

跨国公司知识产权转移路径研究

■ 汤湘希 高娟

经济全球化带来了全球资本扩张,促进了跨国公司的资本流动,加速了知识产权在全球范围内的转移。随着我国改革开放的深入和国际经济地位的提高,我国企业在国际交流与合作中占据越来越重要的地位。然而,西方国家和国外跨国公司凭借在全球资本扩张中的知识产权优势,利用知识产权的持续转移,实现其在全球范围内的国际分工与产业布局,始终控制着世界经济与贸易的主动权。

因此,笔者通过2011年世界500强企业的经验数据,分析了跨国公司的知识产权转移路径,总结了跨国公司如何运用知识产权战略实现其在全球范围的资本扩张,以期为我国企业“走出去”提供经验借鉴。

一、跨国公司知识产权转移路径的选择

知识产权价值的创造不仅在于其自身价值的创造,更在于其持续转移的价值创造。世界500强企业之所以能“基业长青”,其秘诀在于拥有以知识产权为主导的核心竞争力,而且能将其持续转移扩散至多种产品、多个产业、多个地区或多个国家,进而创造可持续竞争优势,最终成长为全球性的跨国公司。

(一) 知识产权转移类型

1. 产品转移:一种产品转移至多种产品。跨国公司利用垄断优势排除竞争(S.H. Hymer, 1960)。垄断优势主要来源于跨国公司对知识资产的控制(H.G. Johnson,

1970)。通过对专利、专有技术等无形资产的垄断优势的转移,跨国公司将知识产权从一种产品转移至其他产品,将知识产权运用于开发多种新产品或对现有产品进行大幅度的改进,扩展其产品线,获取行业控制权,促使行业垄断地位的形成。比如,宝洁、联合利华等跨国公司的品牌几乎垄断了整个中国日化行业。又如,韩国三星在借鉴了美、日、德等国的17项专利技术的基础上研制获得了DVD激光头领域的关键技术专利授权,这一技术作为多个领域的核心技术,不仅可用于透镜装置,而且可用于DVD机及计算机等多种电子产品,从而被广泛引用。而三星电子“SAMSUNG”这一商标,也从冰箱、洗衣机及电视等的运用上转移至3D、LCD/LED液晶屏、手机、半导体、数码相机和摄像机、其他家电等一系列产品。

2. 产业转移:一个产业转移至多个产业。迈克尔·波特的竞争优势理论认为,企业根据自身产业结构方面的优劣势可以选择有利的战略定位,如利用成本领先战略或性能差异战略来获取竞争优势。拥有知识产权优势的跨国公司,通过将某一产业的知识产权运用于其他产业的知识产权开发或产品生产等,更易创造进入某一产业的机会,扩大其价值创造的可能性。现代经济社会中的各产业部门实际上是一种互相联系、互相依存的产业群体,而对产业间关联起决定性作用的是技术关联(姜红、陆晓芳, 2010)。例如,本田公司利用其发动机技术从最早单一的

摩托车生产,通过并购进入汽车、发电机、割草机、水下引擎等二十多个行业,成功进入世界一流公司之列。而2011年2月,微软与诺基亚宣布达成广泛战略合作,诺基亚将采用微软Windows Phone作为主要的智能手机系统。这些均体现了专利技术在产业间的转移。

3. 区域转移:一个地区转移至多个地区。知识产权作为跨国公司的重要资产,在其法定期限内,通过不同途径从一个地区或国家转移至另一地区或国家,从而不断为跨国公司赚取利润。技术作为一种生产要素,在各个国家具有不同的发展水准,这种技术上的差距可以使技术领先的国家具有技术上的比较优势(M.V.Posner, 1961)。利用这一比较优势,跨国公司将知识产权直接或间接地从高收入地区向低收入地区转移,从发达国家向欠发达国家转移,以满足不同的市场需求,维护其在世界范围的支配地位。例如,微软公司将其操作系统销售到世界各地,将其中的专利技术转移扩散至全世界。可口可乐将其配制秘方在全球所有分公司使用。联合利华在全球的400多个品牌,大部分是收购并推广至世界各地的。

(二) 知识产权转移途径

1. 内部转移:直接投资或并购。一般而言,跨国公司知识产权转移具有较为强烈的内部化倾向。跨国公司知识产权通常形成于产品的技术创新,因此内部使用是其原始动力。内部转移主要通过以下方式实现:一是直接投资设立子公司、分

公司或研发中心。据统计,世界500强企业中已有400多家落户中国。有研究(崔新健、高秀娟,2010)显示,500强企业中有114家在华设立了385个研发中心。这些子公司、分公司或研发中心将母公司的知识产权辐射至世界各地的多个产品。二是并购其他企业。伴随着跨国公司在的一系列并购活动,我国消失了一批曾经耳熟能详的民族品牌,如美加净、中华牙膏、乐百氏、小护士等,取而代之的是跨国公司所拥有的商标和品牌。

2. 合作转移:折价入股或交叉许可。合作转移主要是跨国公司通过与其他企业的合资与合作,与其他企业共享知识产权,在这一过程中,知识产权发生了部分转移。合作转移的具体方式有:一是以知识产权折股直接投资,与被投资企业共享知识产权。二是通过交叉许可或战略联盟,与其他企业分享知识产权。由于核心专利技术由多个公司掌握,跨国公司往往组成联盟,通过交叉许可方式实现知识产权组合的许可,以保证其在技术开发中的相对自由。采用这种方式,跨国公司能够获得单一公司无法实现的市场垄断。飞利浦、索尼、太阳诱电三家外国公司在台湾地区进行的CD-R产品专利联合许可,欧洲DVD标准、GSM标准、IT行业防火墙接口技术标准等均是专利联营交叉许可的典型。

3. 外部转移:直接出售或捆绑搭售。外部转移主要是指跨国公司通过转让的方式将其知识产权转移至其他企业。其具体方式有:一是直接出售的许可证方式和特许经营方式等。汤姆逊、飞利浦、索尼、日立等跨国公司将其数字电视的专利技术以收取专利许可费方式出售给中国彩电企业使用。摩托罗拉、阿尔卡特、诺基亚、西门子、飞利浦、爱立信、微软等对GSM收取使用费。肯德基、麦当劳等世界知名快餐店在中国发展特许经营,除对加盟企业收取入门费外,还从收入中提成。这些跨国公司通过知识产权转移掌握了中国市场的许多产业,获取的收

益甚至超过了其直接经营的收益。二是随同产品出售的捆绑搭售方式。比如,索尼公司在其数码产品上设置智能识别技术,购买索尼的数码产品,必须使用索尼的电池。

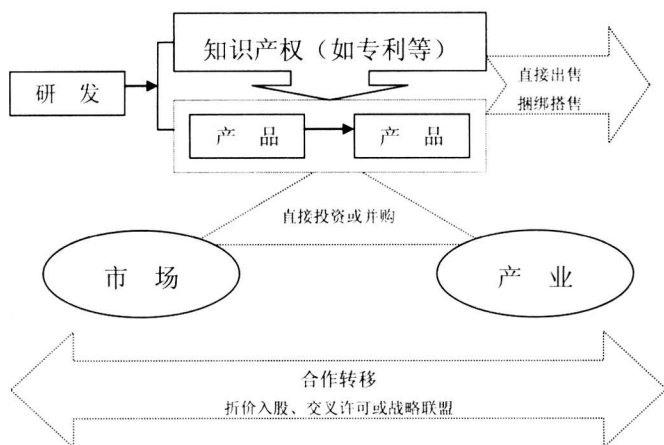
值得注意的是,跨国公司知

识产权的转移往往是多种类型和模式的结合。以专利为例,一般是循着“市场需求——研发——知识产权——产品——产业——市场”的路径(如图所示)。

二、启示

1. 转移的方式选择。知识产权转移方式的选择应当结合战略定位,考虑其整体发展战略,对不同的知识产权,采用不同方式在适当时机转移。跨国公司通常将核心的、处于生命周期初、中期的产品或盈利业务中的知识产权进行内部转移,而将非核心的、处于成熟期和衰退期的产品或亏损业务中的知识产权以外部转让的方式向不同发展阶段或水平的市场转移。这样既可以保证其始终拥有核心竞争力、占领市场优势,又可以通过转移为企业创造新的价值,促进知识产权的开发与提升。同时,知识产权的外部转让还应注意时机的把握,过晚转让可能会导致获取价值机会减少甚至无法转让,而过早转让同样可能造成公司的损失。2004年,IBM将其连续亏损的PC业务及其相关技术和品牌出售给联想集团,不仅获得了价值不菲的收入,也实现了对联想的战略投资,而剥离亏损的PC业务之后其营业收入和股价均实现了增长。通用则在近几年不断对外出售和剥离悍马、土星等非核心品牌。

2. 转移的市场定位。跨国公司知识产权转移的经验证据显示,跨国公司通



跨国公司知识产权转移路径图(以专利为例)

过区域转移占据市场的过程中,通常是将知识产权从发达国家向不发达国家转移,从高收入国家向低收入国家转移。这一转移便于发达国家或高收入国家利用低收入国家的廉价劳动力和生产资源以降低成本,其最终目标是占领被转移国家市场,进而占据世界核心市场。美国IBM业务遍及160多个国家和地区,通过设立分公司及办事处等,其知识产权也从美国向美洲其他国家、欧洲、非洲及亚洲等不断转移。日本松下则更多的是通过合作与并购等方式在引进西方先进技术的基础上掌握新的核心技术,将其知识产权再转移至西方国家,进一步转移至亚洲和非洲等其他国家。而中国华为作为2010年唯一一家上榜500强的未上市民营科技企业,一直以来都非常重视自主研发及掌握核心技术,华为海外市场战略实行的是“农村包围城市”的战略,通过在全球建立8个地区部、55个代表处及技术服务中心,以亚非等第三世界国家为起点,之后转移至东欧和南欧国家,最后向西欧和北美国家转移。其间,华为品牌与知识产权也从亚非市场最终转移至欧美市场。

3. 转移的过程控制。转移和扩散知识产权作为知识产权战略的重要环节,要发挥其最大价值,并不仅仅局限于向其他产品、其他产业及其他地区或国家的直接转移,而更应注重在内部转移过程中知识产权的提升、知识产权的标准化与知识产权的保护。以IBM为例,IBM凭借穿孔

卡片制表技术的相关发明获得了最早期的专利,之后,针对不同国家的习惯和不同行业的需求对穿孔制表机进行不断改进和提升,将产品打入了这些国家和行业。由此可知,在知识产权转移过程中对知识产权进行提升以开发新的知识产权是跨国公司保持竞争优势之源。此外,转移的过程中知识产权的保护也是必不可少的。可口可乐配制秘方在全球所有分公司中使用,目前全世界有150多个国家和地区的人每天要喝下2.5亿多瓶可口可乐(王瑜等,2009),但其配方却从未被外泄,这主要是因为可口可乐在知识产权转移过程中严格实行了知识产权的保护。专利先行、知识产权标准化及商标抢注等战略都是知识产权战略的重要内容。知识产权保护措施使跨国公司在知识产权转移的过程中更能防止知识产权的流失。

4. 转移的后续管理。知识产权转移

的后续管理是其持续不断的价值创造的最终保障。如,以并购方式实现转移后如何进行企业整合;以直接投资方式转移后如何运用被转移方的人力资源,如何通过组织学习开发新的知识产权。这些都是跨国公司在知识产权转移,尤其是内部转移后,所面临的和必须解决的问题。并购后知识产权方面的整合主要涉及产品商标、专利等的整合,若并购双方或某一方有知识产权管理机构,则机构的整合也是一项十分重要的内容。跨国公司通过直接投资、并购等方式实现的知识产权转移只是形式的转移,而有效利用被转移方人力资源,通过组织学习提升知识产权,实现本土化经营才能实现知识产权在实质上的转移。例如,上海通用汽车公司成立不久就与上汽集团合作成立了泛亚汽车技术研究中心。而摩托罗拉在中国建立的研发中心,则充分利用中国的人力

资源,引进与学习母公司的先进技术,进而研发形成新产品和提升知识产权。■

[本研究获国家自然科学基金项目(71072166)、中南财经政法大学211工程子项目“会计监管体系创新与国家安全”资助]

(作者单位:中南财经政法大学)

责任编辑 周愈博

参考文献

1. 蔡四青.2000.知识产权在国际技术转让中的转移及其对策.经济问题探索,8
2. 姜红,陆晓芳.2010.基于产业技术创新视角的产业分类与选择模型研究.中国工业经济,9
3. 李华军等.2010.通信设备业跨国公司知识产权战略模型研究.科技管理研究,16

● 简讯

《会计改革与发展“十二五”规划纲要》和《中国注册会计师行业发展规划(2011-2015年)》发布

近日,为贯彻落实国家“十二五”规划的要求,财政部会计司、中国注册会计师协会分别发布了《会计改革与发展“十二五”规划纲要》(以下简称《纲要》)和《中国注册会计师行业发展规划(2011-2015年)》(以下简称《规划》)。《纲要》以科学发展为主题,以加快转变经济发展方式为主线,在总结“十一五”时期会计改革与发展基本情况、分析“十二五”时期会计改革与发展面临的形势的基础上,明确了“十二五”时期会计改革与发展的指导思想,即高举中国特色社会主义伟大旗帜,以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,全面贯彻落实科学发展观,紧紧围绕科学发展主题和加快转变经济发展方式主线,以促进经济社会发展为目标,以提高会计信息质量为着力点,以改革创新为动力,坚定不移地围绕会计法制、会计准则、审计准则、内部控制、会计鉴证、会计信息化、会计人才队伍建设、会计指数、会计理论研究等重要领域,实现会计工作全面、协调、可持续发展,更好地为经济社会服务。同时《纲要》指出,“十二五”时期会计改革与发展的总体目标是健全适应社会主义市场经济体制要求的会计体系。为实现总体目标,需重点完成下列主要任务,并进一步完善相关政策措施:加强会计法律法规建设,不断提高会计管理工作法制化和规范化水平;完善企业会计标准体系,持续提升企业会计标准体系的执行力和实施效果;大力推进政府及非营利组织会计改革,不断提高财政科学化精细化管理水平;完善内部控制规范体系,稳步推进内部控制规范体系有效实施;全面推进会计信息化建设,为会计科学化精细化管理提供助力;推动注册会计师行业做强做大,服务经济发展大局;全面实施会计行业人才规划,不断提高会计人员素质;进一步加强农村会计工作,服务社会主义新农村建设;加强会计理论研究,为会计改革与发展提供理论支持;深化会计对外交流与合作,全面提升中国会计国际影响力;按照中央有关部署,扩大对港澳台会计合作的广度与深度;健全管理体制,加强组织领导。

《规划》则明确提出“十二五”期间,行业总收入年均增长保持在15%左右,实现全行业业务收入翻一番;着力培养350名领军人才、600名具有国际认可度的注册会计师、5000名新业务领域复合型业务骨干;着力培育10家左右执业网络、服务能力、收入规模和市场影响具有国际水准的大型事务所,除国际合作所外,至少有3家以上事务所迈入世界前20强之列,实现行业转型发展和新跨越需要,更好地服务国家建设。

(本刊通讯员)