

诺基亚：如何“连接”人？PDF转换可能丢失图片或格式，  
建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/229/2021\\_2022\\_\\_E8\\_AF\\_BA\\_E5\\_9F\\_BA\\_E4\\_BA\\_9A\\_EF\\_c108\\_229545.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/229/2021_2022__E8_AF_BA_E5_9F_BA_E4_BA_9A_EF_c108_229545.htm) 诺基亚有一句令人印象深刻的广告语：科技以人为本。诺基亚的LOGO下方，也总是跟着“ConnectingPeople”一行英文。无论是中文还是英文版本，诺基亚清楚地向世人展现着他们的理念：人是诺基亚在行业中领跑的最大财富。从诺基亚河到长城边 1865年，诺基亚创始人弗雷德里克艾德斯坦（FredrikIdestam）在芬兰的“诺基亚河”沿岸创建了一家木材纸浆厂，取名诺基亚。从那以后，诺基亚公司走过了一条漫长的发展道路，不断剥离非核心业务，并于20世纪90年代作出了以移动通信为核心业务的决定。这一决定成就了全球移动通信的领导者今天的诺基亚。 转贴于 学生大求职站 <http://job.studa.com> 诺基亚与中国结缘在上世纪80年代。1985年，诺基亚在北京开设了第一家办事处；90年代中期，诺基亚通过在中国建立合资企业，实现了本地化生产，并逐步将其发展成为诺基亚全球主要的生产基地；直到2003年，诺基亚在中国的销售额已达到20亿欧元，出口额为17亿欧元，连续3年位居中国移动通信行业外商出口企业之首。而在上海，诺基亚于1995年成立了其华东地区的总部，负责华东五省一市网络、手机业务的市场和客户服务。“1985年诺基亚刚成立的时候，在北京只有一个很小的Office，根本就是默默无闻，即使到了1995年，很多人都还不知道诺基亚这个品牌，但是随着手机成为大众消费品，诺基亚的知名度就像手机的普及速度一样，越来越快。”诺基亚上海分公司的华东区人事经理施慧敏说。而现在

，相信不会有人不知道诺基亚的名字，毫不夸张地说，三个用手机的人中，其中一个人用的便是诺基亚的产品。20年时间，诺基亚从一个只有十几人的北京代表处，发展成为现在遍布全国各地、拥有数十家办事机构、4个生产基地、5个全球性研发机构、雇员超过4500人的外商投资企业。研发植根本土 无论是拥趸，还是竞争对手，都会惊异于诺基亚产品推陈出新的速度之快。从不断给手机注入的新技术，到业内称道的手机键盘设计，诺基亚的每款产品花样总是不停地在翻新。“我们的产品很强大，从类别到推出速度，竞争优势都非常明显。”提到诺基亚的争胜之道，无疑是施慧敏骄傲的一大方面，她肯定地告诉记者，中国是诺基亚全球研发的重心之一，“中国的研发人才真的很优秀。”还记得那款能够用手写笔输入汉字的诺基亚6108吗？这是诺基亚专为中国市场研制的首款手写输入手机，在上市4周的时间内就取得了市场销售前十名的业绩。而这正是由诺基亚北京产品开发中心自主研发的本土化手机。诺基亚中国本土的研发实力由此可见一斑。如今，诺基亚已有北京、杭州等5个研发机构，有研发人员600余人，涵盖了从研究到产品、从终端到基础设施、从技术到解决方案的全方位领域。不仅如此，随着公司在中国发展步伐的加快，诺基亚越来越重视本地人才的培养和发展。截止到2004年8月，诺基亚在中国员工总数超过4500人，其中本地员工占95

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)