

高等学校管理类专业前沿课程教材

知识产权管理

(第二版)

主 编 朱雪忠

副主编 乔永忠 詹 映

高等教育出版社

高等学校管理类专业前沿课程教材

知识产权管理

(第二版)

主 编 朱雪忠

副主编 乔永忠 詹 映

ZHISHI CHANQUAN GUANLI

高等教育出版社·北京

内容简介

本教材由总论和分论两部分共十四章组成。总论部分在介绍知识产权管理基础知识及管理体系的基础上,系统阐述了知识产权的取得、运用和保护。分论部分对知识产权行政管理、知识产权价值评估、知识产权人力资源管理、知识产权合同管理、专利信息检索与分析、技术标准与专利池管理、品牌战略与商标管理、软件著作权管理和商业秘密管理等专题进行了专门论述。各章前后均有一个案例或阅读材料,并在章后的案例中设计了讨论题,以便拓宽学生的思路。

本教材不仅适合知识产权管理、知识产权法或者相关专业的高年级本科生、硕士生和 MBA 等各类学员作为教材使用,也适合企业、政府知识产权管理人员等教育培训使用。

图书在版编目(CIP)数据

知识产权管理 / 朱雪忠主编. -- 2 版. -- 北京 :
高等教育出版社, 2016.5
ISBN 978-7-04-045049-1

I. ①知… II. ①朱… III. ①知识产权 - 管理 - 高等
学校 - 教材 IV. ①D913.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 050943 号

策划编辑 雷 雪
插图绘制 黄建英

责任编辑 雷 雪
责任校对 胡美萍

封面设计 姜 磊
责任印制 刘思涵

版式设计 童 丹

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 山东省高唐印刷有限责任公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 21.5
字 数 520 千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.hepmall.com.cn>
<http://www.hepmall.com>
<http://www.hepmall.cn>
版 次 2012 年 2 月第 1 版
2016 年 5 月第 2 版
印 次 2016 年 5 月第 1 次印刷
定 价 36.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 45049-00

第二版前言

近年来,国家知识产权战略实施取得了显著成效。2013年8月30日,第十二届全国人民代表大会常务委员会第四次会议审议并通过了《中华人民共和国商标法修正案》,于2014年5月开始实施。《中华人民共和国著作权法》修订草案已经于2013年1月提交国务院,《中华人民共和国专利法》修改草案正在讨论之中。2015年6月30日国家知识产权局等八部委印发了《关于全面推行〈企业知识产权管理规范〉国家标准的指导意见》等政策文件。随着企业知识产权管理水平有了大幅提升,在我国出现了大量的反映新时代知识产权管理的案例。值得一提的是,高等院校知识产权教学规模迅速发展。基于上述情况,我们对《知识产权管理》进行了如下修订:根据最新的《中华人民共和国商标法》对相关内容进行了修订;补充了《企业知识产权管理规范》等相关内容;增加了新的知识产权管理案例;修改了第一版的一些不当之处。具体修订工作的分工如下:

第一章:乔永忠教授(西南政法大学知识产权研究中心)和詹映副教授(中南财经政法大学知识产权学院);第二章:朱雪忠教授(同济大学法学院/知识产权学院)和乔永忠教授;第三章:黎运智副教授(广东财经大学);第五章:谢惠加教授(华南理工大学知识产权学院);第六章:金明浩副教授(武汉工程大学政治与法律学院);第七章、第八章:陈朝晖教授(广西科技大学管理学院);第九章:蒋逊明副教授(华中科技大学管理学院);第十章:文家春副教授(同济大学法学院/知识产权学院);第十一章:詹映副教授;第十二章:杨远斌博士(暨南大学知识产权学院);第四章、第十三章:孟奇勋副教授(武汉理工大学文法学院);第十四章:黄光辉博士(重庆理工大学知识产权学院)。全书由主编朱雪忠教授统稿。

主 编

2015年11月

第一版前言

2008年6月我国颁布实施的《国家知识产权战略纲要》强调,要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。2008年7月17—18日,世界知识产权组织(WIPO)在日内瓦举行的题为“加强知识产权管理教育和研究”的国际会议呼吁,应该将知识产权管理教育纳入商学院、工程学院和法学院的教学计划,重视知识产权管理教育及其在商业组织中所发挥的关键作用。

在国际国内都非常重视知识产权管理教育和人才培养的大背景下,编写实用性强的知识产权管理教材显得十分迫切。为此,国内十余所高等院校致力于知识产权管理研究的相关教师、博士共同编写了本教材,以满足社会的需要。

本书在内容、结构和体例方面力求体现以下特色:

第一,突出管理内容。基于知识产权代表核心竞争力的无形资产的理念,本教材强化了知识产权的取得和运用,在知识产权保护方面增加了保护策略和技术保护的内容,强化了管理特色,克服了一些知识产权管理教材过分强调法律保护的缺陷。

第二,总论和分论相结合。总论和分论相结合的模式较好地协调了教材的体系性和针对性关系。尽管近年来知识产权管理得到了学术界的重视,但是知识产权管理教材还没有形成自己独特的体系。本教材总论部分按知识产权管理体系,知识产权取得、运用和保护的顺序展开,分论部分安排了针对我国知识产权管理实际的九个专题,这样的体系结构安排是一种尝试。

第三,重视案例。知识产权管理是一门实践性很强的应用性学科。本教材在每章的前后各设置一个案例或阅读材料。案例以知识产权管理案例为主,强调知识产权有效取得和合理运用对知识产权权利人利益的作用,兼顾知识产权法律保护的案例。

本书由朱雪忠主持编写,乔永忠协助统稿。具体分工如下:第一章,乔永忠(西南政法大学知识产权研究中心)和詹映(中南财经政法大学知识产权学院);第二章,朱雪忠(华中科技大学知识产权战略研究院)和乔永忠;第三章,黎运智(广东商学院);第四章,陶双文(武汉理工大学法学院);第五章,谢惠加(华南理工大学知识产权学院);第六章,金明浩(武汉工程大学政治与法律学院);第七章,刘林青(武汉大学经济管理学院);第八章,陈朝晖(广西工学院财经系);第九章,蒋逊明(华中科技大学知识产权战略研究院);第十章,文家春(华中科技大学知识产权战略研究院);第十一章,詹映;第十二章,杨远斌(暨南大学知识产权学院);第十三章,孟奇勋(华中科技大学知识产权战略研究院);第十四章,黄光辉(华中科技大学知识产权战略研究院)。

本书的部分内容源自国家自然科学基金重点项目“促进自主创新的知识产权管理研究”(项目编号为70633003)的研究成果,特此说明。

由于编者的学识有限,书中的不当之处在所难免。欢迎各位专家、同行和广大读者不吝赐教、批评指正,我们不胜感激,并将在今后修订时加以完善。

编 者

2009年7月

目 录

第一篇 总 论

第一章 知识产权及其管理概述	3	复习思考题	78
第一节 知识产权概述	4	案例讨论	78
第二节 知识产权管理概述	12	延伸阅读	81
第三节 知识产权管理与竞争优势	16	第四章 知识产权运用	82
本章小结	19	第一节 知识产权许可	83
关键术语	20	第二节 知识产权转让	87
复习思考题	20	第三节 知识产权出资	90
案例讨论	20	第四节 知识产权信托	92
延伸阅读	22	第五节 知识产权拍卖	96
第二章 知识产权管理体系	23	第六节 知识产权质押	100
第一节 知识产权管理机构及其职能	24	第七节 商业特许经营	103
第二节 知识产权管理制度	30	第八节 知识产权捐赠	106
第三节 知识产权战略	36	本章小结	108
本章小结	41	关键术语	109
关键术语	41	复习思考题	109
复习思考题	41	案例讨论	110
案例讨论	42	延伸阅读	111
延伸阅读	43	第五章 知识产权的保护	112
第三章 知识产权的取得	44	第一节 知识产权保护策略	113
第一节 技术开发与专利申请	45	第二节 知识产权法律保护	118
第二节 商标标志的设计与商标注册		第三节 知识产权技术保护	133
申请	52	本章小结	135
第三节 著作权的产生与软件的登记	64	关键术语	135
第四节 其他知识产权的取得	69	复习思考题	135
本章小结	77	案例讨论	135
关键术语	77	延伸阅读	136

第二篇 分 论

第六章 知识产权行政管理	139	第三节 我国知识产权行政管理制度的	
第一节 知识产权行政管理概述	140	变革	157
第二节 我国知识产权行政管理的		本章小结	161
基本制度	149	关键术语	162

复习思考题	162	延伸阅读	245
案例讨论	163	第十一章 技术标准与专利池管理	246
延伸阅读	165	第一节 技术标准与专利池	247
第七章 知识产权价值评估	166	第二节 与技术标准相关的知识产权管理	252
第一节 知识产权评估的基本概念	167	第三节 专利池管理	254
第二节 知识产权价值评估	170	本章小结	260
第三节 知识产权价值评估的一般方法	174	关键术语	261
本章小结	176	复习思考题	261
关键术语	177	案例讨论	261
复习思考题	177	延伸阅读	262
案例讨论	177	第十二章 品牌战略与商标管理	263
延伸阅读	178	第一节 品牌及品牌的功能与意义	264
第八章 知识产权人力资源管理	179	第二节 品牌的支撑因素与常见的品牌战略	269
第一节 知识产权管理与人力资源	179	第三节 商标的日常事务管理	274
第二节 知识产权人力资源的培养	184	第四节 商标的运营管理	278
第三节 知识产权人力资源的管理与激励	191	本章小结	282
本章小结	199	关键术语	283
关键术语	200	复习思考题	283
复习思考题	200	案例讨论	283
案例讨论	201	延伸阅读	286
延伸阅读	202	第十三章 软件著作权管理	287
第九章 知识产权合同管理	203	第一节 计算机软件概述	288
第一节 知识产权合同概述	203	第二节 软件著作权的归属管理	291
第二节 知识产权开发合同	205	第三节 软件著作权的权项管理	294
第三节 知识产权实施许可合同	208	第四节 软件著作权登记管理	297
第四节 知识产权质押合同	212	第五节 侵权认定与责任承担	301
本章小结	214	本章小结	306
关键术语	215	关键术语	306
复习思考题	215	复习思考题	307
案例讨论	215	案例讨论	307
延伸阅读	217	延伸阅读	308
第十章 专利信息检索与分析	218	第十四章 商业秘密管理	309
第一节 专利信息	219	第一节 商业秘密概述	310
第二节 专利信息检索	226	第二节 商业秘密之人的管理	314
第三节 专利信息分析方法	232	第三节 商业秘密之事的管理	319
第四节 专利信息分析流程与解读	239	本章小结	325
本章小结	243	关键术语	325
关键术语	243	复习思考题	325
复习思考题	244	案例讨论	325
案例讨论	244	延伸阅读	327
参考文献	328		

第一篇

总 论

知识产权及其管理概述

学习目标

1. 理解知识产权的概念
2. 了解知识产权的主体、客体和内容
3. 理解知识产权管理的概念
4. 了解知识产权管理的特征和功能
5. 掌握知识产权管理与竞争优势的关系

中国企业的知识产权之路

今天,绝大多数中国企业不仅尊重他人的知识产权,而且更加努力地健全自己的知识产权体系。但在30多年前,它们对于知识产权还多是“门外汉”,不仅缺少足够的重视,有的甚至连基本的知识产权概念都不清楚。30多年来,中国企业的知识产权工作走过了一条怎样的道路?这条路的未来又将通向何方?

过去:在政府帮助下从零起步

20世纪70年代,知识产权制度在发达国家已经基本完备之时,大多数中国企业才刚刚开始接触知识产权这一概念。不少企业没有意识到“知识产权”对于企业的重要性,当时粗加工型企业在中国整体工业结构中占据了较大比重的现状,使得不少企业认为“知识产权与我无关”。后来,很多中国企业意识到,没有知识产权、不会运用知识产权,企业在国际贸易中将处处碰壁。于是,企业开始主动了解、学习国外企业在知识产权方面的经验和做法,同时,中国政府也开始积极参与国际知识产权活动。在政府推动下,立法机关大力加强知识产权相关法律法规的建设。在政府帮助下,中国企业克服了重重困难,从知识产权几乎为零开始起步,在艰难的摸索中努力前行。

现在:知识产权工作日渐成熟

今天,中国企业在知识产权方面已经取得了令世人瞩目的成就。2014年,中国共受理发明专利、实用新型和外观设计申请236.1万件,其中发明专利92.8万件,同比增长12.5%,申请量连续4年居世界第一;共授权发明专利23.3万件;受

理商标注册申请 228.5 万件,同比增长 21.5%;商标有效注册量 839 万件,继续保持世界第一;作品登记量 99.2 万件,同比增长 17.39%;计算机软件著作权登记量 21.9 万件,同比增长 33.12%。如此高的知识产权增长量,与我国企业对于知识产权的重视是密不可分的。虽然我国很多企业的知识产权工作还存在不少问题,但我国确实涌现出一些在知识产权方面水平较高的企业。据世界知识产权组织(WIPO)在 2015 年 3 月发布的报告显示,中国企业已成为专利合作协定(PCT)国际专利申请大户,华为公司以 3 442 件 PCT 国际专利申请高居榜首,中兴通讯位列第三,腾讯科技、深圳华星光电、京东方和华为终端分列第 17、23、24 和 46 位。短短的 30 余年里,中国走过了发达国家上百年才走完的知识产权建设之路,并初步建立起了属于自己的知识产权体系。如此巨大成就的取得,一方面是由于中国企业敢于在逆境中奋勇拼搏、刻苦钻研,另一方面也得益于我们有大量的国外先进企业可以借鉴、学习。

当然,还应该清楚地看到,我国许多企业拥有的专利还很少,甚至没有专利的现实。

未来:知识产权建设任重道远

我国《国家知识产权战略纲要》指出,到 2020 年,要把我国建设成为“知识产权创造、运用、保护和管理水平较高的国家”。该《纲要》还强调,企业一定要成为知识产权创造和运用的主体。目前中国企业在知识产权工作方面还有很多事情要做,还有很大的空间可以提升。继续向国际先进企业学习其先进的知识产权理念,无疑是迅速提高中国企业知识产权水平的有效方法之一。

总之,在过去 30 多年中,中国企业的知识产权工作已经迈出了成功的第一步,而未来,脚下的路虽然还很漫长,但光明的前景却已经在望。完全可以相信,中国企业的知识产权工作必将取得更大的成就。

(资料来源:根据新华网资料及申长雨在“2014 年中国知识产权发展状况新闻发布会”上的讲话整理。http://www.bj.xinhuanet.com/bjpd-cj/2009-01/09/content_15410137htm, 2009-02-18;<http://www.sipo.gov.cn/twzb/2014zgzcqfzzk/>, 2015-08-28.)

推进知识产权与管理融合,强化知识产权管理教育,不但是经济全球化和知识经济发展的需要,也是我国社会经济发展,特别是实施国家知识产权战略的要求。本章主要介绍知识产权基础知识、知识产权管理基础知识以及知识产权对竞争优势的作用。

第一节 知识产权概述

一、知识产权基础知识

(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。^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《中华人民共和国民法通则》正式将其确定为“知识

^① 吴汉东. 知识产权法. 5 版. 北京:法律出版社, 2014:3-4.

产权”。我国台湾地区称之为“智慧财产权”。在日本曾称为“无体财产权”，现在称为“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。

《成立世界知识产权组织公约》第2条第8款规定，“知识产权”应包括下列项目的权利：①文学艺术和科学作品；②表演艺术家的表演、录音制品和广播；③在人类一切活动领域内的发明；④科学发现；⑤工业品外观设计；⑥商标、服务标记、商号和其他商业标志；⑦防止不正当竞争；⑧在工业、科学、文学或艺术领域内其他一切来自知识活动的权利。

《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPs)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(拓扑图)权；⑦未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。在各位学者观点的基础上，本书将其定义为：知识产权是民事主体对其智力活动创造的成果和经营活动中的标记、信誉等依法享有的运用、保护和管理的专有权利。

(二) 知识产权的保护对象

知识产权的保护对象是指在科技或文化等活动中创造或创作的、以发明创造或文艺作品方式等存在的产品，简称知识产品。知识产品大致分为三类：一是创造性成果，包括作品及其传播媒介、工业技术。其中，作品及其传播媒介泛指文学艺术领域中以不同表现形式出现并且具有原创性的创造成果(著作权客体)，以及在作品传播过程中产生的与原创作品相关的各种产品、物品或其他传播媒介(邻接权客体)；工业技术一般是指在工业、农业、商业等产业领域中能够物化在物质载体上的知识和技能。二是经营标记，即在工业、农业、商业等产业领域中能够标示产品来源和厂家特定人格的商标、商号、产品名称等区别性标记。三是经营性资信，即工商企业在经营活动中具有的经营资格、经营优势以及在社会上所获得的特许专营资格、特许交易资格、信用及商誉等。^①

知识产品的基本特征包括：①创造性或独创性。创造性是知识产品对现有技术或已有作品的创新程度。一般来说，专利对创造性的要求最高，享有著作权的作品对独创性的要求次之，而商标对创造性的要求只需达到能够区别不同产品或服务的程度即可。②非物质性。非物质性是指知识产品没有形态，不占空间，且可以被不同主体同时占有和使用的性质。知识产品的非物质性通过其载体表现。例如，作品表现为文字著述、音乐、绘画等，发明表现为技术方案、形状和构造，商标表现为图案、色彩和符号等。③公开性^②。公开性是知识产权所有人必须将知识产品公之于众的要求。专利申请人必须将其发明的技术方案公

① 吴汉东. 知识产权法. 5版. 北京: 法律出版社, 2014: 19-20.

② 作为知识产品的商业秘密是公开性的例外。

开,才有可能获得专利权;尽管作品完成之时即可获得著作权,但是如果作品不公开,其权利的意义便无从谈起;如果商标不公开,便无法与他人的商品或服务分开,就更谈不上商标权。

(三) 知识产权的特征

关于知识产权的特征,国内学者至今没有统一的观点。这里主要介绍比较公认的知识产权的特征:专有性、地域性和时间性。

1. 专有性

知识产权的专有性主要表现在两个方面:一是知识财产为权利人所独占,并受相关法律严格保护,没有法律依据或未经权利人许可,任何人不得使用权利人的知识产品。二是对同一项知识产品,不允许有两个或两个以上同一属性的知识产权并存。例如,依据《中华人民共和国专利法》(简称《专利法》)及《中华人民共和国专利法实施细则》的规定,两项相同的发明只能对其中先申请专利的一项发明授予专利权,也就是说,后申请专利的发明不能获得专利权。^①

2. 地域性

知识产权是按照一个国家或地区的相关法律规定,对知识产品授予的专有权利,只能在该国或该地区范围内发生效力。知识产品的非物质性决定了权利人对其无法进行实质性的占有,所以也无法像有形财产那样占有而适用“权利推定”,从而使知识产权在授权国家或地区以外的区域得到相应的保护。因此,除非签有国际公约或双边互惠协定,知识产权没有域外效力。或者说,授权国家或地区以外的其他国家或地区对该项知识产权没有保护的义务。也就是说,如果没有国际公约或双边互惠条约的规定,授权国家或地区以外的其他国家的任何人都无权在自己的国家内自由使用该知识产品,无须取得权利人的同意,也不必向权利人支付报酬。

3. 时间性

知识产权的时间性是指知识产权只能在法律规定的期限内受到保护,法定期限届满之后,该知识产品就会进入公有领域,成为整个社会的共同财富,供人类共同使用。它体现了对权利人知识产权的有限保护与社会公共利益的平衡。根据各类知识产权的性质、特征及本国实际情况,各国法律对著作权、专利权、商标权都规定了不同的保护期。著作权的保护期是指著作权人只能在一定期限内享有对作品的专有使用权和获得报酬权。专利权的保护期依据社会与权利人利益的协调和发明技术价值的寿命等因素确定。商标权的保护期与著作权和专利权的保护期不同,有效期届满后,在符合一定条件的前提下,可以无限续展,从而延长商标权的实际有效期。随着知识产权的一体化程度的不断加强,世界各国的知识产权保护期限呈现一致的趋势。

(四) 知识产权的分类

《成立世界知识产权组织公约》第2条第8款将知识产权分为:著作权、邻接权、专利权、发现权、工业品外观设计权、商标权、商号权、其他标记权、制止不正当竞争的权利和其他一切来自工业、科学、文学、艺术领域的创作活动所产生的权利。该分类的最后一项作为兜

^① 在理论上,分别独立创作完成的作品,如果相同或类似,其作者对其完成的作品都享有著作权,同样的情况在商业秘密中也存在,即两人或两人以上的主体独立研发完成的技术成果,只要未公开,那么他们对其技术成果也都享有商业秘密权,这种情况属于专有性的例外。

底条款,包括了所有需要保护的客体,也就是说,该分类包括的知识产权范围最广。

《与贸易有关的知识产权协议》第1部分第1条将知识产权分为:著作权、邻接权、商标权、地理标志权、工业品外观设计权、专利权、集成电路布图设计权和未披露过的信息专有权(商业秘密)。可以看出,该协议涉及的主要是与贸易有关的知识产权,所以比《成立世界知识产权组织公约》包括的知识产权范围要小一些。

知识产权依据其适用领域可划分为文学产权和工业产权。文学产权是指关于文学、艺术、科学作品的创作者和传播者所享有的权利,包括著作权以及与著作权有关的权利。工业产权是指工业、商业、林业和其他产业中具有实用经济意义的知识产权,主要包括专利权、商标权、商号权、商业秘密权、集成电路布图设计权、地理标志权和植物新品种权等。

知识产权依据其权利来源可以划分为创造性成果权和经营性标记权。其中创造性成果权包括著作权及邻接权、专利权、商业秘密权、集成电路布图设计权和植物新品种权。这些权利保护的对象都是人类从事智力活动形成的成果。经营性标记权包括商标权、商号权、域名权、地理标志权等。该类权利保护的对象主要是指标示产品来源或经营厂商的区别性标记,主要存在于工商业经营活动中。

二、著作权概述

(一) 著作权的概念

著作权是指文学、艺术和科学作品的创作者对其所创作的作品享有的权利,其中作品是指各种形式的表达,如小说、诗歌、散文、戏剧、绘画、音乐、舞蹈、电影等。广义的著作权中,作者除了享有就其所创作作品的权利外,还包括作品的传播者,如表演者、录音制品制作者和广播组织的权利,即邻接权或相关权。也就是表演者、录音制品制作者和广播组织在传播作品的过程中,就自己的创造性劳动成果所享有的权利。狭义的著作权仅指作者就其创作的作品而享有的权利。^①

(二) 著作权的特征

著作权除了专有性、地域性和时间性外,还具有两个特征:一是权利自动取得。与专利权和商标权需要取得国家相关机构的授权不同,作品一经完成,作者(或者其他著作权人)就自动获得诸如署名、发表、修改、复制等法定权利。二是权利内容的二重性,即作者的精神权利与作者及其他著作权主体的财产权利。

(三) 著作权的主体

著作权的主体,又称著作权人,是指依法就作品享有著作权的自然人、法人或其他组织,包括作者和著作权继受人:^① 作者是直接创作作品的自然人,但是在特定情况下可以将法人或其他组织视为“作者”,那些只提供和搜集资料,甚至提供想法和建议的人,只要没有参与创作,就不是作者;^② 著作权继受人是指通过受让、继承或受遗赠而获得和享有著作权的人,是通过合同约定或法律规定获得和享有著作权,与作品的创作活动无关。

(四) 著作权的客体

作品是著作权法的保护对象,即著作权的客体。受著作权法保护的作品必须具有独创性或原创性,缺乏独创性的作品或者抄袭他人的作品,不受著作权法保护。另外,依法禁止

^① 李明德. 知识产权法. 2版. 北京: 法律出版社, 2014: 22.

出版、传播的作品,不受著作权法保护。

著作权法保护的作品包括以下列形式创作的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等作品:① 文字作品;② 口述作品;③ 音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品;④ 美术、建筑作品;⑤ 摄影作品;⑥ 电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品;⑦ 工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品;⑧ 计算机软件;⑨ 法律、行政法规规定的其他作品。

(五) 著作权的内容

在英美法系国家,著作权被认为是一种经济权利,对作者的精神权利不予重视。但大陆法系的国家认为,著作权包括作者的精神权利和经济权利。我国沿袭了大陆法系的做法,在《中华人民共和国著作权法》(简称《著作权法》)中规定了作者的精神权利和经济权利:① 作者的精神权利是指作者就作品所体现的人格或精神所享有的权利,具体包括发表权、署名权、保护作品完整权和修改权。其中,发表权是指决定作品是否公之于众的权利;署名权是指作者在自己所创作的作品上署名,并宣告自己与作品的关系的权利;保护作品完整权是指禁止他人歪曲、篡改和割裂作品的权利;修改权是指修改或者授权他人修改作品的权利。② 经济权利,又称财产权利,是指作者或其他著作权人所享有的利用作品并取得经济利益的权利,具体包括:复制权、发行权和出租权,展览权、表演权、放映权、广播权和信息网络传播权,摄制权、改编权、翻译权和汇编权。

(六) 邻接权

邻接权是指作品的传播者就其传播作品过程中付出的创造性劳动和投资所享有的权利,其中作品的传播者包括表演者、录音录像制作者、广播组织和出版者。

表演者是表演作品的自然人,包括歌唱家、演奏者和舞蹈者等。表演者权是指表演者许可或禁止他人利用自己表演活动的权利,具体包括有许可他人实施下列行为并获得报酬的权利:① 从现场直播和公开传送其现场表演;② 录音录像;③ 复制录有其表演的录音录像制品;④ 发行录有其表演的录音录像制品。

录音录像制作者,简称为录制者,对其制作的录音录像制品享有复制权、发行权、出租权和通过信息网络向公众传播权。

广播组织是指通过载有声音、图像的信号而传播节目的电台、电视台等组织。广播组织享有许可或禁止同时传播其广播节目,许可或禁止他人将其广播节目加以固定,以及许可或禁止他人复制固定后的节目载体的权利。

出版者是指出版图书和期刊的出版社或杂志社,享有许可或禁止他人使用其出版的图书、期刊的版式设计的权利。

三、专利权概述

(一) 专利的概念

“专利”一词在不同的条件下,具有三种不同的意义。一是指政府主管部门依据申请人申请而颁发的,说明被授予专利的发明是什么、专利权人是谁的,用来保护该发明的文件,也称专利证书;二是指专利证书授予专利权人对发明的权利,即专利权;三是指专利权保护的对象,即发明。《保护工业产权巴黎公约》和西方一些国家所称的专利一般是指发明专利。《专利法》所称的专利包括发明、实用新型和外观设计三种智力成果。

（二）专利权的主体

专利权的主体主要指发明人或者设计人、专利权人和专利受让人等。发明人或者设计人是指真正做出发明创造的人,即对发明创造的实质性特点独自做出创造性贡献的人。在完成发明创造过程中,只负责组织工作的人、为物质技术条件提供方便的人或者从事其他辅助工作的人,不是发明人或者设计人。发明人或者设计人的权利继受人包括继承人和受让人。发明人或者设计人有权在专利申请和专利文件写明自己是发明人或者设计人。

在我国境内有经常居所或者营业所的外国人,在专利方面与我国居民享有同样的待遇;在我国境内没有经常居所或者营业所的外国人,我国根据国际条约或互惠原则对其申请专利给予国民待遇。

职务发明创造是指在执行本单位的任务,或者主要是利用本单位的物质技术条件所完成的发明创造。非职务发明创造则是指除职务发明创造以外的发明创造。职务发明创造申请专利的权利属于发明人或者设计人的工作单位。非职务发明创造的专利申请权属于发明人或者设计人。获得授权后,发明人或者设计人为专利权人。

（三）专利权的客体

专利权的客体是指发明创造。《专利法》保护的发明创造是指发明、实用新型和外观设计。

1. 发明

通常所说的发明与专利法所称的发明具有不同的含义。世界知识产权组织认为,专利法所说的发明是发明人的一项构思,能在实践中解决技术领域的具体问题。美国专利法规定,可以获得授权的发明是指新颖而有用的制法、机器、制造品、物质的组成或者它们的新颖而有用的改进。日本专利法规定,发明是指利用自然规律所做出的高水平的技术创造。我国专利法规定,发明是指对产品、方法或者其改进所提出的新的技术方案,可以分为产品发明和方法发明。产品发明是指以有形形式出现的一切发明,如机器、仪器、设备、装置、用具和各种物质等。方法发明是指与某种活动有关的发明,具体可分为:① 制造产品方法的发明,如机械方法、物理方法、化学方法;② 其他方法,如通信方法、测试与计量方法、操作方法等。

2. 实用新型

实用新型是指对产品的形状、构造或者其结合所提出的适于实用的新的技术方案。实用新型只适用产品,不适用方法。

3. 外观设计

外观设计,也称工业品外观设计,是指对产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合所做出的富有美感并适于工业应用的新设计。它是利用人们的审美心理来达到美感的效果。

并不是所有发明都可以授予专利权。下列各项不能授予专利权:科学发现;智力活动的规则和方法;疾病的诊断和治疗方法;动物和植物品种;用原子核变换方法获得的物质;对平面印刷品的图案、色彩或者二者的结合做出的主要起标志作用的设计。

（四）专利权的授权条件

《专利法》规定,授予专利权的发明创造不得违反法律、社会公德或者妨害公共利益,不得违反法律、行政法规的规定获取或者利用遗传资源,并依赖该资源完成的,此外,还要符合