

3

Средства косметические



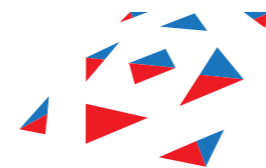
РОССИЙСКИЙ  
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР



Средства косметические по уходу за кожей и волосами  
Средства для окрашивания и обесцвечивания волос  
Дезодоранты



#ПроектныйОфисФИПС



РОССИЙСКИЙ  
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР



▼ ЭКСАР

▼ РОСЭКСИМБАНК

**«Средства косметические  
по уходу за кожей  
и волосами**

**Средства для окрашивания  
и обесцвечивания волос**

**Дезодоранты»**

Патентный ландшафт для российских компаний-экспортеров

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>7</b>
<b>1. ТRENДЫ ПАТЕНТОВАНИЯ</b>	<b>14</b>
Мировые тенденции	14
Российские тенденции	16
Сила патентов	17
Зрелость области исследования и стратегии компаний	19
Правовые статусы	25
<b>2. КОМПАНИИ И ЛЮДИ</b>	<b>32</b>
Мировые компании и авторы изобретений	32
Российские компании и авторы изобретений	46
<b>3. ГЕОГРАФИЯ ПАТЕНТОВАНИЯ</b>	<b>54</b>
<b>4. РЫНКИ И ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ</b>	<b>66</b>
Мировые области применения	66
Российские области применения	74
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	<b>81</b>
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b>	<b>85</b>
<b>О ПРОЕКТНОМ ОФИСЕ ФИПС</b>	<b>87</b>
<b>О РОССИЙСКОМ ЭКСПОРТНОМ ЦЕНТРЕ</b>	<b>89</b>
<b>ДИСКЛЕЙМЕР</b>	<b>90</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А. Термины и определения</b>	<b>91</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Сокращения</b>	<b>98</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В. Модель предметной области</b>	<b>99</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Список двубуквенных кодов стран и территорий</b>	<b>100</b>

Дорогие друзья,

Современные технологии меняются очень быстро, и российским компаниям трудно отслеживать изменение технологической повестки, сопоставлять свои технологии и продукты с ведущими мировыми компаниями и участвовать в конкурентоспособном несырьевом экспорте.

Полезным инструментом в сопоставлении своих перспективных технологий с современными тенденциями и определении правильных стратегий вывода инновационной продукции на глобальные рынки является патентная аналитика – комплексные исследования трендов, географии, рынков патентования, а также ведущих компаний и разработчиков в привязке к технологическим приоритетам государства или отдельной компании.

Российский экспортный центр и Роспатент разработали альбом патентных ландшафтов, охватывающий четыре перспективных направления российского несырьевого экспорта:

- 1) «Органические удобрения»;
- 2) «Химические средства защиты растений; стимуляторы роста растений»;
- 3) «Средства косметические по уходу за кожей и волосами, средства для окрашивания и обесцвечивания волос, дезодоранты»;
- 4) «Химические источники питания».

Исследование выполнено в новой концепции патентной аналитики “analytics-driven”, предполагающей выявление аномалий и устойчивых тенденций, их бизнес-интерпретацию и формирование рекомендаций российским компаниям, экспортирующим или предполагающим экспортировать российскую продукцию на зарубежные рынки.

Каждый ландшафт альбома содержит главные выводы исследования и практические рекомендации российским компаниям как реагировать на те или иные тенденции развития технологий в области интересов компании.

Мы предполагаем, что разработанный нами альбом патентных ландшафтов будет полезен как при формировании стратегий развития российских экспортеров, так и при принятии оперативных решений на любом этапе экспортной деятельности.



**ИВЛИЕВ**  
**Григорий Петрович**

Руководитель  
Федеральной службы  
по интеллектуальной  
собственности  
(Роспатент)



**ДЬЯЧЕНКО**  
**Олег Георгиевич**

Руководитель проекта  
по интеллектуальной  
собственности  
АО «Российский  
экспортный центр»



**ЕНА**  
**Олег Валерьевич**

Руководитель  
проектного офиса  
Федерального института  
промышленной  
собственности

## ОТ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



**ПОПОВ Николай**

Главный редактор  
альбома патентных  
ландшафтов  
Заместитель  
руководителя проектного  
офиса Федерального  
института промышленной  
собственности

Дорогие друзья!

Вот уже более трех лет мы разрабатываем полезные аналитические продукты для российских компаний и организаций.

За это время мы выполнили десятки сложных эксклюзивных проектов, касающихся порой очень чувствительных областей бизнеса наших заказчиков. По этой причине мы не всегда можем открыто рассказывать о том, как мы делаем нашу аналитику и почему наши работы признаны во всем мире.

Между тем интерес к нашей практике постоянно растет, и полагаем, пришло время для серии открытых патентных ландшафтов, ориентированных на широкую аудиторию.

Для нас разработка открытых отчетов стала очень ценным опытом, потому что мы научились делать сложную аналитику доступной и понятной.

Настоящий отчет – один из четырех ландшафтов, разработанных как единый альбом для Российского экспортного центра.

Экспресс-ландшафт в области косметических средств представлен в компактной структуре – всего четыре аналитических раздела. Мы попытались дать краткие простые определения для специальных терминов, используемых в патентной аналитике.

Во введении представлено описание сложных понятий из области патентования, таких как приоритет, патентное семейство и др. Помимо этого, текст сопровождается подсказками по терминологии или допущениям, принятым в отчете.

Мы постарались сделать хорошо читаемые, яркие аналитические представления, а также дополнили отчет бизнес-карточками компаний – ключевых игроков в косметической отрасли.

Несмотря на то, что формат экспресс-ландшафта не предполагает глубинного патентного анализа, мы всё-таки выделили ключевые и наиболее интересные «косметические патенты» и вынесли их на информационные плашки.

Отчет насыщен информационными врезками, содержащими ключевые контекстные выводы. Мы также сопроводили основной текст отчета интересными фактами по тематике исследования.

В заключении представлено наше видение возможных практических шагов для российских компаний по правильной правовой охране своих разработок и их выводу на новые перспективные рынки.

Надеемся, что наши исследования помогут российским компаниям и отдельным разработчикам понять, какие тенденции актуальны для патентования косметических средств, какие рынки являются перспективными для вывода продукции на экспорт и помогут лучше раскрыть экспортный потенциал наших компаний.

Мы несомненно продолжим практику публикации открытых отчетов по наиболее интересным высокотехнологичным областям. Приглашаем вас стать участниками этой работы: будем очень признательны за обратную связь, здоровую критику и предложения по рассмотрению новых тематических направлений.

**Приятного чтения!**

# ВВЕДЕНИЕ

ФИПС

Средства косметические по уходу за кожей и волосами  
Средства для окрашивания и обесцвечивания волос  
Дезодоранты

7

Патентный ландшафт по теме «Средства косметические по уходу за кожей и волосами, средства для окрашивания и обесцвечивания волос, дезодоранты» разработан проектным офисом ФИПС по заказу Российского экспортного центра.

Патентный ландшафт разработан в составе объединенного альбома патентных ландшафтов, включающих помимо тематики данного ландшафта ещё три области исследований:

- 1) «Химические источники питания»;
- 2) «Органические удобрения»;
- 3) «Химические средства защиты растений, стимуляторы роста растений».

Патентный ландшафт разработан в составе альбома из четырёх ландшафтов. Разработка альбома обеспечивает всесторонний анализ родственных областей исследований, концентрируясь как на общих тенденциях, характерных для всех ландшафтов альбома, так и исследуя особенности конкретного ландшафта, отличающие его от других ландшафтов альбома

Альбомы патентных ландшафтов позволяют выполнять всесторонний анализ родственных областей исследований, концентрируясь как на общих тенденциях, характерных для всех ландшафтов альбома, так и исследуя особенности конкретного ландшафта, отличающие его от других ландшафтов альбома.

Представленные в отчете аналитические материалы созданы на основе патентной информации – сведений о зарегистрированных патентных заявках и выданных патентах, публикуемых патентными ведомствами всех стран мира.

Патентная информация обладает рядом качеств, которые делают ее важным источником сведений для раскрытия технологических трендов, с одной стороны, и для понимания рыночных процессов, – с другой стороны.

В первую очередь, это обязательность уровня технологического раскрытия (technological disclosure): патентные документы для прохождения экспертизы должны содержать гораздо более детальное технологическое описание новизны предлагаемой тех-

нологии / продукта по сравнению с научными публикациями и описаниями в интернете.

Технологическое раскрытие, затраты на получение патентов и структурированность – три ключевых свойства патентной информации для анализа направлений технологического развития ведущих компаний

Важным качеством патентной информации является ее ценность: высокие затраты на охрану изобретений (территории, тематики): чем больше ресурсов компания вкладывает в патентование технологии / продукта, тем более ценным для компании является изобретение. Правильный анализ аспектов, связанных с затратами компаний на патентование, позволяет исследовать бизнес-стратегии компаний и потенциал коммерциализации технологий.

В совокупности с открытостью, структурированностью и универсальностью представления патентных документов патентная информация является наиболее важным и всеобъемлющим активом при анализе современных технологий.

В настоящем исследовании в качестве единицы проведения анализа выбрано патентное семейство (patent family).

Анализ по патентным семействам позволяет исключить дублирование и устранить разночтения патентов на разных языках. Патентные семейства дают обширную почву для анализа мест зарождения технологий и стратегий ведущих компаний по захвату рынков

**Патентное семейство** – это все патентные публикации, относящиеся к одному изобретению. Патентные семейства обладают несколькими полезными свойствами: исключают дублирование, устраняют разночтения патентов на разных языках, указывают на географию изобретения, раскрывают технологические тренды.

В большинстве случаев при проведении временного анализа в качестве даты использована дата приоритета патентного документа, если явным образом не указана другая дата.

**Приоритет** – первая (приоритетная) заявка на изобретение, поданная заявителем в одно из национальных патентных ведомств. С точки зрения патентного анализа возникновение и динамика приоритетов говорит о состоянии и развитии исследований и разработок в рассматриваемой области. В этом контексте выбор даты приоритета как основополагающего измерения для временного анализа позволяет сконцентрировать исследование на технологических аспектах, связанных с появлением и развитием центров исследований и разработок в области косметических средств.

**Приоритет** – важная характеристика патентного семейства, характеризующая появление и развитие центров исследований и разработок

В настоящем исследовании приоритеты часто сопоставляются с патентными заявками. Рост числа патентных заявок в рамках одного семейства свидетельствует об интересе зарубежных и российских компаний к выводу своих технологий на новые рынки.

В представленном исследовании патентный поиск и разработка аналитических представлений выполнены в профессиональных информационно-поисковых аналитических системах Questel Orbit, LexisNexis PatentStrategies и ряде других систем. Каждая из систем обладает уникальными поисковыми и аналитическими возможностями, сочетание которых обеспечивает наиболее широкий функциональный охват и глубину проработки исследования.

Модель предметной области включает более 340 элементов – направлений поиска при формировании поисковой стратегии. Также в поисковую стратегию включены исследование профильных компаний и поиск семантически близких патентных документов

Качество патентной аналитики во многом зависит от правильно выбранной поисковой стратегии. В настоящем ландшафте для формирования выборки патентных документов и формирования всеобъемлющей патентной коллекции для анализа использована стратегия, сочетающая исследование профильных компаний,

поиск семантически близких патентных документов и многоаспектный набор поисковых терминов.

Многоаспектный набор поисковых терминов разрабатывается в несколько итераций с использованием модели предметной области. Модель предметной области исследований проектируется в ходе анализа патентных документов, научных публикаций по тематике исследования, а также профильных корпоративных ресурсов интернета.

В модель предметной области патентного ландшафта включено более 340 элементов (аспектов поиска), сгруппированных в 9 тематических групп:

- 1) лечебные косметические средства для кожи (кремы, лосьоны, гели, мицеллярная вода и др.);
- 2) декоративные косметические средства для кожи (помада, тени, тушь и др.);
- 3) косметические средства для волос (шампуни, маски, кондиционеры и др.);
- 4) косметические средства для ногтей (лаки, масла, закрепляющие покрытия и др.);
- 5) косметические средства для полости рта (средства для полоскания, зубные пасты и др.);
- 6) косметические средства для бритья;
- 7) действующие вещества для лечебной косметики (себорегуляторы, ретиноиды, экстракты и др.);
- 8) действующие вещества для декоративной косметики (алмазная пудра, тальк, каолин и др.);
- 9) градация по назначению (средства для осветления волос, маникюрные препараты, добавки для парфюмерных средств, средства для химического загара кожи и др.).

Более подробно модель предметной области, использованная для формирования поисковой стратегии представлена в Приложении В. Вместе с тем, следует отметить, что модель в Приложении В представлена в сокращенном виде, без раскрытия детального состава элементов.

Далее в настоящем патентном ландшафте представлены сведения о ключевых тенденциях, ведущих компаниях, изобретателях, анализ в разрезе ведущих стран, рынков и областей применения технологий и продуктов.

Термин «патент» для краткости употребляется в значении «патентный документ» и «патентное семейство», за исключением случаев, когда явным образом число патентов (granted patents) сопоставляется с общим числом патентных документов и числом патентных семейств

При описании результатов анализа в целях краткости изложения термин «патент» употребляется в значении «патентный документ» и «патентное семейство», за исключением случаев, когда явным образом число патентов (granted patents) сопоставляется с общим числом патентных документов и числом патентных семейств. Такая взаимозаменяемость терминов обеспечивает более компактное и однородное изложение выводов, полученных в ходе анализа.

Термин «публикация» используется при анализе структуры патентных семейств и в некоторых других случаях, когда необходимо совместно проанализировать патентные документы разной природы (заявки, выданные патенты, отчеты о поиске и др.)

Термин «публикация» используется при анализе структуры патентных семейств и в некоторых других случаях, когда необходимо совместно проанализировать патентные документы разной природы (заявки, выданные патенты, отчеты о поиске и др.).

Для разграничения объекта патентования (содержание изобретения) от патентных документов (форма охраны изобретения) в отношении объекта патентования в отчете в разных контекстах использованы термины «техническое решение», «изобретение», «технология», означающие одно и то же – объект патентования.

Термины «техническое решение», «изобретение», «технология» обозначают объект патентования (содержание изобретения)

1

# ТРЕНДЫ ПАТЕНТОВАНИЯ



## ТРЕНДЫ ПАТЕНТОВАНИЯ

### МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

**29 972**  
патентных  
семейства

**164 194**  
публикации

**40 886**  
патентов на  
изобретения

**323**  
патента на  
полезные модели

Анализ мировых трендов патентования технологий и продуктов в области косметических средств, проведенный с 2000 года, выявил **29 972** патентных семейства, в составе которых содержится **164 194** публикации, **40 886** патентов на изобретения и **323** патента на полезные модели.

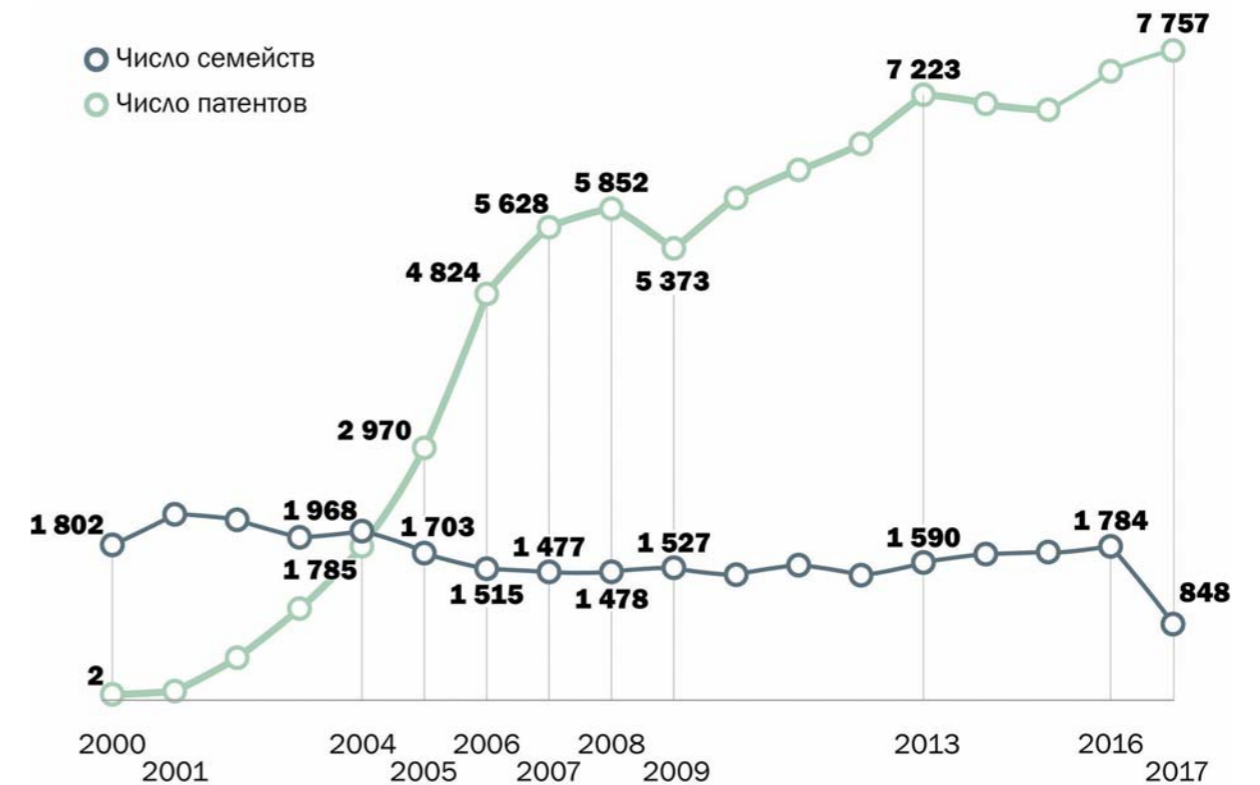
Анализ трендов патентования позволяет выявить динамику развития предметной области и оценить интерес компаний к разработкам в предметной области.

На рисунке 1 отражена динамика появления новых изобретений (патентных семейств) и выдачи патентов в предметной области.

Патентное семейство включает в себя все публикации, заявки и патенты, относящиеся к одному изобретению

## Динамика числа семейств и патентов

Рисунок 1



Практически на всем периоде наблюдения появление новых изобретений носит стабильный характер. Вместе с этим поступательный рост числа патентов говорит о постоянном расширении территориального охвата охраняемых технических решений.

**Первый патент на лак для ногтей был зарегистрирован в 1919 году**

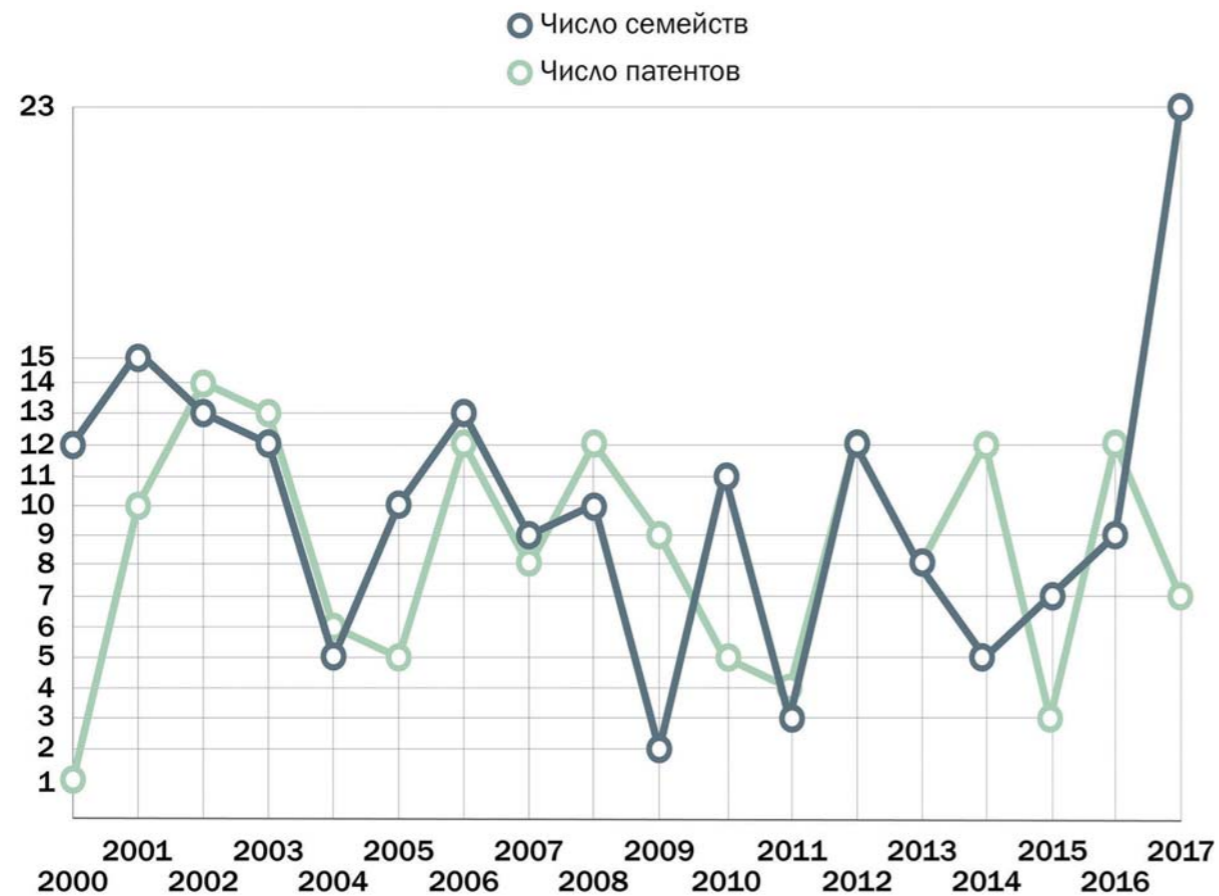
С 2005 года наблюдается стагнация области исследований. Очень большие патентные семейства отражают усилия ведущих компаний по выходу на новые рынки (большое число стран и тематический охват)

## РОССИЙСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

На рисунке 2 отражена динамика числа патентных семейств и патентов в предметной области в российском сегменте.

Рисунок 2

### Динамика числа семейств и патентов в РФ



В российском сегменте косметической продукции активность патентования не очень высокая, но можно сделать некоторые выводы на основе имеющихся данных.

На графиках не наблюдается устойчивых тенденций роста или падения числа патентных семейств и выданных патентов. В 2014–2015 годах наметилась тенденция уменьшения числа патентов и семейств. Близкие значения показателей «выданные патенты» и «патентные семейства» говорят о незначительных усилиях российских разработчиков по выводу продукции на зарубежные рынки.

2017 год интересен относительным технологическим прорывом. Впервые в рассматриваемой области за один год российскими компаниями заявлено 23 новых технических решения. В этих условиях для российских разработчиков и инвесторов целесообразно сформировать для этих технических решений правильные стратегии правовой охраны и коммерциализации новых разработок.

## СИЛА ПАТЕНТОВ

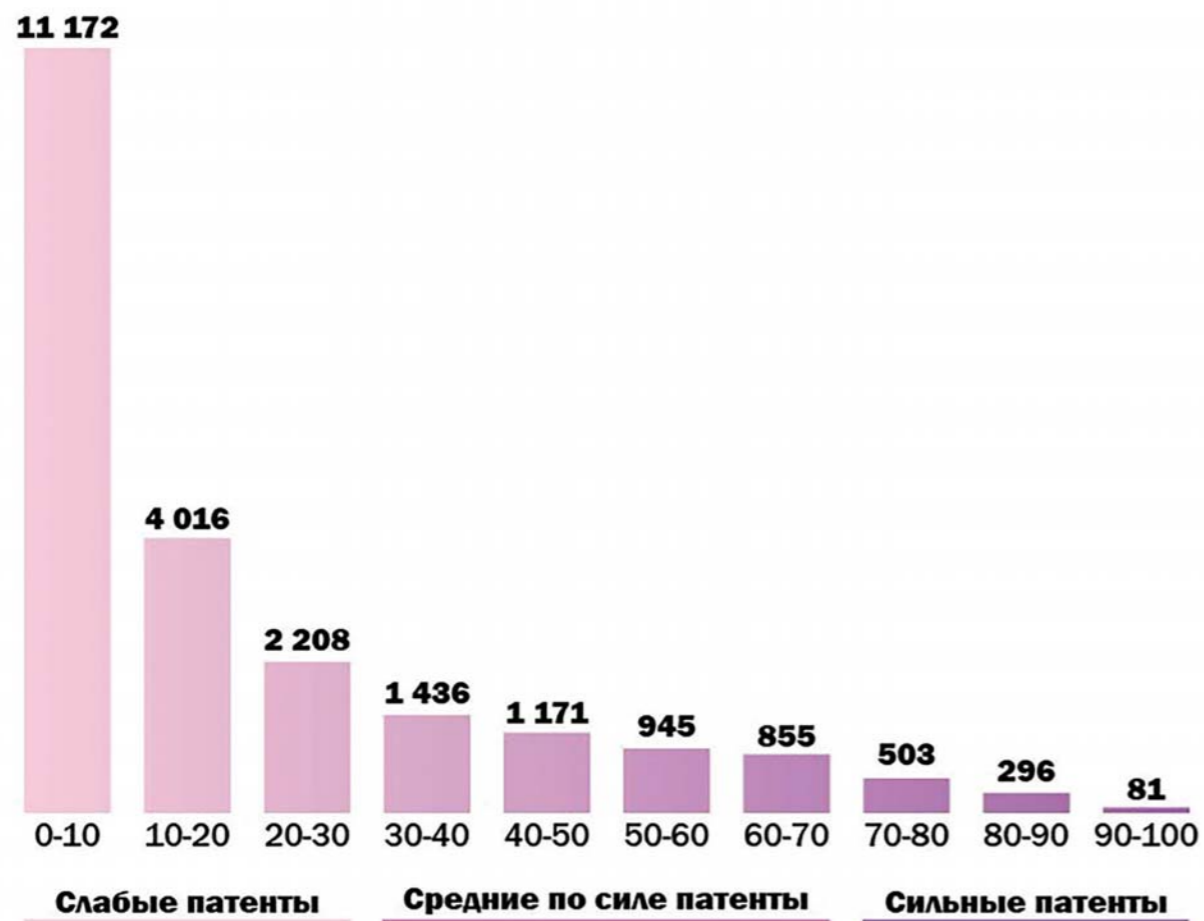
В целях краткости изложения термин «патент» употребляется в значении «патентный документ» и «патентное семейство». Такая взаимозаменяемость терминов обеспечивает более компактное и однородное изложение

Выявленная коллекция патентных документов была распределена по показателям «силы» (ценности, значимости) патентов. За основу определения «силы» патентов взята методика, используемая компанией LexisNexis, которая базируется на нескольких показателях: число пунктов формулы, случаев прямого и обратного цитирования, областей применения, числе изобретателей, патентных споров и сроке поддержания патента в силе. Методика LexisNexis адаптирована к специфике патентной аналитики проектного офиса ФИПС путем коррекции весовых коэффициентов показателей (так, например, существенно снижен вес показателя

теля «число авторов изобретения» в целях уменьшения влияния патентов (особенно, китайских) с десятками заявленных авторов. Результат анализа представлен на рисунке 3.

Рисунок 3

### Распределение силы патентов



Сила подавляющего большинства документов (около 17 тыс.) находится в пределах 0–30 баллов. Небольшая часть коллекции (2 303) имеет показатель силы 50–80 баллов. Наиболее сильных патентов с показателем, превышающим 80 баллов, – 377 (0,8% от всей коллекции).

Подавляющее большинство сильных патентов зарегистрировано во Франции, США, Великобритании и Германии. Компания L'Oréal является лидером среди компаний по количеству сильных патентов (31 патент с силой 90–100%).

В качестве примера можно привести патент FR2830189, принадлежащий французской компании L'Oréal, с датой приоритета 28.09.2001 г. Документ содержит формулу краски для волос.

Еще один сильный патент в коллекции французской компании – EP1325729. Изобретение раскрывает композицию для ухода за кожей, которая имеет в своем составе полимеры.

**Dyeing composition a subject-matter lightening effect for human**

Номер документа: **FR2830189**  
Дата приоритета: **28.09.2001**



Сила Lexis: 90 - 100%  
Число цитирований в семействе: 29  
Число публикаций в семействе: 8  
Число патентов в семействе: 0

Правообладатель: **L'ORÉAL PROFESSIONNEL PARIS**

**Composition containing a silicone copolymer and either a polymer from an ethylenically unsaturated monomer with sulfonic groups or an organic powder; uses thereof, especially in cosmetics**

Номер документа: **EP1325729**  
Дата приоритета: **04.01.2002**



Сила Lexis: 90 - 100%  
Число цитирований в семействе: 23  
Число публикаций в семействе: 13  
Число патентов в семействе: 4

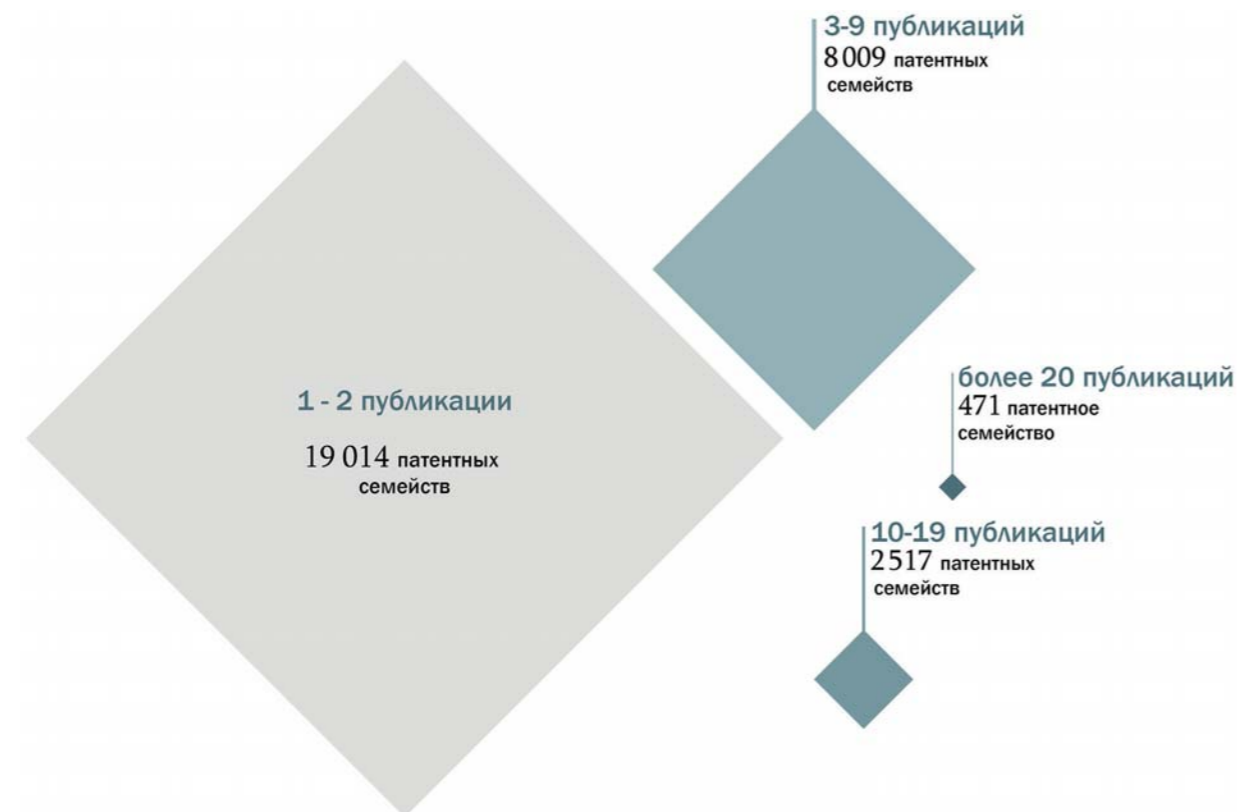
Правообладатель: **L'ORÉAL PROFESSIONNEL PARIS**

## ЗРЕЛОСТЬ ОБЛАСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ И СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ

Распределение семейств по числу публикаций (рисунок 4) позволяет оценить зрелость области и стратегии, используемые компаниями для охраны технологий.

Рисунок 4

### Распределение патентных семейств по диапазонам публикаций



Большинство семейств (19 014) входит в первую группу и содержит 1–2 публикации. Как правило, семейства, содержащие малое число публикаций, относятся к новым технологиям, которые еще не получили распространения, и технологиям, которые остаются на внутреннем рынке и не выходят на мировой уровень.

Вторая группа содержит 8 009 патентных семейств и включает в себя семейства, содержащие от трех до девяти публикаций. Чаще всего такие семейства относятся к технологиям на стадии роста, которые расширяют географию охраны исключительного

права. В рассматриваемой предметной области данный показатель достаточно высок. Это означает, что компании выводят свои разработки на более широкий охват территориальных рынков.

Третья группа содержит 2 517 патентных семейств, это – патентные семейства, которые содержат от десяти до девятнадцати публикаций. Эти семейства относятся к зрелым технологиям, которые уже прошли стадию роста и присутствуют на большинстве рынков, интересных для компаний, выводящих продукцию на экспорт.

Четвертая группа содержит 471 семейство (почти 2% коллекции). Самых крупных семейств, в составе которых содержится по несколько десятков публикаций, всегда меньше остальных, однако чаще встречаются ситуации, где таких семейств даже менее 1% от коллекции. Они относятся к закрепившимся на рынке технологиям и принадлежат крупнейшим компаниям-лидерам.

В рассматриваемой предметной области компании стремятся распространить свои технологии на мировой рынок: высокие показатели вывода технологий в 3–9 стран, также наблюдается довольно большая доля (около 2%) очень крупных семейств (более 20 публикаций).

**Юрисдикция** – страна или регион, в которых компания или человек регистрируют патентные заявки и получают патенты

В таблице 1 представлено десять наиболее крупных патентных семейств коллекции. Важным показателем в составе данной таблицы является число стран (юрисдикций), в которые компании выводят свои технологии и получают патенты.

Таблица 1

## Десять наиболее крупных патентных семейств

Публикация	Заявитель	Число публикаций в семействе	Число патентов в семействе	Число юрисдикций в семействе	Число юрисдикций с патентами
US9695363	HONEYWELL INTERNATIONAL INCORP	355	79	34	34
CA2858709	COLGATE PALMOLIVE	163	128	24	26
LU91805	CESA ALLIANCE	166	36	43	24
EP1958638	POLICHEM	76	19	37	18
CA2892411	COLGATE PALMOLIVE	197	84	27	16
WO200478140	HALOZYME	217	47	39	15
CA2916985	LIQWD	75	18	31	15
US20100135923	PROCTER AND GAMBLE	132	75	18	12
US20050261258	LOS ANGELES BIOMEDICAL RESEARCH INST, UNIV OF CALIFORNIA	116	18	29	9
US20040242588	NESTLE SKIN	76	13	28	9

По данным в таблице 1 можно сделать выводы о стратегиях, которых придерживаются компании, выводя свои технологии на международный рынок. На первом месте находится патентное семейство компании Honeywell International Incorporated (рисунок 5). Данная технология не относится непосредственно к косметической продукции, а раскрывает разные виды использования фторалкенов (в частности HFO-1234), в том числе в качестве вспенивающих агентов. Данная технология может применяться в ряде областей в качестве компонента косметической продукции. Тот факт, что компания, лидирующая по числу семейств, не является косметической, говорит о том, что область исследования имеет высокий уровень междисциплинарности и высокий потенциал абсорбции технологий непрофильных компаний.

## Информация по компании Honeywell

Рисунок 5



Компания Colgate Palmolive обладает двумя семействами из десяти рассматриваемых. Оба технических решения относятся к средствам для ухода за полостью рта. Патентное семейство CA2892411 этой компании обладает большим числом патентов (84), но при этом присутствует в 16 странах. Такая ситуация может возникнуть, если компания решает сформировать зонты патентования и обеспечить широкую тематическую охрану: разделить свое изобретение на несколько технических решений и зарегистри-

стрировать каждое как отдельный патент. Второе патентное семейство компании также имеет зонтичный характер патентования (128 патентов в 26 странах).

Похожая ситуация наблюдается для компании Procter and Gamble: в семействе US20100135923 75 патентов в 12 странах.

Исследование стратегий патентования на основе анализа структуры патентных семейств свидетельствует о преимущественной направленности стратегий ведущих компаний на широкий тематический охват для приоритетных рынков и формирование больших зонтов (более 30 патентов) для наиболее ценных технологий и продуктов.

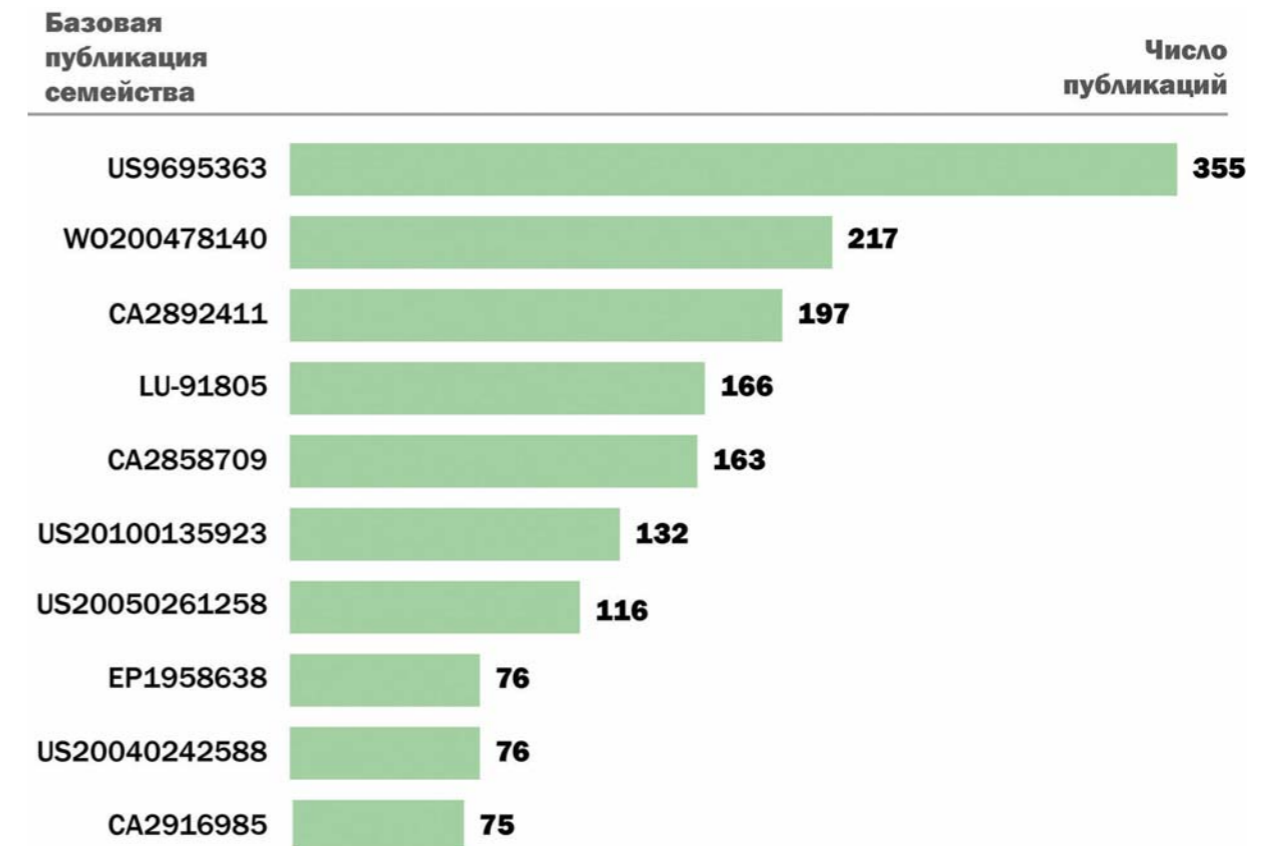
В выявленной патентной коллекции есть несколько семейств, принадлежащих российским компаниям, выводящим решения на мировой рынок. Так, патентное семейство RU2009135436 достаточно большое для российского сегмента косметики (11 стран). Правообладателями являются три компании из разных стран: ЗАО «Институт прикладной нанотехнологии» (Россия), Фонд Сальваторе Мауджери Клиника труда и реабилитации (Италия) и Сиб Лэборитэриес Лимитед (Мальта). Следует отметить, что зарубежные компании-совладельцы российской технологии имеют патенты только в кооперации с ЗАО «Институт прикладной нанотехнологии».

Изобретение RU2009135436 относится к антисептической мази для внешнего применения, включающей в качестве основы фармацевтический вазелин или смесь фармацевтического вазелина с ланолином и в качестве антисептического средства диспергированный порошок бентонита, интеркалированный одним или несколькими ионами металлов, выбранными из группы, состоящей из Ag +, Cu<sup>2+</sup>, Zn<sup>2+</sup>.

На рисунке 6 наиболее крупные патентные семейства ранжированы по числу входящих в них публикаций.

## Распределение семейств по числу публикаций

Рисунок 6



## ПРАВОВЫЕ СТАТУСЫ

Регистрация технического решения на всех стадиях патентного делопроизводства влечет за собой существенные юридические последствия, как для правообладателя, так и для третьих лиц. Исследование правовых статусов патентных документов позволяет исследовать как разные аспекты развития технологий (например, длительность технологического цикла), так и разнообразные

рыночные аспекты (например, порог вывода решений на рынки). Важным направлением анализа правовых статусов является оценка заинтересованности заявителей в развитии технологической области (соотношение числа поданных и отозванных заявок) и зрелости области исследований (соотношение числа выданных и прекративших действие патентов).

Диаграмма распределения правовых статусов для зарубежных патентных документов представлена на рисунке 7.

Рисунок 7

### Правовой статус зарубежных патентных документов

**Всего 29 961 патентное семейство**



Для области исследований достаточно велика доля выданных патентов – 46% документов, что характеризует высокий потенциал коммерциализации технологий и продуктов области исследований.

Патенты, прекратившие действие (21%), большей частью связаны с истечением срока правовой охраны технических решений на фоне длительного периода развития области исследований.

Активная фаза захвата рынка компаниями в сочетании со стагнацией влечёт высокий порог выхода на рынок (высокая доля отозванных заявок) и длительный жизненный цикл технических решений

Активная фаза захвата рынка компаниями в сочетании со стагнацией влечёт за собой высокий порог выхода на рынок (высокая доля отозванных заявок) и длительный жизненный цикл технических решений. При стагнации развития технологий и длительном жизненном цикле решений, компании пытаются зарегистрировать новые решения, базирующиеся на старых технологиях, что влечёт высокий процент отозванных заявок.

На рисунке 8 представлена диаграмма распределения правовых статусов для российских патентных документов.

Рисунок 8

### Правовой статус российских публикаций

**Всего 1 029 патентных семейств**



В коллекции 1 029 российских патентных документов, 54 % из которых действующие. В условиях превышения доли действующих российских патентов относительно мировых на фоне крайне низкого распространения российских решений на зарубежных рынках российским компаниям целесообразна коррекция в сторону более комплексных технических решений с более практической направленностью результатов.



2

**КОМПАНИИ И ЛЮДИ**

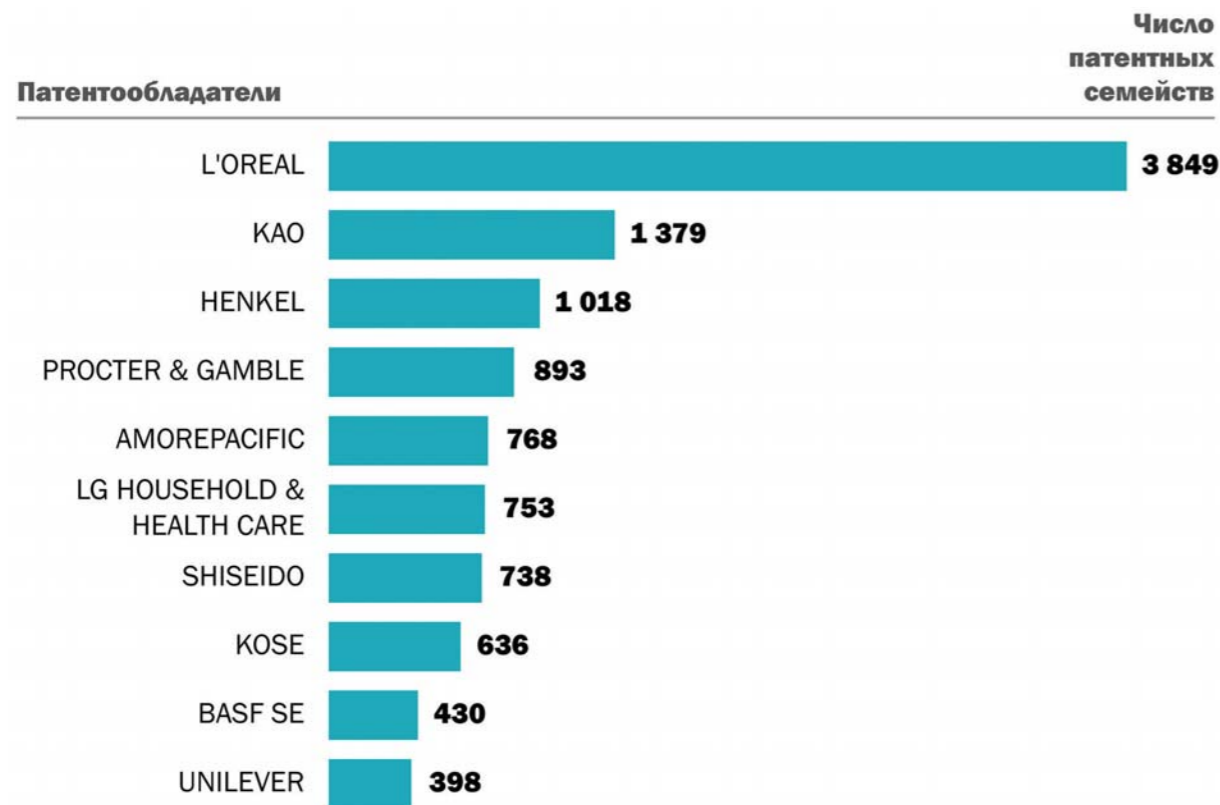
## КОМПАНИИ И ЛЮДИ

### МИРОВЫЕ КОМПАНИИ И АВТОРЫ ИЗОБРЕТЕНИЙ

На рисунке 9 представлен рейтинг ведущих компаний по числу патентных семейств в рассматриваемой области.

Рисунок 9

#### Рейтинг патентообладателей по числу патентных семейств



Есть сложившаяся группа компаний-«монополистов», определяющих технологическую повестку области

В рейтинге патентообладателей по числу патентных семейств первое место со значительным отрывом занимает французская компания L'Oreal, лидер мирового рынка парфюмерии и косметики.

В силу зрелости и высокой коммерческой ёмкости области компании предпочитают вести разработки в своих исследовательских центрах, не вовлекая сторонние исследовательские организации. Компании предпочитают всю интеллектуальную собственность оформлять на себя

В числе лидеров KAO, японская химическая и косметическая компания, Henkel, немецкая химическая компания и американская компания Procter and Gamble.

По результатам анализа видно, что в области исследований есть сложившаяся группа компаний-монополистов, которые определяют технологическую повестку области. В силу зрелости и большой коммерческой емкости компании предпочитают вести разработки в своих исследовательских центрах, не прибегая к сотрудничеству с исследовательскими организациями или институтами.

На рисунке 10 представлен рейтинг лист 30 ведущих компаний в разрезе динамики возникновения у них патентных семейств.

**L'Oréal является крупнейшей косметической корпорацией в мире и представлена в 130 странах на пяти континентах. Компания создает почти пять квадратных метров человеческой кожи в год (derma farming) для тестирования косметической и фармацевтической продукции**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
L'OREAL	201	272	294	245	299	236	221	249	206	245	238	262	224	193	177	121	105	6
KAO	116	164	155	158	164	82	71	60	45	57	42	55	61	44	29	34	27	2
AKZO NOBEL N.V.	46	51	39	34	68	102	105	50	68	70	50	76	39	59	50	74	59	5
PROCTER & GAMBLE	61	95	64	45	64	59	55	42	45	35	26	46	34	38	55	44	18	4
AMOREPACIFIC	0	7	12	10	21	30	49	30	65	77	78	83	56	39	65	72	51	12
LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE	5	23	15	13	33	26	14	11	16	4	6	4	11	136	122	141	156	10
SHISEIDO	74	89	68	67	77	54	41	31	38	47	44	15	24	8	5	14	17	7
KOSE	56	107	79	65	74	26	21	15	14	18	20	23	31	24	22	19	16	3
BASF SE	28	44	42	30	37	56	27	33	29	22	13	10	8	13	17	6	8	0
UNILEVER	39	32	53	29	29	17	17	15	19	19	25	31	17	16	10	8	10	1
HOYU	26	45	23	18	15	13	14	14	24	31	16	14	14	11	11	9	26	0
POLA CHEMICAL IND	37	36	37	40	23	10	13	7	10	12	14	9	10	10	13	2	2	1
MAXINGVEST AG	15	53	32	22	18	26	19	18	17	6	8	10	6	6	7	9	1	2
LION	28	43	30	33	33	14	10	6	10	11	5	7	5	7	13	5	8	0
NOEVIR HOLDINGS	31	39	95	37	7	11	11	8	7	6	7	3	0	0	1	1	4	0
JOHNSON & JOHNSON	14	16	9	11	10	22	9	13	14	25	18	5	14	14	10	12	3	3
ICHIMARU PHARCOS	21	42	25	22	25	13	1	0	6	1	1	7	12	9	9	13	6	4
DOWDUPONT INCORP	5	10	11	6	10	10	4	13	8	22	15	13	16	5	13	10	8	1
MANDOM	3	9	11	12	12	17	17	7	11	13	11	2	14	7	8	2	9	3
SYMRISE	2	10	8	11	7	11	13	13	7	9	15	10	8	11	11	9	4	1

Рисунок 10

### Динамика возникновения семейств патентов у ведущих компаний

Из представленных компаний наибольшую активность проявляет на всем протяжении рассматриваемого периода L'Oreal. Компания уверенно занимает лидирующие позиции в области патентования новых технологий в рассматриваемой предметной области.

Корейская компания LG Household & HealthCare набирает обороты в последние годы и выходит в лидеры на общем фоне. С 2013 года наблюдается всплеск патентной активности данной компании, особенно это заметно на фоне снижения патентной активности у других компаний.

LG Household & HealthCare с 2013 года демонстрирует экстремально высокие темпы разработок, наращивая темпы исследований на фоне общего снижения

Японская компания KAO проявляла себя активной в патентовании новых технологий в 2000–2003 годах, однако дальше наблюдается спад, но все же она удерживает лидирующие позиции.

Остальные компании, присутствующие в таблице, занимались разработкой технологий на протяжении всего рассматриваемого периода.

На тепловой карте (рисунок 11) рейтинг компаний представлен в контексте географического распределения их патентной активности.

182 наиболее известных мировых бренда принадлежат семи ведущим косметическим компаниям: L'Oréal, Johnson and Johnson, Shiseido, Estée Lauder Companies, Unilever, Coty, and Procter & Gamble

	JP	EP	US	WO	CN	KR	FR	DE	BR	ES	AU	MX	CA	AT	IN	TW	RU	AR	ZA	HK
L'OREAL	1 629	2 108	2 229	1 383	962	456	2 827	536	785	778	267	367	260	550	191	6	153	73	76	2
PROCTER & GAMBLE	680	768	808	819	680	206	3	127	317	113	393	559	555	131	216	10	74	43	25	53
UNILEVER	210	272	294	344	239	103	1	107	204	129	185	179	131	108	235	50	58	135	127	4
BASF SE	325	351	362	338	257	216	37	173	164	160	95	86	74	60	156	45	32	13	7	2
HENKEL	91	597	300	601	39	6	40	971	3	33	93	3	19	103	1	1	40	0	0	7
KAO	1 226	343	309	249	201	49	2	158	22	26	53	2	14	51	15	134	12	0	0	11
SHISEIDO	693	176	194	237	173	177	1	22	21	34	19	0	1	1	18	187	24	0	0	62
JOHNSON & JOHNSON	115	183	202	84	168	147	0	32	186	52	155	66	192	28	115	36	73	9	5	17
AMOREPACIFIC	114	51	113	216	187	712	0	1	1	3	9	2	11	1	11	73	1	2	0	31
DOWDUPONT INCORP	155	152	154	165	137	106	1	26	19	3	15	6	7	23	16	7	4	3	2	2
LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE	23	16	18	29	28	741	1	4	4	5	10	2	4	4	3	2	1	0	2	0
MAXINGVEST AG	50	172	98	140	18	1	3	262	18	38	11	1	2	33	0	0	1	0	0	0
KOSE	633	5	13	34	35	33	0	1	0	0	4	0	1	1	0	40	0	0	0	26
SYMRISE	57	134	121	80	49	23	1	56	33	18	6	12	1	24	23	0	3	0	2	1
HOYU	319	7	18	43	28	16	0	0	1	0	0	0	0	0	0	28	0	0	0	2
POLA CHEMICAL IND	286	6	7	14	8	6	0	1	4	3	7	3	5	1	3	11	4	0	0	4
LION	268	5	5	29	13	15	0	4	0	0	5	0	0	2	0	2	0	0	0	3
NOEVIR HOLDINGS	270	0	1	11	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICHIMARU PHARCO	216	0	0	8	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
MANDOM	165	7	6	16	9	2	3	1	0	0	4	0	0	3	0	0	0	0	0	0

## Активность компаний в отношении стран

Рисунок 11

На тепловой карте видно, что большинство компаний стремится к расширению географии присутствия. Эта стратегия характерна для таких компаний, как L'Oreal, KAO, Henkel, Procter & Gamble, Unilever и других крупных или узкоспециализированных производителей. Также, нельзя не отметить, что в рейтинге присутствует компания BASF SE – крупная нефтяная компания.

Procter & Gamble, Unilever и BASF SE тяготеют к узконаправленным стратегиям патентной охраны. С учетом разработок российскими компаниями узкоспециализированных решений стратегии патентования этих компаний могут рассматриваться как лучшая практика

Компания L'Oreal патентует решения в США, Японии и Франции. Кроме того, компания обладает большим количеством публикаций в ЕПВ.

Следует отметить малое присутствие зарубежных компаний во Франции несмотря на высокую привлекательность этого рынка косметики. Это свидетельствует о действенных стратегиях охраны, сформированных L'Oreal и другими французскими компаниями по защите французского рынка от внешнего вмешательства.

Японский рынок является главным фокусом внимания зарубежных компаний

Компании KOSE и Amorepacific используют достаточно узконаправленные территориальные стратегии, которые могут быть использованы российскими компаниями как пример охраны специализированных технологий и продуктов.

Очень емкий рынок у Японии – все компании-лидеры держат на нем свой «фокус внимания».

Аргентина и Бразилия, страны, которые очень близки к России по потенциалу коммерциализации, демонстрируют разнонаправленные стратегии патентования. Бразилия использует стратегию широкого охвата, а Аргентина использует более нишевые выходы на рынки.

Самыми популярными юрисдикциями для подачи заявок являются Япония, Китай, Корея, США, а также ведомства ЕПВ и ВОИС.

Бразилия и Аргентина как близкие к России страны по потенциалу коммерциализации применяют полярные стратегии патентной охраны: широкий охват Бразилии и нишевые выходы Аргентины

Многие компании подают заявки в Россию, в том числе: L’Oreal, Procter&Gamble, Johnson&Johnson и другие.

Анализ цитирования документов, представленный в виде графа на рисунке 12, позволяет выявить производителей наиболее ценных технологий и технологическую кооперацию заявителей.

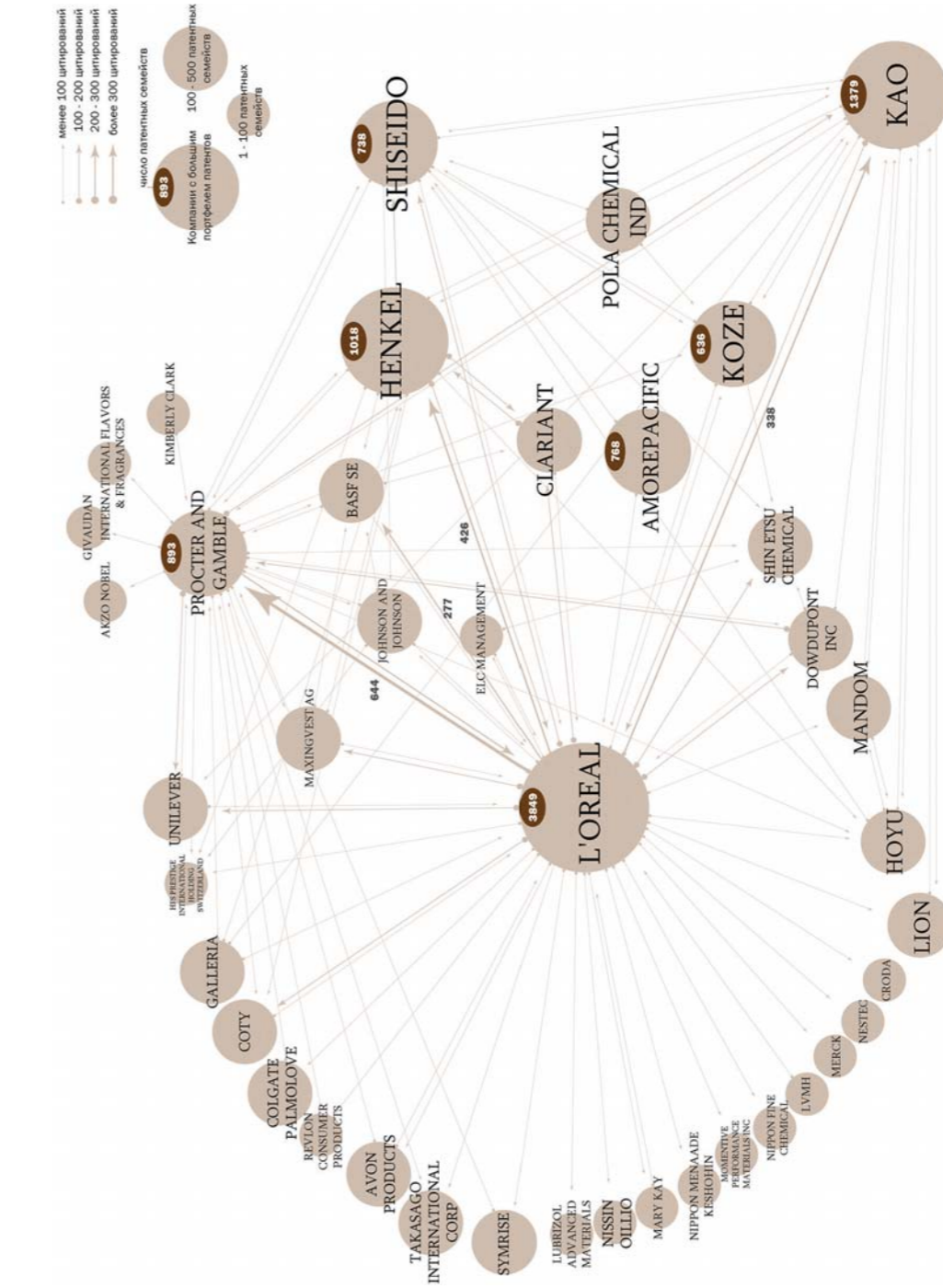


Рисунок 12

Карта цитирования

Следует отметить, что на карте цитирований нет явного географического разделения, компании цитируют друг друга вне зависимости от географического расположения.

Исследовательские центры L`Oreal обладают развитыми каналами мониторинга, которые позволяют быстро выявлять и внедрять новые ценные решения

Наиболее заметной фигурой на карте цитирования является компания L`Oreal. Она, в основном, цитирует такие компании как Henkel, Procter & Gamble, Kao. Другие компании также цитируют L`Oreal. Есть также большое количество небольших компаний, которые присутствуют на карте только потому что L`Oreal цитирует их технологии. Можно сделать вывод, что компания L`Oreal обладает мощной системой мониторинга, которая позволяет сразу же выявлять новые перспективные разработки и внедрять в свои технологии.

Procter & Gamble и KAO являются носителями базовых технологий в косметике

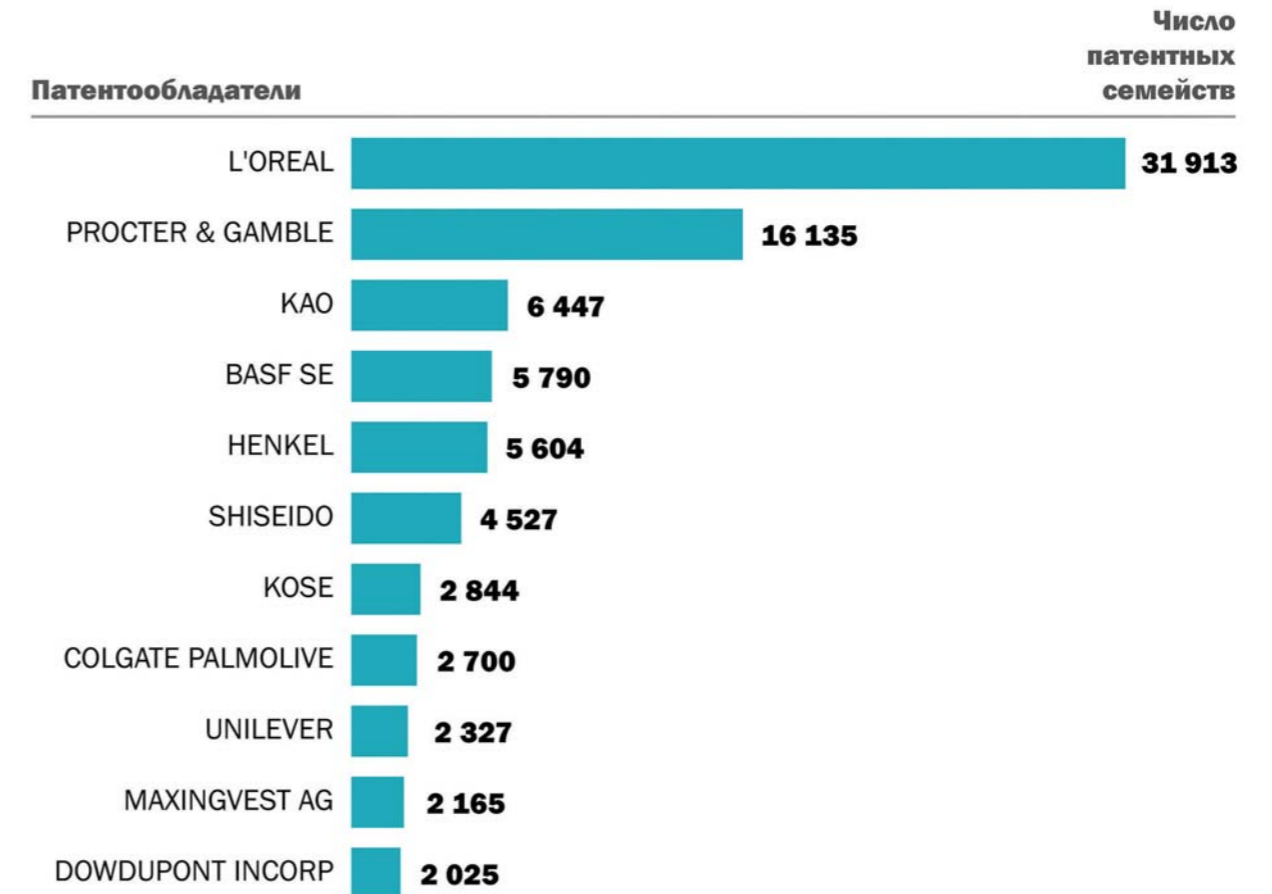
На основе карты цитирования также можно сделать вывод, что компании Procter & Gamble и KAO являются носителями базовых технологий в рассматриваемой предметной области, так как много цитирований направлено на эти компании.

Крупными игроками также являются KOSE, Shiseido.

На рисунке 13 компании-патентообладатели ранжированы по числу цитирований другими компаниями их технических решений.

## Рейтинг цитируемости компаний-патентообладателей

Рисунок 13



Компания L`Oreal является явным лидером с большим отрывом от конкурентов, решения компании цитируются в два раза чаще, чем у Procter & Gamble (2-ое место) и в пять раз чаще, чем у KAO (3-е место).

Оставшиеся компании можно условно разделить на две группы по количеству цитирований.










К первой группе относятся: KAO, BASF SE, Henkel, Shiseido. Они находятся примерно на одном уровне по числу цитирований.

В состав второй группы вошли компании: KOSE, Colgate Palmolive, Unilever, Maxingvest AG, а также DowDupont Incorporation.

На рисунке 14 представлено распределение десяти базовых публикаций наиболее цитируемых семейств.

Рисунок 14

### Наиболее цитируемые семейства коллекции

Патент	Компании	Цитирование
<b>IL152486</b>	FOAMIX PHARMACEUTICALS	 <b>447</b>
<b>EP1298597</b>	L'OREAL	 <b>432</b>
<b>WO200478140</b>	DELIATROPH PHARMACEUTICALS	 <b>391</b>
<b>CA2927535</b>	CORIAN ADVANCE TECHNOLOGY	 <b>388</b>
<b>WO200287645</b>	Институт нефтехимического синтеза имени А. В. Толчичева РАН, CORIUM INTERNATIONAL, NOVARTIS INTERNATIONAL AG	 <b>288</b>
<b>TW200304745</b>	EMD CHEMICALS, MERCK	 <b>268</b>
<b>US20040267237</b>	JOHNSON & JOHNSON	 <b>245</b>
<b>BR200303858</b>	INTERNATIONAL FLAVORS & FRAGRANCES	 <b>237</b>
<b>US20050031547</b>	FOAMIX PHARMACEUTICALS	 <b>233</b>
<b>IL133968</b>	FOAMIX PHARMACEUTICALS	 <b>213</b>

Патентный документ IL152486, принадлежит компании Foamix Pharmaceuticals Ltd. В документе раскрывается активное пенящееся вещество, которое не содержит алкоголь и которое можно добавить в косметические средства, как в растворимые в воде, так и в нерастворимые.

Патентный документ компании L'Oreal EP1298597 раскрывает инструмент для построения 3D-лица, которое позволяет создать изображение лица для просмотра эффекта от косметического средства.

Патентный документ WO2004078140 имеет 387 цитирований. Дата приоритета – 05.03.2004 г. Данное изобретение принадлежит компании Deliatroph Pharmaceuticals. В изобретении раскрывается технология растворимых нейтральных активных гиалуронидазных гликопротеинов.

Следует отметить присутствие в рейтинге патентного документа WO200287645. Правообладателями патента являются компании из нескольких стран: Россия, США и Швейцария. Это хороший пример успешной межстрановой кооперации. Краткая информация по данному патентному документу представлена на рисунке 15. Семейство является одним из наиболее цитируемым, а также достаточно большим – 150 публикаций.

Рисунок 15

### Информация по патенту WO200287645



На рисунке 16 представлен рейтинг наиболее цитируемых авторов.

### Рейтинг цитируемости авторов

Рисунок 16

Авторы	Компании	Цитирование
<b>BLIN XAVIER</b>	L'OREAL	<b>1 600</b>
<b>HOEFFKES HORST</b>	HENKEL	<b>1 155</b>
<b>LAGRANGE ALAIN</b>	L'OREAL	<b>1 104</b>
<b>SAMAIN HENRI</b>	L'OREAL	<b>993</b>
<b>GREAVES ANDREW</b>	L'OREAL, UNILEVER и др.	<b>740</b>
<b>CANDAU DIDIER</b>	L'OREAL	<b>662</b>
<b>OVERKOBUSCH DORIS</b>	HENKEL	<b>587</b>
<b>KLEEN ASTRID</b>	KLEEN ASTRID	<b>582</b>
<b>GROSS WIBKE</b>	HENKEL	<b>496</b>
<b>FADLI AZIZ</b>	L'OREAL	<b>467</b>

На первом месте рейтинга находится изобретатель из компании L'Oreal Blin Xavier, ведущий исследования в области декоративной косметики.

Второе место занимает Horst Hoeffkes, ученый из США. Правообладателем большинства изобретений данного автора является компания Henkel. Патенты изобретателя относятся к области ухода и окрашивания волос.

Права на изобретения Samain Henri, в основном, принадлежат компании L'Oreal. Занимается данный исследователь косметикой для ухода за кожей, а также декоративной косметикой.

Изобретателей из России в данном рейтинге нет.



## РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ И АВТОРЫ ИЗОБРЕТЕНИЙ

На рисунке 17 представлен рейтинг российских компаний по числу патентных семейств.

Рисунок 17

### Рейтинг российских патентообладателей по числу патентных семейств



Следует отметить, что в соответствии с мировыми трендами российские компании предпочитают оформлять интеллектуальную собственность на себя: исследовательских институтов и университетов в данном рейтинге нет.

Лидером рейтинга является компания Mirra, российская косметическая компания полного цикла со своим собственным производством и научной лабораторией. Все 12 патентных семейств компании с уже выданными патентами не вышли за пределы российского рынка. Большинство патентов относятся к разработкам для ухода за кожей. Однако, в ассортименте компании имеются также средства для ухода за волосами, а также декоративная косметика.

На втором месте находится компания ОАО «Новосибхимфарм». Это одно из крупнейших фармацевтических предприятий Западной Сибири. Предприятие специализируется на выпуске инъекционных растворов в ампулах. Хотя компания не позиционируется как косметическая, у нее есть патенты, которые охраняют косметические решения: детский шампунь, детский крем, антицеллюлитные средства, а также решения для ухода за кожей. Три патентных семейства включают заявки, поданные в Европейское патентное ведомство, что может говорить о планах компании по выходу на зарубежные рынки.

На третьем месте рейтинга находится Косметическое объединение «Свобода». Компания позиционирует себя как современное российское косметическое производство. Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 300 наименований разнообразных по свойствам и назначению изделий – это туалетное мыло, средства по уходу за кожей лица и тела, за волосами и кожей головы, за полостью рта, детская косметика и косметические изделия специального назначения.

Патенты компании «Свобода» раскрывают решения в области ухода за кожей для взрослых и детей. Также есть патент, направленный на уход за волосами. Компания концентрируется на российском рынке.

Компания Natura Siberica, находится на четвертом месте в рейтинге и является заметным игроком на российском рынке.

Все патенты компании относятся к решениям по уходу за кожей, ни один из патентов не был выведен на мировой рынок.

Компания делает акцент на целебных свойствах уникальных растений Сибири и Дальнего Востока, входящих в состав средств. Представлена продукция для женщин и мужчин, а также для детей и новорожденных. Косметическая линия включает в себя: средства для ухода за волосами и кожей. Все средства содержат в своем составе растительные ингредиенты трав.

Основатель компании Natura Siberica также является основателем ООО «Свободное решение». Данная компания больше известна под именем «Рецепты бабушки Агафьи». Компания также придерживается тренда натуральной и полезной косметики.

Кроме того, в российском сегменте есть компании, которые имеют потенциал экспорта, но их технологии пока не защищены патентами.

Например, компания ООО «Сибирское здоровье», производящая не только косметические средства, но и питание и витамины. Компания распространяет свою продукцию в 65 странах мира.

Кроме того, в том же сегменте косметических средств можно выделить следующие компании: ООО «Макошь», ООО «Берёзка лаб», ООО «Ирушка РУС» и другие.

Компаний, занимающихся производством декоративной косметики в России – меньше. Наиболее известной и крупной компанией в данном сегменте является компания ООО «Арт-визаж».

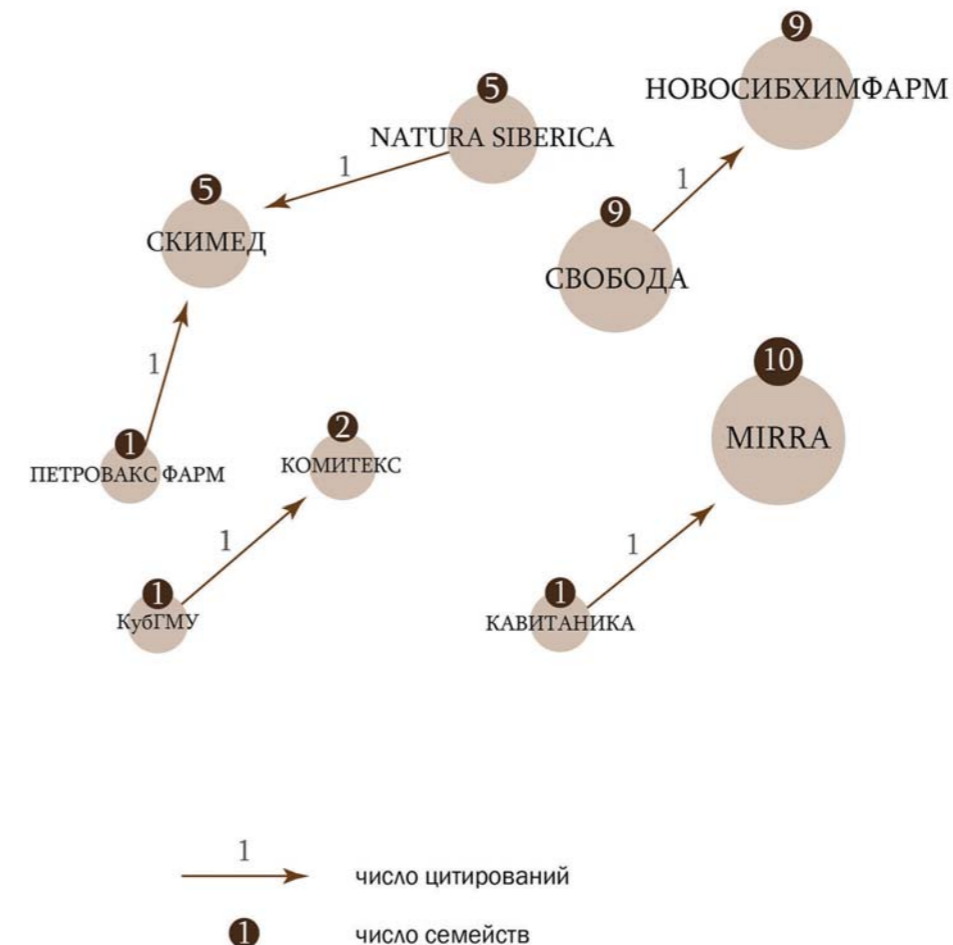
Dance Legend – российская конкурентоспособная компания, занимающаяся производством лаков.

Можно отметить, что в российском сегменте основной тренд разработок направлен на косметику с натуральными ингредиентами растительного происхождения.

На рисунке 18 представлена карта цитирований российского сегмента.

## Карта цитирования в российском сегменте

Рисунок 18



Карта цитирований российского сегмента не показывает устойчивых связей, наблюдаются только разовые факты цитирования. В качестве интересного наблюдения можно привести цитирование компаниями Natura Siberica и ООО «Петровкакс Фарм» патента ООО «Скимед».

На рисунке 19 представлен рейтинг изобретателей в российском сегменте.

Рисунок 19

### Рейтинг российских авторов по числу патентных семейств

Авторы	Компании	Число семейств
Тульский В. С.	MIRRA	9
Алавердиев И. М.	СВОБОДА	7
Стрекалов А. Е.	НОВОСИБХИМФАРМ	7
Чигарина К. М.	СВОБОДА	7
Чубатова С. А.	MIRRA	6
Залевская С. И.	СВОБОДА	5
Стукалин А. А.	NATURA SIBERICA	5
Трубников А. В.	NATURA SIBERICA	5
Аитова Е. Н.	MIRRA	4
Волков К. В.	ФИТОКОСМЕТИК	4

В рейтинге первое место по числу патентов занимает Тульский В.С., правообладателем технологий является фирма Mirra.

Патенты Стрекалова А.Е. в косметической области относятся к технологиям из разных областей: детский шампунь, антицеллюлитный пластырь, детский крем. Правообладателем патентов Стрекалова А.Е. является компания «Новосибхимфарм».

В рейтинге также присутствует Чубатов С.А.: правообладателем его патентов является компания Мирра. Таким образом, два изобретателя из рейтинга связаны с данной компанией. Изоб-

ретения раскрывают различные химические соединения для ухода за кожей, преимущественно те, которые также относятся к фармацевтическим средствам для ухода.

3

# ГЕОГРАФИЯ ПАТЕНТОВАНИЯ

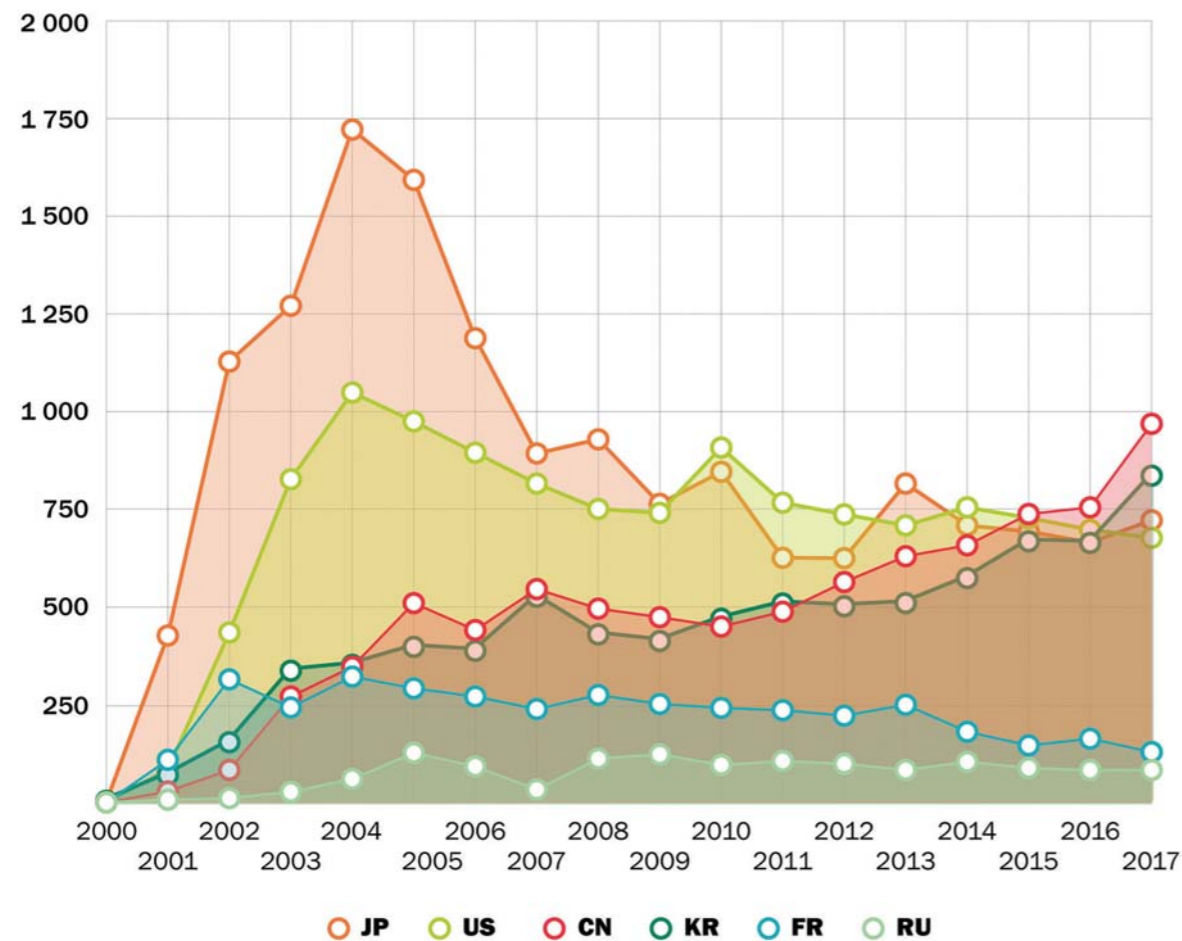
## ГЕОГРАФИЯ ПАТЕНТОВАНИЯ

Анализ географического охвата правовой охраны позволяет определить страны-лидеры в области разработки технических решений и наиболее перспективные с точки зрения правообладателей рынки.

На рисунке 20 представлен график динамики публикационной активности в ведущих странах.

Рисунок 20

### Динамика публикационной активности в ведущих странах



Для изучения динамики публикационной активности были отобраны следующие страны: Россия, Китай, Франция, Корея, США, Япония.

В начале рассматриваемого периода явным лидером была Япония, она лидировала с явным отрывом: 1 722 публикации в 2003 году является рекордным значением за рассматриваемый период. В тот же период был всплеск публикационной активности у США (1 049 публикаций).

На фоне снижения активности США и Японии в 2016 и 2017 годах появляются новые страны-лидеры – Китай и Корея

После 2004 года публикационная активность стран-лидеров (США и Япония) пошла на спад.

Франция не отличается большим количеством публикаций. Есть определенный всплеск в 2002 году, но с 2004 до 2017 годов наблюдается постепенное уменьшение числа публикаций.

На фоне снижения патентной активности США и Китая, Корея вышла на мировой уровень патентования к 2016 году.

На фоне снижения активности США и Японии в 2016 и 2017 годах появляются новые страны-лидеры – Китай и Корея.

В процентном соотношении рейтинг стран по приоритетам (местам возникновения новых технических решений) представлен на рисунке 21.

Рисунок 21

### Страны приоритетов (мест возникновения новых технических решений) в процентном соотношении



Ведущими странами – местами возникновения новых технических решений являются Япония (21%), США (16%), Корея (11%) и Франция (10%). Также компании часто выбирают для первой регистрации технического решения международную форму подачи патентной заявки ВОИС (РСТ) (21%), что объясняется стремлением компаний обеспечить международную защиту прав своей интеллектуальной собственности. При этом в ведомство ЕПВ заявок подано не очень много, это связано с тем, что компании предпочитают сразу выходить на мировой рынок.

Агрессивная политика компаний на внешних рынках. Несмотря на то, что широкий охват области обеспечивается компаниями США, японские компании опережают их по интенсивности исследований и разработок

Такая высокая доля подачи первых заявок по процедуре РСТ свидетельствует о том, что компании стремятся сразу выходить на мировой рынок и обеспечить широкую территориальную охрану своих технологий и продуктов.

Японские компании опережают США по интенсивности возникновения новых разработок, несмотря на широкий территориальный охват охраны американских компаний.

Интересным наблюдением является малое количество китайских патентов. На фоне массового присутствия патентов китайских компаний практически во всех областях науки и техники незначительное присутствие Китая в области косметических средств скорее всего связано с культурными особенностями Китая, не предполагающими широкое применение косметики, особенно, на химической основе.

При анализе стратегий выхода компаний на рынки разных стран преимущественно используется анализ соотношения ведомств первой и последующих подач (рисунок 22).

Ведомства первой подачи (ВПП) – это страны, в которых ведутся исследования и разработки в рассматриваемой предметной области и подаются первые заявки. Чаще всего ВПП совпадает с резиденцией заявителя, что позволяет выявлять стратегии заявителей в отношении реализации патентных прав.

Ведомства второй и последующих подач (ВВП) являются индикатором рынков сбыта и / или намерений развернуть производство в соответствующих юрисдикциях. Помимо этих целей, выбор стран для территориальной экспансии патентной охраны может также преследовать цели ограничения свободы действий конкурентов и служить превентивной мерой для упреждения активности потенциальных нарушителей прав.

		JP	US	WO	EP	CN	KR	FR	DE	BR	CA	AU	ES	MX	IN	AT	TW	RU	HK	ZA	AR
Ведомства второй и последующих подачи		2 105	3 806	3 069	2 746	2 049	1 201	20	408	1 393	1 857	1 537	602	1 324	930	366	327	516	274	340	305
Ведомства первой подачи		1 794	2 355	1 645	2 443	1 051	635	3 838	681	841	382	346	938	387	250	649	22	229	55	120	109
		8 774	1 229	1 438	1 085	1 087	824	45	227	102	119	191	120	24	125	73	650	67	168	4	2
		654	1 003	1 234	1 447	355	133	43	2 116	255	183	316	319	109	124	387	28	84	23	13	9
		655	848	879	986	612	336	1	193	461	267	298	300	297	400	192	109	99	34	63	99
		261	295	522	163	360	4 535	4	15	22	34	46	27	7	45	12	81	13	39	2	2
		24	28	62	23	2 689	14	0	3	7	6	7	1	1	7	1	11	2	11	3	1
		284	326	519	323	272	133	2	54	155	120	139	73	120	99	55	45	60	38	28	35
		191	242	281	245	162	81	0	72	136	117	156	93	106	113	73	14	60	21	56	35
		34	63	97	52	50	26	0	3	39	25	26	12	36	224	3	7	10	3	21	8
		46	86	82	98	40	33	0	18	26	38	37	43	21	28	19	4	28	13	6	8
		20	30	42	33	17	18	2	4	21	17	21	59	20	12	4	7	7	5	3	3
		17	25	33	20	15	7	0	4	6	15	60	4	3	11	4	1	1	4	5	1
		11	27	28	20	5	1	0	2	83	11	6	3	6	1	1	0	1	1	2	5
		11	21	1	5	15	6	3	2	0	3	2	1	0	0	0	140	1	0	1	0
		18	23	26	28	9	13	0	10	10	9	7	10	4	9	11	2	6	0	3	1
		4	5	12	5	4	4	0	2	3	3	1	2	2	3	1	0	119	0	2	0
		6	14	14	9	4	3	0	1	3	31	7	1	2	4	1	0	2	1	1	0
		1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

## Соотношение стран базовой публикации и стран последующих публикаций

Рисунок 22

Согласно результатам анализа, 19 стран представляют собой ВПП, что характеризует их как разработчиков решений в рассматриваемой предметной области. Спектр последующего территориального распространения патентования в предметной области – 18 стран, а также Европейское патентное ведомство и ВОИС.

У США, Франции и Японии наиболее широкий территориальный охват. Франция опережает США на большинстве европейских рынков

Лидером по числу собственных разработок является Япония, США, Китай и Корея. Япония обладает самым высоким показателем числа национальных заявок, что говорит об ориентации японских компаний преимущественно на внутренний рынок. По территориальному охвату самый высокий показатель у США, Франции, Японии, Австрии и Кореи (20 стран).

Франция выстроила эффективные стратегии блокирования выхода зарубежных компаний на французский рынок

Необходимо отметить, что число поданных заявок через ВОИС и ЕПВ является стабильно высоким, что говорит об их намерении добиться широкого распространения своих патентных прав в Европе и по всему миру. Можно также отметить, что Франция подает больше заявок в ЕПВ, это означает, что они больше нацелены на региональные рынки, а США направляет свои заявки в большей степени в ВОИС.

Высокая активность зарубежных компаний в Бразилии может означать, что страна является полигоном для тестирования продукции

Япония имеет самый большой показатель числа национальных заявок, что говорит об ориентации японских компаний преимущественно на внутренний рынок. Но также наблюдается и распространение японских технологий на мировой рынок: 18 стран. Наибольшее количество заявок было подано в США, ВОИС, ЕПВ, Китай и Корею.

Интересным наблюдением также является тот факт, что очень мало стран пытаются вывести свои технологии на рынок Франции, а у Франции внутри страны количество заявок очень большое. Это может говорить о том, что на рынке преобладают французские компании и новым игрокам там закрепиться тяжело. Доля патентных документов Франции может быть сопоставлена с США. У Франции достаточно агрессивная патентная политика в отношении США, кроме того она опережает США на большинстве европейских рынков: Австрия, Испания, Германия.

Компании-лидеры используют агрессивную политику патентования в отношении России, создавая угрозу для российских производителей. В этих условиях целесообразно исследовать политику Франции по защите национального рынка

Подавляющее большинство заявок Китая приходится на подачу внутри страны. Такая активность внутри своего рынка свойственна для Китая. Наблюдается большой территориальный охват, но публикаций в других странах по сравнению с активностью внутри страны мало. Это может говорить, как о направленности разработок на внутренний рынок, так и о слабости китайских патентов в сравнении с мировым уровнем.

Также необходимо отметить США как крупного игрока на рынке косметики. Наблюдается большая активность внутри страны, а также много заявок подано в Китай, Корею, Японию. Кроме того, есть большое количество заявок в ведомства ЕПВ и ВОИС.

Заметной страной является Корея, корейские компании формируют большое количество заявок внутри страны, а также активно патентуют решения в США, Японии и по процедуре ЕПВ.

Германия также активно патентуется в рассматриваемой предметной области и имеет большой территориальный охват: большинство заявок подается в США, Японию, ВОИС, ЕПВ.

Интересным наблюдением является большое количество заявок в Бразилии. Это связано с тем, что многие компании используют ее как определенный «полигон» для испытания своих косметических средств.

Россия в данном технологическом сегменте имеет широкий охват: 16 из 20 стран. На внутреннем рынке видна патентная активность, но не все технологии выходят на мировой рынок.

Компании-лидеры используют агрессивную политику патентования в отношении России, создавая угрозу для российских производителей. В этих условиях целесообразно исследовать политику Франции по защите национального рынка косметических средств.

Динамика возникновения приоритетов в странах представлена на рисунке 23.



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
JP	624	1 039	959	908	790	550	390	343	362	379	286	316	361	315	328	304	308	75
KR	41	109	96	124	132	147	191	210	255	293	269	308	265	430	455	500	591	157
FR	207	298	343	277	348	283	275	312	259	270	249	252	215	215	164	109	92	10
US	201	319	306	282	292	309	249	253	238	231	243	238	204	201	223	192	129	23
CN	2	6	4	12	10	33	57	87	70	47	90	121	122	186	260	340	465	525
DE	150	243	187	139	204	194	164	104	109	95	85	112	53	71	65	84	65	14
EP	23	44	71	54	79	74	80	71	76	69	59	75	59	66	61	67	38	6
WO	28	31	24	25	21	22	21	34	19	48	39	40	65	29	41	35	22	3
GB	29	29	37	18	33	19	21	16	19	8	10	14	12	11	9	15	12	3
IN	1	2	3	6	3	9	11	4	15	25	40	22	18	23	22	19	16	4
TW	0	0	2	4	4	7	12	4	3	13	14	18	10	7	19	7	12	4
RU	6	13	12	3	1	9	9	5	9	2	8	3	12	3	2	5	4	13
IT	8	9	8	11	10	3	4	4	6	5	8	8	5	3	5	10	8	3
BR	1	1	3	2	6	8	5	6	7	1	12	5	7	5	4	1	11	1
AU	5	0	6	2	4	6	5	5	5	3	2	5	8	1	5	5	0	1
ES	3	3	1	4	4	1	3	5	4	11	4	4	6	4	3	0	2	1
TH	3	5	3	1	5	5	4	2	1	2	1	0	0	1	2	4	1	0
CH	9	4	1	3	3	3	1	0	4	1	2	1	1	0	0	1	3	0
CA	2	2	2	1	2	2	0	3	4	5	3	2	0	2	0	1	0	1
DK	1	2	1	2	7	1	0	0	1	0	2	0	0	1	1	0	0	0

### Динамика возникновения приоритетов в странах

Рисунок 23

В начале 2000-х годов наибольшая активность патентования была в Японии, позже активность там начала спадать, но продолжает оставаться на высоком уровне.

В последние годы наблюдается повышение патентной активности в Корее.

Китай в начале 2000-х обладал малой патентной активностью в области косметологии, но с 2014 года количество патентов стало повышаться.

Россия не отличается высокой активностью в патентовании технологий, но стоит отметить, что за весь период наблюдения разработки не прекращались.

В условиях стагнации появляются новые исследования и разработки в Корее и Китае, остальные страны снижают темпы развития

Распределение остальных стран по датам возникновения приоритетов носит неустойчивый характер с малой величиной показателя числа приоритетов. Активность возникновения приоритетов по процедурам ЕПВ и ВОИС относительно невелика. В ЕПВ поступает большее количество заявок, чем в ВОИС, что может говорить о том, что страны нацелены не на региональные рынки, а стремятся выйти на мировые.

В условиях стагнирующего рынка появляются новые исследования и разработки в Корее и Китае, остальные страны снижают темпы развития в области косметических средств.

4

# РЫНКИ И ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

## РЫНКИ И ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

В настоящем разделе представлен анализ рынков и областей применения технических решений в области косметических средств. Такой анализ главным образом базируется на сопоставлении кодов патентной классификации (МПК и СПК) по разным основаниям.

### МИРОВЫЕ ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

Важным направлением анализа является сопоставление эволюции развития областей применения технических решений. С этой целью в настоящем разделе представлены кластерные карты для двух периодов патентования: ранний (с 2000 по 2010 годы, рисунок 24) и поздний (с 2011 по 2017 годы, рисунок 25).

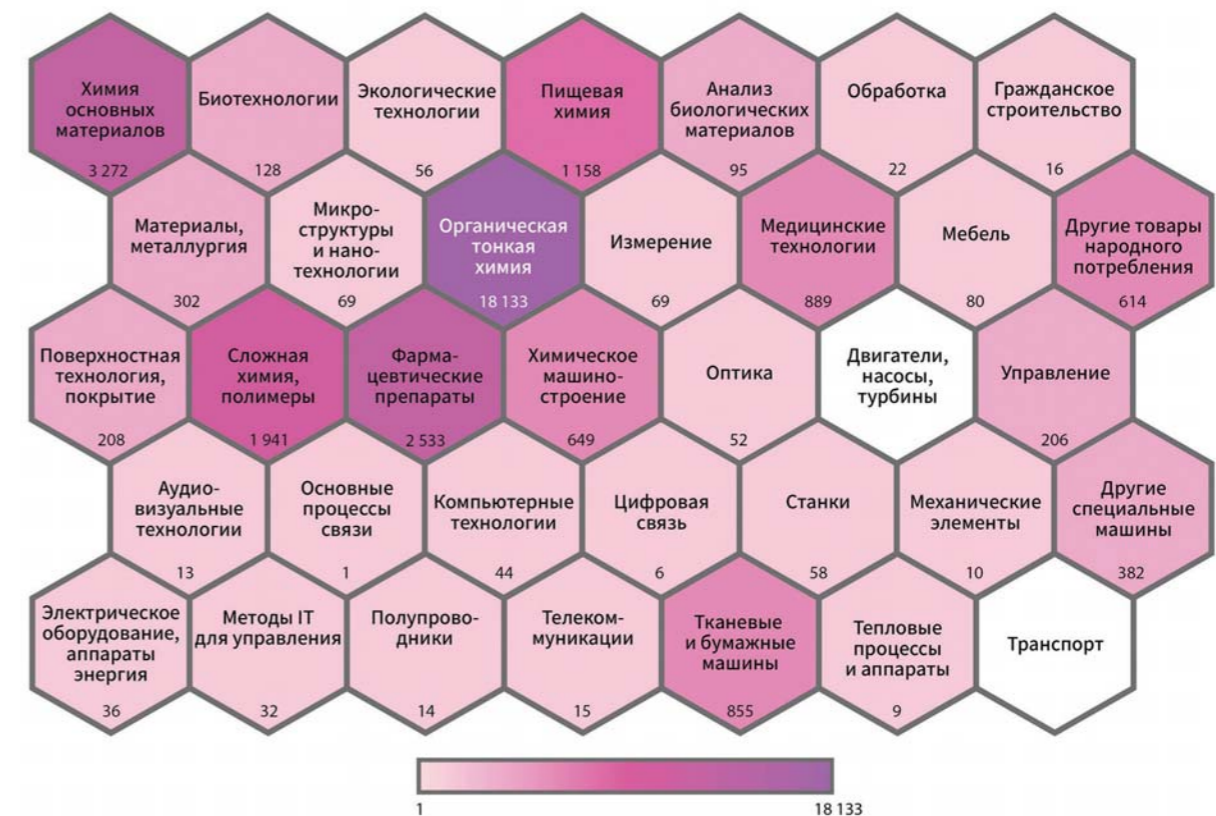
На кластерных картах разной интенсивностью заливки обозначены области применения, вызывающие интерес у компаний-заявителей. Числами в ячейках обозначено число патентных документов по каждой области.

В ранний период наблюдения (рисунок 24) наблюдается широкий охват областей применения, заполнены практически все области. Большое число областей применения, автоматически выделяемых в предметной области, свидетельствует о широте практического применения технических решений по направлению «Средства косметические по уходу за кожей и волосами, средства для окрашивания и обесцвечивания волос, дезодоранты».

**Наибольшее количество патентов относится к антивозрастным средствам ухода за кожей, коррелируя с прогнозами глобальных продаж в этой области (130 млрд долларов США в 2019 году). Наибольшая часть «антивозрастных» патентов относится к уникальным композициям известных или новых ингредиентов: ретинол, витамин С, коэнзимы Q-10 и альфа гидроксисовые кислоты (AHAs)**

## Технологическая кластеризация области в 2000–2010 годах

Рисунок 24

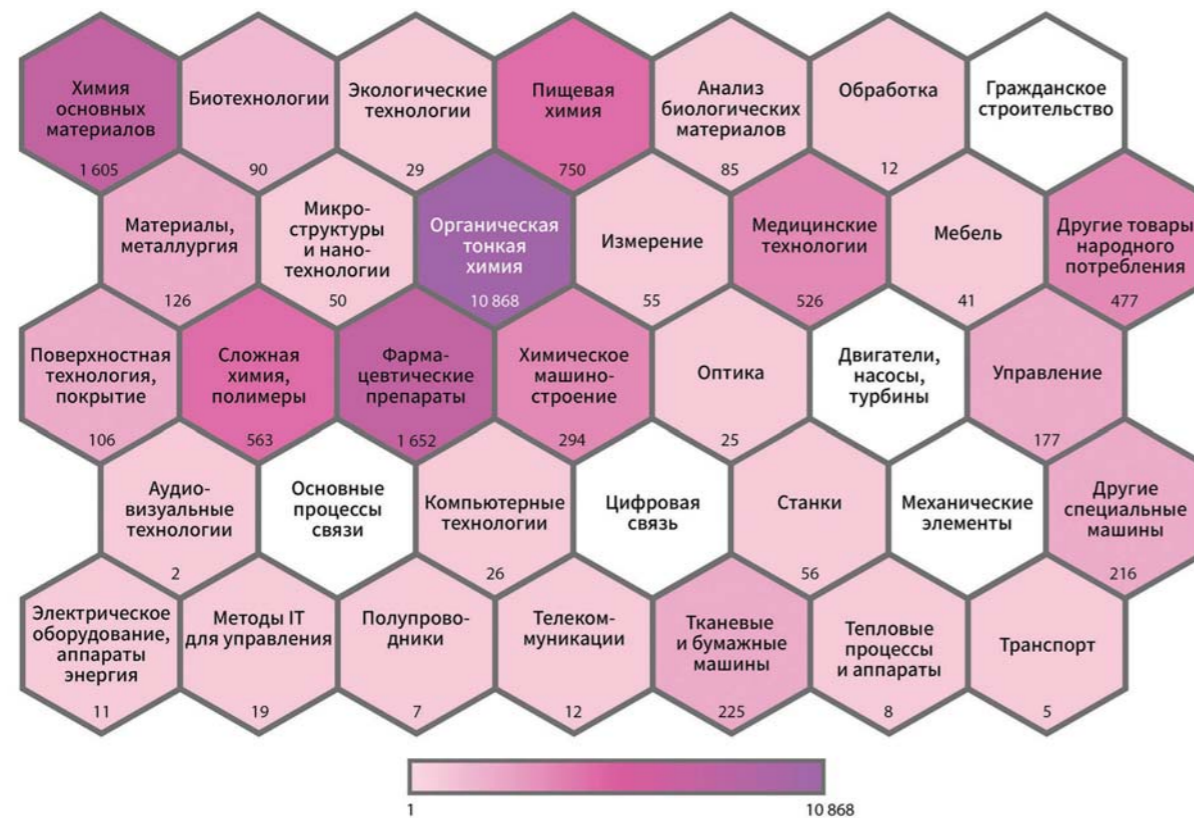


Большинство патентуемых технологий относятся к области применения «Органическая тонкая химия» (18 133 патентных семейств). Широкое распространение имеют области применения: «Фармацевтические препараты», «сложная химия», «полимеры» и др.

Присутствие области применения «Пищевая химия» связано с тем, что некоторые химические решения, которые используются в косметике, также используются и в пищевой химии.

Рисунок 25

### Технологическая кластеризация области в 2011–2017 годы



В период 2011–2017 годы, как и в более ранний период наблюдения большинство патентов относится к области применения «Органическая тонкая химия».

Анализ развития области исследования на представленных кластерных картах позволяет сделать вывод, что область косметических средств достаточно консервативна: все области применения развиваются равномерно.

### Прогрессирующие и регрессирующие области применения

Рисунок 26

#### Регрессирующие области

Регрессирующие области	Изменение	Прогрессирующие области
Сложная химия, полимеры	-4.44%	Другие товары народного потребления
Химия основных материалов	-4.00%	Биотехнологии
Медицинские технологии	-2.15%	Фармацевтические препараты
Органическая тонкая химия	-1.69%	Пищевая химия

Рисунок 26 показывает, что наиболее часто патентуемая область «Органическая тонкая химия» всё же теряет темпы роста (-1,69). Достаточно большой процент убывания в областях «Сложная химия, полимеры» и «Химия основных материалов» – патентование в этих областях уменьшается.

Для выявления более детальных областей применения патентная коллекция была проанализирована в разрезе наиболее часто встречающихся кодов МПК. Результаты представлены в таблицах 2–4.

**Большая область патентования связана с носимыми устройствами ухода за кожей (portable home skin care devices). Примером такого «косметического устройства будущего» является зеркало с системой встроенных цифровых сенсоров, анализирующих показатели увлажненности и раздраженности кожи лица**

Таблица 2

### Распределение семейств по подклассам МПК

Подклассы МПК	Описание	Процентное соотношение
A61K	Лекарства и медикаменты для терапевтических, стоматологических или гигиенических целей	85%
A61Q	Специальное использование косметических или подобных туалетных средств	5%
C11B	Производство жиров или жирных масел из сырья	2%
C11D	Составы моющих средств; использование отдельных веществ в качестве моющих средств; мыло или его изготовление; смоляное мыло; регенерация глицерина	1%
C07D	Гетероциклические соединения	1%
A23L	Пищевые продукты или безалкогольные напитки, не отнесенные к подклассам A 21D или A 23B – A 23J; их приготовление или обработка, например варка, изменение питательных свойств, физическая обработка	1%
C07C	Ациклические или карбоциклические соединения	1%
A45D	Оборудование для ухода за волосами, стрижки и бритья; маникюр и прочая косметическая обработка	1%
A01N	Консервирование тел людей или животных, или растений или их частей	1%
C08G	Высокомолекулярные соединения, получаемые иначе, чем реакциями с участием только ненасыщенных углерод-углеродных связей	1%

Таблица 3

### Распределение семейств по группам МПК

Группы МПК	Описание	Процентное соотношение
A61K-008	Косметические или подобные туалетные средства	81%
A61K-036	Лекарственные препараты неопределенного строения, содержащие материалы из морских водорослей, лишайников, грибов или растений или их производных, например традиционные растительные средства	5%
A61K-031	Лекарственные препараты, содержащие органические активные ингредиенты	4%
A61Q-005	Средства для ухода за волосами	2%
C11B-009	Эфирные масла; душистые вещества	2%
A61K-009	Лекарственные препараты, характеризующиеся специальными физическими формами	2%
A61Q-019	Средства для ухода за кожей	1%
A61K-047	Лекарственные препараты, характеризующиеся используемыми неактивными ингредиентами, например носителями, инертными добавками; Таргетные или модифицирующие агенты, химически связанные с активным ингредиентом	1%
A61K-038	Лекарственные препараты, содержащие пептиды	1%
A61Q-001	Средства для гримирования; пудра для тела; средства для удаления грима	1%

### Распределение семейств по подгруппам МПК

Таблица 4

Подгруппы МПК	Описание	Процентное соотношение
A61K-008/97	Косметические или подобные туалетные средства из водорослей, грибов, лишайников или растений; из их производных	30%
A61K-008/00	Косметические или подобные туалетные средства	22%
A61K-008/49	Косметические или подобные туалетные средства содержащие гетероциклические соединения	10%
A61K-008/02	Косметические или подобные туалетные средства характеризующиеся особой физической формой	7%
A61K-008/19	Косметические или подобные туалетные средства содержащие неорганические ингредиенты	7%
A61K-008/34	Косметические или подобные туалетные средства спирты	6%
A61K-008/81	Косметические или подобные туалетные средства получаемые реакциями с участием только ненасыщенных углерод-углеродных связей	5%
A61K-008/92	Косметические или подобные туалетные средства масла, жиры или воски; их производные, например гидрированные продукты	4%
A61K-008/73	Косметические или подобные туалетные средства полисахариды	4%
A61K-008/9789	Косметические или подобные туалетные средства Magnoliopsida (двудольные)	4%

Коды Международной патентной классификации (МПК) являются основным средством для классификации патентных документов и, как следствие, одним из базовых оснований в патентной аналитике. Анализ динамики числа патентов, относящимся к разным кодам МПК (рисунок 27), позволяет выделить наиболее значимые области применения технических решений по направлению «Средства косметические по уходу за кожей и волосами, средства для окрашивания и обесцвечивания волос, дезодоранты», а также те, интерес к которым снижается.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
A61K-008/97	207	235	219	204	205	174	242	307	266	366	73
A61K-008/49	75	54	64	66	66	27	62	93	86	55	11
A61K-008/02	36	42	57	35	44	35	43	37	54	34	11
A61K-008/34	34	26	44	36	63	27	51	46	37	33	10
A61K-008/19	35	33	44	47	30	39	42	36	32	46	9
A61K-008/9789	4	2	5	8	8	11	14	18	45	69	178
A61K-008/92	15	31	24	25	27	35	41	37	31	56	36
A61K-008/98	8	12	19	14	30	22	28	43	51	72	46
A61K-008/73	23	36	27	22	20	37	19	24	39	33	18
A61K-008/81	39	28	30	35	29	29	15	36	24	23	7
C11B-009/00	18	21	21	23	19	30	32	25	42	33	13
A61K-008/00	28	32	36	32	19	13	30	30	24	19	2
A61K-008/25	22	30	21	24	26	45	13	29	17	14	6
A61K-008/60	22	24	13	11	19	15	18	41	42	33	4
A61Q-005/10	26	9	18	19	47	31	24	24	8	18	2
A61K-008/37	23	31	29	17	21	18	20	18	21	19	4
A61K-008/41	22	23	21	14	18	27	27	28	14	18	5
A61K-008/06	21	21	21	14	22	16	10	10	13	28	2
A61K-008/72	11	10	11	14	2	9	11	11	6	3	0
A61K-008/30	2	5	2	7	8	5	13	4	0	0	0

### Динамика семейств по рубрикам МПК

Рисунок 27

Наиболее используемая подгруппа МПК А61К-008/97 (рисунок 28) относится к косметическим средствам с использованием растительных компонентов.

### Информация по коду МПК А61К-008/97

Рисунок 28

## A61K-008/97



**Косметические или подобные туалетные средства из водорослей, грибов, лишайников или растений**

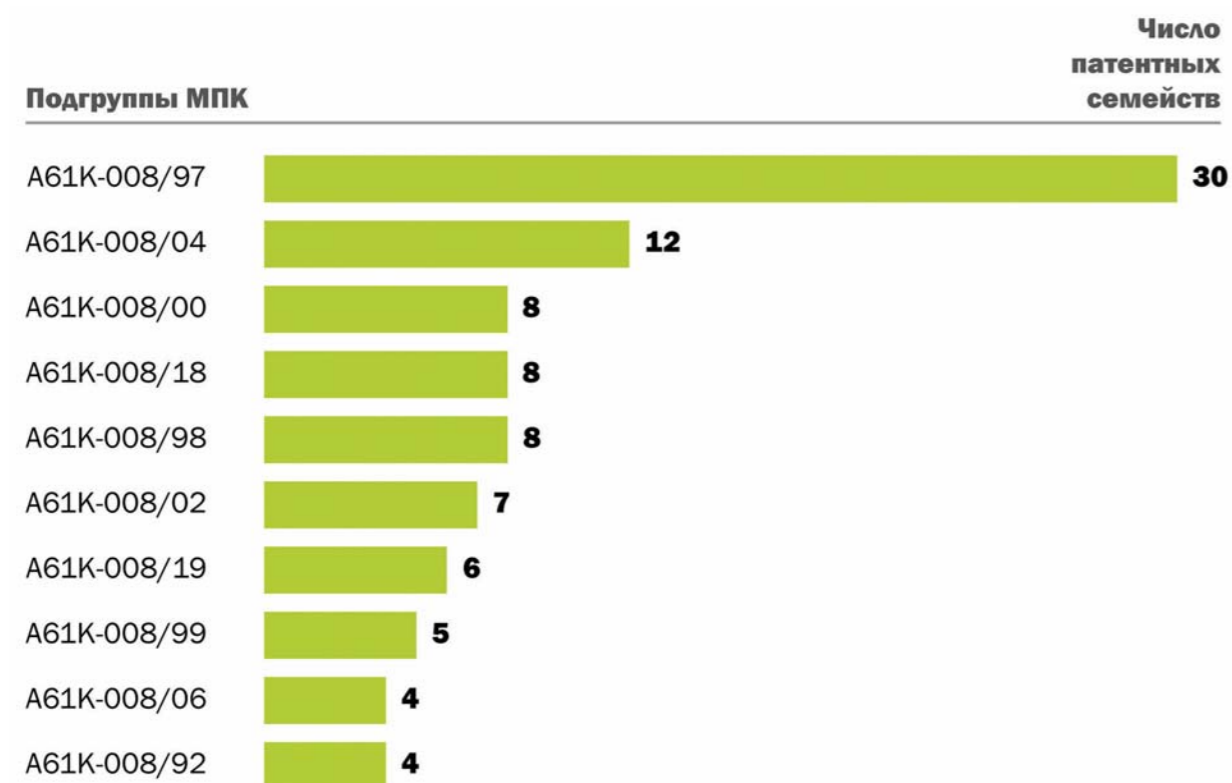
Наиболее используемый в области код МПК. Данный факт благоприятен для российских компаний на основании их специализации. Все российские компании-лидеры держат свой фокус внимания на натуральной косметике.

## РОССИЙСКИЕ ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

На рисунке 29 представлен рейтинг кодов МПК в российском сегменте.

Рисунок 29

### Рейтинг кодов МПК в российском сегменте



Анализ числа публикаций, относящихся к наиболее часто употребляемым кодам МПК, по годам показал, что наблюдается быстрый рост общего числа патентных документов. Можно отметить, что по одной из рубрик произошел спад патентования – A61K-008/30 – это косметические средства с органическими соединениями.

Косметические средства на российском рынке состоят преимущественно из растительных и животных компонентов. Особое место в распределении занимает различная натуральная косметика с использованием природных ресурсов.

Анализ числа публикаций, относящихся к наиболее часто употребляемым кодам МПК, по годам показал, что коды МПК распределены равномерно. Снижение интереса не происходит ни по одной из областей применения. Описание наиболее значимых и активно развивающихся областей применения технических решений в области косметики и соответствующие коды МПК представлены в таблицах 5–6.

### Описание индексов МПК

Таблица 5

Код МПК	Определение
A61K-008/97	Растительного происхождения, например растительные экстракты
A61K-008/04	Дисперсии; эмульсии
A61K-008/00	Косметические или подобные туалетные средства
A61K-008/18	Характеризуемые составом
A61K-008/98	Животного происхождения
A61K-008/02	Характеризуемые особой физической формой
A61K-008/19	Содержащие неорганические ингредиенты
A61K-008/99	Из микроорганизмов
A61K-008/06	Эмульсии
A61K-008/92	Масла, жиры или воски; их производные, например, гидрированные продукты

Таблица 6

## Названия подгрупп МПК

Код МПК	Определение
A61K-008/97	Из водорослей, грибов, лишайников или растений; из их производных
A61K-008/00	Косметика или аналогичные туалетные средства
A61K-008/49	Содержащие гетероциклические соединения
A61K-008/02	Характеризуется особой физической формой
A61K-008/19	Содержащие неорганические ингредиенты
A61K-008/34	Спирты
A61K-008/81	Полученные реакциями с участием только углерод-углеродных ненасыщенных связей
A61K-008/92	Масла, жиры или воски; Производные из них, например, продукты их гидрогенизации
A61K-008/73	Полисахариды
A61K-008/9789	Магнолиопсида
C11B-009/00	Эфирные масла; Парфюмерия
A61K-008/41	Амины
A61K-008/98	Животного происхождения
A61K-008/06	Эмульсии
A61K-008/60	Сахара и их производные

Наиболее активно используемый код МПК A61K-008/97, – косметические средства с компонентами из водорослей, грибов, лишайников или растений; из их производных. Тенденция использования данного кода сохранялась на протяжении всего рассматриваемого периода.

С 2015 года активно стал развиваться код A61K-008/9789 – Магнолипсида (см. рисунок 30).

## Информация по коду МПК A61K-008/9789

Рисунок 30

Класс Магнолиописиды (Magnoliopsida) – Двудольные (Dicotyledones)		
<b>Подкласс</b>	Магнолииды (Magnoliidae)	<b>Магнолия крупноцветковая (Magnolia grandiflora)</b> 
<b>Порядок</b>	Магнолиевые (Magnoliales)	
<b>Семейство</b>	Магнолиевые (Magnoliaceae)	
12 родов, около 240 видов		
<b>Распространение</b>	<b>Жизненные формы</b>	<b>Важнейшие роды</b>
Субтропики и тропики, центр разнообразия – Юго-Восточная Азия	Деревья и кустарники, вечнозеленые и листопадные	Магнолия (Magnolia), тюльпанное дерево (Liriodendron)
<b>В России один из видов - магнолия обратная (Magnolia obovata) встречается на острове Кунашир (Курильские острова)</b>		
<b>Хозяйственное значение</b>		
<b>Лекарственные</b> - магнолия крупноцветковая (Magnolia grandiflora), препараты из ее листьев используются при лечении гипертонии.		
<b>Декоративные</b> - магнолия крупноцветковая (M. grandiflora), выращивается в садах и парках Черноморского побережья.		

На рисунке 31 представлено распределение активности стран в отношении использования кодов МПК в своих патентах (технологическая специализация стран).



Области технологических специализаций стран

	JP	US	WO	EP	CN	KR	FR	DE	BR	CA	AU	ES	MX	IN	AT	TW	RU	ZA	AR	HK
A61K-008	9 500	5 518	5 335	5 205	5 071	5 046	2 827	2 291	1 804	1 494	1 586	1 255	1 218	971	966	796	632	307	324	273
A61K-031	445	454	458	369	302	481	108	78	160	224	180	122	121	143	61	71	85	47	38	50
A61K-036	348	283	290	193	369	530	74	52	66	102	78	56	37	83	29	45	48	10	10	25
A61Q-005	201	448	352	441	136	42	122	261	101	55	61	76	64	53	94	28	14	2	12	2
A61K-009	262	244	218	224	138	109	34	67	89	119	119	68	70	65	48	30	39	30	16	28
A61Q-019	138	214	242	235	149	100	65	52	145	71	69	67	53	70	28	22	34	14	15	17
C11B-009	253	138	119	138	237	46	4	50	50	18	12	59	44	49	28	8	7	4	4	7
A61K-047	141	109	91	90	64	42	14	38	34	43	37	28	26	27	24	7	12	8	5	5
A61K-038	84	93	95	81	66	63	19	20	31	50	43	29	19	28	17	9	13	10	3	12
A61Q-001	84	112	88	111	57	32	50	36	19	21	17	42	14	12	27	22	4	2	6	6
C11D-003	87	80	78	73	59	47	2	21	37	35	23	20	33	33	13	5	11	10	13	1
C08G-077	107	89	79	91	76	55	3	30	17	17	12	13	11	16	10	3	6	3	1	3
A61Q-017	49	77	63	71	33	20	23	20	29	23	24	28	11	19	13	5	6	3	2	2
C09C-001	73	65	51	63	57	41	4	28	15	11	12	15	11	23	15	12	7	1	1	1
A23L-001	127	39	41	38	33	26	9	14	22	17	18	18	17	15	13	6	9	5	7	3
A61K-007	35	37	36	34	33	28	14	13	12	18	27	8	20	50	8	4	6	6	6	3
A61K-035	42	47	47	37	27	28	7	10	15	26	27	9	9	18	9	12	8	2	1	8
A61L-009	83	27	34	26	38	21	2	3	8	11	11	3	10	6	0	1	1	1	0	0
A61K-033	35	40	36	30	20	25	5	5	7	21	14	6	8	10	4	6	6	1	1	1
C11D-009	7	8	5	6	64	42	0	3	3	5	4	1	4	2	1	2	1	1	0	0

### Распределение кодов МПК по странам

Рисунок 31

Наблюдается общая направленность технических решений на выпуск косметики из органических ингредиентов. Учитывая, что в России есть большой производственный потенциал косметики с натуральными ингредиентами, российским компаниям целесообразно выходить на рынки, к которым ослаблено внимание ведущих компаний (Южная Африка, Аргентина и др.).

Учитывая направленность и большой потенциал российской косметики с натуральными ингредиентами, целесообразно выходить на рынки, к которым ослаблено внимание компаний-лидеров: Южная Африка и Аргентина

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

## ФИПС

Средства косметические по уходу за кожей и волосами  
Средства для окрашивания и обесцвечивания волос  
Дезодоранты

Область исследования имеет высокую степень монополизации, ведущие мировые компании агрессивно выходят на зарубежные рынки.

В этих условиях российским компаниям целесообразно искать узкоспециализированные нишевые решения, особенно, связанные с натуральными ингредиентами, и выводить их на рынки, к которым ослаблено внимание компаний-лидеров.

Учитывая направленность и большой потенциал российской косметики с натуральными ингредиентами, целесообразно выходить на рынки, к которым ослаблено внимание компаний-лидеров: Южная Африка и Аргентина.

В силу высокой стоимости исследований и разработок в этой области и отсутствия специализированных исследовательских центров целесообразно наладить кооперацию, в том числе с исследовательскими организациями.

В ходе исследования предметной области был получен ряд ключевых выводов, представленных в таблице 7.

### Ключевые выводы по результатам ландшафта и рекомендации российским компаниям

Таблица 7

#### Ключевой вывод

С 2005 года наблюдается стагнация области исследований. Очень большие патентные семейства отражают усилия ведущих компаний по выходу на новые рынки (большое число стран и тематический охват). Активная фаза захвата рынка компаниями в сочетании со стагнацией влечёт высокий порог выхода на рынок (высокая доля отозванных заявок) и длительный жизненный цикл технических решений

#### Рекомендации российским компаниям

Для российских компаний целесообразно искать нишевые сегменты, преимущественно связанные с натуральными ингредиентами. В случае разработки решений в конкурентоспособных традиционных сегментах нужно быть готовым к жесткой конкуренции. Поэтому следует либо тщательно прорабатывать комплексные маркетинговые и патентные стратегии, либо продавать патенты / лицензии на перспективные изобретения лидерам рынка

Ключевой вывод	Рекомендации российским компаниям
На фоне снижения активности США и Японии в 2016 и 2017 годах появляются новые страны-лидеры – Китай и Корея	Принимая во внимание направленность китайских и корейских решений на косметические средства на натуральных компонентах, целесообразно организовать мониторинг новых технических решений этих стран. Также целесообразен вывод российской продукции на рынки, не занятые компаниями этих стран. Учитывая направленность и большой потенциал российской косметики с натуральными ингредиентами, целесообразно выходить на рынки, к которым ослаблено внимание компаний-лидеров: Южная Африка и Аргентина. В этих случаях перед выводом продукции необходимы масштабные маркетинговые исследования и анализ рынка на спрос подобной продукции в выбранных регионах
Компании-лидеры используют агрессивную политику патентования в отношении России, создавая угрозу для российских производителей. Франция выстроила эффективные стратегии блокирования выхода зарубежных компаний на французский рынок	Российским компаниям целесообразно использовать французский опыт как лучшую практику защиты российских технических решений не только в России, но и на перспективных рынках экспорта. Важно более массовое распространение вспомогательных сервисов юридической, патентной поддержки для российских компаний
Высокая активность зарубежных компаний в Бразилии может означать, что страна является полигоном для тестирования продукции	Российским компаниям также целесообразно использовать Бразилию в качестве полигона. Помимо этого, целесообразно искать менее удаленные страны со сходным упрощенными режимами тестирования продукции

Ключевой вывод	Рекомендации российским компаниям
Есть сложившийся коллектив компаний-«монополистов», которые определяют технологическую повестку области	Целесообразно организовать мониторинг перспективных направлений технологического развития в области интересов российских компаний. Также целесообразно использовать опыт успешного патентования малых компаний в условиях обхода патентов монополистов
В силу зрелости и высокой коммерческой ёмкости области компании предпочитают вести разработки в своих исследовательских центрах, не вовлекая сторонние исследовательские организации. Компании предпочитают всю интеллектуальную собственность оформлять на себя. Исследовательские центры L`Oreal обладают развитыми каналами мониторинга, которые позволяют быстро выявлять и внедрять новые ценные решения	В силу высокой стоимости исследований и разработок в этой области и отсутствия специализированных исследовательских центров целесообразно наладить кооперацию, в том числе с исследовательскими организациями
Procter & Gamble, Unilever и BASF SE тяготеют к узконаправленным стратегиям патентной охраны	С учетом разработок российскими компаниями узкоспециализированных решений стратегии патентования этих компаний могут рассматриваться как лучшая практика
Бразилия и Аргентина как близкие к России страны по потенциалу коммерциализации и обширным территориям применяют полярные стратегии патентной охраны: широкий охват Бразилии и нишевые выходы Аргентины	Для нишевых решений российским компаниям целесообразно использовать опыт аргентинских компаний при выборе стратегий зарубежного патентования. Для перспективных решений с большим потенциалом коммерциализации целесообразно учитывать французский и американский опыт
Procter & Gamble и KAO являются носителями базовых технологий в косметике	Целесообразно организовать мониторинг технических решений этих компаний, особенно, патентов, утративших силу

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

## ФИПС

Средства косметические по уходу за кожей и волосами  
Средства для окрашивания и обесцвечивания волос  
Дезодоранты

85

- 1 Guidelines for Preparing Patent Landscape Reports prepared for the WIPO by Anthony Trippe, Patinformatics, LLC, 2015 [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_946.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_946.pdf)
- 2 WIPO Patent Landscape Reports: [http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_landscapes/published\\_reports.html](http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes/published_reports.html)
- 3 OECD Patent Statistics Manual, 2009
- 4 [www.orbit.com](http://www.orbit.com) – интегрированная система патентного поиска и анализа от компании Questel с широкими возможностями для патентной аналитики, картирования
- 5 [www.derwentinnovation.com](http://www.derwentinnovation.com) – интегрированная патентная поисковая и аналитическая система, содержащая улучшенный стандартизированный массив патентных документов
- 6 [www.lexisnexispatentstrategies.com](http://www.lexisnexispatentstrategies.com) – инструмент патентной аналитики, работы с патентными семействами, мировым патентным фондом, разработчик – компания Lexis Nexis
- 7 [www.patbase.com](http://www.patbase.com) – информационно-поисковая система компании Minesoft
- 8 [www.epo.org](http://www.epo.org) – официальный сайт Европейского патентного ведомства
- 9 [www.rupro.ru](http://www.rupro.ru) – официальный сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности
- 10 [www.fips.ru](http://www.fips.ru) – официальный сайт Федерального института промышленной собственности
- 11 ИПС ФИПС PatSearch – профессиональная экспертная внутри-ведомственная информационно-поисковая система Роспатента

# О ПРОЕКТНОМ ОФИСЕ ФИПС

## ФИПС

Средства косметические по уходу за кожей и волосами  
Средства для окрашивания и обесцвечивания волос  
Дезодоранты

87

Проектный офис ФИПС (#ПроектныйОфисФИПС) осуществляет технологический и бизнес-консалтинг на базе патентной аналитики для широких областей применения на государственном и корпоративном уровнях: выбор технологических направлений для инвестирования, патентная технологическая разведка, анализ перспективности НИОКР, оценка конкурентоспособности российских технологий, поддержка вывода российской продукции на глобальные рынки, анализ и оценка крупных портфелей патентов.

Уникальными преимуществами исследований является углубленное моделирование предметной области с выделением 100–300 аспектов анализа, привлечение высококвалифицированных специалистов ФИПС в области экспертизы патентных заявок и патентов, а также новая парадигма патентной аналитики “analytics-driven”, которая предполагает выявление аномалий / устойчивых паттернов и их бизнес-интерпретацию с формированием рекомендаций российским компаниям – разработчикам технологий и продуктов.

Анализ выполняется по всей публикуемой в мире патентной информации с использованием широкого набора российских и зарубежных систем патентной аналитики.

Продукты и услуги патентной аналитики проектного офиса ФИПС применяются крупными и средними российскими компаниями как на стратегическом уровне, так и на уровне операционной деятельности.

Подходы проектного офиса ФИПС к углубленному отраслевому анализу на основе патентных данных признаны в мире. Всемирная организация интеллектуальной собственности – ВОИС присвоила проектному офису ФИПС статус «Преквалифицированный провайдер патентной аналитики уровня ВОИС» и включила в закрытый реестр поставщиков сервисов патентной аналитики, обеспечивая возможность участия в тендерах ВОИС.

Проектный офис имеет устойчивые кооперационные связи с российскими и зарубежными компаниями, специализирующимися в патентной аналитике и смежных областях анализа (финансовый анализ, оценка нематериальных активов, скаутинг и трансфер технологий).

# О РОССИЙСКОМ ЭКСПОРТНОМ ЦЕНТРЕ

**ФИПС**

Средства косметические по уходу за кожей и волосами  
Средства для окрашивания и обесцвечивания волос  
Дезодоранты

89

Группа компаний Российского экспортного центра – государственный институт, работающий как с отечественными экспортерами, так и их зарубежными партнерами, клиентами в области финансовых и нефинансовых услуг.

В состав Группы РЭЦ, помимо «Российского экспортного центра», входят страховое агентство ЭКСАР (Экспортно-кредитное страховое агентство России), а также Росэксимбанк (Российский экспортно-импортный банк).

Группа РЭЦ взаимодействует с производителями несырьевой продукции без отраслевых ограничений. Деятельность Группы РЭЦ основана на специализированной клиентской службе и комплексной сервисно-продуктовой линейке, предполагающей оказание нефинансовой и финансовой поддержки на всех этапах жизненного цикла экспортной деятельности. Большинство услуг бесплатны. Это не только поиск партнеров за рубежом, но и организация b2b встреч, семинаров, бизнес миссий, продвижение товара на зарубежный рынок, аналитика и исследования для экспортеров, помощь в сертификации, патентовании, лицензировании, консультирование по таможенному администрированию, участию в международных проектах и тендерах.

Выполняя агентскую функцию Правительства РФ, Российский экспортный центр реализует ряд специальных программ поддержки экспорта, в рамках которых бизнес может получить компенсацию части затрат на транспортировку своей продукции, сертификацию и патентование, участие в международных выставках и деловых миссиях.

Для начинающих экспортеров работает Школа экспорта РЭЦ.

Входящий в Группу РЭЦ Росэксимбанк обеспечивает кредитно-гарантийную поддержку.

Страхованием кредитов в Группе занимается агентство ЭКСАР. Агентство страхует риски внешнеторговой деятельности, и это служит защитой экспортеров и их клиентов от потерь по экспортному контракту.

Ознакомиться со всеми программами поддержки, получить доступ к аналитическим и образовательным материалам в личном кабинете, подать заявку на услугу или связаться с нашими менеджерами можно через официальный сайт Российского экспортного центра [www.exportcenter.ru](http://www.exportcenter.ru).

## ДИСКЛЕЙМЕР

Федеральный институт промышленной собственности и Российский экспортный центр публикуют настоящий отчет исключительно в информационных целях. Отчет не предназначен для каких-либо юридических действий или инвестиционных целей. Представленные в отчете материалы собраны из надежных источников, однако авторы не гарантируют 100% точность и полноту информации.

Использование материалов отчета, включая тексты и иллюстрации, разрешается на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International Public License.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

### Базовая публикация

Как правило, наиболее ранняя публикация патентного семейства, позволяющая избежать дублирования счета одного и того же изобретения, а также наиболее близко связанная с периодом создания изобретения и с местом происхождения изобретения. В некоторых случаях правило выбора базовой публикации может отличаться от наиболее ранней публикации. Например, когда необходимо выделить из семейства публикацию с наиболее качественным описанием изобретения, например, US-публикация, или когда необходимо преодоление языкового барьера для понимания сущности изобретения – RU-публикация. В случаях, когда необходимо установить наиболее актуальный и полный состав патентообладателей или зафиксировать наиболее актуальное состояние формулы изобретения, за базовую публикацию принимают наиболее позднюю публикацию семейства или по приоритету страны публикации, например: US, EP, GB, DE, RU и т.п.

### Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС)

Международная организация, занимающаяся администрированием ряда ключевых международных конвенций в области интеллектуальной собственности

**Гармонизация патентной коллекции**

Процесс формирования единого набора патентных документов, полученных в ходе серии запросов к разным инструментальным средствам патентной аналитики

**Генерализованная патентная коллекция**

Набор патентных документов, относящихся к области исследований в целом. Формирование генерализованной патентной коллекции выполняется путем сборки результатов генерализованного поискового запроса к разным инструментальным средствам патентной аналитики

**Генерализованный поисковый запрос**

Поисковый запрос, направленный на формирование набора патентных документов, относящихся к области исследований в целом (генерализованная патентная коллекция). Генерализованный поисковый запрос выполняется путем обращения серии запросов к разным инструментальным средствам патентной аналитики

**Декомпозиция предметной области**

Сегментирование тематической области по разным основаниям, характеризующим ключевые области патентования технологических решений и инновационной продукции. Каждое основание в свою очередь может декомпозироваться на подоснования и отдельные элементы. Структурная декомпозиция позволяет обеспечить углубленный анализ тематической области в разрезе разнообразных технологических решений, выполнить кросс-анализ сегментов, позволяющий сопоставлять разные группы перспективных технологических решений во временном, региональном и тематическом разрезах. Декомпозиция выполняется в ходе мно-

гоэтапного процесса, включающего кабинетное исследование патентной и непатентной литературы, серию мозговых штурмов с участием бизнес-аналитиков, инженеров по знаниям, отраслевых патентных экспертов ФИПС и высококвалифицированных внешних экспертов. Результатом декомпозиции является модель предметной области. На финальном этапе декомпозиции выполняется валидация модели предметной области с участием представителей Заказчика

**Европейское патентное ведомство**

Исполнительный орган Европейской патентной организации. Сотрудниками ЕПВ выполняется рассмотрение европейских заявок на патенты и принимаются решения о выдаче патентов на изобретения. ЕПВ реализует процедуры, предусмотренные Европейской патентной конвенцией

**Индекс международной патентной классификации**

Буквенно-символьное выражение структурной единицы международной патентной классификации

**Интеллектуальная собственность**

Совокупность прав на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях и приравненных к ним средств индивидуализации (интеллектуальные права). (ГОСТ Р 55386-2012)

**Информационно-поисковая система**

Прикладная компьютерная среда для обработки, хранения, сортировки, фильтрации и поиска больших массивов структурированной информации. Каждая ИПС



	предназначена для решения определенного класса задач, для которых характерен свой набор объектов и их признаков
<b>Контроль качества</b>	Комплекс работ по стандартизации и унификации сведений, полученных из разных патентных коллекций с разными стандартами публикации, на разных языках. Выполняется в целях единообразного представления патентных данных в единой генерализованной коллекции
<b>Консистентность (неконсистентность)</b>	Характеристика данных, определяющая согласованность, непротиворечивость и целостность данных. В контексте настоящего исследования консистентными считаются данные, соответствующие структуре и внутреннему содержанию модели предметной области, а также имеющие все необходимые для выполнения анализа метаданные
<b>Международная патентная классификация</b>	Иерархическая система патентной классификации. МПК является средством для единообразной классификации патентных документов в международном масштабе. Создана в соответствии со Страсбургским соглашением в 1971 г. Административные функции Соглашения выполняет Всемирная организация интеллектуальной собственности. Обновляется на регулярной основе
<b>Модель предметной области</b>	Структурное представление области исследований приоритетного технологического направления – наиболее значимые области патентования технологий и продукции. Модель представляет собой си-

	стему оснований (как правило, 6–8 оснований). Каждое основание содержит набор элементов, характеризующих данное основание. При разработке патентного ландшафта формирование поисковой стратегии и технический анализ области исследований выполняются в контексте каждого элемента модели
<b>Охрана интеллектуальной собственности</b>	Охрана, основанная на различных принципах и процедурах, которая обеспечивает временную монополию на продукты творческого труда создателям объектов промышленной собственности в виде имущественных прав, а также неимущественное бессрочное право автора
<b>Патентная классификация</b>	Иерархическая система патентных документов. Представляет собой инструмент для патентных ведомств и других потребителей, осуществляющих поиск патентных документов
<b>Патентная коллекция</b>	Набор патентных документов, относящихся к области исследований. Формируется путем применения поисковой стратегии к объединенному информационному фонду ФИПС
<b>Патентная публикация</b>	Любой патентный документ, который официально публикуется, например, заявка на изобретение, патент на изобретение, патент на полезную модель, отчет о поиске (в некоторых юрисдикциях) и т.п.
<b>Патентное семейство</b>	Совокупность патентных публикаций, относящихся к одному изобретению, связанных общим(и) приоритетом(ами)

**Патентный ландшафт (отраслевой)**

Углубленное исследование инновационной продукции, перспективных технологий, направлений исследований и разработок в сопоставлении с ведущими российскими и зарубежными разработками на протяжении длительного периода времени, выполняемое на основе патентных данных в привязке к технологическим приоритетам компании (корпорации, сектора экономики)

**Предметная область**

Тематика разработки патентного ландшафта, определяется заказчиком

**Поисковая стратегия**

Порядок и правила сбора и систематизации патентных документов для выполнения анализа. При разработке поисковой стратегии определяются источники патентной информации, используемые системы классификации, необходимая глубина патентного поиска, правила группирования патентных семейств, необходимость использования специализированного поиска (формулы и пр.), а также набор инструментальных средств для проведения поиска.

Поисковая стратегия включает генерализованный и уточняющие поисковые запросы. Число уточняющих запросов определяется числом оснований и элементов модели предметной области

**Релевантный (нерелевантный) патентный документ**

Документ, относящийся (не относящийся) по тематике к области исследования в целом или относящийся к конкретному основанию (элементу) модели предметной области. Проверка документов на релевантность выполняется на этапе контроля качества патентной коллекции

**Структурная декомпозиция**

Иерархическое разделение на составные части путем последовательной декомпозиции

**Тренды патентования**

Вид графического представления данных, указывающих на распределение патентной активности заявителей во времени

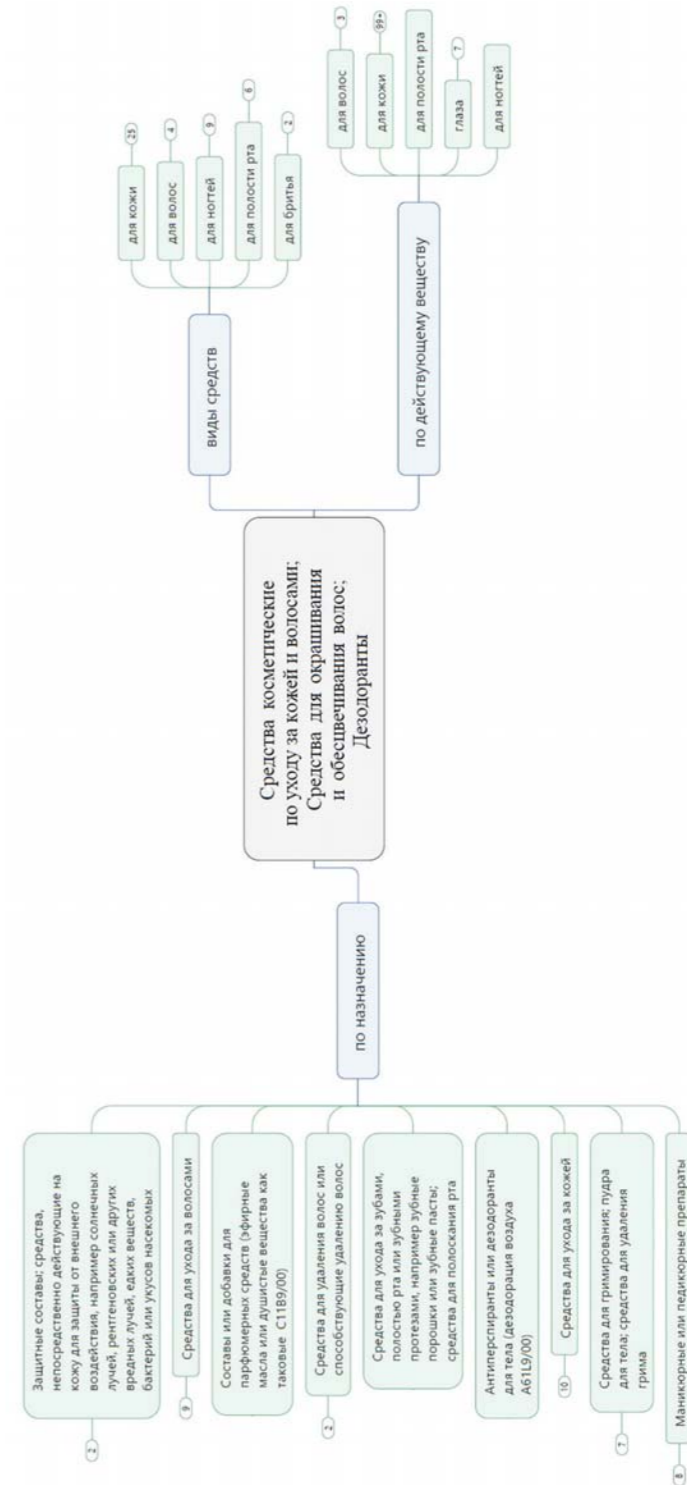
**Patent Cooperation Treaty**

Договор о патентной кооперации – международный договор в области патентного права, заключён в 1970 году. Предназначен для того, чтобы «упростить и сделать более экономичным получение охраны изобретений, когда такая охрана требуется в нескольких странах»

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б. СОКРАЩЕНИЯ

<b>СРС</b>	Cooperative Patent Classification
<b>РСТ</b>	Patent Cooperation Treaty
<b>БД</b>	База данных
<b>ВОИС</b>	Всемирная организация интеллектуальной собственности
<b>ВПП</b>	Ведомство первой подачи
<b>ВВП</b>	Ведомство второй и последующих подач
<b>ЕПВ</b>	Европейское патентное ведомство
<b>МПК</b>	Международная патентная классификация
<b>СПК</b>	Совместная патентная классификация
<b>ФИПС</b>	Федеральный институт промышленной собственности

## ПРИЛОЖЕНИЕ В. МОДЕЛЬ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ



## ПРИЛОЖЕНИЕ Г. СПИСОК ДВУБУКВЕННЫХ КОДОВ СТРАН И ТЕРРИТОРИЙ

<b>AT</b> Австрия	<b>HK</b> Гонконг
<b>AU</b> Австралия	<b>IN</b> Индия
<b>AR</b> Аргентина	<b>IT</b> Италия
<b>BR</b> Бразилия	<b>JP</b> Япония
<b>CA</b> Канада	<b>KR</b> Южная Корея
<b>CH</b> Швейцария	<b>MX</b> Мексика
<b>CN</b> Китай	<b>RU</b> Россия
<b>DE</b> Германия	<b>TH</b> Таиланд
<b>DK</b> Дания	<b>TW</b> Тайвань
<b>EP</b> ЕПВ	<b>US</b> США
<b>ES</b> Испания	<b>WO</b> ВОИС
<b>FR</b> Франция	<b>ZA</b> Южно-Африканская Республика
<b>GB</b> Соединенное Королевство	



