

重视平台建设 预防数据“垄断”

■ 本报记者 陈璐

数据被誉为“21 世纪的石油”。在互联网经济时代,随着互联网企业的不断壮大,越来越多的互联网平台发展成为超大规模企业,且逐渐在自身领域形成了某种特殊的“垄断”。

数据应在合理范围内有序流动

“大数据时代背景下,企业开展业务往往是以获取相关数据为前提的。”盈科律师事务所全球总部合伙人、知识产权与反垄断法律事务部主任王俊林日前在接受《中国贸易报》记者采访时表示,部分企业掌握着一些领域的核心数据,其他企业只有获得这些数据,才能参与竞争。掌握数据的企业会利用自身优势拒绝分享,这就形成了壁垒,导致一些企业无法进入相关市场。

“数据本身并不具有排他性,不

同公司拥有的数据规模和水平是有差异的。当一个公司收集到足够多的数据时,地位就会变得异常稳固。”王俊林称,大量的数据积累使互联网平台产生相应的规模和网络效应,如用户头像、昵称、联系方式、好友关系、消费记录等数据已成为重要的核心资源。

“一个平台的用户人数越多,越将吸引更多的用户进入该平台,更多的数据反过来帮助平台优化,为企业在竞争中带来优势。”王俊林称,当企业发展到一定规模时,可能会排除或限制同行竞争,比如通过收购小企业或者阻止同行获得必要的数据等。

也有学者提出,应将开展竞争所必须的核心数据认定为《反垄断法》意义上的“必要设施”,这样设施的拥有者就必须承担以合理条件开放使用该设施的义务。虽然

仅限于学术讨论,核心数据的重要地位可见一斑。

当前,一些应用之间出现不兼容的现象,如虾米音乐、网易音乐、快手、抖音等链接在微信上无法播放。王俊林认为,“上述做法会造成数据‘孤岛’,使消费者选择受限,不利于社会创新。因而,要推动数据在相对合理范围内健康有序流动,让‘死’数据‘活’起来。”

“二选一”模式不利于数字经济的发展

以投资、流量输出、合作等为控制手段,大平台在事实上强迫创业者“站队”,进而构建起一个互联网世界中的“卡特尔”,不正当地获取政策红利、时代红利,阻碍了互联网产业创新。

王俊林指出,当前,电商平台“二选一”、创业者被“卡特尔”的现

象普遍存在。所谓“二选一”,是指部分电商平台要求合作商家只能入驻一家网络销售平台,而不能同时进驻竞争对手的平台。这主要是平台为了垄断用户、排斥竞争对手而采取的行为,“二选一”问题由来已久,甚至已经从“潜规则”变成了“明规定”。比如,“6·18”期间,电器品牌格兰仕发声谴责平台“二选一”。

“‘二选一’模式是互联网平台凭借技术优势、行业控制力、经营规模等和入驻其平台的商户签订的排他性交易协议,如果要求‘二选一’的平台具有市场支配地位,那么商家为了保证生存,大多都会选择继续和该平台合作,终止和其他平台的合作,这属于滥用市场支配地位中的限定交易行为,其强制性地剥夺了平台用户的选择权,破坏了正常的市场秩序,损害了竞争对手和

消费者的权益。”王俊林认为,对于商家尤其是初创企业而言,若能进驻多个平台,无疑会增加其销量和创业成功的概率,提高规避风险的可能性;对于消费者而言,能够在多个平台上进行购物比对,能够增加其消费选择、提升其消费体验;对于市场竞争而言,让平台用户自主选择销售平台,这无疑有利于开展充分竞争。

“这种互联网平台垄断不利于数字经济的发展。”王俊林强调,当前,中国电子商务市场正处于提质增效阶段,需要互联网空间开放包容、协同创新,更需要良好的市场竞争环境。平台企业只有坚持以用户体验为主线,不断提升服务质量、丰富服务手段、创新服务模式,才能在竞争中占据有利地位,而靠排斥竞争对手、逼迫用户“二选一”是没有出路的。

◆ 市场前沿



联合国报告呼吁 缩小全球数字鸿沟

本报讯 联合国贸易与发展会议近日发布《2019年数字经济报告》,呼吁全球共同努力,缩小数字鸿沟,让更多人共享经济发展成果。

报告说,全球使用互联网的人数在过去20多年里迅速增加,数字技术的快速发展与传播正在改变经济和社会活动,并创造了巨大财富。但是,在数字经济创造新机遇的同时,不断扩大的数字鸿沟让广大发展中国家,尤其是最不发达国家远远落后。

联合国秘书长古特雷斯在报告中说:“世界上超过一半的国家尚未接入互联网或是只有有限的机会接入互联网,我们必须努力消除数字鸿沟。要建设惠及所有人的数字经济,包容性至关重要。”

报告认为,各国政府应通过调整现有政策法规或制定新的政策法规,在引导数字经济发展方向上发挥关键作用。与此同时,只有通过让所有发展中国家都参与的地区或国际合作,才能有效应对数字经济在竞争、税收、跨境数据流动、知识产权、贸易和就业等领域带来的政策挑战。

(凌馨)

中新签署船舶电子证书 谅解备忘录

本报讯 9月5日,我国与新加坡签署船舶电子证书谅解备忘录,以促进两国登记船舶使用电子证书,加强双方在船舶电子证书领域的合作。

备忘录全称为《中国与新加坡关于推广、接受和使用电子证书的谅解备忘录》。根据这一备忘录,中新两国海事部门同意在电子证书的签发、使用 and 接受方面进行合作,共同探讨如何实现通过两国“电子证书”数据交换,促进在船舶通关作业和港口国监督检查过程中应用电子证书。

中新双方在船舶电子证书领域开展合作,是推进“21 世纪海上丝绸之路”建设、落实中新战略性互联互通的示范项目,将协力打造更有实质性的双边海运经贸关系和更密切的政府部门交流,共同引领和推进电子证书在全球航运业界的应用进程。

交通运输部海事局局长曹德胜在当日召开的中新海事高官会议上介绍,船舶证书作为航运通关作业中的关键文书资料,实施证书电子化可以提升航运口岸通关速度,减轻航运企业和船舶负担,有效改善通关效率和口岸执法效能。

(王璐)

◆ 企业动态

华为发布首款内置全制式 5G 基带手机系统芯片

本报讯 中国华为公司9月6日在2019德国柏林消费电子展上首次推出新一代旗舰手机芯片麒麟990系列,其中包括全球首个内置全制式5G基带的系统芯片(SoC)——麒麟990 5G,率先为消费者提供5G连接体验。

华为消费者业务 CEO 余承东在本届电子展上发表了题为“重构进化”的演讲,并发布了两款麒麟990芯片。

据介绍,其中的麒麟990 5G芯片采用了业界最先进的台积电第二代7纳米工艺打造,集成103亿个晶体管,还集成了负责人工智能计算的神经网络处理器(NPU),在大幅提升性能与图形计算核心数的同时控制了芯片体积和能耗。

这款芯片最大的亮点是实现了5G基带内置,而且基带支持非独立组网(NSA)和独立组网(SA)两种5G架构以及全部频段,5G峰值下载速率达到2.3Gbps,上行速率达到1.25Gbps。余承东说,目前世界上其他厂商要么还没有自己的解决方案,要么只能靠外挂基带实现5G通信。

此外,华为公司还推出了只支持4G的较低版本麒麟990芯片,照顾还没有发展5G服务的地区。采用麒麟990系列芯片的华为Mate30系列手机将于9月19日在德国慕尼黑发布。

柏林国际消费电子展是全球消费电子和家用电器领军展会,本届展会于9月6日至11日在柏林展览中心举行。

(辛华)

中国乳业加快走出去

本报讯 在第十届中国奶业大会暨2019中国奶业展览会上,农业农村部副部长于康震表示,近年来,多家乳品企业多款产品在国际质量评比中获奖,婴幼儿配方乳粉销往国际市场,影响力逐步显现。

《中国的奶业》白皮书显示,2018年,6家乳品加工企业主营业务收入超过100亿元,排名前两位的企业进入世界乳品企业主营业务收入排名前10位,亚洲排名第一、第二位。

“经过多年发展,中国乳品加工业实现了跨越式发展。”中国奶业协会名誉会长刘成福介绍,2018年,中国乳品贸易额、进口额首次双双突破100亿美元,成为全球最大的乳品新兴市场。

同时,伊利、蒙牛、光明等一批中国乳企不断加快国际化步伐。截至2018年年底,中国共有17家企业在境外投资奶业。比如,伊利成功收购新西兰乳品企业,积极布局印度尼西亚、新西兰、泰国等市场。

于康震表示,下一步要继续打造具有较强竞争力的奶牛养殖业,加强优质奶源建设,实现“奶畜良种化、饲草优质化、生产规范化”;提升奶牛养殖机械化、信息化、智能化水平;继续加强海外布局和宣传,增强中国奶业品牌国际影响力。

(吉蕾蕾)



提高企业海外知识产权纠纷应对能力

近日举行的第十届中国知识产权年会传出一个好消息——国家海外知识产权纠纷应对指导中心启动受理业务试运行,在中国境内合法注册的企业事业单位以及合法登记的行业协会、商会、产业联盟等,即日起可以通过窗口、电话、网络平台三种渠道提出海外知识产权纠纷应对指导申请。符合要求的申请将在5个至20个工作日内获得公益咨询或指导意见。对于正在积极出海的中国企业来说,这相当于有了坚强后盾。

当前,我国正在实施新一轮高水平对外开放,外向型企业遭遇海外知识产权纠纷呈多发易发趋势,企业海外维权面临“两弱两难”现状。“两弱”,是指企业海外知识产权维权意识弱、海外知识产权业务能力弱。在实际经营中,部分中小创新型企业对产品或品牌缺乏保护意识,走向国际市场缺乏知识产权风险防控意识,往往在遇到麻烦、碰到问题时才认识到知识产权很重要。

“两难”,是指企业海外知识产权维权意识弱、海外知识产权业务能力弱。在实际经营中,部分中小创新型企业对产品或品牌缺乏保护意识,走向国际市场缺乏知识产权风险防控意识,往往在遇到麻烦、碰到问题时才认识到知识产权很重要。

同时,一些中小企业甚至许多技术领跑行业的明星企业,知识产权投入不足,缺少可用的权利积累和有效的保护机制,有些技术创新型企业甚至没有专门的知识产权管理部门和人员,一旦遇到纠纷便束手无策。

“两难”,是指企业海外知识产权维权时寻找资源难、维权过程难。知识产权专业性强且极具地域特色,各国的制度有所区别,在海外应对知识产权纠纷,需要了解熟悉当地的知识产权制度和政策,并获得当地专业服务机构的支持。很多国内企业对这些资源关注和积累较少,往往是遇到问题后临时启动相关工作,临时抱佛脚,很难找到合适的解决途径。另外,海外请律师费用高,知识产权官司时间通常又很长,企业应对海外知识产权纠纷成本高、周期长、语言交通不便,因此有些企业遇到纠纷后便望而却步,放弃维护自身权益,即便实力较强

的大企业也表示疲于应对,不得不蒙受损失。

随着中国企业国际贸易的深度发展,一些新问题开始凸显出来。例如,中国企业商标在一些国家被抢注,产品被故意仿制;中国企业商业秘密被窃取至海外,严重影响企业发展,等等。对于这些问题,单个企业很难妥善应对,需要相关部门及时援助,特别是构建国家层面海外知识产权纠纷信息收集和发布渠道,建立中国企业海外知识产权纠纷应对指导与协助机制,提高企业走出去过程中的知识产权纠纷防控意识和纠纷应对能力。可见,此时成立国家海外知识产权纠纷应对指导中心,是因时之需、因需而立,既是深化“放管服”改革、优化营商环境的重要体现,也承载着我国广大企业国际化发展的期望。

其实,自2015年起,我国知识产权管理部门就开始建设海外知识产权信息平台并推出微信公众号服

务,向社会公众提供主要贸易国家和地区知识产权法律法规、制度环境、实务指引、服务机构等基础信息。目前,已汇集1400余部各国或地区知识产权法律法规,20余个国家知识产权环境概览,提供350多家涉外知识产权服务机构信息。重组国家知识产权局后,商标、专利、地理标志都实行统一管理,实现了整体保护。最近,国家知识产权局又宣布上线“智南针”法律法规库微信小程序和海外知识产权专家在线答疑微信小程序,更方便快捷地为企业、公众提供服务。

只不过,了解这些信息的企业还不够多。相关部门应加大平台推广力度,让海外纠纷应对指导服务持续下沉和延展,惠及更多中国企业。同时,还应加强面向企业和服务机构的知识产权海外维权培训,强化海外展会知识产权风险防控和纠纷应对指导,助力企业更好走出去。

(余颖)

共享出行 如何再破局？

■ 本报记者 周东洋

绍说,中国共享经济大约起步于6年前,这个阶段移动出行的特点是资本驱动,高补贴,高烧钱,以大流量获取更多用户。滴滴、易道等企业是第一批网约车的先行者。当时,滴滴打车和快的打车在全国范围展开补贴大战。两家合并后,滴滴又与进入中国的优步在2014年至2016年期间展开补贴大战。最终,滴滴和优步在2016年合并,这标志着网约车出租车第一个发展阶段结束。“但真正意义上的结束是交通部出台《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》,将其监管合规摆在必须的要求上。在此之后,网约车出租车和共享经济进入新阶段。”

沈晓风表示,新阶段,共享出行具有合规化的特点,直接造成共享出行商业模式或者盈利模式的改变,也使得共享出行显现出一些新问题。例如,现在要求网约车三证

合一,即平台要有平台证,车辆要有车辆运营证,司机要有网约车司机运营证。三证合一也就造成合规成本大幅提升,包括司机薪酬和车辆运营成本等。

“共享出行合规化后,另外一个改变是原来的网约车模式从C2C转变成B2C、B2C+C2C模式。先前,滴滴等平台采用的是私家车可加盟的存量经济模式。但合规化以后,先前很多的存量车一部分不愿意转变经营性质,还有一部分车达不到准入标准,比如年限、排放等。因此,很多网约车都是重新采购,之后再获得网约车的合规牌照。”沈晓风表示。

程国华认为,共享的前提是存量资源的利用效率,而目前大量的网约车、新增的共享汽车可能会造成市场的过度投放,甚至造成资源浪费。虽然目前共享出行市场很红

火,但是部分主机厂、车辆生产企业以及相关平台却面临可持续发展和亏损问题。

GoFun出行首席执行官谭奕解释称,共享出行企业没有持续盈利甚至亏损是因为定位不够清楚,还没有充分达到与市场匹配的投入产出比。一方面,国家鼓励公共出行,价格在整体管控和调控之下,如果把共享出行当成新业态,这意味着新业态和新出行方式的定价体系不会完全市场化。另一方面,人们在出行方面的预算和花费有限,企业要将市场、二手车处置和老百姓出行花费相匹配。若这两个因素不协调好,商业模式整体盈利将会很困难。

华夏出行有限公司总经理岳殿伟认为,盈利是共享出行领域面临的非常尖锐的问题和矛盾。共享出行企业要想盈利,首先要解决好车

价、保险和运维三大问题,对于采购车的成本、车辆保险费用和每月的清洁、保养运维费用一定要控制好。

“出行企业必须找到自己的定位和空间,找到重要破局的点。”谭奕表示,例如增收和降本。增收是企业精准定价、精准调度,提升车辆的使用率、匹配率。降本是节制和截留,运营企业需要提供更低成本、价格的车辆,以及良好的售后服务,让客户用更少的钱使用到更好环境和更好性价比的车。

沈晓风建议,出行企业可借助算法、大数据、人工智能等,提高网约车运营效率和用户体验,虽然投入会增加短期成本,但由于派单效率、客户精准度和满意度的提升,势必会增加营业收入。“网约车、共享经济的初心和本意是为整个交通基础设施增加新的服务提供者,为用户提供有品质和安全感的服务。”