

Комитет по развитию и интеллектуальной собственности (КРИС)

Тринадцатая сессия
Женева, 19 - 23 мая 2014 г.

РЕЗЮМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ О РОЛИ ПАТЕНТОВ В ДЕЛОВЫХ СТРАТЕГИЯХ: ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ВОПРОСАМ МОТИВОВ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ ДЛЯ ПАТЕНТОВАНИЯ, РЕАЛИЗАЦИИ ПАТЕНТОВ И ПАТЕНТНОЙ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ

подготовлено Центром разработок и исследований в области интеллектуальной собственности, Государственное ведомство интеллектуальной собственности (SIPO), Пекин, Китайская Народная Республика¹

1. В приложении к настоящему документу содержится резюме исследования о роли патентов в деловых стратегиях: исследования по вопросам мотивов китайских компаний для патентования, реализации патентов и патентной индустриализации, подготовленного в рамках проекта по интеллектуальной собственности и социально-экономическому развитию (CDIP/5/7 Rev.).

2. *КРИС предлагается принять к сведению информацию, содержащуюся в приложении к настоящему документу.*

[Приложение следует]

¹ Мнения, выраженные в настоящем исследовании, являются мнениями авторов и отнюдь не обязательно отражают мнения Секретариата ВОИС или любого из государств-членов Организации.

РЕЗЮМЕ

Исходя из патентных обзоров, проведенных в Китае в период с 2008 по 2012 г., настоящее изыскание анализирует ту роль, которую играют патенты в деловых стратегиях китайских компаний и их операциях, и пытается выявить факторы, сказывающиеся на применении и реализации патентов и на патентной индустриализации. Исследование показывает, что китайские компании продолжают уделять главное внимание в своих деловых стратегиях реализации патентов и патентной индустриализации, но вместе с тем они начали развивать и другие мотивы.

С точки зрения нынешней практики китайские компании подают заявки на патенты главным образом по двум причинам: получить прибыль за счет реализации патентов и получить стратегическое преимущество посредством других видов использования патентов, помимо непосредственной реализации. Что касается первой категории, то заявители намереваются использовать патенты (в форме передачи права на патент, лицензирования патентных прав и патентной индустриализации) и извлекать прибыли из сбыта товаров и рыночных операций. В деловых стратегиях такие действия имеют целью «предотвратить копирование патентованных технологий» и «получить долю на рынке и расширить рынок». Что касается второй категории (также известной как стратегическое использование патентов), то заявки имеют целью преградить их соперникам путь к НИОКР или инновациям; усилить рыночные позиции; зарезервировать технологии; использовать патенты как основные вклады или объявленные взносы; укрепить репутацию; и продемонстрировать технологическую мощь. Если говорить о тенденции, то традиционные мотивы, такие как охрана или монопольные прибыли, все в большей мере дополняются стратегическими мотивами, такими как технологическая блокада, переговоры, престиж, роялти и конкуренция. И стратегические мотивы становятся все более актуальными.

1. Роль патентов в деловых стратегиях

Китайские компании подают заявки на патенты главным образом для целей реализации, но начинают рассматривать и их стратегическое использование. Согласно последнему обзору, проведенному в 2012 г., оба из главных двух мотивов имели отношение к охране и реализации. В 2011 г. 62,4% заявителей ставили целью предотвращение копирования, а 60,8% стремились получить долю на рынке и расширить рынок. В противовес этому, 49,9%, 48,6% и 36,0% стремились, соответственно, накопить технологии, укрепить репутацию изделия и установить стандарты. Помимо этого, 12,4% намеревались использовать патенты в качестве активов для обмена или в качестве козыря на переговорах, а 17,6% хотели сдержать или заблокировать конкурентов. Стала проявляться значительная часть стратегического использования.

Коэффициент реализации патентов в Китае остается высоким, в основном соответствуя международному стандарту. Статистика показывает, что этот коэффициент слегка колебался в период с 2005 по 2011 г., но при этом оставался на уровне выше 80%. Коэффициент патентной индустриализации в Китае составил 39,9% в 2011 г. Исследования показывают, что в Соединенных Штатах Америки (США) 48,9% патентов, предоставленных частным компаниям, были переведены на коммерческую основу в 2001 г. Проведенное в 2004 г. обследование шести стран Европейского союза (ЕС) показывает, что 50,5% патентов использовались в промышленных и коммерческих целях самого правообладателя. В Японии согласно проведенному Японским патентным ведомством в 2009 г. обзору были использованы 51,5% патентов. В Республике Корея 82,4% патентов использовались, а 56,5% - предназначались для коммерциализации. С учетом различий в определении «патентной индустриализации» и «патентной

коммерциализации» между Китаем и другими странами коэффициент реализации патентов в Китае схож с международным уровнем.

Стратегические мотивы становятся все более разнообразными, однако они различаются в зависимости от компаний и технологий. Китайские компании применяют и используют патенты для все более и более сложных стратегий, таких как накопление технологий, включение в стандарты или патентный пул, репутация фирмы и перекрестное лицензирование. По сравнению с малыми и средними предприятиями (МСП) крупные предприятия имеют более разнообразные и более крепкие стратегические мотивы. Например, процентная доля крупных компаний (включая предприятия, принадлежащие центральному правительству), чьи запатентованные технологии принимаются и становятся частью стандартов или патентных пулов, заметно больше, чем доля МСП. Стратегические мотивы также варьируются в зависимости от технологий. Различия между компаниями и технологиями являются значительными.

В Китае рыночная стоимость патентов и прибыли от индустриализации остаются низкими. Хотя сравнение показывает схожие коэффициенты реализации патентов в Китае, Европе, США, Японии и Республике Корея, китайские компании сталкиваются с проблемами, включая низкую рыночную стоимость и прибыльность патентов. В 2011 г. большое число патентов, реализованных самими правообладателями, не принесли никакой прибыли. Только 8,4% принесли доходы в размере свыше 1 млн. юаней (154 800 долл. США²) и 0,1% - более 50 млн. юаней (7 739 900 долл. США). В том же году 64,0% китайских компаний роялти от передачи или лицензирования патентных прав в размере меньше 500000 юаней (77 400 долл. США); 76,6% выплатили роялти в этом диапазоне. В обоих случаях большинство компаний попали в категорию менее 50 000 юаней. Очевидно, высокий коэффициент реализации патентов не означает высокой рыночной стоимости и прибыльности.

2. Факторы, сказывающиеся на реализации патентов

Факторы, сказывающиеся на реализации патентов в Китае, схожи с факторами в других странах. Основными различиями являются экологические факторы. Исследование показывает, что такие факторы, как статус предприятия, технические особенности патентов и внешняя среда оказывают воздействие на реализацию. Среди этих факторов немалое воздействие оказывают такие, как оценка реализации, стратегическое позиционирование патентов, вклад НИОКР, является ли патент изобретением (в отличие от полезной модели и промышленного образца) и зрелость управления ИС. Это согласуется с результатами обзора литературы. Факторы, сказывающиеся на реализации патентов, проявляют две главных особенности.

Во-первых, как внешние, так и внутренние факторы оказывают воздействие на реализацию патентов, что отражает нынешний этап развития Китая. Внешние факторы (включая развитие технологии, рыночную конкуренцию и поток информации), которые дают технологические возможности и ресурсы для НИОКР и реализации, перехватываются активными игроками на рынке и используются для принятия решений о реализации с учетом внутренних факторов, таких как способность к НИОКР и стратегическое позиционирование патентов. Между тем на такие решения, опять же, оказывают влияние внешние факторы, такие как политика и рыночная конъюнктура. Исследование показывает, что малые компании больше заботятся о реализации патентов, а крупные компании сосредотачивают внимание на стратегическом использовании. Способность сочетать разные виды использования различных активов ИС также содействует реализации; однако, с другой стороны, чем более зрелой является

² Официальный обменный курс в 6,46 юаня за 1 долл. США, рассчитанный как среднегодовой показатель на основе среднемесячных показателей за 2011 г., Международный валютный фонд, международная финансовая статистика (данные имеются на сайте: <http://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF>).

компания с точки зрения управления патентами, тем меньше вероятность того, что она будет реализовывать свои патенты.

Во-вторых, факторы, сказывающиеся на патентной индустриализации, отличаются сходствами, равно как и различиями в сравнении с факторами, сказывающимися на реализации патентов. В Китае индустриализация патента означает использование патента в коммерческих целях и, в конечном итоге, получение прибылей. На этом процессе, как и на реализации патентов, сказываются несколько факторов, включая размеры компании, способность к НИОКР и виды патентов. Например, компания будет скорее заниматься и реализацией, и индустриализацией своих патентов, если она обладает способностью использовать различные активы ИС; вместе с тем и реализация, и индустриализация испытывают на себе негативное воздействие, если речь идет о патенте на изобретение. Однако факторы, благоприятные для патентной индустриализации, могут и не быть таковыми для реализации патентов. Например, способность управлять патентами уменьшает реализацию патентов, но способствует патентной индустриализации. Вместе с тем, хотя нарушение не оказывает никакого воздействия на реализацию патентов, оно является очевидным барьером для патентной индустриализации.

3. Проблемы и дальнейшие исследования

Во-первых, нам нужно более детально изучить вопросы эффективности и прибыльности реализации патентов в Китае. Поскольку реализация патентов и патентная индустриализация взаимосвязаны с экономическим ростом Китая и его инновационным мастерством, можно предвидеть, что китайские компании будут лучше использовать патентную систему и корректировать роль патентов в своих деловых стратегиях по мере развития экономики Китая и его инновационного потенциала. Как мы можем определить какие-то характерные схемы в их действиях в сфере патентования и получить представление об уровне, масштабах и эффективности использования ими патентов? Чтобы ответить на этот вопрос, мы должны понять логику, определяющую использование патентов, заняться – в теории и на практике – каверзными вопросами относительно «модернизации патентов» и «ценности патентов», осуществить базовые исследования и провести международное сопоставление и обмены исходя из основополагающих атрибутов патентов.

Во-вторых, необходимо укрепить международное сопоставление и обмены относительно статистических стандартов и методов. В контексте международного сопоставления роль патентов в деловых стратегиях китайских компаний указывает на ту же тенденцию, что и в других странах. Однако, что касается видов реализации и индустриализации на конкретных рынках, особенно в том, что касается соответствующих количественных соотношений, то для международного сопоставления не существует никаких основ. То, что мы называем реализацией патентов и патентной индустриализацией, во многих других странах известно как «использование и коммерциализация патентов». Патентные обзоры в Европе и США сконцентрированы на мотивах для патентования, связанных с генерированием прибылей, и информации о лицензировании и передаче патентных прав, в то время как обзоры в Японии и Республике Корея применяют концепции использования патентов и защитного патента. Соответственно, Япония собирает данные о доле патентов, накопленных для будущего использования, а Республика Корея – информацию о патентах, «лицензированных и предназначенных для внутреннего использования». Для таких фундаментальных вопросов, как «что такое реализация патента?», «что такое накопление патентов?», «является ли накопление патентов способом их реализации?» и «каковы критерии и измерения патентной индустриализации?», ответов еще не найдено. Ввиду отсутствия международного консенсуса международное сопоставление не имеет общих основ.

В-третьих, что касается дальнейших исследований, то нас интересуют следующие темы: Какое воздействие на мир окажет стремительный патентный рост Китая и различные мотивы для патентования? Каковы последствия такого воздействия для глобальной системы ИС, рыночной конкуренции и бизнес-моделей, равно как и для государственных субъектов и МНК? Как изменится роль патентов в деловых стратегиях, когда китайские компании будут лучше использовать свои патенты? Как выявлять такие изменения? Как обеспечивать руководство в процессе перемен? Вот основные вопросы для нашего будущего исследования.

[Конец приложения и документа]