



知识产权的商业化运用

杜比实验室国际技术服务(北京)有限公司

大中国区商务拓展总监

丁锐

2009年12月18日

杜比实验室有限公司

杜比实验室有限公司是一家全球领先的提供优质娱乐技术的公司。成立于1965年的杜比公司以广泛应用于电影, 家庭娱乐音视频设备, 和移动终端的高质量环绕声技术而著称。

- 在全球35个国家有超过670家授权的消费类电子产品厂商
- 全球销售总计超过34亿应用了杜比技术的产品



技术创新和知识产权商业化对企业成功的重要性

- 保持竞争力
 - 更好的产品, 更高的效率
- 支撑研发的投入
- 提升公司的估值

技术创新与知识产权商业化为整个产业带来的好处

- 为消费者带来更好的体验
- 增加就业机会, 刺激消费
- 先进技术的推广应用
- 整个产业的经验与能力的提升

知识产权的商业化战略

知识产权的基本概念

- 知识产权的种类
 - 专利, 商标, 版权, 商业机密, know-how
- 获取知识产权的渠道
 - 内部研发
 - 合作开发
 - 从第三方购买
 - 授权获得

专利战略

- 针对竞争对手的壁垒
- 进攻型战略
 - 对侵权者主动采取法律措施
- 防守型战略
 - 抵御第三方知识产权的举措
 - 交叉授权
 - 通过购买潜在专利而扫除可能的威胁
- 需要考虑的方面
 - 关键专利 vs. 广泛覆盖
 - 专利注册的国家 and 地区

商标战略

- 产品和服务的差异化
- 培养信誉, 可从多方面受益
- 相对的降低核查和监管的难度
- 需要考虑的方面
 - 在投入之前要进行全面的搜索
 - 商标注册的国家 and 地区

知识产权的内部管理

- 定期的内部审查
- 制定披露新发明的政策
 - 对内部员工的教育以提升敏感度
- 考核发明委员会
- 申请与注册
- 关于商标:普及正确使用商标的知识
- 与员工的相关协议
- 保密协议

商业化准备

- 市场分析
 - 财务分析
 - 市场拉动还是技术推广
 - 竞争对手的知识产权状况
- 从商业化角度持续不断的对技术创新进行评估
- 知识产权的估价

知识产权的商业化战略

- ‘自给自足’
 - 可以考虑将部分工作(销售或市场推广)外包
- 合资公司/拆分
- 知识产权的出售
- 授权

以授权作为商业战略

授予其他人权利在您的知识产权范围内生产，使用或者销售产品、程序或者服务以换取付款或其他收益。

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ 优点<ul style="list-style-type: none">▪ 风险的分担▪ 减少资源的投入▪ 缩短投入市场的时间 | <ul style="list-style-type: none">▪ 缺点<ul style="list-style-type: none">▪ 失去控制▪ 对被授权人的依赖 |
|---|---|

授权需要考虑的方面

- 授权什么？
- 应该授权给谁？
- 如何规定授权的范围以将价值最大化并实现预期的目标？
 - 授权地区, 适用范围, 排他性, 次级授权, 条件限制
- 哪一种收费方式最合理？
 - 统一价格, 权益金, 设定收费下限, 阶段性收费, 或综合上述多种方式。
 - 谁来付费？

授权需要考虑的方面

- 授权方的责任
 - 提供配套资料, 技术支持, 维护, 等等。
- 标准化 (如果适用)
- 专利池

授权体系的管理

- 研发
- 销售与市场推广
- 对被授权人的服务与支持
- 财务
- 法务
- 核查

授权协议

- 没有放之四海而皆准的‘标准授权协议’
 - 协议中必定由于如下方面的差异而各不相同：
 - 授权战略
 - 风险容忍度
 - 市场定位
 - 地域与司法体系

授权协议-关键条款

- 授权范围
- 反授权
- 商标使用条款
- 付款规定
- 数据共享的义务
- 审计权利
- 保密性
- 宣传口径
- 侵权的通告
- 协议的条件
- 协议终止
- 破产情况下的处理
- 其它

谢谢！

丁锐

8610-59103097

Rui.Ding@dolby.com

www.dolby.com

