

## MP3之争彰显新专利策略

文/《法律风险观察》研究员 邵博

当你穿行于拥挤的城市人群中时，不经意间可能会被许多人颈上或者手中的小长方形盒子所吸引，那瑰丽明快的色彩、简洁随性的设计、多元时尚的功能让其成为众多随身音乐产品中的首选机型。没错，它就是 iPod。

据统计，苹果公司的 iPod 在美国数字音乐播放器市场已经占到了 75.6% 的市场份额。2005 年，iPod 的全球销量更是接近 2200 万台。iPod 这样傲人的战绩给苹果公司带来了巨大的利益，根据苹果公司 2005 财报，正是基于 iPod 销售额的大幅增长，苹果公司全年利润同比增长 300% 以上。

iPod 的一支独秀也使得其他数字音乐播放器公司陷入困境，这其中就包括全球第二大数字音乐播放器厂商-新加坡创新科技。创新原先的竞争策略是凭借价格、功能和灵活性来打压 iPod。但问题是创新的销量却始终赶不上 iPod，公司亏损严重。

### 小创新 PK 大苹果

2006 年 5 月 15 日，新加坡创新科技公司向美国加州联邦地方法院提出诉讼，诉苹果公司侵犯了它的便携式媒体播放器中拥有的多项技术专利，请求法院立即制止苹果的侵权行为，并要求对造成的损失给以赔偿。创新公司还向美国的国际贸易委员会递交诉状，试图制止苹果公司继续在美国市场销售它的数字音乐播放器。

对此诉讼，苹果却来了个“以彼之道还施彼身”，随即反诉创新。苹果公司在同一天向美国威斯康星州联邦地方法院递交诉状称，创新科技公司数字媒体播放器的外观设计侵犯了苹果公司拥有的四项与用户界面和图标显示相关的技术专利，要求法院对创新公司的侵权行为进行制止并申请给予赔偿。

双方这样主动运用各自的专利权，确实有违传统的专利策略。一般来说，在专利策略的运用中，绝大多数的企业往往习惯于采用“封闭运行”的被动防御策略，专注于构筑自己的“防御体系”，而很少致力于在相对开放的基础上，进行高层次的“专利营运”。多局限于“平面思维”，而少有立体的、兼容的、多角度的综合性主动专利措施。

而创新和苹果的做法不但突破了保守的“防御性”专利策略，也成为企业，尤其是高科技企业鏖战商海时的一招新必杀技。

### 新专利策略：从防御到积极诉讼

2006 年 8 月 22 日，苹果公司与创新科技达成和解协议，在协议下，苹果将支付 1 亿美元给创新科技，作为在“所有苹果产品”中使用创新科技专利技术的执照费。苹果也让创新科技加入它的“Made for iPod”计划，让其生产 iPod 播放器的配件。

此消息不仅刺激了创新科技的股价，使其股价次日开盘即飙升了 36.46%，上涨 3.5 美元。也为创新科技提供了新的商业机会，使得创新科技可以将专利技术授权给其他厂商使用，并收取技术执照费。并且创新科技与一家强大的电脑公司达成合作协议，也提升了其在 IT 业内的地位，使其他竞争对手不敢轻视。可以说，创新科技从这场由它发动的专利战中尝尽了甜头。

不过此次专利诉讼的另一方，苹果公司也并不是失败者。首先苹果公司表示此次和解协议需要支付的金额，将不会对其财务状况产生任何重大影响。而且与在法庭上败诉将造成的巨大损失相比，苹果支付的和解费用真是微不足道，根据此次和解协议，苹果公司不但取得了创新科技专利的使用权，而且也将创新科技转化为它的一家配件生产商。因此，可以说双方将专利运用于商战中的策略带来了双赢的结果。

其实专利诉讼只是主动将专利用于商战的一种手段，与之类似的方法还包括设置专利壁垒限制竞争对手的产品出口、索取高额专利使用费、通过大量申请专利占领市场等。

当然，从专利的保护性功能来看，讲求专利防御本是无可厚非，但我们不能因此就束缚起手脚，而应该从生产和经营的实际出发，适时、适需、适度地创新运用专利策略，只有这样才能充分发掘专利的全部能量，才能让专利在更高层次上为企业决胜市场保驾护航。

版权所有 © SGLA 2008。

此出版物仅供阁下参考和兴趣阅读之用，无意作为完整全面的信息，并不构成亦不应予以依赖为法律意见。请根据自身情况寻求专门咨询。