

## 跨国收购、授权等方式冲击专利壁垒

## 国内LED企业能否从专利围剿中获得喘息机会

美国市场研究公司 Transparency Market Research最新报告显示,全球LED工商业照明市场预计将以30.8%的年复合增长率(CAGR)从2012年的129.2亿美元增长至2019年的860.8亿美元。

市场这么大,LED企业都想来分一杯羹。但是LED产业上游核心专利主要集中在飞利浦、欧司朗、日亚化学、丰田合成、科锐等五大国际巨头手中。他们通过彼此的专利交叉授权的方式形成严密的专利网。而我国大陆申请比例

少而晚,基本上是2000年以后开始递交的,且大多为实用新型和外观设计专利,进入国际市场屡受挫。

就在去年,国内LED企业迈出国门面对的还是一张张密不透风的专利网,国际巨头内部竞争、相互授受,“狙击”不断崛起的后发企业。而现在,这张巨网似乎开始松动,接连的出售加上竞相的接盘,是否意味着国内LED企业终于可以在残酷的专利围剿中获得一丝喘息机会?

## 国际巨头布建的专利壁垒出现松动?

8月4日,科锐与晶元光电签署了全球LED芯片专利交叉许可协议,双方将获得对方的氮化物LED芯片专利许可,并授予对方部分非氮化物LED芯片专利权。一方面,Cree的创新技术及广泛的专利组合让LED元件及照明产品更具竞争力;另一方面晶元电借此机会更迅速、顺利将LED芯片推上全球舞台。

而在此前的7月,日本丰田合成先后将白光LED专利授权给中国的两家LED封装厂商,聚飞光电及易美芯光,达成了供应链战略合作。于两家国内企业而言,获得丰田合成的专利授权意味着可进入全球白光LED专利网,从而打开企业的国际市场成长空间,也为他们的下游客户提供了白光LED专利保障。同月,由中国电子信息产业集团公司和重庆临空开发投资公司的投资集团牵头以1.3亿美元收

购美国BridgeLux(普瑞)100%股权。此次股权收购成功,国内企业相当于控制所有Bridgelux企业的专利及交互授权,可以进行从芯片到模块的垂直产品整合以及氮化镓上硅芯片的开发,掌握芯片、外延片、封装、白光、光学设计等多项核心技术。

无独有偶,今年欧司朗亦规划分拆并出售其传统灯具及镇流器、LED灯具及系统单位的部分灯具业务,这引来了大批投资者的关注,国内LED巨头飞利浦、德豪润达、雷士集团等纷纷加入此次“竞投”。

这些专利交叉、战略合作、跨国收购的案例都在向业内传达一个信号:国际巨头布建的专利壁垒出现了松动,通过收购国际巨头公司渠道和技术业务,开辟一条中国LED企业打破国外专利垄断的新路,更好地走出国门对接国际市场。

## 专利是LED产业人必须绷紧的一个弦

直接或间接受政府主导的跨国收购在今年盛行,大企业接连从重要专利所有者身上捧过“交椅”,而跨国并购和专利交叉授权能否缓解中国LED企业的专利之困?

“少数几家企业得到专利授权并不代表国内整个产业链上的企业可以高枕无忧,事实上,这只是技术与资本之间的互换协议,产业链上的其他企业更需依照自身情况进行适当的专利布局。”晶能光电CTO赵汉民博士表示,国内产业发展整体上还是朝集中化发展趋势,产业需要大企业具备专利开发创新能力,小企业具有自身特色技术,两者相结合才有同国际大厂交叉合作的谈判筹码。

“中国资本对全球LED资产的并购除了对品牌市场的需求外,专利技术也是并购的重要标的之一,伴随着股权的变更,其中大部分的专利也会随之转移,在这之前形成的所有契约依然有效,只是拥有的主体变了。即使全部专

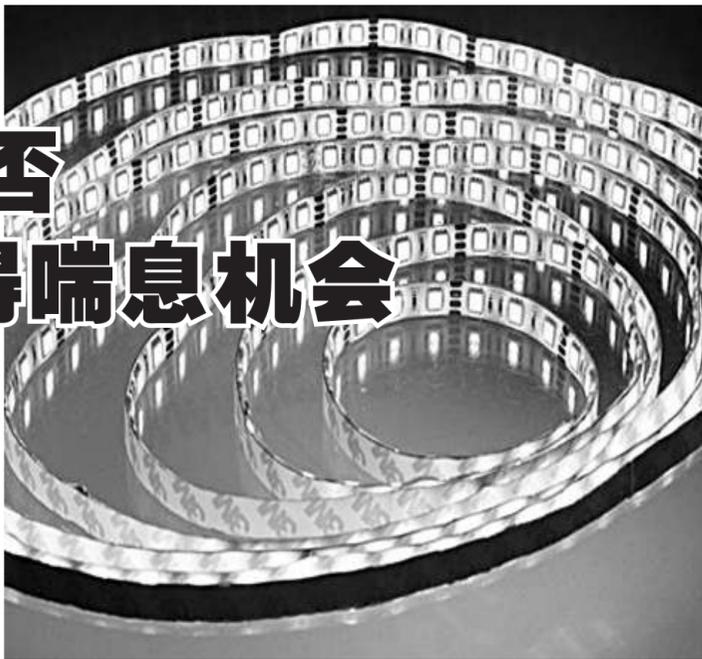
## 面对国际市场竞争不能“手中无粮”

“在可能面临的专利危机中,企业的风险与机会并存,并可以有效地互相转化。”许文松认为,在全球化的今天,没有任何一家能垄断一个行业的所有专利和技术,因此拥有不同专利的各方,结束专利诉讼达成妥协的最好方法就是相互交叉授权。“在前期,企业的专利素材和技术条件都可以作为储备,一旦发生专利诉讼或者专利纠纷,可以作谈判的筹码。”

与此同时,当企业需要维持的专利到达一定量时,后期维护成本也会非常可观,所以大量的专利申请对于许多创新性企业可能并不合适,甚至弊大于利。因此,对专利的较早布局,会让自身的专利

竞争更加有效,在可能面临的专利诉讼中处于更有力的地位,如果没有形成一个有效地网络能够阻止竞争对手进入技术领域,就会给人可乘之机。

规避专利风险,把握专利机遇,最重要的是建立企业的专利管理体系。产业经过粗放快速增长,到资源开始整合的阶段,企业的知识产权管理与创新意识也在逐步建立。但是在实际案例中,许多企业的专利申请都没有经过有效地布局,甚至无序杂乱。这些无效的专利申请程序,最终也不会形成有效地战斗力,面对强大的壁垒时成为一盘散沙。因此,许多知识产权专家开始呼吁,企业应该从战略的高度讨论LED



专利布局的问题,这个战略考量包括从企业整体的产业链或者行业所处位置,从具体的产品进行产品专利的布局。

对于企业而言,布局国际市场首先应该做到“兵马未动,专利先行”。产品出口前做好目标市场地区的专利调查分析,当前LED核心专利集

中度较高,国内企业产品无论内销还是外销,都很容易踩到知识产权侵权的“高压线”,一旦触发,通常持观望态度,在投入上比较谨慎。与此同时,逐步进行自身的专利积累,基于长远的市场利益考量,迎接国际市场竞争不能“手中无粮”。(综合半导体照明网 阿拉丁照明网)

## ——延伸阅读——

## LED照明产业知识产权数据调查

9月14日,照明网发布了LED产业专利联盟承担的国家知识产权局《LED照明产业知识产权集群管理试点》建设项目调查结果。调查样本为广东省LED照明产业集聚区的大中小型以LED为主要产品的企业,以及LED产业专利联盟的部分会员单位,覆盖产业链上中下游,产品兼顾国际和国内市场。本文节选了部分调查结果,以期给LED产业的发展一些思考和启示。

**知识产权意识提高,个别匹配程度较差**  
LED企业均有知识产权申请和布局,这表明,企业的知识产权意识在不断提高,其中发明专利、实用新型专利数量所占的比重较大,占总授权专利的70%以上,整体专利质量较高。具有国外专利申请的企业占总被调研企业的40%。在商标申请方面,具有商标申请的占总被调研企业的76.7%,驰名商标和著名商标也占有一定的比例。

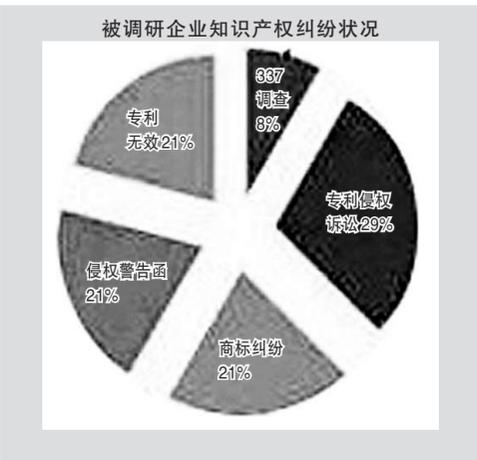
从企业个体专利拥有量上评估,LED照明企业专利分布并不均匀。在被调研的LED企业中,发明专利拥有量为0的企业,占总被调研企业的30%,提出专利申请但是未被授权,是被调研企业面临的主要问题。有50%的被调研企业发明专利拥有数量在1—10件之间,比重最大。发明专利拥有数量在11—30件之间的企业占比16.7%,发明专利拥有量超过100件的企业占比3%。另外,企业的发展规模和发明专利拥有量并没有明确的联系,有三家规模超过300人的企业,并没有有效发明专利。

**知识产权服务运用水平较低,诉讼和无效案件较多**

在知识产权服务机构的选择上,53%的LED企业选择专利代

理服务,23%的LED企业曾经选择知识产权法律服务,而在知识产权管理和专利信息上,仅有20%企业曾经选择,4%的企业未选择知识产权服务机构参与企业知识产权管理。专利代理机构和知识产权法律服务等专业化程度较高,能够明确通过机构和人员资格证书确认服务资质,企业的知识产权合作意向较大。而对专业化的知识产权管理咨询、专利信息服务等认知有限,通常持观望态度,在投入上比较谨慎。有20%的企业认为知识产权服务机构的选择是工作的难点之一。而专利信息和专业化的管理咨询,恰恰是提高企业知识产权管理水平、规避潜在的法律风险的重要途径。

在被调研企业中,有46%的企业曾经遭遇过知识产权纠纷,纠纷案件总数量达到50余件。从纠纷类型来看,专利侵权诉讼、专利无效和商标纠纷是LED企业遭遇到的知识产权纠纷,纠纷当事人通常为国内企业。而常见的国际知识产权纠纷,占到29%。对比发现,知识产权纠纷,与企业的规模并没有明显的联系,大中小企业均有涉案。



## ■市场动态

## 中加美加入欧盟Designview知识产权数据库

据中国网报道,自2015年9月14日起,中国国家知识产权局(SIPO)、加拿大知识产权局(CIPO)与美国专利商标局(USPTO)的工业外观设计数据可通过Designview工具获取。Designview是一个为知识产权用户提供检索服务的工具,它由欧盟的知识产权局OHIM(欧盟内部市场协调局)所创建。

对中国国家知识产权局数据的集成,是中欧在知识产权领域合作的重要成果,今年也是中欧知识产权合作对话机制成立十周年。该项成果得益于SIPO和OHIM良好的双边合作,以及由OHIM管理的新知识产权项目IP Key的大力支持。

随着SIPO、CIPO及USPTO的加入,Designview的成员已经涵盖35家知识产权局。由SIPO引入的330万外观设计的数据,使得Designview可以为世界范围内的知识产权专业人士、公司及相关部门提供高达860万工业外观设计的信息和通道。

自2012年11月19日引入Designview后,该工具已经为来自137个国家的用户提供了大约120万次的检索服务。目前,中国的所有权利人以及其他用户可以通过中文版本来获取该项服务。

## 我医药类专利申请量世界第一 肺癌新药打破国外垄断

国家卫生计生委9月10日举行例行新闻发布会。国家卫生计生委科教司司长秦怀金指出,“十二五”以来,我国紧紧围绕国家战略和人民健康需求,在医药卫生领域组织实施了科技重大专项等一批重点项目,国家财政投入总计近300亿元,产出了一大批具有国际水平的成果。2011年以来,医药类专利申请量已位居世界第一。

科技的发展还推动了药物创新能力的提升。我国分子靶向药物等创新药物研发蓬勃开展,多个抗肿瘤新药获批上市。例如,用于治疗肺癌、胰腺癌等的盐酸吉西他滨,治疗效果相同,价格仅为进口药的一半,不仅使国内众多患者受益,而且已出口至包括美国在内的多个国家。

治疗肺癌的盐酸埃克替尼作为全球第三个、亚洲第一个上市的靶向抗癌药,打破了进口靶向药的垄断局面,并以低于进口药30%—40%的价格,让更多的肺癌病人用上靶向抗癌药,疾病控制率约为80%,治疗有效率约为30%,平均生存期从原来的3—6个月延长到一年以上。

据介绍,我国正在进行临床试验的靶向药还有很多,在三五年内会有更多国产靶向药问世,打破西方靶向药的垄断,降低价格,使更多患者受益。

## 晋冀鲁豫建立知识产权保护专家库

据河北新闻网报道,为实现资源共享,提高晋冀鲁豫专利行政执法协作区执法工作的质量和效率,近日,晋冀鲁豫执法协作区知识产权保护专家库正式成立。专家库人选由各协作单位推荐产生,包括知识产权保护专家和技术专家近百名。

据介绍,知识产权保护专家的职责,主要是为专利行政执法的组织实施、调查取证、侵权判定、适用法律等问题提出咨询意见,对疑难知识产权案件、有重大影响的知识产权案件、新型知识产权及竞争类案件进行研讨论证并提供咨询意见,提供知识产权侵权判定及赔偿额估算的参考意见,研究促进重大涉外知识产权纠纷与争端合理解决等的方案等。

## ■我有技术

## 建筑防火保温新材料

**所属领域:**节能环保  
**单位名称:**公安部四川消防研究所  
**成果简介:**项目来自国家科技支撑计划课题(“十二五”)。以有机填料、无机填料和粘接剂为主要原料,采用特殊的发泡混合工艺,研制出了一种既具有高效保温功能又具优良防火性能的无机/有机复合保温材料,燃烧性能达到A1级、产烟毒性达到AQ1级;研制出一种不燃外墙保温装饰板,燃烧性能达到A2级、产烟毒性达到ZA1级,同时解决了防火、保温、装饰、施工及保温材料寿命与建筑不同步等技术难题。申请专利3项,其中2项获得授权。

**成果独占性:**该课题研制出的新型无机保温材料与无机/有机复合发泡保温材料是目前国内保温材料行业急需的产品和技术,能够有效的填补国内相关领域的产品和技术空白。产品具有自主知识产权。

**成果盈利性:**所研制保温板材的防火性能优于有机保温板材,综合性能优于岩棉类无机保温材料,特别是吸湿率、生产能耗等方面优于现有无机保温产品,且保温芯材的价格低于传统岩棉类保温芯材。已完成3项工程应用示范。

**成熟度:**08  
**产品级:**批产合格、图纸完备、工艺成熟

**市场分析:**按照我国的既有建筑面积400亿m<sup>2</sup>,每年新建建筑竣工面积20亿m<sup>2</sup>计算,建筑保温隔热材料的年需求约为1.5亿立方米,其产值可达600亿元。特别是兼具保温和防火的保温材料,其市场前景更加广阔。

**商业模式:**公安部四川消防研究所通过技术转让、技术入股等模式,派出相关技术人员指导转化企业组织生产,依托应用试点将成果推向市场。

**营销状况:**建筑防火保温材料市场已经非常成熟,不需要培育新的市场,无机/有机复合发泡保温材料价格为245—450元/m<sup>2</sup>,不燃外墙保温装饰板价格为250元/m<sup>2</sup>,传统的保温材料及其他建材的销售渠道和推广模式都适用于本产品的销售和推广。

**拟采取的转化方式:**技术转让;技术许可;技术入股  
**资金需求额:**500万元  
**推荐单位:**公安部科技信息化局

## ■技术市场专论

## 专利成最大软肋 HTC经历持续亏损

曾经风靡一时,在国际市场上与苹果“试比高”的台湾HTC厂家,正在经历手机行业带来的持续亏损,近日宣布将裁员15%,并有传言称HTC或将变卖上海厂房。谁还会想到,在HTC最辉煌鼎盛时期,该厂房曾被注入5600万美元资金,2011年产量200万部手机。时隔4年,之前的辉煌犹如南柯一梦,连连亏损,布满赤字,财报报告,宣告着HTC落败已是不争的事实。

## 专利成HTC最大软肋 一击即中

HTC是宏达国际电子股份有限公司的简称,在2006年之前,一直是智能手机的代工生产商,后来转型开创自主品牌,进军智能手机市场。随后用了短短6年的时间,创下赫赫战绩,其市值一度达到319亿美元,在美国市场的季度销售额曾赶超三星和苹果这两大巨头。2010年,HTC的收入在美国市场占比为50.6%,欧洲市场占比为32.3%,亚洲及其他市场仅为17.1%。高端国际化路线成就了HTC的巅峰时代。

出于“卧榻之侧岂容他人鼾睡”的心理,苹果、三星等老牌科技巨头,开始寻找HTC的软

肋,让这个智能手机界的“小弟弟”安分点。2009年,一家名为IPcom的公司在美国起诉HTC侵犯其专利权,要求禁止其在德国销售。随后,HTC败北,丧失其德国市场。这厢欧洲市场的专利战带来的动荡还未平息,那厢美国的苹果公司也向HTC发起猛烈攻势,打响了专利战。2011年8月,苹果公司向美国国际贸易委员会发起了关于HTC涉嫌专利侵权的申诉。HTC再次惨败。美国从2012年4月19日对HTC手机正式实施进口禁令。至此,历经两次大规模专利战“屠杀”的HTC,失去了欧洲和美国这两大主要海外市场,“将HTC建成世界第一的国际品牌”的梦想也成了最大的空想与奢望。

欧洲市场失利,美国地区惨败,面对专利战,HTC节节败退,这是因为苹果等各大竞争对手抓住了其要害,攻击专利这一最大软肋,一击即中。笔者认为,HTC是由代工企业转型而来的,基因中缺乏技术、专利的积累,在智能手机行业这一专利密集型行业,HTC可谓“先天不足”。即使,HTC曾尝试高价购买专利来增加

自己的专利储备,还是无力扭转专利战中的处于劣势的局面。

**全球化时代 企业该如何布局海外专利**  
与其说HTC的“陨落”是市场竞争的结果,不如说HTC是在自食专利布局战略缺失的恶果。自从中国加入WTO之后,越来越多的中国企业将目光投向了国际市场,踌躇满志,渴望在国际舞台上大展拳脚。格力、海尔、阿里巴巴等行业“老大”已经走在了前列。怀揣进军国际的梦想固然值得鼓励,但不要忘记吸取HTC失败的教训,提前做好海外专利布局工作。因为,专利已经成为市场竞争中一种杀伤力极大的武器,不仅仅能给竞争对手造成巨大的经济损失,还可以抢占竞争对手的市场,甚至能将竞争对手排挤出市场。

那么,国内企业该如何在海外布局专利呢?首先,企业应该从自身出发,分析当前产品的市场前景如何。如果有国际市场前景,就有必要在海外做好专利布局,避免像HTC那样,在面对国际专利纠纷时毫无反击之力。

其次,关注竞争对手。在竞争对手主要产品所在海外市场,企业可以开展专利布局,为对手设置障碍,用专利实力与竞争对手抗衡。

第三,回归行业技术,通过海外专利布局实现逆袭。以小米为例,在国内手机市场占有一席之地,但专利技术拥有量还不能与华为、中兴相提并论。之前,小米购买2000多项专利技术为进军美国市场做准备,进而不断完善自己的专利储备,以期国外市场、国内市场“两驾马车”齐驱并进。

总之,海外专利布局不仅仅要从企业所在的行业出发,还需要考虑到竞争对手的发展战略、自身产品的市场前景和自身的发展规划。在成熟的技术领域进行深挖,在新领域进行创新,拥有开创性专利技术,做到产品未动,专利先行。

在国际专利诉讼案件爆炸性增长的今天,海外专利布局的重要性也日益凸显,专利已不仅仅是企业的无形资产,也是提升竞争力的武器。HTC的没落,是血淋淋的事实。海外专利布局,是一切立志走上国际市场企业不容忽视的重点。(据中细软)