

1. 关于Panasonic
2. Panasonic的知识产权概况
3. 知识产权所处环境的变化
4. Panasonic的知识产权活动
5. 具体的知识产权活动的介绍
 - 关于权利取得的知识产权活动的示例
 - 与专利事务所之间的关系
 - I T化
 - 人才培养
6. 今后的知识产权活动
7. 结束语

关于Panasonic



最初的商品

- 中国与Panasonic（松下电器）的友好关系
 - 1978年 邓小平副总理(访问日本时)访问日本松下电器
 - 1987年 北京第一家合资企业松下显像管有限公司成立
 - 1992年 江泽民国家主席(访问日本时)访问日本松下电器
 - 1994年 松下电器(中国)有限公司成立
 - 1995年 成立“松下育英基金”
 - 1997年 李鹏总理(访问日本时)访问日本松下电器
 - 2001年 松下电器研修开发(中国)有限公司成立
 - 2008年 胡锦涛国家主席(访问日本时)访问日本松下电器

..

<http://panasonic.cn/about/corporate/history/china/>

Panasonic的概要

- 公司名称 Panasonic株式会社
 Panasonic Corporation

- 成立 1935年12月 (始创于1918年3月)
- 创始人 松下幸之助
- 总裁 大坪文雄
- 总销售额 7兆8462亿日元 (2011年度)
- 从业人员 330,767人 (2012年3月31日为止)
- 合并公司数 579公司 (2012年3月31日为止)

□ 经营理念

“通过生产以期为社会的发展，生活的富裕作贡献”

□ 「企业是为社会服务的工具」



□ Panasonic group 应做之事

- 为了全世界的下一代，从生活中领导绿色革命

□ 创业100周年展望

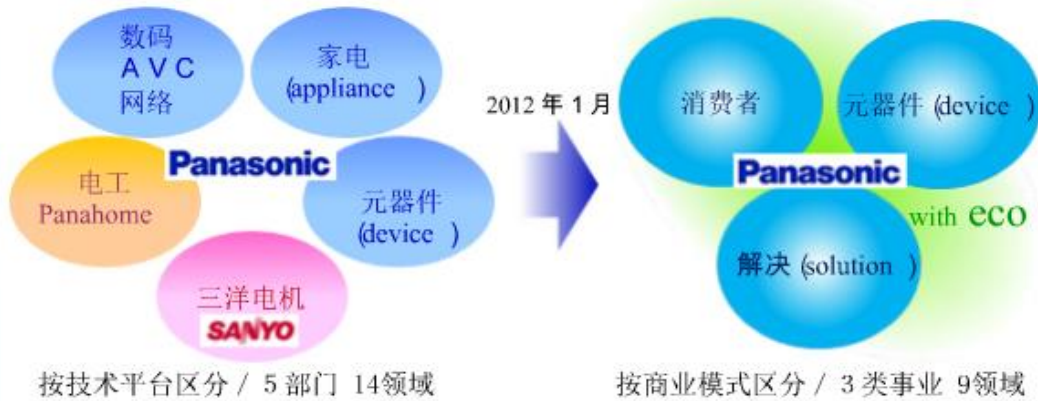


Panasonic 的新成长战略

向成长的三个思维转换

- 偏重现有事业 → 能量等新领域
- 以日本为中心 → 彻底的全球倾向
- 单一产品倾向 → 解决系统倾向

3公司一体化和事业再编



Copyright © 2012 Panasonic Corporation. All rights reserved.

Panasonic ideas for life

新集团体制的框架



Copyright © 2012 Panasonic Corporation. All rights reserved.

Panasonic ideas for life

□ 以知识产权为基础的创业 (1918年)

- 大约100年前、松下幸之助以自己的创意（电灯插座）取得了实用新型专利权之后开始创业

1916年 申请实用新型「松下式插座」



1917年 取得实用新型「第42129号」专利权



1918年 创建松下电器器具制作所 (23岁)



创业时的家



最初的商品：
attachment plug



创始人：松下幸之助

专利申请件数

□ 申请战略也随着事业环境的变化而发生改变

- 日本发明专利申请压缩到每年1万件以内
- 最大程度的活用PCT制度、增加国外申请

□ 国际专利申请（PCT）的世界申请件数排名

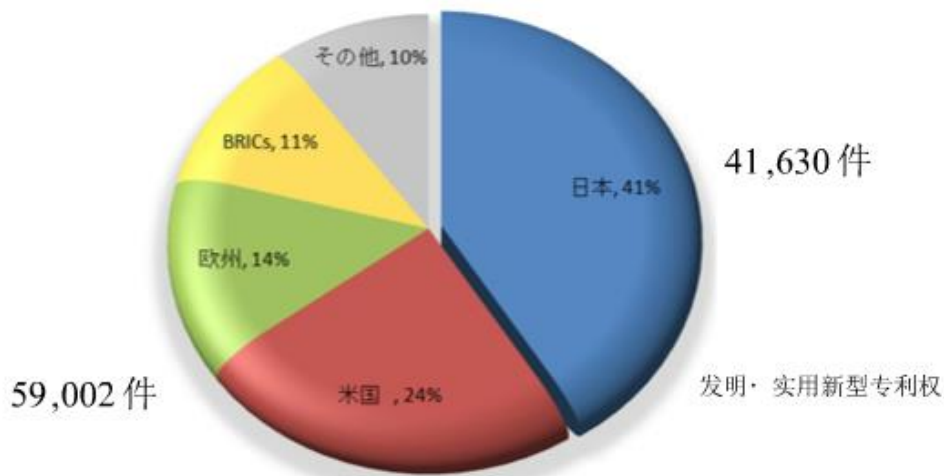
排名	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
1	松下电器 (日本) 2,100	华为技术 (中国) 1,737	Panasonic (日本) 1,891	Panasonic (日本) 2,154	中兴通讯 (中国) 2,826
2	飞利浦 (荷兰) 2,041	Panasonic (日本) 1,729	华为技术 (中国) 1,847	中兴通讯 (中国) 1,863	Panasonic (日本) 2,463
3	西门子 (德国) 1,644	飞利浦 (荷兰) 1,551	博士 (德国) 1,586	高通 (美国) 1,677	华为技术 (中国) 1,831

在中国的申请件数和授权件数（2011年）

发明专利申请件数（外国企业）		
1	索尼株式会社	2430
2	Panasonic株式会社	1802
3	微软（Microsoft）	1625
4	高通（Qualcomm）	1374
5	GE（General Electric）	1311
6	GM（General Motors）	1293
7	佳能株式会社	1289
8	飞利浦电子	1286

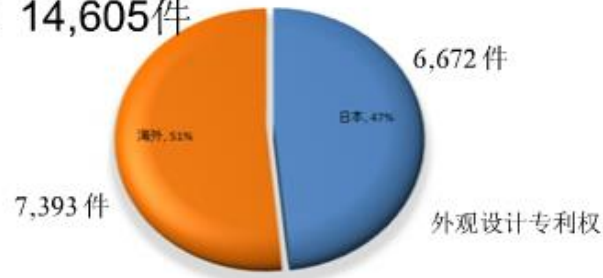
发明专利授权件数（外国企业）		
1	Panasonic株式会社	1587
2	三星电子（SAMSUNG）	1276
3	索尼株式会社	1172
4	佳能株式会社	910
5	丰田汽车	848
6	L.G 电子（LG）	788
7	夏普株式会社	777
8	飞利浦电子	650

发明· 实用新型专利权 100,632件



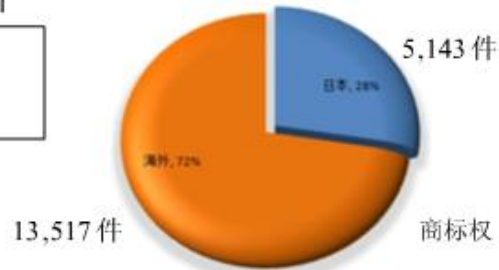
到2011年3月末为止
Panasonic 电工、三洋电机、Panasonic 除外

外观设计专利权 14,605件



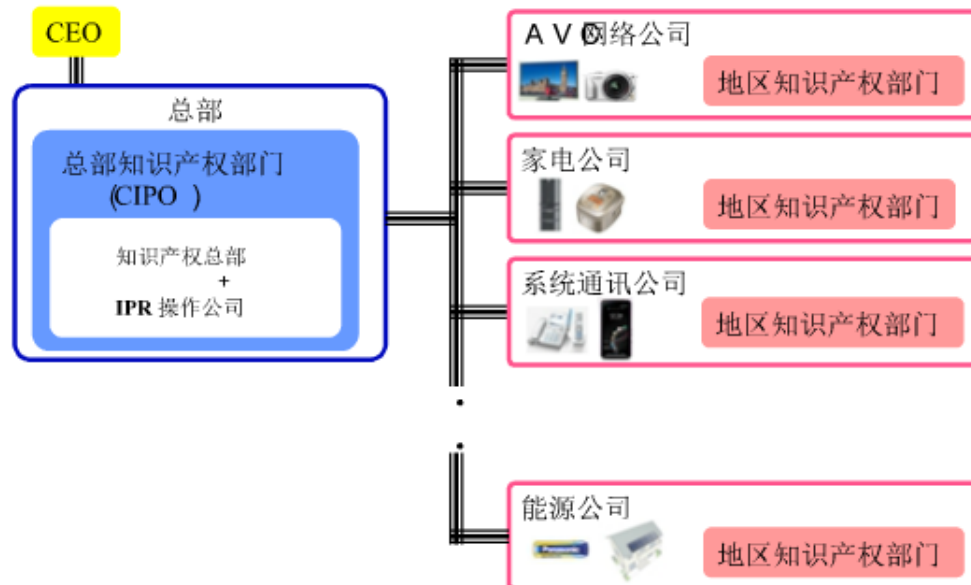
商标权 18,860件

公司品牌
Panasonic
在约190个国家保有权利



到2011年3月末为止
Panasonic 电工、三洋电机、Panasonic 除外

总部知识产权部门 + 地区知识产权部门



Panasonic的知识产权部门构成

18

□ 总部知识产权部门和地区知识产权部门的职责

总部知识产权部门

- <知识产权总部>
 - 制定全公司的知财规定· 规则
 - 制定全公司的知识产权战略
 - M&A案件
- <IPR操作公司>
 - 实务运用· 制定规则
 - 权利取得管理· 实务支援
 - 涉外专利事务所
 - 专利权管理（年费· 奖励）
 - 全公司规模的许可· 诉讼对应
 - 知财人才的培养、研修的企划
 - 特许厅对应的窗口
 - IT基础的构筑

各领域知识产权部门

- 与事业相对应的具体的知识产权活动
 - 制定文件夹
 - 制定地区独自的知识产权战略
 - 制定具体的目标
- 权利取得活动
 - 知识产权发掘活动
 - 现有技术调查
 - 探讨权利可否· 探讨权利范围
 - 中间处理
 - 与专利事务所· 特许厅面谈
- 地区个别许可案件
- 技术人员培训

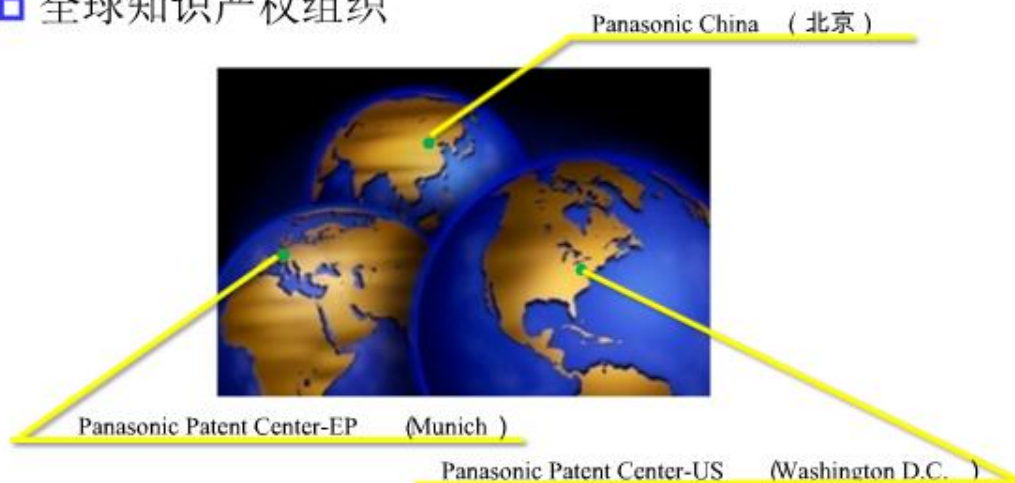
Copyright © 2012 Panasonic Corporation All rights Reserved.

Panasonic ideas for life

Panasonic的全球知识产权组织

19

□ 全球知识产权组织



- 职责
- 是面向各地区专利局的（SIPO, USPTO, EPO）窗口
 - 申请、中间处理的实务支援（与专利局进行面谈等）
 - 各地区的当地研究所· 技术部门支援
 - 当地涉外专利事务所
 - 当地市场调查
- 等

Copyright © 2012 Panasonic Corporation All rights Reserved.

Panasonic ideas for life

知识产权所处环境的变化

世界市场、世界经济的变化



技术环境的变化

22



※ 1 Wi-Fi CERTIFIED 是 Wi-Fi Alliance 的认证标识

事业模式的变化

23

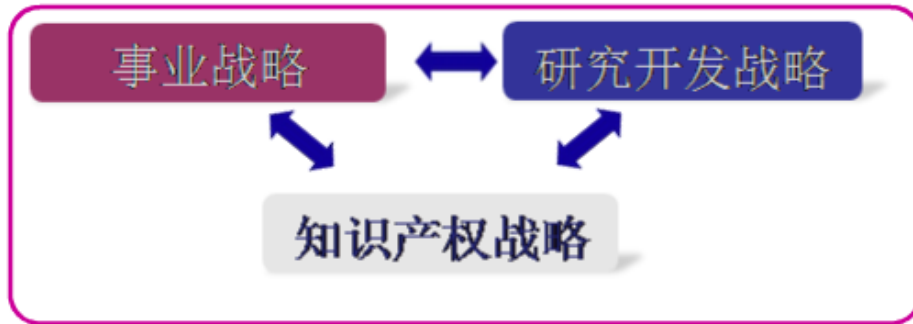


□ 知识产权经营

- 通过最大限度地有效活用企业固有的知识产权（知识产权资产），提高收益·谋求企业的成长

□ 知识产权活动的目的是确保事业的优势和稳定

- 以三位一体的模式推进事业战略·研究开发战略·知识产权战略
- 为公司“现在”及“将来”的经营作贡献



□ 为了确保事业的优势和稳定

- 以知识产权经营的视点对知识产权进行（知识产权资产）分类 / 可视化

优势	差别化知识产权	作为非许可知财确保商品的优势
	专有技术	对难以证明侵权的技术秘密管理
稳定	对抗知识产权	防备攻击的知识产权蓄积
	防御知识产权	以知识产权保护本公司产品
市场形成	规格知识产权	作为标准化技术主导市场形成

为达成「知识产权活动的目的」的方向性决定

- 为达成目的制定筹划目标（知识产权经营实践）
- 为实现目标制定筹划具体战略
- 为战略实施制定筹划具体战术

具体的知识产权活动

知财的创造

发掘发明
知识产权调查
发明·创作管理
判断是否可以权力化
指导专利技术人员

知财的保护

权力化业务
专利事务所对应
期限管理
技术标准化活动
权利维持管理
专有技术管理

知财的活用

许可活动
权利转让
诉讼对应
仿制品对策

作成指标
决定运用
风险管理

人才培养

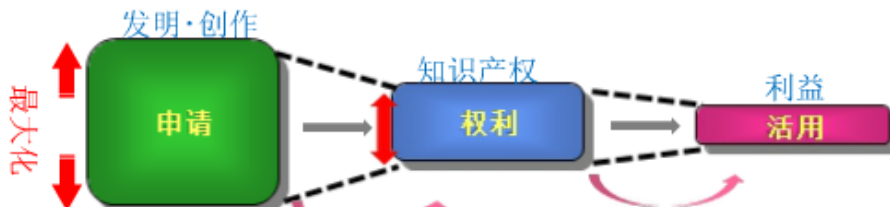
IT化

知识产权战略 1（权利取得 1/2）

□ 从重视件数转变为活用并重视取得的权利（继续）

- 重视件数的权利取得活动是指

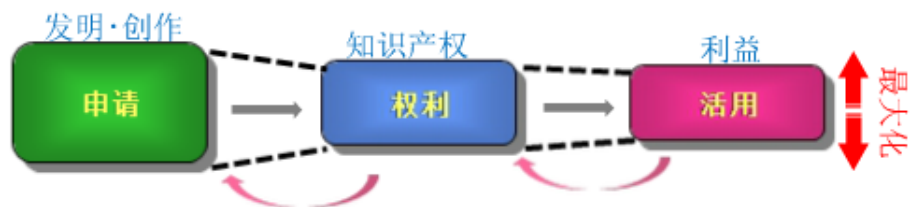
- 以增加发明·创作件数为着眼点的知识产权活动
- 优点
 - 容易建立数值目标（例：日米欧中的件数为3位以内）
 - 容易看到成果
- 缺点
 - 可以活用的权利在比例上未增加
 - 由于定额主义增加了品质低下的申请
 - 成本效率差



□ 从重视件数转变为活用并重视取得的权利

- 活用取得的权利活动是指

- 增加可为事业的优势和稳定做贡献的知识产权的活动
- 优点
 - 知识产权活动与目的（确保事业的优势和稳定）一致
- 缺点
 - 难以预测将来的活用
 - 难以看到目标的达成度
 - 在结果上申请·授权的件数减少



□ 基于协调和竞争的知识产权活用战略

「竞争」力的强化 = 技术的封闭战略



- 为确保事业的稳定性和优势的战略
- 对差别化知识产权·防御知识产权的活用
- 对知识产权的独占排他性的利用

平衡

战略的「协调」= 技术的开放战略

- 对一家公司独自开发困难的商品·技术进行活用（摆脱自力更生）
- 取决于标准化技术的市场形成和市场扩大
- 其他公司相关技术的相互利用

□ 战略的协调是指

- 积极的技术标准化活动・专利池活动
 - 影响我公司事业的技术标准约700件
 - 主导参与策划了约40件的标准化活动
- 技术标准化的优点・缺点
 - 优点 
 - 技术开发的短期化・效率化
 - 市场形成・促进扩大
 - 向顾客提供设备间的相互连续性
 - 基于水平分工型商业的成本削减・品质提高
 - 缺点 
 - 差别化困难（可以容易地制造同一商品）
 - 诱发成本竞争的可能性
 - 不诚实的专利权人存在对知识产权恶意使用的风险



※ 1、※ 2：均为Blu-ray Disc Association 的商标です。

知识产权战略 3（品牌保护和仿制对策 1/2）

□ 企业品牌统一（2008年10月）

Panasonic
National
Technics



企业品牌

Panasonic

二级品牌（例）

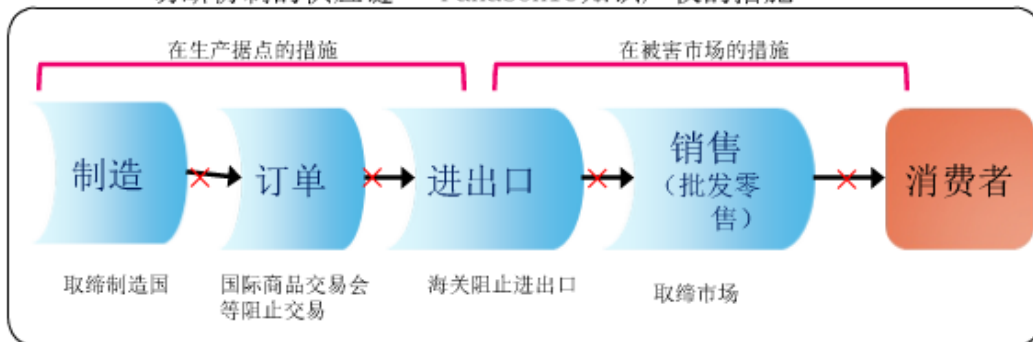
VIERA LUMIX DIGA

- 品牌是指
 - 品牌是无价的公司资产
 - 品牌是Panasonic 商品品质的证明
- 商标权是永久的权利
 - 一旦受到损害很难恢复信誉

□ 主要依据商标权和外观设计权排除仿制品

- 商标权 = 品牌、二级品牌
- 外观设计权 = 商品设计、零件设计、包装
- 实施与各国的行政机关·警察合作的对策

切断仿制的供应链——Panasonic 知识产权的措施



□ 知识产权活动的全球转变

- 背景
 - 事业活动的全球化·无边界化
 - 中等收入人群战略 (BRICs, MINS+B..)
 - 仿制品的增加及其对策
 - 海外知识产权创作活动活跃化
 - 海外据点从制造工厂向研究据点转变
- 从日本中心向全球倾向的知识产权活动转变
 - 知识产权的全球权力化加速
 - 当地的发明·创造
 - 侵权事件·仿制品对策的当地必要的对应能力
 - 知识产权部门的当地化



BRICs : 巴西、俄罗斯、印度、中国

MINTS+B : 墨西哥、印度尼西亚、尼日利亚、土耳其、沙特阿拉伯、巴尔干诸国

具体的知识产权活动介绍

具体的知识产权活动

- 知识产权调查
 - 知识产权文件夹
 - 现有技术调查
 - 发掘发明
 - 技术人员培养
 - 知识产权筹备
 - 共同研究
 - 权利购买
 - M&A
 - 取得高品质的权利
 - 专利代理人培训
 - 与专利事务所合作
 - 技术标准化活动
 - 发明人奖励
 - 权利维持管理
 - 专有技术管理
- 保护

人才培养

创造

活用

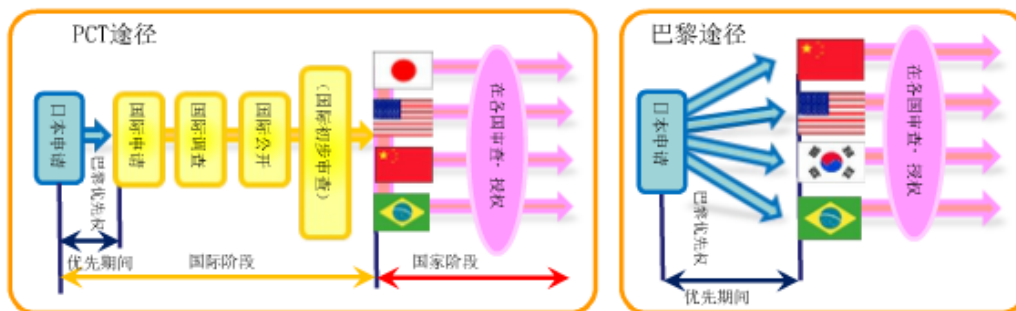
标准化
- 许可活动
 - 许可·交叉许可
 - 许可池
 - 权利转让
 - 侵权判定·交涉·诉讼
 - 仿制品对策

具体的知识产权活动介绍

1. 关于权利取得的知识产权活动案例
2. 与专利事务所之间的关系
3. IT化
4. 人才培养

关于权利取得的知识产权活动 1 (1/2)

- 提高向外国申请中PCT的比例
- PCT途径和巴黎途径的比较



PCT途径的优点

- 国际申请语言可以使用日语或英语
- 国际阶段的手续统一
- 在进入国家之前有时间选择权利取得国
- 可以活用国际调查

PCT途径的缺点

- 取得权利的时间长
- 进入国家数少的情况下费用相对较高

巴黎途径的优点

- 取得权利的时间短
- 国家数少费用低

巴黎途径的缺点

- 申请时需要各国翻译
- 必须在优先权期间决定国家
- 每个国家需要办理手续

□ 提高向外国申请中PCT的比例 (继续)

- 积极地活用PCT (50%⇒75%超)
- Panasonic重视PCT活用的优点
 - 同族专利管理的推进
 - 不是按国家而是按同族专利推进权力化
 - 最大限度活用国际调查报告
 - 根据事业发展状况严格选择进入的国家
 - 可以对应事业环境的激烈变化
- 缺点及其克服对策
 - 权力化时间长
 - 进入国家后利用PPH缩短权利取得时间
 - 费用高
 - 依据国际调查报告在进入国家前进行权利可否判断

关于同族专利管理

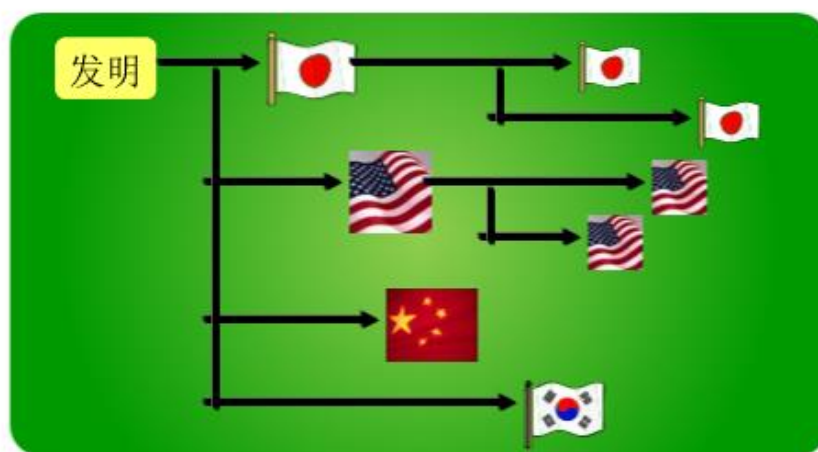
Panasonic ideas for life

在一个国家授权，在另一个月被驳回，说明专利还有瑕疵

关于同族专利管理 (1/2)

□ 同族专利管理是指

- 把同一发明· 创造产生的申请· 权利的集合作为同族专利进行统一管理的方法



同族专利示例

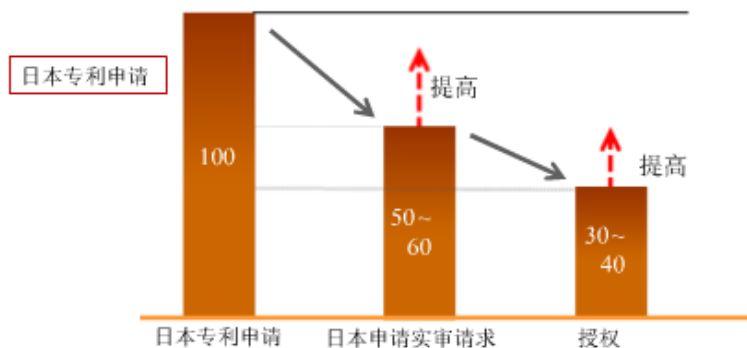
□ 同族专利管理可实现

- 俯瞰全球多国申请
 - 权力化状况的整体把握・管理
 - 优先等级的明确化
- 一手把握他国审查状况
 - 考虑他国审查的权力化
 - 无遗漏的IDS的提交
- 申请后状况变化的反映
 - 伴随事业方针变化的同族专利整体对应
 - 在主要国家（重要国）放弃权力化时的他国反映
 - 对每个国家的权利价值变化进行整体把握的同时反映
- 权利活用时整体把握知识产权

关于权利取得的知识产权活动 2（1/2）

□ 提高日本申请的实审请求率和授权率

- 日本申请的实审请求率
 - 日本专利申请中进入实审请求的比例
- 授权率
 - 日本专利申请中得到授权的比例
（或者、实审请求之中得到授权的比例）

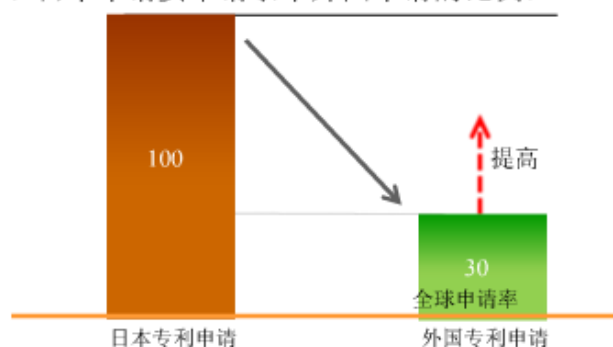


□ 提高日本申请的实审请求率和授权率 (继续)

- 提高日本申请实审请求率的措施
 - 严格筛选日本专利申请本身
 - 以全球的视点判断是否申请
 - 以事业的视点·活用视点判断是否申请
 - 申请前彻底调查在先技术
 - 申请时尽可能地调查公开文献
- 提高专利授权率的措施
 - 在想取得的权利范围有意识地进行适当的修改
 - 在非必要的范围提高专利授权率无意义
 - 理解审查员的意图提出适当的意见陈述
 - 不轻易放弃权力化的对策

□ 提高全球申请率

- 全球申请率
 - 日本专利申请 (基础申请) 中外国申请的比例
(或者、日本申请实审请求中外国申请的比例)



- 提高日本申请实审请求率和专利授权率的举措直接关系到全球申请率的提高

□ 提高全球申请率（继续）

- 提高全球申请率的措施

- 摆脱日本偏重主义
 - 不要只在日本有必要进行权力化的申请
 - 转换从基础申请中选择好的申请的观念
 - 以全球事业的视点从最初就考虑外国申请
- 全球申请措施的确立
 - 制定选择外国申请国的基本规则
 - 外国知识产权制度的信息收集·调查
 - 外国市场·经济状况等调查

关于选择申请国

申请国选择规则的示例

□ 申请国选择规则的示例（向某国申请的理由）

1. 对现在及将来的事业来讲是重要的国家吗
2. 利用发明的产品和其国家的关系是
 - 在其国家计划制造销售利用发明的产品
 - 在其国家已开始销售 / 制造利用发明的产品
 - 在其国家有仿制品的出现
 - 但是、其国家的知识产权制度、诉讼制度的成熟度、对仿制品的行政措施等是重要的判断标准
3. 发明自身的性质
 - 基础发明
 - 容易证明侵权
 - 在其国家作为专利是被认可的技术领域

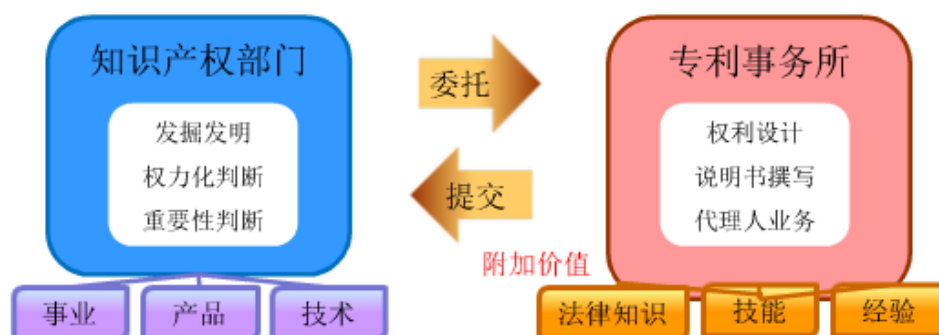
具体的知识产权活动介绍

1. 关于权利取得的知识产权活动案例
2. 与专利事务所之间的关系
3. IT化
4. 人才培养

与专利事务所之间的关系

□ 知识产权部门和专利事务所目前为止的关系

- 根据各自掌握的信息· 知识分担责任
 - 知识产权部门的责任=发掘发明、决定权力化方针、判断重要性·
 - 专利事务所的责任=权利设计、法律援助、专利局手续··



□ 关系变化的理由

- 知识产权部门的业务范围发生变化和扩大
 - 事业的全球化、事业构造变化、竞争激化••
- 知识产权部门的知识· 技术能力提高
 - 公司内代理人增加、和当地代理人直接交流、当地驻在人员••

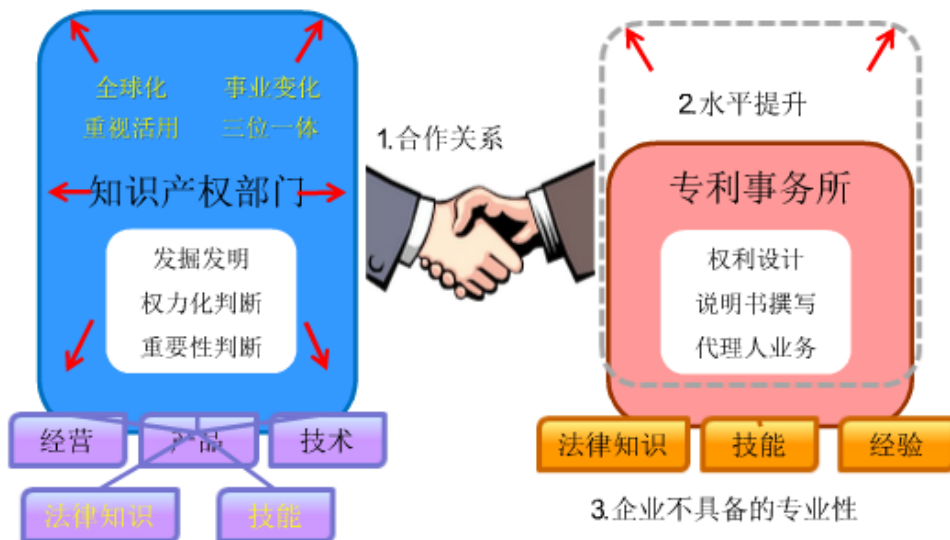


专利事务所寻求的资质也发生变化

1. 合伙人关系
2. 与知识产权部门的能力提高相应的水平提升
3. 提供知识产权部门不具备的专业性

□ 知识产权部门和专利事务所的关系变化

- 专利事务所寻求的三个变化



目前为止

期待高品质的说明书撰写·专利局手续

1. 知识产权法的丰富的法律知识、2. 委托领域的技术专业性和、3. 无差错的事务管理能力

期待高附加价值

现在

对说明书撰写·专利局手续期待企业不具备的高附加价值

在上述1, 2, 3基础上

- ⊕ 4. 高度的发明筛选能力·发明建议能力
- ⊕ 5. 企业知识产权不具备的丰富的实务经验·独有的专有技术

期待较高的附加价值

从今以后

期待从知识产权的侧面对企业的事业活动的支援

在上述1, 2, 3, 4, 5基础上

- ⊕ 6. 基于对企业活动的理解的专业意见
- ⊕ 7. 商业信息、法律信息等的信息交换·提供
- ⊕ 8. 当地网络、全球的知识·经验

对专利事务所的期待

□ 寻求的不是代理人而是合伙人

- 在理解Panasonic之上行动
- 对工作满怀自信和自豪感
 - 满怀责任感地从事工作
 - 能够作为专家被尊敬
- 具备我们所不具备的知识·见识
 - 给予我们新的启示·广阔的高度的视野
- 常常努力地提高自身
 - 比我们领先一步
 - 高度的专业性、全球知识·能力
- 同样重视实务和管理
 - 经常思考组织管理
 - 认识到自身应有的姿态
- 具备伦理观念

尊敬

专业性

信赖感

安心感

具体的知识产权活动介绍

1. 关于权利取得的知识产权活动案例
2. 与专利事务所之间的关系
3. IT化
4. 人才培养

支撑知识产权管理的IT

权力化业务中心的时代

说明书撰写· 中间处理业务纸质文件最适合
每一个别案件的处理· 判断足够



追求全球的知识产权活动的时代

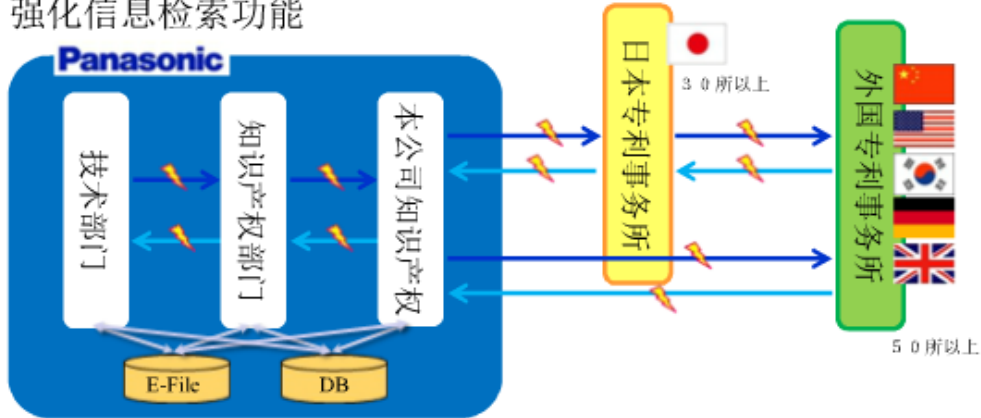
与事业相连的高度的知识产权管理
由庞大的信息一元化管理实现的统一检索
不是以每个单独的案件而是以同族专利· 群单位进
行管理
比较迅速· 确实的手续
伴随案件数的增加庞大的文件的管理成为问题

IT化· 电子化不可欠缺

□ Panasonic的知识产权IT系统

- 全球信息一元化管理
 - 文件管理、文献管理、期限管理、费用管理、批准管理
 - 概念管理、同族专利管理 . . .
- 连接公司内外的电子工作流程（委托、交货、请求）

□ 强化信息检索功能



□ IT化· 电子化的优点



- 促进业务标准化
 - 业务的均质化· 平均化（管理项目的统一、标准工作流程）
- 为权利的品质提高做贡献
 - 实务时间的扩大（用电子邮件收发信大幅缩短邮寄时间）
 - 同族专利管理（通过专利树显示，把握整体）
- 提高管理能力
 - 业务的可视化（手续进展状况、容易把握业务量）
 - 期限管理自动化、报警功能
 - 与其他业务系统的自动连接（年费、费用、奖励 . . .）
- 信息一元化管理、无纸张
 - 提高信息检索性
 - 保管场所大幅削减（电子包袋）

□ IT化· 电子化的缺点



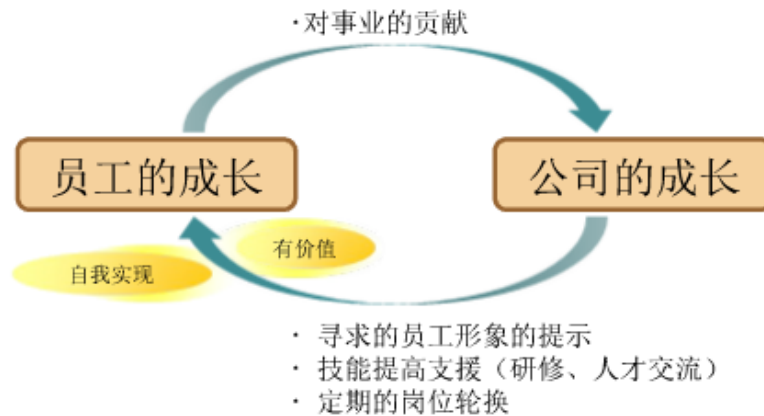
- 业务的固定化· 规格化
 - 处理的灵活性小
 - 运用的变化对应力弱
 - 对紧急司法修改的迅速对应困难
- 数码元器件(Digital Divide)
 - 个人的IT能力差显著
- 难以预料的事态
 - 系统瘫痪时全部操作停止
 - 由于数据的增加、线路的状态导致处理速度低下

具体的知识产权活动介绍

1. 关于权利取得的知识产权活动案例
2. 与专利事务所之间的关系
3. IT化
4. 人才培养

□ 人才培养的观点

- 松下电器的座右铭在做事之前先学做人（松下幸之助）
- 通过构筑人才培养的结构实现员工与公司同步成长



□ 知识产权人才培养的重要性增加

- 高度专业性、经营意识、全球对应能力..

所寻求的知识产权人才
的理想形象



语言能力、交涉能力、伦理思考能力

交流能力、理解能力、判断能力

逻辑观念、社会常识

□ 知识产权技能评价制度的导入

1. 把寻求的知识产权人才按照业务内容类型化
 - Panasonic把知识产权业务分成6类
 - 明确各知识产权担当人员属于6类型的哪一类
2. 把知识产权人才必须具备的技能分为6个类型
 - 分析个人的现有技能、把握其强项弱项
 - 为了提高技能提供研修制度
 - 提供可以最大限度地发挥技能的场所

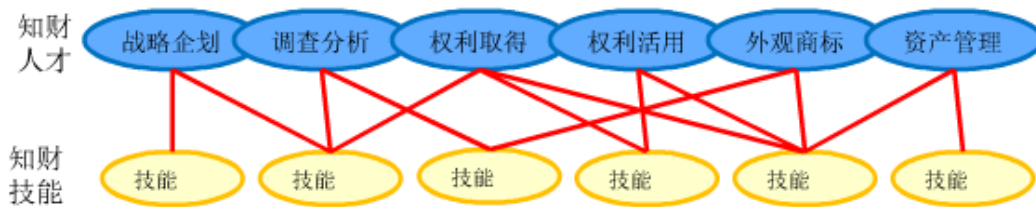
□ Panasonic的知识产权人才6类型

1. 知识产权战略· 企划专家
 - 知识产权战略· 三位一体的企划行政专家
2. 知识产权调查· 分析专家
 - 其他公司的水准基点· 文件夹分析专家
3. 发明开发· 权利取得专家
 - 全球知识产权权力化专家
4. 权利活用许可专家
 - 许可活动等知识产权活用专家
5. 外观设计· 商标专家
 - 品牌· 设计权力化、仿制品对策专家
6. 知识产权管理专家
 - 从经营保有的知识产权的观点评价· 维持管理专家

□ 知识产权技能 6 类型

1. 知识产权战略· 知识产权活用技能
2. 相关法律· 制度基础技能
3. 知识产权调查· 事业调查技能
4. 知识产权开发· 权利取得技能
5. IT管理 · 系统管理技能
6. 技术知识· 商品知识技能

知识产权人才和知识产权技能的关系概念图



研修制度的概要

□ 人才培养的研修制度

- OJT (On the Job Training) 研修制度

面向Panasonic的知识产权人员的研修体系

		入门	基础	应用	展开
知识产权部门研修	共同（基础知识）	新员工研修 转入人员研修	中坚员工研修	主任研修	参事研修
	知财战略· 企划			—————▶	
	知财调查· 分析	—————▶			
	知财开发· 权利取得	—————▶			
	权利活用· 许可		—————▶		
	商标· 外观		—————▶		
	知财资产管理		—————▶		
	e-Learning	1.5 课程			
外部研修	日本知识产权协· 外研研讨会研修				
派遣海外留学· 研修		专利事务所· 法律学校· 海外据点			

□ 人才培养的对象

面向经营层的研修

· 知识产权的重要性、经营和知识产权、知识产权战略 · ·



扩大

面向知识产权员工的研修

· 提高专业性、全球对应能力、逻辑思考能力、交涉力 · ·



扩大

面向技术人员的研修

· 知识产权的基础、提案书作成、专利调查 · ·

知识产权活动的目的本身不变
「确保事业的优势和稳定」



所处环境变化多样

- 事业活动进一步全球化
海外销售额比率从48%（09年）到55%（目标）
- 对发展中国家的对应
全球商品+地方商品
对仿制品的对策
- 对水平分工性商业的对应
开放革新、产官学合作

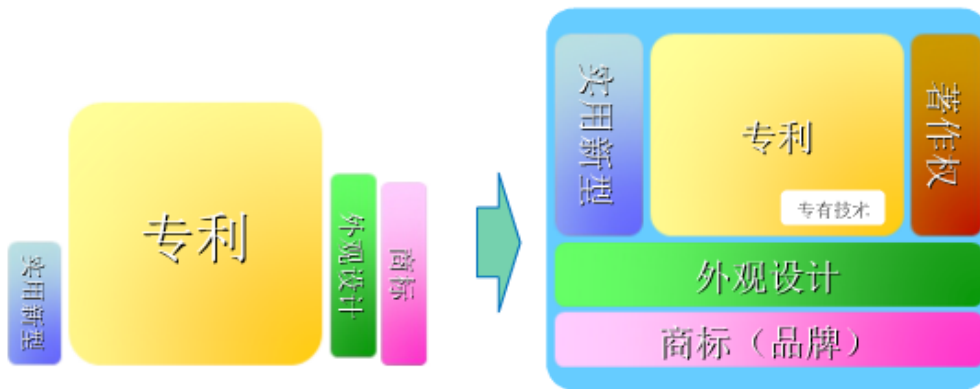


有必要再探讨对应环境变化的知识产权活动

- 技术倾向型（seize型）的知识产权活动
 - 大部分的日本企业是技术倾向型所以尤其重视专利
 - 专利力量=企业的技术力量
 - 以专利捍卫卓越的技术是最重要的
- 日本企业的知识产权平衡是稳定均衡型
 - 日本企业间的知识产权诉讼稀少
 - 为了提高相互稳定性重视权利保有数
- 国外以中国/美国/欧洲为中心的知识产权活动
 - 市场规模大、海外生产移动
 - NPE等诉讼风险的对应
 - 中国仿制品对策

- 支援全球事业扩大的知识产权活动
 - 从专利中心到知识产权的综合文件夹
 - 专利·实用新型·外观设计·商标·著作权·专有技术··
 - 战略创造 / 活用知识产权并支援事业活动
 - 在发达国家 / 发展中国家、语言圈、经济圈等各种各样的切入口活动
 - 调查力的强化
 - 调查人才培养、调查专有技术积蓄、调查DB

□ 从以专利为中心到知识产权的综合能力活用



- 重视专利
- 分别取得各种权利
- 忽视互相关联性
- 以主要国家为中心

- 重视综合的活用性
- 有目的地取得各种权利
- 重视互相关联性（组合）
- 重视地域· 国家等的特质

今后的知识产权活动 (2/2)

□ 提高企业价值的知识产权活动

- 品牌力量· 卓越的设计· 精湛的技术是企业的资产
 - 消费者诉求、市场
 - 排除仿制品也是重要的活动

□ 与水平分工型商业对应的知识产权活动

- 认识本公司的强项的知识产权活动
 - 以什么样的知识产权守护本公司的强项
- 开放革新中的三位一体活动
 - 不依赖自力更生的事业战略 / 研究开发战略
 - 强化与其他公司之间的战略合作
 - 强化产官学合作
- 公平· 公正的技术标准化活动

- 今后仍应继续重视知识产权活动
 - 知识产权战略是决定企业的将来形象的重要因素
 - Panasonic是制造公司
 - 为了事业活动的发展活用知识产权
 - 为了产业整体的健全发展活用知识产权
 - 人才培养最重要

- 与各国专利局积极地合作
 - 用户提案、公众意见、意见交换..