

技术创新成就“隐形冠军”

■ 本报记者 周东洋

隐形冠军是指所销售产品在行业内排名世界前三、年收入少于50亿美元、且知名度很低的企业。在第29届中外管理官产学研思谈会上，与会人士表示，企业成为隐形冠军要注重技术创新。

“隐形冠军基本上没有太大市场方面的天花板，其天花板更多地来自于技术和组织层面。”中国造隐形冠军评选评委、香港创新创业研究院院长曹仰锋在会上表示，“隐形冠军”这个词来自于德国，其国家市场比较小，而对于中国的隐形冠军，中国市场足够大。很多企业为什么有天花板？他强调，是因为技术不过硬。大多数隐形冠军除非单一产品市场份额已经绝对领先，否则很难说是“到了天花板”。

根据国家工业和信息化部划分，中国隐形冠军企业包含三种，主业突出、综合实力强、具有全球竞争力的领航企业，在细分领域全球领先的单项冠军企业，国内领先的专精特新“小巨人”企业。

张氏机械有限公司是一家民营企业，也是名副其实的“隐形冠军”——生产的汽车气弹簧用活塞杆全球市场占有率达72%，全球占有率达30%；座椅气压棒活塞杆和钢管全球市场占有率为56%，国内第一。产品远销美国、德国、韩国、澳大利亚等数十个国家和地区，更与奔驰、宝马等建立了战略合作伙伴关系。把小零件做到了市场占有率全球第一，张氏机械最大的优势是技术。

张氏机械最新推出的产品是为

高端自行车配套的减震器钢管，对金属表面的耐磨性、耐腐蚀性都有严格要求。“核心技术是PQP工艺，也就是盐浴复合碳氮共渗处理技术，曾长期被国外企业垄断。我们在2005年开始自主研发，经过10多年的艰苦攻关，成为国内唯一掌握该生产工艺的企业，达到了世界水准。”公司总经理张茂银说。

关于企业成为隐形冠军的建议，中国造隐形冠军、思沃精密董事长王建勋表示，在一个行业做到隐形冠军，或者具备隐形冠军的潜质是相对不难的，只要有比较好的眼光，找到一个好的时间窗口，很专注地沉下去做，不管是过去、现在和未来都有很大的可能性。

“除了保持战略定力和聚焦，企业成为隐形冠军还有两个关键条件。”时代匠人企业、卡本结构材料董事长丁忠文表示，一方面，企业所在的行业和市场是否比较明确且较为稳定；另一方面，企业在技术的研发和产品品质方面能否达到行业或世界先进水平。即在一个相对细分的行业中，企业产品、技术和标准在行业内绝对领先，而且能够相对长期和持续的领先。他强调，长期一定会带来业绩的持续增长和组织的发展，最后会体现在市场占有率和财务报表上，良好的盈利能力可以让企业获得更多优秀的人才，打造更强大的研发与创新能力，进而获得长期的发展。

业内人士表示，创新与数字化对企业成为隐形冠军至关重要。创新来自对研发环节的投入，隐形冠军企业的研发资金是行业均数的2倍，拥有专利数量是行业均数的5倍，而其数字化程度更是远超同行水平。

此外，进军海外对中国隐形冠军企业也至关重要。曹仰锋强调，从来不反对国际化，更不反对全球化，而是反对盲目的全球化、盲目的国际化。中国企业要不断聚焦，先省级化，再全国化，逐步再国际化和全球化。在全球化过程中，最主要的问题还是产品一定要适合当地消费者的需求，“永远跟着用户的需求走，你的市场就没有天花板。”



近日，位于江苏省连云港市高新区新浦工业园的一房车科技公司总装生产线，工人正在组装一批房车。连日来，该房车科技公司瞄准逐步放开旅游市场限制、国内旅游业即将全面复苏的商机，加紧研发和制造各式订单式房车产品，及时投放市场，满足新兴个性化旅游的需求。

中新社发 耿玉和 摄

全球化的未来：一个更平更深的世界

本报讯 美国经济学家托马斯·弗里德曼近日在与CGG主任王耀辉的一次会谈中指出，世界比以前更加扁平，世界形势也比以前任何时候都更复杂。

无论从哪个角度来说，“地球是圆的”这个观点都毋庸置疑。然而，托马斯·弗里德曼在其所著的《世界是平的》里提出了一个新的观点：世界是平的。他指出，世界从2000年进入了一个全新的时代：即全球化3.0版本。整个世界进一步缩微，整个世界的竞技场因一台无所不包的电脑而被夷平。这个平坦的世界是个人电脑（允许每一个人以电子文本的方式书写他自己的东西）、光缆（允许大家能够接触到世界上越来越多的电子内容）、工作流程软件（使得全世界所有人无论处于何地，无论距离有多远都能共同编写同样的电子内容）的综合产物。

弗里德曼表示，得益于技术的发展，整个世界被一块电子屏幕尽可能地缩小。科技进步促使交流方式不断变化，人们的联系更加紧密，彼此的依存程度较以往也更高。

弗里德曼认为，由于全球化的发展，如今的世界十分脆弱。全世界的连接越发紧密，独善其身也就越发困难。他举例表示，人们在互联网上下单，可以买到来自全球的商品。但这样的行为，涉及面广、流程也多，无论哪一个环节出现问题都会导致交易的最终失败。管窥一斑，全球化的道路也将崎岖难行。

弗里德曼表示，当前世界正在不断地快速深入融合，中国需要在国际上加强与他国的合作。尽管这个过程相对复杂，但这是当今世界全球化必须面对的难题。中国、日本、韩国和欧洲等全球主要经济体需要通力合作，没有人可以在全球贸易治理体系中单独发挥作用。如果不加非理性的民族主义加以制止，很可能会进一步激化和加剧局部地区的民族矛盾和冲突，成为危害社会稳定和世界和平的潜在不安全因素。

“未来的世界不仅是平的，而且是更加快速深度融合的。”弗里德曼认为，加强世界各国的合作，继续扩大各个必要领域的开放势在必行。建立和健全包括网络、金融、贸易与全球物流通等方面在内的劳动治理体系将是行之有效的解决办法。（刘琦）

企业需避免触碰“欺骗性”商标雷区

■ 本报记者 江南 实习记者 刘琦

“纯天然”“老手艺”“霸王”……看到这些标志是不是会觉得它们对应的商品成分可靠、品质优良、效果卓群？

“事实上，这些听起来很‘靠谱’的标志一点都不靠谱。”在3月31日举办的北京知识产权法院涉“欺骗性”条款商标驳回复审案件审理情况通报会上，北京知识产权法院审判三庭党支部书记、法官张剑表示，它们通过对商品和服务的质量、成分、功能用途等作出超过其固有程度的表示，可能误导消费者，最终被依法驳回，无法获得注册。

什么样的标志具有“欺骗性”？一般普遍认可的“欺骗”是否等同于商标法意义上的具有“欺骗性”？

张剑介绍说，一般而言，认定某一标志是否“带有欺骗性，容易使公众产生误认”，需要从标志指

向、整体误导性、欺骗可能性、使用的商品或服务类别和注册主体、判断主体、误认程度等多个角度进行考量判断。

2013年，《商标法》对“欺骗性”条款进行了修改，将“夸大宣传并带有欺骗性的”改为“带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的”。按照修改后的规定，适用“欺骗性”条款，无需同时满足“夸大宣传”和“带有欺骗性”两个要件。

“在实践中，我们发现部分经营者在申请注册商标时，仅从自身利益出发，设计商标时怀着侥幸心理，虚假描述等方式，误导公众，这样的商标无法获准注册。”北京知识产权法院副院长兼政治部主任宋鱼水表示，从长远看来，也影响

商标申请人作为市场主体的正常经营与发展，无异于自毁长城。反之，经营者在注册商标时，如能对标志有无欺骗性作出预判，并进行调整，主动避让，将有助于减少商标被驳回的风险，提高商标注册的通过率，降低注册成本，有益于企业长期高质量发展。

宋鱼水介绍说，北京知识产权法院成立以来，存在涉及“欺骗性”条款而被驳回的商标，它们的商标名称与商品实际特点、服务提供者的经营特点存在出入，甚至通过一些明示或暗示性表述将可能不符合产品质量、产地等特点的词汇“植入”商标之中。

据了解，北京知识产权法院自审判三庭成立以来，共受理商标驳回复审行政案件3万余件，其中涉“欺骗性”条款案件收案量逾千件，

占商标驳回复审行政案件收案总数的3.1%。近3年来，涉“欺骗性”条款商标驳回复审行政案件收案数量分别为200件、508件、374件。在该类案件中，该院判决驳回原告诉讼请求，维持被诉决定的比例为81.3%。

北京知识产权法院审判三庭法官助理维明鑫以一个被驳回的商标——“礼安基金”举例说，原告某投资咨询有限公司申请注册在第36类金融咨询、基金投资等服务上。法院经审理认为，申请商标带有“基金”一词，但原告并不具有基金管理人的资质，该名称与原告名称存在实质性差异，不符合商业惯例和通常做法，容易使消费者误认，被认定带有欺骗性，同样被法院驳回。此外，他还提到了一枚商标——“为胃好”，原告广州某生物

科技有限公司申请注册在第32类无酒精饮料、植物饮料等商品上。法院经审理认为，该商标使用在植物饮料等商品上容易使相关公众认为其商品具有“养胃”“健胃”等对人体胃功能有好处的功效，从而有可能产生误认，同样被认定带有欺骗性，驳回了原告的诉讼请求。

“商标是企业的无形资产。”张剑表示，为了提高产品的认知度、认可度，商标申请人在设计商标时，常常会通过一些明示或暗示性的表述，传达企业的经营理念，突出展示自己产品的质量、产地等特点。这本身无可厚非，但商标申请也不能随心所欲，企业或者个人在申请商标时应当更加慎重，主动避让一些可能具有欺骗性的词语，避免触碰“欺骗性”条款的雷区而无法获准注册。

中国企业拥抱数字化发展模式

■ 本报记者 刘禹松

3月30日，贝恩公司发布《数字经济互联网之中国数字化发展模式》研究。该报告显示，新冠肺炎疫情疫情影响下，中国数字化进程持续加快，消费、美妆、出行、音频乃至传统制造业等行业纷纷涌现出一批优秀企业，迅速实现数字化转型，打造出领先全球的精彩亮点。

数字化为企业注入生命力

通过对优秀企业的深入分析，贝恩公司发现，成功企业均呈现以“快”“准”“新”为特色的三大亮点，具体表现为：快速响应、精准触达、精准定制、产品创新、服务出新、业务革新，而这些亮点与数字经济互联网下中国数字化发展模式密不可分。

贝恩公司全球合伙人、大中华区TMT业务联席主席李舒表示：“新冠肺炎疫情发生以来，以互联网为代表的数字经济展现出强大的生命力，成为对冲疫情影响、重塑经济体系和提升治理能力的重要力量。随着中国的数字化进程加快，数字化应用场景愈加丰富，加速数字化转型成为企业的首要任务。因此，

企业必须了解中国数字化发展模式的特点与背后动因，从根本上找到适合自身的发展路径。”

贝恩公司资深全球合伙人丁杰认为：“如今的商业时代，随着商业结构从线性向网状升级，从端向云升级，选择单打独斗的企业是不走远的，企业一方面要学习成功企业的经验，另一方面要思考如何借助外部力量和生态圈增强实力。只有这样，企业才能行稳致远。”

百度发展研究中心的研究显示，“2020年新冠肺炎疫情肆虐，中国成为全球唯一实现经济正增长的主要经济体，这其中数字化发展是重要推动因素之一。当前全球经济仍充满着很大的不确定性，但科技创新是制造确定性的力量，势必对数字经济甚至更广泛的社会领域产生重大影响。数字经济未来竞争的关键，一方面是看谁能够掌握人工智能、5G、区块链、量子信息这些核心技术，另一方面是看谁在推动新技术和实体经济的深度融合上走得更更好。未来，平台模式提供的领先技术、供需资源、流动数据和运营能力

将发挥更重要的作用，推动大中小企业融通创新。”

中国数字化模式的特点与动因

报告指出，中国先行企业之所以能够迅速进行数字化转型，并打造领先于全球的亮点，得益于充分借助并且发挥了数字化发展模式的四大特点。

一是高效的供需资源聚合。以开放包容的方式，集合和匹配外部分散的供给端和需求端资源，包含技术、产品、服务、流量等多维度资源。二是流动的数据价值。以海量流动的用户数据为基石，打通端到端数据接口，借助迭代的推荐技术，开发多场景应用数据工具，实现双向流动的数据高效运用。

三是本土化创新驱动的技术赋能。基于本土化的市场特性与需求进行技术创新，并将创新的技术成果以平台的形式向外输出赋能，以降低创新门槛。

四是全价值链的深度运营赋能。超越了单纯的技术输出，深度参与企业运营的各环节，提供完整

的解决方案并协助企业商业落地，提升运营效率。

探寻中国企业数字化发展模式塑造背后的原因，主要体现在政府、消费者、企业和生态四个方面。

贝恩公司表示，近年来中国政府大力支持并主导5G、大数据、人工智能等新基建投资，推动数据成为新的关键生产要素，为“流动的数据价值”与“本土化创新驱动的技术赋能”提供坚实的基础设施保障。据预测，2020年或将新增5G基站58万个，数据中心机架93万架，人工智能的投资规模约为1,000亿人民币，光纤宽带用户渗透率约提升3%，为释放“数字红利”奠定坚实基础。

从全球范围来看，中国互联网用户基数庞大，创造海量“流动的数据价值”，为发展数字经济提供了得天独厚的条件。2019年中国网上零售额渗透率达到了26%，是发达国家的2.4倍；智能手机的用户移动支付渗透率更是发达国家的2.8倍，高达81%。随着政府对数据管理规范性要求的提升，消费者对于数据的分享和使用更加放心，为“全价值

链的深度运营赋能”提供了丰富的应用场景。

该报告认为，面对强有力的政府支持以及潜力巨大的中国市场，在外部商业环境向好的同时，以中小企业为主的中国企业内部面临着诸多挑战，包括如何攻克供需两端高度分散、技术和运营基础薄弱的难关，亟待寻求外部帮助。相比传统解决方案，数字化发展模式借助数字化手段，能够更好地解决痛点。例如通过智能精准算法匹配供需，利用技术赋能创新并提高效率，匹配企业迭代速度提供全价值链运营赋能。

中国的互联网生态具有规模优势、技术先进、人才优质的特征，具备将服务基础设施化的实力，为企业突破痛点，实现“技术运营双赋能”提供了基础保障能力。研究显示，中国互联网生态不仅具备数字化能力，而且正逐渐从消费行业起步，有意愿运用积累的数据价值、运营经验、技术优势，通过“科技与运营双赋能”有序拓展到B端和其他新的增长引擎。

警惕制造业在GDP中的占比过早、过快下降

■ 本报记者 张伟伦



近两年来，中国经济遭遇内外挑战前所未有。中美贸易摩擦不断，中国对外投资和贸易环境压力骤增，欧美等发达国家引导高端制造业回流本土的同时，中国低端制造业也面临来自部分发展中国家的竞争。“十四五”规划提出，要保持制造业占GDP比重的基本稳定。在3月发布的《政府工作报告》中，官方承诺要保持制造业比重基本稳定，并继续优先发展实体经济，以推动经济增长。业内人士认为，近年来，中国制造业在GDP中的比重正呈现趋势性的下降，对此应该予以警惕。

中国人民银行货币政策委员会委员蔡昉表示，制造业始终是中国实体经济中最重要、最基础的部分，但也是令人忧心的一部分。中国制造业比重自2006年首度下降，近年来处于一个趋势性下降状态。他认为，中国应尝试阻止任何过早的去工业化，并对制造业在经济中重要性的持续下降保持警惕。

数据显示，2016年中国制造业占经济的比重峰值达到32.45%，随后出现趋势性下降，2019年降至27.17%。有分析认为，人口红利的消失，正在冲击着制造业的基石，数目庞大的廉价劳动力在过去以及当下的中国经济崛起过程中扮演着十分重要的角色。一旦这个重要角色出现市场短缺，对于整个经济的挑战是巨大的；另一方面，新技术如5G、工业互联网、云计算、AI正在倒逼制造业进行转型升级，中国制造业过去的数量优势因为知识结构和技能问题在智能制造时代并不能发挥作用。

工业和信息化部原部长、中国工业经济联合会会长李毅中近日在第六届中国制造强国论坛上详解了发展现代工业当前需关注的几个热点问题，他强调工业是立国之本，制造业是强国之基，目前我国仍处于工业化发展阶段，却已经出现制造业占经济比重过重、过快下降的问题，应正确把握工业在全面建设社会主义现代化国家“新征程”中的地位和作用，抑制工业、制造业在GDP中占比过早过快下降。

“工业投资的增幅与全部固定资产投资增幅要相当，要改变工业资产投资长期以来低迷的状况。现实往往不尽如人意，比如去年固定资产投资增幅2.9，工业是0，制造业是-2.2，而且这种状况持续好几年了。我们应该呼吁，在固定资产投资方面，工业和制造业的投资增幅要和全部投资增幅的数字相当。”李毅中说。

李毅中认为，当前应坚持科技创新，加快数字化转型，产学研用深度融合，增强自主可控。要加快掌握核心技术、关键技术，构建自主可控、安全可靠的国内生产供应体系。即使在关键时期，我们也可以做到自我循环，正常运转。