



# 知识产权保护不力,就是对创新动能和工匠精神的打击

## 一款“扭扭车”的被迫维权之路

记者 阮妍妍 实习生 龚成 通讯员 杨振 谢梓

去年,应佳伟凭《电动平衡扭扭车》作品摘取了“市长杯”创意杭州工业设计大赛金奖后,曾意气风发地表示:“2014年公司产值为2000万,2015年计划是破亿。”

如今,他所掌舵的杭州骑客智能科技有限公司产值如愿破亿。但应佳伟和他的团队却开心不起来,拥有核心知识产权150多项的骑客“电动平衡扭扭车”一见面市,即面临尴尬境地——内遭侵权仿制,外逢专利纠纷。而去年年底发生的“亚马逊下架中国产扭扭车”事件更是“火上浇油”,骑客不仅丢了市场,导致高达11亿美元的损失,其授权生产商亦因产品无法销售提出索赔。

目前,骑客已赴美国开展专利维权,而在国内,仅去年就提起了154件诉讼案。个中滋味让应佳伟感慨颇多:“可以这样说,我现在三分之一精力都用在了维权上,如果这些都用到创新上该有多好!”

### 核心提示

杭州骑客自主研发的电动平衡扭扭车,2014年面市即风靡世界,成为拉动出口的“黑马”。但好景不长。仅仅1年时间,该产品就遭到国内企业侵权仿制,恶性竞争,质量事故频发,导致利润下滑,国外“封杀”。这背后,是中国创新产品所遭遇的知识产权保护难、质量标准滞后等发展困境。所有不利因素的叠加发酵,直接导致骑客的发展势头受阻,曾经为之坚持的“工匠精神”也备受打击。



### 壹 下架事件 爆款遭遇山寨 孩子和脏水都被泼掉

应佳伟介绍,骑客两轮电动平衡扭扭车的官方名称是“人机互动一体化运动车”,又叫“体感车”。它没有操纵杆,用锂电池做动力,通过人体姿态的变化从而实现车辆的前进、后退和转弯。当前,全球的扭扭车全部由中国企业生产出口。

2014年8月,骑客在苏宁正式上线全球第一台扭扭车后,随着贾斯汀·比伯等明星在个人社交网站上晒出了自己和扭扭车的合照,这款产品出人意料般火爆欧美市场,并在国内迅速形成一个4000亿规模的产业链,日出口量为11万台,2015年出口超过1200万辆。

但是,高歌猛进的产业背后难掩问题重重:随着生产厂家爆发式增多,产品质量参差不齐造成安全事故频发。2015年,因部分企业

使用廉价电池和充电器,在美国、英国等国家和地区引起爆炸和火灾事故。10月,英国在口岸对扭扭车进行质量检测时,1.7万辆扭扭车中有1.5万辆存在安全问题被查封,不合格率高达88%,主要问题集中在插头、线缆、充电器、电池和开关。

“我可以负责任地说,爆炸的、起火的都是山寨的,都不是我们授权工厂生产的。授权的工厂是有严格质量要求与授权条件的,不按我们质量标准生产随时都可能取消授权资格。”应佳伟称,山寨的产品多是采用便宜的材料,又对扭扭车的原理没有搞清楚,所以质量无法保证。

频发的安全问题和专利纠纷最终给这个行业带来了“致命打击”:2015年12月12日,美

国亚马逊官网突然下架中国企业产的扭扭车,中国卖家账户也随之被冻结。随后,又有其他国外电商平台效仿之。

一起看似简单的下架事件,却对国内扭扭车产业带来了巨大影响。“因为,美国市场占国产扭扭车出口量一半以上,而很多跨境电商在亚马逊又不仅一个店铺,如果一个店铺账户被封导致100万元损失,10个就是千万元。另外,即使出口产品原样退回,其中的费用也是巨大的。”

但令生产厂家和卖家意外的是,多家电商平台对中国卖家卖的扭扭车产品采取“一刀切”,不分是优质商家还是产品达不到标准商家,都统一进行强制性下架,而贴有美国品牌的产品仍可正常销售。



### 贰 专利之争 奔赴美国提起诉讼 越洋官司有望获胜

从最火爆的产品到被“千夫所指”,短短1年多时间,国产扭扭车出口强劲势头就被遏制,而骑客的信誉也随之受损。

显然,应佳伟和他的团队并不甘心就此“坐以待毙”。

2016年1月初,应佳伟携律师亲赴美国维权,再次掀起了电动平衡车背后的专利权之争,其中涉及多家中美企业。

据网上资料和应佳伟介绍,第一件电动平衡车专利申请者为迪安·卡门(Dean Kamen),他在1999年发明产品并专门成立Segway公司。另一位重要人物是Shane Chen,美籍华人。2013年,Shane Chen在美国和中国分别申请了类似外观专利,并于2015年9月,独家授权给了美国电动滑板车巨头Razor公司。2015年12月,Razor向亚马逊投诉骑客侵权,再加上不断频发的安全质量问题导致中国品牌的扭扭车全部下架,产品出口被“封杀”。

“事实上,我们的研发团队从2006年就开

始在‘亿脑创新工场’研发扭扭车技术,2009年至今,已经拥有该产品核心知识产权150多项,覆盖了中国、美国、欧盟、加拿大等地,已获授权专利近70项。”应佳伟说,2013年5月孵化成立的骑客是国内乃至全球唯一一家拥有完整知识产权及持续研发能力的企业。

而和Shane Chen拥有的专利的区别,应佳伟在美国接受采访时描述为,Shane Chen的专利只是一草图,其原理基于“自平衡”理论,即开机之后,车子本身就实现平衡,且该专利一直未能产品化;而骑客的专利则源自“机械平衡”理论,必须通过人的控制才能达到人机合一的平衡,两者有本质区别。

“从‘亿脑创新工场’成立那天起,我们就坚持所有孵化产品必须要通过大数据检索国内和国际两个专利数据库,确保不侵权我们再动手做,扭扭车的研发过程也是这样。当时,我们查询到美国有个Segway公司,它有100多项专利。我们怕与这些专利引起冲突,就在电动车基础上重新研发。”



### 叁 维权之痛 从奢侈品到地摊货 山寨为祸敲骨吸髓

在产业链中,专利的重要性不言而喻。这次扭扭车下架风波说到底还是和由来已久的专利之争相关。

应佳伟表示,目前,国内有1000多家企业生产“扭扭车”,而经骑客专利授权的仅50家左右。

“2015年骑客销售总额达1.2亿人民币,但全国出口额超100亿,骑客只占到市场的1%。剩下20%市场由骑客授权商生产,而侵权仿制企业占领了79%的市场。”

大量的侵权仿制引发恶性竞争,产品价格迅速下降。据统计,上市之初,扭扭车国内售价达5980元,外贸出口价为1980美元;而目前国内最低售价仅600元,出口最低仅500美元,平均利润由150%下降至10%左右。“2014年,扭扭车曾在英国奢侈品排行

榜上位居第四,现在毫不夸张地说,都沦为了地摊货。”

是产品科技含量过低导致的吗?应佳伟并不认同。

“造成大量山寨货出现的原因主要有三个。一是我们的配套商在仿冒;二是我们内部的工程师‘泄密’;三是生产笔记本电脑、摄像头等生产企业跨界参与,如果你提供源代码给这类企业,很容易被修改利用。”

应佳伟的这种说法在浙江检验检疫局发出的通报中也得到印证。通报称,经分析,这些平衡车生产企业规模大小不一,既有数百人的上规模企业,也有家庭作坊式的7-8人的生产企业。除了个别企业拥有较为完整的知识产权及持续研发能力,其他绝大部分电动平衡车生产企业以模仿为主,基本上属于装配型企业,质量保证能力不高,产品鱼龙混杂。

面对侵权产品的大肆冲击,骑客开展了多种维权行动。例如,组建律师团队,聘请多家专业知识产权调查公司,在广交会、浙江永康五金博览会积极维权投诉等。但因智能平衡扭扭车属新兴行业,行业标准及规范并不明晰,骑客在国内外维权行动并不那么容易。

一位接近本次事件的人士举例道,在海关

维权活动中,2015年骑客联合海关部门成功查封18个货柜,但后期侵权责任方开始了“猫捉老鼠”的游戏,通过躲避调查(如:中途货柜调包、更换报关品名)、掩盖工厂信息(如:买单出口、出口主体为皮包公司)等手段逃避海关查封,使有问题的侵权产品流出国门。

外患,出口受阻。内忧,维权不易。骑客这一路走来经历了风风雨雨。“本来,我们想通过以专利许可的方式来平衡市场,但现在看来还是失败了。另外,异国维权、跨国诉讼,我们还在摸索中。”

总结整个事件,应佳伟痛定思痛:“呼吁中国的企业,要从开始设计起就注意专利保护。并且,不是一个专利,而是要形成一个专利池,才能把新产品保护起来。另外,就是电商平台对劣质商品和侵权商品应予以有效监督,而政府部门对于假冒产品,要加大执法力度,提高违法成本,防止劣币驱逐良币。”

昨天傍晚,章杏娟还在急急忙忙往机场赶,她要前往深圳参加由商务部组织的专题研讨会。而本月中旬,由国家质检总局联合美国CPSC到浙江金华开展出口电动平衡车质量安全问题联合调研,让骑客,让整个产业看到了曙光。

### 采访手记

### “扭扭车”与《中国制造2025》

创新是什么?是让你的产品从0到千亿元的市场,是位列发达国家奢侈品排行榜,更是让老外竖起大拇指,“原来中国也能制造出这么棒的产品!”

而骑客的崛起直至遭遇烦恼,仅仅用了1年多的时间。无怪乎有人说,创新是从0到1的涅槃。

“扭扭车”这一路走来令人唏嘘,从产品热销,到遭遇大量山寨,并最终酿成了被大规模禁止的严重后果。

也许,我们可以把这一切归咎于行业缺乏安全标准和相关监管条例,归咎于国外的贸易保护,归咎于山寨厂商的无良。

也许,我们也可以选择漠视。毕竟这些年我们看多了这样的故事。

但真的可以漠视吗?随着《中国制造2025》的发布,在可以想见的未来,我国将会有更多的类似骑客这样的企业,生产出大量类似“扭扭车”这样的产品。我们又岂能让它们也遭遇山寨厂商之祸、贸易壁垒之困。

### 专家说法

### 知识产权保护要双管齐下

浙江省社科院公共政策研究所所长杨建华表示,国家对于知识产权的保护要双管齐下,一方面是制定和完善相关法律,另一方面,也要加大惩处力度,提高对创新的侵权成本。

“因为,劣币驱逐良币是一种非常不好的现象,它的泛滥阻碍了国家的供给侧改革,也不利于树立大国的‘工匠精神’。”

至于创新企业则要做好三点:首先要保护好好自己的技术,防范技术外泄;其次,对于本身技术含量不高的产品,要在产品上市之前对其进行专利保护;要牢固树立品牌意识,用质量抢占市场,让消费者自觉选择正品。

“当侵权行为发生时,要坚决诉诸法律,以使侵权方停止侵权行为并得到一定的补偿。”杨建华说。

