. 2: For most players, the first time the pet eats the soap is an accident. But once they’ve discovered it, they do it again and again.

It’s also important to ensure that spice is evenly distributed across the various features and stages of the game experience. We keep an eye on the discoverability of these kinds of moments, create custom events for them and, after we get analytics

那么，这是如何实现的呢？我们如何让数亿人在玩游戏时都觉得他们是独一无二的？

当然有很多方法，但最主要的是我们称之为“香料”的东西。香料指的是游戏中那些让你微笑的、小而不可预测的时刻。那些你想马上告诉别人的小惊喜：“你试过……吗”、“你知道……吗”、“天啊，你真的可以……”你最喜欢的游戏中充满了这样的时刻，并且它们可能比你意识到的更重要。



图 1：大多数食物只是简单地填饱汤姆猫的肚子，但也有一些是为了给玩家带来惊喜和娱乐。这里汤姆猫向他的宠物扔了一大堆葡萄籽！

为游戏增添趣味的第一条规则是“香料”必须与“菜肴”相配。使用适合游戏风格和游戏世界的香料类型，确实能与玩家产生共鸣。《我的汤姆猫 2》是一个以卡通角色为主的游戏，所以很自然地就会加入幽默和可爱的元素。但是，幽默和可爱并不是在每个游戏中都能起作用。无论用什么调味料，都不要用力过猛。



data, fine tune the chances of them happening. They never have tutorials. Instead the player is given the chance to discover them completely on their own. In this way, their expectations of the game are fulfilled, maybe even surpassed.

Fig. 3: The prize wheel isn’t just about currency rewards. The way Tom’s pet tumbles around inside the wheel makes it an entertaining feature in its own right.

So, where do the ideas for these moments of spice come from? Well, the short answer is... everywhere.

For a start, we play a lot of other games, and this is a common source of ideas. But the best inspiration, especially for spice, usually comes from the real world. We observe the intriguing situations constantly unfolding in the world around us, and either apply them to current projects, or else store them for future use. We have it hard-wired in our brains that all these crazy thoughts have the potential to one day spiral into something amazing.

We keep a database of sketches, 1-liner ideas, and photos of our meeting room walls (most of which can be written on) to permanently preserve any gameplay thoughts we have. These ideas are frequently revisited and the database continually expands through all stages of game development.

Fig. 4: Sometimes the funniest things are those that you don’t see, such as when you pick Tom up and throw him off the screen.

And while game designers here are in charge of putting ideas into practice, we’re not solely responsible for generating ideas ourselves. A big part of our role is to actively encourage our colleagues from outside of the game design team

图 2：对于大多数玩家来说，宠物第一次吃肥皂是一个意外。但一旦他们发现了这个玩法，他们就会一遍又一遍地重复。

同样重要的是，确保香料均匀分布在游戏体验的各个阶段。我们关注这些时刻的可发现性，为它们创建自定义事件，在获得分析数据之后，对它们发生的几率进行微调。他们从来没有教程，相反，玩家有机会完全靠自己去发现它们，这样他们对游戏的期望就实现了，甚至可能超出预期。



图 3：幸运转盘不仅仅是货币奖励，汤姆猫的宠物在转盘里打滚的样子本身就很有趣。

那么，这些香料时刻的灵感是从哪里来的呢？简而言之，答案是无处不在。

我们首先会试玩很多其他类型的游戏，这是一个常规灵感来源。但是最好的灵感，尤其是香料通常来自于真实世界。我们观察身边不断出现的有趣情况，并将它们应用到当前的项目中，或者将它们存储起来以备将来使用。所有这些疯狂的想法都有可能某一天成为令人惊奇的创意，这一点在我们的大脑中根深蒂固。

我们保存了数据库的草图、一闪而过的想法，以及会议室墙壁的照片（大部分都可以写在上），以永久保存我们所拥有的任何游戏理念。这些想法经常被重新审视，并且数据库在游戏开发的所有阶段都在不断地扩展。

to think creatively and suggest their own ideas for improvements and new features. Not all of the many great game design ideas in our games started life in the mind of a game designer.

For example, artists and designers are sketching funny gameplay situations starting from the early concept phase, long before a line of code gets written. Later in the production process, the animation team will come up with even more silly reactions and funny idle animations. Sound also plays a big part, which is why pictures don't quite do justice to the examples in this article. Developers are some of the best out-of-the-box thinkers, often providing their own crazy (not to mention doable) ideas. There have also been numerous instances of a gameplay gem being born out of an accidental (or "accidental") bug that proves too entertaining to not be turned into a real feature. Of course, a sanity check is always necessary to establish whether or not the comedy effect is applicable to a wider audience.

Fig. 5: Punch it high enough and the bag will punch you back! The split-second of shrieking Tom provides hours of amusement.

Sometimes it's necessary to approach creativity in a more systematic way. If we sense that some spark is lacking with a certain feature, we might organize specific brainstorming sessions, purely with the intention of coming up with more funny situations. Sounds like the most entertaining brainstorming sessions ever, right?

Finally, some of the craziest, best ideas actually come from our players. Either they send suggestions to us directly, or we discuss them in person on user tests. We regard our players as the real experts in our games. They might not understand game systems, balancing, KPI requirements and technological limitations like we do, but they're an endless source



图 4: 有时候最有趣的事情就是那些你看不到, 例如当你选择将汤姆猫扔出屏幕时。

虽然游戏设计师负责将想法付诸实践, 但我们并不仅仅负责创造自己的想法。我们的一部分角色是积极鼓励来自游戏设计团队以外的同事进行创造性思考, 并提出自己对于改进和新功能的想法, 我们游戏中所有伟大的游戏设计理念并不都是从游戏设计师的头脑中诞生的。

例如, 在编写一行代码之前, 艺术家和设计师就已经从早期的概念阶段开始绘制有趣的游戏场景了。在后期的制作过程中, 动画团队会做出更多滑稽的反应和搞笑的闲置动画。音效也至关重要, 这就是为什么图片不能很好地诠释本文中的例子。开发人员是一些最好的开箱即用的思考者, 经常提供他们自己的疯狂想法, 更不用说可行了。还有许多游戏宝石是由偶然或意外错误产生的, 这错误被证明太有趣而不能变成真正的功能。当然, 必须进行健全性检查以确定喜剧效果是否适用于更广泛的受众。



图 5: 将沙袋打得足够高, 它会甩回来打你, 汤姆

of "It would be cool if..." ideas. The value of their input and insights can't be overstated.

Fig. 6: Another moment of surprise slapstick is triggered if the player drops the pet on Tom's head.

Producers and product managers at Outfit7 know what a big impact small, spicy gameplay moments can have on the overall game experience. But a strong advocate is still required to keep spice high on the priority list (after all, small ideas are easy to overlook). And the game designer is that advocate.



Fig. 7: Tom going to sleep is already super-cute in itself, but the way his pet snuggles up to him sends the situation into cuteness overload.

So there you have it, the secret of spice is revealed! Strong game loops are important, but it's the little touches of creativity that stand out in a player's memory and bring them back to a game again and again. Without them, My Talking Tom 2 wouldn't inspire such extraordinary adoration and dedication from players. And this adoration and dedication is what, at the end of the day, inspires us.

猫尖叫的瞬间为玩家带来了数小时的乐趣。

很多时候有必要以一种更系统的方式来对待创造力。如果我们感觉到某个特性缺少某种火花, 我们可能会组织特定的头脑风暴会议, 纯粹是为了想出更有趣的效果。这听起来是有史以来最有趣的头脑风暴会议。

最后, 一些最疯狂、最好的想法实际上来自我们的玩家。要么他们直接向我们发送建议, 要么我们在用户测试中亲自讨论这些建议。我们认为玩家在游戏中是真正的专家, 他们可能不像我们一样理解游戏系统、平衡、KPI 需求和技术限制, 但他们所说的“如果……就好了”为我们带来了无尽的创意, 他们的投入和见解的价值不容小觑。



图片 6: 如果玩家将宠物扔到汤姆猫头上, 则会触发另一个惊喜闹剧。

Outfit7 的制作人和产品经理都知道小而刺激的游戏玩法瞬间会对玩家的整个游戏体验产生多大的影响。但是仍然需要一个强有力的倡导者来保持香料在优先级列表中的高度重视。毕竟, 小的想法很容易被忽略。游戏设计师就是这样的倡导者。

图片 7: 汤姆猫睡觉已经超级可爱了, 而他的宠物依偎在他的身旁时更是可爱爆棚。

现在, 香料的秘密终于揭晓了。强大的游戏循环是很重要的, 但只有那些创造性的小细节才能在玩家的记忆中脱颖而出, 并将他们带回游戏中。如果没有它们, 《我的汤姆猫 2》将无法激发玩家如此非凡的崇拜和奉献精神, 而这种崇拜和奉献精神也同样激励着我们。



MISSION

我们的使命

寓教于乐

智创家庭幸福



FRESH
COMMUNITY

· 鲜活社区 ·

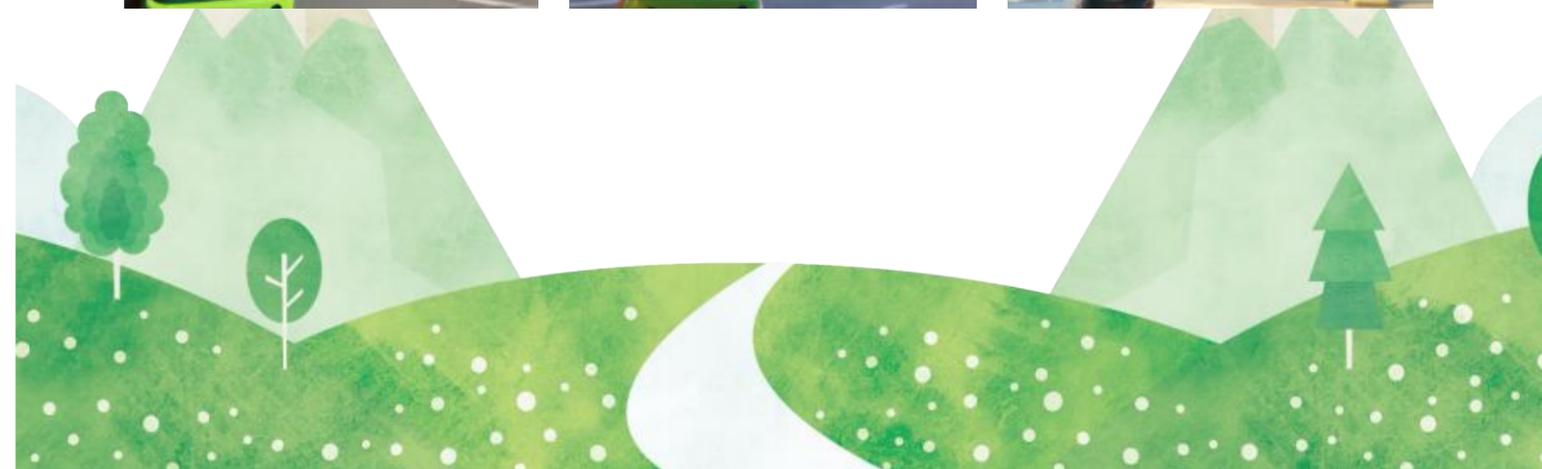


带着汤姆猫 去旅行

编者按：在“五一”小长假之前，小编在公司内发起了一个内刊征集活动——带着汤姆猫去旅行，之后陆陆续续收到了很多作品。在金科小伙伴们的镜头下，汤姆猫化身旅行小达人，在不同的城市和景点都留下了萌萌的小身影。现在，就让我们一起来看看吧！

 北京 @ 刘喆文

旅行？不存在的。五一假期去北京出差，搭车途径天安门、人民大会堂、中央电视台总部大楼，拍照打卡，还在国贸溜达了一会儿，似乎也体味到了一丝旅行的欣悦。



📍 杭州·西湖景区 @ 幸运的龙叔



阳光明媚的午后，带着汤姆猫和安吉拉，从北山路骑行至灵隐寺，一路上微风拂拂，湖光山色尽收眼底。

偶遇一群在睡觉的小野鸭，身后是车水马龙的北山路，三五步之遥，一侧繁华而喧嚣，一侧惬意而静谧，很是有趣。驻足拍摄的时候，无意吸引了好多游客围观，扰了小鸭子们的好梦，看着它们东倒西歪地划入水中的可爱模样，心里着实有一点点的愧疚。

从西湖博览会博物馆出发，循着灵隐路一路向西，骑行二十分钟，多是微缓坡，并不吃力。道旁绿树掩映，阳光透过树叶洒落在柏油路上，斑斑驳驳，过了龙井路，车流和行人渐少，一阵阵鸟鸣传来，心情也不由得雀跃起来。



来到灵隐，入眼即是一片绿意，高高低低的树木相互掩映，像是误入一处密林。穿过树林，人声喧嚣处，抬头便可看见“灵隐寺”的金色牌匾。来杭州旅游，一看西湖，二看灵隐。灵隐寺是杭州历史上最为悠久、规模最大的丛林寺院，也是全国十大古刹之一。



灵隐寺景区内占地 257.7 万平方米，飞来峰、天王殿、大雄宝殿、药师殿等景点，足可逛上三四个小时。寺庙内外游人如织，避开佛像、石碑以及人群，将汤姆猫和安吉拉放在桥栏或石壁上取景时，偶尔外国游人和小朋友认了出来，也跟着一起拍，颇有一种晒娃炫宠的感觉。

📍 杭州·仓前老街 @ 蘑菇君

仓前老街有着 880 多年历史，在素有“上有天堂下有苏杭”之称的杭州，几乎鲜有人知。但只要提到一个名字，大家应该都不会陌生——国学大师章太炎，1869 年，他出生在老街河畔的一座宅院里，并在此度过了人生最初的二十二个春秋，如今这座宅院依然稳固屹立，这里也成为了互联网创业的热土。小桥流水，深巷老宅，廊街岸柳，在夕阳的余晖里走走停停，心情格外美丽。



📍 杭州·钱江世纪城 @一一

蹭话题，参加钱江世纪城“拥江发展”大讲堂公开课，顺道参观了2016中国杭州G20峰会主会场——杭州国际博览中心，又是收获满满的一天。



📍 绍兴·京杭大运河畔 @肖洒

汤姆猫说，身后的这片油菜籽田已被他承包了。



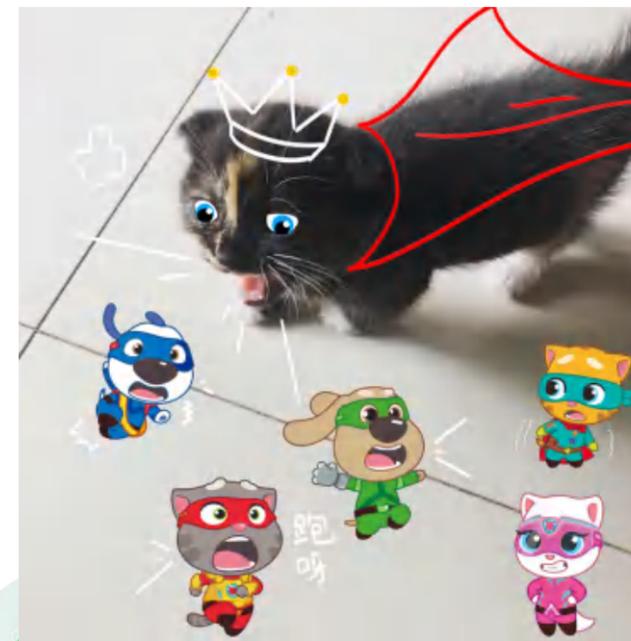
📍 广州 @黄彩影

眼里是阳光，笑里是坦荡，愿所有的美好与温暖如约而至。



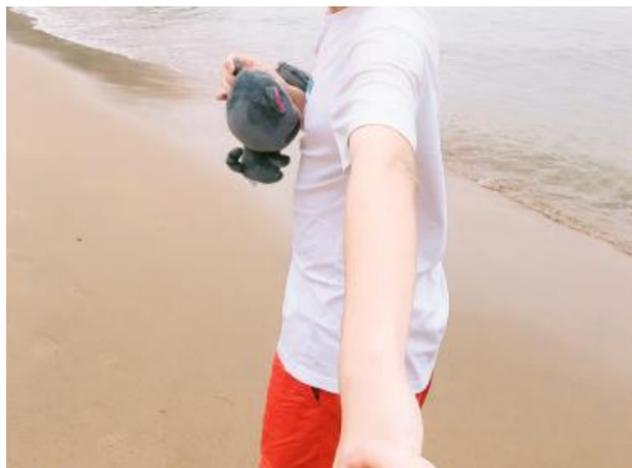
📍 杭州·猫咪王国 @甘佩佩

一天，汤姆猫和他的好朋友们误入了一个神秘的猫咪王国。他们的到来，惊扰了美丽的玳瑁妞妞国王。国王十分生气，张嘴喵喵道：“是谁惊扰了我的美梦？”汤姆猫他们见状不妙，急忙惊慌逃跑！



📍 厦门·鼓浪屿 @ 李静捷

心之所向，素履直往。计划这次旅行，是将近两个月之前的事情。和以往一样，我们总会在目的地的选择上纠结许久，以至于久久不能得出一个完整的旅行攻略。这也是我和你出行的分歧点所在，我眼中严重钢铁直男的你，与曾经一度文艺小青年的我，我们彼此之间的审美是隔着一条巨大鸿沟的。就比如你喜欢山山水水，而我向往海阔天空，庆幸的是我们懂得为对方妥协。鼓浪屿的沙滩，拥有令人心情舒畅的干净。牵手与你漫步于小岛上，没有了车马的喧嚣，远离了浮躁的都市，只想尽情地大口呼吸夹杂这些许腥味的海洋气息。



📍 厦门·厦门大学&万石植物园 @ 沈芳婷



厦门是一个蓝天白云、绿树红花的城市。我们去的季节刚好赶上三角梅盛开，一簇一簇的红，颜色浓郁得像是可以滴下来。汤姆猫同学的一天是从厦门大学开始的。厦门大学不只是一所高校，也是厦门当地的著名景点之一，甚至还被称为中国最美大学。厦大每天接待的游客都是限量的，参观需要提前在公众号预约，我们很幸运，抢到了为数不多的参观名额。只可惜那天的天气不是很好，天空都是灰蒙蒙的。

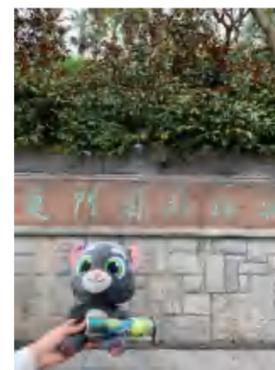


厦大依山傍海，风光秀丽。走进校门，就可以看到红砖白墙的建筑，时代感扑面而来。大道两边树木林立，是很有特色的椰子树，给校园带来了一股热带气息，天气好的时候应该很好看吧！走累了，闲坐芙蓉湖畔，清风徐来，水波不兴，何不乐哉？

中午我们去芙蓉餐厅吃了饭，餐厅变得很商业化，不太推荐。吃完饭，汤姆猫同学去了久负盛名的芙蓉隧道。听当地人说，芙蓉隧道里的涂鸦是厦大学子一笔一笔描绘而成。每年的毕业季，毕业生们都会把原来的涂鸦抹掉，再重新画上新的，所以芙蓉隧道的涂鸦没有一年是完全相同的。但有一点是相同的，每一年的涂鸦都寄托着新生代的不舍和留恋。

芙蓉隧道全长 1.1 公里，净宽 8 米，净高 4.5 米。隧道里密密麻麻的都是前来参观的游客，偶尔也有骑自行车经过的学生，车铃“叮铃铃”的响起，是很久没有听到的清脆的声音。

在稍事休息之后，我们就前往了背靠厦大的万石植物园。沿着植物园的道路往上走，道旁有一颗参天大树，走近看才知道原来是邓小平爷爷亲手种下的。我们的汤姆猫同学还和石碑一起合影了。



万石植物园，按照种植的植物类别，分别建有裸子植物区、棕榈岛、蔷薇园、沙生植物区、雨林世界、花卉园、藤本区等植物专类园区。其中，雨林世界和沙生植物区特别值得一看，雨林世界虽说是人造的，但园区内雾气朦胧，加上美丽的热带雨林景观，看上去犹如仙境。沙生植物区则可以看到很多奇形怪状的仙人掌。

这一年夏天有最温暖的目光

—2019年金科文化探访广州番禺区社会福利院儿童活动

行政中心广州行政部



“暖暖的手，天真的清澈眼眸。幻想着未来有多自由，怀抱希望过每一天。亲爱的孩子，我们牵手，崎岖的路一起走，爱不要理由，不说出口，付出就已足够”。

——前记

世界上的每一个孩子都是坠入人间的天使，他们像太阳一般炽热，他们像花儿一般烂漫，他们像鸟儿一般自由，他们像星星一般闪耀，他们值得我们所有的爱，他们也值得我们用尽一切去拥抱。但当你沉浸在幸福与美好中时，可曾想过，有这样一群孩子，他们无法自由奔跑，因为疾病不允许他们这样做；他们把情绪都藏在心里，因为自小就被抛弃留下了阴影；他们时常面无表情，因为他们感受不到任何的喜怒哀乐。他们住在福利院，但关爱他们并不单单是福利院的事情，更需要我们每一个人都对其伸出援手。爱是会传染的，爱也是带这群孩子走出阴霾、走向希望的绝对力量。因此，在2019年六一儿童节来临之际，践行公司关于“坚持不懈地致力于公益慈善事业”的观念，履行公司“以实

际行动回馈社会”的职责，行政中心广州行政部于5月22日上午组织互娱事业群的部分小伙伴，前往广州市番禺区社会福利院探访那里的儿童，代表公司全体为福利院的儿童送去了关怀与慰问，同时，也陪伴他们提前度过了一个难忘的六一儿童节。

此次活动以“这一年夏天有最温暖的目光”为主题，表达了我们持续关注孤儿等弱势群体的情感，同时，也传递着我们温暖有爱的企业形象。经过沟通，我们了解到目前该福利院最紧缺的物资是衣服及牛奶等生活必需品，因此，我们代表公司向其捐赠了一批衣物及20箱牛奶，也带去了部分汤姆猫周边产品，希望小朋友们在汤姆猫家族的陪伴下更快乐地成长。





结束后，我们把精心准备的汤姆猫小奖品颁给了每位小朋友，拿到奖品的小朋友开心极了，还时不时向我们展示自己的“战利品”。

最后迎来了画画环节，刚才还在活蹦乱跳的小朋友们，第一时间坐回到自己的座位，安安静静地进行创作，动如脱兔，静如处子。我们教他们画了太阳和花朵，寓意他们能像花儿一样，在太阳的呵护下快乐、阳光地长大。

转眼间，一小时探访活动进入尾声，我们在一声声甜甜的“再见”中，和小朋友们告别。令我们感动不已的是，其中一个小朋友临别时抱着我们一位成员的手臂，睁着大大的眼睛，天真无邪地看着我们说“我会记住你们的，要记得常来看我们啊”。或许，对于小朋友们而言，幸福就是这么简单，一次陪伴，其实就够了。

这里，也要特别感谢参与此次活动的小伙伴们，相信我们这份小小的力量，会给小朋友们带去更多的希望。也期待未来会有更多的小伙伴加入到我们的队伍中来，让我们这个队伍更加壮大，凝聚爱心，让我们的力量也变得更加强大。

之后，公司也会组织更多与此次福利院探访活动相类似的公益活动，活动涉及面更广，所需要的帮手也会更多，到时希望小伙伴们多多关注并踊跃参与，更好地为这个社会贡献我们的一份力量，献出我们的一片爱心。

这一年夏天有最温暖的目光，也会有最感动的阳光。最后，祝全天下的小朋友们都能在爱里茁壮成长。

广州市番禺区社会福利院位于番禺区坑口路110号，五月的福利院在阳光的映衬下充满生机与活力。当天上午9点整，金科文化探访小分队九位成员与小朋友们在操场初次见面啦！即使活动还未开始，有一个小朋友一走出来就拉着我们一位成员的手，用稚嫩的声音说道：“我好喜欢你啊”，在场的所有人的心都为之融化。

在老师的细心引导下，我们和

小朋友们簇拥在一起，笑容也逐渐在小朋友们当中传递开来。在一阵阵的欢声和笑语中，我们和小朋友们一起合唱了歌曲《明天会更好》，和小朋友们玩起了他们最喜欢的游戏——击鼓传花，并约定惩罚是一段自己擅长的才艺展示。一开始我们的成员都担心小朋友们会不会因为害羞而怯场，可是出乎了大家的意料，小朋友们不仅非常活泼主动，而且多才多艺，唱歌、跳舞样样精通。



尊重生命 “救”要知道

——记杭州哲信紧急救护知识宣讲活动

行政中心西溪银泰行政部

5月8日，第72个世界红十字日，为了让更多的伙伴了解红十字、传播红十字精神，公司行政中心西溪银泰行政部特别组织了一场紧急救护知识培训活动，来自哲信公司各部门共计24位优秀代表在省急救中心老师的指导下，不仅认真学习了心肺复苏、创伤救护、气道异物梗阻等急救知识，同时也积极参与了急救实操演练，小伙伴们的救护技能大大增强，顺利通过培训考核，成为一名真正合格的救护员，并希望能运用所学的急救技能帮助到需要帮助的人。

下面就让我们一起回顾这一次气氛热烈又意义非凡的活动吧！值得一提的是，有几位小伙伴放弃休息时间主动来参加培训讲座，此处有掌声。

什么是“红十字”

首先要了解：

一个人——亨利·杜南

一本书——《索尔费里诺回忆录》

红十字起源于战场救护，1863年由瑞士人亨利·杜南成立，前身叫“伤兵救护国际委员会”，1875年改为“红十字国际委员会”，其基本原则为人道、公正、中立、独立、志愿服务、统一、普遍，它的存在和正确使用，对于执行人道主义保护任务起着至关重要的作用。在和平年代，红十字的使命更重要的是保护人的生命和健康。

我们先来关注一组数据：中国每天有1500人死于心脏骤停，每年总死亡人数高达50多万人，居全球首位，但我国急救普及率不足1%！时间就是生命。意外发生

时，最有效的抢救时间只有短短4-6分钟，这也就是医学上所说的“黄金救命时间”。每耽误1分钟，死亡率就会直线上升！

培训回顾

针对紧急救护知识，美女老师通过视频、图片等多样的形式讲解介绍，在场小伙伴踊跃参与、积极问答、



聚精会神，拍照、笔记一样都不落下。

实操课上，老师详细指导了包括心肺复苏术、烧烫伤、止血、简单包扎等常见急症及意外伤害的处理，让小伙伴掌握了自救、互救基本的方法。

光说不练假把式，老师御用“活体模特”闪亮登场。胡总、佳哥这两位糙汉子此刻化身为温柔、细心的急救员，耐心的为华哥、坤哥包扎“伤口”，“伤者”露出了老父亲般的笑容。



心肺复苏环节，软萌妹子按压力度不够，美女老师亲自上阵传授内功，通过老师的纠正指导也熟练掌握了全部急救要领。



看！激动人心的人工呼吸环节来啦。小张同学和孙总竭尽全力地鼓起了腮帮子实施人工呼吸大法，我们仿佛看到了模型老师在皱眉头拒绝。



小伙伴内心洋溢着对追求知识的满足和快乐，动作标准、手法娴熟，面对老师的“刁难”丝毫不慌乱，完美地完成了一次救助，全部稳稳的通过了考核，拿到由红十字急救中心颁发的救护员证。以后如果遇到危机时刻，大家就可以持证上岗施救啦！



By the way. 小伙伴们可不要因为一天的忙碌工作而偷懒不锻炼身体呀！拥有强健的体格，我们才可以进行自救互救。公司在西溪银泰办公区前台也设立了急救箱，为大家提供基础应急设备保障，争取做到有备无患。另外，如果有兴趣参加急救培训的小伙伴，也可以报名，我们会根据大家的需求，再次开展急救培训活动。



紧急救护知识学起来

以下是我们本次培训讲解到常用的心肺复苏、创伤包扎、气道异物梗阻等紧急救护知识，没有来参加的小伙伴可以学习了解下哦！

心肺复苏术

提问：当你在路上看到一位行人突然倒地，并发现他已经没有意识、也没有呼吸，你的第一反应是什么？你知道怎么救他吗？不用担心，马上就知道救人的办法啦！

第一步：呼叫病人，无反应后解开衣领，检查病人颈动脉波动（注意标准动作：一手食指与中指并拢），然后查看病人胸廓起伏情况，检查 5-10 秒。

第二步：呼救帮助（这得放开喉咙卯足了劲喊，总得有人听到来帮忙是不）

第三步：胸外心脏按压，松解病人衣物，双膝跪于病人一侧，两乳头连线中点，在下面的手指打开，手指翘起，上面的双掌跟下面的双手十指握住，敲重点：手臂是需要垂直的，按压 30 次，人工呼吸 2 次，需要按压 5 轮左右。

第四步：开放气道，首先将病人头偏向自己这侧，一手的食指与中指并拢，将事先准备好的纱布取一块打开绕至于手指上，手指从一侧嘴角进入，另一侧嘴角出来，然后将病人头部再次平卧，将另一块干净的纱布打开放置于病人嘴巴上。很难？别慌，总结六个字“清理嘴巴异物”，我是助人为乐的小天使。

第五步：人工呼吸，一手用手掌腹压于病人额头部，大拇指和食指压住病人鼻子，一手用食指和中指位于病人下颌骨位置（不能在下巴的中间，要在旁边一点

的位置）提起病人的头部，就是所谓的仰头抬额法；然后嘴对嘴进行吹起，操作时需要把病患的嘴巴全部包住，人工呼吸一次，就把病人鼻子松开，头偏向病人的鼻部上面的位置听呼吸看胸廓起伏，然后再捏住鼻子进行第二次人工呼吸，两次之后开始第二轮的胸外心脏按压和人工呼吸。

第六步：再次判断病人呼吸和颈动脉波动。

创伤的急救

意外碰伤出血了怎么办？

环形包扎法最简单，注意啊注意啊不能包成粽子，吃了可还行。但是它可不是哪哪都适用，只能用于腕部和颈部。敲重点：快、准、轻、牢、美、适。

海姆立克急救法

嗯……听着略洋气。问了问度娘，原来是海姆立克教授于 1974 年发明的运用于呼吸道异物窒息的快速急救手法。

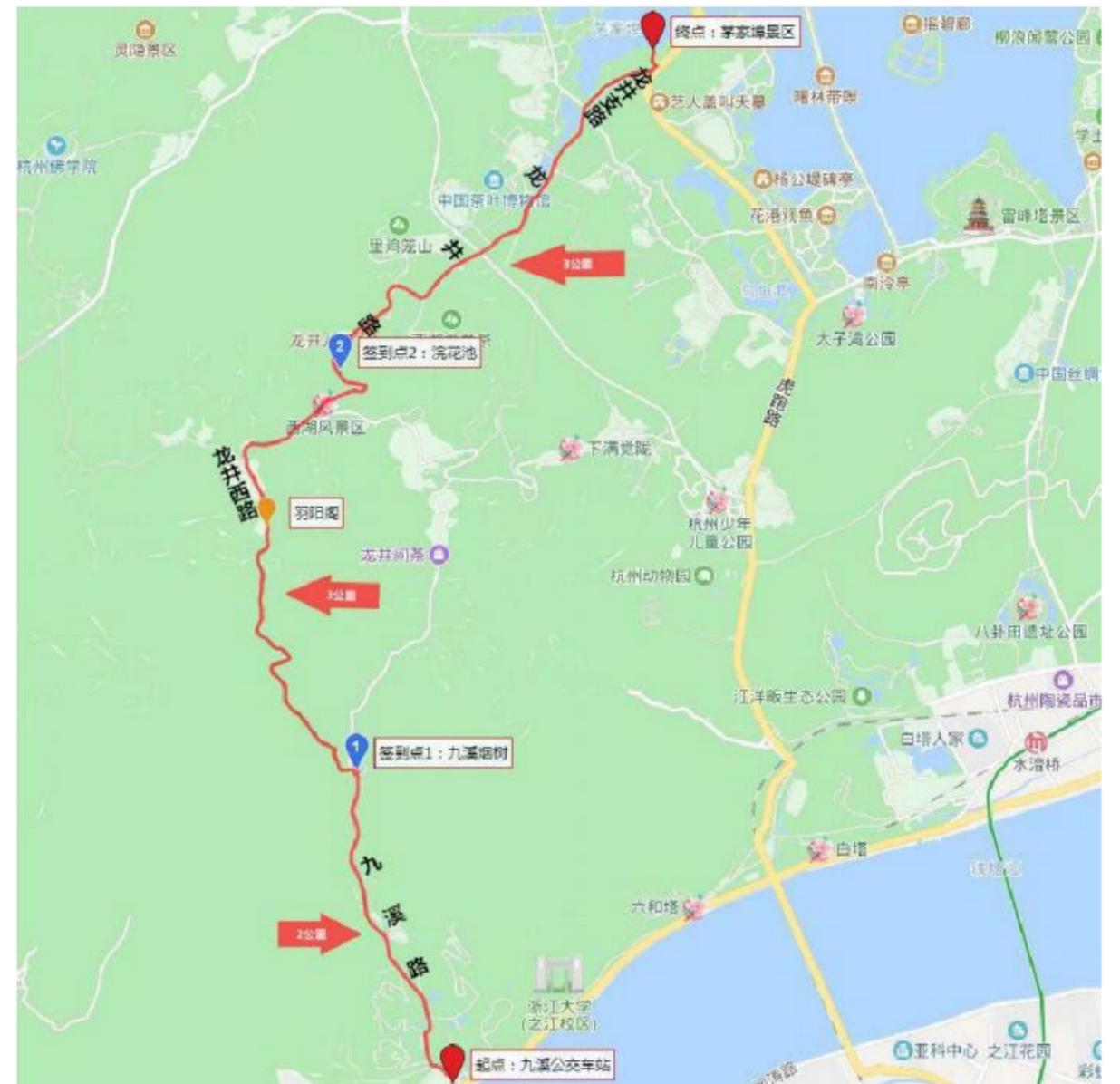
不会说话、不能呼吸、也不能咳嗽的，不用怀疑，“海姆立克”征象。赶紧站在患者后面扎马步，没听错，就是扎马步！前脚放置患者双脚间。一手置于患者腹部，一手将患者背部推向前，双手压迫其腹部，不用太用力，吃奶的劲就成。重复重复再重复，当然异物排出你就不用重复动作了。

你学会了吗？

互娱事业群每日给力西湖毅行活动播报

人力资源中心每日给力 HR

5 月 18 日的毅行活动现已结束，祝贺所有参加本次毅行活动的小伙伴们，你们都走到了终点，大家辛苦了！



毅行线路图

在此恭喜“我只想静静队”和多吉达娃分别获得团队和个人的第一名！



还有最先到达终点的前十位小伙伴，恭喜你们获得技能“灭霸的响指”！



当然，其他小组也很棒，每组都完成了毅行目标。本次毅行活动，大家都很积极。在制定规则时，好像有点小看大家了，希望在今后的活动中大家继续保持，积极参与。





ARTICLES READING

· 心享悦读 ·



思想的“盲点”

通信事业群游戏发行部 潘黎明

盲点，从生理学的角度来说，是眼球视网膜上视神经进入眼球处的一个凹陷点，这里是视神经和视网膜的连接点，没有视觉细胞，所以这个点没有视觉。



盲点测试：取一张白纸，左右两侧分别画上圆点和方形点；闭上左眼，用眼睛注视左侧的圆点，并用余光观察右侧方形点；然后将眼睛慢慢向纸面靠近，在大约距纸面60cm左右的地方，右侧的方形点

会从视野中消失。

那么，为什么没有视觉我们却毫无所觉？因为盲点由基因决定，在我们还是胎儿的阶段就已经形成，先天伴随我们而生的盲点被大脑忽略，自然也就不会被我们所察觉。

生理上有盲点，思想上的“盲点”与其有着异曲同工之妙。我们对这个世界的认知发端于婴儿的“印随期”，当我们呱呱坠地、牙牙学语时，我们就开始接受社会、文化对我们的雕琢。我们身处其中，无时无刻不在被灌输种种思想。这个阶段的我们没有分辨能力，听到的、学到的往往告诉我们“是什么”，而不是“为什么”。最初的时候，我们可能还会问为什么——“地球

为什么是圆的”、“太阳为什么东升西落”、“为什么下雨会打雷”等等不一而足。我们得到的回答或者自我建立的认知中会有许多的错误观念，它们有些会得到纠正，有些则始终伴随着我们成长，甚至习以为常。那些我们太过熟悉以致视而不见的事物，就构成了我们思想上的“盲点”。

“我在好多年前就已经觉察到，我从早年以来，曾经把大量错误的意见当成真的加以接受。从那时起，我就已经断定，要想在科学上建立一些牢固的、永久的东西作为我的信念，我就必须在我的一生中有一次严肃地把我从前接受到心中的所有意见一齐去掉，重新开始

从根本做起。”

——笛卡儿《第一哲学沉思集》

仅仅知道“是什么”并没有太大的问题，只要发展出思考“为什么”的能力——我们一般称其为独立思考能力或者是批判性思维。然而，批判性思维不是每个人都能掌握的。如果把“是什么”的阶段比作躺着睡大觉，那么独立思考就是夺路狂奔，二者相差不可以道里计。每个人都有自己的舒适区，走出舒适区是困难的事。从生理学的角度解释，我们都知道大脑是一个十分耗能的器官，不运动时会消耗我们人体四分之一的能量，而学习又是十分辛苦的事，倘若没有强大的内驱力（好奇心和求知欲），是无法战胜惰性的。

表面上来看“不思考”的状态，也挺好。每天上班下班，沉浸于琐事，闲来读读小说、追剧、看综艺，似乎也很快乐。生活没有思考就不会有任何的问题，这就如同身处迷宫，在迷宫中不知路途，漫无目的地游走。深陷困境而不自知，不如攀上高峰，俯瞰这个世界——“走在城市之中，不如攀上高塔”。

消除自身“盲点”的过程注定艰难，需要知识的储备，也需要持续的思考。如果你已经跃跃欲试，想要重新审视自己的生活，减少自己的“盲点”，请思考并回答下面的问题：

1、把你当成小说中的人物描述一下自己。谈谈你的举止、习惯、个性以及特征、用语。你最终成了一个什么样的人？你喜欢这个

人吗？喜欢（或不喜欢）他的哪些方面？

2、你怎样向一位外星来客解释你是谁？

3、如果你只有几分钟可以活了，那么你将怎样利用这段时间？如果还能活几天呢？二十年呢？

4、假如你生活在这样一个社会，每一个人都相信地球是静止不动的，而太阳、月亮和群星则围绕地球，沿着可以预测的轨道做着也许比较复杂的运动。你反驳说：“你们都错了，地球是绕太阳转的。”但没有人同意你的说法，他们都认为你疯了，因为人人都感到地球并没有运动，人人都看到太阳、月亮和群星在运动。到底谁是正确的？难道真的可能只有你懂得真理，而其他人都是错的？

5、你是否曾经做过一个不牵涉别的任何人而完全只属于你自己的决定（也就是说，不是因为你的父母向你提出，不是受到你的朋友或电视、书籍、电影的影响，也不是迫不得已或过分受到某个人或某种情况的影响）？

6、你想要孩子吗？为什么？

7、一个好人（一个不作恶，只做分内之事的人）必定会快乐吗？换句话说，你相信生活最终是公平的吗？一个恶人（至少是最后）必定会受苦吗？如果不会，为什么每个人还要力图做一个好人？

以上问题引自《大问题：简明哲学导论》

苏格拉底说过：“未经审视的生活是不值得过的”。请开始思考吧，找到值得自己相信的东西，剖

析脑海中根深蒂固的想法——这个过程并不会顺畅，将会重塑你的世界观与价值观。从实用主义出发，较为功利的想法应该是“多活动大脑，防老年痴呆”。



愿有人爱你 愿你更爱自己

—写给三周岁的钱兜兜

行政中心 伍月

钱兜兜，我的宝贝。

说来特别有趣，妈妈在打定主意要给自己的宝宝取“兜兜”这个乳名的时候，还只是一个18岁的少女。想的是，在兜转无常的人生中，愿你轻松兜住一切你想要的，万事胜意，平安喜乐。那时并不知道后来会在拉萨遇见你的爸爸，“钱”姓以冠，钱兜兜——听起来似乎有另一层浅显直白的寓意。不过，也总比王兜兜、胡兜兜之类的妥帖一些。

那时同样没有预料到的是，我会拥有一个你这样可爱的宝贝。昨晚你在我的右侧睡得香甜，爸爸在我的左侧躺着，说起你睡前的趣事，突然嘿嘿嘿地大笑起来，是那种发自内心、难以抑制的喜悦。虽然关了灯，四下漆黑一片，但我分明看到了笑意从你爸爸的嘴角散开，又从眉眼漾到了每一根发丝。因为在那一刻，妈妈的心底也荡起了点点丝丝的爱意。宝贝，爱你，真的是一件特别幸福的事儿。

两天之后，便是你三周岁生日。过去的三年，我们母女最长时间的分离是两天两夜。唯二的两次，分别在你20月龄和31月龄的时候。你总是在入睡前特别想妈妈，但从不闹着要找妈

妈，甚至连“妈妈去哪儿了”、“妈妈什么时候回家”这类的话都没有问过奶奶，你只是困得睁不开眼了也不肯睡觉，在奶奶哄睡时偶尔陷入悲伤的情绪，呜咽地哭一会儿。有一次妈妈加班很晚才回家，只能奶奶陪着睡觉，你抽泣着问奶奶“大猩猩的妈妈呢？”奶奶说“去上班了。”你又问：“大猩猩的妈妈去上班了，他不哭，我怎么哭呢？”

你不闹不问，是因为你知道妈妈会一直陪伴着你，妈妈不在家，但很快就会回家。而你哭，我猜想也只是你不习惯睡前没有妈妈的陪伴，而不是害怕再也见不到妈妈。

去年冬天，在胜利剧院看木偶剧，妈妈给你报名了欢乐三十分钟的开场活动。闹哄哄的大厅里，你是队伍里最小的孩子，工作人员领着你们去后台，妈妈悄悄地跟在后面，看着你从队伍的中部慢慢地被挤到最后一位，看着你迈上台阶走进一扇小门里，在台下焦急地等了十几分钟后，看着你在缓缓拉开帷幕的舞台上蹦蹦跳跳时，那一刻涌上心头的难以名状的情绪，在键盘上敲下这些文字的时候依然会翻涌而来。你有足够的安全感，妈妈希望你可以永远保有这一份安全感。

你是一个心思特别细腻的孩子，总能捕捉到特别细微的情绪和变化，也特别能够顾及别人的心情，尤其是妈妈的。上周末妈妈在优衣库试衣服，爸爸当参谋，每每爸爸评价某一件不好看时，你总会安慰我说“妈妈，好看的！”爸爸有时批评妈妈，你也总会默默地靠过来，抱着我亲一亲或送上一句“我爱你，妈妈！”你似乎已经知道了，爱和肯定的力量。

这或许也是你去年特别爱少年宫、特别爱周老师，而最近却一再拒绝去少年宫，不再提周老师的原因吧！去年你每次进出教室都会和老师打招呼，甚至和老师告白“我爱你”，游戏互动时也总会被老师拉着小手，你感受到了爱意和肯定。而今年同学换了大半，你在课堂上被小朋友推倒、哭泣，到后来不愿意参加游戏互动，多半也是因为你在周老师的眼神中看不到爱意和肯定了。

这恐怕也是你在遇到小朋友的推打时表现得举足无措甚至委屈大哭的原因，我猜想你眼中的世界只有爱，是没有伤害的。你从不推打别人，即便被人推打也从不

还击，你知道那感受并不美好。很多次睡前，妈妈扮演小朋友，场景重现，告诉你被人推打、欺负时，首先要大声喝止“不可以”，然后走开，如果对方还不停手，就照样推打回去的时候，你总会问“他哭怎么办？”在听到我说“就让他哭”时，小脸上则写满了“那怎么行”、“我做不到”。

我可爱的宝贝，用最大的善意去对待别人，同时不必在意别人的目光和感受。这个世界的真相，有爱也有伤害。除了爸爸妈妈、爷爷奶奶和外公外婆，没有人会无条件爱你。

宝贝，愿成长路上，有人爱你，愿你更爱自己。

—最最爱你的妈妈
2019年5月8日



大象为何席地而坐

通信事业群创新合作部 李贝

“满洲里有个动物园，那有一只大象，它妈的就一直坐在那，可能有人老拿叉子扎它，也可能它就喜欢坐在那，不知道，然后好多人就跑过去，抱着栏杆看，有人扔什么吃的过去，它也不理。”

—胡迁 《大象席地而坐》



导演胡迁



没有看过或听说过这部电影的人，我猜想可能你大部分的人生比较轻松，如果不是的话我说声抱歉，不建议你看这部电影——会被伤害的。

但是你可以了解一下这部电影的导演胡迁，他一直不接受这个世界，也一直不被世界所接受，他养了一只猫，本来是想好好一起积极面对生活的，可是猫也没留住他。

这部电影虽然一丧到底，下手特别狠，把不愿意承认的东西放在你眼前，但是我被治愈了。电影主要以四个平凡的主人公度过的不平凡的一天为基调，他们经历了从黑暗到更黑暗的过程，最后一起去满洲里看席地而坐的大象的故事。电影里大部分描绘的是真实的社会性崩溃，其中有一幕让我印象深刻。

韦布是个内向的、不爱说话的孩子，待人礼貌，不骂脏话。他遭到校园霸凌之后，没有情绪；失手把欺负他的人推下楼摔死了，没有情绪；逃到奶奶家发现奶奶早已死在小屋里时，也没有情绪；最后在街上遇到了一个陌生的老头，很小的事情，老头的辱骂成了最后的一根稻草，韦布破口大骂，他骂出的脏话、情绪的表达让我浑身颤抖，现代人的崩溃都是默不做声的，但内心不是。

电影的开篇就是浓浓的“戾气”，看到5分钟的时候，脱口而出“好丧啊”。这里我不想过多谈论电影剧情，这部时长3小时50分钟的电影，可能是自身经历的事情不够多，见过的人太少，听过的故事太寡淡，电影中部分的隐喻并没有看懂，我也看不懂胡迁。

我只知道，要么他吃了很多苦，要么他感知世界情感的能力太强了。我只想来聊聊那只大象，作者最后还是给观众留有余地的，开放式的结局，影片结束在他们去看大象的路上。而小说的结局是主人公想去动物园拥抱这个孤独的大象，却死在大象脚下。

不给这个世界留有余地才是胡迁。也许根本没有那只大象，纯粹是公园为了商业化而构思的东西，也许真的有那只大象。那个席地而坐的大象是作者的乌托邦，是我们的乌托邦。有远方的想象，才会继续往前走。

春夏说：“我几乎讨厌这世界的大部分，但一定有小部分的东西留住你。”那么这个世界是什么样子的？

古代的时候，有一个黑心的店家卖掺了水的假酒，有一个“酒婆”每天都会去来一碗酒，酒刚上桌就一饮而尽，喝完就走，从来不做停留。虽然掺了水，但也是高度白酒，酒劲很大，酒婆每次晃晃悠悠地走出去，很多食客都害怕她会在酒馆门口被马车撞死，很神奇的是，一到马路旁边，酒婆就彻底清醒了。

店家一直没有孩子，就想是不是自己掺假酒黑心的事情做得太多，遭报应了。第二天，店家没有在假酒里掺水，酒婆喝了没有掺水的酒，过路的时候没有醒过来，被马车撞死了。店家百思不得其解，为什么我卖掺了水的假酒人好好的，我卖真的酒人却死了呢？



你说，为什么呢？

我感知这个世界的冷漠，感知这个世界的温暖，我有远方的乌托邦，我每年都希望明年的自己比今年更能吃苦……大象为何席地而坐？大象在思考“下一步该怎么做？”

