

# 缩小城乡数字鸿沟成关注焦点

## 中移动将发布可持续发展报告

■ 本报记者 丁国明

据《中国企业报》记者了解,中国移动2012年度可持续发展报告即将发布,缩小城乡数字鸿沟成为令人关注的焦点。

近年来,移动通信技术正深刻改变着人们的生活。据工信部统计,截至2012年底,中国农村100%的行政村已接通电话,20户以上的自然村通电话率达到95.1%。在中国的广大农村地区,手机拥有率上升至90%,家用电脑拥有率为40%,使用互联网作为信息获取渠道的农民超过40%。这一系列的数据表明,随着信息通信服务逐步普及,减少城乡数字鸿沟,已经不能仅仅满足于为边远农村地区提供广泛覆盖的通信基础设施。更重要的是,要

通过不断创新的农村信息化应用与服务,让农村信息化手段真正为农民、农业和农村的发展提供有力支持,转化为触手可及的发展成果。

在完善农村信息服务方面,2012年中国移动大力开发和推广“12582农信通”平台应用,提供“百事易”、“务工易”、“农情气象”、“商贸易”、“政务易”等多个子应用,覆盖农业种养、产供销和农村政务管理等多个方面,构建了目前国内规模最大的“三农”信息门户。截至2012年底,整合涉农信息超过6300万条,服务农信通客户4300万户,累计发送涉农信息103.4亿条,热线用户日均拨打量近5.7万次。

在助力农村医疗建设方面,中国移动深入推进新农合信息系统建设,

帮助农民实现便捷、实时的新农合报销补贴,也帮助医疗卫生监管部门实时监控新农合资金使用情况,确保惠农政策落到实处。在贵州,截至2012年底,该系统覆盖贵州省77个县(区)的逾1.1万家医疗卫生机构,通过该系统实现月均补偿人数超过150万,月均补偿金额约3亿元。而在河南、天津、内蒙古、山西等省区建成了远程医疗信息系统,帮助居民特别是偏远农村地区居民获得远程诊疗服务,在一定程度上缓解医疗资源分布不平衡的问题。

在推动现代农业转型方面,中国移动积极探索物联网应用与农业的结合,已经在安徽、山东、新疆等多个省区应用温室大棚无线监控技术,并在智能化灌溉、水利信息化等方面进

行创新,加速推进传统农业向现代农业转变。目前中国移动已经开发了九大类37项移动物联网农业应用,让梦想的高科技实实在在地走进了田间地头。

如今,从东北黑土地的农场到彩云之南的茶园,从东海之滨的渔场到新疆伊犁河谷的棉田,一手从事农业生产,一手打移动电话的镜头已然司空见惯,多年以来难以消弭的信息隔阂正逐渐消融在贴着手机的笑谈中。

未来,中国移动将致力于发挥自身规模优势和技术特长,建设遍及城乡的信息通信基础设施,创新信息化服务与解决方案,以信息通信技术“授人以渔”,继续缩小城乡间的信息差距,为农民致富、农业发展、农村进步铺设信息高速公路。



## 中国石化与四川大学 签署科技合作协议

5月17日,中国石化与四川大学科技合作框架协议和共建CO<sub>2</sub>矿化利用研究院签字仪式在成都举行。双方将围绕CO<sub>2</sub>捕集、利用技术开发及应用和CO<sub>2</sub>矿化利用研究与推广应用等技术领域开展具体项目合作。

协议的签订,是推动科技和经济紧密结合,着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系的重要举措,是中国石化实施绿色低碳战略,建立具有中国石化特色的发展模式,建设世界一流能源化工公司的重要举措,为双方发挥资源互补优势,促进深层次合作和全面推进实现低碳转型和国家减排目标,建设美丽中国,提供机制保障。

图为傅成玉与谢和平在签字现场。

# 中国电信:以创新服务助力交通信息化建设

■ 本报记者 丁国明

“落户上海的中国电信车联网基地,以乘用车、商用车、新能源车服务作为切入点,加快信息通信技术与汽车电子、汽车安全、周边生活信息、服务之间的融合,通过车联网的普及应用,推进城市整体‘智慧交通’。”中国电信集团董事长王晓初日前表示。

随着交通运输业的迅速发展,道路安全日益成为社会关注的问题,打造高效、安全的交通环境成为社会的重要需求,“信息通信技术与改善道路安全”成为2013年5月17日“世界电信和信息社会日”的主题。

王晓初表示:中国电信近年来通过积极开发改善交通的信息通信服务,推动信息通信技术与交通相互渗透与融合,提升交通信息化水平,支撑我国现代交通运输业的健康发展。作为

全业务综合信息服务提供商,中国电信正运用物联网、移动互联网、云计算等新一代通信技术,积极参与交通运输信息化相关领域的工程建设及科技研发,提供视频监控、互联网数据中心(IDC)、呼叫中心等多种业务,服务于交通运输电子政务、行业管理、公众出行、安全应急保障等领域,助力现代综合交通管理体系,以信息化带动交通现代化。

王晓初介绍:“目前,中国电信正与交通运输部在交通信息化规划、行业信息技术研发、基础信息资源、网络系统建设、交通行业信息化应用等方面开展全面深入合作,共同推进了交通运输行业的信息化建设。”

除了上海之外,王晓初说:“中国电信在国内多个城市推进智慧交通的实施,建设公众出行信息服务系统、枢纽综合管理系统、交通综合业

务管理平台以及综合交通数据中心等工程,让市民感受到‘快乐交通’的乐趣,提高出行效率。”

由中国电信开发的“易打车”软件,方便司机与乘客之间的信息沟通,缓解了民众打车的难题。同时,中国电信研发的智能公交系统已在多个城市投入使用。如利用全球定位系统(GPS)帮助公交公司提高调度管理能力,改善乘客等待公交车时间过长的情况,同时提供了用天翼手机即可“刷机”坐公交等多种便民服务,为方便民众发挥了重要作用。

针对家长们关心的校车安全,中国电信在多地开展平安校园项目,在校车中装置传感器、高清摄像头、3G通信模块等设备,家长们通过智能手机即可实时远程查看校车情况,及时了解孩子进出校门等信息。在5月8日的中国(上海)国际技术进出口交易

会上,中国电信展示的“平安校车”受到了媒体和市民的广泛关注。

据了解,中国电信已于2012年9月在上海成立车联网基地,依托技术优势,将乘用车、商用车、新能源车服务作为切入点,加快信息通信技术与汽车电子、汽车安全、周边生活信息、服务之间的融合,通过车联网的普及应用,推进城市“智慧交通”建设,不断提升城市交通信息化水平。

据介绍,截至2013年第一季度,中国电信移动通信用户已经超过1.68亿,其中3G用户达到7800万,宽带用户超过9300万。在行业信息化领域,中国电信不断开拓创新,对内整合资源,对外扩大合作,充分发挥了国家信息化建设主力军作用。截至目前,中国电信已与28个省级政府签署战略合作协议,与179个城市签署了“智慧城市”战略合作协议。

## 发挥各自优势 共同开拓中国市场

# 中粮、蒙牛、达能携手发展中国酸奶业务

■ 本报记者 丁国明 通讯员 于雷

近日,《中国企业报》记者获悉,中国最大的粮油食品企业中粮集团和法国达能签署协议。根据协议,中粮和达能将合作成立一家合资公司,中粮同意向该合资公司转让中国蒙牛(148,014,022股)股份,更好助力蒙牛乳业的发展,同时引进达能世界先进的酸奶技术和品牌管理经验。新成立的合资公司中粮将占股51%,达能占股49%。转股交易完成后,中粮仍是蒙牛乳业的最大单一股东。达能通过合资公司在蒙牛乳业的首期持股约为4%,成为蒙牛的战略股东,并计划将来根据市场进展增持蒙牛的股份。

同时,蒙牛乳业和达能签署框架协议,达能中国的酸奶业务将与蒙牛酸奶业务合并(2012年两者销售额

合计约40亿元人民币,市场份额约21%),双方将组建新的合资公司专项从事酸奶生产及销售业务。这项合资安排将发挥达能和蒙牛乳业两者品牌的互补效益,一方面引进达能全球无可争议的品质管理技术和产品创新能力的优势,同时充分利用蒙牛乳业在中国的酸奶市场领导地位及分销实力,创造协同效益。这家即将在中国成立的酸奶合资公司,蒙牛将控股持有80%的股份,达能则持股20%。

对于以上两项合作,达能的总投资额约26亿元人民币。此次合作有助于蒙牛吸收达能世界领先的乳品技术创新与管理能力,例如,达能的碧悠系列酸奶产品将帮助新的酸奶业务在益生菌酸奶领域建立起强有力的领导地位。

中粮集团董事长李高宁表示:“中粮欢迎与达能的合作。中粮作为中国

食品行业最大的国企,有责任更好助推和发展中国的乳品。希望中粮与达能在乳制品业务的合作为起点,未来进一步发挥双方在市场、渠道、产品、管理上的各自优势,寻求更多业务合作切入点,共同开拓中国市场。”

“结合中粮集团、蒙牛和达能的优势,我们将能够进一步开发、充分释放中国酸奶市场的巨大潜力。依托中粮在中国食品行业丰富的专业知识以及蒙牛覆盖全国领先的乳业平台,我们能让更多的中国消费者享受到我们的品牌和高品质的酸奶制品。”达能集团董事长兼首席执行官拉克·里布这样表示。

蒙牛乳业总裁孙伊萍说:“继去年引进欧洲最大乳品公司Arla Foods(爱氏晨曦)并建立良好的国际间合作的基础上,蒙牛非常高兴能再次引进居世界酸奶制品领先地位的达能成为

蒙牛新的国际合作伙伴。达能拥有世界先进的研发技术、品牌管理和市场推广的全链条国际乳业管理经验。这项合作将有助于蒙牛进一步提升在乳制品行业的技术创新能力,提供更多更好的高品质产品给中国消费者。”

以上协议不会对中粮及蒙牛与Arla Foods(爱氏晨曦)之前达成的相关协议产生影响。Arla Foods常务副总裁兼蒙牛乳业董事芬·汉森表示,“爱氏晨曦对于达能与蒙牛合作在中国生产低温酸奶表示欢迎。爱氏晨曦与蒙牛联手位于北京的中丹乳品技术中心项目正在逐步开展。相信达能与蒙牛的合作将更加增强消费者对中国的乳品信心,这对于在中国市场的所有乳品行业参与者都是福音。”

据悉,以上交易尚需获得相关政府部门批准,预计将花费数月时间完成。

# 依托服务理念 构建品牌价值

## ——一汽锡柴“精芯服务”品牌发布

■ 本报记者 丁国明 李文新

一汽锡柴将2011年定为品牌建设元年以来,以大气魄全面勾画企业品牌建设的宏伟蓝图,并将打造服务品牌作为企业品牌建设的重要组成部分,从服务技能、价格、配件、态度以及服务时效等方面入手,进行全维度的提升,力图为客户带来实实在在的、以“精湛、精益、精诚”为品牌价值诉求点,全方位构建“精芯服务”品牌。

## 突出专业,围绕“精湛”提升服务技能

5月9日至10日,以“服务创品牌,技能展风采”为主题的锡柴“精芯服务”品牌发布会暨全国服务技能大赛决赛在无锡隆重举行。经过4月份的全国海选,来自全国各地的30名服务站的技术精英,以国四和天然气发动机整车故障排除为竞技内容,进行巅峰对决,以高超的技艺来诠释锡柴“精芯服务”的内涵。记者从比赛现场看到,细致篆刻的“精芯服务”几个大字赫然在目,它体现了锡柴对创立服务品牌的用心、精心和专注;参赛选手高超的服务技能,彰显了锡柴服务站具备行业标杆的实力。

此次举办的全国服务技能大赛,正是对“精芯服务”的“精湛”诉求的最好诠释。通过技能大赛的开展,一方面,一汽锡柴优质服务的风采得到了充分展现,锡柴“精芯服务”的品牌知名度得到初步的提升;另一方面,赛前的多方位培训和各层级的比拼、选拔,使得锡柴的服务网络具备了国四和天然气发动机的维修技能,足以应对国四排放升级和快速发展的天然气市场带来的新挑战。

“此次表彰这些精英,旨在激励全国服务战线在今后的服务实践中不断学习进取,夯实‘精芯服务’品牌的基石。”一汽锡柴分管市场营销的厂领导李一志这样概括颁奖仪式的意义。

## 突出效率,围绕“精益”健全服务网络

一汽锡柴实行即时响应的服务制度,服务热线24小时畅通;实行“首问负责制”,为用户提供技术咨询和应急服务,用户提出的问题1小时内答复,外出应急服务8小时到位,城市公交2小时到位。改进了TDS服务结算系统,能够分类统计每个用户从进站到出站的时间,以最快的速度为用户提供维修、保养或咨询服务,并保证每年缩短服务时间。

同时,一汽锡柴建成了纯正的配件及服务网络。在全国建有1500多家服务站,平均服务半径小于50公里,各服务站提供热忱、优质、快速、高效的服务,为用户解决后顾之忧,带来盈利保障。锡柴还建立了良好的配件、机油、冷却液等供应绿色通道,在全国设有27家配件中心库,92家专营店,70家特约经销网点,储备充足资源,能够迅速、准确地应对服务站及用户的每一个请求。

锡柴“精益”的服务网络、惊人的服务效率,屡屡获得赞扬。2012年底,针对智利市场出现的故障灯显示问题,一汽锡柴服务团队在到达智利的第一天就找到了问题的根源,及时刷新了故障车型的ECU数据,排除了故障,这一出色表现,令用户赞叹不已。

## 突出满意,围绕“精诚”展现服务特色

一汽锡柴拥有规范的服务队伍形象,完善的服务流程。锡柴服务人员配备统一的服装、工具包、材料包、培训包等,对服务站形象建设也在向统一化、标准化方向迈进。一次完整的锡柴服务流程包含五大步骤,即“一问好”,以热情的态度拉近与用户的距离;“二了解”,以细致的作风了解用户需求及相关情况;“三服务”,以踏实的工作提供用户所需的服务;“四指导”,以负责的精神指导用户正确操作与维护;“五回访”,以贴心的关怀坚定用户对锡柴品牌的信心。这样的服务流程,超越了用户期待,让用户满意而归。

与此同时,一汽锡柴为用户制定针对性的特色服务,不仅有农忙护驾、体检式服务等特色服务,而且每年推出针对用户的其他特色服务。此外,锡柴的服务团队还时不时追踪服务过程及质量,并对用户进行回访以确定服务结果。

打造“精芯服务”品牌,是一汽锡柴通过提升服务满意度,进而促进企业品牌知名度、美誉度、忠诚度提升的重要一环,一汽锡柴对此极度重视,抱有坚定决心。这一点,从一汽锡柴党委书记蔡真法的讲话中便可深刻感受到:“打造‘精芯服务’品牌,是锡柴的战略任务,也是联系锡柴与客户这个合作共同体的桥梁纽带。只要大家同心协力、携手向前,就一定能把‘精芯服务’品牌打造成行业领军的服务品牌,实现主机厂、发动机厂和服务站的合作共赢。”

## 资讯

### 郭二庄矿开展“党员节俭包”活动

在冀中能源郭二庄煤矿井下,到处可以看到头戴红色安全帽、身背“党员节俭包”的职工一边走、一边仔细寻找、一边弯腰拾沿途丢弃的钉、螺丝钉等较小的材料,装到随身携带的背包里。该矿为每名党员佩戴了红色安全帽、发放了“节俭包”,亮明身份,每个党员在上、下班途中或工作期间,把丢弃的小材料逐一捡起来,装到“节俭包”里,下班后将捡到的材料交到指定地点,经过加工后重新复用。仅此项目每月增收节约5万多元。(郭永旺 魏冰冰)

### 吕家坨矿实施“五位一体”管理方式

近年来,开滦股份吕家坨矿业公司突出管理和科技创新,大力实施简化系统、科技进步、管理创新、素质提升、政策激励“五位一体”的管理方式,坚持把减人提效作为提高员工收入、保证公司可持续发展的重要举措,持续推进减人提效工作,取得了较好效果。该公司围绕构建集约高效、持续发展生产格局,以“能力高、系统优、环节少、后劲足”为目标,不断优化工作面、生产区域和生产系统设计,从源头上减人提效。(黄绍华)