

# 专利申请：数量 诚可贵 质量 价更高

## 中企应脚踏实地加强核心技术的研发

■ 本报记者 范丽敏

随着国际市场竞争的日趋激烈,海外知识产权风险呈现出愈加复杂的态势,甚至成为引发双边或者多边贸易争端的重要因素。

对于走出去的企业来说,所面临的知识产权风险可以说是方方面面的。京东集团副总裁、专利部负责人苏旺在近日举办的企业走出去战略与知识产权保护专题论坛上举例说,企业可能会收到专利、版权、商标等知识产权方面的诉讼,且这种诉讼威胁的不仅仅是企业本身。因为产品从企业到消费者手上,需要经过较多环节。其中每一个环节都可能产生知识产权侵权风险。比如产品发到中间商手上,中间商因为这些产品被起诉,其生产企业也可能承担责任;甚至产品卖到消费者手上,消费者因为这些产品被起诉,生产企业也可能被卷到知识产权争议中。此外,企业还面临第三方知识产权风险,即来自竞争对手、专利流氓等多方面的侵权诉讼。

海外侵权风险如此之多,企业

该如何应对?

要应对这些风险,最好的方法是在研发之初就尽量做专利风险排除,选择侵权风险最小的设计方案。苏旺建议,企业在海外进行专利布局时,通过在海外提交申请或购买专利的方法增加海外专利的持有量,尤其是能覆盖竞争对手的专利。

近年来,我国企业、研究院等加大力度研发专利并赴海外申请,中国提交PCT(有关专利的国际条约),专利申请人可以通过PCT途径递交国际专利申请,向多个国家申请专利)国际专利申请量随之大幅增加。来自世界知识产权组织的数据显示,2017年,中国PCT专利申请量为5.1万件,超越日本位居全球第二,我国提交PCT国际专利申请100件以上的企业达到44家,同比增加18家。去年,我国在美国拥有专利超过1万件,成为仅次于美国、日本、韩国、德国的第五大专利申请来源地。

其中,中兴通讯以创新领先的

通信技术助力“一带一路”沿线国家建设信息高速公路,在全球160多个国家和地区为客户提供综合通信创新产品和解决方案,连续7年位列全球企业PCT国际专利申请量前三甲。根据国际知名专利检索公司QUESTEL发布的《芯片行业专利分析及专利组合质量评估》报告,中兴通讯在IC芯片领域专利实力在国内属于领先地位,是持有专利最多的中国企业。

然而,美国商务部工业与安全局在毫无预兆的情况下激活针对中兴的出口限制令之后,中兴通讯业务瞬间熄火。美国商业杂志《福布斯》甚至悲观预测称,中兴可能在未来几周内申请破产。这是因为中兴通讯有一些核心元器件都由总部在美国的厂商供应,在禁令被立即执行的情况下,目前没有国产厂商能够提供替代品。

从中兴通讯事件可以看出,相比数量来说,核心专利的数量或者说专利质量,才是最重要的。中南财经政法大学副教授詹映夫分析

说,目前,我国企业海外布局的专利仍然比较欠缺,仅有10%的专利布局国外。与科技创新能力较强的日本相比,我国还有一段距离。日本的国内专利和海外专利布局比例是1:1,因此日本企业的国际竞争力很强。更重要的是,我国企业尤其是制造业在关键技术上仍然不占据优势。

上海嘉之会律师事务所首席合伙人刘华俊认为,专利数量反映了企业在走出去过程中对海外市场的重视程度,专利质量决定了企业的技术能不能得到有效保护,以及未来在市场竞争中的地位。国内企业在走出去过程中,必须认识到知识产权数量极其重要,知识产权质量更为重要的理念。一些国际巨头在加强知识产权管理、灵活运用各国知识产权制度方面已经积累了较为成熟的经验,值得意欲走出去的国内企业借鉴。

詹映建议,中国企业不要被眼前的专利数量所迷惑,而应脚踏实地加强核心技术的研发。



日前,中国企业联合体与克罗地亚公路公司在克罗地亚正式签署佩列沙茨大桥项目建设合同。工程项目涉及金额约2.8亿欧元(约合21.6亿元),是中国与克罗地亚间首个大型基础设施合作项目。(李耀洋)

## 中企可100%投资墨西哥绝大多数行业

■ 穆青风

墨西哥位于美洲中心地带,是拉美经济大国,也是世界最开放的经济体之一。近年来,中墨关系处于全面发展的历史机遇期,两国经贸务实合作不断取得新成果,双边贸易规模日益扩大。墨西哥具有可观的经

济体量及增长潜力,能源、电力、电信市场不断开放,基础设施、汽车、航空等领域的投资机会不断增加,吸引了滴滴、联想、中兴、华为等越来越多中国企业前往投资。

墨西哥有着海陆交通便利、劳动力丰富、基础设施完备等突出优势,是中国企业布局北美及中南美市场的桥头堡。日前,在中国贸促会商事法律服务中心举办的墨西哥投资环境与经商法律政策指南专题

讲座上,墨西哥驻华使馆投资贸易局北京办事处商务及投资参赞费利

佩·加西亚(Felipe García)表示。

《外国投资法》是墨西哥吸收外资的基本法。为吸引外资,墨西哥采取了以下激励措施:机械设备、原料、零配件等进口免关税。若公司暂时进口机械设备、原料和零配件,用于生产或组装外销品返销到其他国家,在墨西哥境内可免进口关税及增值税。根据产业优先发展计划,为产业出口制造商进口原料或机械设备提供优惠条件;银行分担投资开发风险,如墨西哥国家外贸银行可以参加外资公司股份高达25%,以促进外资公司发展并加强其财务能力;部分州政府采取奖励投资措施以吸引更多外资,如降低土地价格、赞助劳工训练计划经费、改善工业区的基础设施等。

同时,墨西哥《外国投资法》允

许外国投资者在境内100%投资绝大多数行业。除个别特殊规定行业外,国外投资者也可任意添购固定资产、扩充或迁移公司或厂房,同时投资其他新的产业或新生产线等。前往墨西哥投资的中国企业还可以将公司利润、股东分红和资本自由汇出。费利佩·加西亚表示,这些政策保证了外资企业在墨西哥能得到基本公正而透明的国民待遇。另外,政府还对加工贸易实施特别的优惠措施。

在墨西哥开设公司,不仅速度快,还能免费。2016年,墨西哥总统培尼亚宣布对设立公司程序进行改革,改革后设立简化公司可全部通过网络操作,将所需时间缩减至24小时以内,取消一切行政费用。而此前,在墨设立公司的费用为

20000比索(约8417.8元),审批时间至少6天。费利佩·加西亚表示,按照这种程序,企业只需要填写系统提供的章程条款和有关公司管理运行的模板即可,无需提供最低资本,也可以设立一人公司。通过这种方式,中国企业可以更简单、迅速、经济地在墨西哥设立公司。这种程序非常适合小微企业运营,因为这类企业年收入达到一定数额后,将转型为《商业公司法》中规定的其他公司类型。

在当地政府基础设施建设计划的支持下,墨西哥的承包工程市场得到快速发展。其中交通运输、电力、水利工程、石油化工等领域都存在很多市场机会,中国对外承包工程企业也开始参与其中。据了解,墨西哥每年有8万左右工程和科技

领域毕业生参与到基础设施建设中来,人才储备充裕。联邦或政府还有相应的员工训练计划,可以提高基础工作者的素质,帮助改善工作条件,促进经济发展。在国际工程承包领域,相对发达国家,中国企业有成本和价格等优势。费利佩·加西亚表达了欢迎中国企业前往墨西哥承包工程项目的意愿。

费利佩·加西亚强调,中国企业赴墨承包工程应注意有关限制规定。例如,有些项目仅限于北美自贸协定成员国企业参与投标或仅限国内企业参与投标。根据最新的能源改革方案,墨西哥石油公司有权直接与外国公司议标,从事某项勘探开采工程的承包。对工程建设和验收等具体事宜,按不同的工程性质有不同的规定。

## 中美经贸关系讲座日前召开

本报讯(记者 钱颜) 面对近期中美间的贸易摩擦,很多中企对中美关系产生了疑惑,虽然没有完全停下前往美国的脚步,但部分企业已开始准备相关预案或不敢签约。日前,在中国国际商会与中国贸促会商事法律服务中心举办的中美经贸关系与中国新一轮对外开放专题讲座上,对外经济贸易大学国际经贸学院教授崔凡对当前中美经贸关系进行了解读,并对中国企业将如何制定发展规划、走出去战略及投资策略提出了建议。

在崔凡看来,中美关系事关全球体系总体走向,且近期总体呈现横向化趋势。2000年,美国货物贸易出口额只有2.07%输往中国,而2016年这一比例上升为7.96%。2000年中国货物贸易出口额的20.94%出口到美国,这一比重在2016年微降到18.24%。如果考虑服务贸易,中美双方出口中以对方为目标市场的比例更加接近。中美经贸关系横向化将导致产业内贸易摩擦更加频繁,同时在全球经济治理方面的合作空间也将增大。崔凡表示。

崔凡同时指出,在中国是否遵守世贸组织承诺这一问题上,应持基本肯定态度,不能通过否定中国行为的合规性掩盖了中美经贸摩擦的真正原因。到今年4月中国入世以来在WTO被诉50次。而美国一共被诉138次,在中国入世后被诉82次。进口中国产品可能会对美国失业、研发等产生影响,并不意味着可以完全否定中国的履行承诺行为。崔凡还表示,中国企业应多关注政策,合理利用世界贸易组织争端机制这一有利武器使投资更为顺利。此外,我国政府要多履行监督职责,减少对企业干预,保护企业之间自由地谈判磋商。

## 2017中国网络版权产值超6000亿元

本报讯 4月23日,国家版权局网络版权产业研究基地在北京发布了《中国网络版权产业发展报告(2018)》。

报告显示,中国网络版权产业当前继续保持快速增长趋势。根据测算,2017年中国网络版权产业的市场规模为6365亿元,相较2016年增长27.2%。其中,中国网络版权产业用户付费规模为3184亿元,占比突破50%。

该报告依据世界知识产权组织(WIPO)关于版权产业的界定,将网络核心版权产业界定为,依托版权保护,依赖于网络技术和应用,完全的从事创造、生产与制造、表演、传播与展出、发行与销售内容产品的产业。

报告显示,传统文化产业正在积极拥抱互联网,加快数字化转型。在网络版权产业的各个细分领域,用户规模和市场增长都有不错的表现。2017年中国网络视频用户付费市场规模为218亿元,同比增长接近翻倍。

(宋宇晨)

## 三星在中国如何沦为小众的4%

■ 本报记者 孙允广

机价格较低,更具性价比优势。

有趣的是,三星手机虽然在中国占有率下降,但在全球市场仍然如日中天。TrendForce数据显示,2017年三星在全球智能手机市场的占有率为21.9%,位列全球第一。

既然相对竞争力减弱,为何三星又在国际市场遥遥领先中国厂商呢?在国内市场,除了中国厂商崛起之外,还有一些其它因素掣肘了三星发展。卞永祖认为,近年来,中韩关系时而遭遇寒冰期,整体上影响了消费者对韩系品牌的认可程度。加之三星近些年来降低了对中国市场的投入力度,对其产品销售均有所影响。

另一方面,三星的国际化进程起步较早,相比国内厂商也更加适应全球市场的法律规范等。因此,在一些发达国家市场仍存在销售惯

性。尽管中国产品技术已与国际接轨,但国际化开拓程度仍不足。卞永祖说。

除了上述方面,手机之家编辑蔡勤告诉《中国贸易报》记者,去年三星Note7发生的安全问题,以及公关部门对国内、国外市场的差异化处理,都让中国消费者对其品牌产生了质疑,加速了三星在中国市场份额的降低。

Note7事件后,尽管三星在之后的产品设计中采用了更保守的方案,确保电池的安全,但用户心中的三星已经深深地与“爆炸”二字联系起来。

为了探寻这一问题,记者走访了北京中关村海龙、鼎好等手机卖场。有着12年线下实体店经营经验的朝阳告诉记者,目前,很多买家都不会直接提到三星爆炸门,但询

问三星手机的人却越来越少,销量相比往年急剧缩水。现在店面里大量被国产手机占据,三星产品的铺货也少了。为了应对这一变化,他选择只卖当季的旗舰产品。

冰冻三尺非一日之寒,融化冰柱亦非一夜之功。三星能否挽回在中国市场的颓势?三星的案例又给中国厂商带来哪些借鉴意义?

三星很难从众多国产手机厂商中抢回市场份额。三星最需加大的是品牌重塑的力度,挽回其在中国用户心中的形象。蔡勤表示,目前,三星产品依旧技术领先,其新发布的Galaxy S9采用了顶尖的屏幕和摄像头,甚至超越其他品牌同档位产品,但销量依然遇冷。单纯产品层面的改变,无法触及大众市场,很多消费者并不了解手机产品,短时间内无法摆脱三星爆炸事件带

来的影响。可以说,品牌公信力对于市场表现的影响大于单纯产品的竞争力。

蔡勤还认为,除了加强品牌形象维护外,三星下一代的旗舰产品要有所突破,与同期其他品牌产品拉开明显的差距,这样才能为三星带来新的增长。中端机方面,三星不能继续像过去一样仅仅依赖品牌溢价,而是要切实的在营销和线下实体推广方面加大力度。

对中国厂商而言,卞永祖认为应以三星的教训为戒。他表示,目前,中国产品仍相对偏向于中低端,与高端产品在芯片、内存、屏幕等核心领域,存在技术差距。除了努力掌握核心技术,奋力赶超外资品牌外,在走出去过程中,企业一定要加强对当地法律和文化的理解,合规经营。