

知识产权管理师专业水平考试指定教材

# 知识产权管理基础

ZHISHI CHANQUAN GUANLI JICHU

田文锦 主编

保护中国知识产权联合会 组织编写

ZHISHI  
CHANQUAN GUANLISHI ZHUANYE  
SHUIPING KAOSHI ZHIDING JIAOCAI

 中国财政经济出版社



知识产权管理师专业水平考试指定教材

# 知识产权管理基础

田文锦摇主编

保护中国知识产权联合会摇组织编写

中国财政经济出版社



## 序言

知识产权是人类依法对其智力活动成果和经营管理活动中的标记、信誉所享有的专有权利。知识产权是人类新世纪中最重要的财产形式之一。加强知识产权管理，保护知识产权不仅成为国际社会的高度共识，并且成为经济全球化和知识经济语境下各国经济发展战略的重要内容。实践表明，仅仅将知识产权理解为一种法律权利是不够全面的。发达国家的知识产权保护战略表明：知识产权还是一种重要的投资资本、竞争工具及非关税壁垒。而知识产权贸易更是一种日益重要的经营形式。最先将知识产权保护提升到国家战略层面的美国，早在1988年就出台“特别301条款”，从国家战略高度将知识产权与国际贸易实施“绑定”，而世界贸易组织制定的《与贸易有关的知识产权协议》（TRIPS）又在一定程度上将“特别301条款”提升到国际社会共同遵行标准的高度，从而曲折地加剧了“经济全球化”背景下南北经济发展特别是贸易发展的失衡现象，这是我们思考中国知识产权保护问题必须面对的严峻事实。更值得注意的是，一些国家立足知识经济、信息社会、可持续发展的理念，提出新的知识产权战略构想。日本2002年出台的《知识产权基本法》和《知识产权战略大纲》提出了“信息创新时代，知识产权立国”的主张。这正是日本在深刻检讨和反思过去几十年里“教育立国”、“科技立国”等战略方针的缺失之后的必然结果。

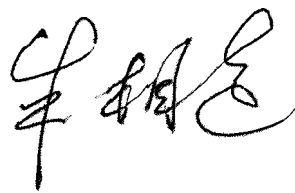
拥有五千年灿烂文明的中国迄今还不是一个知识产权强国。我们的知识产权保护战略不可能效仿美国、日本保护其已经形成的科技、经济、市场优势，也不仅仅是为了提高知识产权保护水平，更不应该是在国际交往中被动应付发达国家指责的权宜之计。顺应世界潮流还是抱残守缺，是迈向大国崛起梦想中的重大历史抉择。2008年6月5日国务院发布的《国家知识产权战略纲要》正是基于中国发展的大战略以及中国面临的独特的国内国际形势的重大战略决策。它旨在提升我国知识产权创造、运用、保护和管理能力，建设创新型国家，实现全面建设小康社会目标。其中，增强市场主体创造、运用、保护和管理知识产权的能力，成为一项重要的战略目标。而进一步健全和完善企业知识产权管理制度的战略举措则得到了高度重视。因此，如何有效加强知识产权管理，无疑成为我国国家战略内容之一。知识产权的管理，不仅需要国家行政层面的管理，还需要关注从产业发展、企业运营中知识产权的生产、管理和应用等关键环节和过程，同时还需要举全国之力，构建知识产权保护的法治环境、政策环境及文化和社会环境。

实施知识产权国家战略的重要措施之一，就是人才培养。换言之，高效的知识产权管理，需要以高素质的知识产权管理群体的培育和健康发展为前提条件和人力依托。从开发知识产权人力资源的角度出发，这不仅需要充实知识产权行政管理队伍，加强业务培训，提高人员素质。更需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。另一方面，还需要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。

本书是全国高科技知识产权保护委员会、保护中国知识产权联合会，为顺应我国知识产权人才培养的战略举措，组织知识产权管理研究，高校的管理学、法学、经济学等学科专家编写而成。其内容和体例具有以下特点：其一，写作视角新颖。主要侧重从管理学的角度对知识产权法律制度进行了梳理，与同类知识产权法律教材相比，更侧重介绍知识产权管理实务方面内容。与同类知识产权管理教材相比，则以简约、明了见长。其二，内容安排合理。在尊重我国知识产权法律制度基本框架的前提下，侧重从知识产权的获取、维护和应用三个方面组织和安排有关知识内容。其三，注重能力的培养。各章具有明确的知识 and 技能目标，教学重点突出，内容难度适中，深入浅出，并辅之以真实案例和知识拓展阅读素材，可作为高等院校学生、国家机关、企事业单位及社会团体中的知识产权管理工作者的学习教材。

为此，值此书付梓之际，郑重向我国目前以及未来的广大知识产权管理精英推荐此书，并欣然为之作序。



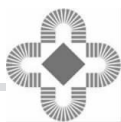
国~~民~~年 远月 怨日

# 目 录

第一章 知识产权管理概论	1
第一节 知识产权的基础	1
第二节 初识知识产权管理	7
第三节 企业知识产权日常管理与战略模式	28
第二章 专利权管理	35
第一节 专利权管理的概述	35
第二节 专利权的获取管理	40
第三节 专利权的维持管理	53
第四节 专利权的应用管理和专利代理	58
第三章 商标权管理	63
第一节 商标权概述	63
第二节 商标权获取的管理	74
第三节 商标权的维护管理	81
第四节 商标权应用管理	88
第四章 著作权管理	98
第一节 著作权管理概述	98
第二节 著作权的获取管理	104
第三节 著作权的维护管理	111
第四节 著作权的应用管理	122
第五章 其他类知识产权管理	131
第一节 其他类知识产权管理概述	131
第二节 其他类知识产权的获取管理	133
第三节 其他类知识产权的维护管理	137
第四节 其他类知识产权的应用管理	144
第六章 知识产权的全球视野	150
第一节 文化、经济与知识产权	150
第二节 国际贸易与版权交易	154
第三节 传统文化资源与历史遗产的知识产权保护	158

参考文献.....	165
-----------	-----

## 第一章



# 知识产权管理概论

- ▶ 知识目标：弄清知识产权及其管理的含义；了解知识产权保护范围、内容和分类；明确知识产权管理在知识经济中的地位与作用，知识产权的获得、维持和应用管理的内容；把握知识产权侵权行为的界定和知识产权的应用的方式；掌握知识产权应用中的风险及其防范措施。
- ▶ 技能目标：学会选择知识产权获取的途径和方式。
- ▶ 教学重点：知识产权及其管理的含义；知识产权的获取管理；知识产权的应用方式。
- ▶ 教学内容：

## 第一节 知识产权的基础

### 一、知识产权的含义

什么是知识产权？这是知识产权管理的首要问题。迄今为止对知识产权的定义见仁见智，未能形成共识。我国知识产权学术界对知识产权的定义主要有范围说、概括说和无形财产体系说三种观点。国内一些学者对知识产权有这样的描述：知识产权是指公民、法人（或者其他组织）等主体，对其从事智力活动和其他活动所完成的智力成果依法享有的专有权利。

本书从知识产权管理实际应用出发，对知识产权的定义从本质上把握、从保护范围上界定。下面结合案例从几个方面把握知识产权整体和其本质。

#### [ 案例 员原员 ]

摇摇某通讯技术有限公司的在线网站，在未取得某六位作家许可的情况下，下载了在网络上传播的六位作家分别创作的文学作品——小说，并存储在其计算机系统内，通过 宰宰宰 服务器在国际互联网上进行传播。

这六位作家根据以上事实，分别向某法院提起诉讼。诉称：这家公司作为提供互联网内容的服务商，未经许可，以营利为目的使用原告的作品，侵害了原告依法享有的对其作品的著作权，分别请求法院判决被告停止侵权，公开致歉，赔偿经济损失和精神损失费，承担诉讼费、调查费等合理费用。

法院认为被告从互联网上将原告的作品下载到其计算机系统内存储并通过 宰宰宰 服务器将原告的作品上传到国际互联网上进行传播的行为，是对原告作品的传播使用。被告未经许可将原告的作品在网上传播，侵害了原告对其作品享有的使用权和获得报酬权。

### （一）知识产权的客体是非物质产品

这里涉及到知识产权的客体和主体的概念。关于知识产权的客体，学术界对知识产权客体的认识众说纷纭，存在几种理论。笔者认为，对于知识产权的客体应从本质特征出发，着眼于发展，具体分析。这些理论的共同点和本质特征——知识产权的客体是非物质产品。知识产权客体的非物质性是知识产权的本质属性。

现阶段知识产权的客体可分为三类：一是创造性成果。发生于科学技术、工业技术、文化领域的作品及其传播媒介。例如著作权的客体为作品（如上述案例）；我国专利权的客体为发明、实用新型和外观设计；商业秘密权客体为商业秘密；集成电路布图设计权的客体为集成电路布图设计。二是经营标记。商标权的客体为商标、服务标记以及商业名称和标志。三是经营性资信。泛指工商企业在经营活动中所具有的经营资格、经营优势以及在社会上所获得的商业信誉，包括特许经营资格、特许交易资格、信用以及商誉等；制止不正当竞争权的客体为不正当竞争的行为。

值得注意的是不要将知识产权客体与知识产权客体的载体相混淆。知识产权客体是无形的，而知识产权载体是为人所感知的物体。例如一个专利产品是有形的；一本书是有形的；一盘录有歌曲的磁带是有形的，但它们都不是知识产权的客体，而仅仅是其载体。真正的知识产权客体是关于该专利产品的技术方案；是该图书中所登载的作品；是磁带中所录的歌曲等。同一项知识产权客体可以用不同的物质载体形式来表现。例如音乐作品可通过磁带、磁盘、互联网页面等信息化载体来交流。法律保护的是载附在这些不同的物质载体中的同一作品或发明创造的技术方案等，而不是它们的物质载体。

知识产权客体与知识产权客体的载体两者是可分离的。例如上述案例在审理过程中就遇到知识产权的客体与其客体依存的载体的法律问题。即数字化作品是否受著作权法保护？数字化作品与传统作品的区别仅在于作品存在形式和载体的不同，作品的表现形式不会因数字化而有丝毫改变。再如，当画家出售他的一幅绘画作品时，有形物归属买主，而除“展览权”之外的无形的版权还属于画家。

知识产权保护客体虽“无形”但一般可以复制，如果不可复制就不具有任何商业价值，则不能成为知识产权的客体。

### （二）知识产权是一种法定的、专有的和限制性权利

知识产权在法律属性上属于民事权利的一部分。知识产权包括专利权、商标权和著作权等一系列合法权利。

知识产权权利的法定性主要体现在知识产权的产生和取得一般是法律的直接确认。

知识产权必须根据法律的明确规定而产生，不得自由创设。它是被国家法律赋予的一种权利。例如在《集成电路布图设计保护条例》施行之前，虽然集成电路布图设计早已出现，

已经在市场上广为销售，甚至已成为一些企业的批量产品，但集成电路布图设计专有权因无相应法律规定而并不存在。直至 1997 年 6 月我国《集成电路布图设计保护条例》施行之后，集成电路布图设计专有权才依法成为我国知识产权的新内容。

知识产权的权利取得是由法律直接规定的、经过法律程序而被国家法律所认可，否则就不存在。依法确认的形式：先由权利人向主管机关申请，然后由主管机关负责审查。经审查符合法律规定的条件，则由主管机关通过核准、授予或者登记等方式，赋予某一项知识产权、智力成果以受国家法律保护的知识产。在实际中要与一般的科研成果和科技进步奖相区别。一般的科研成果和科技进步奖等明确的是创造人是谁，但并没有从法律上明确成果的产人是谁。从法律上讲它是公共知识，得不到法律的保护。

知识产权的专有性，主要表现在两个方面。

第一，知识产权是一种受法律保护的垄断性权利。权利人有依法自主实施、使用其知识产权和许可他人实施、使用其知识产权的权利，并从中获取收益。除法律另有规定外，未经权利人许可，任何个人或者单位都不得擅自实施权利人相应受保护的知识产权。实际上，知识产权是一种可以控制其他人从知识产权权利持有人的创新优势中获得商业利益的合法的垄断权。例如上述案例的著作权人对其创作的作品在法律规定的期限内享有专有权，任何单位和个人非依法律规定、未经著作权人的授权，以营利为目的公开使用原告的作品，侵害了原告对其作品享有的使用权和获得报酬权。

#### [ 案例 员原圆 ]

摇摇奥林匹克知识产权保护应当遵循维护奥林匹克运动尊严，专有权利不可侵犯，依法保护，合法使用的原则。

任何组织和个人不得冒用国际奥委会、中国奥委会和组委会的名义，从事募捐、征集赞助、制作发布广告、组织宣传等活动。

禁止下列侵犯奥林匹克知识产权的行为：

（一）未经授权，在生产、经营、广告、宣传、表演和其他活动中使用相同或者近似的商标、特殊标志、专利、作品和其他创作成果；

（二）伪造、擅自制造相同或者近似的商标标识、特殊标志或者销售伪造、擅自制造的商标标识、特殊标志；

（三）变相利用相同或者近似的商标、特殊标志、专利、作品和其他创作成果；

（四）未经授权，在企业、社会团体、事业单位、民办非企业单位登记注册和网站、域名、地名、建筑物、构筑物、场所等名称中使用相同或者近似的商标、特辨标志、专利、作品和其他创作成果；

（五）为侵权行为提供场所、仓储、运输、邮寄、隐匿等便利条件；

（六）违反国家有关法律、法规规定的其他侵权行为。

资料来源：中国保护知识产权网。

第二，在专利、商标等依法申请、审批获权的知识产权中，对同一项智力成果，不允许有两个或两个以上同一属性的专利权、注册商标权之类的知识产权并存。

知识产权权利的限制性主要体现在知识产权法中将知识产权权能予以限制。在我国知识产权现行法律制度中，还有诸多限制知识产权滥用的法律规定和措施。例如《著作权法》

中规定了“合理使用”、“准法定许可”、“法定许可”等权利限制措施；《专利法》中规定了“强制许可”、“先用权”等权利限制措施。“合理使用”、“法定许可”、“强制许可”是较常见的知识产权权利限制措施。

所谓“合理使用”是指在符合法律规定的使用条件下，可以不经权利人的许可、不必向其支付任何费用而使用相关知识产权的行为。

所谓“法定许可”就是指在符合法律规定的相应条件下，可以不经权利人的许可，但是应当按规定向权利人支付费用的使用相关知识产权的行为。

所谓“强制许可”就是指在符合法律规定的相应条件下，如果权利人没有合理的理由而拒绝许可，那么可由使用申请人向相关知识产权主管机构提出申请，由相关知识产权主管机构决定是否实施强制许可，决定实施强制许可的，使用人可以不经权利人的许可而使用相关知识产权，但是应当向权利人支付费用的行为。

不同知识产权的权利限制的内容和程度并不相同。即使是对同一知识产权，在不同的时期被限制的内容和程度也是不相同的。一般知识产权的限制具体内容取决于一国的政治、经济、科技、文化等状况。

### （三）知识产权是一种财富

在现代社会里，以知识为对象、以产权为表现形式的无形财产在社会财富的构成中占有越来越重要的地位。知识产权是一种具有价值和使用价值的财产。

#### [案例员原袁]

#### “全聚德”品牌价值摇摇摇摇

摇摇中华著名老字号“全聚德”，始建于员源年（清同治三年），员怨年，在全聚德集团成立之初，委托国家专业资产评估机构对“全聚德”品牌进行无形资产评估，确认“全聚德”品牌。

以员怨年员月员日为基准日，其社会公允价值为 圆亿元人民币。

员怨年初，全聚德集团又委托北京新生代资产评估事务所对“全聚德”无形资产进行了第二次评估，最后确认以员怨年员月猿日为基准日的“全聚德”品牌价值为 苑亿元人民币，比起员怨年的数据提高了 圆倍。这充分显示出“全聚德”无形资产的迅速增值。

圆年员月远日，世界品牌实验室联合《世界经理人周刊》，在人民大会堂召开世界品牌大会，发布了圆年《中国最具价值品牌》排行榜，全聚德品牌从圆年排名第 位，提升到圆年的第 位，全聚德品牌价值评估也从圆年的 亿元人民币，提升至圆年的 亿元人民币。

资料来源：《首都建设报》，圆年员月员日。

知识产权是企业以至国家财富构成中日益重要的组成部分。拥有知识产权，就意味着拥有财富、武器和竞争力。


### （四）知识产权是一种资源

在现代社会经济发展的诸要素中，知识要素较资金、资源和劳动力等要素有着更为重要的意义。在我国发展知识产权经济的过程中，知识产权成为独立的、不可或缺的生产力要素，在社会经济发展中起决定性作用。

就管理学而言，知识产权是一种在现代管理活动中可供支配、使用和增值的资本性资

源，成为企业的经营资源。例如知识产权通过出售、抵押、转让、信托、投资入股、许可使用和特许经营等方式被利用，也可以建立知识产权的资产组合，并通过管理和运作实现价值增值。

就会计学而言，一个项目当其处于研发过程时，往往因为其研发成本的支出而表现为企业的负资产，但是，当其研发完成后，特别是当其经过法律所规定的程序而取得知识产权的某种表现形式时，它就将转化为企业所增长的资产，而列入“无形资产”的会计科目。当其投入实施，自己实施或是许可他人实施后，其实施的收益也将作为企业的收入，纳入其增长的资产。


目前，西方国家许多企业的无形资本在总资本中所占比例超过了，知识产权已成为知识经济中最重要的产权形式。知识产权正在演变为新的投资赢利热点。对于西方大型企业，知识产权已经成为其新利润增长点。各国在法律上都对知识产权作为资产投资时的作价作了明文规定。

因此，知识产权经营和管理是一种控制成本的办法，是利润的一个源泉，应将其融入到企业的发展战略中去。




就信息学而言，知识产权是一种信息。知识产权记载了以某种权利的形式所表现的人们的智力活动及其成果等信息；记载了诸如权利的法律状态、归属和应用状况等信息；记载了与此相关的诸如基于权利的警示、资本的标识、资源使用等信息。



知识产权具有信息资源的一般特征属性。其中主要是无耗利用和增值交换。所谓无耗利用是信息资源不管利用多少次依然存在；所谓增值交换是通过交换信息资源使交换双方的信息拥有量都增加。而且知识产权这种信息资源可长期占有，在交换中，可以较低的成本使信息资源扩大。

## 二、知识产权保护范围

知识产权范围就是法律规定的知识产权保护范围。各国通过立法决定知识产权法律保护范围，在特定国家或地区（特定法域）内都有其知识产权保护范围。在限定的保护范围内权利人对其行使各种专有权，超出这一范围，权利人的权利就失去效力。但是，在科技进步超速化、知识信息网络化、经济国际化的大背景和大趋势下以及知识产权保护范围的扩大化，使得各国的知识产权法律的保护标准越来越趋向于国际性协调规范，尤其趋向于协议等新的国际条约。而知识产权国际公约、条约及其组织也越来越趋向全面化、实效化和可操作性。所以，弄清知识产权范围不仅就知识产权概念而论，还要掌握本国或本地区的相关法律给予的规定；了解以主要知识产权国际公约为标准的当代国际知识产权保护范围。

### （一）的协议和列举的知识产权范围

当代国际知识产权保护范围主要通过的协议和的《建立世界知识产权组织公约》来确定；特定国家或地区内的知识产权保护范围也是根据该法域的相关知识产权法律来确定。

援协议列举的知识产权范围。在第二部分“有关知识产权的效力、范围及利用的标准”中确定的知识产权财产权的范围包括：

（员）版权及邻接权；（圆）商标权；（猿）地理标志权；（源）工业品外观设计权；（缘）专利权；（远）集成电路的布图设计权；（苑）未披露信息的保护权。

巴黎公约列举的知识产权范围。巴黎公约的《建立世界知识产权组织公约》第二条全面规定了知识产权保护范围：

- (员) 关于文学、艺术和科学作品的权利；
- (圆) 关于表演艺术家的演出、录音和广播的权利；
- (猿) 关于人们努力在一切领域的发明的权利；
- (源) 关于科学发现的权利；
- (缘) 关于工业品外观设计的权利；
- (远) 关于商标、服务商标、厂商名称和标记权利；
- (苑) 关于制止不正当竞争的权利；
- (愿) 在工业、科学、文学或艺术领域里一切其他来自知识活动的权利。

从上述可以看出，巴黎公约的《建立世界知识产权组织公约》第二条规定的知识产权保护范围比巴黎公约的《保护工业产权巴黎公约》规定的知识产权保护范围要大，不但包含了知识产权财产权，而且包括发现权、发明权以及著作权中的人身权利。

但是，巴黎公约及其《建立世界知识产权组织公约》没有巴黎公约的《保护工业产权巴黎公约》所具有的强制力。巴黎公约的《知识产权协定》是一项涉及各种知识产权保护的国际法律文件。世界各国知识产权法律保护的范围，虽然因各国的具体情况和综合因素不同而各有取舍，但是，无论是发达国家，还是发展中国家，各国现行法律规定的知识产权保护范围一般都已经遵循巴黎公约而达到了其基本要求。

## (二) 我国法律的知识产权保护范围

我国现行法律保护的知识产保护范围有：

- 著作权及邻接权（包括计算机软件著作权和外国实用艺术品著作权）；
- 发明专利权、实用新型专利权与外观设计专利权；
- 农业与林业植物新品种权；
- 包含技术秘密权益与经营秘密权益的商业秘密权；
- 注册商标权和驰名商标权；知名商品特有的名称、包装、装潢的合法权益；企业名称（厂商名称）权及其商号（字号）权；
- 地理标志权即原产地名称权；
- 特殊标志权利以及奥林匹克标志权利、世界博览会标志权利；
- 还有发现权、发明权和其他科技成果权等。

我国现行知识产权法律、法规所体现的知识产权立法水平已经较全面地达到了以巴黎公约为基准的当代国际知识产权保护标准，我国现行法律保护的各类知识产权与国际上知识产权保护的类别大致相同。

综上所述，知识产权有广义与狭义之分。狭义的知识产权，即传统意义上的知识产权，包括专利权、商标权和著作权（版权）三个主要组成部分。

广义的知识产权，除上述权利外，还包括商号权、商业秘密权、产地标记权、集成电路布图设计权、不正当竞争和植物新品种权等权利。

广义的知识产权范围，目前已为两个主要的知识产权国际公约即《成立世界知识产权组织公约》与《知识产权协议》所认可。

知识产权是一个内涵不断深化、外延不断拓展的概念。它将随着科学技术、文学艺术的

发展而拓展和深化。

### 三、知识产权的内容与分类

按知识产权的内容可分为四类。

#### （一）技术类知识产权

技术类知识产权是指在工业、农业、商业等产业领域中，发明人或设计人通过其智力劳动所做出的具有技术属性，并作用于技术实现或商品形成的发明创造以及由此所产生的专有权利。这类知识产权主要包括发明专利权、实用新型专利权、外观设计权、专有技术权、发现权、集成电路布图设计权。

#### （二）标识类知识产权

标识类知识产权是指在工业、农业、商业等产业领域中，当事人对经过智力活动所做的具有标识属性，能够标示产品来源和厂家特定信息的商品标记或者其他商业标记所享有的专有权。这类知识产权主要包括商标权、服务标记权、厂商名称权、地理标志权、域名权。

#### （三）传播类知识产权

传播类知识产权是指在文学、艺术和科学等领域中，对当事人创作的以不同表现形式出现，并且具有原创性的创造成果以及在传播作品过程中产生的与原创作品有关联的各种产品、物品或其他传播媒介所享有的专有权。传播类知识产权主要包括著作权、邻接权、民间文学艺术和计算机软件。

#### （四）其他类知识产权

其他类知识产权主要包括反不正当竞争、生物多样性、植物新品种等。

## 第二节 初识知识产权管理

### 一、知识产权管理含义和特点

知识产权管理是指知识产权主体以实现其最佳经济效益，提高核心竞争力为目标，对其所拥有的知识产权资源利用法律、经济、技术等手段所实施的有计划的组织、协调、谋划和利用的管理活动。

企业知识产权管理是对企业知识产权进行合理开发、保护和应用，并对企业所有知识产权进行一种综合性管理和系统性谋划的经营管理活动。知识产权管理是企业的重要组成部分，是实施企业经营管理战略的重要环节。只有将知识产权管理融入企业整体管理的运营计划和企业经营流程，才能充分地运用知识产权为企业谋取最佳利益。

企业知识产权管理具有战略性和复合性的特点。知识产权管理属于企业组织战略核心部分。知识产权资产还能在很大程度上影响企业的新产品的未来开发计划、产品多样化计划、收购计划等发展战略。但一些企业将知识产权管理主要放在知识产权的取得、运用和保护上，并未上升到企业战略高度。知识产权管理涉及技术、经营和法律等方面。知识产权管理部门处于公司管理层的核心位置，与技术、经营等部门密切联系，应将授权后的知识产权工

作全部汇集在此统一管理，成为公司的智囊部门。

知识产权是企业的一项资产，是投资回报的组成部分，是企业利润可靠和稳定的来源之一。不能将知识产权管理视为一种开支或业务运营的成本，应将其视为一种投资。

企业知识产权管理的根本目的是将企业的人力资源、技术信息、管理方式、市场分析等知识资源与企业的资本资源以及企业经营战略资源等进行有效整合，面向市场促进企业的知识创新，以此来实现企业知识的有效应用。也就是企业应用知识产权资产，带来额外收益，获得新技术、开拓新市场、参与标准制定和其他无限机遇，从而保证其商业战略与技术平台或市场相匹配。而不是单纯为了设置特定市场的准入障碍，防止竞争对手进入自己的市场。

知识产权管理部门的职责不仅有法律的职责，更重要是将知识产权的获取或实施作为自己的主要任务，还应负责知识产权资产档案的维护和审计。

### [ 相关阅读 员原员 ]

摇摇企业知识产权管理系统发展之价值阶层可以描述出这样一个金字塔状的图形：

最高层是规划公司的未来愿景；次之是将知识产权管理整合进公司管理系统——企业内部整合阶段；再次是知识产权可以赚钱——创造利润阶段；然后是降低知识产权管理成本——降低成本阶段；最底层是公司知识产权管理系统的基础——防御阶段。

资料来源：知识产权研究中心网站。

## 二、企业知识产权管理的内容

知识产权越来越成为企业获得和占领市场并取得市场优势的重要武器。企业对知识产权的开发、保护和运营能力与水平在很大程度上决定了其市场竞争力。特别是在知识经济时代，知识产权越来越成为世界资本市场交易中日益重要的价值因素。知识产权是企业参与竞争和取得竞争优势的法宝。

企业知识产权管理按知识产权的类别可分为专利权管理、商标权管理和著作权管理等。

企业知识产权管理按管理的过程可分为知识产权的获取管理、知识产权的维护管理、知识产权的应用管理、知识产权的日常管理以及知识产权的国际经营管理五个部分。

### （一）知识产权的获取管理

知识产权的获取管理主要是指针对知识产权的研发创造活动过程，以知识产权的获取为目标的管理活动。其管理活动主要包括以下几个方面：

1. 确定企业将要获取的知识产权。确定企业将要获取哪种知识产权？这是企业知识产权战略的重要部分，要着眼于企业发展战略考虑。知识产权管理团队在选择将要获取的知识产权时，首先应依据公司的业务类型，确定哪种知识产权（如商标、专利、版权等）最适合企业的商业类型，将知识产权的各种形式按重要性进行排序，然后利用成本效益分析法选择种类和获取时机（如时机的选择在新产品开发阶段尤其重要），进行个案分析，制定一个符合其预算和市场机会的知识产权获取策略。

为此，必须对特定产品的市场进行系统调查从而全面掌握市场情况。确定其产品的现有和潜在市场、潜在竞争对手，以及可与之合作的潜在企业；判断其竞争对手拥有何种知识产权资产，以及市场上是否很快会出现替代产品。在对市场调查、分析和研究基础上，进一步分析：哪些知识产权权利能够提高公司的短期或长期竞争力或市场份额？公司的经营策略对

知识产权有何需求？将哪些知识产权组合使用最有效以及最接近企业的承受能力，并有可能以最低或可承受的风险换取最大回报？哪种知识产权组合能满足企业需求？为达到业务目标最关键获取的知识产权是哪种？企业能获得哪些知识产权资产？进而确定企业将要获得哪些知识产权。

确定企业将要获得哪些知识产权时，不能只看到申请和取得专利带来垄断利益，还要考虑取得知识产权时的条件苛刻、审批周期长、技术方案必须公开、权利的稳定性、侵权诉讼的可操作性和权利申请维护的成本等因素。从而选择适合或对申请人更为有利的知识产权。例如，若一项技术的公开会使自己处于更为不利的地位，那么企业也可将自己的技术以商业秘密的形式申请，但其前提条件是该发明创造能够被保密，并且企业自身有严密的防范措施。

选择知识产权获取的途径和方式。目前获得知识产权的主要途径：

(员) 自主研发后申请、授权或注册获得的，例如专利、商标、集成电路布图等；

(圆) 以并购的手段收购知识产权，例如美国 3M 微电子公司通过并购形式买下了具有市场潜力的专利；

(猿) 购买他人知识产权获得的，如购买专利、商标、软件、植物新品种等专有权利；

(源) 通过技术合作获得的，例如通过与跨国公司组建合资企业；

(缘) 委托独立研发机构设计方案获得的，例如通用、福特等国际厂商委托独立汽车设计公司设计车型；

(远) 抢注、抢先登记获得的，例如抢注别人未注册的技术、商标归为己有。

前一种属于自得，即中国企业投入研发；后五种属于外来，即中国企业与别人进行交换。

一个企业要全面获取知识产权是一项巨大的投资，企业在选择知识产权获取途径时必须遵循以下几个原则：

第一，根据企业的实际情况，选择适合的和有效的获取途径。

首先，要了解获取知识产权各种途径的利弊。

走企业自主研发之路，使企业拥有了自主知识产权，并掌握核心技术，增强了企业核心竞争力，但研发周期很长，机会成本较高，具有市场风险和技术风险等。

走企业收购之路，收购方迅速改变其知识产权地位，从而取得竞争优势，使知识产权的价值直接变现，接收了目标企业研发团队。但在收购中知识资产评估较为困难，带来知识产权界限不清晰等法律风险、目标企业选择不当或谈判失误等决策风险、知识产权“陷阱”等道德风险。

走购买之路，能最快获得知识产权。但很难掌握产业链中最核心的知识产权。

走委托独立研发机构设计方案之路，虽然能获得最终的方案成果，但购买方较难在设计方案上进行调整。

走合作之路，能较快获得知识产权，可以迅速实现市场的准入，风险性较小，获益稳定。但核心知识产权很难掌握在自己手中。

其次，企业要考虑自身的现状、优势、业务模式、经济状况和获取知识产权的目标等因素来选择适合的获取途径。

总之，企业要在自身研发投入和进行交换知识产权方面找到一个平衡点。例如宝洁公司

以“衔接与发展”的方法来平衡内部研发和收购。

第二，获取目的与获取途径相对应。以知识产权作为取得某个领域的领导权的企业。例如微软、英特尔公司在精心思考和分析之后，选定项目，雇用本领域最杰出的人才，投入大笔的科研经费，最终以技术的成功取得优势，以专利保护获得巨大的回报，占据了市场的领导权。

以知识产权作为对抗和打击竞争对手的有效手段的企业。例如威盛公司是美国电脑芯片制造商。该公司看准了开发速度快、成本低廉并且与英特尔公司兼容的芯片设施领域。为摆脱英特尔公司设置的技术封锁，威盛公司果断地收购了国家半导体公司克莱克斯芯片制造部，因该部获得了英特尔公司发放的许可证。在成功收购后，威盛公司进入了快速发展的轨道。

以知识产权作为占领市场并实现规模效益的企业。由于制药企业新药品开发周期漫长、开发成本的巨大和专利保护期限的有限性，一些制药企业之间在药品的专利保护期限届满前进行合并或收购。如英国葛兰素—宝威集团和史克—比彻姆公司合并后，形成了一个能够控制全球药品市场 1/5 的份额、年营业额近 100 亿美元的大型制药集团。

通过知识产权以成本优势谋求市场优势。例如日本佳能公司看准了复印机巨大市场的商机，引进施乐公司第一代复印机专利技术，以简单实用的成本优势，在不到一年的时间占领了美国市场。引进技术和品牌以较高的速度完成资本的原始积累，也较快地为企业自主创新奠定基础。

通过知识产权实行多品牌战略。如雀巢公司在 1994 年中，先后投入 15 亿美元进行企业收购，通过大量兼并卡内森、派斯瑞、斯托福、黑尔、比唐尼等公司，扩大了生产规模，并运用在当地熟悉的被兼并的品牌继续开展经营，获得了极大成功。雀巢公司共有 100 多个不同的商标，但其在实施多品牌战略时，一是重视主导品牌的维护和使用；二是重视品牌的本土化战略。

第三，权衡成本与收益。知识产权是有巨额运行成本的财产。例如知识产权的获取需要投入创新的费用、申请和维持的费用等大量的资源。企业必须要清楚地了解和计算获取知识产权各种途径的风险、成本和收益，权衡成本与收益。例如企业应以较低的成本获得知识产权获取的服务，可考虑从事代办各项知识产权注册的服务中介机构。如何在节约费用的同时又能保护自己、打击竞争对手是知识产权科学管理的重要课题。企业应仔细地估算获取和维持专利的成本和收益，进行个案分析。

对于决定不申请专利的技术成果采取一定的处理方式，例如丰田公司、三菱公司等定期出版技术公报，定期公开未申请专利的技术成果。这样做的主要目的是在申请专利没有良好效益的前提下，破坏竞争对手申请专利的可能性。既保护了自己使用该技术的权利，又避免为人所限，同时也节约了申请专利的费用。

当一个企业在选择某种知识产权时，应充分考虑所申请知识产权对企业发展是否有帮助，作用有多大？不要顾此失彼、因小失大。

知识产权获取的方式可分为继受取得和原始取得。前者是取得知识产权人通过依法继承或受让原有知识产权权利人的既存知识产权的取得方式；后者是不以他人既存知识产权为前提的知识产权取得方式。知识产权原始取得又分为依法申请取得和依法自动取得。依法申请取得的知识产权如专利权、商标权、原产地标志等。自动产生的知识产权如著作权及其邻接

权和商业秘密。

构建适当的知识产权组合。一个企业可以取得多种形式的知识产权，但知识产权的全面获取可能是一项巨大的投资，企业必须考虑最好的知识产权组合以适应自身的经济能力。构建和决定知识产权组合，要考虑构成的知识产权组合是否与企业的主要业务目标相匹配。避免以巨额专利申请费和维持费用等换取一些虚名，而不能实现企业在市场的自由运作，这样，企业更难与竞争者抗衡。

构建和决定知识产权组合，重要的是企业要具备判断力。即在本行业中，哪些技术会成为未来的主导技术，技术趋势的走向如何？

## [ 相关阅读 员原圆 ]

## 商标注册该如何组合摇摇摇摇

摇摇商标注册要利用缓急先后使资金运用得到更佳效益。那么，该如何计划各类产品商标注册的缓急先后呢？

员援同类产品。若企业的主要产品是手表，为避免他人在其他同类目商品上使用自己的商标，企业就应同时申请珠宝、首饰等商标注册，其在商品类目中，同属第 员源类，但分属不同的子类别。

圆援关联类别。如企业产品属于 圆源类的锅、铲、勺等烹调工具，业已注册；但此类商品并不包括电动烹调工具，故企业最好考虑同时申注第 源类电热水壶、电炊具等商品。

猿援计划类别。如果企业已打算在主产品以外，发展其他类别的商品，就应将计划内的类别都注册，如手表商可同时申注 员远类的笔，圆缘类的服装。

灞援知识产权的自主创新管理。

（员）什么是自主创新？就技术创新而言，自主创新就是通过加强原始创新、集成创新和跟随创新这三种方式，增强国家的竞争力。

原始创新是指从一种发明开始，然后通过发明做出了最初的样机，再通过不断地完善、成熟，成为一种新产品或者一种新技术。集成创新是指把现有的技术组合起来，创造一种新的产品或者新的技术，或者是把别的领域里的成熟的技术引进到另外一个领域里，而使得其创造新的变化。跟随创新是指在别人的成果基础上，做一些必要的扩展或者变动，发展出新的成果。知识的集成创新已经是一种普遍的趋势。

知识产权自主创新的实施是一个从研究开发到自主知识产权、再到产业化和商业化的过程。这里又涉及自主知识产权的概念。

（圆）什么是自主知识产权？科技部制定的“高科技产业自主知识产权认定指南（草案）”中指出：自主知识产权是指中国的公民（自然人）、法人或非法人单位经过其主导的研究开发或设计创作活动而形成的、依法拥有的能够独立自主实现某种技术知识资产的所有权。其中包括从其他国家自然人、法人或非法人单位那里购得的知识产权。

自主知识产权包括权利主体自主和权利客体自主两个方面。关于自主知识产权权利主体的认定，在科技部制定的“高科技产业自主知识产权认定指南（草案）”中指出：自立知识产权的主体是指对其所持有的高新技术的知识产权拥有完整、独立自主支配能力的中国自然人、法人或其他组织。广而言之，主体自主是指权利人可以独立行使该项知识产权。在知识产权权利人中有共同发明和单独发明两种情况，在涉及职务发明时还涉及到权利人和发明人的权利归属和分享的问题。在中外合资、合作企业中还有中方和外方知识产权共有或按各自