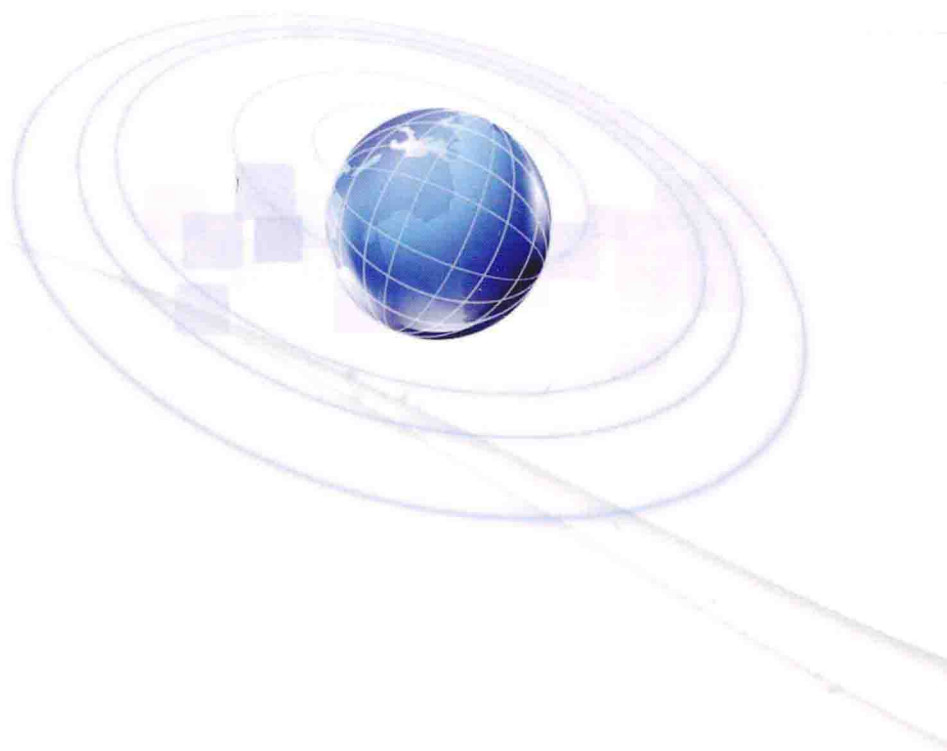


# 知识产权若干专题探析

张锦锐 著

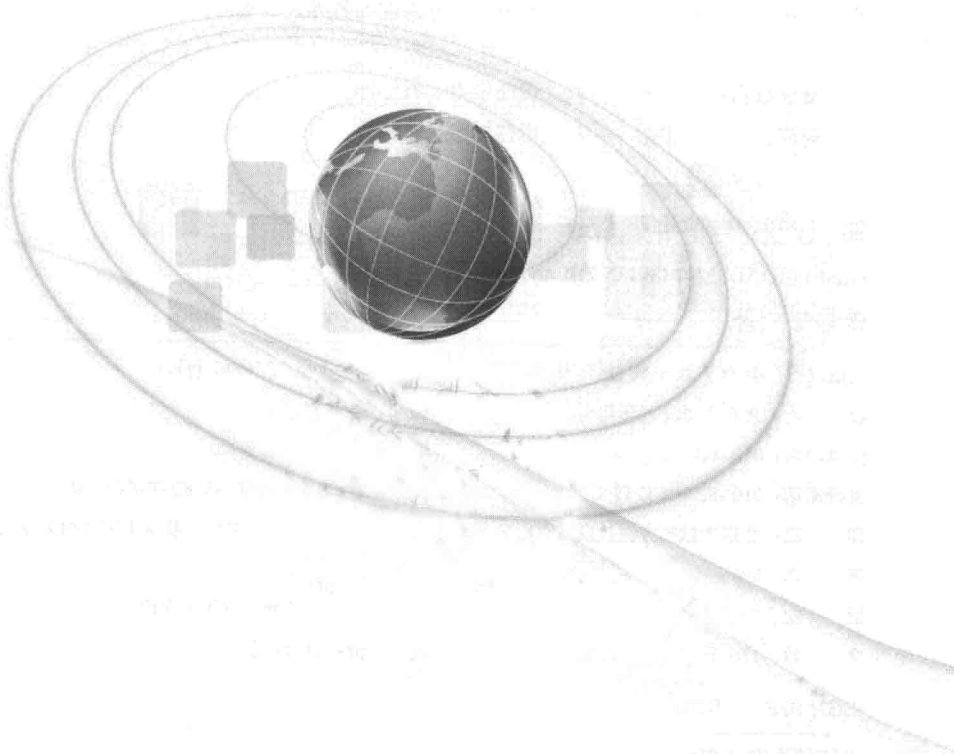


知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

# 知识产权若干专题探析

张锦锐 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

## 图书在版编目(CIP)数据

知识产权若干专题探析/张锦锐著. —北京: 知识产权出版社, 2013. 9

ISBN 978-7-5130-2312-2

I. ①知… II. ①张… III. ①知识产权—研究 IV. ①D913.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 231207 号

## 内容提要

本书共分三篇。探索篇, 涉及知识产权与企业核心竞争力、知识产权与企业创新驱动、知识产权文化建设的基本问题、企业知识产权文化建设基本模式、企业如何降低专利侵权风险; 知识篇, 介绍知识产权相关的重要知识点。活动篇, 介绍国家知识产权局主办的 7 届系列专题学术活动情况。本书适合感兴趣的各界人士阅读。

责任编辑: 崔开丽

责任校对: 谷 洋

封面设计: 段维东

责任出版: 孙婷婷

## 知识产权若干专题探析

ZHISHI CHANQUAN RUOGAN ZHUANTI TANXI

张锦锐 著

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司

网 址: <http://www.ipph.cn>

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

邮 编: 100088

责编电话: 010-82000860 转 8377

责编邮箱: [cui\\_kaili@sina.com](mailto:cui_kaili@sina.com)

发行电话: 010-82000860 转 8104/8102

发行传真: 010-82000893/82005070/82000270

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 6.125

版 次: 2013 年 9 月第 1 版

印 次: 2015 年 1 月第 2 次印刷

字 数: 126 千字

定 价: 20.00 元

ISBN 978-7-5130-2312-2

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

# 自序

知识产权，当今社会的一个热点词汇。之所以“热”，本质上是由于社会生产力发展到一定水平之后，知识资源在经济发展中的作用越来越突出，日益成为一种战略性资源和竞争力的核心要素，是发展的重要支撑和掌握主动权的关键。

为更好地发挥知识产权制度在国家技术、经济、文化、社会发展中的作用，国家知识产权局在2007~2012年期间，连续主办了7届系列性专题学术交流论坛活动，公开出版了7本相关的专题学术论文集。每届活动确定一个主题，在全国公开征文，创造宽松的学术环境，欢迎社会各界人士围绕主题提出学术观点和发展思路，遴选出来的优秀作品集结出版，在论坛上举行新书首发式，邀请优秀论文作者代表在论坛上发表演讲。这种形式的活动很受欢迎，参与的人很多。笔者有幸参加了7届专题学术论坛活动的具体工作，在此基础上进行了一些思考和探索，写了几篇探索性文章。

本书收录了相关的5篇文章，介绍了必要的背景知

识，介绍了7届专题学术论坛情况，也介绍了笔者具体组织的知识产权专题研修班情况。

做知识产权方面的工作，务必要理论联系实际。本书仅提供了一些思路，供感兴趣的人士参考。由于水平所限，不当之处敬请读者批评指正。希望有更多的人关注和思考，推动知识产权事业发展。

张锦锐

2013年9月

# 目 录

|           |   |
|-----------|---|
| 自 序 ..... | I |
|-----------|---|

## 探 索 篇

|                        |    |
|------------------------|----|
| 知识产权与企业核心竞争力初探 .....   | 3  |
| 知识产权与企业创新驱动初探 .....    | 12 |
| 知识产权文化建设若干问题探索 .....   | 23 |
| 企业知识产权文化建设基本模式探索 ..... | 36 |
| 企业降低专利侵权风险探析 .....     | 45 |

## 知 识 篇

|                |     |
|----------------|-----|
| 知识产权 .....     | 55  |
| 专 利 .....      | 87  |
| 商 标 .....      | 97  |
| 著作权 .....      | 100 |
| 植物新品种 .....    | 109 |
| 地理标志 .....     | 115 |
| 集成电路布图设计 ..... | 125 |
| 制止不正当竞争 .....  | 130 |

## 活 动 篇

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 知识产权文化建设与发展研讨会综述·····          | 139 |
| 知识产权与创新发展论坛综述·····             | 142 |
| 知识产权与转变经济发展方式论坛综述·····         | 145 |
| 知识产权服务与科技经济发展学术交流会综述·····      | 148 |
| 知识产权与核心竞争力论坛综述·····            | 151 |
| 纪念改革开放 30 周年暨中国知识产权发展论坛综述····· | 157 |
| 2007 中国知识产权文化论坛综述 ·····        | 161 |
| 知识产权专题研修班综述·····               | 166 |
| 后 记 ·····                      | 188 |

# 探 索 篇



知识产权制度是一种开发和利用知识资源的基本制度。在知识产权制度这个平台上，各类主体可以基于法律规则充分地开展有关知识产权的创造、运用、保护、管理，把人的聪明才智发挥到极致，推动技术、经济、文化、社会各方面发展。

在实践中，如何充分合理地利用知识产权制度和知识产权资源，促进相关的各方面事业的发展，可做的事情很多，要具体情况具体分析，理论联系实际，长远规划和当下实务相结合，统筹兼顾，把握重点和关键。本篇收录了作者的5篇探索性文章，提供了一些基本思路，仅供参考。

# 知识产权与企业核心竞争力初探

**摘 要：**知识产权制度是国家开发和利用知识资源的基本制度。核心竞争力是企业在竞争性市场环境中长期赖以生存和发展的关键要素，包括员工的知识 and 技能、技术开发和创新能力、知识产权、品牌建设和运用能力、企业文化，等等。核心竞争力能够为企业开拓市场，为最终产品的客户带来利益，竞争对手难以模仿。知识产权与企业核心竞争力有多重关系：知识产权制度是企业培育和提升核心竞争力的平台环境；知识产权客体的价值属性是核心竞争力的外在体现；知识产权客体受法律保护是核心竞争力的保障；知识产权的时间属性是核心竞争力不断提升的动力；知识产权是社会整体提升核心竞争力的关联要素。培育和提升企业核心竞争力的思路：构建以知识产权为支撑的长远发展规划；技术开发和创新是基本内功；重视知识产权工作；做好品牌建设和运用；重视核心人才的培养和使用；培育有知识产权文化内容的企业文化。

**关键词：**核心竞争力 核心能力 知识产权 知识产权文化 企业文化

企业是独立的市场主体，自主经营，自负盈亏，独立核算，独立享有民事权利并承担民事责任。现代企业制度基本特征是产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学。企业通过向社会提供产品和服务，获得回报，得以生存和发展。在市场经济环境中，竞争是自然的，优胜劣汰，推动技术进步和服务提升。企业要想持久发展，做大做强，就需要具备自身的核心竞争力，而核心竞争力需要知识产权作支撑。本文对知识产权与企业核心竞争力作初步探索，抛砖引玉。

## 一、企业核心竞争力概述

何为核心竞争力？核心竞争力又称为核心能力（Core Competence）。从公开的文献记载上看，核心竞争力这个概念最早是美国密西根大学商学院教授普拉哈拉德（C. K. Prahalad）和伦敦商学院教授加里·哈默尔（Gary Hamel）1990年提出的。这两人合作写了一篇文章《公司核心竞争力》（*The Core Competence of the Corporation*），发表在《哈佛商业评论》（*Harvard Business Review*）上。这两位学者认为，公司如同一棵大树，树干是核心产品，树枝是业务单元，果实是最终产品，而为大树提供养分和起支撑固定作用的根系就是核心竞争力。从某种意义上讲，核心竞争力是一个组织内部经过整合的知识和技能，尤其是如何协调各种生产技能并且把多种技术整合在一起的能力。核心竞争力可以从三个方面来判别，一是能够为公司

进入多个市场提供方便，二是在最终产品为客户带来可感知价值方面有重大贡献，三是竞争对手难以模仿。

有关企业核心竞争力，许多学者进行了研究。国家知识产权局原副局长马连元作了概括：企业的核心竞争力是一个企业能够长期获得竞争优势的能力；是企业所特有的、能够经得起时间考验的、具有延展性，并且是竞争对手难以模仿的技术或能力。企业的核心竞争力包括企业员工的知识和技能、企业的技术开发和创新能力、企业的管理和生产经营能力、企业创造品牌和运用品牌的能力、企业独特的文化和价值观。

在前人研究工作的基础上，笔者以为，企业核心竞争力，是指企业在竞争性市场环境中长期赖以生存和发展的关键要素，包括员工的知识和技能、技术开发和创新能力、知识产权、品牌建设和运用能力、企业文化，等等。核心竞争力能够为企业开拓市场，为最终产品的客户带来利益，竞争对手难以模仿。

事实上，无论哪个企业，要在市场上生存，都必须具备多方面的能力。这些能力在企业的生存和发展中的重要程度是不同的，能够使企业显示出个性特色并具有持久旺盛生命力的根本性的东西，就是核心竞争力所在。怎样识别、挖掘、补充、培养、提升、利用核心竞争力，推动发展，企业在这方面大有可为。

## 二、知识产权与企业核心竞争力的关联性

当今时代，知识资源在科技、经济、社会发展中的重要性越来越突出。知识产权制度是国家为开发和利用知识资源而创设的基本制度。知识产权制度通过合理确定人们对于知识及其他信息的权利，激励创新，推动科技经济发展和社会进步。知识产权正在日益成为一种战略性资源和竞争力的核心要素，成为国家、地区、行业、企业等各层级主体寻求发展的重要支撑和掌握发展主动权的关键。最近 30 多年来，我国在知识产权制度建设方面下了大功夫，完成了发达国家上百年才完成的历程，建立了相对完善的现代知识产权制度。企业可以充分依靠和利用知识产权制度，培育和提升核心竞争力，获得持久发展。

知识产权与企业核心竞争力是什么关系？一般认为，知识产权起着为企业构建核心竞争力保驾护航的作用。在此基础上，笔者以为，知识产权与企业核心竞争力有多重关系，体现在以下几个方面。

### 1. 知识产权制度是企业培育和提升核心竞争力的平台环境

企业核心竞争力是需要培育和提升的。技术创新、商业模式创新、品牌建设、人才培养等方面都与核心竞争力密切相关，企业往往需要投入大量的资源，不断地开发、培育、提升核心竞争力，自然也会产生相应的成果。这些成果有国家法律作保障，别人拿不走，企业可以合法独自

拥有。在国家知识产权制度这个平台环境中，企业可以在涉及核心竞争力建设方面充分施展，尽其所能。

## 2. 知识产权客体的价值属性是核心竞争力的外在体现

知识产权客体具有价值属性，可以物化为现实生产力，能够为企业开拓市场，能够为最终产品的客户带来可感知价值，是核心竞争力的外在体现。例如，专利权是一种重要的知识产权，它的客体是发明创造，包括发明、实用新型和外观设计。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于实用的新的技术方案；外观设计，是指对产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合所作出的富有美感并适于工业应用的新设计。专利权的授予有严格的实质性条件，发明和实用新型应当具备新颖性、创造性和实用性；外观设计，应当不属于现有设计，与现有设计或者现有设计特征的组合相比应当具有明显区别。没有他人在先提出过申请，不得与他人在申请日以前已经取得的合法权利相冲突。显然，被授予专利权的发明创造，具有普拉哈拉德和哈默尔提出的判别核心竞争力三个方面中的第一个和第二个，即开拓市场和为客户带来价值。

## 3. 知识产权客体受法律保护是核心竞争力的保障

知识产权客体的知识价值，给权利人带来利益，构成核心竞争力的要素，受国家法律保护。这是核心竞争力不被他人复制和模仿的保障。以专利为例，我国《专利法》

第11条规定，发明和实用新型专利权被授予后，任何单位或者个人未经专利权人许可，都不得实施其专利，即不得为生产经营目的制造、使用、许诺销售、销售、进口其专利产品，或者使用其专利方法以及使用、许诺销售、销售、进口依照该专利方法直接获得的产品。外观设计专利权被授予后，任何单位或者个人未经专利权人许可，都不得实施其专利，即不得为生产经营目的制造、许诺销售、销售、进口其外观设计专利产品。显然，被授予专利权的发明创造，具有普拉哈拉德和哈默尔提出的判别核心竞争力三个方面中的第三个，即竞争对手难以模仿。

#### 4. 知识产权的时间性是核心竞争力不断提升的动力

知识产权保护是有期限的，过了保护期，就进入公共领域，任何人都可以无偿使用。例如我国《专利法》第42条规定，发明专利权的期限为20年，实用新型专利权和外观设计专利权的期限为10年，均自申请日起计算。也就是说，知识产权作为一种核心竞争力要素，是有期限的。这就促使企业要与时俱进，判断和把握技术发展趋势和市场发展趋势，不断地进行有关知识产权的创造、运用、保护、管理，保持企业持续的核心竞争力。

#### 5. 知识产权是社会整体提升核心竞争力的关联要素

知识产权一般是以公开相关的知识换取社会在一定期限和一定地域内的保护，商业秘密例外。以专利为例，有关的发明创造完成后，申请人向专利主管机关提出专利申请，专利主管机关经过审查程序，将有关内容向社会公布。全社会都可以了解到相关发明创造的详细技术信息，

并可以受到这些信息的启发，进行相关领域的研发活动，大大缩短研发周期，节约研发成本。此外，如果本企业在某些方面的核心竞争力不足，又不具备开发条件，可以通过有偿转让或者交叉许可等方式，合法获得知识产权，补充自身不足。从宏观上看，知识产权实际上是社会整体提升核心竞争力的一种关联要素。

### 三、企业核心竞争力的培育和提升

企业核心竞争力需要识别、挖掘、培育、提升，可做的事情很多。下面仅从知识产权相关的角度，提供几个参考思路。

#### 1. 构建以知识产权为支撑的长远发展规划

企业要有长远发展规划，才能市场中保持可持续发展。企业的核心竞争力是围绕长远发展规划的需要展开的。长处要爱护，不足要补充。长远发展规划涉及许多基本面，而以知识产权资源为支撑，是必不可少的内容。当今社会，整个人类社会的发展趋势是科学技术整体水平不断提升，知识资源在发展中的作用越来越大。因此，开发利用知识产权资源是企业长远发展规划中不可缺少的要素。

#### 2. 技术开发和创新是基本内功

企业的核心竞争力，最终体现在市场的产品和服务上。而产品和服务的技术含量，是满足消费者需求的首要因素。科学技术的发展是一个动态过程，消费者的需求也



是与时俱进的，产品和服务的技术含量也要随着时代的发展不断提升，比如，研发新产品，已有的产品更新换代，采用新设备新工艺，产品和服务更加人性化，等等。技术开发和创新是企业的基本内功，是核心竞争力的基本内容。

### 3. 重视知识产权工作

技术开发和创新的成果，是企业宝贵的资源，要及时保护，转化为知识产权，使其成为受法律保护的核心竞争力要素。知识产权包括专利、商标、著作权、集成电路布图设计等，要根据成果的内容选择适当的保护形式。知识产权方面的申请文件很有讲究，撰写的方式要符合法律规定，可以请有资质的中介服务机构代理。知识产权既是一种资源，也是一种成本，要整体统筹好。提升知识产权创造、运用、保护和管理能力，就是提升企业核心竞争力。

### 4. 做好品牌建设和运用

在市场环境中，消费者是认牌购货的。一个品牌，往往就是凝聚着相关的技术含量、服务质量、文化理念等要素的集合体。品牌是区分产品和服务不同来源的标记，是企业个性的具体体现，往往也是企业综合实力的体现。品牌建设和运用需要在质量提升、服务水平提升、个性化、信誉、宣传等方面下功夫。品牌获得消费者认可，形成消费群体，就有竞争力。有时候，品牌成了某种技术含量和服务质量的代名词，消费群体就认这个品牌。这对企业来说就是很好的商机，要珍惜和维护，要保持技术质量和服务水平的稳定性。