



“中国名片” 在汉诺威展会上闪耀

华为：创新研发是企业立足之本

本报特派记者 王志远

在本届汉诺威通信和信息技术博览会上，华为以“创新信息通讯，共建联接世界”为主题，强势展出六大明星产品和七大解决方案，聚焦于政府、交通、能源和金融等领域，提供一站式解决方案。同时，华为还将发布四大新品：eLTE 宽带集群、敏捷广域、OceanStor 9000、下一代 Anti-DDoS，帮助行业建设智慧城市、智能电网、全媒体和全渠道金融。

华为企业业务市场营销与解决方案销售部总裁何达炳告诉记者，华为在德国是本地化的全球公司。华为在德国1800多名员工，其中70%以上为本地员工，18个办公地点和2个培训中心，目前在德国收入已超过10亿美元。2007年起华为欧洲总部设在德国杜塞尔多夫。毫无疑问，华为目前已经成为中国信息通讯企业中最具“国际范儿”的企业之一。华为在世界市场，尤其是欧洲市场取得了巨大的成功。究其原因有几点：

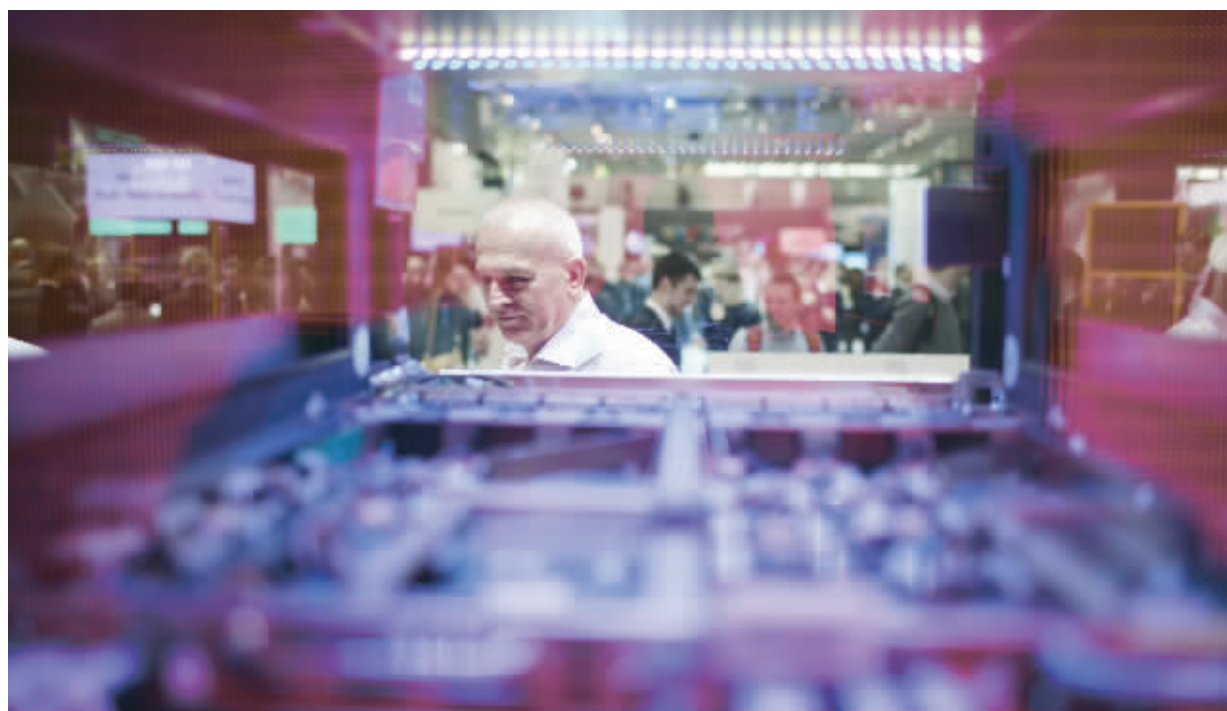
首先，华为重视研发投入。华为布鲁塞尔办公室的蔡馨仪告诉记者，2014年，华为研发经费为400亿元人民币左右，同比增长28%，占总销售收入的13.9%。近10

年，华为累计研发投入约1880亿元人民币。可见，研发是华为核心竞争力的保障，而通常公司的研发投入只占总营收的5%-6%之间。目前，华为在欧洲8个国家共拥有18个研发机构。

二是重视知识产权的保护。欧洲专利局的统计数据显示，2014年，华为申请专利数增长了48.6%，由2013年年底的1077件增至1600件，排名也由第11位上升到了第5位。华为成为第一家进入前五名的中国企业。与此同时，华为的发明专利授权量的排名也由第13位上升到了第7位。

三是开放的姿态与欧洲合作伙伴合作共赢。在运营商领域，华为与欧洲主流运营商合作联合创新，为欧洲数字经济作出贡献。在西欧企业市场，华为与超过700家伙伴密切合作，共同开发创新解决方案。2014年，华为在欧洲签署技术合作项目总共200个，并参与了25个欧盟的“Horizon 2020”项目。陆续与超过160位欧洲学者专家、120多个学术机构合作，新资助70多个研究项目。

四是投资培养下一代信息通讯技术领导者，协助欧洲



3月16日，在德国汉诺威，与会者参观IBM展台。当日，2015年德国汉诺威通信和信息技术博览会(简称汉诺威IT展)正式开展。
新华社发



“走出去” 要加强 “自我修养”

王志远

相较于今年汉诺威IT展中国企业的“风生水起”，中国企业此前在国外参展可没有如今这般顺利。

记得七八年前，国外某著名IT展刚开始没多久，中国几家知名数码厂商被该国海关抄查，原因是涉嫌侵犯他国公司的专利权。类似的在国外展会上出现知识产权纠纷的现象，在当年并不少见。这其中，固然有国外一些公司操作实施“专利壁垒”从中作梗，但根源仍在于中国企业没有建立起真正属于自己的知识产权体系，加之对国际规则陌生，最后落个铩羽而归的结果并不意外。

这几年来，中国在扭转知识产权落后局面上付出大量努力，也取得明显成效。这不仅得益于法律法规的不断完善，以及相关政府部门对企业知识产权保护力度的不断增强，更主要的是企业始终坚持提升“自我修养”，也就是自主创新能力的“修炼”。

由于中国内部市场巨大，有的中国企业难免会有“惰性”，以为只要依托国内市场就可以一劳永逸，从而怠于甚至不屑于创新。但这样的外部环境正在发生明显的变化，当前中国处在“互联网+”的风口上，单一的工业化或是数字化不足以应对未来的挑战。要实现“中国制造2025”的远景目标，中国企业首先要完成从“模仿者”到“创新者”的角色转变，其次完成从规则的“学习者”到“制定者”的思维转变。对于许多中国企业而言，这也是企业发展的内在需求，“不待扬鞭自奋蹄”。统计显示，近年来中国的科技发明与专利数量已经位居全球前列。中国不再只是国际创新舞台的仰慕者、模仿者和追赶者，而是成为与世界一流创新国家携手的“合作者”，乃至“引领者”。

不过，对于正在大规模走出去的中国企业而言，这份成绩依然远远不够。除了企业的“自我修养”之外，企业也应当加强与先进工业国家的交流，同时政府部门也需要借鉴国外个人、政府、企业三位一体的研发体系，为国内企业、研究机构等构建具有国际视野且沟通顺畅的技术交流平台，并根据国情为中小企业的科技创新和集群发展制定优惠政策。

本版编辑 连俊

阿里巴巴：技术联通世界

本报记者 陈静

“14年前我第一次来到汉诺威，试着租了个很小的位置，很少有人光顾。”这是阿里巴巴集团董事局主席马云3月16日在CeBIT开幕式上主旨演讲的开场白，14年后，阿里巴巴已成为展会最中央的6号展厅贵宾。

在演讲中，马云现场演示了支付宝新技术“刷脸支付”，通过人脸识别在淘宝上购买了一枚1948年的汉诺威纪念邮票。就像“刷脸”一样，新技术正在成为阿里巴巴全球化的重要动力。阿里巴巴B2C事业部总经理吴倩曾告诉记者，在巴西，第三方支付并不发达，买家必须通过线下银行付款，到中国卖家收到往往需要一周时间，但阿里巴巴利用大数据技术对买家信用进行分析，通过提前垫付的手段让卖家可以即时收款。如今，“阿里速卖通”已成为巴西最大的网购销售平台，还在包括俄罗斯等多个新兴市场国家成为第一名，中国大陆卖家可以通过速卖通，把自己的产品销往全球220多个国家和地区。

不过，对于以电商作为主打的阿里巴巴来说，仅有技术创新还不足以突破线上和线下的区隔，只有搞定物流和支付等支撑环节，才能真正“买全球”、“卖全球”。在物流方面，阿里巴巴入股了新加坡邮政，与澳大利亚邮政、巴西邮政达成战略合作。菜鸟网络推出了8000个境外自提点，还建设了中央物流信息系统。在支付方面，蚂蚁金服则在包括美国、新加坡、韩国、英国、卢森堡和澳大利亚6个国家设立了分支机构。

小米：玩转“游戏规则”

本报记者 陈静

北京时间3月17日凌晨，小米科技董事长雷军更新了自己的微博，晒出自己在汉诺威与小米操作系统MIUI德国粉丝站站长的合影，雷军写道：“这些热心的国外米粉，帮助我们做了大量国际化的研发、测试和推广工作。谢谢了！”

这些海外粉丝，正是小米加快开拓海外市场步伐的最好写照。来自第三方调查机构的数据显示，2014年，小米在全球手机销售份额中占比已超过5%，成为全球第五大智能手机生产商。从目前来看，印度是小米最重要的海外市场，3月12日，小米宣布，将于年内计划在印度开设100家体验店，并不销售产品，而是让印度消费者体验小米的产品。除此之外，雷军在两会接受采访时表示，俄罗斯和巴西等新兴市场国家，将成为小米今年在海外发力的重点，此前有消息称，2014年第四季度，小米在俄罗斯市场的销售额提高了70%，已成为俄罗斯第三大智能手机生产商。目前，小米商城已经在美国及欧洲上线，主要销售小米手环、耳机、移动电源等配件产品。

不过，与爱立信在印度的专利诉讼，也让人们对小米“十年内成为手机市场份额世界第一”的豪言壮语有所怀疑。“专利”是否会成为小米进军海外之路难以突破的瓶颈？雷军对此表示：“专利是互联网企业走向世界的必修课，在智能手机行业这就是行业的游戏规则。这证明你的规模已受到竞争对手的重视。小米要以积极的心态来适应这些游戏规则，小米去年申请了超过2600件专利，只是目前积累还太少。”



下图 汉诺威IT展上中兴公司展台。

上图 汉诺威IT展上严阵以待的记者们。

图片均由本报记者 王志远摄

左图 阿里巴巴董事局主席马云在汉诺威IT展现场演示阿里巴巴的面部识别技术。

大唐：创新引领TD标准“走出去”

在本次汉诺威IT展上，大唐移动展出了具有核心技术和标准的TD系列化产品、解决方案和丰富应用，包括融合组网方案、宏覆盖方案、室内覆盖方案等。

15年前，由中国人提出的TD-SCDMA成为3G国际标准之一，一举打破了完全由欧美厂商主导的移动通信技术垄断格局，堪称我国百年电信史上“零”的突破。从局部市场发展为全球市场，中国移动通信产业的国际竞争力也随之提升。如今，TD技术不再只局限于中国市场，美国、日本、印度、俄罗斯等30个国家已开通52个TD-LTE商用网络，另有55个国家的83个TD-LTE商用网计划部署，全球已经规划的频谱中TDD频谱占50%以上，中国标准TD-LTE已成为全球主流商用标准。

2015年2月11日，IMT-2020(5G)推进组在中国信息通信研究院发布了《5G概念白皮书》。其中5G无线关键技术中多项基础技术由大唐电信集团技术专家进行研发。“依靠自主创新的TD技术，我国的通信产业经历了从受制于人、技术跟随到优势主导的产业结构优化升级，是创新驱动发展的典型实践。”正如大唐电信集团董事长兼总裁赵才基所说：“从3G时跟随，到4G时同行，再到5G时引领，自主创新已融入大唐人的基因。”
(史迪明)

浪潮：业务拓至全球59个国家和地区

本报记者 杨国民

作为中国企业的重要代表，浪潮在汉诺威展览中心6号馆中国馆的中央展区布展并展示了代表国内顶尖技术的云计算设备和大数据解决方案，包括具有自主知识产权、获得2014年度国家科技进步一等奖的关键应用主机K1，在国内互联网行业市场占据半壁江山并走向国际市场的Smart Rack服务器，创造SPEC CPU测试2项世界纪录的浪潮八路服务器TS860，使中国成为继美国、日之后世界第三个掌握高端存储核心技术国家的海量存储，引领技术潮流的模块化数据中心以及高性能计算(HPC)解决方案等。

浪潮天梭K1是中国第一款具备完全自主知识产权的高端服务器，它使中国成为继美国、日本之后全球第三个掌握该核心技术的国家，也让浪潮成为全球第五家掌握关键主机应用技术的厂商。在推出后不到两年，K1已广泛应用于金融、能源、交通、公安、社保等12大关键行业，2014年第三季度，冲入中国No.1-X86服务器市场前三强。

据权威数据，2014年上半年，浪潮八路服务器市场占有率为44%，位居市场第一，全球前三。Gartner公布的最新X86服务器市场调查数据显示，浪潮在八路X86领域的市场份额达到至50.4%。浪潮是在该领域布局较早的国内企业之一，目前市场上每售出2台八路服务器几乎就有一台来自浪潮。

浪潮整机柜服务器Smart Rack是另一款明星产品，它面向海量数据的存储和处理，适合云资源池如分布式存储，大数据处理如Hadoop集群等应用。在互联网行业做得风生水起，在中国，为阿里、百度、奇虎、腾讯等中国顶尖的互联网厂商提供了有力支撑，市场占有率高达60%。目前，Smart Rack已经走出国门，为全球的客户提供服务。

截至2014年，浪潮业务开拓至全球59个国家和地区。在美国、日本等多国设立研发中心，在委内瑞拉等国家设立工厂，在26个国家设立分公司、代表处和展示中心。浪潮产品和方案广泛应用于全球数据中心、超算

中心、税务、教育、智慧政府等领域，全球拥有1000多家大中型渠道代理商。其中，X86服务器中高端产品已实现在欧洲等高端市场的快速突破。在德国、荷兰等实现八路服务器Barebone产品销售。由浪潮赞助并组织ASC超算大赛连续第四年成功举办，成为继美国SC超算大赛、德国超算大赛之后，日益重要的国际超算赛事，国际影响力日益加强。2014年9月，浪潮通信综合性能管理软件中标西班牙电信集团Telefonica近亿元项目。浪潮全面与欧洲IT行业巨头实现深度战略合作。

2015年，浪潮提出“PPI”全球发展战略，即：伙伴Partner+项目Project+投资Investment。包括：合作建立生产中心，与合作伙伴互利共赢；打造云中心项目，促进信息化共同提升；投资设立研发中心，确保先进技术共享。浪潮还将进一步加强本地化发展，在业务国家全面实现“国家代表+RTO+市场人员”的标准人员配备，全面实现技术、服务本地化支持。