

高价值专利正日益成为决定企业、地区乃至国家竞争成败的关键因素——

专利真有用 市场才追捧

经济日报·中国经济网记者 沈 慧



最近,60多岁的毕玉遂在高校圈成了“网红”。原因是这位山东理工大学教授带领团队以5亿元的“天价”,将其研发的无氟氟聚氨酯化学发泡剂的20年专利独占许可使用权(美国、加拿大市场除外)转让给了一家公司,创造了山东省专利独占许可使用费额度的最高纪录。

这就是高价值专利的力量。曾经,专利竞争对我们来说还是陌生的。如今,当基于专利的竞争逐渐从幕后走向台前,越来越多的人意识到,高价值专利正日益成为决定一个企业、地区乃至一国竞争成败的关键因素。

参与竞争的法宝

提及高价值专利,成都康弘药业集团股份有限公司董事长柯尊洪感触良多。湿性黄斑变性被世界卫生组织列为全球三大致盲疾病之一,然而长期以来治疗该病的生物药物被国外企业进行了知识产权垄断。“没有研发就没有未来”,突破国外相关专利的重重封锁,2004年康弘药业启动新一代用于治疗湿性年龄相关性黄斑变性的I类生物药——朗沐(康柏西普)的研发,累计投入研发经费10亿元。

2014年4月,拥有完全自主知识产权的朗沐问世。这是迄今为止该领域第一个由美国以外的国家研发成功的眼科高端生物药,同时也是我国第一个获准直接进入美国FDA(食品和药物监督管理局)III期临床试验的原创一类生物新药。“相比进口产品,朗沐不仅完全达到国际领先水平,而且作用靶点更多,疗效更佳,年治疗费用却不到进口产品的一半。”柯尊洪介绍。如今,朗沐成功助力康弘药业在眼科领域实现“弯道超车”:朗沐在国内的市场占有率已达52%,2016年康弘药业实现营业收入25.4亿元,其中朗沐贡献了18.74%的份额。

“高价值专利已成为康弘药业实现创新驱动、内生增长的内在要求和必然选择。”柯尊洪告诉记者,截至2016年底,康弘药业已拥有发明专利136项,其中52项为国外专利。

“笑傲江湖”的资本

一块玻璃的创新能产生多大价值?成都光光电股份有限公司给出的答案是:3.68亿元!

2015年,第十七届中国专利优秀奖公布,成都光明凭借发明专利“近红外光吸收玻璃、元件及滤光器”荣登榜单。目前该专利产品累计实现销售收入3.68亿元,出口至11个国家和地区,其中国际市场份额占比30%。

近红外光吸收玻璃专利的故事,只是成都光明依托高价值专利产品塑造品牌、拓展市场的一个缩影。围绕核心产品不断加大知识产权挖掘和申请力度,截至目前,成都光明共申请专利500多项,其中发明专利300余项。

而与高价值专利数量一同攀升的还有



下图 成都康弘药业集团股份有限公司研发人员在实验室工作。
右图 成都光明光电股份有限公司工作人员在展示新型光学玻璃。
本报记者 沈 慧摄

有企业销售收入。“目前,成都光明专利自主实施率超过90%,专利产品销售收入占总收入的50%左右。”成都光光电股份有限公司总经理刘晓东介绍,瞄准终端前沿产品与技术,10年研发新品71个,如今成都光明新品收入贡献累计超过50亿元,主要产品光学玻璃产销、品种配套能力位居全球第一。

执专利之剑“笑傲江湖”的成都光明并非个例。当市场竞争的资源要素发生变化,一批中国企业正借助高价值专利这双“翅膀”努力腾飞——

江苏省连云港市恒瑞医药股份有限公司向美国Incyte公司进行专利许可,允许其生产专利药物,许可费高达7.95亿美元;四川科伦药业股份有限公司2008年申请了发明专利“输液时不产生负压的自收缩输液瓶袋”,该专利到目前为止累计生产了约37亿袋,实现产值68亿元;中车株洲电机公司2013年申请了

专利“一种电机端盖和一种电机专利技术”,该专利目前累计装车应用超过3年,新增销售额23亿元……

走出国门的钥匙

高价值专利对企业意味着什么?四川新力光源股份有限公司认为:高价值专利不仅是企业打开市场之门的“金钥匙”,更是其走出“国门”抵御竞争对手的“利器”。

新力光源是一家专业从事稀土发光材料与LED照明产品的高新技术企业。2006年,一家外企在中国起诉多家稀土长辉发光材料企业,称中国企业的产品侵犯了其专利,新力光源亦在其中。面对来者不善的对手,新力光源耗时31个月,仅诉讼费就花了两三百万元,最终凭借一批高价值专利取得了胜利。“必须用高价值专利为产品进军国际

市场护航。”四川新力光源股份有限公司知识产权部经理郑凯深有感触地说。

当前,国家经济发展进入新常态,创新已经成为引领发展的第一动力,知识产权作为创新的基本保障,作用日益凸显。《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》指出要提高知识产权质量效益,实施专利质量提升工程。

“提升专利质量,重在培育高价值核心专利和原始专利。”国家知识产权局局长申长雨表示,我国将继续推进知识产权重点领域改革,进一步完善专利支持政策,严把专利授权审查关,全链条发力推动专利“量质齐增”。

专家们建议加强顶层设计,制订详细全面的高价值专利培育计划,加强对代理服务机构的监管,打击代理乱象。同时,调整审查方式,强调专利技术研发中应用性研究和基础性研究的并重,保护创新主体的创造热情。

期待更多高价值专利加速涌现

舒 云

知识经济时代,以技术创新成果为核心的专利尤其是高价值专利,正日益成为企业、地区乃至国家在市场竞争中的关键力量,进而形成核心竞争优势的关键性战略资源。

究竟什么是高价值专利,目前业界虽没有给出统一的定义,但在专家们看来,高价值专利应当具备4个主要特征:一要“高”,指技术的研发创新难度高;二要“稳”,指专利的权利稳;三要“好”,指专利产品的市场前景好;四要“强”,指专利的技术竞争力强。

中国专利金奖的获奖项目即是高价值专利的典型代表。以第18届中国专利奖为例,评选出的25项金奖项目新增利润304亿元。高价值专利产品对经济社会发展的促进作用由此可见一斑。

经过30多年的努力,我国已成为名副其实的知识产权大国。特别是在专利方面相继实现了“两个100万件”的重要突破:年发明专利申请量超过了100万件;国内有效发明专利拥有量突破了100万件。然而在快速增长的专利数量背后,一个不容忽视的事实是与专利强国

相比,当前我国专利事业发展仍然面临着“大而不强、多而不优”的阶段性挑战,其中一个突出表现就是高价值专利数量太少。

专利一头连着创新,一头连着市场,对创新和价值链的提升都具有重要意义。当前,我国正处在经济转型升级、新旧动能转换的关键时期,迫切需要更好发挥知识产权激励创新的保障引领作用,我们期待更多高价值专利加速涌现,变为“真金白银”,为创新驱动发展和供给侧结构性改革提供更有力的支撑。



中国信息通信研究院发布的《中国大数据产业分析报告》显示,我国2016年的大数据核心产业规模达到168亿元,增长率达45%。大数据的发展为经济带来新的贡献,催生了全新的数字经济形态。

由国家发展和改革委员会、工信部、国家网信办共同指导,8个国家级大数据综合试验区参与的“数聚华夏,创享未来”中国数据创新行活动日前在贵州省贵阳市启动。清华大学数据科学研究院执行副院长韩亦舜教授认为,这是国家实施创新驱动、培育数字经济发展新动能、推动大数据蓬勃发展的的重要举措,标志着国家对大数据、数字经济的推动从规划设计阶段进入实质性落地推进阶段。

记者从现场了解到,中国数据创新行

活动将历时一年,活动内容包括在上海、沈阳、杭州、苏州、北京等多个城市陆续举办中国国际大数据挖掘大赛、Sino Open Data Apps中国开放数据创新应用大赛、中关村大数据日主题峰会、阿里云天池余震捕捉AI创新大赛等。活动还将在8个国家大数据综合试验区举办“数聚华夏,创享未来”系列主题论坛、发布中国数字经济发展白皮书、举行数字经济10大巡礼活动等。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员、清华大学客座研究员梅新育表示,中国大数据发展已从理论规划迈进全面建设的关键期,此时举办中国数据创新行活动,将推动力直接作用于区域变革和产业完善,对凝聚共识、吸引合作、创新探

索、培育市场将起到富有成效的促进作用。“发展大数据一定要有大数据的思维。这次活动可以将8个试验区的界限打破,把各地大数据试验的经验 and 成果通过活动集中起来,让他们产生化学反应,形成‘模型’,在不久的将来推向全国,让大数据形成燎原之势。”梅新育说。

在促进区域发展方面,大数据战略使贵州受益良多。贵州是中国数据创新行活动的第一站。据不完全统计,贵州自推进大数据战略3年多以来,各类赛事共吸引参赛团队近4万支,参赛人数超过10万人。仅“云上贵州”大数据商业模式大赛就有上百家投资机构聚焦关注项目,获奖的66个决赛项目吸引各类机构总投资9亿元左右,市场估值超过百亿元,货车帮、东方祥云等一批初创企业受到关注。更有近百家国内外知名企业与贵州开展合作,各类小微创业创新公司如雨后春笋,在这片土地上快速生长。

有学者认为,在互联网基础上发展而来的大数据就像“催化剂”一样,“大数

据+”将为传统行业和产业带来改变。以扶贫为例,目前贵州省的“扶贫云”指挥调度平台和绩效评估功能已建设完成,确立了“大扶贫”数据交换机制,使各行业部门均可通过“云上贵州”平台接口实时与扶贫云交换涉及扶贫的数据,形成部门互通、上下联动的“大扶贫大数据”。

不过,大数据的发展也面临诸多挑战。一方面,数据安全制约着大数据产业规模的扩大,另一方面,数据质量也亟待提高,数据规模大并不一定代表信息量或者数据价值的增大,相反很多时候意味着信息垃圾的泛滥,错误的数据库严重降低了结果的准确性。此外,异构性、结构缺陷、及时性、数据溯源以及结合产业等技术问题也亟待解决。为了解决这些问题,国家发展改革委计划组建13个国家级大数据实验室,围绕大数据基础技术和应用技术两个维度解决大数据面临的各种挑战,促进大数据技术和产业的快速发展,为培育和发展战略性新兴产业提供动力支撑。

内容为王 原创为王

10亿元!这是网易为争夺优质内容标出的“价码”。网易传媒日前宣布将投入10亿元专项生态基金,用于扶持网易号的原创内容生产者。腾讯的“芒种计划2.0”同样为内容生产者带来了10亿元补贴和2亿元投资基金。阿里文娱则将UC订阅号、优酷自频道账号统一升级为“大鱼号”,提供20亿元现金。各大内容发布平台对内容创业者的争夺已经进入白热化。

内容发布平台的热情不难理解。网易传媒副总编杨彬彬告诉记者,20万网易号带来了网易新闻客户端80%的阅读量,日均流量高达10亿。百度“百家号”20万,“大鱼号”30万,今日头条“头条号”44万……对于平台们来说,原创内容生产者意味着巨大流量,也维持着平台上用户的黏性。

对于内容创业者来说,选择哪个平台发布内容并非仅看补贴数量,内容竞争背后考验着内容发布平台的技术实力和整体生态。

在技术方面,机器算法和个性化推荐仍是各家发力的重点。搜狐新闻客户端根据“用户画像”,深度挖掘用户阅读习惯和偏好,为用户量身定制个性化阅读体验。技术也带来更公平的评价和推荐机制,杨彬彬表示,网易引入了网易号指数概念,“从健康度、互动度、专业度、活跃度、原创度5个维度对一篇文章进行系统自动打分,在此基础上对不同等级的账号给予差异化曝光策略和推荐策略”。在技术之外,内容提供者们也看重与平台深度合作的能力,在补贴与广告之外谋求诸如电商在内的更多变现方式。果壳网创始人姬十三表示:“我们在试图开发用户更多的可能性。如果能在网易号、企鹅号上对用户进行商业开发,远远比补贴更有价值。”

另一方面,平台也开始对独家内容有所要求。对于独家授权给头条号的文章,今日头条不仅给予现金补贴,还在全网范围内为被侵权文章维权,并增加优先推荐的权重。UC总经理陈超在解释其内容补贴方案“W+量子计划”的补贴标准时也表示,“核心目的是提倡内容生产者多发布原创首发内容”。

尽管内容发布平台的“烧钱大战”愈演愈烈,但从短期看还难分胜负。投资机构华映资本创始管理合伙人季薇坦言:“内容型公司没有一家独大的,这个领域的各个产品是分别针对不同人群的。”她表示,在内容创业领域,考验的是平台内容商业化的能力,“能够把意见领袖、达人、网红综合在一起,帮助他们系统化、品牌化生产内容,再通过多渠道传播内容,最终实现多元化变现”。

“中国第一铁路长隧”将添利器 国内首台再制造TBM下线

经过中国中铁隧道集团科技人员8个月奋战,国内首台再制造TBM(隧道掘进机)近日在重庆下线,随后将被用于在建中国第一铁路长隧——大理瑞丽铁路高黎贡山隧道。专家指出,此类价值高、附加值大的大型设备再制造不仅节约成本,更能减少资源浪费和环境污染。

中铁隧道集团总工程师洪开荣介绍,该台设备直径6.36米,曾在重庆轨道交通6号线累计掘进6652米,设备缺损老化。为完全满足高黎贡山隧道地质要求,同时兼顾标准件的维修更换和施工环境的改善,中铁隧道集团组织专家团队,在恢复原机性能的基础上进行了适应性改造升级。例如,为适应极为复杂的地质特点,强化了超前钻探及探测系统;为适应岩爆可能导致的垮塌,增强了支护系统,提升掘进速度;为适应软岩变形地质,增大了顶护盾的收缩量;增加了双宿减速机设计,为设备顺利掘进提供充足动力支持。该台设备还增加了许多人性化设计,加装了更完善的通风和空气冷却系统,使工人的操作、行走、通过更舒适便捷。

据介绍,大理至瑞丽铁路是我国《中长期铁路网规划》重点项目,是泛亚铁路西线的重要组成部分。其中高黎贡山隧道全长34.5公里,为中国第一铁路长隧,位于喜马拉雅地震带,地质条件极为复杂,被称为隧道“地质博物馆”,对隧道掘进机掘进、防卡、脱困的参数要求和掘进工期的耐久性要求都极为苛刻。此次再制造改造任务之难国内鲜有,为中铁隧道集团盾构再制造产业集约化发展、建设国内大型盾构再制造基地打下了基础。

河北廊坊: 为“创客”打造梦想空间

河北省廊坊市依托京津冀协同发展和京津科技要素外溢的契机,大力推进孵化器和众创空间建设,助力“创客”创业,目前已建成市级以上孵化器和众创空间66家。图为创业者在京津冀(廊坊)协同创新创业基地内测试智能柔性机器人。

新华社记者 王 晓摄