

企业知识产权战略 与实施方案制作指引

彭文胜 刘逸星 著

企业知识产权战略制作与实施操作实务

企业知识产权战略典型案例介绍与评析

国家与（部分）地方知识产权战略纲要

日本《知识产权管理评估指标》

IBM 公司的知识产权管理机构设置

MPEG 专利管理公司介绍

中粮集团与“金龙鱼”的故事

“一品多牌”的典范——宝洁公司

蓝光光盘联盟介绍

海尔“防电墙”技术的标准之路

“HiSense”商标抢注风波

温州打火机的“CR”之痛

“G2000”与“2000”商标之争

正泰集团与施耐德的角力

“谷歌”之争

华为、富士康等 17 家公司在美赢得涉及“337 条款”排斥令诉讼的胜利

中国电池企业在美国赢得“337 电池调查案”诉讼的胜利



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

企业知识产权战略管理诉讼丛书
实 | 例 | 作 | 证

企业知识产权战略

与实施方案制作指引

彭文胜 刘逸星 著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

企业知识产权战略管理诉讼丛书
实例 | 作 | 证

图书在版编目(CIP)数据

企业知识产权战略与实施方案制作指引 / 彭文胜, 刘逸星著. —北京: 法律出版社, 2009. 6

ISBN 978 - 7 - 5036 - 9571 - 1

I. 企… II. ①彭…②刘… III. 企业—知识产权—研究
IV. D913. 04

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 074773 号

企业知识产权战略与实施方案制作指引
彭文胜、刘逸星 / 著

编辑统筹 法律应用出版分社
责任编辑 张新新
装帧设计 贾丹丹

© 法律出版社·中国

出版 法律出版社
总发行 中国法律图书有限公司
经销 新华书店
印刷 北京中科印刷有限公司
责任印制 陶 松

开本 787 × 960 毫米 1/16
印张 22. 25
字数 375 千
版本 2009 年 7 月第 1 版
印次 2009 年 7 月第 1 次印刷

法律出版社(100073 北京市丰台区莲花池西里 7 号)

网址 / www.lawpress.com.cn

电子邮件 / info@lawpress.com.cn

销售热线 / 010 - 63939792/9779

咨询电话 / 010 - 63939796

中国法律图书有限公司(100073 北京市丰台区莲花池西里 7 号)

全国各地中法图分、子公司电话:

北京分公司 / 010 - 62534456

上海公司 / 021 - 62071010/1636

深圳公司 / 0755 - 83072995

西安分公司 / 029 - 85388843

重庆公司 / 023 - 65382816/2908

第一法律书店 / 010 - 63939781/9782

书号: ISBN 978 - 7 - 5036 - 9571 - 1

定价: 48.00 元

(如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换)

引言

全球 500 强企业中有高科技企业,也有非高科技企业。如果分析这些企业,可以发现全球 500 强基本上也是专利技术和知识产权的 500 强。知识产权战略在这些企业发展过程中起到了巨大的作用,为这些企业创造了巨大的经济效益,已成为他们最核心的资源要素与竞争武器,微软与沃尔玛就是其中的典型代表。为什么这些企业能够源源不断地创造出具有极高使用价值和经济价值的知识产权?为什么这些企业能够将其创造的知识产权转化为生产力?为什么这些企业能够对其知识产权进行全面的保护?为什么这些企业能够有条不紊地管理好知识产权?将这些问题汇总起来就是:为什么他们在知识产权方面做得那么好?

对这些公司的成功经验予以总结,可以发现其成功之道是有共性的。首先是企业家具有知识产权意识;其次是明确了全局性的目标;第三是明确了实现目标的步骤与具体措施;第四是拥有一定的资源,如信息、研发机构、人才、资金等;第五是进行了有效的资源配置。这一切正是企业知识产权战略所要解决的问题。

国内也产生了“华为”、“海尔”、“恒源祥”、“好孩子”这样的以知识产权为立足之本的优秀企业,并取得了巨大成功,但这一类企业的数量少之又少。虽然国内企业家普遍已具有一定的知识产权意识,但是知识产权工作是一项系统工程,具有知识产权意识并不表明可以将知识产权工作做好。

只有从战略高度来对待知识产权,制定企业的知识产权战略,才能够从根本上解决知识产权方面的问题。在国内,企业知识产权战略的研究与应用都属于新兴事物,其中战略的制定又是一项非常专业与复杂的工作,国内企业普遍缺乏

专业人才,也缺乏相关经验,许多企业表现为有心无力、无从下手。

鉴于此,本书作者将多年研究与实践的总结汇集成本书,与广大读者一起商议与探讨。

序 言

有幸拜读本书,先睹为快。首先,《企业知识产权战略与实施方案制作指引》的书名吸引了我,我的书架和案头堆满了知识产权类的著作和教材,数以百计,但是其中研究企业知识产权战略与策略,分析企业知识产权管理实务与实践的并不多。其次,开卷有益,浏览了《企业知识产权战略与实施方案制作指引》的章节节,发现本书对于企业知识产权战略分析、战略制定及其战略总体实施和分类实施诸方面均有较为全面的考量,应用性较强。这很对我一贯主张的知识产权研究“理论要论理,实务要务实。国家重企业,企业重实务”的胃口。所以,当两位作者盛情邀请我为之作序时,不管我在这方面是否有资格作序,我也不揣冒昧而欣然同意。这样做也许还有一点私心,就是受本书相关思路与内容的启发,还可以借本书的版面抒发或者强调自己的若干想法。

曾经在一些会议上我屡屡发问:“互联网时代已经到来,我们准备好了没有?知识产权究竟是什么?我们搞清楚了没有?”这既是求教于方家,也是在“敲打”我自己。从事知识产权教学、研究和服务二十多年,对于“知识产权是什么?什么是知识产权?”,我可能越来越达至“不识庐山真面目,只缘身在此山中”的境地。有时候我觉得应当把知识产权从神坛上请下来,进一步打破知识产权的神秘性、神奇性和神圣性。当代世界各国的知识产权制度与政策具有越来越浓厚的工具主义和功利取向。无论是发达国家还是发展中国家,每个国家的知识产权制度建设及其法律制定、政策设计,首先立足于本国的国家利益,多是在顺应国际规则之刚性架构之下,利用其相对有限空间来最大限度地积极维护本国及本国企业的利益。知识产权就是一种经营资源,就是一种市场元素,就是一种博弈工具,就是一种竞争武器。世界上传统的技术相对先

进性的自由竞赛正在演变成为今天的知识产权合法垄断性的强权竞争,知识经济究其实质就是知识产权经济。所以,当代世界各国及其企业之间的国际竞争,各个国家国内企业之间的竞争,越来越表现为知识产权的竞争。知识产权在当代世界上已经或者正在成为国家与国家、企业与企业之间最重要的竞争手段和博弈工具。知识产权问题日益国家化、政治化、外交化和国际化。知识产权在当代已不仅仅是一种普适性的法律制度规范,更是世界各国及各国企业最重要乃至最主要的经营资源。

刚刚过去的一年给我们留下了两方面的重要记忆。

第一方面,2008年6月5日国务院发布了《国家知识产权战略纲要》,这是国务院继发布国家科教兴国战略、人才强国战略、可持续发展战略之后发布的第四个国家层面上的战略纲要。国家知识产权战略的战略方针就是“激励创新,有效运用,科学管理,依法保护”,其中创新是源泉,保护是手段,管理是基础,而有效运用才是目标;创新、保护和管理都应当追求和实现有效运用。而有效创新、有效管理、有效保护的主体是谁?上有国家及政府,下有企业及行业。面对“知识产权保护扩大化,知识产权保护标准国际化,知识产权保护水平高度化,知识产权保护功能工具化”的国际复杂形势,我们的国家和企业都是既要遵循知识产权国际规则,顺应世界潮流,也要适应目前本国科技、经济、文化与社会基本形势,最优化地维护和强化本国及本国企业的利益。

纵观我国当前的知识产权形势和任务,我国的知识产权立法已经基本完备,但在与时俱进和拾遗补缺两方面,仍然需要不断完善;我国的知识产权执法已经持续强化,但在严厉打击侵权和合理遏制滥用两方面,仍然需要继续加强;我国的知识产权普法已经广泛开展,但是在提高国民素质和建设社会氛围两方面,仍然需要深入推进。我国知识产权事业当前迫切需要加强的环节有:一是企业及行业的知识产权综合素质和经营管理能力亟待全面提升。二是各级政府的知识产权优化决策机制和快速反应机制尚待进一步加强。三是社会层面上的健康的知识产权文化有待大力培育和切实推行。我国中央及各级国家机构应当在制度建设和公共政策设计与改进方面,在立法与执法方面优先为本国及本国企业利益运作知识产权。我国企业应当主动制定和实施知识产权战略,积极经营知识产权:第一,应当不断增强知识产权的意识、认识和知识;第二,应当积极健全知识产权经营管理之机制、体制与规制;第三,应当不断提升知识产权创造的质量与数量;第四,应当善于借助与运作知识产权的政府资源、行业资源和社会资源。第五,应当为政府国际运作知识产权提供谈判

资源与案例素材。

第二方面,有人说对于过去的2008年的中国,最关键的主题词不是年初南方的大雪纷飞,不是5月中牵动人心的汶川大地震,也不是8月里誉满全球的北京奥运会,而是起于9月应对“金融海啸”的中国经济货币政策的迅速转向和中国经济发展模式的根本转型。“金融海啸”突如其来,汹涌澎湃,年前预不看影,年后尚不见底,而且“环球同此凉热”,全世界一片水深火热。在“金融海啸”的时代背景下知识产权的身影可能会因此更为凸显。一方面,占有科学技术高地与拥有知识产权优势的发达国家及其企业包括跨国公司,往往会因此要求更高程度地保护其知识产权,以巩固和发展既得利益和摆脱经济困境;而相对位于科学技术低谷与处于知识产权弱势的发展中国家及其企业,常常因此会要求较低程度的知识产权保护水平以利其拓宽有限发展空间。无论“南北”之间,“北北”之间以及“南南”之间和各国内部,也许在“金融海啸”中更会拿知识产权说事。另一方面,“金融海啸”之下的我国企业的突围通道往往更富集于技术创新、品牌创新以及集成创新,可能因此会引起企业和行业,国家与地区更加重视知识产权的取得和运用,同时可能更多地引发知识产权的争执和纠纷。

综上所述,我国企业的知识产权战略的制定及其实施,是当务之急,是燃眉之需。《国家知识产权战略纲要》已经出台,纲要不实施,如锦衣夜行。但是,切实实施《国家知识产权战略纲要》,关键之一在企业,实施基础在企业。《国家知识产权战略纲要》的战略目标中就明确提出:“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。知识产权法治环境进一步完善,市场主体创造、运用、保护和管理知识产权的能力显著增强”,其战略重点之一就是“推动企业成为知识产权创造和运用的主体。”

如何切实推动我国企业积极制定并且有效实施知识产权战略,切实推动我国企业成为知识产权有效创造和有效运用的主体?任重而道远,当集思广益,群策群力。迄今我国关于企业知识产权战略制定和实施的应用性研究和实务分析较少,本书的两位作者在这方面作了很好的尝试与探索。两位作者都是年轻的“老”律师,长期从事知识产权法律实务工作,很熟悉企业的知识产权现实情况及实际需要,故本书是从应用角度着眼,从操作性切入,介绍和讨论企业知识产权战略及其实施,期待能藉以帮助企业了解知识产权战略,对相关企业积极制定和有效实施企业知识产权战略富有指导作用和参考价值。

作为一名知识产权工作者,作为一个从业二十多年的知识产权教师兼律师,

我有幸及早拜读本书,并且有幸应邀作序,期待本书能为我国企业的知识产权战略的制定和实施提供有益的启示和有效的指导,期待两位作者和我们大家能总结出和编写出更多的企业知识产权经营管理的佳作。

是为序。

上海大学知识产权学院

陶鑫良

岁在己丑 二月初二

《企业知识产权战略与实施方案制作指引》简介

《企业知识产权战略与实施方案制作指引》(以下简称《制作指引》)是指导企业制定知识产权战略的实务工具书。内容分为五大篇章:第一篇是“基础理论”,主要围绕“企业为什么要制定知识产权战略”这个主题,介绍什么是企业知识产权战略,为什么要制定企业知识产权战略,以及企业知识产权工作的客观环境等问题;第二篇是“操作实务”,主要围绕企业如何制定知识产权战略这个主题,介绍企业知识产权战略的命题、结构体系、基本内容、具体实施方案等;第三篇是“经典案例”,介绍了企业知识产权战略制定与实施的20个经典案例;第四篇是“战略纲要”,列举了国家和上海、江苏等地的知识产权战略纲要;第五篇是“法律法规”,向读者呈现了涉及知识产权战略的主要法律法规。

国内关于企业知识产权战略制作实务的理论研究较少,国内企业也普遍缺乏制定知识产权战略的能力与经验,《制作指引》是作者多年的研究和实践经验的总结。“次贷危机”所引起的全球“金融危机”使我国企业也大受影响,如何“过冬”已成为我国企业最为实际的问题。“过冬”的捷径就是走创新之路,而创新的核心就是知识产权。知识产权工作是一项系统工程,而其创造、运用、管理、保护就是知识产权战略的基本内容,因此,制定企业知识产权战略是我国企业提升其知识产权创造、运用、管理、保护能力的唯一途径,所以,《制作指引》具有重大的现实意义。

彭文胜,北京市大成律师事务所上海分所律师,邮箱:pws642080127@sina.com。

目 录

第一篇 企业知识产权战略基础理论	(1)
第一章 企业知识产权战略概要	(3)
第一节 战略	(3)
一、战略的概念	(3)
二、战略的构成要素	(4)
三、战略决定成败	(6)
第二节 企业知识产权战略	(6)
一、企业知识产权战略的定义	(7)
二、企业知识产权战略的内容	(8)
第三节 企业知识产权战略的作用	(10)
一、知识产权对企业的作用	(10)
二、知识产权战略对企业的作用	(11)
三、企业知识产权战略的特点	(20)
第四节 制定企业知识产权战略应注意的问题	(22)
一、制定企业知识产权战略体现企业决策层、管理层的智慧	(22)
二、企业知识产权战略的范围	(23)
三、企业知识产权战略制定工作的立项与组织工作	(24)
四、制定企业知识产权战略不是为了完成行政任务	(26)
五、企业间的战略区别	(26)
六、企业知识产权战略本身也是知识产权	(27)
第二章 宏观环境分析	(28)
第一节 我们身处的时代——知识经济时代	(28)

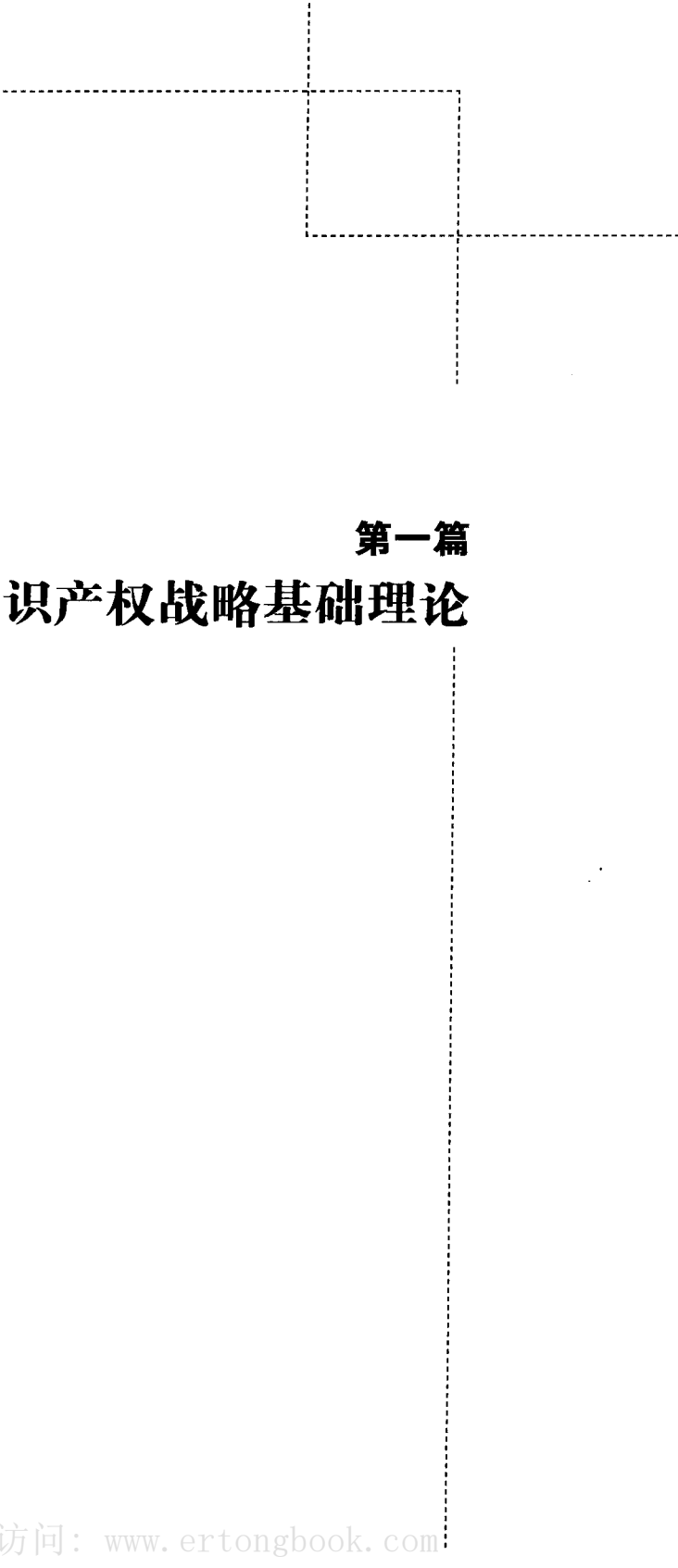
一、知识经济	(28)
二、知识产权与知识经济	(30)
第二节 国际形势	(32)
一、经济全球化趋势	(32)
二、各国知识产权战略情况	(33)
三、跨国公司	(38)
第三节 国内形势	(47)
一、历史进程	(47)
二、国家及政府对知识产权前所未有的重视	(48)
三、我国企业在知识产权方面存在的问题	(51)
第二篇 企业知识产权战略操作实务	(59)
第三章 《企业知识产权战略与实施方案》的命题与结构体系	(61)
第一节 命题	(61)
第二节 结构体系	(62)
一、战略分析	(63)
二、战略	(64)
三、战略实施方案	(65)
第四章 战略分析	(66)
第一节 外部环境分析	(67)
一、对国际环境的分析	(67)
二、对国内环境的分析	(69)
第二节 内部环境分析	(70)
一、企业基本情况	(70)
二、企业经营战略介绍	(71)
三、企业知识产权现状	(72)
第三节 制定企业知识产权战略的必要性	(74)
一、国家对知识产权的重视	(75)
二、地方政府对知识产权的重视	(75)
三、制定知识产权战略对企业的作用	(75)
第五章 企业知识产权战略	(76)
第一节 企业知识产权战略的构成要素与内容	(76)
第二节 战略指导思想	(76)

一、战略指导思想的概念	(76)
二、国家、地方知识产权战略纲要的战略指导思想	(78)
三、企业知识产权战略的指导思想	(78)
第三节 战略原则	(79)
一、合法性原则	(79)
二、全局性、长远性原则	(79)
三、纲领性原则	(80)
四、可操作性与可行性原则	(80)
五、服从于经营战略的原则	(81)
六、符合《国家知识产权战略纲要》精神的原则	(81)
第四节 战略目标	(81)
一、确定知识产权战略目标的方法	(82)
二、总目标	(83)
三、具体目标	(83)
第五节 战略重点	(87)
第六节 战略管理	(88)
一、“战略管理”的概念	(88)
二、“战略管理”的内容	(88)
第六章 战略实施方案(一)——总体实施方案	(92)
第一节 战略实施方案	(92)
一、“战略实施方案”的概念	(92)
二、制定“战略实施方案”的三种模式	(92)
三、本书介绍的“战略实施方案”制定模式	(94)
四、“战略实施方案”的多样性	(95)
五、“针对性战略实施方案”的制订问题	(96)
第二节 战略总体实施方案	(97)
第三节 企业知识产权管理	(98)
一、建立管理机构	(98)
二、明确管理机构的职责	(101)
三、配备管理人员	(102)
四、知识产权管理人才的引进与培养	(103)
五、建立管理制度	(104)
六、有效的管理行为	(106)

七、借助中介机构的力量	(106)
第四节 信息收集与分析	(107)
一、信息收集	(107)
二、信息分析	(109)
三、信息收集与分析工作应注意的问题	(109)
第五节 知识产权创造	(109)
一、信息收集与分析	(110)
二、建立研发机构	(110)
三、专业人才的引进与培养	(110)
四、资金投入	(111)
五、建立对知识产权创造人员的激励机制	(111)
六、保密措施	(112)
第六节 知识产权的运用	(113)
一、对知识产权的评估与财务处理	(114)
二、设计好运用的路径	(115)
三、各部门之间的协作	(115)
四、运用过程中的保密工作	(115)
第七节 知识产权的保护	(116)
一、明确各部门、员工的保护职责	(116)
二、有效的保护措施与手段	(117)
三、建立预警机制和应急预案	(118)
四、正确处理知识产权纠纷	(119)
第八节 企业知识产权文化建设	(121)
第七章 战略实施方案(二)——战略分类实施方案	(123)
第一节 战略分类实施方案	(123)
一、战略分类实施方案的概念	(123)
二、“战略分类实施方案”的结构体系	(124)
三、制定“战略分类实施方案”时应注意的问题	(124)
第二节 专利战略实施方案	(125)
一、“专利战略实施方案”的制定模式	(125)
二、专利信息收集与分析	(128)
三、专利创造	(132)
四、专利运用	(137)

五、专利保护	(140)
六、专利管理	(144)
第三节 商标战略实施方案	(148)
一、“商标战略实施方案”的制定模式	(148)
二、信息收集与分析	(150)
三、商标创造	(151)
四、商标运用	(160)
五、商标保护	(164)
六、商标管理	(166)
第四节 其他类型知识产权的战略实施方案	(166)
一、著作权战略实施方案	(167)
二、商业秘密战略实施方案	(172)
第三篇 企业知识产权战略与实施经典案例	(177)
【案例一】《某集团公司知识产权战略目录》	(179)
【案例二】日本《知识产权管理评估指标》	(186)
【案例三】IBM 公司的知识产权管理机构设置	(192)
【案例四】MPEG 专利管理公司介绍	(194)
【案例五】中粮集团与“金龙鱼”的故事	(197)
【案例六】“一品多牌”的典范——宝洁公司	(200)
【案例七】蓝光光盘联盟介绍	(203)
【案例八】海尔“防电墙”技术的标准之路	(205)
【案例九】“HiSense”商标抢注风波	(207)
【案例十】温州打火机的“CR”之痛	(210)
【案例十一】“G2000”与“2000”商标之争	(213)
【案例十二】正泰集团与施耐德的角力	(215)
【案例十三】“谷歌”之争	(218)
【案例十四】华为、富士康等 17 家公司在美赢得涉及“337 条款” 排斥令诉讼的胜利	(221)
【案例十五】中国电池企业在美国赢得“337 电池调查案”诉讼的 胜利	(223)
【案例十六】两个 NIKE 商标之争	(225)
【案例十七】小 QQ 惹出的大麻烦	(228)

【案例十八】驰名商标“DU PONT”	(230)
【案例十九】“东进”与英特尔的软件著作权侵权纠纷	(233)
【案例二十】判决书达 100 页的商业秘密侵权案	(235)
第四篇 国家与地方知识产权战略纲要	(239)
1. 国家知识产权战略纲要	(241)
2. 上海知识产权战略纲要(2004 ~ 2010 年)	(250)
3. 上海市鼓励创建知识产权示范企业实施办法	(259)
4. 江苏省著名商标认定标准(试行)	(263)
第五篇 企业知识产权战略主要知识产权法律、法规	(273)
1. 中华人民共和国专利法	(275)
2. 中华人民共和国商标法	(287)
3. 中华人民共和国商标法实施条例	(298)
4. 驰名商标认定和保护规定	(307)
5. 中华人民共和国著作权法	(310)
6. 中华人民共和国著作权法实施条例	(322)
7. 中华人民共和国计算机软件保护条例	(327)
8. 中华人民共和国反不正当竞争法	(333)



第一篇

企业知识产权战略基础理论