

知识产权

市场竞争策略

Intellectual Property Market Competition Strategy

帮你驾驭知识产权在全球市场竞争中的矛和盾

◎ 保护中国知识产权联合会 编



4
54

知识产权管理师专业水平考试指定教材

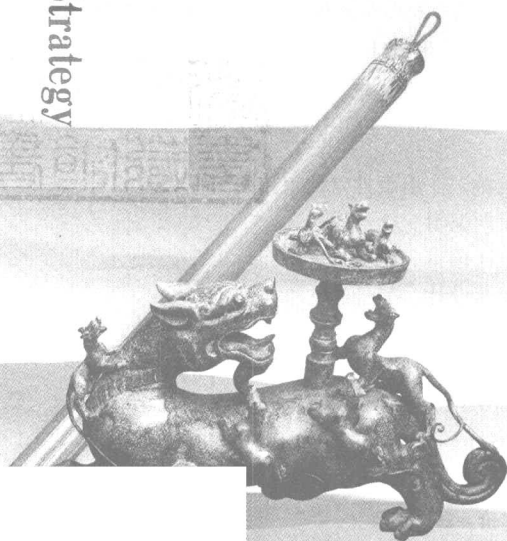
知识产权

市场竞争策略

Intellectual Property Market Competition Strategy

帮你驾驭知识产权在全球市场竞争中的矛盾盾

◎ 保护中国知识产权联合会 编



机械工业出版社
China Machine Press

知识产权是人们依法支配自己所有的创造性智力成果和商业活动标志的排他性权利，其本质是能够通过无形的信息产权控制有形的商品贸易和服务贸易。本书由浅入深，结合当前真实案例，围绕企业实际需求，以通俗易懂的语言，从知识产权在市场竞争中的地位和作用、专利与市场竞争、商业标志与市场竞争、商业秘密保护与市场竞争、著作权与市场竞争以及知识产权纠纷的处理等6个方面，详细解读了企业如何运用知识产权的矛和盾，积极应对全球市场竞争的攻防策略。

本书是知识产权管理师专业水平考试指定教材之一，旨在为中国企业培养和造就一批会技术、通管理、精法律、懂经营、善谋略、能运用的综合性人才。

图书在版编目(CIP)数据

知识产权市场竞争策略/保护中国知识产权联合会编. —北京:机械工业出版社, 2009.1
(进出口经理人丛书)

ISBN 978-7-111-25546-8

I. 知… II. 保… III. 企业管理—知识产权—研究—中国 IV. D923.404

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第175672号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑 李 鸿

责任编辑 卢燕明

装帧设计 郝子逸

责任印制 王书来

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2009年1月第1版 第1次印刷

185mm×260mm·15.5印张·386.8千字

标准书号: ISBN 978-7-111-25546-8

定价: 29.00元

凡购买本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部负责调换

本社购书热线电话(010) 68326294 88379072

编辑热线(010) 88379177

封面无防伪标均为盗版

知识产权管理师专业水平考试指定教材编辑委员会

主 任 郑惠文
委 员 (按姓氏拼音排列)
顾志坚 郎丽娜 李炳翰 李宇红
罗云鹏 邵腰华 田文锦 田志英
徐秀艺 伍志伟 张 燕 张玉敏
钟文俊

《知识产权市场竞争策略》执行编辑委员会

主 任 张玉敏
副 主 任 张 耕 李雨峰
委 员 (按姓氏拼音排列)
邓宏光 黄 汇 秦 洁 王法强

序

全国高科技知识产权工作委员会(同时挂全国高科技知识产权保护委员会牌子)在为企业提供知识产权服务时,发现中国的知识产权制度已经和国际接轨。国家很早就把“科学技术是第一生产力”作为科教兴国的纲领,政府机构对中国的知识产权问题非常重视,对企业创造自主知识产权给予了很多扶持和帮助,但是中国企业在知识产权方面依然受到国外企业的重重包围和打压,在多数知识产权战争中国内企业依然处于劣势。与一家常年服务的企业交流时,其总裁说,“按理说我国很多企业都有尖端科学家,庞大的专利工程师、技术工程师队伍,优秀的代理人、经验丰富的法律顾问,但是我们还是处处受制于人。为什么?其实还是缺乏知识产权专业人才,尤其是会技术、通管理、精法律、懂经营、善谋略、能运用的综合性人才。”

我们国家非常重视人才,并为此制定了许多的促进人才发展的措施。

(1)《中共中央、国务院关于进一步加强对人才工作的决定》(中发〔2003〕16号)强调:完善人才评价手段,大力开发应用现代人才测评技术,努力提高人才评价的科学水平;企业经营管理人才的评价重在市场和出资人认可。发展企业经营管理人才评价机构,探索社会化的职业经理人资质评价制度;专业技术人才的评价重在社会和业内认可;发展和规范人才评价中介组织,在政府宏观指导下,开展以岗位要求为基础、社会化的专业技术人才评价工作。

(2)《十一五规划纲要》明确要求:深化干部人事制度改革,完善机关、企业和事业单位干部人事分类管理体制,健全以品德、能力和业绩为重点的人才评价、选拔任用和激励保障机制。显然,国家越来越重视在各行业发展社会化能力人才评价制度。

(3)《知识产权人才“十一五”规划》指出:继续发展壮大知识产权人才队伍,加强知识产权专业人才队伍建设,加强人才资源能力建设,实施知识产权人才培养工程,使知识产权人才队伍的总量有较大增长,结构进一步优化,素质明显提高,努力建设一支数量充足、结构合理、门类齐全、素质较高的人才队伍,基本满足国家经济社会发展和知识产权事业发展的需要;继续深入广泛地开展知识产权教育培训,大力提高企事业单位掌握和运用知识产权制度的能力和水平,提高全社会保护知识产权的意识,进一步树立尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创新的理念,为增强自主创新能力、促进国民经济持续快速健康发展和社会全面进步创造良好的法制环境和市场秩序。

(4)《2007—2010年“百千万知识产权人才工程”实施方案》主要目标任务是:培训30000名左右企事业单位知识产权工作者和知识产权中介服务人才,基本形成一支能为企事业单位及社会公众提供知识产权创造、管理、保护、运用各环节服务的高素质知识产权人才队伍。

(5)《国家知识产权战略》(国发〔2008〕18号)强调:大规模培养各级各类知识产权专业人才,重点培养企业急需的知识产权管理和中介服务人才。制定培训规划,广泛开展对党政

领导干部、公务员、企事业单位管理人员、专业技术人员、文学艺术创作人员、教师等的知识产权培训。

在征求企业知识产权人才需求和专业能力要求意见后，委员会经过多方面考察，引进保护中国知识产权联合会《知识产权管理师专业能力标准》、《知识产权管理师专业资格考试标准》、《知识产权管理师专业能力考核体系》。经过与全国高科技知识产权工作委员会、保护中国知识产权联合会、香港知识产权商学院专家的多次交流后，我们开发出了适合现在企业需求的《知识产权管理师专业培训大纲》，并根据培训大纲历时两年编写了《知识产权管理师专业水平考试指定教材》丛书，现在终于呈现在学员面前。

整套教材由浅入深，结合许多真实案例，围绕企业实际需求，尽量使用通俗易懂的语言，力求学员通过讲师教授后能基本掌握企业知识产权管理能力，循序渐进通过知识产权管理师所有课程学习和能力考核，成为合格的知识产权管理师，以及企业不可或缺的综合管理人才。

尽管我们组织了非常优秀的知识产权管理专家来编写该套教程，但是由于时间所限，不妥之处在所难免，敬请读者批评指正，网址：www.cipm.org.cn。

知识产权管理师专业水平考试指定教材编委会

2008 年 12 月

前 言

人类已经开始迈入知识经济时代。“知识经济”不仅作为一个崭新的概念融入人们的话语，被频繁使用，而且，作为一种崭新的经济形态，日益成为各国的学界、商界乃至政界的共识而备受关注。在知识经济时代，知识在经济发展中的作用越来越重要，各国之间综合国力的竞争不仅是知识的竞争，更重要的是知识产权的竞争。在当今的国际条件下，“知识”如果不穿上“权利”的外衣，就是人人得而用之的免费午餐，而“知识”一旦穿上“权利”这件铠甲，就成为市场竞争中攻城略地的锐利武器，遏制竞争对手的绊马索、杀手锏。从保护经营者既有的商业利益的角度看，知识产权是盾；从拓展市场，攻城略地的角度看，知识产权是矛。

改革开放以来，我国的经济和科技发展取得了令世人瞩目的伟大成就，但是，知识产权对于中国企业来说仍然是一个既熟悉又陌生的话题。发达国家的企业，特别是那些跨国公司，早已谙熟知识产权的规则和运作技巧，善于利用知识产权保护发展自己，打击遏制竞争对手。他们不但在经济和科技实力方面财大气粗，而且在知识产权方面占尽先机。我国的企业则不但经济和科技实力尚还薄弱，大多数在知识产权方面一穷二白，而且缺乏知识产权法律知识，更不懂得利用知识产权的战略和策略。我们的科技成果本来就不多，但是，由于不懂得知识产权，还经常将自己辛苦得来的成果无偿奉献给全世界，这就使得我国企业在市场竞争中处于十分被动的地位。虽然我国的对外贸易发展很快，但是，我们的竞争武器主要是价格，是廉价劳动力，这往往招致发达国家的反倾销制裁。知识产权的缺失，又使得我国的出口商品在发达国家的知识产权壁垒面前一筹莫展。我国 DVD 行业的遭遇不过是跨国公司对中国企业发动知识产权围剿战的序曲而已，真正大规模的战争还在后头。因此，学习知识产权，掌握知识产权，学会运用知识产权保护和发展自己，在市场竞争中争取主动，赢得这场没有硝烟的战争，是摆在中国企业面前的十分紧迫的课题，其意义不亚于科技创新。正是基于这样的考虑，我们通过调查研究，写成《知识产权市场竞争策略》这本书，期望能够对我国的企业有所帮助。

本书的写作分工如下：第一章，张玉敏、黄汇；第二章，马海生；第三章，秦洁、王法强；第四章，邓宏光；第五章，李雨峰、刘有东；第六章，张耕。

张玉敏
2008 年 10 月

目 录

序 前言

第一章 知识产权在市场竞争中的地位和作用 / 1

第一节 知识经济与知识产权/ 1

一、什么是知识经济/ 1

二、知识产权在知识经济中的地位和作用/ 3

第二节 知识产权“威”从何来/ 7

一、知识产权的保护对象是具有商业价值的信息/ 8

二、知识产权是市场垄断权/ 8

三、知识产权是可以扩及全球的垄断权/ 9

第三节 知识产权战争已经打响，中国企业如何应对/ 10

一、中国企业正面临跨国公司的知识产权“围剿”/ 10

二、在战争中学习并赢得战争/ 11

第四节 企业知识产权管理/ 17

一、他山之石/ 17

二、我国企业知识产权管理存在的问题和改进思路 / 20

第二章 专利与市场竞争/ 23

第一节 从市场竞争的角度看专利/ 23

一、作为法律与市场规则的专利制度/ 23

二、专利对市场竞争的宏观与微观作用/ 26

第二节 专利权的取得/ 27

一、专利申请前的分析与决策/ 27

二、专利申请中应当注意的几个问题/ 36

三、购买专利权/ 39

四、通过许可获得专利实施权/ 43

第三节 专利资产运营/ 46

一、专利权转让与许可/ 47

二、专利权投资/ 48

三、专利权质押/ 49

第四节 侵权规避与抗辩/ 51

- 一、专利权保护范围的确定和侵权判断/ 51
- 二、对他人有效专利技术的合理利用/ 56
- 三、失效专利的利用/ 60
- 四、侵权抗辩/ 63

第五节 企业专利战略/ 71

- 一、要形成正确的专利战略意识/ 72
- 二、构建以专利为基础的企业经营机制/ 73
- 三、营造适宜专利事务发展的外部环境/ 76

第三章 商业标志与市场竞争/ 78

第一节 商业标志在市场竞争中的地位与作用/ 78

- 一、商标的基本功能——区别功能/ 79
- 二、对消费者而言, 商标可以最大化地实现消费者的购买意愿/ 79
- 三、对经营者而言, 商标是市场竞争的有力武器/ 80
- 四、对国家而言, 商标是市场管理的手段和经济发展水平的标尺 / 82

第二节 注册——商标取得法律保护的前提/ 83

- 一、商标及时注册的意义/ 84
- 二、实例: 商标不及时注册的代价/ 85
- 三、商标注册的条件和注意事项/ 86

第三节 营运——商标价值实现的基本途径/ 91

- 一、商标权的维持/ 91
- 二、商标权的利用/ 93

第四节 商标战略和策略/ 97

- 一、商标选择策略/ 98
- 二、商标利用策略/ 101
- 三、商标保护策略/ 104
- 四、应对侵权指控的策略/ 105
- 五、商标的国际化策略/ 106
- 六、名牌战略/ 107
- 七、销售商标战略和无商标战略/ 110

第五节 地理标志/ 111

- 一、地理标志的定义和特征/ 111
- 二、地理标志的经济意义/ 112
- 三、我国的地理标志保护制度/ 113

第六节 商号及其他商业标志/ 113

- 一、商号/ 113

二、知名商品的特有名称、包装、装潢/ 114

三、域名/ 115

第七节 商业标志的管理/ 116

一、商业标志管理的目标/ 117

二、商业标志管理组织及设置模式/ 117

三、商业标志管理的内容/ 118

第四章 商业秘密保护与市场竞争/ 121

第一节 商业秘密在市场竞争中的重要意义/ 121

第二节 商业秘密的构成要件/ 123

一、不为公众所知悉/ 123

二、具有商业价值 / 130

三、权利人采取了合理的保密措施/ 131

第二节 商业秘密的范围/ 132

一、技术信息/ 133

二、经营信息/ 135

第三节 商业秘密的归属/ 137

一、职务商业秘密/ 137

二、委托开发的商业秘密/ 139

三、共有商业秘密/ 140

第四节 商业秘密的管理/ 141

一、管理不善是导致商业秘密流失最重要的原因/ 141

二、商业秘密的规范管理/ 144

三、商业秘密保密合同示例/ 147

第五节 竞业禁止合同与商业秘密的保护/ 153

一、竞业禁止的含义/ 154

二、竞业禁止条款的有效条件/ 156

第六节 交易中的商业秘密保护/ 159

一、一般交易中商业秘密的保护/ 159

二、商业秘密贸易中商业秘密的保护 / 160

第七节 商业秘密的救济与限制/ 162

一、侵害商业秘密行为的类型/ 162

二、侵害商业秘密的法律责任/ 164

三、商业秘密的限制 / 167

第五章 著作权与市场竞争/ 172

第一节 著作权在市场竞争中的地位和作用/ 172

第二节 我国著作权保护制度简介/ 175

一、著作权的概念和法律特征/ 175

二、著作权的对象/ 175

三、著作权的归属/ 176

四、著作权人的权利/ 177

五、著作权的保护期限/ 179

六、著作权行使的限制/ 179

七、著作邻接权/ 180

第三节 著作权在市场竞争中的运用/ 182

一、著作权保护可覆盖的范围/ 182

二、适应市场变化,寻求新的营销模式/ 184

三、重视作品的深度开发/ 184

四、充分发挥著作权在保护商标和外观设计方面的作用/ 187

五、将著作权保护与商标保护和专利保护有机结合/ 187

第四节 著作权的自我保护/ 188

一、及时进行著作权登记/ 188

二、签订完善的合同/ 189

三、加入著作权集体管理组织/ 190

四、建立和完善技术保护措施/ 191

五、添加和完善权利管理信息/ 194

第五节 著作权的诉讼保护/ 195

一、启动诉讼程序的原则/ 195

二、取证问题/ 195

第六章 知识产权纠纷的处理/ 197

第一节 知识产权纠纷的诉讼解决/ 198

一、管辖/ 198

二、诉讼当事人的确定/ 201

三、诉讼过程中的几个重要问题/ 203

第二节 知识产权纠纷的非诉讼处理方式/ 216

一、协商/ 217

二、调解/ 218

三、仲裁/ 219

第三节 知识产权诉讼策略/ 221

一、知识产权诉讼中原告的诉讼策略/ 221

二、知识产权诉讼中被告的诉讼对策/ 227

后 记/ 237

第一章

知识产权 在市场竞争中的地位和作用

第一节 知识经济与知识产权

一、什么是知识经济

人类经济的发展经历了农业经济时代和工业经济时代，而今正阔步向知识经济时代迈进。知识经济发端于 20 世纪四五十年代，自 20 世纪 70 年代开始，以一种迅雷不及掩耳之势在全球蔓延。如今，知识经济不仅作为一个崭新的概念融入人们的话语，被频繁使用；而且，作为一种崭新的经济形态，日益成为各国的学界、产业界、商界乃至政界的共识而备受关注。可以预言，整个 21 世纪乃至今后更长一段时间，人类将长期浸润于知识经济的氛围之中，各国之间的竞争和角逐也将就此展开。

那么，究竟什么是知识经济？按联合国经济合作与发展组织（OECD）1996 年给出的权威解释，“知识经济（Knowledge based Economy）指的是以现代科学技术为基础，建立在知识和信息的生产、分配、使用和消费之上的经济”。作为一种崭新的经济形态，知识经济具有以下特征。

（一）知识经济是以知识和信息为核心生产要素的经济

人们提出知识经济的概念，而且把它定义为经济发展史上的一个新时期，主要是从生产要素的视角来划分的。我们知道，维系农业经济的首要生产要素是土地，离开了土地，人类便无法从事农业生产活动，因而土地成了农业经济的核心生产要素。工业经济则建基于货币资本之上，只有拥有了货币，才能拥有机器、厂房、设备、原材料甚至劳动力。整个工业经济说到底就是货币资本的逻辑展开，就是货币资本从一种形态向另一种形态循环往复不断扩张的过程。离开了货币资本，工业经济的其他要素都将难以被有效组织，整个工业经济也将因要素前提的不足而坍塌。因而，货币资本在工业经济中举足轻重。然而，到了知识经济社会，知识和信息则开始取代土地和货币在社会生产中居于核心地位。在未来的知识经济中，推动经济发展的，主要将不再是土地等自然资源的拥有量，也不是货币资本的拥有量，而是以科学技术表现出来的知识、信息的拥有量。谁拥有了最先进的知识，谁就能引领知识经济的航向。知识和信息作为一种战略性资源，不仅为世界各国、各类市场主体所追逐，而且它

正以日益扩大的作用推动社会财富的快速增长。根据统计和测算,当今世界经济发达的国家,在20世纪初技术进步对经济增长的贡献率为5%~20%,20世纪中叶上升到50%左右,20世纪80年代继续上升到60%~80%。技术进步的贡献率已明显超过资本和劳动力的贡献。^①近年来技术进步对经济增长的作用仍呈继续扩大之势。如果有人对WTO(世界贸易组织)成立以后发达国家经济增长的情况进行一个统计,这个比率一定是更加令人触目的。

世界银行曾经对许多国家经济增长的差异进行分析,表明物质资本只能解释这些差异的不到30%,70%以上的增长直接或者间接地取决于构成全要素生产率(TFP)的无形因素,主要是知识因素。其实,早在一百多年前,马克思就已经为我们揭示了 this 真理,他说:“随着大工业的发展,现实财富的创造较少地取决于劳动时间和已经耗费的劳动量,较多地取决于在劳动时间内所运用的动因的力量……或者说取决于科学在生产上的应用。”^②这一切都表明,知识正越来越成为社会生产和财富积累的直接原动力。就一个国家或一个企业而言,如果要想在知识经济中有所作为,它就必须始终站立于知识和信息生产的潮头,不断开拓新的知识领域,以获取更多、更具前沿性的知识和信息,为自己所用。

(二) 知识经济是使知识日益价值化的经济

知识经济的一个显著特征就是,知识不再仅仅是一种文化意义上的事物,它本身就是一种资本,具有价值。在前知识经济时代,知识主要起着人类交流的媒介作用,具有传播功能。而随着人类向知识经济的推进,知识直接融入社会生产过程之中,知识不但与生产工具、劳动力等生产要素紧密结合,就是整个生产过程也日益知识化、智能化。知识已成为社会生产的首要推动力。正是因为知识的生产力要素化,能直接带来和扩大社会财富,使得知识本身也日益被价值化、越发地呈现出商品的品性。在知识经济中,各种技术知识、管理知识、经营信息等都可以如同机器设备、土地等实物一样作价入股,或者量化为货币后进行转让。当然,由于知识成果具有非物质性,其归属或占有的判断必须通过知识产权制度将其产权化后才能进行,因而知识产权是大部分知识价值化的重要途径,是知识转化为资产的重要桥梁。掌握着先进知识的市场主体则应懂得,通过知识产权法律制度,将自己的知识财富权利化,运用知识产权去建立和巩固竞争优势。

(三) 知识经济是以创新为发展原动力的经济

如果说农业经济的发展靠的是土地和劳动力的增加,工业经济的发展得益于货币资本的积累和市场的不断扩张的话,那么,知识经济的发展则主要依赖于“创新”。知识经济有别于工业经济的特点之一就在于其生产的适时性。我们前面说过,在知识经济中,知识是生产的第一推动力,而由于知识的更替速度因人类知识总量的增加而日益呈现加速之势,这就迫使各国、各民族不断进行知识创新,否则就有可能被湮没于他国创新的洪流之中。当下,世界各国及各类市场主体无不将创新摆到了突出的位置,美国政府及其企业始终把创新作为其发展的“永动机”,其结果是美国长期处于信息、通讯、生物工程等高科技领域的制高点而经久不衰。

(四) 知识经济是以高技术产业为支柱的经济

不同的经济形态总需要有一批相关的产业作支撑。农业经济主要以种植业、养殖业为支

① 陈昌柏:《知识产权经济学》,北京:北京大学出版社,2003:23。

② 马克思、恩格斯:《马克思、恩格斯全集》(第46卷下),1958,217-218。

柱；工业经济支柱产业则主要是汽车、钢铁、建筑、石油等机械制造业。到了知识经济时代，起支柱作用的则主要是高科技产业，比如说，以计算机、网络 and 软件开发等为代表的信息产业，以基因技术为代表的生物工程产业，以纳米技术、核裂变为代表的新材料、新能源产业等等。当下，无论哪个国家，如果想要在知识经济的大潮中站稳脚跟，且能独占鳌头，都离不开相关高新技术产业的培植。我国政府在《关于加强技术创新，发展高科技，实现产业化的决定》中就明确指出，“在以经济实力、国防实力和民族凝聚力为主要内容的日趋激烈的综合国力竞争中，能否在高新技术及其产业领域占据一席之地，已经成为竞争的焦点，成为维护国家主权和经济安全的命脉所在。”^①说明我国政府高度重视高新技术在未来知识经济中的重要作用。

（五）知识经济是全球性经济

在知识经济下，由于直接推动社会发展的知识和信息等要素具有流动性和全球范围内的共享性等特点，加之以互联网为代表的高度网络化、数字化信息系统的广泛建立和使用，使得国家、地区之间的时空距离顿时缩短，整个世界变成了一个地球村。在这样一种背景下，人类社会的整个生产、生活也都不再仅仅是一国意义上的事情了，而是一种全球化的活动。知识和信息的生产、分配、交换和消费等活动则更是如此，更加具有全球化的品性。由于知识经济的全球化品性是知识流动性特点和人类以互联网技术为代表的信息技术推动下的产物，因而，今天的全球化是一种自觉的结果。另外，更为主要的是，今天的全球化还具有多元参与性，任何一个民族，任何一个市场主体都是全球化的平等参与者，都具有分享知识经济带来益处的平等权利。这就要求我们的国家、各种市场主体在制定发展战略和参与市场竞争的过程中，要始终站在一个全球的视角来看问题。我们不但要把自己的产品开发、有形货物贸易定位于全球市场，同时更要注意将产品中所体现出来的知识成果的保护放置于全球框架之中来加以考虑。因为，在知识经济条件下，知识的无限扩散性既促成了经济全球化的实现，同时又带来了知识成果在全球范围内遭侵犯的可能性。这就要求我们注意在参与全球知识的生产、分配、交换和消费等活动的同时，注意使我们的知识成果能够在全球范围内得到有效保护。否则，即使我们开发出了大量先进的成果，也只能为他人做嫁衣裳，而不能将其转化为竞争优势。

二、知识产权在知识经济中的地位和作用

由上述可知，知识产权和知识经济具有天然的契合性。知识经济是以知识和信息为核心生产要素的经济，是以创新为原动力的经济和全球化的经济，而知识产权制度是使具有创新性的知识和信息产权化、市场化，使信息产权全球化的制度，因此，在不可逆转的全球经济一体化进程中，知识产权制度将发挥越来越大的作用。相应地，一个国家，一个企业，能否尽快熟练掌握知识产权制度这个国际竞争的游戏规则，并巧妙地加以利用，能否制定和贯彻正确的知识产权战略策略，将成为成败的关键。

（一）知识产权制度是激励创新的“利益之油”

在知识经济社会中，知识要素将成为社会发展的首要驱动因素。人类社会未来的竞争主

① 中共中央、国务院颁发《关于加强技术创新，发展高科技，实现产业化的决定》，1998-08-20。

要也将围绕着知识资本而展开。谁能率先发展新技术,开拓新的知识领域,谁就能在未来的竞争中掌握主动,成为引领社会发展的“弄潮儿”。

而能够推动一个民族知识水平整体提高,创新积极性持续高涨,创新成果大量涌现的,是知识产权制度。

如前所述,知识产品因其具有易扩散性和消费上的非竞争性、非排他性特点,知识生产出来之后很容易被其他的经营者了解,并无偿地加以使用,从而形成“搭便车”现象,这就是知识生产过程中的利益“溢出性”现象。如果没有一种制度有效地抑制这种利益溢出现象,那么知识的生产者就会失去生产的动力,创新的源泉也将枯竭。因此,我们需要寻求一种抑制知识生产过程中发生利益溢出的有效机制。知识产权制度正是抑制这种利益溢出现象的有效手段。知识产权制度通过在知识产品上建立起私人产权的方式,赋予知识生产者对其知识产品在一定期限内进行商业利用的独占权,使其不仅能够从垄断的市场中收回生产成本,而且还能获得丰厚的利润。知识产权制度正是通过这种方法,为“天才之火添加利益之油”,使社会的知识生产和创新活动在产权机制的激励下得到加速度式的发展。

历史已经证明,知识产权制度对科技进步和经济发展有巨大的推动作用。有资料表明,在当今世界,如果没有专利保护的话,那么将会有 60% 的药品、38% 的化学发明都不会被研制出来^①。而相反,如果注意运用知识产权制度,则不仅能提高我们研究开发的起点,而且还能节约我们近 40% 的科研开发经费和 60% 的研究开发时间^②。反观我国历史,由于长期没有知识产权制度,对经济发展造成的消极影响是严重的,教训是十分深刻的。正如美国经济学家诺斯所言:“之所以以巨大技术进步为特征的工业革命发生在英国,而不是 14 世纪就已经具备工业革命前夕的技术基础的中华帝国,是因为那时的英国拥有了作为产权制度的一种特殊范畴,即知识产权保护制度,保护了发明创造者的利益,刺激了发明创造者的热情。从而使得发明家得以大量涌现并带来浪潮般的技术革新,也启动了工业革命并创造了现代经济增长的奇迹。”^③“往者不可鉴,来者犹可追”。历史的经验表明,中国不缺乏聪明的头脑,但缺乏的是激励聪明头脑的创新热情持续燃烧的“利益之油”。今天,我们面临的是一个可以造成“后发优势”,赶超发达国家的良好机遇。而要在这样一个环境下有所作为,我们就必须以史为鉴,确立尊重知识、尊重人才的指导思想,不断增加知识生产的投入,建立和完善知识产权法律制度,加强对知识产权的保护,形成对科技创新有效的激励机制,争取在较短的时间内,把我国建设成为一个能够向全球提供知识、技术、智能和思想的“头脑国家”,摆脱仅仅是利用知识、技术、智能、思想进行物质生产的“躯干”国家的状况。

中国能否在新一轮的国际竞争中胜出,正确的科技发展战略和知识产权战略是一个关键。中国已经建立了比较完善的知识产权法律制度,政府也十分重视科技发展和知识产权战略的研究制定。为顺应加入 WTO 的需要,我们在 2000 ~ 2001 年先后完成了对《商标法》、《著作权法》和《专利法》及其实施细则等法律法规的修改,修改后的立法与《TRIPS 协议》^④已

① 姜颖. 充分发挥知识产权占技术创新中的作用. 中国知识产权报, 1999-08-13(1)。

② 姜颖. 充分发挥知识产权占技术创新中的作用. 中国知识产权报, 1999-08-13(1)。

③ [美]戴尔·尼夫. 知识对经济的影响力. 陈东详, 危建边, 译. 北京: 新华出版社, 1999: 3。

④ 《与贸易(包括假冒商品贸易在内)有关的知识产权协议》(即 TRIPS 协议), 是世界贸易组织三大实体协议之一。

经全面接轨,它为我国促进技术创新和科技的发展奠定了基本的法律框架。根据国际形势的发展,自2005年开始,国务院又着手制定国家知识产权战略,该战略将和《国家中长期(2006—2020)科学和技术发展的规划纲要》一道,成为我国科学发展和技术创新这驾马车上的两个轮子,推动我国向“创新型国家”的目标迈进。我们坚信,只要我们把具有中国特色的高质量的“利益之油”,与中华民族盛产的聪明头脑有机结合,绚丽多彩的创新火焰一定会在中华大地上越烧越旺,中国必将在创新火焰的照耀下,迅速走向科技进步、经济发达、人民富裕、文化繁荣、政治昌明的现代化国家。

(二) 知识产权是吸引国外先进技术和投资的制度保障

在未来的知识经济背景下,知识生产的社会分工将变得越来越精细化、专业化,任何国家都将仅仅是全球知识生产链条上的一环,没有哪个国家可能拥有社会生产的全部知识,即使是像美国这样的发达国家也是如此。对于发展中国家来说,根据自己的需要大力引进国外的先进技术更为必要。实践证明,引进往往是一国迅速改变其技术力量,增强国际竞争力的重要途径。二战后的日本之所以能够在战后的一片废墟上,在短短的几十年内发展成为一个世界经济强国,其主要原因之一就是大量地引进了美国等国家的先进技术;而美国之所以能够在独立战争后很快崛起,同样与它从英国等欧洲国家移植了大批先进技术有关。在当今的国际环境之下,要想顺利地引进外国的先进技术,技术引进国必须建立完善的知识产权制度,对外国的先进技术提供有效的保护。一家引进,多家使用,别人就不愿给你许可。从这个意义上讲,完善的知识产权制度是给外商吃了一颗定心丸,使他们能够放心地、积极地向该国转让先进技术。这是我国实现跨越式发展的重要条件。韩国这方面的经验值得我们学习。自20世纪90年代以来,韩国就开始执行严格的知识产权制度,并积极参与国际知识产权法律制度的协调工作。韩国的经验表明,加强知识产权保护对促进外国直接投资有显著的效应,外国国民发明专利和实用新型专利的申请量每增加一项,就可为韩国带来28.6万美元的外国直接投资,而且韩国GDP的总量与外国国民知识产权的申请总量也呈显著的正相关性^①。韩国自20世纪七八十年代以来所获得的长足进步和经济上的飞速发展,与其强力推行的知识产权发展战略可谓息息相关。

从另一方面看问题,企业享有知识产权,也往往成为吸引外商投资合作的重要条件。因为知识产权是保护享有知识产权商品市场份额的上方宝剑,也就是其投资利润能够实现的保护神。如果你还在其他国家获得知识产权,那么,你就可以凭借该权利,在保护国寻找合作伙伴,或者共同开发,或者许可使用,从而获取超额利润。如果没有知识产权,就很难找到合作伙伴,或者在合作中免不了要受制于人,成为别人的加工厂、打工族。德国西门子、博世公司当年欲和我国的扬子电冰箱厂合资成立“安徽博西扬制冷有限公司”,原因之一就在于西门子和博世公司看中了我国扬子电冰箱厂拥有价值近4000万元人民币的25项冰箱和冰柜方面的专利。而苹果公司和康柏公司的战略联盟、TCL出征兼并汤姆逊、联想收购IBM的PC业务以及明基并购西门子也都无不与对方的知识产权技术或品牌有关^②。总之,对一个国家而言,知识产权保护是引进先进技术和国际资本的重要手段,而对一个企业来说,拥有知识产权则是其在国内外市场东征西进、纵横捭阖不可或缺的锐利武器。

① 徐明华,包海波.知识产权强国——国际知识产权战略研究.北京:知识产权出版社,2003:173。

② 外企并购我国企业的背后. <http://www.szceo.com>. 2007年8月24日访问。

(三) 知识产权是企业市场竞争中克敌制胜的法宝

在知识经济条件下,企业要想在市场竞争中胜出,有两个条件是必须具备的:一是有良好的信誉和知名度,二是有科技含量高、适销对路的新产品。企业的良好信誉和知名度,要通过商号、商标等商业标志体现出来;而如果没有知识产权的保护,商标、商号就容易被他人仿冒甚至抢先注册据为己有,人们若要寻求法律救济往往面临诸多困难。如果不能获得法律救济,那么此前辛勤经营积累起来的商业信誉就将付之东流。我国的企业由于不重视知识产权保护而葬送自己品牌所造成的损失令人扼腕,从上海的“美加净”被冷冻,到天津的“大发”汽车被割让;从广东“皇妹”啤酒被暗渡陈仓,到北京的“光明”洗发露被偷梁换柱;再到最近国宝“一得阁”墨汁在日本被抢注,“红星”二锅头在欧盟被侵占,海信为从西门子手中夺回“Hi Sens”商标而苦苦战斗……总之,一个企业如果失去了品牌,就意味着市场的丧失,就意味着国际化背景下竞争话语权的丧失。反之,如果我们的企业注重知识产权的保护,采取适当措施,将这些商业活动的标志周全地保护起来,则不仅可以有效防止他人仿冒、侵占,而且可以在法律的保护之下,将自己辛勤经营积累的企业信誉不断存到企业的信誉存折(商标、商号等)上,经过努力,创造出驰名商标和驰名的商号。这些驰名的商标、商号就是企业的金字招牌,它对企业而言,就意味着竞争力,意味着机会和财富。比如,作为中国通信业巨头的“华为”,其商标目前的市场估值就是 396.43 亿元人民币,而酒类行业的“五粮液”也高达 128.89 亿元^①。这些品牌的价值远远超出了这些企业有形资产的价值。

不单商标如此,企业的高新技术也同样需要专利权来保护,如果没有专利权的保护,他人就可以合法仿制,与之竞争。如果企业适时将新技术申请专利,取得制造、销售该专利产品的独占权,那么,企业在市场竞争中就会取得主动权,处于十分有利的地位。“飞利浦”等外国公司所以能对我国的 DVD 生产厂家大开杀戒,迅速将其排挤出国际市场,“英特尔”、“思科”所以肆无忌惮,对我国“东进”、“华为”等公司实施诉讼纠缠,其主要的原因就在于它们掌握了相关领域的核心专利。而微软、IBM、高通、NEC、索尼等企业之所以能迅速崛起并长盛不衰,也主要与这些企业把持着相关领域高端专利技术紧密相关。

知识产权之所以有如此之功效,其原因就在于它制造了人为的稀缺。按照经济学原理,在市场竞争中,经营者要想取得优势地位,关键是要在竞争过程中不断地制造出有利于自己的稀缺性,能够在与其他经营者的有与无的对比中凸显自己的比较优势。而知识产权正是这样一种人为的稀缺。当一项技术、一件作品或一个品牌经产权化后,它赋予权利人的便是较其他经营者的某种稀缺资源,即在整个市场上只有权利人才能使用该技术、作品和商标,其他经营者未经许可均不得使用。正是在这种有与无的对比中,拥有知识产权企业的市场竞争优势才能真正显现出来。在这个意义上甚至可以认为,在当今的国际条件下,对市场主体而言,知识产权比知识本身更重要——没有知识产权保护的技术和商标等,就如同放在大街上无人看守的财富,很容易被他人抢掠而难以得到法律保护。

一个企业,如果它一方面十分注重新产品的研发和创新,同时又积极地在相应的新产品上构建自己的知识产权,那么,这些产权资源就会成为企业挫败竞争对手,获得市场竞争优势的“矛”和“盾”,进可攻,退可守。企业拥有的知识产权资源越多,在整个市场竞争中的优

① 中国品牌研究院. 中国最有价值商标 500 强. <http://www.Sina.com.cn>. 2007 年 8 月 20 日访问。