



对外经贸专利知识

马秀山 编著

中国对外经济贸易出版社

对外经贸专利知识

马秀山 编著

中国对外经济贸易出版社

N 18

对外经贸专利知识

马秀山 编著

中国对外经济贸易出版社出版
(北京安定门外大街东后巷28号)

新华书店北京发行所发行

北京隆昌印刷厂印刷

787×960毫米 32开本 6印张 100千字
1991年2月第1版 1991年2月第1次印刷

印数 1—5000册

ISBN 7-80004-193-x/F·126

定价：3.00元

前 言

在当今世界上，由于各种技术发展精度之快之高，以销售产品、推销技术谋求利润，单靠技术或产品质量取胜的时代正渐渐过去——好的技术或产品会受到仿制的冲击，而技术、产品的领先，辅以专利保护的 sales 方式更加重要，这是因为伴随着技术迅速向前发展，法律正在拚命跟上。技术（产品）结合法律，在国际竞争中变得越来越重要，现在已日趋成为贸易的焦点。专利作为一种新的收入来源和竞争武器，已被人们看作是在竞争日益激烈的国际贸易中，应当最充分地加以利用的重要资产。如何在对外经贸业务中利用专利促进交易，这就是《对外经贸专利知识》所涉及的实用问题。

本人作为一名专利工作者，理应责无旁贷地将此书奉献给读者，在编写过程中，结合实际工作中涉外交往的阅历，并参考了相关资料，在出版社同志的鼓励下，写就了这本小册子，如它能对广大的外贸实际工作者、对外经贸和专利的管理、科研、教学人员有所裨益，那是我最大的心愿。

由于本人水平有限，书中涉及面较宽，且国际贸易形势日差万别，各国专利法时有变动，此书定

1111107/06

有疏漏、错误之处，还望广大读者给予批评。

作者

1989年8月，于北京

内容提要

本书提出了如何在对外经济贸易业务中利用专利促进交易的问题,介绍了专利及相关的一些基本知识,并着重就怎样在对外经济贸易中运用专利进行贸易,比较系统地阐述了较为具体的原则和方法,分析了国内外的许多做法,还提出了些一般性的建议,适用于对外经济贸易实际工作者,也可供对外经济贸易和专利的教学、科研人员及管理人员所参考。

1445/66

目 录

一 专利与对外经贸.....	(1)
(一) 专利在对外经贸中的重要作用.....	(1)
(二) 专利的含义.....	(6)
(三) 专利与商标在对外经贸中的不同作用.....	(9)
(四) 专利和版权在对外经贸中的功能比较.....	(13)
二 获得对外经贸中的专利.....	(19)
(一) 向外国申请专利的重要性.....	(19)
(二) 不失时机地决定申请专利.....	(21)
(三) 向外国申请专利的程序.....	(24)
(四) 申请外国专利的技巧.....	(28)
(五) 申请外国专利的国别选择.....	(37)
(六) 购买外国专利.....	(42)
三 实施对外经贸中的专利经营策略.....	(46)
(一) 利用专利直接销售产品.....	(46)
(二) 销售专利许可证.....	(52)
(三) 专利作为技术投资入股.....	(58)

(四) 利用专利交换技术.....	(62)
四 对外经贸经营战略中的专利.....	(67)
(一) 专利信息对对外经贸经营的重要 性.....	(67)
(二) 对外经贸产品销售中的专利战略 体系.....	(72)
(三) 利用信息推销专利产品.....	(80)
五 外观设计专利在对外经贸中的重要性...	(90)
(一) 外观设计对出口产品至关重要.....	(90)
(二) 依靠专利保护外观设计.....	(93)
(三) 利用外观设计专利推销产品.....	(96)
(四) 实用新型专利在对外经贸中的特 殊功能	(100)
六 利用专利吸收外国先进技术	(107)
(一) 专利对引进外国技术的重要性 ...	(107)
(二) 根据专利文献选择技术引进对 象	(112)
(三) 借助专利情报增强在谈判中的地 位	(118)
(四) 利用专利引进技术的一种“特殊途 径”	(122)
(五) 发挥专利在技术转让过程中的作	

用	(126)
七 对外经贸当中专利的注意要件	(133)
(一) 出口产品不能侵犯专利权	(133)
(二) 在对外经贸中如何避免专利官 司	(136)
(三) 维护专利权和制止专利侵权	(141)
(四) 怎样处置效益不佳的专利	(147)
附录 (1—14)	(150)

一 专利与对外经贸

(一) 专利在对外经贸中的重要作用

一种出口产品能否在国际市场上打开并扩大销路，因素众多；但其中商品的价格尤为重要。所以，商品推销商都曾大力在商品价格上做文章，如薄利多销，廉价倾售，优惠的批发价格……万变不离其宗，其目的都是为了在价格上压倒竞争对手，谋求最大利润。但随着人们价值观念的发展、变化，价格不再是影响产品销路的决定性因素了，更为大家所注意的是，质量乃是商品决胜的关键，以价格便宜取胜的时代已经过去了，产品质量是打入和扩展国际市场的关键。

然而，随着科学技术的飞速发展和信息价值的变化，仅仅依靠产品的质量还不能在国际市场上完全立足脚跟，产品的质量还会受到仿制品（冒牌货）的威胁，由于现代科学技术对新的有竞争力的产品或技术十分敏感，且仿制能力和水准很强，一有热销产品出现于市场，很容易受到仿制，而且，仿制品甚至可以达到鱼目混珠、以假乱真的程度。

据国际商会统计，“冒牌货在世界贸易中至少占3%，其销售额在1985年达600亿美元”，这种仿造的范围之广，种类之多，已达到了惊人的程度。我国的轻工产品也深受其害，如地毯图案继承了我国古代的艺术传统，很受世界欢迎，但却常被某一邻国剽窃，以至在80年代初期，我国地毯年出口为200万平方米，而这一邻国却高达400万平方米。在这方面，美国更有苦衷，据美国工业界估计，由于非法使用、制造并销售美国专利产品和技术、商标及版权，而给美国商品销售额带来的损失，每年约为200亿美元，1986年已达430亿美元以上。这些仿制品冲击了美国商品的经销市场，并使国内75万个就业机会受到影响。对此，美国商务部正在通过加强产品的专利保护，谋求解决仿制品和冒牌货的问题，以保障美国产品的销售市场。

上述说明，在当今的贸易世界中，单靠技术或产品质量取胜的时代正渐渐过去——仿制品、冒牌货威胁很大，为了防止好的技术或产品受到仿制的冲击，因此，技术、产品领先，辅以专利保护的销售方式日益重要，伴随着技术迅速向前发展，法律需要跟上。技术（产品）结合法律，在国际竞争中变得越来越重要，现在已日趋成为贸易的焦点。这也正是美国商务部采取相应措施的背景原因。专利作为一种新的收入来源和竞争武器，已被视为在竞争日益激烈的国际贸易中应当最充分地加以利用的

公司的重要资产。如果说以前的国际贸易竞争是在研究所、在工厂或是在市场上决定胜负的话，现在，这种竞争似乎要在法庭上决定胜负了。在此形势下，以美国为代表的发达国家企业主似乎更早些地认识到了这一点。

整个美国工业，尤其是高技术公司，都越来越多地诉诸专利诉讼和版权诉讼，并作为一种新的经营手段。一个典型的例子是，美国得克萨斯州仪器公司断定，利用该公司早期专利生产计算机储存芯片的那些日本和南朝鲜的芯片公司付给它的钱还不够多，经过一场长时间的争讼，这家美国芯片制造商设法让这些外国公司中的9家公司向它缴纳了更多的专利权使用费，这笔专利使用费在1988年高达1.91亿美元，几乎跟该公司的营业利润一样多。到1990年也许还要再付1亿美元。

究其目前所发生的这种变化的原因，除了提高专利权使用费被视为使企业能收回利润和国外企业多设有专利管理机构及其人员外，在许多项目特别是成本很高的研究开发工作，以硅谷为代表的许多小公司都已发展起来了，现在它们已拥有一批律师能够处理这些事情了，在许多场合，人们可能会看到美国公司采取的某些非常精明的和咄咄逼人的战略。他们已在更加熟练地利用美国律师来使竞争对手们陷入法律的罗网。但是，最重要的原因是法律对知识产权——特别是专利的处理办法发生了变化。

宝利来公司提出的一次专利诉讼，迫使伊斯曼·柯达公司退出了一次成像摄影器材生意。现在，宝利来公司要求赔偿57亿美元的损失费。同样由于专利诉讼，1987年，单克隆抗体公司（美国加利福尼亚州芒廷维尤地方的一家生物技术公司）被迫停止出售占它的年收入80%的产品，几乎被逼得关门停止。如前所述，伴随着技术交易的快速发展，法律需要拼命地跟上。

我国对外经济贸易部在1986年秋颁发的开发新商品出口管理暂行办法中规定：出口的新商品，应根据对外销售的需要及时在国外办理商标注册或申请专利，以取得销售国家和地区的法律保护。

但是，若要充分地运用专利等法律保护，就必须精通此道。现实已提出了这个问题，以1986年秋季广州出口商品交易会为例，该届交易会技术交易团的代表经过多次讨论，他们提出了尽快培养一批技术出口代理人的呼声。这一建议是有原因的，那届广交会技术交易数额最大的是山东大学KTP激光晶体的出口。开始外商出价偏低，我方谈判代表、山东大学蒋明华教授拿出从美国带回的学术交流报告、美国同行的评价材料，以及联邦德国汉堡大学进行中美产品性能比较的鉴定，详细地介绍了国外晶体技术发展动态和国际市场的价格水平，外商心悦诚服，当场以较高价格拍板成交。令人惋惜的是，那届广交会技术交易团带来的有些技术产品，

因为没有熟知技术性能的人员，致使同外商的洽谈深入不下去，因为在实践中不可能每项技术出口项目的洽谈，都由有关专家负责。所以，技术交易团才发出如此呼吁，要尽快培养出一批技术出口代理人。在此，所涉及的不单单是技术代理的问题，它还提出了技术、产品出口与法律知识等更广泛的问题，说得是，每项洽谈不可能全聘技术专家，或者说法律专家，经销人员在技术、商务知识两全的前提下，如再具有充足的法律知识，特别是保护所销售的产品的专利知识，可谓“天衣无缝”了。就此，我们要讲的不是说所有的出口推销商都具有完整的专利知识，成为集商务、技术、法律（专利法知识）于一身的“超人”，实际上，许多涉及专利法规的事务，出口商还要聘请专利律师来处理，但是出口推销商应具有足够的专利意识，进而运用专利知识，以使自己的产品技术推销术更加完美，这是国际贸易发展的需要，只有这样，才能跟上国际贸易竞争的大潮流，才能在这场激烈的竞争大流中游泳，施展才能，更好地销售产品、技术，正确地运用先进的技术（产品）和专利保护相结合的销售方式，借助法律，在国际贸易竞争中充分利用这一武器，获取更大的利润。

为此，我们首先要对专利有一个基本的了解。

(二) 专利的含义

专利是国家权力机关(专利局)授予发明人,对其完成的发明创造,在一定时期内拥有独自使用、生产和销售的权利。专利除具有上述内含外,还包括下列三种外延,首先,专利是指受专利法保护的发明;其次,专利也可指受专利法保护的权利要求;再次,专利还可指专利说明书,上面载有发明内容的详细说明和受保护的技术范围,是具有很高价值的技术、经济和法律情报。专利一般分为发明、实用新型和外观设计专利三种类型。专利制度则是商品经济高度发达的产物,是一个国家为了鼓励保护发明创造,通过专门的立法(即专利法)保护发明人对其发明创造,或其权利受让人对该发明享有专用权的制度。根据这个制度,需要使用专利技術或制造、销售专利产品,须征得专利持有人(专利权人)的同意,并支付使用费,未经专利权人的允许,从事专利产品的制造、生产、销售和使用的,是违法行为,专利权人可依专利法向法院提起专利侵权诉讼,以维护自己的专利权,保护对其专利产品或专利技术的垄断。目前,全世界已有160多个国家地区建立了专利制度,我国的专利法也于1985年4月1日起实施。随着我国专利制度的产生,专利制度对外贸发展的重要作用也应该为人所了解并予以

发挥。

由于专利制度所提供的那种独自使用、生产、特别是销售的权利，实质上就是垄断，这种垄断对于经销热门产品的厂商无疑是会获得巨额利润的。不仅如此，由于专利所具有的独占性，独此一家经营的产品，不买也得买。所以，就质量和专利与产品价格相比较而言，如果说，质量是“贵，但是值得买”的话，而专利则是“要用，就必须买”。在有质量保障的情况下，若再加上专利，占领市场才可谓“技高一筹”，更可说是“无懈可击”。这亦有其理论方面的说法。

专利制度是会为外贸出口业带来繁荣保证的。人们通常认为，一个企业能否成功，取决于三个条件——机会、特权和经营得法。撇开机会和经营得法不谈，单讲特权，比方停止发放某个行业的牌照，已经持有牌照者就拥有特权，此外，公卖、独占业、总代理、总经销都是特权；专利权，配额乃至某种进口货品设立限额以保护本地同行业，但自己有权在这个限额之内进口这种货品，这也可以说是一种特权，有特权，自然比无特权更加容易赚大钱。例如，我国决定停止大幅度进口日本彩色电视机，那么，在现阶段，经营那部分小额进口日本彩色电视机的公司，就会生意兴隆。同样，一个企业研制出一种热门畅销产品，并依法享有独家生产、使用、销售这种产品的特权，也必然会赚大钱。仔

细比较一下，专利权不也是类似进口日本彩色电视机许可权一样的特权吗？何况在列举的特权范围内已明示了这一点。所以说，作为特权的专利权，在假定企业的机会均等，经营管理不相上下的条件下，有专利权的企业一定会赚大钱，对于出口创汇的外贸企业乃至外贸行业来说，尤其如此，拥有的专利权越多，得到的利润就越大。特别是对那些销售组织能力较弱的厂家而言，利用专利销售自己的产品更有特殊的意义。对此，在美国行商的日本中小企业深有体会。例如，今日的美国专利局，对塞罗克斯公司（日本的一家中小企业）来说，确实是一个可以依靠的机构，在早期的奋斗期间，面对着大公司的侵吞，美国专利局保护了他们；后来，许多小公司想剽窃他们的发明成果时，美国专利局又保护了他们。的确，中小企业无论是在其资金力量还是销售组织能力方面，皆不是大公司的竞争对手，但利用专利权，则可弥补这些差距。对外贸业不甚发达的发展中国家，利用专利发展、促进对外贸易更为重要。基于上述理由，所以，连具有实施专利制度近200年历史的法国，进入80年代，又开展了一场全国性的专利宣传，鼓励商人充分利用专利制度，以利于产品销售，保护市场，宣传的口号是“经济战争，武装自己”，而这个武器指的就是专利。

综上所述，我国的外贸产品出口企业，应该充分利用专利制度所提供的垄断权，对于畅销的出口