汤森路透知识产权与科技事业部全球总裁Basil Moftah表示：“全球百强机构榜单代表着真正的创新先锋，这些机构不断地寻求新的突破、创造新的就业机会并驱动着全球经济的发展，我们很荣幸能够见证他们的努力。”

**专利实力**

据了解，汤森路透2014年度全球百强创新机构是依据专利总量、专利授权成功率、专利组合的全球性，以及基于引用的专利影响力等四个标准评选而出的。作为中国大陆唯一上榜企业，华为可谓“专利大户”。数据显示，截至2014年6月底，华为在中国、美国、欧洲等国家和地区已经申请超过65000件次专利，同时在全球跟踪参与100多个重要国际标准组织，每年有3000多件提案被以上标准组织接受。专利分析公司Patsnap的数据也印证了这一事实，在国产手机品牌中，华为的中国专利持有量高达49822件，占据国产手机专利的近半壁江山。

**产品突破创新**

2014年，华为在Mate7、P7等多款智能手机上实现创新技术，让消费者拥有更极致、更快捷、更有趣的产品体验，同时也带动了华为全球智能手机销量的增长。据了解，华为第三季度整体发货3203万台，其中智能手机发货达到1680万台，同比增长26%。

值得关注的是，今年9月份上市的重磅旗舰手机华为Mate7搭载按压式指纹识别器，提供芯片级的安全解决方案，实现熄屏一秒解锁，360度全角度识别，支持五组指纹，更有访客模式，其安全性和快捷性，称得上全球第一。近日，华为Mate7也凭借突破性的产品创新荣获第二届中国手机产业设计创新大赛最高奖项“天鹅奖”。

今年5月7日于法国巴黎发布的华为P7，在相机方面采用独创技术，重新定义拍照体验。P7搭载了华为独创且有专利技术的的智像专业图象处理引擎2.0，拥有十级美颜功能，更是全球首款拥有Groufie（团体自拍）的手机，丰富的拍照功能获得了众多消费者的亲睐。

华为致力于创新，对创新与研发的投入也非常之大。据统计，华为研发员工占总员工数量的45%，每年的研发费用不低于销售收入的10%，仅华为消费者业务就拥有7000名富有创新热情的研发人员。

**企业战略角度**

“无论是LTE还是云计算、智能终端技术及产品，华为公司的竞争实力来自企业专利战略的实施。”邓涛透露，华为公司有着较为系统、完整的专利制度及专利战略实施体系，在企业内部，从管理高层到生产经营基层，专利管理体系都在发挥着重要的作用，在研发项目立项、相关市场调查、提交专利申请、维护专利权权益等工作上都有部署、有落实，并对发明创造者给予多种形式的奖励，极大激发了技术研发人员及专利管理人员的积极性。华为公司近10年累计投入研发费用150多亿美元。这些投入给华为公司带来了不断增强的市场竞争力和丰厚的经济效益回报。

“市场竞争，不但要维护自身知识产权合法权益，也要尊重他人知识产权。”邓涛表示，在华为公司的理念中，尊重知识产权是构建健康商业生态环境的基础，只有尊重和保护知识产权，才能激发全社会的创新活力。在他看来，交叉许可、专利授权与专利布局一样，都是尊重知识产权，实现公平竞争的商业规则。

华为的策略就是要交换专利。因为想要进入欧洲市场，那么中国的企业就必须要拥有自己的专利。

**华为数据**

2013年，华为技术有限公司以2094件国际专利申请量位居全球企业国际专利申请量排名第三。截至2013年底，华为累计申请中国专利44168件，其他国家专利18791件，其中美国7848件、欧洲5944件，国际PCT14555件，共获得专利授权36511件。华为中国发明专利授权量已连续7年排名第一，欧洲、美国申请和授权量稳步进入前20名和50名。

2013年，华为研发投入超过50亿美元，约占销售收入的12.8%。截至2013年底，华为全球雇员约15万人，其中45%是研发员工。企业每年将销售收入的10%以上投入研发，近10年共投入约250亿美元。2010年，华为创新能力位列美国商业媒体Fast Company评选的全球最具创新力公司前五强，也是唯一入选的亚洲公司。

自2001年以来，华为与业界主要厂商和专利权人共签署了数十份专利交叉许可协议，至今每年仍支付超过3亿美元的许可费，分担了行业合理的创新和知识产权成本。华为20年的创新历程和商业成功，是实践和维护尊重知识产权这一行业基本规则，促进行业和谐发展、共同繁荣的范本。如今，在无线通信领域，华为已从2G的跟随者、3G的同路人发展为4G的领跑者。

**企业文化**

任正非所言：物质资源是有限的，早晚有一天会枯竭，唯有文化是生生不息的。艰苦奋斗、自我批判、低调务实、时时刻刻的危机意识是华为文化的四大灵魂，而爱祖国、爱人民则是华为文化的根基，从新员工抓起、重视新员工的文化培训室其文化得以延续和继承的根本保证。

**矢志不渝的艰苦奋斗**：任正非不止一次地强调“先工作后生活”正是华为艰苦奋斗文化的真实写照；任正非在2006年8月的《华为人》上发表了《天道酬勤》一文写到“艰苦奋斗是华为文化的魂，是华为文化的主旋律，我们任何时候都不能因为外界的误解或质疑动摇我们的奋斗文化，我们任何时候都不能因为华为的发展壮大而丢掉了我们的根本——艰苦奋斗”。

**自我批判的管理优化**：接受客户的批判，客户的批判使他们认识到自身产品的不足、技术的不足、服务的不足；接受竞争对手的批判，对手的批判使他们认识到自身与先进企业的巨大差距；接受内部员工的批判，《华为人》、《管理优化》表达了内部员工的心声，使他们认识到内部管理各个细节上的不足。

**低调务实的企业风格**：任正非说，“华为不因外界的评论、猜疑、质疑而改变自己，华为就是踏踏实实做好自己的事”。全人类意义上的创新和公司意义上的创新；共享资源的创新才是真正的创新；小改进大奖励；创新是对产品负责不是对科研成果负责；时时刻刻的危机意识

**华为企业文化的根基：**华为强调“爱祖国、爱人民”

**华为企业文化的继承延续：**为了长期保持华为的文化特色，确保华为的可持续发展，华为对新员工的企业文化培训提升到战略的高度，任正非为此专门撰文告诫新员工，并身体力行参加新员工座谈。倡导“干一行、爱一行、专一行”

企业文化的建设：对典型人物的宣传，而不是停留在口号阶段（有些公司会将企业价值观、理念、企业精神等非常醒目地张贴在公司墙壁上、挂在公司的网站上、印在公司的种种宣传资料里）。任正非在《华为人》报上发表《悼杨琳》一文，回忆与杨琳有限几次接触的点点滴滴，进而扩展到秘书这个庞大群体的辛勤劳动，不仅表达了对杨琳个人的赞扬和怀念，更表达了对秘书群体长期默默奉献的敬意。

**狼性管理**

“狼性文化的魅力”，“狼性管理”是华为的伟大创举，是一种带着野性的拼搏精神，是华为团队攻克一个又一个难关，铸造一个又一个辉煌的核心竞争力。

对市场极度敏感，善于捕捉战机

不懈进取，意志坚定，永不言败

技术水平高，分工明确，责任心极强

团队协同作战能力强

**制度建设**

1997年3月27日，历时3年，8易其稿，103条的《华为公司基本法》最后一次审稿。

华为后来在市场竞争中所创造的“100:1的人海战术”、“不计成本——不敢花钱的干部不是好干部”、“把客户震撼，把合同给我”、“价格进攻——击杀对手”和“狭路相逢勇者胜”等市场策略，无不体现了《华为公司基本法》以自我为中心的生存假设观，强调“我是谁、我要成为什么、我要怎样去求生存、我要怎样干掉竞争对手”。

**危机管理**

华为在2000年销售额达220亿元，利润以29亿元人民币位居全国电子百强首位，而此时任正非在2001年写了一篇《华为的冬天》，他指出“繁荣的背后是萧条，我们在春天与夏天要念着冬天的问题。居安思危，不是危言耸听”、“华为总会有冬天，准备好棉衣，比不去准备好”

**流程管理**

**技术管理**

人力资源管理：华为员工的职业成长主要由“分类分层、系统完善”的培训体系和提供晋升双通道的任职资格管理体系支撑。

总结和借鉴

1. 成就客户
2. 艰苦奋斗
3. 自我批判
4. 开放进取
5. 至诚守信
6. 团队合作