

# 自主知识产权操作系统COS发布

观点

国资委大型企业监事会主席季晓南表示——

表明国内企业已具备研发智能操作系统能力

## 重构国企改革“微观技术”

本报 记者董庆森报道：国务院国资委大型企业监事会主席季晓南在1月18日举行的第十九届中国企业十大新闻揭晓仪式暨第十届中国企业发展论坛上表示，未来国有企业改革要在可持续发展、建设和谐社会的总体框架下，重新构建与中国特色社会主义市场经济、中国社会主义道路相吻合的“微观技术”。

季晓南说，发展混合所有制经济是新形势下坚持公有制主体地位，增强国有经济活力、控制力、影响力的一个有效途径和必然选择。推进公有制的多种有效实现形式，重点是发展股份制经济，这需要破除管理理念、经营方式及体制机制方面的障碍。他表示，淡化所有制色彩，强化国有资本概念，让国有企业回归市场，发展混合所有制只是其中一步，更重要还是真正实现政企分开、政资分开，营造平等竞争的大环境。

链接

## 2013年度中国企业十大新闻揭晓

本报 第十九届中国企业十大新闻揭晓仪式暨第十届中国企业发展论坛1月18日在北京举行，会议同时发布了2013年度中国企业十大新闻。最具影响力企业以及最具成长性企业。中国铁路总公司成立等新闻入选中国企业十大新闻，中国电力国际有限公司董事长李小琳等当选中国企业十大人物、中国航天科技集团等入围最具影响力企业、小米科技等企业获评最具成长性企业。

主题为“传承企业家创新精神，发展混合所有制经济”的第十届中国企业发展论坛同期举行。多位知名企业企业家及政府人士，参加论坛并发表主旨演讲。

中国企业十大新闻评选发布活动自1995年发起至今已连续举办了十九届。活动旨在反映中国经济和企业改革开放背景下的发展轨迹，及中国经济和企业融入全球化发展的脉络与进程。多年来，这项活动为社会各界普遍关注。本届活动由中国企业联合会、中国企业家协会和国务院国资委宣传工作组等单位指导，由中国企业十大新闻评选委员会和中国企业报主办。（秦森）

微讯

## 国投公司经营业绩再创新高

本报 记者齐慧从国家开发投资公司召开的2014年工作会议获悉：2013年，国投公司经营业绩再上新台阶，质量效益稳步提升。2013年，国投经营收入1032亿元，同比增长16%；实现利润115亿元；经济增加值38亿元；年末总资产2485亿元，比年初增长12%。集团管理金融资产规模超过5000亿元。连续9年在国资委业绩考核中荣获A级，连续3个任期业绩考核优秀。

据了解，2013年国投公司国内实业基础不断夯实，其中，电力新增装机603万千瓦，国际业务实现营业收入325亿元。

## 豌豆荚发布移动内容搜索产品

本报 记者高洋报道：国内首款移动内容搜索产品豌豆荚4.0版近日发布，可为用户提供整合后的综合娱乐内容。新版客户端将搜索扩展到应用、游戏、视频、电子书、壁纸等多个娱乐内容类别，着力为用户打造“全面准确、直达行动和情景化”的搜索体验。

豌豆荚联合创始人兼首席执行官王俊煊表示，公司日前获得1.2亿美元的投资，这笔融资将用于加大产品和技术投入，进一步扩大豌豆荚在移动时代搜索市场上的优势。



从1月14日开始，舟山六横电厂至宁波春晓（浦东）500千伏送出线路工程开始走线验收。该线路全长约36.5公里，为国内首条500千伏跨海输电线路。线路投运后，将为当地新区建设提供强有力的用电保障。图为电力工人正在进行走线验收。姚峰摄（新华社发）

本版编辑 董庆森

## 推动核心源头技术整合

# 科大讯飞：创新放飞梦想

本报记者 文晶



作为亚太地区最大的语音上市公司，科大讯飞科技股份有限公司从1999年成立至今，在核心技术方面已有数项国际领先：中文语音合成技术在近年来历次国家“863”评比中均名列第一；英文语音合成技术在2006年至2012年连续7届蝉联国际英文合成大赛全球第一名；并在2008年至2012年连续5年在国际说话人、语种识别评测大赛中名列前茅；普通话口语评测技术是业界唯一经国家语委评测可用于普通话等级考试的技术；嵌入式中文语音识别核心技术上也处于业界领先行列。

“自主创新能力决定企业核心竞争力。从思路到技术再到产品、用户，我们的自主创新实践必须是全方位的，才能保证企业立于不败之地。”讯飞董事长刘庆峰这样告诉记者。

去年，在公司14周年庆典当天，刘庆峰请公司管理团队观看《中国合伙人》。他希望管理团队能够从影片中学习到：远见和坚持。而科大讯飞的“合伙人”不仅仅是创业之初的18个员工，也不仅仅是现在给予股权分红的

的400多名员工，而是一个包括了遍布全国的科研院所、高校和大大小小的二次开发商在内的中国语音产业的“国家队”。

体制的创新使科大讯飞实现了核心源头技术的资源整合。中科院声学所在声学信号方面蜚声海内外，中国社科院语言所在汉语音律研究方面卓有建树，中科大在语音数字信号处理和算法研究方面领先同行。科大讯飞创造性地提出了“以企业为主体，以市场为导向”的产学研合作体系，从市场需求出发确定科学院所的研究项目，提供专项科研经费，让这些科研院所专注于各自优势方向的研究、发展和创新，最后由科大讯飞提供统一的产业运作和转化平台，实现研究成果向产业发展的转化。同时专注于提供最核心的语音技术，打造一个从核心技术到二次开发厂商，再到终端用户的产业链，使得二次开发厂商能和科大讯飞一起携手合作，利益共享，共同推动语音产业的发展。目前，科大讯飞同

时为全行业2000个合作伙伴提供语音核心技术，占有中文语音主流市场80%市场份额。

体制创新为技术创新提供了强有力的支撑。2000年初，在完成第一轮融资后，科大讯飞与中国科技大学、中科院声学所、中国社科院语言所这三个在语音领域有着丰富经验的著名机构相继实现合作，成立了国内语音技术联合实验室。与此同时，科大讯飞内部也形成了以讯飞研究院、语音资源部、技术质量部为支撑的基础研究服务体系，与各大联合实验室进行对接。联合实验室研究的是科大讯飞未来产品方向的基础课题，讯飞研究院则是重点研究语音技术的未来应用方向，迅速形成了优势互补的良好机制。目前，科大讯飞研发支出占销售收入比重近15%，研发强度位居行业前列。

与语音核心技术研究创新平台相对应的，科大讯飞加速了应用创新平台建设，每年推出新产品20项以上，新产品销售收入占总收入比重超过80%。2012年，随着苹果Siri的出现，市场掀起新一轮语音热。很快，科大讯飞推出了语音云平台，开发者既可以在开发阶段免费使用语音云平台进行研发和测试，也可以零成本地将自己的应用产品连接到语音云平台。刘庆峰称，之前将近10年开发商只有2000多家，语音云推出后，包括草根创业者增加了2万多个。在产业格局上，语音云的推出意味着语音应用产品不再被大型公司和国外的公司独享。

“未来，每一部手机都将能听会说；未来，每一辆汽车都将能听会说；未来，每一台家电都将能听会说；未来，每一个玩具都将能听会说。”讯飞演示人员的现场演示生动地展示出语音产业的广阔发展前景。

“我们不是在简单地做一个赚钱的企业，而是在做一个有梦想、有创新的伟大民族企业。我们要做的是产业链的主导者。”刘庆峰自豪又自信地说。

## 探访创新驱动型企业

公司数字

## 华为去年销售收入同比增长8%

本报 记者徐涵报道：华为技术有限公司首席财务官孟晚舟日前向全球发布2013财务数据称，该公司在全球的销售收入将达到2380亿元至2400亿元，比去年增长约8%。

华为盈利能力的提升主要受益于消费者和企业业务的快速增长，以及内部管理运作成本的降低。2013年华为推进组织变革，加大向一线的授权，同时，内部管理运作从以职能部门为中心向以项目为中心转移。通过简化有效降低了内部运作成本，在加大研发投入的同时，实现了营业利润率的提升。

数据显示，2013年华为营业利润预计将达286亿元至294亿元，营业利润率提升约3个百分点；其研发投入约330亿元人民币，占销售收入的约14%。

## 华南城投200亿元建西部物流中心

本报 记者吴陆牧报道：华南城控股有限公司近日与重庆巴南区政府签署投资合作协议，将投资200亿元在重庆巴南区南彭公路物流基地建设一个重庆华南城。

重庆华南城项目总建筑面积近千万平方米，集商贸交易、物流集散、展示推广、城市化综合配套等功能于一体，业态涵盖工业原辅材料、五金机电等11类交易市场。华南城董事长郑松兴表示，该项目首期建筑面积将超过400万平方米，首期投资计划超过100亿元。

## 北汽投130亿元建九江产业基地

本报 记者赖永峰 刘兴报道：近日，江西省九江市政府与北汽汽车集团有限公司举行合作协议签字仪式。根据合作协议，北汽集团总投资130亿元建设江西昌河汽车九江产业基地。

据了解，昌河九江产业基地位于国家级九江市开发区城西港区，该项目将在2020年实现整车50万辆/年产销规模（其中城西港区新基地达到40万辆/年产能）和发动机60万台/年产量，全产业链实现500亿元销售收入。

论经纬

# 丰田输在不够本土化

杨忠阳

如果要评选一下2013年在华最失意的跨国车企，恐怕非丰田莫属。

新近发布的外资车企在华销量榜单显示，虽然受DSG召回门影响，大众仍以327万辆的销量，超越老对手通用，时隔9年重夺冠军；深陷断轴门的福特也以49%的增幅，93.6万辆的销量更进一步；而作为2012年的全球销量冠军，丰田在华仅实现了91.75万辆的销量，首次跌出前五。

深入分析丰田在华市场的如此表现，我们就会发现问题的深层次原因。事实上，去年下半年，在营销努力下，日系车大都实现了强劲复苏。其中，日产去年在华销量达到126万辆，同比增长17%；本田则达到了75万辆，同比增幅25%。导致丰田真正“裹足不前”的内在原因，主要是其在中国市场不够“本土化”。

2009年，中国跃居世界最大汽车市场，全球车企无不重视在华新产品和新

技术的投放。近年来，大众正是由于大力推进本土化战略，先后推出朗逸、朗行、帕萨特、速腾、途观等适应中国消费者需求的全新和小改款车，才有了今天销量上的突飞猛进。即使以保守著称的本田，在经历了前期销量下滑后，去年也及时调整在华战略，及时推出了第九代雅阁、本土化车型凌派和合资自主品牌新理念，以及总名为“FUNTEC”新技术，才有了所谓的“强势回归”。

反观丰田，尽管当前在中国生产的车型也有10多款，但这些车型大都或老或旧，早已不适应市场需求。一个典型的例子就是，上市已经6年多的卡罗拉，只在2010年推出过中期改款车型，新一代卡罗拉要到今年稍晚些才能在中国上市。而在欧美和日本，新一代卡罗拉已经是出租车行都能拿到的车型。

产品和技术只是表层问题，但其背后折射的却是丰田与中方合资伙伴的关系。近些年来，虽然丰田中外双方之

间虽然没有爆发什么大的矛盾与冲突，但是丰田与两个合资伙伴彼此信任度不高，也是业内心知肚明的事。多年来，丰田利用自身产品和技术优势，通过南北设点布局，形成中国企业之间、地方政府之间的竞争之实，获得了较大利益。然而，随着包括大众、本田等在内的跨国车企对中国市场战略的重新调整和前所未有的重视，与合资伙伴的信任度加强，丰田这样的战略就显得不合时宜。

记得原丰田中国总经理北田真治就曾抱怨，“丰田中国本土的事务，到了日本总部至少还要开5个会才能下决定。”面对机构臃肿、多重领导、执行效率低下等大企业病，尽管丰田调整并组建了新的高管团队，并信誓旦旦地表示，要真正地实现本土化并积极高效地执行决策，但从目前市场表现看，显然丰田这一改革还未能见效。

“

我国目前是世界最大汽车市场，全球车企无不重视在华新产品和新技术的投放。

一些汽车厂商积极适应中国消费者需求，因地制宜推出全新和小改款车，才有了今天销量上的突飞猛进；相反，丰田在这方面却裹足不前，没有了新技术和新产品，其销量下滑也就理所当然。此外，丰田与合资伙伴间的信任度，也在一定程度上影响了企业在华发展