

# 金科文化

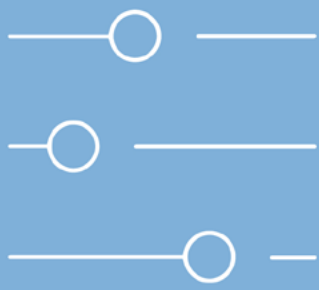
J I N K E C U L T U R E

04

2018/11



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



### 特稿

- 006 金科文化党委正式成立，点燃企业发展的红色引擎
- 010 励精图治 砥砺前行  
——金科文化召开 2018 第三季度高层峰会
- 012 阿里鱼 2019 合作伙伴大会圆满结束，金科文化重磅出席

### 见证

- 016 金科文化 2018 年三季度报告图解
- 018 Google Play 十年数据：《会说话的汤姆猫》全球下载第三，Outfit7 入围前十
- 020 乐享不停，第二家汤姆猫亲子乐园国庆开业
- 025 《我的汤姆猫 2》全球获苹果推荐，新游面世成绩斐然

### 专题

- 028 感恩节特辑：生命中的一切都值得说谢谢

### 动态

- 038 金科日化举办 2018 中控分析技能比武
- 038 “会说话的汤姆猫家族”上线芒果 TV
- 039 咪咕互娱发布 10 月优质业务公告，《我的汤姆猫》居于首位
- 039 金科日化组织员工开展无偿献血活动
- 040 “会说话的汤姆猫家族”联合《我的世界》开启深度跨界合作
- 041 汤姆猫亲子乐园万圣奇妙夜
- 041 “会说话的汤姆猫”将首次登上大银幕
- 042 汤姆猫系列绘本上线悠贝童书通
- 042 金科日化参展 CPCDE 2018，再续佳绩
- 043 2018 金翎奖揭晓，《我的安吉拉》斩获大奖

### 新品

- 044 《每日逗地主》
- 045 《汤姆猫乱斗小队》
- 046 《汤姆猫编程星球》
- 047 《汤姆猫 AR 学英语》
- 048 《王者大战飞机》
- 049 会说话的汤姆猫衍生品

### 思享

- 054 拙论企业的使命、愿景和价值观
- 059 2018 年互联网学前教育市场调研

### 悦读

- 068 干货分享：教你 DIY 一个微信机器人
- 072 我的祖母
- 074 读《山茶文具店》有感
- 078 猫的小确幸

#### 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

朱恬 张维璋 秦海娟 张正锋  
杨建峰 何文杰 方明

#### 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 张哲玮 胡安子

#### 设计

王晶 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





## 金科文化党委正式成立 点燃企业发展的红色引擎

新当选的党委、纪委班子和与会领导合影

11月16日，金科文化党建工作迎来了一件大事、喜事，在来自十余家子公司、四个党支部的41名党员代表的共同见证下，中共浙江金科文化产业股份有限公司委员会正式成立，并选举产生了首届党委委员，这标志着金科文化党建工作迈上了一个新的台阶。

在庄严雄壮的国歌声中，中共金科文化委员会成立暨第一次党员代表大会拉开帷幕。杭州湾开发区党工委书记王新钢、杭州湾开发区党群办主任倪汉明、组织部委派的党建指导员张斌受邀出席会议，会议由金科文化谷亮同志主持。

会上，倪汉明同志宣读了《关于同意建立中共浙江金科文化产业股份有限公司委员会的批复》，全体党员代表举手表决通过选举草案后，严格依规依程序组织实施选举，以差额无记名投票的方式，选出中共金科文化委员会委员7名（按姓氏笔划排序）：王官林、朱志刚、谷亮、陈佩卿（女）、胡仁勇、秦海娟（女）、梁百其；以及中共金科文化纪律检查委员会委员3名：卢鸿武、胡仁勇、徐晓红（女）。



党员填写选票



党员有序投票

随后，新当选的党委委员和纪委委员召开了第一次全委会，经中共金科文化党委、纪委第一次会议选举，朱志刚同志当选为中共金科文化党委书记，谷亮同志为副书记，胡仁勇同志当选为中共金科文化纪委书记。

金科文化的党建工作始于1997年，现拥有党支部4个，党员82名，在杭州和绍兴上虞两地分别打下了红色根基。为进一步夯实金科文化党建工作组织基础，加强党组织自身建设与党员教



育管理，发挥党组织政治引领、政治核心作用和党员先锋模范作用，金科文化于6月5日正式向杭州湾开发区党工委提出申请，并从调整党支部设置、摸排党员情况、打造党员阵地、建立党员安全岗、开展主题党课学习、重温入党誓词、参加党建培训、慰问关怀老党员等方面积极开展党建工作，使党员身份亮了出来，先锋形象树了起来，党员普遍建立起“我是党员，我先上”的意识，激活企业发展新活力，并逐步确立了“四芯驱动，百年金科”的特色党建品牌。对此，谷亮同志代表筹备小组在会议上就党委筹备工作情况作了报告。



党委书记朱志刚同志作任职发言

新当选的金科文化党委书记朱志刚同志指出：金科文化党建工作站在一个新的起点，将围绕“立足发展抓党建，抓好党建促发展”的思路，重点做好四方面的工作：一是构建党组织与现代企业制度相互融合的组织架构，董事会、监事会、党委实现交叉任职，保证党组织政治核心和政治引领作用的有效发挥；二是实施人才“双培养”，将党员培养成企业骨干，把企业骨干培养成党员；三是不断探索创新党建工作，把解决公司生产、经营、管理中的难点、热点作为党建工作的切入点，将党建工作与公司的可持续发展相结合，与先进企业文化塑造相结合，与员工个人的成长相结合。四是创建金科特有的党建品牌，结合公司互联网的产业特点，充分利用现代信息技术手段，以党建的“引领芯、人才芯、和谐芯、制度芯”特色，打造金科党建品牌，点燃金科文化发展的“红色引擎”。



大会在《国际歌》中顺利闭幕

最后，朱志刚书记对于金科文化新一届党委班子也提出了自己的期望——深入学习贯彻习总书记的重要讲话和党的十九大重要精神，把学习与切实做好当前各项工作紧密结合起来，认真履行职责，以饱满的热情、务实的作风，充分发挥党组织的战斗堡垒作用，为推动公司快速健康发展做出积极贡献。



# 励精图治 砥砺前行

## ——金科文化召开 2018 第三季度高层峰会

10月12日-13日，正值杭州金秋时节，浙江金科文化产业股份有限公司第三季度高层峰会在西溪湿地顺利召开。会议由金科文化 CEO 王健主持，金科文化领导班子成员、总部各职能部门及下属子公司负责人等共同参加会议。集团董事长朱志刚出席会议并作重要讲话。



会上，各单位汇报了三季度工作完成情况和四季度工作计划，与会人员深度探讨“全栖 IP 运营商”的公司定位和“打造汤姆猫亲子生活品牌”的公司愿景，并明确金科文化不是一家纯粹意义上的游戏企业，而是以“会说话的汤姆猫”为核心的全栖 IP 运营商，线上与线下、教育与娱乐、衍生品与乐园协同发展。会议同时就未来的商业模式、布局等方面做了具体交流。



朱志刚董事长在讲话中指出，与会干部要充分认识外部环境，增强危机意识；面临新机遇和新挑战，要坚定信心、练好内功、励精图治、砥砺前行，为理想而奋斗。同时明确了下一步要紧紧围绕公司整体组织优化再造、完善全面预算管理、加强目标绩效考核等中心工作，各部门要明晰工作目标和重点，进一步统一思想、凝聚共识、谋定而动，努力突破各业务和管理发展中的难点、痛点和关键点。



在 2018 第三季度高层峰会紧张的议程之余，13日下午，全体与会人员进行了中高层管理培训及黑带培训。

虽然只有短短的半天时间，但是为了实现培训效果的最优化，公司特别邀请到来自台湾的企业管理领域专家 Roger 老师。没有长篇大论的理论灌输，围绕“团队的力量”这一主题，在飞盘、少林茶、椅子运动、断箭突破等互动环节中，大家或积极互动，或席地而坐，或热烈讨论……整个会场内欢笑阵阵，始终洋溢着令人愉悦和振奋的气息。

此次培训为首次的中高层管理培训，不仅激发了与会人员对“如何提升团队管理能力”、“如何实现更加高效的协同合作”等方面的思考，随着知识在实践中的反复运用和不断优化，更能加快公司人才培养和团队建设的进程，为公司可持续发展提供源源不断的支撑和助力。未来，公司将持续通过系统、科学的专业培训，实现人才与公司发展的共创双赢。



## 阿里鱼 2019 合作伙伴大会圆满结束， 金科文化重磅出席

11月23日14:00，阿里鱼2019合作伙伴大会在阿里巴巴总部西溪园区顺利召开。

作为阿里影业集团旗下中国最大的衍生品授权平台，阿里鱼召开的本次合作伙伴大会意义非凡，阿里影业副总裁、阿里鱼总裁逸方携多方合作伙伴参加会议，共同探索IP的全新生态模式，引领崭新的品牌“赢”销时代。



### “断货王”阿里鱼与顶级IP主间的美妙碰撞

阿里鱼在赋能商家，提升产品力和品牌力方面的实力有目共睹，作为IP行业的“断货王”，阿里鱼在今年的合作伙伴大会，邀请了全球顶级IP主参加大会，金科文化受邀携旗下超级IP“会说话的汤姆猫家族”参加本次大会。这不仅是阿里鱼授权业务和各顶级IP主之间的一次美妙碰撞，更是阿里鱼和如金科文化这样的顶级IP主，在战略布局全球衍生品市场道路上迈出的坚实一步。

### “会说话的汤姆猫”空降阿里巴巴总部西溪，IP赋能之火现场传承

大会正式开始前，汤姆猫人偶进入会场引得与会嘉宾纷纷拿起手机拍摄下逗趣的这一幕。大概有半数以上的嘉宾都高声喊出了“是汤姆！”

此次大会，“会说话的汤姆猫家族”携手机动战士高达、精灵宝可梦、旅行青蛙等一众超级IP，一跃成为了大会现场最火热的焦点。金科文化旗下IP“会说话的汤姆猫家族”拥有巨大的用户群体和流量，标志着其在IP赋能及全面商业化能力的无穷潜力，因此受到了业内的一致看好。



会说话的汤姆猫空降大会现场

### 金科文化代表接受央视采访，受邀上台演讲

金科文化副总裁朱恬和 Outfit7 业务拓展副总裁 Nejc Babic，受邀出席本次大会并接受央视采访。金科文化副总裁朱恬接受央视采访时，就掘金IP市场的关键点做出了精彩的分享，并就掘金IP市场的难点也与记者做了深刻探讨。朱恬副总裁也向央视记者披露了和阿里鱼全面战略合作后，金科文化的IP全生态链部署。

Outfit7 业务拓展副总裁 Nejc Babic 作为金科文化代表，上台向几十家新闻媒体及接近300家天猫各类目头部商家与会嘉宾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和该IP在未来的发展规划。会说话的汤姆猫家族作为本次大会唯一一个



诞生于欧洲的 IP，向参会者披露的信息以及大电影的发布计划等都引起了现场一阵阵“wow”的惊叹和掌声。

自 2010 年上市以来，“会说话的汤姆猫家族”IP 在全球有着巨大的流量和人气，游戏月活跃用户达 3.5 亿，全球下载量超 90 亿次。

除游戏外，“会说话的汤姆猫家族”作为超级 IP，其视频媒体内容的全球播放次数已超过 250 亿次，而且近半数的播放来自中国，这无疑是汤姆猫 IP 能有效落地中国市场的最好证明。

Nejc Babic 自豪地表示：“这里是我们最为成功的市场之一，我们的视频内容在所有国内主流视频平台上都名列前茅。”



金科文化副总裁朱恬接受央视采访



Outfit7 业务拓展副总裁 Nejc Babic 上台分享



### 金科文化携手阿里鱼开启全面战略合作

此次金科文化与阿里鱼全面开启商业化战略合作，预示着金科文化将联合阿里生态圈内的合作方，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，一方面良好变现；另一方面将 IP 从线上落地，进一步提高 IP 影响力和号召力，为 IP 授权业务提供更广阔的平台。



同时，对于阿里鱼方面，阿里系各类线上线下商业资源将有机会接入“会说话的汤姆猫家族”IP，综合利用该 IP 资源优势、产品开发能力，促进 IP 资源向消费端延伸。

本次阿里鱼合作伙伴大会的成功召开，标志着阿里鱼通过打造“衍生品+新零售”的 IP 商业变现模式，将进一步扩大 IP 的全面商业化想象空间。未来，阿里鱼还将与金科文化加强深度合作，探索双方在内容开发、IP 授权、衍生物制造等领域更多的可能性，深挖顶级 IP 在众多主领域的无限潜力，打造 IP 深度变现新标杆。



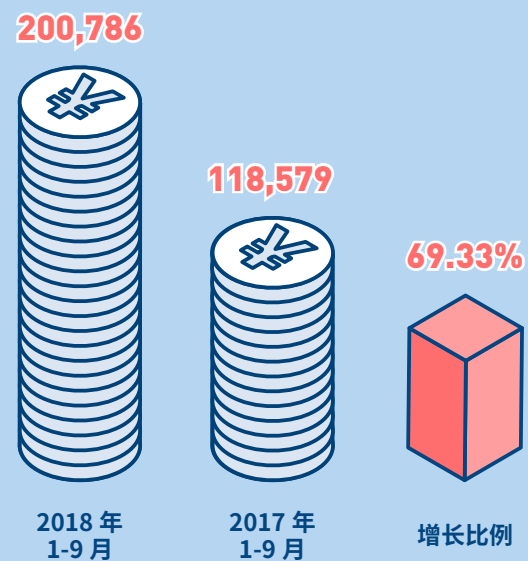


# 金科文化 2018年三季度报告图解

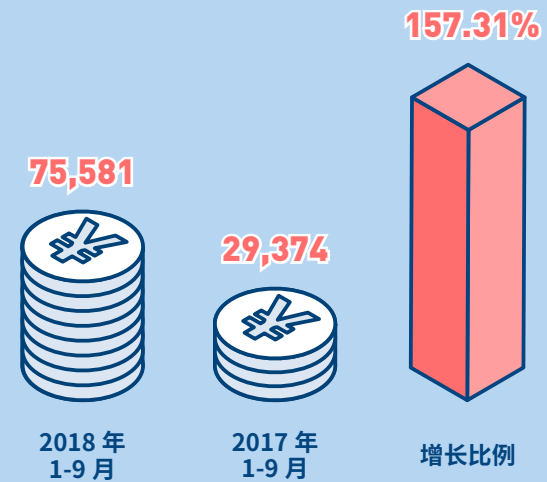


## 2018年1-9月业绩情况

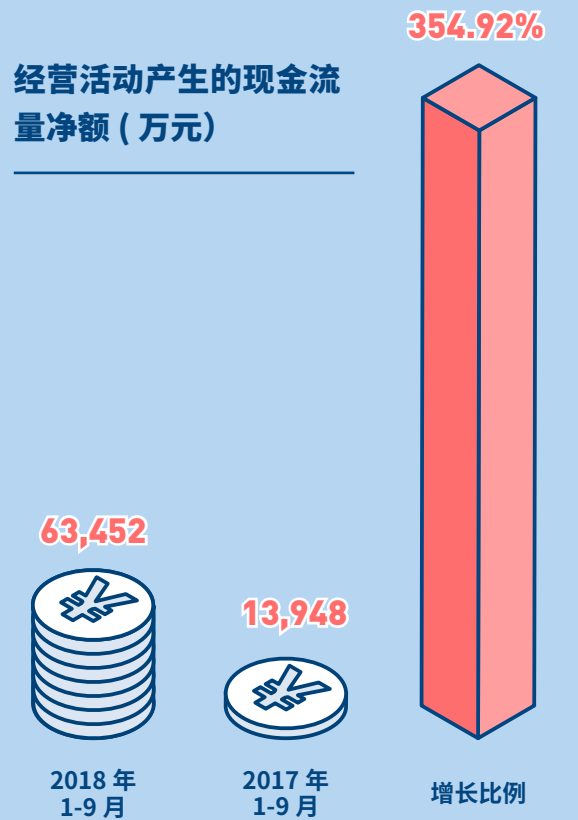
营业收入 (万元)



归属于上市公司股东的净利润 (万元)



经营活动产生的现金流量净额 (万元)



## 三季度大事记



- 旗下微信小游戏《彩虹岛水果》以 1454 万月活用户数、68.7% 的七日留存率上榜“2018 年 9 月小游戏活跃用户七日留存 TOP10”
- 《会说话的汤姆猫家族》第二季英文版上映优酷会员频道
- 三季度公司新增 39 款 IP 衍生周边产品
- 发布首款 2D 横屏跑酷游戏《汤姆猫快跑》
- 公司与阿里巴巴授权宝签署战略合作协议
- 携手腾讯旗下儿童内容平台——企鹅童话推出《会说话的汤姆猫家族》有声故事书系列
- 汤姆猫亲子乐园合肥店、上虞店双店齐开

# Google Play 十年数据： 《会说话的汤姆猫》全球下载第三， Outfit7 入围前十



App Annie 日前发布了《Google Play 10 年数据纵览》。这份报告对 Google Play 的十年发展历程进行了全面回顾，分析并梳理了 2012 年 1 月 - 2018 年 8 月的各项运营数据。

在这十年间，Google Play 的总下载量达近 3300 亿次，游戏占下载量的 41%；总用户支出超过 850 亿美元，游戏类支出份额高达 88%。此外，该报告通过下载和收入两个维度排列出发行公司与游戏的 TOP 10 榜单。

由金科文化旗下 Outfit7 倾力打造的《会说话的汤姆猫》位居热门游戏榜单第三；因“会说话的汤姆猫”而闻名全球的 Outfit7 分别入围游戏类和非游戏类主要发行企业 TOP10，充分展现了其强劲的创新能力和发展活力。





# 乐享不停

## 第二家汤姆猫亲子乐园国庆开业

10月1日，安徽首家汤姆猫亲子乐园在合肥保利 MALL 广场正式开业。该项目是金科文化继浙江上虞之后的第二家“会说话的汤姆猫”室内主题乐园，也是金科文化拓展国内主题乐园市场的重要一步。



### 直击开业现场，欢乐无限

自带流量的人气 IP——“会说话的汤姆猫家族”无论走到哪儿都是闪光灯的聚焦点。开业当天，恰逢国庆小长假的首天，商场尚未开门便有不少小朋友翘首以盼，期待着与好朋友汤姆猫的见面。

为此，汤姆猫亲子乐园特别策划了精彩的开业活动，不仅有丰富的优惠让利大放送，如扫码送礼品、砸金蛋送豪华大礼等令人目不暇接，更有萌萌的“会说话的汤姆猫”和“会说话的安吉拉”从二次元世界来到了现场，与小朋友们互动、拍照，欢乐无限。此外现场还邀请了跳伦巴的小 Dancer，在欢乐小剧场的舞台上一展舞姿，自带 BGM 的舞蹈，气场自不必说，也把现场的气氛调动得如火焰般高涨，不管是小朋友还是潮爸辣妈都移不开眼睛了。



### 马卡龙色系的糖果屋，承包童年的所有梦想



与上虞蓝白色系的汤姆猫亲子乐园相比，合肥保利 MALL 汤姆猫亲子乐园似乎更能俘获辣妈萌娃的心。整个乐园以马卡龙色系的糖果屋为主题，连海洋球都是莫兰迪系的粉白灰，显得格外梦幻。乐园内到处都是诱人的糖果造型，融入了深入人心的“会说话的汤姆猫家族”IP 形象，打造了全新的“亲子互动+IP 场景体验+剧作演艺+主题餐饮+购物”一站式儿童娱乐消费模式。





汤姆猫亲子乐园合肥保利 MALL 店由 2 大功能游乐区和 1 个衍生品区组成，占地面积超过 1500 平方米，拥有近百种不同的玩法设置。通过乐园大门映入眼帘的就是琳琅满目的“会说话的汤姆猫”IP 衍生品区，在近 300 平米的区域内涵盖了毛绒公仔、学习用品、日化用品、乐器、服饰、手工品等百款衍生品，小朋友们可任意选购，将“会说话的汤姆猫家族”带回家。

2 大功能游乐区域分为淘气堡和职业体验区。超大室内淘气堡内含超大海洋球池、双层追逐通道、多媒体滑梯、沙池等益智设施，在满足小朋友们走、跑、跳、钻、爬等各种淘气动作的同时，也使全身大小肌肉活动起来，有利于小朋友们的身体发育。沙池选用的是自然风干的纯松木颗粒，材质更软，满足了小朋友们对玩沙的向往，也不会存在安全和卫生隐患。

在职业体验区域，为小朋友们设置了消防员、美食家、画家、超级英雄等多种不同类型的职业装备和设施；同时超炫酷多媒体互动游戏的加入，利用原有的硬件设备丰富互动元素，承包了小朋友们所有的童年梦想。

在沉浸式多媒体互动游乐项目之汤姆猫美味厨房中，高度还原了儿童厨房，小朋友们可以扮演美食家，通过道具放置、模拟烹饪、完成菜品等获得积分与称号，在欢乐游戏的同时学习并积累生活常识。

在扮演绘画家的汤姆猫涂涂乐项目中，小朋友们不仅可以涂鸦进行 3D 扫描投屏参与互动游戏，通过触摸、轻拍的互动，还可以进行爱心收集实现场景内建筑的升级，并在游戏完成后获得由自己 DIY 创作出的角色或建筑拼装模型，留作纪念。

特别值得一提的是，乐园内还贴心的设置了独立的母婴室和低龄宝宝游玩区，整个区域采用弧形设计并用软皮覆面，按压上去弹性十足，不用担心宝宝会磕碰。



### 线上线下齐发力，打造品牌生态链

“会说话的汤姆猫家族”作为全球知名 IP，人气经久不衰。家族系列移动应用全球累积超过 90 亿下载量，坐拥全球 3.5 亿月活用户，市场免费游戏下载排行榜稳居前十；家族系列动画在全球 200 个国家和地区播放，全网播放量超过 250 亿次，中国区播放量达 100 亿次。

面对游戏和动画所带来的如此庞大的用户流量和众多的忠实粉丝，金科文化在 2018 年匠心打造的两家汤姆猫亲子乐园，均根据线上游戏特别定制开发了线下多媒体互动版本，与职业体验相结合，将线上游戏导入到线下，乐园内不仅高度还原了“会说话的汤姆猫家族”精品游戏场景，还专门设计搭建了欢乐小剧场，既是活动舞台，也是“会说话的汤姆猫家族”系列动画的专场，每天都为现场的小朋友们播放轻松有趣的动画片。通过这种方式，汤姆猫亲子乐园实现了线上线下的流量置换，以及粘性用户的深度沉淀，同时也可实现对新游戏、新动画的推广传播，反哺线上流量。

作为“会说话的汤姆猫家族”乐园项目的续航之作，合肥保利 MALL 店的正式开业丰富了合肥政务文化新区天鹅湖商圈内的儿童主题业态，带给周边居民全新的儿童游乐消费体验。同时也见证了对于这一个持续拥有亿级线上活跃用户的平台级



IP，金科文化不仅是单纯引进 IP，更是以“智创家庭幸福”的使命去“建设汤姆猫全栖 IP 生态、打造汤姆猫亲子生活品牌”。未来，金科文化将稳步加速，瞄准杭州、上海等一线城市，迅速拓展市场。预计到 2020 年，金科文化将在全国实现“一线矩阵，二三线围绕”的城市乐园新局面。

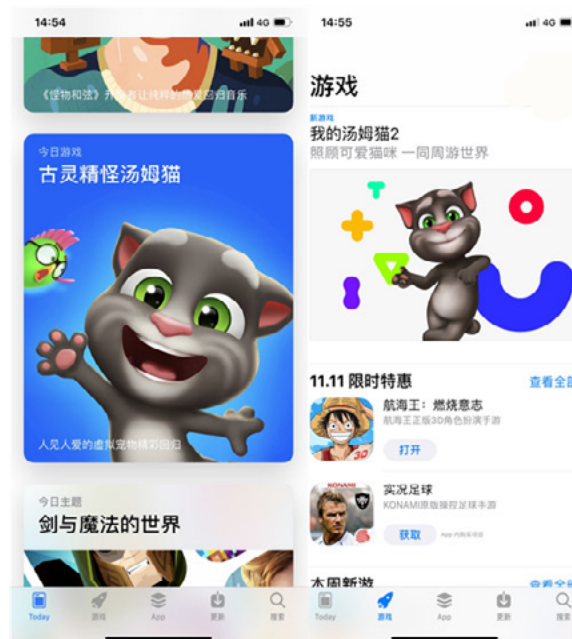


承载玩家万千期待，《我的汤姆猫 2》自 11 月 8 日重磅登陆全球 App Store 以来，表现极尽瞩目，不仅获得全球 App Store 今日游戏推荐，超 114 个国家和地区 iOS 游戏榜单前十，更在 iOS + Google Play 全球霸榜，成为近期海外最火热的游戏 App!



### 获苹果今日游戏推荐，iOS + Google Play 全球霸榜

受世界各地玩家欢迎的虚拟养成伙伴——会说话的汤姆猫，华丽回归了！《我的汤姆猫 2》自 11 月 8 日登陆全球 App Store，凭借精美软萌的画风和全新升级的养成玩法，广受玩家喜爱，在海外掀起一阵休闲养成手游热潮！斐然成绩备受瞩目，上线当天荣获苹果 App Store 今日游戏推荐，超 114 个国家和地区 iOS 游戏榜单前十，再度引发全球粉丝们的重点关注，一时间内在休闲养成类手游中占据话题巅峰！



### Q 萌来袭，与汤姆猫一起开启成长之旅

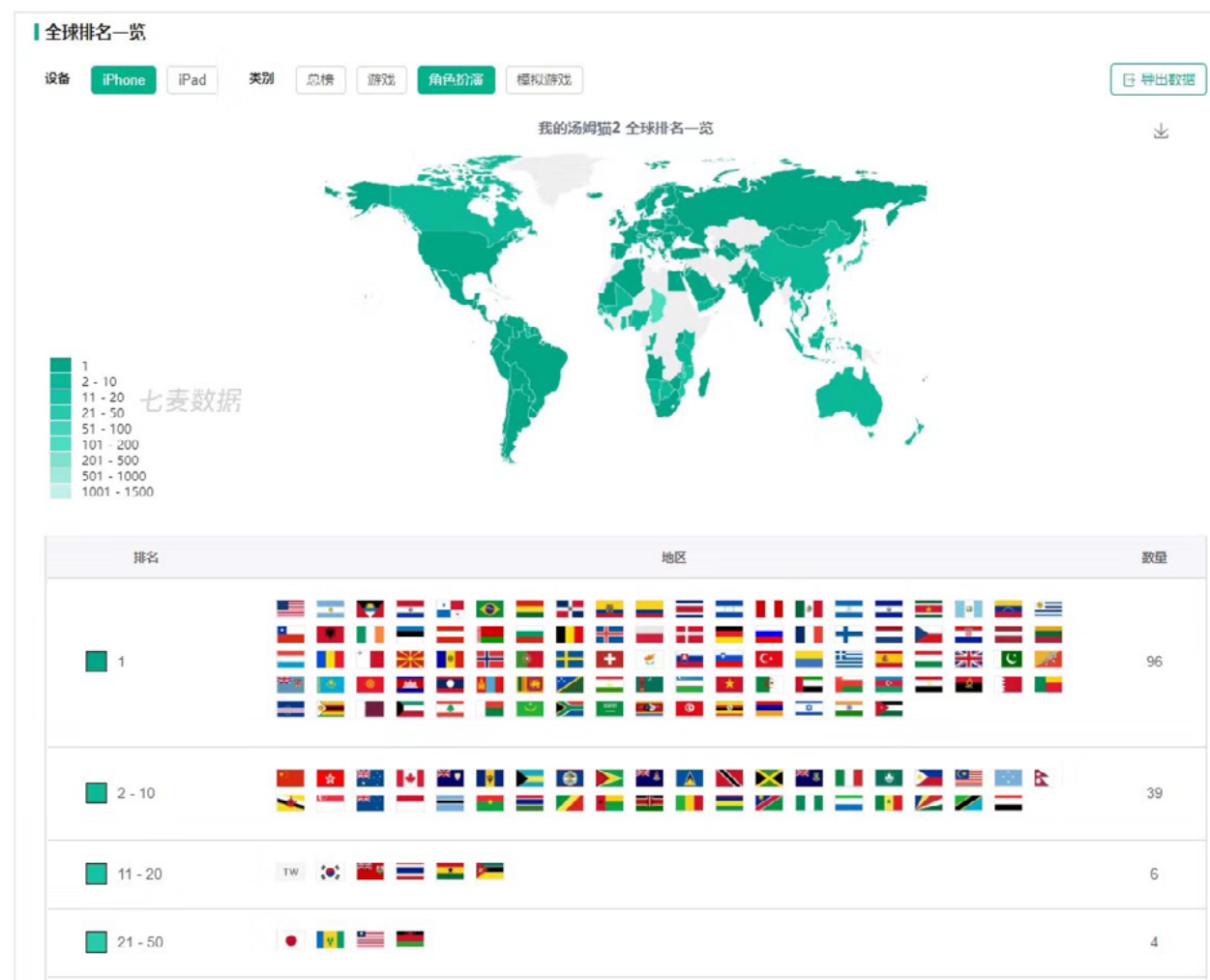
为了迎接携手回归的老朋友和即将加入成长之旅的小伙伴，《我的汤姆猫 2》以全新的 3D 卡通风格惊喜亮相！游戏一派明亮鲜艳的配色，浓郁的卡通色彩十分赏心悦目。不仅如此，全新建模的汤姆猫变得更可爱了！一双清澈而闪亮的眼睛、柔软的毛发、丰富多样的趣味表情，扑面而来的 Q 萌气息，真是可爱爆棚了！



### 玩法升级，体验养成的无穷乐趣

这不是简单只会重复玩家说话的汤姆猫，全新迷你游戏、食物道具、新衣服和新家具将让玩家大呼过瘾！把汤姆猫当作好朋友的玩家，会不会偶尔担心他会寂寞无聊呢？要不，给汤姆猫找个小伙伴？《我的汤姆猫 2》将满足玩家的任何想法！新登场的小伙伴，包括鼠小弟、飞力鸟、淘气鬼等多个可供选择的小可爱，他们将陪伴着汤姆猫的起居。另外，汤姆猫还会驾驶飞机，跟前作不同的是，在《我的汤姆猫 2》里，他可以飞往世界各地去 Shopping，解锁更多更好玩的东西！但它也会偶尔受伤生病，需要玩家悉心照料才会康复，玩家在照顾汤姆猫的同时也能感受到成长和陪伴的温暖点滴。

《我的汤姆猫 2》的前身是轰动全球的《我的汤姆猫》，这款游戏多年来一直雄踞游戏下载量排行榜前列，135 个国家排名第一，每天安装量超过百万，月活跃用户超过 8000 万，玩家日均在线时长 35 分钟。而在全新力作《我的汤姆猫 2》中，Outfit7 将乐趣和友谊提升到全新高度。通过一流的玩法设计、一系列精彩的迷你游戏和各种先进的功能与玩家互动，《我的汤姆猫 2》在 App Store 上线之初已展现强劲吸量实力。据悉《我的汤姆猫 2》安卓版将于 2019 年初上线，势必会再次掀起一阵热潮。





# 感恩

知恩于心，感恩于行。  
又是一年感恩节，想必每个人的内心都有很多想说的话。  
那些父母、朋友、同事的帮助和支持，  
那个始终坚持着、倾尽全力的自己，成就了我们这一年里的美好。  
十一月初，我们在公司内部发起了感恩话题的征集，  
很多小伙伴发来了自己的经历和感悟。  
关于成长、关于付出、关于爱……字句间都是美好的点滴共鸣，  
温暖而坚定，丝丝缕缕，轻扣心弦。

感恩节特辑：  
生命中的一切都值得说谢谢





这些话，  
可能我们从未说出口，  
也从未说给那个人听，  
但是这些话，我们要时常说给自己听。

一个人的成长与长成是无数的努力造就的，至亲至爱、师长好友，每一个擦肩而过的陌生人，呼吸的空气、脚下的尘埃还有眼前的风景，无论现在的我们是好是坏，我们都还有机会去变得更好，这已值得感恩。知恩、念恩、用行动去报恩，这件事，不是因为有意义才去做，而是做了，才有意义。感恩身边所有！

——杭州哲信产品研发中心 张慧晴

感恩节，最感谢的当然是老公了。今年我换了工作，病了一个月，都是他在陪伴我、照顾我。不管我闹脾气也好，情绪低落也好，都努力安慰我。我想对他说，老公，感谢你容忍我的小脾气，包容我的懒癌……以后，我愿尽全力地去爱你，改掉坏毛病！

——杭州哲信和工作项目部 吴与伦

时间啊，为什么总是悄悄溜走。很久没有静下心来回望来时的路了。这一年换了工作，拿到了新房的钥匙，孩子也长高了许多，每天忙忙碌碌，似乎没有一丁点个人的时间，但实实在在的，收获胜于付出。最想说一声谢谢的是自己，努力适应了所有的改变，自我消解了所有的坏情绪，比去年的自己更好了一些。

——金科文化总部 小宁

我信每个人都怀有过感恩，感恩父母，感恩朋友，感恩这个世界。虽然听起来很空洞，但经历过的人自会领悟其中的奥秘。也许此刻的你，对生活心有不甘、有些埋怨，然而，那个充满温馨、充满爱的家，那些心疼你、爱护你的人，那个容你创造无限可能的世界，都会怀着殷切的期盼，等待你，拥抱你，偷偷爱你~

——金科汤姆猫 AI 教育 舒晴

刚刚过去的11月9日，是我入职 Outfit7 两周年的日子。同期公司的年度大戏《我的汤姆猫 2》上线，对于我而言，于公于私不可不谓双喜临门。除了感谢家人一如既往的关怀和支持，我更感恩这样的机遇。

首先感谢 Summer，在茫茫人海中她一把捞起了在传统行业的红海中就业的我，并把我带到了互联网行业的蓝海里。在入职仅一个月的时候，公司宣布成为了金科文化大家庭的一员，这意味着更多的机遇摆在我的面前。我相信绝大多数人的职业生涯中都未必能如此的幸运，感恩 Outfit7 和金科文化。

最后我还要感谢平台小伙伴们日复一日的对“会说话的汤姆猫家族”的支持。目前我负责着汤姆猫家族系列片第三季本地化项目，节目即将在12月25日上线优酷会员频道，所有感恩的心都融入到了我对这个项目的用心中，敬请期待！

——Outfit7 中国事业发展部媒体运营经理 姚天一

身边的每一个人都是我的镜子，起心动念都能看清自己，所以，感谢遇见的每一个你们。当然最想感恩的是给予我包容和鼓励的善良之人，因为你们的存在，才有了无穷的动力去改变和突破自己。

——金科文化证券部 平安·爱新觉罗弘菜



成年之后父母就不再有养育我的责任了，18岁以后父母还愿意给生活费完全出于他们爱我，并非他们一定要这样做，大可狠狠心把我扔到社会上自己觅食赚钱。偶尔向父母请求支援除非迫不得已，但也要心怀感恩，他们已经没有“应不应该”这回事了，完全出于主观意愿，或者选择让我独自面对问题，也是一种对我的教育。所以正视来自父母的经济援助，要感恩，要记得偿还，毕竟父母不是印钞机。而孝顺和赡养是我的责任，必须履行的义务，切记切记！

——金猫广州分公司测试中心 搬运工

这些年无论是北上谋生养家糊口，还是南下寻求人生际遇，走过很多地方，但唯有遇见、善良和“你”，给我留下了最深刻的印象。那些擦肩而过的、一面之缘的，还有天天都能遇见的“你”，给予我的不止是记忆，不止是帮助，更是信任、温暖以及爱。是你们让许多像我这样身在他乡的人远离了孤单、失落和离家的乡愁。这个冬季这个节日里，感恩遇见，感恩善良，感恩有“你”。

——金猫广州分公司行政部 旋子



这个感恩节，我们最想感谢是带领团队前进的Leader俞涛——涛哥！作为前辈的涛哥常常在业务上指导我们，认真负责。每当年轻人有困惑，他都会耐心地帮助解决问题。我们欢声笑语，偶尔也会沮丧和失落，但是有涛哥在，我们始终一条心。

附上涛哥的秋季工作日常照，这个季节他已经穿这么多了，大家都很心疼!!! 希望他能保重身体，继续和我们并肩作战！

——金科汤姆猫衍生品事业部



这些照片，  
想要永久保留下来，  
因为重要的不是照片本身，  
而是照片帮我们留住的心情和回忆。



这是今年我爸爸过生日时的照片。

这是我爸爸第一次过生日（也是我和妈妈秘密策划的），我因工作在外没能在身边，照片也是姐姐拍完传给我的，感觉美中不足的是陪伴。蛋糕是我提前为爸爸准备好的，看到爸爸妈妈在生日蛋糕的烛光里的笑容，内心觉得很满足，只是暗暗下决心，明年一定陪在二老身边一起过生日。

父母恩，深似海。爸爸妈妈，我最爱的人。

——杭州哲信财务部 李雪秋

手机里最不愿删的照片就是这张！11月摄于满觉陇路一家衣服店，阳光正好，秋末满山桂花香，骑着小电炉偶然发现这家店，居然撸到了全世界体型最大的缅因猫！全杭州都没有几只哦，全中国怕也是只有一千多只，兴奋不已，征得美女老板娘同意后，拍照留念。

——杭州哲信和工作项目部 吴与伦







这 1500 块乐高的拼凑，陪伴着每日给力之前的五年以及往后更久远的时光。伴随着同样不离不弃的团队，它变幻出了更加漂亮的图案和前景。

——每日给力人事部

有这样一群人，每日穿梭于城市的各个角落，风雨无阻地为大家传送能量。在大部分人眼中，这就是他们的工作，这是本职。但可曾有那么一刻，那么一瞬间，他们给到你的不止是那一份食物的温暖，更多的还有他们自身附带的暖意。

我们更多的时候是被大事件所感动，但请留意生活中的小细节，无处不在的惊喜，随处可见的感动与温暖。

——杭州哲信通讯事业部行政 葛蔚



这是我们绘本小分队在一起讨论新绘本的样子。彼此之间达成共识的那一刻，那种畅快感令人记忆犹新。感恩爱绘本的你们！

——金科汤姆猫幼儿教育组 思思



小时候，不管去哪里，老爸总要带上我，最初是自行车，后来是摩托车。再后来我离家，去了他骑摩托车也无法到达的地方，工作、生活。假期回老家，老爸出门依然喜欢带上我，还有我的女儿。这张照片是中秋假期拍的，我们坐在他的身后，看看云，看看山，看看田埂上的大黄牛……感觉阳光很暖，时光很慢。

回杭再翻看照片时，才发现老爸身体清瘦，背也弯了。心里默默告诉自己，一定要常回家，老爸的摩托车后座，还有一个专属我的位置。

——金科文化总部 伍月



石破天惊，惊为天人，人间能有几回见啊！霸道总裁的盛世美颜和大圣爷这石破天惊的一脚，总是让人欲罢不能！感谢这个时代出的两位足球界的 Star，也感谢能让我在这个纷纷扰扰的时代出生，见证着一代又一代球星的成长、巅峰、老去。

——金猫广州分公司行政部 一口金









### 金科日化举办 2018 中控分析技能比武

10月10日,由金科文化旗下子公司金科日化质管部牵头承办的2018年度中控分析技能比武在质管部中控化验室拉开帷幕,来自各制造部的20名选手同场竞技,展现技能。

此次技能比武分为理论考试和实践操作测评,在理论考试中所有选手沉着冷静、振笔直遂;在实践操作中,选手一丝不苟、精益求精。经过一周的激烈角逐,最终评出个人一等奖1名,个人二等奖2名,个人三等奖3名,团体奖1名。今后,金科日化将继续大力开展岗位练兵、技术比武活动,在企业内部营造崇尚知识、尊重人才的良好氛围,从而鼓舞员工、引导员工投身到“学业务、比技能、强素质、练本领”的热潮中去,推动技能人才队伍建设。



### “会说话的汤姆猫家族” 上线芒果 TV

在经过近一年的各项准备,“会说话的汤姆猫家族”于10月15日正式在国内五大视频平台之一的芒果TV上线,这也是汤姆猫家族在国内登陆的第四家视频平台。目前该平台拥有近四千万日活用户,首批上线的专辑为《我的汤姆猫短片》、《汤姆猫迷你家族》、《会说话的安吉拉》和《汤姆猫家族游戏系列》,自节目上线一周内总观看量已经突破一千万。



### 咪咕互娱发布 10 月优质业务公告,《我的汤姆猫》居于首位

10月16日,咪咕互娱依据2018年9月运营数据,评选出本期运营表现优异的游戏业务共计20款,金科文化旗下精品游戏《我的汤姆猫》居于首位,《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》分别位列二三,《汤姆猫水上乐园》也在表单之中。公司自研游戏在国内市场表现优异,充分表明了“会说话的汤姆猫家族”这一世界级IP的流量优势,以及公司内部强大的研发、运营能力。



### 金科日化组织员工开展无偿献血活动

10月19日,来自金科日化的40余名干部职工踊跃参与由绍兴市上虞区曹娥街道组织的“无偿献血,奉献爱心”活动,累计献血量达6300毫升,超过了一个成年人的总血量。多年来,公司一直致力于社会公益事业,通过开展公益献血、扶贫捐款、公益志愿者等活动,充分发扬了金科人“奉献、有爱、进步、互助”的志愿精神。







## “会说话的汤姆猫家族”联合《我的世界》开启深度跨界合作

10月27日，网易《我的世界》开发者大会暨周年庆在乌镇开启并圆满落幕。金科文化旗下全球超级IP“会说话的汤姆猫家族”作为神秘嘉宾惊喜现身会场，正式成为《我的世界》首批品牌IP联动计划的重要战略伙伴，引起了行业内的广泛关注。

“会说话的汤姆猫家族”作为全球知名IP，一直提倡“寓教于乐”的品牌理念，受到众多儿童家长和年轻一代的喜爱，与同样备受科研和教育界热切关注的《我的世界》在多个方面的深度契合，最终成就了此次合作，双方将在品牌、游戏等方面展开全方位合作，进一步探索IP的跨界合作方式。

此次两个全民级IP的跨业联动将为孩子带来更丰富正向的游戏体验，进一步拓宽双方品牌的内涵，打破IP间的边界，实现圈层的扩展，创造良好的内容合作生态。同时，“会说话的汤姆猫家族”IP内容的加入势必带来更多有趣的互动，激励孩子们自由创造，迸发出更多的创意。



## 汤姆猫亲子乐园万圣奇妙夜

10月27日-28日，万圣奇妙夜在两家汤姆猫亲子乐园缤纷同步上演。没有幽灵血腥，听不到鬼哭狼嚎，在惊喜连连的互动环节中，小朋友们在汤姆猫亲子乐园度过了一段欢乐而又奇妙的时光。汤姆猫亲子乐园不仅为孩子提供了一个奇趣的玩乐空间，更为关注孩子的智慧成长，让孩子拥抱更加多元的节日文化，变得更加自信、勇敢。



## “会说话的汤姆猫”将首次登上大银幕

10月30日，金科文化旗下Outfit7正式发布消息，透露其正在制作一部关于“会说话的汤姆猫”的电影。Outfit7将主导电影制作的创意，并会借助Jean Rabien Baronnet的专业知识——他是热播电视剧《疯兔入侵》和电影《刺客信条》的制片人，曾担任EuropaCorp和Ubisoft Motion Pictures的首席执行官，是Marla Studios的创始人，擅长将视频游戏改编成电影，可确保汤姆猫的精髓在电影中充分展现。

Baronnet表示“会说话的汤姆猫”电影将是一部糅合各种元素的家庭电影，融合虚拟角色和真人演员。内容将涵盖所有“会说话的汤姆猫”品牌代名词的重要主题——宽容、冒险、幽默，和必须拥有的“友谊”。“会说话的汤姆猫”热切期待着自己在大银幕的首秀，Outfit7也在为这部电影敲定最终出演名单，敬请关注。



Oct  
31

### 汤姆猫系列绘本上线悠贝童书通

10月31日,在市场的热情反馈和家长们的强烈呼吁下,《会说话的汤姆猫:陪宝宝养成好习惯》联手国内专业音频绘本故事分享平台——悠贝童书通,将“玩具大营救”、“厨房奇妙夜”、“邋遢的小巨人”、“恐龙,我们一起玩”、“苹果滚啊滚”这五个奇幻缤纷的冒险故事以音频的方式送达万千家庭。家长只需在手机微信搜索“悠贝童书通”小程序,就可以让萌趣可爱的“会说话的汤姆猫家族”一起陪伴宝宝度过温馨的睡前时光。



Nov  
20

### 金科日化参展 CPCDE 2018, 再续佳绩

第十一届中国国际日化原料及设备包装展览会(CPCDE 2018)于11月20-23日在广东珠海国际展览中心成功举行,金科日化作为日化原料行业新型功能性助剂供应商应邀参展,展厅氛围火爆,深受好评。

展会同期举办了第38届(2018)中国洗涤用品行业年会及技术研讨会,在21日举行的颁奖晚宴上,金科日化连续第三次荣膺中国日化行业“十佳原料供应商”奖项。通过此次展会,成功展示了金科日化作为国内规模最大、品质最优,专业生产过碳酸钠系列、四乙酰乙二胺系列产品制造商的实力和品牌形象,进一步扩大了行业内的影响力。



Nov  
21

### 2018 金翎奖揭晓,《我的安吉拉》斩获大奖

11月21日,第十三届金翎奖2018年度优秀游戏评选大赛的获奖名单正式公布,金科文化旗下子公司 Outfit7 开发的移动应用《我的安吉拉》在500余款游戏中脱颖而出,荣获“最佳境外移动游戏”。

《我的安吉拉》是一款养成题材休闲移动应用,自上线以来,收获了超高下载量和人气,先后荣获“2014年虎斑奖最佳iPad游戏——儿童教育和家庭类别”、“2015年堤利威格玩具及传媒奖”、“2017金翎奖玩家最期待的移动单机游戏”等殊荣,深受广大玩家的支持与喜爱。

创办于2005年的“金翎奖”是国内众多游戏评选中最具含金量的评选活动之一,被誉为游戏行业“奥斯卡”,其评选结果将产生巨大的市场导向性和影响力。





发布日期

10月1日上线  
微信小游戏平台

发布团队

每日给力斗地主项目组

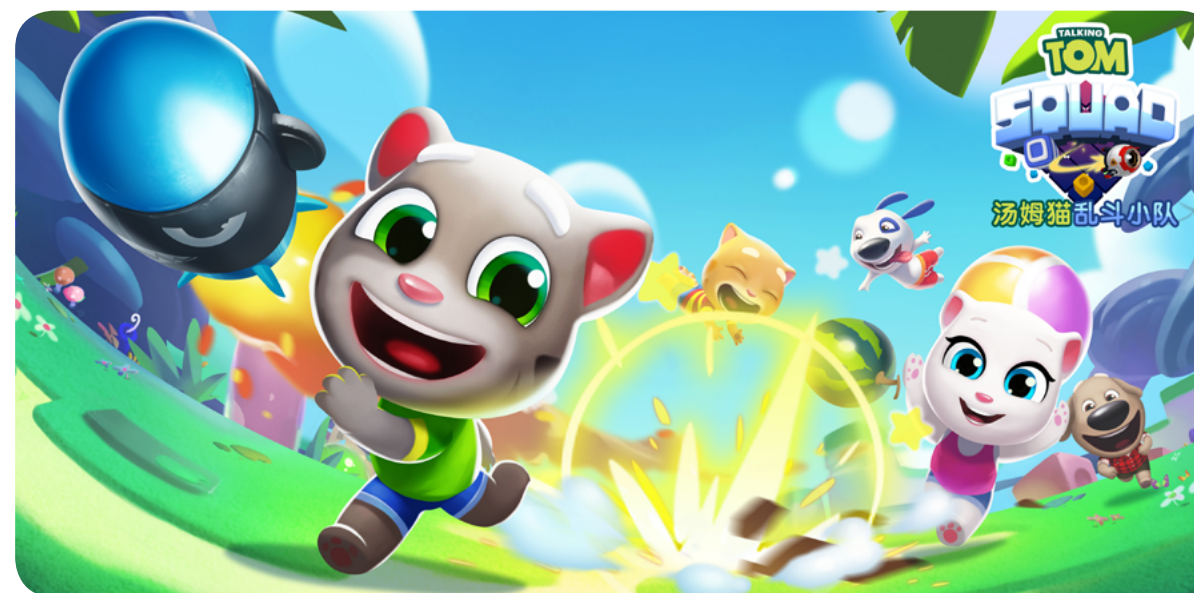


## 《每日逗地主》

《每日逗地主》是一款面向各个年龄段的手机微信棋牌小游戏，游戏采用竖屏设计，更方便单手操作，使玩家玩起来更轻松。游戏以全民熟悉的斗地主玩法为核心，并且设计了经典场、欢乐场、癞子场等丰富的玩法，玩家可以自由地体验不同的斗地主玩法，在玩游戏的同时还能领取微信红包。

《每日逗地主》除了提供玩家日常休闲场外，还设计有天梯比赛专场，天梯赛季以每月为周期，在天梯比赛场玩家通过比赛来提升自己的段位等级，最终在排行榜中荣登榜首，在好友圈中崭露头角，在赛季结束后更能领取高额的游戏币奖励和红包奖励。

自10月1日上线测试后，《每日逗地主》日活跃、日留存、在线时长、广告收入等数据良好，目前团队正在继续优化游戏，以进一步提高游戏的裂变能力。其中高级玩法——红包赛的开发也在进行中，预计上线后会起到更好的助力效果。



发布日期

10月17日安卓首测

发布团队

金猫广州分公司

## 《汤姆猫乱斗小队》

《汤姆猫乱斗小队》是一款多人在线的休闲竞技手游，源自“会说话的汤姆猫”正统IP，游戏画风Q萌，会说话的汤姆猫家族角色悉数登场，颠覆性的玩法将给玩家带来最欢乐的游戏体验。

创新玩法，欢乐竞技，在线对轰。玩家在竞技场抢夺道具，轰飞对手，即可取得战斗胜利。游戏内有多种趣味道具、炫酷时装、丰富地图，独特游戏玩法，趣味十足。游戏首次测试已于10月23日顺利达成，目前团队正在深度优化游戏，并将制作开发更多的玩法模式，相信很快《汤姆猫乱斗小队》就会和大家见面啦！





**发布日期**

10月21日上线  
步步高早教机

**发布团队**

金科汤姆猫 AI 教育项目组



**发布日期**

2018年11月1日

**发布团队**

汤姆猫 AR 学英语项目组

## 《汤姆猫编程星球》

《汤姆猫编程星球》是一款面向5-10岁儿童的入门级编程学习软件，汤姆猫家族和小朋友一起学习少儿编程，开启一个个神秘的星球，每一个星球都有熟悉的角色、全新的冒险故事，以及循序渐进的编程知识。目前已开放“熊猫的午餐”和“小鸟大合唱”两大星球，分别包含27和36个关卡，通关即可完成拼图游戏，并获得金币奖励。

自10月21日上线步步高早教机，《汤姆猫编程星球》日新增用户约2000-2500人，好评极高。目前团队正在开发的星球有“自动化宠物养成”和“变量和不等式游戏”，分别以Tom和Angela、Hank和Ginger为主角；安卓版预计在寒假期间发布。

## 《汤姆猫 AR 学英语》

《汤姆猫 AR 学英语》是一款英语早教APP，包含视、听、说功能，纯正美式发音，系统化的分类单词学习。将新科技、新理念与传统幼儿教育结合起来，结合AR增强现实技术，打破传统英语学习模式，通过智能设备进行文字、声音、模型、动画等多维传达，寓教于乐，为孩子们带来沉浸式的学习体验，让学英语变得更加生动有趣。





发布日期

11月2日上线微信小程序

发布团队

每日给力



## 《王者大战飞机》

《王者大战飞机》是一款面向全年龄段的微信小程序游戏，游戏在传统玩法上进行了改进，角色采用中国古代著名神话和历史人物，目前已开放孙悟空、花木兰、后羿、貂蝉四位英雄；游戏内的宠物系统包含20多种酷炫可爱的宠物供玩家收集；关卡设计上手简单，元素多样，BOSS丰富多变，可玩性极高；携带宠物、操控英雄闯关并击败关卡BOSS将给玩家带来极大的游戏快感和成就感。

自11月2日上线微信小程序，《王者大战飞机》玩家平均游戏时长已突破30分钟，每天打开游戏平均次数高达10次。目前团队正在为今后的版本开发“多人协助战斗”和“英雄养成”等新玩法，同时也将在未来设计出更多精美的新英雄、宠物和丰富的关卡内容。

## 会说话的汤姆猫衍生品

家族萌宠来袭！在经过反复的调研、设计和选样之后，近期十余款IP衍生新品相继登陆“会说话的汤姆猫”天猫旗舰店。不论是小朋友还是小朋友，不论是颜值派还是实用派，“会说话的汤姆猫”绝不辜负每一份喜爱！

发布团队

金科汤姆猫衍生品事业部

发布日期

2018年10月-11月

### 会说话的汤姆猫童伞



彩虹粉和星空蓝，  
你猜小朋友更喜欢哪一款？

### 会说话的汤姆猫棒球帽 & 鸭舌帽



新潮百搭，多款多色可选，打造温馨亲子帽。



### 会说话的汤姆猫异形抱枕



娇羞的汤姆猫，慌乱的狗狗本，  
想要抱回家吗？

### 会说话的汤姆猫真空保温杯



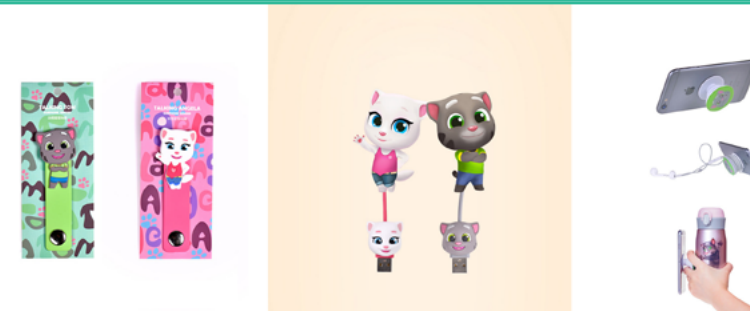
冬季必备单品，  
樱花粉OR梦幻白？

### 会说话的汤姆猫帆布袋



文艺青年标配，三款可选，让汤姆猫陪你去旅行。

### 会说话的汤姆猫理线器 & 数据线 & 手机气囊支架



集IP与颜值于一身，数码配件，有这一组就够了！

### 会说话的汤姆猫铁盒便签



可作为日常的便利贴，  
还可收纳首饰等小物件。

### 会说话的汤姆猫小夜灯



一拍即亮，柔和护眼，温暖相伴。

### 会说话的汤姆猫手机壳



壳如其人，手机壳我们不将就！







#### 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



# 拙论企业的使命、愿景和价值观

使命、愿景、价值观，当一些企业将这些概念轮番抛出的时候，大家普遍会认为，不过是一句空喊的口号，或是一幅贴在墙上过目即忘的标语，甚至是一碗被强行灌下的“鸡汤”。然而，从企业的层面来看，作为企业文化的核心要素，企业的使命、愿景和价值观，恰恰是推动企业发展的那一股最久、最深沉的力量。

那么，如何以浅显易懂的方式来理解使命、愿景和价值观呢？简单来说，使命是 Why，回答的是企业为什么存在的问题；愿景是 Where，即在可预见的或可期望的未来，企业会走到哪一步，成为什么样的企业；而价值观是 How，为了实现企业的使命和愿景，企业经营管理者 and 员工需要怎么做，应具备怎样的价值观念。回答了以上三个问题，也就为企业的生存和发展提供了基本的方向和行动指南。

## 使命：企业存在的理由和价值

- 微软的使命：予力全球每一人、每一组织，成就不凡
- IBM 的使命：无论是一小步，还是一大步，都要带动人类的进步
- 阿里巴巴的使命：让天下没有难做的生意
- 腾讯的使命：通过互联网服务提升人类生活品质
- 金科文化的使命：寓教于乐，智创家庭幸福

使命描绘了企业存在的价值以及对社会的根本态度，崇高、明确、富有感召力的使命，不仅为企业指明了方向，而且决定了企业会吸引怎样的人才，以及为使命的达成做出怎样的努力。因此，使命的正确与否，足以影响一个企业的成败。

在微软创立之初，比尔·盖茨提出了“让每个家庭、每张办公桌上都有一台电脑”的使命，并在 2000 年凭借着 Windows 系统和 Office 软件在全球范围内销量大幅增长，一举将公司市值冲到 6000 亿美元的高度，成为当之无愧的全球第一大市值公司。然而，伴随着移动互联网时代的到来，PC 业务日渐衰退，到 2014 年初，微软的市值跌至不足 3000 亿美元，这个昔日软件帝国似乎就要沉没，业界一片唱衰。

此时，萨蒂亚·纳德拉临危受命，出任微软首席执行官，他认识到“让每个家庭、每张办公桌上都有一台电脑”是一个已经达成的阶段性的目标，在移动互联网时代并不能指引微软接下来的前行方向。在《刷新：重新发现商业与未来》一书中他写道：“我们要重新发现微软的灵魂，重新发现我们存在的理由，唯有如此，微软 10 万名充满创造力的员工才能更好地塑造我们的未来。”因此，纳德拉更新了微软的使命，面向新时代提出“予力全球每一人、每一组织，成就不凡”，并将改造公司文化列为首要任务——对外表现为开放、合作，对内表现为“一个微软”，强调成长型思维和团队协作。

在全新使命的指引下，微软开始采取新的文化、新的策略走向公众视野，在短时间内发生了翻天覆地的变化，比如首次将 Office 引入 Windows 以外的移动平台、首次以免费的方式推出 Windows 10、首次推出软硬件于一体的 Surface Book 并成为 Mac Book 最强劲的竞争对手、大力发展云服务并成为全球第二大供应服务商，同时在人工智能领域也广泛布局并初见成效。2017 年 10 月 20 日，微软市值再度回归 17 年前的巅峰时刻——6000 亿美元。

由此可见，企业的使命并不是一句空洞无物的标语，它是企业存在的理由和价值，也是企业战略决策和凝聚人心的基石。同时使命也并不是永恒不变的，企业要时刻洞悉时代和行业的变化，在必要的时候重新界定企业存在的理由和价值，唤醒企业和员工同频成长的生命力。



### 愿景：企业长期的追求和理想

迪士尼的愿景：成为全球超级娱乐公司

阿里巴巴的愿景：我们旨在构建未来的商务生态系统，我们的愿景是让客户相会、工作和生活，并持续发展最少 102 年

腾讯的愿景：成为最受尊敬的互联网企业

金科文化的愿景：打造汤姆猫全栖 IP 生态，建设汤姆猫亲子生活品牌

人类因梦想而伟大，因为有了飞翔的梦想，莱特兄弟发明了飞机；因为有了光明的梦想，爱迪生发明了电灯；因为有了探索宇宙的梦想，美国宇航员阿姆斯特朗成为第一个登陆月球的人。同样的，在一个企业的发展过程中也需要一个远大的梦想作为支撑，但这个梦想并不是空谈妄想，而是在可预见的未来可实现的、值得企业长期追求的共同理想。

一家企业最终能够成为怎样的组织，往往取决于它被多高远的企业愿景所引领。通用电气在 100 多年前由发明电灯的爱迪生所创立，最早的电灯泡只能亮两三分钟，灯丝马上就烧没了。于是通用电气将最初的愿景确定为“让世界亮起来”，每个加入通用电气的人都深度认同，并期望电灯泡能坚持亮二十分钟、三十分钟，在“让世界亮起来”这一愿景的驱动下，通用电气上下一心，成为了电气领域的领导者。

愿景所描绘的是企业美好的未来，一个清晰、动人且可执行的企业愿景，可以提升企业的存在价值。从理论上来说，企业愿景涵盖三个层面的价值，对社会的价值处于最高层，中层是企业经营领域和目标，下层是员工的行为准则和指南。企业愿景所处的层次越高，其效力越大，不但可以让社会、投资者和合作伙伴对企业有更为清晰的认识，更可以凝聚所有企业成员奋斗的力量，在企业内部形成持续、有效的激励。

### 价值观：企业共同的坚守和信念

IBM 的价值观：成就客户、创新为要、诚信负责

阿里巴巴的价值观：客户第一、团队合作、拥抱变化、诚信、激情、专业执着

腾讯的价值观：正直、进取、合作、创新

金科文化的价值观：正心诚信、稳健精进、惠人达己、卓越创新

明确了企业存在的理由和价值，描绘了企业未来发展的美好图景，接下来非常重要的一步，就是要弄清楚在企业发展的当下，企业经营管理者与员工需要什么、相信什么、坚持什么的问题，即明确企业的价值观。作为企业中占主导地位的管理意识，企业价值观一经确立，就会成为企业全员的共识，成为全员判断事物的标准，规范全员的行为，并最大限度地发挥企业的合力。

对于塑造企业价值观的重要意义，在十余年前的阿里巴巴便已得到充分的验证。在阿里巴巴的发展历程中，除了创始人马云之外，还有多位“关键先生”也功不可没，阿里巴巴前 COO 关明生就是其中一位。他被认为是阿里巴巴企业文化的塑造者，被阿里人亲切地唤为“阿里妈妈”。在他加入的 2001 年，阿里巴巴的银行账户只剩下 1000 万美元，每月花销 200 万美元，收入为零，按照这个速度，阿里巴巴只能再存活 5 个月，并且没有人愿意追加投资。

谣言四起，质疑不断。在所有人都在为钱发愁的时候，关明生这位在通用电气打拼了十余年、将该公司的医疗器械在中国的销售收入从零提高至 7000 万美元的“老将”，认识到阿里巴巴真正的问题并不是财政问题，而是组织问题——要建立一个有凝聚力的组织。

因此，关明生重新梳理了阿里巴巴的组织架构，不顾老员工们的反对，不仅坚定地推行“独孤九剑”的价值观，而且还设计了一个与之匹配的体系：1、员工每季度的考核，绩效占 50%，企业价值观占 50%；2、建立新的雇佣、评估、晋升、辞退体系；3、设立两条晋升轨道——为想成为经理的员工提供管理轨道，为专业人才提供专家渠道。除此之外，关明生还说服马云，在濒临破产的时刻斥资 100 万元启动“百年阿里”培训计划，安排新入职员工统一到杭州总部参加带薪培训，为期一周，由马云和关明生担任主讲人，其中价值观的内容占了 60%。就这样，通过一系列的努力，关明生推行的企业文化开始深入人心，阿里巴巴在 2002 年实现了全面盈利。

企业的使命、愿景和价值观，既是企业的灵魂，也是企业发展的原动力和指航灯。任何一家企业，想要谋求长久的发展，都必须要有清晰的使命、神圣的愿景和坚定的价值观，它们是贯穿于企业组织中的 DNA。唯有当企业确定自己的使命、愿景和价值观，企业才能厘清自身在内部管理和外部发展方面所应采取的策略；有了明确的策略，才能制定清晰的目标；有了目标，才会为实现目标而构建相应的组织架构、绩效考核、薪酬福利、流程标准、员工发展等。这其中的每一环节、每一方面都会紧紧围绕企业所设定的使命、愿景和价值观而展开，它们遥相呼应、相互论证而又高度一致。

[1] (美) 萨提亚·纳德拉. 刷新：重新发现商业与未来 [M]. 北京：中信出版集团，2018：79-116.

[2] 陈春华，乐国林，李洁芳，张党珠. 企业文化. 北京：机械工业出版社，2018：102-115.



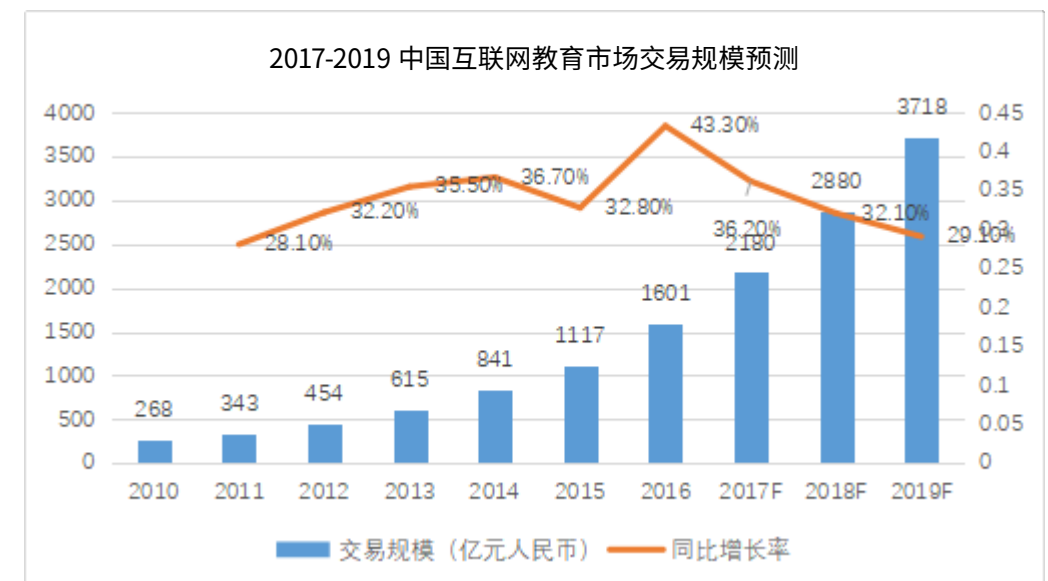
# 2018 年互联网学前教育市场调研

© 杭州哲信产品研发中心 单吉芝

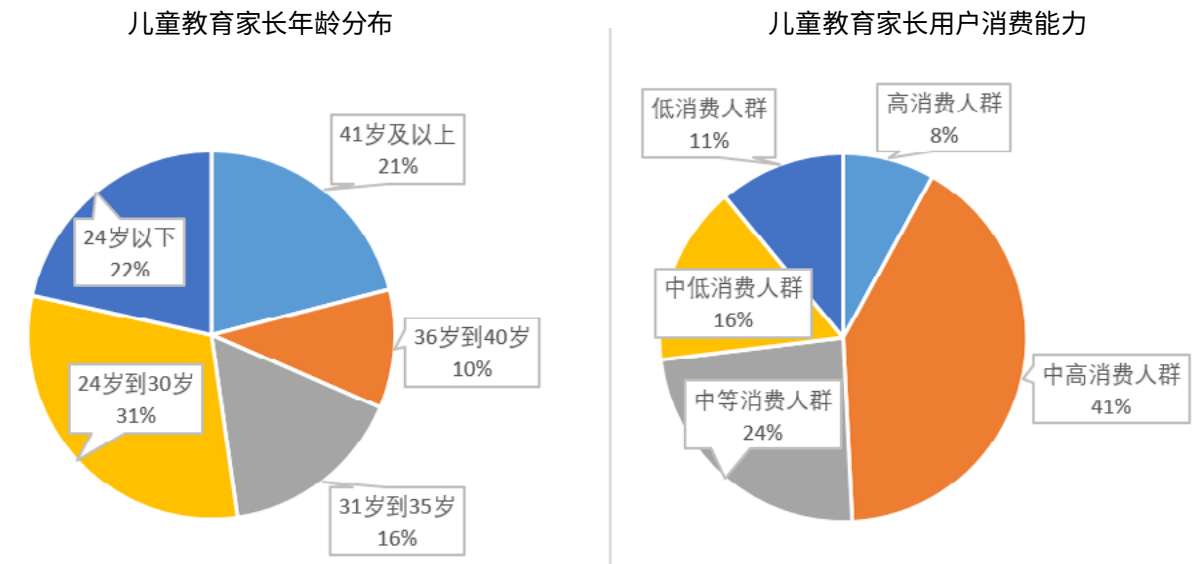
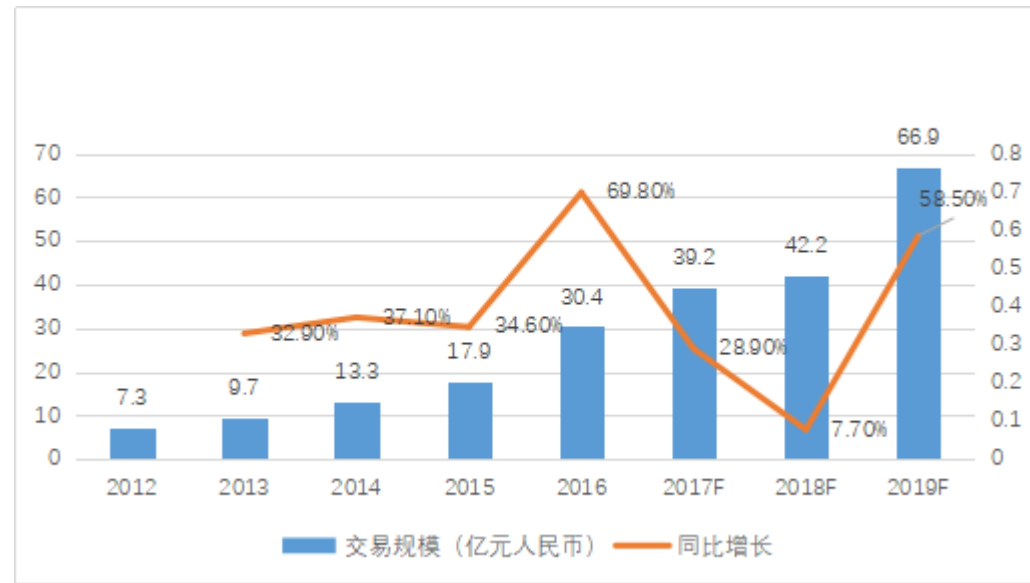
互联网学前教育市场指通过电脑、手机、iPad 等智能设备为学龄前儿童（0-6 岁）提供教学服务的市场，主要包括母婴社区、在线内容平台、家园互动平台和线上线下早教平台，本次调研主要围绕学前教育类应用展开。

## 一、背景分析

1、互联网教育市场保持良好增长态势，学前教育市场潜力十足。根据 Analyays 监测数据显示，2016 年中国互联网教育市场交易规模达 1601 亿元人民币，受益于二胎政策开放，和 80 后、90 后父母的崛起，未来将保持持续增长的良好态势。聚焦到互联网学前教育市场来看，2016 年中国互联网学前教育交易规模达 30.4 亿元，预计 2019 年交易规模能达到 66.9 亿元，其影响的婴童消费品市场规模也高达 2 万亿元。

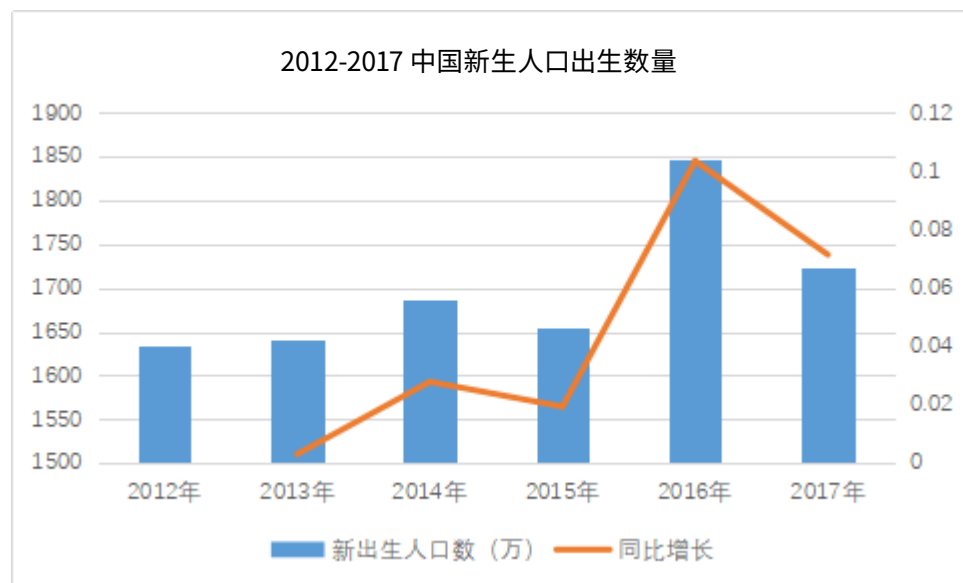






注：数据来源于易观万象，截止时间2017年2月，对20.7亿独立APP中的用户数据进行监测统计。

2、学龄前儿童数量维持稳定态势，二胎政策带来人口利好。



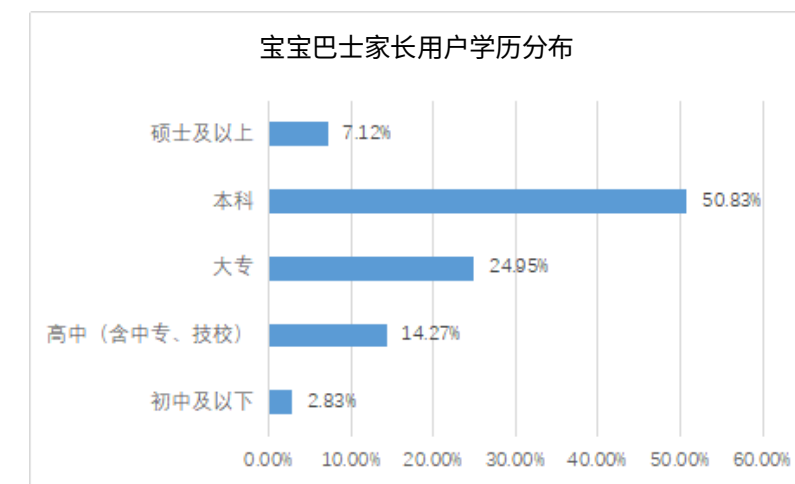
根据 Analysys 数据显示，家长用户年龄以24-30岁这个区域的用户分布最高，而用户消费能力以中高消费人群为主，占比达41.15%，超四成，可见在线学前教育用户的高消费力。

(1) 家长用户高学历突出，且大多分布在一二线城市（以宝宝巴士数据为例）

二、目标用户分析

1、学前教育应用家长目标用户：

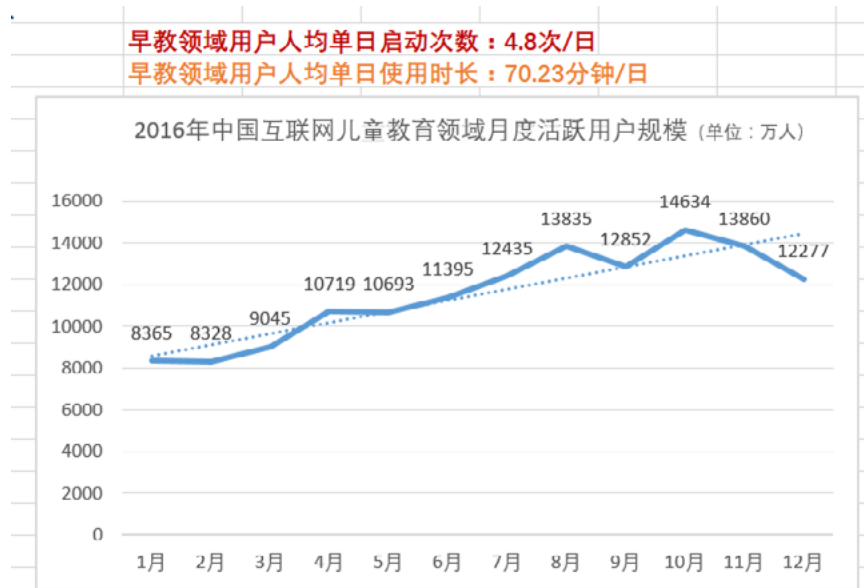
以80后、90后父母为主，特征属性明显：高学历，高消费，互联网依赖度高，追求高品质，教育观念开放，对早教认可度较高。



TOP1 广州市	TOP2 北京市
TOP3 福州市	TOP4 上海市
TOP5 天津市	TOP6 深圳市
TOP7 石家庄	TOP8 济南市
TOP9 济南市	TOP10 临沂市



(2) 新生代父母对在线学前教育接受程度高，儿童用户黏性高。

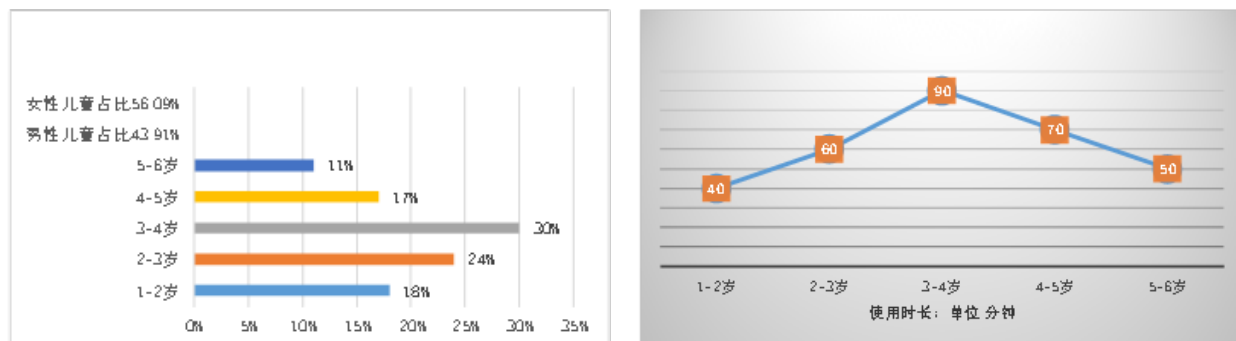


注：截止 2016 年 12 月底，月活达 12277 万，全年月活维持波动上涨。另外，从用户使用 APP 情况来看，学前教育领域用户使用黏性较高，人均单日启动次数接近 5 次，且人均单日使用时长能达一个小时以上。

2、学前教育应用儿童目标用户（围绕宝宝巴士数据展开）：

宝宝巴士是一家针对 0-6 岁宝宝启蒙，为全球 2.3 亿家庭用户提供一站式早教方案的互联网早教品牌。截至 2017 年，根据全球最大的第三方统计平台 App Annie 的数据显示：宝宝巴士全球排名第 9，全国排名第 4，APP 累计下载量超 50 亿次，儿歌播放量 60 亿次，日活跃用户超 500 万，月活跃用户超 6000 万。

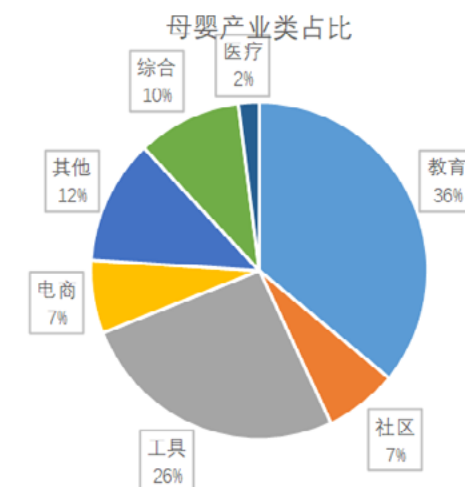
宝宝巴士用户年龄分布及平均使用时长



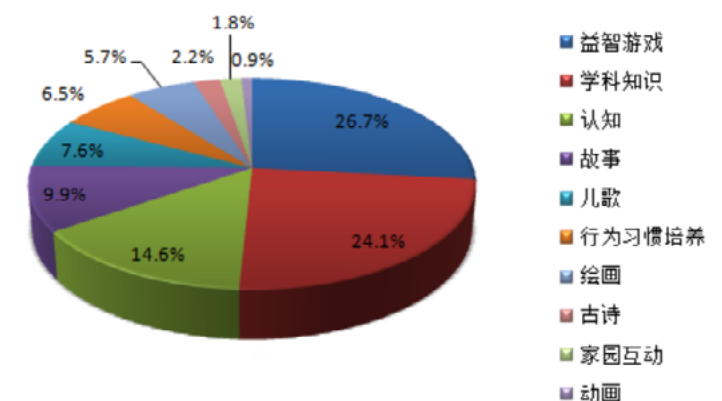
宝宝巴士儿童用户中性别占比相差不大，主要集中在 3-4 岁儿童，占比达 30%。3-4 岁儿童处于游戏兴趣期，使用时长在 0-6 岁儿童中最长，4 岁以后使用时间开始递减。学龄前儿童兴趣广泛，充满好奇心，但往往缺乏耐心，所以留存率不高。针对学龄前儿童的特点，目前业内以儿歌、动画、游戏、绘本等寓教于乐的教育产品居多。

三、儿童学前教育市场 APP 分析（以 App Store 为主）

1、母婴行业 APP 布局：功能垂直细分，早教产品领跑。



2016 年中国早教 APP 分类占比



2、免费排行榜里有 6 个绘本类应用入榜前十，付费排行榜里偏逻辑思维和语言学习类 APP 居多。家长更趋向于细分领域的内容输出型应用和学习功能输出型应用，内容型应用进入发力期。



2018年6月儿童类早教APP的排行榜

#	免费排行	付费排行	畅销排行
1	 伴鱼绘本-少儿英语配音儿童... 北京读我科技有限公司	 Little Police Station Fox and Sheep	 凯叔讲故事 凯声文化传媒
2	 少儿趣配音Pro 杭州少趣科技有限公司	 优学猫数学体验版-源自哈佛 UYoung	 洪恩识字 Hongen Education
3	 咿啦看书-小猪佩奇陪你过六... diandu	 Smart Baby Shapes: Learni... Gennadii Zakharov	 悟空识字HD Qidian Edu
4	 凯叔讲故事 凯声文化传媒	 首都数字矩阵: 儿童脑筋急转... Locomotive Labs	 Lingokids 少儿英语 Monkimun
5	 消防车总动员-消防员和消防... Yateland	 BANDIMAL YATATOY	 贝瓦儿歌-少儿绘本儿童故事... Slanissue
6	 小伴龙 Shenzhen Youban	 Toca Hair Salon 3 Toca Boca	 ABCMouse-在线儿童教育,美... Tencent
7	 口袋故事-儿童睡前故事听书... Shanghai Tongrui Networ...	 巴迪学英语 Chengdu Yiqi Interactive T...	 洪恩双语绘本 Hongen Education
8	 儿歌多多-听故事看动画片玩... Huoerguosi DuoDuo Netw...	 口算练习 xiaolong ding	 爱奇艺奇巴布-儿童专属视频... IQIYI
9	 宝宝食谱-婴儿育儿营养美味... Xingyan Nian	 新概念英语全四册-学英语听... Enming Wang	 悟空拼音 Qidian Edu
10	 咿啦故事-儿童睡前故事大全 杭州红花朵朵网络技术有限...	 Toca Kitchen 2 Toca Boca	 好方法课堂 北京爱看爱秀教育科技有限公司...
11	 童话故事宝宝-睡前听儿歌讲... yanxin ding	 狮子和老鼠-儿童音乐创意游... Yunbu Innovation	 悟空数学 Qidian Edu

3、目前市场上，综合测评和更新活跃的绘本类APP大概有30款，其中较受家长认可的绘本类儿童教育APP有以下8款：



4、随着母婴市场的扩容，资本对这一细分领域的关注趋热，只要内容足够优质，把握住用户的差异化提升需求，就有机会获取用户和资本更多的青睐。在同质应用充斥应用市场的前提下，咿啦故事和凯叔讲故事还能把握用户差异性需求，凭优质内容在2017年脱颖而出，咿啦故事于17年9月获得A轮融资；凯叔讲故事同年5月获得9000万B轮融资。

#### 四、盈利模式

目前国内早教IP的变现模式，有以下几个分类：

分类一：内容盈利，版权收入 + 内容付费（会员付费）

分类二：衍生开发，商品 + 硬件 + 线下

分类三：通过品牌IP形象塑造，形成情感认同，衍生增值服务

分类四：广告，展示类广告 + 内容植入

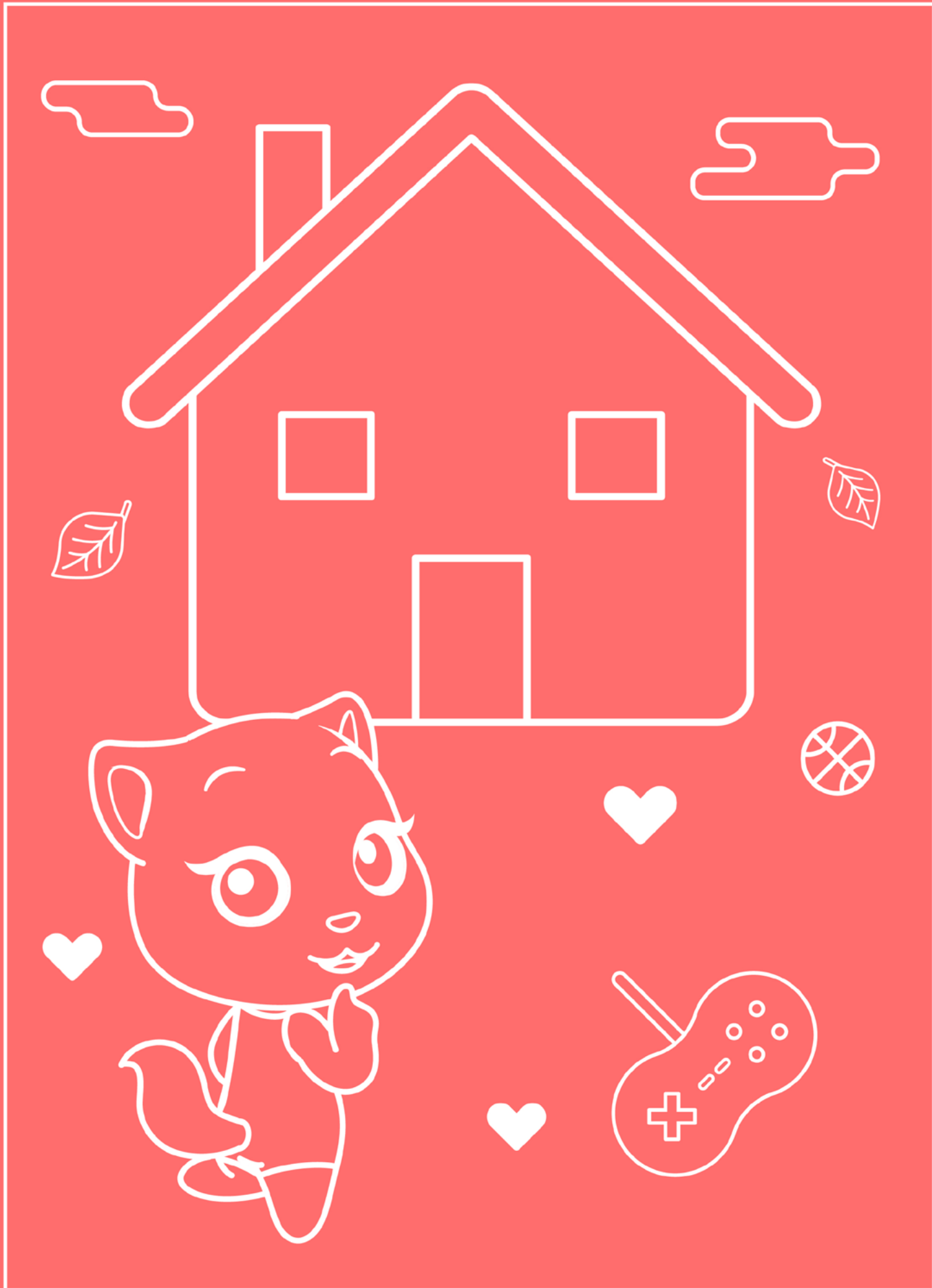
举例：凯叔的“西游记”故事售价250元，卖掉3万套，而热门IP动画片故事音频均售价15至40元不等，其中小猪佩奇故事集在喜马拉雅售价99元一套；贝瓦通过创建多个IP形象，策划输出儿歌、故事等原创内容，既有国学、科技、安全、生活常识等教育类，也有故事、儿歌、舞蹈等娱乐类，兼具教育和陪伴功能（OTT端日常在线时间90分钟，手机端日常在线时间48分钟，月活跃用户4000万）。

单位：元

类别 / 项目	本期收入金额	占营业收入比例	上期收入金额	占营业收入比例
主营业务收入	58,955,663.97	99.99%	24,904,963.95	99.51%
内容与数字课程	21,736,744.72	36.87%	10,157,669.62	40.56%
授权与衍生品	19,762,642.63	33.52%	1,874,665.60	7.49%
网络广告服务	17,456,276.62	29.61%	12,872,628.73	51.43%
其他业务收入	3,856.61	0.01%	123,077.31	0.49%
合计	58,959,520.58	100.00%	25,028,041.26	100.00%

总结：通过音频、动画等各种形式的内容，在各大视频平台和数字渠道、自有PC端网站和移动端APP平台的孵化、运营和放大，最终通过内容版权和付费、衍生开发和对外授权，以及广告来变现，这是目前国内早教IP的一般商业模式，这一点在上图所示部分企业的营收构成中也有所体现。





MISSION

我们的使命

寓教于乐

智创家庭幸福



# 干货分享：教你 DIY 一个微信机器人

◎ 杭州哲信 冯叶男

大家在微信群里可能经常会遇到群机器人自动回复，或者是添加微信好友后，就能得到自动回复的情况，效果见右图返利公众号的消息界面。

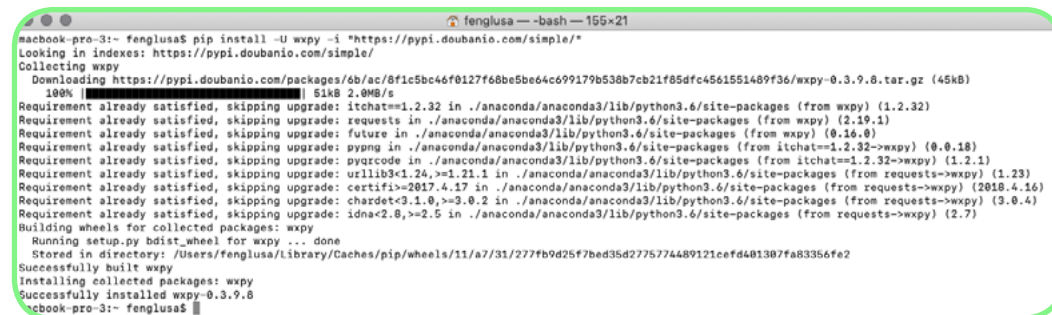
大家应该都比较好奇，这是怎么实现的呢？微信好像也没有提供这样的工具吧？下面我就简单介绍下微信机器人的实现。首先我们需要借助的工具 wxpy、图灵机器人。Python 的安装我在这里就不再赘述，直接分享 wxpy 的安装和图灵机器人的注册。



## STEP1

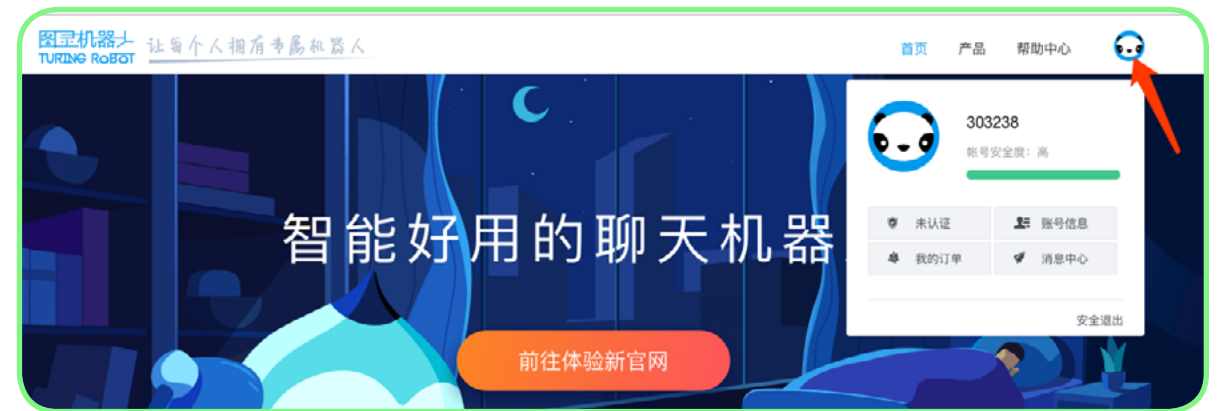
考虑到 PYPI 官方镜像在国内下载可能速度很慢，我们这边用豆瓣的镜像，通过下面脚本进行下载：

```
pip install -U wxpy -i https://pypi.doubanio.com/simple/
```



## STEP2

下载及安装好 wxpy 后，在图灵机器人官网 (<http://www.tuling123.com/>) 注册一个账号，点击右上角的头像进入个人中心。



## STEP3

进入以后点击创建机器人，选择你需要应用的终端、行业、场景等，基本上你随意选择就好。





### STEP4

创建以后自动跳转下一个界面，然后记住 apikey。



### STEP5

接下来就是最重要的写代码的环节。很简单，7行代码解决问题。

```

from wxpy import
# 实例化，并登录微信
bot = Bot(cache_path=True)
# 调用图灵机器人 API
tuling = Tuling(api_key='1a19c7b1520b41a99ba0*****')
@bot.register()
def auto_reply(msg):
    tuling.do_reply(msg)
embed()

```

### STEP6

点击运行以后，需要扫一个二维码进行微信登录，然后见到如图提示，说明你的微信机器人已经创建完成，并已经开始运行。

```

/Users/fenglusa/anaconda/anaconda3/bin/python /Users/
Please press confirm on your phone.
Loading the contact, this may take a little while.
TERM environment variable not set.
Login successfully as 冯胖胖
Process finished with exit code 0

```

### STEP7

测试效果。



很简单吧，这样我们就实现了简单的微信机器人。如果需要额外的功能，我们还需要对微信机器人进行更深层次的开发。这期我们先讲到这里，下期我们继续深入讲解如何实现微信机器人只允许跟特定的好友聊天，又或者是让微信机器人根据特定的语句回复实现特定的功能，比如实现微信的报警，敬请期待。



# 我的祖母

◎金科汤姆猫新媒体运营部 陈一杰

爱，要大声说出来，别等失去才后悔。

人生几何，年月如白驹过隙，身边的人来来往往，唯独家人一直驻守在那个叫家的地方等着游子归家。几句闲语，一盏茶歇，相望一眼，他们都能满足。

你的背井离乡，窗台的她，凝视着离去的背影，眼泪自知。每位父母、老人皆是如此，而我的祖母亦是如此。

“你要多吃点，衣服穿太少了，在外注意安全。”

祖母是个农民，她出生的那个年代，恰逢日军侵华。她啃过树根，吃过野草，有时为了躲避倭寇几日几夜餐露宿，穷困潦倒的日子也迫使她的身材特别的矮小，生活压垮了脊梁，让她变成一个驼背老人。

祖母虽然是一位农民，而在我眼里她却是一位巨人，是一个特别和善的人，更是一个“固执”的人。

小时候爸妈家教严，每次犯错少不了一顿挨打，而她一直挡在我面前保护着我，那娇小的身子总是像一副巨人的模样为我遮风避雨。她对每一个孩子都很亲切，总会将最好的东西留给我们，而自己吃着残羹冷炙。她也是“固执”的，几十年来，不管条件如何，她依旧守着那几碗菜，青菜、萝卜、苋菜梗。

她对我说的最多的一句就是：“你要多吃点，衣服穿太少了，在外注意安全。”

“要做一个好人，不许偷，不许借，做人要正直！”

祖母是一个特别有志气的人，虽然读书不多，连自己的名字都写得歪歪扭扭，但是她对我的教诲甚过人师。

她不懂普通话，仅仅是偶尔能听懂几句；她不会写太多字，就算是父亲的名字，她也是看着电视上的字模仿下来的；她也有很多小脾气，窝在床上不起来，但当我一过去她就会消气。

祖母是可爱的，也是聪慧的，更是固守本质的。

她在看电视时看到那些抢劫犯、杀人犯，常常会“杞人忧天”，生怕我也去做这勾当。那时我在杭读书，她常常会打电话过来苦口婆心的告诫我“不许打架，不许赌博，不许与品行不好的混在一起”。我虽然知道这些道理，但是我还是很愿意听她唠叨，毕竟我知道一切为我好。

祖母的话并不富含哲理，都是土言土语，但她的教诲深入我骨子里。她是一个特别有志气和倔强的人，没借过钱，从未屈膝，宁可自己死撑着也不会为五斗米而折腰，她时常会跟

我说一句话：“要做一个好人，不许偷，不许借，做人要正直！”

“这周回来吗？什么时候回来？周五回来吗？”

我是自由的，但祖母的是孤独的。在杭州7年，从上大学到工作，收获满满，唯独遗憾的是不能常伴祖母左右。祖父去世的早，父母常年在外，而我的祖母孤苦伶仃守着那个家，翻着日历数着我回去的日子。

每次回到家我都会选择性的跑到祖母房间，像小时候一样围着她，依偎在她身边，让她能仔细看看我瘦了或是胖了。她的那双眼眸看着我是慈祥的，泛着点点泪光，每次当我真的站在她面前时她总会说：“电话里我有好多想跟你说，但你真的来了我却什么都说不出来了。”

祖母像一个孩子，当我离家的时候她总会站在窗头看着我，她不高只能站在凳子上趴在窗沿目送着我离开，那一头白头很显眼，而在我离开的这几年感觉长得特别的快。

每到周一，她都会打电话给我，几年来变的是她的年纪，不变的还是那句话：“这周回来吗？什么时候回来？周五回来吗？”

出门在外，真想多回家看看。

这就是我的祖母，一个时而可爱，时而倔强，时而“啰嗦”的人。她会像一个孩子一样撒娇闹脾气，也会像一个智者一样教诲人，可她就是一个普通人，也是我想义无反顾去感恩的家人。

我不知道当她离开的时候，我会如何，或

是疯癫，或是萎靡，或者感叹。而她在的日子里，我只想去珍惜和她一起的日子。常回家看看，常回家坐坐，像小时候一样依偎在她身边，让她给我讲鬼故事。





## 读《山茶文具店》有感

◎小暖



用两天时间读完《山茶文具店》，平淡、细碎的日常，小之又小的场景，细微敏感的感情变化……这些换作是几年前，无论如何都读不下去的。但这一次却读得甚是投入，特别是那几封串起一个个日式小故事的书信，读完又重温了一遍，忍不住写点什么。

故事发生在镰仓，有一家帮人代笔的文具店，名为山茶文具店，店主雨宫鸽子，她在外祖母上代过世后回到镰仓，以一己之力撑起了文具店，每天早上煮水、洒扫，整理文冢，然后在九点半开门营业，默默地等待客人上门。

第一封信，委托人是一位腿受伤的女士，委托代写吊唁信，随奠仪寄给人家。被吊唁的对象叫权之助。起初，鸽子以为是一个孩子，等看了委托人手机里的照片，才知道是一只猴子。但委托人在描述时一直亲切地称呼“那孩子”。于是，鸽子代替委托人写好的信里，有这么两句——回想起来，权之助总是闪着一双明眸，心如止水，对我亦是万般亲切。读后心里腾出一股暖意，心里的好奇被勾起，迫切的想要再读下去。

第二封信，更是出人意料，委托人要求代写一封“离婚告知”，将他们夫妻在结婚十五年之后离婚的消息，以信件方式通知曾经参加婚礼的亲朋好友。离婚的原因是妻子爱上了别人，但委托人“不想让我太太一个人当坏人”，“希望你也能好好写出我们曾有过美满的婚姻生活这个事实。”重要的是，必须向曾经温暖守护这对夫妻的亲朋好友表达感谢之心，并让亲朋好友了解，大家的这份心意绝对没有白费。

在与委托人多次沟通后，鸽子确定了信的内文，并采用了铅字印刷，在注重整体礼节的同时也使内容更充满真情和温馨。

平日，我们各自努力工作；

假日，则常偕同前往海边或山野健行。

生活虽然平淡，

但夫妻共同享受了日常的平凡幸福。

我们都希望能随着岁月的累积，加深彼此的理解和情感。

……

虽然我们无法携手相伴到白头，

但仍将默默支持彼此的第二人生。

如蒙各位认为我们为了追求幸福的人生，

做出富有勇气的决定，

我们将深感万幸。

……

虽然我们决定迈向不同的人生，

但仍希望能够维持与各位之间的缘分，

这也是我们的共同心愿。

希望有朝一日，能笑着谈论今天。

第三封信，一个中年男人委托鸽子给从前的恋人写一封“很普通的信”。他们曾是青梅竹马，却没有走到一起。如今早已结婚生子的田园先生，听说她也找到了另一半，过上幸福的生活。因为年轻时的她很喜欢信，而他不久将住院做手术，在第一次认真思考死亡这件事情的时候，他发现，自己还惦记着她。

不是想重修旧好，也不是告白，就是想写一封“普通的信”。“自己写信给她，会觉得有点对不起我太太。”因此田园先生找到了鸽子，并提出“希望是女人的笔迹”，为的是避免引起不必要的误会。在听了他们过往的回忆后，鸽子按照嘱托，写了一封很普通的信。

你是否面带笑容地过着每一天？

因为是你，所以想必时常快乐地唱着歌吧。

我一切安好。

最近每个周末，都带活泼可爱、已经上小学的女儿一起登山。

以前和你一起爬过很多座山对吧。

现在回想起来，一切都成为美好的回忆。

我现在很幸福，  
如果你也过得很幸福将是我最大的安慰。  
请你多保重自己，  
我会在遥远的天空下，为你的幸福祈祷。

从夏入秋，鸽子还接到了写拒绝信的委托，委托人男爵说“我死也不会借钱给这种货色，但我也并不想招惹他。”于是鸽子用万宝龙的粗尖钢笔，写出了灌注了力量的男性化笔迹。

来信已拜读。  
我也捉襟见肘，所以无钱可借。  
听我一句，去向别人借。  
虽然没钱借你，但请你吃饭不成问题。  
如果肚子饿得受不了，来镰仓找我。  
想吃什么，我让你吃到撑。

这是书中出现的第四封信。第五封信是一个自称“丑字人”的美人委托写给婆婆的生日贺卡，鸽子第一次知道，原来字丑的人在日常生活中，饱尝了写字漂亮的人难以体会的辛苦，也彻底打消了“字如其人”的偏见。

第六封信，是委托人希望以他去世的父亲的口吻，给他九十多岁的母亲写一封信，原来记忆中严厉呆板的父亲曾给母亲写过很多信，母亲在养老院里总吵着要回家，说家里寄来了信。这一封从天堂寄来的信，是这样写的：

我正在欣赏很美的景色，  
可以在这里清楚地看到你。  
我已经从走球人生毕业了。  
所以，等我们下次再见面时，  
要不要每天牵着手，尽情地散步？  
小千，我喜欢你的笑容。  
在下次见面之前，你要多保重。

后来，还出现了绝交信，但即便是绝交信，也写得坚定美好。

我们不会再见面了。  
我相信你知道其中的原因，  
也请你好好聆听你自己真正的心声，  
我们已经回不去了，  
想坦诚活在世上真是非常困难的事。

四季更迭，一封封代笔信从鸽子的手中寄出，每一封信的背后都是一段暖人的小故事。在《山茶文具店》这本书中，从选纸、笔墨，再到内容写法，小川糸笔下的代笔近乎成为一项隆重而虔诚的职业。只有将自己代入委托人的情感，才能真正做到用恰当的方式去表达，也才能让收信人真正领会寄信人潜藏在文字深处的意味。

除了写信，书中也交代了女主角鸽子的人生故事，记忆中上代的严格训练、自己的叛逆逃离，都不再是灰色的，那份无处安放的委屈和遗憾也终于都放下了。虽然从上代写给笔友的信中得知，所谓世袭的代笔之家不过是一个编造的谎言，但并不重要了，重要的是，她在做代笔人这件事上找到了幸福感，也和去世的外祖母在信件中得到了和解。

我向来觉得枯萎的绣球花看起来很寒酸，  
但事实并非如此，  
绣球花枯萎的姿态依然美丽清爽。  
我也终于知道，  
除了花以外，枝叶和根，以及被虫咬的痕迹，  
所有的一切都很美丽。  
因此，我相信我们之间的关系也是一样，  
没有任何徒劳无益的时光，  
我真心希望如此。

也许对于我们丰富的感情来说，文字是那么的苍白无力，可是有时候文字反而是我们内心最深沉感情的寄托。读完《山茶文具店》这本书，很想写一封信。每日敲击键盘，早已忘记了精挑细选一张合适的信纸、反复斟酌字句才落笔，亦或是小心翼翼地拆开信封、展信细读的心情。感谢小川糸，陪伴我的两天时间。山茶文具店，也请继续开下去啊！



## 猫的小确幸

◎ 杭州哲信 王小饼

夏天将要离开的时候，我带着懵懂与新奇来到公司，实习之旅悄然而至。

最初之时，我听见堆着健身器材的角落传来细微的“喵喵”声，还以为自己出现了幻听。后来才发觉那个角落的笼子里，住着一只名叫“奶盖”的小奶猫，戴着可爱的白手套。在陌生的环境里，遇见一只温柔的猫，胆怯与心悸也在和它逗乐的时光里渐渐消散，这便是我的小确幸了。

猫总有一千种方法使你热切地爱上它。前阵子在微博上看见一个段子，说的是爸妈不爱猫也没关系，你只要把猫带回家，剩下的，猫自己会搞定。

童年时期我住在乡下，拥有一只黑白相间的狸花猫，在不怎么吃鱼的我家，它总是饿得肚子也是瘪的。我记得小狸花是一只流浪猫，不知道从什么时候开始，从我家常年打开的窗子外跳进来，穿梭在我家的木橱里，偷吃一些残羹冷炙。我和姐姐是爱猫的，常常抱起小狸花放在自己的腿上，抚摸得舒服了，它就会心满意足地咕噜咕噜叫。那时候还一脸期盼地问过爷爷，它什么时候会真正成为我们家的成员，爷爷说，它经常来吃饭，就是我们家的猫了。

日子一天天过去，这只小狸花果然住进了我家。年少的时候不懂事，总想着把自己最好的



东西给它，因而在吃零食的时候，也总会撒一些饼干糖果给它。这是一只独特的小猫，饼干居然也能吃得嘎嘣脆，但是闻一闻糖果就抬起头高昂地走开了。

这便是我人生里的第一只小猫，可惜的是它终究还是离开了。我想流浪的猫儿可能就是想借宿几日吧，山高水远，它亦是有着理想与抱负，歇歇脚后还是要去追寻它的猫生梦想。

后来的我们离开了小村庄，转而来到小镇，开了一家店。店门口的箱子上，总是会蹲着一只黄白相间的虎皮猫。镇上的客人都笑说这是我家的招财猫，喜爱猫的人们都会驻足抚摸它的小脑袋。

领养小虎皮回家的时候，它才刚断奶。根据小镇的习俗，妈妈用了一袋盐作为交换，据说这样领来的猫才能够顺顺利利地长大。小虎皮在我家待了很多年。因为店里人来人往，所以小虎皮在我家是散养的模式；它通常会在夜晚十点左右准时出门，在凌晨四五点的时候，叫唤了几声无人理它，便在门外安安静静地等着开门。

动物是通人性的，猫更是充满灵性的生物。在许多次拉着行李箱出门赶火车的日子里，小虎皮总会在我房门前正襟危坐，似乎就是在向我告别；在我回家的夜晚，它也会乖巧地留在房内，不在外消遣，而是陪我入睡。

我的高中时期很黑暗，唯一的乐趣是在母校的周末跟妈妈视频，也跟小虎皮视频。在它

离开我的那一周，最后一次的视频里，我与它对视了很久。那张截图我至今还保留着，如今看着，似乎它的眼里有闪亮亮的东西。

前不久的一个中午，我在九楼休闲区吃过午饭，渐渐困了便趴着休息。迷迷糊糊睁开眼睛，笼子里的小奶盖正睁着大大的眼睛看着我。这是搬来新址以后我第一次与它相见，它长大了不少，却似乎还认得我。我们相视无言，却好似多年的老友，无需言语，便可以进行沟通。

在陌生的城市里，下班回到家，有一只毛茸茸的小可爱坐等你的到来，该是一件多么温暖的事情。前些天与姐姐商量，若是等日后，能养活自己以外还有盈余，就去领养一只小猫，给它一个小家。

此间挚爱，非猫莫属了。



