

# 申请欧亚专利 打开中亚通道

■ 本报记者 钱颜



中国与中亚国家友好交往绵延数千年,曾共同推动古丝绸之路的发展与繁荣。他们的市场潜力与我国经济的互补性越来越为国人所知,近年来,前去投资的中国企业络绎不绝。如何在当地申请专利,保护商业知识产权也成为企业关注的焦点之一。

在日前举办的“一带一路”与知识产权活动上,米克·索特律师事务所专利商标代理机构中国办公室主任蒋雅婕表示,对于发明专利申请人来说,想要同时在俄罗斯及数个

中亚国家寻求专利保护,向欧亚专利组织(EAPO)提出申请相较于直接向各国专利局提出申请的流程更为简便。

据了解,目前欧亚专利的成员国有8个,分别是亚美尼亚、阿塞拜疆、白俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯联邦、塔吉克斯坦、土库曼斯坦。

“申请人向欧亚专利局(位于俄罗斯莫斯科)提交一份包含指定成员国的专利申请,即可申请获取在上述8个缔约国境内的专利保护。

欧亚专利的授权程序期限平均仅为半年至一年半,申请人可以快速取得授权。”蒋雅婕强调,欧亚专利体系只适用于发明专利申请,实用新型和外观设计不能通过欧亚专利体系进行保护。

据蒋雅婕介绍,欧亚专利权的有效期为自申请提交之日起20年,一经授权的欧亚专利自公布之日起即在所有的欧亚专利公约缔约国境内生效。在支付专利年费时,权利人可以选择专利需要保护的成员国,并将年费上缴至EAPO,再由EAPO代为转缴至指定成员国,即可维持专利权在该国的有效性。欧亚专利申请语言为俄语,企业只需要提交俄文申请文件即可,无需补交其他语言的相关说明。

“一般来说,欧亚专利申请程序分为两个阶段:一是申请递交阶段,审查员确定申请日,再进行形式审查并开展检索后,将申请及检索报告进行公开(如检索报告因延迟完成而没有赶上正常公开,则会再单独公开检索报告)。二是实质开始阶段,专利局对专利申请进行实体审查,如符合要求,则进行授权。企

业缴纳相关费用后可获得证书,专利局也会对相关专利作出公告。如审查后专利局将申请驳回,申请人可在三个月内进行上诉或是自收到驳回通知后6个月内,根据其所选择的欧亚专利成员国的国内专利申请程序,在该成员国内提交专利申请。在该成员国内,该欧亚专利申请将被视为拥有同样专利申请日和优先权日的正式的国家专利申请。”蒋雅婕指出,通常情况下,欧亚专利自申请日/最早优先权日起18个月内即公开,但应申请人要求,也可提前公开。

欧亚专利局对实质审查也提出了相关要求。据了解,实质审查依据申请人的要求而进行,但实质审查请求必须在欧亚专利公开之日起的6个月内向EAPO提出,如检索报告是单独公开的,则自公开之日起算。如果实质审查请求未在6个月内提出,也可以在规定的期限届满之日起2个月内提出,但申请人需要提出合法的延迟原因并支付法定的额外费用(实质审查费用的50%)。

会上,蒋雅婕还对专利披露和公告异议问题进行了介绍。如果专

利申请是在披露后6个月内提交给欧亚专利局的,则由发明人、申请人或任何第三方以直接或间接方式获取的与发明创造有关信息的披露,不被视为有损于该发明创造的可专利性。在此种情形下申请人负有信息披露的举证责任。根据规定,欧亚专利在其注册之日起6个月内进行公告。公告后6个月内任何人(专利所有人除外)可向EAPO提出对授权专利的异议。

2018年4月1日,中国知识产权局与欧亚专利局审查高速路(PPH)试点启动,申请人可以通过申请加快欧亚途径专利申请的审查。同时,自2019年1月1日起,欧亚专利局(EAPO)对于其成员国注册的法人将实行费用减免政策。对于国家科学教育组织,专利费将减少70%,所有其他在其成员国注册的法人将享有10%的折扣。欧亚专利局对于自然人的折扣没有变化,依然是成员国居民享有90%的减免,非成员国居民享有50%的减免。该官费减免政策适用于专利申请费、上诉费、实质审查费、专利授权费、修改费、期限恢复费以及权利转让费。

## ◆ 市场前沿

### 全球零售业 去年强劲增长

本报讯 德勤公司近日发布的最新年度报告指出,2018年全球零售业表现强劲,全球最大的250家零售商销售收入高达4.53万亿美元,同比增长5.7%。其中,沃尔玛公司销售收入超过5000亿美元,蝉联榜首。

报告指出,电子商务快速崛起,已经对传统零售业构成重大挑战。亚马逊公司全球排名从2017年的第六位上升到去年的第四位。德勤预计亚马逊将在两年后跃升为全球第二大零售商,仅次于沃尔玛。报告分析说,亚马逊Prime交付服务的价格能够为市场所接受,其全渠道交付体验更受欢迎。因此,2019年在新型销售模式上将会出现更多投资和创新。

澳大利亚大型零售商去年表现优良,全球排名有所上升。其中,Wesfarmers零售收入为487亿美元,全球排名第二十一位;Woolworths销售收入为423亿美元,跃升至第二十二位。

报告认为,中国企业在澳大利亚零售业中的市场份额近几年将会快速增长。目前,京东和唯品会已经正式进入澳大利亚市场。(翁东辉)

### “智慧超市”:跨国零售巨头的中国新尝试

本报讯 “扫码购、自助购、刷脸支付等‘智慧支付系统’并不能完全替代人工,但在春节等消费旺季起到了分流作用,带给顾客便捷的体验。”家乐福位于上海市长宁区的智慧门店“Le Marche”负责人说,“扫码购”已在家乐福在华门店全面铺开。

截至2018年年底,另一家跨国巨头沃尔玛在华400多家门店也上线了“扫码购”,并陆续新增电子地图“找货”和“个性电子优惠券”等功能,为顾客提供个性化的服务。

业界分析,中国消费者已是全世界数字化程度最高的客群。第42次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,网络购物用户规模达到5.69亿,手机网络购物用户规模已达到5.57亿。

中国国家统计局相关负责人分析,在新技术推动以及日益完善的物流配送体系支撑下,新兴业态和传统业态融合成为消费市场供给的重要途径。

近年来跨国商超在华业务数字化转型加快,与中国互联网企业合作紧密——人们可以“逛线上超市”,并享受1小时配送到家服务。

除此之外,跨国商超还推出了更多“新玩法”。一些超市开辟了互动展示区,所展示的商品定期改变,让顾客“玩在其中”。例如春节前,沃尔玛位于上海浦东新区的山姆会员店正在展示一些特别为儿童设计的床品、床垫、帐篷等生活用品,时时吸引儿童顾客前来玩耍,他们的父母可在区域内等候和休息。

沃尔玛中国高级副总裁陈志宇认为,以购买纸品、粮油等生活必需品为目的的“任务型购物”最终或许都能通过网购实现,而以体验新鲜事物、增进亲子感情等为目的的“享受型购物”仍将是人们前往实体店购物的理由。

春节前夕,多家超市中的“洋年货”琳琅满目。店内还提供“生鲜+餐饮加工+堂食”服务,方便不想做饭的顾客。

零售巨头坦言,上述改变不仅为中国市场量身定制,也是其全球业务的重要经验。家乐福大中华区总裁唐嘉年说,上海的智慧门店就像是一个“样板间”,将在中国更多的地方推广。迄今已有十多个国家的业界同行、合作伙伴前来探访学习。

“中国市场已经成为‘全球零售业的实验室’,在新的一年里也将给业界带来更多创新和惊喜。”唐嘉年说。

多家商超巨头展望,2019年将有更多智慧零售、跨界零售等新零售业态在中国出现。(陈爱平)



## 中国工业装备出海或有新机遇

■ 汤莉



中国工业制造的整体水平不及美国,不少企业认为,中国工业装备等机电产品进入美国市场之路必定坎坷。但在拓拉思董事长兼CEO傅于峰看来,这恰是在美国等发达国家制造业回流背景下,中国工业装备开拓市场的好机会。

“在制造业回流的过程中,美国亟须填补早已不在美国本土生产的基础和中低端工业设备需求,这将为制造业出海提供全新机遇。”傅于峰日前在亿邦未来零售大会的跨境电商年会上表示,美

国机电产品进口额巨大,未来还有进一步增长的空间,将为中国出海提供市场。

傅于峰所在的拓拉思是于1999年在美国创立的专注于工业设备销售的电子商务平台,该平台在安徽、山东、江苏等地有超过40家OEM供应商,产品和服务涉及1000多个工业类别。在拓拉思的销售案例中,全球最大的玩具公司美泰公司于2018年下单了一台注塑机。美泰公司总工程师告诉傅于峰,美国本土没有生产注塑机

的工厂,基于当前中国注塑机的工业化水准,中国产品自然成为美泰的选择。

一家洛杉矶巧克力工厂因巧克力精磨机在生产旺季损坏,工厂不能暂停流水线以定制化的方式由海外供应商长期供货解决问题,在发现拓拉思平台有巧克力精磨机在售时便立刻下单了。

美国工业领域的市场规模要远远大于个人消费品市场。目前,美国每年从中国进口的机电产品总额数倍于家具、服装、鞋靴等轻工产品

进口总额。但其中,外资机电企业的产品供应占比过半,绝大部分中国民族工业企业以OEM方式出口。美国家庭中有大量中国制造的日用品,但是在美国工厂使用的机器设备、零部件及耗材中,中国自主品牌非常少。

“要解决这个痛点,企业需在美国配置专业的服务人员,建立当地的售后服务体系,帮助当地企业及时解决设备安装、调试等售后问题。”多年的业务经验让傅于峰清楚,专业的团队和当地的售后服务体系对于工业企业拓展海外市场的重要性。

有鉴于此,拓拉思也在致力于构建完善服务体系,搭建连接中国供应商与美国制造业客户的桥梁。在电话、邮件和视频等远程售后渠道之外,平台自有的专业维修团队可就近进行上门服务,解决客户在设备安装调试过程中的问题。遇特殊情况,设备原厂工程师也可专程赴美提供服务。不过这类高成本的服务方式在拓拉思过往的销售过程中极少使用。

“过去30年,美国的中低端制造业要么外移,要么消失,已经逐渐空心化。而这恰是中国工业制造水平大幅提高的时期,美国制造业回流给中国的工业设备制造技术更新、产业更新带来了更多发展机遇。”傅于峰相信,伴随两国间工业设备贸易的发展,未来,美国工业装备跨境电商市场也将成长为能匹敌亚马逊等个人消费品第三方平台的企业,拓拉思希望与更多中国制造业企业一道拓展美国制造业市场。

## 中企仍是全球手机产业“稳压器”

■ 王攀 徐弘毅

2018年前三季度的净利润达到1.77亿元人民币,同比增长25.91%。

对于很多业界人士而言,光弘科技只是中国企业成为全球智能手机市场“稳压器”的一个缩影。2018年,在全球智能手机市场出现变化、出货量下滑的背景下,中国企业仍然是这一产业重要的创新活力来源之一。

来自市场调查机构群智咨询(Sigmaintell)的数据显示,2018年全球手机的出货量约18.2亿部,其中智能手机的销量约13.7亿部,同比下降4.3%。与此同时,中国品牌在全球市场上的占比整体呈现增长态势,一些品牌还被视作全球增长的主要驱动力;而在中国国内市场,国产手机品牌的市场份额优势也进一步增强,并且在高端产品领域实现了新的突破。

事实上,组成这些光芒的,是竞争力进一步加强、产业集中度进一步提高的中国手机研发、生产、销售产业链。

全球品牌也从中国电子制造服务业的技术革新中受益。伯恩

光学有限公司是苹果公司在全球的主要玻璃屏幕供应商之一,这家同样位于惠州的企业目前在当地已建有4个生产基地,总面积达180万平方米。

伯恩光学总裁办副主任李林说,在全球市场变化的情况下,这家企业2018年的营收约为350亿元人民币,与2017年持平。这家企业已经和苹果公司达成了新的合作意向,正在惠州开辟一个建筑面积超过50万平方米的新厂区。

“我们今年成立了自动化部门,将在新的厂区引进、布局工业机器人及配套自动化生产线。”伯恩光学人事经理叶劲松说。

群智咨询(Sigmaintell)总经理李亚琴说,当前全球产业链合作日益深入,中国企业对终端产业链和零部件的贡献也在不断增强,以驱动芯片为例,全球驱动IC产值增加值中的67%来自中国大陆面板企业,“这对于全球的产业链是一个非常强的推动”。

目前,在保持国内产能整体稳定的同时,不少中国手机及零配件

企业都在积极布局海外产能,以应对全球市场的潜在风险和机遇。但对大多数企业而言,持续的技术创新才是保持竞争力的核心所在。

国家知识产权局数据显示,2018年上半年,华为、OPPO、中兴、联想4家企业位列中国发明专利授权量企业排名前十位,其中华为以1775件位居第一。随着5G市场大幕的拉开,一些中国品牌已经率先推出面向市场的各类5G终端和智能产品。

李亚琴认为,展望未来,全球手机产业的创新将主要来自外观和功能两大领域,包括全面屏和屏下指纹、可折叠等方向。2018年,中国企业已经率先发布了可折叠终端产品工程机,预计2019年会有更多的中国品牌陆续发布可折叠终端产品。

“对于中国企业而言,2019年既意味着挑战,也意味着机遇,在成本上会有所下降,但随着竞争的加剧,特别是全球产能布局的加快,企业整合供应链的难度会进一步加大,需要做好更多的准备。”她说。

## ◆ 一带一路

### 机电类商品在 一带一路进出口最多

本报讯 记者从国家发改委有关部门获悉,2018年中国对“一带一路”国家机电类商品进出口均排名第一,贸易结构进一步优化。

国家发改委国际合作中心数据显示,2018年中国已成为“一带一路”主要贸易国家的重要进出口市场。在对外贸易额排名前十的“一带一路”国家中,中国占据6个国家前三大出口目的国;同时也是8个国家的第一大进口来源国。

从类别看,出口方面机电类和核反应堆、锅炉、机器、机械器具类是中国对“一带一路”国家出口排名前两位的商品。进口方面,中国自“一带一路”国家进口机电类商品最多,其次为矿物、沥青等原料及有关制品。(来源:央视网)

### 包钢向一带一路46国 出口钢材160多万吨

本报讯 2018年,包钢国际销售业务步伐加快,向63个国家和地区出口钢材200.86万吨。其中,出口包钢钢材181.80万吨,非包钢钢材19.06万吨;涉及“一带一路”国家46个,出口量达163.96万吨。

包钢国贸公司不仅出口量较大,出口质量也处于较高水平,还充分利用战略客户渠道将钢材销往日本、德国、美国、加拿大、以色列、意大利等国家。在寻找和承接钢材出口订单的过程中,包钢国贸公司积极引导高附加值产品的开发,把稀土钢作为新卖点,向全世界推广。包钢全年共出口热轧卷板19.61万吨,其中管线钢出口量达11.36万吨,占比达57.93%。

建设海外营销网,搭建海外融资平台。目前,包钢国贸新加坡公司已与多家海外客户达成合作意向,同时取得和使用了DBS银行(星展银行)4000万美元的授信额度,用于矿石贸易,起到了海外融资平台的作用。包钢国贸公司调整香港展博公司业务,多数出口产品业务都经该公司开展。截至2018年底,展博公司已获得银行授信额度3.1亿美元,海外融资平台作用已崭露头角,降低了包钢资金成本。

“借船出海”发展直供客户。包钢国贸公司加强与大型企业的联系,努力增加战略客户数量,已有的战略客户向长协方向发展,A类战略客户每个月必须拜访一次,B类客户每个季度必须拜访一次,以“借船出海”的方式来化解包钢国贸公司的市场风险。

2019年,包钢国贸公司将以香港公司和新加坡公司为核心,整合集团进出口业务,做大贸易量,打造国际化的海外贸易平台和融资平台。(于泓泽 代欣彤)

在位于广东省惠州市境内的光弘科技股份有限公司的无尘车间里,21岁的田玲正在完成一道手机零配件组装工序。

她将不足指甲盖大小的屏蔽罩从生产线上轻轻取下,然后用大拇指将它摁进手机内——这一动作看似简单,但用力过大就会导致零配件破损,用力过轻又会导致粘贴不牢,对工人的技术熟练程度要求很高。作为一名熟练工人,田玲每天可以完成3000次左右的装配。

光弘科技是一家员工队伍规模达到一万人大型电子制造服务企业,也是华为、OPPO和LG等品牌手机的主要代工企业之一。

最多的时候,光弘科技曾经设置近千人的生产队伍完成屏蔽罩工序,但现在田玲所在的生产工序只需要约100人的生产团队。和他们相伴的,还有两条最新建成的,配有9台“机器臂”的全自动化生产线,每天可以完成13000个类似的加工件。

光弘科技2018年产量继续保持增长,董事长唐建兴说,这家企业