

# 内战外打 华为中兴同室操戈

“华为这个时候起诉,有可能是因为他们要与我们在某项合同上存在直接竞争。如果华为的起诉被法院受理,那么我们在竞争中可能会受到影响。企业可能因为诉讼而放弃与我们合作,影响我们拿单。”

■ 见习记者 刘成昆 曾慧生 / 文

一叶而知天下秋。  
 对华为、中兴这两大中国通讯业巨头来说,他们的关系已经日益呈现出这种悲凉气氛。为了达到互相的竞争目的,华为认为中兴侵犯了自己一个由“树叶和 RoHS”组合成的商标,而中兴则反诉华为抄袭了自己数据卡可旋转接口的创意设计。为了这些非核心技术,两家中国企业在德国、匈牙利等欧洲国家展开了一轮司法诉讼。

“两家中国企业,为了互相抢夺市场,不惜以商标、外观设计这些技术含量很低的商业纠纷为工具,在对方重要市场和商业谈判的关键期突然发难,而给外人以可乘之机,实在令人扼腕叹息。”一位资深通信业内人士感慨道。

而根据最新消息,针对两家中国企业的同室操戈,工信部曾出面调停但成效甚微,双方仍僵持不下。

## 兄弟阋墙

4月28日,华为在德国、法国和匈牙利对中兴通讯提起法律诉讼,指控中兴侵犯华为的专利权和商标权。华为认为,中兴涉嫌未经华为许可便在数据卡产品上非法使用华为的注册商标以及侵犯华为有关数据卡和LTE技术的一系列专利等。

根据起诉书,华为设计了一款符合欧盟“RoHS”环保标准的以英文字符和树叶组合的商标,并在欧盟注册,但华为发现这个商标未经授权便出现在了中兴的数据卡产品上,华为认为这侵犯了自己的商标使用权。此外,华为设计并注册了专利的旋转头数据卡,而中兴也被发现推出了类似的产品。

“树叶加 RoHS 的组合,几乎已经成为整个行业的行业通用标识;而在旋转数据卡方面,我们的专利还比华为更早。”当天晚上,中兴在表示震惊之后,立即采取行动,第二天就在国内起诉华为侵犯中兴通讯第四代移动通信系统(LTE)若干重要专利。5月2日,以申请欧洲取消华为专利,称其专利在国内申请比华为早一年。

而最近,电信企业界并不平静,华为刚刚解决与摩托罗拉的专利纷争,其他企业的专利纠纷也是此起彼伏,2010年通信行业发生专利诉讼达数百起,其中苹果、摩托罗拉、三星、诺基亚均有起诉或被诉——诉讼成为这个行业的“常态”,电信生产行业进入诉讼多发期。

虽然华为、中兴与国外电信设备商巨头互诉不断,但两国国内企业之间的互诉却是第一次。这次事件浮出水面使我们开始意识到电信设备商之间的竞争已经趋于白热化。

中兴通讯在其官网介绍,2010年凭借1863件国际专利申请总量,排名全球第二,通讯业第一位,而华为目前已经是世界第二、国内第一大电信设备商。电信设备商有关专利的诉讼已经司空见惯,两家企业都处在深圳,都在走向国际化,与其他设备商冲突在所难免,而这次格外受到国人注意,在于我国两大设备商之间的恶性竞争公开化。

除了华为起诉外,今年4月1日,爱立信在英国、德国、意大利三国同时发起对中兴通讯的专利侵权诉讼,中兴多方受敌。

而中兴通讯对两家公司的诉讼反应,也如出一辙。

面对爱立信对其在欧洲的起诉,4月2日就通过公司官网发布声明,在声明中兴通讯说将在国家知识产权局专利复审委员会发起针对爱立信在华专利的无效诉讼。面对华为的起诉,中兴通讯于2011年4月29日在中国针对华为技术有限公司侵犯中兴通讯第四代移动通信系统(LTE)若干重要专利递交了诉状。

本次诉讼中,中兴申请判决华为停止侵犯、赔偿损失以及承担因侵权而带来的其他法律责任。后继中兴通讯将继续在全球范围内以法律手段维护自己的知识产权。除此以外,中兴还在欧洲申请取消华为主张的专利。

## 恶性竞争

关于华为、中兴两家交恶的消息一直传了多年,这次终于浮出水面。两家公司总部都在深圳,且业务与市



王利博制图

场均高度重合。在市场饱和度较高的今天,竞争和交恶在所难免。

“纵观全球,设备生产商和运营商就那么几家,每笔业务在竞标时都有可能涉及争夺。”业内人士如此说。曾有北电网络的员工告诉记者,北电网络竞标国内某项业务时,其他企业的人说你们公司都马上要破产了,还竞标啥?这都反映出电信设备生产企业的竞争之激烈。

中兴通讯董事长侯为贵在接受媒体采访时曾说:“两家恶性竞争是一种表面现象。实质上我们从一开始到现在竞争了20多年,两家公司通过竞争,在实力、能力、企业素质方面都迅速提升,这是主流。我想这要感谢竞争,不然的话,为什么外国同行越来越不如我们了?”

而在对爱立信的诉讼声明中,中兴说:“竞争已然渗透到每一个市场角落,行业内的相关诉讼层出不穷,专利陷阱、专利讹诈、漫天要价,将诉讼转向相关运营商客户等方式广泛存在于各类产品市场,在某一市场上面临市场格局改变的时候必然造成更激烈的板块冲撞。”这句话说明了电信设备生产商现在身处的环境。也可能说明了企业心态的改变,从当初的良性竞争发展到现在的“恶性”竞争。

2010年,欧洲对从中国进口的无线上网卡进行反倾销调查,如果确定,中国企业将面临灾难性的结果,甚至有可能退出欧洲市场。而事起中兴对无线上网卡的低价策略,直接冲击了相应企业的市场占有率,也导致华为决定对中兴提起专利诉讼。

2006年,华为推出全球第一款USB数据卡,根据ABIResearch报告,2007年欧洲移动宽带市场出货量增长率约406%,华为当年发货480万片。在2005年之前,包括欧洲在内的全球市场上,基于PCMCIA接口的老式上网卡年销量不到150万只。华为一直认为,是它推动欧洲数据卡市场的繁荣。

2007年,这一产品价格大概是在150欧元左右。到2010年第二季度,中兴的上网卡最低报价只有17欧元,已经低于成本。中兴的低价让许多企业感到不满。2010年在欧洲Option公司发起申诉,欧盟于是提出针对中国无线上网卡厂商的“三反”调查(反倾销、反保障措施和反补贴调查)。虽然最后欧盟结束对中国无线上网卡的调查,但已经给华为一个重要的心理影响。

欧洲LTE数据卡市场启动在即,如果两家不能顺利实现交叉许可协议,中兴仍然会继续在欧洲市场进行低价竞争,这极有可能引起欧洲新一轮的调查,华为当然不希望看到这种

局面,而对中兴专利诉讼,可以避免调查的再次发生。

## 胶着之战

全球电信设备商只有五家,并且彼此的竞争非常激烈,放在别的领域,完全有可能形成划区经营的模式,但在电信领域这种情况不存在。全球电信运营商有限,每家公司每次采购都是数额非常大的合同,采购次数很少,并且对电信运营商非常有诱惑力,因此每个合同都会导致激烈的竞争。

2010年,业界规模最大的爱立信营收308亿美元,净利17.3亿美元;华为1851.76亿元人民币(约合280亿美元),净利237亿元人民币;阿朗217亿美元,经营利润2.88亿欧元;诺西172亿美元,经营利润为9500万美元;中兴通讯营收为107亿美元,净利6.65亿美元。

从中我们可以看出,第一比第五差距并不是太大,利润相差只有11亿美元,彼此咬得很紧,并且中兴通讯受益于低成本研发优势,发展一直非常迅速。对各个电信设备商而言,在这种情况下,每增加一笔业务都非常关键。彼此的竞争已经完全到了白热化的地步。

一度由数十家厂商竞争的全球通信市场只剩下5家设备商,但是每年1500亿美元的市场限制几家公司的发展。前几年预期最高以中国、印度为代表的亚太市场销售增长正在大幅减速,欧洲事实上成为了中国两家公司竞争最为激烈的战场,这将加剧厂商间对运营商客户的争夺。

在欧洲市场上,这种竞争更加明显。去年中兴在中国市场的销售增长仅为5.9%,中国以外的亚洲市场仅增长3.87%,而欧洲市场则增长50.26%;华为财报亦显示,2010年,中国本土市场的销售额也只有9.7%,远低于其海外33.8%的增长。原来两家公司寄希望于国内的市场和亚洲市场均没有达到理想值,倒是欧洲市场表现抢眼。然而在欧洲的争夺,对中兴和华为的互诉埋下伏笔。

“华为这个时候起诉,有可能是因为他们要与我们在某项合同上存在直接竞争。如果华为的起诉被法院受理,那么我们在竞争中可能会受到影响。企业可能因为诉讼而放弃与我们合作,影响我们拿单。”中兴通讯一位内部人士告诉本报记者。

## 商业意图

专利诉讼,已经成了高科技企业互相限制对方的有利武器。据业内专家介绍,在LTE、4G等

新兴市场,掌控足量的核心专利就意味着可以顺利垄断某一领域。在市场发育初期,掌握专利可令对方无法进入市场,待市场形成规模后则可利用专利分享其他企业的收益。

除了获得市场竞争优势坐享利益之外,专利费也是一项可观的收入。近年来,通讯行业企业都曾有过大规模的对其他公司的专利诉讼,其中诺基亚等企业都曾利用专利费用增加自己的收入,使自己拥有雄厚的资金实力,投入新技术的研发,而部分专利使用者因为需要支付巨额专利使用费而渐渐没落。

华为对中兴的起诉,则可能包含着这样的意图。

但另一方面,通讯领域本来就要求能够互相兼容,否则不同的运营商之间不可能实现互通。在设备生产领域自然就要求专利共享。但因专利在竞争中不可替代的作用,往往成为所有控制对手的利器,严密防守。

2005年年底,欧洲通讯运营商沃达丰(Vodafone)、Orange、T-mobile等通过全球移动通信协会(GSMA,即GSM协会)向欧洲电信标准化学会(ETSI)提交要求改革信息产业目前关于技术标准知识产权(IPR)政策的建议,理由是知识产权政策“公正、平等、无歧视”(FRAND)原则缺少可操作性,在实践中出现了企业通过标准中的专利权实现行业垄断的现象。

现在ETSI已经发起对专利费的改革。目前ETSI发起的改革主要内容之一是限定最高提成比,比如知识产权费用最高的提成比不超过收入总量的5%。

而专利之争对电信设备商带来的影响已经受到专家学者的注意。原信息产业部电信研究院副总工程师、信息产业部电信经济专家委员会秘书长杨培芳认为,在IT这个技术密集的领域,还延续工业时代的专利制度,这不利于IT技术的传播与发展,但企业考虑自己的利益,一直对专利盯得非常紧,国家也支持这种做法。但这样下去,对国内外企业而言都不利。都按这种过时的做法保护自己的利益,各企业应该互相包容,互相渗透。建议专利保护期不要这么长,使用其他企业的专利费用也不要这么高。否则不利于科技进步,信息更快的传播。

从博弈论角度讲,公开专利或放弃专利费,会使企业降低新技术开发积极性,转而寻求对其他企业专利的吸引运用。在欧洲,摩托罗拉、爱立信、诺基亚、西门子和阿尔卡特五家公司内部专利权免费共享,其他设备供应商必须获取该五家公司的许可,每家公司单独负责自己的专利授权。这或许是一个较好的尝试。

# 姚记扑克: IPO的数字新狂潮

■ 见习记者 宋江云 / 文

扑克上市,13亿人人均一副。  
 5月4日,中国证监会公告显示,上海姚记扑克股份有限公司首发IPO申请已获发审委审核通过,公司募资3.63亿元,主要将投入“年产6亿副扑克牌生产基地”的建设之中。按照发行数量不超过2350万股初步估算,保守发行价将达到每股15.44元。

自4月28日姚记扑克首次公开发行股票招股说明书以来,有关扑克牌能否IPO的讨论也终于尘埃落定。继瓜子、榨菜、火腿、大枣等股票概念之外,A股市场又多了一副扑克牌。

近期资本市场略显燥热,2010年,中国拥有全球最多的IPO,而2011年度则更有可能冲破600起大关。当国内互联网结伴漂洋过海试水美股、掀起海外上市狂潮时,股民印象中的“夕阳产业”也不甘寂寞,叩问国内资本市场。

但姚记扑克上市融资动机仍遭外界质疑,姚记扑克实际控制人姚文琛旗下拥有两房产公司,其A股融资用途引发投资者担忧。

## 产能过剩隐忧

最令人感到诧异的是,姚记扑克“13亿人一人一副”的庞大产量计划。

对于姚记扑克此番IPO募资带来的每年13亿副扑克牌的产能,市场是否能够消化,不禁是个疑问。其未来市场前景到底如何?是否存在产能过剩呢?

值得注意的是,姚记扑克的库存量正节节攀升。2008年,姚记扑克库存扑克7486.91万副,价值5491.08万元;2009年,这两项指标分别提升至9452.82万副和5881.93万元;至2010年,则进一步提升至11958.91万副和8779.93万元。

从营业收入和净利润的同比增长率看,2009年营业收入较2008年增长22.7%,净利润较2008年同期增加63.1%。但是,2010年营业收入较2009年增加25.6%,净利润却仅同比增长10.8%。

营业收入保持20%以上的增加,而净利润的增长率却从63.1%急剧下滑到10.8%,这无疑给姚记扑克的成长性蒙上了阴影。

中国文教体育用品协会2011年3月发表的《中国扑克牌行业发展现状及动态》报告预测,“5年后国内扑克牌市场年消费量将由2009年的38亿副扑克牌上升至每年70亿副。”但不少业界人士认为,扑克的未来可能并没有姚记所述的那么乐观,实际中国扑克牌市场容量已趋饱和,人均消费额有下降趋势。

此外,行业内激烈竞争也在日益加剧,宁波三A、武义钓鱼等知名企业的年产量也高达数亿副。与此同时,传统的实体扑克越来越强烈地感受到网络扑克的威胁。对此,姚记扑克在招股说明书中也表示,网络游戏平台的发展,增加了人们在参与扑克活动时的娱乐方式选择面,传统实体扑克在一定程度上面临网络扑克带来的产品替代风险。

## 集中的单一依赖

业界认为,姚记扑克未来发展的一个隐忧可能来自上游。据姚记扑克招股说明书显示,扑克牌的主要原材料是扑克牌专用纸,仅此一项成本在2008年、2009年及2010年就占到姚记扑克营业成本比例分别为67.37%、64.98%和69.28%。而且扑克牌专用纸的价格在近三年的波动比较明显,2010年扑克牌专用纸采购均价为6040.97元/吨,较2009年均价又上涨18.14%。

然而,原材料价格涨跌却未能通过扑克的售价转移。根据姚记扑克提供的资料,近三年的平均销售价格分别为0.89元/副、0.85元/副和0.85元/副,变动幅度不超过5%,远低于同期原材料价格的变动幅度。

更让人颇为不解的是,姚记扑克主要原材料供应商相对单一。

资料显示,姚记扑克80%左右的采购量都集中在晨鸣纸业一家,公司还与晨鸣纸业签署了排他性的采购协议。而扑克牌专用纸是姚记扑克最大的支出项,约占其生产成本的69%。过度地依赖晨鸣纸业,会成为姚记扑克的致命硬伤吗?

对此,姚记扑克在招股说明书中表示,目前公司已掌握了扑克牌专用纸应具备的纸张规格,如果公司与晨鸣纸业的合作关系终止,国内拥有先进工艺技术的大型造纸企业数量众多,可随时更换供应商。

除了行业前景,主要原材料供应商单一外,有舆论认为姚氏家族持股过于集中也是公司上市后面临的一大风险。自从姚记扑克诞生的那天起,不管是从公司的命名还是股权的分配来看,公司都深深打上姚氏家族的名字。

招股说明书显示,上市公司创始人姚文琛及其配偶邱金兰、长子姚明斌、次子姚明翰、女儿姚晓丽合计持有公司93.86%股份,其中姚文琛持有本公司19.57%股份,邱金兰、姚明斌、姚明翰、姚晓丽各自均持有本公司18.57%股份。

按照本次公开发行2350万股测算,本次发行后,上述实际控制人将持有姚记扑克70.27%股权,仍处于绝对控股地位。与此同时,根据招股说明书资料,记者发现除姚明斌无境外居留权外,姚氏家族其他四位股东均有境外居留权,并且姚文琛的长子与次子均为1983年出生。

## 募资或另有所图

虽然姚记扑克首发申请获批,但姚记扑克上市融资动机仍遭外界质疑,有舆论认为姚记扑克上市醉翁之意不在扑克而在房地产。

姚记扑克招股说明书显示,上市前姚氏家族除合计持有姚记扑克93.86%股权外,还持有启东姚记房地产开发有限公司、姚记(南通)实业有限公司、启东智杰文体用品有限公司(启东智杰)三家公司。

2005年成立的姚记(南通)实业有限公司和启东姚记房地产开发有限公司都拟从事房地产开发,但目前均尚未从事具体业务;启东智杰成立时拟从事文体用品、陶瓷、建筑材料批发、零售业务,截至目前尚未从事具体业务。

有媒体披露,姚记扑克多年前已在崇明岛购置了大量土地拟用于房地产开发,去年该公司房地产项目已动工。截至招股说明书签署日,发行人共拥有6宗土地使用权,土地合计面积约为25.07万平方米,而这6宗土地中并不包括崇明岛的地块。

对此,一位长期从事消费经济的研究员对姚记扑克未来业绩充满担忧,他说:“中国扑克牌还没有形成品牌价值,一年6亿副只是产值,不是销售值,即便一年完成6亿副的销售也难支撑利润率,姚记扑克可能想通过扑克牌来筹集资金完成房地产开发盈利的目标,但是房地产开发未来政策不明朗,该公司的优势也不明显,主要体现在公司地产开发管理经验、地产品牌及资本运作能力。”