

The Offensive and Defensive Strategies around Mobile Operating Systems over Patents

Jiawei Geng, Hengjin Cai, Li Li

International School of Software, Wuhan University, Wuhan
Email: prcgjw@163.com, hjcai@yahoo.com

Received: Aug. 1st, 2013; revised: Sep. 2nd, 2013; accepted: Sep. 16th, 2013

Copyright © 2013 Jiawei Geng et al. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Abstract: In this paper, both the offensive strategy of the iOS manufacturers and the defensive one of the Android ones are analyzed, based on two significant cases which are the accusation between Apple and Samsung, and the acquisition between Google and Motorola. It is shown that a “patent pool” served as a leverage has become widely used in fighting for the competitive market. The issue of strategy selection for Chinese mobile enterprises, especially the newly developing ones, is discussed, too.

Keywords: Mobile Phone Patents; Mobile Operating System; Software Patents; Market Competition

移动厂商围绕专利的进攻和防御策略分析

耿嘉伟, 蔡恒进, 李莉

武汉大学国际软件学院, 武汉
Email: prcgjw@163.com, Email:hjcai@yahoo.com

收稿日期: 2013年8月1日; 修回日期: 2013年9月2日; 录用日期: 2013年9月16日

摘要: 本文从苹果公司控诉三星电子和谷歌公司收购摩托罗拉移动技术公司两大案例出发, 分析了围绕 iOS 操作系统的厂商的进攻性策略与围绕 Android 操作系统的厂商的防御性策略, 指出利用专利池作为杠杆来争夺市场已经成为现代市场竞争的基本做法。本文也提出了中国新兴手机厂商参与到国际竞争的策略选择。

关键词: 手机专利; 移动操作系统; 软件专利; 市场竞争

1. 引言

手机是现代生活社会中不可缺少的工具。特别是进入智能手机时代以来, 手机市场上硬件与软件的数量均呈现出井喷现象。随之而来的, 是与手机有关的专利数量也得到了迅速增长。但是, 随着手机市场的竞争加剧, 由手机专利而产生的矛盾也层出不穷。为了解决在专利上与其他厂商的矛盾, 各大手机厂商均制定了不同的策略以应对, 综合来看, 往往体现为进

攻性策略和防御性策略两种状态。本文试图以科技界的两次大型公司案例入手, 说明两种不同策略的特点, 将手机专利对于现代市场竞争的影响给出一个基本的描绘, 并给出对于未来发展的预测。从 14 世纪早期威尼斯城邦给予石磨设计以专利开始^[1], 专利已经深刻的改变了我们的生活。时至今日, 专利在生活中已经随处可见。据世界知识产权组织(World Intellectual Property Organization, WIPO)统计, 2011 年全世界专利申请总数第一次突破两百万大关, 与 2010 年

相比增长了 7.8%，2011 年的专利授权量估计也已接近一百万的大关^[2]。专利以其对发明人的保护与奖励作用，刺激了社会创造发明的大繁荣。

专利，作为发明者的保护神，对于新兴社会热点是极其敏感的。在经历了法律上争论、怀疑和不认可的数年之后，1998 年，在“州街道银行与信托公司诉登记金融集团公司”案中，美国联邦巡回区上诉法院 (the United States Court of Appeals for the Federal Circuit, CAFC)¹ 正式确定独立的权利要求各项均以“手段”加“功能”来体现，同时宣告以软件为载体的商业方法可获得专利权，等于肯定了软件、特别是商业软件的专利地位^[3]。随后，在 2010 年，美国最高法院在“比尔斯基案”中正式宣判，虽然需要设立较高门槛，比如非抽象或非自然等条件，但是某些商业方法的确可以成为专利，而“机械与转化”标准不再是判断可专利性的唯一条件^[4]。从此，软件程序专利正式得到美国最高法院的承认，成为信息时代的标志之一。

手机专利，也乘着软件专利的东风，走上了快车道。自从 1973 年，美国摩托罗拉公司 (Motorola, Inc.) 的马丁·库伯博士 (Dr. Martin Cooper) 研制出世界上第一部手机开始，手机就以其快捷性、高效性迅速成为世界的宠儿，成为人类远程通讯技术发展以来最成功的产品。特别是进入智能手机时代之后，手机除了传统的语音业务上得到加强以外，更是将其无线通信与多媒体通信相结合，打造了一个速率更高、兼容更好、功能更多的便携式多媒体平台^[5]。

一款成功的产品，往往会带来巨大的商机。2012 年 5 月 29 日至 31 日，《华尔街日报》(The Wall Street Journal) 在美国加利福尼亚州举办了第十届“D: All Things Digital” (一切尽为数码) 大会。在会上，美国最大的风险投资公司凯鹏华盈 (Kleiner Perkins Caufield & Byers) 的合伙人之一，有“网络女皇”之称的玛丽·米克尔 (Mary Meeker) 发布了新的报告。她在报告中指出，全球有 61 亿移动手机用户，但其中只有 9.53 亿是智能手机用户，这其中更新换代的潜力巨大^[6]。面对大量的需求，各大手机厂商闻风而动，纷纷加快自家产品的开发研究以及专利申请工作。据世界知识产权组织统计，在 2006 年至 2010 年期间，数字

¹CAFC 是美国 13 个巡回上诉法院之一，它最为人熟悉的职能是作为对专利确权、侵权诉讼的专属上诉法院。

通信领域的专利申请年平均增幅(+8.1%)最高，体现了社会对于通信领域的看好与重视。

市场在哪里，竞争也就在那里。随着科技的进步和世界交流的扩大，专利从来就不是一家公司闭门造车的事情。在竞争的过程中，各家公司一方面要保证自己的产品不被别人抄袭，另一方面又要试图避免甚至防止其他公司针对自己抄袭专利的诉讼。谷歌公司 (Google Inc.) 高级副总裁、公司发展兼首席法律顾问大卫·德拉蒙德 (David Drummond) 曾提到，一只智能手机最多有可能收到 25 万种专利控诉^[7]。市场竞争的激烈程度，由此可想而知。

面对竞争激烈的现状，手机厂商采取了不同的策略进行应对。而以其表现为区分特征，则可以划分为进攻性和防御性两种。

2. 进攻性策略

智能手机是科技发展到一定地步后出现的事物。而有资格执行业之牛耳的，首先是那些在科技行业内打拼多年，拥有完整产业链的企业。这一类的企业，掌握了时间上的先发优势，拥有雄厚的人才和技术储备，也就理所当然握有大量的专利储备。因此，在面对专利斗争的时候，他们表现出来的姿态也就更加具有侵略性，更加倾向于先发制人。最典型的例子，就是苹果公司 (Apple Inc.) 控诉三星电子 (Samsung Electronics) 专利侵权案。

苹果公司和三星公司 (Samsung Inc.) 均为现代科技电子产业的巨头。苹果公司的个人电脑、音乐播放器等产品历来广受市场的好评。而三星公司则被评为韩国的第一品牌，在全世界各类品牌评比中名列前茅，三星电子则是三星公司集团中主营电子仪器的一环，在集团中占据重要地位。苹果与三星两家公司均建立了从硬件到软件完整的产业链，也都拥有数目众多的专利持有量。

2012 年 4 月，苹果公司对三星电子提起诉讼，称三星抄袭了 iPhone 和 iPad 的技术、用户界面和风格，涉嫌侵犯了与 iPhone 和 iPad 有关的 4 项外观设计专利和 3 项实用新型专利，索赔 25 亿至 27.5 亿美元，并寻求在美国市场上禁售三星平板电脑和智能手机。经过各种波折，其中包括了寻求和解失败、海外诉讼等等环节，最终，美国加州圣何塞 (San José, California) 地区法院的陪审团裁定，三星电子的多项设计侵犯了

苹果公司的 6 项专利, 要求三星向苹果赔偿 10.5 亿美元, 同时被宣布为侵权的产品在更改设计前不能在美国市场继续销售这些产品^[8]。

根据裁定的结果, 这次被侵犯的专利中, 分别包括了手机的文件拖拽、旋转和放大功能, 滚动至文档边缘时的反弹效果^[9]; 用一根手指滚动文档的方法^[10]; 谷歌地图和其他地图应用中的点击放大^[11]; 手机外观的圆角矩形和弧形背盖^[12]; 手机表面的玻璃材质^[13]; 以及网状排列 iPhone 应用图标^[14]。这些功能虽然看似仅仅涉及到苹果公司与三星电子的诉讼, 但对于整个手机市场影响却极其深远。众所周知的是, 三星旗下产品几乎全部使用谷歌开发的安卓(Android)系统。正是因此, 此次苹果对三星的控诉, 不仅仅影响到三星的产品销售, 更会引发市场对于安卓是否抄袭 iOS 系统的怀疑。换言之, 这场诉讼的结果, 将会直接影响手机厂商乃至整个市场对于安卓系统的信心。而使用安卓与 iOS 的手机加起来, 几乎占了智能手机市场的九成。所以, 媒体对于这次专利斗争, 往往给予一个响亮的名词——“世纪专利斗争”。

在裁定宣布后, 谷歌公司企业发展副总裁大卫·拉威(David Lawee)对媒体表示“我们并不相信圆角矩形可以用来申请专利, 我们没有意识到苹果公司可以利用这个来保护 iPhone, 这也为我们敲响了警钟^[15]。”三星公司也发布了一封电子邮件声明, 表示“今天的判决不应被视作苹果的胜利, 而是美国消费者的失败。不幸的是, 专利法被操纵, 使得某家公司可以垄断圆角矩形的外观, 以及三星和其他公司每天都在改进的技术。^[16]”三星电子同时也对外表示, 虽然已有判决, 但并非最终的结果。时至今日, 三星公司的

上诉仍在继续。

除了苹果外, 还有其他的公司也采用了进攻性的主动诉讼策略, 如微软诉讼谷歌案, 诺基亚诉讼 RIM²案等。我们可以通过下面的表格来梳理一下之间的关系:

通过观察表 1, 我们可以发现专利斗争中, 采用进攻性策略公司的几个特点:

1) 主动方往往在专利拥有量上具有时间先发的优势。以苹果为例, 苹果公司的创立时间为 1976 年, 据市场研究公司 UBM Tech Insights 2012 年 2 月发布的报告显示, 苹果共拥有约 15500 项专利, 其中约 8500 项是美国专利^[17]。同时, 苹果公司也通过购买与交叉授权的方式, 获得了其他大量专利的使用权利。专利方面无后顾之忧, 是苹果公司敢于发动诉讼的根本底气所在。

2) 主动方往往是拥有完整手机产业链生态链的公司, 特别在硬件领域, 这一点可以保证其技术上的完整性。苹果公司创立之初的主营业务为个人电脑, 更以此为肇始推出了打印机、电脑操作系统、音乐播放器等等产品。多年科技产品的经营使得苹果公司的智能手机产业链极其完整。从零件采购到整机组装到系统安装, 甚至到软件安装, 苹果公司将每一个环节都把握在自己的手里。正是因为这种完整性, 苹果公司在诉讼中, 不但针对软件, 同时针对外观设计也提出了诉讼, 并得到了陪审团的支持。微软和诺基亚也都在硬件上各有所长。

3) 主动方往往拥有自己独立而且非开源的操作系统。苹果公司的 iPhone OS (后改名为 iOS) 操作系统是由苹果公司自己开发, 并采用于自家手机上。它对

Table 1. The common grounds of the three companies which used the offensive strategy
表 1. 三大采用进攻性策略公司的共同点

公司名称	苹果公司	微软公司	诺基亚公司
创立时间	1976 年 4 月 1 日	1975 年	1865 年创立, 1979 年开始开发无线电话
公司类型	电子科技产品, 软硬件齐全	电脑软件, 游戏机, 软硬件齐全	电信, 以硬件为主
手机操作系统	iOS	Windows Phone	Symbian 操作系统, 并于 2008 年收购 Symbian 公司
主要诉讼对象	三星电子	谷歌公司	RIM
与诉讼对象的斗争领域	在智能手机销量上, 苹果与三星不分伯仲	微软是软件业霸主, 谷歌是互联网第一大公司, 双方斗争广泛	在键盘式手机使用上, 诺基亚和黑莓在美国一直存在竞争

²RIM, Research in Motion Ltd., 加拿大公司, 是黑莓手机的制造商。

于硬件的优化支持做得十分出色，广受市场好评。同时，iOS 是一个非开源的系统。苹果公司为开发人员提供了软件开发工具包，但只有在付出了 iOS 开发者计划的费用之后，应用程序才能发布。这个做法虽然使得大量厂商失去了兴趣，却反而打造出了苹果的高端品牌的声誉，同时也保证了市场上苹果系统的整合性，对于竞争来说可以占有集中作战的优势。同样，微软的 WP 系统和诺基亚的 Symbian 系统也都属于自己所有。

4) 主动方提出诉讼，往往针对的是对其市场造成最大影响的竞争对手。在手机市场上，除了三星电子，还有 HTC 等公司也在使用安卓系统。而苹果却先是控诉 HTC，随后又与 HTC 达成了和解，并与后者建立了长达 10 年的交叉专利授权。苹果之所以专注于和三星的斗争，究其原因，不外乎三星手机的市场上占有量过大，甚至到了威胁苹果霸主地位的地步。据市场调研机构 NPD Display Search 提供的 2012 年第二季度的数据显示，三星在美国智能手机市场的出货量继续增长，相比上一个季度维持 24% 的份额，仅次于苹果 31% 的市场份额^[18]。同时，三星作为一家大型科技企业，拥有的手机产业链的整合程度甚至要高过苹果。如此激烈的竞争，必然会使苹果公司将三星作为最大的对手，不但不求和解，反而试图以专利之争来削弱对手，从而赢得更大的市场空间。微软控诉谷歌，诺基亚控诉 RIM，也都是和对方与自己的直接竞争关系息息相关。

综上所述，苹果公司采用诉讼手段对三星电子进行侵权控诉，虽然名义上是为了保护知识产权不受侵犯，但其实质却根本是为了一个“利”字。专利在这些企业的手里，不仅仅是自己产权的证明，更像是一个用来争夺市场份额的武器。小米科技的董事长雷军认为，现在的专利申请，在某种程度上已经变成了一场“挖坑运动”，等着对手踩上自己的坑掉下去。

由此可见，进攻性策略在本质上，体现的是专利优势方对于市场控制力的渴求。对于苹果等公司来说，专利不仅仅可以用来保护自己，更可以打击别人，成为扰乱别人发展、挤压别人市场的手段，可以用来为自己获得更大的利益。

3. 防御性策略

进攻性的策略需要一个基础，就是企业方必须要

是在手机生产和专利储备上的佼佼者。可是，大多数的企业，并不具备这样的条件。在这种情况下，防御性策略，便成为了新兴企业，特别是软件企业的首选。

这类企业往往并不拥有实体工业基础或工业基础较为薄弱，虽然科技力量强大，软件开发实力雄厚，但是进入市场较晚，所推出的产品也不可避免的会受到拥有完整产业链的企业猜疑与提防。而一旦受到后者控诉，因为自身拥有的专利较少，则不可避免的陷入被动局面。在这种情况下，企业往往会采取收购专利或兼并其他拥有专利权的公司的方法来规避风险，以获得自己发展所需要的空间。这其中，以谷歌公司收购摩托罗拉移动技术公司(Motorola Mobility Holdings, Inc.)最为典型。

谷歌公司是一家美国的大型跨国科技企业。它于 1998 年 9 月 4 日创建，主营业务一开始是一个互联网搜索引擎——“谷歌搜索(Google Search)”。由于其搜索引擎通过检查网页中的反向链接来评估站点的重要性，使得搜索结果精确度得到了极大提高，谷歌搜索在成立之后便得到了极为广泛的应用，谷歌公司也一举成为科技界的新宠儿。

在谷歌公司成长的同时，世界智能手机市场也正处于上升阶段，智能手机的核心——操作系统更是获得了各大手机厂商最高的青睐。在这种情况下，谷歌公司迅速抓住了商机，于 2005 年 8 月 17 日收购了安卓科技公司，并于 2007 年 11 月 5 日成立开放手持设备联盟(Open Handset Alliance)，推出了第一款搭载了以 Linux 2.6 为内核基础的 Android 操作系统的智能手机³。以此为契机，谷歌公司正式进军智能机市场。

安卓系统的最大特点在于其的开源性，也就是一切源代码都是公开免费的。在手机市场上，完全免费的操作系统意味着成本的极大降低，也就为手机厂商节省了初期开支，获得了竞争的先发优势。正是由于这个原因，安卓从诞生之日起便广受欢迎，所占市场份额逐年提高。根据 Canalys 的数据，2011 年第一季度，安卓在全球的市场份额首次超过塞班⁴系统，跃居全球第一^[19]。而到了 2012 年第三季度，安卓更是

³ 开放手持设备联盟(Open Handset Alliance, 简称 OHA)是以谷歌和手机制造商、软件开发商、电信运营商和芯片制造商一同创立的商业联盟，目的是为移动设备开发自由标准，主要成员有谷歌，HTC，英特尔(Inter)，三星电子等，会员均有使用安卓系统的权利。

⁴ 塞班(Symbian)，一款手机操作系统，第一款基于该系统的手机是 2000 年上市的爱立信 R380 手机，已于近期为手机厂商放弃使用。

占据了 75% 的全球市场份额^[20]，90% 的中国市场份额^[21]，成为当仁不让的全球手机操作系统的市场霸主。

安卓的成功，不可避免的挤压了其他手机操作系统，特别是微软公司的 Windows Mobile 系统以及苹果公司的 iPhone OS 系统的获利市场空间。作为科技行业上的两大巨头，微软和苹果对于这个姗姗来迟却充满挑战性的安卓系统可谓步步提防。通过控诉谷歌公司的安卓系统涉嫌抄袭别人的移动专利技术来进行打压，成为两家公司同样选择的做法。

从 2010 年 3 月开始，安卓操作系统遭遇到竞争对手频繁的围追堵截，其合作伙伴如 HTC、三星等品牌的产品先后遭遇到来自苹果、微软、甲骨文(Oracle)以及其他领域厂商关于安卓智能手机和平板电脑方面的专利诉讼。据《PC 世界》杂志网站 2011 年 9 月 21 日报道，安卓已卷入 1000 多件专利诉讼^[22]。自己以及合作伙伴频繁的被起诉势必会极大影响合作的信心，从而对安卓生态圈未来的发展造成深远的影响。因此，能否获得更多的手机专利授权，是关乎安卓系统生死攸关的大事，也成为谷歌公司首要解决的问题。

但是，谷歌作为科技市场的新生力量，在技术的积累上并不雄厚。首先，谷歌自身只不过是一个软件为主业的公司，并不掌握从硬件到软件整个产业链的生产基础。其次，谷歌作为后创办的企业，在专利上可以活动的空间本来就十分狭小。根据公开信息显示，在 2011 年前，苹果公司在美国拥有的专利数量为 5337 件，其中 2010 年获取 563 项；微软 2010 年新增专利就高达 3121 项；同期谷歌的专利数量则仅为 701 件，其中 282 项为 2010 年获取。具体到手机相关专利方面，据美国投行 Rodman & Renshaw 分析师库马尔(Ashok Kumar)统计，谷歌可能只拥有 600 多项，苹果则拥有近 4000 项，而微软则涉及到 1.7 万项^[23]。在这种情况下，面对对手的专利控诉，谷歌公司不免有捉襟见肘、力不从心之困扰。

在这个时候，谷歌迅速出手，将防御性策略落到实处。首先，谷歌尝试趁火打劫，从宣布破产的加拿大电信设备厂商北电网络(Nortel Networks)手中买得该公司拥有的将近 6000 项专利。据悉，此次出售的数千项专利是该公司最后一笔重要资产，涵盖各个高科技领域，如 Wi-Fi、社交网络和 LTE 4G 技术等。但是，此举引发其余厂商的极大反应。最终，在 2011

年 7 月 4 日，经过几轮竞价拍卖，北电宣布由苹果，微软等联合组成的财团以 45 亿美金的价格最终拍得了这些专利，而这个价格足足是 Google 出价的 5 倍。竞争对手对于谷歌占有这些专利的恐惧，可见一斑。

但是，一次失败挡不住谷歌为了保障自身的安全而做出的努力。在 2011 年 7 月，谷歌从电信巨人——IBM 手中购买了超过 1000 项的主要涉及内存和微处理器架构的专利，充实了它的专利库。随后，在 2011 年 8 月，谷歌公司宣布，将以每股 40.00 美元现金收购摩托罗拉移动，总额约 125 亿美元。

摩托罗拉移动的前身是摩托罗拉公司，成立于 1928 年，于 1947 年改名为摩托罗拉(Motorola)，2011 年 1 月 4 日进行业务分拆，拆分成摩托罗拉移动(Motorola Mobility)及摩托罗拉解决方案(Motorola Solutions)。摩托罗拉是世界上第一部手机的制造者，在其八十多年的生涯中获得了数不尽的技术专利，比如一款能够自动调节通话音量的技术 Crystal Talk。据估计，收购完成之后，谷歌公司将获得摩托罗拉移动在全球范围内的 1.7 万项专利，此外还有 7000 项专利正在审批中，据摩托罗拉移动 CEO 桑杰·贾(Sanjay Jha)介绍，这些专利很多是有关于无线标准的部分，都是“有关市场上有竞争力的部分”。而这些，恰恰是谷歌公司所急需的东西。大卫·德拉蒙德坦承，希望凭借这次的收购，更好的保护安卓生态系统，“摩托罗拉的专利组合将帮助……安卓更加开放和具有活力”。

采用防御性策略的案例，除了谷歌收购摩托罗拉移动以外，还有 HTC 收购 S3 Graphics⁵，三星与微软合作等。我们可以通过下面的表格来观察一下他们的共同点：

通过观察表 2，我们可以发现专利斗争中防御性战略的几个特点：

1) 收购方往往已经陷入专利纠纷之中。既然是防御，必然已经陷入被别人进攻的局面。在本案例中，谷歌公司及其合作伙伴就受到了不止一家的专利纠纷诉讼。据 2011 年 7 月统计，谷歌公司的安卓系统已经遭受了至少 6 宗起诉，其中包括了苹果对 HTC 的侵权诉讼，微软对 HTC 的侵权诉讼，甲骨文公司对谷歌系统的侵权诉讼等。

⁵S3 Graphics，一家以设计显示芯片为主的半导体公司。

Table 2. The common grounds of the three companies which used the defensive strategy
表 2. 三大采用防御性策略公司的共同点

公司名称	谷歌公司	HTC	三星电子
成立时间	1998 年 9 月 7 日	1997 年 5 月 15 日	1938 年 3 月成立, 2009 年推出第一部智能手机
2011 年营业额	380 亿美元	600 多亿人民币	1571 亿美元
专利纠纷	被微软、甲骨文起诉	被微软、苹果起诉	被苹果起诉
专利薄弱环节	硬件	软件	软件、设计

2) 收购方在专利类别上往往具有某个方面的短板, 特别是在某些基础性方向。比如谷歌公司, 虽然是全世界知名的网络软件类公司, 但是软硬件的整合一直是短板。HTC 和三星作为硬件厂商, 软件和设计则是其不足之处。同时, 因为成立时间相对于微软等巨头来说太晚, 过于年轻的后果就是在专利上往往为对手捷足先登。而作为后起之秀, 在设计方面容易受到影响的可能, 这也造成了其在面对专利诉讼时举步维艰。在这种情况下, 收购他人的专利无疑是最快捷的方法。

3) 收购方往往拥有巨额的财富以获取他人专利。谷歌公司是互联网时代兴起的最成功的品牌之一。比如谷歌, 截止 2011 年 8 月, 谷歌公司的总市值为 1820.3 亿美元, 持有现金 391 亿美元。正是因为有了这样的底气, 谷歌公司才能够频繁在市场上出手, 并以高价获得对方的专利。据了解, 在谷歌收购摩托罗拉移动事件中, 谷歌所付出的每股 40 美元的价格, 相比摩托罗拉移动股份的收盘价溢价了 63%, 可谓代价极高。

4) 防御性策略的最典型特点, 在于其目的在于保障自身, 而非强迫对手退出市场。在收购摩托罗拉移动完成后, 谷歌首席执行官拉里·佩奇(Larry Page)第一时间在博客上发表文章, 强调收购的原因是“寻求新的方式为安卓生态系统提供支持”, 同时认为“对摩托罗拉的收购将会通过加强专利组合的形式来提高竞争力, 这将有助于我们(即开放手持设备联盟)在面对来自微软、苹果和其他公司的反竞争威胁时更好的保护安卓”^[24]。防御性的心态一览无余。

综上所述, 采用防御性策略的公司非在少数。由于不具有时间和底蕴上的优势, 在面对专利斗争的时候, 它们只能以高价收购别人的专利, 甚至高价兼并一些拥有专利的老牌公司获取资产的做法, 来保障在竞争中的安全。虽然, 收购的过程会面对对方, 甚至

竞争对手的恶意打压, 但是, 由于收购的完成, 使得公司在面对其他巨头的控诉时底气更足, 从而使得和对方形成庭外和解乃至专利交叉协议成为可能。此举无疑对于安卓系统的完整专利许可的获得, 以及手持开放联盟免受进一步的专利诉讼来说是一个极大的利好消息。

由此可见, 对于后来者来说, 防御性的策略, 虽然付出很高, 但却意味着可以很好的保护自己, 是一种在自身带有先天缺陷的情况下保护自己的良好方法。

4. 启示及预测

在专利产生的初期, 专利的功能并没有今天这么复杂。历史学家往往认为, 专利虽然在行为上体现为对于发明创造的保护和激励, 但是在目的上, 是为了减少搭便车的行为, 消除商业行会阻止发明公开的障碍, 从而加快市场上新兴技术的流通^[25]。

可是, 纵览进攻性和防御性的策略, 我们可以发现, 专利已经不再简单是一个保护及鼓励发明的方法, 甚至不再具有促进市场技术流通的性质。在新兴科技发展日益加快, 专利申请数量与日俱增的情况下, 专利已经成为大公司争夺市场份额, 夺取更大利润的博弈工具。在手机操作系统上, 体现为安卓与 iOS 的竞争, 在其他领域也是如此。毫不夸张的说, 在现有的专利制度下, 谁先拥有了核心的专利, 谁就拥有了市场的控制权。在现代市场竞争中, 专利的持有量, 直接决定了企业在行业内部以及整个全球产业链中的地位。以专利为杠杆影响市场的做法, 只会随着市场的发展而进一步增加, 这是必然的趋势。

同时反观中国, 我们不幸的看到, 虽然中国的手机厂商已经具备了一定的资本, 拥有一定的实力, 但是在冲击海外市场的过程中, 我们相差甚远。比如最近在中国市场上十分火热的“小米”手机, 根据笔者

本人于 2012 年 12 月 30 日在中国国家知识产权局官网上查询的数据，“专利权人”选项填为“小米”，查询结果为 126 项。这样的结果，一旦去到国外，只能是赤条条的去，赤条条的回。

由此，我们可以得出以下几点启示：

1) 要注重对于完整产业链的建设。纵观国外厂商，往往是那些产业链完整的，硬件软件垂直一体化做得优秀的公司在专利竞争中优势更大，苹果公司即为典型。而即使强大如谷歌或三星，虽然结成了联盟，但是由于各自拥有短板，所以在竞争中不免会受到制约，影响自己的发展计划。

2) 专利的使用可以采取多种方式。在谷歌收购摩托罗拉移动的案例中，谷歌公司采取收购的方式，极大的扩充了自己的专利持有量，为自己的发展提供了保障。而苹果公司也与 HTC 通过专利交叉许可的方式获得和解。虽然这对于技术和资金的要求比较高，但是着眼于未来，这对于市场安全的取得无疑具有极大的好处。

3) 一定要重视对于市场上已有专利的分析。如前所述，根据 CAFC 的判决，专利中的权利要求，可以通过手段与功能来体现，也就意味着手段与功能和权利要求同样可以成为诉讼要求的依据。而任何专利，特别是外观专利，往往在权利要求上语句并不多，而是在手段或功能这些背景资料上大作篇幅。在苹果与三星的案例中，三星公司因为没有认真对待苹果公司的外观专利，使得自己在审判中处于完全不利的地位。这就要求任何试图推出新产品的公司，要认真分析已有专利，以免为自己以后的发展设置不必要的障碍。

4) 专利斗争已经超越了一城一国的范围，而成为全球性的事件。就苹果公司与三星公司的诉讼案为例，苹果公司不仅仅在美国，更在德国、韩国、日本等国对三星均提起了诉讼。观察谷歌收购北电失败一案，也可以发现几家大型跨国公司联合对抗的影子。随着网络时代的深入和全球化工业体系的建设，任何科技公司的产品，往往会在全球同步发行。而随着全球市场的融合程度日益加快，专利斗争已越来越具有广泛性。在这种情况下，新兴企业一定要加快熟悉国际惯例，以合法手段突破技术壁垒，捍卫自己的合法权利。

综上所述，无论是进攻性还是防御性的手段，最终都是被用来为获得市场优势地位服务的。因此，任何新兴企业要想在现代市场竞争中获得一席之地，就必须高度重视专利问题。一定要记住，专利问题不仅仅是技术问题，更是市场问题。只有内外兼修，多管齐下，利用各种手段，才能保障自己的发展不会受到不必要的干扰与中断。同时，也要分析清楚自身的优势与劣势，面对不同的情况采取合适的策略，才能够在日益激烈的竞争中立于不败之地。

参考文献 (References)

- [1] 墨杰斯等. 齐筠等译. 新技术时代的知识产权法[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2003.
- [2] WIPO. World Intellectual Property Indicators-2012 Edition [URL]. 2012.
http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/941/wipo_pub_941_2012.pdf
- [3] 张乃根等. 美国专利法: 判例与分析[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2010.
- [4] 曹阳. 方法的专利性研究——比尔斯基案述评[J]. 上海政法学院学报(法治论丛), 2011, 2: 136-144.
- [5] 和凌志, 郭世平编. 手机软件平台架构解析[M]. 北京: 电子工业出版社, 2009.
- [6] 腾讯科技. 互联网女皇 D10 演讲: 移动互联使用量将超桌面 [URL]. 2012.
http://www.gemag.com.cn/html/2012/company_0601/29300.html
- [7] 维基百科中文版. “专利”条脚注“台湾《商业周刊》2011 年 8 月 29 日—9 月 4 日”[URL]. 2012.
<http://zh.wikipedia.org/zh-cn/%E4%B8%93%E5%88%A9>
- [8] 中国新闻网. 美裁定韩国三星公司专利侵权赔偿苹果 10.5 亿美元 [URL]. 2012.
<http://finance.chinanews.com/it/2012/08-25/4133178.shtml>
- [9] Apple Inc. List Scrolling and Document Translation, Scaling, and Rotation on a Touch-Screen Display. Patent No. US7469381, 2008.
- [10] Apple Inc. Applications Programming Interfaces for Scrolling Operations. Patent No. US7844915, 2010.
- [11] Apple Inc. Portable Electronic Device, Method, and Graphical User Interface for Displaying Structured Electronic Documents. Patent No. US7864163, 2011.
- [12] Apple Inc. Electronic Device. Patent No. USD593087, 2009.
- [13] Apple Inc. Electronic Device. Patent No. USD618677S, 2010.
- [14] Apple Inc. Graphical User Interface for a Display Screen or Portion Thereof. Patent No. USD604305, 2009.
- [15] BGR. Google: We Didn't really believe rounded corners were patentable [URL]. 2012.
<http://bgr.com/2012/09/11/google-patent-dispute-apple-samsung/>
- [16] Firstpost. Samsung's statement: Today's verdict is not a win for Apple [URL]. 2012.
<http://www.firstpost.com/tech/samsungs-statement-todays-verdict-is-not-a-win-for-apple-429935.html>
- [17] UBM TechInsights. Insight into Apple's Patents and IP investments-Apple Inc. Patent Landscape [URL]. 2012.
http://www.ubmtechinsights.com/uploadedFiles/Public_Website/Content_-_Primary/Marketing/2012/UBM-TechInsights-Insight-into-Apple.pdf
- [18] 新浪科技. 苹果与三星专利大战: 事关江湖地位的斗争

- [URL]. 2012.
<http://tech.sina.com.cn/it/2012-08-29/01087556359.shtml>
- [19] Canalys. Android takes almost 50% share of worldwide smart phone market[URL]. 2011.
http://www.canalys.com/static/press_release/2011/canalys-press-release-010811-android-takes-almost-50-share-worldwide-smart-phone-market_0.pdf
- [20] IDC. 第三季度全球智能终端市场增长 27.1%，三星和苹果排名领先[URL]. 2012.
<http://www.idc.com.cn/about/press.jsp?id=NzE5>
- [21] 易观智库. 行业数据: 2012Q3 中国智能手机市场 Android 系占 90.1%[URL]. 2012.
<http://www.enfodesk.com/SMinisite/maininfo/articledetail-id-31.html>
- [22] PC World. Patent Madness! A Timeline of the Android Patent Wars[URL]. 2012.
http://www.pcworld.com/article/240324/patent_madness_a_timeline_of_the_android_patent_wars.html
- [23] 李春燕. 中国企业海外市场发展的知识产权战略探讨——基于 G-M 并购案例的分析[J]. 商业时代, 2012, 19: 86-87.
- [24] 网易. 谷歌 CEO 解释收购原因: 为进一步强化 Android[URL]. 2011.
<http://tech.163.com/11/0815/20/7BHBAQGB000915BF.html>
- [25] 郑胜利, 刘江彬编译. 美国专利法[M]. 北京: 知识产权出版社, 2010.