

QIYE ZHISHICHANQUAN
ZHANLUE SHIWU



企业知识产权 战略实务

王瑜 丁坚 滕云鹏 ◎ 著



知识产权出版社

企业知识产权战略实务

王 瑜 丁 坚 滕云鹏 著

知识产权出版社

内容提要

本书以《国家知识产权战略纲要》为基线,根据其规划的“创造、运用、保护和管理”四个方面,构筑本书的基本框架体系:(1)开发(创造)体系;(2)运营(运用)体系;(3)管理体系;(4)防护(保护)体系。为了使读者了解知识产权对企业经营运作的意义,增加了一个意识体系,五个体系搭建起企业知识产权战略完整的框架。本书旨在帮助读者为所服务的企业构建完整的知识产权战略运营体系,并根据各个体系的内容充实整个战略体系的具体内容,是一本指导实务工作的操作手册。

读者对象:企业管理者及广大社会公众。

责任编辑:李琳 责任校对:韩秀天

装帧设计:美光制版 责任出版:卢运霞

图书在版编目(CIP)数据

企业知识产权战略实务/王瑜,丁坚,滕云鹏等. —北京:知识产权出版社,2009.3

ISBN 978-7-80247-434-5

I. 企… II. ①王…②丁…③滕… III. 企业-知识产权-研究-中国 IV. D923.404

中国版本图书馆CIP数据核字:(2009)第022842号

企业知识产权战略实务

王瑜 丁坚 滕云鹏 著

出版发行:知识产权出版社

社址:北京市海淀区马甸桥马甸南村1号院

网址: <http://www.ipph.cn>

发行电话:010-82000893 82000860 转 8101

责编电话:010-82000887 82000860 转 8118

印刷:知识产权出版社电子制印中心

开本:880mm×1230mm 1/32

版次:2009年4月第1版

字数:210千字

邮 编:100088

邮 箱:bjb@cnipr.com

传 真:010-82000893

责编邮箱:lilin@cnipr.com

经 销:新华书店及相关销售网点

印 张:7

印 次:2009年4月第1次印刷

定 价:18.00元

ISBN 978-7-80247-434-5/D·773 (2459)

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

前 言

2008年6月5日国务院印发《国家知识产权战略纲要》（以下简称《战略纲要》）指出，我国知识产权战略目标的首要任务是：到2020年，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，特别将知识产权创造与运用作为战略重点。我国企业在“挫折”中成长，已经深刻认识到知识产权的重要性，对实施知识产权战略的积极性很高。但是《战略纲要》是从国家的层面来设计的，企业该如何适用《战略纲要》来规划自己的知识产权战略呢？这正是本书的核心内容。

本书以《战略纲要》为基线，根据《战略纲要》规划的“创造、运用、保护和管理”四个方面，构筑了本书的基本框架体系：（1）开发（创造）体系；（2）运营（运用）体系；（3）管理体系；（4）防护（保护）体系。为了使读者了解知识产权对企业经营运作的意义，作者增加了一个意识体系，五个体系搭建起企业知识产权战略完整的框架。本书旨在帮助读者为所服务的企业构建完整的知识产权战略运营体系，并根据各个体系的内容充实整个战略体系的具体内容。让本书成为操作手册指导实务工作，是作者的本意所在。

知识产权本身是很抽象的东西，不好理解也不容易讲清楚。本书基本以案例开头，从案例展开讲述，以比较简短通俗的语言表述，深入浅出，使读者可以轻松阅读，迅速心领而神会，融会贯通，这是作者对读者的体谅。

目 录

前言 / 1

第一部分 意识体系

第一章 知识产权对企业有什么用 / 3

第一节 知识产权是财富的象征 / 3

一、知识产权就是财产 / 3

二、知识产权是宝石 / 4

三、知识产权代表财富 / 5

第二节 知识产权就是核心竞争力 / 6

一、开辟新市场的切入点 / 6

二、独霸市场的秘密武器 / 7

三、预测市场的望远镜 / 7

第三节 知识产权开辟收入来源 / 8

一、知识产权是利润的源泉 / 8

二、知识产权带来巨额收益 / 8

三、知识产权提高产品溢价 / 9

第四节 知识产权成为商务战略手段 / 10

一、知识产权可以用来投资 / 10

二、知识产权可以用来融资 / 11

三、知识产权演化为贸易形式 / 11

四、知识产权被用来设置壁垒 / 12

第二章 知识产权我们面临哪些危机 / 15

第一节 缺乏知识产权，我们处处受制 / 15

- 一、并非危言耸听的危机 / 15
- 二、加工大国的苦笑 / 16
- 三、我们的企业已经被合围 / 16
- 四、我们的行业遭受毁灭性打击 / 17
- 五、我们被阻挡在国际市场之外 / 17

第二节 知识产权，我们与世界的距离 / 18

- 一、我们还处在原始阶段 / 18
- 二、拥有数量上的差距 / 18
- 三、我们还谈不上管理 / 19
- 四、我们沦为他人“运营”的对象 / 20

第三章 知识产权，我们怎么办 / 21

第一节 摒弃中国式思维方式 / 21

- 一、免费的拿来主义 / 21
- 二、无谓的抱怨与猜忌 / 22
- 三、逃避的鸵鸟政策 / 22
- 四、叶公好龙的心态 / 23

第二节 把知识产权当成企业责任 / 23

- 一、自主创新成为企业的责任 / 24
- 二、企业如何践行责任 / 24

第三节 后发优势追赶的光明之路 / 26

- 一、利用知识产权抗衡大企业 / 26
- 二、利用知识产权迅速成长 / 28
- 三、利用知识产权摆脱困境 / 28
- 四、把握时代脉搏，创造辉煌 / 29

第二部分 开发(创造)体系

序 言 知识产权开发，智慧的博弈 / 33

第四章 如何开发商标 / 36

第一节 商标开发，注册最要紧 / 37

- 一、实际都在用，却不注册 / 37
- 二、用而不注册，教训很深刻 / 37
- 三、海外注册，不容忽视 / 38

第二节 商标取名有哪些规则 / 38

- 一、商标有哪些组成形式 / 39
- 二、商标有哪些类型 / 40
- 三、取名有什么规则 / 41
- 四、取名要有文化内涵 / 41

第三节 好商标名字怎么取 / 43

- 一、商标取名有哪些流程 / 43
- 二、商标取名有哪些好方法 / 47
- 三、涉外商标怎么取名 / 49

第四节 商标开发怎么筹划与布局 / 50

- 一、商标开发怎么布局 / 50
- 二、不同的企业如何取名 / 52
- 三、不同的产品如何取名 / 54

第五章 如何开发专利 / 55

第一节 专利开发需要智慧和头脑 / 55

- 一、专利开发，必须申请保护 / 55
- 二、专利开发，须知基本规划 / 56
- 三、专利开发，要有战略思维 / 57
- 四、专利开发，应当组合进行 / 58

第二节 专利开发有哪些基本规则 / 59

- 一、人人都可以成为发明家 / 59
- 二、从哪里去找专利开发思路 / 60
- 三、如何寻找专利开发智慧突破点 / 61
- 四、专利开发前应当考虑哪些问题 / 62
- 五、如何组建开发小组 / 64
- 第三节 专利开发有哪些策略 / 66
 - 一、批量生产，专利开发遍地开花 / 66
 - 二、破袭战，突破“马其诺防线” / 69
 - 三、高瞻远瞩，抢占无人高地 / 71
- 第四节 专利开发有哪些新视野 / 73
 - 一、向全球搜寻技术创新来源 / 73
 - 二、多方式、多目的进行集成创新 / 73
 - 三、配合成功商业模式的创新资源 / 74
 - 四、自主研发，不如直接购买 / 75
 - 五、交叉许可，免费利用他人技术 / 75
- 第六章 商业秘密开发 / 76
 - 第一节 什么是商业秘密 / 76
 - 一、怎样的信息是商业秘密 / 77
 - 二、商业秘密包括哪些内容 / 78
 - 第二节 如何开发商业秘密 / 79
 - 一、首先要有保护的意识 / 79
 - 二、如何建立商业秘密保护制度 / 80
 - 第三节 竞业禁止——商业秘密的补充 / 81
 - 一、竞业禁止，限制的对象 / 82
 - 二、竞业禁止，限制的范围 / 82
 - 三、竞业禁止，限制的期限 / 83
 - 四、合理补偿，限制的代价 / 83

第三部分 运营（运用）体系

第七章 运营知识产权，智慧者的“游戏” / 87

第一节 运营知识产权成功的典范 / 87

- 一、创业，始于一件失效的专利 / 87
- 二、申请专利，打下事业的基础 / 88
- 三、实施专利许可，扩大利益来源 / 88
- 四、制定标准，坐享其成 / 89

第二节 运营知识产权创造财富 / 89

- 一、只有运营才能产生效益 / 89
- 二、转让与许可带来直接收益 / 91
- 三、运营知识产权创造蓝海 / 93

第三节 运营知识产权的规则 / 95

- 一、龟兔赛跑的启示 / 95
- 二、跨国公司如何运营知识产权 / 97
- 三、运营知识产权需要联盟 / 99

第八章 如何运营商标 / 101

第一节 商标运营规则 / 101

- 一、运营首先要使用 / 101
- 二、商标运营有哪些误区 / 111
- 三、商标成名有哪些快速通道 / 113
- 四、如何提升商标的价值 / 114

第二节 商标如何虚拟经营 / 115

- 一、虚拟经营，虚化了生产和销售 / 116
- 二、虚拟经营，不虚的是品牌 / 116
- 三、用知识产权规则整合资源 / 117
- 四、用创新提升品牌价值 / 117

第三节 驰名商标运营 / 118

- 一、如何申请中国驰名商标 / 118

二、如何维护驰名商标 / 120

第九章 如何运营专利 / 126

第一节 转让与许可, 额外的收益 / 126

一、小专利, 大价值 / 126

二、专利怎么转让 / 127

三、专利许可有哪些新模式 / 127

第二节 专利运营战略规划 / 129

一、技术专利化 / 129

二、专利标准化 / 129

三、标准垄断化 / 130

第三节 专利运营怎么评估 / 131

一、购买专利前如何评估 / 132

二、产品出口时怎么评估 / 132

第四节 跨国公司如何运营知识产权 / 133

一、跨国公司有哪些运营策略 / 133

二、跨国公司有哪些运营手段 / 135

第十章 知识产权优惠政策运营 / 138

第一节 商标有哪些优惠政策 / 138

一、对驰名商标的奖励 / 138

二、对商标申请的补助 / 139

三、其他优惠措施 / 140

第二节 专利有哪些优惠政策 / 140

一、对专利的申请、实施提供资助 / 141

二、对职务发明者的奖励 / 141

第三节 有哪些政策保障措施 / 142

一、加大了保护力度 / 142

二、加强了打击力度 / 143

三、推出了服务措施 / 144

第十一章 知识产权资本运营 / 147

第一节 并购时如何运营知识产权 / 147

一、并购，看中的就是知识产权 / 147

二、并购为何需要律师参与 / 149

第二节 知识产权资本化运作 / 151

一、如何用知识产权入资 / 151

二、如何用知识产权获得贷款 / 152

三、知识产权如何证券化 / 153

第四部分 防护(保护)体系

第十二章 知识产权如何维权 / 159

第一节 打知识产权官司，为何而战 / 159

一、知识产权官司，没有赢家 / 159

二、打知识产权官司，不仅为赔偿 / 161

三、打知识产权官司的商务目的 / 162

第二节 打知识产权官司，如何应战 / 164

一、运筹帷幄，决胜在诉讼之前 / 164

二、解决纠纷，还有便利的途径 / 165

三、打击侵权，不如许可使用 / 166

第十三章 如何建立知识产权防护体系 / 169

第一节 如何准备提起诉讼 / 169

一、获取侵权证据 / 169

二、确认自己权利的有效性 / 169

三、向侵权方发出“警告书” / 170

第二节 保护，还有哪些途径 / 170

一、利用行政手段保护 / 170

二、通过海关保护 / 171

三、利用刑事手段保护 / 171

第三节 如何建立综合防护体系 / 172

- 一、统一商标、商号、域名防止傍名牌 / 172
- 二、商业秘密与专利紧密结合 / 173
- 三、利用商标保护其他知识产权 / 173

第十四章 如何避免成为侵权者 / 176

第一节 无意识的侵权防不胜防 / 176

- 一、采购原料，买来的侵权 / 176
- 二、员工偷懒，偷来的侵权 / 177
- 三、挖人墙脚，挖来的侵权 / 177

第二节 如何预防成为侵权人 / 178

- 一、如何预防成为专利侵权人 / 178
- 二、加工商如何预防侵权 / 179

第五部分 管理体系

第十五章 如何建立知识产权管理体系 / 183

第一节 知识产权为什么要管理 / 183

- 一、管理不善，关闭工厂 / 183
- 二、细节疏忽，巨额赔偿 / 184
- 三、管理提高经济效益 / 184

第二节 如何组建知识产权管理部门 / 186

- 一、知识产权管理有哪些模式 / 186
- 二、知识产权管理部门的职责是什么 / 186

第三节 如何构建知识产权制度体系 / 187

- 一、如何建立培训制度 / 187
- 二、如何建立激励机制 / 188
- 三、如何建立归属制度 / 188
- 四、如何建立保密制度 / 189

第十六章 知识产权管理实务操作 / 191

第一节 知识产权的权属如何约定 / 191

一、合作开发的如何约定知识产权权属	/ 191
二、委托开发的如何约定知识产权权属	/ 192
三、职务开发的如何约定知识产权权属	/ 193
第二节 如何建立商业秘密管理体系	/ 193
一、保护商业秘密我们存在哪些不足	/ 193
二、国外公司如何保护商业秘密	/ 194
第三节 展会知识产权如何管理	/ 197
一、参展前要做哪些准备	/ 197
二、展会中知识产权如何维权	/ 198
三、展会上被指控侵权怎么办	/ 199
四、参加国际展会应注意哪些	/ 200
第四节 从“解百纳”之争谈商标战略思维	/ 201
一、商标战略要有规划	/ 202
二、商标驰名要有基因	/ 203
三、诉讼维权要有策略	/ 204
四、商标战略以和为贵	/ 205
后记	/ 207

第一部分

意识体系

我们的社会正在从工业经济时代进入到知识经济时代。在这个时代中，知识产权构成了创造财富的资源。这个时代的典型特征是财富的多寡以知识产权来表现，商务竞争手段突出表现为对知识产权战略的运用，知识产权是企业乃至国家的核心竞争力。对于企业而言，知识经济带来的是财产结构的重大变化，企业固定资本、金融资本在重要性方面已经让位于企业所拥有的知识财产；对于国家而言，知识经济带来的是更迅猛的发展速度。

在这个以知识为主导的时代，知识产权成为社会发展最重要的战略资源，知识创新能力是国家可持续发展的核心竞争力。在经济发展方面，20世纪80年代美国曾一度输给日本，陷入了经济萧条，打破这一局面的正是里根政府推出的重视知识产权的政策，它使美国顺利地摆脱了经济困境。2002年日本政府在知识产权战略会议上发表了《知识产权战略大纲》，将“知识产权立国”列为国家战略。同年11月27日，日本通过了《知识产权基本法》，为“知识产权立国”提供了法律保障。日本成立了知识产权战略总部，由全体内阁成员和10名在知识产权方面有专长的成员组成，时任首相小泉纯一郎任部长，一位副部长级的干部担任政府审议会秘书处秘书长，这在日本还是首次。知识产权战略总部规格如此之高，充分说明了日本对保护知识产权的重视。随着《知识产权基本法》的实施，日本在大学研究成果转化为产品、处理侵犯知识产权纠纷、打击海外侵犯日本知识产权行为和高新技术研究成果的保护等各个方面将会加大管理力度。日本的做法值得我们借鉴和深思。

第一章 知识产权对企业有什么用

曾经有个记者问笔者：“知识产权是不是就是专利？”由此可见，虽然知识产权正如火如荼地被宣传，被各级政府高度重视，各种优惠政策接二连三地出台，但是民间反应却依然非常冷淡，普通民众对于知识产权的认识几乎是一片混沌。这是为什么？根据笔者与客户打交道的经验，其实这个问题不难回答：因为政府只宣传了知识产权的重要性，却并没有告诉民众知识产权究竟有什么实际用处。知识产权的取得和维护都是要花钱的，如果只有投入却不知道回报在哪里，任何精明的商业人士都不会为知识产权买单。要了解知识产权，首先要知道知识产权有什么用，能为企业带来什么经济价值。

第一节 知识产权是财富的象征

美国前总统亚伯拉罕·林肯有句经典名言：“专利制度是给天才之火浇上利益之油。”引申这句话，我们完全可以说：“知识产权就是浇在智慧火花上的利益之油。”

一、知识产权就是财产

“知识产权”一词英文为“intellectual property”，本来是“智慧财产”或“智力财产”的意思，我国学者译为“知识产权”，这个概念已被立法领域和法学研究领域普遍接受。世界上大部分国家没有给知识产权下定义，只是划定了属于知识产权的范围。我国学

者郑成思先生给知识产权下的定义是：“知识产权指的是人们可以就其智力创造的成果依法享有的专有权利”。国内学者几乎一致认为知识产权是“一种依法享有的民事权利”。既然是民事权利，知识产权当然归入为法律上的概念，但在一定程度上，正是这样的概念将人们引入了误区。中国人权利意识不强，个人权利往往得不到充分的尊重，也不很懂得尊重他人的权利，长期以来知识产权侵权现象十分严重。尽管在法律上我国对知识产权侵权行为的打击可以说是世界上最严厉的，但在现实中，情况却往往是：侵权者明目张胆，被侵权者付出高昂的维权成本，却还是没有取得任何效果。这直接打击了民众开发和维护知识产权的积极性。如果还是从法律上去简单定义知识产权，仅从民事权利的角度去看待知识产权，将不利于知识产权在我国的发展。

在此笔者并不想篡改我国已经在理论以及立法领域被普遍接受的定义，只是想民众看到知识产权的另一个属性——财产属性。法学学者们在阐述知识产权时也常提到它是一种无形财产权，而不仅仅是一种简单的民事权利；在许多经济学的著作里以及相关法律规定中，人们直接将知识产权划归为无形资产，但非常遗憾的是，知识产权的财产属性还是常常被忽略。人都是经济动物，人的行为在很大程度上受经济利益的支配，市场经济条件下，大家在充分遵守法律规则的前提下，可以赚取经济上的一切利益。我们还知识产权财产属性的本来面目，将更有利于促进我国知识产权的发展。对于普通民众我们可以从字面上去引导，让他们重新理解知识产权——读“知识产权”四个字时将重音放到“产”字上，而不是“权”字上，“产”就是财产，这样公众就很容易认识知识产权的财产属性了。

二、知识产权是宝石

伊索寓言中有则《公鸡和宝石》的故事：有只公鸡在扒地，要给自己和母鸡寻找食物吃，不料却扒出了一颗宝石。它对宝石说道：如果不是我找到你，而是有人找到了你，他会把你捧为宝贝，但是我找到你却一点用处都没有，哪怕得到全世界的宝石，都不如