

深圳創新名片系列⑦
中興通訊

連續五年列全球國際專利三甲 中興「智造」覆蓋160國

◀截至2014年12月，中興通訊全球專利申請量超過6萬件，其中超過90%為發明專利 大公報攝

36歲的劉韜是中興駐新德里的首席代表，一個人生活在印度，劉習慣把周末的時間都留給客戶。如今劉韜的新上司是一個地道的印度人——在印度電信界摸爬滾打了38年，有着廣泛人脈的DR.GHOS。這家中興在海外最大公司的700多員工中，80%都是印度人。因為印度員工篤信宗教，劉韜專門在公司電梯出口處不遠的拐角擺了兩尊神像。細心的他還在走廊的黑板欄上掛出要過生日的員工名單，每個月一次員工生日大party讓經常加班的員工感到很開心。

文：大公報記者王一梅

「陌生人」變最信賴夥伴

征戰海外又躋身全球行業第一方陣的中國企業中，成立於1985年的中興通訊無疑是最早的先行者之一。中興總裁史立榮既是一位低調的創業者，也是中國最早一批「走出去」拓展海外市場的通信人。他從早年獨自一人扛着設備勇闖歐洲各大展會，到今天成為中興總裁，其足跡背後折射的是中興從深圳走向世界、從無到有的創新創業歷程。

20年前，中興通訊第一次走出國門來到日內瓦電信展。如今已是中興通訊總裁的史立榮當時尚年輕，那一次他一個人守着一張桌子參展。

1998年，中興通訊在巴基斯坦取得9000多萬美元的訂單，被視為國際

化的開端。訂單拿得十分艱辛，整個談判過程持續了3年，因為巴基斯坦運營商一直無法接受「中國製造」取代歐美巨頭。

今年3月，中興通訊宣布LTE 4G核心網在歐洲高端市場爆發式增長，銷售規模同比增加近200%。截至目前，中興通訊已在全球獲得超過170個LTEEPC商用合同，進入70%已投資4G網絡的國家。

歐洲是思科、惠普、戴爾等美國廠商的傳統市場，現在這些廠商每況愈下；相反，中興通訊則一直在突飛猛進。中興通訊從歐美門口的「陌生人」，成為他們最值得信賴的「夥伴」。

►二〇一〇年，中興向斯里蘭卡捐贈培訓設施，幫助當地青年提高信息化網絡圖片



「藍劍」贈英雄 築巢引金鳳

中興通訊自成立起就一直注重人才，尤其注重自己培養大學畢業生對於公司起到的作用。近年來，中興通訊先後推出「海鷗計劃」、「贏在教育行動計劃」等近十項校園人才培養項目，吸納上千餘名應屆生人才。近期的「藍劍」精英人才計劃面向全球招聘100名精英畢業生。

「藍劍計劃」寓意「寶劍贈英雄」，表明中興通訊將不惜重注，築巢引鳳。除遠超普通入職畢業生的優越薪酬外，精英人才一旦入職即可獲得相當數量公司期權，以及精裝修人才公寓。目前中興在深圳、南京建設有50到100平方米一套商住標準的人才公寓，僅部分符合要求的中興骨幹員工可以申請以每平方幾千元（人民幣，下同）的優惠價購買，並享受首付低息貸款，而深圳同地段同檔次商品房每平米已達3萬餘元人民幣。

成就員工才能成就企業，技術出

身的高級副總裁陳健洲，其自身成長經歷就是中興通訊人才戰略實施的結果。據透露，這些精英人才3年培養期滿通過考核後，將直接進入4級技術、業務崗位或晉升為公司中層管理幹部。

中興通訊已經參與教育部應用型技術人才培養計劃，將與100家高校聯合培養應用型人才，如為學校提供前置課程，獨立實驗室，實習機會等。

自中興在沙特阿拉伯發布產品起，就已經開始培訓當地電信精英，為當地大學生提供實習機會。中興中東地區首席執行官說，中興為阿拉伯人才提供交換計劃項目，以鼓勵他們到中國學習。據介紹，中興通訊早在2006年就在海外建立了培訓中心，不僅與海外運營商、高校共同建設培訓機構，還在落後的地區，如印尼，非洲等直接成立自己的培訓學校。

▲2015年3月，在德國觀看少年足球隊比賽時，彭麗媛拿出中興旗下的子品牌nubia z5 mini手機拍照 資料圖片

中興通訊近年研發數據 截至2014年12月

全球專利申請	逾6萬件
發明專利	逾90%
全球專利授權量	逾1.7萬件
近5年研發投入	超400億人民幣
研發人員佔比	37.5%
（大公報記者王一梅製表）	



▲彭麗媛使用的nubia z5 mini手機

2015年9月份，在習近平主席訪美期間，中興AXON手機頻頻出鏡。而這已經不是中興手機在高規格活動中的首次曝光了，在國家領導人近期的歐洲之行中，中興手機已多次亮相。上合峰會上，中國贈予塔吉克斯坦元首的手機也來自中興。

海外市場佔比達70%

AXON能成為高規格國事活動中的禮品和用品，反映出中興等深圳手機已經獲得國際市場認可。AXON天機更是首次站穩了實體店和網上價格400美元以上的中高端市場。在亞太、拉美、歐洲市場，中興智能手機2015年上半年出貨量同比增長分別達到190%、80%、300%。2015年全年智能手機出貨量預計將達到6000萬部。

如今，中興通訊終端產品已實現全球化布局，在海外市場佔比達到70%，銷往全球160多個國家和地區。

和許多「中國製造」一樣，1985年蹣跚起步時，中興通訊還只是一家生產電風扇、電子琴、冷暖機的普通加工企業。然而30年過去，它已經是一家全球化高科技公司，「真正實現全球化的民族品牌」。

「人才是獲得市場之本，重用當地人才有利於消除隔閡，進而獲得更大的市場空間。」中興通訊表示，要不斷為當地人才增「高」，重視使用外籍高級管理人才，方可快速走出一條拓展海外市場的捷徑。從印度到歐洲的運營商網絡，再到美國的手機市場，中興通訊憑藉科技創新凝結成的專利，邁着迅速穩健的國際化步伐，詮釋從「中國製造」到「中國智造」的創新樣本。

「老外」汗水擦亮民族品牌

據中興美國公司相關負責人介紹，佔領國外市場，首先是團隊人才本地化、專業能力本地化。目前，中興在美國有300多人，80%為本地員工，有11個銷售中心，5個研發中心和1個物流中心。2014年中興將黑莓芯片設計和產品設計的研發團隊納入麾下建立新研發中心。在產品設計、公共關係、市場研究、售後服務等方面與本地公司深度合作，全面接軌本地專業運作，深度融入本地專業文化。目前與中興合作的本地高端專業公司已達到10家。中興在北美市場90%以上的手機都是與運營商合作，AT&T是中興在美國最大的用戶。

中興通訊在海外市場遇到的最大問題就是與本地文化融合。招聘了大量來

自不同國家、民族，有着不同宗教信仰的員工，如何與他們進行文化融合成為一門很大的學問。

以印度為例，印度的歷史悠久，文化很有特色，客戶的肢體語言都有不同的含義，剛剛踏上印度的中興人對此完全搞不清楚。況且電信業很複雜，印度各邦法律政策也有差異，光是不同的稅收政策就能把人繞暈。因此，在中興印度公司，「中國人是老闆」的概念正在淡化，中層幹部一般都是本地人。讓印度人去管理中國人，一則破除印度人根深蒂固的等級觀念，二則提高他們的信心，也方便了本地員工與公司總部的溝通。

不過，中興通訊「走出去」的道路也並非一直暢通無阻。

時間回到十幾年前，中興通訊剛剛踏上歐洲大陸，就遭遇了來勢洶洶的「攔路者」——當地一家公司針對中興通訊的通信產品，拿出了一份列有10餘件專利的清單，口口聲聲說要起訴中興通訊專利侵權。關鍵時刻，中興通訊副總裁、首席法務官郭小明立即作出安排，迅速將對方的「清單」進行了逐件分析，並有針對性地列出了中興通訊擁有的20餘件核心技術和基礎技術專利權的目錄。當郭小明飛到歐洲，把自己的專利權目錄出示給對方時，對方當即啞口無言，知難而退。

擁自主全球專利1.7萬件

從最新數據看，中興通訊連續5年穩居全球國際專利（PCT）申請全球前三名，也是中國唯一連續5年獲此榮譽的企業。2011年、2012年兩年蟬聯全球榜首。截至2014年12月，中興通訊全球專利申請量超過6萬件，其中超過90%為發明專利，累計全球專利已授權數量超過1.7萬件。中興所持有的專利90%以上是具有高度權利穩定性和技術品質的發明專利，全面覆蓋英、法、德、美等主要發達國家以及新興發展中國家。

在智能終端方面，中興專利超過1.2萬件。在4G LTE的基本專利方面，中興專利數量佔到了全球的13%。這些都成為中興通訊創新能力的重要指標，也是其在全球獲得超過170個相應商用合同、進入70%已投資4G網絡的國家的憑藉。

正是依靠專利體系的支撐，中興通訊在跨國性的知識產權糾紛中改變了以往的被動局面。從2013年12月至2014年8月，中興連續贏得4起美國337調查終裁，成為唯一獲得337調查四連勝的中國企業。

物聯網專利 全球企業居首

英國知識產權局日前正式發布的最新物聯網專利報告顯示，中興通訊物聯網專利居全球企業首位，是物聯網創新



▲中興通訊在一場推介會上推出新產品 資料圖片

的主導力量之一。

中興通訊深諳知識產權戰略是企業發展的核心戰略，堅持每年將公司經營收入10%以上投入研發，近5年研發投入超400億元（人民幣，下同），2.6萬名研發人員佔到公司總人數的37.5%，並在中國、美國、瑞典及法國等地設立了18個研發中心。

在中興通訊副總裁郭小明的主導和推動下，中興通訊建立了從決策層到管理層，再到執行層的知識產權三級管理體系，知識產權業務已經實現了向企業採購、物流、市場、研發、銷售等主營業務流程的全面嵌入，形成了覆蓋公司各個層級和部門的企業知識產權工作體系。截至目前，已擁有超過6萬件全球

專利申請、1.7萬件已授權專利。

2008年3月，中興通訊將其全球開放式集群體系（GoTa）技術專利向摩托羅拉和北電公司進行許可，開創了中國通信企業向國際同行巨頭進行專利許可的先河。中興通訊目前已經是3GPP國際標準組織SAE/LTE相關標準的主要起草者，在全球30多個標準組織中居於領導地位。

在知識產權工作的支撐下，中興通訊邁上了發展的快車道。2014年，中興通訊實現營業收入812.43億元，同比增長7.99%；歸屬於上市公司股東的淨利潤26.36億元，同比增幅94.17%。2014年，中興通訊成為國內LTE第一大供貨商，在美國手機終端市場份額躋身第4位。



▲中移動全球夥伴大會上的中興通訊展臺 資料圖片