

中国社会科学引文索引 (CSSCI) 来源集刊

中国学术文献网络出版总库全文收录期刊

海派经济学

Journal of Economics of Shanghai School

第 11 卷 第 4 期, 2013 年 VOLUME 11·NUMBER 4·2013

钟卫华 知识产权优势理论及自主知识产权培育路径探析

程恩富 侯为民 习近平的十大经济发展战略思想分析

——访著名经济学家程恩富教授

周文 谭芝灵 中国经济学：回顾、总结与展望

刘思华 对建设社会主义生态文明论的再回忆

——兼论中国特色社会主义道路“五位一体”总体目标

杨小勇 杨龔超 保持和完善我国“四主型”经济发展模式的思考

海派经济学

Journal of Economics of Shanghai School

学术顾问

刘国光 项启源 于祖尧 李成勋 杨圣明 吴树青 刘方域 卫兴华
吴易风 周新城 胡 钧 刘海藩 丁 冰 张薰华 洪远朋 袁恩桢
吴宣恭 谭崇台 刘思华 陈 征 高 峰 杨承训

主 编

程恩富 世界政治经济学学会会长、中国经济规律研究会会长
中国社会科学院学部主席团成员、马克思主义研究院院长
顾海良 全国马克思主义经济学说史学会会长
教育部党组成员、国家教育行政学院院长

副主编

马 艳 上海财经大学经济学院政治经济学系主任
丁晓钦 世界政治经济学学会秘书长
上海财经大学海派经济学研究中心副主任
朱 奎 中国经济规律研究会副秘书长
上海财经大学马克思主义研究院

学术委员会主任

裴长洪 中国社会科学院经济研究所所长
王振中 中国社会科学院经济研究所前副所长
林 岗 中国人民大学前副校长

学术委员会委员(以

左大培	中国社会科学院	孟 捷	清华大学
胡乐明	中国社会科学院	朱安东	清华大学
余 斌	中国社会科学院	李 舫	北京师范大学
方福前	中国人民大学	白暴力	北京师范大学
张 宇	中国人民大学	文 魁	首都经济贸易大学
贾根良	中国人民大学	王天义	中共中央党校
王志伟	北京大学	郭 飞	对外经济贸易大学
吴 栋	清华大学	董正平	首都师范大学

图书在版编目(CIP)数据

海派经济学,第 11 卷,第 4 期;总第 44 期/程恩富,顾海良主编.
—上海:上海财经大学出版社,2013.12
ISBN 978-7-5642-1850-8/F·1850

I.①海… II.①程… ②顾… III.①经济学—文集
IV.①F0—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 037340 号

- ☐ 责任编辑 汝 涛
- ☐ 封面设计 张克瑶
- ☐ 封面设计 廖沛昕 赵 伟

HAIPAI JINGJIXUE

海派经济学

程恩富 顾海良 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

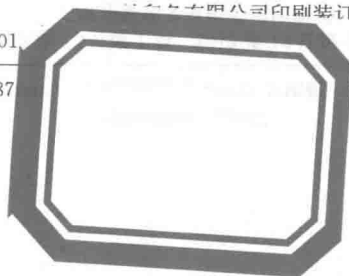
上海财经大学印刷装订

201

次印刷

787

256 千字



刘永佶 中央民族大学
冯金华 上海财经大学
马 艳 上海财经大学
顾钰民 复旦大学
张晖明 复旦大学
王朝科 上海对外贸易学院
周肇光 上海金融学院
何干强 南京财经大学
李炳炎 中共江苏省委党校
葛 扬 南京大学
朱炳元 苏州大学
逢锦聚 南开大学
何自力 南开大学
李家祥 天津师范大学
颜鹏飞 武汉大学
简新华 武汉大学
龙 斧 武汉大学
方时姣 中南财经政法大学
方兴起 华南师范大学
李建平 福建师范大学
黄茂兴 福建师范大学
庄宗明 厦门大学
周小亮 福州大学
张 衍 四川大学
赵 磊 西南财经大学
周 文 云南财经大学
薛宇峰 云南财经大学
许兴亚 河南大学
张东辉 山东大学
吴宇晖 吉林大学
丁堡骏 吉林财经大学

杨玉生 辽宁大学
焦方义 黑龙江大学
李欣广 广西大学
黄志亮 重庆工商大学
武建奇 河北经济贸易大学
陈惠雄 浙江财经学院
任保平 西北大学
荣兆梓 安徽大学
欧阳峤 湖南商学院
刘子兰 湖南师范大学
王小平 江西大学
焦斌龙 山西财经大学
张丰兰 内蒙古财经学院
大卫·科茨 美国麻省大学
艾尔·坎贝尔 美国犹他大学
艾伦·弗里曼 加拿大尼托巴大学
西蒙·莫亨 英国伦敦大学
罗杰·塞夫特 英国伍尔弗汉普顿大学
海曼·考普 德国《马克思主义通讯》
弗里德·施密特 德国慕尼黑大学
彼特·弗雷斯纳 奥地利维也纳科技大学
让·克罗德·迪劳内 法国马恩河谷大学
里卡多·贝勒弗尔 意大利贝加莫大学
亚历山大·布兹加林 俄罗斯莫斯科大学
伊藤诚 日本东京大学
大西广 日本京都大学
金炯基 韩国庆北国立大学
梁春逵 越南国民经济大学
路易斯·费尔南德斯 古巴哈瓦那大学
海因茨·迪特里奇 墨西哥都市自治大学
尼迈耶·阿尔梅达·菲罗 巴西乌贝兰迪亚联邦大学

主办单位

中国经济规律研究会
上海财经大学海派经济学研究中心
海派经济学南京研究所

支持单位

世界政治经济学学会
全国马克思主义经济学说史学会

目 录

特 稿

知识产权优势理论及自主知识产权培育路径探析 钟卫华(1)

专 访

习近平的十大经济发展战略思想分析

——访著名经济学家程恩富教授 程恩富 侯为民(9)

论 文

中国经济学:回顾、总结与展望 周 文 谭芝灵(19)

对建设社会主义生态文明论的再回忆

——兼论中国特色社会主义道路“五位一体”总体目标 刘思华(32)

运用马克思社会再生产理论研究享受型消费 陶为群 陶 川(53)

“社会主义社会”是“共产主义社会第一阶段”吗

——基于马克思、恩格斯相关文本的思考 任洲鸿(64)

鲍德里亚对马克思政治经济学理论的否定及其根源 ... 冒佩华 王朝科(82)

凯恩斯经济危机理论的马克思主义批判及启示 曹永栋 王志民(90)

经济全球化中的民族国家:地位、职能与危机

——国外马克思主义研究的理论争鸣 杨 静 陈 亮 陈 霞(102)

网络组织研究的租金缺陷与展望

——李嘉图租金的再认识和马克思劳动价值论的应用 丁 涛(111)

马克思政治经济学与西方主流经济学方法论的科学范式比较和借鉴

..... 宋树理(123)

中国对人类作出的重大贡献

——关于我国宪法确立社会主义基本经济制度的由来和发展

..... 袁 理(132)

西方制度创新经济学的新进展·····	文 魁	徐则荣(150)
保持和完善我国“四主型”经济发展模式的思考·····	杨小勇	杨龑超(161)
不发达经济学视野中的发展中国家生态环境问题·····	杨 莘	董永庆(168)
双重过剩、债务泡沫与资本主义危机 ——当代西方学者对马克思经济危机理论的多维解读及其启示 ·····		侯为民(180)

人 物

勤于思考 勇于创新

——马艳教授的经济思想和学术贡献·····	严金强(190)
-----------------------	----------

CONTENTS

Feature

- Analysis of Intellectual Property Advantage Theory and Cultivation Path of Independent Intellectual Property Rights
..... Zhong Weihua(1)

Interview

- Analysis of Xi Jinping's Ten Economic Development Strategic Thought
——Interview with Prof. Cheng Enfu Cheng Enfu Hou Weimin(9)

Paper

- China's Economy: Retrospection, Review And Outlook Zhou Wen Tan Zhiling(19)
Retrospection on the Construction of Socialism Ecological Civilization
——A Review on the “Five in One” Overall Goal of the Socialism Path with Chinese Characteristics
..... Liu Sihua(32)
Research on Enjoyment Consumption Based on Marx's Social Reproduction Theory
..... Tao Weiqun Tao Chuan(53)
“Socialist Society” is “The First Stage of Communist Society”?
——On the Base of Works of Marx and Engels Ren Zhouhang(64)
Baudrillard Negation of Marxist Political Economy Theory and Its Causes Mao Peihua Wang Chaoke(82)
Marx's Criticism and Enlightenment on Keynes's Economic Crisis Theory
..... Cao Yongdong Wang Zhimin(90)
Economic Globalization and the Nation-State
——Foreign Marxism? Theoretical Debates Yangjing Chenliang Chenxia(102)
Rent Theory Defect and Future Development of The Study of Network Organizations
—— the Retrospect of Richard Rents and the Application of Marxist Labor Value Theory Ding Tao(111)
The Comparison and Mix of Methodologies of Marxist Political Economics and Western Mainstream Economics
..... Song Shuli(123)
A Significant Contribution to the Human Race Made by China
—— The Origin and Development of Our Basic Socialist Economic System Established by the Constitution
..... Yuan Li(132)
The New Progress of the West Institutional Innovation Economics Wen Kui Xu Zerong(150)
Thoughts on Upholding and Improving China's Economic Development Model of “Four Leading Factors”
..... Yang Xiaoyong Yang Yanchao(161)

The Environmental Problems in the Developing Countries from a Perspective of Underdeveloped Economics

..... Yang Shen Dong Yongqing(168)

An Contemporary Understanding of Western Scholarship on Marxism Economic Crisis Hou Weimin(180)

People

Diligent in Critical Thinking and Never Hesitate to Innovate

——A Summary of Professor Ma Yan's Economic Thoughts and Academic Contributions

..... Yan Jinqiang(190)

知识产权优势理论及自主知识产权 培育路径探析

钟卫华

内容提要 经济学意义上的优势理论是在经济发展历史过程中不同经济学家归纳出来的国与国竞争中所体现出来的优势。目前,世界上主要有比较优势、综合竞争优势和知识产权优势三大理论。在知识经济时代,知识产权优势显得尤为重要。知识产权优势其核心内容是技术优势和品牌优势。自主知识产权的培育要以企业为主体,产学研相结合,实行核心技术赶超战略;注重品牌培育和强化知识产权布局的战略意识;加大知识产权制度建设和知识产权人才队伍建设,同时有选择地实行跨国并购。

关键词 知识产权 优势理论 品牌 核心技术

中图分类号 F0-0

一、优势理论简述

经济学意义上的优势理论是指经济学家通过对经济领域的观察研究得出的有关不同经济体在经济竞争中存在某些超过同类形势的一种理论。目前的经济优势理论主要有比较优势理论、综合竞争优势理论和知识产权优势理论。

比较优势理论是由英国古典政治经济学代表人物亚当·斯密提出,大卫·李嘉图进一步完善的一种经济优势理论。亚当·斯密认为,如果某种商品本国生产比进口其他国家的该商品成本要高,那么自己不生产这种商品而通过进口该商品将是有利的。因此,他主张各国生产自己在生产上占优势、成本比别国少的商品。这样通过国际贸易,双方都可以节约劳动,从而获利。亚当·斯密这种优势理论更多是从绝对优势的角度去分析的。大卫·李嘉图在继承斯密理论的基础上,进一步发展了这一理论,进一步系统认证了一国不一定都要求绝对优势,一个国家的某种商品只要在生产上有相对优势,成本上能相对减少,便可专门从事这种商品的生产,再通过国与国之间的贸易,使双方都能减少成本,进而从中获利。长期以来,指导国与国之间的贸易的理论,就是这种比较优势理论。

收稿日期:2013-08-26

作者简介:钟卫华(1968-),男,福建长汀人,三明学院经济学院副教授,主要研究方向为马克思主义经济学。

综合竞争优势理论是20世纪80年代末90年代初由美国哈佛大学商学院研究院迈克尔·波特教授提出的。波特认为一国能够在国际经济竞争舞台上立于不败之地,根本原因在于这个国家在国际市场上具有充分的竞争能力,这种竞争能力表现在这个国家的支柱产业有明显的竞争优势,支柱产业的竞争优势关键在于一国是否有合适的创新机制和充分的竞争能力。这种创新机制和竞争能力包括源自四大要素和两大变数综合作用的结果。这四大要素是生产要素,需求状况,相关产业和支持产业表现,企业的策略、结构和竞争对手。生产要素是指将生产的基本条件转化为特殊优势的能力;需求状况是指本国市场对该项产业所提供或服务的需求数量和成熟度;相关产业和支持产业表现是指具有为产业配套的一流制造商和供应商,并且从相关产业的企业竞争中获得利益,这些制造商和供应商形成了一个能促进创新的产业集群;企业的策略、结构和竞争对手是指完善的企业发展战略,有效的企业组织和管理方式,并有政策和规则刺激企业关注技术训练和能力提升,对相关固定资产进行投资,同时有很强的竞争对手,来刺激企业进行不断的提升与改进;而两大变数是指政府和机会。波特认为虽然从事产业竞争的是企业而非政府,但政府的采购以及直接投资会影响企业的竞争优势的发挥,从而影响国与国之间的竞争。因此,政府一方面要制定严格的采购标准和程序,这些标准和程序要有利于企业竞争和创新,有利于产业集成的形成。政府的投资应该投向企业无法行动的领域(发展基础设施、开放资本市场、培育信息的整合能力等)。波特认为机会是可遇不可求的,机会影响四大要素发生变化,同时机会是双向的,一般只有能满足新需求的厂商才能抓住机遇,从而使自己在竞争中处于优势地位。综合竞争优势就是上面六大因素综合的结果。

知识产权优势理论由我国海派经济学研究中心程恩富教授提出。程恩富教授认为,不论是以劳动生产率差异为基础的比较成本说,还是以生产要素供给为基础的资源禀赋说,都是建立在各国的供给条件不可改变,资源、生产要素不能在国际上流动的这个前提上的。随着生产要素和资源在国际上的频繁流动,以及自然资源可以被改良和再造,也可以被新材料所替代,劳动力的技能和素质的提高,又可以克服劳动力数量不足的矛盾,一国完全依靠比较优势参与国际竞争将会失去经济竞争优势,陷入比较优势陷阱(程恩富、廉淑,2004)。而波特提出的综合竞争优势理论因素太多,且是针对发达国家提出的,并不一定完全适合发展中国家,而且其所暗含的资本充裕条件和忽略跨国公司的作用也不符合现实的情况(程恩富,2006)。针对比较优势和竞争优势的理论和实践缺陷,程恩富教授提出应大力培育和发展“第三种优势”,即“知识产权优势”。知识产权优势是指通过逐步拥有以自主核心技术和自主品牌为主要内容的自主知识产权的经济优势,是在既定的比较优势和竞争优势基础上的更核心层次的国家优势。

二、知识产权优势理论的核心内容

根据程思富教授的有关论述,知识产权优势理论的核心内容主要包括两个方面:一是拥有自主知识产权的核心技术优势,二是拥有自主知识产权的品牌优势。

(一)自主知识产权核心技术优势

这里所讲的自主知识产权核心技术,是指我国公民、企业、事业单位经过其主导的技术创新活动获得的,并经过申请在我国依法拥有所有权的核心技术,或依法通过受让取得的中国公民、企业、事业单位在我国依法拥有所有权或使用权的核心技术。核心技术又可分为技术核心和设计核心。技术核心是在基础理论基础上在确定技术路线情况下支撑产品实现的关键部分,是一组复杂先进的、有较大用户价值的技术和能力的集合体。设计核心是指为呈现技术核心所使用的独特的工艺流程和外观表现形式。核心技术具有不可复制性和独特的市场价值,因而在竞争中能获得优势地位。

拥有了核心技术,就可以打开潜在的多种不同类型产品的市场大门,并通过专利把竞争对手在一定时间内挡在市场的门外,从而在竞争中获得优势地位。一个企业如果拥有了具有自主知识产权的核心技术,并且这种核心技术支撑的产品具有广泛的市场运用前景,就能从中获得非凡的价值回报。我国的中星微电子有限公司,坚持自主创新,先后突破了七大核心技术,成功地开发了具有自主知识产权的“星光中国芯”系列芯片,这种芯片广泛运用于移动通信、电脑、数字信息家电、宽带多媒体通信、数码影像等行业。其产品被索尼、中兴、华为、三星、惠普、富士通、飞利浦、罗技、联想等大批国内外知名企业采用,成功地占据了国际市场。

然而,目前我国像中兴、华为、中星微这样拥有自主知识产权核心技术的企业并不多,因此在国际竞争处于不利地位。我国是制造业大国,但不是制造业强国,其根本原因就在于没有掌握拥有自主知识产权的领先的关键核心技术。海尔目前在大型白色家用电器市场拥有全球第一市场份额,但其在关键领域的核心技术与同类企业相比还存在不少差距。空调与冰箱的关键技术是压缩机的核心技术,但这方面的核心技术,目前主要掌握在松下、日立、思布拉克、扎努西等手中。我国是电脑生产和消费大国,而电脑的最核心部件中央处理器目前主要掌握在美国的英特尔、超微半导体公司手中,操作系统被微软所控制。不仅这些核心技术受制于人,而一些电脑的周边设备,从键盘到液晶显示器,我国每年也需要向国外跨国公司支付数额庞大的专利费、技术使用费并接受高额垄断价格。液晶电视的核心部件——液晶屏,其核心技术也主要掌握在三星、LG和夏普等少数厂商手中。除此之外,汽车领域、材料领域、生物

领域、医学领域很多核心技术都受制于人,从而使我国在参与国际竞争中处于不利地位。

(二)自主知识产权品牌优势

品牌是消费者对某一企业及其生产的产品、售后服务,企业文化及其产品文化价值的一种认知程度。知名品牌是得到大众普遍认可、信任,知名度高的企业及其生产的产品。所谓品牌优势就是借助品牌,在市场竞争中获得有利地位的一种优势。这种优势不论在高新技术产业还是传统产业中都会让市场竞争主体赢得主动地位。像苹果、微软、IBM、谷歌、英特尔、通用电气、宝马、梅赛德斯—奔驰、丰田、思科、三星、惠普、波音、空中客车等高科技品牌;香奈儿、雅诗兰黛、爱马仕、迪奥、宾利、卡地亚、蒂芙尼、路易威登、劳力士、普拉达、轩尼诗、古驰等奢侈品品牌;麦当劳、肯德基、可口可乐、百事、宜家、高露洁、星巴克、雅芳、UPS、万事达等大众消费知名品牌,这些品牌在市场竞争中都处于优势领先地位。

优势品牌之所以在市场竞争中能占据有利地位,关键在于品牌里面所蕴含的产品质量、价值、文化、利益、属性等得到消费者的认可。在知识经济时代,品牌已成为企业生产的一种重要资产,这种无形的资产在当今社会越来越重要。许多知名跨国公司,其企业财产中,品牌和专利等无形资产已超出其有形资产的份额,比重高达 80% 以上(张玉瑞、周燕,2004)。没有品牌和专利,即使有资金、土地、机器、厂房等固定资产,生产也无法进行。相反,拥有了品牌和专利,却可以轻松地配置相关的有形资产。可口可乐、麦当劳、肯德基就凭借其品牌和配方专利,通过品牌和专利运营推广,把业务拓展到全球,用无形资产配置有形资产,把其他国家和地区的资源(水、劳动力、土地、厂房、原材料)源源不断地转化为他们的利润。国内的海尔之所以能在市场竞争占有一席之地,从早期的砸掉不合格的冰箱树立了企业品牌形象,到今天“真诚到永远”,全方位进行品牌建设和塑造是紧密相连的。

与具有自主知识产权的核心技术一样,我国所拥有的自主知识产权的优势品牌在世界市场也是处于弱势地位。世界著名品牌咨询公司 BrandZ 公布的 2012 年全球最具有价值的品牌排行榜中有 13 家中国企业上榜,分别是中国移动、中国工商银行、中国建设银行、百度、中国农业银行、中国人寿、中国石化、腾讯、中国银行、中国石油、茅台、中国电信、中外运敦豪。这 13 家企业主要是垄断型企业,制造业只有茅台一家,且 13 家上榜品牌价值合计为 2 555.05 亿美元,而美国苹果一家品牌就达 1 829.51 亿美元,约占中国上榜 13 家企业市值的 71.6%。而另一家世界著名品牌咨询公司 Interbrand 发布的全球最佳品牌排行中,到 2012 年我国还没有一家企业进入。由此可见,我国自主知识产权的优势品牌塑造和培育任重而道远,特别是实体经济和服务业。

三、自主知识产权培育路径

知识产权优势理论及其所包括的核心内容表明,在国际贸易中能否获得更多的国家福利,取决于在高新技术产业和具有战略意义的产业部门是否拥有自主知识产权的核心技术优势,在传统的民族产业或低端产品部门是否拥有自主知识产权的品牌优势。一般来说,一国对其先进的核心技术是绝对保密的,我国不可能通过技术引进获得,而优势品牌的获得也要有一个长期的培育过程。因此,要获得拥有自主知识产权的核心技术和优势品牌,作为一个发展中国家,必须选择恰当路径,对其加以培育。

(一)以企业为主体,产学研相结合,实行核心技术赶超战略

自主知识产权的培育要以企业为主体,以市场为导向。若要取得自主知识产权的核心技术,需要有一个长时间的过程,这样就特别需要在企业层次上的战略决心和进取精神,而这些因素的生成都是政府所无法越俎代庖的。因此,自主知识产权的核心技术培育必须以企业为主体,以市场为导向。企业是市场竞争的主体,企业的目标是要实现利润的最大化。要实现持久的利润最大化,一个重要的方面就是拥有先进的自主知识产权的核心技术,这样依靠核心技术能实现市场的差异化产品战略和提高劳动生产率,从而获得超额利润。同时,企业作为市场的主体,比其他的任何机构都更贴近市场,了解市场的需求,并能掌握市场发展所产生的潜在需求,使其研究更加具有针对性,抢占新技术的制高点,从而在核心技术方面占有领先地位。企业在市场竞争中也能感受到竞争对手的威胁。近年来,由于受外国企业的专利陷阱,遭遇知识产权诉讼,甚至受到外国企业利用专利联盟阻止进入市场的威胁,中国企业迫切感受到了自主知识产权核心技术的重要性。这些因素都决定了自主知识产权的培育主体只能是企业,而且实践也证明了这一点。

要取得自主知识产权的核心技术,需要产学研相结合,实施赶超战略。产学研相结合是指企业、高校及科研院所这三个技术创新主体要素按照“利益共享、风险共担、优势互补、共同发展”的原则,共同开展技术创新的活动,逐步实现科研—产品—市场—科研的良性循环一种创新模式(温兴琦,2010)。虽然企业对利润的追求是创新动力的源泉,是推动技术进步的主体,但对于许多企业(特别是中小企业)而言,高比例的科研投入是高风险的决策,也不具备条件去做大量的基础性研究工作,且企业的创新性研究是以人才为支撑的。没有人才,创新便是一句空话。而高等学校和科研机构在基础研究领域、人才队伍方面又具有的优势,但高校和科研机构对市场需求的灵敏度又不如企业。所以,三者之间有机结合既能发挥企业接近市场,推动技术创新的主体作用,又能发挥高校和科研机构在基础研究和人才优势,一起推动技术创新,实现赶

超战略。

如何实现产学研三者的有机结合,这方面可以借鉴别国的经验并结合自己的国情形成自己的特色模式。美国的产学研采用科技工业园区模式,日本则通过共研究、委托研究、教育捐赠在国立大学建立研究中心为主体的模式,德国的 Fraunhofer 联合体模式,英国的政府推动模式。这些模式对我国产学研如何有效结合都具有重要的借鉴意义。我国作为一个后发国家,在产学研方面应该充分发挥政府的引导作用,围绕重大项目进行联合攻关,加强基础性和战略高技术研究,支持创新型中小企业加入产学研公共平台,以化解和减轻研究投入风险,同时又要发挥科研中介的浸染作用。

(二)注重品牌培育和强化知识产权战略意识

政府和企业要重视品牌培育。品牌既是企业知识产权的重要组成部分,也是企业资产的重要组成部分,品牌拥有者可以凭借品牌的优势不断获取利益,因此要重视品牌的培育和塑造。品牌培育和塑造一方面政府要引导,政府通过间接宏观政策导向,把资源配置到注重自主知识产权品牌培育的企业上去。在税收、信贷方面对重视自主知识产权品牌培育的企业以优惠、政府优先采购具有自主知识产权品牌的产品,激励企业增强培育品牌的意识。另一方面,企业自身要重视。企业始终是品牌塑造和培育的主体,企业在品牌塑造和培育的过程中要高瞻远瞩。企业不仅要关注短期利益,更要注重企业的长远利益,把产品的质量和客户需求放在第一位,同时注重企业和品牌文化建设,并借助恰当的形式宣传自己,对品牌的定位、传播、维护、营销加强管理,不断完善自身的品牌形象,提升自己品牌的知名度、美誉度和忠诚度。

强化知识产权的战略意识。随着市场经济的发展,我国知识产权在市场竞争中的地位 and 作用越来越为大家所重视。在吸取前些年国内企业商标在国外被抢注,不得不更换商标,以及因知识产权保护意识不强而遭遇到的一系列市场进入障碍和法律纠纷后,目前,国内企业通过专利申请和商标注册来保护自己的知识产权越来越强;但这方面与发达国家相比还有很长的路要走。目前,我国的海外专利申请和商标注册主要是为了保护自己,避免进入海外市场时遭遇纠纷,与外国企业在华的知识产权布局和所要达的目的相差甚远。国外企业在我国的专利布局和商标申请具有前瞻性、战略性和威慑性(封泉明, 2012)。因此,为了取得知识产权优势,不仅要對知识产权进行保护,而且要有对知识产权保护的战略眼光。要有产品未动、专利先动、商标先动的意识。对生物基因资源、非文物文化遗产、老字号等要用知识产权优势的战略眼光来审视对待,加强知识产权的战略管理。

(三)加大知识产权制度建设和知识产权人才队伍建设

加大知识产权制度建设。制度建设是一国经济发展的重要环境,同样要发挥知识产权优势,必须有完善的知识产权制度作为支撑,国家在这方面大有

可为。虽然我国已经有《专利法》、《商标法》、《著作权法》、《计算机软件保护条例》以及与此些法律法规的相配套的实施细则等,但知识产权的法律法规制度仍然不健全,至今也没有《商业秘密法》,法律法规在注重知识产权保护的同时,却对知识产权的滥用无所适从。因此,国家要围绕知识产权的创造、占有、管理、运营进一步完善知识产权的法律法规和制度建设,为培育自主知识产权提供良好的外部环境,最大限度地提升我国企业的国际竞争能力。

注重知识产权的人才培养。中国要在知识产权竞争中取得优势,必须有一支庞大的人才队伍加以支撑。目前,我国高层次知识产权优秀人才匮乏,而企业又急需高层次的知识产权人才。因此要充分发挥政府的作用,加大知识产权人才的培养。知识产权人才的培养是高素质复合型人才,单靠高等学校或企业难以完成的任务,需要政府、企业、高校通力合作。政府要发挥组织协调作用,把企业和高校资源有机整合,共同担当知识产权人才的培养工作。

(四)实行跨国并购,获取相关知识产权和品牌

在市场竞争过程中,由于外部环境的变化会使得某些原先处于优势的企业陷入经营困境,这时能抓住机会实时进行并购是获得知识产权所有权和知名品牌的绝佳途径,然后在此基础上消化吸收,推动技术创新和品牌升级,从而在国际市场竞争占据有利的地位。世界上许多知名的企业都通过并购获得了巨大的成功。联合利华在全球拥有400多个品牌,绝大多数都是通过并购并推广到世界各地的,联合利华在中国的12个品牌都是同类产品的佼佼者。旁氏原是一个美国品牌,夏士莲是英国在东南亚推广的品牌。在国内收购了中国牙膏第一品牌“中华”,收购了上海当地食品类名牌“老蔡酱油”和北京的食品名牌“京华茶叶”,之后又以8亿人民币收购李嘉诚旗下的“蔓登琳”品牌。通过品牌并购并有效运营,增强了联合利华全球竞争能力。而我国吉利通过收购获得沃尔沃汽车公司100%的股权以及知识产权的相关资产,在汽车制造领域安全方面的核心技术取得了主动权。联想通过收购“IBM”获得了在笔记本电脑方面的研发能力及技术的知识产权,使自己的企业品牌迈上了一个新台阶。

总之,三大优势理论是在不同的社会历史条件下提出的,其优势的发挥要受到特定的社会历史条件和国情的制约。在人类社会进入知识经济时代的今天,相比而言,知识产权优势在激烈的国际竞争中显得更为重要。因此,作为一个发展中国家的中国,必须通过创新驱动,掌握拥有自主知识产权核心技术和品牌才能在国际竞争中立于不败之地。

参考文献

- [1]程思富、丁晓钦,2003,世界工厂与知识产权优势理论——兼论比较优势和竞争优势理论,《当代经济研究》,第9期。

[2]程恩富,2006,创造和培育知识产权优势,建设创新型国家,《中国社会科学院院报》,第 1 期。

[3]封泉明,2012,中国跨国公司自主知识产权培育研究——以制造业跨国公司为例,福州:福建师范大学经济学院。

[4]郭民生,2010,《通向未来的制胜之路——知识产权经济及其竞争优势的理论与实践》,北京:知识产权出版社。

[5]迈克尔·波特,2002,《国家竞争优势》,北京:华夏出版社。

[6]温兴琦,2010,国外发展战略性新兴产业的产学研合作模式及对武汉市的启示,《全球科技经济瞭望》,第 12 期。

[7]张勇军,2006,中国汽车工业如何培育自主知识产权,《现代企业教育》,第 2 期。

Analysis of Intellectual Property Advantage Theory and Cultivation Path of Independent Intellectual Property Rights

Zhong Weihua

Abstract The advantage theory in the sense of economics refers to the advantage which is drawn by different economists in the historical process of economic development, and is reflected in state-to-state competition. At present, there are mainly three theories in the world, namely comparative advantages, integrated competitive advantage and intellectual property advantage. Intellectual property advantage is particularly important in the era of knowledge economy. Intellectual property advantage has core content of core technology technology and brand advantage. Cultivation of independent intellectual property rights is based on enterprises as the main body with combination of production, teaching & research. Core technological catch-up strategy is implemented. We should pay attention to brand cultivation, strengthen the strategic awareness of intellectual property layout, increase the intellectual property system construction and intellectual property right qualified personnel team construction, and selectively implement cross-border mergers and acquisitions at the same time.

Key words Intellectual Property Right Advantage Theory Brand Core Technology

习近平的十大经济发展战略思想分析 ——访著名经济学家程恩富教授

程恩富 侯为民

经济发展战略的正确与否,取决于我国对社会主义现代化建设的全局性规律的认识,关系到中国特色社会主义经济基础的巩固和社会主义制度优势的发挥。进入历史新阶段,以习近平为总书记的党中央,进一步推动着整个经济领域的发展、改革和开放。党的“十八大”以来,习近平围绕经济问题发表了一系列重要讲话,就我国新时期的经济发展战略问题进行了多方面的阐述,需要我们全面理解和准确把握。程恩富教授担任世界政治经济学会会长、中国经济规律研究会会长、中华外国经济学说研究会会长,现为中国社会科学院首批学部委员、学部主席团成员兼马克思主义研究学部主任,中国社会科学院经济社会学研究中心主任。日前,本刊特约记者侯为民副研究员就此问题采访了程恩富教授。

侯为民(以下简称“侯”):程教授您好!在如何进一步改革的问题上,尽管当前我国各界还存在着不同的认识,但习近平一年来发表了关于经济问题的一系列重要讲话,需要认真领悟和贯彻。我们应如何认识这些讲话的背景?

程恩富(以下简称“程”):在 35 年的改革开放以后,我国又提出了全面深化改革的任务。这一任务的提出是由当前我国改革进入深水区的现实国情决定的。在我看来,主要有两个方面的含义:一方面,当前的改革面临着新的课题,是发展中的问题,完全靠过去的经验和办法是难以解决的;同时,改革中面临的新问题有些还与改革本身相关,是体制转型中的问题,也是中国特色社会主义制度体系的没有最终完善带来的;另一方面,是某些不当的改革失误带来的,需贯彻邓小平关于“错了赶快改”的指示精神。因此,新一届中央领导集体针对当前实际,及时提出全面深化改革的主张。全面深化改革既需要以坚持中国道路为前提,也需要以实事求是基础上合理调整发展战略为条件。习近平在“十八大”以来的许多重要论述,其中就包含了许多新的、丰富的经济发展

收稿日期:2013-09-05

作者简介:程恩富(1950—),男,中国社会科学院学部委员、学部主席团成员;上海财经大学马克思主义研究院院长、海派经济学研究中心主任、教授、博士生导师。主编《世界政治经济学评论》和《国际思想评论》英文国际杂志,以及《马克思主义研究》、《海派经济学(季刊)》和《管理学报》。侯为民(1967—),男,江苏南京人,中国社会科学院马克思主义研究院副研究员,经济社会发展研究中心副主任,主要研究方向为社会主义经济理论与实践。