

中国南车获17亿元阿根廷订单

提供机车车辆超2000辆



布局智能硬件产业链

京东与英特尔建联合实验室

本报北京12月17日讯 记者祝伟报道：京东集团与英特尔公司今日在北京签署框架协议，宣布全面开展战略合作，联手通过技术创新全面提升互联网用户体验。据悉，双方将共同建立“京东英特尔联合实验室”，在推动技术创新、提升用户体验和建设企业级产品电商平台等三个方面展开深入合作。

随着智能产品市场规模的不断扩大，智能硬件掀起移动互联网之后新一轮技术创新浪潮。京东作为电商平台，拥有丰富的互联网技术实践和庞大的用户群，而英特尔在技术方面优势明显，通过核心技术驱动着硬件产品的发展。双方在智能设备方面联手，成为此次合作最大亮点。根据合作协议，未来双方将共同布局智能硬件产业链，在机器学习、大数据等领域共同进行创新开发，将虚拟试衣、3D物品展示等英特尔实感技术结合到京东的应用中，并且在电商运营架构支持、智能设备创新方面发力，共同为用户打造更好的产品、技术和体验。

升级车联网技术 长安汽车与华为打造智能汽车

本报北京12月17日讯 记者吴陆收报道：长安汽车与华为技术有限公司日前签署战略合作协议：双方将在车联网、智能汽车、国际化业务拓展等领域协同创新，展开跨界合作。

长安汽车管理创新与IT中心部长胡朝晖表示，此次“联姻”是长安汽车主动适应当前发展趋势，构建信息化体系，打造智能汽车的重要举措，也是两个不同领域的中国品牌联手拓展国外市场的创新尝试。按照协议，华为公司将侧重于车联网技术和智能汽车产品的开发与生产，而长安汽车则主要负责将这些技术运用于自身产品。

据了解，双方还将实现全球化优势资源共享，共同拓展全球业务。华为公司将利用自身全球化经验及资源为长安汽车提供全球化发展的经验分享及技术支持。同时，依托华为全球服务渠道，为长安汽车海外分支机构提供国际广域网链路租用方案、网络及安全设备、设备运输等服务。

根据协议，在车联网和智能汽车领域，双方结成战略合作伙伴关系，共同在车联网平台、车载通信设备、车机、多屏互动、移动终端、芯片、系统应用及商业模式等领域开展业务合作。此外，在信息安全建设方面，华为公司将加强与长安汽车的交流和合作，为长安汽车提供包括信息安全管理体系和技术体系、解决方案和产品服务。

业内人士认为，长安汽车与华为的跨界携手，对于推动汽车产业的转型升级，提升中国品牌未来竞争力，共同拓展全球市场，具有重大意义。

发布三款硬件产品

优酷土豆进军智能硬件

本报北京12月17日讯 记者陈静报道：日前，优酷土豆宣布成立云娱乐BU(战略业务单元)，以视频为中心，通过一系列智能终端，连接多屏娱乐和游戏。

优酷土豆首批共发布三款硬件产品：优酷路由宝、优酷盒子、土豆派。未来，其还将在娱乐终端做更多扩充，譬如音箱、3D设备等。在这些产品中，最引人注目的是优酷路由宝，这款将于元旦前后发布的产品能实现用户“闲时上行数据”售卖，即用户可将空闲时不使用的带宽卖给优酷土豆。

云娱乐BU是优酷土豆继优酷、土豆、合一影业之后成立的第四大战略业务单元。其业务方向主要是拓展娱乐范围，由视频节目延伸至游戏。这意味着优酷土豆作为流量入口，将成为与影视一起关联游戏的分发渠道。未来，优酷土豆将实现游戏和综艺节目的充分互动。



北京微普支持八大处公益基地建设

本报北京12月17日讯 记者秦文竹报道：由华夏文化纽带工程执委会、北京八大处公园管理处和北京微普公益团队联合举办的“大爱无疆系列公益文化特别行动”12月16日在京举行。活动宣布发起对120年前参加北洋水师对日作战国际人士史迹及其后裔的征集寻访行动，同时将启动北京八大处公园“情义无价”纪念馆等公益文化项目试点。

中力信达引进污水净化技术

本报北京12月17日讯 记者秦文竹报道：由德国巴瓦瑞玛环保科技有限公司日前在京签署战略合作协议，引进电化学氧化技术。这项技术可将污水处理成为纯净水，并将在中力信达实现国产化。据介绍，电化学氧化技术已应用于海水淡化、石油、化工、垃圾渗滤液、电镀、医药及生物中间体等领域，这一技术将在我国首先应用于供水紧急保障和高酸、高碱、高盐废水处理。(艾欣)

东风汽车公司：

“和”文化凝聚新动力



今年北京国际车展前夕，东风汽车公司在北京发布了企业文化战略。该战略以“和”为核心价值，主体内容包括“和”之内涵、理念和行动体系，以及口号标识四个部分。其中，“和”之内涵是“和衷共济，和悦共生”，东风致力于“人、车、自然、社会的和谐”。这是我国车企首次对外发布文化战略。

百年基业，文化引领。东风公司董事长、党委书记徐平表示，“纵观东风45年的发展历程，在造车追梦、攻坚克难中形成的‘和’文化，已深深熔铸在这个企业的生命力、创造力和凝聚力之中，成为今天东风海纳百川、砥砺致远的不竭动力。”

不变的传承

一辆崭新的汽车外壳，打磨机轻响一声就能将肉眼无法看到的斑斑焊迹“擦掉”……见到杨祉刚时，他正在以两分钟一台的速度检修待装的汽车。

杨祉刚是神龙汽车公司武汉一厂焊装分厂O2PF2调整线一名钣金工，因为爱岗敬业、技术过硬而获得过全国五一劳动奖章，也曾当选中国工会十五大全国代表。

“10年前，我是以劳务工的身份来到东风神龙的，除了接受集体专业技能培训，还得到了师傅们的耐心指导。”杨祉刚现在都还记得，“刚学气体保护焊的时候，师傅们讲得非常精细，还手把手地调教，如果没有他们的付出，就算我再刻苦，也不会提高那么快。”

东风温暖，薪火相传。在做好本职工作的同时，今天的杨祉刚也时刻不忘帮助身边的工友成长。“只要是大家愿意学，我就特别乐意教。”在杨祉刚看来，“如果能多教工友们学点技术，大家就可以去技术含量更高的岗位，这不仅以增长他们的知识，还能改善他们的收入情况，何乐不为？”

像杨祉刚一样，45年来，从东风走出了王涛、黄华、杨国华等一个又一个劳动模范。虽然他们来自五湖四海，但他们身上闪耀的东风精神却是一样的。

这精神源自于东风人不变的文化传承。二汽(东风前身)建设于国家特殊时期，由于身处“三线”，物资极度短缺。没有电，工人们的工作和生活就只有用马灯照明；没有厂房，就只有在“芦席棚”里生产；没有房住，他们借住

是阿根廷庞大铁路网实施旧线改造工程的一部分，中国机械设备工程股份有限公司获得了总包合同。该项目共需机车100台，各类型货车3500辆。中国南车将提供宽轨机车与米轨机车合计80台，矿石漏斗车、粮食漏斗车、平车等

超过2000辆。据介绍，中国南车获得的该笔机车车辆订单，预计10至18个月交付。这是一期项目，交付之后可能会马上启动二期项目。中国南车是阿根廷铁路市场的重要

供应商，早在2006年，中国南车就为阿根廷提供过内燃机车及铁路客车产品。2013年中国南车又先后两次获得总计709辆城际动车组订单。2014年7月21日，首批城际动车组车辆交付并投入运营。

□ 本报记者 杨忠阳

东风公司早先与日产、本田、PSA先后建立起了合资关系，近两年又与法国雷诺、瑞典T公司、瑞典沃尔沃等构建了国际合作。在这些国际合资合作中，东风没有抱残守缺，而是一直以兼容并蓄、海纳百川的文化自信，让这些企业自觉融入到东风文化之中

东风独具特色的发展历史与道路，决定了东风的文化基因。眼下东风正是推动协同战略发展的关键时期，这就更需要理念上的共识，文化上的共鸣



老乡家，建起“干打垒”。就是在这样艰苦的条件下，东风人和衷共济，心往一处想，劲往一处使，硬是在芦席棚中用榔头敲出了第一辆东风车。

这精神彰显着东风人不服输的信念追求。上世纪90年代后期，与全国绝大多数国有企业一样，面对市场的变化，东风也一度表现出不适应，企业发展遭遇前所未有的挑战。在最困难的时候，东风公司的流动资金几近枯竭。当时有西方媒体甚至预测“东风将在5年内走向破产”。但东风人没有倒下，而是以“和衷共济”的精神，戮力同心，克难奋进，开启了又一次创业征程，重新回到了领航者的位置。

何谓和衷共济？“和衷，就是坚守共同理想，坚守共同信仰，同心同德，群策群力；共济，就是汇聚各方资源，协力共达目标，风雨同舟，永不言弃。”东风公司总经理朱福寿解释。

在东风，记者看到，这里既有以员工命名的工作方法、生产线、科室，也有以“公约”、“行动纲领”、“共同宣言”为统称的各板块企业文化。“表面上看，企业的竞争在于产品，但归根到底是文化，因为它已深深扎根于东风运营的各个环节之中。”朱福寿对此感触颇深。

博大的胸怀

如果说“和衷共济”，这是东风人应对挑战，成事立业的文化追求；那么“和悦共生”，则是东风人齐心筑梦，共享共赢的文化胸襟。

何谓“和悦共生”？“和悦，就是正视彼此文化差异，求同存异，以和为悦，携手兴业，和乐共处，和美相伴；共生，就是统筹平衡各方利益，精诚合

作，互助共进，和谐共生，互利共赢。”朱福寿进一步解释道。

东风日产乘用车公司副总经理任勇告诉记者，和所有的合资车企一样，在度过短暂的“蜜月”后，东风日产也出现了利益冲突、资源错配、策略僵化和信息不畅等问题。不过，东风日产中外管理层通过反思很快意识到，问题并不完全在于双方的话语权之争，而是思维方式和做事方式不同使然。为此，东风日产专门召开了东莞会议，双方通过加强沟通，就企业未来的发展所涉及的基本规则达成共识，形成了《东风日产共同行动纲领》，以引导双方超越文化差异，消弭对立思维带来的消极影响。

在文化融合创新中，东风日产没有简单停留在数百页的《东风日产共同行动纲领》上，而是将这一企业的“基本法”的构建作为一个过程，让所有员工参与其中，并对自身的问题进行绩效改善，固化为每个人的行动，从而推动企业从“合资”到“合智”、“合力”、“合心”的转变。也正因此，东风日产的产品一款接一款，短短几年就成了中国产品线最丰富的合资乘用车企业，在市场上赢得不菲战绩。

海纳百川，砥砺前行。作为在开放中自主发展的中国车企，东风公司早先与日产、本田、PSA先后建立起了合资关系，近两年又与法国雷诺、瑞典T公司、瑞典沃尔沃等达成了国际合作，而在今年年初，东风还入股了PSA。但在这些国际合资合作中，东风一直以兼容并蓄、海纳百川的文化自信，让这些企业自觉融入到了东风的文化之中。

“东风独具特色的发展历史与道

将中国云计算产品推向世界

浪潮集团董事长兼CEO 孙丕恕

随着云计算和大数据时代的技术深层次应用与创新，中国企业的云计算产品和技术已与世界一流企业站在同一起跑线上，甚至在某些领域已经走到了世界的前沿，加之中国市场成熟的应用经验和模式，中国企业有能力将云计算产品推向世界，将创新成果与世界各国交流、分享与合作，共同推动人类文明发展与科技进步。全球化已成为中国IT企业高速发展的内在要求。

人类商业的历史规则从来就是实力决定地位。中国信息产业由跟随者、并行者到领跑者，是靠它的创新能力、开放勇气、变革决心以及专注精神打拼出来的。拿浪潮来说，我们自主研发的32路天梭K1关键应用主机，使中国成为继美、日之后全球第

三个掌握新一代主机技术的国家，目前全球仅有5家公司掌握这一技术。浪潮参与了天河一号、天河二号、神威蓝光超算中心建设，而在国际TOP500组织公布的全球超级计算机500强排行榜中，天河一号、天河二号先后四次获得TOP500的冠军。中国如今已成为世界信息强国，创造了一个又一个令世界瞩目的成果。

李克强总理在视察浪潮时曾表示，要像支持高铁、核电一样，加强对中国云计算装备的推广，这标志着中国云计算装备将达到相当高的水平。在云计算和大数据时代，中国企业不断掌握更多话语权，全球化战略选择也是在多年实力不断壮大的基础上努力的结果。

全球化的机会已近在眼前，但要真

正实现全球化经营，就不能仅仅停留在卖产品、做项目层面，而要实施更加扎实的海外发展战略。中国企业要拿出扎根海外的决心，更加重视技术和理念的输出，与目标国家经济社会、文化相融合，成为当地优势品牌，形成本地化长期发展。

此前，浪潮国际化进程取得突破性进展，业务拓展至59个国家和地区，2014上半年财年，浪潮出口同比增长80.7%。下一步，浪潮将在巩固原有海外业务基础上，进一步加强海外基地的建设，在海外10个国家设立基地，并将在全球发展1000家合作伙伴，透过基地和合作伙伴实现业务辐射。除了继续扩大存储、软件产品、服务销售规模，还要更加重视输出中国信息化建设中的成

功经验和云计算整体解决方案。

与此同时，在云计算产品输出方面，在不同区域应采取不同的策略。以浪潮为例，面向发达国家，浪潮将重点输出在服务中国互联网这一规模最大、最复杂互联网应用上的成功经验；面向发展中国家，实施“行业先行”策略，将媒体、通信、税务等国内成熟的行业信息化经验延伸到海外，为其提供云计算整体解决方案。

将中国云计算产品推向世界，中国企业有信心也有能力。

(本报记者 陈静整理)



本版编辑 陈艳 梁剑箫