



最后的“风语者”：老兵内兹

最后的“风语者” 美国去世



二战中，“风语者”在传递信息

美军密码屡被破译 招人编制纳瓦霍密码

1921年，在美国新墨西哥州的纳瓦霍部落，一名叫内兹的男孩出生。从呀呀学语开始，他就跟着父母学会了纳瓦霍语。后来，父母把内兹送到寄宿学校，在这里，英语成为他的第二语言。从小说惯纳瓦霍语，内兹总是在老师提问时用纳瓦霍语回答，老师甚至用肥皂洗嘴巴来惩罚他。就是这样一种会被老师惩罚的语言缔造了他的传奇人生。

1941年12月7日清晨，日本突袭珍珠港，美军被迫对日宣战，交战初期，美军的密码屡被日军破译，致使其在战场上吃尽了苦头。

就在美军高层焦急万分时，1942年初的一天，美海军办公室来了位自称约翰斯顿的美国白人。他提出一个大胆建议：征召美国最大的印第安部落纳瓦霍人入伍，使用纳瓦霍人的语言编制更加可靠的密码。在当时，纳瓦霍语对部落外的人来说，无异于“鸟语”，非常难懂。媒体报道称，军事当局决定选取纳瓦霍语作为代码的原因主要是因为该语言的语法和音质对于非纳瓦霍人而言几乎是无法学习的，而且

该语言没有书面形式。

约翰斯顿曾跟着父亲在纳瓦霍地区传教，他是为数不多的能流利使用纳瓦霍语的非纳瓦霍人。他向美国海军演示纳瓦霍语可以在20秒内完成将一条3行长的信息加密、传输、再解密的全过程，而当时的其他装置则需要30分钟才能完成同样的过程。震惊的美国海军认定这是件“了不起的事”，但还是做了一次评估。评估显示，当时世界上只有少数非纳瓦霍人能熟练地用这种语言，而这些人中没有一个是日本人。

1942年年初，一名海军陆战队征兵人员来到内兹就读的寄宿学校，寻找会说流利的纳瓦霍语和英语的年轻纳瓦霍人，内兹报名参加。

设计了211个密码 可以准确传递无敌密码

1942年5月5日，经过严格的选拔和培训，内兹及另外28名新入伍的纳瓦霍族年轻人组成海军陆战队第382野战排，受命编写密码。他们成为美军第一支少数民族情报部队，人称“风语者”，使命就是创造一种日军无法破解的密码。他们从自然界中寻求灵感设计了由211个密码组成的纳瓦霍密码本。他们将常

用的军事术语和原始的纳瓦霍词汇对应起来。例如，猫头鹰代表侦察机，鲨鱼代表驱逐舰，八字胡须则代表希特勒等。密码设计完成后，美海军情报机构的军官们花3周的时间力图破译一条信息，终告失败。就这样，被美军称为“无敌密码”的纳瓦霍密码终于诞生。在接下来的战斗中，美军使用这些“人体密码机”造就了“无敌密码”的神话：他们编译和解译密码的速度比任何密码机都要快；他们开发的密码从未被日本人破获，保全了太平洋战场上成千上万的美军士兵。

在硫磺岛战役中，6名“风语者”在登岛的前两天里保持24小时不间断地工作。美国海军陆战队称：“如果没有使用纳瓦霍语，海军陆战队永远无法攻克硫磺岛。”

为保证密码安全 同伴试图杀死被俘者

刚被分配到作战军队时，“风语者”并不被信任。当“风语者”开始传递情报并且一切正确无误时，美军就开始像对待国王一样对待他们，“风语者”被尊称为“酋长”。1942年到1945年间，那些操着一口纳瓦霍语的“风语者”参与了太平洋舰队

起的所有进攻行动。

日本人尽管能够截获这些情报，但对这些近乎“天书”的文字感到束手无策，于是日军开始四处捉拿纳瓦霍士兵。当时的日本总参情报部长回忆称，“我们曾经抓住了一名‘风语者’，逼迫他来破译纳瓦霍密码，但其余的‘风语者’为了保证纳瓦霍密码的安全不惜试图杀死这名被俘的‘风语者’。”

战后生活咋样？ 一直对过去保持沉默

二战结束后，军方认为这些密码员可能再派上其他重要用场，因而不宜暴露。因此，他们奉命回到家乡。因为涉及军事机密，他们在战后一直对自己的过去“保持沉默”。无论是战争影片的描述还是战争史实的记叙都不见纳瓦霍人的踪影。直到1968年，“风语者”被美国官方正式解密，这一机密才被公之于世。

2001年7月26日，美国总统小布什为沉默了半个多世纪的“风语者”颁发了美国政府最高勋章——国会荣誉奖章。

2002年吴宇森导演的电影“风语者”将他们的故事搬上了大银幕。据《华商报》

在第二次世界大战中，从潜艇战到诺曼底登陆，从中途岛海战再到击毙山本五十六，失败一方都有一个共同点，就是在密码上栽了跟头。

在太平洋战场上，日军总能用各种方法破译美军密码，这令美军在战场上吃尽苦头。为了改变这种局面，29名印第安纳瓦霍族人被征召入伍，因为他们的语言外族人无法听懂，所以美军将他们训练成专门的译电员，人称“风语者”。6月4日，美国最后一名“风语者”切斯特·内兹去世，终年93岁。从此，美国海军的29名“风语者”全数凋零。一种语言如何造就“无敌密码”的神话？《华盛顿邮报》披露了这些“风语者”跌宕起伏的传奇密码人生。

徐州金虹：领先一步，做市场上的“快鱼”

可能大部分人都知道在竞争激烈的市场上“大鱼吃小鱼，快鱼吃慢鱼”的道理，每位企业家都希望自己的企业是市场中的“大鱼”或“快鱼”，但如何才能成为“大鱼”“快鱼”呢？恐怕不是每位企业家都能做到的。日前，记者采访了徐州金虹钢铁集团有限公司董事长李绍云先生，领略了他的“快鱼”之道。



徐州金虹钢铁集团有限公司董事长李绍云

总是快人一步

徐州金虹钢铁集团有限公司是一家大型民营股份制企业，注册资金2.1亿元，主要从事建筑用钢材的生产加工及销售。徐州金虹目前是苏北最大的盘螺生产基地，也是苏北地区唯一一家获得国家批准生产全系列、全规格建材产品钢厂。近年来，在钢铁行业一片“凄风苦雨”的形势下，徐州金虹却取得了不错的业绩——2011年实现销售收入49亿元，实现利税4363万元；2012年销售收入43亿元，实现利税6549万元（原因两道生产线技改）；2013年实现销售收入48亿元，实现利税7620万元。徐州金虹是怎么做到这样的业绩的呢？徐州金虹钢铁集团有限公司董事长李绍云先生以一位“农民”的眼光，阐述了其“快鱼”的理念。

李绍云是一位特别直爽而自信的企业家，他说：“我是一个农民，改革开放以后，从1978年开始，从我们分地的那一天，我觉得改革开放给我提供了一个平台，我就应当把地种好。怎么能种好地？首先要科学种田。在人家种旱田的时候，我就种水田。人家种水田，我就种菜。人家种菜，我就种药。人家种药，我就搞养殖。人家搞养殖，我就搞运输。人家搞运输，我就搞企业。”李绍云说起话来像连珠炮一样，稍不留神可能就跟不上他的思维了。他说：“我始终跑在改革开放时代的前面，就快了一步。说句不客气的话，所有我要干的事，我认为我都干好了。人这一生非常短暂，能把一生的时间用好了，没有干不好的企业。”

李绍云把当年种地的快人一步策略用到了他的金虹钢铁上，其产品定位也是永远快人一步。李绍云

以2008年汶川地震后的钢铁行业需求变化为例，他说：“当时我们发现，地震造成很多房子倒塌，大量人员伤亡，很大程度上是建筑钢材质量不合格，强度不够，韧度不够。我们判断，国家一定会提高钢材生产等级和品质标准，于是我们果断地转向品质更高的钢材，产品因此而获得很好的销路。别人生产235、335钢材时，我已经在生产400、400E钢材，现在400E是市场上最受欢迎的品种。而别人生产400E钢材时，我已经获得了500E的生产许可证。未来三年，500E的钢材一定是市场最受欢迎的。现在，我已经在研发700E钢材了。我们永远都快人一步，我的钢材一点都不愁卖。”

仅有快人一步的理念还是不够的，还需要有过人的本事，才能实现快人一步。李绍云说，徐州金虹有四大优势：最便宜的原材料；最好的建筑钢材；最低的成本；最全的产品规格。他说：“人家做不成的事情我一定要做成，人家做不好的事情我一定要做好。我们有最先进的工艺，控速、控温、控风、控冷，这是我们首创的，保证了我们最优质的产品。”

拥抱互联网再次快人一步

李绍云总说自己是农民出身，文化程度不高，可在其朴素的经营哲学中，我们却处处看到他过人的眼光和智慧。例如，李绍云带领徐州金虹拥抱互联网，与目前国内最大的钢铁全产业链电商平台找钢网合作，从而再次快人一步。

说起与找钢网的合作，李绍云再次提起自己的农民出身。他说：“我是上世纪40年代过来的人，文化水平有限，对于网络的认识不足。”那时接触一些钢铁电子商务网站，

但合作得并不愉快。有的网站商业味太浓，根本都不主动提供服务，或者提供一点点服务就要价很高。并且，他们给你定价，完全按照其自有模式和惯性思维，根本不符合市场实际需求。甚至有的网站是你给它的钱多，他就给你定高价，否则再好的产品也给你定低价，非常不合理。这时，金虹遇到了找钢网。

李绍云说：“我们和找钢网从2012年开始合作，刚开始我对网络销售也有点不大相信，所以有点谨慎。但后来发现找钢网是完全不同的，我们为金虹提供全方位服务，并且把定价权完全交给金虹，同时把瞬间销售价格数据反馈给金虹，反过来指导我们定价。正是有这样的对比，金虹和找钢网的合作越来越紧密，销售规模也越来越大。通过2012年下半年、2013年的运行，我看到了电子商务的希望。找钢网的服务和信息的快捷，使我们的产品得到了很好的推广。”

徐州金虹的产品在找钢网的平台上是如何得到“很好的推广”的？李绍云说：“我们生产的是建筑钢材中的精品。建筑钢材有很多品种。现在淘汰了235、335以后，有400、400E、500、500E、棒材、盘螺、盘圆等几十个品种。我们目前生产的全部是防震钢材。生产的厂家不多。按照传统的方式，我们宣传普及的面积不广，但通过找钢网的宣传后，我们打开了以前没有进入过的市场，销售量得到了快速的发展，从每月一千吨、两千吨到一万多吨。现在，通过找钢网实现的销售已经占到我们总销售额的20%。”

期待更深层合作共赢

尽管徐州金虹和找钢网的合作

已经很紧密，俨然成了一家人，但李绍云对“自家人”仍然“不客气”。他说：“找钢网发展没有我发展得快。找钢网中心在上海，而我们希望在我周围500公里的范围内，都有找钢网的布局，这样可以帮助我们实现更大范围、更大规模的销售。如果这样，在找钢网平台上实现的销售额将能占50%，再加上资金、物流、仓储的配合能够占80%。我们希望能把产品卖到西安、北京、青岛、重庆、郑州、济南、合肥等地，希望找钢网的布局步伐更快一点。”李绍云把“快人一步”的理念也加到找钢网上。

对于未来发展方向，李绍云为找钢网提出了更高的要求，希望找钢网在网络布局、仓储、资金、配送等方面予以更大的配合，从而开展更深入的合作。他说：“找钢网网络好，服务好，有很大的发展优势。但市场有波动，有风险，我愿意承担相应的风险，不会让找钢网承担。我希望在找钢网平台上继续加大合作力度，取得双赢。”

虽然近几年钢铁行业不景气，但李绍云仍然认为，钢铁企业是国民经济的支柱产业，是实现工业化、城镇化和发展现代化交通事业的支柱产业，其需求具有持续性和大量性。关键是要做出精品才能存活。徐州金虹秉承“不上规模，上精品”的原则，积极创新产品技术和销售模式，拥抱互联网，永远快人一步。现在金虹各类钢材已广泛应用于各大城市的市政工程、重点基础设施工程上，如南京长江二桥、南京地铁三号线、徐州经济适用房、徐州道路交通建设等。未来，徐州金虹希望和找钢网加强合作，让更大范围内的企业和设施用到金虹的优质精品钢材。徐勇