



中国经济发展与对外开放
研究丛书

中国企业自主知识产权 能力建设研究

Research on Construction of Independent
Intellectual Property Capability
of China's Enterprises

■ 夏清华 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

武汉大学“985”工程“中国企业国际化战略与竞争力”建设项目资助
国家社科基金项目(批准号:05BJY053)研究成果

中国经济发展与对外开放研究丛书

中国企业自主知识产权能力建设研究
Research on Construction of Independent
Intellectual Property Capability
of China's Enterprises

夏清华 著

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国企业自主知识产权能力建设研究/夏清华著. —武汉: 武汉大学出版社, 2010. 1

中国经济发展与对外开放研究丛书

ISBN 978-7-307-07435-4

I. 中… II. 夏… 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(2009)第 212315 号

责任编辑: 杨 华 责任校对: 刘 欣 版式设计: 马 佳

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉中远印务有限公司

开本: 720 × 980 1/16 印张: 12.25 字数: 176 千字 插页: 1

版次: 2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-07435-4/D · 962 定价: 26.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

从法律意义上讲，自主知识产权是指在一国范围内，由本国的公民、企业法人或非法人机构作为知识产权权利主体，对其自主研发、开发、生产的知识产品所享有的一种专有权利。其中，主权的单一性和主体对主权的依附性是自主知识产权生成的根本前提条件。自主知识产权主要包括自主专利权、自主商标权和自主著作权三大部分。从经济学和企业经营角度讲，自主知识产权是经济持续发展的独特战略资源，是企业赢得持久竞争优势和获利的智力资产。

中国知识产权环境发生了很大的变化和进步，企业形成自主知识产权的能力有所提高，尤其在商标国际申请、实用新型专利和工业品外观设计专利数量方面增速很快，总量也达到了一定的规模。但企业在发明专利和品牌策略方面与发达国家仍有很大的差距。譬如，中国企业品牌策略通常是去努力改进产品质量形象，而对品牌的视觉设计方面注意不够，影响了品牌的国际化目标。

中国企业在国际竞争中自主知识产权稀缺，缺乏品牌竞争力的事实使得中国企业在国际贸易中面临巨大的挑战，而且，近几年在国际贸易和国际竞争中，知识产权越来越具有私权公权化的特征，国家干预的色彩越来越浓厚，为企业知识产权的国家干预和国家知识产权战略提供了理论依据。另一方面，自主知识产权关系到国家的竞争力，从国家竞争战略来讲，也需要国家与企业的合作。相对于发达国家的企业而言，中国企业的自主知识产权能力很弱，对政府支持存在很强的需求。这也为中国政府支持企业自主知识产权能力发展提供了独特的理由。

自主知识产权能力是企业创造、运用、管理和保护知识产权的

综合能力。本书重点分析了中国企业在知识产权的运用和管理方面的能力表现，如知识产权战略与标准化战略的结合、知识产权商业化战略（科技成果转化）、专利联盟战略、品牌战略等；从国家财政直接投入、税收优惠、金融支持和风险投资、政府采购和知识产权保护等几个方面分析了政府支持政策成效，并借鉴美国、日本等发达国家的知识产权支持政策的经验，提出了中国支持企业自主知识产权能力发展的宏观政策建议。同时，研究和创新知识产权支持政策中必然存在的复杂性表明，政策决策过程本身是信息密集型的，支持政策本身又是实验性的——它要求不断尝试新的政策工具，并根据日新月异的环境对自身加以改进和完善，而政策的改进又是反复的、持续的一个过程。因此，在这个过程中，政策制定者的能力建设显得尤其重要。

本书是在国家社科基金“鼓励和支持我国企业发展自主知识产权与知名品牌问题研究”（项目编号：05BJY053）结题报告的基础上修改而成。武汉市知识产权局以及东湖开发区分局为课题提供了调研和数据支持，徐丹和简真强参加了书稿第7章的编写。博士和硕士研究生易朝辉、高强、黎玉、邢宾月、万娟等参与了课题的研究。作者感谢武汉市知识产权局局长董宏伟先生的帮助！感谢以上研究生的参与！感谢周茂荣教授和谭力文教授的支持！感谢国家社科基金项目的资助！

目 录

上篇 企业自主知识产权：现状、问题与分析的理论基础

第 1 章 概论	2
1.1 问题的提出：知识产权与国家竞争优势	2
1.2 国内外研究现状述评	6
1.3 本书的研究内容、目标、思路与特色	12
第 2 章 知识产权能力、创新与竞争优势的相关理论	14
2.1 自主知识产权、创新与知识产权能力的概念及其相互关系	14
2.2 国家创新体系中的企业和政府	17
2.3 自主知识产权与竞争优势	19
2.3.1 知识产权与企业竞争优势	19
2.3.2 知识产权与国家竞争优势	23
第 3 章 知识产权与竞争优势的描述性统计	28
3.1 自主知识产权对高新技术产品出口的影响	28
3.1.1 自主知识产权对高新技术产品出口贡献的实证检验	29
3.1.2 结论	34
3.2 高新技术企业知识产权能力与绩效——基于武汉东湖开发区的实证研究	34
3.2.1 样本特征	35
3.2.2 样本企业知识产权与利税情况	36

3.2.3 知识产权与企业竞争力的相关分析·····	38
3.3 企业专利收入的方差分析——基于武汉市专利实施情况的调查·····	41
3.3.1 样本特征·····	41
3.3.2 样本企业专利实施情况·····	42
3.3.3 企业专利收入的方差分析·····	44

下篇 企业自主知识产权能力发展的对策研究

第4章 技术标准化与专利联盟战略·····	52
4.1 标准战略与竞争优势·····	52
4.1.1 标准·····	52
4.1.2 标准化·····	54
4.1.3 标准战略与国家、企业竞争优势·····	55
4.2 标准战略与知识产权战略的分离与融合·····	57
4.2.1 标准战略与知识产权战略的联系与差异·····	58
4.2.2 标准战略与知识产权战略融合的趋势·····	59
4.3 我国企业标准战略的建立与运用·····	61
4.3.1 标准的形成·····	62
4.3.2 标准的使用许可·····	64
4.3.3 中小企业知识产权联盟战略·····	67
第5章 企业研发成果商业化策略·····	73
5.1 科技成果转化的过程——基于创新价值链的分析·····	73
5.1.1 创新价值链·····	73
5.1.2 科技成果转化过程的关键环节·····	75
5.2 科技成果转化的模式·····	80
5.2.1 一体化模式·····	80
5.2.2 非一体化模式·····	85
5.2.3 一体化模式与非一体化模式的比较分析·····	89
5.3 科技成果商业化的策略·····	91
5.3.1 科技成果商业化过程中的营销策略·····	91

5.3.2	风险投资是科技成果转化的驱动器·····	94
5.3.3	企业家精神是科技成果转化的催化剂·····	96
第6章	企业品牌战略 ·····	98
6.1	品牌竞争优势及其衡量指标·····	98
6.1.1	品牌竞争优势·····	98
6.1.2	品牌竞争力指标及其衡量·····	100
6.2	品牌的形成: 品牌认知与品牌忠诚·····	101
6.2.1	品牌认知与消费者学习·····	101
6.2.2	品牌忠诚·····	103
6.3	中国企业的品牌国际化战略·····	105
6.3.1	中国企业为什么缺少国际品牌·····	105
6.3.2	中国企业的品牌国际化模式·····	109
6.3.3	品牌战略管理·····	110
6.4	知名品牌建设中的政府角色定位·····	115
6.4.1	发挥宏观调控作用, 加强政府政策引导·····	115
6.4.2	政府资源向名牌倾斜, 优化知名品牌 产业结构·····	116
第7章	企业国际化过程中的知识产权战略 ·····	118
7.1	中国企业在国际化过程中面临的知识产权挑战·····	118
7.1.1	中国企业国际化进程中遭遇知识产权 贸易壁垒·····	118
7.1.2	中国企业国际化进程中知名商标在 国外遭抢注·····	120
7.1.3	中国企业在国际市场上遭遇跨国知识 产权诉讼·····	121
7.1.4	中外合资企业中存在的知识产权保护问题·····	122
7.2	中国企业国际知识产权纠纷应对策略·····	123
7.2.1	被侵权时我国企业维权的策略·····	124
7.2.2	被诉侵权时我国企业维权的策略·····	126

7.2.3 我国企业提高知识产权国际诉讼能力 应做的工作	127
7.3 我国战略产业的知识产权国际保护	130
7.3.1 战略产业的界定及其作用	130
7.3.2 我国战略产业知识产权国际保护的措施	131
附案例: 思科诉华为侵权案	136
第8章 企业知识产权能力发展的政府支持政策	141
8.1 我国知识产权政策的发展阶段	141
8.1.1 第一阶段: 20世纪70年代末至 80年代末	141
8.1.2 第二阶段: 20世纪90年代早期	142
8.1.3 第三阶段: 20世纪90年代末至今	142
8.2 我国知识产权政策工具及其实施效果	144
8.2.1 研究开发支持	144
8.2.2 税收支持	149
8.2.3 发展风险投资业	150
8.2.4 其他金融投资政策	151
8.2.5 公共采购政策	151
8.3 支持企业知识产权能力发展的管理制度创新与 策略重点	152
8.3.1 创新知识产权管理制度, 提高政府知识 产权管理能力	152
8.3.2 政府支持政策的重点	153
8.3.3 建立企业知识产权能力评价指标体系	160
8.4 主要发达国家知识产权政策的介绍与借鉴	172
8.4.1 美国知识产权政策	172
8.4.2 日本的知识产权政策	174
参考文献	179

上 篇

企业自主知识产权： 现状、问题与分析的理论基础

上篇的逻辑安排是围绕着研究问题的提出、现状以及研究的理论基础、分析框架而展开。

具体内容是：

第一章，提出问题，明确研究目标、内容与方法。

第二章，回顾和分析了企业知识产权能力研究的相关理论思想，提出了本书适用的理论框架——战略管理中的竞争优势理论。

第三章，在市场调查研究的基础上对我国企业知识产权能力的现状进行了描述性统计，明确了现状和问题，为下篇的对策研究提供实际依据。

第1章 概 论

在全球经济日益一体化的背景下，知识产权是衡量一个国家财富的重要标志，也是国家竞争力的重要指标。纵观全球范围的经济合作，无论是生产领域的合作，还是贸易领域的合作，无论是货物贸易，还是服务贸易，许多都是以专利权、商标权、版权等知识产权为核心的。知识产权不仅是人类的财富，而且也是创造人类物质财富、精神财富的工具和手段。智力资源打破了国界，在全球范围内流动，从而促进了全球经济的发展。因此，知识产权已经成为当今社会推动各国国民经济发展的的重要战略资源。

1.1 问题的提出：知识产权与国家竞争优势

进入 21 世纪，知识经济成为各国经济的关键因素，知识产权是衡量一个国家经济竞争力和财富的重要标准，发达国家和发展中国家纷纷实施知识产权战略，制定一系列政策支持本国自主知识产权的形成和发展。

温家宝总理曾经明确指出：“21 世纪的竞争实际上就是知识产权的竞争。”随着经济全球化进程的加快，知识产权在国际竞争中的重要性与日俱增，逐渐成为国家和企业争取科技和经济竞争优势的重要手段，构成了企业和国家竞争力的核心要素，日益受到人们的关注和重视。

从国际动向来看，各国都加强了对企业知识产权的国家保护。日本实现了由“技术立国”到“知识产权立国”的战略转移，美国依法建立了“美国国家知识产权协调委员会”，美国联邦贸易委员会还发表了支持专利政策的“促进创新”报告。从一国长期发

展战略来看，形成自主知识产权是维护国家安全的战略选择。

以自主创新能力低下为主要特征的中国科技落后的严峻态势已经引起政府的高度重视。2001年中国科技创新能力在49个主要国家（占世界GDP的92%）中，居于第28位，处于中等偏下水平。不仅如此，中国的对外技术依存度在50%以上，而发达国家都在30%以下，其中美国、日本仅为5%左右。面对这一严峻态势，中国欲使科技发展“支撑经济社会全面发展”已很勉强，引领未来就更难了（任慧文，2004）。而缺乏核心专利恰是前几年DVD、食品塑料盒风波、2G技术等知识产权纠纷中中国企业受制于人的关键所在。中国企业缺乏维持持续成长的战略竞争性资源：缺乏国际品牌，缺乏创新动力，缺乏自主知识产权。这些直接影响了其持续发展的能力，体现为在国内市场难以应对国际竞争者建立的防御壁垒，在国外市场又难以突破国外的技术壁垒和品牌影响力。

改革开放以来，我国的经济全面快速发展，企业的创新能力和品牌意识都有所提高，研发投入占国民生产总值的比例从1989年的0.7%上升到2005年的1.3%，虽然低于美国、日本的3%，但年增长率已超过了发达国家，表1-1是我国R&D（研究开发）投入占GDP比例的增长情况。近几年，我国专利的申请量以年均18%的速度增长，2004年发明专利首次超过实用新型和外观专利。一些很好的企业非常重视知识产权，重视自主创新，重视形成自己的核心技术。譬如，深圳华为公司是一家专门制造通信产品的民营企业，其研发人员占员工总数的46%，是国内所有企业中申请发明专利最多的企业，累计申请国内专利3500件，同时还向国外申请了400多件，注册商标也有600多件。另一些很好的例子是青岛的一批企业，像海尔、海信、青啤等，它们在自主知识产权方面做得也比较好，申请了很多专利，其中海尔平均每天申请3件专利，每年1000多件。但是这样的企业数量太少了，目前还有大量的企业没有自主创新，没有形成自己的核心技术。据统计，国内拥有自主知识产权核心技术的企业，仅占大约万分之三，有99%的企业没有申请专利，有60%的企业没有自己的商标。所以在国际上的

印象中，中国是制造大国，但在知识产权方面中国还处在一种比较落后的状态。我国高端的医疗设备、半导体以及集成电路制造设备和光纤制造设备，基本上都是从国外进口的。很多重要的装备、制造产品的机器，都是从国外进口的，其中石化装备的 80%、数控机床和先进纺织设备的 70% 依赖进口，彩电、手机的关键技术 50% 以上掌握在跨国公司手里，包括电脑中小小的一个鼠标、DVD 播放机我们都要交专利费。虽然我国的外贸总额已居世界第三位，但是自主创新的高技术产品仅仅占外贸总额的 2%。

表 1-1 我国 R&D 投入占 GDP 比例与几个国家的比较

年份 \ 国别 R&D/ GDP	中国	美国	日本	英国	印度	韩国
2005	1.30					
2004	1.44	2.68	3.13	1.88		2.85
2003	1.31	2.62	3.15	1.89		2.64
2002	1.23	2.67	3.12	1.90		2.53
2001	1.07	2.74	3.07	1.87	0.78	2.59
2000	1.00	2.72	2.99	1.86		2.39
1999	0.83	2.65	2.96	1.87	0.86	2.47
1998	0.69	2.60	2.95	1.80	0.67	2.55
1997	0.64	2.58	2.84	1.81		2.69
1996	0.60	2.55	2.78	1.88	0.77	2.60
1995	0.60	2.51	2.90	1.95		2.50
1994	0.50	2.43	2.77	2.01	0.81	2.44
1993	0.62					
1992	0.70					
1991	0.72					

续表

年份 \ R&D/ GDP	国别					
	中国	美国	日本	英国	印度	韩国
1990	0.71					
1989	0.70					

注：表中空白处数据不可得。资料来源 《中国科技统计年鉴（2005）》及中国科技统计网。

我国企业不仅在知识产权数量上处于劣势，而且在知识产权质量方面也面临严峻的挑战。这种挑战不仅体现在高新技术产业，传统产业也不例外（吕薇，2004）。一些跨国公司正利用知识产权抢占我国高新技术产业市场。例如，信息技术领域的发明专利申请，国内发明专利申请量不到国外的一半，国外占68%（韩俊，2005）。据国家知识产权局2002年统计，技术含量比较高的发明专利，本国人、本国企业申请的最集中的领域有：第一位是中药，国内申请占98%；第二位是软饮料，占96%；第三位是食品，占90%；第四位是汉字输入法，占79%。这是我们占优势比较集中的领域。而来自国外的专利申请所集中的领域主要是高科技领域：第一位是无线电传输，占93%；第二位是移动通信，占91%；其后为电视系统，占90%；半导体占85%；西药占69%；计算机应用占60%。据另一项统计，在2005年的广交会上，我们国家的企业出口产品50%是贴牌的，29%没有商标、没有品牌，只有21%有自己的商标。这些企业虽然是出口型企业，有一定的国际竞争能力，但是拥有自己品牌的只有两成。国外有统计显示，2005年全球100个最有价值的品牌，前100个亚洲有10个，其中日本有7个，韩国有3个，中国为零。

而从国际知识产权的含金量来看，今天知识产权的保护主要集中在几个发展前景看好的技术领域，如生物技术、信息技术、新材料等。在这些具有战略性、前沿性和对经济发展、社会进步产生重

要影响的高技术领域，美国、欧洲和日本拥有绝对优势，譬如在生物技术领域，美国拥有专利占 59%，欧洲 9%，日本 17%。我国近几年只在计算机技术领域有所突破，拥有完全知识产权的技术，并从“中国制造”转向“中国自造”。

总体而言，当前我国知识产权创造能力还不强，创新主体的知识产权意识还较薄弱，众多产业和企业还缺乏核心竞争力，知识产权拥有量与经济发展水平不相适应。企业尚未成为知识产权创造的主体，科技活动层次大多处于低端，重大科技成果转化率低，难以形成市场规模，更不用说创造品牌了。

企业是技术创新的主体，也是增强自主创新能力的关键环节。增强自主创新和知识产权创造能力，已经成为全面提升国家竞争力，实现中华民族伟大复兴的重要战略抉择。如何从政府和企业角度发展自主知识产权已成为推动企业、产业和国家发展的重大战略课题。

1.2 国内外研究现状述评

从法律意义上讲，自主知识产权是指在一国范围内，由本国的公民、企业法人或非法人机构作为知识产权权利主体，对其自主研发、开发、生产的知识产品所享有的一种专有权利。有学者认为，自主知识产权是具有中国特色的创新概念，具有主体本土化、权属域内化、权利集成化以及私权公权化四大特征，与一般意义上的知识产权具有明显的差异。其中，主权的单一性和主体对主权的依附性是自主知识产权生成的根本前提条件（芦琦，2000）。在我国，所谓自主知识产权是指中国的公民、法人或非法人单位经过其主导的研究开发或设计创作活动而形成的、依法拥有的独立自主实现某种技术知识资产的所有权。申请人在从中国其他自然人、法人或非法人单位处继受取得的自主知识产权基础上进行二次开发而形成的知识产权视为自主知识产权（科技部《高科技产业自主知识产权认定指南》，2000）。

自主知识产权主要包括自主专利权、自主商标权和自主著作权

三大部分。

从经济学和企业经营角度讲，自主知识产权是企业赢得持久竞争优势和获利的智力资产。具体来说，它是经济持续发展的独特战略资源（要素），是一种获得国家法律保护的生产要素，是企业赢得持久竞争优势的独特资产。由于知识产权是一种智力财产，需要通过物化的产品形式表现出来，所以其最终市场化的产品所含载的技术先进性和凝聚的品牌影响力就成为知识产权所有者所具有的竞争优势，两者缺一不可。其中，技术的先进性显示了知识创造者的创新能力，品牌影响力意味着创造者运用技术创造经济价值的的能力。有技术优势，但没有品牌影响力，或者有品牌，没有技术优势，都不能成为竞争优势。

知识资产具有全球流动性、产业渗透性和价值倍增性，因此，各国政府和企业都把知识产权的保护和利用作为重要的战略目标加以研究（OECD 《以知识为基础的经济》，1996）。

中国企业在国际竞争中自主知识产权稀缺，缺乏品牌竞争力的事实（任慧文，2004；路甬祥，2002；陈昌柏，2002；李顺德，2004；夏清华，2003 等）使得其在国际贸易中面临巨大的挑战。在强大的国际跨国公司设置的两大专利陷阱（对我国成熟产业的专利垄断价格和对有发展潜力产业的研发跟踪）（李轩，2004）和对中国著名商标的抢注（国家商标局，2004）面前，中国企业感受到了实实在在的生存和发展威胁。

尽管从知识产权的产生和实施主体来看，知识产权战略应该首先是企业的商业行为而不是政府行为，但中国企业在知识产权方面的弱势地位，说明单靠企业自身难以抵御强大的国际竞争对手，需要国家知识产权战略的支持；而且，近几年在国际贸易和国际竞争中，知识产权越来越具有私权公权化的特征，国家干预的色彩越来越浓厚，为企业知识产权的国家干预和国家知识产权战略提供了理论依据。比如，美国和欧盟试图以国内法影响国际知识产权纠纷的解决；美国商务部诉诸 WTO 向中国政府打击盗版行为施压；任意启动侵权或反倾销调查程序；抵制中国的国家标准；在一些国家政府的支持或默许下，国际跨国公司建立专利联盟，设置专利和技术

壁垒（打火机、电视机、DVD、食品塑料盒等知识产权纠纷），抢注中国企业著名商标等，联合抵制中国竞争企业；种种专利权的滥用，知识产权领域的不正当竞争（曹新明，1994），说明中国企业的国际竞争环境正在恶化，知识产权问题已变成不仅是单纯的法律问题，而是关系到我国对外贸易长期发展和国家产业安全的国家战略问题（李虹，2004；张志成，2004），需要国家采取积极有效的应对措施。

我国现有的专利申请和授权制度、商标注册制度和驰名（著名）商标的国家认定制度、对商业（技术）秘密的保护制度等为企业自主知识产权的形成和保护提供了法律保障（刘佩智，2004；陈美章，2004）。但知识产权领域的竞争尤其是自主专利技术的竞争，因其创新的动态性而使其也具有动态性。

国内学者认为，中国企业自主知识产权落后的主要原因在于政府对知识产权的保护不力，影响了技术创新者的积极性。政府在技术发明中的职能与市场职能常常互相混淆（路甬祥，2002）。与发达国家相比，我国缺乏一个宏观层面的知识产权战略，国家尚未从宏观经济战略角度协调技术、产业和对外贸易等相关经济因素（余翔，1997）。而现有的知识产权政策又由于机构重叠，职能划分不清等原因，也难以实施（张志成，2004）。有学者把这种现象解释为“政府失灵”（李轩，2004）。而陈昌柏教授认为，中国目前的知识产权问题不是专利保护不力，而是自主知识产权太少，特别是基本核心专利和职务发明专利不足。政府必须在鼓励创新和强化保护方面保持微妙的平衡（陈昌柏，2002）。专利制度的目标不是保护弱者，而是激励创新，促进竞争（李轩，2004）。

如何改变中国企业自主知识产权落后的现状？路风教授认为，鼓励、支持和保护自主开发是中央政府的责任和义务，并以中国汽车产业为例，认为汽车产业没有形成自主开发能力，自主品牌缺失的原因是中国的汽车产业政策从来没有把重点放在这个方面，而始终把目标放在产业集中度和规模上。他提出了关于未来政府汽车产业发展多项政策建议，其中包括奖励支持自主开发成果，帮助自主产品树立品牌以及税费优惠（路风，2004）。中国经济应追求长期