

追问贝昂“声讨”格力真相

■本报记者 王珊

近日,苏州贝昂科技有限公司(以下简称贝昂)董事长冉宏宇的一篇名为《谁偷走了海归的创新报国梦》的公开信,引发了无数的关注和热议。

冉宏宇在信中称,贝昂在创业之初,饱经国内残酷商业环境的洗礼,而对其梦想和信念动摇最大的要素“掌握核心科技”的格力。

冉宏宇说,格力通过与其两次合作,学会其核心技术,并且推出与贝昂相差无几的产品,底线超过其想象力。

继前不久格力电器董事长董明珠在参加某活动时发表演讲炮轰小米,并称小米空气净化器抄袭巴慕达是小偷行为之后,冉宏宇通过公开信表示“格力才是真正的小偷”,无异于释放了一颗炸弹。

2009年冉宏宇等人成立贝昂,到目前为止,贝昂已经成为空气净化行业一家发展不错的创新型科技企业。

除了贝昂的董事长,冉宏宇还有一些其他身份:2012年中组部“千人计划”入选者、国家“863”室内空气净化技术课题专家评审组成员等。

那么,究竟是什么原因让冉宏宇写了这样一封信?事情真相究竟如何?《中国科学报》记者对此进行了调查。

“海归男”的创业梦

创办贝昂之前,冉宏宇在美国特信华公司从事研发工作,并担任总工程师一职。这是一家研发外包公司,专注电子、微电子、半导体领域的创新,通过向苹果、惠普、三星这样的公司授权专利,以获取收益。

公司的规模虽小,但是几十人的研发团队,每年却可以创造几亿美元的收入。如果不是一个偶然的契机,冉宏宇可能还在那里做自己喜欢的工作。

当时,特信华公司希望找到一种新的散热方式取代电子产品中的风扇,以尽可能降低噪音。经过很多对比试验之后,他们认为离子风散热可以达到理想的效果。不过最后,冉宏宇等人却发现,这个技术有个问题,即离子吸附空气中的污染物,会弄脏电子原器件,因此不适合既有的设计安排。

不过,这却给了冉宏宇一个新启发:如果将这种技术运用在空气净化器中,可能会是一个不错的选择。传统空气净化器通过物理的膜过滤方式过滤空气中的污染物,用户要经常更换过滤膜。而使用等离子净化技术的净化器就可以不用过滤膜,只需在两极之间加高电压,就可吸附有极性的颗粒,包括PM2.5,而用户使用一段时间以后,只要取下收集极,用水清洗干净,就可再次使用。

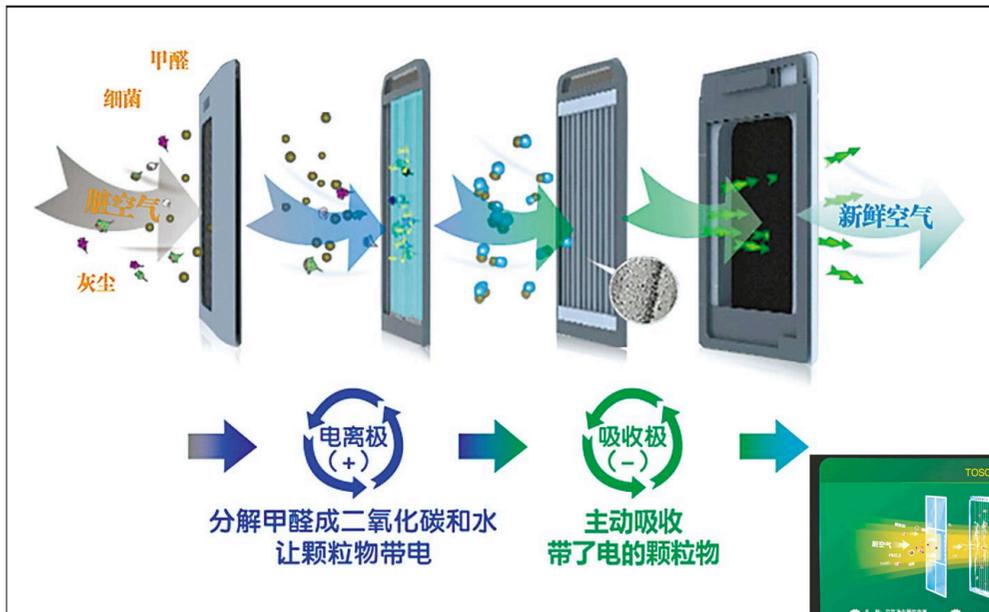
高效、静音又低能耗,那么,为什么不做出自己的空气净化产品呢?冉宏宇等人深信这种空气净化技术有无限的市场前景。最终,几个年轻人集思广益做出了“离子风”净化器的原型机,并且申请了专利。

那么如何使这项技术得到更多的推广和利用?冉宏宇等人想到了回国。“那时想法很简单,国外空气好,净化器的市场没有国内大。”冉宏宇说。

而且,作为上世纪70年代出生的人,接受的都是正统教育,冉宏宇总有一种“科技报国”的情怀,他希望能够让更多的人接受并使用这种高科技净化技术,提升人们的生活质量。

如此,辞职回国创业就成了顺其自然的事情,贝昂因此诞生。贝昂主打的技术即是等离子净化技术。在此技术基础上,冉宏宇团队还研发出全新双极猎尘技术,强调可水洗、超静音的技术优势。2014年,贝昂推出全新空气净化器品牌Airdog。

冉宏宇介绍,这个产品就如同一个捕猎者,能主动捕捉空气中的污染分子,经由发生



▲贝昂 Airdog 净化器工作原理
▶格力被质疑的离子型空气净化器的原理

极对空气中的污染物发生作用,再由收集极吸附收集,后续维护只需对收集极加以清洁,具有可水洗、超静音等技术优势。

与格力的合作

为了推出这个全新的产品,今年夏天,冉宏宇选择在 CCTV-1 上打广告。然而,就在这时,冉宏宇发现有一家公司也有类似的产品在打广告,并且使用的是贝昂的标志性技术,主打的理念也是“0 耗材”,而这个公司就是格力。

这让冉宏宇不禁想起曾与格力的两次并不愉快的合作,他由此推断,正是因为这两次合作,让格力在掌握贝昂的核心技术后,不仅擅自使用,而且最终把贝昂的技术据为己有。

“目前市场上使用等离子风净化技术的只有两三家,而格力和我们最为相似。”通过对两家产品的拆解、对比,冉宏宇发现,两家净化器产品的内部核心模块发生极和收集极的排布乃至基本间距都一模一样。据此,冉宏宇表示,格力推出的这款“KJFC230”离子型空气净化器,完全是照抄贝昂的设计,冉宏宇认为,格力至少侵犯了贝昂 3~5 项专利。

冉宏宇口中的两次合作分别发生在 2009 年和 2012 年。

2009 年,正是贝昂组建初期,在冉宏宇看来,能够与全球空调龙头企业合作,“通过格力接近大量用户,是多么值得自豪的事情”。

不过,尽管冉宏宇等人充满了期待,但格力最后还是提出终止合作。对此,冉宏宇觉得可以理解,“虽然(当时)净化模块的功能实现了,但是在体积和成本方面还不能满足市场的要求”。

双方第二次合作始于 2012 年。当时雾霾肆虐的情况已在全国范围蔓延,空气净化器开始受到热捧。此时,贝昂已经有成熟产品推向市场。

当时,格力也启动了空气净化项目,并再次找到冉宏宇。

据冉宏宇介绍,合作之前,双方签订了初步协议,而根据协议约定,格力负责产品的外观设计,贝昂负责产品的核心部件净化模块的设计。当时,格力要求开发的净化器产品主要有两个规格:一款是风量为 280 立方米/小时的空气净化器,另一款则是风量为 230 立方米/小时的空气净化器。

经过几个月的努力,产品最终设计完成,“也到格力进行了测试,基本确定样机达到指标”。冉宏宇说,按照程序,下一步则应该进行产品开模生产,并按照合同约定讨论采购事宜,格力同时应该把贝昂列入正式供应商的名单。

而就在这时,格力再次中断了与贝昂的合作。“我们当时除了把设计图纸交给格力之外,还提供了很多技术资料,包括净化模块的生产验收流程以及一些可靠性测试的技术性文件。”

对于此,《中国科学报》联系了格力方面的市场部相关负责人,对于冉宏宇提到的两者开展过的合作,该负责人表示,贝昂确实曾经来寻求过合作,但是因为其最终研发的产品达不到公司的要求,最后不得不中断合作,“每年像这种寻求合作的项目,包括海外的合作都有很多,不可能每一项都能够成功”。该负责人说,终止合作是“很正常的一件事情”。

而对于双方是否签订过相关合同,该负责人未做表态,并称已起诉贝昂,将通过法律手段维权。

“我们毫无保留地干了一年多,带他们去我们的实验室,见我们的供应商,还手把手帮他们一条线一条线地画出草图,从设计原理开始解释。”对于格力方面的回复,冉宏宇表示很无奈。

“作为给他们提供了那么久服务的合作方,至少要正式发文告诉我们,哪项技术不过

关,哪项没有达到要求,我们没有收到类似的通知。”冉宏宇说。

冉宏宇表示,2012 年合作时,贝昂的产品已经上市一年多,并且市场销售量至少达到 10 万台,而且贝昂的产品获过专利奖、优秀产品奖,以此来说,“不过关的依据是什么?”

创新是一层窗户纸

记者了解,目前,贝昂已经向格力提起专利侵权方面的法律诉讼。

贝昂的委托代理律师池振华告诉《中国科学报》记者,此次诉讼的产生基于两点:一是双方合作中格力获得了贝昂的材料;二是格力最终的产品形态涉嫌侵犯了贝昂的专利,这也可能成为本案争议的焦点。

不过由于诉讼刚刚启动,池振华说,具体细节会随着案件的推移慢慢公布,而判定则要依靠法院的裁决。

在北京权泰知识产权代理事务所创始合伙人任永利看来,要想确定格力是否存在抄袭行为,尚需提供更多证据。

任永利说,判断一件专利是否被侵权,关键要看申请专利的异同点以及两者的实质性内容是否一样,而贝昂必须要找出格力专利中与其相似的部分,并提供自己的专利进行对照,“指控专利必须是一个非常具体的点”。

基于此,贝昂诉格力专利侵权是否成立,目前仍难有定论。不过,贝昂的案例在海归创业者中并非个案。

浙江工业大学信息学院感知技术研究所所长、上海弘视通信技术有限公司(以下简称“弘视通信”)董事长潘今一,今年也遇到了类似的纠纷。

潘今一 1982 年毕业于浙江大学光学仪器系,1989 年赴美留学后获得纽约州立大学博士学位,先后任职于贝尔通信实验室、诺基亚中央研究院、西门子等国际知名公司。1999 年

以后开启职业生涯。

弘视通信是国内最早做公安监所在押人员行为分析的视频系统公司。随着看守所、拘留所、戒毒所等对安防系统需求的加大,越来越多的公司开始向潘今一寻求合作。

潘今一选择与其中一家相机公司合作,将其研发的一款基于看守所特点的相机与对方进行合作开发。根据约定,弘视通信主要做监控软件和相机成像部分,并将相应的设计需求告诉该相机公司,由其设计相机的硬件部分。

“我们的优势在于有五六年数据积累,但是我们没有硬件设计能力。”潘今一说,相机的第一版本做出来后,他们提出了改进意见。然而,在潘今一等人将细节改造的文档发给对方后,对方的反应却让他们非常惊讶。

“下一版本我们已经有计划了,核心部分我们自己也能做。”这是对方公司工程师给潘今一的答复。“这就等于说,我们把所有的教给他们之后,他们就自己做了。”

潘今一说,所幸的是,在签订合作协议时,他就在条款中注明“对方三年之内不得使用其技术,不能模仿、学习、复制和生产核心技术和产品”。

“这个当时是和集团的老总以及法律顾问一起签的,下面事业部的人并不知道,所以出了这个事情。”潘今一说,所幸的是,最终双方合作回到了正轨。

“创新的东西有时候就是一层纸,把这个纸戳破以后,确实没有什么特别难的地方。”潘今一说,弘视通信的案例说明了一个问题,即一些企业的工程师或者企业事业部,对合作知识产权的保护仍然缺乏意识。

潘今一同时认为,大企业对小企业的这种“挤压”也是行业发展中一种非常普遍的现象。

营造创新环境

2013 年汤森路透公布的全球十大创新企业,中国内地企业无一上榜。对此,曾有专家表示,其根源在于国内的创新环境堪忧,侵权成本低,举证困难,诉讼成本高,这些都是导致创新活动少的原因。

“创新非常不容易,投了钱,还需要冒着失败的风险,可能失败一百次才能成功一次,最后如果还被人拿走了,谁还愿意经历 100 次的失败,等着抄别人的就可以了。”任永利认为,抛开具体案例,国内企业互相抄袭的现象仍然非常普遍。

2006 年,潘今一参与投资和管理的一家科技企业被西门子收购,对方只要人、知识产权,其他资产都不要。“国外对创新保护很严格,侵权成本极高,所以他们在这方面会格外在意。”潘今一说。

在专家看来,从“中国制造”走向“中国创造”并不是一帆风顺,而且必须要经常停下来思考前进的方向。

“中国目前做了很多商业模式的创新,大量烧钱,没有什么核心技术,这就造成很多高端产品必须靠国外进口。”一位专家告诉记者,对于正在走出去的中国企业而言,随着价格的优势不断丧失,技术创新已经不单纯是一种市场需求,而成为企业发展的自身需要,营造良好的创新环境无疑显得越来越重要。

在任永利看来,对于专利保护必须在法律上严厉起来,只有让侵权者付出惨重的代价,才会真正形成尊重知识产权、尊重创新的社会氛围。

“近年来,随着国家知识产权战略实施,许多企业开始从被动接受逐渐形成知识产权保护意识,但是把知识产权放在一个很高的层面或者战略决策层面的企业现在还不多。”池振华说,“归根到底,企业真正要以创新为导向,并真正把它作为企业发展的源泉点。”

《医学科学报》将于2015年1月与您见面,这会是一份离医生最近的报纸。

医学科学报

倾听一线声音
为了更深入一线,《医学科学报》采编团队走访了几十所大型三甲医院,遍及手术室、非手术室、医技科室等等。

提供直观平台
为读者提供国内外的科研动态、临床经验、管理政策等信息,并策划医学领域重大新闻和进展的深度解读,为读者提供有价值的解析和报道。

拥有媒体血液
主办方是中国科学报社,拥有两报(《中国科学报》、《医学科学报》)、一网(科学网)、两刊(《科学新闻》、《科学新生活》)等媒体。

具备学术基因
共办方是中国医学科学院(我国唯一一家国家级医学科学学术中心和综合性医学科学研究机构),拥有18个研究所、7所临床医院、5所学院、1个研究生院和5所分院。

北京赛思文化传媒有限公司是运营《医学科学报》的全媒体传媒机构,为客户宣传、公关、广告、品牌推广等提供灵活实用的推广和信息平台。

订阅服务、广告业务,请联系: 010-65906117