

发展与知识产权委员会（CDIP）

第二十二届会议

2018年11月19日至23日，日内瓦

使用现有平台推广使用在“知识产权与技术转让：共同挑战 - 共同解决项目”下所建网页论坛的路线图更新后的费用核算

秘书处编拟的文件

1. 在2016年10月31日至11月4日举行的第十八届会议上，发展与知识产权委员会（CDIP）同意实施文件 CDIP/18/6 Rev.1 附件一中所载的美国、澳大利亚和加拿大三个代表团关于技术转让相关活动的联合提案第1、2、3、4和6项。经批准的提案第4段内容如下：

“我们建议秘书处推广在‘知识产权与技术转让：共同挑战 - 共同解决项目’项下建立的网页论坛的使用，因为它是一个解答成员国有关技术转让各种疑问和问题的有用工具。秘书处还应从WIPO技术转让网页上建立与该网页论坛的链接（参见第1项）。”

2. 在2017年11月27日至12月1日举行的第二十届会议上，委员会讨论了文件 CDIP/20/7 中所载的“推广使用在‘知识产权与技术转让：共同挑战 - 共同解决项目’下所建立网页论坛的路线图”，并要求秘书处就路线图中所述可采取的行动的实施所涉费用编拟一份概算。

3. 在2018年5月14日至18日举行的第二十一届会议上，委员会讨论了文件 CDIP/21/6 中所载的“推广使用在‘知识产权与技术转让：共同挑战 - 共同解决项目’下所建立网页论坛的路线图费用核算”，并要求秘书处以利用如产权组织的 eTISC 平台这类现有平台为例，对路线图和费用核算进行修订。

4. 本文件附件载有修订后的“推广使用在‘知识产权与技术转让：共同挑战 - 共同解决项目’下所建立网页论坛的路线图”，并附具可采取的行动和在产权组织 eTISC 平台实施这些行动为依据进行更新的费用核算对应列表。

5. 请 CDIP 审议本文件附件中所载的信息。

[后接附件]

1. “推广使用在‘知识产权与技术转让：共同挑战 - 共同解决项目’下所建立网页论坛的路线图”为推广使用在知识产权与技术转让发展议程项目“共同挑战 - 共同解决”下所建的网页论坛提出了下列可采取的行动：

可采取的行动 1：作为第一步，对目标受众、目标受众重视的服务以及与网页论坛形成竞争的服务进行评估，并对网页论坛的用户体验进行回顾审查。

可采取的行动 2：作为第二步，根据行动 1 在评估和用户体验审查的基础上制定内容战略，同时考虑到产权组织内部现有的活动和能力，并评估是否需要增加资源。可以在内容战略中确定要为网页论坛制作以吸引访问的专业生成内容和用户生成内容的特定类型以及这些内容类型之间的联系。内容战略还可以探讨有效形式（包括语言、基调和规范）等问题，并规划出所需的角色和 workflows。

可采取的行动 3：作为第三步，根据行动 2 制定有效落实内容战略的技术要求，并在考虑产权组织内部现有资源和能力的同时，确保高效的用户和内容管理，并确定满足这些要求的平台。

可采取的行动 4：作为第四步，根据行动 3 部署平台，并根据行动 2 落实内容战略。

可采取的行动 5：作为第五步，制定传播和推广战略，以确定有效渠道来接触根据行动 1 的评估所规划的各部分目标受众，并确定将采取的具体行动，如网页链接、电子邮件和社交媒体活动。其中一项已经采取的行动是创建了从“技术与转让”网站页面到网页论坛的链接。

可采取的行动 6：作为第六步，寻求与已经建立技术转让相关社区的建立伙伴关系，以吸引用户访问网页论坛，并改善其所提供的服务。

2. 目前存在选项，可以省略根据行动 3 制定技术要求和确定满足这些要求的平台。根据行动 4 部署的平台可以是产权组织使用的现有具体媒体平台，即 eTISC 社交媒体平台。

3. 实施这一选项将节省落实行动 3 的成本，但可能会在下述方面带来限制：(i) 根据行动 4 部署的平台能够对根据行动 1 得出的评估结果和用户体验回顾审查予以回应的程度；和(ii) 根据行动 2 内容战略确定的专业生成内容的具体类型。eTISC 社交媒体平台中有限的定制化选项可能会导致这些限制。

4. 根据行动 4 部署平台将包括在 eTISC 平台可以提供的有限范围内定制化该平台，同时考虑到根据行动 1 对用户体验进行审查评估的结果和根据行动 2 的内容战略。

5. 因此，修订后的路线图将由下述可采取的行动组成：

可采取的行动 1：作为第一步，对目标受众、目标受众重视的服务以及与网页论坛形成竞争的服务进行评估，并对网页论坛的用户体验进行回顾审查。

可采取的行动 2：作为第二步，根据行动 1 在评估和用户体验审查的基础上制定内容战略，同时考虑到产权组织内部现有的活动和能力，并评估是否需要增加资源。可以在内容战略中确定要为网页论坛制作以吸引访问的专业生成内容和用户生成内容的特定类型以及这些内容类型之间的联系，同时考虑到 eTISC 社交媒体平台可以提供的有限定制化选项。内容战略还可以探讨有效形式（包括语言、基调和规范）等问题，并规划出所需的角色和 workflows。

可采取的行动 3：作为第三步，根据行动 2 定制化 eTISC 社交媒体平台，并落实内容战略。

可采取的**行动 4**：作为第四步，制定传播和推广战略，以确定有效渠道来接触根据行动 1 的评估所规划的各部分目标受众，并确定将采取的具体行动，如网页链接、电子邮件和社交媒体活动。

可采取的**行动 5**：作为第五步，寻求与已经建立技术转让相关社区的建立伙伴关系，以吸引用户访问网页论坛，并改善其所提供的服务。

6. 落实行动 3 的费用，具体即落实内容战略的费用，由于任务依赖关系，只有在行动 2（即制定内容战略）完成后，才可能进行估算。将创作的改进内容的范围，根据内容战略，可能差别很大，创作这种内容的资源要求同样可能差别很大。

7. 维持行动 4 结果的费用，具体即落实传播和推广活动的费用，只有在行动 4（即制定传播和推广战略）完成后，才可能进行估算。传播和推广活动的范围，根据传播和推广战略，可能差别很大，落实这些活动的资源要求同样可能差别很大。

8. 落实行动 5 的费用，具体即为内容、平台及传播和推广寻求建立（并发展）伙伴关系，只有在行动 2 和 4（即制定内容战略及制定传播和推广战略）分别完成后，才可能进行估算。这些伙伴关系的范围和性质将由这些关系在支持内容创作、平台开发及传播和推广方面所增加的价值决定。

9. 上述各项可采取的**行动**需要聘请数字传播分析、战略和内容创作领域的外部专家。实施第一阶段所需的资源概算为 90,000 瑞郎，预计从项目批准时开始要用 12 个月实施。

1. 按成果开列的总资源¹

项目产出	(瑞士法郎)		
	人事	非人事	共计
评估目标受众（受众和需求）	-	17,500	17,500
评估竞争服务	-	17,500	17,500
用户体验概览	-	15,000	15,000
内容战略，带内容样本	-	17,500	17,500
改进后的内容	内容战略完成后再定		
定制的网页论坛平台	用户体验回顾审查完成后再定		
传播和推广战略	-	22,500	22,500
传播和推广	传播和推广战略完成后再定		
伙伴关系	内容战略（内容伙伴关系）以及传播和推广战略（传播和推广伙伴关系）完成后再定		
总计	-	90,000	90,000

¹ 资源最初在在 2018/2019 年计划和预算中没有提供。

2. 按费用类别开列的非人事资源²

项目产出	(瑞士法郎)					共计
	差旅和研究金		订约承办事务			
	工作人员出差	第三方差旅	出版	个人订约承办事务	其他订约承办事务	
评估目标受众（受众和需求）	-	-	-	-	17,500	17,500
评估竞争服务	-	-	-	-	17,500	17,500
用户体验概览	-	-	-	-	15,000	15,000
内容战略，带内容样本	-	-	-	-	17,500	17,500
改进后的内容	内容战略完成后再定					
定制的网页论坛平台	用户体验回顾审查完成后再定					
传播和推广战略	-	-	-	-	22,500	22,500
传播和推广	传播和推广战略完成后再定					
伙伴关系	内容战略（内容伙伴关系）以及传播和推广战略（传播和推广伙伴关系）完成后再定					
总计	-	-	-	-	90,000	90,000

² 资源最初在在 2018/2019 年计划和预算中没有提供。

3. 实施时间表

活动	2018 年各季度				2019 年各季度				2020 年各季度			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
征聘数字传播专家				X								
评估目标受众（受众和需求）					X	X						
评估竞争服务					X	X						
用户体验概览					X	X						
内容战略，带内容样本							X	X				
改进后的内容									X	X		
修订后的网页论坛平台									X	X		
传播和推广战略							X	X	X			
伙伴关系									X	X	X	

[附件和文件完]