

期待“海鸥”展翅高飞

本报记者 刘惠兰

三线城市驻足。在此情景下，海鸥唯有创新求生。

张开自主创新的翅膀

“要突破困境，使国产品牌崛起，关键是要走转型升级之路，加快自主创新，把品牌档次做上去。”海鸥表业集团有限公司总经理吕军对记者说，“瞄准国际知名品牌的水平，打造中国人自己的世界级机械表品牌，这是海鸥的新定位。”

为了这一梦想，“海鸥”从2008年开始，调整压缩了电子表等产品，集聚研发力量，向高端工艺及复杂机芯制造延伸，特别是向瑞士、德国等高端制表技术——陀飞轮复杂机芯领域发起攻坚战。

在海鸥表业集团有限公司，记者见到了一款拥有“陀飞轮、万年历、三问”多种功能于一体的高端腕表。据介绍，这款表的高精度零件加工精度达到0.001mm的水平，相当于人头发丝的十分之一。“这是继2005年‘海鸥’第一块‘陀飞轮复杂机芯腕表’问世，2008年全球限量发行100只的‘双陀飞轮玫瑰金腕表’之后，我们又一挑战高端复杂机芯技术顶峰的代表作。”吕军自豪地说。

“海鸥”对创新的投入是巨大的。2008年以来，“海鸥”科技投入占销售收入的比例在7%以上，仅硬件上的投入就已达亿元

以上。此外，“海鸥”还引进了国际人才、技术、资金等发展要素，建立创新机制，改革用人机制，创新专利及项目奖励机制等。截至2012年底，“海鸥”累计申报专利总量达566项，其技术开发能力、专利拥有量在中国手表行业保持首位。目前，“海鸥”自主研发中的制材料游丝已达到瑞士尖端技术水平。

“海鸥”在高端复杂机芯领域的成功研发，不仅令国产表振奋，也赢得了国际同行的尊重。“在2012巴塞尔国际钟表展上，有国际品牌参展商在我们展柜看了这款‘陀飞轮、万年历、三问’三合一功能腕表之后，向我们伸出了大拇指表示敬佩。”吕军说。也就是这款表，引发了“海鸥”在海外与瑞士著名制表公司的国际诉讼。最终，“海鸥”打赢了13年来中国钟表界在国际上的第一场官司。

品牌营销还需提升

创新使“海鸥”在中、高端钟表领域为自己争得了一份“市场蛋糕”。目前，代表“海鸥”最高技术水准、最贵的一款表定价已达168万元，更多高端复杂机芯表款价格在20万元至30万元左右，而如“双陀飞轮”高端复杂机芯腕表国际顶级品牌要在100万元至数百万

元。“单陀飞轮”手表，国际品牌至少在40万元，一线品牌达到60万元至80万元，而海鸥价格在10万元左右。

具有相似的质量和较低价格的“海鸥”表，在市场越来越赢得消费者青睐和藏家的追捧。“海鸥”那款定价168万元的腕表问世不久，就有2块被藏家买走。

市场的追捧是最好的动力。据统计，在“海鸥”表天猫官方旗舰店，一款售价3200元的男士限量经典复古机械“海鸥”手表一个月内售出98只。2012年“双11”这天，“海鸥”手表完成了1187万元的销售，而这一数据几乎是上年同期的10倍。

“支持国货，购买国产机械表”，这样的呼声给了“海鸥”等国产品牌制造商良好的发展契机。然而，在采访中也有关专家表示，“海鸥”要想飞得更高更远，赶超瑞士顶尖水平，还有很长的路要走。因为无论是从投入力度和规模，“海鸥”与瑞士高端品牌还有较大差距，而且企业品牌文化的建立，也还需要时间积累，品牌营销还需要更高层次的提升。

“打造国际化的‘海鸥’是我们坚定不移的梦想。”吕军对此信心满满。

重塑国产表品牌系列报道之一

编者按 曾经紧缺得凭票供应的“三大件”之一、承载了几代人记忆的国产手表品牌，在国际钟表竞争市场的冲击下，曾一度沉寂。近年来，以“海鸥”、“依波”为代表的中国品牌腕表，正奋力实现着“凤凰涅槃”的转型和升级，与国际品牌在市场竞争中一较高下。中国品牌的“名表之梦”还有多远？从今天开始，我们推出重塑国产表品牌系列报道，敬请关注。

海鸥表业集团有限公司的前身是久负盛名的天津手表厂。这个几乎与共和国同龄的国有企业有着辉煌的过去：1955年自主研发制造出中国第一只国产手表“东风”，后因出口需要改名为“海鸥”表。

然而，时过境迁，在市场经济大潮冲击下，“海鸥”一度陷入生存发展困境。受国际品牌的挤压，国产表难以进入一线城市大商场，只能在大城市二级商城和二、

制订合作目标并开放资源 百度与1号店合谋创新

本报北京3月20日讯 记者陈静报道：百度与电商平台1号店今天宣布达成JBP（联合发展计划）战略合作协议，2013年双方将在资源共享、大数据应用、无线电子商务、营销模式创新等多方面进行深度合作，还将在百度知道的产品体系、图片、贴吧、移动端等用户平台展开合作。

不同于以往单纯的广告投放模式，1号店此次与百度的合作将通过制订共同合作目标，开放资源并进行自上而下的合作。按照百度副总裁王湛的说法，借助JBP，电商网站在百度的广告投放将由关键词为主的老模式投放转向“钻石模型”的合作方式，从管理层至执行层均实现对接。具体内容包含产品创新、无线战略合作，以及基于数据挖掘的网商人群研究和公信榜单的发布。

作为合作的一部分，1号店与百度今日联合发布了一份“进口食品网购品牌风云榜”，通过对1号店3000万注册用户对进口食品的搜索、购买行为和百度热搜词进行数据挖掘和分析。

1号店董事长于刚介绍说，2012年，1号店销售额增长2.5倍，非上海区域市场销售额占比翻番；无线业务增长超过26倍。同时，1号店今年1月已成为第一家具有进口直采资质的电商平台，并启动进口奶粉海外直采。

百度最新财报显示，2012年，百度的广告收入为222.46亿元，同比增长53.5%，而JBP战略合作计划是百度去年起开始推出的一种深层次合作发展计划，此前宝洁、平安保险先后成为百度的JBP伙伴。业内人士认为，百度正在其商业化布局中探索非搜索竞价排名之外的盈利方式，JBP多条产品线合作的模式，有助于百度在技术开发和数据挖掘方面创造出新的增长点。

本版编辑 董庆森 孟飞
电子邮箱: jrbqybd@126.com



华北石油荣盛机械制造有限公司的“水下防喷器组及控制系统”获得展览会展品创新金奖(3月19日摄)。第十三届中国国际石油石化技术装备展览会3月19日至21日在北京举行。本届展会共吸引来自全球62个国家和地区的参展企业1500家，其中世界500强企业46家。如 钧摄(新华社发)

动向 英利与保利协鑫签订战略合作协议

本报北京3月20日讯 记者王薇报道：在尚德面临危机，国内光伏制造业处于困境，光伏两大行业巨头的强强联手传递出提振行业信心的讯息。今日，英利绿色能源和保利协鑫能源深度战略合作签约仪式在北京举行。

根据协议，未来3年，双方将充分利用长期战略合作关系，发挥产业链协同效应，利用各自在光伏产业链上下游的优势地位，在硅片产能配套等产业链优势分工、供应链产能匹配及电站开发等领域谋求更深层次合作。英利将以优惠

长单客户的身份采购保利协鑫的硅料、硅片来匹配未来的产能需求，保利协鑫将采购英利组件用于光伏电站建设。

英利联手保利协鑫，为的是利用对方较为成熟的技术、规模等优势，通过产能互补、价格优惠、优先供货、设备共享等方式提高效率，使资源得到共享，最终达到降低成本的目的。有关专家表示，此次合作通过发挥龙头企业在产能、技术进步方面的示范作用，实现光伏产业链从硅料到组件的纵向整合，有利于推动光伏产业产能优化、产业升级，对处于

困局中的光伏行业是一个重大利好。对英利而言，与保利协鑫的合作，既可以保证原材料供应的稳定性及品质方面的保障，同时有利于利用吞吐量大优势获得较低价格。据悉，英利正在搭建全球网络采购平台，进行光伏产业链整体资源整合。对保利协鑫来说，与英利的合作，可以实现双方优势的互补，可以促使保利协鑫更好地降低原料端的成本。同时，在行业处于发展困难期时，行业领军企业的强强联合也可以为大家鼓励打气。

华为中兴——

对抗两败 联手双赢

徐涵

据欧洲媒体报道，德国曼海姆地方法院日前裁定，由于侵犯了华为公司的4G专利，中兴4G基站将在德国被禁售。此前，法院驳回了华为提起的针对中兴LTE终端侵犯华为专利的指控。对此判决，中兴通讯18日发表声明表示，已关注到华为在德国、匈牙利、法国等国提起的数起相关专利诉讼，以上案件对于中兴通讯全球销售不会产生实质影响，同时，中兴通讯也将正式提起上诉。

这一案件缘起2011年4月华为在德国、法国和匈牙利发起的诉讼，指控中兴侵犯其专利权和商标权。众所周知，华为、中兴这两家全球化的通信设备制造商之间的竞争由来已久。两家深圳企业在欧洲市场的“交锋”再度引发各界广泛关注。在当前竞争激烈的通信市场上，电信设备商之间的诉讼行为并不少见，移动通信领域诉讼案件更逐年增长，几乎所有的通信设备厂商都卷入了专利大战。在海外利用法律手段维护企业的权益，这是很多全球化的中国企业躲不开的过程。人们注意到，与前争夺客户与市场不同，此次两家中国公司的火力集中于4G技术专利，双方互相指责对方的专利侵权行为。这表明，

中国企业在海外的竞争已进入了更高的层面，竞争方式和手段也更加国际化。

很多人认为中国企业在海外市场的“自相残杀”惋惜。事实上，全球化的中国企业面对各种诉讼已成常态，华为和中兴通讯尽管出身于一个城市，但他们都已经是机构遍布全球，产品销售到100多个国家和地区的全球化的企业，他们不仅要与欧美老牌的电信设备商竞争，同时也必然要与处于同一生态圈中的对方竞争，这样的竞争并不会因同乡身份而有所缓和。而运用法律诉讼手段正是这种市场竞争规范化、常态化的一种表现，更何况一两次诉讼的输赢，于企业全盘经营战略并无大碍，我们不必太介意谁输谁赢。中国通信企业在海外市场的份额正在逐步扩大，中国通信企业的自主创新技术正在成为全球应用的主流，才更值得我们关注。

通信企业在专利领域的竞争越来越白热化，也正说明中国企业更重视创新与研发，更看重和维护企业在海外市场的的话语权。据了解，截至2012年底，中兴通讯已拥有专利总量达4.8万件，其中，2012年在世界知识产权组织(WIPO)获得的PCT专利申请高达3918项。

中兴通讯通过交叉授权、一揽子协议等方式解决业内的知识产权许可，已与高通、西门子、爱立信等厂商达成了广泛共识，签署了数十份全球知识产权许可协议。华为在全球也设立了15个研发中心、25个联合创新中心，巨额的创新投入使华为公司拥有专利数量在全球通信设备商中位居前列。专利之争在全球通信企业中已是常态，其结果要么和解，要么两败俱伤，这已成为不争的事实。因此，两家全球化的同城企业“交锋”不足为怪。

尽管如此，毕竟相互竞争给企业带来大量的成本消耗和形象的负面影响，虽然企业竞争是常态，诉讼行为在所难免，但人们更愿意看到中国企业在海外能优势互补，共同发展。市场空间广阔，企业竞争远未到你死我活的程度，中国企业与其各自为战，不如加强合作，协同作战。从道理上讲如此，做起来却并不容易，中国企业在全球市场上从互相竞争到合作互补，这需要行业结构调整、企业战略转变，以及主管部门的政策引导和协调，更需要一个较长的过程。无论怎样，人们都愿意看到中国企业在全球市场日益红火，而非频频“交火”。

论衡

“ 华为和中兴两家企业渊源颇多：出身同一城市、同为通讯设备制造商、分支机构都遍布全球。这样两家中国企业在国际市场竞争中难免出现磕磕碰碰。

对于他们之间的诉讼，我们不必过于关注。相反，我们应该看到，中国通信企业海外市场份额正逐步扩大，中国企业自主创新技术正逐渐成为全球应用主流。同时，我们更希望中国企业在海外能优势互补，共同发展。

微讯

攀枝花钒钛资源综合利用项目启动

本报讯 “攀枝花钒钛资源综合利用战略研究”项目启动会近日在京召开。启动会上，中国工程院副院长于勇介绍了“攀枝花钒钛资源综合利用战略研究”项目的背景及进展情况。

据了解，“攀枝花钒钛资源综合利用战略研究”项目包括攀西地区钒钛资源采矿与选矿技术发展策略研究、攀西地区钒钛资源新流程技术发展策略研究、高钛型高炉渣及钒钛深加工技术及产品应用策略研究、钒钛资源综合利用及产业化相关政策研究等4个子项目。目前，该项目已由中国工程院院长会议审查通过并立项，属国家重大战略咨询项目。（周军）

一嗨租车推出电动车租赁服务

本报讯 记者沈理报道：近日，国内大型汽车租赁服务商一嗨租车在上海发布“一嗨电动车”品牌，正式启动电动车租赁服务，成为上海首家进行规模化电动车租赁的公司。一嗨租车还与国内首家新能源汽车4S店上海高瞻新能源汽车举行首辆电动车交车合作仪式。

据一嗨租车CEO章瑞平介绍，从下月起，一嗨租车将首先在上海嘉定区安亭建立3家电动车租赁门店，嘉定区是去年获批的国内首个也是唯一一个电动汽车国际示范区。随后，一嗨租车还将在上海其他主要城区布局电动车的租赁网点，未来半年内一嗨租车将采购200余辆电动车，在上海全市开展电动车租赁服务。

舟山电力实现海底电缆实时监控

本报讯 浙江舟山电力日前建成海缆监控一体化平台，实现了对舟山电网输电海缆的多方位、多技术手段的立体化监控，满足对海缆运行区域防外力破坏的监控要求。

据悉，海缆监控一体化平台在原有监控系统的基础上，充分应用国内监控报警领域最先进的电子海图、AIS信息、光电感应、热成像视频监控等设备或系统的功能和技术，实现各自主能互补和系统联动，提高对监控区域船舶的识别率，提醒船舶只在禁锚区内不得锚泊。业内人士表示，舟山海缆监控一体化平台是国内领先的全天候海缆综合监控应用平台，开创了高端监控设备在电力行业应用的先河。（王文波 李彦）