

ZHISHICHANQUAN GUANLI

知识产权管理

企业是知识产权管理的主体。知识产权是企业走向国际市场的通行证，是提升企业核心竞争力的牵引机。因此，企业知识产权管理应成为我们研究的重点。本书试图从企业的角度，探讨企业运用知识产权管理策略，突出管理技巧和方法，为企业创造利益。本书适合于各地知识产权、高等院校及企事业单位参考和阅读。

企业是知识产权管理的主体。知识产权是企业走向国际市场的通行证，是提升企业核心竞争力的牵引机。因此，企业知识产权管理应成为我们研究的重点。本书试图从企业的角度，探讨企业运用知识产权管理策略，突出管理技巧和方法，为企业创造利益。本书适合于各地知识产权、高等院校及企事业单位参考和阅读。

主 编 乔永忠
副主编



全国百佳图书出版单位
知识产权出版社

ZHISHICHANQUAN GUANLI

知识产权管理

企业是知识产权管理主体。知识产权管理是企业应用知识产权的实践活动。掌握并运用知识产权的主动权，是企业发展的关键。本书以知识产权管理为研究对象，从企业应用知识产权的角度，探讨企业应用知识产权管理策略，提出管理技巧和方法。为企业制定战略、决策提供有益的参考和借鉴。本书是企业知识产权管理的主体、知识产权管理的重要的参考资料。本书以知识产权管理为研究对象，从企业应用知识产权的角度，探讨企业应用知识产权管理策略，提出管理技巧和方法。为企业制定战略、决策提供有益的参考和借鉴。本书是企业知识产权管理的主体、知识产权管理的重要的参考资料。

曾德国◎主编

乔永忠◎副主编



全国百佳图书出版单位
知识产权出版社

责任编辑：王金之
封面设计：张冀

责任校对：韩秀天
责任出版：卢运霞

图书在版编目 (CIP) 数据

知识产权管理 / 曾德国主编. —北京: 知识产权出版社, 2012. 3

ISBN 978 - 7 - 5130 - 1039 - 9

I. ①知… II. ①曾… III. ①知识产权 - 管理 IV. ①D913. 04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 275956 号

知识产权管理

曾德国 主编 乔永忠 副主编

出版发行：知识产权出版社

社址：北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址：<http://www.ipph.cn>

发行电话：010 - 82000860 转 8101/8102

责编电话：010 - 82000860 转 8112

印 刷：北京富生印刷厂

开 本：710mm × 1000mm 1/16

版 次：2012 年 3 月第 1 版

字 数：292 千字

ISBN 978 - 7 - 5130 - 1039 - 9/D · 1395(3920)

邮 编：100088

邮 箱：wangjinzhi@cnipr.com

传 真：010 - 82005070/82000893

责编邮箱：wangjinzhi@cnipr.com

经 销：新华书店及相关销售网点

印 张：16.5

印 次：2012 年 3 月第 1 次印刷

定 价：38.00 元

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题，本社负责调换。

目 录

第一章 知识产权管理导论	(1)
第一节 知识产权的概念和价值	(1)
一、知识产权的概念	(1)
二、知识产权的价值	(2)
第二节 知识产权管理概述	(4)
一、知识产权管理的概念	(4)
二、知识产权管理的特征	(5)
三、知识产权管理的意义	(5)
四、知识产权管理的原则	(7)
五、知识产权管理的手段	(8)
第三节 知识产权管理的分类和内容	(9)
一、按照知识产权管理主体的分类	(9)
二、按照知识产权管理客体的分类	(10)
三、知识产权管理的内容	(11)
第四节 我国知识产权管理面临的问题及建议	(12)
一、知识产权管理的背景	(13)
二、我国知识产权管理面临的问题	(13)
三、强化我国知识产权管理的思路	(16)
第二章 知识产权管理体制	(19)
第一节 发达国家知识产权管理体制	(19)
一、美国的知识产权管理体制	(19)
二、日本的知识产权管理体制	(22)
三、发达国家知识产权管理体制的特点	(23)
四、知识产权行政管理机构的三种模式	(26)
第二节 中国知识产权管理体制	(26)
一、中国知识产权的法律体系	(26)
二、中国知识产权的管理体系	(27)
三、中国知识产权的保护体制	(29)

四、中国知识产权管理体制的主要特点	(30)
五、中国现行知识产权管理体制存在的主要问题	(31)
六、存在问题的原因分析	(33)
七、完善我国知识产权管理体制的建议	(35)
第三节 知识产权行业管理体制	(38)
一、行业的分类	(38)
二、行业协会发展	(39)
三、知识产权的行业管理现状	(42)
四、知识产权的行业管理发展思路	(44)
第四节 企业知识产权管理体制	(46)
一、企业构建知识产权管理体制的必要性	(46)
二、企业构建知识产权管理体制的目标	(47)
三、企业知识产权管理的分类	(48)
四、企业知识产权管理存在的不足	(49)
五、企业知识产权管理系统的要素	(50)
六、企业知识产权管理系统架构	(51)
七、企业知识产权管理的关键业务领域	(52)
八、企业知识产权管理的支撑体系	(55)
第三章 企业知识产权管理总论	(56)
第一节 企业知识产权管理流程	(56)
一、企业知识产权管理的目的	(56)
二、企业知识产权管理理念	(57)
三、企业知识产权管理阶段	(59)
四、管理制度与流程	(61)
第二节 管理团队与人力资源建设	(63)
第三节 企业知识产权管理阶段	(64)
一、企业知识产权管理的导入期	(65)
二、企业知识产权管理的成长期	(67)
三、企业知识产权管理的成熟期	(68)
四、企业知识产权管理的整合期	(69)
五、企业知识产权管理的战略运营期	(70)
第四节 企业知识产权风险管理	(71)
一、知识产权风险的管控方式	(71)

二、知识产权风险的管控内容	(72)
第五节 企业知识产权管理绩效考核	(72)
一、企业知识产权考核指标	(73)
二、“知识产权能力”基本的考核思路及阶段考核要点	(73)
第四章 企业专利与商业秘密管理	(76)
第一节 专利管理概述	(76)
一、专利管理的含义	(76)
二、专利管理的特征	(77)
三、专利管理的目标与作用	(77)
四、专利管理的内容	(78)
第二节 专利获取管理	(78)
一、专利技术的价值评估	(79)
二、专利技术的获取方式	(83)
三、获取方式的选择策略	(88)
第三节 专利运营策略	(89)
一、专利的研发策略	(89)
二、专利申请的策略	(96)
三、专利的商业策略	(98)
四、专利的转让策略	(100)
五、专利的许可策略	(101)
六、专利的标准化策略	(103)
七、专利的诉讼策略	(104)
第四节 商业秘密的运营管理	(106)
一、技术秘密保护的措施	(107)
二、竞业禁止	(111)
第五章 企业商标管理	(115)
第一节 商标管理概述	(115)
一、商标、其他商业标识	(115)
二、品牌	(116)
三、企业商标权	(117)
第二节 商标权获取管理	(120)
一、商标权获取管理概述	(120)
二、商标权获取管理存在环节	(123)

三、商标获取流程	(128)
第三节 商标权经营管理	(136)
一、商标使用	(137)
二、商标使用许可	(144)
三、商标转让	(146)
四、地理标志	(147)
第六章 著作权管理	(151)
第一节 著作权管理概述	(151)
一、著作权的经济价值	(151)
二、我国著作权产业发展的现状	(155)
第二节 著作权的开发管理	(157)
一、著作权的开发途径	(158)
二、著作权的开发策略	(160)
第三节 著作权的维护管理	(167)
一、防御型维护	(167)
二、救济型维护	(173)
三、视角转换：从权利维护到效益维护	(176)
第四节 著作权的经营管理	(178)
一、尊重原创，大胆创新	(178)
二、选择最佳经营方式	(179)
三、挖掘精神权利的经济价值	(181)
四、整合资源，效益最大化	(182)
五、关注著作权的商业经营模式	(182)
第七章 企业知识产权评估	(187)
第一节 知识产权评估概述	(187)
一、知识产权评估的概念	(187)
二、知识产权评估原则	(188)
三、知识产权评估的意义	(190)
第二节 知识产权评估流程	(191)
一、知识产权评估相关规定	(191)
二、知识产权评估程序	(192)
第三节 专利权评估	(198)
一、专利资产的特征	(198)

二、专利价值的影响因素	(201)
三、专利资产评估的特征	(203)
四、运用收益法评估专利技术	(204)
第四节 商标权评估	(208)
一、商标的法律状态	(208)
二、商标的知名度	(210)
三、商标所依托的商品	(210)
四、宏观经济状况	(211)
五、评估目的	(211)
六、类似商标的交易情况	(212)
七、商标设计、广告宣传	(212)
八、商标权价值评估的方法	(212)
第五节 著作权评估	(215)
一、影响著作权价值的因素	(215)
二、著作权评估的特征	(218)
第八章 全球化背景下的知识产权管理	(219)
第一节 国际知识产权制度框架	(219)
一、全球化的背景	(219)
二、国际知识产权条约与保护	(220)
三、各国法律对知识产权的侵权救济	(224)
第二节 国际知识产权竞争状态	(230)
一、国际知识产权竞争格局	(230)
二、国际间知识产权竞争主要形式	(232)
第三节 国际知识产权竞争的管理	(234)
一、全球视野的企业知识产权战略	(234)
二、知识产权的海外布局	(236)
三、海外知识产权诉讼的应对	(243)
四、知识产权分析与预警	(249)
参考文献	(253)
后记	(254)

第一章 知识产权管理导论

管理是企业永恒的主题，是提高经济效益最主要的途径。作为 21 世纪的新兴管理概念——知识产权管理，在提高企业经营效益，增强企业市场竞争力方面发挥着越来越重要的作用，成为企业管理中的热点问题。

第一节 知识产权的概念和价值

一、知识产权的概念

“知识产权”一词来自英文“Intellectual Property”。17 世纪中叶，法国学者卡普佐夫最早将一切来自知识活动领域的权利概括为“知识产权”。后来，比利时法学家皮卡第认为，知识产权是一种特殊的权利范畴，但是不同于对物的所有权。这一观点得到世界上多数国家和众多国际组织的承认。^①我国在 20 世纪 70 年代至 80 年代初曾称之为“智力成果权”，1986 年我国《民法通则》正式将其确定为“知识产权”。我国台湾地区称之为“智慧财产权”。在日本曾称之为“无体财产权”，现称之为“知的所有权”。

知识产权的定义主要采用列举式和概括式两种方法，国际公约主要采用列举式，我国学者多采用概括式。《世界知识产权组织公约》第 2 条规定，“知识产权”应包括下列权利：（1）与文学、艺术及科学作品有关的权利；（2）与表演艺术家的表演活动、与录音制品及广播有关的权利；（3）与人类创造性活动的一切领域内的发明有关的权利；（4）与科学发现有关的权利；（5）与工业品外观设计有关的权利；（6）与商品商标、服务商标、商号及其他商业标记有关的权利；（7）与防止不正当竞争有关的权利；（8）一切其他来自工业、科学及文学艺术领域的创作活动所产生的权利。《与贸易有关的知识产权协议》（以下简称 TRIPs 协议）第 1 部分第 1 条规定，知识产权包括：（1）版权与邻接权；（2）商标权；（3）地理标志权；（4）工业品外观设计权；（5）专利权；（6）集成电路布图设计权；（7）未

^① 吴汉东主编：《知识产权法通识教材》，知识产权出版社 2007 年版，第 1 页。

披露过的信息专有权。

我国学者对知识产权的概念有如下几种代表观点：郑成思教授认为，知识产权是人们对其创造性的智力成果所依法享有的专有权利；吴汉东教授认为，知识产权是人们对自已的智力活动创造的成果和经营管理活动中的标记、信誉依法享有的权利；刘春田教授认为，知识产权是基于创造性智力成果和工商业标记依法产生的权利的统称；张玉敏教授认为，知识产权是民事主体依据法律的规定，支配其与智力活动有关的信息，享受其权利并排除他人干涉的权利。各位学者定义知识产权的侧重点不同，各有道理。^① 在各位学者观点的基础上，本书将其定义为：知识产权是指在产业、科学、文学艺术领域，自然人、法人或者其他组织依法对其智力创造成果所享有的权利。

二、知识产权的价值

知识产权是一种无形财产，也是权利型财产，或者说是一种准财产。如果没有保护，知识产权只是一种存在。只有存在保护的时候，知识产权才可以投入运营，运营成果也才是知识产权财产性质的体现。知识产权作为一种存在，主要体现它的信息价值、法律价值和创新价值。

（一）知识产权的信息价值

知识产权的信息价值主要指知识产权向社会披露的一种或多种有利的信息（商业秘密除外）。社会大众可以利用这些信息进行生产或生活活动。例如，商标是引领消费者判断产品或服务来源的信息，使用者可以从包含大量技术信息的专利、计算机软件中获知需要的技术信息。以专利为例：专利首先是一种技术方案，一种在特定时间范围内具备新颖性、创造性和实用性的技术方案，一种在该专利技术所处的行业内一般技术人员可以理解并能够根据该专利说明书进行实现或重现的技术。因此，专利具备使用价值——技术价值。专利技术价值的实现，主要靠对专利文献的利用——检索、调查、分析、理解、实现。专利技术价值的另一个体现是对基于专利技术的反思和跨越。例如：有个名叫邱则有的湖南人，组织了几十个人，从20世纪90年代开始，对当时中国专利局（现国家知识产权局）公开的关于水泥制品方面的专利进行跟踪、分析、模仿和超越，并在此基础上申请了大约4 000件专利，形成中国水泥制品行业无法突破的专利池，由此形成对水泥制品行业专利许可的全面态势。邱则有的做法是对专利技术价值的反利用，他实际上是

① 朱雪忠主编：《知识产权管理》，高等教育出版社2010年版，第5页。

利用专利技术的公开性,进行了新的技术创新,并形成专利,最后实现其商业目的。另一个例子是利用失效专利,利用失效专利可以迅速增加企业的技术储备,为企业的技术创新奠定坚实的基础。目前,我国共有失效专利40多万件,其中不乏技术含量很高的专利,但这一任何人都可以无偿使用的财富却被深埋尘里。研发人员在熟知专利可以带来一本万利的魔力的同时,却很少懂得“专利权的地域性”还有空可钻。利用专利权的地域性,可以选准机会,仿制未在本国取得专利保护的先进技术或产品,还可正大光明地在此销售。总之,就中国企业主要从事产品应用及开发的现状而言,有大量的专利技术方案已经进入了可以免费利用的范围,我们可以充分利用专利的信息价值。

(二) 知识产权的法律价值

知识产权制度是对人类智力劳动成果进行准确界定和保护的制度,其本质是对智力劳动的商品化进行法律界定和保护。知识产权体现为一种法定权利和垄断权利的特点,如知识产权许可费的英文“Royalty”、“License fee”在西方中世纪结束后的早期资本主义时代,都是皇(王)室的特权授予个人或组织的体现,其意义类同于中国古代的“钦赐”,体现为垄断的特权。知识产权形成的法定垄断通过排除第三方的实施而得以实现,因此,在现代竞争理论中,知识产权被用做重要的竞争工具,这就形成了知识产权的第二种价值——法律价值。近年来,知识产权的市场竞争尤为突出,无论是对TRIPs协议的讨论,还是中国电子、生物、制药和计算机行业,知识产权的竞争性已经蔚然成风。而在彩电、摩托车甚至传统行业中,中国企业无时不在面临着知识产权竞争性的威胁。一方面,国外公司在传统行业的高端产品领域抢注专利;另一方面,一些市场畅销的国内产品受到外国公司的侵权调查。知识产权诉讼接连不断,中国企业经常因为处于劣势的知识产权能力而付出巨大代价。例如,作为中国芯片业重要企业的中芯国际,在其成长过程中,两次因为知识产权问题被台湾积体电路股份有限公司狙击,共付出3.25亿美元赔偿加8%的股权的惨重代价,而且丧失了商业上获得成功的时机和重要资源。知识产权法律价值的实质体现为商业竞争带来的商业价值,是对权利主体的价值体现和增值。

(三) 知识产权的创新价值

知识产权制度的强化与知识产权保护力度的上升,可以极大地提高对知识产权权利人的投资回报,促进更多的组织和个人投入技术创新等各种创新活动,从而提高创新能力和速度。从社会发展的层面讲,知识产权制度对包

括技术创新为核心的社会创新活动起到了巨大的促进和推动作用，并推动整个社会的整体进步。知识产权制度不在于保护一切知识，而在于鼓励创新。知识产权的创新价值体现为知识产权的社会价值。

综上，知识产权的信息价值和法律价值是企业最直接面对和必须关注的价值。知识产权信息价值是企业通过对知识产权相关信息之关注、跟踪、调查、分析、吸收、引用和管理活动实现的。体现在专利方面，就是专利预警与专利技术实施行为的推进——对专利技术的关注、跟踪、检索、调查、分析、利用、反馈、超越。知识产权的法律价值是对知识产权作为竞争工具的开发、利用和管理。表现在专利方面，就是对专利申请和专利预警的利用。知识产权的创新价值是企业知识产权管理的外部环境核心关注点。知识产权立法、司法、执法和行政管理战略、策略、制度、措施的变更的主要衡量依据是知识产权制度对鼓励创新的作用及副作用之平衡，即知识产权制度作为一种社会利益平衡与调节的工具对其制度目的的实现程度。

需要注意的是：无论是企业的知识产权机构及管理者，还是企业研发、市场、销售或者供应链、企业人力资源、财务管理等部门，关注知识产权价值，必须站在企业战略的高度，从企业战略出发，以实现企业战略目标为终点。

第二节 知识产权管理概述

一、知识产权管理的概念

管理是协调工作活动使之有效率和有效果的过程，是同别人一起或通过别人使工作活动完成得更有效率和更有效果的过程，也是管理者对管理对象加以计划、组织、协调和控制，使其发展符合组织目标的活动和过程。^① 知识产权管理是指政府机构、高校、科研院所、企业或者其他组织等主体计划、组织、协调和控制知识产权相关工作，并使其发展符合组织目标的过程，是协调知识产权事务的宏观调控和微观操作活动的总和。它是国家有关部门为保证知识产权法律制度的贯彻实施，维护知识产权人的合法权益和社会公共利益而进行的行业及司法活动，以及知识产权人为合理开发、应用、

^① [美] 斯蒂芬·P·罗宾斯，玛丽·库尔特著：《管理学》（第7版），孙健敏，黄卫伟等译，中国人民大学出版社2004年版，第21页。

保护知识产权，使其发挥最大经济效益和社会效益的经营管理活动。

二、知识产权管理的特征

（一）合法性

知识产权管理的合法性是指管理主体所从事的知识产权管理活动，不得违反相关法律法规，特别是知识产权法律法规、规章制度的性质。从“法”的位阶来看，知识产权管理的合法性具体包括两个方面：一是管理活动必须符合国家法律法规、地方法规和部门规章；二是管理活动必须符合组织内部自身发展规律的规章制度。

（二）市场性

知识产权管理的市场性是指知识产权管理活动必须遵循市场经济规律，知识产权的转让、许可等交易活动必须符合价值规律，知识产权交易价格由创造该知识产权客体的社会必要劳动时间决定，并受市场供求关系影响的性质。知识产权制度是市场经济的产物，所以知识产权管理活动应当遵循市场经济原则，以市场机制为导向，以市场效益为目标。

（三）动态性

知识产权管理的动态性是指知识产权管理活动应该随着市场环境、知识产权法律状态、知识产权制度和组织内部环境及具体管理制度的变化而变化的性质。动态性体现在四个方面：一是知识产权管理的市场性特点，要求企业根据市场情况的变化对其知识产权管理作出相应的调整；二是知识产权管理活动应该随着知识产权的法律状态（如有效期限、权利的有效性等）的变化而变化；三是知识产权管理活动应该随着国家知识产权制度和政策调整而变化；四是知识产权管理活动应该随着组织内部环境及规章制度的变化而变化。^①

三、知识产权管理的意义

知识产权管理可以强化创新主体的知识产权意识，提高创新主体的知识产权产出效率和质量，提升创新主体的知识产权运用能力，提高创新主体的知识产权管理水平，完善知识产权管理组织或机构的规章制度，培养知识产权管理人才，奠定知识产权文化基础。随着经济全球化的不断加深和知识经济的日益彰显，知识产权竞争越来越激烈。创新主体通过强化知识产权科学

^① 朱雪忠主编：《知识产权管理》，高等教育出版社2010年版，第14~15页。

管理，激励知识产权的创造、提高知识产权运用的效率和完善依法保护知识产权的措施，从而在市场竞争中获得并保持优势，获得更多经济效益。

（一）有利于提高对知识产权的认识

强化知识产权管理，不仅有助于增强创新主体的创新意识和知识产权意识以及建立知识产权激励机制，而且有助于通过借助外部力量进行创新和研发，从而增强创新主体的创新能力。

（二）有利于激励知识产权产出的数量和质量

主要表现在如下三个方面：一是强化行政机构的知识产权管理，能够提高政府知识产权行政管理机构的工作效率，缩短专利和商标的审查周期，在单位时间里产出数量更多、质量更高的知识产权；二是强化企业的知识产权管理，有助于激励企业创造出数量更多、价值更高的知识产权，提升企业竞争力，节约研发成本；三是强化高等院校、科研院所的知识产权管理，有助于增强它们产出的知识产权的实用性，促进产学研的有机结合。

（三）有利于提高知识产权的运用能力

提升知识产权运用能力是创新主体的目的，也是各种层次的知识产权战略的核心。因为只有提升创新主体的知识产权运用能力，才能为它们带来大量的经济价值。换句话说，知识产权通过运用，才能体现其存在的价值。因此，强化知识产权的科学管理，一定要围绕提高知识产权运用能力这个核心，从而提升创新主体的知识产权运用能力和应对知识产权纠纷及其相关事务的能力。

（四）有利于提升我国的综合国力

当今世界，知识产权已经成为一个企业和国家的核心竞争力。而合理有效的管理是促进知识产权的创造、运用和保护，建设创新型国家的关键。科学、有效的管理可以整合政府、企业、科研院所、社会团体以及公民个人各方面的力量和聪明才智，把社会蕴藏的创造力最大限度地发挥出来，创造出更多更好的知识产权。把知识产权最大限度地运用起来，创造出最大的经济效益和社会效益，最大限度地提高我国的综合国力。

（五）有利于促进部门之间的协调

有效的知识产权管理有助于创新主体的各职能部门在知识产权事务中的配合与协调，从而提高创新主体的组织协调能力和提高知识产权宏观管理的整体水平。做好知识产权统计、分析和预测工作，及时准确地为各级政府部门制定相关工作方针政策提供依据，为宏观经济、科技、贸易管理部门进行决策提供参考，为企业准确把握市场发展趋势提供服务。

四、知识产权管理的原则

知识产权管理原则是指在知识产权管理过程中应该遵循的规律及规则，主要包括管理效益原则、依法管理原则、系统管理原则、遵循价值规律原则和功能管理原则。

（一）管理效益原则

管理效益原则是指知识产权管理活动必须遵循管理收益大于管理成本的原则。知识产权是一种无形资产，其收益有时可能非常丰厚，有时可能为负资产。例如畅销产品的核心专利技术、驰名商标等，其收益极为丰厚，但是像已经过时，没有实际价值的专利技术，还要缴纳维持费，使得该专利技术成为负资产。所以，管理者必须遵循管理效益原则，根据知识产权资产的特点，进行科学的管理，为创新主体带来合理的收益。

（二）依法管理原则

依法管理原则是指知识产权管理必须依据相关法律进行合法管理。这里的合法管理应该包括两个方面的含义：其一，知识产权管理和其他管理一样，要遵守国家的法律法规，如民法、经济法、商法、刑法等，不得违法管理。其二，知识产权管理必须遵守知识产权本身的相关法律法规。知识产权管理和其他管理最大的区别在于其管理的对象——知识产权本身涉及大量的法律法规，如专利法及其实施条例、著作权法及其实施条例、商标法及其实施条例、反不正当竞争法等。如果管理不当，可能会使知识产权的价值减少，甚至消失。例如，发明在申请专利之前的不当公开，就有可能因为丧失新颖性而失去申请专利的资格；商标没有在法定时间内及时续展，失去其专有权等。因此，知识产权管理必须遵循知识产权法律法规和相关国际公约，遵守游戏规则，争取效益最大化。依法管理原则对知识产权管理具有非常重要的意义，关系到知识产权价值的大小，甚至有无。

（三）系统管理的原则

知识产权管理是企业整体管理系统的一个重要组成部分，企业知识产权管理必须服务于企业整体发展的战略目标，必须与企业的产品开发、市场营销、人力资源管理、内部规章制度建设等密切结合，贯彻到企业的各项业务活动和管理工作中，才能充分发挥作用。

（四）遵循价值规律原则

知识产权的运营是平等主体的法律行为。知识产权的快速发展得益于市场经济。因此，知识产权管理活动必须遵循市场经济的基本规律，充分利用

知识产权制度与市场经济运行机制，根据价值规律制定管理制度，规范知识产权的转让、许可、质押等市场行为，在保障知识产权主体合法权益的前提下，获得更多的经济收益。

（五）功能管理原则

功能管理原则是指知识产权管理必须遵循保护知识产权、促进科学技术进步和文化传播的原则。专利管理必须有利于保护专利权人的合法权益，鼓励发明创造，推动发明创造的应用，提高创新能力，促进科学技术进步和经济社会发展。商标管理应该有利于保护商标专用权，促使生产、经营者保证商品和服务质量，维护商标信誉，以保障消费者和生产、经营者的利益，促进社会主义市场经济的发展。著作权管理必须有利于保护文学、艺术和科学作品作者的著作权，以及与著作权有关的权益，有益于作品的创作和传播，促进文化和科学事业的发展与繁荣。

五、知识产权管理的手段

知识产权管理的手段主要包括：行政手段、法律手段和市场手段。

（一）知识产权管理的行政手段

知识产权管理的行政手段主要是指知识产权行政管理机构在知识产权的申请、审查、授权、登记等过程中所采取的手段，也包括企业、高等院校、科研院所等机构依托自身内部的知识产权管理部门制定有关人员聘用、奖励或惩罚、知识产权的利用、保护等方面的管理制度，以此构建企业的知识产权管理体系，从而保证其有效运作的手段。

（二）知识产权管理的法律手段

知识产权管理的法律手段主要是指政府知识产权行政机构、企业等运用知识产权的相关制度、政策来处理属于其职权范围内的知识产权事务的方式。

（三）知识产权管理的市场手段

知识产权管理的市场手段主要是指企业、高等院校、科研院所等知识产权经营主体以市场为导向，以市场竞争为内容，以市场效益为目标，运用市场手段对其知识产权工作进行管理的方式。

当然，知识产权管理的行政手段、法律手段和市场手段并不是各自独立的，而是相辅相成的。^①

^① 朱雪忠主编：《知识产权管理》，高等教育出版社2010年版，第16~18页。

第三节 知识产权管理的分类和内容

一、按照知识产权管理主体的分类

(一) 知识产权行政管理

知识产权行政管理主要是指政府行政部门依据相关法律的授权，对知识产权所实施的管理。^① 知识产权行政管理在中国不仅包括行政机关对知识产权的确权、行使和保护，而且包括行政机关根据权利人的请求对知识产权权益纠纷进行调解、查处和裁决，即知识产权行政执法。我国政府知识产权行政管理涉及部门非常多，主要有国家知识产权管理部门，如国家知识产权局、国家版权局、国家工商行政管理总局、国家农业部、国家林业局；地方知识产权管理部门，如地方知识产权局、地方版权局、地方各级工商行政管理局等。

(二) 知识产权行业管理

知识产权行业管理是指各行业协会或者组织根据行业发展的基本情况，依据法律规定所实施的知识产权管理。在某种意义上来讲，行业知识产权管理比单个企业所进行的知识产权管理更为重要。行业不同于企业，并不是归属谁所有的，但有行业利益的存在。尽管行业协会自身并不拥有知识产权，但是行业成员的利益需要行业协会保护，这是成立行业协会的必要性。行业协会根据保护行业利益和行业发展的需要，协调、组织本行业成员的知识产权工作，如制定标准、建立专利联盟、共同应对侵权诉讼、代表行业成员参与国家知识产权立法和政策的制定、修订，制定尊重知识产权的自律公约等。行业管理是通过行业协会的社会中介作用实现的，通过有组织的行业自律和企业自律达到目的，不是依靠政府作用对于企业进行更强制的约束，更不是运用法律手段制止本行业企业的不当行为。知识产权行业管理可以通过规范管理、行业保护等促进行业的技术创新，增强行业整体的对外抗衡能力。

(三) 企业知识产权管理

企业知识产权管理实际就是企业知识资本的优化管理。通过技术层面对企业知识资本的整合，挖掘企业固有的隐性知识，吸收和借鉴国际上先进的

^① 罗国轩：《知识产权管理概论》，知识产权出版社2007年版，第8页。