

互联网时代 知识产权投资优势凸显

■ 王文佳 报道

9月10日,北京市副市长戴均良走访该市多家知识产权服务机构,了解机构运行情况。据了解,该市将大力发展知识产权服务业,通过保护和利用知识产权,进一步加强科技创新,并推动发展“知识产权密集型”产业。

今年6月在广州举行的第三届国际金融交易博览会上,知识产权投资成为新宠——知识产权金融领域的“中外宝”,其43倍的高收益,赚足了投资者的眼球。联想想起两年前,轰轰烈烈的深圳唯冠与苹果公司的iPad商标纠纷案让许多人第一次了解到了“知识产权”这个名词,该商标案最终以双方和解,苹果公司为此支付6000万美元而告终。与此同时,苹果与谷歌在全世界范围内就专利展开的一场场博弈也让旁观者看花了眼。近几年来,互联网巨头纷纷以高价购入域名,京东花费了近3000万购入jd.com这一域名,唯品会耗费千万买入vip.com,腾讯耗资3000万将qq.com收入囊中。知识产权所能创造的巨大价值已经被许多人所看到。

知识产权交易悄然展开

知识产权也能够进行投资?在大多数人尚且对知识产权一知半解的时候,有些人却早早进入市场,做起了这个看似“一本万利”的交易。知识产权的交易已经在国内悄然展开,而伴随着互联网时代的到来,这一趋势或许也将愈演愈烈。

有数据显示,近十年来,我国专利、商标、版权申请量有大幅度的提升,商标注册每年超过200万、专利申请每年超过250万、版权登记每年超过80万,我国俨然已经成为了知识产权大国。但知识产权交易市场上的状况却是另一番景象,专利平均转化率不足5%,专利技术实施率亦不足029%,知识产权因为交易渠道的缺乏而出现了“过剩”的情况。而近些年,随着政府对知识产权交易的重视,一些专业的交易平台也开始出现,买卖双方有了沟通的平台,知识产权交易的发展也就顺理成章了。

知识产权具有哪些优势值得人们去投资,是不是真的如很多人认为的“一本万利”?我们可以从近十年来创造出无数财富的域名投资中窥见一二。

在中国,域名投资始于2000年前后,近年来,随着互联网产业的高速发展,域名投资的红利也日益凸显出来。如近期,

小米科技就以360万美元的高价购入mi.com,创造了域名交易的新纪录,而该域名的注册成本不足2000元,如此的高回报让不少人都跃跃欲试。而知识产权的唯一性正是其价格不断推高的动力所在。而另一方面,目前知识产权的买方市场需求比较大,除了普通投资客之间的交易,中国企业对知识产权的需求在不断增长,无论是商标的直接购入使用,还是专利和技术的引入运用,都使知识产权成为企业转型升级不可缺少的稀缺资源。

在国内,知识产权还停留在使用价值阶段,很多人去申请和购买知识产权只是为了自己使用,市场对知识产权的认识尚不算透彻,很多投资者仍处在观望的阶段。而在欧美发达国家,知识产权交易已经形成了一套比较完整的体系,知识产权证券化也在国外开始流行。

“在中国的知识产权确权、维权逐渐完善起来后,知识产权证券化是必然的。而现在,更加迫切的其实是知识产权商品化。”第三方知识产权交易平台汇桔网知识产权投资专家王根发说。目前,国内有建立知识产权法院的计划,让知识产权维权更加有保障。而在知识产权投资领域,已经有一批人通过自己的尝试,投资知识产权获利的,比如micom的投资者,vip.com的投资者。他相信,在未来知识产权的价值会越来越大,更多的人都会参与到知识产权投资热潮中来。

买方市场占主导

互联网巨头购买的域名价格高达千万元,而有的域名捂在手中就是卖不出去。那么,知识产权在交易中是如何定价的呢?

王根发介绍称,目前,国内的知识产权交易价格主要由市场行情决定,也可以说是由买家决定的。他表示,知识产权不同于一般的商品,其价格不完全取决于价值,而是更大程度由市场认知与认同界定,而其价值的表现途径主要体现在流通中的认知和应用中的认同。

目前来说,知识产权仍然是比较专业的一项投资,但也因为项目的特点不同而有所不同。以专利和技术项目来说,其投资的最大优势就是“刚需”,因此,专利、技术的价值表现在它能对生产、生活带来多大的影响和效益。如何判断这类知识产权的影响力和预期效果?王根发说,这一方面取决于需求购买方的诉求价值,另一方面,需要借助知识

产权评估机构的专业力量。

而在商标和域名投资领域,对专业的依赖度没有那么大。投资者在一定程度上可以根据自己对行业的了解做一些判断,操作起来也比较简单。例如,对于服装品牌而言,注册一个商标一般需要2000元左右,购买一个商标从2万到几十万、百万不等。

而在域名的交易市场中,一个域名的价格亦是从几十、几百、到几十万、百万不等。王根发介绍说,由于商标和域名的核心构成元素汉字、英文字母等都是有限的,这类知识产权具有“唯一”性。而在目前的市场上,二个字的优质商标,四个数字或字母的域名基本已经被抢注,若想获得,只有通过协商获得转让。就一般商标而言,与人们生活衣食住行相关的商标转让成交率会高于其他品牌,而在域名领域,4个数字或字母以内的域名或者一些好的双拼域名成功出售率较高。一般情况下,“.com”的市场价值要高于“.cn”。

企业:未雨绸缪 增强竞争力节约成本

知识产权的投资并不单纯指个人的投资行为,更多的是企业的投资行为。除去那些大型企业,中小企业也可以在早期加大对知识产权的投入,如此可以在增加企业竞争力的同时又节约成本。如搜狐网在上市前,很早购入了一个shipin.com的域名,后期作为一个独立网站上市,而不在宣布上市之后再去储备这些知识产权,那样价格就会很高。再如京东,公司收购的域名jingdong.com花了近300万,jd.com域名更是花了3000万。王根发建议,现在的知识产权交易正值抬头,一些企业可以购买一些有价值的知识产权作为战略储备。

个人: 好投资可长期持有择期而售

对于普通的个人投资者来说,又如何通过知识产权投资来获得收益呢?常年从事餐饮行业的张小姐在2009年以1800元的价格投资了餐馆商标“九份芋圆”,原本打算自己使用,而这个商标闲置了几年后,她将这个商标以9万元的价格卖给了一位意图打造品牌的客户,赚了43倍。她说,这是她关注理财多年以来最成功的一次投资。

然而,也并不是所有知识产权投资都能够赚到盆满钵满。据了解,曾经有一名学生注册了一个域名,不久就以750元的价钱卖给别人,第二天阿里巴巴又以10万元从第二个人手上买走该域名。如果投资人对手中的知识产权的价值没有足够的认识,也不熟悉交易节点的话,很可能就浪费了一个获取高回报的机会。

很多人将知识产权投资比喻成古董,一些行家亦是遵循古董的投资方式来投资知识产权。如此,知识产权又是否具有时间越长、稀有性越高而价格越高的情况呢?

“这不可以一概而论”,在王根发看来,知识产权中的商标和域名,其时间和价值成一定的正比关系,而对专利、技术、版权来说,时间的早晚,只与其是否能获得权力关联,其价值与时间并不会成正比关系,甚至会随着时间的推移,生产成熟,价格下跌,甚至淡出历史舞台。

如何使知识产权卖一个好价格,也需要分别对待。王根发认为,“稀缺”的商标、域名,品牌包装、文化释解和延展以及大众认知、美誉度很重要。他建议,有一些好的投资,可以适当长期持有,等待你所认可的一个买家后再卖出去。

链接 何为知识产权投资?

要做知识产权投资,首先得明白什么是知识产权。知识产权就是以版权、专利权和商标权为主要内容的反映人们智力创造劳动成果的专有权利的统称,通俗来说,知识产权主要包括著作权、商标、域名、专利等等。

而知识产权投资是一种新型的金融投资理财方式,利用知识产权的交易获取收益。实现方式是将闲置资金用于购入或注册申请知识产权(商标、版权、专利、域名、技术项目),成为知识产权权利人,再通过交易平台进行交易(转让、许可使用),获取更大的收益。

知识产权如何投资?

知识产权交易涉及到知识产权交易买卖双方,卖方也就是知识产权的权利人,买方就是对该知识产权存在需求的一方。目前,中国的知识产权交易市场的现状是卖方资源比较多,买方资源比较少,因此,买方在价格决定上更具话语权。目前,国内的市场上已经出现了一些专业的知识产权交易平台,广东省知识产权交易中心也正在建设中。这些都为投资者提供了更为宽广的知识产权投资渠道。

企业走出去 需要注意些啥

■ 特约撰稿 高峰

随着中国资本进入全球扩张时代,越来越多的民营企业开始将视线移向海外以谋求发展,中国企业家走向海外也已从趋势变为现实。而海外投资并非易事,对于企业投资者而言,如何把握海外投资机遇,找到合适的海外投资渠道?

中国不仅是传统的商品输出大国,也正在逐步向海外投资大国的转身。数据显示,2014年三季度,亚太区内外并购总额已经达到1600亿美元(包括海外、国内以及境内),同比增长49%。而一季度,中国企业海外并购交易额已超过145亿美元,占到全球并购规模的近三分之一。

但是,海外投资并非易事,中企跨境投资、并购中所涉及的风险也不容忽视。而当前,中国的中小企业发展机遇与挑战并存,其面临的环境较为复杂,从发达国家及地区的发展过程来看,企业转型是企业成功对应外部环境变化、顺应经济发展趋势的必然选择。企业的发展就是变革,是否能够快速识别环境和市场的变化以及对其作出迅速的反应决定了企业的生存与发展。因此,中国的企业也要不断创新转型,从低端产业链走向中端和高端。

当前,中国的企业面临两条路可以选择,一个是“向上走”,即通过创新转型进行转型升级;一个是“向外走”,即海外拓展。无论是哪个方向,中国企业投资都需要把握好机遇,为自身创造更多条件。当前中国企业投资主要面临六个方面的机遇:人口的城镇化、经济的服务化,发展的低碳化,产业的高端化,社会的信息化和经营的国际化。前五个方面的机遇,表明中国的企业面临着“向上走”,需要进行转型升级。而第六个方面表明中国的企业要“向外走”,抓住机遇积极进行海外拓展。具体分析:

首先,根据世界银行的《2030年的中国》研究报告中预计,在未来20年里,中国的城镇化率将会从现在的50%上升到70%,每年提升一个百分点。同时,中国的服务业会从现在的43%提升到61%。城镇化将创造巨大的投资需求和消费需求,这两个指标的变动,会为中国投资带来巨大商机。但是我国服务业的比率却比同等水平的国家低出十个多百分点,所以李克强总理表示城镇化是扩大内需最大潜力,服务业是就业最大的容纳器。

其次,国家开发银行预计,我国城镇化未来三年,投融资的需求量为25万亿元。国家财政部预测未来6年,城镇化投融资的资金需求量将达到42万亿元。有研究报告显示,在过去一年中对十个省市进行的调查中发现,中国的民间资本可以在九个方面为新兴城镇化发力,做出自己的贡献。

第三,过去中国的竞争武器是低成本、低技术、低价格、低利润,以及低端市场,但付出的是高能耗和高污染。中国经济的发展速度虽然很快,但是快而不优,企业需要通过转型使产业从低端向中端和高端发展,同时这也为国内的投资带来很大机遇。这就是之所以中国经济要走向高端化和转型升级的原因。

第四,推动绿色发展所形成的低碳产业发展,其前景非常广阔。2020年前中国将投资2万亿美元发展可再生能源,节能环保产业累计产值预计超过10万亿元,新能源汽车则有望进入上万亿产值行业,这些都是绿色发展或者低碳产业的发展所带来的机遇。

第五,企业的信息化,一方面要用信息技术来改造传统产业,另一方面要推进新兴的经营模式和互联网对接。现今,中国的电子商务平台不断完善、支付环境不断优化以及消费习惯的改变,使得网络购物快速发展,从而增大了中小企业信息化的市场机遇。同时,互联网也会改变城市的信息化,未来可能将会出现智慧城市,即指工业化、城镇化和信息化深度融合的城市。全国体制的智慧城市有400多个,这也会为投资带来巨大商机。

最后,经营的国际化为企业提供了“走出去”和“引进来”的双重机遇。2013年的中国对外投资,累积了已经超过了5千多亿美元,平均年增幅超过40%,直到今日中国对外投资一直保持快速增长,并且中国对外投资有望在2020年贡献一万亿美元。中国已经由传统的商品出口大国,逐步向海外的投资大国转变。

同时,投资也面临风险和挑战。海外投资和海外并购有一个规律,即“七定律”,海外并购的70%不可能实现预期的商业价值,而在这70%的不可能实现商业价值的过程中,并购失败的原因有70%是文化原因,所以海外并购不仅仅是资产的整合、品牌整合、技术的整合和人员的整合,最重要的是文化的整合。

致力于为投资者提供更多金融选择 91 金融发布 2014 年中战略



● 91 金融高管群像

与导购的渠道平台方向,另一个是金融交易业务与产品服务方向。不同于大多数的互联网金融公司,91 金融在两个方向上均有作为,许泽玮表示,这样的业务发展模式是基于91 金融自身的逻辑思路 and 战略规划考虑。许泽玮说:“经过三年时间的探索与创新,91 金融更了解互联网金融领域生意模式的本质,那就是通过服务产业链条的完善,构建从个人消费者,企业级用户,再到银行等金融机构的金融产品与服务生态体系。”按照这样的业务逻辑和发展思路,许泽玮对91 金融的未来充满信心。

基于对中国金融市场发展的深度理解以及我国互联网金融领域的不断探索创新,91 金融的业务领域,已经从最初设计的互联网金融产品销售与导购平台,向互联网金融产品交易业务以及金融领域创新性服务进一步拓展延伸。

2011 年9月成立最初,91 金融定位为金融消费者提供金融产品的销售与导购服务,随着与银行等金融机构的合作关系愈加加深,91 金融积累起丰厚的金融用户数据库以及金融产品数据库,从前端的营销通道

业务,开始向后端的金融产品业务涉及。2013 年,91 金融开始与各大银行合作发行金融产品,为企业提供定制化服务等。

“通过互联网金融大数据平台,91 金融帮助银行等金融机构更有效率,更低成本地为中小企业以及个人消费者提供专业金融服务。这其中包括和银行等传统金融机构合作设计开发、共同推出的91 增值宝、91 旺财等深受广大消费者喜欢的典型产品。”许泽玮表示。

91 增值宝是91 金融与民生银行、北京银行等多家银行联合运营的,面向中小企业的高收益、高附加值的理财产品,年化收益575%—690%,被称为企业版余额宝。91 旺财是91 金融旗下面对普通个人消费者的高效互联网直接理财服务平台,专注于抵押贷,100元起投,周期为1-6个月,年化收益率在8%—12%之间。自2014年3月份上线以来,91 旺财的成交量增速迅猛,成交额增长率远远超出业内同行。

2014 年,91 金融进入了业务全新发展阶段,与银行、券商、保险、信托等金融机构一起展开紧密合作,共同促进我国金融

领域建设的繁荣,并进一步拓展资产证券化业务。针对全面介入资产证券化业务领域,许泽玮表示,资产证券化在中国是一个逐步开放的业务领域,孕育着百万亿市场空间,91 金融希望通过和传统金融机构的合作,盘活中小微企业资金,为投资者提供更多的金融选择。

业务模式的不断成熟与完善,加速了91 金融的发展步伐。“91 金融将通过91 金融超市、91 旺财、91 增值宝、91 贷款、车险通、移动金融助手等产品,搭建一个完善的金融服务生态体系,为所有消费者提供“安全、可靠、便捷、专业”的普惠金融服务,同时为银行和其它金融机构升级服务、延伸业务,成为金融机构最密切的合作伙伴。”许泽玮表示。

在与银行等传统金融机构建立密切合作的过程中,91 金融也在不断学习和进化,使得其有可能从一个互联网公司,向一个创新型互联网金融服务平台方向发展。虽然成立只有3年时间,91 金融已经成为中国最大的互联网金融服务提供商。

(文文)

2014 年 8 月 31 日,91 金融(91jin-rong)2014 年中战略发布暨成立 3 周年媒体沟通会在北京西单美爵酒店举行,91 金融创始人、CEO 许泽玮,联合创始人姜志熹、吴文雄,副总裁郑中、俞鲲、施健、蒲镭,财务总监张小昆、风控总监毛琦等高管集体亮相,与公众就91 金融创立三年以来的发展历程和未来战略规划进行了互动交流。同时,91 金融还正式发布了旗下两款最新三周年献礼产品——91 增值宝4号和91 金融圈。

在三周年来临之际,91 金融于不久前,刚刚升级了公司的新标志,近期又被中国互联网协会信用评价中心授予AA信用评级,中国互联网协会信用评价中心是由商务部、工信部、国资委核准的权威信用评级机构。

会上,许泽玮发表题为“躬耕三载,不忘初心”的主题演讲,分享了带领团队创立91 金融的过程中所经历的诸多故事,未来愿景。随后,91 金融联合创始人吴文雄详细解读了公司成立三年来的发展路径、逻辑规划和企业战略。

中国的金融市场不够开放、透明度不够,存在信息不对称,专业知识不对称,服务不对称的诸多问题,普通金融消费者和中小微企业的金融消费需求,没办法得到更好的满足。互联网金融的出现,将有可能改变这个局面,提升现有金融体系的运作效率,提高金融消费者的体验。

“91 金融希望打破现有不合理的金融格局,让每一个人都能公平地享有社会财富和资源。”许泽玮说,“帮助覆盖传统金融机构的服务盲区,作为传统金融必不可少的补充,和传统金融机构有机融合,共同促进我国金融市场的发展,是91 金融的创业逻辑和初衷。”

在许泽玮的观念中,互联网金融的创业模式大体分为两个方向,一是金融产品销

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下
购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产

海南快克药业总经销