

# 开拓全球市场 国内企业提升专利质量刻不容缓

面对日益多样化的贸易保护壁垒,中国企业想要走出去,知识产权可以发挥什么样的作用?国内外知识产权界专业人士和企业界人士日前齐聚第七届三江知识产权国际论坛,围绕“知识产权与经济全球化——机遇与挑战”建言献策。他们认为欲拓展全球市场,企业迫切需要提升专利质量。



高于日本和美国的15%。很多企业在开发了技术之后,在进入市场阶段会败下阵来,其实是遇到了比技术更高的壁垒,换言之,企业在生产之初对市场技术需求的判断就已经发生了偏差。

专家认为,仅从数字解读中国的专利现状并不靠谱。“像牛津大学、斯坦福大学这些世界顶尖级高校,一年40多亿美元的科研经费也就申请100多项专利,而在我国很多大学专利申请一年就有一两千项。”深圳前海创投孵化器南京公司总经理郇涛表示,当申请专利不再是为了保护知识产权权益,而是其他功利性目的,专利的质量可想而知。

“我们的高校做产品,往往做一个产品的零部件,就花5年、10年甚至更长时间,做到很细,却忽视市场需求,虽然做的是硬科技,但大家觉得比较‘虚’。”湖北省知识产权创新发展研究院副院长罗林波曾在韩国待了6年,他发现,韩国企业的计划性很强,零部件技术他们不全是自己研发,他们会把需要的技术信息、市场信息传递给高校科研院所,高校研究出来之后可转让给企业。“这样做起来比较‘务实’,效率也高。”罗林波认为。

## 融入国际需应对多方挑战

“科技创新迎来全球化,知识产权保护更应是全球化的,可以说,知识产权在全球经济发展中的作用越来越重要。”国家知识产权局知识产权发展研究中心主任韩秀成说道。

韩秀成认为,通过引进的方式获得不了

关键技术。我国企业应通过自主创新,形成自己的知识产权。在“走出去”时提前开展知识产权布局,提高自身在全球市场的话语权,避免被他人技术“卡脖子”。

“在过去的二三十年里,全球技术商业化和产业化迎来巨大发展,众多新技术涌现,很多领域面临突破,其重要的推动力正是全球化的合作过程。”世界华人技术经纪人协会副会长陶庆久表示。

中微半导体法务及知识产权执行总监姜银鑫认为:“知识产权是一种战略性的资源,不应该仅仅从法律层面进行理解。”

而相对于专利,商标品牌在我国知识产权体系中的地位则更趋弱化。截至今年5月,我国有效商标已经达到1970多万件,但是我国并不是一个品牌强国。2018年世界500强品牌中,中国拥有38个,美国拥有223个。

江苏省知识产权研究中心主任唐恒认为,在各类知识产权中,品牌对经济的贡献是最大的。专家介绍,美国的知识产权体系聚焦专利、商标和版权,欧盟则是在专利、商标、版权、设计和地理标志上共同发力。

越来越多人意识到,商标品牌正成为衡量一国综合实力,彰显国家文化魅力的重要途径,好的品牌能够有效吸引资金、人才、市场等方面的资源要素。但是,品牌建设的周期长,投入也大,需要专门的管理人才去打造和经营,我国在这方面的投入显然是不够的,品牌保护意识也不强。因此,打造具有影响力的国际品牌,是我国企业打开国际市场、融入

国际商贸迫切需要解决的问题之一。

## 仅有知识产权法庭还不够

近年来,我国各级法院陆续设立了知识产权法庭。技术查明、专家辅助、司法鉴定等辅助手段则为法院提供技术上的支持。但是,据非官方统计,2017年北京知识产权法院10件侵犯商业秘密的案件,9件原告撤诉,另外1件判决败诉。10起案件,没有一例判决胜诉。问题出在哪里?

“我们发现,即便有上述支持,法官也没有足够时间在开庭前了解技术背景,而是直接在开庭的时候了解技术,耗费了大量时间。”通鼎互联信息股份常务副总经理蔡文杰说。

专家指出,国内许多企业的法治意识并不强烈,一些中小企业从控制成本出发,知识产权保护意识淡薄,即使侵犯他人知识产权也是消极应诉。但是在海外,一旦出现侵犯知识产权的问题,不仅仅是罚款,还会有很多惩罚性措施。

对此,韩秀成表示,应对新的挑战,首先要做到严格有效的保护,营造良好营商环境,在此基础上促进知识产权创造与运用,才能更好地发挥知识产权对于创新的支撑和保障作用。企业和创新主体应积极了解并运用知识产权制度,让其成为开拓全球市场的助力而非阻力。

“国际贸易基本上是指十指紧扣,环环相扣的关系。”美国亚太法学院执行院长孙远判持相似观点。他表示,中国应大力发展开放型经济,更大程度融入相关国际知识产权规则,让外国投资者进一步认可中国市场。

## 阿里巴巴数字化转型 培训班走进拉萨

7月15日,150名西藏区直单位和贫困县域的干部上了一堂特殊的培训课:数字化转型专题培训。这是阿里巴巴与西藏深度合作数字化建设的内容之一,标志着双方共同启动“数字西藏”建设。

来自阿里研究院、淘宝大学的讲师,福建、湖北的县域数字化转型代表和淘宝村带头人共同来到拉萨,与西藏干部面对面交流信息化、数字化及电商发展经验。这次培训还通过直播方式覆盖到了西藏自治区全部74个区县。

阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长高红冰说,阿里巴巴希望通过阿里生态的力量,为西藏数字化转型带来成熟经验,共同推进“数字西藏”建设,帮助西藏贫困地区实现技术脱贫。他结合阿里平台的数字化经验,和西藏干部分析了当地电商发展现状、数字化转型路径。

近年来,西藏也正在积极拥抱互联网和数字化。阿里研究院披露的数据显示,仅2019年1月至6月,西藏地区的活跃淘宝店铺就超过7000个,在线销售额超6亿元,冬虫夏草、牛肉干等西藏特色产品受到网友欢迎。

另据了解,2018年,西藏实现快递业务量超725万件,同比增长27.9%,增速在新疆、甘肃、青海等西部偏远省区中处于前列,并在近三年内首次超过全国平均水平。农特产品上电商平台销售正成为一种普遍的发展趋势,并且有效带动了脱贫。《2019全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示,去年,我国电子商务交易额中,农产品网络零售额达到2305亿元,这其中,阿里平台带动的网络零售额占比达到75%。

福建省德化县县委常委刘惠焯带来了德化通过扶持电商,实现县域数字化转型的经验。曾经在西藏打拼过的淘宝村带头人蒋家明也分享了他的电商创业故事。

蒋家明曾在西藏摆摊卖绿松石,2012年,他回到家乡湖北鄱西山下营村,开淘宝网销售当地盛产的绿松石,带火了绿松石。在他的带动下,村民纷纷开网店,下营村成为湖北淘宝第一村,实现了脱贫致富。

这些分享让现场的西藏干部感触颇多。西藏自治区商务厅副处长冯红星说,西藏海拔高、产业链不够完善,过去几年,内地许多农村电商模式来到西藏后水土不服,“下一步还是在产业发展上,不仅仅是开一个网店,产业的规模化、标准化跟不上,会是制约发展的瓶颈。”这场数字化专题培训由西藏自治区委组织部、阿里巴巴主办,阿里巴巴公益基金会、阿里研究院、淘宝大学承办。

据了解,这次“送课进藏”是阿里巴巴与西藏深度合作,携手推进数字化建设的起点。接下来,双方将在信息化、智慧城市建设以及电商等多个领域进行深入合作,带动西藏技术脱贫。阿里云也将把探索智慧城市的经验带给拉萨。

(钟辛)

## 大悦城预计中期 净利润最高达20.4亿

大悦城控股集团股份有限公司7月12日公布,预计今年上半年归属于上市公司股东的净利润为17.7亿元至20.4亿元,同比增长184%-227%。

报告期内,预计每股盈利0.45元/股-0.52元/股,较上年0.35元/股要高。另据观点地产新媒体近日报道,大悦城控股于第二季度新增8个项目,合计斥资约41亿元,土地面积合计约48.1万平方米,8个项目位于重庆、宁波、苏州、天津、眉山及惠州。其中,天津市西青区中北镇项目为资产收购项目,其余均为招拍挂拿地。

(关灿)

## 资产负债高企 中丝集团并入 保利集团实施重组

近日,经报国务院批准,中国保利集团有限公司与中国中丝集团有限公司实施重组,中国中丝集团有限公司整体无偿划转进入中国保利集团有限公司,不再作为国资委直接监管企业。

有市场人士表示,此番中丝集团并入保利,或因前者严重的债务问题。中国中丝集团有限公司是国务院国资委直接监管的唯一以丝绸为主业的中央企业集团。曾经有过非常辉煌的历史,其前身最早可追溯到1946年在上海设立的中国蚕丝公司,是我国从事丝绸进出口贸易历史最悠久、规模最大的企业之一。公司成立以来,为中国丝绸事业做出了巨大的贡献,创造了十分可观的经济效益和社会效益。但近年来业务发展不甚乐观。

据中丝集团2016年度合并财务报表反映,中丝集团2016年底拥有全资和控股子公司36家;资产总额52亿元,负债总额50.71亿元,所有者权益1.29亿元,资产负债率97.51%;当年营业总收入93.32亿元,利润总额5040.73万元,净利润887.55万元,净资产收益率5.56%;国有资本保值增值率38.91%。

2018年,保利集团营业收入突破3000亿元,利润总额超过400亿元。截至2018年底,集团资产总额超过万亿,位居世界500强第312位。并入保利集团后,中丝集团或再获新生。

(陈宁辉)

## 麦当劳助力电竞BUFF火力全开 2019 NEST 高校赛羊城落幕

7月13日,麦当劳冠名的2019 NEST全国电子竞技大赛高校赛总决赛在广州落幕,最终来自华中赛区的明府宜、华北赛区的王庆阳以及陈天放分别夺得了《和平精英》《王者荣耀》《自走棋》的总冠军。

2019 NEST全国电子竞技大赛高校赛总决赛在广州安华汇商场举办,现场吸引了大量游客与玩家驻足观看并参与到现场的麦当劳互动活动中。率先进行的是《和平精英》项目的比拼,来自武汉职业技术学院的明府宜在40名参赛者中突围而出夺得了2019 NEST全国电子竞技大赛高校赛《和平精英》项目的年度总冠军。随后进行的《王者荣耀》比赛中,来自大连海事大学的王庆阳最终



凭借半月和马可波罗的精彩发挥,让二追一摘得《王者荣耀》项目的桂冠。在最后进行的《自走棋》项目上,来自沈阳工业大学的陈天

(郎新)

## 展现魅力丝路文化 方特将再添新园

已筹备数年的嘉峪关方特丝路神画主题乐园将于7月18日正式开业迎客,这是继7月6日长沙方特东方神画之后,近期开业运营的又一座方特主题乐园,也是华强方特布局国内文旅娱乐版图的又一重要里程碑。方特丝路神画是国内首个创新展现丝绸之路历史文化的大型高科技主题乐园,园区以丝路文化、长城文化、边塞文化等多种华夏历史与民俗文化主题为创意基础,通过创意和高科技手段,让古老丝路文化焕发全新魅力。

### 全面展现魅力丝路文化

嘉峪关方特丝路神画毗邻世界遗产、国家5A级旅游景区嘉峪关关城,园区共包含45个大型室内外主题游乐项目,以及200余个休闲、景观项目。凭借寓教于乐的文化体验项目与丰富多彩的室外游乐项目,嘉峪关方特丝路神画既适合家庭亲子休闲旅游,也适合年轻人寻奇探险,是一座老少皆宜的主题乐园。

其中,以高科技为主要表现形式的室内文化体验项目最为引人注目。在嘉峪关方特丝路神画,有运用程控魔阵再现民间四大爱情传说之一的大型真人演艺项目《孟姜女》,



有以800平方米超大银幕展现华夏五千年历史变迁的巨幕立体电影项目《九州神韵》,还有以中国创世之神女娲为主角的大型MR Ride 历险项目《女娲补天》,通过全息AR互动与真人表演结合的剧场演艺项目《梁祝》,以及嘉峪关独有的,让人们梦回西域重走丝绸之路的《丝路奇遇》,展现丝路文化艺术瑰宝魅力的《敦煌瑰宝》等。

## 星巴克 全球首家啡快概念店 在京揭幕

7月12日,星巴克全球首家啡快概念店在北京正式揭幕。这一创新的零售门店业态,将星巴克门店第三空间与数字化第四空间体验无缝连接。全新升级的门店布局,集合“在线点,到店取”的啡快服务、专星送外送服务和到店顾客体验三大功能,为顾客和专星骑手带来“简而不减”的星巴克体验,进一步践行对品质与速度的双重品牌承诺。

首家啡快概念店坐落于北京中心城区的金融街,凭借更具策略性的门店选址,带来更高效便捷的星巴克体验,满足当下中国都市快节奏生活方式的需求。“星巴克始终通过门店类型的突破与创新,持续提升顾客体验。全新啡快概念店的推出再次践行了这一承诺。”星巴克中国零售业务总裁兼首席运营官蔡德彝表示,“这一全新门店业态和设计布局在讲求快节奏与多元化的都市生活中,为顾客带来更快速、更便捷的星巴克体验。”

啡快概念店内特别增设了“星礼台”,咖啡师将在这里欢迎顾客,并帮助他们从店内自提柜取出饮品食品,或完成现场点单。顾客也可通过星巴克APP提前进行点单,强大的客制化功能为顾客提供了丰富的手工调制饮品选择和贴心的食品搭配建议。此外,店内还设有少量座位,使顾客能够一如既往地享受星巴克独特的第三空间体验。

今年5月,星巴克中国推出“在线点,到店取”的啡快服务,并率先于北京、上海两地约300家门店试点上线。如今,这一服务已覆盖至杭州、南京共4个城市的1300家门店,为更多顾客带去即时、即取、即享的全新零售体验。而啡快概念店的推出,则以门店形态的升级创新,更进一步满足了顾客追求更快的服务速度和更多便捷性的需求。

作为全球咖啡行业领导者,星巴克深耕中国市场20年,始终不忘积极践行“在中国,为中国”的承诺,在数字化领域与门店第三空间体验不断创新,为顾客提供超越期待的星巴克体验。啡快概念店是星巴克中国深化情感连接、提升顾客体验的又一次积极实践。未来,星巴克中国计划将啡快概念店陆续推广至全国更多城市,在核心商圈、交通枢纽等高频客流区域进行策略性布局。

(美通)