

安卓机刘海屏算抄袭吗？

法律界人士：苹果享专利优先权

新年后的第一个月，国产手机发布热潮来袭。在MWC 2018展会上，华硕发布了ZenFone 5Z，领歌展示了Leagoo S9 Pro，3月份集中发布的还有OPPO R15、华为P20、LG G7、vivo X21、小米7，众多安卓厂商纷纷推出新设计的全面屏手机。

不过，从已经曝光的谍照来看，这一波新机无一例外齐刷刷装上了刘海屏，甚至有小众厂商打出了“安卓版iPhone X”的口号。对于舆论热议的抄袭iPhone X的话题，部分厂商拿出技术专利文件以示清白。

不过，相关法律界人士表示，苹果享有专利优先权，如果认定其他厂商抄袭，可以发起专利无效诉讼。

部分厂商国内专利申请先于苹果

2016年11月1日，苹果公司提交了iPhone X外形专利申请，虽然申请文件并没有实物照片，但是设计图明晰清楚，尤其是在说明中，指出了透明区域（主要指屏幕区域）后，iPhone X的外形设计一览无遗。不过，由于专利申请具有地域性的特点，美国申请的专利只对美国境内有效，如果想要在中国得到专利保护，则需要在中国再次申请专利。于是2017年4月28日，苹果公司在中国也提交了iPhone X的外形专利申请。

美国与中国申请时间相差了半年，这半年的滞后期，安卓手机市场风云变幻，仅仅在2017年1月，就有两家手机厂商递交了“刘海屏”的专利申请。其中一家申请人为北京小米移动软件公司，在1月23日递交了一份全面屏手机的专利申请，描述为：“在屏幕中的图形用户界面，整机正面除听筒、摄像头和光线传感器区域外，其他区域均为信息显



示区域。”听筒、摄像头与光线传感器的位置为屏幕正上方，也就是“刘海”。

另一位申请人为广东欧珀移动通信有限公司（主营产品：OPPO），其在去年1月9日递交了两份显示屏申请，这两份申请包含多个设计款式，沿边裁剪出长方形区域、三角形区域以及单独在屏幕中镂空出长方形区域等等。这份专利申请显示了OPPO对全面屏布局的思索过程，刘海屏仅为其中一款。

vivo主体公司维沃移动通信有限公司在去年8月申请过顶端带缺口的一种显示屏及移动终端，并于今年2月获得专利，而华为并没有检索到相关信息。

苹果享有专利保护优先权

小米与OPPO分别于去年1月

申请，7月获得知识产权局授权；苹果于去年4月申请，去年12月19日获得专利授权。拥有时间上的优势，是否就意味着安卓手机并不存在侵权风险呢？答案是否定的，在苹果的专利授权上，可以看到一串优先权数据，记录着专利第一次申请的日期、专利号和国家。

根据《专利法》第二十九条，申请人自发明或者实用新型在外国第一次提出专利申请之日起12个月内，或者自外观设计在外国第一次提出专利申请之日起6个月内，又在中国就相同主题提出专利申请，依照该外国同中国签订的协议或者共同参加的国际条约，或者依照相互承认优先权的原则，可以享有优先权。

中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧认为，“苹果同

步申请了优先权保护，其在国内的专利申请日可同美国一致”。也就是说，苹果iPhone X的外形专利在中国的有效期，从2016年11月1日起计算。

如果苹果认为安卓机的刘海屏侵犯其专利，可以发起相关诉讼。“一旦外观设计专利发生纠纷，按照谁先申请谁先获得授权，谁优先受到保护的原则，如果有厂商认为对方专利有侵权的嫌疑，可以主动发起专利无效的程序。”不过，上海段和段律师事务所合伙人刘春泉说道，目前在国内外，手机厂商间外观设计专利纠纷不多。

刘海屏相似并不等同于抄袭

“刘海屏”是设计革新还是全面屏配件的革新，可能是两个问题。如果屏幕配件厂商或供应商已就

异形屏设计申请了专利，那么，不论哪家手机厂商使用该配件，自动就获得了许可授权。李俊慧认为，如果是手机厂商申请的手机外观设计，那么，从已有的公开照片来看，在刘海处及底部都有不同程度的区别，能否认定构成侵权，尚需进一步判断。

目前，舆论给诸多安卓厂商扣上了“抄袭”帽子，对此业内人士为安卓厂商叫屈。“在没有更好的技术方案之前只能接受不完美，刘海那里有很多被集成的传感器，全面屏几乎无法绕过这个刘海设计。”一名产业人士表示，刘海区主要有摄像头、听筒和传感器，听筒可以通过骨传导解决，但是光线传感器、摄像头改到下方比较困难，尤其是摄像头，移到下方并不符合用户的使用习惯。

“屏幕在不同阶段的形态选择，还是要综合消费者的需求和当时的技术实现能力而定。目前而言，OPPO R15不一定是最优秀的全面屏手机，但却是现阶段最好的全面屏。”OPPO相关人士表示，为了追求更高的屏占比，摄像头、听筒的位置更小，屏幕整体可以呈现不规则形态。OPPO还在2016年11月份申请了屏内挖孔的异形专利，屏占比接近100%，同年，还申请了旋转、弹出摄像头等相关全面屏专利，整机几乎全屏。OPPO相关人士表示，公司在屏幕发展上布局了很多解决方案，今后会根据市场反馈和供应链技术支持情况选择合适的方案。

“我们都知道异形全面屏能一定程度上提升屏占比，但是，在iPhone X的用户接受这种设计前，我们不敢冒险推出这样的产品。”一位中国厂商负责人接受外媒采访时表示。（戚夜云）

流量漫游费取消

地方运营商竞争从区域转向全国

连续两年，提速降费在李克强总理所作的《政府工作报告》中被重点提及；连续两年，取消漫游费都被作为推进提速降费工作的重要内容。去年，取消了手机语音国内长途和漫游费，今年，则是取消流量漫游费。

对于通信行业来说，存在了24年的漫游费将就作古。毫无疑问，漫游费的取消将使广大手机用户受益，运营商套餐更加简洁明了，同时也不用再为“本地流量用不完、全国流量不够用”这样的尴尬而烦恼。

不过，在现今如今的流量消费时代，运营商普遍将本地流量作为在区域市场竞争的杠杆，现在没了它，运营商需要寻找新的竞争砝码。

这一次，运营商响应极其迅速

3月5日，国务院总理李克强在十三届全国人大一次会议政府工作报告中提出，今年将取消流量漫游费，移动网络流量资费年内至少降低30%。

第二天，工信部就向外界发布了取消流量漫游费的时间表，称用户能在今年7月1日前享受到这一红利。与此同时，三大运营商也纷纷表态，称坚决落实国家“提速降费”政策要求，确保相

关举措全面尽快落地实施。

实际上，运营商的响应速度比外界想象的要快。在一些地方，运营商已经开始行动，对套餐进行升级，套餐内包含的全部为全国流量，从而取消流量漫游费。

中国电信上海公司率先出招，将本地流量不限量套餐全面升级全国流量不限量。

此外，其他地方的一些运营商近期也都新推了全国流量不限量套餐。运营商和互联网企业合作打造的互联网手机卡，如腾讯王卡，其日租流量也从省内升级为全国。

用户、互联网企业享受红利

去年全面取消手机语音国内长途和漫游费，三家运营商提前1个月完成了目标。对于这一次取消手机流量漫游费的要求，外界分析运营商同样会提前完成任务目标，让用户提早获益。

电信专家马继华认为，流量漫游的存在限制了异地使用的活跃度。今后资费的进一步降低，一方面让用户可以少付费用，另一方面用户可以多享受服务，能够在原有的消费金额内使用更多流量。

在电信业资深分析师付亮看来，此番取消流量漫游费的受益人群虽然广泛，但受益幅度有限，

这是因为目前大部分用户都是在省内使用流量，或者省内流量使用量大于全国流量使用量。

一直以来，为了争夺区域市场，地方运营商推出了以本地流量为主的优惠套餐，满足了这些主要是在省内使用流量的用户需求。现在随着本地流量的“消失”，这些地方优惠套餐将难以存在。付亮认为，受益最大的人群是那些对语音需求较小的，且之前申请了资费档次较高的全国流量套餐用户，他们可以更换选择月费低得多的套餐。

当然，随着流量漫游费的取消、资费进一步走低，受益的不仅是用户，还有互联网企业。马继华表示，降费举措的最大受益者是互联网企业，尤其是腾讯、阿里巴巴为代表的电子商务和新零售企业，他们会收割流量红利。“流量降价后，VR、AR等新兴技术也能更好地融合到手机应用中去。”马继华说。

竞争形势或更复杂

几年前，在4G时代来临之际，三家运营商都推出了全国版套餐，套餐内所包含的流量都是全国流量。不过，为了提升在区域市场上的竞争力，省市级运营商都在全国版套餐基础上叠加本地流量，借此来吸引用户。

现在随着流量漫游费取消，本地流量这一调节杠杆将消失，这给市场竞争带来变局。比如在北京市场，北京移动将不仅面临着北京电信、北京联通的竞争，还会面临着其他省份移动、电信、联通公司的竞争。因为套餐内的语音和流量都是全国性质的，如果其他省份的运营商推出了一款性价比超高的套餐，北京的用户完全可以购买使用。在这种情况下，区域通信市场上的主要竞争主体从三家变成了数十家，地方运营商面临的竞争也从区域性转向全国性，市场竞争会变得更加激烈。

当然，三家运营商集团公司或许会通过全国统一定价的方式，来避免这种状况的出现。但是，因为不同地方经济发展水平、消费水平不一致，全国统一定价的模式又有可能让某些地区的用户受益较小，也导致省市级运营商的套餐调整能力变弱，市场反应速度下降。那么在这种情况下，省市级运营商又需要寻求新的竞争杠杆，来提升自己在区域市场的竞争力，这是很现实的问题。

目前来看，融合套餐或许不是不错的手段，省市级运营商不仅是比拼全国流量，而且可以借助宽带业务、视频业务等来体现差异化和自己的竞争优势。（钱立富）

联想回应 摩托罗拉手机裁员 称系常规调整

本报讯 近日，有多个消息称，联想集团旗下摩托罗拉移动公司，将在美国芝加哥总部裁员一半。

据报道，摩托罗拉在芝加哥总部的团队，主要设计开发Moto Z模块化手机，由此，消息人士表示出对模块化手机项目前途的担忧。

《每日经济新闻》记者向联想集团求证了上述消息的真伪，并获得独家回应。

联想方面称，裁员消息并不属实。摩托罗拉正在根据新一年业务计划进行常规组织架构和人员调整。摩托罗拉业务将坚持技术创新及以客户为中心，为用户提供更多更好的手机使用体验。

联想方面同时表示，第三财季，联想集团移动业务在拉美市场营业额年比年提升37%，联想手机销量同比增长24%。目前，摩托罗拉各项业务正常开展，新品会陆续推出。联想移动业务中国区也正在计划发布新品手机，并将很快投入市场销售。

（刘春山）