

三毛学经营系列之一

大班椅上的故事

模拟现代企业管理

MONI XIANDAI QIYE GUANLI

王雪峰 编著



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

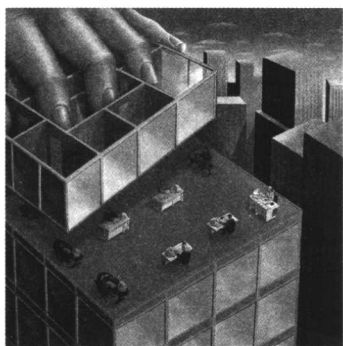
三毛学经营系列之一

大班椅上的故事

模拟现代企业管理

MONI XIANDAI QIYE GUANLI

王雪峰 编著



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

模拟现代企业管理/王雪峰编著. —北京:企业管理出版社,2006.7

ISBN 7-80197-492-1

I.模... II.王... III.企业管理IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 078938 号

书 名:模拟现代企业管理

作 者:王雪峰

责任编辑:杜 敏

书 号:ISBN 7-80197-492-1/F·493

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编:100044

网 址:<http://www.emph.cn>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷:开封河大印务有限公司

经 销:新华书店

规 格:787 毫米×1092 毫米 16 开本 21.75 印张 502 千字

版 次:2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

印 数:3000 册

定 价:39.60 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

编者的话

多少年来,人们都把读教科书叫做啃书本。一个“啃”字,透出千千万万学子,多少的艰辛与无奈。

而读小说,沉浸于跌宕起伏的故事情节里,全神贯注,废寝忘食却不知累。其情节、人物,阅后即刻于脑中,甚至数年之后,仍然印象深刻。

能不能有这样一本教科书,它能让读者像小说一样去阅读,让我们心情愉快地学习,轻松自在中掌握知识?

呈献给读者的这本书是个四不像:考虑到它的通俗性与可读性,作为教科书,尽量不进行深奥的理论探讨;同时,考虑到它的科学性与应用性,有时候不得不牺牲它的故事性。说它是小说,不十分像;说它是管理教科书,也不十分像。总之,一个四不像。一个用小说体写成的管理教科书。

如果,小说家读了这本书,说:“这是一本还不错的管理教科书”;而管理者读了这本书,说:“这是一本文笔尚可的通俗小说”。那么,我们就算走出了成功的第一步。

这本书最大的特点是:按照企业从出生到成长壮大的历程去编写,突出它的实用性。读者如果要创业,比葫芦画瓢去申办就行了。甚至遇到相关的管理问题,从书中也可以找到相应的处理办法。除了专业的学者,它适应从初中到大学各个层次的人。

我们想尝试做第一个吃螃蟹的人。艰难成书,希望读者能够喜欢。不足之处,恳请不吝赐教。

目 录

上 篇

第一章 企业的诞生	(3)
第一节 创造性是企业发展的原动力	(3)
第二节 专利申报	(9)
第三节 公司的设立	(13)
第二章 人员的聘任与薪资管理	(44)
第一节 高级管理人员的聘任	(44)
第二节 一般管理人员的聘任	(50)
第三节 业务人员的招聘	(52)
第三章 生产管理	(61)
第一节 生产过程的组织	(62)
第二节 生产计划的编制	(70)
第三节 生产现场管理	(76)
第四节 库存控制	(87)
第五节 品质管理	(93)
第四章 营销管理	(98)
第一节 产品决策	(98)
第二节 价格决策	(115)
第三节 促销和销售渠道决策	(120)
第四节 营销人员的激励与控制	(135)
第五节 推销宝典	(139)

下 篇

引言	(147)
第五章 财务管理	(148)
第一节 财务管理目标的确定	(148)
第二节 财务分析	(153)
第三节 筹资与投资决策	(168)
第四节 经理人员怎样看报表	(178)
第六章 连锁与控制	(185)
第一节 连锁的好处	(186)
第二节 连锁经营的历史、现状和类型	(190)
第三节 怎样进行连锁经营	(203)
第四节 连锁的风险与风险控制	(209)
第七章 方向盘、发动机、油门和刹车	(215)
第一节 管理理论与管理职能	(217)
第二节 掌好企业的方向盘——计划决策	(224)
第三节 组织职能——企业的发动机	(235)
第四节 控制职能——油门和刹车	(242)
第八章 领导与激励	(257)
第一节 情景领导法	(257)
第二节 成为优秀的领导者	(263)
第三节 实行有效的领导	(270)
第四节 成功的激励	(281)
附录 I 经典管理案例	(294)
附录 II 中华人民共和国公司法	(301)
附录 III 中华人民共和国公司登记管理条例	(329)

上

篇

第一章 企业的诞生

一个企业,往往从一个创意,一个思想火花,一个产品开始。

第一节 创造性是企业发展的原动力

故事发生在 1996 年

三毛今年九岁,是个爱动脑筋的好孩子。他聪明伶俐,刻苦好学,遇事总爱问个为什么。虽然有些瘦弱,可那双长长的睫毛下一对黑葡萄似的大眼睛却显得特别机灵。

暑假前的一天,三毛做完了语文作业,又开始做数学作业。做完了数学作业,他有些累,就伸了个懒腰,放下笔,找了块硬纸板,拿出他的“手工万宝囊”做起手工来。

他先用削笔刀削了一只铅笔,接着用铅笔画上他所需要的图案,然后用剪刀和裁纸刀沿着铅笔画的线把图案剪下来。小剪刀不锋利,剪不动硬纸板,大剪刀他的手小,又握不着,他只好用裁纸刀来刻。裁纸刀是大人们用的,又细又长,不小心就会割破手指,他们班已经有好几位小朋友因此受了伤,他小心翼翼的刻着硬纸板。

刻着刻着他的手碰到了削笔刀,他停了下来,一手拿着削笔刀,一手拿着裁纸刀,看看这个,又看看那个。他想:削笔刀可从来没有伤过人,老师和家长常常担心小朋友们用裁纸刀打架而受到伤害,要是将裁纸刀放进削笔刀里不就没有危险了吗?于是他一手拿着削笔刀,一手拿着裁纸刀陷入了沉思(提出问题等于解决问题的一半——爱因斯坦。创造性思维是发明创造取得成功的关键)。

三毛想了一会,放下裁纸刀,拿出螺丝刀,把削笔刀的后盖打开,看看里面是怎样组合的,能用什么样的办法把裁纸刀装进去,单旋道削笔刀的内部空间很小,显然不能把长长的裁纸刀装进去,要是把削笔刀做的大些,而把裁纸刀做的小些,这个问题不就解决了吗?三毛有些兴奋,他很高兴自己想出了一个好主意。

三毛是个说干就干的人。他到街上的文具店里买了一个比较适合的削笔刀,又买了一个刀片最窄的裁纸刀回了家。他先打开削笔刀的后盖,量好裁纸刀刀片的宽度,按照裁纸刀刀鞘样子在削笔刀的后盖上刻起来,削笔刀的后盖塑料很坚硬,很难刻,而要求的精度又很高,三毛不泄气,一直不停的刻啊刻啊,经过整整一个上午的努力,终于刻成了!他把裁纸刀片折到最短,从尾部刻出的扁缝口中倒插进去,又在削笔刀的背部装上裁纸刀的堵头和推进器,一个新产品——削笔裁纸两用刀诞生了。三毛甬提有多高兴了。

爸爸回来了,三毛兴高彩烈的拿出他的新产品给爸爸看,滔滔不绝的讲他的创意,讲他的新产品的功能,小脸蛋也因为兴奋而涨得通红。

爸爸是一位教授企业管理的教师,也是一位资深的企业经营者,曾亲手创办过多家公司,也曾担任过外资企业的高级副总裁。教学之余还出任多家公司的咨询顾问。是一个

对企业管理有着坚实理论基础和丰富实践经验的人。

三毛对爸爸很信任,他谈他的设想,谈他的产品怎么实用,小朋友们会怎样喜欢,他希望爸爸能帮助他。

三毛的爸爸看到儿子的新产品是一个组合式发明,有一定的新颖性。并且儿子对销售与市场也发生了兴趣,就决定帮助他引导他去实现梦想,并从实践中教会他如何去管理一个企业。于是他向儿子提出了第一项建议:调查一下削笔刀的市场(有了好的产品创意,好的产品,仅仅是走向市场的第一步)。

市场调查

“什么是市场调查?调查什么?为什么要调查?”三毛问。爸爸回答说:“市场调查是产品开发人或企业自觉的、有计划的收集市场信息的一项重要方法。我们生产产品的目的,就是为了满足消费者的需要,只有满足了消费者的需要,他们才会掏出钱来购买我们的商品,我们才能赚钱。否则,我们的商品就卖不出去,也就挣不到钱。所以,要十分重视市场调查。市场调查具体包括:市场调查的内容、方法和步骤。

(一)市场调查的内容

(1)购买力的调查。购买力就是人们的购买能力。购买力的高低直接影响着市场需求量的大小,而购买力的高低又由许多因素所决定。比如个人收入水平,家庭平均收入水平,人口规模,人口构成等等。个人收入水平高,家庭平均收入水平高,人口规模大,城市人口比例大,购买力就比较高,反过来购买力就低。调查了购买力,还要进行第二项调查。

(2)购买动机与行为的调查:消费者的购买动机与行为是复杂多样的。比如说,有的消费者在购买商品时,要对产品进行认真的分析和研究,然后才能产生购买要求,这一类消费者的购买动机是理智动机;而有的消费者购买商品是为了获得或者说是达到精神上、心理上的满足而产生的购买动机,比如有的人一眼看上了某种工艺品或者玩具,或者别的什么喜欢的东西,而不管价钱多少,不管是否有实用价值就掏钱买回去,像这类的购买动机就是感情动机,是建立在主观需要基础上的动机,消费水平比较低的消费者,由于可供支配的余钱比较少,购买商品是为了满足生理和生活需要,购买动机基本上是理智动机,着重于商品的经济实惠。举个例子吧,你吃午餐一个月需要 65 元钱,购买必需的文具需要 5 元钱,你妈妈每月给你 70 元钱,花超了饿你肚子,你会怎么花?有一个文具盒很漂亮你很喜欢,但是一个要 10 元钱,你会不会买?”

“傻瓜才会买!文具盒再好看也不顶饥,人是铁,饭是钢,一顿不吃饿的慌。”三毛说。

“对,这就是理智型购买动机”爸爸说。“同样还是你,吃午餐一个月需要 65 元,购买文具的必要花费是 5 元钱,而你妈妈因为你上个月表现突出,在家积极干家务,在报纸上发表了好文章,学习有进步,受到老师表扬等等,多给了你 30 元,你共有 100 元钱。这时有一个文具盒很新颖很别致,很漂亮,你很喜欢,拿上那个文具盒,同学们一定会羡慕你、高看你。一个要 10 元,你会不会买?”爸爸问。

“会买!我喜欢,我当然要买。”

“这就是感情动机的购买特点。这类消费者的消费水平比较高,就像你,在满足了基本的生理和生活需要之外,还有余钱。满足这一类消费者需求的商品,不仅要具有实际的功能,更重要的是要显示出消费者的身份和地位。让消费者有一种自豪感。就像你买那

个高档文具盒,能赢得同学们的尊敬和羡慕。企业的经营管理活动,要善于分析不同的购买动机,积极生产适销对路的产品,运用各种促销手段,诱发和刺激消费者的需求。

接下来我们要进行第三项调查:现实需要与潜在需要的调查。所谓现实需要是指消费者已经意识到这种需要,而且有能力购买这种产品,并准备购买。而潜在需要是指处于潜伏状态的需要。这类消费者对某种产品还未意识到需要购买;或者虽然需要该产品,而由于种种原因,还不能进行购买。对于已经投放市场的产品,现实需要的规模决定现有的市场容量,决定企业现在生产该产品的最大规模。举个例子,假定经过调查,我们这个削笔手工两用刀现实需要今年有10万只,那么,在安排生产时今年能安排多大的生产量呢?”

“不超过10万只,否则就会积压。”

“真是个聪明孩子,一点就明白。”爸爸赞许地看着儿子,接着道:“那么对潜在需要的调查,有什么意义呢?”

“对潜在需要的调查,可以知道将来这个产品的市场规模,以便确定将来的生产量。”

“对,完全正确。”

在进行了购买力的调查,购买动机与行为的调查,现实需要与潜在需要的调查这些市场需求的调查之后,我们可以知道这个产品的市场规模。当这个产品的市场规模符合投资要求时,在决定投资生产之前还需要进行第四项调查——竞争者的调查

一种产品一旦有了市场需求,有利可图,往往会有许多投资者蜂拥而入。企业的竞争关系到企业的经济利益,甚至企业的兴衰存亡。企业要想生存,就必须善于竞争,使本企业在竞争中处于有利地位,这就必须要做好竞争者的调查工作。

商场如战场,一招不慎,全盘皆输。在军事上,《孙子兵法》曾经对预知战争胜负有过精辟论述,三毛,你背过《孙子兵法·计篇》,你说说孙武是怎样分析的。”

“孙子曰:兵者,国之大事,死生之地,存亡之道,不可不察也。故经之以五事,校之以计而索其情:一曰道,二曰天,三曰地,四曰将,五曰法。

道者,令民与上同意,可与之死,可与之生,而不畏危也。

天者,阴阳、寒暑、时制也。地者,远近、险易、广狭、死生也。

将者:智、信、仁、勇、严也。

法者,曲制、官道、主用也。

凡此五者,将莫不闻,知之者胜,不知者不胜。故较之以计,而索其情。曰:主孰有道?将孰有能?天地孰得?法令孰行?兵众孰强?士卒孰练?赏罚孰明?吾以此知胜负矣。”

“好,好,很好!你能用现在的语言讲述一下吗?”

“孙子说:战争是国家的大事,关系到人民的生死,国家的存亡,是不可不认真研究的。所以要从五个方面来进行分析,要用计算来进行比较,从而探索敌我双方的实际情况。这五个方面是:一是道义,二是天时,三是地利,四是将帅,五是法制。

道义,就是使民众与君主同心同德,民众可以与君主同死,可以与君主同生,而不怕任何危险。这是取得胜利的第一个条件。

天时,就是昼夜、寒热、四季等气候条件。地利,就是远路或近路、险要或平坦、宽阔或狭隘、绝境或通途等地理条件。

作战获取胜利的第四个条件是要有良将。良将要具有智、信、仁、勇、严等方面的素质。智：就是要有运筹帷幄的智谋、韬略。信：就是要赏罚分明，言而有信。仁：就是要爱护士卒与老百姓。勇：就是要沉着应战，勇敢果断。严：就是要军纪严明，铁面无私、严于律己。

所谓‘法’，就是部队的组织编制，将帅的领导职责，物资的供应管理等制度规定。

这五个方面，将帅应该没有不知道的，只有真正理解和掌握才能获得胜利，没有真正理解和掌握就不能获得胜利。所以要用计算来进行比较，从而探讨敌我双方的真实情况，要比较：哪一方的君主讲道义，得人心？哪一方的将帅有智谋，有才能？哪一方得天时，占地利？哪一方的法令能够严格执行？哪一方的兵力比较强大？哪一方的士卒训练有素？哪一方赏罚分明？我根据这些可以预知谁胜谁负了。”

“很好，你讲述的很正确。与军事上分析敌我双方在战场上力量对比的形势相类似，对竞争对手的调查也是多方面的，主要有：竞争企业的企业文化，竞争企业领导层能力，贯用市场策略，竞争企业的数量、规模，产品品种构成与产量，所调查产品对企业的重要程度，市场占有率，满足市场需要的程度，竞争者的经营方式，产品销售渠道，以及采用新技术和发展新产品的动向等等。通过调查，使企业掌握本行业的总体竞争形势，判断本企业在竞争中所处的实力与地位，以便制订相应的竞争对策。比如，通过对同行业之间竞争的分析研究，可以从产品功能的变化倾向，对本企业的产品加以改进和提高，从而开发出竞争能力更强的新产品。”

“可是，我还没有企业，做这种调查有什么用呢？”

“用处更大！儿子，你把削笔刀这个市场调查清楚了，就会知道你这个产品有没有市场竞争力，值不值得开发。如果有竞争力，就需要考虑是自己办厂生产，还是转让技术进行生产的问题。这就避免了因盲目投资而可能遭受的损失。”

“我明白了，可是，怎样开始调查呢？”

(二) 市场调查的方法

“市场调查的方法，常用的有询问法、观察法和实验法。市场调查的方法必须服从调查的目的和要求。

(1) 询问法：询问法是指调查者用各种方式提出问题，用来征求被调查者的答案。按照询问的不同方式，询问法又可以分为：面谈调查、电话调查、邮寄调查等调查方法。这几种调查方法都各有优缺点，在应用时要扬长避短，选择适合企业需要的方法。

(2) 观察法：观察法是指调查者直接到调查现场对调查对象进行观察，或借助某些仪器进行间接观察来收集资料的一种方法。观察法可分为：调查者直接到现场观察顾客行为的‘动作观察’；亲自参与各种经营活动，观察市场动向的‘亲身经历观察’；根据设置的顾客意见簿，通过信息反馈来了解产品信息的‘痕迹观察’等。观察法所获得的资料比较客观是其优点，但是它只能观察表面现象不能说明其发生原因，而且还需要经过多次观察才能得出结果，费时较长，耗费较大是其缺点。

(3) 实验法：实验法是指通过实验来收集市场信息和经营资料的一种调查方法。实验法的应用范围很广，例如对某一种老产品改进包装、提高产品质量和功能后，可以先通过市场试销，调查用户反应，以便了解由于改进而影响销售量的变化，苦后再研究是否值得

大批量生产。

实验法的优点是通过实验取得市场信息和经营活动的资料,有一定的科学性,通过少量产品在市场试销,可以实地了解市场实际需求,可以预测未来的销售趋势。应用这一方法费用较高,实验时间较长是其缺点。

以上市场调查的基本方法各有优缺点,因此,企业要根据调查的具体要求来加以选择。并对应用不同调查方法所取得的资料,进行分析和鉴别,以便得出正确的调查结论。

(三)市场调查的步骤:市场调查的步骤大致可分为三个阶段。

(1)调查的预备阶段:市场调查首先要分析情况有的放矢,明确调查的目的和要求;其次,要对初步掌握的有关企业内部和外部的信息资料进行分析,初步确定调查的问题。最后要根据调查目的选择调查方法,根据调查方法设计所需要的调查表格,安排好调查进度等。

(2)调查的实施阶段:这一阶段的主要任务就是现场实地调查,本阶段工作的好坏,直接影响调查结果的正确性。而完成调查任务的关键在于调查人员的素质和经验。所以必须重视现场调查人员的选择和培训工作,这是做好市场调查工作的前提条件。

(3)调查结果的处理阶段:这是市场调查的最后阶段。这一阶段要将收集到的有关资料进行整理分析,并在此基础上提出调查报告。调查报告的主要内容有:调查目的,调查资料来源,主要统计资料和分析图表,提出肯定意见,指出存在问题和建议。调查报告的内容应重点突出,文字简练,分析客观。提出调查报告之后,还要追踪调查报告的调查效果。例如调查结果和日后的市场实际情况是基本符合,还是差异很大?要将追踪结果进行反馈,以便改进今后的市场调查工作。”

“爸爸,你讲的我明白了,我要开始我的‘削笔手工两用刀’的市场调查了,你说,我要先调查什么?”

“你应当先调查市场上有多少种‘削笔刀’,有多少种裁纸刀,各自的价位如何,批发价多少,零售价多少,哪个价位的销量大,花色品种怎么样。”

“可是,零售价格容易得到,批发价格怎么知道呢?”

“批发大市场上不是有文化用品批发厅吗?到那里去调查。”

“我是个小孩,不是商户,那些搞批发的老板会告诉我吗?”

“想想办法,小伙子。你不要把自己看成小孩,你把自己看成是未来世界五百强的CEO! CEO不会想不出办法,去吧,未来的首席执行官,你会成功的。”

三天以后。

“爸爸,你看,这是什么?”爸爸一进门,三毛就兴高彩烈的嚷道。

“什么好东西!噢,调查报告,这么快,你是怎么弄到的?”

“哈,哈,这回你不说我是小笨蛋了吧。告诉你,我这是集体智慧的结晶。”素有“故事大王”美称的三毛卖起了关子。

“好好,不是小笨蛋,是个聪明蛋,这么大的聪明蛋。”爸爸把蛋比划得有西瓜那么大。

“再说,再说就不告诉你了。”

“好,好,不说,不说,行了吧。”

“我不是大队委吗?”三毛眉飞色舞的讲了起来。

“大队委可是个‘大官’，我们全校二十四四个班才有十二名大队委，我可是毛遂自荐，靠自己的实力，经过三轮淘汰才脱颖而出的。我是全校年龄最小的大队委。我这次的调查，就利用了大队委的方便。”

“噢，小小年纪就学会以权谋私了。”爸爸打趣到。

“什么以权谋私，别打岔，听我说。趁大队委开会，我把我的样品拿给大伙看，讲了两用刀的功能，并向他们作了演示。大家都说好，争着要我给他们做。我就告诉他们，想要不难，得作点贡献，无功不能受禄，世上没有白吃的午餐。你们每人包两个班，调查一下有多少人喜欢，愿意出什么价钱买。每人再负责调查全市的两到三家商店，看看都有什么品种，价位怎样，各品种的销量如何。完事后，给我一份调查报告，完成这项工作，本发明人将每人奖励一只两用刀，还要教大家搞发明。大队辅导员老师对我的提议很支持，提出作为一项社会活动开展，还表扬我会动脑筋，大伙听了也很高兴，两天时间不到，就都给我写了调查报告。”

零售市场的情况和消费者的看法有了，怎么取得批发价格呢？还真伤脑筋，我发动我们班的‘外交大臣’老赵，‘小能猴’老熊一起想办法。嘿，办法还真给我们想出来了！老熊说，‘三毛，你不是三道杠吗？利用你的三道杠，问题就解决了’。他跟我和老赵如此这般地一说，我们都说好，不愧是‘能猴’。中午放学后，我们三个人来到批发大市场文化用品厅。那里人来人往热闹极了，小贩们肩背手提，个个满载而归。我们三个人站在旁边，一边看批发商跟零售商们讨价还价，算账点钱，一边用小本子记下品种价钱。转了一圈，了解了不少，可还有些品种价钱搞不清楚。这时候能猴的计策派上了用场，我们来到一个摊位前，问老板几种我们还不知价钱的削笔刀，老板给我们报了价。‘外交大臣’老赵说，‘我们学校搞活动，用削笔刀发奖品，要二三百个，看，这是我们的学习部长’。说着，老赵把我往前推了推，我得意的扬了扬手臂，让老板看清我的三道杠。‘你一定要报最低价，我们还要作比较，谁家的最低我们就要谁家的’。老板看了看我，又看了看老赵和老熊，怕他不信，我又补充道：‘是大队辅导员老师派我们来的，我们有权决定’。老板又报了价，比以前的报价自然低了很多。我们用这个办法，又到其它摊位了解到了所不知道的价格，这样我们就得到了所需要的批发价格。怎么样，老爸，我们做得不错吧？”

“不错不错”，爸爸一叠连声的赞道。真不敢相信这竟是八九岁，十来岁孩子做出的事情，看来大人们总是低估了孩子。

“你的报告呢？拿来我看一下。”

“你不用看了，我都记在了脑子里。我给你口述吧。市面上的削笔刀有二三十种，价位在五六毛到四五块之间，最畅销的是一块到两块的，占销售量的70-80%，根据我们掌握的批发价格和零售价格的情况，零售和批发的差价一般是零售价格的20%左右。我们学校的小朋友，有60-70%的人愿意买我的两用刀，出价在2.5-3元的占了一半以上”。

这的确是一份不错的市场调查报告，看来小家伙的发明还真有市场。三天里，在三毛调查市场的同时，爸爸也对这个产品的成本进行了分析，并调查了相关配件及材料的价格，估计直接成本在一元左右，只是危机已经存在了，必须设法补救才行。爸爸想，必须教会孩子学会保护自己和企业的知识产权，这很重要。

“你给每一个大队委做了一个样品，是吗？”

“是的，不然他们怎么去搞调查呢？”

“你也把你的发明思路告诉了大家，是吗？”

“是的，这有什么错吗？”

“没有错，可是你的发明权已处于危险之中了，搞不好你会失去你的发明权，并且最糟糕的是，如果别人抢先申请并获得授权，发明权利人将不是你，而是那个申请人，你也将不能生产你所发明的产品，否则，那个申请人就会把你告上法庭，控告你侵犯了他的专利权。”

“真不讲理，真是无赖，我怎么会侵犯他的专利权，那是我的，我的发明，我的专利权，全校的小朋友都能证明，法官决不会听他的。”三毛急得大叫。

“儿子，你错了，法官会听他的，会判决让他独家生产，而让你停止侵权并支付对方因你侵权而受到的损失。”

“真是此有岂理！”三毛气得把成语都搞颠倒了。“连法官也不讲理了吗？”

“法官是讲理的，而且会严格依法判案。在这个案子中，法官会依据《专利法》的有关法律条文来判决。根据《专利法》的规定，只有申请人按照专利法规定的程序和手续向专利局提出申请，经专利局审查，认为符合专利法规定的申请才能授予专利权。如果申请人向专利局提出申请，无论发明创造如何重要，如何有经济效益都不能授予专利权。专利权的授予是按照申请在先的原则办理的，两件或两件以上相同的发明都去申请的话，谁先申请专利权就授予谁。而你却没有申报专利，谁能保护你的发明呢？”

“我该怎么办呢？爸爸！你会有办法的，你会有办法的，帮帮我。”三毛急得眼泪都掉了出来。

“别急，别急，会有办法的。”爸爸安慰道。

“当务之急，是我们要先看一看你的两用刀是不是一项发明，别人是否已经申报了专利，若是没有申报专利，我们就进行申报，一旦国家专利局批准了，你的发明就受到了法律的保护。不经你的允许，别人再仿制就是侵权了。”

“赶快去吧，爸爸。”三毛一刻也不想等了。

哦，已经快晚上8点了！

“赶快吃饭，睡个好觉，明天我们去专利局专利事务所。”

第二节 专利申报

第二天一大早，天还没亮，平时叫都叫不醒的三毛就再也睡不着了。他悄悄的爬起来，到卫生间里把自己脏兮兮的小手小脸用香皂和洗面奶洗了又洗，直到洗出白白嫩嫩的底色。又抹了抹护肤霜和润面油，把一向邋遢他收拾得清清爽爽。然后，叫醒了爸爸。吃过早饭，来到市专利局专利事务所。

事务所刚上班，阿姨和叔叔们正在打扫卫生。爸爸向他们说明了来意，阿姨和叔叔们向三毛投来赞许的目光。一个姓张的阿姨走过来说：“小家伙，真聪明！来，阿姨先在电脑上帮你查一查，看看有没有同类的发明。”阿姨坐在电脑前，轻敲键盘，三毛和爸爸坐在阿姨身边。嗨，削笔刀和裁纸刀、削笔器的发明还真不少，三毛盯着那一行行跳动的数字，别

提有多紧张了。查询终于结束,嗨!还真没有同类发明。三毛一下子从椅子上跳了起来,高兴得直拍巴掌。事务所的叔叔阿姨们也一起向三毛鼓掌祝贺。

阿姨说:“你这个发明,属于‘组合式’发明,可以申报实用新型专利。”

“什么是实用新型专利呢?”三毛问。

“专利有三种类型,分为发明专利、实用新型专利和外观设计专利。”事务所的张阿姨非常喜欢这个聪明好学的好孩子,就拉了把椅子让三毛坐下,用她那柔柔的充满母爱的声音向三毛讲起专利来。她把三毛的手放在自己温润如玉的手心里,继续讲到:“其中发明是指对产品、方法或者其改进所提出的新的技术方案;实用新型是指对产品的形状、构造或者其结合所提出的适合于实用的新的技术方案;外观设计是指对产品的形状、图案、色彩或者其结合所作出的富有美感并适于工业上应用的新设计。

专利法所保护的发明创造有其特定的含义。发明和实用新型专利只保护技术领域的发明创造,即只保护技术方案,对于纯粹的科学理论、教学方法、计算方法,人为的规则,例如征税的、游戏的方法以及基于心理学的广告的方法,提高劳动者积极性的方法等都不能授予专利权。依照专利法的规定:发明专利可以分为产品发明专利和方法发明专利两大类。产品发明是指一切以物质形式出现的发明,例如机器、仪表、工具及其零部件的发明,新材料、新物质的发明。方法发明是指一切以程序和过程形式出现的发明,例如:产品的制造加工工艺、材料的测试、化验方法、产品的使用方法的发明。实用新型专利不保护方法发明,它的保护对象只限于产品发明中的一部分,即具有一定形状或结构的产品。外观设计保护的是产品的外形特征。这种外形特征必须通过具体的产品来体现,并且可以用工业的方法生产和复制具有这种外形特征的产品。这种外形的特征可以是产品的立体造型,也可以是产品的表面图案,或者是两者的结合,但不能是一种脱离具体产品的图案或图形设计。”

“谁有权申请专利呢?什么样的发明才能申请专利呢?”张阿姨刚一停顿,三毛赶忙问。

“别急,小家伙,阿姨会给你讲清楚的。”

“我国的专利法把发明创造分为职务发明创造和非职务发明创造两类。依据专利法及其实施细则的规定,在以下情况下完成的发明创造是职务发明创造:

- (1)发明人在本职工作中完成的发明创造;
- (2)履行本单位交付的本职工作之外的任务所完成的发明创造;
- (3)主要利用本单位的物质条件(包括资金、设备、零部件、原材料或者不向外公开的技术资料等)完成的发明创造;
- (4)退休、退休或者调动工作一年内作出的与其在原单位承担的本职工作或者分配的任务有关的发明创造。

上述情况以外作出的发明创造是非职务发明创造。

我国专利法依据发明创造的不同性质,规定在我国有权申请并取得专利的主要有以下几种人和单位:

- (1)发明人、设计人

对于非职务发明创造,我国的发明人、设计人不分年龄、性别、职业、政治面貌、健康状

况以及居住地,只要有正常的行为能力都有权申请专利。申请批准以后,专利权归发明人、设计人所有。

在我国工作或居住的外国人完成的非职务发明创造,申请专利的权利属于该外国发明人或设计人。申请批准以后,专利权也归其所有。

几个人共同完成的非职务发明创造,专利申请权归几个人共有。

(2)发明人、设计人所属的单位

对于职务发明创造,专利申请权属于发明人、设计人所属的单位。这些单位可以是中国的企业、事业单位或者机关、团体以及其他可以独立承担民事责任的组织;也可以是在我国境内的具有中国法人地位的外资或中外合资企业。专利批准以后,全民所有制单位申请的,专利权归该单位持有;非全民所有制单位申请的,专利权归该单位所有。职务发明创造专利权的持有和所有单位,应当根据发明创造的意义和实施以后的经济效益,对发明人、设计人按照其对完成发明创造所做贡献的大小,给予奖金和报酬。

两个以上单位协作或者一个单位接受其它单位委托所完成的发明创造,除另有协议外,申请专利的权利属于完成或共同完成的单位;申请被批准后,专利权归该申请单位持有或所有。

(3)申请权的合法继受人或继受单位

我国专利法规定:专利申请权和专利权可以转让。有权申请的人和单位可以根据自己的意愿将专利申请权转让给第三者。但全民所有制单位转让专利申请权的,应经过上级主管机关批准;中国单位或个人向外国人转让专利申请权的,应经国务院主管部门批准。

中国单位以及我国境内的其他法人单位,中国个人和在我国长期居住和工作的外国人,依据我国法律,通过有偿或无偿的方式转让获得,或者通过继承、单位的重组、分列等程序合法取得专利申请权的,都可以按照我国专利法的规定申请并取得专利权。

在我国没有经常居所或者营业所的外国人,外国企业或者外国组织,只要其所属国是保护工业产权巴黎联盟成员国或与我国订有互相给予专利保护协议或互惠原则的、可以享受与我国公民和单位基本相同的待遇。我国专利局可以受理他们的申请,并予以审查。

我国专利法还规定,申请人就相同的发明创造申请专利时,专利权授予最先提出申请的申请人。授予专利权的发明创造应当具备的条件包括两方面内容:形式条件和实质性条件。

形式条件是指要求授予专利权的发明创造,应当以专利法及其实施细则规定的格式,书面记载在专利申请文件上,并依照法定程序履行各种必要的手续。文件或者手续如果不符合要求,应当在法律规定或者专利局指定的期限内补正,经过补正仍然不符合要求的,专利局将予以驳回。

实质性条件也称专利性条件,它是对发明创造授权的本质依据。专利法规定,授予专利权的发明和实用新型应当具备:

(1)新颖性

①在申请提交到专利局以前,没有同样的发明创造在国内外出版物上公开发表过。这里的出版物,不但包括书籍、报刊、杂志等纸件,也包括录音带、录像带及唱片等音、影