

已覆盖金融电信等12个关键行业

## 国产高端主机加速替代国外主机

新华社北京6月9日专电 (记者韩洁) 我国首款自主研发、具有自主知识产权的高端服务器——“浪潮天梭K1”2015年将继续加大“K迁工程”的推广,在国内金融、能源、电力、通信等关键领域替代占据中国逾九成市场的国外主机。

“天梭K1”的研发者浪潮集团9日对外公布一项新的市场推广计划——在2015年全面推动天梭K1对惠普(HP)Superdome小型机的替代,力争帮助用户完成400个应用从Superdome平台

的迁移,将国产主机在国内高端小型机服务器市场上的占有率超过惠普跃居第二位。

据了解,惠普此前将其Superdome小型机业务易主,导致服务器业务的不确定性增加,也给国产小型机的国内推广应用带来机会。浪潮此次推出的“惠”迁计划涵盖行业渠道开拓、迁移方案开发优化、增值服务保障等多项措施,帮助更多关键行业用户从Superdome平台迁移至K1平台。

小型机,也称为主机,相当于计算机系统的神经中枢,主要指单台可支持8颗以上处理器、专用于大规模交易数据处理的高端服务器,广泛应用于银行、电信、政府等关键行业核心业务系统。

一直以来,我国因为缺少自主主机技术,90%以上的国内高端市场被IBM、Oracle和HP等国外品牌垄断。进口设备技术的不可控性,已经成为我国信息安全存在重大隐患的重要原因。

业内人士指出,目前,很多中国关键

领域企业已成长为世界级客户,如中国的建设银行、工商银行等都是全球数一数二的大银行,按照美国银行模式开发的技术已不能满足其发展的需要。无论是出于国家信息安全还是企业自身发展考虑,这些企业都表现出对国产软硬件的强烈需求。

浪潮信息副总裁彭震透露,目前天梭K1已成功应用于建设银行、广州白云机场、农业部等大型项目,覆盖国内金融、电信、政府等12个关键行业。

## 企业家说



中兴通讯股份有限公司总裁  
史立荣

◎ 将战略重心锁定于创新,使中兴从落后到跟随,从齐头并进到领先

◎ “全球+”就是要实现销售全球化、人才全球化、制造全球化

2015年,是中兴通讯创立的第三十个年头。30年来,中兴通讯能够成为全球5家电信设备行业的幸存者,源于中兴真正将企业的战略重心锁定在了创新上。我们专注于科技创新,立足于全球行业市场,而技术上也从落后到跟随,从齐头并进再到领先。

中兴通讯把全球通信业发展的机遇当成企业的机遇,始终强调“立足中美,辐射全球”。因为中国是硬件设计的高地、规模生产的高地、移动互联网应用的高地,而美国是品牌的高地、技术的高地、新商业模式的高地,“立足中美,辐射全球”,不仅仅是市场的维度,更是两个高地的结合和优势互补,给我们带来全球化的发展优势。

未来,全球化是国产手机发展的必经之路。2014年,中兴终端全球出货1亿台,其中智能手机达4800万台。

当前,中兴通讯提出一个新的核心概念:“全球+”的全球化布局策略。这将使中兴的全球化品牌更具竞争力,有助于进一步提升全球用户的生活品质。这个概念具体化就是:销售全球化——海外发货占比超过50%;人才全球化——在全球各地尤其是高端市场拥有深厚的人才储备;制造全球化——在全球不同国家拥有生产工厂。

中国企业要在全球市场立足,表面看是靠产品、品牌,深层次看是背后的底气,也就是科技创新凝结成的专利。从最新数据看,中兴通讯凭借2179件专利位居2014年全球国际专利(PCT)专利申请第三。中兴持有的专利,90%以上是具有高度权利稳定性和技术品质的发明专利,全面覆盖英、法、德、美等主要发达国家及新兴发展中国家。而在智能终端方面,中兴专利超过8000件;在4G LTE的基本专利方面,中兴专利数量占到了全球的13%。

在30岁之际,中兴通讯已经成为一家全球化的民族品牌。未来,我们仍将继续深耕和涵养中兴这个品牌。

## 导航

三大运营商联手渠道厂商倡议规范计费

## 手工业靠自律“清理门户”

**本报讯** 记者陈静报道:手机游戏乱扣费现象有望缓解。日前,中国移动、中国电信和中国联通3大运营商牵头,联合百度、360、乐逗、触控、中手游等手游及渠道厂商15家,成立“阳光手游自律联盟”,并公布了《APP应用内计费规范倡议稿》。自律联盟轮值秘书长、中国移动咪咕互动娱乐有限公司总经理王刚表示,联盟企业将不设置诱导性计费,重视用户体验,倡导良性消费。

2014年以来,我国手机游戏爆发式增长,移动游戏用户数量达3.58亿人,同比增长了15.1%,手机游戏收入265亿元,移动游戏销售收入首次超过网页游戏。与此同时,恶意扣费、诱导性计费、误操作扣费等计费方式遭遇了消费者的大量“差评”。

王刚介绍说,联盟成员已达成一致,将在计费能力规范和用户体验规范两方面促进手机游戏的透明消费。他表示,在计费能力方面,手游厂商必须严格按照运营商提供的使用手册设计计费方式,不得使用任何技术手段绕过运营商计费流程,不得连续自动弹出引导用户计费页面。在应用体验规范方面,必须在计费交互过程中向用户进行消费提醒,提示的字体、颜色、大小必须醒目。

中国消费者协会投诉部主任张德志表示,从用户投诉来看,恶意扣费、泄露个人信息、色情暴力等情况时有发生。他呼吁手游企业,秉承“良心”,用自律促进行业生态完善,把行为不端的商家逐出手游行业。

文化部文化市场司网络处处长马峰则认为,随着移动互联网日益发展,给大众带来丰富服务体验的同时,手机游戏厂商也从中获得可观利润,但个别企业的不规范运作,破坏了手游行业的公平竞争环境。文化部正在研究新的手游监管政策,预计将在下半年出台。



河南省扶沟县有效利用购买农机补贴的政策,鼓励农村专业合作社购买了100多台秸秆打捆机,及时将散落麦地的废弃秸秆整理打包。夏收期间,当地每天约有4000吨秸秆集中打包后销售到附近的生物发电厂、养殖场等。图为农机手6月8日在麦田里回收秸秆。 张力友摄

## 清洁能源:从“风生水起”到“风光无限”

本报记者 王铁辰



能源是经济社会发展的基础和动力,对煤炭、石油等传统能源的依赖,制约了经济转型和环境保护。为了推动能源生产和消费方式变革,我国近年来大力发展清洁能源,光伏、水电、风能等实现快速增长,提高了能源保障能力和保障水平。不过,在产业实践上还存在外送通道建设缓慢等难题,需要进一步出实招加以解决,助推我国经济实现绿色、低碳、循环发展——



## 市场前景可观

按照我国《可再生能源中长期发展规划》,到2020年,我国可再生能源消费量占到能源消费总量的15%。随着我国能源生产和消费革命的推进,对清洁能源的应用势将逐步加大。

国家能源局日前公布的通知明确要求,今年全国将新增光伏电站建设规模1780万千瓦。“中国光伏发电市场前景的确很好。”厦门大学中国能源经济研究中心主任林伯强认为,政府还会从政策上大力支持风电、太阳能发展。

作为清洁能源发电主力,风电也被寄予厚望。国家能源局日前公布了“十二五”第五批风电项目核准计划,项目容量共计3400万千瓦,同比增长42%。这意味着风电产业将保持快速增长势头。

“风电是拉动地方经济持续健康发展的重要手段,有助于进一步加大能源结构调整力度。”国家可再生能源信息管理中心主任郭雁珩说。

此外,新一轮电改适时开启,要求各地在编制年度电力电量平衡方案和年度发电计划时,落实可再生能源发电全额保障性收购制度,优先安排清洁能源送出并明确送电比例。加上配售电市场放开,清洁能源将迎接巨大的发展机遇。

## 消纳难题待解

清洁能源产业在初期属于典型的政策导向型产业,目前政策导向日渐清晰,但在产业实践上还存在不少问题。

“弃风”、“弃光”、“弃水”等问

题,就一直是限制我国清洁能源发展的关键因素。国家能源局数据显示,一季度弃风电量107亿千瓦时,同比增加58亿千瓦时;平均弃风率18.6%,同比上升6.6个百分点。水电也存在同样的隐忧,根据“十二五”能源规划,这期间应新开工水电1.6亿千瓦,截至目前,实际开工数量仅四分之一左右。

电力外送通道建设缓慢,是清洁能源利用率低的重要原因。“新疆等地由于在建风电项目规模大,局部地区存在送出的‘卡脖子’问题,导致‘弃风’

率有所上升。”国家能源局新能源和可再生能源司副司长史立山表示,要确保配套电网设施与风电项目同步建成投产。林伯强建议,新能源基地可探索就地利用方式,并在电力市场优势地区开展分布式项目。

“统一完善的碳排放交易市场,对清洁能源的发展非常重要,能对新能源、清洁能源扶持资金起到补充作用,国家要尽快统一碳排放交易。”北京交通大学光电子技术研究所教授徐征说。

□ 冯其予

## 重在因地制宜

随着我国经济水平的不断提升,对环境问题的关注与日俱增,有关如何发展清洁能源的讨论,这些年受到密切关注,各类观点见仁见智。笔者认为,发展清洁能源必须坚持因地制宜。

一方面,发展清洁能源必须立足实际,不可盲目贪大求全,尤其是需要厘清行政边界,更多地让市场在资源配置中发挥决定性作用。这方面,我国光伏产业发展的经历值得借鉴。近年来,我国光伏产业一路走来,可谓跌宕起伏,从炙手可热到跌入低谷,中间不过两三年的时间。究其原因,不仅是因为国际因素影响,也与一些地方不顾自身实际情况强行推动有关。

另一方面,发展清洁能源需要具备

前瞻性。既要看到未来相当一段时间内,中国的能源结构仍以石油、煤炭等化石燃料为主导的客观事实;同时,也要看到清洁能源在未来发展的巨大增长空间。因此,清洁能源的发展要“两条腿走路”:优化存量,大力开展化石能源的清洁化利用,不断提升能源使用效率;做增量,建立起完善的清洁能源发展体制机制,不断扩大各类清洁能源在整体能源消费结构的占比。

当前,低碳高效与清洁化已成为世界能源发展的主要方向。因地制宜地加快发展清洁能源,不仅有利于解决当下面临的环境问题,对抓住清洁能源带来的市场机遇,保障国家能源安全,实现经济社会可持续发展而言,也都具有重要意义。

## 冰箱业打好“保鲜”降耗保卫战

本报记者 周雷

万台,同比增长86%;零售额规模突破23.4亿元,同比增长78%。国家信息中心的监测数据则显示,前4个月,四线城市冰箱销售量、额同比增长均超过三成。蔡莹认为,未来,三四线城市特别是四线城市将是冰箱市场增量的主体。

“2015年家电行业开局不错。”中国家用电器协会理事长姜风提醒说,但不确定因素还很多,冰箱企业要继续做到稳中求进。

一方面,企业正面临能效标准升级的大考。新版《家用电器耗电量限定值及能源效率等级》现已完成定稿,并递交国家标准化管理委员会审批。较之旧版本,新版电冰箱能效标准1级能效要求冰箱耗电量大幅降低,新1级比老1级耗电量需下降40%左右。新能效标准

实施后,产品差距将被拉开。

据了解,目前市场上1级能效冰箱产品占比超过85%,全部产品不低于2级。标准切换后,新1级产品占比在5%左右,新2级产品占比10%至20%左右。能效标准的大幅提升,将促进市场优胜劣汰,一些竞争力较弱的企业或将出局。“新修订能效标准,对企业来说既是挑战,也是机遇。”中国家电协会秘书长徐东生表示,企业应加大对节能技术的研发和应用,并做好产品线切换准备,以保证符合标准要求。

与此同时,行业仍面临市场规模增长趋缓的挑战,需紧抓更新消费商机。“保鲜”是人们发明冰箱的初衷,这个看似简单的功能,正随着冰箱技术的进步日臻完善。而随着技术的进步,我国冰箱产品也进入更新换代高峰期,每年城

市市场冰箱更新换代量约为1500万台。而更新消费需求直接对应的是产品高端化。为有效反映市场的实际变化,《2014—2015年中国电冰箱市场研究报告》将高端冰箱零售价格线从过去的4500元提升到6000元。在价格线提高的情况下,今年前4个月,高端冰箱在重点城市市场的销量占比达13.82%,销售额占比高达35.64%。

目前,许多外资品牌把重心放在一二线城市市场上,不断加大对原装进口产品的引入力度,这对特定消费层次形成了很强的吸引力。为适应消费升级趋势,国产品牌也在着力推进产品升级,中高端市场竞争将更加激烈。蔡莹就此提示说,“国产品牌在高端、超高端的产品上,确实还有向外资品牌学习的空间和余地。”

本报编辑 于泳 杨开新