

第 1 节 专利本质与价值属性

1.1 专利的本质

专利权是一项具有排他效力的垄断权，在特定时间、特定空间对技术的独占是专利权的价值核心。TRIPS 第 28 条规定：应赋予专利权人制造、使用、许诺销售、销售进口专利产品或专利方法直接获得的产品的权利，以及禁止他人未经许可使用上述方式获得专利产品的权利。我国《专利法》第 11 条规定：发明和实用新型专利权被授予后，除本法另有规定的以外，任何单位或者个人未经专利权人许可，都不得实施其专利，即不得为生产经营目的制造、使用、许诺销售、销售、进口其专利产品，或者使用其专利方法以及使用、许诺销售、销售、进口依照该专利方法直接获得的产品。

美国专利法亦认为，专利权的核心在于专利的排他权（weight of exclusiveness），该权利不仅是促进科学进步的诱因，更是专利权人用来保护自己的最佳武器。而排他权的本质即为在同一范围内，不允许另一事物并存。除了排他效力，专利权的保护客体是智力成果，而专利权与技术的发展和应用均密切相关。专利权的本质是申请人所掌握的技术的排他权。

除排他性外，专利权还具有地域性和时间性，这两种属性实质上是对专利权人因技术公开所换来的“排他权”的必要限制。试想，若专利权可以在任何范围内，无休止地存在，将极大地阻碍后人对于该项技术的改进，损害其他人乃至整个社会的权益。对专利权时间和地域上的限制将使得专利权人与公众权利之间的利益得以平衡。

专利的排他性、地域性和时间性是专利权价值来源及其价值兑现的基础。

1.2 专利的价值属性

专利权的本质在于一定时间内、一定地域上的排他权利，专利权的价值在其排他过程中得以体现。例如，一项给权利人带来丰厚利润的优质专利技术，假设没有他人可能或已经实施该技术，不论有无该专利，该技术均能为企业带来同样的利润，此时，丰厚的利润并非专利所赋予，而是技术自身所带来的。专利技术在无“他”的状态下，体现不出其独占的价值。专利的价值高度依赖“他”的存在，其中的“他”不仅限于现实中已经存在的“他”，还包括潜在的“他”。专利权人想通过排他权实现专利的价值，则必须获取与“他”相关的专利权，而不是仅仅与“己”相关的专利权。对于权利人来说，此处的“他”通常是与经营相关的第三方，例如市场、竞争对手、供应商、上下游产业链、投资商等。专利权的价值本质不在于“专利权所覆盖的保护范围能做什么”，而在于“专利权所限定的保护范围能阻止他人做什么”^①。基于专利的排他性，专利权的价值在于专利权的排他性给权利人所带来的排他利益。

专利价值具有时间属性和空间属性。其价值又包括绝对期限层面、与技术相关的价值变化层面。我国《专利法》规定，发明专利的保护期限自申请日起 20 年，实用新型和外观设计专利权保护期限自申请日起 10 年。我国专利法仅对中国境内享有权益的专利权人给予保护。此外，即使在专利保护期内，并在获得保护的国家或地域内，专利权的价值也可能随着时间、空间和拥有者的变化而发生变化，即同一件专利在不同的时段，往往具有不同的价值。例如，同一项专利技术，随着该项技术的成熟度不断增加，其专利价值也可能相应地增加；同样的专利，由于权利的转移，使得此件专利同其他专利形成有效的专利组合，其价值可能发生 $1 + 1 > 2$ 的提升效应；相反，如果某项技术的替代技术不断涌现，则该技术所对应的专利价值也会因为可替代而发生价值贬损。

专利的价值是指某特定时间点、在特定区域内，专利权人因所拥有的技术排他权而为其带来的权益。这种权益既可以是潜在的或实际的经济收益，也可以是竞争上的主导地位或优势。

① [EB/OL]. [2016-11-30]. <http://www.richardspatentlaw.com/faq/have-an-idea/what-is-the-value-of-intellectual-property/>.

1.2.1 专利价值链的构成

1985年,迈克尔·波特在《竞争优势》中提出了价值链的概念。他将价值链描述为企业进行设计、生产、销售、发送以及对产品起辅助作用的各种活动的集合^①,这些活动单元因协同创造价值而被称为价值活动。

专利价值体现在专利价值链的传递过程中,包括专利开发、专利保护、专利运用、专利信息利用、专利管理体系构建和专利事务管理等多个方面。专利开发、专利保护及专利运用构成专利运作活动的主线,类似于波特价值链上的生产经营环节,归属于专利价值链上的基本活动。专利信息利用、专利管理体系构建和专利事务管理是权利人保证专利基本活动的必要支持,既贯穿于开发、保护、运用的整个过程,又为基本活动提供支持性资源,构成专利价值链上的辅助活动(见图1-1-1)。这些相互区别又相互联系的专利活动,形成了企业创造专利价值的动态过程,即专利价值链。专利价值链上的每一项专利活动都会对专利价值的实现产生影响。企业专利价值链上各因素的综合决定其专利收益与竞争优势。专利活动的不同阶段对应于专利价值的不同表现形式,也是专利需求层次的基础。

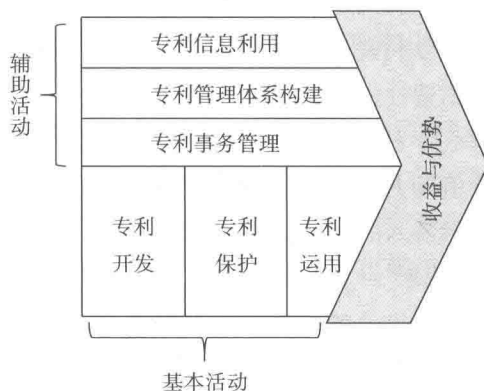


图 1-1-1 专利价值链的构成

1.2.2 专利价值的表现形式

有学者认为:专利价值应该充分考虑专利权人在两种状态下的收益,第一种状态是专利权人自行实施专利;第二种状态是专利权人完全转让或许可

^① 董丽,等.我国制药企业专利价值链管理模型及各环节存在的问题分析[J].中国医药工业杂志,2012,43(11):A104-A110.

专利技术而不实施。专利权人在两种状态下的收益差值即为专利价值^①。狭义的专利价值既可以表现在侵权纠纷中因他人实施专利权所引起的权利人的收益损失,也体现在专利许可、专利转让所涉及的买卖双方所达成的价格共识。广义的专利价值不仅体现在诉讼赔偿、专利许可、专利转让等法律行为或经济行为上,还包括提升自身在外部环境中的竞争优势。专利赋予权利人的竞争优势价值,其一,体现在识别科技创新成果,增加权利人的附加价值;其二,体现在形成有效的防御(包括形成技术标准),提高产业进入壁垒;其三,体现在打造基于专利的合作及整合,使得权利人拥有与竞争对手更多的谈判筹码,赢得更大的自由行动空间;其四,体现在寻求专利布局与企业战略规划或国计民生的统一,以实现企业知识产权战略和其经营发展战略。^②

从专利开发到专利保护、专利运用,再到专利所带来的收益和竞争优势,专利价值在不同阶段的基本活动中表现出的主要价值在发生改变,基于不同的阶段和专利运用,专利的价值形式表现为成果识别价值、市场防御价值、市场进攻价值、专利运营价值、技术整合价值和专利战略价值等形式。

1. 成果识别价值形式

专利开发的过程是专利技术外部显现的过程,包括技术开发、创新挖掘、专利撰写、专利申请、专利审查和专利获权等过程。通过前述专利开发环节,专利技术的新颖性、创造性以及实用性得到了认可,专利授权文件所包含的技术信息和法律信息(专利权人、发明人等信息)成为彰显科技创新成果的有效形式,专利的价值即为向公众彰显技术成果的归属以及优先研发地位,并对竞争对手起到技术禁入的宣告作用。

2. 市场防御价值形式

市场防御价值是专利价值的主要表现形式之一。利用专利防御价值的主体既可以是在市场中占有主导地位或具有竞争优势的创新主体,也可以是市场中处于弱势地位的创新主体或市场新入主体。

具有主导地位或竞争优势的创新主体,其通过有意识的专利申请与布局,将其他竞争对手隔离于市场之外或提高新竞争者的准入门槛,实现专利的市场防御价值。原研药厂所保护的核心化合物专利具有强大的防御作用。围绕

① 张希,等. 非市场基准的专利价值评估方法的理论基础、实证研究和挑战 [J]. 软科学, 2010, 24 (9): 142 - 144.

② 徐明. 通信领域专利的高价值 [EB/OL]. [2014 - 01 - 24]. http://www.sipo.gov.cn/mtjj/2014/201412/t20141224_1051115.html.

化合物专利而构建的制备方法专利、中间体专利、晶型专利、制药用途专利和制剂专利等，同样可以拦截仿制药竞争者市场进入，从而起到防御作用。

就市场中处于弱势地位的创新主体或市场新入主体而言，当它针对必要关键技术申请专利并预期获权，其初始目的并不在于获得市场的独占或使用专利主动攻击竞争对手，而仅是希望自身能够在市场上分得一杯羹，当受到他人专利进攻时，手中拥有的专利权可以成为其反诉竞争对手侵权的武器或作为与其谈判的筹码，保证自我经营。此时，专利达到了防御目的，从而实现了其防御价值。

3. 市场进攻价值形式

专利权人将其技术予以公开，进而换回10年或20年的市场独占权。专利权人以专利技术为进攻武器进而实现其市场价值行为，即为市场进攻价值形式。

就处于优势地位的竞争者而言，实现专利价值的直接形式即以专利为矛，通过警示、谈判、诉讼等手段，将竞争对手驱逐出市场或者直接获得价值赔偿。专利进攻的前提为其拥有优质的专利和专利布局：在上游布局专利，可以提高对供应商的议价能力及风险控制能力；在下游布局专利，可以提高产业影响力以及更好地为企业客户保驾护航；在标准中布局专利，可以增强专利价值兑现能力。

对处于劣势地位的竞争者而言，最初可能受制于强势竞争者的专利，而在其二次研发和创新过程中精心构建自己的专利组合过程中，则攻守之势或易之。这部分竞争者充分利用自己手中的专利作为武器，通过谈判、诉讼对冲等手段，与强大市场先入者抗争，争取获得市场准入或交叉许可的机会，进而获得竞争优势。

4. 专利运营价值形式

专利运营即“运筹”与“经营”，将“运营”的概念运用到专利领域，是指运营者将专利作为投入要素直接参与商业化运筹和经营活动，通过专利资本的各种技巧性市场运作提升专利竞争优势，以最大限度地实现专利权的经济价值。专利运营包括专利的许可与转让、投融资、质押、信托、保险等多种形式，涉及专利投资、组合、收益等环节。专利运营前需要评估专利价值。专利是一种可以经营且可以反复使用的资源。专利运营价值兑现以资产流转为目的，专利权人将拥有的有效专利或专利技术进行策划、分析、收购、集成，形成面向产业的专利组合，并通过转让、许可、投资、质押等形式，

实现专利的经济价值^①。专利运营是把专利技术转化为专利资产，把知识优势转化为经济优势和竞争优势，进而将专利权与经济收益有效衔接，通过获得专利收益推动创新主体竞争力的提升和产业结构的优化升级。

5. 技术整合价值形式

专利的价值还在于打造基于专利的合作及整合。当发生专利侵权或存在潜在专利侵权时，宣告专利权无效并非应对诉讼或消除专利障碍的唯一途径。发起专利无效或专利诉讼的过程中，双方当事人均需要耗费大量的人力、物力、财力，但其最终结果也未必一定如愿。孙子《谋略篇》有云：“百战百胜，非善之善者也；不战而屈人之兵，善之善者也。”因此，基于专利的合作及整合也是一种解决冲突，实现合作共赢的有效途径。专利权人利用其专利资源作为谈判筹码，寻求与他人合作，既避免自身的重复研发工作，节约成本，在需要对方专利技术支持时，通过购买或获得许可等方式整合专利技术，弥补自身技术劣势；当存在多方竞争时，与其中一方或几方合作，可以充分制衡竞争局面，避免“鹬蚌相争，渔翁得利”，甚至避免成为专利大战的牺牲者。

6. 专利战略价值形式

专利战略价值形式是上述专利价值形式的综合和提升，是创新主体，乃至国家决策者为机构、企业、国家的未来发展而进行的全局性筹划和安排。

在宏观上，对于创新主体而言，其专利战略价值既包括依靠专利打开市场，防御市场，占领市场，进而取得市场竞争优势地位，也包括基于专利的市场拓展，提升市场甚至全产业链布局；对于国家而言，专利的战略价值甚至与法律、科技、经济、民生息息相关，谋全局者将专利战略价值与国家法律、科技、经济政策深度融合，指导科技、经济领域的国际竞争，以谋求民生福祉。

在中观上，专利战略是创新主体应对激烈的市场变化、严峻的挑战形势，主动利用专利制度保护自己，并充分利用专利情报信息，研究分析竞争对手，推进专利技术开发，提高专利控制的市场能力，进而获得竞争优势，为其健康持续发展进行的总体性规划。专利战略的实施依赖专利或专利组合的战略价值，而专利的战略价值实现体现在创新挖掘、专利申请、实施、保护、运营等环节的协调运作和战略实施。

① 毛金生，等. 专利运营实务 [M]. 北京：知识产权出版社，2013.

在微观上,创新主体充分重视每一项专利技术的创新挖掘、专利授权与确权的战略布局,力争获得具有排他效力的保护范围,洞察产业链上的每一个创新点和发展动向以及他人可能侵犯专利权的行为,及时调整自身的发展策略和专利策略,服务于经营发展战略。

1.2.3 专利价值的需求层次

专利价值的表现形式贯穿于专利价值链中专利活动的全流程,且随着专利活动的不断深入而呈现出专利价值递增的态势。权利人对于专利价值的需求亦存在层次。

美国人本主义心理学家亚伯拉罕·马斯洛于1943年在《人类激励理论》中提出需求层次论,将人类需求像阶梯一样从低到高按层次分为5种。笔者认为,专利权人对于专利的需求同样有着层次区分,这一需求层次与专利价值的高低密切相关。需求层次越高,意味着专利价值越高。由低到高依次是:①基本需求:识别、彰显;②安全需求:防御、进攻;③交互需求:运营、整合;④战略需求:综合、战略;⑤布局未来:开放、预见,如图1-1-2所示。

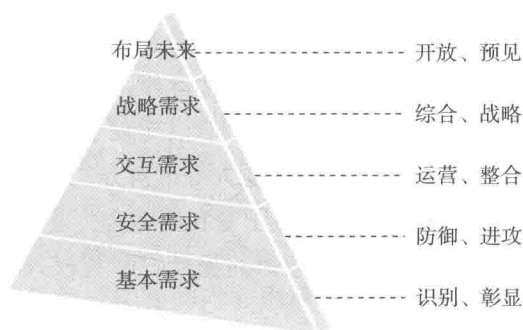


图 1-1-2 专利价值的需求层次

1. 基本需求——识别成果、彰显技术

马斯洛需求的最低层次为维持自身生存的最基本要求。以发明专利为例,申请文件自申请日起18个月予以公开(提前公开的除外)。随着申请文件的公开和授权文本的公告,其技术信息和法律信息被予以公开或公告,并转化为专利信息。专利信息将技术内容和技术开发者联系起来,通过专利形式彰显技术研发的方向和高度,达到识别成果的目的。我国高校和研发机构的专

利转化率不足5%^①，其大部分专利被用于识别技术成果和技术彰显，在某种程度上具有“排他”价值并在一定程度上迎合政策和研发需求。授权专利均经过专利性等审查，授权专利均可以满足权利人向公众彰显技术成果、归属权以及优先研发地位的基本需求。

2. 安全需求——专利防御、专利进攻

防御与进攻是专利排他性所赋予权利人的根本权利，其提供给专利权人以排除他人为生产经营目的，未经许可的制造、使用、销售、许诺销售、进口其专利技术产品的权利。将他人排除于市场之外是行使专利权的根本形式，也是保障自我实施和市场独占的安全需求。提高他人的市场进入门槛，阻碍市场新进者的进入是对专利权运用的防御需求；将专利当作武器，获得侵权赔偿或拖延竞争对手的市场进入，则是对专利权运用的进攻需求。在实践中，不论是防御还是进攻，均是保证专利权人生产经营的安全需要，使用专利的进攻或防御功能，以达到维持和巩固自身市场上竞争地位的目的，进而发挥专利权的排他价值。

3. 交互需求——专利运营、专利整合

专利防御与专利进攻是维持和巩固市场竞争地位的权利运用之一。权利人间还存在专利的交互需求，通过专利运营与专利整合，以实现并提升专利价值。交互需求是对专利技术成果的商业化运作，进而实现和提升其市场价值的更高层次的需求。这一目标的实现，不仅局限于自己生产和制造产品来兑现价值，还包括将专利转让、许可给他人等运营方式，以及通过专利寻求与他人的合作等技术进阶的有效途径。基于专利的整合，发挥 $1+1>2$ 的增值效果。随着创新主体对专利制度利用能力的提升，专利权人将存在通过专利交互活动获得更多价值的需求。

4. 战略需求——综合需求、战略化

战略需求也可以是防御、进攻、运营、整合的综合，或与创新主体、国家主体的全局性筹划和安排相适应。专利将作为重要手段成为商业战略或国家发展战略的重要组成部分，可以改善权利人与竞争对手或合作伙伴间的谈判地位，辅助投融资的实现，其价值延伸至上下游产业链，并寻求跨产业的发展与合作，甚至借助专利实现产业的整合。这是权利人借助专利权而渴望满足的更高需求。

① 王鸿琦，等. 国外高校专利技术转化模式及对我国高校的启示 [J]. 技术与创新管理，2014 (4): 331-333.

5. 布局未来——开放专利、预见未来

法国古典经济学家萨伊认为：供给会为自己创造需求。一种产品的生产会为另一种产品的销售创造前提。生产最终决定了消费。谁占领供给，谁就占领了下一步的消费市场。专利作为一种排他权，对技术、产业的发展具有激励作用，也可能阻碍产业的发展和技术的进步，一些创新主体可能因为潜在的专利风险而选择不进入该领域。没有实际生产供给，就不会引导出消费者的需求，这个产业就无法长久^①。当权利人因专利的成功战略性布局而在某一领域占据绝对的竞争地位时，“战”和“略”已不再是其追求的目标。此时，开放专利，允许更多的创新主体进入，将有利于产业相关产业的蓬勃发展如生产供给，进而引导更多的市场需求。权利人对于专利的需求已经远远高出专利自身所具有“排他”价值而衍生出更高的价值。开放专利是对未来的预见和引导，布局未来的需求才是专利价值的最高层次需求。

1.3 高价值专利的内涵和外延

如何界定专利价值的内涵和外延？这是困扰业界多年的难题。

不同的判断主体，由于立场和目的不同，对专利价值有不同的认识。对以盈利为目的的市场主体而言，能为其带来可观的经济利益的专利即为高价值专利；对创新主体而言，能够使其在技术上占据主导地位的专利即为高价值专利的范畴；而对国家或地区的管理者而言，能够更好地促进科学技术进步和经济社会发展的专利，则被视为高价值专利。

专利价值中的“高低”是在比较中产生的，无比较则无高低。高价值并非绝对的标准，而是在特定时间、特定空间，判断主体基于自身的立场与特定目的，认为能体现相对优势的内心确认。“高价值专利”范围难以界定的原因在于，专利价值的多方需求以及多种外部表现形式，基于不同的立场和目的，高价值的范畴并不一致，对“高价值专利”的明确定义是一项复杂的工作。

解析“专利价值”的内涵将利于解析“高价值专利”的内涵。通过明晰种种专利价值的表现形式，探寻专利价值本质所赋予的“高价值专利”内涵。

将“高价值专利”拆分为“高低”“价值”和“专利”，结合专利价值

^① 郑金武. 丰田 VS 特斯拉，公开专利的博弈 [EB/OL]. (2015-01-14) [2016-10-30]. <http://news.sciencenet.cn/htmlnews/2015N311564.htm>.

链、专利价值的表现形式和需求层次则有利于阐释高价值专利的内涵（见图 1-1-3，详见文前彩插第 1 页）。任何一件专利在获得授权以后，均具有一定的价值。专利价值的最低层次是与技术成果识别对应的，仅具有彰显技术成果的价值，而其排他能力极弱，甚至不具备排他作用。而具有排他价值的专利（称为“排他价值专利”）则具有排他或潜在排他的属性。在排他价值专利中，专利的价值层次与需求层次密切相关，能够满足安全需要、交互需求、战略需求的专利从低到高具有一定的价值层次性，并具有专利本质所赋予的排他价值。

关于专利价值的高低没有绝对标准。“价值高低”是在比较中产生的，并且是一个动态变化的过程。不同主体基于不同目的，对于高价值专利的认知存在不同，既可以与排他价值专利的范围等同，也可以隶属于排他价值专利范围内且为排他价值专利中的佼佼者。“高价值专利”的评判标准，与权利人对于专利运用的自身目的、权利人所处立场密切相关，其反映在特定时间和特定空间，基于自身的立场与特定目的，是判断主体能获得利益或体现相对优势的内心确认。

在高价值专利的产生、运用和管理过程中，权利人发挥着至关重要的作用。同样的专利在不同权利人的手中，其体现的价值可能完全不同。

综上所述，高价值专利可理解为在某个特定时间、特定区域内，基于专利权人的特定目的，因排他性而为权利人带来相对更多的权益或竞争优势的专利。其中，所述权益既可以是实际的经济收益，也可以是潜在的收益。而竞争优势则可以是技术、法律、市场任一维度上的竞争优势，其既可以体现在专利进攻、专利防御的交锋中，也可体现在运营、整合的交互中，更可以体现在专利战略化的大势之中。

通常来讲，需求层次越高的专利，专利的整体价值越高。基于特定的目的而言，专利价值的高低并非绝对受限于需求的层级。例如，专利权利人的目的即为通过诉讼获得高额的诉讼收益，并非许可转化，则其专利的进攻价值就要高于专利的运营价值。基于不同的目的和需求，高价值专利既可能是专利进攻中给权利人带来高额赔偿的进攻型专利，也可能是专利战略中为企业赢得市场竞争优势的战略型专利。

1.4 高价值专利类型

专利价值具有多面性，基于不同的分类标准，高价值专利的类型也不尽

相同。商业的成功取决于竞争环境下的技术因素、市场因素和法律因素，同样，专利具有技术、法律、市场三重属性（见图1-1-4），进而具有技术、法律、市场三个维度的价值属性。基于对任一维度的侧重，高价值专利可分为“高法律价值型”“高技术价值型”和“高市场价值型”。基于不同的使用目的，高价值专利分为“高防御价值型”“高进攻价值型”“高运营价值型”“高整合价值型”和“高战略价值型”（见图1-1-5）。

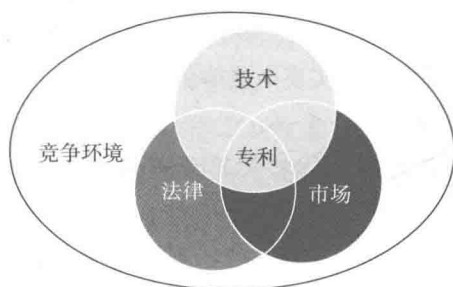


图 1-1-4 专利价值的三个维度分析

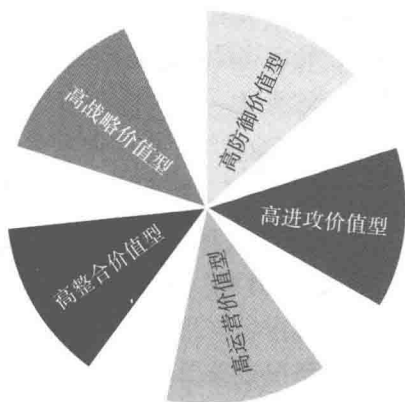


图 1-1-5 基于应用的高价值专利分类

1.4.1 基于维度的分类

1. 高技术价值型

我国《专利法》第2条规定，发明是指对产品、方法或者其改进所提出的新的技术方案。实用新型是指对产品的形状、构造或者其结合所提出的适于实用的新的技术方案。不论是发明还是实用新型，保护的均为“技术方案”。技术价值是专利保护的基础，其价值的高低决定着专利的基础价值。

专利技术价值体现在“技术壁垒”或“技术主导地位”上，其受到诸如技术效果、技术影响力、技术先进性、行业发展趋势、技术适用范围、配套技术及其依存性、技术不可替代性、技术成熟度等多因素的影响。“高技术价值型”专利应当属于行业发展处于快速上升期的朝阳性产业，具有先进的技术优势，代表着技术发展的方向。“高技术价值型”专利包括不可替代的技术，具有前景的前沿性技术，应用范围广阔的潜力技术。在不考虑其他因素的情况下，专利的技术价值随着技术不断成熟而呈现上升趋势。

2. 高法律价值型

法律是技术独占的保障因素，我国《专利法》第11条规定：发明和实

用新型专利权被授予后,除本法另有规定的以外,任何单位或者个人未经专利权人许可,都不得实施其专利,即不得为生产经营目的的制造、使用、许诺销售、销售、进口其专利产品,或者使用其专利方法以及使用、许诺销售、销售、进口依照该专利方法直接获得的产品。稳定而有效的法律价值是高价值专利实现专利防御、进攻、运营、整合、战略化的前提。专利的法律价值体现于权利的稳定性、不可规避性、专利依赖性、侵权可判定性、专利有效期、同族地域专利组合以及权利人对专利制度的运用能力等多因素。“高法律价值型”专利应当是权利稳定的,这是保证高价值专利实现“防御”和“进攻”等功能的前提,其“不可规避性”的高低取决于专利的法律效力,“专利有效期”“同族地域”决定了专利保护时间的长度和空间跨度。科学且有效的战略性“专利组合”,则是“高法律价值型”专利实现高法律价值的基础。

3. 高市场价值型

“高市场价值型”专利的价值体现在市场竞争优势及其带来的竞争收益,并表现在开展市场应用、市场发展趋势、市场规模、市场供求关系、市场占有率、竞争情况政策适应性、专利运营情况多个方面,同时受控于专利权拥有者的运用能力。市场是检验专利价值的主战场。市场或潜在市场规模越大、市场占有率越高,并且供不应求的技术产品的市场价值就越高。此外,专利技术是否适应国家或地区的政策同样影响专利的市场价值。整体而言,具有市场前景的专利技术均属于“高市场价值型”专利,而其市场价值的高低取决于上述因素的共同影响。

1.4.2 基于目的的分类

基于专利目的的不同,专利分为“高防御价值型”“高进攻价值型”“高运营价值型”“高整合价值型”和“高战略价值型”。

1. 高防御价值型

高防御价值型专利的价值体现在专利防御上,是设置在“他人”实施专利道路上的绊脚石,包括阻止他人抄袭、阻碍潜在侵权者、提高专利效力的平衡和防止第三方诉讼等方面。其防御的范围越大,则防御价值越强。高防御价值型专利的防御性通过权利要求所能覆盖的保护范围来体现。保护主题完备、权利要求的保护明确、保护范围适中的专利组合,是实现高防御价值的基础。具有主导地位或竞争优势的创新主体所拥有的,将其竞争对手隔离于市场之外、提高新竞争者的准入门槛而实现市场防御价值的专利,即为“高防御价值型”专利。市场中处于弱势地位或市场新入主体用于反诉对方

侵权，或作为与对方谈判筹码、保证自我经营的防御型专利也属于“高防御价值型”专利的范畴。

2. 高进攻价值型

处于优势地位的竞争者使用警示、谈判、诉讼等手段，将竞争对手驱逐出市场或者直接获得价值赔偿的专利即为“高进攻价值型”专利。高进攻价值型专利往往有着优质的专利布局：①产业链上游布局，控制对供应商的议价能力和材料供应；②产业链下游布局，提高产业影响力并为其合作伙伴自由实施保驾护航；③在标准中布局专利，增强专利价值的兑现能力和应用维护。

处于劣势地位的竞争者可利用高进攻价值型专利作为谈判筹码，通过交叉许可获得市场准入机会，进而改变竞争格局。

3. 高运营价值型

专利运营是把专利技术转化为专利资产，把知识优势转化为经济优势和竞争优势。企业针对拥有的有效专利或专利技术进行策划、分析、收购、集成，形成面向产业的专利组合，并通过转让、许可、投资、质押等形式实现专利的经济价值。专利运营是将专利资产与经济收益直接对接，通过获得的收益推动企业竞争力的提升和产业结构的优化升级。通过转让、许可、投资、质押等形式，实现专利经济价值的专利即为“高运营价值型”专利。

4. 高整合价值型

权利人基于专利促成的合作，是一种利用专利整合解决冲突、实现共赢的好方法。专利拥有者利用已有的专利资源作为谈判筹码，在自身需要对方专利技术支持时，通过购买或获得许可的方式整合专利技术，弥补自身的技术劣势，避免自身的重复研发，节约成本。当存在多方竞争时，与一方或多方合作可以形成制衡竞争局面，避免“鹬蚌相争，渔翁得利”，甚至避免成为专利大战的牺牲者。这些作为谈判筹码与他人合作，或完善自身所需要的专利技术即为具有“高整合价值型”的专利。

5. 高战略价值型

基于多种应用，并能发挥作用的专利属于“高战略价值型”专利。“高战略价值型”专利兼具防守性、进攻性、运营性、整合性等功能，是专利宝座上的宝石。其服务于研发机构或企业乃至国家决策者，为机构、企业、国家的未来发展而进行全局性筹划和安排。研发机构或企业可以依靠其打开市场、防御市场、占领市场，最终取得市场竞争优势地位，国家可以依靠其为民生谋福祉。

综上所述,基于不同的分类标准,不同的高价值专利具有不同的价值体现。

第2节 高价值专利的评价研究

2.1 高价值专利的显化方法

专利价值评估用于评价专利的价值或其价值度,并通过专利价值评估将专利价值(度)方法予以显化。经典的专利价值评估方法分为商业评估方法和非商业评估方法两类。商业评估方法属于一种定量评估方法,一般用于技术交易中的资产评估,以便确定交易价格,包括成本法、收益法、市场法等^①。非商业评估方法则属于一种定性评估,通过选取与专利价值密切相关的评价指标,将其量化或分级化,经过归一化、加权计算模型化等方式,反映专利技术的价值度或价值分级。

2.1.1 商业显化方法不适于高价值专利的评价

专利价值的商业显化方法主要包括成本法、收益法和市场法。三种方法将专利作为无形资产,利用经济学中的无形评估手段来评估专利的市场价值,其最终给出的价值往往为与货币挂钩的具体价值。然而,专利的高价值往往体现于多个方面,且根据专利所处价值链的不同阶段,其价值的显现方式不尽相同。高价值不局限于市场价值,还可能体现于高法律价值和高技术价值,且在专利价值开发的不同阶段,其显现出的价值维度和价值形式并不相同。例如,在技术开发初期,并没有完备的条件使得专利技术市场化,往往未使得专利的价值体现于市场,也没有收益,经典的收益法和市场法并不足以彰显专利价值的高低,无法有效地将高价值专利显化。在成本法中,专利资产的价值等价于现时重置成本减去其专利损耗和贬值^②,即专利价值=重置成本-无形损耗-有形损耗。其中,重置成本一般根据人员投入、资金投入、资源投入等方面的成本来进行计算;无形损耗主要是指在进行专利技术评估时,由于其他更为先进或者相对较先进的技术出现,而在一定程度上造成现有专利技术价值的降低。有形损耗与固定资产使用中的累计折旧

① Smith GV, Parr R L. Valuation of Intellectual Property and Intangible Asset [M]. 3 ed. New York: John Wiley, 2000.

② E F Sherry, D J Teece. Royalties. Evolving patent rights and the value of innovation [J]. Res. Policy, 2004, 33: 179-191.

成本的计算方式相似。高价值专利的显现化方法更多地体现在对专利价值的未来预期,而成本法没有考虑专利技术所带来的预期收益,往往会低估专利的价值。对于可预期性极低的医药领域来说,专利技术的成本往往并非完全决定于人员投入、资金投入、资源投入的重置成本,高投入成本不一定等价于高专利价值,并且无形损耗和有形损耗有时也难以界定,经典的商业方法并不适用于高价值专利的普适化显现。

2.1.2 非商业的专利价值评估法或适于“高价值专利”的显现

非商业显现化法根据专利自身所具有的特点,从法律、技术、市场等多个角度对其进行评价,通过选择和确定显现专利价值的指标,采用评价分数或区分等级等定性手段,来显现专利技术的相对价值。高价值专利的显现方法可以参照非商业的价值评估方法,根据不同的高价值专利类型,有侧重地优化各指标的显现化参数和统计权重,构建评价体系或数学模型,按照一定的标准为专利的各项指标赋分,并通过最终的价值得分区分“高价值专利”,使得适于某种特定目的的“高价值专利”显现。

1. Lanjouw - Schankerman 专利价值评估模型 (LS 模型)

Lanjouw - Schankerman 为耶鲁大学 Lanjouw 教授与伦敦经济政治学院的 Schankerman 教授于 1999 年提出的专利价值评估模型。两位教授收集了美国 1960 ~ 1991 年的 6111 项专利数据,通过因子分析的方法,构建了综合专利价值指数 (composite index of patent value, CIPV),并使用企业的专利更新 (patent renewal) 和专利异议 (patent opposition) 数据进行了验证,发现了专利价值指数与专利价值间较好的统计相关性。他们选择了引用次数 (backward citation, BC)、被引用次数 (forward citation, FC)、同族专利数 (family size, FS) 和权利要求项数 (the number of claims, NC) 4 项指标作为专利价值评估的评价指标,构建了专利价值评估模型。该模型对美国药品专利的价值评估有较好的适用性。具体模型为 $CIPV = \alpha_1 \lg FC + \alpha_2 \lg NC + \alpha_3 \lg FS + \alpha_4 \lg BC$, 其中, FC 反映了专利的影响力, NC 用于衡量专利的保护宽度, FS 反映了专利的地域保护范围, BC 用于衡量专利的创造性, $\alpha_1 \sim \alpha_4$ 为 4 个指标的偏回归系数,分别为 39.8%、14.9%、10.8% 和 34.5%。CIPV 数值越高,专利价值越大^①。

① 胡元佳,等. Lanjouw - Schankerman 专利价值评估模型在制药企业品种选择中的应用 [J]. 中国医药工业杂志, 2007, 38 (2): A20 - A22.

曹晨等从 IMS 数据库中选取了 20 个专利药物作为样本,并将其用于验证 LS 模型中的 CIPV 值与药品经济价值之间的相关性。选择的药物分为两组, A 组为 2004 年销售额超过 30 亿美元的药物,包括“重磅炸弹”药物立普妥 (Lipitor)、舒降之 (Zocor)、Advair、Norvasc、Zyprexa、Nexium、Zolofl、Effexor、Plavix 和 Celebrex, B 组则为 2004 年销售额未过 1 亿美元的 10 种药物,包括 Claritin、Caduet、Emend、Cenestin、Namenda、Avelox、Hectorol、Cipro、Mobic 和 Olmesartan。研究发现, A 组的 CIPV 值显著高于 B 组, CIPV 值与药品销售额存在显著的正相关关系。

LS 模型通过综合分析引用次数、被引用次数、同族专利数和权利要求项数 4 项指标,构建了适用于药物领域专利价值高低的显现化方法,该方法不再局限于产品开发的成本,技术是否市场化收益等, CIPV 值所体现的价值区分度适用于美国药品高价值专利的显现。

2. CHI 专利指标体系

1970 年,美国知识产权咨询公司 (CHI) 与美国国家科学基金会一起研发出全球第一个科学成果指标。美国国家科学基金会编写出版的《美国科学与工程指标》报告了采用 CHI 的专利指标体系。CHI 专利评价指标包含专利数量 (number of patents)、专利平均被引用数 (cites per patent)、当前影响指数 (current impact index)、技术实力 (technology strength)、技术生命周期 (technology cycle time)、科学关联性 (science linkage) 和科学强度 (science strength) 7 个指标,并利用前述 7 个指标分析某一专利组合的质量。其中,当前影响指数是指在技术领域里,一家公司前 5 年所获得的专利在当前年份中的平均被引用数,除以在该领域里美国所有的专利在当前年份中平均被引用数,该指数用来反映专利质量和实际的技术影响力。技术实力则为专利数量乘以当前影响指数,通过对专利数量规模进行质量加权来描述公司的专利组合力量。技术生命周期用于评估一项技术的创新速度或科技演变速度,技术生命周期具有产业依存性,即技术生命周期会因技术领域不同而有所差距。电子产业的技术生命周期较短,为 3~4 年。制药产业的技术生命周期多达 8 年以上。科学关联性为某项技术所拥有专利的平均引用论文或研究报告的篇数,用来评估该公司的专利技术的科学前沿程度。该指标具有产业依存性,会因产业的不同而有所不同。科学强度 = 专利数量 × 科学关联性,评价该技

术使用基础学科建立公司专利组合的程度和公司在科学上的活跃强度^①。在这7个指标中,只有专利数量、专利平均被引用数、技术生命周期和科学关联性为原始数据指标,其余均为衍生的指标体系。CHI专利指标体系侧重于某项专利技术的技术影响力,适用于显现专利组合的价值。高价值专利往往为多件专利组成的专利组合,借鉴CHI专利指标体系具有显现“高价值专利”组合价值的可能。

3. 《华尔街日报》专利记分卡^②

《华尔街日报》(WSJ)每周二在财务&投资栏目中以专利记分卡(patent score card)的形式发布某一行业的公司、研究机构的技术强度排名和股票行情数据,统计指标涉及专利授权量、产业影响力、研发强度、技术强度、科学强度、创新循环周期。这6个指标包括以下内容:①质量为技术强度和产业影响力指标。技术强度是结合数量和质量因素对某一机构专利组合实力的总体评估结果,是专利组合的排名依据之一。产业影响力指某一机构专利组合对后续技术创新的影响程度,通过专利被引用数据计算。②数量为专利授权量指标,指某一机构在统计周期内的美国专利授权量。③科学为科学强度和研发强度指标。科学强度用来衡量创新主体利用科学研究成果构建专利组合的程度。研发强度指某一机构专利组合中科学关联度高于行业平均值的专利数量程度。④速度为创新循环周期指标,用于衡量专利或专利组合所基于的现有技术的新旧程度。专利记分卡的研究目的在于,为创新主体的技术强度排名,直接分析的对象为创新主体所拥有的专利,涉及对专利质量、数量、科学和速度的综合评价,所采用的排名方法和选取的指标可为“高价值专利”的显化提供借鉴。

4. IEEE专利实力记分卡^③

IEEE专利实力记分卡是对全球5000余家领先的公司、学术机构、非营利组织和政府机构的美国专利进行客观、量化分析的结果,综合考虑了专利组合的数量和质量,根据专利实力指数进行排名。专利实力通过专利数量、专利增长情况、技术影响力、技术原创性和技术扩散性来体现,计算公式为:专利实力指数=专利数量×专利增长指数×校正后的技术影响指数×技术原创指数×技术扩散指数。其中,专利数量是指某一年专利授权数量;专利增长指数是指某机构最近一年美国专利授权量除以前5年期间每年平均授权量;

① 马慧民,等.日美知识产权综合评价指标体系介绍[J].商场现代化,2007(31):301-302.

②③ 李昌峰,等.榜单的力量:常见专利排行榜解析[J].专利文献研究,2005,2(1):92-96.