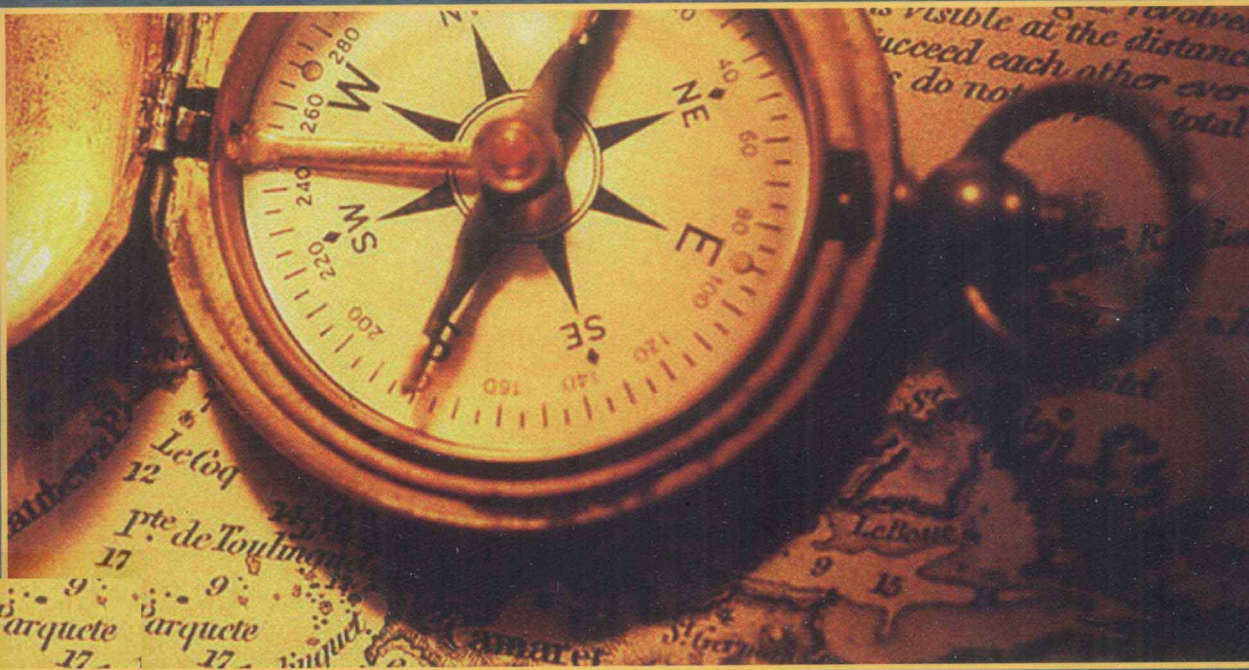


知识产权引论

——原理·制度·案例

张鸣胜 王炳 郭莉 等◎著



科学出版社

知识产权引论

——原理·制度·案例

张鸣胜 王炳 郭莉 等◎著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是由长期从事知识产权教学研究和法律实务的多位专家通力合作而成。全书图表与文字结合,理论与实际并举,从知识产权基本原理出发,结合鲜活的实例,对专利、商标、商业秘密、著作权、计算机软件保护、与新技术有关的知识产权、知识产权管理经营等进行了阐述,总结出知识产权的基本知识、制度概貌,同时展示了作者的最新教学研究和法律实务的成果。

本书内容体系创新,形式新颖活泼,是高等院校知识产权公共课的理想教材,也是企事业单位知识产权管理经营者的良好读本。

图书在版编目 (CIP) 数据

知识产权引论:原理·制度·案例 / 张鸣胜等著. —北京:
科学出版社, 2011. 10
ISBN 978-7-03-032452-8
I. ①知… II. ①张… III. ①知识产权—研究 IV. ①D913.04
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 198992 号

责任编辑: 兰 鹏 / 责任校对: 陈玉凤
责任印制: 张克忠 / 封面设计: 番茄文化

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

装 订 厂 印 刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2011 年 10 月第 一 版 开本: 720×1000 1/16

2011 年 10 月第一次印刷 印张: 19

印数: 1—3 000

字数: 380 000

定价: 34.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)



reface

前言

知识产权制度是开发和利用知识资源的基本制度。知识产权制度通过合理确定人们对于知识及其他信息的权利，调整人们在创造、运用知识和信息过程中产生的利益关系，激励创新，推动经济发展和社会进步。

当今世界，随着知识经济和经济全球化深入发展，知识产权日益成为国家发展的战略性资源和国际竞争力的核心要素，成为建设创新型国家的重要支撑和掌握发展主动权的关键。国际社会更加重视知识产权，更加重视鼓励创新。发达国家以创新为主要动力推动经济发展，充分利用知识产权制度维护其竞争优势；发展中国家积极采取适应国情的知识产权政策、措施，促进自身发展。

经过多年发展，我国知识产权法律法规体系逐步健全，执法水平不断提高；知识产权拥有量快速增长，效益日益显现；市场主体运用知识产权能力逐步提高；知识产权领域的国际交往日益增多，国际影响力逐渐增强。知识产权制度的建立和实施，规范了市场秩序，激励了发明创造和文化创作，促进了对外开放和知识资源的引进，对经济社会发展发挥了重要作用。但是，从总体上看，我国知识产权制度仍不完善，自主知识产权水平和拥有量尚不能满足经济社会发展需要，社会公众知识产权意识仍较薄弱，市场主体运用知识产权能力不强，侵犯知识产权现象还比较突出，知识产权滥用行为时有发生，知识产权服务支撑体系和人才队伍建设滞后，知识产权制度对经济社会发展的促进作用尚未得到充分发挥。

实施国家知识产权战略，大力提升知识产权创造、运用、保护和管理能力，有利于增强我国自主创新能力，建设创新型国家；有利于完善社会主义市场经济体制，规范市场秩序和建立诚信社会；有利于增强我国企业市场竞争力和提高国家核心竞争力；有利于扩大对外开放，实现互利共赢。因此，我们应当把知识产

权战略作为国家重要战略，并切实加强知识产权工作。

如何切实贯彻和落实国家知识产权战略，对于知识产权教育和研究工作者来说，当前最重要的目标和任务就是积极开展对于知识产权制度的深入研究，对知识产权新的实践经验的概括总结，以及对知识产权人才的大力培养。我们正是基于这个目标而努力，从而形成了《知识产权引论——原理·制度·案例》这一教学和科研的成果，以为创新型国家建设贡献绵薄之力。

本书是由长期从事知识产权教学研究和法律实务的多位专家通力合作完成的科研和教学成果。在撰写的目标和原则上，注重知识产权理论的系统性、全面性和准确性；在收集和选择参考文献上，以是否为当前最新、最具代表性并有相当理论深度、具有实用和研究价值作为判断取舍和借鉴的标准。本书着重阐述、分析和探讨我国知识产权在专利、商标、商业秘密、著作权、计算机软件知识产权、新技术有关的知识产权以及知识产权管理等方面的理论与实务问题，也兼顾比较借鉴国外相关的理论观点和现实经验。

本书主要有三大特点：其一，研究性与教学性结合。本书既是各作者的近年相关研究成果的集汇，又是其教学经验的总结。其二，学术性与应用性统一。本书既有学术前沿问题的探讨，也兼顾知识产权有关知识在实际经济社会工作中的运用。其三，基础性与新颖性融汇。本书既提炼了知识产权的基本内容和制度，又在一种新的视野下思考和收集与知识产权有关材料，内容上表现为新知识、新制度、新案例。

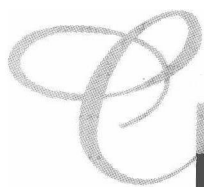
本书由张鸣胜、王炳负责全书的组织撰写和统稿工作，撰稿人分工如下（以撰写章节先后为序）：张鸣胜，第一章、第四章、第五章；郭莉，第二章；栾爽，第三章；刘耀彬，第四章；李栗燕，第六章；王炳，第七章；张书琴，第八章。

本书的组织 and 撰写得到了南京航空航天大学知识产权研究咨询中心主任陈爱江教授的大力支持和无私帮助，在此深表谢意。

在本书的组织写作、定稿及出版过程中，南京航空航天大学人文与社会科学学院王岩院长和平旭副院长给予了大力支持，教务处张炜女士十分关心和支持本书的出版并积极推荐本书为校“十二五”规划重点项目，东南大学出版社的孙松茜女士、科学出版社的兰鹏先生为本书的出版提供了大力支持，在此一并表示感谢。

张鸣胜

2011年8月于南京翠屏山麓



Contents

目录

前言

第 1 章 绪论	1
1.1 知识产权的界定	1
1.2 知识产权保护的根据	12
1.3 知识产权的取得途径	25
1.4 知识产权的法律保护	29
第 2 章 专利	52
2.1 专利制度概述	52
2.2 专利权的主体	58
2.3 专利权的客体	63
2.4 专利权的产生	68
2.5 专利权	85
2.6 专利权法律保护	94
第 3 章 商业秘密	101
3.1 商业秘密概述	101
3.2 商业秘密的性质及构成要件	106
3.3 商业秘密的保护	119
第 4 章 商标	131
4.1 商标概述	131
4.2 商标权的概念、内容和限制	143
4.3 商标权的取得、无效和终止	151
4.4 商标权的侵权和保护	158

第5章 著作权	168
5.1 著作权与著作权法概述	168
5.2 著作权的主体、客体、内容	173
5.3 著作权的保护与限制	189
5.4 邻接权	194
5.5 著作权的许可与转让	200
5.6 侵犯著作权的行为及其法律责任	204
第6章 计算机软件知识产权	208
6.1 计算机软件的知识产权概述	208
6.2 计算机软件著作权	214
6.3 计算机软件专利权	219
6.4 计算机软件商业秘密的法律保护	223
6.5 计算机软件商标权	228
第7章 新技术有关的知识产权	231
7.1 集成电路布图设计	231
7.2 数据库	239
7.3 域名	244
7.4 电子商务信息	254
7.5 生物技术	260
第8章 知识产权管理	269
8.1 知识产权管理概述	269
8.2 知识产权的获取管理	273
8.3 知识产权的应用管理	278
8.4 知识产权的日常管理	285
8.5 知识产权的风险管理	290
参考文献	



第1章

绪 论

■ 1.1 知识产权的界定

1.1.1 知识产权的概念

学术界对“知识产权”一词的由来存在着不同的见解。一般认为,“知识产权”一词源自英文“intellectual property”。有学者认为,这一术语产生于18世纪的德国^①。还有学者认为,该概念为17世纪中叶的法国学者卡普佐夫所创,后为比利时著名法学家皮卡第所发展。在不同地区“知识产权”的叫法也不统一,德国于20世纪初开始称之为“无形产权”(德文为 geistiges eigentum),前苏联一直使用“智力成果权”这一名称,我国台湾地区则称之为“智慧财产权”。“知识产权”一词真正在世界范围内普遍使用并得到各国的广泛接受始于1967年《成立世界知识产权组织公约》(the Convention Establishing the World Intellectual Property Organization, WIPO 公约)的签订。关于“知识产权”概念的含义,国内外法学界也可谓见仁见智。美国学者阿瑟·R. 米勒认为,知识产权是包括专利、商标和版权三个法律领域的民事权利范畴。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,它根本不同于物的所有权。“所有权原则上是永恒的,随着物的产生与毁灭而发生与终止,但知识产权却有时间限制。一定对象的产权在每一瞬息时间内只能属于一个人(或一定范围内的人——共有财产),使用知识产品的权利则不限人数,因为它可以无限地再生。”^②这一学说后

① 郑成思. 知识产权法. 北京: 法律出版社, 1997: 1.

② [苏] 鲍加特赫 E A, 等. 资本主义国家和发展中国家的专利法. 见: 中国科学技术情报所专利馆. 国外专利法介绍. 北京: 知识出版社, 1980: 12. 转引自吴汉东. 知识产权法学. 北京: 北京大学出版社, 2005: 1.

来在国际上产生了巨大的影响，被许多国家和国际组织所认可。

在我国，“知识产权”被我国立法正式确认于1986年的《中华人民共和国民法通则》（以下简称《民法通则》）中，但是，对“知识产权”没有明确的立法解释。在我国参加的《成立世界知识产权组织公约》中，对“知识产权”以列举的方式进行了解释。该公约第2条规定：“知识产权包括下列各项：文学艺术和科学作品、表演艺术家的表演活动与录音制品及广播有关的权利、在人类一切活动领域内的发明、科学发现、外观设计、商标、服务标记、商号名称和牌号、制止不正当竞争以及在工业、科学、文化或艺术领域内其他一切来自知识活动的权利。”

从法学理论上，我们认为，知识产权是指实施创造性劳动之人对其创造的知识产品享有的直接支配和获取利益的权利^①。对该含义可以从以下几点理解：

第一，知识产权的原始主体是从事创造性劳动的人，在此，“人”一般指自然人。但是，随着社会经济的发展，创造性劳动的主体范围在不断地发生变化。创造性劳动的主体不再局限于直接从事智力劳动的自然人，那些借助于自然人的创造生理能力在创造性劳动中体现自己整体意志的团体，也开始被视为创造性劳动的主体，这意味着知识产权的初始性权利主体不仅包括自然人，也包括拟制的人，即法人和不具备法人资格的其他社会组织。虽然这些法人或者其他社会组织并没有生理思维能力，但是，由于在创造性劳动过程中，法人或者其他社会组织的整体意志直接影响甚至决定了从事智力活动的自然人的思维内容，故而法人或者其他社会组织亦可看做是知识产权原始主体的一部分。

然而，随着商业社会的发展，与知识产权相关的法律已由原来的保护知识产权的产权归属于创造者发展为逐步加强对知识产权投资者的保护。这种法律保护的变化是与现代社会智力成果的生产方式密切相关的。一方面，现代知识技术的发展和各种知识产权的创造需要大量投资，只是传统的那种少数人、小规模、短期限的投入和开发是不够用的；另一方面，知识产权的商业价值显得越来越重要，更多的投资者愿意加入到知识产权的投资中，但是投资是有一定风险的，因此需要法律保障投资者，而且这种保障有利于吸进更多的投资。

第二，知识产权的客体是创造性活动所产生的非物质性产品，即知识产品，其表现为文学艺术作品、科学技术发明、商标等。知识产品是负载一定信息的信号集合体，该信息具有完全不同于有体物的特点。不同客体的知识产权具有共同的特点，但不同的客体也有不同的特点。例如，商业标记是否属于知识产权的客体，学术界一直有争议。我们认为商业标记也属于智力成果，知识产权法律制度保护商业标记的实质，不仅仅是保护商业标记之图文符号的著作权，更主要的是保护在经营活动中积聚在商业标记之图文符号上的商品声誉和商业信誉。而集合

^① 费安玲：《知识产权法学案例教程》，北京：知识产权出版社，2006：5。

了知名度、美誉度、市场亲和度的商誉是在经营活动中通过集体的、系列的、长期的智力活动所创造的。发明创造是智力成果，商誉也是智力成果，而且往往是集体性、长期性、复杂性的智力成果。因而，知识产权不仅可以基于发明创造智力成果而产生，而且可以基于商业标记智力成果而产生。《成立世界知识产权组织公约》第2条所列举的“关于商标、服务商标、厂商名称和标记权利”的细化解释中也认为，“在这些方面，智力创造虽然存在，但不突出”。不突出的智力创造所形成的成果仍然属于智力成果。

随着现代商业的发展和科技的进步，知识产权的客体在不断扩展，总体上看知识产权的触角越伸越远，有些远离了传统的范围，从智力成果到商业标志，进而扩展到了缺乏创造性和识别性的方面，诸如数据库、域名等都纳入了知识产权的范围；算法、治疗方法的专利性开始受到关注；生物技术的兴起也使很多发明与发现的界限变得模糊。

第三，知识产权的内容体现为对知识产品的直接支配和获取利益。“直接支配”是主体对知识产品享有的、依自己意志进行的归属控制、使用与处分行为；“获取利益”是主体依自己的意志对知识产品进行使用、处分时有权获得的经济对价。在这一点上，它类似于物权，但是它不同于物权。

随着知识产权客体的扩展，知识产权的权利内容从某种程度上，不仅不同于有形财产权，而且使知识产权逐渐泛化为无形财产权和信息产权。因此，有学者建议，参照无形财产的类型，在民法学研究中建立一个大于知识产权范围的无形财产权体系，以包容一切基于非物质形态（包括知识经验形态、商业信誉形态、经营资格形态）所产生的权利，即创造性成果权、经营性标志权和经营性资信权等权利。还有学者认为，信息化浪潮使传统的知识产权概念正悄然向信息知识产权、信息产权过渡和转化。信息社会中，信息已成为人类智力成果的代名词，信息产权已成为当代社会中人们所掌握的最主要的财产权。其实，无论是“无形财产权”，还是“信息产权”，都没有否定“知识产权”的意图，只是根据社会形势的发展，使“知识产权”的内容和形式更为丰富了。

虽然“知识产权”这一词语的传统含义与现实的发展总存在一定距离，但基于其知识创新或智力创造而产生的权利至少是知识产权的主要方面，而商业标识、信息等方面的权利发展与知识的创造和积累不无关联。因此，将“intellectual property”称为“知识产权”迄今为止并无大碍，相反改变这一约定俗成的术语会产生更多的问题。

1.1.2 知识产权的特征

研究知识产权的主要特征，其目的在于把握该权利的特质和个性，揭示此权

利与彼权利的区别,从而便于指导人们的学习、研究和应用。概括知识产权的特征,应当从知识产权的概念内涵出发,既要挖掘出知识产权与其他民事权利相区别的个性,又要归纳出各种知识产权具体类型之间息息相通的共性。对于知识产权的特征,学界有不同的概括,可谓众说纷纭,但主要围绕“专有性”、“时间性”、“地域性”这“三性”展开,虽然表述方式不尽相同,但“三性”特征可以说是知识产权学界主流的观点^①。

1.1.2.1 专有性

知识产权的专有性又叫排他性、垄断性、独立性,是指知识产权所有人对其知识产权具有独占权。知识产权的客体是智力活动的结晶,一般认为必须具有独创性,尤其是工业产权,不但要求客体的独创性,而且对于客体的首创性,要求更高。对于著作权,独创性也是构成其权利的要求之一。所以,创造智力成果非常困难,往往需要花费大量的创造性脑力劳动,同时伴随着大量有形财富的消耗或投入。智力成果是一种思想成果,具有信息性,使用、复制和传播起来都很方便,知识产权的所有人无法凭借自身的力量实际有效地控制其智力成果的广泛传播。为了保护权利人通过艰苦劳动所取得的智力成果,法律规定知识产权为权利人所专有。对于商业标识,虽然智力成果的因素不甚明显,但其有唯一性特点,因此在法律上规定其有独占的权利,以实现其区别于其他商业标记的价值。

知识产权的专有性主要表现在两个方面:

一方面,知识产权所有人对自己的智力成果享有专有、排他的权利。这种专用性,在独占、垄断和排他上与其他财产权的专有性具有相同的一面,权利人依法垄断这种智力成果,既可以自己应用,也可以转让或许可他人使用该智力成果,并从中获益。任何人未经权利人同意或未按法律规定的程序占有或使用他人的智力成果,均构成侵权,都要承担相应的法律责任。在这一法律区域内,无论有多少人了解并掌握这一智力成果,也无论他们获得该智力成果的渠道与手段如何,只要有一个法律主体依法获得了该智力成果的知识产权,其他人均失去了再次获得该项权利的机会。知识产权的专有性,在专利法领域表现得最为突出。

► 实例枚举

广州市一家五金实业有限公司合法拥有“一种水烟筒”和“一种水烟筒吸烟软管”的实用新型专利权,而东莞市某五金实业有限公司在未获得广州这家五金公司许可使用的情况下,擅自制造、销售该种水烟筒产品,侵犯了广州这家五金

^① 郑成思. 知识产权法. 北京: 法律出版社, 2003: 12~18; 熊英. 知识产权法原理与实践. 北京: 知识产权出版社, 2010: 8~11.

公司的实用新型专利权。广东省知识产权局以此认定东莞市某五金实业有限公司的水烟筒产品侵犯上述实用新型专利权，并作出处理决定：责令东莞市某五金实业有限公司立即停止制造与上述实用新型专利相同的水烟筒产品，销毁模具 30 套；有关损失赔偿的问题，由专利人到相关法院另行起诉。侵权人对上述处理决定不服，向法院提起行政诉讼，一审、二审法院经审理，分别作出维持处理决定和原判的判决。

本案是一则典型的侵犯实用新型专利权的案例，充分体现了知识产权专有性这一法律特性。未经许可或未按法律规定的程序占有、使用他人的智力成果，均要承担相应的侵权责任。

资料来源：广东公布十个知识产权典型案例. <http://finance.sina.com.cn>, 2005-04-26

另一方面，知识产权专有性又具有不同于其他财产权的专有性。为了促进知识的运用和再创造，以及实现其他社会公共利益的目的，法律往往在保护知识产权专有权的同时，又给予必要的限制。虽然在某一法律的有效范围内，就同样的智力成果而言，附着其上的知识产权只能由一个人享有，但知识产权与所有权在专有性效力方面是有区别的。首先，所有权的排他性表现为所有人排斥非所有人对其所有物进行不法侵占、妨害或毁损；而知识产权的排他性则主要是排斥非专有人对知识产权进行不法仿制、假冒或剽窃。其次，所有权的独占性是绝对的，即所有人行使对物的权利，既不允许他人干涉，也不需要他人积极协助，在所有物为所有人控制的情况下，无地域和时间的限制；而知识产权的独占性则是相对的，这种垄断性往往要受到权能方面的限制。例如，许多国家为了促进科学技术进步和文学艺术繁荣，推动经济发展和社会进步，在知识产权法律中规定了对智力成果的合理使用、法定许可、强制许可等制度。又如，专利权中的临时过境使用、商标权中的先用权人使用等，都对知识产权所有人行使知识产权作出了适当限制。可见，知识产权的独占性并不是绝对的，而是相对的。

1.1.2.2 时间性

知识产权的时间性，指的是知识产权的效力有法定的期限，超过法定期限，权利归于消灭，其保护对象从私有领域进入公有领域，任何人都可以自由利用。这就表明，知识产权所有人对其智力成果享有的知识产权在时间上的效力并不是永久的，而是受到法律有效期的限制。知识产权的时间性特征，是它与有形财产权的又一主要区别。因为有形财产权是不受时间限制的，无论是公民还是法人所有的有形财产，只要该财产没有灭失，其财产就受到法律保护。而知识产权则不同，各国有关知识产权的法律，以及有关保护知识产权的国际公约都对知识产权的保护期限作了规定。

知识产权在时间上的限制性，是世界各国知识产权立法以及有关知识产权国际公约普遍采用的原则。这主要是基于以下两个方面的原因：一是科学技术方面的发明创造日新月异，文学艺术作品的创作推陈出新，法律对这些智力成果知识产权的保护期限的规定，旨在体现科学发展的规律，鼓励创新和淘汰落后；二是为了合理调整知识产权所有人与社会公众之间的利益关系，协调知识产权专有性与智力成果社会性之间的矛盾，既要让智力成果完成人在合理的时间内享有权利获得收益，以调动人们创造智力成果的积极性，又要使社会公众能合理利用人类的智力成果。了解知识产权的时间性特征，对于有效保护知识产权、处理侵权纠纷都是必要的。因为，无论是商标专用权还是专利权、著作权，都只在法定期限内得到法律保护，有效期届满后该项权利就失效了。换言之，一旦智力成果进入了公有领域，成为整个社会的共同财富，任何人均可无偿地自由使用。

► 实例枚举

在（美国）伊莱利利公司与甘李药业有限公司（以下简称甘李公司）专利侵权纠纷案中，伊莱利利公司系“含有胰岛素类似物的药物制剂的制备方法”发明专利的权利人，目前该专利为有效专利。甘李公司向中国食品药品监督管理局提交了“双时相重组赖脯胰岛素注射液 75/25”药品注册申请并取得了临床研究批件，目前尚未取得药物注册批件，但已在其网站上对该药物进行了宣传，称其是“新一代胰岛素制剂”。甘李公司申报注册的药品进入了伊莱利利公司专利权的保护范围。伊莱利利公司认为甘李公司申报注册并取得临床批件及其网络宣传行为属于即发侵权和许诺销售，请求法院判令甘李公司停止侵权行为。一审法院以甘李公司制造被控药品的行为并非直接以销售为目的，不属于专利法规定的为生产经营目的实施他人专利的行为为由，判决驳回伊莱利利公司的诉讼请求。北京市高级人民法院认为，甘李公司向药监局提出被控侵权产品的药品注册申请，经批准进行了临床试验以检验该产品的安全性和有效性，甘李公司上述行为的直接目的是为了满足不同法律法规和药监局关于药品注册的要求，而不是在本专利有效期内以生产经营为目的使用伊莱利利公司专利方法。《中华人民共和国专利法》规定发明或者实用新型专利权人，有权禁止他人未经其许可为生产经营目的许诺销售其专利产品，或者许诺销售依照其专利方法直接获得的产品，其目的在于尽早制止被控侵权产品的交易，使专利权人在被控侵权产品扩散之前就有可能制止对其发明创造的侵权利用。许诺销售以销售产品为直接目的，由于甘李公司的被控侵权产品尚未取得药品注册，而且伊莱利利公司也没有证据证明甘李公司在本专利保护期限内从事或可能从事生产、销售被控侵权产品的行为，因此，现有证据不能证明甘李公司在网站上宣传药品目的是为在伊莱利利公司专利权有效期内销售被控侵权产品。即将实施的侵权行为以“即将实施”为前提条件，“实施”的状态应当是在原告专

利权有效期内可能发生和即将发生的,但现有证据不能证明甘李公司将在伊莱利公司专利权有效期内从事生产、销售、许诺销售被控侵权产品的可能性,故伊莱利公司认为甘李公司的行为构成即将实施的侵权行为的主张不能成立。

资料来源:法院披露 2007 年经典案例揭示知识产权审判新发展(专利)。法制日报,2008-09-08

分析该案,我们可以清楚地认识到专利权都是有保护期限的,擅自实施他人专利权的行为,必须发生在专利权保护期限内才可能构成侵权行为,即非专利权有效期内,尤其是专利权保护期限届满后,实施他人专利权的行为不构成对专利权的侵犯。在专利侵权判定中,只有被控侵权行为发生在专利权有效期内,才可能构成侵权。

但是,并不是所有的知识产权都具有法定时间性,如商业秘密就不具有法定时间性。不过,大多数知识产权都有法定时间性,如专利权、著作权、植物新品种权、集成电路布图设计权等。而关于识别性标记的权利保护期限有其特殊性,注册所取得的商标权虽然有法定的有效期,但是,任何国家的法律都允许续展注册,而且续展的次数不限,只要权利人认为其商标仍有价值,就可以通过续展维持其效力。商标法之所以规定商标注册的有效期,主要不是为了限制商标权的存续期间,而是为了防止大量死亡商标充斥注册簿,造成商标资源的浪费。除规定注册的有效例外,各国商标法还对商标规定了使用要求,超过一定期限(我国为3年)不使用,注册将被注销。这些规定都是为了从注册簿中清除死亡商标,方便他人的注册申请。

当然,应当知道,知识产权的时间性仅对财产权有效,而不能针对人身权,如著作权中的人身权不受保护期限的限制。

1.1.2.3 地域性

知识产权的地域性,指的是知识产权只在授予其权利的国家或者确认其权利的国家产生,并且只能在该国范围内发生法律效力并受法律保护,而其他国家对其则没有给予法律保护的义务。这就表明,知识产权所有人对其智力成果享有的知识产权在空间上的效力并不是无限的,而要受到地域的限制。知识产权的地域性至少包括四层含义:其一,一国的知识产权由该国的法律规定,独立于其他国家的法律对相同客体规定的权利;其二,权利仅仅影响发生在权利赋予地域内的人的行为,这一地域界限由该国的国界决定;其三,权利只能由赋予权利的本国人或法律所包括的自然人或法人来主张;其四,权利只能在赋予权利的一国法院主张。

► 实例枚举

在杭州顶津食品有限公司(以下简称顶津公司)与专利复审委员会及第三人日

日（泉州）饮料有限公司（以下简称日日公司）外观设计专利权无效纠纷案中，日日公司系名称为“饮料瓶”的第 99329504.5 号外观设计专利的权利人，顶津公司以该专利不符合《中华人民共和国专利法》（以下简称《专利法》）第二十三条的规定为由，向专利复审委员会提出无效宣告请求，主张该专利已在我国台湾地区以电视广告的方式在先公开，且在第三人所在地的福建省泉州市可以收看到该电视节目。一审法院（北京市第二中级人民法院）认为，电视广告公开属于“为公众所知的其他方式”公开，而使用公开或其他方式公开仅限于国内地域标准，《专利法》意义上的“国内”公开标准应理解为仅限于大陆范围内。在我国台湾地区播放的电视广告不符合我国《专利法》规定的使用公开或其他方式公开现有技术的地域标准，不能作为评述该专利是否构成“国内”公开的有效证据。二审法院（北京市高级人民法院）认为，我国《专利法》只规定了两种在申请日前公开外观设计专利的方式，即出版物公开和使用公开。《专利法》意义上的出版物是指记载有设计内容的独立存在的传播载体。电视广告本身不是出版物，故以电视广告公开设计内容的方式不属于出版物公开，其应属于使用方式的公开，原审判决认定电视广告公开属于“为公众所知的其他方式”公开，缺乏法律依据，应予纠正。《专利法》第二十三条规定的“国内”公开使用应仅限于我国大陆地区的公开使用。顶津公司即使能够证明在该专利申请日前已有相同或近似外观设计在我国台湾地区通过电视广告的方式公开，由于该公开方式不属于我国《专利法》意义上的“国内”公开，故其不能证明该专利不符合《专利法》第二十三条的规定。

本案中，由于我国《专利法》所规定的“国内”公开使用仅限于我国大陆地区，因此在我国台湾地区通过电视广告方式公开具有相同或近似外观设计的专利不属于我国《专利法》意义上的“国内”公开，日日公司仍是该外观设计专利的权利人。

资料来源：法院披露 2007 年经典案例揭示知识产权审判新发展（专利）。法制日报，2008-09-08

了解知识产权的地域性特征，不但有助于依法获得知识产权，也有助于处理知识产权的侵权纠纷。因为只有得到法律认可或授权的知识产权受到他人侵犯时，其权利人才能依法寻求保护。知识产权的地域性特征，是它与有形财产权的又一区别。一般来讲，对有形财产权的保护原则上是没有地域性限制的。无论是公民将他的有形财产从一个国家带到另一个国家，还是法人因到国外投资将其有形财产移转到国外，那些财产仍旧属于自己所有，不会发生财产所有权失去法律效力的问题。而知识产权则不同，按照一国法律认可或授予的知识产权，只能在该国地域内发生法律效力。除签订国际公约或双边协议的外，知识产权没有域外效力。迄今为止，除欧盟和法语非洲国家外，传统的知识产权（主要指商标权、专利权和著作权）都只在授予国或认可的国家里受到法律保护。

自 20 世纪下半叶以来，由于地区经济一体化与现代科学技术的发展，知识

产权立法呈现出现代化、一体化的趋势,使得知识产权的严格地域性受到挑战。首先是跨国知识产权的出现。为了实现经济一体化的目标,某些国家和地区,如欧洲联盟(以下简称欧盟),正努力建立一个共同的知识产权制度,这就使得知识产权跨出一国地域的限制,从而在多个国家同时发生效力。其次是涉外知识产权管辖权与法律适用的发展。为了便于诉讼和有效保护权利人的利益,一些国家正在酝酿跨地域关系和新准据法原则。涉外知识产权纠纷的非专属管辖与知识产权法律适用的多元化,都会对这一权利的地域性特征带来重大影响。总之,在当今社会,知识产权在全球范围内依然保留着地域性特征,但这一特征已受到挑战。

上述三个特征是目前学界所公认的知识产权的法律特征,但是对一些新型的知识产权上述三特征不一定适用。例如,商业秘密权,同样的商业秘密,只要合法拥有,可以为两个或两个以上的人分别所有。同时,商业秘密权也不受时间和地域的限制。之所以将商业秘密归入知识产权,是因为其符合客体无形性这个本质特征。无形性又被认为是知识产权区别于其他财产权的特征,从本质上讲,客体无形性才是所有知识产权的共同法律特征。还有学者概括出知识产权的其他特征,如知识产权的法律确认性、知识产权的可复制性、知识产权内容具有财产权和人身权的双重属性等。我们应这样看待知识产权的特征,一方面不能因为特殊的情况而否定知识产权一般特征的存在;另一方面这些特征的描述,从不同侧面揭示了知识产权的特殊性,在一定程度上利于人们对于知识产权的理解和认识,即使并未被学界普遍接受,也利于发展和深化对于知识产权的认识。

1.1.3 知识产权的类型

1.1.3.1 传统分类法

传统分类以智慧创作物所属范畴为标准,将知识产权划分为工业产权和文学产权。这种分类的标志性依据是1883年的《保护工业产权巴黎公约》(简称《巴黎公约》)和1886年的《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》(简称《伯尔尼公约》)。

《巴黎公约》所保护的客体是工业产权,包括专利权、实用新型权、外观设计权、商标权、服务标记权、厂商名称权、货源标记或原产地名称权以及制止不正当竞争等。该公约规定,对工业产权应作最广义的理解,不仅应适用于工业和商业本身,而且也应同样适用于农业和采掘业,适用于一切制成品或天然产品,如酒类、谷物、烟叶、水果、牲畜、矿产品、矿泉水、啤酒、花卉和谷物的粉。《伯尔尼公约》所保护的客体是文学艺术作品,包括文学、艺术或者科学领域内的一切作品,不论其表现形式和表达方式如何。另外,对于邻接权,1961年10月26日缔结的《保护表演者、唱片制作者和广播组织罗马公约》作了详细规定,《伯尔尼公约》的斯德哥尔摩文本并未涉及此类权利。

传统分类法有其局限的地方，未能将最新的智慧创作物所产生的权利（如集成电路布图设计权等）包括进去，还有修正的余地。

1.1.3.2 国际保护工业产权协会的分类

根据知识产权本身的特性，可将其划分为创造性成果权和识别性标记权。该种划分是国际保护工业产权协会（International Association for the Protection of Intellectual Property, AIPPI）1992年在东京大会报告中提出来的。

创造性成果权是指产生知识产权的智慧创作物蕴涵有充分的智力投入量，并且法律授予其相应权利并给予保护的着重点正在于此。此类权利包括发明专利权、集成电路布图设计权、植物新品种权、技术秘密权、工业品外观设计权、版权、软件权等。识别性标记权是指产生知识产权的智慧创作物所蕴涵的智力投入量不足够充分，而且法律授予其相应权利并给予保护的着重点在于其所具有的标示功能。此类权利包括商标权、商号权、地理标记权以及其他与制止不正当竞争有关的识别性标记权等。

1.1.3.3 改进分类法

从知识产权表现形式出发，将现有的知识产权主要内容作一概括，可将其划分为技术类知识产权、标识类知识产权、传播类知识产权及其他类知识产权^①。其具体分类如图 1-1 所示。

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，具有技术属性的，并作用于技术的实现或商品的形成的发明创造以及由此所产生的专有权利。这类权利主要包括发明专利权、实用新型专利权、工业品外观设计权、专有技术权、发现权、集成电路布图设计权等。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。这类知识产权主要有商标权、服务标记权、厂商名称权、地理标志权、域名权等表现形式。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。传播类知识产权包括著作权和邻接权，此外民间文学艺术的保护、计算机软件亦属于此类。由于科学技术的迅速发展和社会的不断进步，人们对世界的认识逐步深入，人的智力创造成果种类逐渐增多，这使得知识产权的内容日益扩大，表现出多样化的趋势。除技术类知识产权、标识类知识产权、传播类知

^① 蒋坡．知识产权管理．北京：知识产权出版社，2007：12.