



被抄袭加速苹果创新



最近几周,苹果、三星两大科技巨头的专利诉讼案吸引了全球的目光。最终,三星在美被判侵犯苹果六项专利,赔付苹果 10.5 亿美元。日前哈佛商业评论网站发表博文,讨论抄袭对于创新产业的影响——抄袭并没有让创新者停下脚步,而是在某种程度上刺激了革新。对于科技企业来说,最好的防守并非来自法庭,而保持高速的创新,让那些企图抄袭的竞争对手们望尘莫及。

编译 / 雪曼

过去几周的时间里,苹果、三星专利诉讼案紧张进行,众多鲜为人知的内幕、细节在法庭曝光。两大科技巨头的专利诉讼案,让同行们有机会看到他们在幕后是如何运作的。尽管诉讼案本身在寻求一个答案:三星究竟有没有抄袭苹果?但这次诉讼案却给创新技术产业的未来带来了新的挑战:抛开法庭最终的判决结果,人们应当扪心自问,我们是不是默许,甚至在某种程度上鼓励了科技公司间相互抄袭。

历史背景对深入了解苹果三星专利诉讼案非常重要,因为这已经不是苹果第一次卷入高风险的“抄袭”案件了。将时间回溯到 20 世纪 90 年代中期,那时苹果

就曾因“外观和感觉”纠纷与微软打起专利官司。苹果认为,“我们发明了图形化用户界面,微软抄袭了我们。如果我们的竞争对手,永远都只是简简单单的复制我们的创意,那么我们不可能继续创新。”然而最终苹果打输了那场官司。但是之后发生的事情却是令人着迷的。

苹果并没有停下自己创新脚步。而相反,他们在输掉专利诉讼案之后,推出了令人震惊的 iMac 电脑,之后又推出了 OS X 操作系统,然后是小巧精致的 iPod,紧接着是颠覆智能手机市场的 iPhone,接下来便是再次改变世界的 iPad 平板电脑。

既然苹果当初进行专利侵权诉讼,是为了让公司能够继续自己的创新,那么人

们不禁要问:如果抄袭会阻止创新,那么为什么上次苹果被抄袭以后没有停下来?因为事实是,被抄袭并没有让苹果停止,甚至都没有能减缓苹果革新的脚步。

如果一定要去讨论抄袭究竟给苹果带来了什么,那么似乎唯一正确的答案是一一抄袭加速了苹果的创新。因为苹果能做的只能是以最快的速度进行革新,让抄袭者疲于奔命。

在知识产权保护中,这一点是值得深思的。《华尔街日报》不久前摘录了 Kal Raustiala 和 Chris Sprigman 的著作《仿冒经济:模仿如何刺激创新》(The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation)的部分内容,将抄袭与创新的关系阐述得非常清楚。

对于大多数人来说,对创新产业都会

有一个类似的假设,那就是:没有专利保护,创新就会停止。但是事实却与人们的直觉大相径庭,作者向人们证明,这些抄袭并没有扼杀行业创新,有很多例子似乎都指向了一个令人意外的结果——抄袭让行业蓬勃发展。而这在苹果的身上甚至也得到了验证,日前流出的苹果高管艾迪·库伊(Eddy Cue)的一封邮件显示,他曾主张为苹果平板产品带来一个新的成员——7 英寸的 iPad,而那时三星的 7 英寸产品已投入了市场。

使用苹果的例子是为了说明,随着时间的推移,即便是当专利制度并没有真正保护专利拥有者利益的时候,创新也没有被扼杀。

很多时候,似乎当这些公司不能继续在市场角逐的时候,就返回寻求专利系统保护。

现在苹果最终赢得了与三星的专利官司。可是真的有人会认为市场会因此而突然之间变得更加具有创新精神么?而同样,如果是三星获得了胜利,你会真的相信苹果会减缓其 iPad 和 iPhone 的积极发展么?

那么更好的解决方案究竟是什么?就让这些公司在市场上一决高下——那里对创新作出“裁决”的是消费者,而非陪审团。在当今世界中,对抄袭最好的防守不是法律诉讼,而是用发动马达全速创新,让你的创新速度快得令对手来不及抄袭。

(摘自自哈佛商业评论)

专利战源于三星与苹果 差距越来越远

近段时间,苹果、三星之间的“世纪专利大战”频频见诸报端。笔者从业内相关的评论看到,打专利战的根本原因是苹果公司在智能手机技术和客户的体验上,与竞争对手之间的差距越来越远,惟有搬出下策“攻城”,围剿以三星为代表的安卓厂商继续坐大。

反观其竞争对手,依托谷歌安卓系统,发展可谓一日千里。根据美国市场调查公司 HIS iSuppli 最新发布的中国智能手机市场调查报告显示,2012 年上半年,三星电子以 20.8% 的市场份额,占据出货量榜首。紧随其后的是联想、酷派、华为、诺基亚等 4 家厂商,而苹果被挤出前五排名第七,市场占有率仅为 7.5%。

笔者观察发现,对苹果市场份额构成压力的,是其竞争对手三星已经侵蚀苹果此前垄断的高端市场。投资银行瑞银认为,苹果品牌在中国不如 6-12 个月之前那么受欢迎,原因是三星最新的智能手机在功能上完全能够与 iPhone 相媲美,但是价格却不太昂贵。三星生产的高端智能手机 Galaxy S III

全球销量日前已达到 1000 万台,成为继 iPhone 之后,最为畅销的单款智能手机。还有就是诸如华为和小米这些品牌的手机也逐步受到中国用户的青睐。

此外,苹果公司至今未能与全国最大的移动运营商中国移动展开合作是另一个原因。这固然是出于技术上的考虑,担心 TD-SCDMA 制式不成熟影响客户体验。但其竞争对手如三星,却早已实现核心高端机型对三大 3G 制式 (TD-SCDMA、CDMA2000、WCDMA) 同一机型同一时间发布。笔者认为,苹果在采纳新技术和配合运营商上表现出傲慢与偏见,令其白白地损失大片市场拱手送给三星等竞争对手。

正如一位知识产权律师所示,专利是一种垄断能力,是市场竞争的一种工具,通常只有双方势均力敌之时,大家才会发生专利纠纷。如此看来,苹果公司此时此刻在全球发起的专利战无非是感到威胁越来越大,必须透过专利战去重新获得市场问题。

(潘敬文)

新兴产业“无锡模式”不适合创新

安邦咨询

光伏寒冬中,无锡尚德的人事地震宣告着新兴产业发展的“无锡模式”终告失败。地方政府并不适于从事高风险投资活动,将对自己对市场构成双重损害。

无锡尚德日前的一纸公告引发了市场猜疑。8 月 15 日,该公司宣布,创始人施正荣不再担任 CEO 一职,其职务变更为执行董事兼首席战略官。有分析指出,在光伏寒冬里,这场标杆企业的人事地震可能意味着最后一个精神支柱轰然倒塌。另有市场传闻,该光伏龙头很可能将被地方政府国有化。

联系起不久前另一家光伏龙头的遭遇——江西赛维 LDK 很可能被江铜等国企联合托管,这不禁让人心生疑惑:中国的新兴产业为何挺不过经济周期?这种发展模式又是否对路?前一个问题很好回答,经济景气时,企业难免盲目扩张,任何一个产业都大抵如此;后一个问题则颇为难解,需要回顾近年来新兴产业所走过的历程。

梳理一下尚德十余年来的发展史,不难看到,地方政府的推手一直存在。2000 年,施正荣从澳洲回无锡创业,获得地方政府力挺,拉来了小天鹅集团等国企的投资;2002 年,草创的尚德亏损 700 余万,

又是地方政府出面协调,先后提供两笔 5000 万元的资金让公司借以喘息;2003、2004 年,地方政府为尚德争取了 9 个创新项目、多达 4000 万元的各级政府扶持资金,且多通过承担各类计划项目无偿拨付。

在无锡尚德风头正劲时,这种地方政府保驾护航的“无锡模式”被作为经典范例,为各地称颂。受此影响,各地政府都热衷于做“天使投资人”,利用政府与资本的双重力量,为企业经营创造条件。借用施正荣本人的话,“没有地方政府的支持,就没有尚德公司今天的成功;没有无锡新区的帮助,也不可能施正荣今天的辉煌”。

不过,当经济转冷,企业业绩遭遇困境,江西赛维与无锡尚德的接连事故表明,所谓的“无锡模式”其实并不可取,此番施正荣的辞职也宣告着,这种长期以来被奉之圭臬的方法,已黯然失败。

究其原因,可归结于一个命题:地方政府的身份到底适不适合进行高风险投资?要知道,新兴产业面临着较强的不确定性,稍有差池便会被淘汰出局,要么,这意味着地方政府的投资将打水漂,要么,假设地方政府积极介入,帮扶企业,可能将令市场失去调整的机会,最终风险积累,直至爆发,而那时,企业已经“大而

不倒”,最终陷入死局。

更为可虑的是,在地方政府的积极介入下,银行、国企等力量也将不得不跟进,这固然为企业的发展创造了巨大的诱惑,因资源实在太廉价,但也为日后埋下风险隐患——廉价的资源将促使企业不计成本地上规模扩张。在成熟的经济体中,投资人的专业与谨慎可以对企业形成制约,但在“无锡模式”下,只要地方政府敲定了,又有谁能说个“不”字?恐怕连企业自身,也不得不“奉旨”做大。

光伏寒冬中,无锡尚德的人事地震宣告着新兴产业发展的“无锡模式”终告失败。地方政府并不适于从事高风险投资活动,将对对自己,对市场构

成双重损害。在接下来战略新兴产业的投资热潮中,各地都应思量再三,“无锡模式”可能并不适于从事创新。

裁员能拯救摩托罗拉吗?

周玲

据《东方早报》报道,今年 5 月摩托罗拉以 125 亿美元的身价最终嫁入谷歌。但是仅仅 3 个月,谷歌就宣布对其大手术,全球裁员 4000 人,而中国区则成为重灾区。

谷歌能够拯救摩托罗拉吗?很多人怀疑,甚至当初有分析称谷歌收购摩托罗拉时意在专利,而不是希望把摩托罗拉手机业务做大做强。“后来者”谷歌的安卓操作系统专利积累薄弱,无法与苹果等竞争对手相较量,而拥有众多专利的摩托罗拉则是谷歌对抗苹果的武器。摩托罗拉刚刚又对苹果发起一起专利诉讼。

按照摩托罗拉新任 CEO 丹尼斯·伍德赛德的说法,此次裁员意在调整公司业务模式,改变以往每年推几十款新品的策略,而选择推几款精品。这也大抵可以看出,新 CEO 想要学习苹果 iPhone 模式。但问题是,照搬这一模式能有效吗?

作为老牌的手机企业,摩托罗拉在产业链布局上非常完善,在全球各地设有研发中心、工厂以及销售、售后以及支持系统,这对一家手机企业是必要的,确保新品能尽快生产,并尽快在全球各地上市。

而如果学习苹果,在手机量不大的情况下,代工模式未必比自建工厂便宜。

据来自摩托罗拉内部人士的消息,摩托罗拉打算今年下半年及明年上半年都不推新品,到明年下半年才推新品。若到时新品热卖的话,摩托罗拉还有机会,如果卖不好的话,谷歌会不会不玩了?

其实,与其在硬件上改造摩托罗拉,软件上需要做的事情更多。

在硬件比拼上,摩托罗拉推出的智能手机并不比同行差,有的体验甚至好于同行。但是在软件上,摩托罗拉则欠缺很多。比如说,摩托罗拉的应用商店可供下载的应用很少,摩托罗拉的软件和系统更新永远都是那么慢。这才应该是谷歌花大力气改造摩托罗拉的地方。

老牌手机企业在华走下神坛,也跟本土手机企业快速崛起有关。

手机芯片的高度集成、操作系统的同质化,使得本土手机企业可以不断翻新,价格更低,蚕食了低端智能手机市场,而高端市场又被苹果、三星牢牢占据。因此,诺基亚、摩托罗拉等老牌巨头生存越发艰难。

国酒茅台 MouTai China 【酿造高品位的生活】

贵州茅台酒股份有限公司出品

AGED 50 YEARS Precious KWEICHOW MOUTAI 贵州茅台酒

50% VOL (100 PROOF) 500mL (16.9 FL OZ)

茅台酒荣获国际金奖八十六周年 贵州茅台酒辉煌五十年纪念 贵州茅台酒股份有限公司出品

贵州茅台酒股份有限公司 KWEICHOW MOUTAI CO. LTD <http://www.moutaichina.com> 服务热线: 4008189999

◎ 陈年贵州茅台酒产于贵州省仁怀市茅台镇,原料为当地出产的有机高粱和小麦,是世界著名三大蒸馏酒之一,是中国大曲酱香型白酒的鼻祖和典型代表,其酿造工艺列入中国首批非物质文化遗产名录,享有“国酒”之称,是绿色食品、有机食品、地理标志保护产品。

◎ 2010年,茅台酒入选《中国名酒》,按照2010年陈年贵州茅台酒标准勾兑而成。