

特斯拉免费放开专利背后的博弈

受互联网开放分享精神的熏染和一如既往先人一步风格的驱使,特斯拉免费开放专利技术似乎既在意料之外,又在情理之中。石破天惊之举当然昭示了企业的情怀,但联系到此前特斯拉充电站困局,此举又绝非“把技术免费授权给所有人”这样单纯和美好。

特斯拉CEO首席执行官埃伦·马斯克认为,“当创新是如此之快时,专利会变得无用,真正重要的,是创新的速度。”只要特斯拉不断创新,突破技术限制,就能比竞争对手领先一步。所以,他不怕别人获得自己的技术。而事实上,特斯拉此前在中国的项目推广没能获得国家电网的支持。自建充电站和充电桩,只能将自己与中国这个社会化新能源市场隔离和封闭起来,未来产品销售规模越大,距离中国新能源社会就越远,无法融入其中,成本高、推进难,难免陷于孤立。

事实上,就在特斯拉宣布免费开放所有专利的前一天,美国媒体报道称,埃伦·马斯克重申了该公司与竞争对手共享超级充电网络的承诺,“特斯拉很乐意与其他汽车制造商共享超级充电网络,但是车辆需要满足超级充电器的标准,还要求汽车制造商接受我们不收取充电费用的商业模式。”

不难看出,特斯拉“与其他汽车制造商共享超级充电网络”的前提是“满足超级充电器的标准”,这意味着,汽车制造企业如果愿意与特斯拉共享超级充电网络,就需要采用特斯拉的充电器标准。采用这种标准的企业越多,特斯拉就越能够赢得市场的主动,所有的电动车相关标准,都必须向特斯拉看齐。通过“标准”掌控市场,成为市场和电动车企业的

依赖。

于是,“免费放开专利”成了很好的铺垫。姑且不论特斯拉的专利包含了多少产品的核心技术机密,特斯拉的分享精神值得推崇,但即使再先进的核心技术,通过软件编程等电子技术屏蔽之后能否为其他企业解码模仿和轻松使用,直流充电和交流充电受产品系统局限能否轻松转换;免费的专利能不能打动电动车企业,让他们屈从于特斯拉的标准,以及谁的成本更低等,都是待解难题。

特斯拉的“免费开放专利”能否给新能源行业带来巨震并不确定,但背后的博弈肯定将继续。

首先在国外电动车企业,特斯拉很可能融入其中。一些企业很可能为降低成本,愿意接受特斯拉的标准。特斯拉也很可能无偿付出专利技术,以便获得未来充电站市场的长久利润,并提升特斯拉的拥趸数量和企业形象,获得良好口碑,在资本市场获得主动。

但在中国,特斯拉就未必能将如意算盘打到底。

中国电动车企业经过多年研发,已初具规模,多家骨干企业的产品已批量上市,产品标准已成固定模式,未来将依靠自己的力量实施市场的快速推广和周到的充电服务,不会在充电等方面受制于人。如果共享充电设施,中国企业

倒希望特斯拉放弃自我,融入中国,采用中国的标准,如此统领市场,掌握主动,心里有底。

如果中国企业为吸收特斯拉的专利技术强化产品而采用特斯拉的产品标准和充电标准,势必将放弃多年的部分技术积累,得不偿失。关键是特斯拉专利技术所能解决的主要技术问题,国内企业依靠自己的技术专利也能一定程度地予以解决。不同专利,在技术上可以殊途同归。特斯拉的全部专利技术只有200多项,而中国的一家电动车企业号称专利技术有10000多项,让其有关标准屈从于特斯拉,显然心有不甘。

无论主观动机如何,客观上,特斯拉放开所有专利技术,以及与各企业共享充电设施,对中国新能源行业的正面示范和反面促进作用是显而易见的。不屑于使用特斯拉专利的,就拿出更高的本领提升产品的性价比,解决电动车的续航里程问题,以便在产品和服务上不至于落于人后。否则,与特斯拉站到一起的企业都将成为竞争对手。究竟该用特斯拉的标准还是用中国企业自己的标准,由此将展开一场博弈,而最终影响博弈结果的不可忽略的因素,还有中国消费者对电动车产品的选择方向。

特斯拉开放专利对中国充电站建设的影响巨大。

此前国内有报道称,深圳充电站每年亏

损额达1300万元人民币。如果特斯拉利用其专利技术使充电站建设和运行成本得以成功控制,而中国充电站建设运行成本自然居高不下。特斯拉的倒逼,国家势必会作出审计,做好预算,选择有成本控制能力的企业参与其中,企业也将以最低成本,保证充电设施进入良性循环轨道。这场博弈将转化为越来越直接的贴身肉搏。

特斯拉的专利技术有没有价值、能否转化为产品力,时间可以证明一切。可以肯定地说,特斯拉的超级充电技术和电池集成整合技术是值得汲取的。总不会所有的企业都对这些唾手可得的技术无动于衷。放开专利技术之后,特斯拉也不会毕其功于一役,即使国内企业不买账,他们也不会束手无策,反而会加速与各国企业的联合,促进与中国电动车市场的融合。特斯拉的本地化生产、充电设施与各企业共享,以及所有专利免费开放等组合拳联动,相信一般的企业很难抵挡。

在此背景下,中国电动车企业的当务之急,是充分利用国家电网对电动车企业开放的良机,加速建设充电桩和充电站,免费为电动车消费者服务,同时联合国内企业,实现电动车产品标准和充电器标准逐步统一,国内企业共享充电桩和充电站。

晓程(知名汽车评论家)



经济表情

李嘉诚牵头入股美国人造皮革公司

李嘉诚一向对生物科技情有独钟。继近期的“人造蛋”项目后,旗下维港投资再次牵头投资纽约人造皮革及肉类产品公司 ModernMeadow,并于6月18日宣布已为该公司完成1000万美元的A轮融资。

上周,李嘉诚投资1.8亿港元的人造蛋黄酱在香港刚刚发售。据称,该产品与真正的鸡蛋有相同营养价值,但胆固醇较低。由于它价格只是鸡蛋的一半,亦可能为蛋糕行业青睐。消息人士说,“人造蛋”由美国一名年轻人戴崔克发明,它不是母鸡孵出来的,而是从数百万种植物中提取养分研发出来的“植物蛋”。

此次投资的 ModernMeadow 于2011年由 Forgacs 父子及一批科学家成立,公司网站显示其研究范畴是以生物组织工程学,发展全新生物材料,首个制成品是培植皮革物料,不需要屠宰牛、羊等动物,长远可减少畜牧业所需的土地及水源。ModernMeadow 发言人透露,现阶段主要集中在制造高级牛皮,但已开始培植其他动物皮革如羊皮和鳄鱼皮,下一步拟推更多中低端产品。

【根据《21世纪经济报道》文章整理分析】南都漫画:张建辉

● 外约个论仅为作者个人观点,不代表本报立场。

韩国的足球经济学 投资赞助细水长流

2014年6月18日,巴西世界杯第一轮小组赛,韩国队1:1平俄罗斯队,取得宝贵的1分。有媒体评论称,韩国队或许是亚洲球队小组出线的唯一希望。从历史上看,如果算上1954年世界杯的话,韩国队今年已是第九次参加世界杯了,过去30年来更是连续八次入围世界杯决赛圈,这在世界范围内也仅有巴西、西班牙等少数几支强队能做到。

一般认为,成熟的职业联赛体系是韩国足球成功崛起的主要原因。韩国职业足球联赛(K联赛有超过30年的历史,不仅早于中国,也早于日本。职业联赛的实施,使得韩国迅速培养了一批高素质的足球人才。2002年韩日世界杯,让韩国迎来发展机遇,从政府到民间对足球的重视程度大大提升;而韩国历史性地打入四强,更使得足球上升为全民运动。据2008年韩国足球协会的大范围调查显示,当时韩国全国共有5333支球队,注册球员数量达到23.1万人,约占韩国人口的0.5%,这一比例远远超过中国。正是凭借数十年职业联赛积累的底蕴,过去5年间,韩国俱乐部球队连续5次打进亚洲冠军杯决赛。

在眼球就是经济的时代,韩国足球的巨大成功,在大幅提升韩国国家形象的同时,也获得了丰厚的经济回报。2002年韩日世界杯结束后,韩国方面统计,世界杯至少在投资和消费方面

为韩国带来了41亿美元的直接经济效益,相当于2001年韩国国内生产总值的0.74%,有力地推动了韩国经济的回升。再加上可能带来的出口潮、旅游潮以及一些附带商机,有分析认为,如将间接经济效益计算在内,将是上述数字的3倍多。而成熟的K联赛,也使韩国足球走上了良性循环发展之路。据亚足联2011年公布的数据,包括商业赞助、电视转播、球员转会费、门票等各类收入在内,韩国K联赛的年度总收入达到2.14亿美元,约相当于同期中超联赛的2倍。

随着韩国足球的冲出亚洲,韩国企业也把握商机走向世界。尤其是现代汽车,自2002年以来连续4届成为世界杯的官方合作伙伴,获得了不菲的回报。在2002年韩日世界杯期间,现代汽车借助世界杯唯一指定汽车赞助商的天赋优势,一举将现代汽车的品牌知名度提升了14%,销售量更是猛增30%多。在世界杯的助力下,现代汽车目前已经跻身世界前几大汽车厂商之列。

正因为足球经济的独特魅力,在当前韩国经济低迷的情况下,韩国国内对韩国队究竟能走多远的关心也是更甚于以往。韩国媒体预测,进入16强将成为韩国消费心理回升的转折点。按照韩国现代经济研究院的研究,根据2010年南非世界杯的经验,进军16强预计将为韩国带来约7亿美元的消费拉动效果。而这也将为当前

备受世越号沉船事故打击的韩国国内消费注入一剂强心针。

相对于本届世界杯的得失,一些分析人士更关注韩国足球未来的发展。不可否认,由于近年来韩国经济持续低迷,再加上韩国国内对足球关注度的下降,韩国K联赛正在遭遇前所未有的困难,这很可能会影响到韩国足球的长远可持续发展。

首先是由于资金有限,韩国职业联赛的投入远低于中国。而2013年广州恒大的亚冠夺冠已经证明了当前中韩球队的此消彼长。根据德国《转会市场》的数据表明,2014赛季中超整体投入超过40亿元人民币,这意味着16支球队平均每队投入2.5亿元,这一数字令韩国球队瞠目结舌。尤其从引援投入看,中超BIG4内外援投入是整个K联赛的7倍。恒大外援迪亚曼蒂一人的转会费(690万欧元),就高于K联赛4支亚冠球队的引援总投入。

其次是随之导致的韩国本土优秀球员的纷纷出走。过去韩国本土球员往往选择远嫁欧洲豪门,而近年来在中超土豪们的“金元攻势”下,韩国球员出现了“中国淘金热”。2014赛季中超将迎来历史上韩国球员最多的一年,但对K联赛则是釜底抽薪。有韩国媒体担忧称,长此以往,K联赛将远远落后于中超联赛,足以动摇韩国足球的根基。

除此之外,受到韩国棒球运动的挤压也是原因。过去数年间,棒球已逐渐取代足球成为韩国民众最喜爱的集体运动。在棒球的挤压下,韩国足球联赛的上座率和转播率均持续低迷,使得民众对足球的关注度远不如对棒球的关注度。目前韩国棒球职业联赛的年观众人数已超过700万人次,而K联赛仅有300多万人次。除了低下座率,韩国K联赛的转播率也是一大隐忧。目前K联赛的大部分赛事均没有电视直播,只能依靠网络观看。一旦韩国棒球联赛开始后,仅有的几场电视直播都有被取消的可能。

不过,虽然韩国俱乐部面临着中超土豪们的巨大压力,但从目前情况看,韩国俱乐部的大股东们并没有大幅加大对球队投入的想法。韩国足球的赞助商中不乏现代、三星、LG、GS等财力雄厚的财阀企业,尤其是当前三星集团正如日中天,旗下3家子公司都可以排进世界五百强,应当说资金也是异常充裕。相比之下,韩国足球显然更为理性。毕竟,在经过30年职业联赛的洗礼之后,韩国人已经明白足球是一场持久战,巨星策略和重金制度未必能笑到最后,关键还是在于本土球员的培养。而这或许也是身为全球第2大经济体的中国沦落至亚洲足球三流,而经济实力位居全球第15位的韩国却始终能傲立亚洲足球之巅的原因。

芮晓恒(财经撰稿人,常驻首尔金融业人士)