



日本之行
濠洲岛

拍摄我们的《十年》

当“翼神”遇上“高6”

PRODUCTION	片名	十年 回忆					
ROLL	卷号	SCENE	场号	SHOT	镜头号	TAKE	次数
DIRECTOR	王先勇		CAMERAMAN	王先勇			
DATE	日期	2009-2010		2010.9.25			



各分支机构同事欢聚北京
共庆公司十周岁生日
图为西安分公司员工



主办：绿盟科技
策划：绿盟内刊编委会
地址：北京市海淀区北洼路4号益泰大厦三层
邮编：100089
电话：(010)6843 8880-8006
传真：(010)6872 8708
网址：www.nsfocus.com

2010/07 总第 009

Nsmagazine@nsfocus.com

绿盟+
NSFOCUS+

© 2010 绿盟科技

本刊图片与文字未经相关版权所有人书面批准，
一概不得以任何形式、方法转载或使用。本刊保留所有版权。

NSFOCUS+ 是绿盟科技的注册商标。

需要获取更多信息，请访问WWW.NSFOCUS.COM

专题 TOPIC	全体员工欢聚北京 共庆公司十周岁生日	闫俊平等	2
	绿盟科技大学揭牌成立	闫俊平等	7
	拍摄我们的《十年》		10
时尚 FASHION	当“翼神”遇上“高6”	陈学理 欧怀谷	18
	美国 NSS 测试见闻	HUS	22
	又到世界杯时节	淡卫华	26
	乒乒乓乓，天下无双	杨方宇	28
旅游 TRAVEL	涠洲岛	张端	32
纪实 DOCUMENTARY	日本之行	陈坤鹏	41
	雄关漫道真如铁，而今迈步从头越 ——记“照料服务”留下的岁月之痕	卢梁 李钠	48
	新的开始 ——业务线（总部）迁入新址	项玉	50
感悟 EMOTION	超越梦想！	刘继革	51
	转岗培训之“练摊”	胡靖	53
资讯 NEWS	绿盟科技综合信息概览		55



全体员工欢聚北京 共庆公司十周岁生日

文/闫俊平等 摄影/王冠英等

2010年4月25日是公司成立十周年的日子。这一天，来自公司总部以及全国各地分支机构的兄弟姐妹，共计**680**名同事齐聚北京稻香湖景酒店，共庆公司十周岁生日。这也是公司成立以来，人员最全、规模最大的**一次欢聚**。

庆典在“十年”的纪录片中拉开帷幕，十年中那些刻骨铭心的记忆，十年中那些感人肺腑的事迹，在7位主人公娓娓的讲述中，仿佛让我们又回到了过往的岁月，看到了公司成长的轨迹。纪录片的讲述打动了在场的每一位员工，掌声一浪高过一浪，大家在掌声中传递着感动与共鸣。伴随纪录片首映式的结束，沈总亲自撰写的诗词“十年”，在李丰沛、刘敏、张晨曦、白敏四位同学的深情演绎下，更是把庆典推向了一个高潮。

接着，沈总亲自为在公司工作满三年、五年、八年、十年的员工颁发纪念金币，成都分公司韦琪昭、武

汉分公司谭治、北京分公司张念东、北京分公司付峰分别代表各阶段的员工发表了肺腑感言，真情告白让在场的许多员工倍感振奋。

“绿盟十年，实话实说”，这一特别增设的环节，在吴总诙谐幽默的主持下，在嘉宾沈总、陈庆、孙惟皓、谭杰机智的应答中，让我们更多地了解了绿盟，也更深地体会到了公司十年的不易。

在此次庆典仪式上，绿盟科技大学也隆重揭牌，在沈校长的带领下，营销学院、产品学院、工程学院、销售学院、公共管理学院、干部学院各院院长分别进行了“就职”演说，并给讲师颁发证书。

最后，沈总为十周年庆典深情致辞，“回想十年，思绪万千。首先我们要感谢我们的用户，没有用户的肯定，我们什么都不是；其次我们要感谢我们的同事，同事是可以让彼此的生命变得更精彩的人，没有同事的支持，我们也什么都不是；最后我们还要感谢自己，我们自己这些年来还是非常地努力”。

“绿盟科技从无到有，从小到大，从弱到强，经历了很多事，也吃过很多苦，可以说是水泥地上长出的花，没土、没水、没阳光，但他活下来了”，“下一个十年，我们依旧会面临很多的问题和挑战，我们面前的路依旧漫长，但是我希望，回首二十年，举杯时刻，有你有我”。

祝绿盟科技十周岁快乐，祝我们的未来更加美好。



老沈感言

今天，我们 680 名同事聚集在这里，庆祝公司成立十周年。

在这个时候，想说的东西很多，但又不知从哪儿说起，想起公司一位同事引用的一首“唐诗”，我觉得挺好，也借此来表达一下我的心情：

一壶浊酒喜相逢，十年多少事，都付笑谈中。

还是先做一些感谢吧！

首先要感谢我们的用户，没有用户的肯定，我们什么都不是。

接着我们要感谢自己的同事，没有同事的支持，我们也什么都不是，套用一句话说同事是让彼此的生命变得更精彩的人。

最后我们感谢一下我们自己，我们自己这些年来还是非常努力的。

过去的十年中，我们从无到有，从小到大，从弱到强，经历了很多事，也吃过很多苦。可以说绿盟科技是水泥地上长出的花，没水、没土壤、没阳光，但他活下来了。

虽然我们取得了一些成绩，有了一些积累，但从目前历史阶段来看，我们也就是很

狼狈地完成了长征，心有余悸地跑到了延安。

下一个十年，我们会怎样？

我们依旧会面临很多的问题和挑战，我们四周的水泥地虽然有了些裂缝，但还是很坚硬。

首先，我们面临持续创新的问题，需要在“新产品”、“新市场”、“新模式”这三方面去努力探索，保持公司的竞争力。这是我们的立足之本。

其次，我们面临从游击队到正规军的转化问题，需要由简单的直线式打法向更有力的矩阵打法去过渡。这是今后我们是否能够打大仗的基础。

此外，我们面临人员培养问题，我们需要一大批又红又专的各类专家和强有力的管理人员，这是我们今后成败的关键。

这个过程依旧会很难、很苦，需要我们有足够的思想准备和耐心来度过这个阶段。

有位同事最近跟我说，他记得我 2000 年的时候说过“回首十年，举杯时刻，有你有我。”这句话，今天我愿意再说一遍“回首二十年，举杯时刻，有你有我！”

再次祝绿盟科技十周岁生日快乐！

祝我们的未来更加美好！

谢谢大家！

十年感言—付峥

楼上楼下的朋友们，你们好。第一次在“三万多人”面前上台讲话，代表绿盟科技服务十周年的同事们一起来分享这个激情的时刻，感谢大家给我这个机会（当然，还要感谢国家，感谢党）。

刚才在台下观看 VCD 的时候，哦，不对，是 DVD，坐在我旁边的张念东问我，“你感觉怎样？”，我说，刚才节目结束的时候我都快……“那个”了。“感动”这个词，十年前，叫做“少年不识愁滋味”，放在今天，对我而言，应该算“老泪纵横”了。

十年前，作为“北漂一族”，我选择了当时一个国内并不存在的行当—网络安全，当然，这个和绿盟科技的选择是一致的。而如今，保守估计，这个行业在国内的市场规模也应该超过了 50 亿。我很幸运，我一直是这个行业的见证人，或者是“不明真相的围观者”，这个是最初几个人为了一个一百元的合同顶着风雪去给网路神培训两个小时安全

技术所无法想象的（当然，这个一百元不含客户为我们提供的方便面）。

十年过去了，靠着明确的方向、坚定的意志、奋力的拼搏，我们专攻术业，我们成就所托，我们也无愧于“巨人背后的专家”这个光荣的称号，十年沧海横流，方显绿盟本色。

我们无惧风雨，十年，让我们再次出发……

八年感言—张念东

大家好：

我是张念东，来自北京分公司，我是2002年4月29日入职公司的，那时候的公司统共只有五六十人，我记得公司开新品发布会的时候，连我们带客户，媒体记者，端茶送水的会场服务人员全算上，香格里拉的宴会厅依然是稀稀拉拉，不像现在，黑压压的一片，都是我们自己的兄弟姐妹，心中激荡着自豪。

我想，不管是什么样的人生，能够在集体里，工作八年，都是毕生难忘的经历，我没有经历过绿盟创业之初的阵痛，也没有



感受过十年员工曾经经历的艰苦岁月，照沈总的讲，我到绿盟的时候，绿盟已经能开出工资了，此后的八年，我所见证的公司，是销售业绩不断攀升的八年，是绿盟人的生活日益改善的八年，我们很多人，娶妻荫子，买车买房，换车换房，休闲的时光烧上了各

种高档器材，这两天我注意到，我们很多同事都身着顶级户外品牌服装，我知道，那衣服都不便宜，用句俗套的话讲，我们“从此过上了幸福的生活”。

当然，八年的时光也让我们从一个个青葱少年变成了中年男女，但是，不可否认，

八年后的现在，我的生活比和我一同毕业的，曾经同处在一条起跑线上的同学要好，比我们周围大多数的同龄人要好。我在想，除了社会的进步，自身的努力之外，我们乘上了绿盟这条高速启航的大船，乘风破浪，走在时代的前列也是不可否认的重要原因。绿盟的价值观里有一条“重视员工回报，员工与企业共同发展”，我想我们的美好生活应该就是最佳实证，或许就是这种充盈在八年中每一天的平凡而又伟大的力量让我在这里工作了八年，也许还会更久。

今天，这个特殊的日子，我祝愿我们在座的所有人，和绿盟同在，再过二十年，我们再相会，大家都住在绿盟庄园，到那个时候，生活多么美。

祝愿，玉树新绿，绿盟常青。

谢谢大家！

五年感言—谭治

各位领导、同事下午好，

非常荣幸在我绿盟工作五周年之际，参加公司十周年的庆典。仔细想想人的一生其实真的很短暂，而真正从事工作的时间就

更少了。我在绿盟的五年时间里，学习了专业知识、提高了个人技能、认同了企业文化，从个人工作提高到企业认同感，回顾整个过程，很多往事都历历在目。从产品实施到行业售前，从运维服务到咨询服务，从技术支持到技术管理，五年时间我接触了很多客户，也合作了很多同事，人的性格和做事风格也随着年龄的增长，不断在改变，不断适应新形势下的岗位要求。

公司这几年发展速度很快，从我 04 年刚进公司的 100 来人到现在的 600 多人，公司业绩和公司人数都有了飞速的发展，团队凝聚力又是实现上述目标的关键因素，而团队凝聚力最大的来源就是企业文化，只有强大的企业文化，才能产生强大的凝聚力、吸引力和约束力。总而言之，公司的快速发展离不开大家的共同努力，离不开领导帮助，也离不开同事的协助。

“十年磨一剑，霜刃未曾试”，一把利剑磨了十年，真正的锋芒还未曾尝试过，在我们立足国内，走出国门之际，我们有理由相信未来的路会很光明，绿盟这艘巨轮无论走向哪里，在远处都有一盏明亮的灯塔为我们

领航。

最后让我们满怀憧憬，在绿盟的旗帜下，共同打拼下一个十周年，谢谢大家！

三年感言—韦琪昭

非常高兴和各位领导、同事欢聚一堂，共同庆祝我们十周年的生日。

虽然我无缘和大家一起走过这十年，但是非常荣幸我参与了绿盟这蒸蒸日上的三年，更加荣幸的是我能代表共同走过三年的同事，在这里表达对公司的感谢和深深的祝福。

首先我要感谢我们的技术团队，因为有你们，当我们面对这么多国内外竞争对手的时候，我们始终拥有自己的竞争力，并且成为我们每一个项目的坚实后盾和强有力的支撑。

同时我要将这份特别的感谢献给长期以来帮助我、支持我的成都分公司的每一位战友以及我的领导肖波，因为我的每一点成长和每一滴成绩，都和你们息息相关，密不可分。

最后，我祝愿我们绿盟在未来的日子里，更加强大、更加光彩夺目，同时也祝各位领导、同事在和绿盟一起成长中，轻松工作、愉快生活！



绿盟科技大学揭牌成立

文/闫俊平等 摄影/王冠英等

4月25日下午，在绿盟科技十周年活动现场，伴随着音乐及阵阵掌声，绿盟科技大学校长沈继业、教务长刘多走上舞台，共同揭开了校牌上的红绸，宣布绿盟科技大学正式成立。随后刘多介绍了绿盟科技大学的办学思路。

随着公司的不断发展，人员培养工作也越来越重要。今年公司将人员培养工作列为公司重点工作之一，并成立了绿盟科技大学。公司十年来的发展历程，从小到大、从弱到强。在



有正确的战略、合适的组织架构、高效的流程的前提下，还需要我们能够快速、成批量地培养多兵种的正规军，这样才能支撑公司进一步的发展，这是我们成长的必经之路。

绿盟科技大学主要通过课程类、导师类、实践类等多种方式，培养业务和管理人

才，引领员工不断学习，帮助提高岗位胜任力，传承公司文化。目前绿盟科技大学共分6大学院：营销、产品、销售、工程、公共管理、干部学院，每位员工都将自动成为绿盟科技大学中与其岗位相对应的专业学院中的一员。

前期我们已经开展了一系列相关工作：制定并发布培养相关的规范制度、完善课程体系、招募内部讲师。接下来各学院将会举办各种人员的培养活动，干部学院会启动后备管理人员的招生与培养计划。绿盟科技大学的建设需要我们每位员工的共同参与和推动。

各学院院长进行精彩的就职演说

营销学院院长吴云坤发言:

“营销线是咱们公司较新的一个部门设置，也是公司不断向国际化企业发展必然经历的一个阶段。营销学院既包含像产品管理、行业营销以及市场品牌等业界比较成熟的领域，还涉及到一些新兴的业务方向，类似于国际营销、互联网业务等。因为营销体系也处于建设的初步阶段，所以这个学院的发展也不会局限在单纯的教与学上，更希望更愿意在新产品、新业务、新模式上有兴趣的学员们一起讨论和成长，共同建设咱们的Marketing体系。最后欢迎咱们的同事能够加入到这个学院中来，谢谢大家！”

产品学院院长陈祥杰发言:

“产品学院主要培养公司总部产品线的研究、开发、测试、生产等岗位人员的专业能力。基于产品线内部培训有一定基础，任职资格体系初步实施而培训、培养体系初步建立的现状，产品学院现阶段的办学方针是，系统梳理和完善提高产品线现有专业课程培训，发展提高内部讲师队伍；通过内外部交流合

作和外部培训的方式，补充对于紧缺专业课程培训；同时辅以岗位实践、导师辅导等培养手段，提升相关岗位人员的专业技能。”

销售学院院长郭晓鹏发言:

“销售学院主要培养公司近130位销售人员的专业能力。要实现公司大客户战略，建立矩阵式销售体系，提高人均产出效率，完成公司业绩持续增长的目标，都离不开销售人员技能的迅速提高，离不开销售人员的持续培养。

基于以上原因，销售学院的16字办学方针是：结合实践，学有所用，提升自我，学有所成。我们将通过实践和理论相结合的方式，充分调动公司内外部资源，让学员在快乐和收获中去学习，去成长，为公司打造销售铁军奠定人员基础！”

工程学院院长陈文锋发言:

“绿盟科技一向以技术领先著称，那么技术是否领先，能否及时解决客户的网络和系统中出现的故障，能否帮助客户预防故障发生的概率，能否帮助客户控制并减少损失，能否把我们公司领先的产品、优秀的解决方

案、完善的服务体系呈现给客户，并在激烈的市场竞争中获得客户的认可，我们的工程技术队伍责无旁贷。所以也就要求我们的售前、实施、运维、咨询、支持等工程技术人员安全基础知识扎实、产品操作熟练，还需要熟悉客户的网络和业务，掌握良好的客户沟通技巧，甚至对竞争对手的产品和特点也了如指掌。如何帮助大家掌握这些知识和技能，就是我们工程技术学院要做的事情。公司的愿景是成为巨人背后的安全专家，保障客户业务的顺畅运行，能不能做到，需要我们工程技术人员共同的努力。”

公共管理学院院长刘多发言:

“公共管理学院主要培养公司总部及分支机构的财务、人力资源、商务、文秘、后勤管理等职能类支持服务岗位人员的专业能力。基于人员分布分散、专业种类较多的现状，公共管理学院现阶段的办学方针是：以各专业纵向集中进行的专业课程培训为主，通过与外部培训伙伴的合作，逐步建立内部讲师队伍。同时辅之以实践类、导师类的多种培养手段，提升相关岗位人员的专业技能。”



在绿盟科技成立十周年的庆典上，近七百名员工共同观赏了一部完全属于自己的数字电影《十年》，热烈的掌声、喝彩声几乎贯穿了整个片子的始终，许多同事甚至感动的当场落泪，这样的气氛和场景即使是商业大片恐怕也很难看到。为此，本刊编辑特意走访了这部片子的导演王冠英，帮助大家了解有关这部片子更多的台前幕后的故事——

拍摄我们的《十年》

绿盟科技第一部数字电影《十年》——台前幕后的故事

N = 《绿盟+》小编 W = 王冠英

N：在绿盟科技成立十周年的庆典上，这部片子的首映可谓是空前成功，不要说掌声、笑声不断，甚至很多同事都感动得流下了眼泪。所以，首先要恭喜你！

W：谢谢，这部片子从技术角度来说数字电影；从题材角度来看，也可以说是一种软性的企业宣传片。所以当七百名员工一起在大银幕下共同分享自己企业、自己同事的故事时，气氛当然会相互感染，加倍放大……能感人落泪我当然高兴，但没必要过于夸大所谓的成功。

► 专题 TOPIC

N：谦虚了…《十年》这部片子的风格很有特色，与多数企业的宣传片有着很大的不同，当初是如何定位的？

W：沈总当时给了个范本…贾樟柯的《二十四城记》。一部很人文、很纪实也很“欧洲”的电影。

N：那好像是一部获奖的电影，要求够高的！

W：呵呵，也不是。沈总就是想要一部从人文角度、员工角度来客观记录员工与企业共同成长的数字电影。把“成长”真实、客观的纪录、呈现出来就可以了。

N：“成长？”

W：对，员工与企业的共同成长。其中绝对不要自我吹嘘、自我表白、自我提高什么的，也就是素材提炼出来往那儿一摆，让看的人自己去看、去想…无论这个看的人是自己的员工还是相关的客户。毕竟是十年的公司了，规模、成就都是实实在在的。

N：沈总一贯的风格，当然也是绿盟科技的一贯风格—低调、务实。

W：这种低调处理好了往往会更有张力，也的确比自吹自擂型的企业宣传片有意思、有内涵得多。简单的说，这就是一部“原生态”的讲述“成长”的片子。

N：叙事方法好像也和《二十四城记》挺像的，都是一种像讲故事似的形式。

W：很相似，不过他们多数用的是演员而且故事都会有艺术加工的成分，总的来说是一种务求真实的创作。而我们可是实景、实地的拍摄自己真实的员工讲述自己真实的经历，几乎是一种绝对真实的创作。

N：人物和故事的选择有什么样的标准？

W：总的来说是以能够全面反映十年之中，个人与公司成长的不同侧面为标准；每个人、每个故事所反映的侧面应该完全不同。

N：那一定会面临很复杂、很艰难的取舍吧！

W：非常复杂、艰难。比如，公司创业初期确实有很多令人感动的人和事，但如果弄多了，就会因为太过“痛说革命家史”而弱化后来的发展过程。

N：对！十年呢，不能头重脚轻。

W：再比如，吕韬以前做为销售本来有个非常精彩的销售故事。但他现在已经从普通销售成长为北京分公司的总经理，要领导上百人的团队、完成近亿的销售任务。这本身就是他个人职业生涯的进步，也是公司发展的见证。所以后来他讲述的内容就变成了我们现在看到的“成为领导后的烦恼”。

N：噢，我看片子的时候，还就是觉得吕韬说的有些不太“典型”、不能完全理解，这么一说就完全明白了。

W：其实他说的就是当领导也不容易，只不过当领导的人毕竟是少数，所以共鸣也就少些了。

N：你们还真是很有想法！

W：其实，这些想法还是主要归功于沈总。做为制片人，他从一开始就十分清楚自己想要一部什么样的片子，非常肯定，非常坚决。当然，这也给片子的具体拍摄出了一个巨大的难题。

N：啊？是吗？

W：是的，因为“太不主流了”、“太不行活儿了”。市场上拍企业宣

传片的公司几乎都没拍过这样的片子。他们每每耐心的向我们兜售他们擅长并且易于操作的那种…简单拍摄加上素材库再加上炫目后期合成的自我陶醉、自我总结型风格。市场部与这类公司之间进行了多轮次的筛选、沟通，“时光荏苒”但无果而终。

N：归根结底是企业文化的差异呀！

W：是的。成本控制也是潜在的问题。“行活儿”有“行活儿”的道理，“行活儿”通常会把所有的拍摄工作集中在一天完成、必须一天完成，然后回去慢慢配素材做后期。因为他要支付的租摄影器材、租灯光器材、租轨道，租摇臂什么的费用以及相关的跟机员、场工等种种费用都是计时的。而我们这种需要多人次、多场次、多场景的拍摄所产生的费用将会是“极端不主流的”。

N：哈，对呀，我们还有西藏的戏、长城的戏。还有大家去看流星雨的夜景戏呢！

W：是的。前期因为沟通浪费了许多时间，任务最终落在我身上的时候，已经过了夏天和秋天。所以我会拽一个“时光荏苒”，如果你认真看我们的片子，你会发现只有冬天的镜头，外景尤其明显。

N：哈哈，我还真没注意。

W：其实，我在绿盟科技的职务是企业形象设计顾问，相对这部片子来说应该只是帮助把握一下整体风格就可以了。本来裁判员的身份，可后来实在没时间了，就被派下场去当运动员用了。

N：你以前从事过专业的影视工作吗？

W：2000年以前从事过一些，之后就多是玩儿票的性质了。不过我一直有个电影公司的客户，曾经多次以策划、设计、海报摄影、剧照

摄影等不同身份参与过多部电影的拍摄，甚至是从前期策划到后期发行的全部过程。应该说是“既常吃猪肉，也常见猪跑”。

N：你是怎么解决前面说过的问题呢？

W：首先，整体风格的沟通问题几乎是不存在的，因为我的工作就是企业形象设计，而且从绿盟科技一成立就同步开始了；文绉绉地讲也所谓是一起风风雨雨走过了十年呢。

N：对，按时间来说你也是元老呀！对公司太了解了。

W：成本控制方面呢，主要是人员和器材两部分。人员方面，我干脆组织公司的办公室、市场部部分同事组成了拍摄团队，自己人拍摄自己的公司会方便很多。专业知识一讲、一磨合就会了，都是高素质的年轻人嘛。

N：呵呵，内部消化了！

W：器材方面涉及的面儿比较广，简单的来说呢，还真要感谢科技的进步。

N：你是要说佳能的“无敌兔”吧！听说整部电影都是用一台照相机拍的？

W：对，佳能的EOS 5D II。本来那是一部准专业级的照相机，但它令人惊奇的附带了全高清视频拍摄功能，画面质量比几十万的高清摄像机毫不逊色；在浅景深的效果上甚至超过了电影摄影机。

N：我在网上看到，有些喜欢尝试新鲜事务的年轻导演都用“无敌兔”来拍广告、MTV了，效果确实好。

W：没错，那是目前最流行的低成本、高质量的解决方案，拍电影、电视剧的都已经有了…而且我自己也有比较全的佳能镜头群：广角、



专业影视公司改装后的佳能 EOS 5D II，
用于拍摄 MTV、广告甚至电影、电视剧...
(图片来自网络)



我们拍摄现场的佳能 EOS 5D II 和录音
设备...

长焦、微距，大光圈镜头、大变焦镜头等等，足够保证画面效果的丰富、精彩…所以我最终决定用“无敌兔”来拍摄。相应的成本和使用问题也就可控多了。

N：绿盟科技这次还是做了一件很时髦的事儿呢。

W：哈哈，从这个角度来说的确是。

N：“无敌兔”也有缺点吧？我印象里网上也有抨击的，记不清了…

W：它的持握、录音系统、以及适合视频拍摄的对焦、变焦系统都还是“史前级”的，可以说它的优点和缺点都非常突出。业内最尖刻的评价是：“除了画面，它一无是处”…毕竟它的本质是一部照相机。

N：那“无敌兔”在实际拍摄上不是会有很多不方便？有些拍摄方法会不会根本就做不到？

W：会的。那些拍电影的公司会花重金去专门订制各种各样的附件以适于拍摄，相机都给弄得没相机样儿了。

N：对，我在网上见过图片，弄得跟电影摄影机似的，很拉风。

W：人家是商业操作嘛…我们可没有这样的条件，好在我是导演，在拍摄规划、情节设计上都会优先考虑到的，尽量扬长避短、尽量用头脑弥补器材、多用“巧劲儿”。志愿军的装备比美国鬼子差远了，但一样打他个“落花流水”嘛。当然，要真有躲不开的时候，就“死磕了”呗。

N：现在喜欢摄影的人很多，给举个例子吧，说点儿专业的。

W：比如运动镜头的拍摄常存在跟焦的问题。我们可没有订制附加的调焦机构，由单独的焦点员进行遥控操作，就算有钱也等不起那个订做的时间。我通常是拿广角镜头用计算“超焦距”的办法解决。

N：“超焦距”？

W：简单从原理上来说，就是缩小光圈从而加大景深范围，这样对演员走位的要求也就低多了，虚焦的可能也小多了。

N：光圈缩小了，快门速度就要变低了吧？

W :快门速度是有很多限制的,我通常是提高 ISO 指数,“无敌免”的高感不错,这刚好也利用了它这个特点。同时广角镜头会有效降低运动造成的画面颠簸的感觉,我们没有轨道车,我们用的是办公室拉东西的小推车。

N :…啊?!

W :当然,广角镜头是有畸变的,所以拍摄时要注意主光轴与画面的垂直,以及尽量避免让演员身处画面的边角。

N :要不然变形会很严重?

W :对,更重要的是广角拍摄的画面会让观众更注意环境与人物的关系,而这刚好也是我要着重表现的一绿盟科技的办公环境。绿盟科技有完整的企业形象设计,在办公环境上也得到了较好的体现。与竞争对手相比有明显的优势…嗨,再说就“王婆卖瓜”了。

N :哈哈,那些也都是你设计的。

W :另外,用广角拍运动镜头也显得很入时。

N :一种很平常的拍摄方法里面就有这么多的讲究啊!

W :对,如果上面说的情况非要用中、长焦来拍就死定了,器材做不到。不过拍摄演员静态讲述时,我会选择长焦,因为不存在跟焦的问题,而且长焦的拍摄距离远,不会给演员造成压力…

N :对,这个重要,我们可都是业余演员。

W :再有就是“无敌免”用大光圈长焦镜头拍出的浅景深效果确实好。

N :嗯,背景虚化的非常漂亮,尤其祝捷、段志光的讲述镜头给我印象很深,而且灯光也很讲究。

W :我们可没有什么大功率的镝灯,我们用的都是在摄影器材城买的国产货,最贵的三百多。

N :…啊?!

W :我一个做影视的哥们儿看完我们的片子后,说光拍摄成本就不下五十万。

N :哈哈!当时面临的最大的困难是什么?

W :面临的困难其实比想像的多,挺复杂的。不过,最大的困难应该是时间,很多其它问题也是由它衍生出来的。

N :拍摄档期被拖进了冬季。

W :对,拍摄时间不够了,还要后期呢!

N :嗯,还要刨去元旦、春节什么的。

W :是呀,关键年底大家都忙呀!总结、绩效、工程收尾什么的。我同时也在参与新的业务线办公环境的设计、施工以及十周年的各种筹备工作…其实工作人员有事总还能找人顶一下,要是演员忙或写的故事过不了就没办法了,都愁死了。

N :最后…“走钢丝”过来的?

W :绝对是!

N :拍摄最艰苦的戏是那场?

W :最最苦的还是祝捷和大家看流星雨那场。

N :喔,去年冬天好像特别冷!

W :没错,当时正是看双子座流星雨的时候,夜间最低气温是零下17度,而我们的拍摄现场在郊区的山上,有风,体表温度还会低很多。

N :那你们做防寒的准备了吗?



祝捷的第一条，因为太冷了，眼睛里全是眼泪...



第二条，风小了，效果好些，也就是我们看到的这条...



外拍金山岭条件同样艰苦但阵容强大...



冬季西藏拍摄面临的最主要的问题是高原反应而不是寒冷。

W：应该说做了充足的准备。下班后我嘱咐大家拼车回家再多拿些厚衣服带上，不要怕多，反正有车；然后一起饱餐战饭。段志光还为大家准备了开水、防寒手套、暖宝之类的东西。由于是纪实性的夜景戏，灯光要求很刁钻，继革的灯光组就有好几个助理，加上其他工作人员和群众演员，一大票人员和器材，好几辆车呢…主演祝捷一再向大家保证：她讲述的那段台词已经烂熟于心，绝对一条过！

N：这么厉害？

W：她确实有这个实力，祝捷的性格很开朗，不紧张、也不怵镜头；很有点儿专业的“范儿”。而且之前在公司里我们也试拍过很多遍了，效果很好。

N：那她是一条过吗？

W：她第一条拍下来很顺利，但导进电脑一看不能用。因为太冷了，眼睛里全是眼泪。

N：!!!

W：那种温度里人流鼻涕、流眼泪根本不受意识支配。拍第二条时风小了，效果好些，也就是我们看到的这条。

N：对，我看的时候也觉得她眼睛里好像有眼泪。

W：为了保险，我们决定咬咬牙再拍第三条。但拍到一半祝捷居然忘词了，因为极度的寒冷的确会让人的意识变慢、变模糊，刚刚说完的话就常常记不清是不是真的说过了…

N：…真是太不容易了！…对了，那西藏不是更冷吗？！

W：我们没有西藏的夜景戏。而且这儿也有个常识性问题：西藏是高原气候，特点是昼夜温差大，白天其实比一般人想像的要暖和、比北京暖和，毕竟那么高的海拔，离太阳近呀！西藏那儿最大的问题是高原反应！

N：冬天的高原反应有什么不一样吗？

W：造成高原反应的主要原因是空气含氧量低。通常的旅游季节，西藏的含氧量相当于内地的60-70%人就会有高原反应了；而冬季西藏的含氧量只相当于内地的40%…

N :这数字听起来就挺惨的!

W :是有点儿惨的意思。其实面对这种高原反应最好的办法就是做任何事都要放慢节奏,不能急。但我们每天都要赶路、赶时间、赶光线、赶拍摄,而且就我和继革两个人,带了一大堆器材,一拍起来上蹿下跳的没个不急…一不留神就头晕、恶心、动不了了…

N :就两个人?

W :是呀,跟我们外拍金山岭、流星雨的阵容可没得比。不过,在拉萨有办事处的同事帮忙要好些。其实最难受的是睡不好觉,这也是一种典型的高原反应:就算很累了也是睡一会儿就醒,一整夜反反复复的,很熬人,而且通常第二天天不亮就又要赶路了…几乎是折磨。

N :…苦啊!

W :就那么几天吧,常年工作在西藏的同事还没叫苦呢。而且精神层面的补偿也是大大的,西藏的风光可不是吹的,即使是冬季。

N :你觉得谁是这部片子的最佳演员呢?

W :哈,这个难了。从最后的效果上看,所有演员都出色的完成了自己的角色,为大家展示了一群个性鲜明、积极向上的年轻人的工作、生活、思想…从不同角度和侧面组成了大家对这个已走过十年风雨的团队的整体认知。

N :太官方了吧!

W :不好意思,哈哈。因为确实没什么可比性。

N :从另一个角度问吧,谁的NG最多呢?这个很客观,很好回答吧?

W :首先是这样,大家都不是专业演员,但他们的表演都具有极大的专业级的难度。

N :专业级的难度?

W :对了,这是一个常识,让一个人面对镜头自然、连贯,有内容、有思想、有情绪表现的讲上三、五分钟,那简直就是一种极限挑战。能想像一个反映敏捷、牙尖嘴利的主持人对着镜头狂说三、五分钟而不是三、五句话吗?他也会前言不搭后语、哼啊、哈的…被反复NG的。

N :有点儿明白了,还真没想过。

W :一般来说即便是平常很能说的人,一旦面对一群工作人员:镜头一开、麦克一架、灯光一打、导演大吼一声开始,场记板面前“啪”的一响…

N :头脑一片空白!

W :对啦!眼睛都不知到看哪儿好,手脚也不知到往哪儿摆。要能眼神不乱、不结巴的说上几句就是好样的了;还什么事儿事儿的讲上三、五分钟的个人与企业共同成长的故事呢!三、五分钟这时候会超级漫长!

N :霎那间,我对我们的全体演员们肃然起敬!包括龙套演员!

W :所以每个演员在我心中都是优秀的。

N :那还是先说说你是怎么导的,怎么让每个演员都把故事说的那么自然的吧。

W :最基础的还是要词儿熟,演员讲述的词儿定下来后,我们会要求演员尽量背下来,尤其是关键词句一定不要错,其他部分允许一定的即兴发挥,毕竟要有一定的纪实味道、本色味道才会显得真实。

N :字数会不会很多,不好背下来?

W：这也是一个常识，以播音员为例，一般每分钟能说一百字左右，比一般人想像的要少，大家的稿子基本上都是几百个字吧。而且都是自己真实的经历，背下来并不难。

N：拍摄方面呢？

W：实拍之前我们都会先让自己的工作人员反复进行试镜、试光、试音，既是确认技术细节，也是对旁边演员的一种“带入”，消磨他们的陌生感和紧张感，甚至对上镜感兴趣。

N：挺潜移默化的。

W：拍摄时尽量使用前面说过的长焦镜头，与演员保持较远的距离，最好再隔上个桌子什么的，既自然又增加了心理上的安全感。

N：哈，片子里好像真是有好多桌子…对！除了外景的，好像都隔了张桌子！不说还真不觉得。

W：如果演员同意，我们还会为他安排一个真实的听众在面前，听他讲故事。配合真实的眼神互动、表情互动，让演员更专心、更投入。还有一点很重要，也就是前面提到过的，我们的工作人员都是自己人，大家都是同事呀。

N：只能说佩服了。

W：总的来说室内戏容易一些，室外戏不可控的因素就多了，何况是冬天。如果非要问谁的所谓的NG多，大概…可能会是杨冀龙，因为我印象里拍他的时候CF卡基本上满了。

N：杨冀龙啊，金山岭长城的戏。

W：但客观条件完全没可比性：首先，他全是条件艰苦的外景戏，应该多拍，并不是什么NG，为了保险嘛；其次，正如他讲述的内容—

他已经独立创业了，拍摄之前我们只见面沟通过一次，能拍出这样的效果已经很优秀了。

N：明白你说的可比性了。

W：我拍摄时其实真的对NG不敏感、也不那么较劲，因为我同时也是后期剪辑，如果遇到有瑕疵的地方，我会同时考虑能不能在后期掩盖、解决掉，尽量不麻烦大家。从专业的角度来讲，我们的废片率也真的非常低。

N：从我的角度来看，你们的效率真的非常高！

W：这里一定要提到我们的拍摄团队，大家都不是专业人员，又都有自己的工作，硬是凭着一种对公司的责任感、使命感，生把绿盟科技的第一部数字电影给啃下来。尤其是继革、小花、段总，为了拍摄牺牲了大量的业余时间，摄、录、美、服、化、道抓起什么干什么，很令人敬佩。十周年庆典上片子放完后，面对大家那么热烈的反响，小花也落泪了。

N：用那么短的时间，克服了那么多困难，拍出让那么多人满意的作品，是不是很有成就感？

W：哈，的确会有成就感。不过，片子只是一个载体、一种表现形式；而绿盟科技十年以来所取得的发展与成就才是实实在在的前提。其实作为绿盟科技的企业形象顾问，能够从一开始就参与其中的建设，并看着他由小到大、由弱到强的发展过程…这些，才让我觉得更有成就感。

N：谢谢你接受我的采访，期待你的新片！

W：谢谢！

当“翼神”遇上“高6”

文/陈学理、欧怀谷 摄影/王冠英、陈学理等（绿盟科技 北京总部）

大众高尔夫第六代，TSI 汽油直喷涡轮增压引擎、双离合、七速自动变速箱、成熟的Pq35平台、以及大众一贯的优良品质，市场反应异常火爆，即使加价提车也要半年以后，绝对是市场的宠儿...

三菱蓝瑟翼神，专业玩家改车的首选，专业赛道，有飙车情节的港产片里都绝对少不了它的身影，赛车的“DNA”，绝对是玩家的宠儿...

刚好在我们公司有两位同事，几乎同时买了这两部车，下面就让我们和这两位同事一起感受其中的乐趣...

	蓝瑟翼神	第六代高尔夫
车型	中型三厢	中型两厢
长 / 宽 / 高 MM	4570/1760/1490	4199/1786/1479
轴距 MM	2635	2578
行李厢容积 L	430/1460	350/1305
整备质量 KG	1400	1330
排量 (mL)	1998	1390
最大功率 (kw)	112/6000	95/5000
最大扭矩 (N.m)	197/4250	220/1750-3500
压缩比	10.5:1	10:1
传动形式	前置前驱, INVECS-III CVT 无级变速	前置前驱, 5 速手动变速
悬架 (前 / 后)	麦弗逊式支柱带螺旋弹簧和稳定杆 / 五连杆式螺旋弹簧带稳定杆及副车架	麦弗逊式独立悬挂 / 四连杆式独立悬挂
刹车	15 英寸盘式 / 14 英寸盘式	大尺寸通风盘 / 实心盘
轮胎	205/60 R16	205/55 R16
0-100Km/h 加速时间 (s)	9.8	9.6
最高时速 (km/h)	195	200
参考价格 (万)	16.98	13.58



陈=陈学理，欧=欧怀谷

选车的理由

陈：说起来选这款车，过程比较曲折，尤其是对我这种新手来说。具体来说有几个方面。

首先，先订了一个主题，关键词：运动、个性，不能满大街都是。在这个前提下，我把主流车系从低端到高端仔细看了一遍，发现在能承受的价格范围内，符合这个要求的车非常非常少。正好，“翼神”上市，我就感到这款车正是我想要的。说到运动，首先要说一下翼神这款车的英文名“LANCER EX”，“LANCER”这个词来自于“枪骑兵”，“枪骑兵”是指拿破仑战争时期，冲锋在最前面的兵种，而“EX”意指超越。这两个词放在一起，体现出“翼神”是一款非常热血，勇往直前的车型。这也符合我的性格和个性，在市场研发和拓展的过程中，也始终冲锋在前。同时三菱车的操控和运动性能毋庸置疑。所以说这款车从名字到外观到性能到内在，完全符合我的要求。

综合考虑之后，就剩下最后一个棘手问题—整车外观。要做到个性，外观是最重要的环节。翼神是十多万的车，和高端车型比起来，在很多方面都有删减，包括外观。所以，要想做到个性，做到独一无二，必须改装。有句话“见到没改装三菱车的机会，比在你家门口见到法拉利的机会还少”，这是下个环节介绍的了。全面考虑之后，就决定选择了这款车，同时决定进行全面改装。

欧：说起来买车，我和陈学理不同，我是觉得需要有一台车了，一方面家庭方面有需求，另一方面是希望在自己三十岁之前，拥有一辆自己的车，也算是送自己的一个礼物。所以从去年年底就开始关注车市。我主要是从多个方面进行考虑，一方面是价位，要自己能够承受得起。另一方面是品牌，我认为一辆汽车最重要的零部件应该算是发动机了，还有它的安全性。我是个新手，从新手的角度看，还是希望能够买一辆安全系数相对较高的汽车。对此我也查过一些相应的资料，发现大众的高尔夫 6 这款车从安全性、品牌等方面都非常不错，该车也

经过了欧洲严格的测试并且成绩突出。它标配了ESP系统，在家用型小车里，我认为它的安全性比较有保障。其实之前也看了不少车，包括速腾、马自达6等都考虑过，但觉得马6现在到处都是，已经产生审美疲劳了，而速腾的性价比并不高，低配款速腾的发动机还是比较落后的。恰巧这时候同事向我推荐了大众的高尔夫6这款车，刚看车的时候没有什么感觉，但是越和其它的车比较，越感觉到它的优秀。因为我个人一直对日系车不太感冒，从安全性到民族情结多方面考虑，我从一开始就把日系车排除在外了。后来又看了韩系车，像北京现代等等，但从安全性、品牌等方面考虑，韩系车还是略显不足。此时再看高尔夫6，虽然车身略显小巧，但从数据上来看，已经赶上了速腾同配置的车型。而且高尔夫6的发动机非常符合我的要求，我选择的1.4TSI发动机采用了当今比较流行的技术。我特别喜欢高6的屁股，说起高6的屁股，很多人觉得不好看，但我却是从心底里喜欢。最后在同价位的各种车型里，我觉得高6是最适合自己的，所以就决定买它了。



买车的过程

陈：决定买车的时候，我还不会开车，也没本儿。之前一直在网上查阅资料yy，当看到“翼神”这款车上市后，它就成为了我的重点关注对象。当最后确定购买这车后，就开始了漫长的改装设计工作。翼神是款新车，怕第一批货有质量问题，等到第二批货上市时就毫不犹豫的购买了。到目前，除了CD机的一个按键灯坏了更换了一个外，没有出现任何问题，而且是在我的强力蹂躏之下，等下详细介绍。

欧：我买车的经历相对来说还是比较坎坷的，陈学理的车比我的车早提到，当时我看到他的车心里就痒痒。我买车时车市比较火爆，而且高尔夫6这款车更是异常的火爆，买这个车可费了不少劲儿。一开始想

通过常规途径购车，去了较大的一家4S店看车，人家理都不理你，你要看车就看车，想买车？没有。后来我就暗示他我加价买行不行，人家说加价买也没有，我们只能扫兴的回去了。正好这个时候我LP的单位组织团购，我们就排了个队，即便是这样，也等了三个月。可能是我LP的单位和大众是合作伙伴的关系，一开始谈团购的时候说可以便宜8千元，我一听，乐坏了。相对别人加价提车，那我要比别人便宜1.5-2万左右呢。但是到最后提车的时候，经销商方面反悔了，说不能便宜了，但也不会加价。总的来说我还算是比较幸运。通过买车这个事儿，让我觉得在社会中，关系的重要性。就好像我去了4S店，和他们说我是某单位的，他们一听就可以对我另眼看待，优先安排，这些都体现出了关系的重要性。回想起来，感觉真的挺有意思。

使用感受

陈：说起使用感受，那就从我每天看到它开始吧。翼神始终给人一种感觉，就是“不妥协”，无论浓郁日系战斗风格的内饰还是

凶悍的外表，完全是为运动和街道而生。每天看到它时，都有一种激情澎湃的感觉。再加上几个月的设计、改装，让我对它有了很深的感情。翼神这款车，使用的是高转速发动机，它的整体性能在高转速下才能发挥出来，所以目前只要路况允许，我基本上将转速拉到四千转以上。如果路况良好，连降两档，直接将转速表踩到红区（但还没踩到过断油）。车身在略微的停顿后开始迅猛加速，伴随着引擎的轰鸣声，视野开始模糊，肾上腺素急剧增加，相当刺激。再说说操控，三菱多年的赛车制造经验，我的直接感受就是操控非常卓越。对于我这种新手来说，较高速过弯也变得非常简单。最后说说制动性能。因为刹车也经过了改装，所以制动方面也非常优异，同时也对正常行驶中遇到的紧急情况能够更有信心的处理。对了，还有必要提一下的是，这款自动挡车中有两种模式，正常模式和运动模式。正常模式比较省油，适合日常驾驶，一般情况下转速在 3000 转左右就会自动加档。运动模式突出驾驶快感，也完全解除了换挡转速限制，再配合方向盘下标准的赛车级换挡拨片，高转速下发动机



澎湃的动力，让我充分体会到了这款车的魅力，并对它的动力性能非常满意。唯一感到不足的地方就是换挡拨片和方向盘是分离的，过弯时拨片不随方向盘转动，加减档比较别扭。

欧：虽说是个新手，但从拿到驾照后也开过好几台车，我个人比较喜欢手动挡的驾驶感受，所以买的高尔夫 6 也是手动挡的。开了这段时间，我感觉高 6 的离合行程较长，但好在比较顺滑，踩起来也不算费劲儿。之前我也开过雪铁龙的“凯旋”车，相比较而言，凯旋的离合行程短，但比较涩也比较生硬，总体来说对高 6 的离合适应之后，感觉用起来还是很舒服的。至于转向，和其它几台开过的车比较起来，高 6 的转向非常精准，完全可以做到“指哪打哪”。关于底盘悬挂，我毕竟是个新手，也没有

更多和其它车做针对性的比较，但驾驶高 6 过弯时感觉很好，没有明显的侧倾。再来说说刹车，我个人感觉高 6 的刹车有点儿软，这个“软”是指制动行程比较长，和自动挡两厢福克斯比起来，福克斯的刹车显得很灵敏，而高 6 的刹车要踩的深一点儿。因为我的车是 1.4 TSI 的发动机，相对来说排量较小，但在中低速加速时，感觉动力还是很足的。从行车电脑中可以看到，目前综合油耗大致在 7.4L/100km，最低时大概在 5.7 L/100km 左右。这个成绩在日常上下班使用中，我已经感觉非常满意了。而且这款车的噪音控制的很不错，密封性也好，在车内不会感到明显的胎噪和风噪。高尔夫 6 这款车是国内和欧洲同步上市的一款车，而且在欧洲的价格比国内还贵，这是不多见的，不过也许是配置方面有些差异。就像比起第一批高尔夫 6 来说，我这批车的蓄电池盒由原先的塑料盒变成了硬纸盒，天窗以及玻璃也从进口货变成了国产货。总体来说，高尔夫这个品牌多年来的口碑都是很不错的，我对这个品牌的认可度也非常高，我对这款车非常满意。

美国NSS测试见闻

文/HUS (绿盟科技 北京总部)

经历了11个小时不间断循环播放的80年代电影的折磨后，我们终于抵达了旧金山。第一次走出国门的兴奋感，使我们在旅途疲劳的同时，依然耐心的去接受海关的安检。

我和NWH是第一次出国，虽然都学了不少10年的英语，但毕竟缺少和老外直接交流的经验，因此过海关的时候还是有点紧张。到了海关，首先见到的就是大屏幕上用不同语言反复播放的海关指南录像，以及长长的队伍。我们在十分认真的学习了录像之后，依照同事事先传授的经验，选择了一条白人成分比例最大的队伍，据说这样能够大大提升通过海关的速度和成功的概率。

经过了整整一个小时的排队等候，我们才得以接受海关的检查。这个检查点的国土安全官员看上去是一个华裔，好像是姓曹，说了两句英语后抬头看到我们是中国人就开始用比较流利的中国话和我们交流。我们运气不错，整个交流过程很顺利，啪啪啪盖了

一堆的章后终于听到一句中文的“欢迎来到美国，再见！”。接下来的行李检查过程也比想象中要简单，没有遇到要开箱一项一项的检查是否有违禁品的情况，我们在没有任何感觉的情况下就通过了。

我们所住的旅馆名为Fairfield，别看楼



不大，里面的设施还是很齐全的。有室内游泳池、有自助的烘干机和冰块机，免费提供早餐、咖啡和矿泉水。床头柜的抽屉里有两本厚厚的书：一本是黄页，一本是圣经，很地道的美国风格。据说美国旅馆把圣经当做像香皂毛巾一类的客房必备品。

旅馆的服务人员非常友好，每天早上经过前台时都会热情地向我们打招呼，也很



礼貌，几乎每句话的结尾都会加上个“sir”的后缀。这里的客房服务人员还有一个绝招，就是把毛巾叠成一只可爱的小狗，十分有趣。

奥斯汀这边的气候不错，天空晴朗，草地翠绿，很适合休闲活动。这边的鸟很多，经常能看到它们三五成群的聚在树上玩耍，也不太怕人。休息的时候听听鸟的叫声令人心情放松不少，但令人头疼的事情是鸟粪也

很多，我们停在树下的汽车不到两天就挂上了一层天然迷彩。

奥斯汀的楼除了市中心的几栋以外普遍不高，以3-4层的建筑居多，平时基本看不到太多的人，很符合美国大多数地方“地大，人少，环境好”的特点。

我们此行的目的地—NSS 在奥斯汀的测试实验室，就在我身后的这栋三层建筑物



里面，整栋楼平时很幽静。

NSS Labs 是全球最著名的独立安全研究和评测机构，总部设在美国。NSS Labs 拥有一支顶尖的安全专家队伍，为全球的企业和最终用户提供网络及安全有关的服务，并帮助用户选择更适合自己的安全产品。

NSS Labs 安全产品认证的权威性来源于它的定位—模拟用户真实应用场景，严格的产品评测过程，以及公正无私的数据分析。

1999 年，NSS Labs 公开发布全球首创的入侵检测 / 防护系统评测标准，随着互联网威胁的不断变化历经多次更新，该标准已经成为业界公认的 IPS “试金石”，其 real-world 测试方案，提供了业界唯一能够真正评估 IPS 抵御“真实世界”安全威胁能力的方法。因此，NSS Labs 被认定为行业内最权威、最先进的评测机构，能得到 NSS



Labs 的推荐是各大安全厂商梦寐以求的事情。然而，由于它测试的要求高和严格，目前能够通过测试的 IPS 厂家只有少数几家。所以，如果能通过这次测试，这就将意味着我们的产品在功能和性能上都得到了国外安全界权威机构的认可。

在 NSS Labs 第一天的测试工作比想象中的要顺利，那里的工作人员十分专业，对我们的 IPS 产品也很感兴趣，整个交流的过

程也很流畅。

毕竟民以食为天，测试工作之余，我们顺便体验了当地的美食。

Asia Chinese Restaurant 是一家离我们旅馆较近的中国餐馆，我们大部分的晚餐都是在这里解决的。第一次拿到菜单的时候很郁闷，因为这里的菜名和国内的完全不同，能够辨认出的只有“Kung Pao Chicken”(宫保鸡丁)、“Double Cooked Pork”(回锅肉)等少数几个菜，其他的菜名都是类似于“Beef with Vegetables”这种形式的。饭菜的口味上和国内也有很大不同，多数偏甜和酸，大概是根据美国人的口味进行了改造后的结果。这家店的老板娘是一个上海人，看到我们后十分兴奋，由此可以推测在奥斯汀的华人数量比较少。

去 NSS Labs 的第一天就见识了地道的美国式午餐—Jimmy John's

Jimmy John's 是一家离 NSS 实验室很近的三明治店，里面的三明治名字起得很有个性，例如火腿三明治叫做 Tommy，金枪鱼三明治叫做 Totally Tuna，大号的三明治称为 Giants Club。整个店面非常的干净明

亮，服务员全部留着络腮胡，一律系着围裙在进行流水线作业。几道工序非常简单，切面包，涂沙拉酱，夹火腿蔬菜，1到2分钟一个三明治就做好了。制作三明治的食材非常的新鲜，只是没有加热，对于不习惯冷食的中国人来说，把这里的三明治作为午餐，消化起来确实有些困难。

不过还好，我们很快找到了另外一家著名的 BBQ 烤肉店 Rudy's。

Rudy's 是一家 BBQ 烤肉店，这家店的特色是，它会将厨师制作烤肉的过程实时投影到餐厅里的电视上，只是看着就觉得很美味。另外一个特色是，在半露天的餐厅的屋檐上挂了很多盛水的塑料袋，借助阳光的散射来驱逐苍蝇。蓝天，白云，草地，用餐的环境非常好。这里烤肉的吃法很像三明治，是将烤好的肉夹在面包片里，再涂上一些酱料，烤肉的味道的确非常棒。

每人一大张纸，吃完后把东西一卷，丢到垃圾桶里，典型的美国式自助。

经历了第一周紧张测试，NSS Labs 的工作人员也肯定了我们产品的技术实力。

在工作之余，我们逛了一些 MALL 和

Outlets (美国特色的“品牌直销购物中心”)，顺便买些东西。我们去的 Tanger Outlets 位于奥斯汀和圣安东尼奥两个城市之间，从我们住的旅馆开车去那里大致需要 40 分钟的时间，路上交通十分通畅。

这个 Outlets 规模非常大，环境很好，给人的感觉像是个花园小镇。里面全是听过的和没听过的各个品牌的专卖店，想好好逛的话估计一天的时间都逛不完。商品以衣服、鞋、包为主，多半都有折扣。里面出售的美国本土牌子的商品相对于国内的价格便宜很多，欧洲的牌子也要比国内便宜，一双阿迪的三叶草板鞋合人民币只要 200 多一点。

Barton Creek Square 是一家奥斯汀郊外的购物广场，这里有几家很大的商场，如 Macy's (传说中的梅西百货)、Nordstrom。值得一提的是这些商场由地下商街相互连接，大多数的商家都在地下。有点中关村地下购物广场的感觉，有非常多的化妆品的柜台，价格很公道。

值得一提的是，我们在这个地方找到了合乎我们口味的餐厅，一家日式铁板烧，就



是把鸡肉在铁板上炒熟，和煮好的蔬菜一起浇到米饭上，相比美国版的宫保鸡丁来说真是美味啊！吃完了才发现那家日本店里忙碌的东方人竟然是中国广东的同胞。

在美国一直想找家面馆吃碗面，结果怎么也没找到，最后在机场候机时终于吃了碗乌冬面，真的是感动得眼泪都要流出来了。

在经过了两个星期的连续测试之后，我们获得了非常令人满意的成绩。所有测试项目全部通过，拿到了 NSS Labs Approved 的认证资格，并且获得了最高级别的 Recommended 等级的评价，这意味着我们的产品获得了国外权威测评机构的认可，为开拓国际市场打下了良好的基础。

这不是一朝一夕可以做到的事情，是公司十年的积累和沉淀，为测试的成功提供了坚实的技术基础。能取得这样的成绩，我们也绝不能忘记每一位辛苦付出的同事们，高兴的同时，我们还感到欣慰，终于没有辜负这一份厚厚的期望和坚持，这一切都值得。正所谓人生能有几回搏，为了公司更好的明天，我们将继续拼搏。

又到世界杯时节

文/淡卫华（绿盟科技 北京分公司）

喜欢足球

1986 年的一个深夜，我被哥哥从睡梦中叫醒，迷迷糊糊坐在自行车后面到舅舅家，看世界杯决赛！之前只是听哥哥说踢球的事，连足球都没见过几次。那年秋天上高中，我开始踢球，迄今踢球的球龄就只有高中和大学那七年，可对足球一直情有独钟。

都说足球是世界第一运动，但我不是因为这个才喜欢。从外来看，足球是场地最大、参赛队员最多、观众最庞大的球类运动；根本在于喜欢踢足球的人可谓“性相近、习相近”，符合自己对最好朋友的定义。

1989 年 8 月我收到厦门大学的录取通知书，封面就是海边的上弦场。足球场内全是沙地，没有一丝绿草，可谓正宗的沙场。球场被二三百米的椭圆看台揽入怀中，看台全是花岗岩堆砌而成，质地厚重，色彩沉稳，与沙场浑然一体。再上面是著名的建南大会堂及楼群，气势磅礴。迎面是波涛汹涌的大海——试想，在这样的场上纵横驰骋，与一群同样强悍的队伍对垒，为自己、球队和球迷赢得尊严和快乐——是足球满足了人本性中的战争妄想吗？

很多不喜欢足球的人都说累得半死，一个球都不进，有什么意思。我觉得乐趣正在于此，任何太容易得到的东西都不大会珍惜。踢球的人耐得住个中寂寞，不怕流血流汗，坚韧而又有团队精神。或者摧城拔寨，或者默默无闻干着脏活累活；或者突破重围，或者策划 50 米外的反击；或者临门怒射，或者为队友送出灵光一闪的助攻。丢球后会懊恼，但进球后可以恣意展现，与队友雄性拥抱，倾听球迷的风情欢呼；赢球了会觥筹交错，输了也会伤心流泪，但不曾黯然

心碎，因为明天还要重回沙场！这么多性情中人一起玩的球叫足球，一起喜欢足球吧！一起来看世界杯吧！

喜欢的球队

1990 年对我来说才是真正的世界杯元年。那时还年轻帅气的我，组织了一次全系的世界杯竞猜，在楼下墙报对 24 只队伍的介绍中，旗帜鲜明支持德国队捧起大力神杯。德国队首战 4:1 大胜，大热必死的倒灶之声四起，我还是坚定不移，结局不必赘述。

1994 年十来个同学群居在一起，只有我一人力挺意大利。期间难免言辞激烈，孤立无助，但一直坚持。看着几乎是巴乔一个人，把意大利跌跌撞撞带到了决赛。虽然最终点球告负，但最锋利的矛没有刺穿最牢固的盾，也算是意大利和我的胜利了。

经此一战，心伤得太重。加之此后保守之风盛行，诸多强队纷纷打起防守反击，往往得了结果，丢了风骨。于是此后只支持踢得积极、踢得精彩、踢得团结的球队。2004 年欧洲杯时支持希腊，并非自己未卜先知，只是觉得雷哈格尔率领的平民希腊踢得精彩。

一直到前年和移动的一个朋友闲聊聊球，他是曼联二十年的忠实球迷，让我深受感触。从他那里出来，不免好好反思自己到底喜欢什么样的球队。忠于一只球队，特别是忠于一只并非豪门的球队，需要很多勇气。要默默和你的球队经历挫折和低谷，等待登上巅峰的那一刻荣耀。准确的说，应该是享受登顶过程中的每一个步伐——这样的球迷非常值得钦佩。我应该属于忠于一种足球风格，积极的、团队的、无私的。这样更能享受足球带给我们的快乐，毕竟足球是一种体育运动，而不仅仅是一种竞技项目。何必那么在意

结果呢，过程才是最重要的一两种球迷是不是殊途同归了呢？

获胜的球队

既然是竞技项目，还是谈谈胜负吧——什么样的球队会获得最终的胜利？有鉴于中国足球的黑暗现实，在此不涉及足球的社会环境，包括民族文化和社会风气、政治和体育体制等。仅就一个球队而言，决定胜负的关键无疑是一教练。从我有记忆的世界杯、欧洲杯、欧冠等顶级赛事经历来看，历次翘首者最重要的莫过于此。他们都有几个共同的特质。

1. 意志坚强。有独立思考的品质和坚持不懈的精神，不屈从于舆论的压力、民众的期望、球星的个性，只遵循自己的组队原则和战术体系。1990年之所以看好德国队，关键还是看好贝肯鲍尔。场边金丝边眼镜后那双坚定、睿智的目光，是德国战车的力量源泉。

2. 领导力：优秀的教练能够将23名队员凝聚为一体，树立共同的目标，激励队伍勇往直前。现在的球员久负盛名，在俱乐部获利颇丰，让他们抛弃自我意志，组成一个有机体，需要超凡的领导力。不论是带领传统强队的贝肯鲍尔、帕雷拉、斯科拉里、里皮，新贵的雅凯、阿拉贡内斯，还是带弱队的雷哈格尔、希丁克，他们可以让队伍内部和谐、团结，保持同一个声音，保持统一的行动。

3. 追求平衡。不论是国家队或者俱乐部，传统的球队都有自己传统的风格：巴西的桑巴、阿根廷的华丽、德国的意志、意大利的链条、法国的优雅。教练不仅要发挥传统的优势，更要懂得平衡，补己之短，达到攻守平衡才能立于不败之地。巴西在过去二十年两夺大力神，除了犀利的锋线之外，整个的防守也非常出色。



至于阵型、战术打法和球员都不是球队获胜的决定因素。无论什么阵型，无论是进攻、防守反击，还是全攻全守，这些都不是决定因素。行行出状元，殊途同归，任何形式都可以成功，最重要的是审时度势，选择适合自己的路。2006年的意大利，2010的国际米兰等许多强队选择了防守反击取得成功，让人在感叹太功利的同时，更让人感到可怕——怕足球没有了快乐。但这就是竞技足球，你选择以此为生，就要去承担和面对。

除非是几个天才巨星，球员在技能方面的差距不是很大。重要的还是要有越战越勇、关键时刻能挺身而出的意志品质，需要为了团队利益而不惜体力、为人嫁衣的牺牲精神。一、二个球星可以决定一场比赛的胜负，但很难在6、7场的杯赛中走到最后。即使有很多大牌，往往失去核心和打法，顺的时候大家锦上添花，遇到挫折时顿时成一盘散沙。相反，一个人拿球，周围有三、五个队友接应、跑动，这样的队伍可能会走得更远。

萨特说过，足球就是生活的最好比喻。让我们在享受足球带来的激情和快乐的同时，感悟一些信仰、生活和工作的真谛吧。

乒乒乓乓，天下无双

文/杨方宇（绿盟科技 西安分公司）



马琳夺得胜利后激动不已

2010年5月29日，下午吃完晚饭匆匆地回到住处，准备观战世乒赛团体决赛。从开始工作到现在，都没怎么打过球，但是一有比赛，是从来都不会错过的。在怀着无比纠结的心情看90后为主力的阵容败给新加坡后，怀着惴惴不安的心情迎来了男团决赛，担心男乒会重蹈女乒覆辙，但在出场名单上看到马琳，并且是第一男单上的时候，顿时心里才踏实了些——还好有老将压阵。

开局果然跟女乒一模一样，马龙领先被翻盘，马琳顶住压力赢了第二场，第三场在

张继科快要输掉的情况下，我做好了看奥恰洛夫和马龙打第五场的准备，但最后张继科在关键时刻反败为胜，在波尔处于巅峰状态的情况下，马琳在第四场顶住压力，在先失一局的情况下以3:1拿下了波尔，帮助中国队赢得了比赛，尽显奥运冠军和领军人物的本色。在记者采访时看见了刘国梁和马琳的泪水，我知道，前者是在马龙被翻盘，马琳领先情况下丢掉第一局时想起了第45届世乒赛，那次他一人丢掉两分，孔令辉也负于佩尔森，痛失斯韦思林杯，在女队失利的情

况下，他的压力可想而知；而马琳则是在身陷离婚事件困扰和各种“马琳已老，球已不行”的声音中，重新用重于奥运冠军的胜利，再一次证明了自己。球赢了以后手机接连收到大学校队队友短信，都说姜还是老的辣！作为马琳的忠实fans，那晚也激动地没睡着觉，把最后一场比赛下载了下来，慢放，琢磨，好久没有这么认真高兴的看球琢磨球了。躺在床上，翻来覆去还是睡不着，想起过去小时候和上大学时的乒乓球生活。

从小很喜欢乒乓球，爷爷当时也是乒乓球爱好者，于是把我送到一个老教练（时间太长，忘记姓什么了，暂且这么称呼）那里学球。刚去就是培养球感，颠球持续练了两个月，然后就是徒手步法，每天还得对着墙，右手贴墙举起，脚尖点地原地跳，这是练习启动步法。后来开始练多球，每天下来都很累，小时候好吃懒做，说实话根本吃不了那个苦，结果，不堪折磨，痛哭流涕逃离。老教练跟爷爷关系好，跑来劝我回去，好说歹说都不听，老教练一咬牙，说只要我回去，就把自己珍藏的那块老顺风球板给我！（顺风球板，五十年代上海产，乒乓器材中的古董，世界



曾经烧过的器材之一 STIGA CL-CR-WRB

冠军庄则栋、江嘉良均使用此球板夺得过世界冠军，目前收藏价无价)。当时脑子完全没概念，说送什么都不去，爷爷无奈，就说算了，现在想想，老教练当时是下血本啊，不过想想肯定是哄我，早知道先要到手再跑也不迟啊，吼吼，不过，当时练球时，他给我了一块红双喜 016 的球板（也是古董级，016、032 球板在七八十年代为中国国家队立下过汗马功劳，蔡振华使用过 032 球板），直到上大学开始研究器材后才发现，这可是绝对地赚了——现在香港那边可以买到最早最纯正的老 016 和 032 底板，收藏价是 350 美元，呵呵。

后来星期天没事时也去老教练教球的地方打打球玩，结果呢，经常被一些练了两三年的比我还小的小孩打的满地找球，那叫一个惨（直到现在我也不好意思跟别人说我练过，汗~）。老教练就一副得意兮兮的样子：小样，跟我混没错吧，你看你那德行，我说你不练球把那底板还给我成不？一听见这，撒腿就跑，还给我我不彻底没得玩了？

上了大学以后，看见乒乓球协会纳新，走过去很牛气地说，“我练过。”一个老师听见了（后来知道是校队教练），“来，你跟我来。”

当时是在新校区，体育馆暂时没装修好，校队的训练室在一个大的教室里，老师问我直板横板，我说直板，但是没带球拍，他给了我一支 STIGA 的 CL-CR，说：“跟我练练。”结果不用想都知道，被狂虐…把我蹂躏完，老师很享受地对我说：“嗯，能看出，有点底子，当时没坚持练是吧。”我点头说：“嗯嗯，老师你高手啊！我每次都被人虐，根据被虐惨烈程度的不同，你是高手中的高手啊（马屁）。”老师哈哈大笑，“你小子挺会说话，留下吧。今年缺人，你有点底子，恢复下系统训练，能打。”于是我哈皮哈皮地奔向器材店一去搞块板子撒，老 016 那么硬，拉球不好使啊。（老底板由于很硬，连续拉球时，其拍形必须十分前倾，然而过分前倾的拍形又会直接影响与快攻、扣杀的结合）于是，买了支 STIGA 的 CL-CR-WRB，老 016 退役了。大一校队男队总共 4 个人，乒协主席，一个国家二级和一个国家一级运动员，加上我，于是乒乒乒乒的生活就此开始了。每天训练校队的老师帮我恢复动作，多球，两点，三点，过了几周脚下跑起来了，过了一年，新进来了三个水平较高的特招运动员。老主席毕业走了，老师就让我跟云南的那个二级接手了乒协（给人家主力腾地方啊，



现役球板 STIGA 蓝水晶

唉，杯具），于是乎，我们轰轰烈烈的搞起了社团活动。云南的小伙儿情况跟我差不多，不过人家待了一年后才逃离的，所以，人家水平比我高些，于是乎，每次乒协搞会员培训，我都要充当配角，发个极其不转的出台长球，被他一板爆冲，然后很得意的对周围的MM们说，“看，这就是爆冲弧圈。”周围MM一阵赞叹和崇拜，我看着她们的目光和那小伙儿的德行，妒火中烧啊，于是下个球发了个转不出台的，那家伙就本想再冲一下潇洒一下，结果抡圆了胳膊也没拉上就嚷嚷：

“你发那么转干嘛？刚才演示人家没看清楚嘛！”（丫的，我也是单身呢，你当我空气撒）

打乒乓球很烧器材，底板，胶水，套胶，校队里有个队友家里就是开器材店的，于是乎，烧了很多器材，CL-CR-WRB换到YASAKA马碳，开始一直用的是红双喜的市售狂飙三套胶，背面蝴蝶FL反打。后来，从他那里拿了块STIGA的蓝水晶正手配省队使用的，特点是海绵发泡好，灌胶后弹性大，吃球，相应的还有国狂，专供国家队

使用的)，然后国套外套换了不少。后来进行改革，要求在08年奥运会后使用无机胶水，结果那小子很早就搞来了butterfly的无机胶水，我俩都是第一时间尝鲜，去参加省大学生比赛，我们在刷无机胶水时还被围观。（当时还早，07年末）这家伙家里开器材店还真有门道（据他吹嘘跟国家队领队黄飙是老乡），还总能搞到真的国字号套胶，校队的老师看见了也问：“你小子哪搞的？”有天刚拿到一张马琳用的999环球反胶，正在跟我得瑟，老师拿来一看给他甩了一张红票子，转身走人，那家伙愣了半天，喊：“老师啊，这还不够本啊……”

那时学校对乒协的活动支持一直很好，一旦有世乒赛世界杯之类的大赛，都会给个阶梯教室让乒协搞活动观看。每次有马琳的比赛，我都会充当蔡猛角色，给协会里喜欢直板的童鞋详解马琳的发球抢攻和台内球控制等技术。校队到大三时是四个直板两个横板，偶像也分别一致，直板马琳王浩，横板王励勤。每次看球，遇到马王对决或两王决战，不管谁赢谁输，那都是要吵个天翻地覆的：横板打法粗犷简单、直板最终要被淘

汰……讲到激动处，走，训练室 PK，非要评出个输赢来，输了的请吃饭，最后都是一笑了之，大家都是喜欢球，爱琢磨球。我们几个还去过银河主场看过乒超马琳的比赛（托校队老师的关系搞得票，一票难求啊）。马琳揍陈玓。记得当时那个激动啊，马琳打得陈玓没脾气，3：0。后来回去边走边聊，我们几个直板兴奋地把横板扁的一无是处，那两个打横板的不吭声，脸上 N 条黑线。

马琳和王励勤既是对手也是朋友，马琳世界杯三次夺冠，而王励勤三次世乒赛单打夺冠，两次是在决赛中逆转马琳夺冠，但王励勤从未得过世界杯的冠军，两个人可能都彼此很纠结。直到 08 年奥运会单打半决赛，马王再次相遇，而这一次，马琳笑到了最后，3 比 0 领先的情况下顶住王励勤连扳两局的反扑，马琳 4 比 2 结束战斗，挺进决赛并最终击败王皓，夺得职业生涯最重要的一个冠军。而在 09 年横滨世乒赛男单半决赛，马琳和王励勤职业生涯第三次在世乒赛赛场交锋中，王励勤以 4 比 3 击败马琳，这一场胜利，又一次终结了已经夺得世界杯、奥运会男单冠军的马琳的大满贯梦想。在此次直通莫斯

科的队内选拔赛中，马王进行了最后的 PK，王励勤最后崩溃，马琳取胜后搭上了此次世乒赛的末班车。而从此次世乒赛马琳的表现来看，不能不佩服刘国梁的老谋深算，毕竟是大赛，在年轻人经验不足、王皓受伤状态不好的情况下，还是需要老将压阵的。回想起来，马王两人的 PK，为大学四年的乒乓生活添加了不少乐趣和内容，同时，也为两人彼此交错纠结的职业生涯感慨，两人从中国

乒乓双子星（刘国梁和孔令辉都是双子座）手中接过了接力棒，并在接下来的岁月里，捍卫了中国男乒的荣誉和尊严，这是两人与双子座的共同之处，然而两人之间的关系和职业生涯轨迹与双子座相比又具有很大的不同之处，加上马王两人的数次经典对决，也是互有胜负，彼此都没能功德圆满取得大满贯，这正应了世乒赛国乒宣传视频的那一句简单而精辟的总结——乒乓乒乓，天下无双。



学校领导专为乒协购置的新器材



涠洲岛

文、摄影/ 张端（绿盟科技 成都分公司）

放毒：涠洲岛

下周一就要去涠洲岛休假了，今天已经拿到了机票。原本一个人的旅行又有了两个兄弟的加入，一下子热闹了起来。这两天收集了一些涠洲岛的介绍和照片，先放在这里激励自己。希望和南迦巴瓦一样，可以回来贴出自己拍的漂亮照片！

涠洲岛位于北海半岛东南面 36 海里处，是广西最大的海岛，由南至北长 65 公里，由东至西宽 6 公里，最高海拔 79 米，是我国最大最年轻的火山岛。岛上住有 2000 多户人家，16000 多人口，85% 以上都是客家人。岛上气候宜人，资源丰富，风光秀丽，空气清新宜人，旅游资源十分丰富，故素有“大蓬莱”仙岛之称。

从高空鸟瞰，面积为 25 平方公里的涠洲岛犹如一枚翡翠漂浮于湛蓝的大海中。踏上这座火山岛，撞入眼帘的是奇特的海蚀海积地貌与火山熔岩景观：猪仔岭憨态可掬，鳄鱼石栩栩如生，滴水岩泉水叮咚，红色火山岩好象刚刚喷发过……位于盛堂村的法国天主教堂，更是在 19 世纪末就落户岛上，材料全部取于岛上的珊瑚、岩石，历经百年岁月，依然坚固如初。四百多年前，明代著名戏剧家汤显祖游览该岛，写下“日射涠洲廓，风斜别岛洋”的诗句。

涠洲岛现为省级旅游度假区，每天均有游轮迎送客人，岛上绿荫掩映，陡壁幽洞，怪礁奇岩，黄沙碧浪，景物奇美。主要景点

有滴水屏、龟豕拱碧、仙人洞、贼佬洞、羊咩洞、珊瑚滩，以及三婆庙、圣母庙、天主教堂等。岛上还建有各种娱乐设施，是海岛探幽，海上垂钓、浴海拾贝、潜水探奇的极好去处。

首先是我在 google 地图截图和航拍的涠洲岛。

然后是涠洲岛的沙滩，特有的火山熔岩地貌，教堂，渔船，当然还有最美的日出、夕阳和晚霞（本次旅行的重头戏，等同于南迦巴瓦的日照金山）。

第一天：名仕田园

终于到了南宁，天气特别的好，一扫前

几日的阴霾。当天先到德天瀑布前的硕龙镇，顺路看了看号称小桂林的名仕田园。晚上的旅店 20 元一个人，居然有无线上网！

惊喜！

第二天：德天瀑布

虽然德天瀑布处于枯水期，但是局部看起来还是很漂亮的。今天非常匆忙，坐了 8 个小时的车，晚上终于到达了北海。明天正式上岛。

第三天：北海 - 涠洲岛

在北海我们住的利源酒店，通过携程订的 188 一晚，标准的三星级别，不过早餐还不错。早上我们不敢睡懒觉，吃完早餐后





google 地图截图 (图片来自网络)

打车去北海国际客运港把随身的行李寄存, 然后到著名的北海银滩闲逛。港口和银滩很近, 但是走路还是比较劳累, 可以打车或者坐 3 路公交车。去涠洲岛的船票是昨晚买好的, 11:15 开船。提醒一下, 船票最好提前购买, 而且不用到港口买。在市内最繁华的华美广场就有售票处, 到晚上 21:30 才关门。

今天的天气其实很一般, 多云加上薄雾能见度很低。走在洁白柔软的沙滩上, 只能看到近处供有人乘坐的小船, 碧海蓝天的画卷只能在脑袋里面 YY。

现在是淡季, 银滩的游客很少, 各种海上娱乐也没有开放。毕竟现在是 3 月, 敢下水游泳的不是猛男就是烈女。我们手中的长枪短炮也没有用武之地, 只能拍拍冲上沙滩的水母、挖洞的螃蟹等等。

顺便介绍我们的装备: 30D + 17-40/4L + 70-200/2.8L(小白); 40D + 24-105/4L; 5D MarkII + 24-70/2.8L, 总的来说还是很主流的。

坏天气加上单调的沙滩和不是美女的美女, 银滩是枯燥的。没有呆上多久我们就坐公交返回了港口, 准备等着上船了。游客一般坐的是快船, 象一个大游艇, 能坐 300 人左右。快船分为三层, 上面是 VIP 舱 180/人, 下面两层是普通舱 120/人。个人觉得 120 就不错了, 钱还是要省着花。快船只需要 1 个小时就能上岛, 慢船据说要 3 个小时, 而且可以带汽车上岛。快船是不能随便到甲板上走动和拍照的, 只能老老实实的坐在位子上看着窗外的海浪和电视。快船前面部分噪音小但是颠簸较大, 后面部门比较平稳但是发动机声音很大, 所以买票的时候因人而异。

一个小时后我们到了涠洲岛, 下了船走到码头的出口, 一个当地妇女拿着牌子来接我们了。她就是戴姐, 我们这几天的司机, 一个差强人意的司机。(需要补充一下, 岛上最痛苦的就是交通: 景点之间分散, 没有公交车, 步行又太远, 叫汽车 20 块钱一趟, 火三轮 15 块钱一趟) 岛上的汽车清一色的广西五菱, 戴姐也很热情, 一边开车一边和我们介绍岛上的情况。涠洲岛上岛需要买门票, 价格 90 元。然后岛上所有的景点都不需要再次购买门票, 这点很让人

欣慰。很快就到了我们预定住的地方石螺口渔家乐，网上都说还不错的地方，老板的女儿姓刘，一个有点腼腆的女孩。我们要了两个标准间，60块钱一晚，有独立的卫生间。虽然很简单，但是很干净，不过洗漱用品和毛巾都要自带。渔家乐靠海边非常近，在阳台上就能看到大海，老板还可以帮你加工买来的海鲜，是个值得推荐的地方。

的绝佳场所。这个季节几乎看不到日出，于是我们选择了坐在阳台就能看日落的石螺口。

安顿好以后，叫戴姐开车带我们到南湾吃饭，结果她把我们拉到了一个孤零零的海鲜大排挡。我们一看价格没有想象中的便宜，于是随便点了几个菜，味道也不怎么好。等我们吃完出来沿着沿海公路再往前走了几百米，发现那里才是吃饭集中和海鲜市场聚集

了解了行情后，我们坐车返回了石螺口渔家乐，略作休息就拿着家伙到了海边。此时天气略有好转，但仍然是多云的情形。这里的海滩砂质也算细腻，海水十分清澈，沙滩边上随处可见各种冲上岸的珊瑚和贝壳，其中不乏精品。有兴趣的人可以拾一些回家放在鱼缸里面，相当不错。

我们三个人沿着沙滩一边拍照一边向前



涠洲岛推荐住宿的地方有4个：石螺口、滴水丹屏、南湾、芝麻滩。石螺口号称看夕阳最好的位置，海边停满了渔船，沙滩烧烤和潜水都在那里。滴水丹萍，如名字一样的美丽，层层火山岩结合翠绿的藤蔓非常迷人，那里也可以看夕阳。南湾，涠洲岛的中心集镇，购买海鲜、土特产、吃饭最集中的地方，生活方便但是离每个景点都远。芝麻滩，火山岩星星点点、层层叠叠的海岸，是看日出

的地方。虽然并没有被怎么宰，但是心里还是不太爽，所以我说戴姐是差强人意。市场上稀奇古怪的海鲜很多，都是渔民刚刚打上来的新鲜货。网上很多人推荐买了以后回去让渔家乐加工，但是我们问了问海鲜大排挡的价格相差却不大，一顿饭可能有30元左右的差价。褚同学发挥业内人士的专长，一圈下来哪家便宜哪家贵就清清楚楚了，我们也选定了一家大排挡做我们晚上的食堂。

走，石螺口的沙滩上有诱人的海鲜烧烤、椰子汁卖。过了景点，沙滩就属于我们三个人专有，一不留神我们居然走到了滴水丹屏。路上还有一个小插曲，我们走得又累又饿的时候，发现沙滩上立着一个仿旧上海风格的小广告，是卖叫化鸡的，一时激动大家记下了电话。（后来引出一段叫化鸡奇缘）

滴水丹屏是一个宁静而美丽的地方，有清澈的海水、洁白的沙滩、红褐色的层岩、

绿色如瀑布般的藤蔓。点点清泉从石缝中渗出，浸湿了红色的岩石，一滴一滴的落在沙滩上，故此得名滴水丹屏。三个人开始搞起了创作，拍得不亦乐乎，直到天色转黑才罢手。离开沙滩沿着岛上的小路，随着手机GPS的指引走到滴水村，打电话叫戴姐来接我们，晚餐开始。

前两天在德天和北海不是偏僻就是赶

统的祈祷仪式，祈求明天放晴。这个仪式是我们百试不爽的秘技，几乎每次旅游遇上不好的天气，在仪式后都会转变。在对明天阳光的期盼中我们进入梦乡。

第四天：涠洲岛一日游

这是到涠洲岛的第二天，一早醒来，居然看见阳光明媚！我们的仪式又一次灵验了，

重要也是开发的最好的景点。我们的包车只能开到公园入口，还需要走不到2公里才能真正到景点。公园提供电瓶车接送，收费十元。对于这种强行收费的行为我们是非常抵制的，加之早上天气舒适，路上景色不错，我们步行进入了景点。

火山口公园绿树掩映郁郁葱葱，山顶还有一个白色的灯塔十分漂亮。在山顶靠海边



路太晚，有钱都买不到好吃的，今天终于到了报仇雪恨的日子。来到中午选定的大排档，我们点了一条石斑鱼、两只大膏蟹、九只二十多厘米长的皮皮虾，还有一个回锅肉。晚餐如此丰盛让我们有如置身天堂，大排档的老板夫妇人手艺不错，人也很好。吃完饭后决定第二天到这家继续腐败。

回到渔家乐，老板一家人已经回房休息了，没有和他们聊上。我们到门外进行了传

心头一阵狂喜，但是又有点后悔：这么好的天气是不是能看到日出呢？升起的太阳是不能被塞回去的，只有明天早起看看有没有日出的可能。（后来证实，这个季节几乎是看不到日出的，五六月以后才有希望）

出门一看，琪琪比我起的还早，已经到海边搞了创作回来吃早饭了。

今天包了戴姐一天的车，价格是100元。我们去的第一站是火山口公园，涠洲岛上最

的位置有一个水吧，可以俯瞰大海，视野十分开阔。可惜海上有些薄雾，影响了视线。

沿着山路下到海边，来到了火山口公园的核心——火山熔岩遗迹。红褐色的火山岩顺着山势延伸到大海，仿佛能够看到当年炙热的岩浆在流淌。火山岩浆冷却后形成了各式各样的造型和地貌，让人惊叹大自然的鬼斧神工。这又是专属于我们三个人的景点，我们一边拍照一边欣赏，直到2个多小时后

才陆陆续续有游客到达。我们沿着铺在火山岩上的木梯往前走，到尽头看到一个警示牌：前方危险，游客止步。我在出发的资料收集中看到一张火山岩的照片，圆圆的象一个大盘，里面有一汪清水。到现在为止，那张照片上的景色我们还没有看到，难道就在前方？我们知道前面的路应该很不好走，但是应该可以穿越到滴水丹屏。于是我们没有顾及警告，走过一段危崖继续前行。

刚一转角，一眼就看到了我们要找的东西，大家喜不自禁，这里景色堪称火山公园的精华所在。无限风光在险峰，古人诚不欺我。我们在此大肆的拍照，岩石、海浪、清潭，真是丰富多彩呀。比起三亚那种单调的沙滩，涠洲岛的地貌则给了我们太多的惊喜和变化。拍完照片，坐在海边的岩石上吃了简单的午餐（饼干），我们开始了穿越。远远的看到滴水丹屏的红色岩石在天的尽头，横在我们中间的是高低起伏、犬牙交错的火山岩石。这里没有路，我们上窜下跳迂回曲折的在岩石中穿行，真称得上是爬山涉水，历经艰险，终于又回到了滴水丹屏。

此时正值中午，阳光晒的海水有些微热，



我们都拖鞋赤脚淌起了海水。由于穿越体力消耗巨大，沙滩和海水虽然能够消除脚上的疲劳，但是不能医治胃里的空虚。这时我们想起了昨天看到的叫化鸡的广告，这里距离滴水村不远，应该是个加餐的好主意。我们拨打了记下的电话，对方让我们走到广告牌边给他联系。我们算了算距离，告诉他10多分钟后到达。挂了电话以后，我们停停走走，发现这里海边真的非常漂亮。于是又开始拍照，不知不觉花了40多分钟才磨蹭到广告牌附近。

我们远远的看到广告牌下面蹲着一个人，心想不会是对方专门来等我们吧？这么大的太阳，他也太耿直了。走近一招呼，还真是等我们的，晕！来人是个40多岁的中年男人，带着我们穿过芭蕉林，在荒草丛生的地上找出一条似有似无的小路。最后，我们来到了一个看守芭蕉的塑料棚，还真有点叫化的意思。我们和耿直中年男谈好一只叫化鸡50元后，他就开始忙活开了。先抓一只放养的土鸡，然后砍下几片新鲜的芭蕉叶，和上红泥，准备柴火。一切都是那么的原生

态、那么的纯天然。整个烤鸡的过程堪称经典，我们还没有吃到鸡肉，已经觉得不虚此行。最后叫化鸡出炉，拍碎外层的焦土，鸡肉的芳香扑鼻而来。整只鸡汁多肉嫩，无比鲜美，三个人直接用手撕，吃得不亦乐乎。中年男人看我们吃的那么香，也一直开心的微笑。风卷残云地吃完叫化鸡，他还把我们送上了正路，帮我们给戴姐打电话指明接我



们的位置。他真正让我感到了岛上民风的纯朴，可惜后来没有机会再去吃他的杰作。

随后，戴姐送我们去了教堂和芝麻滩。岛上的教堂极有气势，采用了当地的珊瑚石修成，框架非常漂亮。可惜教堂细节上比较粗糙，我们只能拍些常规的照片。

芝麻滩是看日出的最佳场所，因为海滩上的岩石上铺满了密密麻麻白色的小螺，仿佛洒满了芝麻而得名。这里怪石嶙峋，层层

的海浪拍在岩石上溅起朵朵水浪。其中有一片岩石被海水淹没了二三十厘米，平平地直伸到海洋深处，人可以跟着它一直走近大海，十分有趣。

从芝麻滩出来，我们又赶回了石螺口准备拍日落。功夫不负有心人，我们终于在岛上看到了一次的日落美景。夕阳的余辉把整个大海都染成了金色，映衬着渔船的剪影，



构成了一幅完美的画卷。美中不足的是天上几乎没有一丝云彩，看不到火红的彩霞。对比第一天的阴沉，这已经足够我们开心了。

日落后，我们又来到了昨天的大排档，继续石斑鱼、大膏蟹。今天我们在老板娘的推荐下点了一个海参炖鸡，真是大补。今天老板娘的女儿也在店里帮忙，个子高挑，也算得是本土美女。看看老板娘矮矮的身高，不禁感叹基因突变的神奇。

第五天：涠洲岛，我是渔民

今天琪琪 5、6 点钟就起床看天气，但是浓雾重重，看日出无望。前两天进度安排得太满，今天决定休闲腐败一下。睡了一个小懒觉，吃过早餐开始在海边闲逛。褚同学找了一个有渔船的渔民，约好中午出海打渔。我发现石螺口旁边的高崖上是一个拍照的好地方，带着琪琪上去一试果然角度独特。



到了 11 点过，我们如约来到海边。该渔民长得极像一个香港的二线老演员，擅长饰黑帮老大，这个也是选他的原因。后来证实，有卖相不见得有真功夫呀，我们送他别号“一网没”。出海打渔是一种别样的体验，看着他下锚、布网、赶虾、收网，终于了解了网鱼的整个过程。虽然最后收获欠佳，但是我们醉翁之意不在酒，也没有太在意。

打渔归来已经是下午，明天就要离开涠

洲岛了，所以又跑到南湾市场上买了很多土特产，准备做为带回成都的礼物。市场的人都很纯朴，没有漫天要价，对比三亚很多东西便宜得惊人。我给龙儿买了很多漂亮的海螺和海星，小东西一定很喜欢。

傍晚，我们请渔家乐的老板帮我们把石斑鱼、膏蟹、皮皮虾加工了一下，每个菜6块钱。老板的手艺还相当不错，味道比大排档



差不了多少。我们坐在渔家乐楼前草地的树下，在夕阳的映衬下吃着海鲜，别提多惬意了。

早早地吃了晚饭，我们又跑到海边拍摄日落。我独自一人跑到上午发现的高崖之上，希望拍点和昨天不同的日落照片。今天天空有了一丝丝云彩，给日落笼罩了一层轻纱，别有一番风味。

日落之后我们坐在海边听着海浪吹着海风不愿离去。天色完全黑下来，已经无法拍

照了。这时我们突然来了兴致用手电筒在照片上面作画。经过反复尝试，最终我们都用手电在夜色中写下了心里话。相信回去后，这样特别的照片一定会给家属们带来惊喜。

第六天：返程

第六天要离开涠洲岛了，琪琪还是5、6点就起来看天气，结果今天不仅起雾，似乎还有下雨的迹象。日出是彻底无缘了，不过



我们暗自庆幸上岛以后遇到的好天气。

早早的收拾好以后，我们坐戴姐的车到了码头准备返回北海。船票是昨天托渔家乐老板订好的，这些事情还是早定为妙。岛上几日，三个男人完全没有艳遇，正在感叹命苦的时候，发现上岛的船上下来一个长腿美女。于是大家更感叹造化弄人，居然在我们要离开的时候送上这样一个美女上岛！

船到北海后我们打车到客运中心先把行

李放下，然后步行往老街走去。老街是指北海的中山路和珠海路，特别是后者有大量的老欧式建筑，十分有特色。此时中午，路上的小学生都已经午休。我们正走在路上，突然路边的小楼上扔下一个东西吓我们一跳。我们抬头什么也没有看到，于是一边抱怨一边准备继续前行。结果楼上传了一个小学生稚嫩的声音：“你们是游客吗？”我们愣，不



知道怎么回答。楼上继续说到：“祝你们一路顺风！”我们又一阵感慨，挥手向身后致意。

一边走路一边用手机在Google上查询，发现有家鸿运鸡饭离老街很近，于是准备过去午饭。到了后发现店面还不小，鸡饭和白切鸡都很好吃，终于了了我一个北海的心愿。吃完饭后，穿过一条小巷就来到了老街。这是一条步行街，建筑果然很有特色。可惜这条街太长，走了几十米后就觉得后面的建筑

大同小异，于是看起了路边悬挂的照片。那是上次比基尼小姐在老街选美留下的美好瞬间。快走到老街尽头的时候，居然看到有个摄制组在拍摄电视剧。当时正在拍一个男演员，我们看着眼熟，应该是个二线的警察专业户。看着一个镜头他们在反复拍摄，感叹当演员也挺不容易。

出了老街我们又累又渴，找了半天凉茶未遂，于是返回了车站坐上了前往南宁的大巴。3个小时后，我们到达了南宁江南汽车站。褚同学凭着敏锐的嗅觉，带着我们在车站旁找到一家李记肚包鸡，看来这几天我们是和海鲜和鸡赶上了。不过这个肚包鸡的味道还真不错，这又勾起了褚同学百鸡宴的人生大计。吃饭出来发现居然下起了雨，于是打车早早到了机场，结束了六天的美好行程。



日本之行

文/陈坤鹏（绿盟科技 北京总部）

前言：

2010年5月19日，我和老顾踏上了回北京的旅程，这是我自2009年加入国际拓展部以来第六次来日本了。一路上我和老顾一直在聊日本市场拓展的事，聊市场策略，聊日本分公司成立，聊产品本地化，聊日本文化……

回首这两年的旅程，感触颇多。



我记得第一次来日本是在2009年5月，也是来参加日本最大的信息安全展会——东京信息安全展（IST: Information Security Expo in Tokyo）。而今年已经是我们第三年参展了。每年我们都有新的变化：第一年的时候我们连像样的英文材料都没有，产品也没有完成英文化，展台非常简单，那一年我们是在观察别人；第二年，我们有了英文和日本版的彩页，有了英文化的产品，也惊喜

的发现有很多观展者开始留意我们这个来自中国的安全公司了，这其中包括日本最大的电信运营商 NTT，这一年我们在寻找机会；今年，我们有了精心设计的展台，有了合作伙伴帮我们助威，不少观展者也特意过来和我们沟通，这其中包括我们之前接触过的客户，还有希望跟我们合作的集成商。今年我们的市场策略更加明确，日本市场拓展之路



开始进入快速道。

为什么选择日本市场？

不少同事问过我，为什么要选择日本做为国际市场突破的第一步呢？众所周知日本是亚洲乃至全球经济最发达的国家之一，在日本市场上竞争的都是世界上的精英厂商，他们每一个都有着深厚的技术背景，丰富的财力和人力资源。同时，日本的客户对产品

的挑剔程度也是世界闻名的，他们无法容忍产品上的任何瑕疵。在这样一个市场上拼能有戏吗？

没错，日本的确是个充满挑战的市场，但我们依然选择日本做为国际市场的第一个突破口，主要有三个原因：

1. 日本拥有亚洲最大的信息安全市场

日本 07 年的信息安全市场容量为



6847 亿日元（约合 74 亿美元），（数据来源：JNSA: Japan Network Security Association 和 IDC）。日本国土面积是中国的 1/25，人口是中国的 1/10。但是，日本的信息安全市场容量却是中国的 1.5 倍。

2. 日本客户对产品化要求特别高

日本人也许是这个世界上最挑剔的客户，他们对商品的挑剔几乎到了无法理解的地步。但如果我们征服了这样的客户，在国际上，

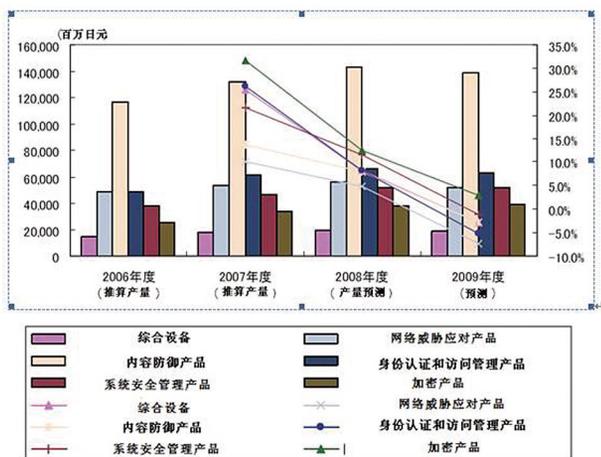


图 1 日本安全市场规模-安全产品

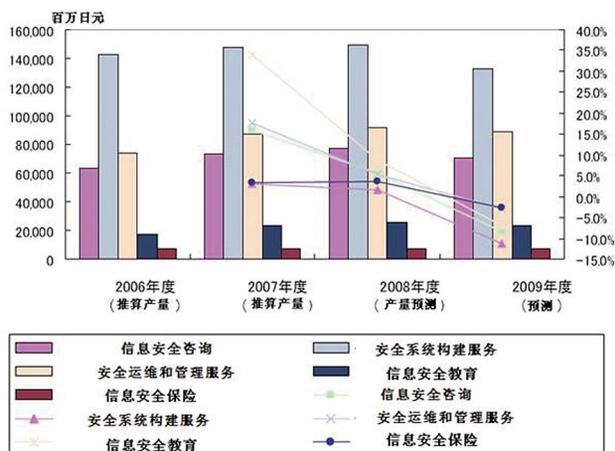


图 2 日本安全市场规模-安全服务

图：日本信息安全市场容量图，这是个重视服务的国家

其他国家还担心什么呢？

3. 在这个市场上我们有最优秀的对手

看一个公司有没有将来，要看它的对手是谁。在这个市场上我们将以一个国外厂商的身份，站在同样的起跑线上与 Cisco、McAfee、Juniper 这样的国际一流厂商一决高下，战胜他们就是在征服世界。

我们以国际一流安全厂商为对手，以世界上最挑剔的客户作为目标市场，目的就是要在这样苛刻的环境下“磨练”自己，以国际一流的产品标准、服务标准、运营标准不断提升自身能力，要让绿盟不

仅仅做国内信息安全领域的领头羊，更要在全球信息安全市场上能称霸一方。

中日文化差异：

为什么要谈文化？因为需求来自于不同文化。

只有充分理解了客户的思维习惯，我们才能充分理解产品的真实需求。举个简单的例子：在国内我们宣传 NIPS 的时候会重点提到 IM 访问控制功能，而同样的宣传资料拿到日本后，日本人认为这个功能不应该作为重点来宣传。为什么？因为日本人在工作时不容许

使用 IM 软件，日本人会自觉遵守这个规定，所以在日本没有 IM 访问控制的需求。

这就是文化差异。

日本文化非常有个性，有很多可取的地方也有不少不可取的地方。从市场拓展的角度来看，我认为我们应该关注他们的以下几个特点：守规矩、诚信、细致、有礼貌、崇尚强者蔑视弱者。



日本的大街上很干净

街上我从没看到过类似“请不要随地乱扔垃圾”这样的警示，我问过日本的同事，他说这是规矩，是必须要遵守的，不需要再警示。再例如：当一家美国公司的几个高级董事登上一架飞机时，局外人都得花点儿时间才能判断他们当中谁是大老板。但是，当一家日本商社的几个董事上飞机时，谁是大头儿，总是一目了然。那位坐在靠窗户的位置上，公文包由别



每个超市都能买到的便携式烟灰缸

说，你就去大街上去找假货吧，如果找到了你就赚了，绝对能找商家索赔 10 倍甚至更高额度的赔偿。

细致:

大家应该都还记得公司十周年的时候给每个员工发过一个钥匙扣吧？这个东西在今年展会的时候也被用来做给日本客户的小礼



日本版钥匙扣带有说明书

守规矩:

日本是个岛国，历史上他们文化单一，具有很强的群体性，严格遵守等级制度和各守本位思想，习惯于服从命令，习惯于遵守规矩。例如：在日本大街上基本没有垃圾箱，只有自动售货机，小超市或小餐馆有。日本街道很干净，没有人会到处乱扔垃圾，每个人都会把垃圾带回家处理，连烟灰、烟头也是，随身携带的烟灰缸每个小超市里都有卖。但在大

人拎着，并且只在同僚们向他鞠躬致意后才还礼作答的人，就是老大了。

诚信:

日本人从小就被灌输要诚信，诚信不管在日本的什么地方都会是评价一个人最重要的标准。在日本，他们对销售假货的惩罚力度非常强硬，违者将受到严厉处罚，判处 5 年以下拘役或 500 万日元以下罚金。以至于曾在日本工作过的秀慧开玩笑对我

物。但是就是这么一个简单东西，我们日本的同事还是认为不合格，他们认为没有说明书客户拿到后可能不会用，这样会给客户带来麻烦。没办法，我们只好每个钥匙扣再印刷一份使用说明卡。“不给别人找麻烦”是日本人最基本的行为规范。

有礼貌:

鞠躬、鞠躬、再鞠躬，每次跟日本客户

在电车站告
别的时候都
得反复鞠躬。
去了这么多
次日本，从
未在大街上
看见有人争
吵，大街上
不小心和别
人撞了一下，

■ おじぎの仕方・種類

	<p>会釈</p> <ul style="list-style-type: none"> • 上体を腰から15度くらい前へ傾ける • 視線は3mくらい先に • 朝夕の挨拶、通商等での軽いおじぎ、お客様をお迎えするときの礼
	<p>敬礼</p> <ul style="list-style-type: none"> • 上体を腰から30度くらい前へ傾ける • 視線は2mくらい先に • お客様をお迎えするときにする礼
	<p>最敬礼</p> <ul style="list-style-type: none"> • 上体を腰から45度くらい前へ傾ける • 視線は1mくらい先に • お礼を言うとき、謝罪するとき、お客様をお送りするときなどにする礼



点都有一个
前提，那就
是：对方必
须是强者（或
是在某个方
面能被日本
人看得起
的人）。否则
以上几个优
点就可能不存

先给对方鞠个躬、道声歉，一切都显得很和谐。上下班高峰期电车上人非常多，但是几乎没人说话，远没有北京地铁热闹，给残疾人准备的座位总是空着的。但有意思的是大多情况下他们不会给老人让座（除非真站不稳了），这并不是因为他们不想让，而是如果让座的话很有可能会让老人觉得被人嫌弃，被人瞧不起了，这在日本是很难接受的。

不过这点有时候也挺麻烦：因为他们很礼貌，所以日本人不善于直接表达自己的意图，说话的时候总是会绕来绕去，需要对方面反复揣摩。每次跟日本人开会他们总是笑眯眯的，不停地说“好好好”、“是的是的”“原来是这样啊”“真的很不错”，但心里怎么想就很难说了。

崇尚强者蔑视弱者：

之所以把这条放到最后，是因为这条最为重要。前面提到的四

在，或者仅仅只是表面态度。

对于日本人对强者和弱者的态度，最有意思的例子是日本小偷很少（电车痴汉除外），但是抢劫杀人和校园暴力事件比较多。也就是说如果你是强者，无乱你怎么欺负了弱者，在大家看来都是正常的。而如果你是个弱者的话，哪怕你天天被人欺负，也没人会同情你。

日本崇尚武士道精神，非常注重名誉，如果活着但败坏了名誉，他们宁可选择自杀。在日本人看来人死后生前的罪孽也都跟人一起死了，而且自杀被认为是英勇的行为，因此只有自杀才能保全自己的名誉。据统计，因为金融危机影响，去年4月日本平均一天的自杀人数是100人，过去12年中，日本每年自杀人数超过3万人。这点日本人与中国人观念很不一样，中国人认为如果做了错事，就应该想着怎么弥补，应该在哪跌倒就在哪爬起来，这才是英雄所为。



图：日本连续 12 年平均自杀人数超 3 万

我们能做什么？

说了那么多日本文化，我们并不是要去赞美或者批评日本文化，而是要以此为参考，找到更准确的方法去拓展日本市场。接下来我们就对应上面提到的几个特点来看看我们在做市场拓展的时候遇到的具体问题。

守规矩：

日本每一个行业都拥有非常完善的产业链，产业链中的每一个角色都有明确的分工。正因为他们守规矩的特性，每个角色之间的依赖关系非常紧密。我们的产品在到达最终用户手中之前往往会经过三个以上的中间渠道。这跟我们在国内习惯的直销方式有很大的

差别，在日本我们不仅仅需要关注最终用户的产品需求，更要关注中间环节的价值需求。这些中间环节，例如代理店、集成商等，他们为了在激烈的市场竞争环境下生存，互相之间有很多不成文的行业规矩。曾经有个日本的集成商跟我说，按照他们的规矩，所有厂商公布的补丁包他们都不会直接给最终用户，他们会把所有的补丁包单独做功能和稳定性测试，然后再挑选一段时期内最稳定的补丁包给最终客户安装。他特意提醒我，关于他们提出的几个产品需求，千万不要着急给他们升级补丁，一定要在自己反复测试验证过后，确认稳定了然后再附上详细的 ReleaseNotes 给他们，否则会浪费他们的时间。

诚信：

日本人能很快接受外国的新东西，但不太容易接受外国人。在初次接触的时候他们会很礼貌、很谦虚、说话也非常保守，同时他们会悄悄的从各个方面考察对方是否是值得信任。我们给日本客户的彩页，白皮书等资料他们都会在会后仔细研究，会登录到公司的英文和日文网站上仔细核对，如果前期沟通还比较顺利的话，他们还会小心翼翼的请我们把产品拿给他们测试。测试过程基本都是对着手册和 Datasheet 这样的材料对应着操作产品，这点和国内有很大差别，国内客户在测试产品的时候大多只关注是否满足实际需求，和是否有“闪光点”。而日本的客户还会关注产品的每一个细节是否和厂商的描述一致。如果有不一致的地方，哪怕是一个他们根本用不上的功能，他们也一定会提出质疑。

细致:

我们在跟一个日本三大集成商之一的公司做技术交流的时候，他们的工程师曾告诉过我，他们在产品选型前会做非常严格的产品测试，所有产品文档中标识出来的功能点他们都会测到，比如：设备前面板的 LED 灯在不同的状态下的显示是否跟手册说明中一致，产品实际最多能建立的 VLAN 数是否跟手册一致等等。在日本人看来对于产品的描述没有什么“大概”、“或许”、“都可以”这样的字眼，手册上说产品能建立 1000 个 Vlan 那就是 1000 个，少一个不行，多一个也不行。他们曾带我参观过他们的测试实验室，这个实验室拥有至少满满 100 个标准机架的网络和测试设备，他们会想尽一切办法模拟出所有可能的网络环境来验证产品的各项功能和性能。他们的测试小组也分成很多不同的科目，有测试硬件的，有测试网路部署的，还有测试安全防护的，往往一个产品测试下来需要很长的时间。他们说之所以会花那么多的时间和成本去做这种事，是因为他们不敢把不合格、不可信的产品交给他们的客户，他们需要在客户面前建立一个值得信赖的形象，只有这样他们才能生存。

有礼貌:

日本人在商务礼节上的规矩很多，通过这几次出差的亲身体会我也了解了不少，例如：1. 商务场合必须西装革履，再热也得打领带；2. 上电梯的时候小字辈的一定要主动按电梯，要护着门让客户和前辈们先进去，如果有客户在电梯里，员工必须等下一趟，如果我是拜访者，进电梯后要在鞠躬时马上按关门键，否则大家会一直保持鞠躬状态，

时间长了很尴尬；3. 递名片的时候小字辈要在对方名片底下递过去，拿到对方名片后不能马上放在口袋里，更不能放在腰部以下的口袋；4. 每一次拜访客户后，都要在当天及时发送感谢邮件，感谢他们的接待和给我们交流的机会；5. 开会的时候不能看手机，更不能接电话发短信，甚至连手机都不能摆在桌上；6. 每次开会前要把材料准备充分，我们拜访的客户中开会使用投影的并不多，大多情况我们都是把 PPT 打印出来，然后人手一份，照着打印材料讲，也方便他们记录和事后回顾……

还有好多，就不一一列举了，我们部门常去日本出差的同事都经过了老顾的“上岗培训”，基本都能做到。但如果客户来北京总部参观呢？公司的其他员工是否也能做到？当然即便做不到客户也不会因

名片交換の基本



图：名片交换的礼节

此抱怨什么，毕竟是在中国的环境下。但是如果做到了，他们就会对我们刮目相看，会觉得让他们骄傲的良好礼仪，其实绿盟人也能做到，而且不比他们差。另外，如果以这种良好的礼仪去面对其他市场，也必然会得到对方的尊敬。

崇尚强者蔑视弱者：

光礼仪做到了让他们钦佩还远远不够，作为一个安全厂商我们必须做到在技术能力上、产品质量上、服务水平上让日本客户钦佩。日本崇尚强者，要征服日本市场只能做市场上的强者。

日本客户在谈论安全的时候总是乐于讨论很多的国际标准以及国际大厂商的产品优点，而且眼神中总是流露出无限向往的神情，在考虑自身的安全策略的时候也会习惯性的以这些为依据。记得有一次跟日本公司讨论 DDoS 攻击的时候，对方总是在跟我们提思科的防护多么的有效，性能有多么的高，对咱们的 ADS 不屑一顾。后来我们特意安排了一下，给他们重点讲了一下我们在中国市场上是如何打败思科，如何占据市场绝对实力的故事。并拿 ADS 设备搭建了一个 Demo 环境，让他亲身体会了一下 ADS 是如何灵活部署的，如何做到攻击防护的。介绍完后他们的态度立刻有了转变，开始像个小学生一样不停地问 ADS 的技术细节。而现在，这个公司已经成了我们的一个合作伙伴。

跟国内不一样，纯粹的靠商务关系或者低价策略也能获得不少市场。在日本谈商务关系和低价策略之前必须有个前提：公司和产品的硬实力一定要足够强。

除此之外，我们很庆幸，中国最近几年的迅速发展给了我们一个良好的机遇。奥运会成功举办，中国 GDP 超过了日本，中国在哥本哈根和美国叫板，这些都让日本对中国的印象有了很大的转变。现在，在我们的身后是一个技术实力强大的绿盟，在绿盟身后是一个国力强大的中国，这就是我们信心的源泉。

结束：

我们做国际市场已经两年多了，无论是在渠道建设上，还是在产品的成熟度上，我们每天都有新的进步。就在我写这篇文章的同时，我们部门的老顾和秀慧又已经到了日本，他们要在短短几天内拜访多个客户，要参加展会，要去和合作伙伴沟通技术细节，争取更多的机会。

但拓展国际市场绝对不是我们这一个部门的事，而是整个公司的事，要做国际化的企业就必须要把国际化的思想深入到每个员工的脑子里，深入到公司的骨髓里。从一个 20 多人的小公司发展到大陆区域首屈一指的信息安全公司，再发展到覆盖全球的国际化信息安全企业，这是个进化的过程。既然是进化，我们就必须要有敢于“突变”的勇气以及敢于“淘汰”的魄力，在技术上、产品化上、内部运营上要敢于创新，对于过时的工作方法、不适应国际市场的产品化要求要有勇于淘汰。

5 月份的日本之行已经结束，但国际化的道路才刚刚开始。无论道路有多艰辛，无论要面对多少痛苦，我们都将一直前行，因为我们都相信绿盟一定行！
(部分图片来自网络)

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越

——记“照料服务”留下的岁月之痕

文/卢梁 李钠（绿盟科技 北京总部）

在公司的月例会上，绿盟科技一款全新模式的服务产品——“绿盟网站监测服务”（小名“照料服务”）聚焦了所有绿盟人的目光，也牵动了每一位绿盟人的心，而我作为此项服务其中一名参与者，也是互联网组发展至今的一个有力见证者，倍感殊荣。

从服务的概念设计、研发、体系建立到上市，一路走来的酸与甜，苦与辣也许是我们此生都无法忘怀的，他就如同我们自己的孩子，一个亲生的孩子，我们看着他每一步的成长，给予他无尽的呵护。当然，他也同样不负众望，他凝结着不单单是我们全体互联网组的呕心沥血，更凝聚了我们所有绿盟人“专供术业，成有所托”的伟大精神。这一刻，我为他骄傲，我为他自豪。

众里寻她千百度，那人却在灯火阑珊处

记得这几年来，随着咱公司业务的发展，一些新的商业模式的提出，互联网组也便因此应运而生。随后整个互联网团队在小海、钠钠，以及老孙的带领下，以互联网安全为基础，不断探索新的模式并付诸实践。随后，本着“摸着石头过河”的思想，以现有服务为依托，积极探寻更新，更深，更广的模式。而后“照料服务”诞生了，它源自 Security as a service（安全即服务）的纯正血统。



在公司积极推进 SaaS 模式进程中，将现有的目标受众进行了更细粒度的划分，7×24 小时的照料服务使得我们的服务更加贴近传统大客户对网站安全监测的使用需求，让我们真正做到了想用户之所想，急用户之所急。真正把提高用户满意度作为生产变革的第一驱动力。

衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴

网站监测服务与传统产品的研发系统不同，该服务成功的关键包含两个部分，一个是网站监测服务的底层核心平台；另外一个成功的重点就是在于人员 Team，如平台研发 Team，对网站安全攻防技术进行研究并在监测平台中进行实现；平台运维 Team，对整个平台的稳定运营进行支撑；人员 Team 中特别值得强调的 7×24 小时的服务支持团队，他们用坚不可摧的团队精神诠释了什么叫“耐力”，什么叫“辛苦”，一旦发现客户的安全问题后，服务支持团队会在第一时间对问题进行确认并通知客户。

宜将剩勇追穷寇，不可沽名学霸王

正如我们所看到的，照料服务一经推出就已经有一些用户与我们签订了正式的服务合同，网站安全监测服务品牌攻坚战也正式打响了。反观我们的服务，我们的优势在哪里，我们的特色在哪里，我

们战壕里的兄弟们连日连夜苦战为的又是什么，其实就是五个字：客户满意度。

照料服务总的说来，分为五大功能：网站漏洞扫描，网页挂马监测，网页篡改监测，敏感关键字监测，网站平稳度监测。

网站漏洞扫描，为我们的用户再现出自己的漏洞，并提供一整套解决方案来弥补漏洞以防不法之徒利用漏洞大做文章，将问题消除在萌芽状态。

网页挂马监测，网页篡改监测让我们的用户第一时间获得自己网站的安全状况，让网马无可趁之机，让我们的用户高枕无忧。

敏感关键字监测，帮助用户重建网络道德新秩序，让不健康的内容彻底远离用户，让用户的网站信誉更上一层楼。

网站平稳度监测，为用户监测其网站运营效率，避免网站访问延迟过大或中断照成业务的影响。

当然，我们的服务还远不止这些，随着用户的需求进一步提出，我们的服务质量也在进一步提高，为了不断提升的用户满意度，未来之路我们会更加奋进，更加努力，让客户真正感受到“巨人背后的专家”式的网站

照料服务，为其站点保驾护航。

路漫漫其修远兮，吾将上下而求索

7×24 小时照料服务，它凝结了太多的人的努力，凝结了太多人的期待。它代表了我们的绿盟同仁曾并肩齐心走过。“照料服务”仅是我们互联网新兴模式种的一种，展望未来，我们要走的路会更长更远，无论多艰难，无论多辛苦，我们都要不断的拓展、坚挺的走下去，这是一种执着，也是一份职责，更是一颗勇敢的心。

结束语

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。谨以此文献给日夜奋战在工作岗位的每一位绿盟同仁，你们辛苦了！

李钊 BLOG

今天是六月八日

今天是六月八日，是高考的第二天，也是我们第一个产品举行内部发布会的时间。

这次产品发布的小纪念品是我们产品的内部宣传海报。海报被卷起来，系上了红色的丝带，看起来就像电影里面大学毕业生拿

到的毕业证书。当发到我手上的时候，突然让我有一种时空的交错感，那一刹那仿佛又回到了学校。从某种意义上来说，这张海报更像是我们第一门课程成果。这也许就是为什么我会有那种交错的感觉吧~虽然现在团队内外还有很多地方需要狠下功夫去理顺，但终于我们推出了自己的第一个产品，迈出了我们的第一步。

我们的第一个产品是向客户提供 7×24 小时的针对网站的监控服务：一旦发现并确认客户网站出现了挂马、被篡改、无法正常访问等各类安全事件以后，我们会第一时间通知客户联系人，避免安全事件给客户带来更大的影响。虽然这样的一步离我们为互联网提供安全保障的目标还有很大的距离，但也只有这样一步步的脚印，才能让我们更快地达成我们的目标。



新的开始

—业务线（总部）迁入新址

文/项玉 摄影/王冠英（绿盟科技 北京总部）



性炭除味，并在搬入后立即配备了新的饮料柜等资源，在此表示感谢！

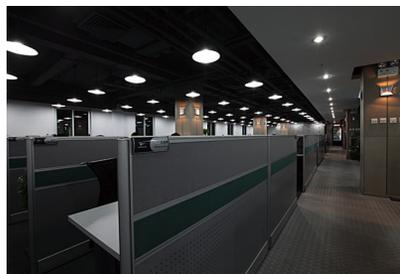
业务线现有人员 423 人，其中分支机构 367 人，总部 56 人，总部设立行业销售中心、渠道销售部、行业技术部、项目管理部、商务部、技术支持部、客户服务部等 7 个部门。新的办公环境，新的开始，业务线全体将更努力地做好销售管理与指导、商务支持及客户支持服务，为一线销售

业务线（总部）办公场地装修完毕，业务线总部近六十位同事于早春 3 月已全部迁入新办公场地，新址位于青岛商务区 D 座八层（上岛楼上）。新办公地点整体装修风格简洁大方，色调明快，富有现代感，并采用了开放式办公，既节省空间，又方便交流，为大家创造了一个舒适的办公环境。

此次办公楼搬迁时间紧，事项多，但在

每一位业务线同事的积极配合和共同努力下，体现了“按时、迅速、安全、有序”的作风和效率，大家利用下班时间打包，互相协助搬运办公设备，在一天内完成全部搬迁、整理，并迅速恢复到了正常工作状态，在我们的新家立即展开工作。这次搬家也得到了办公室的大力支持，为每位同事准备纸箱打包，专门请搬家公司帮忙，提供菠萝、绿植、活

与交付工作提供支持和保障，为不断提高客户满意度奋斗！



超越梦想!

文/刘继革 (绿盟科技 北京总部)

从 42.195 公里的马拉松到 100 公里的国际户外挑战赛, 每一次的挑战都是那么艰辛, 每一次的超越都是那么感动。只要有目标、只要有梦想、只要你敢想, 那就努力吧。在这里感谢绿盟科技给我再次飞翔的空间、感谢绿盟科技给我实现梦想的舞台, 感谢绿盟科技关心我的兄弟姐妹们。

十年磨一剑, 当绿盟产品在国际最具权威的测试机构连连获得测试大奖的时候, 这也标志着绿盟科技经过十年跨入国际化企业的行列。而我在绿盟九年, 在绿盟精神的鼓舞下也重返国际赛场。5月8日的国际户外 100 公里的挑战赛上, 在和严格挑选的 200 名世界、国内高手同场竞技的时候, 因赛道难度极大大多数人半途因伤、时间不够被收容。还有因山路复杂跑错路线, 甚至还有少跑了几公里山路的。最后只有 84 人在规定时间内跑完全程, 我总排名第 48 名顺利完成比赛。战胜今年公认的 100 公里魔鬼赛道。

我想人生的旅程犹如长跑一样, 你可以一直平平淡淡舒舒服服地跑完全程, 不会太累! 但是你只要坚持自己的价值观, 按照自己设定的节奏和路线去跑, 那么就要付出比别人更多。同时要知道必须一直努力, 个中滋味只有自己才能体会! 所以我像阿甘一样坚持着……这就是痛并快乐着。

那么阿甘是怎样的人呢?

他忠诚: 在越战中他独自脱离了危险的时候, 他仍然跑回丛林中去找他的战友。

他守信: 他答应了战友要共买一艘捕虾船, 但战友死了, 他却在旁人不可思议的眼神



中为他实现了遗愿，也为自己赢得了巨大的财富。

他执着：他一直在跑，他跑进了橄榄球队，跑进了大学，跑得了学位。在越战战场上，跑回了自己的性命，也跑回荣誉和友情。他一跑三年，穿越了整个美国，一直不停，他告诉你，他只是想跑，他用跑步丈量人生。

他友善：在他救回中尉的性命后，是阿

甘用友善唤回中尉对生命的信心，使他发现，即使没有双腿，人生依然可以充满生机。

阿甘的精神就是永远马不停蹄的向前奔跑！

你有目标吗？

你有梦想吗？

如果有，来绿盟吧！

希望我们都能像阿甘一样赢得荣誉、财

富和爱！

在这里还要感谢绿盟科技黄斌和胡靖，他俩在后半程一直陪伴并记录，和我一同完成挑战。还要感谢清华大学的曹振水教授、北京队的陈立新教练、TNF大中华队的魏彪，他们在技术、装备、营养等方面的指导和支持，使我能够成功完成这次艰苦挑战，实现梦想。



转岗培训之“练摊”

文/胡靖（绿盟科技 北京分公司）

为期一周的销售培训下来，值得去记忆和反思的内容实在太多太多，寥寥数字想把全部问题一一阐述明白实属不易，侧重谈谈自己对培训过程中练摊的个人感触。

3月8日国际妇女的节日，也是转岗培训的第一天，不知是凑巧还是天意，突如其来的大雪确实让我们这些转岗同志练摊销售培训增加了不少戏剧的成分。如果能用一种状态来表达自己的当时的心情，中间这张图就是最好的阐释。



按照分组的“雪地战士”们背负着小组的销售任务，按照既定的销售计划到达西直门，准备开始疯狂销售。可惜三个大老爷们儿对于摆地摊这事真不太熟悉，也放不下面子去推销自己手中的商品，而行人匆匆的路过，奇怪的眼神，都是在不断刺激着我们脆弱的脸皮。羞涩地开始！

城管大哥的到来，确实让我们心头一紧。怎么办？当把城管大哥当作客户来处理，也许好多问题也就能迎刃而解。

当局面打开后，剩下的就是不断的重复，有针对性面对客户去推销产品。

过程虽然艰辛，但是最后的成绩还是让大家欣慰的。圆满的完成了既定的销售任务，大家在此过程中感慨良多。

有人说做销售这一行多少是因为各种原因而“逼上梁山”或“半路出家”，出国未成、升学无门、下岗失业、不会专业技术、为生活所迫等等。但我不这么看，实际上，所有的人都是在做销售，所有的成功者都是优秀的销售员，因为他们都成功地把自已的价值“销售”了出去。既然我们选择了专业的销售职业，当然可能比那些非专业销售更善于把自己推销出去。销售，可能并没有直接创造价值，但是形形色色的商品和服务只有通过

销售，其价值才能被人们所认知，其价值才能得到体现。而我们摆地摊，面对过路的行人我们带来了什么价值呢？小组内部速度达成一致，迅速调整销售方式，更重要的是调整心态。我又不是周杰伦，我的面子不值钱。三个大老爷们也开始迅速打开局面，虽然事情总有意料之外，而这些意外也许正是生活中的惊喜。

练摊的过程虽然只是在一种比较低阶的销售形式，但是能让大家更明确地知道商场是一个“英雄不问出处”的江湖，大家都处在同一起跑线上，出身、背景、资历甚至家底此时都不能起决定作用，关键就看每个人的头脑、悟性和努力。很多很年轻的销售人员“一战成名”，在销售实战中证明了自己的实力和潜能，这不仅立即获得收益，更重要的是快速地为自已打开了职业道路上的成功之



门。做销售，可能会面临极大的挑战，作为回报，也会体验到极大的成就感。

世上最难的事莫过于让别人接受自己的思想，而做销售恰恰就是让客户接受自己的思想，让客户认同你的商品或服务比他手里的金钱更有价值，从而让他把很宝贵的金钱交给我们，以换取更宝贵的商品和服务。这样做的难度可想而知，而以此为职业，其难度恐怕更是超乎想象。然而，当我们成功的时候，我们会体验到别人体验不到的巨大的成就感。追求快乐，是很多人潜意识里的一个行为目标。大多数人都更愿意和快乐的人打交道，因为快乐是很具感染力的一种情绪，大家都愿意自己能被感染得也很快乐。销售是一个创造快乐并传递快乐的职业，慢慢开始喜爱这个职业，喜爱自己销售的产品，这样就会在销售中体验到快乐。用快乐和自信来感染客户，让客户接受自己，客户就会很自然地接受我推销的产品。

(部分图片来自网络)

绿盟科技综合信息概览

荣获 NSS Labs 高级别认证 绿盟科技入侵防御产品进入国际顶尖行列

近日，网络安全领导厂商—绿盟科技对外宣布，其入侵防御产品 (NSFOCUS IPS) 顺利通过 NSS Labs 的严格测试，荣获 NSS Labs Approved 认证，并且被 NSS Labs 认定为最高级别“Recommended”，由此，绿盟科技自主研发的 IPS 产品成为国内安全厂商中惟一获得该权威机构认证的产品。

在最终的测试报告中，NSS Labs 对绿盟科技的 IPS 产品做了如下评价：“NSFOCUS IPS 的管理非常简单，直观得让人惊讶，加载有效的预定义防护策略后，它能够被快速部署到企业网络之中。”、“基于 NSFOCUS IPS 行业领先的应用安全防护能力，卓越的千兆处理性能，以及杰出的总体拥有成本 (Total Cost of Ownership)，这款产品非常值得用户考虑。”能够获得 NSS Labs 的推荐，这意味着用户可以坚信 NSFOCUS IPS 在提供最大限度安全防护能力的同时，不会影响企业网络的正常使用。

旨在解决企业选择和管理 IPS 时所面临的问题，NSS Labs 测试报告提供的数据都源自公正、可实践的真实世界 (real-world) 测试过程，主要从安全有效性、处理性能、稳定性、以及易用性等方面，对 IPS 产品进行一系列近乎残酷的测试。

1. 安全有效性测试：基于业内最高品质的攻击样本库，采用数千个严格保密，且覆盖 2005 年至 2009 年的所有高危漏洞的攻击样本，以最严肃的态度评判 IPS 的安全有效性。

2. 性能测试：real-world 测试环境，由数十种网络真实流量混合而成，模拟最真实的用户应用场景，评估 IPS 加载所有检测规则之后，在各种极端环境下的处理性能。

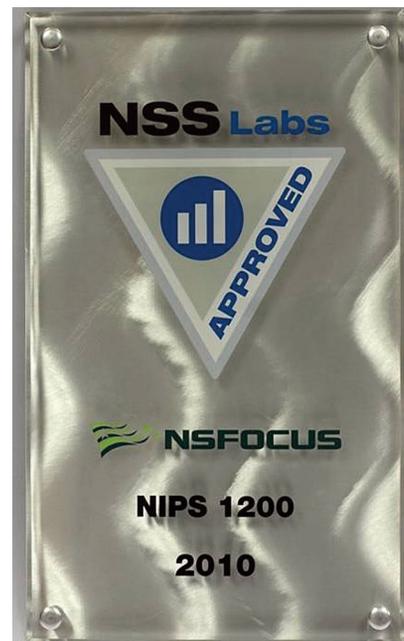
本次绿盟科技参与测试的 IPS 产品被 NSS Labs 最终认定为“推荐”级别。NSS Labs 对所有通过测试的 IPS 产品会给出三种不同级别的认定，分别是“推荐” (Recommended)、“中立” (Neutral) 和“谨慎” (Caution)。

自 2005 年发布以来，绿盟科技的入侵防御系统 (NSFOCUS IPS) 已持续多年占

据国内 IPS 市场领导者地位。随着公司整体国际化的进一步发展，其 IPS 产品将不断出现在世界舞台，这次 NSS 测试最高级别的认定，将有助于中国 IPS 第一品牌在全球范围内的推广，也是绿盟科技全面拓展国际市场的重要里程碑。

绿盟科技入侵防御产品 (NSFOCUS IPS) 大事记

1. 2010 年 3 月，绿盟科技的入侵



防御产品 (NSFOCUS IPS) 荣获 NSS Approved Award 认证, 并获得 NSS Labs 最高级别 Recommended 评价, 绿盟科技也成为首家在主流网络安全产品市场上, 获得国际权威机构认可的中国本土安全厂商。

2.2009 年 9 月, 绿盟科技的入侵防御产品 (NSFOCUS IPS) 产品获得由中国信息安全测评中心颁发的“国家信息安全测评信息技术产品安全测评证书 (EAL3 级)”, 绿盟科技成为国内首家, 也是目前唯一一家获得入侵防护类产品 EAL3 级证书的厂商。

3.2009 年 7 月, 绿盟科技荣获国际权威机构 Frost&Sullivan 颁发的“2009 年中国 IDS/IPS 市场增长战略领导者”奖 (2009 China Frost & Sullivan Growth Strategy Leadership Award in the IDS/IPS Network Security Market), 率先完成历史性突破, 成为国内首家获此殊荣的安全厂商。

4.2009 年 3 月, 绿盟科技的入侵防御产品 (NSFOCUS IPS) 跃居 IDC 定义的 2008 年中国入侵防御硬件市场排名次席。

5.2008 年 3 月, 绿盟科技的入侵防御产品 (NSFOCUS IPS) 继续占据 IDC 定

义的 2007 年中国入侵防御硬件市场领导者地位。

6.2007 年 3 月, 绿盟科技的入侵防御产品 (NSFOCUS IPS) 作为唯一的国内 IPS 品牌, 入选 IDC 定义的 2006 年中国入侵防御硬件市场领导者名录。

7.2005 年 9 月, 绿盟科技发布国内第一款入侵防护产品 (NSFOCUS IPS)。

关于 NSS Labs

NSS Labs (NSS Labs Security Certified.) 是全球最著名的独立安全研究和评测机构, 总部设在美国。NSS Labs 拥有一支顶尖的安全专家队伍, 为全球的企业和最终用户提供网络及安全有关的服务, 并帮助用户选择更适合自己的安全产品。1999 年, NSS Labs 公开发布全球首创的入侵检测 / 防护系统评测标准, 随着互联网威胁的不断变化历经多次更新, 该标准已经成为业界公认的 IPS “试金石”, 其 real-world 测试方案, 提供了业界唯一能够真正评估 IPS 抵御“真实世界”安全威胁能力的方法。

有关 NSS Labs 的详情请参见: <http://www.nsslabs.com/>

绿盟科技成功承办“2010 信息安全高级论坛”

5 月 12 日, 由中关村科技园区管理委员会 (以下简称中关村管委会)、中国计算机学会计算机安全专业委员会 (以下简称计算机安全专委会) 共同主办, 绿盟科技承办的“2010 信息安全高级论坛”在京召开。

本次会议以“中国信息安全企业的国际化”为主题, 吸引了来自公安部、工信部、中国科学院、中关村管委会、国内信息安全企业等单位的 100 多位代表参加。工信部软件与服务业司司长陈伟、中关村管委会副主任周云帆、绿盟科技总裁沈继业出席大会并致辞, 中科院信息安全国家重点实验室教授赵战生、翟起滨, 绿盟科技副总裁吴云坤以及其他安全企业的代表在会上做了精彩的演讲。论坛由计算机安全专委会常务副主任严明主持。

绿盟科技副总裁吴云坤做了主题为《从 RSA2010 看国际》的精彩演讲, 与现场嘉宾一同分享了绿盟科技海外市场开拓的经验, 并阐述了国际信息安全市场的发展趋势和机遇。对于业界热议的“云计算”安全威

胁与保护问题，吴云坤认为，“帮助建立用户的信心、消除用户的顾虑是云计算安全的重要目标”。为此，他向与会嘉宾列举了云计算安全所面临的七大安全风险，并给出了云计算安全的七点建议。

通过本次“2010 信息安全高级论坛”，信息安全主管部门领导、业界专家学者以及企业代表纷纷表达了对于我国民族信息安全企业参与国际市场竞争的看法与建议。工信部软件与服务司司长陈伟表示，“信息安全技术创新是我国信息安全产业发展的重要支撑，我国信息安全企业需要努力提高技术水平，积极把握产业发展趋势，优化产业结构，打造具有国际竞争力的信息安全企业”。中关村管委会副主任周云帆也表示，“中关村管委会将与国家信息安全主管部门、企业、高校展开广泛合作，依托更多核心技术创新，推动我国信息安全企业不断发展壮大”。

论坛的访谈环节中，绿盟科技、天融信、启明星辰等六家参加了RSA2010 信息安全展会的企业代表一同登台，畅谈我国民族信息安全企业国际化的挑战与机遇，并就共同关心的问题进行了热烈讨论。本次



会议，我国信息安全企业共同分享了彼此在国际市场的开拓现状，也为企业与主管部门、企业与专家、企业与企业间沟通提供了良好的平台。

绿盟网站安全监测服务布局 Web 安全

针对目前大多数网站没有独立和专业的安全运维团队，难以发现网站的风险漏洞及安全隐患，无法第一时间知晓所遭受的安全威胁等现状，绿盟科技推出了一项专门针对网站安全的托管式服务——绿盟网站安全监测服务。该服务能通过远程方式对目标站点的可用性及安全性进行7×24 实时监测。

对网站所有者来说，“绿盟网站安全监测服务”是一项第三方托管式服务，该服务由绿盟科技安全监测专家团队远程为客户提供。当监测到用户网站遇到风险状况后，绿盟科技安全专家会在第一时间确认并通知用

户，同时提供专业的解决方案建议。绿盟科技安全监测团队会定期为客户出具周期性的网站安全监测报告，让用户掌握网站的风险状况及安全趋势。用户无需安装任何硬件或软件，无需改变目前的网络部署状况，就能将网站管理人员从繁重的日常安全维护工作中解放出来，降低投入和管理成本。

该服务产品主要包括以下几方面的内容：网页木马监测、页面篡改监测、敏感内容监测、页面平稳度监测以及周期性的应用漏洞扫描。与传统的安全评估服务相比，绿盟网站安全监测服务具有更为鲜明的特点：

一是基于绿盟科技云安全平台，提供不间断的风险监测能力。众所周知，网站挂马、页面篡改都是实时性很强的安全事件，而不定期的评估扫描并不能帮助用户实时发现这些安全事件。而绿盟安全监测服务能够为客户提供7×24 小时不间断的风险监测能力，及时发现风险并通知用户，降低或避免用户损失。

二是托管式安全服务。由绿盟科技专家团队协助用户解决一切问题，就如同一个私人的网站安全管家。通过可靠的、免操作式

“SaaS”交付模型提供出色的网站安全监测服务，用户无需过多投入管理精力。实时监测、预警通告、分析报告等每一步过程都由值得信赖的安全专家来帮助用户完成。

三是透明化。使用此托管服务直接让绿盟科技安全专家发现并解决问题，无需改变现有网络结构和管理体系，服务的部署快捷方便，让用户运维轻松自在。

作为国内信息安全的领导厂商，绿盟科技一直关注应用层安全的研究，针对 Web 应用，已经形成了从“漏洞扫描”、“配置管理”、“威胁防护”到“实时监测”，全方位的 Web 应用安全解决方案布局，真正实现了为客户的网站安全保驾护航。

绿盟科技获“中国企业 IT 年度优秀解决方案奖”

绿盟科技 WEB 应用防护系统、低俗网站内容安全审计解决方案在由计算机世界主办的“中国企业 IT 优秀解决方案年度评选和推介活动”中荣获优秀解决方案奖。在众多的参选方案中，绿盟科技的这两款针对互联网的解决方案以其优良的方案设计、领先的产品优势以及卓越的口碑，凭借在 2009 年

市场上的优异表现，获得用户的广泛赞誉。

绿盟科技 WEB 应用防护系统贯穿 WEB 应用生命周期，提供了整体的 WEB 安全防护解决方案。该方案充分考虑了网站安全的现状，关注应用层面的防护，符合网站攻防的发展趋势；从 WEB 应用生命周期出发，依照事前 - 事中 - 事后，提供了分阶段的整体防护；突显安全服务的重要支撑作用。

绿盟科技低俗网站内容审计解决方案通过采用业界领先的主动安全审计专利技术（NSFOCUS Proactive Audit）和绿盟科技云安全中心，自动化实现对海量网站的内容监测和域名管理，全面快速地发现含有不良低俗信息的网站，及时追踪有害信息来源，有效地解决了网站内容监控的难题。

此次评选由计算机世界方案评估中心专家筛选评定，该中心成立于 2004 年 6 月，拥有广泛的专家资源，经过多年运作经验的积累，已经制定出一套完善的方案评估指标体系，具有较高的完整性、公正性和权威性。08 年绿盟科技的 IPS/SG 在一年一度的评选中荣获计算机世界年度产品奖，09 年绿盟科技推送的解决方案也是不负众望，两款

解决方案在严格的评选中最终获得评委专家的青睞。



绿盟科技向玉树地震灾区捐款

青海玉树的灾情牵动着每一名绿盟科技员工的心。在全国上下同心协力抗震救灾的同时，绿盟科技作为一家有社会责任感的公司，心系灾区，情牵同胞。绿盟科技向中国红十字会捐款 10 万元人民币，用于支援灾区的抗震救灾及灾后重建工作。希望尽自己的微薄之力，帮助灾区人民重建家园。

绿盟科技获 2010 年度中国信息安全优秀服务奖

4 月 21 日，绿盟科技应邀出席由中国电子信息产业发展研究院主办的“第十一届中国信息安全大会”。面对来自国家信息安全

主管部门领导、业界资深专家与学者、以及企事业单位信息中心主管，绿盟科技产品市场经理李晨针对业界所广泛关注的“云安全”应用做了精彩演讲，获得了与会嘉宾的热烈掌声。同时，绿盟科技赢得“2010年度中国信息安全优秀服务奖”。

作为我国一年一度的信息安全产业盛会，本届信息安全大会以“融合安全，风险识别”为主题，向听众全面展现了我国信息安全产业发展所面临的挑战与机遇。针对互联网快速发展所带来的网站挂马、网页篡改以及网络钓鱼等诸多难题，绿盟科技推出了一项基于“云安全”的网站安全监测服务，对目标站点的可用性及安全性进行7×24实时监测。在演讲环节，绿盟科技产品市场经理李晨以《洞察网站风险，简化安全管理》为主题，进一步为用户阐述了绿盟科技网站安全防护解决方案为用户提供的服务与价值。

多年来，绿盟科技一直关注应用层的安全研究。针对Web应用，从“漏洞扫描”、“配置管理”、“威胁防护”到“实时监测”，已经形成了全方位的Web应用安全解决方案，

真正实现为客户的网站安全保驾护航。

此次荣获“2010年度中国信息安全优秀服务奖”，正值绿盟科技成立十周年之际，这一奖项是业界对绿盟科技信息安全服务的肯定和鼓励。伴随绿盟科技自主创新步伐的加快，以及云安全解决方案的不断完善，绿盟科技将给用户的Web安全带来更多更有效的安全产品与服务，为用户的全面信息安全保驾护航。

绿盟科技再获2010年通信安全卫士奖

4月22日，绿盟科技应邀出席“2010通信网络与信息安全高层论坛”并再获2010年通信安全卫士奖。会上，绿盟科技首席战略官赵粮博士以“云计算安全威胁和保护要点”为主题，和与会人士分享了绿盟科技对于云计算和云安全的理解。

赵粮博士指出，云计算为运营商带来充满想象的蓝海，云计算作为一个新生事物，它给我们的实际工作、实际业务带来了非常深远的影响，在运营流程、采购流程甚至业务研发都提供了新的思路。所以我们一方面要大力保护云计算，另一方面也可以借力云

计算推出新业务。赵粮博士在分析云计算面临的主要威胁的同时，也讲述了绿盟科技在云安全方面的一些进展。作为云安全联盟CSA (Cloud Security Alliance) 亚太地区第一家企业成员，赵粮博士还牵头成立了云安全联盟大中华区分会，希望有更多感兴趣的业内同仁以及上下游的厂商加入进来，共同探讨与分享对于云安全的理解，促进与云安全有关的标准规范的开发与落地。

在当今的信息经济时代，数据爆炸对ICT产业的发展构成了极大挑战，而云计算因其强大的数据处理和资源共享能力成为各界关注的焦点，同时，云计算也带来了新的安全问题。会上，绿盟科技行业技术顾问唐洪玉与工信部、中国电信网络安全领域的专家以及网络安全厂商，围绕云安全的热点问题展开了进一步的讨论。

作为中国网络安全领域的领导企业，绿盟科技于08年10月推出了自己的云安全计划，09年12月，绿盟科技成为云安全联盟CSA亚太地区第一家企业成员，并积极支持了赵粮博士主持的云安全指南中文版工作小组的翻译工作。未来，绿盟科技还将在更

深入的领域研究和参与云安全，持续增加在云安全相关领域的技术和资源投入。

绿盟科技解惑政府行业：如何防范信息安全风险

随着信息化的推进，信息安全问题愈演愈烈。尤其对政府及公用事业单位而言，网页被篡改、业务被攻击、机密数据被窃取、内网被入侵等各种安全风险都会给政府及公用事业单位造成非常恶劣的影响，政府及公用事业单位的安全风险管理迫在眉睫。

针对此情况，在近日上海与广州两地举办的“政府及公用事业单位信息安全论坛”活动中，绿盟科技行业营销中心孙铁应邀就政府行业如何防范信息安全风险进行了答疑解惑。孙铁以“基于风险管理的 Web 应用安全保障”为主题，从“风险的内涵”、“Web 应用面临的风险”、“Web 应用安全保障”三个方面与会听众做了交流，并就听众的问题进行了现场答疑。

政府网站如何防范信息安全风险，孙铁从检测与发现—风险预警；防护与阻击—风险防护；运维监控—风险管理；事后响应—

应急支持体系；安全恢复—风险处理；溯源取证—积极主动等六个维度详细讲解了绿盟科技的 Web 应用整体保障思路，从风险预警、风险防护、风险处理、风险管理等几方面具体阐述如何做到最大限度降低政府网站风险。

此次上海与广州两地的活动吸引了来自各政府及公用事业单位信息中心的主管和 IT 管理者共计 400 多人。会上，绿盟科技凭借在政府行业安全风险管理所做出的成绩，还荣获由中国电子信息产业发展研究院颁发的“2010 年政府及公共事业单位突出贡献企业奖”。



THE EXPERT BEHIND GIANTS

巨人背后的专家



长期以来，绿盟科技致力于网络安全技术的研究，为政府、电信、金融、能源等行业提供优质的安全产品与服务。在这些巨人的背后，他们是倍受信赖的专家。

“恶意代码和网络资源滥用已经成为中小型信息系统最迫切需要解决的安全问题，只有同时考虑客户端、服务器、网关设备的特性，从系统到网络建设多个层面的防护措施，才是解决这一问题的有效手段”

秋争超

绿盟科技西安分公司 高级安全顾问



★ 为了更加及时的应对危机，绿盟科技的服务与销售网络现已遍布全国；无论何时何地，绿盟科技的安全专家都能为您提供同样卓越的安全解决方案与服务。



www.nsfocus.com



公司总部：北京市海淀区北洼路4号益泰大厦三层 010-68438880

服务热线：400-818-6868 值班热线：13321167330（非工作时间） 技术支持传真：010-68437328

技术支持网站：<http://support.nsfocus.com> 技术支持邮箱：support@nsfocus.com

www.nsfocus.com



THE EXPERT BEHIND GIANTS 巨人背后的专家

绿盟+ 生活版

与安全人士分享精神生活
Share spiritual life with security professionals