

行业发展

2004 年橡胶助剂行业大事记(二)

程永悦

(富莱克斯公司, 北京 100043)

(续上期)

4 祸水东引

4.1 中国祸水论

在这次的助剂风波中, 西方国家普遍流行着一种“中国祸水论”: 由于中国的助剂企业盲目发展, 且不需要保护环境、不必关心员工的健康与安全, 甚至加上政府的补贴(如国内某些地区的包税制)从而具有低成本优势, 把国际市场搞乱; 同时, 中国企业的盲目发展消耗了大量的石油产品, 导致全球市场苯系中间体的紧张, 最终导致一些原来稳定经营的大公司因亏损严重和供应短缺而不得不关闭一些生产设施, 导致全球供应的剧烈波动……这虽然有西方人对中国的偏见成分, 但低价竞争、盲目发展却是不争的实事。

虽然我们已经不再崇洋媚外, 外国人如何看待我们并不重要, 但我相信没有国人希望自己在世界其他国家人的心目中的形象不佳, 就像我们一提到某国人就会因为历史或目前个别政治家的作为而产生敌对心理, 难道我们希望世界上其他国家的人一提到中国人就产生敌对心理吗? 今年在西班牙的一个小城市曾发生过火烧中国某地鞋城的事, 这不由得让人回想起当年中国人在街头焚烧洋货的事。

西方的一位哲学家曾说过, 法律是强者用来限制弱者的, 而道德是弱者用来限制强者的。作为一个发展中的大国, 我们的一些企业想要变成世界的强者, 那我们企业家就要考虑一下企业形象的问题, 因为这不仅代表企业家个人和企业自身的形象, 很大程度上代表的是中国人的形象。现在还不到我们制订世界新秩序的时候。

4.2 侵犯知识产权

西方国家对中国人轻视的另一个原因就是知识产权问题, 这既有一些历史遗留的问题, 也有近年来新出现的问题。知识产权问题本来在橡胶行业就很少被人注意, 但现在正在成为一个越来越大的麻烦, 比如今年南方某轮胎企业因采用了别人的轮胎花纹, 结果在美国被起诉。我们的橡胶协会也许应该成立一个知识产权委员会了。对于助剂行业来说, 则有几种不同的情况。

1. 中国企业采用的是公开技术的或已过期的专利, 比如大多数促进剂、防老剂 TMQ 和防焦剂 PVI, 不存在知识产权问题, 倒是污染治理是个大问题。

2. 中国企业采用的是自己开发的技术, 如无法生产不溶性硫黄, 也许我们应该到世界其他国家去申请专利。

3. 中国企业使用了全部或部分国外专利技术, 比如抗硫化返原剂 PK900 和前面提到的对苯二胺类防老剂的中间体 4-氨基二苯胺。PK900 的问题比较简单, Flexsys 公司的母公司 Akzo Nobel 以前在包括中国的世界上很多国家申请过专利, 包括所有在橡胶行业的应用都受专利的制约, 只有你买 Flexsys 公司的 PK900 才是合法的, 否则就是侵权。而 4-氨基二苯胺的问题就复杂了, 要单独写一节才说得清。

在西方人眼里, 中国人的知识产权观念和法律意识淡薄, 相关领域的“违法行为”简直是家常便饭, 因此有美国人曾把当前的中国经济领域比作当年美国的狂野西部——到处都是机会, 就是没有法律。这虽然有很大程度的误解, 但也确实

有国人的“不良记录”被人家看在眼里。甚至中国的专利申请和受理也很让西方人不理解,最著名的恐怕要属“伟哥”专利纠纷案——一件一年前刚被授权的专利,因为国内制药企业的反对,竟然以申请专利时说明文件不合格为由宣布撤销了,那么当初为什么会通过审查并授权呢?更有的国内发明专利从公开到授权仅仅7~8个月,这么短的时间如果是“实用新型”还可以理解,作为化工生产方面的发明专利实在是快得不可思议,让反对的人根本来不及提交反对意见,怎能不让人怀疑这里面有后门?这样的“专利”怎能让世人信服呢?这样的环境怎能让外国公司把最先进的产品介绍到中国来呢?为了避免被侵权或复制,一些国外公司的作法就是在中国获得专利(一般需要2~3年时间)以前,不把任何新东西介绍到中国来,有的甚至有了专利,仍然要犹豫是否有必要介绍最新的产品。长此以往,会使中国橡胶行业接触不到世界上最先进的技术产品,长期停留在拼廉价劳动力和环保的劣势地位上。

5 新闻报道

我们的专业刊物都是给圈内人看的,出于中国人的习惯,写文章的人大多是报喜不报忧,于是我们所能看到的是某某轮胎厂又新投产了多少万套的全钢子午线轮胎,某某助剂产品年生产能力又上新台阶,不仅能满足国内需求,还能出口到某某国家……很少看到反面意见。另外,对于国外的消息也报道得不全面或不及时,比如在韩国的4-氨基二苯胺侵权诉讼案,在国外轰轰烈烈,在国内却悄无声息,对于国内企业的这项“技术进步”,相关报道也大多是不全面甚至不客观的,比如最近就有一篇文章写道“……近年来国内对氨基二苯胺合成技术进展较快,国内成功开发出硝基苯法清洁工艺,生产成本较以前每吨降低3000元,目前国外也仅有富莱克斯公司能够采取该工艺进行生产,国内生产能力3.5万t,约占全球生产能力25%左右,质量好价格优,每年大量出口到国外。”真的是这样吗?根据我所掌握的情况看,事实远比这要复杂得多。在这里之所以对这篇写得不错的文章(其实以前还有很多类似内容的报道)“吹毛求疵”一下,主要是担心这样的文章会使外行的投资者觉得硝基苯法生产对氨基二苯胺是一个好项目,甚至是世界上领先的技术路线,从而盲

目上马,待将来发生知识产权纠纷时悔之晚矣。因为我已经不断地听说国内又有人打算上马硝基苯路线的RT培司(比如山东某地)。有关这个产品的专利纠纷将会给国内企业带来很大麻烦。

6 对氨基二苯胺的专利纠纷

世界上商业化生产4-氨基二苯胺(俗称RT培司)的工艺路线主要有3种:以Bayer公司和斯洛伐克Duslo公司为代表的是二苯胺路线,以Crompton公司和中国的南京化工厂等为代表的是对硝基氯化苯-苯胺路线,还有就是Flexsys公司的硝基苯-苯胺路线(又名PPD2工艺)。各家企业结合自身特点,三条路线各有优势,但若依废物排放比较,肯定是苯胺-硝基苯路线最佳,因为从反应方程式上看,惟一的废物是少量的水。这种方法是由原美国孟山都公司在90年代初开发成功并商业化生产的,孟山都与阿克苏合资成立子公司Flexsys后,该技术及生产设施也都一起转入Flexsys名下。

现在看来,该方法本身并无太多困难,根本无需“开发”,因为已经有一系列公开的专利资料任人查阅,其最基础的专利说白了就是:①硝基苯加苯胺,②在碱类物质(优选4-烷基氢氧化氨或其混合物)的催化作用下,③通过不断排除水,就能生成4-硝基和4-亚硝基二苯胺,④用氢气在氢化还原触媒作用下还原为对氨基二苯胺,然后分离即可。国外几乎所有的大公司均有能力按同样方法生产,之所以只有Flexsys公司一家“能够”生产,是因为有专利保护。上述的四条就是该系列专利的主要内容。由于目前还没有新的技术能突破该专利的保护范围,因此国外的其他公司无法把该项技术用于商业化生产(并非不“能够”),有些公司(比如斯洛伐克的Duslo)因此还曾与富莱克斯公司打过专利权官司,希望判定该专利无效,但都失败了。还有些公司在该专利的基础上作了深入研究,并获得了自己的专利(比如Duslo、Bayer),但这也只能保证他人(包括Flexsys公司)不能按你的专利方法生产,而你在Flexsys专利(保护范围大)失效前仍不能商业化生产和销售。

但在中国似乎没人重视专利的问题,所谓的硝基苯法清洁工艺已经有多家采用,按投产的先后顺序,分别是安徽铜陵的信达、山东曹县的圣奥和江苏东台的东龙。之所以在中国“可以”生产,

并非因为他们获得了授权或绕开了专利,而是因为 Flexsys 还没有准备去起诉这几家侵权企业,但这也并不表示这样做就合法。这三家中圣奥的规模最大,文中提到的“大量出口”也主要是圣奥出口给韩国的锦湖石油,目前在韩国的诉讼均正在进行中,如果最后判决对锦湖石油不利,将被禁止从圣奥进口。

Flexsys 公司在中国已经获得了一项这方面的专利(CN99807892.1)授权,其主要内容是:

1. 将苯胺和硝基苯或他们的任选取代物在水和碱(氢氧化四烷基氨)的存在下反应,同时控制水相对于碱的量,初始时不小于 4:1,结束时不小于 0.6:1,从而生成 4-硝基二苯胺和/或 4-亚硝基二苯胺和/或它们的盐。

2. 在氢化催化剂和添加的水的存在下氢化步骤①的反应产物,保证总水与碱的摩尔比在结束时至少为 4:1。

3. 从反应混合物分离氢化催化剂。

4. 分离反应混合物的水相和有机相,从有机相分离 4-氨基二苯胺或其任选取代物。

Flexsys 公司也还有其他专利在申请中,也许国内的企业可以找到与这个专利不同的方法,并绕开 Flexsys 公司在中国的专利(我个人对此持怀疑态度,不论你的生产是所谓连续化还是间歇式,只要生产原理与专利内容相同或相当,按照专利法就会被判为侵权),但所生产的 RT 培司或防老剂仍不能出口到西方国家,因为 Flexsys 最早的基础专利和后续的改进专利早已经在这些国家生效,甚至连使用这样防老剂的轮胎企业如果出口到有专利保护的国家,都有可能受到起诉从而被禁止在当地销售。

山东圣奥也已经就该工艺路线在中国申请了若干项专利,相信很快会有专利被授权,届时大家可以更清楚、直观地对两家的公开专利进行比较。

以上这些新闻和专利内容都是公开的,但似乎一直没有引起大家的重视。

7 对策

逝去的就无法再挽回。在当今这个特殊时期,我们应该如何应对呢?我并没有很成熟的办法,只有一些初步的看法,算是抛砖引玉吧。

1. 树立品牌意识。不论内销还是出口,有规模、有实力的大企业一定要打自己的品牌,不要再

替他人加工“made in China”的产品。

2. 擦亮眼睛、竖起耳朵,对国际市场上的各种信息要明察秋毫,这样才能未雨绸缪。否则人家都在涨价你还在出血大减价,只会找来别人的嘲笑甚至怨恨。

3. 避免同室操戈,兄弟阋墙。国外市场很广阔,对于已经有国内产品进入的领域,其他厂家的同类产品就尽量不要再用低价去争夺,因为对于国外的大公司来说,为了一两个助剂品种,是不会认证很多供应商的,因此盲目的报低价,只会被他们用用来去杀原有供应商的价。

4. 出口渠道建设。对于那些想做出口的企业,与其每年把大把的钱花在中间商上,而且任由他们在海外市场“胡作非为”,还不如把几年的代理费用合起来,选其中比较好的中间商买下来,作为你的子公司或是合资公司,主要负责你家产品的出口,规范其国际市场的行为,创出你的品牌。几家产品不冲突的企业也可以合作,共同扶植一家窗口公司。

5. 培养与引进人才。由于历史与环保的原因,我们的助剂企业大多建在偏僻地区,这对于培养与引进人才非常不利。内地的企业应该把进出口公司和研发中心建到沿海城市去,这样才能吸引到更多有价值的人才。

6. 产销分家。我们很多传统的企业家习惯于对企业进行“全面管理”,结果随着企业规模的扩大,管理陷于混乱。其实很多部分都可以外包给专家去管理,甚至是销售。这方面曾经有过一个很好的故事:以前山东、河南的几个青年,为了共同的理想走在一起,分别在内陆地区建了助剂工厂,在沿海城市建了进出口公司,大家分工合作,企业在很短的时间内就发展起来了,大家也都赚到了很多钱。但故事的结局并不好,企业做大了,分歧也就多了,最后做工厂的与做销售的彻底分家了。我相信现在两边可能都在后悔,做工厂的发现原来营销不这么简单,远没有当初省心省力,做销售的也感觉重新再建一个工厂是如此的艰辛。这虽然是个伤感的故事,但也说明一个问题,那就是专业化分工,我们的很多中小企业都是生产方面的专家,但却未必是市场营销的强者,那就不妨眼光放远点,可以通过资产为纽带,让更专业的人来替你做。

(完)