



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

企业知识产权战略

QIYIE ZHISHICHANQUAN ZHANLUE

(第3版)

企业管理者必备用书

冯晓青 著

知识产权出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

企业知识产权战略

(第3版)

冯晓青 著

知识产权出版社

内容提要

本书运用经济学、管理学和法学等方法,全面、系统、深入地分析、探讨了我国企业启动并有效实施知识产权战略工程的原则、方法以及运作策略,并对国内外企业知识产权战略的成功经验作了充分介绍。特别是,作者充分研究了将企业知识产权战略融入企业技术开发、生产经营管理、市场营销战略的路径与实现机制,为企业全面提高知识产权管理、保护和运营水平提供了颇为实用的理论与方法,并且从知识产权作为一种竞争性资源的角度深入探讨了我国企业如何有效地开拓市场、占领市场并获得市场竞争优势,为我国企业如何应对全球化竞争环境提供了有效策略与大量的经验材料。该书对强化我国企业知识管理创新工作、有效实施知识产权战略具有重大的理论指导作用与实践操作价值。也是工商管理类专业的理想教材。

读者对象为企业经营管理者、知识产权界有关人士、高校相关专业师生以及对知识产权感兴趣的其他读者。

责任编辑:李琳

责任校对:韩秀天

装帧设计:旋子

责任出版:杨宝林

图书在版编目(CIP)数据

企业知识产权战略/冯晓青著. —3版. —北京:知识产权出版社, 2008. 3

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

ISBN 978 - 7 - 80247 - 054 - 5

I. 企… II. 冯… III. 企业 - 知识产权 - 中国 - 高等学校 - 教材 IV. D923.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第017866号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

企业知识产权战略(第3版)

冯晓青 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

责任编辑:010-82000887 82000860 转 8118

印刷:北京凯达印务有限公司

开本:787mm×1092mm 1/16

版次:2008年3月第3版

2005年4月第2版, 2001年9月第1版

ISBN 978 - 7 - 80247 - 054 - 5/D · 592

邮编:100088

邮箱:bjb@cnipr.com

传真:010-82000893

责任编辑:linlin@cnipr.com

经销:新华书店及相关销售网点

印张:32

印次:2008年3月第9次印刷

字数:790千字

定价:58.00元

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

作者简介

冯晓青，男，湖南长沙人。中国政法大学民商经济法学院知识产权法研究所教授、博士生导师，中国政法大学知识产权研究中心副主任、知识产权法重点学科学术带头人，北京大学法学博士、中国人民大学法学博士后（均为知识产权法研究方向）、加拿大不列颠·哥伦比亚大学（UBC）法学院访问学者。主要从事知识产权法教学、研究工作。先后著述出版《企业知识产权战略》、《知识产权法哲学》、《知识产权法利益平衡理论》等个人学术专著10部，主编《全球化与知识产权保护》等著作与教材10部，在《中国法学》、《政法论坛》、《科学管理研究》、《科技管理研究》等国内外专业刊物上公开发表知识产权论文100余篇，其中在美、英等多国英文专业刊物发表10余篇。承担10余项涉及企业知识产权战略研究的重大项目，如国家知识产权战略专题项目、国家自然科学基金重点项目、国家社会科学基金重大项目、教育部重大课题攻关项目、教育部人文社会科学重点研究基地重大项目等，其中主持完成省部级以上项目8个，并接受各级政府、行业协会、企业在企业知识产权战略与管理方面的委托课题多项。获得中国“杰出中青年法学家”提名奖等学术荣誉。另外，从事一定的知识产权实务工作。除承担律师业务并担任律师事务所高级顾问外，主要从事企业知识产权战略与管理方面的策划、咨询、培训等工作，如担任企业知识产权顾问、主持国内大型企业知识产权战略方案策划与设计，应国家知识产权局等各级政府部门、行业协会、企业等邀请进行企业知识产权战略、管理和法务等方面的专家咨询、培训、讲座等。系国家知识产权战略专家库成员、中国法学会知识产权法研究会理事、中国高校知识产权研究会常务理事。创建有学术网站“冯晓青知识产权网”（www.fengxiaoqingip.com）。

联系方式：fengxiaoqingipr@sina.com。

出版说明

当前，有关知识产权战略问题开始引起各界重视，被提到了前所未有的高度，制定及实施国家知识产权战略已成为大家的共识。有不少学者旗帜鲜明地指出：在知识经济社会，知识产权就是引领经济增长和世界市场前进的一个强有力的发动机，提高国家综合竞争力的内涵离不开国家知识产权战略，必须将国家知识产权战略上升到国家第一战略储备的高度。更有一些专家指出：国家知识产权战略应该继科教兴国战略、人才强国战略和可持续发展战略，成为我国的第四大国家战略，是科学发展观的重要组成部分。2007年10月召开的党的十七大在报告中也明确提出了“实施知识产权战略”的重大任务。学习研究有关知识产权战略已不是少数专家学者的事情，而成为国家及地方各级政府与决策管理部门工作人员、各领域各行业经营者必不可少的功课。而在国家知识产权战略体系中，企业知识产权战略处于基础地位，是实施国家知识产权战略的重要保障。

近些年来，知识产权出版社陆续出版了几本有关知识产权战略主题的专著，其前瞻性的眼光和发人深省的论述引起了广大读者的强烈共鸣，产生了良好的社会反响。《企业知识产权战略》就是其中之一。该书自2001年在我社首次出版以来，深受广大读者欢迎，多次重印。2005年，该书第1版荣获湖南省科技进步二等奖。为适应形势的发展，该书在2005年做了全面修订，在内容上有很大充实。2006年，该书被国家教育部选入工商管理类普通高等教育“十一五”国家级教材规划。这充分体现了《企业知识产权战略》一书不仅对企业具有十分重要的应用价值，而且对于管理类人才培养具有十分重要的意义。

为更好地体现普通高等教育国家级规划教材的特色，更及时地反映最新研究成果，更敏锐地联系我国经济建设实际，我们及时出版《企业知识产权战略》（第3版），希望能够为推动实施国家知识产权战略尽绵薄之力。

知识产权出版社

2008年3月

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、健全和世界贸易组织（WTO）的加入，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、实施和控制，直至达到预期目标的全过程。企业战略管理涉及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。其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财产，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或工商业标记权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WTO，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的竞争。知识产权在企业乃至国家的经济、科技发展中的战略地位无疑也将增强。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，面对我国已经加入WTO的新形势，我国企业在经济活动中如何构建并有效地运用知识产权战略，实施知识产权的战略管理，成为必须重视的战略性问题。

随着知识经济的悄然而至，知识产权资源在企业发展中将起到越来越重要的作用。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。这在西方发达国家表现得尤为明显，其企业知识产权战略的研究与实施已有几十年的历史，特别是美、日等发达国家的企业在知识产权战略管理方面积累了非常丰富的经验，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也较晚。整体上,无论是企业界还是法学界尚未足够认识到知识产权是一种竞争性资源,从经营战略、竞争战略的角度进行研究。面对科学技术日新月异、国际竞争日益激烈的新形势,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地位。

在当代,知识产权问题已经融入现代企业的各种主体行为,成为企业参与市场竞争的主要运作模式和手段。是否拥有自主知识产权成为影响市场竞争成功与否的关键所在。现实生活中,我国一些企业面对激烈的市场竞争,通过成功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,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设立知识产权办公室的海尔集团就是典范。海尔深刻认识到作为市场竞争主体的企业需要有自主知识产权的支撑,从一个集体小厂发展成为跨行业和跨领域的国际化企业,其成功的关键就是支持以知识产权为中心的新产品开发保护战略。海尔的成功被认为是国内企业中知识产权战略成功运作的典范。但是,我国更多企业对知识产权问题不够重视。当前我国相当一部分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,其产生、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利用知识产权,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。在我国已经加入 WTO 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,并求得生存与发展,已是当今我国经济、科技、管理、法学等领域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,而对于在新的形势下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,这方面的研究更少。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,在今天新的国内外竞争形势下能够有效地遏制国外跨国公司和其他企业的知识产权战略进攻,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新的思路与视角。在我国许多企业到目前为止仍不太重视也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与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》正是适应上述形势需要而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,近些年来在与知识产权相关的交叉学科研究上也取得了可喜的成绩,企业知识产权战略研究即是其一。他先后发表了《企业知识产权战略初论》、《知识产权战略及其在企业中的应用》、《试论企业技术引进与输出中专利战略的应用》、《日本企业专利战略及其对我国的启示》、《企业技术

创新中的专利战略研究》、《企业专利技术标准化战略》、《企业商标使用策略研究》、《企业商业秘密保护实用策略》等企业知识产权战略研究论文 40 余篇，主持或参加多项省部级以上企业知识产权战略研究课题。本人对冯晓青教授有更深入的了解是他在北大做高级访问学者时。他的勤奋、好学、刻苦钻研和博学多识给我留下了深刻印象。他具有经济学学士学位、法学博士学位及博士后研究经历，是第二届“中国杰出中青年法学家”提名奖获得者，也是我国知识产权领域一名迅速成长起来的青年学者。

《企业知识产权战略》一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，紧扣我国加入 WTO 后的形势，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新的国际竞争形势，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、知识管理学和知识产权学科建设的发展。《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，并且为知识产权研究找到了一个具有重大应用价值的领域。

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的研究还较为少见。本书在这方面有很大的创新。

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，厂房、设备、资金乃至员工被视为企业活动的要素，而商标、专利、著作权、商业秘密等无形的知识产权，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，知识产权的创造、利用与保护等问题却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手段予以考虑。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，是国外许多企业成功的法宝。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

2005年4月修订

2008年2月第2次修订

目 录

第一篇 导 论

第一章 企业知识产权战略概论	3
第一节 企业知识产权战略引论	3
第二节 知识产权战略与企业	9
第三节 企业知识产权战略的法律保障	29
第四节 研究与实施企业知识产权战略的重要意义	30
第五节 新形势下我国企业实施知识产权战略的紧迫性与重大意义	33
第二章 企业知识产权战略管理	43
第一节 企业知识产权战略管理概论	43
第二节 企业知识产权战略管理过程	47
第三章 国外实施知识产权战略的经验介绍	60
第一节 美国的知识产权战略	60
第二节 日本的知识产权战略	63
第三节 韩国的知识产权战略	66

第二篇 企业专利战略及其运用

第四章 企业专利战略的制定与实施	71
第一节 企业专利战略的概念、特征及其在企业战略中的地位	71
第二节 企业专利战略的构成要素与体系	74
第三节 企业专利战略的制定与实施	80
第五章 企业常用专利战略的运用	94
第一节 企业专利战略的类型	94
第二节 企业进攻型专利战略	95
第三节 企业防御型专利战略	112
第四节 进攻型、防御型专利战略在我国企业中的运用	121
第五节 企业专利战略模式定位的一种实用方法介绍	126
第六章 企业技术创新与设计创新中的专利战略	129
第一节 企业技术创新的概念及其意义	129
第二节 企业技术创新与企业专利战略的关系	131
第三节 企业技术创新中专利战略的运用	143

第四节 企业设计创新中的专利战略·····	151
第七章 企业专利技术标准化战略·····	156
第一节 技术标准与专利战略·····	156
第二节 发达国家企业专利技术标准化战略·····	162
第三节 我国企业专利技术标准化战略·····	165
第八章 企业技术引进与输出中的专利战略·····	171
第一节 企业技术引进与输出中专利战略的应用·····	171
第二节 我国企业技术引进与输出的状况与专利战略·····	175
第九章 企业专利申请战略·····	181
第一节 企业专利申请与经济实力的关系·····	181
第二节 我国企业专利申请状况、成因与对策·····	182
第三节 企业专利申请战略的运用·····	188
第四节 企业国际专利申请战略·····	199
第五节 企业专利申请与商业秘密相结合战略·····	201
第十章 国外企业专利战略及其对我国的启示·····	204
第一节 美国企业专利战略·····	204
第二节 日本企业专利战略·····	207
第三节 国外跨国公司对华专利战略·····	212
第四节 国外企业专利战略对我国企业的启示与借鉴·····	216

第三篇 企业商标战略及其运用

第十一章 企业商标战略的制定与实施·····	223
第一节 企业商标战略的概念与特点·····	223
第二节 企业商标战略的构成要素·····	226
第三节 企业商标战略的制定与实施·····	228
第十二章 企业商标战略的具体运用(一)·····	234
第一节 企业商标设计、选择策略·····	234
第二节 企业商标及时注册策略·····	237
第三节 企业商标国际注册及商标国际化经营战略·····	239
第四节 企业商标使用策略·····	245
第五节 网络环境下企业商标使用策略·····	262
第十三章 企业商标战略的具体运用(二)·····	266
第一节 联合商标策略·····	266
第二节 防御商标策略·····	267
第三节 商标与商号一体化策略·····	268
第四节 商标延伸策略·····	270
第五节 商标形象战略·····	276
第六节 商标竞争战略·····	280

第七节	商标广告宣传战略·····	283
第八节	商标特许经营战略·····	287
第十四章	企业创立驰名商标战略·····	291
第一节	驰名商标的含义及其构成特征·····	291
第二节	企业创驰名商标与名牌战略思想·····	292
第三节	企业创驰名商标的策略·····	296
第四节	企业驰名商标防止被通用名称化策略·····	301
第五节	企业驰名商标反淡化策略·····	302
第六节	企业驰名商标域外保护策略·····	306
第十五章	企业在建立现代企业制度过程中处理商标权的策略·····	309
第一节	我国企业改制中在商标权方面存在的问题·····	309
第二节	企业改制中对商标权处理的策略·····	311

第四篇 企业商业秘密保护战略

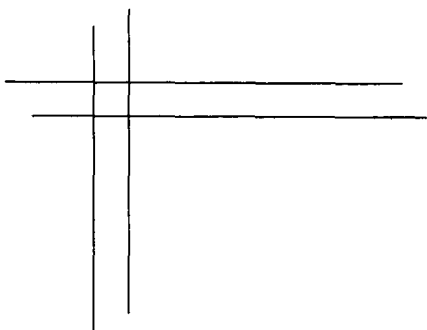
第十六章	企业商业秘密合法获取策略·····	317
第一节	商业秘密的含义、构成与范围·····	317
第二节	企业商业秘密的合法获取策略·····	322
第十七章	企业商业秘密保护策略·····	326
第一节	商业秘密的法律保护形式·····	326
第二节	企业商业秘密保护的实用策略·····	328
第三节	网络环境下企业商业秘密的保护策略·····	333
第四节	企业商业秘密保护中的竞业禁止策略·····	337

第五篇 企业知识产权资本运营战略

第十八章	企业知识产权投资战略·····	347
第一节	企业知识产权投资战略概述·····	347
第二节	企业专利权投资战略·····	351
第三节	企业商标权投资战略·····	356
第四节	我国外商投资企业工业产权投资战略·····	359
第五节	企业并购中的知识产权战略·····	361
第十九章	企业知识产权价值化战略·····	369
第一节	企业知识产权评估概述·····	369
第二节	企业专利权的评估·····	382
第三节	企业商标权的评估·····	387
第四节	企业著作权的评估·····	394
第五节	企业商业秘密的评估·····	397

第六篇 企业知识产权控制与管理

第二十章 企业知识产权流失的预防与控制·····	403
第一节 企业以知识产权为主要内容的无形资产的流失及其控制·····	403
第二节 企业合资中知识产权的流失及其防范策略·····	412
第三节 企业人才流动中知识产权的流失及其防范策略·····	418
第二十一章 企业知识产权管理·····	421
第一节 企业知识产权管理引论·····	421
第二节 企业专利管理·····	450
第三节 企业商标管理·····	461
第四节 企业商业秘密管理·····	468
第二十二章 国内外企业知识产权管理经验分析·····	472
第一节 我国企业知识产权管理存在的问题与对策·····	472
第二节 国外企业知识产权管理的经验介绍·····	478
第三节 国内企业知识产权管理的经验介绍·····	485
主要参考书目·····	491
后 记·····	494
第2版后记·····	495
第3版后记·····	497



第一篇 导 论

- ◎ 企业知识产权战略概论
- ◎ 企业知识产权战略管理
- ◎ 国外实施知识产权战略的经验介绍

第一章 企业知识产权战略概论

第一节 企业知识产权战略引论

一、知识产权在国家和企业中地位不断提升的过程

从历史的角度看，在传统的农业社会，正如 17 世纪的经济思想家威廉·配第对那时的生产要素所概括的那样：“土地是财富之母，劳动是财富之父和能动的因素”。后来亚当·斯密和大卫·李嘉图将生产要素进一步拓展为土地、劳动和资本。在现代社会，知识产权则取代了土地、劳动和资本而成为企业制胜的关键，成为现代社会财富的主要体现。知识、技术、信息含量在企业市场竞争中的地位越来越高。有资料统计，美国公司中以前厂房、设备、地产等实物资产占整个资产的比重约 62%，现在则下降为不足 30%。1982 年在美国有代表性的 500 家上市公司的市值中，有形资产与无形资产的比例为 62：38，到 1992 年则正好倒过来，即变为 38：62，而在 2002 年上述比例则变为 87：13。^①

实证研究表明，在 20 世纪初，技术进步在国民经济增长中的贡献率仅为 5%，到了 20 世纪 70 年代，这一数据在发达国家已提升到 60% 以上。在 20 世纪后半期，随着科学技术的迅猛发展，知识产权资源在世界经济增长中所作的贡献一直在大幅度提高，这在发达国家表现得尤为明显。特别是随着信息化时代的到来，知识创造型发展模式居于越来越重要的地位。知识创造型模式立足于知识创新及其应用，而这一切都离不开知识产权。难怪美国当代著名经济学家李斯特·索罗指出：“知识和技能才是优势的惟一来源，它们成为 20 世纪末经济活动分布的要素”。另外两位经济学家罗伯特·J. 巴罗和泽维尔·萨拉·马丁总结说：不是资本而是该国保护知识产权的实力（以及教育和基础设施）对推动技术普及和经济增长有主要作用。他们发现，如果没有强有力的知识产权，处于领先地位的国家就没有足够的发明刺激，而后进国家则有过度复制的欲望。^② 美国著名的未来学家托夫勒在《力量的转移》一书中也指出：当代经济方面最重要的事情是一种创造财富的新体系的崛起，这种体系不再是以肌肉（体力）为基础，而是以头脑（脑力）为基础。我国科技部前部长徐冠华则指出：当今世界，在科技、经济和综合国力竞争日趋激烈的国际环境下，知识产权制度作为激励创新、促进科技投

① 企业知识产权战略与工作实务编委会. 企业知识产权战略与工作实务 [M]. 北京：经济科学出版社，2007：29.

② [美] 凯文·G. 里韦特，戴维·克兰. 尘封的商业宝藏——启用商战新的秘密武器：专利权 [M]. 陈彬，杨时超，译. 北京：中信出版社，2002：27.

人、优化科技资源配置、维护市场竞争秩序的重要法律机制，在国家经济、社会发展和科技进步中的战略地位进一步增强，成为世界各国发展高科技，增强国家综合竞争能力的战略选择之一。

我国有学者指出，在当代多元化的社会环境中，知识产权工作的重点发生了重要变化。这种变化主要体现在：知识产权从重点解决立法问题逐步向重点解决执法、司法和守法问题转化；从重点强调相应的法律制度健全到重点强调法制环境的优化；从重点关注知识产权的权利属性到重点关注知识产权的财产属性和资源属性转化；从重点致力于知识产权的确认和保护到重点致力于知识产权与经济、科技、社会、文化等之间可持续发展转化等。^①无疑，这种变化趋势使知识产权在社会经济生活中的地位日益提高。在当代，知识产权已成为企业十分重要的经营资源、战略资源和竞争资源，构成了企业核心竞争力的重要组成部分。知识产权不仅在一个国家中的地位不断提高，而且是企业参与市场竞争并获得竞争优势的战略武器。知识产权在企业中的战略地位，将随着其在一个国家和社会生活中地位的增强而不断提升。

二、知识经济时代的知识产权战略

（一）知识经济与知识产权

当前，世界经济正朝着贸易自由化、经济全球化的方向加速推进。随着以数字化和网络化为特征的信息技术的飞速发展，世界经济已进入知识化时代，全球特别是工业化国家的经济增长方式发生了根本性的变化，即知识在经济增长中起着越来越重要甚至是决定性的作用。知识和信息将成为最重要的生产要素，在经济发展中越来越居于支配地位。知识日益显著地凸显为一种财富和资本，以致“知本论”响彻全球，美国微软公司的兴起就是一个典型例证。这种崭新的经济形态就是人们常常提到的“知识经济”。

知识经济是和农业经济、工业经济相对应的概念，是一种建立在知识和信息的生产、分配、使用之上的经济，是以知识为基础的经济。当前，世界经济形态正处于由传统的以大量消耗能源、原材料和资本为特征的工业经济向以知识和信息为特征的知识经济转变的过程中，创造性智力成果的含量在市场经济中越来越占主导地位，有形产品中蕴含的知识量成为竞争的基础和关键。可以说，知识经济与传统农业经济、工业经济的本质区别是，知识经济充分凸显智力成果的作用，知识、智力成果在知识经济中起着关键的作用。知识、智力成果则与知识产权制度存在内在的联系：知识产权制度是在承认知识是一种财产并对其进行保护的基础上，促进知识的创造、传播和利用的一种十分重要的法律制度。上述特点也决定了知识经济和知识产权制度两者之间具有十分紧密的联系。知识产权制度成为知识经济增长和发展的保障，是支撑知识经济发展的重要制度，知识经济的发展离不开知识产权制度。

在知识经济条件下，知识发挥着重要作用，而真正起主导作用的是知识产权，知识产权对经济增长的重要性比以往任何时候都明显，它已被视为发展经济、创造财富的重要工具，成为各国在贸易、人身健康、文化遗产、投资、环境保护、食品安全、生物技

① 蒋坡. 知识产权管理 [M]. 北京: 知识产权出版社, 2007: 前言.