

金科文化

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

08

2019.06-07



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

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

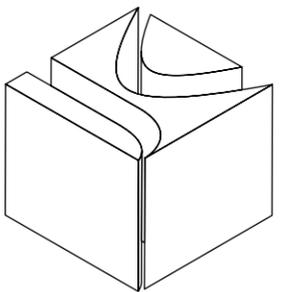
0571-83539966

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

11 公司要闻 company news

会说话的汤姆猫家族亮相全球授权展·中国站	09
汤姆猫家族独家冠名《中国蓝少儿梦想家》正式启动	11
金科文化党委组织党员赴嘉兴南湖参观学习	14

12 业务速递 Business Updates

出海报告休闲篇：《我的汤姆猫 2》7 日留存第一 东亚地区活跃度最高	19
《汤姆猫炫跑》全球 iOS 上线 化身超级英雄开启跑酷之旅	20
《汤姆猫乱斗小队》完成安卓删档付费测试	21
《汤姆猫荒野派对》首测完成 欢乐射击趣对抗	22
《汤姆猫弹弹奇兵》欢乐开测 畅爽弹射对决	23
奇妙的甜品制作之旅 《甜品连锁店》甜蜜开启公测	24
汤姆猫联手韩国 Chen 首场新品发布会在东京举行	25
杭州地铁 5 号线首通段开通试运营 汤姆猫家族为安全代言	26
汤姆猫家族与广州汤姆猫智能科技 战略合作启动仪式在杭举行	27
会说话的汤姆猫品牌授权再下一城 携手卓牧乳业推出 IP 联名产品	28
公司多款自研智能玩具亮相展会 实力广受认可	29
汤姆猫萌趣现身江苏省第五届青少年体操节 为选手加油助威	30

13 人物专访 Profile

从流浪歌手到美术总监：坚持绘画 用技术驱动管理 我们终将被世界看见	32
路在脚下 舵在心中	38

14 “微”视角 Micro Angle

自动化重复性任务：我们如何优化 Outfit7 的 AB 测试	42
---------------------------------	----

15 鲜活社区 Fresh Community

Outfit7 人才营收官 我们在 40 个小时内创造了 6 款手机游戏	51
向最可爱的人致敬 汤姆猫亲子乐园带小朋友们一起走进军营	53
会说话的汤姆猫带你领略不一 YOUNG 的儿童节	55
大手牵小手 幸福永相伴——“六一汤姆猫亲子家庭日”活动全记录	57
访学在金科 这一天他们收获满满	59

16 心享悦读 Articles Reading

王宝强巅峰之作《Hello！树先生》：如果我们还愿意去看到这些边缘人	62
如何在《魔兽世界》中快速赚到五百万	66
纯干货 十五天台湾环岛自由行攻略	68
你呀 什么都不要担心	72
变成大人	74

会说话的汤姆猫家族亮相全球授权展·中国站



COMPANY NEWS

· 公司要闻 ·



7月24-26日，2019全球授权展·中国站（LEC）及第19届CBME中国孕婴童展于国家会展中心（上海）隆重举行。金科文化旗下全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”在此次展会上大放异彩，展现了金科文化不凡的品牌实力与内涵。

全球授权展·中国站（LEC）由Informa Markets主办，旨在促进颇具影响力的娱乐、人物角色、时尚、艺术、企业品牌等授权类别的拥有者与代理商同消费品制造商、被授权商和零售商的有效对接。本届展会汇集了海内外200多家参展商、800多个多元化热门IP，将深度挖掘中国授权市场的商业潜力。

多款形象 全方位展示 IP 价值内涵

本次参展，通过不同区域的划分和巧妙设计，汤姆猫家族展区内集中展示了汤姆猫家族经典形象、迷你家

族形象以及最新版的超级英雄形象。从入口处萌趣可爱的《我的汤姆猫2》到右侧打卡拍照区的《汤姆猫飞车》，到展位左侧《会说话的汤姆猫家族动画》，再到神秘箱子内的《汤姆猫炫跑》及《汤姆猫英雄小队》，汤姆猫





家族 IP 每一款形象的背后都有着硬核的产品及内容的支撑，全方位、多角度的展示了汤姆家族 IP 的价值内涵，让参观者在走近展区的第一时间就充分感受到汤姆猫家族 IP 在不同场景及空间的运用效果。

在萌趣酷炫的展区，除了通过结合游戏、动画等元素来展现丰富多元的 IP 价值内涵之外，汤姆猫家族 IP 自主研发的智能玩具、服饰，以及和小鹿叮叮等优质品牌合作推出的包含母婴用品在内的数十款 IP 衍生品，也在 3 天的展会期间进行了集中展示，在现场吸引不少参观者就汤姆猫家族 IP 相关问题进行了解和洽谈，现场气氛火爆。

首次亮相 探索 IP 授权新模式

作为全栖 IP 运营商，金科文化在持续聚焦“会说话的汤姆猫家族”IP 原创内容打造的同时，也在充分挖掘和探索 IP 的衍生价值，线上线下协同发展，以打通全产业链条，实现 IP 商业价值的高度释放。截至目前，

汤姆猫家族系列移动应用全球累计下载量超过 90 亿次，汤姆猫家族系列动画全球累计播放量已超过 280 亿次，海量的用户基数以及积极正向的价值内涵，为汤姆猫家族 IP 授权及跨界合作创造了无限的可能。

自 2018 年完成对汤姆猫家族 IP 缔造者——全球著名互联网高新企业 Outfit7 的收购，并明确以汤姆猫家族 IP 为核心的全栖 IP 运营战略以来，金科文化联动阿里巴巴，通过自主研发 +IP 授权 + 联合开发的方式，与众多优质品牌如麦当劳、浦发银行、我的世界、杭港地铁、编程猫等进行跨界合作，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、欢乐健康的价值内涵，渗透到了亲子家庭消费的各个领域。

此次参展，是汤姆猫家族在全球授权展·中国站的首次亮相。以汤姆猫家族 IP 为中心点，金科文化将继续联动更多优质的品牌和优质厂商，用 IP 赋能品牌，用内容驱动消费，共同挖掘国内授权市场的无限潜力。



汤姆猫家族独家冠名 《中国蓝少儿梦想家》正式启动



7月1日下午，由浙江少儿频道、中国蓝 TV 少儿频道主办，金科文化旗下会说话的汤姆猫家族独家冠名的少儿励志综艺节目《中国蓝少儿梦想家》在浙江广电集团演播厅召开了首次新闻发布会。奥运女孩林妙可作为梦想发起人之一，亮相新闻发布会现场；金科文化高级副总裁杨建峰、新商业事业群副总裁张向阳出席活动，并受邀上台共同打开梦想礼盒，呼吁全社会珍惜孩子的创意，启迪孩子的想象力，关注孩子的梦想。

发布会现场，金科文化高级副总裁杨建峰先生说道，“我们的品牌‘会说话的汤姆猫家族’，倡导小朋友们以及我们每一个人勇敢‘说话’，表达自己的爱与梦想。陪伴和支持为梦想添翼，努力拼搏让梦想照进现实。而在这次小梦想家们追梦的路上，除了有家人和朋友的陪伴，也有会说话的汤姆猫家族一路温情相伴。



金科文化高级副总裁杨建峰

“会说话的汤姆猫家族”作为全球知名IP，凭借《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》等二十余款移动应用，在全球拥有海量的用户和超高的人气；旗下汤姆猫家族系列动画被译成28种语言，在YouTube、优酷、爱奇艺等国内外主流视频播放平台创下了全网累计280亿次播放量的成绩。与此同时，作为金科文化全栖IP运营战略的核心，围绕“寓教于乐，智创家庭幸福”的使命，汤姆猫家族在亲子乐园、IP衍生品研发和IP授权等方面均取得了不错的成果，从线上走向线下，与国内的亲子家庭建立起了更加紧密且积极的互动。此次作为独家冠名品牌携手《中国蓝少儿梦想家》，除了助梦成长，汤姆猫家族还希望通过节目，进一步打通与消费者的互动沟通，提升亲子用户的品牌认知度与价值感受。



《中国蓝少儿梦想家》致力于原生态地展现当代少年儿童的价值世界，全景式打造具有感染力的少年儿童励志平台。孩子们小小的身躯有着大大的梦想，完美的创意得到了充分的助力。因为，我们相信再微小也有磅礴的力量！据悉，除了林妙可，节目的梦想发起人还有浙江卫视《中国梦想秀》主持人亚丽、《王牌对王牌》主持人沈涛、《武林外传》里的逆袭女神王莎莎（莫小贝）和《巴啦啦小魔仙》游乐王子。此外，每期节目会有三位梦想导师：浙江卫视主持人罗希、浙江少儿频道主持人芒果以及神秘嘉宾，他们蓄势待发，将以自身经历和历练所学，为来到舞台逐梦的孩子们倾心助力。

2019《中国蓝少儿梦想家》赛程安排：

- 7月1日 2019中国蓝少儿梦想家启动仪式暨新闻发布会
- 7月-9月 全国海选
- 10月中旬 全国省赛
- 11月上旬 全国赛暨梦想说录制
- 11月中旬 导师演播厅录制
- 12月 《中国蓝少儿梦想家》浙江少儿频道、中国蓝TV少儿频道、浙江华数三大平台播出



金科文化党委组织党员赴嘉兴南湖参观学习

6月28日，在党的98岁华诞到来之际，金科文化党委组织部分党员和入党积极分子赴嘉兴南湖中共“一大”会址和南湖革命纪念馆，以实地参观的方式践行学习红船精神，重温党的光辉历程。



嘉兴南湖是中国共产党的诞生地，也是“红船精神”的发源地。98年前，中国共产党第一次全国代表大会在南湖的一艘画舫上完成了最后议程，宣告中国共产党成立。“一大”会议闭幕，代表们当夜分散离开了嘉兴，革命的火种被带向全国各地。夏日骄阳似火，在鲜红党旗的指引下，金科文化党委一行30余名党员及入党积极分子满怀着炽热的敬党之心，沿着革命先辈们的“一大”足迹，登船到达湖心岛，瞻仰了停泊在烟雨楼前的红船。

随后，全体党员来到南湖革命纪念馆，参观“中国共产党第一次全国代表大会史料陈列”、“开天辟地”和“光辉历史”等主题陈列；馆内还复原了大量的历史场景，如“南湖游船”、“虎门销烟”、“开国大典”、“嘉兴火车站”、“北大红楼”等。生动的史料、鲜活的场景，党员们在一件件珍贵展品前流连，在一个个历史场景中思索，在庄严肃穆的氛围中默默体悟，深刻领略中国共产党艰苦卓绝的奋斗历程。



对于此次学习之旅，公司党委领导表示：这次参观学习活动，既是一次纪念建党98周年的党性教育活动，也是一次鼓干劲、推发展的思想动员活动，希望党员干部们不忘初心、牢记使命，大力弘扬“红船精神”，不断汲取奋进的力量，不断激发创新的活力，不断增强迎难而上的锐气，在各自岗位上奋发有为、砥砺前行，为公司发展注入红色动能。





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 ·

出海报告休闲篇：《我的汤姆猫 2》7日留存第一 东亚地区活跃度最高

7月4日，触宝大数据推出了游戏行业系列报告——休闲游戏篇。该报告以目前海外热度较高的休闲类游戏特性与增长为主，展示了头部游戏、偏好地区等数据信息。报告显示，休闲类7日留存率排名前5的游戏，《My Talking Tom 2》排名第一，《My Talking Angela》排名第四；从海外各地区休闲游戏活跃度来看，东亚地区（除中国内地）休闲类游戏的活跃度最高，为4.16%。



休闲游戏是基于智能手机用户的使用习惯发展出的一类游戏，玩法简单易上手，满足即时娱乐需求，覆盖受众广。目前，休闲游戏的主要玩法包括三消类、经营类、模拟宠物类、混合类等。其中，模拟宠物类以《My Talking Tom（会说话的汤姆猫）》为代表，玩法经典，通过触摸屏幕与宠物进行互动。报告显示，休闲类游戏唤醒频次非常高，平均每周打开23次，大约每天打开3次以上，在全部游戏分类TOP5中排名第四。

三消类： Candy Crush Soda Saga为代表、玩法十分简单、具有相同特征的两个元素即可消去、一局时长较短

模拟宠物类： 以My Talking Tom为代表、经典的触屏游戏通过触摸与宠物进行互动、互动在短时间完成

模拟经营类： 以Homescapes为代表、玩法更复杂、用户粘性强、经营、装饰类的元素增加美学体验

注：本报告所指休闲游戏以Google Play分类下“休闲类游戏”



《汤姆猫炫跑》全球 iOS 上线 化身超级英雄开启跑酷之旅

源自“会说话的汤姆猫家族”正统 IP，由原班人马倾力打造的《汤姆猫炫跑》6月6日全球 iOS 华丽上线。这款游戏在正式上线的前几周吸引到全球 450 万玩家完成预注册，打破了《会说话的汤姆猫》300 万预注册的里程碑。强势开局，粉丝热度狂涨反响极佳。

在游戏中，汤姆猫家族组成了一支英勇的超级战队，玩家可操控超级英雄角色，在五个不同的世界中奔跑、跳跃和飞翔，同时与坏人战斗，收集战利品，并使用令人兴奋的超能力一起拯救世界。对于玩家来说，这款超级英雄主题的移动应用还只是一个开始。Outfit7 事业群还推出了全新的动画系列《汤姆猫英雄小队》作为游戏补充。

“我们一直在集思广益下一个提高粉丝体验的方法，《汤姆猫炫跑》似乎是一个非常有趣的开始。” Outfit7 首席产品官 Boris Dolenc 说，“从 BOSS 大战到解锁成为超级英雄，我们想给玩家提供最强大、最刺激的跑酷体验。”

化身超级英雄，和汤姆猫家族一起重建美丽的城市吧！前所未有的跑酷新体验，超级英雄主题，充满色彩装饰的地图赛道让人流连忘返，加上各种充满创意的彩色障碍物，如果你是一位游戏跑酷高手，一定要来挑战一下。不过，国内安卓玩家还需要耐心等待，国内团队已在 6 月 26 日完成了不删档首测，相信很快就会和大家见面了。



《汤姆猫乱斗小队》完成安卓删档付费测试

7月11日-18日，休闲竞技手游《汤姆猫乱斗小队》安卓删档付费测试开启。冒险奇幻的乱斗体验，全新独创的玩法系统，带给玩家前所未有的竞技场对抗；个性萌动的五大角色，惊喜的排位赛奇遇，令玩家大呼过瘾。

创新玩法，欢乐竞技，在线对轰。《汤姆猫乱斗小队》是首款融入“会说话的汤姆猫家族”角色的多人在线实时竞技手游，颠覆性的玩法为玩家带去了最欢乐的游戏体验。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，趣味满满，深受玩家认可。《汤姆猫乱斗小队》已于6月6日取得进口游戏版号，游戏很快将正式上线。碎片化时间里的不二之选，乱斗竞技尽在《汤姆猫乱斗小队》。

《汤姆猫荒野派对》首测完成 欢乐射击趣对抗

7月4日-7日，“会说话的汤姆猫家族”首款射击手游大作《汤姆猫荒野派对》开启首测，Q萌的游戏画风、丰富的挑战关卡、激烈的多人即时射击对抗玩法，获得了玩家们的一致好评。

沿袭正统IP，“会说话的汤姆猫家族”首款3D射击动作手游《汤姆猫荒野派对》绝对是玩家今夏不容错过的大作。本次测试开放核心内容体验，一如既往的Q萌画风，刺激的射击玩法，开局一个汤姆猫和一把枪，玩家即可开启一场前所未有的荒野派对。除了会说话的汤姆猫之外，家族的其他人气角色在后续的版本也将陆续登场，欢乐射击趣对抗吧！



《汤姆猫弹弹奇兵》欢乐开测 畅爽弹射对决



竞技闯关，一弹入魂，畅爽弹射对决！沿袭正统IP，“会说话的汤姆猫家族”首款弹射对战游戏《汤姆猫弹弹奇兵》7月11日欢乐开测。

《汤姆猫弹弹奇兵》完美继承了传统弹射游戏的核心对战模式，但又推陈出新，将繁复的操作简化成为“一指禅”。指尖之际便可与对面的玩家一较高下，操作简

单易上手，却非常考验玩家的对战策略。《汤姆猫弹弹奇兵》为玩家准备了一个盛大的竞技场，让热血的玩家成为场上最闪亮的勇者。挖坑战、道具赛、排位赛，丰富多样的PVP战斗模式，真实有温度的社交体系，让玩家通过实时互动PK，体验智谋弹射对决的战斗乐趣。

奇妙的甜品制作之旅 《甜品连锁店》甜蜜开启公测

化身人气甜品师，在繁华的街角开一家网红甜品店，一边做美味的甜品，一边与顾客分享故事，这个想法是不是很棒？超好玩的模拟经营类手游《甜品连锁店》可以立马帮你实现。由金科文化代理的《甜品连锁店》6月5日开启公测，甜蜜难挡，全能甜品师就是你！

作为一款美食模拟经营游戏，《甜品连锁店》为玩

家提供了丰富多样的独特玩法。在游戏中，玩家可开启咖啡店、蛋糕店等商店，通过经营商店，吸引来自各地的顾客，用时间管理的模式提升顾客的满意度并获得相应的报酬和达成各种成就。精致的游戏画风，可爱的女主角，有趣的升级过程，快来这里一展高超的厨艺和顶级的经营才华吧！



汤姆猫联手韩国 Chen 首场新品发布会在东京举行

6月5日至6日，联手公司旗下全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”，韩国Chen在日本东京成功举办首场汤姆猫家族新品发布会。现场，由韩国Chen专业团队潜心设计，汤姆猫家族高尔夫服装及配件首次惊艳亮相，赢得了众多日本采购商的热烈反响，为双方拓展日韩市场迈出了坚实的第一步。

首批发布的汤姆猫家族服饰，以时尚为导向，将汤姆猫家族IP与运动元素相融合，全新的个性线条、独特而富有智慧的设计，无论身处高尔夫球场，还是繁华的都市，无不彰显着时尚、健康的品味。目前，汤姆猫家族服饰已在日本和韩国的线下零售店以及线上购物平台同步销售。据韩国Chen方面透露，此次发布的新品由曾任Renoma Sports Club、迪士尼、华纳兄弟高尔夫球的设计总监的Olivia女士亲自设计，并采用高端进口材料，在设计和质量上均得到了日本采购商的积极反馈，销售增长明显。今年内，韩国Chen预计还将新增12家零售店，并将继续为韩国和日本的高尔夫专业巡回赛提供赞助，以持续提高产品的曝光度、提升产品的格调。



众所周知，凭借游戏和动画等优质内容的持续输出，汤姆猫家族IP在全球拥有数以亿计的海量用户和广泛的知名度，在日本和韩国这类全球移动互联网一线国家，汤姆猫家族IP更是有着夯实的基础。此次合作，汤姆猫家族IP将带给消费者完全不同的感受，与韩国Chen形成互补，不仅使其旗下产品更具品牌辨识度，同时通过IP赋予产品新的生命力，进一步挖掘日韩市场中隐藏的消费潜力，并有效增进消费者的粘合度。

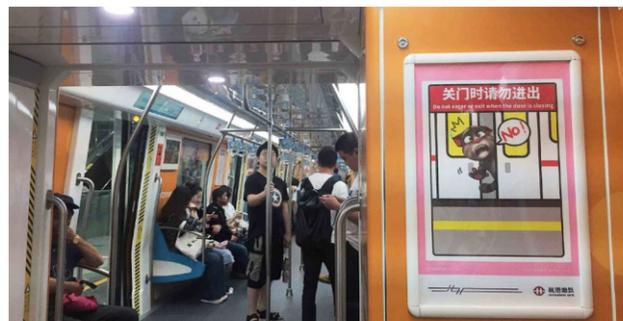


杭州地铁 5 号线首通段开通试运营 汤姆猫家族为安全代言

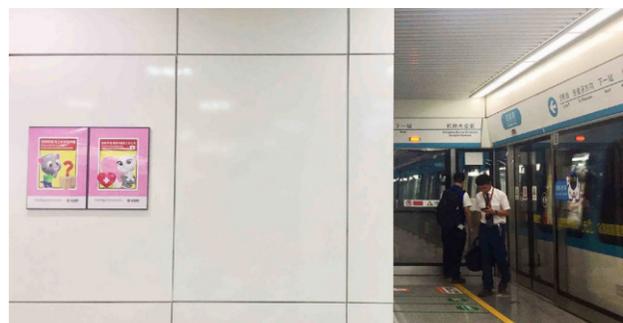
6月24日下午3点，杭州地铁5号线首通段迎来开通试运营，“会说话的汤姆猫家族”IP携手杭港地铁推出地铁文明安全出行系列海报，倡导乘客共同守护乘车安全。



作为全球知名IP，“会说话的汤姆猫家族”凭借游戏和动画的持续火热，在国内拥有超高的人气，可谓家喻户晓的IP角色。在人流如梭的地铁站，在快速行驶的地铁车厢内，可爱又熟悉的IP角色不仅能够第一时间抓住人们的眼球，甚至能够吸引小朋友驻足观看，仔细地阅读海报上的文字，这样倡导“文明乘车、安全出行”的海报内容会更容易被公众所接受，并产生认同、主动传播。对于汤姆猫家族而言，这一特别的亮相方式也是一次宝贵的机遇，可以释放IP的正能量，影响更多的人。



据悉，杭州地铁5号线共计40个站点，是至今杭州地铁线路中单线最长的一条线，穿越7个城区，有16个换乘站，堪称杭州地铁“换乘之王”，将于年底全线开通。此次开通的首通段，从创景站（不含）至善贤站，全长约17.76公里，共设12座车站，覆盖城西科创大走廊（阿里巴巴西溪园区、菜鸟网络、梦想小镇、西湖大学）和大城北区域，市民出行更加便捷、舒适。杭港地铁总经理吴伟鸿称，5号线首通段预测初期客流为11万人次/天，6月24日下午从开通到运营结束已有4.9万人。汤姆猫家族为安全代言，不仅见证了杭州5号线首通段开通这一历史性的时刻，也再一次从线上走进了现实生活，走进了更多用户的视野，无形中拓宽了品牌所能触及的边界。



其实，早在去年6月，汤姆猫家族便已悄然登陆杭州地铁1号线沿线的各个站点，以萌趣可爱的形象、温馨的话语，为数百万的乘客送上最暖心的出行提醒。此次再度亮相杭州地铁5号线，足见合作方以及杭州市民对于汤姆猫家族IP的认可和喜爱。汤姆猫家族也将继续释放IP无限的正能量，并通过一系列喜闻乐见的动漫作品，助力青少年儿童的健康成长。

汤姆猫家族与广州汤姆猫智能科技 战略合作启动仪式在杭举行

7月9日下午，“会说话的汤姆猫家族”与广州汤姆猫智能科技在金科文化总部浙江商会大厦举行战略合作启动仪式。强强联合、优势互补，双方将深入合作，围绕“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名IP，将汤姆猫水具品牌打造成特色潮品，为消费者带去别样的潮流体验。

金科文化高级副总裁兼新商业事业群总裁杨建峰、新商业事业群授权事业部总监应燕青，广州汤姆猫智能科技总经理黄思华、销售总监余春燕、设计顾问周立钢，以及双方的项目组成员共同出席了仪式。

广州汤姆猫智能科技是一家由广州木森日用品有限公司和杭州博乐工业设计股份有限公司联合创立的新公司，将协同汤姆猫家族，专注汤姆猫水具品牌运营。其中广州木森日用品有限公司是一家集自主研发、生产和销售保温器皿的专业厂家，每年研发新产品多达300种，月产量达2000万只杯子，服务客户包括Starbucks、Wal-Mart、Target、Costco等，产品销往欧美多个国家和地区。

博乐工业设计作为“中国十佳工业设计公司”、“浙江省首批重点企业设计院”，15年间荣获德国IF设计大奖、德国红点设计大奖、中国红星奖等100余项国内外设计大奖。其自创的“创新设计+优势制造+渠道营销”深度融合发展的商业模式，成功孵化了“橙舍竹品”、“Kalar 餐厨”等知名自主品牌，在与500余家品牌的合作中创新推动了数百亿元的商业价值。

在启动仪式上，木森集团董事长兼广州汤姆猫智能科技总经理黄思华表示，汤姆猫家族IP通过线上移动应用、动漫影视等优质原创内容的持续产出，在海内外拥有极高的IP辨识度和认可度，对于产品的研发、品牌的推广来说，我们可以说是站在了一个极高的起点上。



我们相信，凭借我们在行业领先的设计水准以及丰富的制造供应链资源、多渠道传播营销能力，三年之内必定能够实现销售额过亿的目标。

对于此次合作，金科文化高级副总裁、新商业事业群总裁杨建峰充满期待，同时表示，双方达成的战略合作旨在建立长期性、全方位的合作关系，汤姆猫家族携手广州汤姆猫智能科技，释放品牌和资源，不仅能够实现资源、市场、品牌和各自渠道等要素的共享，实现品类增值、规模效应、品牌升级，同时也满足了市场和消费者对于IP衍生品以及时尚潮品的需求，势必将实现共赢发展。

以“会说话的汤姆猫家族”为中心，基于汤姆猫家族线上系列移动应用和动漫影视作品的海量粉丝与用户，以及线下亲子乐园的持续获客能力与品牌效应，金科文化在IP授权和衍生品业务拓展方面有着得天独厚的优势，目前已与阿里巴巴、《我的世界》、《编程猫》、来电科技、杭港地铁等达成战略合作，逐步推进汤姆猫亲子生活品牌向多维的生活场景渗透，相信很快，汤姆猫全栖IP生态将爆发无限的能量。

会说话的汤姆猫品牌授权再下一城 携手卓牧乳业推出 IP 联名产品

7月20日，“会说话的汤姆猫家族”作为品牌授权方，受邀参加卓牧乳业2019年新品发布暨年中经销商交流大会，并在现场正式签约，与卓牧乳业一同向来自全国各地的经销商宣布将推出汤姆猫家族IP联名款产品。作为全国液态羊奶行业的一次重要创新联动，汤姆猫家族的惊艳登场，引起了市场的强烈关注。

在当天活动现场，卓牧揭晓了其战略规划中的两大全新拳头产品，其一就是汤姆猫家族IP联名款产品。只为一杯好羊奶，卓牧作为国内液态羊奶领军品牌，是一家专注于液态羊奶畜牧、研发、生产、营销的全产业链公司，在陕西杨凌拥有自营牧场及2万头奶山羊，产品配方、原辅料

采购供应、生产管理、物流发运均由卓牧自行管控，只为给消费者最好的品质体验。

据卓牧方介绍，“在此之前，羊奶行业与知名IP进行联名款打造的动作十分罕见，尤其是像《会说话的汤姆猫家族》这样的超人气IP，卓牧此次的新品亮相称得上羊奶行业一次大胆的尝试，也极大地增强了经销商们对卓牧羊奶的信心。”作为风靡全球9年的知名IP，通过移动应用产品、影视动画等优质内容，汤姆猫家族始终传递着“健康、积极、向上”的正能量，深受国内外亲子家庭的喜爱。此次携手卓牧创新联动，汤姆猫家族IP超高的人气以及与卓牧高度契合的理念，必定能够为卓牧在高端业态羊奶市场的布局注入强劲的动力。而对于IP自身而言，也有助于汤姆猫家族向多维生活场景的深度渗透，与消费者产生更多的互动。

汤姆猫家族通过优质的原创内容不断俘获大众的心，如今能更进一步在儿童市场上不断深耕，跨界进入羊乳制品这个细分领域并赢得市场的认可，这背后除了战略上的远见，更离不开与用户真心实意的交流，期待未来会说话的汤姆猫能为用户制造更多惊喜。



卓牧杨凌自营牧场一角

公司多款自研智能玩具亮相展会 实力广受认可

7月20日，2019上海智慧教育装备展览会暨上海幼教展在上海光大会展中心开启。凭借创新的设计理念、萌趣十足的外观设计以及“会说话的汤姆猫家族”IP自身的强大感召力，公司旗下金科汤姆猫携多款智能玩具亮相展会，获得观展人士一致好评，现场气氛火爆。

本次展会由中国智慧教育联合会主办，是面向全国3-18岁青少年儿童教育市场需求，以展示创新产品、创新技术及推广新理念为主的创新展会。据悉，作为中国规模最大的智慧教育展之一，此次展会吸引了来自全国数百家教育装备企业出席展会，约3万余名国内外一线教育工作者、教育领域专家以及行业经销商参加。

作为此次重点参展企业之一，融合当下大热的知名IP、STEM教育理念、编程语言、AR技术等元素，公司自主研发的Tracking Hero 寻迹先锋、Sugarobot 方糖机器人、汤姆猫家族ARCode等多款儿童益智编程教具，在整个展会上成为了一大焦点，对接近百家代理商及教育机构，众多教育机构及从业人员都看好未来产品在教育市场的应用前景。

此次参展，是“会说话的汤姆猫”IP在移动手机应用、影视动画、IP授权等领域之外，首次以智能玩具产品为主打的公开亮相。这一方面充分展示了公司紧跟教育信息化大趋势的敏锐判断力，以及超强的研发能力；另一方面也意味着公司围绕“会说话的汤姆猫家族”IP而深度拓展的衍生品业务，已进一步渗透到儿童智能教育细分领域，为汤姆猫亲子生活品牌的建设又迈出了重要的一步。



Tracking Hero 寻迹先锋



Sugarobot 方糖机器人



汤姆猫家族 ARCode

汤姆猫萌趣现身江苏省第五届青少年体操节 为选手加油助威

6月30日，2019年江苏省第五届青少年体操节在无锡市体育中心体育馆正式开幕，会说话的汤姆猫携会说话的安吉拉萌趣现身，为参赛的千余名小选手们加油助威，萌动全场。



本次体操节由江苏省文明办、省体育局、省教育厅、团省委、省妇联和省发展体育基金会共同举办，在持续6天的赛程中，共有来自全省11个设区市，37个传统学校、幼儿园及俱乐部和7所高校的代表队，1209名运动员参加。同时还吸引到来自泰国、上海、长沙的体操俱乐部参与。体操节以幼儿喜爱的快乐体操比赛为主，今年特别增加了动感时尚的跑酷团体接力赛和个人竞速赛，专门为幼儿园的小朋友们设计了趣味性强的游戏接力。

展馆内，汤姆猫和安吉拉不仅化身拉拉队员，用俏皮的舞蹈为参赛的小选手们加油助威，还受邀与获奖的小选手们合影留念，与他们同享胜利的喜悦。小选手们高举着胸前的奖牌，镜头定格下了他们纯真的笑脸，这份成长的收获和喜悦，汤姆猫和安吉拉有幸见证，备受

感动。寓教于乐，智创家庭幸福。作为深受孩子们喜爱的动漫游戏IP，汤姆猫家族也正在用我们的方式影响着数以亿计的孩子们，将欢乐、友爱、拼搏、健康的价值观传递给千千万万的家庭。



当天，奥运体操冠军邢傲伟和黄旭也到场为运动员们加油助威。邢傲伟坦言，每次有与体操相关的活动，他都会无条件到场支持，在国外从幼儿园开始就有体操课，从3岁开始小朋友就可以练习起来，自己希望国内也能如此。汤姆猫家族也希望能够与这些优秀的运动员一起助力中国体育事业的发展。



PROFILE

· 人物专访 ·



梦幻秘境 / 卢麟

兜兜转转 绘画始终是心头最爱



足球场-巴西高台 / 卢麟

从流浪歌手到美术总监： 坚持绘画 用技术驱动管理 我们终将被世界看见



卢麟，资深游戏原画师，公司互娱事业群游戏事业部美术总监。谁也不会想到，十年前，毕业于浙江传媒学院动漫设计专业的他，曾在职场上处处碰壁，甚至也曾一度放弃绘画，四处漂泊做了大半年的流浪歌手。好在命运给的每一份挫折，都在给强者增加人生的厚度。重回游戏行业，在腾讯、阿里待过，也曾创过业，一路走来，他不仅找到了自己热爱并擅长的领域，而且一直持续散发着光亮，影响并激励着团队的每一位成员，乃至一些素未谋面的年轻人。从流浪歌手到美术总监，这些年，他究竟经历了什么？他说，兴趣是最好的起点，坚持绘画，只想在技术这条路上走到黑。

大概是三岁那年，在很多孩子连握笔都握不稳，画一个圆圈、一条直线就能达到儿童发育标准的年纪，对照着杨梅干包装袋上孙悟空图案，卢麟将孙悟空活灵活现地临摹下来，初露绘画天赋。

“从小就喜欢绘画，童年就喜欢临摹一些西游题材的同人，还帮老家当地一些寺庙画门神和墙绘，也收过红包，感觉从小就注定会走上以画为生的道路。”从未有过怀疑，之后参加绘画补习班、大学主修美术专业，卢麟的每一个选择似乎都是那么自然而然、水到渠成。然而随着毕业来临，现实的种种问题也随之而来。首当其冲的是因为不太会用 Photoshop、Maya、3ds

Max 等软件在求职时频频碰壁。后来在一家动漫公司画了一年多的小人儿、小动物，偶然间接触到游戏原画，才辗转进入游戏行业。

“当时感觉游戏的画面很酷炫，让我有一种视觉冲动，觉得这才是自己想要追求的设计。”热情才燃起来，很快就被现实浇了一盆冷水。在一家小游戏公司，入职不到三天，他就被开除了。迷茫、挫败，想来想去，卢麟决定放弃绘画，并在机缘巧合下加入了一项由蒙牛赞助的全国路演活动。说起这半年多的经历，卢麟自己也觉得实在有趣。他自称是流浪歌手，从乡村到县城，有过台下几千人跟着哼唱、自发鼓掌的动人时刻，但更多的是一天两场表

演，哪怕台下只有几个人、几只狗也要坚持演出的奔波和心酸。这一次的短暂离开，让卢麟重新开始审视自己的人生，抛开所有杂念，义无反顾地回归到绘画创作的轨道上。



坚持绘画 唯有掌握好的技术才是根本

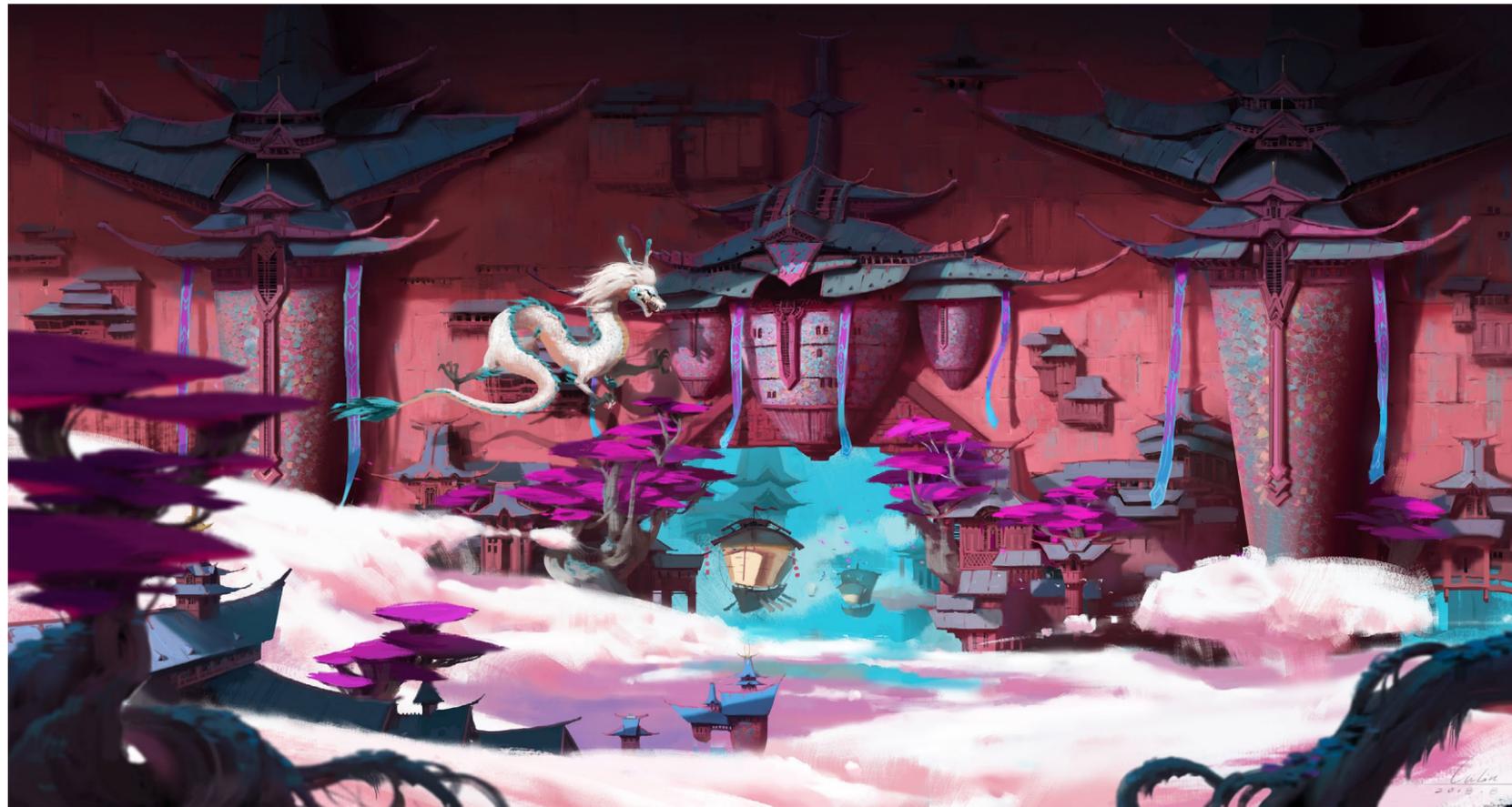
重回游戏行业，之前不太会用各类软件、没有游戏原画经历的问题依然存在。不同以往的是，卢麟有了努力的方向——成为一名游戏原画师。不过，虽然有着扎实的绘画功底，有激情也有想法，但从入门到上手，再到自如驾驭不同的题材和风格，卢麟坦言自己经历了一个非常漫长的过程。

“进步最快的是在腾讯的三年。技术提升无非就是多画多练习，多看各种好的作品（包括摄影、影视、油画、装饰水彩等），提高画技的同时提高眼光和审美，这样才能保证水平持续提升。”在此前接受国内知名游戏美术分享平台——七点 GAME 的访谈时，对于技能提升以及如何克服创作瓶颈期，卢麟毫不保留地分享了自己的经验和心得。

“我觉得工作和练习两者都能够提升自己，我一般练习图和工作图会选择不同的题材，这样在工作之余练习也不会感觉枯燥，领悟到不一样的风格思路，而且两者之间是可以相辅相成的。还有，我觉得不要过早形成自己固有的风格和用色习惯，平时多去尝试不同的风格和配色，打开试色盘你会发现任何一块色相区间都能够搭配出惊艳的颜色和氛围，呈现给我们完全不同的视觉效果，每一次大胆的尝试可能就是面临一次瓶颈期的突破。”



雪山徒行 / 卢麟



南墙 / 卢麟

对于游戏原画师来说，经验和技能的积累是非常重要的。在腾讯的三年，卢麟像是一块海绵，不断汲取着丰富的养分，追求技艺的精进，甚至有一种艺术家的偏执，拒绝做主美，不想浪费哪怕一分钟的时间在绘画创作之外的“杂事”上。即便是现在，身为美术总监，被管理工作占据了大部分的时间，卢麟依然坚持绘画创作，希望自己能够在技术上有更高的造诣，成为 CG 绘画大师。

“或许是经历多了，深刻感知到在任何时候，唯有掌握好的技术才是根本。前几年慢慢转变心态，开始承担起一部分管理的责任，但骨子里始终还是觉得自己是个画师，所以也在一直默默的坚持绘画。”

卢麟的这份坚持，也感染着他身边的每一位。“不要只看拿到手的工资，觉得这就是你工作的标准。保持兴趣，发自内心的热爱绘画创作这件事，把每一张画画好，每一项工作做好，积累了丰富的经验和技能，最终受益的是你自己。”项目组的小伙伴们私下花钱报了各类培训班，画模型的学原画，画原画的学模型，学习氛围特别好。说起这一点，卢麟的语气里藏不住的都是开心。同样让卢麟格外开心的是，借由 Artstation 等专业平台，他也正在被越来越多的行业人所认识，也在用个人的力量影响着很多和自己一样热爱绘画的年轻人。



晚霞渔村 / 卢麟

用技术驱动管理 让更多人看见我们

“以前我有误解，觉得画画做不了管理，或者做了管理就画不了画，但事实上不是这样的，他们是相辅相成的。管理层，站在更高的广度上，在创作时思想维度也会更高，画得更好。而在美术把控方面，在专业知识的支撑下，你可以点对点的指出问题，比如画面、色彩

有问题，怎样修改都可以准确地传达到位，甚至可以示范，沟通更高效，团队的成长速度也更快，因此大家内心的认可度也会更高。”

2017年5月，在广州分公司正式启动之际，卢麟和几位主美的加入，正如一场及时雨，为公司的游戏业

务发展注入了一股强劲的力量。全新的平台，全新的起点，这两年卢麟主导了《热血街头足球》项目的开发，同时也负责公司《汤姆猫乱斗小队》、《汤姆猫荒野派对》、《汤姆猫弹弹奇兵》等各个游戏项目的美术质量把控，并提供技术支持。除此之外，一方面汲取腾讯、阿里等公司在项目管理、美术管理方面的诸多所长，另一方面整合公司内部需求，他逐步梳理并搭建了一套规范化管理系统，从立项到制作再到统筹、验收，从人员招聘到培训

晋升，从技术分享、美术标准到外包合作，最终导向的都是公司整体美术水平的提升，他希望自己和各个项目组都能达到国内、国际一流的水平，让更多人看见我们。

这也正是他现阶段最大的追求和目标，以兴趣为纽带，坚持绘画，用技术驱动管理，相信卢麟和互娱事业群每一位的付出和努力，不只是被我们看到，也将被世界所看见。



路在脚下 舵在心中

唯有实干苦干加油干,勇做坚定者、奋进者、搏击者,才能书写出彩人生,成就伟大事业

“忘情地投入吧,你会获得工作的快乐。”这句话用在何佳彬身上最合适不过。入职4年多的何佳彬是名副其实的工作狂,工作起来就像饥饿的人扑在面包上一样,忘情、忘我。不同于其他人的是,他并不是为了完成任务而去工作,工作与他而言,是实现自我价值的最好途径。

凭着坚定的毅力和对公司特殊的情怀,凭着之前9年大型IT公司及互联网行业经验,凭着在社交网络公司



何佳彬 / 创新业务事业群质量效能部 质量总监

28人测试团队的管理经验,来到公司的他从刚开始只有一个人的测试工程师岗位,到现在的测试管理岗和质量管理岗,成绩与能力有目共睹。

“我的性格比较踏实稳重,管理风格也是求真务实,雷厉风行。我在管理上没有什么独特的东西,就是持续向大厂学习,以人为本,效益优先。让自己在测试领域不断精进,保持杭州第一梯队的实力,成为灯塔,为大家指明方向。”他为此经常参加业内外大型公司举行的分享活动,学习和借鉴优秀公司的组织架构、人员安排、质量管理、研发管理等等,提升专业技术、管理经验的见识面,从而以更优质的状态呈现于日常工作的方方面面,为实现提高公司整体质量意识、研发效能打下基础。

“工作就是我生活的一部分。”何佳彬如是说,但不同于一般人的是,工作量似乎并没有压缩他的时间,他懂得巧妙地把工作进行分类,对于时间模块的切割得心应手。重要而紧急的置于首位,自然最优先处;次级

的设定处理时间;不重要但紧急的,便将其置于某个最近的时间段集中处理掉。诸如此类的分配法使得他个人的时间得以优化。

他说,公司正在从传统的瀑布式开发模式、假敏捷模式、遇到交付压力就偷工减料的模式,逐渐转型融入以scrum框架为基础,适合我们实际业务场景的敏捷模式。他将自己在敏捷开发转型过程中的角色定位于教练,而不是一个管理者。他认为,在此转型过程中最重要的是建立自主式团队,以成员主动领取任务的形式替代按部就班分配工作的固有模式,充分调动各个成员的积极性,让每个同事都能有成就感,发现自己及他人的闪光点和价值。

看到这里,或许很多人会好奇,敏捷开发是什么?何佳彬告诉我们,敏捷开发是一种以人为核心迭代、循序渐进的开发方法,是一套方法论,最常运用于软件开发当中,但是又不仅仅局限于软件开发领域。在敏捷

开发中，软件项目的构建被切分成多个子项目，各个子项目的成果都经过测试，具备集成和可运行的特征。换言之，就是把一个大项目分为多个相互联系、但也可独立运行的小项目并分别完成，在此过程中软件一直处于可使用状态。

敏捷开发属于增量式开发，对于需求范围不明确、需求变更较多的项目而言，可以很大程度上响应及拥抱变化。对于互联网产品而言，市场风向转变很快，需要一种及时快速的交付形式，而敏捷开发则能更好地适用于此。敏捷开发可最大程度体现 80/20 法则的价值，通过增量迭代，每次都优先交付那些能产生 80% 价值效益的 20% 功能，因此能最大化单位成本收益。

为了优化公司各部门技术职能，更好的分享技术经验、相互学习，他创建微信群，成为关键的沟通桥梁之一，避免大家重复造车轮，最短时间做最有效的事。综上所述，敏捷开发最大的优势在于其能用最短的时间来交付最高商业价值功能。

何佳彬在工作上独到的见解都是基于公司旗下杭州哲信三大企业文化板块之上而形成的。“极客”“饥渴”“即刻”，他最崇尚的是“极客”，不论何种工作内容，他皆追求极致。他畅想未来有一天，能够大幅度提升质量文化在公司的认可度，这也正是他极客精神的最大体现之处。



听说你在工作之余，还会带领公司同事参与篮球、乒乓球活动是吗？

“平常喜欢各种球类运动，曾担任过羽毛球社、篮球社、乒乓球社社长。在任期内，带领同事们举办过各种比赛，丰富了大家的业余生活，并提高了大家的团队

协作能力。”何佳彬在日常生活中的劳逸结合，在很大程度上进一步提高了他自己的工作效率。

你是如何不断提升与修炼自我的？

“空杯心态、量力而行、迭代递进，使我能够持续进步获得成就感。”

凭借参加工作之后的经验，能不能谈一谈对这个行业现状的一些看法以及对未来的展望？

“我们公司属于泛 TMT(Telecommunication、Media、Technology) 行业，这个行业的现状，以我了解的情况来说，需要品质过硬、交互体验优秀的产品及能持续增长的运营渠道才能获得成功。未来必定会和第四次工业革命各代表技术结合得更紧密，掌握核心技术的公司，会像当年微软、IBM、INTC 一样，成为新的科技巨头，引领时代潮流。”

生活的轨道源自于个人的选择和追求，我们没必要全程 copy 别人的意见和生活习惯，但我们应保持谦逊，学习优点。给生活一点阳光，给自己一个微笑，下一秒你将能成为更好的自己，为公司做出更大贡献。

文 / 行政中心西溪银泰行政部 周臻



MICRO ANGLE

· “微” 视角 ·



Automating Repetitive Tasks: How We Optimized AB Testing at Outfit7

自动化重复性任务：我们如何优化 Outfit7 的 AB 测试

Sara Krk
Outfit7 事业群 高级数据分析专家

Using data has been essential to Outfit7's success. As the company grew, it started relying more and more on those of us in the Analytics department in key decision-making processes. It was obvious that our department would have to grow to keep up with what the company needed, but we didn't want to bloat the team and face diminishing returns. The way we were able to keep the Analytics team compact despite an increasing workload is by automating repetitive high-level tasks.

At the moment, our analytics team is comprised of 12 data scientists from a mix of backgrounds, like mathematics, psychology, computer science and finance. A big part of our job is analyzing game feature performance so we can identify opportunities for improvement. But we don't just track basic stats. All of us try to dig deep and understand why users behave the way they do. In order to have the time to do this properly, we needed to establish processes that work for us, not the other way around.

数据运用对于 Outfit7 的成功至关重要。伴随着公司的发展，在关键的决策过程中对于分析部门的依赖会变得越来越。因此，分析部门的提升必须能跟上公司的需求。但我们不想让团队规模膨胀，并面临收益递减。在工作量不断增加的情况下，可以使我们保持分析团队紧凑的方法是自动化重复的高级任务。

目前，我们的分析团队由来自数学、心理学、计算机科学和金融等不同背景的 12 名数据分析专家组成。我们很大一部分的工作是分析游戏特性性能，以便我们能够发现改进的机会。但我们不只是追踪基本数据，我们所有人都试图深入挖掘并理解用户的行为方式。为了有时间正确地做这件事，我们需要建立适合我们的流程。

我们如何优化 AB 测试

在游戏和网络行业，AB 测试是我们的一项常规工作。Outfit7 每月的活跃用户高达 3.5 亿，所以我们不想做任何会对最小的百分比产生负面影响的变化。这就是为什么我们总是测试不同的场景来创建最佳的用户体验。

How we optimized AB testing

In the gaming and web industry, AB testing is a very common part of our lives. Outfit7 has up to 350 million monthly active users, so we don't want to make a change that would negatively affect even the smallest percentage. That's why we always test different scenarios to create the best user experience.

Fig. 1: Here is an example of an AB test about icons. We want to use a new icon, but first we want to see which one would work best for our users.

When testing the performance of our games and app store listings, we rely on many different metrics, but three of the most important ones are:

Retention: the percentage of users that returned to the game several days after install

Session duration: how much time users are spending in the game

Life-time value: how much revenue the average install is generating

We include these three metrics in every report and look at them from different perspectives by creating multiple visualizations and analyses. This used to mean that we spent a large chunk of our time plotting metrics for AB test reports. Looking back, we were constantly answering the same types of questions and performing similar tasks every time we did a test.

Actually, we still do all of that, but now it only takes one simple query or even just a click to prepare the data. Before automation, one data scientist could analyze a handful of tests per month, along with one additional bigger task. Now we can do all that in a week.

The road to automation

Broadly speaking, these are the most important steps to automate a process in data analytics:

1. Select what you want to automate
2. Make sure everyone on the team can safely

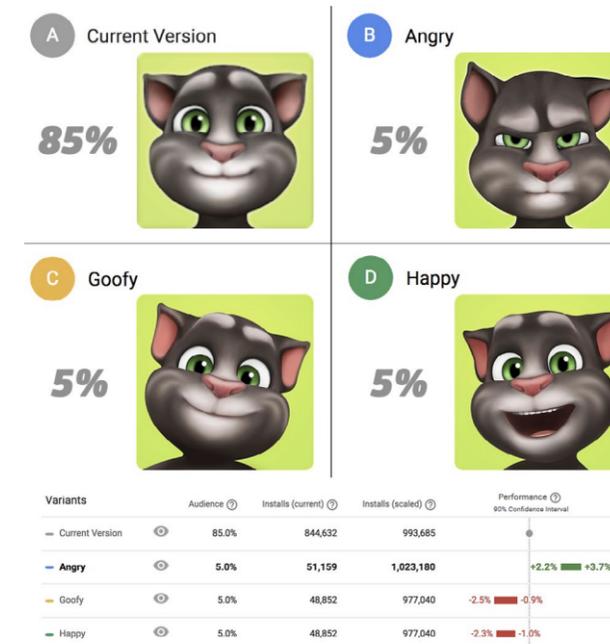


图 1: 这是一个关于图标的 AB 测试的例子。我们想要使用一个新的图标，但首先我们想看看哪个最适合我们的用户。

在测试游戏和应用商店列表的性能时，我们依赖于许多不同的指标，其中三个最重要的指标是：

留存率：用户在游戏安装几天后返回游戏的百分比

游戏时长：用户在游戏中花费的时间

用户生命周期价值：平均安装所产生的收入

我们在每个报告中都包含这三个指标，并通过创建多个可视化和分析从不同的角度查看它们，这意味着我们花费了大量的时间来绘制 AB 测试报告的指标。回顾过去，每次做测试时，我们都在不断地回答相同类型的问题，并执行类似的任务。

自动化之路

一般来说，这些是数据分析过程自动化的最重要步骤：

1. 选择要自动化的内容
2. 确保团队中的每个人都能安全地更新代码
3. 创建一个日常任务来执行代码
4. 创建一个简单的安装环境
5. 创建一个漂亮的 UI 来显示结果

第一步对我们来说是明确的：我们知道我们想要尽

update the code

3. Create a daily job to execute the code
4. Create an easy setup environment
5. Create a nice UI to display the results

The first step was clear for us: we knew we wanted to automate AB test reports as much as possible. First, we selected all the metrics that were in every report and weren't app-specific – I already mentioned the three main ones above. These metrics form the high-level basis that we start from before digging deeper into specific user data.

However, there was another problem we needed to solve before we could automate reporting. We generate terabytes of data stored in billions of rows every day. That means we need to constantly optimize to avoid bloated storage and long query times.

Because we're usually only interested in a limited number of metrics, we created user aggregates. That way, we only have one table per day that stores each active user in one row. So, for instance, instead of having sixteen rows for a user that opened the app 16 times, we only have one row with a column that tells us how many times the user opened the app. This allowed us to reduce the size of daily tables to 0.5%, resulting in faster execution time for queries and lower costs for both querying and storage – win, win, win.

Fig. 2: An example of aggregated data. One user from Brazil had 5 sessions (sessNum) on 18th June 2019 and stayed in the app for 19 minutes (calculated from sessDayTime in milliseconds).

As awesome as these aggregates are, they have one problem: we lose the order in which a user performed actions. We can't know if they watched a video and then fed Talking Tom, or the other way around. Because we may need this information, we still save all the raw data.

可能自动化 AB 测试报告。首先，我们选择了每个报告中的所有指标，这些指标不是特定于应用程序的——我前面提到的三个主要指标。这些度量构成了我们在深入挖掘特定用户数据之前开始的高级基础。

然而，在实现自动化报告之前，我们还需要解决另一个问题。我们每天生成数十亿行中存储的 tb 级数据，这意味着我们需要不断优化，以避免存储数据的膨胀和较长的查询时间。

因为我们通常只对有限数量的指标感兴趣，所以我们创建了用户聚合。这样我们每天只有一个表将每个活动用户存储在一行中。例如，对于一个打开应用程序 16 次的用户，不再有 16 行，而只有一行和一列，直接显示我们用户打开应用程序的次数。这样我们能够减少日常表大小的 0.5%，通过更快的查询执行时间和更低的成本，实现查询和存储的双赢。

uid0.000002	BR	android	2019-06-18	208	5	1136407
uid0.000005	DZ	android	2019-06-18	175	3	1471177
uid0.000005	RU	android	2019-06-18	1295	9	4911428
uid0.000006	TR	android	2019-06-18	541	9	3874976
uid0.000011	BR	android	2019-06-18	451	5	4889711

图 2: 聚合数据的示例。一位来自巴西的用户在 2019 年 6 月 18 日进行了 5 次会话，并在应用程序中停留了 19 分钟（以毫秒为单位）

尽管这些聚合非常棒，但它们有一个问题：我们失去了用户执行操作的顺序。我们不知道他们是看了一段视频，再喂汤姆说话，还是反过来。因为我们可能需要这些信息，所以我们仍然保存所有原始数据。

让每个人都站在同一立场上

在我们决定要自动计算哪些度量之后，我们必须确保团队中的每个人都能够更新代码并安全地执行。这里的第一步是决定代码将位于何处以及如何保存。这一点很重要，因为所有团队成员都应该能够更改或添加一些内容，所以每个人都应该了解这种语言。

我们使用了来自谷歌的 BigQuery，因为它支持我们处理每天获得的大量数据。我们团队中有一半人使用 Python 进行额外的旋转和可视化，另一半人使用 R，

Getting everyone on the same page

After we decided which metrics we want to have calculated automatically, we had to make sure everyone on the team can update the code and do it safely. The first step here is to decide where and how the code will live. This is important, because all team members should be able to change or add something to it, so everyone should know the language.

We were already using BigQuery from Google, as it allows us to handle the massive amounts of data we get every day. However, half of our team was using Python for additional pivoting and visualization and the other half was using R. In the end, we all sold our hearts to R, because of its awesome ggplot package.

Now that we decided to use R, we had to make sure everyone can update the code safely. We used to rely on iPython notebooks for that, but that could quickly get messy as there's no version control. We started developing and testing our code locally and – finally – migrated to Git.

Let the job do the job

Having set up all the code, we still needed to run it every day. Since our goal was to decrease manual work as much as possible, we had to find an automated solution. When we migrated to Git, we also started using a scheduling tool to run our code. Besides doing a lot of work for us, this also made our code updates safer and improved error handling.

However, since we had so much data, the daily jobs set up in AirFlow still took forever to execute. When you need to import more than a million rows of query results to the server, it can take a long time. Part of our solution was to move the calculation of tests to BigQuery, but it wasn't enough. The solution was to stop calculating metrics from raw data. Since we were already creating user aggregates every day, we just started using them for AB tests as well.

By moving calculations of statistical tests to

最终我们选择了 R，因为它有很棒的 ggplot 包。

既然我们决定使用 R，我们必须确保每个人都能安全地更新代码。我们曾经依赖于 IPython 笔记本来实现这一点，但是由于没有版本控制，这可能很快就会变得混乱。我们开始在本地开发和测试代码，最后迁移到 Git。

让工作去完成工作

设置好所有代码之后，我们仍然需要每天运行它。因为我们的目标是尽可能减少体力劳动，所以我们必须找到一个自动化的解决方案。当我们迁移到 Git 时，还开始使用调度工具来运行代码。除了为我们做了大量工作之外，这还使我们的代码更新更安全，并改进了错误处理。

然而，由于我们有这么多的数据，在 AirFlow 中设置的日常工作仍然需要很长时间才能执行。当你需要向服务器导入超过一百万行的查询结果时，可能需要很长时间。我们其中的一个解决方案是将测试的计算转移到 BigQuery，但这还不够。解决方案是停止从原始数据计算度量。因为我们每天都在创建用户聚合，所以我们也开始在 AB 测试中使用它们。

通过将统计测试的计算转移到 BigQuery 并使用用户聚合，我们将每次测试的执行时间从一个多小时减少到了几分钟。

设置应该花费最少的努力

我们的日常工作现在知道了为每个度量绘制什么图，但是它不知道需要为哪个 AB 测试做这个。要将 AB 测试添加到日常工作中，我们需要在某个地方编写有关它的信息，但最好不要直接在代码中编写，分离的文件或数据库工作得最好。

因为我们已经使用了谷歌服务，所以我们决定使用谷歌工作表来存储内部测试配置。当我们使用 iPython 笔记本时，如果不在服务器上编写用户名和密码，访问工作表是非常困难的。但是自从我们迁移到 BigQuery 之后，我们就能够使用一个很棒的内置功能来直接访问工作表。

BigQuery and using user aggregates, we decreased execution times from more than one hour per test to just a couple of minutes.

Set up should take minimum effort

Our daily job now knew what to plot for each metric, but it didn't know which AB test this needs to be done for. To add an AB test to the daily job, we need to write info about it somewhere, but preferably not directly in the code. A detached file or database works best.

title	reportingId	appName	analysisIndex	nice_groups	additional_filters
AB test #1452	ABtest_1452_	App 1	main	A: control;B: test group	
AB test #1452	ABtest_1452_	App 1	US_only	A: control;B: test group	AND cc = "US"
AB test #1452	ABtest_1452_	App 1	iOS_only	A: control;B: test group	AND platform in ("ipad", "iphone")

Since we were already using Google services, we decided to use Google Sheets to store internal test configuration. Back when we were using iPython notebooks, access to Sheets was really difficult without writing your username and password on the server. But since we migrated to BigQuery, we were able to use an awesome built-in feature to directly access Sheets.

To add an AB test, all we need to do is write down a short description of groups and wait until the next morning to let the daily job do its thing.

That's a broad overview of how we optimized the way we create reports on AB test. We also built in a few other useful features, like a column where you can create different data selections – for example the platform used ("iphone" , "ipad"). This filter is then applied to all plots automatically and displayed in addition to non-filtered ones. We use this to see what kind of effect the test has on different segments. You can filter by platform, country, install date or a mix of factors.

Fig. 3: If we need results from one AB test on different segments, we add rows with defined clusters. In this AB test, we were interested in users

想要添加 AB 测试，我们需要做的就是写下一个简短的小组描述，等到第二天早上，让每天的工作自然完成。

这是关于我们如何优化创建 AB 测试报告的方法的广泛概述。同时我们还构建了一些其他有用的功能，比如可以创建不同数据选择的列——如使用的平台 (iphone, ipad) ，然后将此筛选器自动应用于所有绘图，并显示除未筛选的绘图之外的其他绘图。我们用这个来看看测试对不同部分有什么影响，你可以根据平台、国家、安装日期或多种因素进行筛选。

图 3: 如果我们需要一个 AB 测试在不同段上的结果，我们添加了定义集群的行。在这个 AB 测试中，我们只对使用 iOS 的美国用户感兴趣

最后一步：看起来不错

现在我们有 R 中的代码、Git 中的所有内容、创建绘图的日常工作，以及添加新的 AB 测试的简单方法，我们只需要简单地显示所有内容，这样就可以创建报告。

我们在 R 中使用一个名为 Shiny 的包来创建一个仪表盘，我们可以在其中查看、浏览和分组指标。这不仅仅是好事——因为我们有大量不同的度量标准，能够在精心设计的仪表板中快速地对它们进行排序，对于提高效率是至关重要的。整个系统的实现和完善都付出了一定的努力。然而，从长远来看，它为我们节省了大量的时间。当我们运行一个新的 AB 测试时，我们只需在谷歌工作表中添加一行，就可以在第二天早上返回来收集我们整洁生成的图。

日常工作收集该测试的所有聚合数据，根据需要进行操作，计算统计数据并绘制所有内容，准备足够的图表创建长达 50 页的报告。我们的团队现在可以更深入地挖掘额外的见解，或对游戏性能或用户流失率等进行高级分析，而不是浪费时间去执行高级任务。

通过将我们的工作尽可能多地自动化，我们腾出了

from the US using iOS only.

Last step: looking good

Now that we have the code in R, everything in Git, a daily job to create plots and an easy way to add new AB tests, we just need to easily display everything so we can create reports.

We use a package in R called Shiny to create a dashboard where we can view, browse and group metrics. This isn't just nice to have – because we have a huge amount of different metrics, being able to quickly sort through them in a neatly designed dashboard is essential for efficiency.

This entire system took some effort to implement and perfect. However, it saved us a much larger amount of time in the long run. When we run a new AB test, we add one line to a Google Sheet and return the next morning to collect our neatly generated plots.

The daily job collects all aggregated data for that test, manipulates it as required, calculates statistics and plots everything, preparing enough plots to create reports as long as 50 pages. Instead of losing time on performing high-level tasks, our team can now dig deeper for additional insights or do advanced analyses on things like game performance or user churn.

By automating as much of our work as possible, we freed up time and resources to dig deeper into our field and get to all the tasks that used to get pushed down the priority list. It makes us more efficient and it makes our jobs a lot more satisfying.

Disclaimer: This article does not address personal data collection, processing, storage or sharing. Please note that nothing in this article should be interpreted as commenting or assessing personal data compliance. Outfit7 handles personal data and privacy with the utmost seriousness and is in compliance with GDPR and all relevant compliance regulations.

时间和资源，以便深入挖掘我们的领域，并着手处理所有过去被推下优先级列表的任务。它让我们更有效率，让我们的工作更令人满意。

免责声明：本文不涉及个人资料的收集、处理、储存或共用。请注意，本文的任何内容都不应被解释为评论或评估个人资料的依从性。Outfit7 以最严肃的态度处理个人资料及私隐，并遵守 GDPR 及所有相关的合规规定。



MISSION

我们的使命

寓教于乐

智创家庭幸福



FRESH
COMMUNITY

· 鲜活社区 ·



Outfit7 人才营收官 我们在 40 个小时内创造了 6 款手机游戏

Outfit7 事业群斯洛文尼亚公司

7月7日，为期四天的2019年度人才营，在Outfit7事业群斯洛文尼亚子公司位于卢布尔雅那的办公室完美收官。在当天举行的人才营研讨会上，Outfit7事业群技术总监 Miha Obal 说：“今年的人才营是一流的！在40个小时内，30名年轻人和25位导师，从零开始制作了6款手机游戏，表现非常出色，给我们留下了深刻的印象。”

作为 Outfit7 已连续举办五年的特色活动，人才营面向的是所有对游戏充满激情的人，不管是在校学生、专业人才还是游戏爱好者，都可以报名参加。据悉，今年人才营的主题是复古游戏，同时采用了全新的模式——Game jam，这是一种游戏极限开发挑战模式，要求开发者在极限时间内完成组队，并根据主题进行游戏开发，在有限的时间内实现包括编程、互动设计、叙事探索以及美术设计，最终完成一款可表现核心游戏玩法的游戏 Demo 的开发。

在 Outfit7 事业群 25 位导师的指导下，大多数参与者在不到三天的时间内制作了六款复古灵感的手游。经过评审团的评定，以 Panda Rolls 为名的游戏团队成为了 2019 年人才营的获胜者。来自获胜团队的 Uršula 说，2019 年人才营最令我怀念的是 Outfit7 的整个团队，尤其是导师，他们从构思到实现游戏想法的每一个环节都给予我们很大的帮助。



2019 年人才营获胜队 Panda Rolls

“人才训练营为我们提供了一个机会，让我们真正地与当地的游戏社区进行接触。” Outfit7 斯洛文尼亚子公司总经理和人力资源副总裁 Milena Dulanović 说，“与年轻有为的人才分享知识和经验是我们乐于承担的责任。他们激励着我们，我们也指导着他们。” 据悉，在过去的 5 年里，有超过六分之一的人才营参与者最终加入了 Outfit7，成为团队不可或缺的人才。



Outfit7 斯洛文尼亚子公司高级游戏设计师 Barbara Erman，是 2015 年人才营的参与者，他说：“要想创造出令人惊叹的东西，你需要的所有要素都在人才营——无限的创意、专业的环境、经验丰富的导师，当然，最重要的是还有大量的人才。对我来说，这是一个创造伟大游戏的机会，并展示我自己的潜力。”



向最可爱的人致敬 汤姆猫亲子乐园带小朋友们一起走进军营

新商业事业群乐园事业部

7月30日上午，汤姆猫亲子乐园受邀参加合肥包河区政府的一八一建军节特别活动——“我是小小兵”之走进大军营。会说话的汤姆猫和小朋友们一起怀着崇敬、好奇和憧憬的心情走进了武警安徽某部军营，“零距离”体验军营生活，了解部队官兵日常训练，领略军人风采，感受优良传统，当了一回“小小兵”。

军营，一个庄严又神圣的地方。解放军叔叔，更是孩子们心中的英雄。挺拔的军姿、庄严的军礼、帅气的迷彩服，行动整齐划一，口号响亮有力。



为了欢迎大家的到来，武警叔叔们精心准备了队列、军体拳、擒拿格斗等多项课目演练。让汤姆猫和每一位小朋友都大开眼界，连连发出啧啧赞叹，并纷纷送上小礼物表示诚挚的感谢。看着武警叔叔们人手一只萌萌的小汤姆猫，走起方阵也格外帅气！



跟随武警叔叔，汤姆猫和小朋友们还参观了荣誉室、活动室，满屋的奖状、奖杯和武警叔叔们日常训练的照片让大家看得目不转睛。军人的寝室，军帽全朝一个方向摆放，衣服鞋子整齐有序。很快汤姆猫和小朋友们就被像“豆腐块”一样的军被吸引住了。武警叔叔向大家展示了“豆腐块”的被子是如何叠出来的。



少年强，则中国强！“会说话的汤姆猫家族”作为全球知名的IP，在汤姆猫亲子乐园里为小朋友们带去的不仅仅是欢乐和笑声，还将与大家一起努力传承和发扬爱国爱军，增强社会责任感和历史使命感，为社会、为国家的进步和美好的未来贡献一份力。

当儿童节遇见体育，会产生怎样奇妙的化学反应呢？在今年“六一”国际儿童节来临之际，会说话的汤姆猫和会说话的安吉拉受邀参与了李宁 YOUNG（李宁集团所属童装品牌）在其北京总部园区举办的以“天生爱动”为主题的亲子嘉年华活动。跟随汤姆猫和安吉拉一起来领略下活动现场的气氛吧！

对于少年儿童而言，以运动为纽带进行亲子互动，不仅可以健康体魄、健全人格，更可以培养团结协作的精神、拉近家庭成员之间的距离。本次嘉年华活动以亲子运动激发少年儿童的无限可能，不仅有运动的激扬，也有亲情的温暖。嘉年华的现场分为篮球、足球、跑步等多个互动区域。



在足球区，“小球员”们在专业体能教练的带领下认真热身、与爸爸们合作完成一个个漂亮精彩的射门。



在篮球区，孩子们又化身“最佳传球手”，助攻爸爸妈妈们完成一个个三分投篮。



在跑步区，所有的参赛家庭需要共同参与跑步，点亮Logo灯。



除了体能上的挑战和竞争，现场还有激发孩子创意的涂鸦环节。沾上颜料的小手掌，印下一个个梦想和希望，用创意诠释了他们对生活的热爱。



活动接近尾声，汤姆猫和安吉拉还客串了一把颁奖嘉宾，为优胜家庭进行颁奖。



在嘉年华的现场，花样滑冰世界冠军张丹、体操奥运冠军邢傲伟、体操世界冠军莫慧兰和毕文静、游泳世界冠军周雅菲、花样游泳冠军胡妮以及前中国男篮名将莫科等，均携家人惊喜现身，与孩子们共同切蛋糕、唱响生日快乐歌。因为“六一”不仅仅是少年儿童的日子、更是李宁 YOUNG 品牌创立两周年的“生日”。



“会说话的汤姆猫家族”作为全球知名的IP，将与“李宁 YOUNG”一起，持续关注并推动中国少年儿童健康成长，致力于将运动的快乐与体育的魅力传递给每个家庭。

大手牵小手 幸福永相伴

——“六一汤姆猫亲子家庭日”活动全记录

行政中心西溪银泰行政部

六一儿童节，这不仅仅是孩子们的节日，也应该是家长们的节日。为了让孩子们度过一个快乐的节日，留下一段美好的童年回忆，公司行政中心西溪银泰行政部举办了一场特别的活动——“六一汤姆猫亲子家庭日”。10组家庭，近30人参加，场面童趣无限、热闹非凡，下面就跟随小编一起来回顾一下欢乐瞬间吧！

初次见面 你好呀

活动当天，除了满满当当的零食，公司自有品牌“会说话的汤姆猫家族”和孩子们喜闻乐见的“小猪佩奇一家”欢迎着小客人的到来，小客人们也“毫不客气”地扑向它们的怀抱。我们的汤姆猫家族很受欢迎喔，小朋友都要和他们亲密接触。



自我介绍 相知相识

观看完汤姆猫家族动画，活动正式拉开序幕，小朋友们在行政部“高园长”的带领下越来越放松，他们奶声奶气的做着自我介绍，有个别勇敢的小朋友还为大家高歌一曲《春天在哪里》，现场掌声热烈，欢笑连连。小朋友表现这么出色，“高园长”当然要发放礼物奖励小朋友啦。

亲子活动 尽显欢乐

在“摸摸手，猜猜看”游戏环节，小朋友们被行政小姐姐蒙住双眼，爸爸妈妈们齐上阵，伸出手期待着孩子靠触摸手就能认出自己。看把爸爸妈妈急的，生怕把自己“弄丢”了。

“我妈妈手上戴了手链”“我爸爸手上有老茧”，聪明的小脑瓜一下子就找到了游戏 bug，想为难他们一下都不行！



趣味手工 大小朋友齐上阵

别看他们年纪小，他们可是天生的魔法师哦！在手工环节用超轻黏土做出了一份份充满想象力的作品。一旁陪伴的大朋友也忍不住大显身手，要跟小朋友一比高下！整个活动都充满了温馨幸福的感 jio~



安全意识 从小培养

活动中，我们还为小朋友们安排了一个特殊的环节——儿童防范性侵害宣传教育。近年来社会上常听到一些儿童案件的报道，令家长们担心不已，借此机会，我们以小朋友喜欢的动画的方式来告诉他们，在遇到危险时如何保护自己。小朋友和家长们都非常认真地观看，相信通过这次学习，会大大提高小朋友们的安全防范意识，每位小朋友都会成为机智勇敢的小少年。



下，孩子们特别开心的度过了美好的一天，相信在汤姆猫家族的陪伴下，他们的彩色童年记忆里，又增加了一道靓丽的色彩，愿不论是小朋友还是大朋友都能够快乐成长，成为更好的自己！



访学在金科 这一天他们收获满满

新商业事业群零售事业部

7月10日，公司总部平日里肃静的办公区变得格外热闹。作为 TODO 合作教育机构访学活动的重要一环，11位8-13岁的小朋友们带着满心的好奇和期待，在这里开启了一次特别的访学之旅。

来到金科文化，首先当然要了解这是一家怎样的公司了。上午的主要行程是向小朋友们重点介绍金科作为一家上市公司的企业文化，同时通过观看“会说话的汤姆猫家族”动画、互动问答的方式，使小朋友们了解到，汤姆猫家族不单纯是一个游戏或动画角色，而是一个IP，可以做各种各样的延伸开发。之后，在零售事业部小伙伴的带领下，小朋友们分别参观了绘本组、电商组和智能玩具组的办公区域，零距离感受公司的工作环境。参观时，小朋友们不吵不闹，井然有序地站在一旁认真观察，时而提出问题，对于设计类、电商类工作岗位都有了一个初步的认知，相信这对于他们的未来发展会是一个很好的启蒙。



下午的活动以体验为主，首先体验的是一款叫 AR CODE 的智能玩具，这是一款公司自己开发基于 AR 增强现实技术、针对 4 岁以上儿童展开的人工智能教育启蒙学具，通过排列实体模块控制虚拟机器人完成任务。通过讲解演示，引导大家运用逻辑思维进行操作，大多数小朋友都能在短时间内完成迷宫排列。



最后一个环节，小朋友们参观了汤姆猫家族衍生品展厅。在展厅内，陈列着各式各样的衍生品，可爱萌趣的玩偶、潮流酷帅的服饰，还有很多小而精美的文具，牢牢地抓住了小朋友们的眼球。参观结束后，小朋友们还获得了一份精美的小礼物，这也为访学活动画下了一个完美的句号。



在这一天里，小朋友们第一次接触到公司文化，并通过互动体验锻炼了逻辑思维和动手能力，对于汤姆猫家族他们也有了更加深入的了解，可谓收获满满。短暂而愉快的一天结束了，我们期待下一次的访学活动一定会更加精彩。



ARTICLES READING

· 心享悦读 ·

王宝强巅峰之作《Hello！树先生》： 如果我们还愿意去看到这些边缘人

通信事业群创新合作部 兰友

《Hello！树先生》是2011年上映的电影，当我们看到这样一个轻松的影片名字时，它的内容却是完全相反的沉重。故事并不复杂，以东北农村拆迁为题材，讲述了一个农村底层边缘人树（王宝强饰）在这次拆迁过程中，经历的人生起伏，从失业、恋爱、结婚到最后发疯。

整部影片具有浓厚的黑色幽默和魔幻现实主义的味道，是王宝强的成神之作。影片给人最大的感触是，对于树先生这样的卑微者来说，最终总是与生活时代格格不入，就像影片中树先生那无处安放的手，想抓住什么却又抓不住，尴尬了所有人。

01 疯之前：卑微的小人物任由命运捉弄

太宰治在《人间失格》中说过：“这世上不幸的人各式各样——不，毫不夸张地说，这世上尽是不幸的人。”这部电影的男主角就是一个极其不幸的人。



幼年，树目睹哥哥被父亲勒死，变得神智有些不清。后来父亲去世，他经常爬到树上，看向远方，父亲和哥哥的幻影便出现在眼前。村里人都不尊重他，小孩子也戏弄他，可大家偏偏喊他“树哥”这一个带着蔑视的称号。



第一份工作是在汽修铺当电焊工，树先生生活在东北乡村，凭借一点半吊子修车手艺过活，因为一次走神导致眼睛受伤，失去了工作。此时，村长小舅子二猪要开煤矿场，他的家即将要被拆迁，树先生感到十分无助，既没有工作，也没有收入。



在拆迁这件事上，树先生是一个没有发言权的受害者。可树先生一直在忍受这一切，他经常抽烟。他抽烟时，左手升起来在空中停留一会，再拿下来抽一口，那左手永远都好像无处安放，就像他一样，在村里一直都是边缘人。王宝强在这部电影里将树抽烟的动作演绎得淋漓尽致。



在电影里，让我印象深刻的关于抽烟的演绎有三个：一是周润发饰演赌王时，点烟的动作；二是基努里维斯点烟的动作；再有就是树先生点烟。也就这三人，会让很多

观众忍不住去感叹，忍不住去模仿。



人的不幸不是永远的，总会迎来好运。某天，树先生的好运就来了，他碰到了朋友的表妹张小梅（谭卓饰）。小梅有一双漂亮的大眼睛，一下就吸引住了他。小梅是聋哑人，一直待在家里，两个人经过媒婆介绍，开始谈恋爱了。



两个人的爱情，就像是两个弱者碰到一起，筑起的一个温暖的港湾，来抵御这个世界带给他们的所有的恶意。他们相互发短信，短信内容像是情诗，纯净无比。小梅劝解他戒烟，他也向小梅表达浓浓的爱意。



我们可以看到树先生心中对爱的渴望和内心的纯净，他配了一副新眼镜，开始向生活反抗，去干活赚钱，准备求亲。观众开始期待他后期的生活能有所改善，但是不幸又降临了。

朋友结婚，树先生卖力地张罗，



却因为无意踩中了村长小舅子二猪的皮鞋，被逼下跪。这个片段看得我心里很不是滋味。可是没有任何资本的树先生，在强权的逼迫下，除了下跪别无他法！一气之下，他来到城里投奔朋友。

树先生的第二份工作是在朋友的奥校当清洁工。电影演到此处，他和小梅的爱情慢慢发酵，两人终于决定在村里办酒。这期间，树先生见证了奥校的朋友搞婚外情的事实。导演就是在这种强烈的对比之下，体现出树先生其实是一个人品优良的人，哪怕他是一个被命运摧残的小人物。



婚礼上，亲朋好友都纷纷来参加。一个哥们答应树先生要去借一辆好车来接新娘，可是没有做到。树先生特别气愤，想跟他理论。可

是这个朋友再次伤害他的自尊，他跟朋友打了起来，打得不可开交，火烧了起来。这场婚礼进行得很不顺利，成为电影的高潮之一。



在树先生离幸福最近的一刻，他变得有勇气去对抗生活中的不公，去反抗蔑视他的人。

可是，反抗有用吗？导演告诉我们没有用。当树先生醒来后，他彻底疯了。

02 疯之后：聪慧的卑微者靠疯癫幻想

这部电影导演和编剧都是韩杰。不得不说这个青年导演颇有才华，他完成了一个黑暗反讽。婚礼之后的情节是整部电影的神来之笔，疯了之后的树先生，有了神算

的能力，成为了村里的半仙。



树先生算准了村里停水的时间，村里的人都相信了他算命的本事，昔日曾经伤害过的二猪也像狗一样跪在他的面前。



他终于获得了之前从来都没有得到过的尊重。只是，命运对于小梅来说显得更为不公平了，本来在黑暗里出现了一个爱她的男人，可在婚礼上，这个男人却疯了。



电影结局时，村子拆迁在即，树先生依旧不同意拆迁，他奔跑在羊肠小道上彻底疯了。树先生牵着妻子往新房走，他很开心，小梅怀了他的孩子，但这一切都是他的幻想，看到这里我心里充满了心酸。

现实社会中并不是所有的悲惨人物都能有树先生那样纯净的心灵和韧性，大多人都会心眼变坏。树先生之所以为树先生，正是因为他哪怕被命运逼疯了，却也还是有着那一颗纯净的心。



因为他这颗聪慧之心，哥哥的去世才对他造成了一辈子的影响。他总觉得哥哥是到了另外一个地方，没有死去，哥哥在树先生的幻想中，穿着喇叭裤，有一个漂亮的媳妇，永远都笑得很开心。



这部电影里，办婚宴那晚树先生和小梅的床戏也十分有意思。树先生当时已经处于疯癫状态，小梅居然能独自把事办了。她的绝望和渴望，一刹那间交织在一起。此刻，观众对她的清纯想象幻灭了。想到她之前工作的地方“盲人按摩”，小梅也不过是被苦难命运支配的“失足少女”。



此外，这部电影用很多镜头展现了东北农村的秋冬景象，万物衰

败萧条，时间在这里单调、缓慢、沉重。在这一片土地上，许许多多的树先生带着疲惫和绝望慢慢走向死亡。

03 边缘人：不该被我们遗忘

在中国农村，可以说有着许多王宝强饰演的“树先生”。这些人生活在社会最底层，身无一技之长，也没什么人脉，他们只能用自己的冷眼来看着这个时代的变迁。

在这变迁中，他们将自己置于一个无所适从的位置，不知道做什么，也没什么需要他们做，也没有能力去做什么。生活的权利被一点点剥夺，就像树先生这样，连娶妻都永远是奢求。电影中，树先生靠着幻想实现了愿望。但是，现实中像他一样被时代抛弃的人的结局往往非常凄凉。



我们要意识到一点，边缘群体的生活不可能因为所谓的技术层面问题被平均、被就业、被幸福……许多时候，他们的生存状态不仅仅是因为经济层面的贫困，还可能包括像树先生那样的从小的心理弱势。

这些人会在人生道路上遭遇一些很痛苦的事情，因此造成一定心理创伤，这创伤不是用金钱能去弥补的。比如，从小父母亲去世、天

生残疾或父母离异，生活对他们往往不公，谁也没办法争辩。他们没有地方可以诉说这些苦楚，只能自己默默忍受。



对社会的边缘人来说，不像我们有精力去追求爱情、名利、金钱或者社会地位。他们只能小心翼翼地生活、成长，幸运的人或许在下半生会有一段幸福的爱情，组成新的家庭；不幸的，只会继续这样悲惨下去。老舍写的骆驼祥子，是当时社会的一个边缘人的缩影。树先生，则是我们当代社会的一个边缘人的缩影。

因为他们不是社会的主流，所以描写他们的作品也算不上主旋律电影。可只要有电影愿意去关注他们的生活，我就愿意去看。而且当我们的电影关注社会的边缘群体时，就可能绽放出自己的独特魅力，唤醒更多观众看到这个社会不同的阶层，尤其是这些被时代抛弃的特殊群体。



不禁想到国外电影在这方面已

经颇有成就，比如2018年获得奥斯卡奖的《水形物语》，本片的出众在于他突出了边缘人的主题。哑女、黑人女仆、同性恋画家、苏联科学家间谍，人鱼，包括那位反派强人，都是属于边缘人。电影最后，他们在彼此之间发现了爱的存在。



从这种关注边缘人的电影中，对于我们观众来说更可贵的是，我们终于能清楚地知道这些人的生存状态，也终于知道自己该怎么对待他们。

试想，可怜树先生，如果村里的亲戚朋友能够对他多一份关爱，少一些嘲笑，他不至于在生活中不知所措，当然也不会彻底疯癫。



结语：

近些年，我再没看到过类似优秀的有关中国当代小人物的电影了。希望所有关注边缘人的朋友能喜欢这部电影，亲自去看一遍，体味其中主角的心酸苦楚和生活中真实的丑陋。某种意义上，以电影的

如何在《魔兽世界》中快速赚到五百万

创新事业群版权事业部 快乐牛

“我们比别人多一个世界。”

这句话道出了广大忠实魔兽世界玩家的心声。魔兽世界拥有浩渺的世界观，从宇宙成型开始到泰坦造物，再到之后我们玩家所在的魔兽世界，在世界观中有记载的时间已经发展了十几万年。游戏中每个种族，甚至任何一个有名有姓的人物都有其独有的故事，每一个种族的形成都为我们展示了一段历史。通过游戏角色，玩家在魔兽世界世界里体验着另一种成长和生活的。



当然，要想在魔兽世界里生活，我们同样需要货币。魔兽世界中的流通货币分为金币、银币、铜币，1金币等于100银币，1银币等于100铜币。然而在《争霸艾泽拉斯》版本中玩家们之间出现了一个新的非官方货币计量单位——1雷。“雷”代表雷龙，“1雷”就是一只雷龙的价格，雷龙是游戏中的一只坐骑。1雷=500万金币，按照一张月卡75元等于20万金币来计算，1雷=1875元。它的售价是魔兽历史上最贵的一只

由 NPC 出售的坐骑。暴雪为了遏制金币通货膨胀，大量回收金币，就出了这么一款坐骑。雷龙以其昂贵的价格、拉风的外表和自带独有的拍卖行功能，一经推出便引起广大土豪玩家争相购买。

本篇文章的主旨，就在于教普通玩家如何利用游戏中的商业技能，在最短时间内赚到一只雷龙。

在正式踏上买雷龙这条快 (bu) 乐 (gui) 路前，我们需要做以下四点准备：

第一、给你的游戏账号购买一张月卡，只要75块钱，75块钱你买不了吃亏，买不了上当，买不了……

第二、创建一个游戏角色，种族选“至高岭牛头人”（自带种族天赋，缩短采矿读条时间，仅部落阵营可选），职业选“德鲁伊”（跑得快、可变形、可卖萌，最佳双采职业）。

第三、将该角色练到满级，拥有一定的装备基础（打得过小怪即可），手套附魔选择“赞达拉采药”，这样采药读条只需要0.5秒，不容易被打断。

第四、专业技能选择采矿及采药，可以在练级过程中同时将这两个技能熟练度学满三星。

做好上述准备后，我们就可以正式开始赚钱了。双采的地图我推荐“库尔提拉斯海峡”，该地图草药多、矿多，竞争的人也少，加之我们是至高岭牛头人德鲁伊，在这个地图上双采的效率是最高的，每小时收益也是最高的。海峡地图，我们分为北海峡和南海峡，具体双采路线按照下图绿线绕着跑就可以了。

北海峡地形复杂，双采效率不太高，故而不推荐北海峡。南海峡与之相比，拥有草矿刷新点密集、地形简单、路线较短等优点，在南海峡这条双采路线上我们可

以采集到锚草、海妖花粉、流波花苞、凛冬之吻、星光苔、海潮茎杆6种草药，还可以采集到涅铜矿石、雷银矿石、白金矿石3种矿石。其实除了阿昆达之噬，其他草、矿均可在这条路线上采集到，堪称黄金路线。



双采时长2小时				双采时长2.5小时			
序号	名称	数量	总价(金)	序号	名称	数量	总价(金)
1	锚草	46	150	1	锚草	117	17550
2	星光苔	72	25	2	星光苔	100	2500
3	海妖花粉	368	50	3	海妖花粉	353	50
4	流波花苞	203	35	4	流波花苞	300	35
5	海潮茎杆	289	25	5	海潮茎杆	508	25
6	凛冬之吻	157	25	6	凛冬之吻	250	25
7	涅铜矿石	626	45	7	涅铜矿石	786	45
8	雷银矿石	218	50	8	雷银矿石	368	50
9	白金矿石	63	100	9	白金矿石	50	100
	总计		93725		总计		127520
			每小时收益: 46862				每小时收益: 51008

双采时长3.5小时				双采时长2.5小时			
序号	名称	数量	总价	序号	名称	数量	总价(金)
1	锚草	139	150	1	锚草	130	19500
2	星光苔	443	25	2	星光苔	107	2675
3	海妖花粉	724	50	3	海妖花粉	423	50
4	流波花苞	443	35	4	流波花苞	301	35
5	海潮茎杆	715	25	5	海潮茎杆	514	25
6	凛冬之吻	274	25	6	凛冬之吻	200	25
7	涅铜矿石	1150	45	7	涅铜矿石	833	45
8	雷银矿石	333	50	8	雷银矿石	413	50
9	白金矿石	45	100	9	白金矿石	45	100
	总收入		191235		总计		135343
			每小时收益: 54644				每小时收益: 54138

为了更直观的体现在这条黄金路线上的双采收益，我随机选取了不同日期的4组双采数据给大家参考（数据来源：国服10区达尔坎部落草矿平均价格）。通过这些数据及本人小伙伴提供的其他大量数据分析，在这条黄金路线上双采的平均收益大约在每小时五万金币左右，由此而知，一条雷龙大约要花掉我们100小时。

由于服务器和玩家人数各不相同，物价有所区别，草矿价格也会随时波动。周四团本CD更新后的几天里，由于草矿消耗量提高，草矿价格也会偏高，周一到周三消耗量较少，草矿价格偏低。2019年春节期间物价更是疯涨，草矿价格甚至是平时的两倍，本人就是看准这个商机，在春节前屯了很多草矿，然后疯狂出手，最终

让我提前半个多月买到了雷龙。

自己动手，丰衣足食，勤劳才能致富，我们要发扬中华传统美德。白天认真工作，下班后回家采采矿、采采药，同时欣赏下沿途的风景，欺负小怪什么的，别有一番滋味。第一天晚上把草矿上架到拍卖行，拍卖时间设置为24小时，等到第二天晚上再上线收菜。每次打开邮箱前先把耳机声音调到最大，听着打开邮件金币增加的游戏音效，你会忍不住想说一句：“妙啊”。



《日常采采采》

《上线收菜》

雷龙作为《争霸艾泽拉斯》版本玩家身份的象征，还是很值得入手一只的，不然都不好意思说自己玩过这个版本。本篇文章告诉大家，普通玩家不用氪金，只要多花点时间，一样也可以买到雷龙，正如奥格拍卖行的地精商人所说：“时间就是金钱，我的朋友”，勤劳致富吧。

爱生活，爱工作，也爱艾泽拉斯，最后祝大家早日买到雷龙。



纯干货

十五天台湾环岛 自由行攻略

新商业事业群零售事业部 小飞侠

虽然扳手指头算算去台湾旅行已是三年前的事了，但还是陆续会有盆友微信问我，去台湾自由行有没有什么好的建议？Emmm，忍不住回翻出2016年旅行结束后写的台湾自由行政(xin)略(de)，供大家参考（如有政策变化，请根据最新政策调整旅行方案）。

首先，你得拥有一本粉红色小本本（大陆居民往来台湾通行证）跟一张A4纸（原谅我已经把入台证蹂躏成这样了），大致模样如下：



至于这两个证如何办理呢？前者你得去你所在地的政府部门，当时我从提交申请到拿到通行证大概只用了一周左右。后者推荐找大淘宝，便捷又便宜。如果想要加急，最快2天就能办下来。不过，建议在出发前半个月把这些证都搞定喔！

其次，你得拥有一张飞往台湾的机票。当时我是在阿里旅行上订的机票，上海往返，大概比单买要便宜好几百吧。另外，从澳门、香港往返台湾的机票相对来说价格要可爱的多。时间和金钱富裕的盆友，可以试试港澳游一圈。



无论是在哪个渠道，都真心建议至少提前一个月买好机票。因为机票越晚买越贵！另外，还有一条台湾环岛游的路线，是从厦门坐船到小金门然后飞台湾各地，如果你考虑非正常路线，自然可以考虑买非正常路线的机票。



顺便聊聊住宿的问题。我跟小伙伴全程都是在Airbnb上订的民宿。建议在旅行前半个月或一个月订好房，一来可以保证自己喜欢的民宿还有房间，二

来早点订房费用也会比较低。友情分享Airbnb网址 → <https://zh.airbnb.com/c/5c2f09>；或是注册账号时输入我的Airbnb邀请码5c2fo9，即可获得200元旅游基金，可直接抵房费。

我跟小伙伴台湾环岛的路线是台北 - 台南 - 高雄 - 澎湖 - 垦丁 - 花莲 - 九份 - 台北，这里可以跟大家分享一些我们住过的民宿。其中西门町的猫、The Place以及林寓大赞（地段好、房间整洁、民宿老板好，有的会来车站接你，有的还会给你泡手工咖啡哟）！

- 自取不谢
- 台北2晚——西门町的猫
- 台南1晚——订的别墅地理位置太偏，不做推荐了
- 高雄1晚——The Factory 03
- 澎湖2晚——遇见海景 背包客栈
- 垦丁3晚——The Place
- 花莲2晚——林寓
- 台北2晚——彼得兔的家

你以为解决好上述这些，就能愉快的去台湾High了么？



当！然！还！不！够！

【出发前的事】

- 不用带变压器和转换插头，除非你的插头是三角插头；
- 提前买好随身wifi，这个时候又可以找大淘宝了（题外话：大淘宝在台湾也都挺好用的，还可以帮忙购买台湾高铁早鸟票神马的，全家便利店也能用支付宝付款）；
友情分享→淘宝店铺链接：[【台湾「趴趴走」】](#)，复制这段描述 ¥jjERbpzPext ¥后打开手机淘宝或者用浏览器打开 <https://m.tb.cn/h.3JFiOUv?sm=359a26> 查看
- 准备好一些应急药品之类的；
- 有的民宿不会提供一次性洗漱用品，需自行准备；
- 下载有关旅行的各种APP，其中我在台湾用的比较频繁的是Google地图、Airbnb、马蜂窝自由行、淘宝、携程、去哪儿网、大众点评、台湾高铁、台湾公车通；
- 如果你想在台湾各地开机车，你需要在大陆通过大淘宝把驾照升级成国际驾照（不过台湾各地都有电动车租借啦，但价格相对贵一点，开起来没有机车爽）；
- 其他的……准备好money就行了，台湾啥都能买到，有的还比大陆便宜，现在回想起来，当时我和闪电俩真是见到一家屈臣氏就要进去逛逛看看哪怕啥也

不买。

【到台湾后的事】

1、关闭手机网络，全程开启wifi模式，但如果你换了台湾的手机卡，请忽略前一句；

2、取点台币，ATM机取款即可（一定要看清楚取款机是否有银联或是Visa标识，台湾有的ATM机不支持大陆银行卡取款），个人建议能刷卡消费还是刷卡消费吧，用带银联标志的卡在有些商场消费还有现金券返赠跟满减活动，现在有些店铺也支持支付宝，付款是件方便事；

3、有些攻略上说，你可以去办青壮卡，但是我只能告诉你，工作人员可能会告诉你，台北的青壮卡被申请光了……申请光了……申请光了……不晓得你是不是RP好可以办到卡；

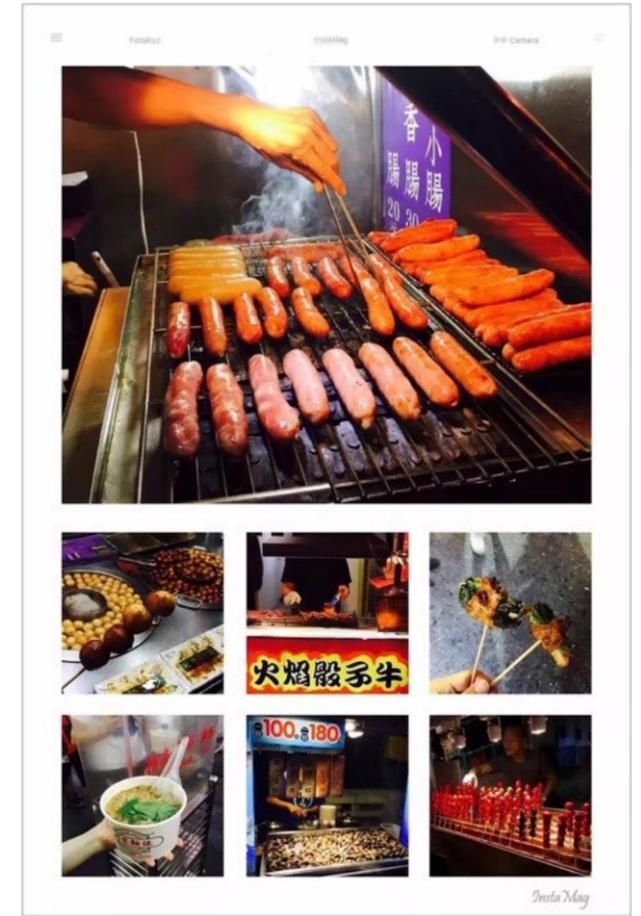
4、别乱扔垃圾，虽然台湾的垃圾桶少，捷运上也最好别吃东西，抓住可能会被罚款，不是五块十块RMB就能打发的哟；

5、在全家、7-11或是其他便利店购买悠游卡（这个真心超级超级有用，可以拿来坐捷运、公车以及在便利店买东西，卡的性能类似杭州的一卡通）。

PS. 台湾的7-11是个神奇的地方，除了是便利店，还可以上厕所、买台铁票、买飞机票、取台币等等，店员都很热情友好。不过要真出点啥事，还是得找台湾当地的警察蜀黍哟~

出发去台湾前，我跟小伙伴内心也略忐忑，担心在那边遇上点什么事或是发生意外怎么办，毕竟人生地不熟。然而，最后，我们不仅平安归来，还多带回来了好几斤的肉。台湾夜市好吃的真的是太多了，完全控制不住自己，闪电几次说她快被撑死在夜市上了。

最后我和闪电得出一个结论：台湾的夜市，只有好吃和超好吃的区别！逛吃逛吃成了我和闪电旅行每晚的日常。迄今为止吃过最好吃的牛肉面，大概就是台湾牛肉面，强推。



历时半个月，环台一圈，最好吃的在夜市，行李箱带不走；最温柔的是台妹，行李箱装不下。或许可能再也不会有这样的旅行时光。但，还是要做个有趣的人哇。有机会再见了，台湾。

- 自取不谢
- 台北 - 宁夏夜市
- 台南 - 花园夜市
- 高雄 - 瑞丰夜市
- 澎湖 - 马公夜市
- 垦丁 - 垦丁大街
- 花莲 - 自强夜市



你呀 什么都不要担心

通信事业群创新合作部 李贝

“小的时候，什么都不担心。”

不担心吃多了会长胖、不担心用多贵的化妆品会让自己变漂亮、不担心爱的人不再爱我、不担心自己将来做什么工作、不担心……自己会变得不快乐。

“长大后，我们什么都开始担心。”

长大是梦破碎的开始，破碎来源于我们什么都想得到。

不知何时，我们开始执著于远方的世界。我们每个人心照不宣的都在往前奔跑，渴望去看看远方的世界，渴望走得很远。每一个人都用尽全身力气冲着脖子往上够，渐渐的，我们麻木了，时间一长，伸得都没力气了。身体没力气，脑袋没力气，爱也没有力气了。

这时候，不知是好心还是恶意的生活，往下拉了拉你。

“孩子，别挣扎了，你望不到边的。”

“我已经不是小孩子了”你说。

生活偷偷的笑了。

他把真正的生活藏在背后、藏在脚下。

我们一路奔跑，忘记了小时候的风景，忘记了怎么去看星星、云彩，我们留恋于没有温度的工作之间。这样长大是开心的吧。

我们每个人都很清楚生活是终究过不好的。它偷偷地给每个人定了分量，可好，可坏。可能这一生，可能下一生。

柏拉图曾说过，我们本是合二为一，直到上帝把人一劈为二，于是我们穷尽一生寻觅另一半的自己，这个过程难免孤单漫长，也许还会很漫长，直到你发现上帝他老人家压根就没把你劈开。

“你看，望不到边吧！”

所以你啊，什么都不要担心。

就去做砧板上的鱼吧。

被放生了摇摇尾巴。

被煮的话，也要舒服地睡一觉。



变成大人

通信事业群创新合作部 李贝

植物开完花以后都露着倦意。

——木心

我一直在成长，但是我拒绝长大。

按常理说早就过了青春期，应该是长成大人的时候。

但是我不要。

我们在城市里生活，看着各色的面容，从慌慌张张到波澜不惊，明显能感觉到心态上的变化，更能包容，也更不能包容。

我觉得每个人心里都有一个界定，少年和大人之间也就是一步之遥，有的人点点头迈了过去，而我更喜欢在界定线徘徊的那些人。

长大一定是好的吗？

小说《新罕布什尔旅馆》里边有一个得了侏儒症的少女，她最渴望的事情就是长大。她每天在旅馆里写小说，敲着打字机。那本小说在看到她们的亲人去世之后我就没有再翻开，总觉得有些残忍，但又实在是惦记这个可爱的、逢人就说“我要长大”的少女到底有没有实现自己的愿望，昨天晚上我又翻开了那本书。

在经历了更多变迁后，她说她终于长大了。于是她选择了自杀。

为了长大，有什么东西从她的生活中遗失了？

有的人说，生活没有那么诗意，这是个很现实的问题，我问了几个人，我说提到长大，你首先想到的是什么？

“钱啊”这是答案。

在特定的条件下，我们不得变得足够的成熟，为了得到一个东西，我们肯定会失去什么。但是我希望我永远记得，成长跟长大是不冲突的。经历过一些事情，接收着新的讯息，我在不断地成长，当遇到我不喜欢的事情的时候，长大教我如何圆滑处事，奇怪的是，我每次都选择逃避。

“愿你走出半生，归来仍是少年”。但已经在心里默认长大的人，还能回到少年的模样吗？

我很喜欢木心，总觉得他很皮，皮来皮去的生活对他好像也没什么办法。经历过战争、遭遇过那个年代的种种磨难，几次入狱，友人说木心出狱的时候，眼神神采奕奕，一点也看不出他在监狱里度过的时间。他很少去诉说那些苦难，他只会一笔带过“我们穷，只此一身青春”。

如果我将来老了之后是温柔的、有趣的，偶尔在街边的菜市场遇到的我可以苍老，等人的时候，没有焦急，没有咒骂，希望我也能轻轻的说出一句：“你再不来，我就要下雪了。”

