

网易指腾讯“抄袭” 互联网商战又起

专家指出,侵权纠纷背后是“创新力”角逐



□据 新华网

4月12日,网易指腾讯抄袭其“新闻客户端设计”掀起骂战。这令公众回想起一年多前腾讯和奇虎360的“3Q之战”。互联网行业的纠纷绕不开知识产权侵权之争,其最终考验的是互联网企业赖以生存的“创新力”。

1 互联网企业“抄袭”纠纷频发

4月12日下午,网易公司发布声明称,其新闻客户端产品在整体布局、跟帖页面、图片浏览页面等设计上遭到腾讯的抄袭,并要求腾讯将产品从苹果应用商店下架,否则将采取必要的法律措施。

腾讯公司随后回应,腾讯是最早推出客户端的新闻门户之一,4月11日发布的新版本在产品功能、交互设计和内容框架上“进行了大量的创新”。

记者采访发现,在苹果应用商店中文版排名中,目前网易新闻客户端是热门排序第一的新闻类免费应用,腾讯新闻 iPhone 客户端现居同类第三名,二者之间正在进行激烈的角逐。

此类“抄袭”纠纷在业内并不罕见,国内市值排名靠前的互联网上市公司中,百度、腾讯、新浪、网易、盛大、搜狐等都曾面临类似纠纷,或指责对方抄袭,或被指存在抄袭,

涉及产品包括网页设计、游戏、客户端及文字内容等。

除了此次“抄袭”纠纷,今年2月,搜狐公司也曾因节目被指盗用美国某知名脱口秀节目片头,由负责人通过微博向对方致歉。2011年1月,盛大旗下的麻球游戏宣称,腾讯游戏频道未经授权使用其游戏作品,并屏蔽了广告及链接,腾讯回应称系转载时编辑审核不严,紧急下架涉及的所有游戏。

国家知识产权专家委员会委员、上海大学知识产权学院院长陶鑫良认为,互联网上越来越多的知识产权纠纷乃至诉讼背后,其实是商业利益的角逐和市场份额的争夺,如果确属有关知识产权的纠纷,企业首先应当明确主张的是什么权利,进而在事实的基础上、法律的框架内处理纠纷,同时不能损害用户的权益。

2 纷争暴露企业“创新力”不足

业内人士认为,网易、腾讯两家公司在游戏、门户、电邮及移动增值业务上有很多重合,竞争由来已久,其间二者在很多业务的形态上,都曾借鉴过对手或第三方产品的设计。

华东政法大学知识产权学院教授何敏认为,目前,尽管仅仅依据用户界面、外观感受相似,还不能判断腾讯属于侵权行为。但在此次纠纷的背后,互联网行业必须认识到,“创新力”是企业的生命线,唯有创新才能够让企业在商战中立于不败之地。

“纠纷频发反映出国内互联网企业的确缺乏‘创新力’,行业龙头理应借创新带动整个产业的发展,但现实情况是,一些企业一直热衷于维护封闭的在线服务平台,对新出现的网络服务采取抄袭、借鉴的手法。”复旦

大学副教授朱春阳认为,在市场发展初期,模仿有一定必要性,但由于缺乏持续地创新,长此以往终将被取代,“创新力”不足是对互联网行业最大的打击。

据了解,2011年,谷歌公司预计获得专利数量超过20000件,几乎成为全球年度获得专利最多的公司,相比之下,中国互联网企业所获专利,与国外同行企业相比相距甚远。

拥有一定的行业地位后,互联网龙头企业有条件依赖庞大的用户量,对新的服务进行低成本的模仿,然而,长此以往只会造成企业竞争力减退。

互联网专家、上海交通大学媒体与设计学院学者魏武挥认为,模仿并不是国内企业独有的,但目前互联网行业更乐于追逐“短、平、快”的运作模式,缺乏进行长期战略规划和技术创新的动力是十分可怕的。

3 营造创新环境 培育创新市场

互联网时代酝酿新产品的周期很短,这和一般意义上产品更新换代周期较长形成了鲜明对比。有专家认为,互联网行业所催生的产品具有量大、面广和生命周期短的特征,引发的产品兴废与进退很可能在短期内就能完成,企业如果不能适应这种节奏必然被市场淘汰。

“随着我国知识产权保护机制的不断完善,‘拿来主义’是难以为继的,同时,互联网企业的竞争对手绝不仅仅来自国内,面对激

烈的国际竞争,缺乏创新驱动,企业将逐渐失去吸引力。”朱春阳认为。

国内网络新闻客户端大多借鉴了成熟市场的架构原型,但是互联网企业要谋求长远发展不能止步于此。魏武挥等专家认为,我国互联网行业有广阔的市场前景,要推动营造互联网行业的创新环境,除了细化法律法规,加强知识产权保护,还需要借助成熟的风险投资、商业运营和上市机制等,培育创新市场。

夏普

大晶彩

AQUOS Quattron 3D

夏普液晶电视

日本原装液晶面板

www.sharp-aquos.cn

LCD-70L64

贵宾尊享专线 400-018-1628 | 8:30-20:00 全年无休