

多个食品专利摘取中国专利金奖

2018年12月25日,由中国国家知识产权局和世界知识产权组织共同主办的第二十届中国专利奖颁奖大会在北京举行。“一种蝉拟青霉菌株及其应用”“一种浓缩苹果清汁大容量罐群低温无菌贮存方法”等多个食品领域专利项目跻身第20届中国专利金奖榜单。

本届大会共评选出中国专利金奖30项,中国外观设计金奖10项;中国专利银奖59项,中国外观设计银奖15项;中国专利优秀奖奖695项,中国外观设计优秀奖61项。据不完全统计,40项金奖项目从实施之日起到2017年底,新增销售额835亿元,新增利润139亿元,新增出口额186亿元,效益显著。

国家知识产权局局长申长雨在讲话时指出,自1989年以来,中国专利评选活动已成功举办20届,累计评选出近6000项创新质量高、运用效益好、示范效应强的专利项目,生动展现了改革开放40年,我国知识产权事业发展的质量导向、质量追求和质量成效。他认为,当前全球新一轮科技革命和产业变革正在加速兴起,创新引领发展的趋势更加明显,专利作为创新成果的重要体现,专利制度作为激励创新的基本保障,正在发挥着越来越重要的作用。

越重要的作用。

“中国在知识产权领域表现卓越。”世界知识产权组织总干事弗朗西斯·高锐在给大会发来的视频中如此评价中国近年来在知识产权领域所付出的努力和取得的成绩。“2017年,全球知识产权申请数量创新高,知识产权申请量增长背后的推动力量正是中国。2017年,全球共提出约317万件专利申请。其中,由中国企业和个人科研院所和大专院校提出的申请达到138万件。与其他国家相比,在知识产权申请数量上,中国遥遥领先。同样在商标领域,也看到了类似的情况——全球商标申请量大幅跃升30%,达到1240万件,其中有570万件来自中国。外观设计也是如此,中国是申请量最大的。全球共提出了124万件申请,其中近63万件是由中国提出的。”

与以往不同的是,本届中国专利金奖榜单上,多个食品专利上榜。主要包括:浙江泛亚生物医药股份有限公司陈祝安、孙长胜等人完成的“一种蝉拟青霉菌株及其应用”;烟台北方安德利果汁股份有限公司、中国农业大学的倪元颖、张辉等人完成的“一种浓缩苹果清汁大容量罐群低温无菌贮存方法”;浙江大学、浙江新和成股

份有限公司、北京化工大学的尹红、陈建峰等人完成的“一种连续化稳定维生素A微胶囊制备方法”以及江苏泊尔家电制造有限公司邱清山、刘一琼等人完成的“煮饭器和用于煮饭器的盖体组件”等。值得关注的是,正是高校、科研院所与企业的紧密对接,才成就了这些高含金量的专利成果。

浙江泛亚生命科学研究院研究员陈祝安、浙江泛亚生物医药股份有限公司董事长孙长胜在获奖后难掩兴奋之情。孙长胜表示,“一种蝉拟青霉菌株及其应用”获得中国专利金奖,既是对像陈祝安这样老一辈科学家科研精神的褒扬,也是对企业将科研成果落地的最好肯定。这让浙江泛亚生物医药股份有限公司这样的科技型企业,在未来道路上对用科技撬动产业发展充满信心。陈祝安,这位早在1978年就曾获得全国科学大会个人重大贡献奖、享受国务院特殊津贴的科学家,从上世纪80年代起就致力于对我国传统名贵中药材蝉花虫草(蝉拟青霉菌)的人工培养,并取得突破性进展。从蝉花临床应用研究、新资源食品开发,再到分子生物学研究,40年的潜心研究,让我国的蝉花基础研究和应用研究都实现了

质的飞跃。对此,陈祝安深有感触,唯有产学研结合起来,才能让科研成果真正落地,才能实现更大的经济效益和社会效益,为更多人的健康带来益处。“此次中国专利金奖的获得,是对一个团队科研创新能力的最大肯定和鼓励。”陈祝安说。

国家知识产权局副局长贺化、何志敏、张茂于,世界知识产权组织中国办事处主任陈宏兵共同为第二十届中国专利奖获奖代表颁奖。中国工程院院士、中国矿业大学(北京)教授彭苏萍,珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠等作为获奖代表在大会上作了发言。

董明珠认为,伴随着全球竞争的加剧,知识产权已成为关键竞争力,专利也已经成为全球贸易竞争的主要攻击手段,甚至成了企业生存发展的绝杀武器。可以说,拥有专利的多少间接反映了一个企业的创新能力。近年来,格力电器实现跨越式发展,与其建立起来的强大的专利体系不无关系。专利是决定企业核心竞争力的重要指标,保护专利就是保护创新,而创新决定企业成败,企业成败又直接影响经济发展全局。“自主创新能让一个企业在激烈的市场竞争中保持优势,而知识产权保护则考验

着企业守护创新成果的能力。锻造自主创新的实力,完善知识产权的管理,‘两条腿’同时发力。只有这样,全球才会有越来越多的消费者,深刻感受到中国创新、创造美好生活的初衷和努力,爱上中国制造。”董明珠感慨地说。

申长雨指出,2019年,国家知识产权局将着力抓好以下几个方面的工作:一是坚定不移推动高质量发展;二是进一步完善相关法律制度,积极配合做好专利法修改,引入侵权惩罚性赔偿制度,大幅提高侵权违法成本等;三是持续提高专利审查质量效率;四是加大专利保护力度,认真落实《关于对知识产权(专利)领域严重失信联合惩戒合作备忘录》;五是积极促进知识产权运用,继续深化知识产权权益分配改革;六是改进专利管理,结合机构改革,促进专利和商标、地理标志等综合管理;七是积极推进知识产权国际交流合作,深化“一带一路”知识产权务实合作。“未来,还将加大重大科技项目知识产权核心评议工作。在发达国家,对重大科技项目通常都要进行知识产权分析评议工作。实践证明,通过这一举措,可以有效提升研发效率,缩短研发时间。”申长雨如是说。

(食品伙伴网)

生鲜超市：风口上更要精耕细作

如果说有什么行业一直处于风口之上,生鲜超市可能是第一选择,这一业态紧扣“社区”和“生鲜”两个流量关键词,不管线上还是线下都有着极强的吸客能力和极高的复购频次。北京零售市场上,本土连锁品牌基本都孵化了专门的生鲜超市,比如京客隆的京捷生鲜、城乡仓储超市的118鲜时汇,相当于生鲜超市里的“富二代”;有些则专注于做生鲜超市,比如首航超市;还有的仅以业态划分共享同一品牌,比如超市发。在讲究功力的生鲜超市领域,外资零售几乎全方位让步于本土零售,后起之秀也不多见。

生鲜时代来临

位于丰北路的首航超市58店刚刚完成新一轮改造,改造后的门店增加了加工日配商品,并且给予了丰富的面积用以陈列和售卖;原有的蔬菜水果肉类区域基本保持不变;包装商品升级换代最明显,大概2500个商品遭到了汰换;日化、烟酒类商品也明显大不相同,

全国乃至世界各地的商品出现在货架上。首航超市营运总监石君磊向北京商报记者介绍,改造至今差不多一个月时间,销售额和客流有了明显提升,前者大约增长5%,日均增加1万多元,后者日均增长300多人。

首航超市是专注于社区生鲜的一家北京零售企业,过去20多年时间里一直在摸索北京本地的生鲜消费习惯,首航超市每天服务10万名消费者,在过去的若干年里,传统的红蓝配色招牌是不少老小区居民熟悉的标志,不过近两年越来越多的绿色系首航超市出现在老百姓身边。首航超市已经有不少门店升级改造为绿色系的sofly门店,比如丰北路店、鲁谷店,之前的门店LOGO和招牌带有工业时代的特征,现在进入生鲜时代,sofly门店有明显的田园化特色。事实上,几乎所有专注于生鲜的超市品牌都在以绿色系来宣告自己的主营业务,比如永辉绿标店bravo YH、京捷生鲜、超市发、物美旗下的品超市,而这也从侧面反映出,生鲜时代已经来临。

石君磊向记者介绍,首航超市成立初期并没有生鲜商品,从1995年开设第一家门店到2000年,只有包装商品,2000年以后才引入生鲜,但当时全部是联营商品。2000-2008年,首航超市从联营生鲜转换为自营生鲜,并且逐年扩大生鲜自营规模,直至全部实现自营;2009年首航超市将产地直采提上日程。通过多年的基地建设、物产普查,目前首航超市80%的生鲜产品来自于产地采购。

生鲜解决了初级食材的问题,从2012年至今,首航超市将生鲜经营的重点放到了以家庭为角色的日配商品上,比如日料、便当、炒菜、主食等。所有生鲜商品围绕一家一顿饭的用量,引进国际先进的包装设备,对产品进行相应的粗加工,能够让顾客节省挑选时间和粗加工制作时间。“58店调整一个月,加工日配部门的销售额提升了5%左右。”同时,零食、日化等品类的进口商品成为超市内更常见的商品。首航超市58店将网红商品、新潮商品引入门店,取代了常见的快消品品牌。

“富二代”玩家入局

逐步推进产地采购是生鲜超市的理想步骤,这源于越来越多的生鲜消费需求。据尼尔森对亚太零售的研究,亚洲消费者食品账单50%以上的花费在生鲜上。数据显示,2017年中国生鲜市场交易规模达1.79万亿元,同比增长6.9%,这是继2013年以来连续保持6%以上的增长,2018年生鲜市场交易规模预计将达1.91万亿元。未来几年,生鲜市场仍将保持持续稳定的增长。

除了生鲜市场规模吸引更多的选手入场,另一方面,北京零售市场受到城市规划的影响,在疏解整治过程中,原来的蔬菜水果摊贩逐渐消失,也需要更多的连锁化、品牌化企业来填补市场空间。但是,能兼顾食品安全和价格水平的生鲜运营并非易事,这需要企业在蔬菜水果的供应链方面有所积累。既能保证品质又能控制价格的产地直采是生鲜超市的壁垒级优势,所有有志于此的企业都希望建立起直采通道,但

这对门店规模有要求,毕竟只有几家门店是承担不起直采成本的,也无法将价格做到足够有竞争力。因此,在目前的北京市场上,即使是刚加入生鲜超市行业的京捷生鲜、品超市、118鲜时汇,也并非纯新人出道,而是由原有的零售集团衍生出来的品牌,背后资源丰富。

社区生鲜超市118鲜时汇背靠城乡集团,目前已经开出将近20家门店,与原有的118生活汇超市差异化运营,旨在为顾客提供高品质、高鲜度的生鲜产品,满足社区居民一日三餐的生鲜产品需求。京捷生鲜是京客隆对原有社区便利店进行升级改造后的一个新业态,主要经营蔬菜、水果和肉类等生鲜商品,据北京商报记者了解,京捷生鲜目前已经改造完成21家,力争三年内达到朝阳区每个街道至少设置2个网点,总量达到100家的发展目标。今年6月,物美集团与北京菜篮子集团宣布,双方将在朝阳、通州、亦庄、旧宫的30家店进行合作,并于2018年6月底前以“品超市+菜篮子+多点”创新模式率先开出8家店。

> > 下转 13 版