



互联网金融知识产权 保护机制研究

张 曼/著



科学出版社



互联网金融知识产权 保护机制研究

张 曼 / 著



科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书分析中国互联网金融发展阶段中有关金融产品知识产权保护的重要战略意义,比较中国知识产权法律对互联网金融创新的保护力度、方式和效果,以及同一时期国外发达国家和地区对互联网金融知识产权保护的实践和经验,构建中国互联网金融知识产权保护的基本思路,考察中国互联网金融企业在专利、商标和著作权领域的创新成果与法律保护现状,分析其中的制度障碍和现实困境,进一步总结中国互联网金融企业在创造、运用、保护和管理互联网金融知识产权方面的法律风险,在此基础上提出构建中国互联网金融知识产权保护机制的对策和建议。本书研究成果有助于丰富中国新兴互联网金融产业的理论和方法,为政府部门制定互联网金融知识产权保护战略和重要决策提供了依据和参考。

本书可供互联网金融领域的研究者、企业管理者和政府相关部门管理人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

互联网金融知识产权保护机制研究/张曼著. —北京:科学出版社, 2018.7

ISBN 978-7-03-058183-9

I. ①互… II. ①张… III. ①金融企业—知识产权保护—研究—中国
IV. ①D923.404

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 139848 号

责任编辑:徐 倩/责任校对:孙婷婷
责任印制:吴兆东/封面设计:无极书装

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京虎彩文化传播有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018 年 7 月第 一 版 开本:720 × 1000 1/16

2018 年 7 月第一次印刷 印张:8 3/4

字数:176 000

定价:68.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前 言

互联网技术的应用使互联网业与金融业日渐融合,但是产品的同质化、名称的同类化、平台的同质化,使没有知识产权保护的创新藏有隐忧。因此,互联网金融知识产权保护迫在眉睫。基于此,本书整体是沿着“我国互联网金融知识产权保护存在的问题与潜在风险—互联网金融知识产权保护的理论剖析—互联网金融知识产权保护方式的选择—互联网金融知识产权保护的实证研究—中国互联网金融知识产权保护机制的构建与实现”的思路逐步展开进行研究的。按照不同的互联网金融企业创新商业模式,选取具有代表性的企业、行业和区域进行数据和采样分析,了解和掌握我国互联网金融企业知识产权保护现状及存在的困惑和难题。有针对性地对美国、日本、欧洲等国家和地区的互联网金融知识产权法律制度进行研究,借鉴先进的经验和做法。重点对互联网金融知识产权保护机制中的“互联网金融知识产权保护的理论支撑问题”“互联网金融企业的专利、商标和著作权保护战略构建”“互联网金融知识产权风险防范”等三个核心问题展开专题研究。

具体而言,本书分六章对上述内容进行研究。

第一章导论。从互联网金融的发展历史入手,通过划分不同类型的互联网金融企业,明确其各自不同的发展需求。同时,分析和探索互联网金融企业竞争力与知识产权保护的关系,得出以下初步的判断:一方面,互联网金融企业竞争力与知识产权保护呈现正相关的关系,即知识产权保护越强,就越能激励互联网金融企业的金融创新和研发积极性;另一方面,国外互联网金融企业的知识产权已经发展到一定阶段,且取得了良好的效果。

第二章互联网金融知识产权保护机制的原理分析。承接第一章关于互联网金融企业竞争力与知识产权保护的争论,对互联网金融知识产权保护的机制需求进行深入分析,得出以下结论:首先,互联网金融知识产权保护有其必要性和可行性,因此相关机制亟待建立;其次,自主知识产权优势理论说明互联网金融企业进行金融创新的经济原因,即争取市场竞争优势地位,并且通过知识产权垄断维护其利益;再次,金融创新理论指明互联网金融企业借助网络技术对其商业模式进行升级和更新,从而给金融对象和客户提供更好的金融服务体验,是其增加利润的根本驱动力;最后,劳动价值理论则从知识产权制度建立的角度出发,论证互联网金融企业可以凭借其无形资产获取垄断优势的原因是,其对无形资产进行了人力、物力、财力的投入,是对劳动的正常对价。

第三章互联网金融产品的知识产权保护方式研究。在理论上确立对互联网金融知识产权保护的基本依据之后,接下来就必须明确应选择哪些恰当的方式来保护互联网金融企业的智慧资产。首先,通过判断互联网金融产品是创造性智力成果,并具备知识产品的基本属性,明确了互联网金融产品的知识产权属性。其次,比较现行的知识产权保护方式可以发现,无论是专利权、商标权、著作权、商业秘密还是域名保护,都有其利弊之处。结合国外通行的做法和经验,得出商业方法专利是较为常见的保护方式,但仍有各自的细微差别。最后,调查我国现阶段互联网金融产品知识产权保护中存在的问题,并提出相应的完善建议。

第四章互联网金融企业知识产权保护的实证研究。任何理论和制度的构建都离不开实际情况的调查,因此本书从专利、商标的申请和授权情况入手,分析得出以下结论。首先,相比国外专利申请和授权数据,我国互联网金融企业专利申请量较大,授权量较小。一方面说明专利行政管理部门对可专利的判定标准较为严格,另一方面也反映出互联网金融企业专利申请的质量不高,有待提升。其次,通过调查中央银行、政策性银行、商业银行、电商通信企业和其他金融机构的金融产品商标申请及授权情况可以发现,申请量和授权量都出现了较大增长,但随之而来的侵权纠纷也较多,相应的审判标准和对现行法律的解释理解仍存在分歧,需要未来从立法或司法上进行统一协调。最后,互联网金融企业在计算机软件、网络著作权和网页设计方面也存在侵权和被侵权状况。典型的案例说明互联网企业一方面不甚重视著作权保护,另一方面也倾向于使用反不正当竞争法保护其利益。

第五章互联网金融企业知识产权风险防范的法律研究。基于实证研究的结论,根据我国互联网金融知识产权保护状况,客观总结出我国互联网金融知识产权保护面临的问题,如金融知识产品单一、创造性不高和维权困难等,认为现阶段我国互联网金融企业知识产权保护存在不小的风险。首先,对互联网金融企业知识产权进行风险评估,分析和比较传统专利权、商标权和著作权风险与互联网金融企业专利权、商标权和著作权风险的差异,指出其各自的特殊性。其次,设计互联网金融企业知识产权风险防范的方案。从一般原则入手,给出具体的方案。最后,从实践出发探索互联网金融企业知识产权风险的管理策略,认为应从内部措施和外部措施两个方面进行加强防范,才能取得理想的效果。

第六章互联网金融知识产权保护机制的构建与完善。互联网金融知识产权保护机制的建立是本书的出发点,也是落脚点。首先,再次明确互联网金融知识产权保护的重要意义,从提升互联网金融企业核心竞争力、加强互联网金融产业智慧资产的管理及适应国际规则的要求三个方面,证明其存在的价值。其次,通过理清构建我国互联网金融知识产权保护的基本路径,对互联网金融知识产权保护的主体、客体和内容方面分别给出相应的立法建议。同时,结合相应完善的配套措施,保护机制才可以落到实处。最后,从宏观、中观和微观三个层面出发,建

议国家、行业和企业分别思考和建立互联网金融知识产权战略，为建设一个稳定、有序和快速发展的互联网金融市场奠定必要的制度基础。

一本书的诞生，从项目立项、课题分工、调研讨论到章节写作，贯穿了诸多成员的辛勤劳动和努力。互联网金融知识产权保护这一议题在目前国内学术界较少进行讨论，也没有较为成熟的体系化研究成果，这也就导致本书在写作过程中研究资料短缺，几度搁浅和中止。因此，本书在一些观点论证和建议提出方面仍有许多不足，这些遗憾只能留待学术界其他同仁进行斧正和继续推进。在本书定稿之际，向本书写作过程中积极参与资料收集、分析、调研的肖悦同学、张志泰同学（撰写第三章）、华彬同学、庞曼同学、屈娇同学、程昭华同学、张昕羽同学和白雪同学表示感谢，也非常感谢西北大学法学院各位领导和同事给予的支持和鼓励，还要感谢我的家人，是他们的默默支持和鼓励使我可以专心进行学术研究和写作。互联网金融知识产权保护这一课题仅仅是开启了冰山一角，未来需要进行更为细致的研究和探索，期待与学术界各位同仁一起努力！

著 者

2017年11月

目 录

第一章 导论	1
第一节 互联网金融模式的创新与发展	1
第二节 互联网金融企业竞争力和知识产权保护的关系	7
第二章 互联网金融知识产权保护机制的原理分析	13
第一节 互联网金融知识产权保护的机制需求	13
第二节 互联网金融知识产权保护的理论依据	17
第三节 互联网金融企业知识产权的风险防范	21
第三章 互联网金融产品的知识产权保护方式研究	26
第一节 互联网金融产品的知识产权属性	26
第二节 互联网金融产品的知识产权保护途径	28
第三节 互联网金融产品知识产权保护方式的国际实践分析	32
第四节 我国互联网金融产品知识产权保护方式的确立	37
第四章 互联网金融企业知识产权保护的实证研究	45
第一节 互联网金融企业的专利保护实证分析	46
第二节 互联网金融企业的商标保护实证分析	55
第三节 互联网金融企业的著作权保护实证分析	67
第五章 互联网金融企业知识产权风险防范的法律研究	82
第一节 互联网金融企业知识产权风险评估	82
第二节 互联网金融企业知识产权风险防范的方案设计	87
第三节 互联网金融企业知识产权风险的管理策略	95
第六章 互联网金融知识产权保护机制的构建与完善	102
第一节 我国互联网金融知识产权保护的重要意义	102
第二节 构建中国互联网金融知识产权保护机制	105
第三节 探索中国互联网金融知识产权科学发展战略	115
参考文献	120

第一章 导 论

第一节 互联网金融模式的创新与发展

一、互联网金融的含义

我国学术界对互联网金融的含义没有形成统一的认识。2012年谢平和邹传伟提出“互联网金融”一词，引起了学术界的广泛讨论。谢平和邹传伟认为，互联网金融是与传统融资模式相区别的第三种金融融资模式，即不同于商业银行间接融资和资本市场直接融资的一种新模式，也可称为“互联网直接融资市场”。根据互联网金融业务的多样性，2015年谢平等进一步提出了谱系的定义，认为互联网金融是一个谱系概念，互联网金融谱系的两个点，一个是瓦尔拉斯一般均衡对应的无金融中介或市场情形，另一个是传统银行、证券公司、保险公司、交易所等金融中介和市场，两点之间的所有金融交易和组织形式都属于互联网金融的范畴。关于“互联网金融”这一概念是否有存在价值，目前国内存在两种相反的观点。“互联网金融”的提法得到了谢平等的支持，他们表示互联网金融是一种新的运行结构和金融模式，能够大幅提高金融运行效率；殷剑峰认为，“互联网金融”的提法并不科学，因为并没有产生一种称为“互联网金融”的新金融，互联网在这种模式中只是一种工具，不能改变金融的本质。关于互联网金融的含义，同样存在不同看法。一种观点排除了传统金融机构，认为互联网金融是其他互联网金融创新企业和互联网企业提供的金融服务；另一种观点则认为依托互联网平台提供金融服务的金融机构也属于互联网金融的范畴。

互联网金融的含义在中国金融实务界和学术界引发了激烈讨论，但与中国不同，国外对“internet finance”这一概念的含义研究得相对较少。美国学者艾伦（Allen）提出互联网金融是使用电子通信和计算的金融市场与服务；美国学者克拉森（Claessens）提出互联网金融是以网上银行和网络证券服务为代表的新型金融服务；美国学者安德鲁（Andrew）认为互联网金融是从电子商务发展而来的，互联网金融的概念可以追溯到更早期产生的被定义为“网络技术与金融的相互结合”的电子金融或网络金融；比起争论“internet finance”这一概念的含义，国外学者把研究重点放在它的各种具体表现形式上，在实际操作中把握互联网金融，在称谓上也更倾向于使用各种具体的概念。例如，美国称其为电子银

行服务“electronic banking service”、手机支付“mobile payments”；英国称其为电子支付“electronic means of payment”；德国称其为直销银行“direct banking”；欧盟称其为电子货币“electronic money”；世界银行则倾向于电子金融“electronic finance”、在线银行“online bank”等词。在欧美业界人士看来，网络支付、P2P借贷、众筹等各类基于互联网的金融服务并不新鲜，是其多元化金融体系的有益补充。

综合以上观点，本书认为互联网金融是一种新型金融模式，有独立存在和研究的价值，其内容也应包含传统金融机构利用互联网提供的金融服务。互联网金融应该定义为各类金融服务主体依托互联网和移动通信技术实现融资、理财、支付等一系列金融服务的一种新模式，也就是把现代互联网技术运用于传统金融服务上。目前互联网金融的内容主要包括，互联网为传统金融机构提供的创新服务，以及第三方支付、P2P借贷、众筹等新型金融模式。

互联网金融作为一种快速发展的新兴经济形态，其本质仍然是资金融通，从这一点来看，它与传统金融并无不同。但与传统金融相比，互联网金融仍有其独特之处。首先，普惠性是互联网金融的一大特点，不断扩大的金融服务主体和不断创新的服务模式使互联网金融的覆盖面越来越广，传统金融机构无法提供的服务在许多小微企业中得以运用。其次，互联网金融面临高风险，这种高风险一方面来自于互联网技术可能存在的漏洞，另一方面来自于监管机构和法律法规的缺失。最后，互联网金融效率高，互联网平台和简便的审批手续为客户节约了大量时间和交易成本，提高了交易效率。

二、互联网金融的历史演进

互联网金融的发展经历了两个不同的历史时期。20世纪90年代以来，电子支付系统和互联网技术发展迅猛，在全球范围内逐渐兴起互联网金融。1995年10月18日，美国3家银行联合成立了全球第一家网络银行“安全第一网络银行”，这标志着银行业互联网金融业务的开启。美国和欧洲很多国家的互联网保险的发展速度也十分迅猛，早在1996年法国安盛集团就已经通过互联网销售保险，截至2007年几乎所有的美国保险公司都采取了互联网销售模式。20世纪90年代也是互联网证券兴起和迅速发展的时期，各大证券公司都开始积极拓展互联网交易，美国和韩国的互联网证券交易表现最为突出。严格来说，发展初期的互联网金融应该被称作“网络金融”，是银行、保险、证券等传统金融机构将业务拓展到互联网平台的新尝试，提升了金融服务的覆盖率，但仍然没有突破传统金融的局限性，在业务模式和产品类型方面的创新较少。

进入21世纪后，互联网金融不再局限于网络银行、网络证券等传统金融的

网络化,开始进入全面创新的历史时期。与发展初期相比,此时的互联网金融在参与主体、产品类型及交易流程等方面都有了显著的飞跃,如 P2P 借贷、众筹、第三方支付等互联网金融模式创新应运而生。成立于 2006 年的 Lending Club 是美国 P2P 平台的典型代表,为个人间借贷提供平台。欧洲众筹行业的领先平台是法国的 My Major Company,该平台已经为 4.2 万个项目进行融资,总计筹集 1580 万欧元。

中国互联网金融也经历了大致相同的发展轨迹。1997 年,招商银行在国内率先开通网上银行,随后保险和证券也相继建立了互联网平台,为互联网金融的进一步发展奠定了基础。随着电子商务的兴起及互联网技术的日趋成熟,中国互联网金融的角色不再是传统金融机构的互联网分支,而是逐渐开始突破传统金融的运行模式,朝着模式创新的方向迈进。2013 年被称为中国互联网金融元年,支付宝、余额宝、P2P 借贷、众筹、阿里小贷等各种金融产品和运行模式层出不穷,推动中国互联网金融在这一年取得了迅猛的发展,为金融业带来了不小的冲击,使金融业发生了较大的变革。

三、互联网金融模式的创新与发展

随着互联网金融的迅猛发展,在互联网投融资、第三方支付、互联网理财、网络货币等领域涌现出许多富有创造性的互联网金融模式,为传统金融模式带来了巨大的冲击和挑战。

互联网投融资中最具有代表性的模式是 P2P 借贷和众筹。由于正规金融机构发放贷款的条件严格、程序繁琐、审批时间较长,许多急需贷款的主体无法在第一时间获得贷款,这就催生了一种新型的互联网金融模式 P2P 借贷。“P2P”是英文“peer to peer”的缩写,指的是个人对个人的借贷,即搭建一个互联网平台,由贷款人将贷款金额、贷款时间等需求发布在该平台上,借款人评估后直接将资金出借给贷款人。P2P 借贷模式绕开了传统金融机构,由贷款人和借款人直接进行资金借贷,具有交易方式直接、交易程序简化、风险高、收益高等特点,满足了许多不符合银行贷款条件的小微企业的融资需求,是一种新型的互联网投融资模式。2005 年全球首个 P2P 借贷平台 Zopa 在英国诞生,2007 年传入中国,目前国外有代表性的 P2P 借贷平台有 Prosper、Zopa、Lending Club 等,国内有宜信、拍拍贷等典型平台。

众筹一词译自英文“crowdfunding”,是互联网投融资的典型模式。成立于 2009 年的美国 Kickstarter 网站是全球首个众筹平台,它为富有创作灵感但缺乏资金的艺术家的募集创作资金,帮助他们实现梦想。众筹现在已经逐渐演变为有创意、有技术的创业者为运作自己的项目募集资金的一种方式。众筹模式下,筹资人在

互联网平台发布项目相关信息，不特定公众对项目可行性及市场前景因素进行评估后，向筹资人提供资金。与传统融资方式相比，众筹模式具有筹资项目多种多样、投资人众多、筹资人资质不限等特点。它借助互联网信息传播速度快的优势，引发的关注度更高，影响力更大，只要公众对该项目感兴趣，筹资人就可获得资金，大大降低了融资成本，提高了融资的成功率。目前众筹基本可以分为三种类型：一是捐赠式众筹，具有公益性和无偿性，参与人通过众筹为慈善和公益事业募集资金；二是股权式众筹，筹资人以众筹方式出让项目股份，参与的投资人即成为股东；三是回报式众筹，以项目产品的所有权或使用权作为投资回报。国外规模较大的众筹平台主要有美国的 Kickstarter、Indiegogo 及英国的 Abundance Generation 等。2011 年 7 月我国首个众筹平台点名时间成立，自此众筹进入快速发展时期。在我国规模较大的众筹平台有天使汇、众筹网、乐童音乐等，但是由于与非法集资和非法发行股票之间的界限模糊，众筹在中国受到的法律法规限制也较多，行业发展尚不成熟。

第三方支付是互联网金融模式的又一个创新点。互联网技术和移动数据终端技术推动电子商务迅猛发展。2017 上半年中国电子商务交易额为 13.35 万亿元，同比增长 27.1%，其中，B2B 市场交易额为 9.8 万亿元，网络零售市场交易额为 3.1 万亿元，生活服务电商交易额为 0.45 万亿元。电商发展到一定阶段，第三方支付应运而生。第三方支付是由非银行机构搭建的一个平台，把电子商务中的消费者、商家和银行联系起来，消费者付款后资金暂时由第三方支付平台代为保管，等确认收货后再由第三方支付平台将资金转给商家，这样就能够最大限度地避免欺诈行为，保障资金安全，降低交易风险。第三方支付主要有两种类型，一类是独立的第三方支付，即平台独立于电商网站，不承担资金担保功能，主要为企业用户提供支付解决方案，以汇付天下有限公司、快钱公司为代表；另一类是依托平台的第三方支付，以自有电商平台和用户为基础，整合消费者、商家和银行，作为资金支付的中介，为交易资金提供安全担保，此类第三方支付的典型代表是支付宝（中国）网络技术有限公司（以下简称支付宝公司）、深圳市财付通支付科技有限公司等。支付宝公司成立于 2004 年 12 月，是我国成立最早、规模最大的第三方支付平台。截至 2016 年底，支付宝实名用户已经超过 4.5 亿人，业务范围也不再局限于网购担保，已涵盖出行、餐饮、节日红包等生活的各个方面。

2013 年 6 月，阿里巴巴集团控股有限公司（以下简称阿里巴巴集团）推出互联网理财产品余额宝，余额宝以其认购门槛低、投资收益高、可随时提现等优势迅速挤占传统理财的市场份额。根据天天基金网的数据，截至 2017 年 6 月 30 日，余额宝的期末净资产达到 1.43 万亿元，比去年年底的 0.8 万亿元激增了近 80%，环比 2017 年第一季度末的 1.14 万亿元，增加了近 3000 亿元，超越了中国第五大银行招商银行（市值计）2016 年年末的个人存款余额（包括活期和定期）。余额

宝的巨大成功开启了互联网理财的新篇章,一时间各种互联网理财产品层出不穷,腾讯理财通、百度百发、苏宁零钱宝等也加入互联网理财的激烈竞争中。互联网金融模式重大创新的一种表现就是互联网理财,其操作程序简便,实现 T+0 提现,并且降低了理财门槛,能够把小额闲散资金集中起来。但是互联网理财仍然存在风险,一方面,产品的安全性堪忧,监管不到位导致资金安全无法得到保障;另一方面,收益不固定,利率随着货币市场波动而忽高忽低。

网络货币,又称虚拟货币,是以互联网为载体的货币。网络货币最初是各大网站或网络游戏公司推出的一种支付手段,可以在特定的封闭系统内实现购买虚拟产品、抵扣现金及相互赠与等功能。我国最初的网络货币是 Q 币,用户凭借 Q 币可以享受 QQ 会员的增值服务及购买游戏装备。由于具备了流通性和可兑换性,网络货币领域的投资理财也成为备受关注的互联网金融新模式,比特币就是其中的典型。比特币诞生于 2009 年,是通过特定算法生成的数字加密货币,不属于任何国家或金融机构,没有地域限制,币值不受政府、中央银行及金融机构的操控,这些优势使比特币迅速成为最受青睐的网络货币。但是比特币也存在不易监管、具有全球化属性、无政府信用支持、价格波动巨大等缺陷,这使比特币的投资争议重重。2017 年 9 月 4 日,中国人民银行、中共中央网络安全和信息化领导小组办公室、工业和信息化部、国家工商行政管理总局(以下简称国家工商总局)、中国银行业监督管理委员会(以下简称中国银监会)、中国证券监督管理委员会(以下简称中国证监会)、中国保险监督管理委员会(以下简称中国保监会)七部委联合发布了《关于防范代币发行融资风险的公告》,认为近期国内通过发行代币形式包括首次代币发行(initial coin offering, ICO)进行融资的活动大量涌现,投机炒作盛行,涉嫌从事非法金融活动,严重扰乱了经济金融秩序。

互联网金融模式的创新突破了传统金融的束缚,同时也引发了极大的争议,社会各界对待互联网金融模式创新的态度截然不同。2014 年 2 月中央电视台证券资讯频道首席新闻评论员钮文新在其博客上发文《取缔余额宝》,认为余额宝是采取拉高全社会经济成本的方式“渔翁得利”,并没有实际创造价值,属于“金融寄生虫”,应当取缔。中央财经大学金融法研究所所长黄震则认为,余额宝这类互联网金融创新模式满足了不被银行重视的“草根”用户的需求,在一定意义上保护了更多存款人的利益。2014 年 3 月中国人民银行行长周小川表示,不应当取缔余额宝,要鼓励互联网金融的发展并加强监管;同年 5 月中国人民银行副行长刘士余指出,余额宝不属于互联网金融创新,对实体经济并无贡献,需要整顿清理。虽然存在不同声音,但政府仍然积极鼓励扶持互联网金融的发展,出台了一系列法规。2014 年 3 月 18 日中国人民银行颁布了《〈中国人民银行关于手机支付业务发展的指导意见〉全文及起草说明》,鼓励业务创新,维护各方权益,防范支付风险;2015 年 7 月 18 日中国人民银行等十部委发布了《关于促进互联网金融健

康发展的指导意见》，积极鼓励互联网金融平台、产品和服务创新；2015年7月22日中国保监会颁布了《互联网保险业务监管暂行办法》，规范互联网保险业务经营行为，保护保险消费者合法权益；2016年8月17日中国银监会、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室颁布了《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》，推动了网络借贷行业积极健康发展，使小微企业和个人投融资需求得到更好的满足；2016年4月12日国务院印发了《互联网金融风险专项整治工作实施方案》，采取有效措施降低或避免风险，建立健全完善的监管机制，实现互联网金融的健康发展。2017年9月29日，深圳市互联网金融协会印发了《深圳市网络借贷信息中介机构业务退出指引（征求意见稿）》，这是国内首个网贷平台退出指引。它明确指出，网贷机构依法依规退出过程中，由网贷机构根据市场环境的情况自主选择合适的退出路径；应积极稳妥地做好退出相关的准备活动，合理处置不良资产，妥善清退出借人资金，做好群体性事件的预防和处置，维护社会稳定。

互联网金融模式作为新生事物或多或少都存在一些弊端，如风险较高、缺乏相应监管法规，但从整体来看，互联网金融模式创新的利大于弊，它突破了金融行业的传统业务模式，使金融服务的覆盖面更广，让金融服务的成本更低，满足了广大用户，尤其是中小企业的资金需求，为现代金融市场注入了活力。社会公众应当顺应互联网金融的发展趋势，正确看待互联网金融模式的创新，以更加开放包容的心态为其营造良好的政策和法律环境，而不是一味地限制。

互联网金融自诞生至今，已经取得了相当惊人的发展成就，改变了金融市场格局，创新了金融业务模式，给传统金融业带来了巨大的冲击和挑战。在这种大背景下，互联网金融今后能否继续保持高速发展势头、能否取代传统金融地位、未来发展趋势如何，这些问题都备受关注。

第一，互联网金融企业将进入优胜劣汰的时期。近年来，各种互联网金融企业如雨后春笋般成立，为争夺市场份额展开了激烈的竞争，P2P平台就是典型代表。然而现在各个P2P平台的产品大同小异，只是在融资规模上和平台实力上存在些许差别，产品同质化现象严重。此外，自有资金不足、缺乏创新等原因也使大批实力薄弱的P2P平台纷纷倒闭。据统计，2015年全年新增问题平台1054家，问题平台数累计为1439家，占比高达33.2%。到2016年12月底，2448家平台正常运营，与2015年底相比，减少了985家，相比2016年11月底减少了85家。2016年12月共有97家停业及问题平台，其中问题平台23家、停业平台73家、转型平台1家^①。在市场日趋饱和的情况下，要想在竞争中出奇制胜，互联网金融企业必须不断在产品模式上进行创新，提高自身竞争力，否则很快就会被市场淘汰。

^① 钱多多：P2P网贷“二八格局”初显，大平台或迎来迅猛扩张。http://www.cnsoftnews.com/news/201701/61458.html.

第二,互联网金融今后将面临严格的监管。进入 21 世纪,尤其是 2013 年之后,互联网金融一直保持着高速发展的态势,但与此同时,互联网金融存在预谋诈骗、平台自融、运营不善、坏账拖累等高风险,需要进行严格监管。首先,一些不法分子利用互联网金融产品进行犯罪活动。2016 年初,互联网金融平台“e 租宝”因涉嫌非法集资、非法吸收公众存款被立案侦查。仅仅一年半时间,“e 租宝”在中国 31 个省市市区范围内非法吸收人民币 500 多亿元,受害者高达 90 万名。其次,资金安全存在风险。一些企业为了吸引资金,单方面强调高收益却不进行风险提示,一旦倒闭资金很难追回。最后,监管主体不明确,监管法律法规不健全。互联网金融吸纳的资金规模已经相当庞大,如果运行中出现问题,将会对整个金融业产生负面影响,因此加强监管是保障互联网金融健康发展的必要手段。

第三,移动互联网金融发展速度加快。随着互联网技术的发展和人们生活水平的提高,移动互联网终端普及率不断增加。由于具备了快速、便携、不受时空限制等优势,移动互联网终端与金融的结合日益紧密,电子支付、互联网理财等互联网金融服务纷纷开始争夺手机客户端市场,移动互联网金融已经发展成为互联网金融中最具活力的部分。以移动支付为例,2013 年中国移动支付业务交易总额 9.64 万亿元,同比增长 317.56%,2014 年移动支付业务 45.24 亿笔,交易总额 22.59 万亿元,分别同比增长 170.25%和 134.3%,2015 年移动支付业务 138.37 亿笔,交易总额 108.22 万亿元,同比分别增长 205.86%和 379.06%,2016 年上半年移动支付业务 117.52 亿笔,交易总额 81.45 万亿元。2017 年,中国人民银行公布的《2017 年第一季度支付体系运行总体情况》数据显示,2017 年第一季度,全国共办理非现金支付业务 333.71 亿笔,交易金额 928.63 万亿元,同比分别增长 24.53%和 4.54%。

第二节 互联网金融企业竞争力和知识产权保护的关系

一、互联网金融企业的界定

互联网金融企业是介于传统金融企业与无金融中介的自由市场之间的所有组织和形态,具体指从事新兴互联网金融业务的企业,特别指以互联网为主要业务,以互联网技术为基础向既有金融市场和市场盲点区域渗透的企业和组织。互联网金融企业可大致划分为两类,第一类是传统金融企业,第二类是新兴金融企业,其中包括阿里巴巴集团等实力雄厚的互联网企业,以及互联网金融创业公司。

传统金融企业主要指商业银行、保险公司、证券公司等主体。利用前期金融的电子化发展及在金融领域的优势,传统金融企业逐步开拓互联网金融业务,将互联网与传统金融服务相结合,以现代互联网技术来提高传统金融服务的普及程

度,探索网上银行、网络证券交易等新型金融服务模式,大大增加了金融服务的便捷性,降低了交易成本。1997年4月招商银行推出网上银行“一网通”,成为中国首家开拓网上银行业务的商业银行。中国银行网上银行于1998年3月开通,建设银行网上银行在1999年4月启动,并在我国的北京、四川、广州、重庆、宁波、青岛和深圳进行试点^①。2013年以来,互联网保险发展迅猛,以国华人寿保险股份有限公司、泰康人寿保险股份有限公司、众安在线财产保险股份有限公司(以下简称众安保险)为代表的保险公司纷纷开拓互联网保险市场,众安保险2016年“双十一”当天的销量突破2.1亿张保单,总保障金额超过了133亿元^②。传统保险公司除了与互联网相结合,险种也不断推陈出新,运费险、赏月险、美颜险、资金被盗险、扶老人险等都受到了极高的关注。自从中国证监会启动联网证券试点工作以来,经批准获得资格的证券公司总数已达55家,占中国证券公司总数的近一半。

互联网企业已经发展成为互联网金融的重要组成部分。以阿里巴巴集团、腾讯公司、百度公司为代表的实力雄厚的互联网企业纷纷进军互联网金融领域,将互联网金融产品与原有业务无缝对接,依托自身的互联网技术优势和庞大的用户资源迅速占领互联网金融市场。阿里巴巴集团是业务面最广、发展最好的互联网企业,产品涉及互联网金融的各个领域,正在发展为全产业链的互联网金融企业。阿里巴巴集团在2003年创立互联网购物平台淘宝网,2004年推出第三方支付平台支付宝,2010年成立互联网融资平台阿里小贷,2013年成立互联网理财平台余额宝,2013年与中国平安、腾讯公司合作成立首家互联网保险公司众安保险,2016年4月成立阿里健康保险股份有限公司。腾讯公司的微信支付是由微信及第三方支付平台财付通联合推出的移动支付创新产品,2016年微信支付绑卡用户超3亿、日均交易笔数过5亿,接入超过12个国家和地区。百度公司则开发了第三方支付产品百度钱包及互联网理财产品百度百发。截至2016年第三季度,百度钱包激活账户数达到9000万,同比增长99%^③。2015年11月,百度与中信银行联合成立百信银行,与安联保险、高瓴资本联合发起设立百安保险,布局银行和保险两大金融业务领域。

除了传统金融企业和互联网公司,互联网金融市场上也涌现出众多的互联网金融创业公司。互联网金融创业公司采取搭建众筹、P2P等互联网融资平台的方式,创新传统融资模式,较为典型的有拍拍贷、陆金所、人人贷。互联网金融创业公司是发展最快的互联网金融企业,平台数量和融资规模增长迅速。以众

① 电子银行组织形式[EB/OL]. http://zhidao.baidu.com/link?url=P_hI9sFiGC34Q7tLGPqp06uRLPeyV9-CYSiQRbdbbEL8LiQKqT1k7QUP_2e5uVeOFCvG-UJ9iHoCbqB_POkOLWEcmW7lPj369IwqcA_6gyS[2016-12-04].

② 众安保险133亿保额 迈出金融科技一大步. <http://news.163.com/16/1123/09/C612F7G3000187V5.html>[2017-01-02].

③ 百度公布Q3财报 百度钱包激活账户数达9000万. <http://mt.sohu.com/20161028/n471699678.shtml>[2017-01-02].

筹平台为例,截至2016年12月底,全国427家众筹平台正常运营,与2015年底全国283家的数量相比,涨幅达50.88%,是2014年的3倍。2016年全国实现224.78亿元的众筹金额,是2015年全年众筹金额的1.97倍,是2014年的10.42倍^①。在政策的鼓励下,互联网金融创业公司纷纷开始筹备上市,新三板成为首选。截至2016年6月上市的互联网金融创业公司共8家,大致分为在线理财和网贷平台两类。8家中4家是新三板上市公司的全资子公司,分别是万惠金科的PPmoney、软智科技的金蛋理财、光影侠的团贷网及瓷爵士的温商贷。

二、关于互联网金融企业竞争力和知识产权保护关系的争论

近年来互联网金融一直保持着高速发展势头,成为目前最热门的投资和创业选择。面对巨大的市场需求和丰厚的利润回报,许多企业纷纷进军互联网金融领域。在激烈的市场竞争中,互联网金融企业想要脱颖而出,扩大市场占有率,必须增强企业竞争力。互联网金融企业竞争力是由互联网金融企业资源有机组合而形成的强于其竞争对手且可持续占领市场取得利润的能力。

21世纪全球迈入知识经济时代,经济发展在很大程度上取决于知识和信息的生产、分配及使用,知识已经成为推动经济发展至关重要的因素。知识产权制度的设立使知识成果得到了法律层面的承认和保护,能够有效激励创新,推动技术进步。互联网金融的创新过程是金融、科技和法律的结合,这个过程中涉及了一系列知识产权,如著作权、专利权、商标权、域名权及商业秘密权,对这些知识产权进行保护是否能够提高互联网金融企业竞争力,学术界存在不同的观点。

一方面,有学者认为知识产权保护与互联网金融企业竞争力之间不存在必然联系。如果把知识产权保护延伸到互联网金融领域,会产生一系列弊端。首先,商业方法能否被授予专利权存在争议。互联网金融企业的知识产权有相当一部分是商业方法专利,而商业方法未必利用自然规律或自然现象,仅仅是对智力活动规则的归纳总结,不具有实用性与技术性,本身不适合成为专利权保护的客体。其次,互联网金融知识产权容易引发垄断。自由竞争和开放性市场是互联网金融发展的基础,然而知识产权具有天然的垄断性,对互联网金融产品,尤其是对互联网金融的商业方法提供专利保护会导致和加重互联网金融行业的垄断现象,破坏其他市场参与者的公平竞争环境。即使没有知识产权保护,通过奖励制度同样可以激发创新积极性,增强互联网金融企业竞争力。

另一方面,有学者认为知识产权保护能够提高互联网金融企业竞争力。在知识经济时代,知识产权是企业核心竞争力的重要组成部分,并且是企业间市场竞

^① 2016年中国众筹行业年报:众筹进入整合规范期[EB/OL]. http://www.sohu.com/a/124089761_355147[2017-01-02].

争的关键所在。也就是说,企业间的市场竞争很大程度上是知识产权的竞争。企业正面对日益增多的国际竞争和知识产权挑战,竞争力将不再局限于资本、管理和人才等方面,更多地表现为知识产权及核心技术的竞争。企业应当调整技术创新机制,加大核心技术的研发创新,形成自主知识产权,最终达到提高核心竞争力的目的。日本学者庆俊铃木(Keishun Suzuki)认为,加强互联网金融知识产权保护减少了公有领域技术的数量,使竞争对手不能自由使用技术信息,从而使创新者获得更高利润。日本学者堀井亮(Ryo Horii)认为更强的知识产权保护减少了仿制的可能性,增加了创新激励,然而更强的保护也使竞争者的数量逐渐减少。随着研发活动和研究人员的增多,不必要的创新重复也随之增加,因此要想使企业竞争力最大化,就必须实行适度合理的知识产权保护。

在 2016 年 8 月更新的世界 500 强企业中,中国企业上榜的有 110 家。图 1.1 是这 110 家中国企业的行业分布情况。从图中可以看出,能源类企业数量位居第一,高达 35 家,占总量的 31.8%;制造类企业 20 家,位居第二,占总量的 18.2%;互联网金融企业数量位居第三,达到 18 家,占总量的 16.4%。

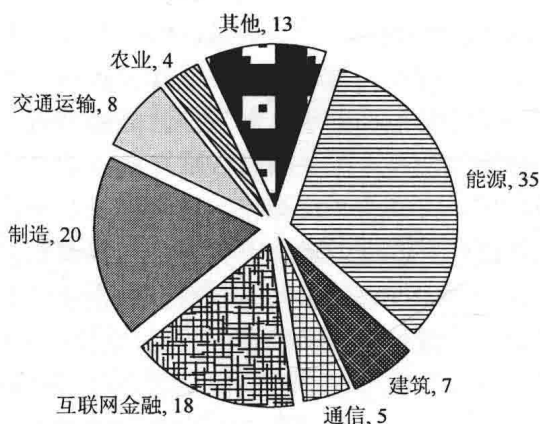


图 1.1 世界 500 强中的中国企业行业分布

资料来源：人民日报^①

如表 1.1 所示,2016 年上榜的 18 家中国互联网金融企业排名与 2015 年相比均有提高,其中京东和新华人寿保险是首次上榜,我国互联网金融企业整体呈现出迅猛发展的趋势。但是在 18 家企业中,17 家是银行和保险公司等传统金融企业,新兴金融企业只有京东 1 家,这也反映出新兴金融企业的竞争力有待提高,与传统金融企业相比还存在较大实力差距。

① 2016 中国企业 500 强名单出炉! 服务业首超制造业. <http://n.cztv.com/news/12195879.html>[2017-01-05].