中国南车
创新中打造“中国名片”

□齐中熙

6月21日，印度新德里地铁车辆订单;7月20日,沙特干线机车订单;7月23日,马来西亚城际轨道车辆订单……在中国南车股份有限公司董事长的办公桌上,堆满了来自世界各地的订单。今年以来,中国南车不断拓展海外市场,在国际市场上逐步树立起中国轨道交通产品品牌。

从10年前“小作坊的集合”，到现在拥有世界先进技术的现代化大生产,中国南车股份有限公司努力打造自主品牌,不断创新超越。截至7月底,中国南车海外签约额已超76亿美元,同比显著增长。产品出口到中东、中亚、南亚、东南亚、非洲、大洋洲等地区。

核心技术是“硬通货”

面对低碳经济时代,全球轨道交通行业迎来黄金机遇期。以打造世界轨道交通领先品牌为目标的中国南车公司,拓展海外市场是其既定战略。目前,海外市场销售收入已占到中国南车销售总收入的10%左右。而在未来5年,中国南车将把这一比例提高到20%。

谈到海外市场拓展步伐提速的原因,中国南车总工程师张新宁说,拥有核心技术是南车参与市场竞争的“硬通货”。目前,中国南车建立了开放式的自主创新体系和创新机制,企业已建成具有国际先进水平的设计技术平台、制造技术平台、产品技术平台。

不断创新才能勇立潮头

2007年12月,完全自主研制的我国首列时速300公里至350公里的动车组在南车问世,使我国成为世界上第四个能够研制300公里以上速度级动车组的国家。

中国南车并没有就此止步,而是将目光投向更高目标——拥有一代、研发一代,研制时速380公里动车组。

“新一代CRH380A型动车组，运行时速达到380公里，试验时速超过400公里,接近飞机低速巡航速度。与飞机相比,高速列车还要面对地面气流扰动、两车交会时车体的激荡以及车体通过长大隧道时气流的变化,其外形设计比飞机更富有挑战性。”南车董事长赵小刚说。

走出国门开拓市场

有了核心技术,中国南车的产品开始打入国际市场,并逐步站稳了脚跟,在世界上打出了中国品牌。

早在2009年4月,中国南车就与沙特铁路公司签订了货车出口订单，所有10余个品种的车辆均由中国南车长江公司自主设计和制造。今年5月底,首批125辆货车经过外方监理严格检验后正式交付。

今年7月20日，中国南车戚墅堰公司与沙特铁路组织签署合同,中国南车将首次向该地区供应干线机车产品。沙特为沙漠气候,沙尘大、气温高,中国南车针对特殊气候条件,经过充分考察交流和精心设计,向沙特铁路组织提供了令人满意的机车技术和运用方案。

6月21日，中国南车株机公司签约印度新德里古尔冈RMGL地铁项目,2011年印度首都将迎来中国南车地铁车辆。至此,中国南车高端地铁产品已经成功进入印度新德里和孟买。7月23日,中国南车株机公司成功中标总金额近40亿元人民币的马来西亚城际轨道车辆项目,项目车辆将用于马来西亚首都吉隆坡最繁忙的南北城际轨道运营。与传统出口模式相比,中国南车推行“产品+服务”捆绑出口模式,产业链延伸到售后养护、维修、升级等服务环节,这种全方位的系统解决方案让中国南车的产品竞争力和附加值极大提升。

晶牛
创新18年 成果千余项

日前,在上海举办的世博会上,阿根廷馆馆长马丁提起晶牛集团提供的装饰材料晶牛玉赞不绝口:“晶牛玉这种材料最适合我们,它的特殊透光效果非常奇妙,画面投影在玉面上的效果很棒”。据了解,由晶牛集团自主研发的高科技产品晶牛玉被世博会多家场馆选作装饰材料。

像“晶牛玉”这样受到众多客户赞誉的产品在晶牛有上千种。晶牛微晶集团坚持走自主创新之路，自1992年至今已经研发新品达1100种,“晶牛”商标逐步成长为中国驰名商标。

1992年的晶牛集团是一家只生产单一白玻,将要濒临破产的市属企业,而现在该集团已成为我国最大的微晶玻璃基地和彩玻基地，企业效益连年提高,高科技产品达1100多种，这些产品均拥有自主知识产权,其中10项填补世界空白，近百种产品填补国内空白。

18年来，他们为寻求企业发展，着力在技术创新上下功夫，先后开发出了宝石蓝玻、翡翠绿玻、晶莹黑玻、欧洲灰玻欧风易光膜玻璃及在线镀膜、压延微晶等产品。其中翡翠绿玻以良好的性能和品质荣获第二届国际新发明、新技术(产品)博览会金奖。这些新产品、新技术的应用，帮助晶牛集团很快走出低谷,摆脱困境。

晶牛集团是世界上唯一同时拥有高强工业微晶、多彩装饰微晶、低膨胀电子微晶、透明航天微晶四项综合科研生产技术的高科企业。微晶板材制作的真空吸水面板被誉为造纸行业的第二次技术革命。自2003年开始,上海钞票厂、保定钞票纸厂等全国70多家纸厂广泛采用由晶牛微晶产品装备的造纸设备,使人民币的图案更为清晰,安全性更高。

不断的创新还极大地推动了节能降耗。他们研发推广的富氧燃烧技术,每年节煤3000多吨,推广的电机变频节能改造项目、玻璃窑残留煤气回收利用技术、利用矿渣生产微晶玻璃的先进技术等一系列技术革新项目都提高了产品竞争力,降低了成本。他们还在员工中开展废料利用、设备改造、修旧利废等技改革新活动，以此来降低成本、保护环境。

（孙建伟 尹纪周 睢卓）

战略创新 | Zhanlue Chuangxin

张海杰:创新不是噱头 而是厚积薄发

这个地地道道的大连人，从小就显示出超前的本事:31岁成为大连电机厂最年轻的总工程师;2001年创办普传科技时，又是国内最早的股份制企业之一。可以说，张海杰见证了中国变频器市场的风雨历程。

□梁志　林至源

意气风发的张海杰

近年来,在以实力论英雄的变频器业界,研发电机出身的企业家张海杰和他执掌帅印的普传科技逐渐崭露头角。

毕业于哈尔滨电工学院自动化仪表专业的张海杰，从20岁便开始见证中国自动化产业特别是变频器在中国的发展。

创新但不追求速度

平均每三年,业界总是瞪大了眼球关注着张海杰和普传科技。这几乎成了一个周期，与之暗合的是,“我们平均3年才会出一批新产品。”张海杰说。

“作为身处深圳和大连这样前沿国际城市的普传科技却似乎缺少应有的速度？”这是许多记者采访张海杰时的问题,而他也从未否认。张海杰认为,因为“做企业的目标不一样”,所以“打法也不一样”。

在变频业界,许多企业每年都会推出几款新产品，而普传科技却并非如此。“我认为我们要真正理解做产品的目的,首先是要让客户满意,其他都是次要的。我们需要更深入研究电机如何与控制完美结合,而不要把主要精力放在翻新花样上。”

普传科技的目标是致力于成为“具有电机设计制造基础的变频器专业制造商”,看似简单的十多个字,却是其毕生的孜孜追求。“变频器作为电机的控制器,应该是以电机的负载要求为控制对向研究其在变频情况下的机器特性,因此,要做好变频器,就要把电机和控制两个方面研究搞清楚,而不需要太多花哨的东西”。

其实,创新并非炒作概念或简单的改头换面。这些年来,从变频器和软启动,到交流伺服驱动系统,再到节能与新能源汽车等项目,普传科技都一直围绕着电机做文章,只不过在每一款产品的细节上下了更多功夫。而且,“在打好基础的情况下,目前我们把经营理念中‘创新’的位置相对提前了。”张海杰说。

稳健平衡是创新的前提

创新的前提,是稳健与平衡。这一点,张海杰深信不疑。

所谓平衡，是系统的一种状态,它通过动态变化的调整最终追求相对的静态稳定。对于一个企业来说,资源有限，因此必须统筹安排以发挥最大优势。

所以,张海杰并不苛求在某一方面的领先,而是全面比同行强一点,没有短板。这一点,在他战略布局上深有体现。

在国内,普传科技整合资源形成了大连和深圳两个中心。纵观中国的变频器业界,唯有普传科技具有一南(深圳)一北(大连)两个研发、生产和服务基地,这种地理位置的优势决定了其可以有效地调配资源，迅速地做出响应,快捷和方便地满足客户需求。而且以这两个基地为中心向外辐射,普传科技建立了广州、无锡、山东、成都、武汉、郑州、沈阳等办事机构及全国性营销和服务网络,使各地资源得以最大程度的整合和优势发挥。

在国际化市场与线路上,普传科技始终坚持先东南亚,再中东,最后是欧美的战略,一步一个脚印,彻底做好本地化服务之后,再逐步扩张。

而稳健与平衡的另一大体现,则是他与普传科技在社会责任方面的追求。在当前全球能源危机的大背景下,节能显然是企业最重要的社会责任之一。

而且,从2004年,普传科技便开始关注电动车领域,并和其他企业合作致力于相关驱动电机和控制器的技术研发，得到了国家863工作组的高度认可。因此,在“十一五”节能和新能源汽车的重大项目中,普传科技承担“车用驱动电机系统关键技术研究”课题,张海杰也担任课题组组长。对此,张海杰十分看重。

引领国际消费时尚 填补国内市场空白
云南成首站 “惠源地”启动西南市场

□本报记者 何沙洲
特约记者 刘海山 张祖鸿

8月8日下午,300多名来自全国的“惠源地”运营商和云南各地州加盟商以及昆明首批特约商家、云南及昆明相关行业商(协)领导等汇聚昆明锦江大酒店,见证了“惠源地”西南市场启动仪式。云南指点通通信传媒有限公司在重庆先迈通信技术有限公司的授权下,成为“惠源地”西南运营中心,使云南率先步入“刷手机”时代。

“惠源地将撬动西南消费者资本市场资源,帮助更多西南地区的企业实现持续性盈利,拉动内需,促进消费市场的发展。同时,奠定广泛的市场基础,扩大项目影响力。”重庆先迈通信技术有限公司总裁马昭德向记者如是说。

调查显示，今天的中国手机使用人数已经达到了7.8亿，网民突破4亿大关，用手机上网的用户更是达到2.77亿之多。如此巨大的通信网络市场预示着3G网络的推广将会让人得到预想不到的效果。与此同时,众多商家也把目光投向了由3G创造的“第五媒体”带来的商机。

重庆先迈通信技术有限公司首先抓住了由“第五媒体”带来的商机,自主研发出“惠源地”这一网络平台。“惠源地”捕捉到3G时代“第五媒体”引领的巨大冲击力和潜藏的巨大财富,抢先占领并运用“第五媒体”平台将二维码技术、优惠券、会员识别等融入其中,历经3年打造出了全球最大的中文手机优惠券平台,搭建起了消费者与企业之间沟通的桥梁。

马昭德介绍,“惠源地”战略性地实践了“B2C2B”全新的商务运作模式,即商家对消费者再对商家的模式,为商家和消费者建立起了互惠互利的良性关系。“惠源地”这一平台的建立,通过手机媒体这一渠道使得广大的手机用户看到了商家的销售信息,既扩大了商家的消费群体,起到了广告的效果。又可以让消费者在“惠源地”得到商家的优惠信息,下载商家优惠券。实现了商家和消费者的共赢,建立起了一个消费者和商家亲密无间、和谐共处,井然有序的模式。真正做到了“为商家赚钱,为消费者省钱”。

就目前来看，英美等众多发达国家,手机优惠卷已经成为市场营销中重要且常见的营销手段。而在中国,有2.77亿的手机上网用户——仅以每人300元/月消费论，就能产生510亿耸入天云的参天大蛋糕市场,“惠源地”引领了国际消费时尚,也填补了这一空白。

“指点通‘惠源地’,是3G增值服务的绿色移动应用与创新产品,同时我们还推出手机黄页移动搜索增值业务、手机名片移动信息管理软件。”云南指点通通信传媒有限公司总裁郑周阳表示,这些手机上的新型服务分别来自于人们的生活应用、行业信息化和世博会服务等多个不同的领域,体现了手机增值服务并服务于各行各业,造福于人类的创新思路。他说,开展绿色移动应用与创新产品增值对积极倡导增值企业创新绿色业务应用,引导电信增值业务行业发展,树立行业优秀业务典范,促进行业健康有序地发展,具有十分重要的现实意义和深远意义。