



企
业
管
理
者
必
备
用
书

QIYE ZHISHI CHANQUAN ZHANLUE

企业知识产权战略

冯晓青 著

知识产权出版社

企业知识产权战略

冯晓青 著

知识产权出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业知识产权战略/冯晓青著. - 北京:知识产权出版社,2001.9

ISBN 7-80011-549-6

I.企… II.冯… 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(2001)第039962号

本书的所有版权受到保护,未经出版者书面许可,任何人不得以任何方式和方法复制抄袭本书的任何部分,违者皆须承担全部民事责任及刑事责任。

企业知识产权战略

责任编辑:李琳 李斯 责任校对:韩秀天

装帧设计:段维东 责任出版:杨宝林

冯晓青 著

知识产权出版社出版、发行

(北京海淀区蓟门桥西土城路6号 邮编:100088)

<http://www.cnipr.com>

(010)62026893 (010)82086765 转 8252

知识产权出版社电子制印中心印刷

新华书店经销

2001年9月第1版 2001年9月第1次印刷

850mm×1168mm 1/32 印张:11.125 字数:300千字

印数:1~3 000册

ISBN7-80011-549-6/D·036

定价:22.00元

如有印装质量问题,本社负责调换。

本作品系湖南省教委青年项目“面向
21 世纪知识经济企业知识产权战略
研究”课题成果

鸣谢湘潭大学给予本书出版的支持

作者简介

冯晓清,男,1966年生,湖南长沙人。1990年毕业于中国人民大学法学院知识产权专业,获经济学、法学双学士学位。1998年破格晋升为湘潭大学法学院教授,同时担任经济法硕士点知识产权法研究方向硕士生导师。1999年9月至2000年1月受聘为北京大学法治研究中心访问学者。2000年9月考入北京大学法学院攻读知识产权法研究方向法学博士学位。主要从事知识产权法学、法律专业英语的教学与科研工作以及相关法律实务工作。先后撰著出版《著作权法通论》、《知识产权诉讼研究》、《知识产权法学》、《现代知识产权法》等个人学术专著5部,在国内外中英文法律专业刊物上公开发表知识产权研究论文近百篇,主持完成省部级研究课题3项,获得湖南省第五届社会科学优秀成果三等奖、湖南省普通高校优秀教学成果二等奖、湖南省知识产权研究会优秀成果一等奖以及第二届中国“杰出中青年法学家”提名奖等学术奖励与荣誉。

内容提要

企业知识产权不仅是一种无形财产权,而且是一种重要的经济资源,其价值不仅可以用货币来衡量,而且比有形财产更重要。但从实际情况来看,我国企业对于策略性地利用知识产权发展经济明显生疏,这对加入 WTO 后我国企业面对强手如林的竞争局面十分不利。

本书注重经济与法律的结合、理论与实践的结合,以国有大中型企业为着眼点,系统、全面地提出了我国企业特别是国有大中型企业启动并有效实施知识产权战略工程的原则、方法及战略措施,有较强的创见性及指导性。

读者对象为企业经营管理者、知识产权界有关人士及高校相关专业师生等。

序

企业是我国国民经济的细胞、社会主义市场经济的微观基础和重要主体。随着我国社会主义市场经济体制的建立、发展以及加入世界贸易组织,企业作为平等的市场经济主体,要在激烈的市场竞争中求得生存和发展,就必须实行各种经营资源的优化配置,提高市场竞争力。为此,企业需要制度创新。现阶段我国企业制度创新的方向,是建立产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度。其中企业管理的科学化,是企业制度创新和机制转变的基础保障,也是企业发展永恒的主题。

企业管理的科学化立足于企业管理的创新,企业管理的创新则是通过实施战略管理来实现的。企业的战略管理是企业社会主义市场经济条件下,在分析国际大环境与国内环境的基础上,为谋求企业的生存与发展而对其总体及长期规划进行设计、选择、控制和实施,直至达到预期目标的全过程。企业的战略管理涉及到企业生存与发展中的重大问题,故应作为企业经营的首位活动。企业战略管理的特点是追求企业长期生存与发展,以及战略竞争能力的提高。相应地,培养和发展企业的核心竞争力成为企业经营战略的关键。核心竞争力的形成要经过企业内部资源、知识、技术等积累、整合过程。

在科学技术迅猛发展、知识产权制度不断建立和完备的今天,知识产权不仅是一种重要的法权和无形资产,也是经济主体一种强有力的竞争武器,在经济生活中不仅作为无形资产具有可观的经济价值,而且作为一种法定的智力成果权还具有巨大的商业竞争价值,是一种重要的竞争资源,是企业参与竞争、求得生存与发展的开路先锋和坚强后盾,并且成为发挥知识资源经济竞争效能的重要保证。随着我国加入世界贸易组织,整个世界成为我国企业置身于其中的大市场。这

种全球化市场充满了竞争与多变,我国企业因而必将进入全球范围的竞争,特别是与国外企业的竞争。这种竞争是科学技术的竞争、技术创新能力的竞争,并集中体现为自主知识产权数量和质量竞争。知识产权在企业乃至国家的经济、科技发展中的战略地位也无疑将增强。企业站在战略的高度来认识和处理知识产权问题,强化自主知识产权的创造与管理,有效地实施知识产权战略管理以开拓市场、占领市场并取得市场竞争优势,就成为时代的必然要求。也就是说,面对我国即将加入世界贸易组织的新形势,我国企业在经济活动中如何构建并充分有效地运用知识产权战略,实施知识产权的战略管理,成为当今我国广大企业必须重视的战略性问题。

随着知识经济的悄然而至以及我国加入世界贸易组织,知识产权资源在企业发展中将起到越来越重要的作用。而国内外许多成功企业的实践表明,企业的成功是以富有成效的企业知识产权战略为后盾和基础的。一般地说,成功的企业都是有效实施知识产权战略的典范。企业知识产权战略在国外的研究与实施已有几十年的历史,美、日等发达国家的企业在知识产权战略管理方面积累了成功的经验,不少企业堪称是靠知识产权战略起家并发展、壮大的。

众所周知,我国知识产权制度起步较晚,相应地,立足于知识产权制度的企业知识产权战略的研究与实施至今尚处于起步阶段。整体上,无论是企业界还是法学界尚未足够认识到将知识产权作为一种竞争性资源,从经营战略、竞争战略的角度进行研究。面对我国加入世界贸易组织、科学技术日新月异、电子商务迅猛发展的新形势,我国企业,特别是大中型企业必须懂得运用知识产权战略手段开拓市场、占领市场并取得市场竞争优势,否则将处于极为被动和不利的局面。

现实生活中,我国一些企业面对激烈的市场竞争,通过成功地运用知识产权战略手段进行市场决策与经营,积极主动地参与市场角逐,已取得了相当可观的成绩,使企业不断发展和壮大,如我国第一个在企业中设立知识产权办公室的海尔集团公司就是典范。但是当前我国相当一部分企业特别是国有大中型企业之所以面对市场举步维

艰,除了体制和其他一些原因外,不重视实施知识产权战略管理,忽视技术创新和智力成果的保护,缺乏强有力的自主知识产权,也是其中的重要原因。知识产权本质上是一种因知识产品在市场交易中获得的经济权利,知识产权的产生、行使和保护与市场紧密结合。知识产权保护离不开市场,当代的市场也离不开知识产权保护与管理。知识产权战略即是企业为获得并保持市场竞争优势,运用知识产权及其保护手段谋取最佳经济效益的谋略与手段。在我国,将知识产权作为企业的一种经营战略,在生产与经营活动中综合运用各种手段来保护和使用权知识产权,还远未形成企业知识产权战略认识体系,更谈不上在实际生活中系统地分析、研究和运用企业知识产权战略管理。在我国即将加入世贸组织的大背景下,我国企业如何通过实施知识产权战略管理去创市场,不断发育和培植自主知识产权,并求得其生存与发展,已是当今我国经济、科技部门、法学界不容忽视的重要课题。

总体上讲,我国对企业知识产权战略的研究仍然处于初始阶段,而对于加入世贸组织以后我国企业如何构建与实施知识产权战略管理以在新一轮的竞争中取胜,这方面的研究可以说尚付阙如。开展对这方面的研究可以使我们未雨绸缪,更好地应对新形势下的竞争,使我国的企业,特别是国有大中型企业,在加入世贸组织以后能够有效地遏制国外企业的知识产权战略进攻,使其更好地发展。这为探讨我国国有企业的振兴与发展无疑也提供了一种新的思路与视角。在我国许多企业到目前为止仍不太重视与不善于运用知识产权战略管理的情况下,加强这方面的研究更具有紧迫性。同时,这种研究对于丰富和发展企业战略及知识产权保护理论也具有重要的学术意义与学科意义。

冯晓青教授的新著《企业知识产权战略》(知识产权出版社2001年版)正是适应上述形势需要而撰著完成的这方面的一部力作。

冯晓青教授长期从事知识产权方面的教学与研究工作,近几年来在与知识产权相关的交叉学科研究上也取得了可观的成绩,企业知识产权战略研究即是其一。先后发表了《试论企业技术引进与输出中专

利战略的应用》、《企业知识产权战略初论》、《企业专利战略若干问题研究》、《企业知识产权战略运用研究》、《日本企业专利战略及对我国的启示》等企业知识产权战略研究论文近 20 篇。本人对冯晓青教授有更深入的了解是他在北大作访问学者时。他的勤奋、好学、刻苦钻研和博学多识给我留下了深刻的印象。他具有经济学和法学双学士学位,并且正在北京大学法学院、知识产权学院攻读知识产权法方向法学博士学位,是第二届中国杰出中青年法学家提名奖获得者,也是我国知识产权研究领域一名迅速成长起来的青年学者。

本人阅读《企业知识产权战略》后,认为该书从我国各类企业特别是国有大中型企业知识产权运用与保护的现状出发,紧扣我国即将加入世贸组织的形势,剖析我国企业在知识产权战略运用上的现状、问题、成因与对策,借鉴发达国家企业在知识产权战略运用上的成功经验,为我国企业特别是国有大中型企业如何适应我国加入世贸组织的国际竞争,科学有序地实施知识产权战略进行市场经营,占领市场并取得市场竞争优势,获得最佳经济效益,构筑了一个具有现实指导作用的理论框架。该研究成果对于我国广大企业,特别是国有大中型企业启动和有效实施知识产权战略工程,开发自主知识产权具有切实的指导作用。同时,该书拓宽了企业战略管理和知识产权研究领域,促进了企业战略学和知识产权学科建设的发展。

大体说来,《企业知识产权战略》一书的特点与创新主要表现在:

第一,从企业战略管理与竞争战略的角度,研究知识产权问题,既为知识产权研究开辟了一个新的视野,也顺应了企业战略管理发展趋势,弥补了从知识产权的角度研究企业战略管理与竞争战略的不足。

知识产权的财产意义在西方早已成为共识,它在企业经济生活中的作用在我国已被越来越多的人所认可。并且,进入 20 世纪 90 年代以后,企业经营环境的变化使得传统的战略管理模式面临挑战,企业战略管理的重点由适应环境变化的竞争定位理论转向以创造未来为主的核心竞争力理论。但从经营战略、竞争战略的角度对企业运用各种方式和手段处理知识产权问题还较为少见。本书的研究在这方面

有较大的创新。

第二,从无形(知识)权利的获取、利用、保护与控制着手谋划企业经济活动,为企业管理、经营策略提供了一个新的思路。

长期以来,设备、资金、厂房乃至员工被视为企业活动的要素,而对商标、专利、版权等无形的知识产权,则被许多企业视为装饰品,尽管有许多企业因知识产权问题处理不当而受损,但知识产权的创造、使用与保护等问题仍没有得到足够的重视。即使是那些比较重视知识产权工作的企业,也很少将其当作企业的经营管理战略予以考虑。其实,将知识产权视为企业的重要资源,从经营战略的高度予以考虑和谋划,是国外许多大企业成功的重要法宝。本书的研究为我国企业提高对知识产权的认识,逐渐掌握和运用知识产权战略,参与市场竞争,提供了新的途径。

第三,从企业知识产权战略管理的机制进行分析研究,为企业无形资产的有效管理、保护、控制提供了新的渠道。

第四,为我国企业在加入世贸组织以后如何在激烈的全球性市场竞争中立于不败之地并取得市场竞争优势提供了切实可行的策略。

总之,该书具有研究角度新颖、研究内容富于创见、理论与实际紧密结合的特点,并具有相当的前瞻性。

当然,学无止境,由于企业知识产权战略的研究在我国方兴未艾,本书提出的有些观点还有待于实践的检验,很多问题还有待于进一步探讨。我祝愿作者继续努力,在知识产权研究领域有更多更好的佳作问世。

北京大学 陈美章

2001年6月

目 录

第一章 知识产权基本原理	1
第一节 知识产权引论	1
一、知识产权及其相关概念	1
二、知识产权的属性与特征	7
三、知识产权的制度价值	14
第二节 知识产权的产生及在当代社会的发展	16
一、知识产权保护的产生	16
二、知识产权保护的发展阶段	18
三、当代知识产权制度发展的特点	19
四、知识产权发展的新趋势	21
五、知识经济时代的知识产权	26
第三节 知识产权的保护	27
一、知识产权保护的体系	27
二、知识产权的保护范围	30
三、知识产权侵权行为及其界定	33
第二章 企业知识产权战略概论	38
第一节 关于战略的几点认识	39
第二节 知识产权战略与企业	40
一、知识产权战略、企业知识产权战略的概念与特征	40
二、企业知识产权战略研究的主要内容	42
三、企业知识产权战略与建立现代企业制度的关系	43
第三节 适合企业特点的具体的知识产权战略	47
一、从知识产权权利内容分类	47
二、从对知识产权的运作分类	48
第四节 企业知识产权战略的法律保障	48
第五节 研究企业知识产权战略的重要意义	52

第三章 企业专利战略的制定与实施	55
第一节 企业专利战略的概念、特点及在企业战略中的地位	56
一、企业专利战略的概念	56
二、企业专利战略的特点	58
三、企业专利战略在企业经营发展战略中的地位	58
第二节 企业专利战略的构成	59
一、企业专利战略思想	59
二、企业专利战略目标	60
三、企业专利战略方案	61
四、企业专利动态调节机制	61
五、专利政策法律	61
第三节 企业专利战略的制定	62
一、企业制定专利战略的重要意义	62
二、制定企业专利战略的几个原则	64
三、企业专利战略的制定	65
四、企业专利战略的实施	68
第四章 企业常用专利战略的运用	70
第一节 企业进攻型专利战略	70
一、企业进攻型专利战略的概念	70
二、企业进攻型专利战略的内容及适用条件	70
第二节 企业防御型专利战略	83
一、企业防御型专利战略的概念	83
二、企业防御型专利战略的内容及适用条件	83
第三节 进攻型、防御型专利战略在我国企业中的运用	90
一、运用的原则	90
二、企业进攻型专利战略应注意的问题	92
三、企业防御型专利战略运用应注意的问题	93
第五章 企业技术创新中的专利战略	95
第一节 企业技术创新与企业专利战略的关系	95
一、企业技术创新是企业专利战略的重要目标	96

二、实施企业专利战略是促进企业技术创新的重要保障	100
第二节 企业技术创新中专利战略的运用	101
一、企业专利技术研究、开发的战略定位	101
二、企业专利技术研究、开发中专利战略的运用	105
第六章 企业技术引进与输出中的专利战略	109
第一节 企业技术引进与输出中专利战略的应用	109
一、专利收买战略	110
二、交叉许可战略	110
三、直接导入型引进专利战略与创新型引进专利战略	111
四、专利合作战略	113
五、专利特许专营战略	114
六、专利与专有技术转让的补偿贸易战略	114
第二节 我国企业技术引进、输出的状况与专利战略	114
一、我国企业技术引进与输出的现状	114
二、促进我国企业引进与输出专利战略的运用	117
第七章 企业专利申请战略	121
第一节 企业专利申请与经济实力的关系	121
第二节 我国企业专利申请状况与成因	123
第三节 企业专利申请中专利战略的运用	127
一、是否申请专利的决策	127
二、申请时机的决策	132
三、专利申请种类的选择	133
四、专利申请国别的选择	135
第八章 国外企业专利战略及对我国的启示	137
第一节 日本企业专利战略	137
第二节 美国企业专利战略	144
第三节 日美企业专利战略的基础企业专利工作与专利管理情况简介	149
一、专利管理机构	149
二、专利工作与管理的主要内容	150

第四节	日美企业专利战略对我国企业的启示与借鉴	152
第九章	企业商标战略的制定与实施	155
第一节	企业商标战略的概念与特点	156
第二节	企业商标战略的构成要素	158
一、	企业商标战略思想	158
二、	企业商标战略目标	158
三、	企业商标战略方案	159
四、	企业商标动态调节机制	160
五、	商标政策法律	160
第三节	企业商标战略的制定与实施	161
一、	制定企业商标战略的原则	161
二、	企业商标战略的制定	162
三、	企业商标战略的实施	164
第十章	企业商标战略的具体运用(一)	165
第一节	商标设计、选择策略	165
一、	商标应具有合法性	165
二、	商标应具有显著性	166
三、	商标标记感强,具有独创性	167
四、	商标设计应讲究艺术性,使商标富于个性化	167
五、	商标设计要适应消费者心理,适应消费群体的文化素质	168
六、	商标要适合商品特点,易引起消费者联想	168
七、	商标要适合于多种广告媒体	169
八、	商标设计应符合民族习惯,适合于产品外销	169
第二节	企业商标及时注册策略	170
第三节	商标使用策略	174
一、	商标化决策	174
二、	企业正确使用注册商标的策略	176
三、	不同情况下的企业注册商标使用策略	177
第十一章	企业商标战略的具体运用(二)	187

第一节 联合商标策略	187
第二节 防御商标策略	189
第三节 商标与商号一体化策略	191
第四节 商标形象战略	194
一、商标是一种艺术形象	194
二、根据消费者的不同需求创制出具有特定形象的商标	195
三、从企业形象总体战略格局出发,创制和使用商标	197
四、通过树立商标信誉充实商标形象和企业形象	198
第五节 商标竞争战略	199
第六节 商标广告宣传战略	200
第七节 商标特许战略	202
第十二章 企业创立驰名商标战略	206
第一节 驰名商标的含义及其构成特征	207
第二节 企业创驰名商标与名牌战略思想	208
一、“名牌”与“驰名商标”的关系	208
二、企业创驰名商标、实施名牌战略的重要意义	209
第三节 企业创驰名商标的策略	212
一、驰名商标的创制	212
二、驰名商标的保护	214
三、驰名商标的发展	217
第四节 企业驰名商标防止被通用名称化策略	218
第五节 企业驰名商标反淡化策略	220
一、淡化的概念、危害	221
二、驰名商标淡化的表现形式与特征	222
三、驰名商标反淡化的保护	225
四、企业驰名商标反淡化战略的法律保障	227
第六节 企业驰名商标域外保护策略	228
第十三章 企业在建立现代企业制度过程中对商标权处理的策略	232
第一节 对我国企业改制中在商标权处理方面存在问题的分析	232
第二节 企业在改制中对商标权处理的策略	235

一、企业商标权的产权界定	236
二、企业商标权的价值界定	236
三、企业改制中商标产权的权利界定	237
第十四章 企业商业秘密保护战略	241
第一节 商业秘密的含义、构成与范围	241
一、商业秘密的含义与构成	241
二、企业商业秘密的范围	245
第二节 企业商业秘密的合法获取与保护策略	246
一、企业商业秘密的合法获取策略	246
二、企业商业秘密的保护策略	251
第三节 企业商业秘密保护中的合理竞业禁止策略	258
一、竞业禁止的概念、类型与依据	258
二、合理竞业禁止的条件	260
三、企业合理竞业禁止的实施	262
第十五章 预防与控制企业知识产权流失战略	265
第一节 企业以知识产权为主要内容的无形资产的流失与控制	265
一、无形资产的概念、范围	265
二、无形资产的特征、作用	266
三、企业无形资产的流失现状	267
四、企业无形资产流失的原因	272
五、企业无形资产流失的防范	274
第二节 企业合资中知识产权的流失与防范策略	275
第三节 企业人才流动中知识产权的流失与防范策略	279
第十六章 企业知识产权投资战略	282
第一节 企业知识产权投资战略概述	282
一、知识产权保护对企业投资的影响	282
二、知识产权本身是一种重要的投资方式,越来越成为 企业投资战略考虑的重要一环	284
第二节 企业专利投资战略	287