

企竞中心每日资讯

2022年11月23日
星期三
第1753期/共1753期

【参考信息】

一年开出23家会员店，麦德龙按下加速键……………p2

北交所开市周年盘点：近四成上市企业为专精特新“小巨人”……………p4

中国专利申请数全球居首，知识产权如何“量质齐升”……………p5

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电话：021-51313680 4000092877

传真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

一年开出 23 家会员店，麦德龙按下加速键



上海的消费者们终于等到了期待已久的麦德龙首家会员店。11月19日，麦德龙沪太路会员店开业，这是麦德龙在一年内开出的第23家会员店。3年前，物美收购麦德龙中国，这家老牌跨国零售品牌在中国市场的发展，就按下了加速键。先是将其入华后第一家门店做了会员制改造，打造成全国首家新概念商场。2021年11月，麦德龙进行了品牌升级，从此前主要服务B端客户，升级为同时服务于B端客户和C端会员的运营模式。当月，麦德龙还在10座城市同时开出18家门店。

今年3月，物美科技发布招股书显示，2020年4月23日至2020年12月31日，麦德龙中国为物美科技贡献了144.81亿元营收，占当年全部营收近四成。为中国市场制定了相对积极的投资和增长计划，今年年底前，将在北京新开1家会员店，届时麦德龙会员店的数量将达到24家。进入中国的第26年，麦德龙在加速晋级。

TO B 到 TO C

初入中国时，麦德龙与很多国内零售商“长得很不一样”，仓储式、企业会员制的对公服务，在国内是个新东西。当时延续了欧洲的“限购自运”模式，主打B2B服务。之后很长一段时间，麦德龙积累了庞大的商业客户资源与服务经验，在规模化采购、品质管控方面建立起壁垒。

目前，麦德龙中国拥有1万多名员工，20多家专业客户，包括外企、国际幼儿园等，在中国经营的国际连锁、五星级酒店，八成是其客户。此外，麦德龙还是诸多国际重大赛事及会务的服务商。随着业务积累，麦德龙察觉到了中国市场的变化。

一是用户变化。麦德龙的业务中，六成来自于C端个人消费者，已覆盖60座城市2000万会员，大部分是家庭客户。二是服务要求在提高。消费者的关注点从食品安全进化到生活品质，对商品的需

求从性价比升级成高质价比，对服务和体验的需求也越来越多，比如需要到家服务，电商采购等。为此，麦德龙在去年进行了一次战略升级，从此前主要服务 B 端客户，升级为同时服务于 B 端客户和 C 端会员的运营模式，服务聚焦三个层次：安全可靠、省心简单与生活提案。

会员制改革

有研究数据显示，中国新一代中产阶级家庭差不多 3300 万左右，这部分消费者，是麦德龙的专注目标。因此，麦德龙转变的第一步，是升级门店。比如在门店设计方面，麦德龙一改往日服务 B 端的大仓库式卖场设计，改为更明亮、活泼、贴近 C 端消费者的风格，部分门店还增设了咖啡吧和儿童乐园。在产品结构上，麦德龙突出两个新特点。首先是精选 SKU。

新会员店内，麦德龙缩减了 SKU，将数量控制在 4000-8000 余种。以前采用“人找货”的购物方式，开放 1-2 万 SKU。现在精选商品，对消费者进行推送，有效降低会员决策成本。消费者可以在会员店发现其他地方买不到的东西，这些都是麦德龙专供星级酒店的，比如宜客的 3KG 大桶冰淇淋、进口牛肉、进口三文鱼、扬州猪肉大包等。

一些自有品牌，是根据消费者的实际需求开发的。在品类制定上，一部分做加法，提供高品质、高价值、高功能的产品，比如将花胶鸡汤制作成预制菜，方便用户简单加热即可享用。一部分做减法。陈志宇表示，对于一些网红、高溢价产品，麦德龙会以自有品牌方式推出“平替”。比如一款贵价冰激凌，麦德龙的自有品牌找到国内一线品牌合作，价格不到前者一半。目前，麦德龙的在售商品里，超过 40%是进口和自有品牌，未来这部分占比将提升至 50%。其次，麦德龙的 SKU 讲究“好价格不需要大包装”。

在很多人印象中，会员店、仓储式意味着“大包装”，但麦德龙不是。陈志宇告诉记者，麦德龙的 B 端业务是大包装，但中国家庭 3-4 人的家庭结构，大包装吃不掉也难存储，“量大价优”不一定要通过大包装来实现。

长期服务 B 端客户积累的优势，使我们有足够的采购量，集中履约降本增效，在 C 端业务中，可以在不扩大包装的情况下，保持较高的性价比。升级版的会员店，将是麦德龙接下来的重点。新增付费会员客单价、返店率，以及进口和自有品牌销售的占比，都得到了成倍提高，目前麦德龙付费会员数已超 300 万。

加码数字化

在麦德龙的晋级中，数字化是重点。物美收购麦德龙中国后，打磨出零售联合云，使得数字化线上运营、门店履约一体化、店内智能购方案、门店店务的全流程数字化、供应商采销平台及电子签章的应用、食品配送和福礼平台的系统升级等，都实现了数字化转型。

数字化过程中，麦德龙在消费者端实现了全渠道销售超过 200%的增长，后台履约效率也在提高。比如，麦德龙的 App 搭建，内部只用了 4 周时间。目前，麦德龙中国所有门店均已上线多点智能购业务。麦德龙的数字化在加速，对数字化的理解也在加深。麦德龙一直在思考零售业数字化的目的是什么？不是为了表格上打个钩，强调“我今天数字化了”。

数字化的背后，一是在消费者端提供更好的多渠道服务，提高触达消费者的效率。二是内部效率端，降低信息在企业内部流通的成本，降低企业做出决策的成本。这两个成本是企业效率的核心，数字化的本质是工具。数字化本身解决不了零售企业今天碰到的问题。

零售企业今天碰到的问题是和消费者需求脱节，如何从一个“供给方”为主导的市场，转化到以“需求方”为主导的市场。在内部机制方面需要做大量工作，而不是用一套系统或者一个数字化的 Campaign 能够取代的。内部的组织和商业模式的调整，是数字化必备的环节。

传统商超的客单价是 70-90 元，会员制超市的客单价在 600-1000 元，当中 10 倍的差异，意味着还有足够的空间去开拓。陈志宇表示，规模优势、客群基础、覆盖范围、TO B 供应链的弹性是麦德龙的优势，接下来需要在用户教育和用户消费升级方面下功夫。麦德龙、山姆、Costco、家乐福会员店等，中国市场的付费会员店品牌正在增加。业态受关注是好事，因为传统零售关注费用率，会员店更关注消费者体验。会员店在持续增长，参与者还有很长的路要走，才能慢慢学会顺应这种业态下的经营模式。

【参考信息】

北交所开市周年盘点：近四成上市企业为专精特新“小巨人”



时值北交所正式开市一周年，近日，上奇产业研究院发布《投资指南——北交所上市公司精准画像（123 家）》研究报告（以下简称“报告”）。报告显示，从 2021 年共 81 家首批上市公司到 2022 年的 123 家（截至 11 月 15 日），北交所已成为创新型中小企业融资的重要平台。

报告显示，截至 2022 年 11 月 15 日，北交所上市企业中近四成入选国家级专精特新“小巨人”，共有 60 家省级专精特新企业、107 家高新技术企业。上市企业的平均成立年限为 19 年，从成立到上市平均需 17.3 年；平均注册资本 1.4 亿，平均市值为 16 亿元，其中大部分集中在 5-8 亿元的区间。在地域分布方面，上市企业在全国 24 个省份均有分布，数量最多的三个省份分别为江苏省（21 家）、广东省（15 家）、北京市和山东省（均 12 家）。聚焦细分领域，电子信息行业企业备受资本青睐。

报告显示，北交所上市企业主要集中在电子信息、装备工业和科技服务行业。近五年（2017年01月01日至2022年11月15日），北交所上市企业共发生311起融资事件，其中电子信息、装备工业和科技服务行业的融资事件最多，分别发生融资127件、85件和79件。从融资事件的区域分布上来看，近五年北交所上市企业的融资件数集中在江苏省（58件）、广东省（48件）和山东省（31件）。

从保荐机构来看，北交所上市企业背后共有47家券商参与保荐业务，其中，中信建投成功保荐14家企业上市，是成功保荐北交所上市项目最多的机构。作为资本市场服务创新型中小企业主阵地的主阵地，北交所上市企业数量的增加，从侧面印证了中小企业创新能力的持续提高。

截至2022年11月15日，北交所上市企业共有8895件授权专利，其中发明专利1465件，占比为16.47%；实用新型专利6299件，占比为70.82%；外观设计专利1131件，占比为12.71%。其中电子信息行业的授权专利数量最高，为445件。

北交所上市企业共参与国家标准制定330项，占比61.80%；其次是团体标准143项，占比26.78%。集中分布在纺织工业、电子信息和装备工业行业，分别发布标准194个、60个和42个。从中小企业具体的创新能力来看，贝特瑞、颖泰生物和创远信科发明专利授权量较多，分别为160件、98件和66件；中纺标、同力股份和球冠电缆参与制定国家标准数量较多，分别为71个、22个和21个。

北交所开市一周年来，始终坚持错位发展，突出特色，充分发挥“龙头”撬动和“反哺”作用，不断强化与全国股转系统创新层和基础层的制度联动，激发市场整体活力，努力打造服务创新型中小企业主阵地，更好地服务实体经济高质量发展。

【参考信息】

中国专利申请数全球居首，知识产权如何“量质齐升”



随着我国研发费用的投入及高新技术的发展，中国专利量质齐升。世界知识产权组织（WIPO）最新发布的 2022 年《世界知识产权指标》（WIPI）报告（下称“报告”）显示，与以往经济衰退的趋势相反，在 2020 年的新冠病毒大流行高峰期，知识产权申请量依然强劲，并在 2021 年实现飙升。

2021 年，全球专利、商标和外观设计的知识产权申请量创下新高，展现了全球创新生态系统在新冠病毒大流行期间的韧性。报告汇编了大约 150 个国家和地区知识产权的最新数据中，中国的专利申请量大幅增长。WIPO 总干事邓鸿森说：“WIPI 的最新数据显示，知识产权申请量持续不断地增长，主要是由亚洲的增长所推动，其他地区也大多呈上升趋势。”

世界知识产权组织仲裁与调解中心仲裁员、调解员，近年来中国专利申请持续增长，有效专利数量加速增长，高价值发明专利创造和储备不断加强。这些数据反映了我国强化知识产权保护和运用，扎实推进知识产权强国建设取得的成果，知识产权从追求数量到追求质量，实现了量质齐升。随着创新型国家建设步伐加快，中国创新主体创新成绩也得到了国际组织的认可。

中国专利量质齐升

当前，中国正在从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变，知识产权工作正在从追求数量向提高质量转变。报告显示，2021 年，世界各地的创新者提交了 340 万件专利申请，同比增长 3.6%，亚洲各主管局受理的申请量占全世界总申请量的 67.6%。中国（+5.5%）、韩国（+2.5%）和印度（+5.5%），2021 年当地专利申请量增长强劲，推动了全球专利申请量的增长，促使亚洲申请量所占份额超过了三分之二的门槛。美国（-1.2%）、日本（-1.7%）和德国（-3.9%）的当地专利申请活动量在 2021 年有所下降。

在 2021 年全球范围内的总共 340 万件专利申请中，中国国家知识产权局在 2021 年受理了 159 万件专利申请，这一数量与排名第二至第十三的 12 个主管局的总和相近。主要受中国长期增长的推动，亚洲各主管局在 2021 年受理的申请数量占全世界申请总量的三分之二（67.6%），相比 2011 年的 54.6% 有显著增加。全球有效专利数量在 2021 年增长了 4.2%，达到约 1650 万件。中国的有效专利数量达到 360 万件，超过美国成为 2021 年有效专利数量最多的管辖区域。专利的价值核心在于市场价值。

今年颁布的首届世界知识产权组织（WIPO）“全球奖”，5 家企业从 62 个国家的 272 家申报企业中胜出，两家中国企业捧得奖杯。获奖企业之一——上海科技企业上海芯龙光电，也是专精特新“小巨人”企业。芯龙光电副总经理魏民表示，作为一家年轻的企业，知识产权能让他们有更大的视野和更高的追求。自 RCEP（区域全面经济伙伴关系协定）生效实施以来，他们更是在这些国家和地区收获了爆发式增长。就在刚结束的第五届进博会上，魏民他们就在集成电路专区找到了半导体老牌供应商德州仪器，在服贸展区对接了软件供应商，还在汽车展区与各大汽车品牌学习交流。高科技企业对专利的重视也体现在了数据上。

根据此前公布的 WIPO 及相关数据，当前，每三项发明中就有一项与数字技术相关；过去 5 年，人工智能、大数据、云计算、物联网等与数字化相关的创新专利比所有其他专利的增长速度快 170%。数字经济已成为世界和中国经济发展的重要引擎，分别占到全球 47 个主要国家经济体量的 45.5% 和中国 GDP 比重的 39.8%。作为知识产权高质量发展的几项重要指标，《知识产权强国建设纲要（2021-2035 年）》提出，到 2025 年，我国专利密集型产业增加值占 GDP 比重达到 13%，版权产业增加值占 GDP 比重达到 7.5%，知识产权使用费年进出口总额达到 3500 亿元，每万人口高价值发明专利拥有量达到 12 件。

完善知识产权保护

就在今年9月发布的《2022年全球创新指数报告》中，中国的排名从2021年的12位升至全球第11位。邓鸿森说，中国取得的成绩显示了国家将创新作为增长引擎，给予大量关注的结果。中国政府非常重视知识产权，有五年的战略计划，能够协调知识产权政策制定，中国以非常全面的方式创建创新生态系统，这是中国成功的一个重要因素。

近年来我国加强知识产权的保护工作。尤其是2018年以来，知识产权惩罚性赔偿制度的法律修订和政策制定工作已加速推进。

2019年修正的《反不正当竞争法》、2020年修正的《专利法》《著作权法》等知识产权部门法均增加了惩罚性赔偿条款。2020年公布的《民法典》规定了知识产权惩罚性赔偿制度，标志着惩罚性赔偿在知识产权领域实现“全覆盖”。

2019年4月23日公布的《商标法》修改决定中，明确将恶意侵犯商标专用权的赔偿数额，由修改前的三倍以下，提高到五倍以下，并将法定赔偿额上限从300万元提高到500万元，惩罚性赔偿额度达到国际较高水平。

在此基础上，2019年的《关于强化知识产权保护的意见》进一步提出，加快《专利法》《商标法》《著作权法》等的修改完善，大幅提高侵权法定赔偿额上限，加大损害赔偿力度。而在《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》中，除了行政保护方面的内容，提出全面建立并实施知识产权侵权惩罚性赔偿制度，加大损害赔偿力度。高科技企业也在多个场合强调知识产权的重要性。作为全球最大的通信设备供应商，华为在2021年的PCT申请量就接近7000件，创下PCT的历史最高，并连续5年稳居全球第一。

在2022年全球创新指数发布会上，华为知识产权部部长樊志勇向邓鸿森以及全球观众分享观点时表示，主张加强知识产权保护，创新是一项冒险的工作，也是一项长期投资。一旦投资，必须等待多年才能获得回报，所以，没有良好的知识产权保护机制，创新就无法持续。

如果一家公司开发的产品很容易就能被其他公司复制，那么所有人都会选择用更低的成本去复制现有技术，而不是去投资超越现有技术的更好的产品。如果公司不能收取专利许可费来弥补他们用于研发开放标准的数十亿美元投入，那么就没有公司愿意投入，因为这样就基本意味着，把你最好的技术贡献出来，让所有人免费使用。可以说，如果不能有效地保护知识产权，就是在剥夺用户使用更好的技术的权利。

和欧美国家相比，我国知识产权的质量还有不足。建设知识产权强国，不仅要有数量上的优势，还需在一些关键领域有优势。未来知识产权的质量发展将是核心，通过建立知识产权保护机制、加强知识产权的保护，营造全社会对优秀知识产权尊重的态度，全面推动和提高我国知识产权的质量。

我国企业申请专利数量现在非常大，但是也存在弱商业价值专利甚至是无商业价值的专利，目前政策开始调整，有些地方已经开始取消补贴。企业专利是自己研发的法律保护举措，国家要激励创新引导企业在激烈的国际竞争中赢得一席之地，我国对科研的激励应该转向国家投资做好高校、科研机构等基础研究工作，政府可以资助大型基础设施，以及其他企业难以承担的但是对于科技发展又很重要的领域。

目前知识产权发展要从撒胡椒面式的普遍的政策激励，逐步转向做好科研政策法律，做好知识产权保护公共服务，通过市场竞争让企业自己创新。市场是有敏锐的洞察力的，看清方向了自己投资承担责任。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

