

夯实中国信息安全地基 航天信息破冰自主研发安全芯片



美国“棱镜门”事件的曝光引发了全世界对“信息安全”的关注,无论是国家、企业还是个人,都在重新审视自身的信息安全现状。在信息产业已经成为整个经济结构基础的今天,应该如何保护自身的信息安全,解决自身安全隐患,使用完全自主知识产权的本土产品无疑会成为最佳的解决方案。作为国家级信息化领导厂商,航天信息股份有限公司(以下简称:航天信息)多年来一直以信息安全为主业,在信息安全领域积累了大量的设计研发经验,其自主研发的一系列安全芯片产品已广泛应用于金融、海关、电子政务等多个领域,为保卫中国信息安全做出了重要贡献。

自主创新 保卫信息安全

长期以来,我国对信息安全技术及产品方面虽高度重视,但由于起步较晚,在很多领域,核心技术都依赖于国外,无形之中为我国的信息安全造成了不小的隐患。“棱镜门”事件更说明了信息安全的自主创新更为紧迫,已经成为事关国家安全的重大战略问题。为了解决我们面临的信息安全问题,尽可能降低我国信息安全技术与产

品因“外来”而可能带来的风险,保障国家信息安全,我国政府陆续出台了一系列鼓励支持政策,希望民族企业能够瞄准信息安全技术的前沿,推动自主创新,以此打造国家信息安全堡垒。

作为国内信息安全领域的领先者,航天信息自成立以来紧密贴合国家政策导向,积极探索高新技术应用,依托自身在信息安全领域的技术优势,自主设计研发了拥有自主知识产权 C-Core 核的完整的 SoC 设计平台,基于自主产权的抗攻击密码算法 IP 核(包括 SSF33、SM2、SM3、SM4、DES/3DES、AES、RSA、ECC、HRNG、SHA-1、MD5)利用航天信息成熟的安全芯片设计技术,设计完成了一系列的安全芯片产品,形成较完整的专利布局,不仅为促进我国自主创新,护卫国家信息安全提供了有效的技术保障,同时也以其高技术、高安全性斩获了省部级科技进步二等奖、改革开放30年中国信息安全最具推动力技术奖、中国信息安全优秀产品奖等多项殊荣。

自主安全芯片 铸就税务信息安全地基

在航天信息自主研发的一系列安全芯

片产品中,SSX45 芯片极具代表性,作为一款高性能安全 SOC 芯片,SSX45 芯片采用国内先进的芯片工艺生产,具有高处理能力、高安全性、低功耗、低成本、加解密速度快、存储容量大等特点,是国内第一款同时集成了 RSA、国密 SM1、SSF33 算法等硬件加解密模块的安全芯片,也是目前国内同类芯片中集成功能最完备、性能最强的安全芯片,能够快速完成各种通用和专用算法的加解密运算,运算速度在国内属于领先水平,因此能够保证未来基于该芯片的安全产品在性能上具有相当大的优势。SSX45 安全芯片还集成了 USB、ISO7816、SCI、SPI、GPIO 和 Nand Flash 等多种接口,为智能卡、读卡器、USB KEY、U 盘等应用提供了直接的支持,并能支持软件算法的下载。

最难能可贵的是不仅 SSX45 密码安全芯片的全部自主知识产权由航天信息拥有,而且该芯片的设计以及 CPU 和所有内部模块的研发全部在国内完成,甚至从生产到封装也都在国内完成。

如今,信息资源已经成为一个国家经济活动的基本资源之一,在信息化快速发展的背景下,信息化技术已成为国家间竞争的焦点领域,反映了一个国家科技和经济力量的强弱。作为信息化的组成部分,信息安全的自主创新能力以及能否贯彻国家意志将成为国家安全的重要保障和支撑。党的十八大报告强调:“实施创新驱动发展战略。科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置。要坚持走中国特色自主创新道路,以全球视野谋划和推动创新,提高原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力,更加注重协同创新。”展望未来,航天信息将持续深耕信息安全产业,坚持自主创新发展,为保障中国信息安全积极贡献自己的力量,助力中国信息产业命脉紧紧地握在中国人自己手中。

(陆 伟)

缺“一”不可的选择 东风日产构筑全价值链“安全车”文化

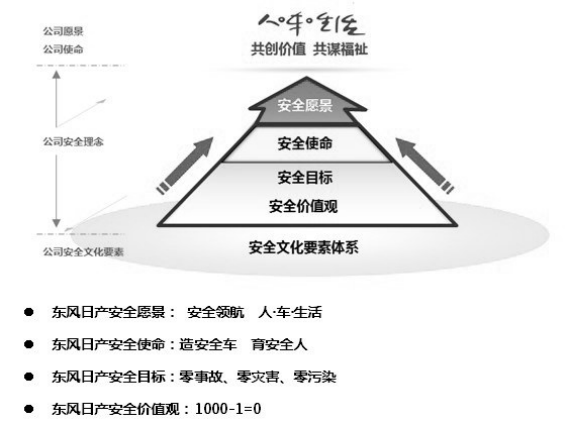


近日,东风日产安全宣言及理念发布会在花都举行。来自市、区两级安监部门,花都区总工会的领导,东风日产的高管和员工代表,上下游关联企业代表出席了本次发布会。活动现场,东风日产系统发布了涵盖全价值链体系的安全愿景、安全目标、安全价值观、安全使命和安全文化模式,成为业内首家发布专属安全理念的合资车企。

东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“安全是企业赖以发展的基础与核心价值。10年来,我们持续关注生产制造、员工人身等方面的安全,更一以贯之地保障客户利益,为超过450万消费者提供了最安全的产品。同时,东风日产还持续向社会大众传递各种安全理念。今天,我们发布安全理念和启动安全文化建设,是对过去10年安全管理建设工作的总结与提升,也是东风日产下一个10年实现持续发展,缺一不可的选择。”

业内首创,开启安全管理新篇章

10年来,在中国汽车工业蓬勃发展的同时,汽车安全也越来越受到重视。在这样的背景下,东风日产推出业内首创的安全理念和安全文化体系,这一做法无疑将开启企业乃至全行业安全管理的新篇章。东风日产以“人·车·生活”的企业愿景为最高目标,在贯彻“1000-1=0”安全价值观的同时,提炼出企业的安全愿景、安全使命和安全目标。



此外,东风日产更将“安全承诺、组织体系、信息传播、激励机制、标准化、审核评估”六大要素,分别与车的“发动机、车身、电气系统、车轮、底盘和方向盘”一一对应,联结“车”与“安全”的元素,打造出创新的“安全车”安全文化模式——意喻安全随心所欲,人车共赢未来。企业以此提醒员工和上下游合作伙伴,要像爱护产品一样关注安全,像熟悉产品一样认识安全。

东风日产制造总部总部长王金宁告诉记者,东风日产安全管理的制度和流程经过10年积淀,日趋完善。从阶段划分的角度来看,企业整体安全管理正从严格监督阶段向独立自主管理阶段迈进。但要实现这个目标,需要营造全面的安全文化(如员工主动参与、管理者以身作则等)来推动,这也是此次发布安全文化理念的初衷所在。

在现场活动,东风日产总经理松元史明更是明确指出:“要实现‘人·车·生活’的企业愿景,就必须由内而外建立起统一深刻的认识,让员工、全价值链体系的伙伴们将安全放在首位,才能最终为消费者生产出高质、安全的产品。”

安全制造,从体系力到文化力

厚积方能薄发,本次东风日产发布的安全理念正是源自过往10年的不断积累和实践。

2003年至2004年,东风日产建立了安全管理体系、全面推行标准化作业以及规范班组安全基础等系列活动,为日后在安全方面的建设奠定了坚实的基础。2005年,东风日产开始实施EHS体系(环境 Environment、健康 Health、安全 Safety)。此后两年,东风日产通过导入KY活动(危险预知)、开展安全标准化、推行3个环境链等工作,不断完善EHS体系,得到了政府和社会的多方认可和肯定。东风日产安技环保科科长徐生向记者介绍道,在2008年至2011年间,东风日产以“安全标准化推进”为阶段主题,不仅积极导入SES(Safety Evaluation System 安全评估系统)等先进安全管理方式,更开展全价值链活动、建立应急体系等,逐步将企业对安全的重视“辐射”到全价值链体系。进入2012年,东风日产开始进入“安全文化建设和构建安全理念的新阶段。

东风日产党委书记周先鹏表示:“10年来,东风日产坚定不移地推进安全生产方面的管理工作,不仅积极引入先进技术和管理模式,形成独特的安全体系力。同时,我们还通过培训、活动以及更加人性化的考核模式,以‘文化力’熏陶出一批又一批拥有高度安全意识的东风日产人。”

东风日产花都工厂总装二车间内饰班班长王如意体会深刻:“公司内部每年会举行两次‘安全改善课题发表’的活动和评比,鼓励每个车间每个班组持续进行主动的安全改善。去年我们班的课题是‘内饰输出线安全隐患改善’,主要针对物料车的翻倒、滑板脱钩等问题进行分析,找出解决对策,最终在评比中取得了第三名的

成绩。类似的活动还有每年一次的‘安康杯’安全知识竞赛、每两个月开展的安全主题活动、几乎每天都开展的KY活动(危险预知)等等,这些工作,主要的都是培养员工发现安全问题、主动参与安全管理的能力。”

在员工安全行为的引导和改善上,东风日产也在不断地进行改进。今年1月,东风日产就采用了全新的“渐进式”考核方法,以此取代过去处罚员工不安全行为的做法;同时,东风日产自行开发出BSA(行为安全观察)管理基准,主要采用观察、肯定、沟通的方式,了解员工的真实想法,引导他们正确认识遵守安全规范的重要性。“在绩效挂钩的评分方面,现在安全相关的加分项比扣分项多多了,这样做能够有效激励员工主动开展安全方面的工作”,王如意介绍到。

精彩生活,来自最安全的产品

“不只造车,更造精彩生活”,对东风日产而言,为消费者提供放心购买、安心使用的安全产品是不容妥协的工作出发点。

在东风日产技术中心副中心长徐建明看来,“安全的产品首先是设计出来的。很难想象,在开发阶段就存在各种安全隐患的车辆能够为客户制造精彩生活。”东风日产的产品开发系统,首先是一个安全保障体系。新产品概念在提案必须符合国家强制标准之外,重点考虑中国市场其他可能的安全课题。样车试制阶段,多重的检测以确认安全性能是否达到设计预期,往往是一个极其“磨人”的过程。然而,新产品进入市场并不是产品研发的终点。东风日产的研发部门还会继续关注消费者的反馈,找出各种考虑不周的地方进行完善和更正。

完备而严谨的产品研发体系,是保障产品安全的基础,但东风日产并不满足于此。2009年,东风日产在广州花都建成并开始启用FQC(Field Quality Center,即市场品质解析中心)。该中心是日产全球除北美、南美、欧洲和日本本土以外的第五个市场品质解析中心。

王金宁部长告诉记者:“东风日产从产品导入、新品试制开始,就在生产运行过程中不断地发现问题,改善问题。而FQC则帮助我们收集、了解市场上反馈的客户声音,并从中协调供应商、研发、制造、售后各部门进行分析,快速解决问题,第一时间保障客户利益。同时,FQC更能够为正在开发的车型提供改进意见,使产品更符合市场需求,起到了未雨绸缪的作用。”

正是10年来对产品安全的坚持不懈,东风日产车型的安全性已经获得广泛的肯定和认可。今年7月12日,中国汽车技术研究中心发布了2013年度C-NCAP第二批车型评价结果。东风日产旗舰车型新世代天籁以57分的最

长安睿骋问鼎C-NCAP“中国品牌安全第一车”

2013年度第二批C-NCAP碰撞测试已于近日全部结束,长安睿骋以56.2分的超五星成绩与天籁、豪华品牌宝马3系位居三甲,刷新了中国品牌安全碰撞得分纪录、问鼎C-NCAP“中国品牌安全第一车”。与此同时,在本次参评的9款车型中,长安睿骋的得分力压甲壳虫、迈锐宝、朗逸等进口、合资车型,并将中国品牌与宝马3系的差距压缩到微弱的0.3分,这不仅成为中国品牌赶超外资、合资品牌的里程碑事件,也树立起中国品牌中高级轿车的安全新标杆。

据了解,新版C-NCAP碰撞测试满分62分,其中完全正面碰撞、40%偏置碰撞与侧面碰撞试验满分均为18分,新纳入的座椅鞭打实验满分4分,此外,对安全带提醒装置和ISOFIX装置分别有1.5分和0.5分的加分、对侧气帘(及侧气囊)和电子稳定控制系统(ESC)分别有1分的加分。从此次官方发布的结果看,长安睿骋在正面和40%偏置碰撞中分别获得了14.49分与15.73分,并在侧面碰撞中取得满分18分。依托于有防撞“金钟罩”之称的HEEAB高刚度钢吸能构架式车身,配合

高达40%的全车高强度钢用材,无论是在正面碰撞还是侧面碰撞测试项目中,长安睿骋的驾乘部分基本未出现变形、乘员舱保持完整,4个车门可轻松正常开启,不但确保了车内乘员不会在碰撞中受到车体挤压变形的伤害,而且为碰撞事故发生后车内人员的逃生或被营救创造了有利条件。而面对新版C-NCAP碰撞测试全新的座椅鞭打试验项目,长安睿骋再次收获满分,座椅头枕能够对头颈部提供充足保护,降低了车辆后碰撞中人体脊椎的损伤几率。除此之外,睿骋获得了全部项目加分,特别是1.8T车型全系标配的电子稳定控制系统(ESC),保证了紧急情况下车辆的稳定行驶。

尽管本批测试前,已有3个批次、累计21款车型参照2012版C-NCAP新规进行评级,但由于C-NCAP新规标准严苛,21款车型中仅有11款车型获得五星评价。其中,长安汽车旗下的全新A级车EADO逸动以52.9的五星高分评级位居中国品牌榜首。C-NCAP新规实施后,长安睿骋在全部30款接受测试的车型中以56.2分再创中国品牌新纪录,成为名符其实的C-NCAP“中国品牌安全第一车”。(张 伟)

爱普生扩大工业用惯性测量单元产品线

近日,精工爱普生公司宣布开发出两款惯性测量单元(IMU)*1。新型M-G352和M-G362搭载高性能陀螺仪传感器*2,改进了其基本的性能。爱普生计划于2013年8月和10月分别开始提供M-G352和M-G362样品。

M-G352支持宽动态范围。它的测量范围(±450deg/s的陀螺仪传感器和±6G的加速计)比M-G350更大,但在基本性能方面却与M-G350保持同样的水平(6deg/hr陀螺零偏稳定性*4)。高性能的M-G362IMU具备不到3deg/h的陀螺零偏稳定性,是爱普生前期IMU产品M-G350的两倍。

嘉里物流收购巴西物流企业 进一步发展拉美市场

知名的环球物流服务供应商嘉里物流近日宣布收购Braservice多数股权。Braservice是巴西知名的物流和报关公司,在巴西设有17家分公司,遍及圣保罗、里约热内卢及巴西利亚等地。

Braservice成立于1991年,迄今已发展成

为巴西领先的供应链方案供应商,业务覆盖巴西及拉美市场,专注于快速消费品、汽车、时尚服饰和精品行业。

巴西经济发展迅速,并不断加强与中国及亚洲地区的国际贸易往来,本次收购为嘉里物流在当地发展提供一个稳健的基石。(杜 威)

由己及人,营造安全大环境

作为国内合资汽车企业的“领航者”,东风日产不仅专注于自身的全面发展,同时也不遗余力地投身于社会公益事业之中,切实履行企业公民应有的责任。

从2006年开始,东风日产“安全驾驶训练营”每年都会在超过60个城市巡回,积极向社会大众推广安全驾驶理念,打造“大安全概念”,向社会传达安全理念。进入“新10年”,“安全驾驶训练营”项目更是进一步强化,在原有的3条巡展线路上增加了一条线路,并且使用了全新的展具。目前,该项目覆盖的城市已增加至140个,并与当地的交警、教育部门展开合作,共同开展有针对性的交通、驾驶安全知识普及教育工作。

2011年,东风日产正式发布“汽车公民”理念,鼓励更多的个人和组织,在中国进入汽车时代的当下,以“公民”的义务和责任进行自我约束,致力与社会各界人士携手改善中国道路交通现状,构建美好人车生活。目前,已有超过450万的东风日产员工、东风日产合作伙伴和东风日产车主加入“汽车公民”行列,而从网络方面获取汽车公民理念和实践信息的人群更是超过2.2亿人次。

“我们不只是卖车,我们输出的是一种文化”,安全作为企业文化的重要组成部分,一直是东风日产10年来努力修炼的“外传内功”。本次安全理念的发布再次证明,经历10年积累,东风日产在营造社会安全大环境上的努力已卓有成效地向整个上下游价值链乃至全行业辐射。

未来,随着中国汽车市场和消费者对安全的日益关注,车企更需在安全方面有所作为,才能赢得消费者的信任和肯定。在这一点上,东风日产又再次“领先半步”。“此次发布安全宣言与理念,东风日产从员工、工作、顾客、公司4个层面全面推进安全。不仅有利于整个价值链体系形成‘造安全车,育安全人’的氛围,更为在新10年实现新理想奠定牢固的安全基石”,任勇总结到。(红 心)

