

HE·人物

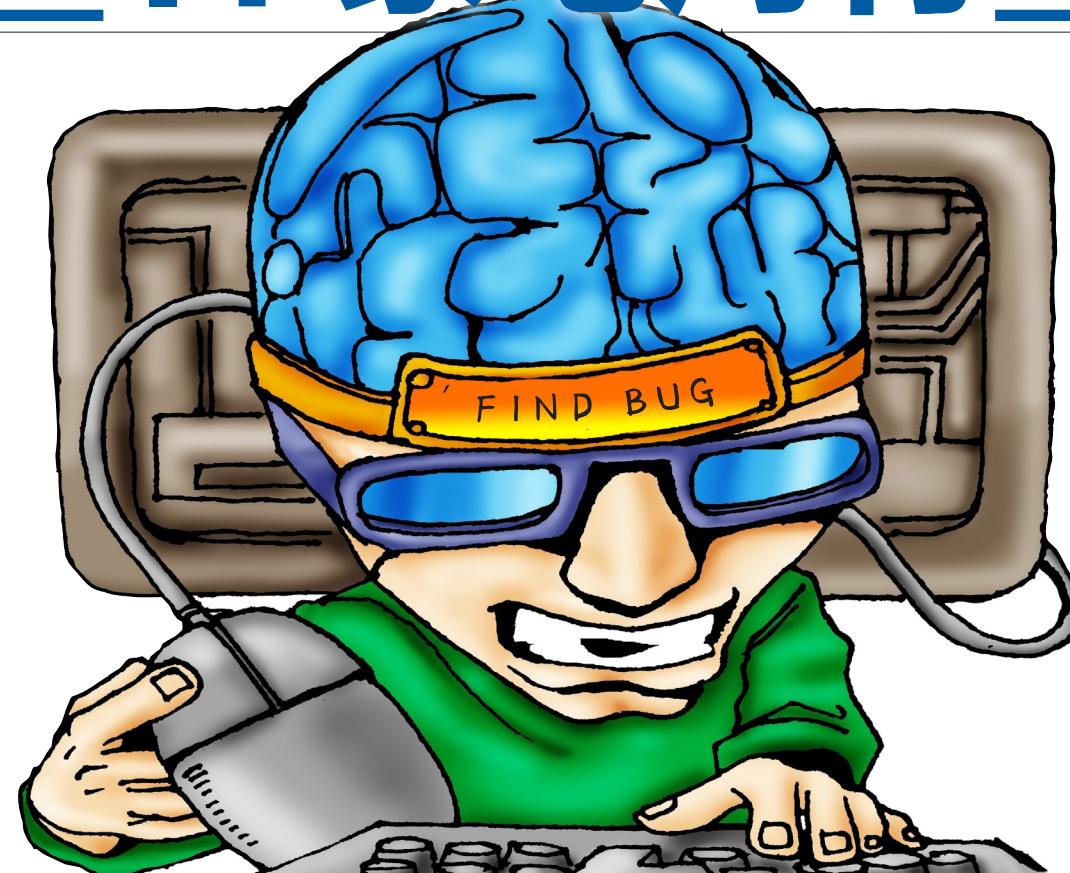
高薪、加班、闷骚、枯燥，这是大多数人对IT男的刻板印象。

确实，每个月有一半的时间都在加班，无休止的各种代码让人眼花缭乱，要找出一个bug必须反复测试、检查。

“但我们的快乐你们不懂。”在他们眼里，自己的想法能够在软件中实现，能够解出一个又一个程序bug，能够在头脑风暴会上一起脑洞大开，能够和同事加班并且有老板的美食眷顾，也是人生一大乐事。

从DOS系统就开始玩电脑的王多凡是海南的一名高级软件工程师，也是土生土长的海南人。他说，近10年，互联网深深影响了我们每一个人的衣食住行，并且还处于“风口”，仍然势头强劲。“这就是这个行业和职业的魅力，充满了无限的可能性。”

■ 本报记者 计思佳 实习生 吕舒帆



IT男：我的快乐你不懂

“大学靠做网站养活自己”

谈及爱玩电脑的原因，王多凡笑称，和很多男生一样，都是因为游戏开始接触电脑，最终“一发不可收拾”。

今年33岁的王多凡在1998年上高一时家里就有了电脑，“因为我姐夫就是中国最早从事软件行业的，当时他教我学了基本的电脑操作知识，我就‘忽悠’父母电脑能够帮助学习。”

自从有了电脑以后，王多凡成了班上最受欢迎的人。每天放学，家里都挤满了来围观电脑的同学。“我最先买的电脑还是DOS系统的，后来升级到win95、win98，就能联网打CS、红警类的游戏了。”

除了游戏，王多凡还经常利用互联网查资料，利用软件学吉他、谱曲。“当时我还会订《大众软件》和《电脑报》，看到国外有很多人通过开发软件生活一夜改变，觉得这真是一个神奇而又充满潜力的行业。”

于是大学的时候，王多凡义无反顾选择了计算机专业。随着专业知识的积累，计算机专业的不少学生都

可以靠开发小软件赚外快，王多凡也不例外。“印象最深的一次是承接了西安古城热线网站的一个模块，用半个月的时间就做好了，赚了8000元。”

王多凡说，大学4年期间，他靠做软件赚了3万多元，基本上够自己的生活费了。“但钱不是第一位的，能够做出自己喜欢的软件和系统才是程序员最有成就感的。”

王多凡回忆，当时大学图书馆的借阅系统还是手工半登记状态。“我们都是在图书馆的电脑上查到书号，写在纸条上递给管理员，让他去书库找。但因管理混乱，书明明就在库里，但管理员找不到。如果找到了，管理员就在我们的借阅卡上手工登记。”

见此情景，王多凡和同学一起为图书馆建立了自动借阅系统。从此，学校师生可以提前在寝室的电脑上对书进行预约。到图书馆的时候，管理员已经将书取出放在一边，大家可以直走拿走，大大提高了效率。

“每解决一个bug都有成就感”

王多凡说，他是一个恋家而又热爱自由的人，所以十几年工作中他也一直在平衡这两方面。

大学毕业后，王多凡应聘到北京一家大型软件公司，正式成为一名程序员。但因想家，他和公司申请在海南的分公司工作。

“程序员的工作确实辛苦，整天写代码，经常要加班。特别是碰到软

件上线的时候，更是要没日没夜反复测试。”但王多凡说，虽然普通人觉得程序和代码无聊、枯燥，但对于他来说，每解决一个bug或者和团队开发出了让客户满意的软件，都很有成就感。“所以选职业还是要选自己热爱的。”

因开发的软件需要后期维护，王多凡之前经常在全国和东南亚国家

出差。“我也是个热爱旅游的人，所以也可以趁此机会游历各地。”

吸引王多凡投身IT行业的另一个原因是互联网公司轻松、自由的工作氛围。“这里年轻人多，没有严苛的上下级关系，平时还能在家里办公。每次开头脑风暴会，大家都是脑洞大开，欢乐不断。”王多凡笑着说，虽然加班很多，但老板要每天换着花样取悦员工，所以饭菜质量很高。“这怎么让我舍得离开。”

所以不愿意来。

“但是，我明显感觉到，海南互联网公司的环境和几年前比已经大有进步。”王多凡说，几年前他回家的时候，发现海南基本上没有互联网公司。“但现在有了澄迈生态软件园、海口复兴城互联网创业园等等，政府对互联网创业公司的扶持力度也非常大，涌现出了一批非常有创业精神的互联网公司，相信未来会孵化出一批有价值有影响力的互联网公司。”



3D整体打印别墅亮相

400平方米别墅45天完工

“我想盖一栋房子，卢浮宫的顶，金字塔的底，还有长城一样的墙体。”这样的梦想或将可以成真。日前，一栋400平方米的两层别墅在通州区宋庄镇的工业区亮相，整个别墅的墙体都是用3D打印技术整体打印而成，工期仅45天。据建造方北京华商腾达工贸有限公司称，这样的工艺省时省人工，还可以实现“私人订制”，完成各种异形建筑的建设。（北青）

一年内国产手机超三成厂商阵亡

在华为、OPPO、VIVO等国产手机厂商大放异彩的背后，也有着像大可乐、夏新等手机厂商的悲情落幕。在刚刚开幕的“世界移动大会·上海”(MWCS)上，记者发现，相比以往，有不少手机厂商缺席，其中很多是因为经营不善而退出市场。

据中国信息通信研究院高级工程师彭臻介绍，2014年中国手机厂商有445家，2015年只剩下309家，一年就减少了136家。可见，在国产手机行业疯狂爆发的背后，市场不光有馅饼，未来什么样的国产厂商能笑到最后，也是业内关注的焦点。

物竞天择，适者生存。一大批手机企业的淡出其实是早已注定的结局。据了解，自智能手机崛起以来，无论是传统手机厂商还是互联网公司，便开始疯狂投入资源，制造智能手机，使得中国智能手机品牌如雨后春笋般涌现。数据显示，2011年，中国的功能机和智能手机上市新机型竟达到4744款。

尽管中国市场足够大，但也难以养活如此多的品牌，在市场化的机制下，一些企业和产品最后因为适应不了市场环境，而遭到用户的抛弃。这在过去一年里表现尤为突出，有136家手机厂商退出市场。

毫无疑问，市场竞争激烈程度升温是加剧智能手机行业洗牌的主要因素。有业内人士甚至评价道，智能手机之战年复一年，没有片刻休息，也没有任何一个品牌敢休息，因为在这个市场上，停下等于失败。360创始人周鸿祎更是评价，“智能手机行业已经不是红海，而是血海”。（北商）

盘点生活中的创意家电

如今生活在快速智能化的今天，一切都变得有可能。以我们的生活为例，很多家电都插上了智能化的翅膀。那么平时生活中又会有哪些实用的新奇家电产品呢？



谷歌为我们带来了自己的一个小发明：可通过语音命令解锁的冰箱。

加拿大啤酒厂商Molson联合谷歌制作了一台可通过语音解锁的啤酒冰箱。这台冰箱采用了谷歌的语音识别API，可识别多达40种不同的语言。你只需以其中任意6种语言说出“我是加拿大人”(Molson的宣传口号)，这台冰箱便可解锁。



将冰箱挂在窗外？是的，你没有听错，看上去以为是一台外挂式空调机，其实它是一款外挂式冰箱。据说灵感来自中国某些地方，在冬天有将食物挂在户外借助较低的气温来保存的习惯，而这一习惯也促使了设计师将冰箱挪到外墙上挂着，能节约室内尤其是厨房的空间；其次，在冬天，冰箱放到室外能直接利用较低的气温，减少制冷用电。（据中国网）

HE·调查

“高智商”厨电 更具时尚感

“你好，小智。”“主人您好，我是小智。”“请调至最大风量。”在海口一家电器专卖店，销售人员正向客人介绍一款国内的智能油烟机，根据声音指令，该油烟机的风量便调至了最大。这款油烟机不仅拥有智能语音控制，其抽风口还具有自动升降功能。在这款油烟机的两侧还配有小型音箱，手机蓝牙连接即可播放音频。

此外，这家电器专卖店中共有油烟机、灶台、洗碗柜等三种智能厨具。“这些更有工学设计的厨具适合在开放式厨房内使用，外观漂亮且智

能。”该专卖店销售人员王菁介绍。

到了今天，国人厨房共经历了原始厨房、合用厨房、独用厨房、现代厨房雏形、整体厨房和开放式厨房等几个阶段。随着厨房的变革，人们更愿意将美观的餐桌与智能厨房紧密相连，形成开放式烹饪的就餐空间，创造出时尚开阔的视觉感。

看中了厨房这个潜力巨大的市场，不少高科技厨房用品走进大众视野，比如鸡蛋提醒器、智能搅拌机、智能慢炖锅、智能垃圾筒、蓝牙音箱等。

除了单个的智能厨具产品，更高一筹的智能厨房也开始有进入寻常百姓家之势。近日，一家电器召开了厨房绿色革命的发布会，由其打造的ROKI (Kitchen Intelligence) 智能

厨房烹饪系统亮相。在ROKI整个做饭过程中，系统将自动调节燃气灶火候、油烟机风量及烹饪时间，用户要做的就是根据“做饭导航”就能做出美味佳肴。

消费者只是看看而已

记者在走访了多家橱柜店发现，现在不少厨房都搭上了智能“标签”，但是商家和消费者对于智能厨房的认识有些含糊。尽管对智能厨房的认识不多，但到店里看货的消费者仍大有人在。

“只要和‘智能’两个字挨上边的厨具价格都会高出不少，但智能就只是能听听歌、让电器自动化么？”海口

市民李小姐偏爱烹饪，她觉得厨房还应以实用为主，一些可以听歌的智能化家电可向客厅倾斜，“相对而言，客厅更是一个适合招待、休闲的开放式空间。”

记者发现，有商家为了推广现有的智能厨具，推出购买智能油烟机、灶台、消毒柜和热水器就赠送一台烤箱，价格在2万多元，即便如此这比普通厨具组合还贵了万元左右。

对绿色厨房革命感兴趣的黄先生认为价格和技术都不是问题，关键在于改变用户的使用习惯，让人乐意去用。

有业内人士介绍，上述提到的绿色厨房体验店目前仅在杭州等一线城市有推广，海南市场的进驻仍需较长的时间等待。

HE·评

罗孝平

智能家居和VR技术现在都处在“风口”上，两者都披上了科技的外衣，但实际应用远小于业内预期，沦为商家一厢情愿的吆喝。

关于智能家居和VR技术，我们讨论了很多期，今天聚焦智能厨电。根据业内评估，智能厨电前景广阔，是“回归家庭”时代的载体，将是智能家居的“大风口”。

这就是为智能而智能的一个小小的缩影，现在的智能家居市场，大多沦陷在这样自娱自乐的逻辑中，如在手机上装很多个APP，有的控制电灯开

智能应更懂生活

客推荐智能抽油烟机。“你好，小智。”“主人您好，我是小智。”“请调至最大风量。”根据声音指令，抽油烟机的风量便被调至最大。作为商家，最不能缺的就是代入感和同理心，否则营销学就是伪科学。就抽油烟机而言，做饭时便可随手调节，何需语音控制，又不是十万火急的事情——与人方便何在？

这就是为智能而智能的一个小小的缩影，现在的智能家居市场，大多沦陷在这样自娱自乐的逻辑中，如在手机上装很多个APP，有的控制电灯开

关，有的控制门开关，有的控制电视开关……因为“智能”了所以价格就比普通遥控器贵了很多，性价比比如此之低，与人方便又何在？

现在的家庭结构多为“421”，年轻人在外打拼，老人小孩留守在家。如果我们的智能厨电能贴心地考虑到这方面，岂不是很接地气。试想一下，智能灶能提醒老人“你的电未关”“你的煤气未关”，智能热水壶能提醒小孩“不能靠近”，智能电视能提醒孩子“离屏幕太近”“看电视超时”等，多

有温度！

这样的例子未免缺少想象力，但最终是为了说明一个问题：智能厨电不应仅是科技武装下冰冷的自动化。产品是人在使用，喧宾夺主为了智能而智能是背道而驰。不管什么时候，人才是厨房的主体，是做饭的人在使用厨房这个空间，所有的智能化产品都是为了让人更好地享受下厨的快乐。

眼下，智能厨电热度不退，企业需

要冷思考——智能产品，技术的外衣

下包裹的应是一颗晓人情冷暖的心。