

ZHISHI CHANQUAN GUANLI JIAOCHENG

知识产权管理教程

王救文 刁道远 肖剑 编

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

知识产权管理教程

王救文 亏道远 肖 剑 编

中 国 铁 道 出 版 社

2010年·北 京

内 容 简 介

本书共分五编,分别为总论、专利权管理、商标权管理、著作权管理、商业秘密与反不正当竞争管理,每编先行介绍相关法规的基本知识与概念,然后介绍、研究相关的具体管理原则与方法。本书可作为大中专院校学生教材,也可供相关行业人员学习、参考。

图书在版编目(CIP)数据

知识产权管理教程/王救文, 亏道远, 肖剑编. —北京: 中国铁道出版社, 2010. 5

ISBN 978-7-113-11440-4

I. ①知… II. ①王…②亏…③肖… III. ①知识产权—管理—教材
IV. ①D913. 01

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 093366 号

书 名: 知识产权管理教程

作 者: 王救文 亏道远 肖 剑

责任编辑: 张 婕

电话: 010-51873141

电子信箱: crph_zj@163.com

封面设计: 崔 欣

责任校对: 张玉华

责任印制: 郭向伟

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 河北省遵化市胶印厂

版 次: 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16 印张: 22.75 字数: 542 千

书 号: ISBN 978-7-113-11440-4

定 价: 45.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社读者服务部调换。

电 话: 市电 (010) 51873170, 路电 (021) 73170 (发行部)

打击盗版举报电话: 市电 (010) 63549504, 路电 (021) 73187

前 言

2008年6月5日国务院发布《国家知识产权战略纲要》(以下简称《纲要》)指出:“实施国家知识产权战略,大力提升知识产权创造、运用、保护和管理能力,有利于增强我国自主创新能力,建设创新型国家;有利于完善社会主义市场经济体制,规范市场秩序和建立诚信社会;有利于增强我国企业市场竞争力和提高国家核心竞争力;有利于扩大对外开放,实现互利共赢。必须把知识产权战略作为国家重要战略,切实加强知识产权工作。”并提出“到2020年,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。”

《纲要》指出,要“推动企业成为知识产权创造和运用的主体。促进自主创新成果的知识产权化、商品化、产业化,引导企业采取知识产权转让、许可、质押等方式实现知识产权的市场价值。”“选择若干重点技术领域,形成一批核心自主知识产权和技术标准。”要“制定培训规划,广泛开展对党政领导干部、公务员、企事业单位管理人员、专业技术人员、文学艺术创作人员、教师等的知识产权培训。”

为推进国家知识产权战略的实施,强化企业的知识产权管理是必然途径之一。企业知识产权管理是一个企业对专利技术、商标、著作权、商业秘密、反不正当竞争等获取、维护、运用和经营过程的管理,它是现代企业管理的重要内容。企业知识产权管理的根本目的在于将企业的人力资源、技术信息、管理方式、市场分析等知识资源与企业的资本资源以及企业经营战略资源等予以有效整合,面向市场,促进企业的知识与科技创新,形成企业的知识产权战略力量,以求得企业的可持续发展。

加强知识产权管理对于企业的发展,具有十分重要的战略意义:

一是鼓励知识产权创造,提升企业的技术开发和创新能力。在知识经济时代,技术的发展和知识的创新是企业发展的关键,因为正是技术创新和知识创造能力的高低,才使得企业在市场上实现差异性竞争,强者在这种市场竞争中方能立于有利的位置。总览国际企业界,企业的生命周期平均只有12年,超过12年的不足30%,而中国的企业生命周期平均只有6年。那些长盛不衰的跨国公司成功的秘诀就在于他们拥有某一个领域的关键技术、核心技术的专利,拥有国际知名的品牌。因此,实施企业知识产权战略,应该把技术创新、技术开发放在至关重要的位置。

二是注重知识产权的应用,提高企业开拓市场的能力。在经济全球化下的国际市场,产品未动,知识产权先行;或者说一件专利一个市场,一个商标一群消费者。中国的企业要走向国际,必须放弃那种“自残式”的价格战,向国外先进企业学习,大力展开专利

战、品牌战。在国际上，一些高技术领域的跨国公司往往是通过转让、许可已有的技术，获取大量资金，不断研发新专利、新技术，不断增强竞争力，最后垄断相关市场。即使在非高科技领域，他们也是极力实施品牌营销，扩大他们的影响力和认同感，创造出骄人的业绩。

三是加强知识产权保护，维持企业的市场竞争力。在知识经济时代，知识已经成为企业最重要的资源。可以这么说，企业的固定资本、金融资本的重要性，已经让位于企业所拥有的知识财产。因此企业的竞争优势就在于企业所掌控的知识产权。在这种情况下，有效保护企业的知识产权，已经是维持企业竞争力的迫切需要。

企业领导和员工要增强知识产权管理意识，完善知识产权管理的组织机构和人员设置，完善知识产权管理制度，加强知识产权管理知识的学习，加强知识产权管理的战略研究，针对企业知识产权形成、保护、发展和价值运作而制定长远战略性规划，要把知识产权管理与企业的技术开发战略和无形资产资本化运作紧密联系起来，创造更大的利润空间，切实增强企业的核心竞争力。

编写此教材旨在对在校大学生进行较为系统的知识产权管理教育与培训，以祈其毕业后在工作岗位上具有知识产权管理的基本意识与能力，掌握知识产权管理的基本方法。本书也可作为知识产权管理工作案头之书，时备查考。本书编辑时参考了有关专家、学者大量在先著作，谨列书后，聊表最诚挚的谢意。

编 者

2010年2月于石家庄铁道学院

目 录

第一编 总 论

第一章 知识产权法概述.....	3
第一节 知识产权的概念与特征.....	3
第二节 知识产权的主要内容.....	7
第三节 知识产权的价值	15
第四节 知识产权法律体系	19
第二章 知识产权国际组织及国际公约	23
第一节 世界知识产权组织	23
第二节 知识产权国际公约	26
第三节 知识产权国际保护的基本原则和策略	41
第四节 专利权的国际保护	45
第五节 商标权的国际保护	49
第六节 著作权的国际保护	56
第三章 知识产权管理	65
第一节 知识产权管理的基本概念	65
第二节 知识产权管理的基本特征	68
第三节 知识产权管理的原则	70
第四节 知识产权管理的主要内容	72
第五节 知识产权管理的基本方法与制度	74
第六节 国家知识产权战略	76

第二编 专利权管理

第一章 我国的专利制度	89
第一节 专利权的主体与客体	90
第二节 专利权的获得	92
第三节 专利权的保护	97

第四节 专利技术在市场经济活动中的作用·····	101
第二章 专利权的获取 ·····	106
第一节 专利申请的分析与决策·····	106
第二节 专利申请应注意的问题·····	112
第三节 专利申请的实务与基本程序·····	114
第四节 专利权的购买·····	134
第三章 专利资产的运营 ·····	139
第一节 专利的维持与日常管理·····	139
第二节 专利权许可与转让·····	142
第三节 专利权投资·····	147
第四节 专利权质押·····	149
第四章 专利侵权规避与抗辩 ·····	152
第一节 专利权保护范围的确定和侵权判断·····	152
第二节 对他人有效专利技术的合理利用·····	157
第三节 失效专利的利用·····	161
第四节 侵权抗辩·····	163
第五章 企业专利战略 ·····	172
第一节 企业专利战略意识的形成·····	172
第二节 建设以专利技术为基础的企业经营机制·····	173
第三节 适宜专利事务发展的外部环境营造·····	181
第四节 企业专利战略·····	182

第三编 商标权管理

第一章 我国的商标权制度 ·····	189
第一节 商标权及其主体·····	189
第二节 商标注册·····	191
第三节 注册商标的管理与保护·····	195
第四节 商业标志在市场经济中的地位与作用·····	202
第二章 商标注册实务 ·····	209
第一节 商标注册的意义·····	209
第二节 商标注册的条件和注意事项·····	211
第三节 商标的命名·····	216
第四节 商标注册的基本程序·····	226
第五节 驰名商标的申请与认定·····	228
第三章 商标的营运 ·····	233
第一节 商标权的维持与利用·····	233
第二节 注册商标的标注·····	238

第三节 商标的“成名之道”	240
第四章 其他商业标志管理	245
第一节 地理标志	245
第二节 商号及其他商业标志	247
第三节 驰名商标	248
第四节 域名	251
第五章 商标管理战略	257
第一节 商标选择	257
第二节 商标利用	260
第三节 商标保护	264
第四节 商标营销	265

第四编 著作权管理

第一章 我国著作权法律制度	273
第一节 著作权概述	273
第二节 著作权的基本内容	276
第三节 著作权的使用与保护	283
第四节 计算机软件的著作权保护	286
第五节 著作权在市场竞争中的地位和作用	290
第二章 著作权在企业经营中的运用	293
第一节 企业著作权保护的范围	293
第二节 版权作品的深度开发	294
第三节 著作权保护与商标、专利的保护	296
第三章 企业的著作权保护	298
第一节 著作权的自我保护	298
第二节 计算机软件保护	304
第三节 网络环境中的著作权管理	309
第四节 著作权的诉讼保护	313

第五编 商业秘密与反不正当竞争管理

第一章 我国的商业秘密法律制度	317
第一节 商业秘密的法律特征与侵权行为	317
第二节 商业秘密的法律保护	323
第三节 企业内部对商业秘密的保护	324
第二章 商业秘密管理	327
第一节 商业秘密与市场竞争	327

第二节	商业秘密的范围·····	328
第三节	商业秘密的归属·····	331
第四节	商业秘密的管理·····	333
第五节	竞业禁止合同与商业秘密的保护·····	337
第六节	交易中的商业秘密保护·····	340
第七节	预防商业秘密侵权·····	341
第三章	反不正当竞争·····	348
第一节	概 述·····	348
第二节	不正当竞争行为及其法律责任·····	350
第三节	不正当竞争行为的监督检查·····	354
参考文献	·····	356

第一编

总 论

第一章

知识产权法概述

第一节 知识产权的概念与特征

一、知识产权的概念

知识产权 (Intellectual Property) 是人们基于自己的智力创造活动取得的成果和经营管理活动形成的标记、信誉而依法享有的权利。将一切来自知识活动领域的权利概括为“知识产权”，最早见之于 17 世纪中叶的法国学者卡普佐夫的著作，后为比利时著名法学家皮卡第所发展。皮卡第认为，知识产权是一种特殊的权利范畴，它根本不同于对物的所有权。“所有权原则是永恒的，随着物的产生与毁灭而发生与终止；但知识产权却有时间限制。一定对象的产权在每一瞬息时间内只能属于一个人（或一定范围的人——共有财产），使用知识产品的权利则不限人数，因为它可以无限地再生”。知识产权学说以后在国际上广泛传播，得到世界上多数国家和众多国际组织的承认。在我国，法学界曾长期采用“智力成果权”的说法，1986 年《民法通则》颁布后，开始正式通行“知识产权”的称谓，我国台湾地区则把知识产权称为“智慧财产权”。

知识产权有广义和狭义之分。

广义的知识产权包括著作权、邻接权、商标权、商号权、商业秘密权、产地标记权、专利权、集成电路布图设计权等各种权利。广义的知识产权范围，目前已为两个主要的知识产权国际公约所认可。1967 年签订的《成立世界知识产权组织公约》将知识产权的范围界定为以下类别：关于文学、艺术和科学作品的权利（即著作权）；关于表演艺术家的演出、录音制品和广播节目的权利（即邻接权）；关于人类在一切领域的发明的权利（即发明专利权及科技奖励意义上的发明权）；关于科学发现的权利（即发现权）；关于工业品外观设计的权利（即外观设计专利权或外观设计权）；关于商标、服务标志、厂商名称和标记的权利（即商标权、商号权）；关于制止不正当竞争的權利（即反不正当竞争权）；以及一切在工业、科学、文学或艺术领域由于智力活动产生的其他权利。1994 年 4 月 15 日关贸总协定缔约方签订的《与贸易有关的知识产权协议》划定的知识产权范围包括：著作权及其有关权利（即邻接权）、商标权、地理标记权、专利权、工业品外观设计权、集成电路布图设计权、未公开信息专有权（即商业秘密权）。

1986 年通过的《中华人民共和国民法通则》第五章“民事权利”分列“所有权”、“债权”、“知识产权”、“人身权”四节，其中第三节“知识产权”第 94~97 条明文规定了

著作权、专利权、商标权、发现权、发明权以及其他科技成果权。

狭义的知识产权，即传统意义上的知识产权，包括著作权（含邻接权）、专利权、商标权三个主要组成部分。一般来说，狭义的知识产权可分为两类：一类是文学产权（Literature Property），包括著作权及与著作权有关的邻接权；另一类是工业产权（Industrial Property），主要是专利权和商标权。文学产权是关于文学、艺术、科学作品和传播者所有的权利，它将具有原创性的作品及传播这种作品的媒介纳入其保护范围，从而在创造者“思想表达形式”的领域内构建了知识产权保护的独特领域。工业产权则是指工业、商业、农业、林业和其他产业中具有实用经济意义的一种无形财产权，确切地说，工业产权应称为“产业产权”。以工业产权一词来概括产业领域的智力成果专有权，最初始于法国，即法文中的“Propriete Industrielle”。1789年的法国“人权宣言”将思想作为精神财产，视为“自然和不可废除的人权”，并确认“自由传达思想和意见是人的最宝贵的权利之一”。根据“人权宣言”的精神，法国国民议会于1791年通过该国第一部专利法。在此以前，英国和法国都称专利权为“特权”或“垄断权”。当时法国专利权的起草人德布孚拉认为，“特权”或“垄断权”的提法可能会遭到资产阶级革命时期立法会和反封建特权的人民的反对，因而提出了“工业产权”的概念。德布孚拉的工业产权理论在1791年的法国专利法中得到充分的反映，“工业产权”一词后来为世界各国所接受，并以此作为专利、商标等各种专有权的统称。

文学产权（或称为著作权）与工业产权的区分是知识产权的传统的分类。自20世纪60年代起，由于工业产权与著作权（版权）长期渗透和交叉的结果，又出现了给予工业产品以类似著作权保护的新型知识产权，即工业版权。工业版权的立法动因，始于纠正工业产品外观设计享有专利法和著作权法重叠保护的弊端。以后，一些国家为了填补某些工业产品无法保护的穿插和弥补单一著作权保护的不足，遂将集成电路布图设计等纳入到工业版权客体的范畴。工业版权突破了以往关于著作权与工业产权的传统分类，吸收了两者部分内容，形成了亦此亦彼的“交叉权利”。这种权利的主要特点是：受保护对象必须具有新颖性（专利法要求）和独创性（著作权法要求）；实行工业产权法中的注册保护制和较短保护期；专有权人主要享有复制权和发行权，没有著作权主体享有的那种广泛权利。

在精神领域的民事权利范畴里，无形财产权（或无体财产权，Intangible Property）是知识产权的另一称谓。在一些西方国家，相关立法与学说曾以无形财产权来概括有关智力创造性成果的专有权利。自1967年签订《成立世界知识产权组织公约》后，知识产权的概念开始在国际上广泛使用，但有些西方学者仍继续沿用无形财产权的说法。其实，以知识产权名义所统领的各项权利，并非都是来自知识领域，亦非都是基于智力成果而产生。从权利本源来看，主要产生于智力创造活动与工商经营活动；从权利对象来看，则由创造性知识及商业性标记、信誉所构成。因此，以客体的非物质性作为权利分类的标准，概括出区别一般财产所有权的精神权利，“无形财产权”较之“知识产权”似乎具有更大的包容性。参照国内外经济界关于“无形资产”的类别划分，法律制度意义上的无形财产权可以包括以下三类：一是创造性成果权。包括著作权、专利权、商业秘密权、集成电路布图设计权、植物新品种权等。该类权利保护的对象都是人们智力活动创造的成果，一般

产生于科学技术、文化等知识领域，客体具有一定程度的创造性是其取得法律保护的必要条件。二是经营性标记权。包括商标权、商号权、产地标记权、与制止不正当竞争有关的识别性标记权等。该类权利保护的对象为标示产品来源和厂家特定人格的区别标记，主要作用于工商经营活动之中。可区别性是该类客体的基本特征，法律保护的目的即是防止他人对此类标记的仿冒。三是经营性资信权。包括特许经营权、特许交易资格、商誉权等。其权利保护的对象系工商企业所获得的竞争优势及信誉，这种专营优势与商业信誉形成了特定主体高于同行业其他企业获利水平的盈利能力。该类权利客体所涉及的资格或信誉，包括明显的财产利益因素，但也有精神利益的内容。

二、知识产权的特征

知识产权是一种新型的民事权利，是一种有别于财产所有权的无形财产权。知识产权的客体即知识产品（或称为智力成果），是一种没有形体的精神财富。客体的非物质性是知识产权的本质属性所在，也是该项权利与传统意义上的所有权的最根本的区别。有的学者认为，知识产权与其他财产权利的根本区别在于其本身的无形性，而其他法律特征即独占性、时间性、地域性等皆由此派生而成。严格地讲，权利作为主体凭借法律实现某种利益所可以实施行为的界限和范围，本质上是一种主观拟制物。正是在这个意义上，从罗马法学家到现代民法学家都将具有一定财产内容的权利（除所有权以外）称为无体物。因此，知识产权与相关权利的本质区别，不是所谓该项权利的无形性，而在于其权利客体即知识产品的非物质性特征。

知识产品的无形是相对于动产、不动产之有形而言的，它具有不同的存在、利用、处分形态：

第一，不发生有形控制的占有。由于知识产品不具有物质形态，不占有一定的空间。人们对它的占有不是一种实在而具体的占据，而是表现为对某种知识、经验的认识与感受。知识产品虽具有非物质性特征，但它总要通过一定的客观形式表现出来，作为其表现形式的物化载体是有形财产权而不是知识产权。

第二，不发生有形损耗的使用。知识产品的公开性是知识产权产生的前提条件。由于知识产品必须向社会公示、公布，人们从中得到有关知识即可使用，而且在一定时空条件下，可以被若干主体共同使用。上述使用不会像有形物使用那样发生损耗，如果无权使用人擅自利用了他人的知识产品，亦无法适用恢复原状的民事责任形式。

第三，不发生消灭知识产品的事实处分与有形交付法律处分。知识产品不可能有因实物形态消费而导致其本身消灭之情形，它的存在仅会因法定保护期届满与否而产生专有财产与社会公共财富的区别。同时，有形交付与法律处分并无联系，换言之，非权利人有可能不通过法律途径去“处分”属于他人而自己未实际“占有”的知识产品。

基于上述特征，国家有必要赋予知识产品的创造者以知识产权，并对这种权利实行有别于传统财产权制度的法律保护。

知识产权作为无形财产权的本质属性，决定了它具有以下基本特征：

（一）知识产权的专有性

知识产权是一种专有性的民事权利，它同所有权一样，具有排他性和绝对性的特点。

不过，由于知识产品是精神领域的成果，知识产权的效力内容又不同于所有权的效力内容。知识产权的专有性主要表现在两个方面：

第一，知识产权为权利人所独占，权利人垄断这种专有权利并受到严格保护，没有法律规定或未经权利人许可，任何人不得使用权利人的知识产品。

第二，对同一项知识产品，不允许有两个或两个以上同一属性的知识产权并存。

例如两个相同的发明物，根据法律程序只能将专利权授予其中的一个，而以后的发明与已有的技术相比，如无突出的实质性特点和显著的进步，将不能取得相应的权利。

知识产权同所有权一样都具有独占或排他的效力，著作权法保护作者对文学艺术和科学作品的专有权，专利法保护发明人或设计人对发明创造的专利权，商标法保护注册人对注册商标的专有权。概言之，法律赋予该类权利以专有或独占的性质。专有性是知识产权的法律特征，但就各类知识产权来说，其表现的形式和内容未尽相同。著作权的专有性表现在权利人对作品作品的专有使用权，包括采用复制、发行、展览、演出、广播、摄制、演绎等各种形式独占使用作品的权利；而专利权从其字义上说就是权利人对“利”的独占权，即发明创造的专有实施权；就商标而言，亦称商标专用权，其权利人的独占使用权和排除他人使用的禁止权则构成该类专有权的完整内容。

（二）知识产权的地域性

知识产权作为一种专有权在空间上的效力并不是无限的，而是要受到地域的限制，即具有严格的领土性，其效力只限于本国境内。知识产权的这一特点有别于有形财产权。一般来说，对所有权的保护，原则上没有地域性的限制，无论是公民从一国移居另一国的财产，还是法人因投资、贸易从一国转入另一国的财产，都照样归权利人所有，不会发生财产所有权失去法律效力的问题。而无形财产权则不同，按照一国法律获得承认和保护的知识产权，只能在该国发生法律效力。除签订有国际公约或双边互惠协定的以外，知识产权没有域外效力，其他国家对此种权利没有保护的义务。早在知识产权法律制度的雏形时期，地域性的特点就同知识产权紧密地联系在一起。在欧洲封建国家末期，原始著作权与专利权都是君主恩赐并作为特许权出现的，因此这种权利只可能在君主管辖地域内行使。随着近代资产阶级法律的发展，知识产权才最终脱离了封建特许权形式，成为法定的精神产权。但是，各国依照主权原则，只对依本国法取得的知识产权加以保护，因此地域性作为知识产权的特点继续保留下来。在一国获得知识产权的权利人，如果要在其他国家受到法律保护，就必须按照该国法律规定登记注册或审查批准。自 19 世纪末开始，随着科学技术的发展以及国际贸易的扩大，知识产权交易的国际市场也开始形成和发展起来。这样，知识产品的国际性需求与知识产权的地域性限制之间出现了巨大的矛盾。为了解决这一矛盾，各国先后签订了一些保护知识产权的国际公约，成立了一些全球性或区域性的国际组织，在世界范围内形成了系统的国际知识产权保护制度。在国际知识产权保护中，国民待遇原则的规定是对知识产权地域性特点的重要补充。依据国民待遇原则，使得一国承认或授予的知识产权，根据国际公约在缔约国发生域外效力成为可能。但是，知识产权的地域性并没有动摇，是否授予权利、如何保护权利，仍须由各缔约国按照其国内法来决定。至 20 世纪下半叶，由于某些区域内国家在经济上、政治上以及法律传统上的统一和接近，通过国际公约使得知识产权具有跨区域的法律效力，在一定程度上动摇了知识产权的地域

性，但总的说来，知识产权依然保留着其严格的地域性特征。

（三）知识产权的时间性

知识产权不是没有时间限制的永恒权利。时间性的特点表明：知识产权仅在法律规定的期限内受到保护，一旦超过法律规定的有效期限，这一权利就自行消灭，相关知识产品即成为整个社会的共同财富，为全人类所共同使用。这一特点是知识产权与有形财产的主要区别之一。众所周知，所有权不受时间限制，只要其客体物没有灭失，权利即受法律保护。消灭时效或取得时效所产生的后果也只涉及财产权利主体的变更，而财产本身作为权利客体并不会发生变化。知识产权在时间上的有限性，是世界各国为了促进科学文化发展、鼓励智力成果公开所普遍采用的原则。建立知识产权的目的在于采取特别的法律手段调整因知识产品创造或使用而产生的社会关系，这一制度既要促进文化知识的广泛传播，又要注重保护知识产品创造者的合法利益，协调知识产权专有性与知识产品社会性之间的矛盾。知识产权时间限制的规定，反映了建立知识产权法律制度的社会需要。根据各类知识产权的性质、特征及本国实际情况，各国法律对著作权、专利权、商标权都规定了长短不一的保护期。著作权的保护期限，主要是对作者的财产权而言的，即作者只能在一定期限内享有对作品的专有使用权和获得报酬权。而对作者的人身权，有的国家规定为无限期永远存在（如法国），有的国家则规定其人身与财产保护期相同（如德国）。关于专利权的保护期限，各国专利法都作了长短不一的具体规定，其规定依据主要有二：一是社会利益与权利人利益的协调，二是发明技术价值的寿命。关于商标的保护期限，各国也规定有不同的有效期限。其中，采取“注册在先原则”的国家，商标权有效期自注册之日起算；采用“使用在先原则”的国家，只有在商标使用后才能产生权利，因此其有效期自使用之日起算。在知识产权的时间性特点中，商标权与著作权、专利权有所不同，它在有效期届满后可以续展，通过不断的续展，商标权可以延长实际有效期。法律之所以这样规定，就在于文学艺术作品和发明创造对于社会科学文化事业的发展有着更重要的意义，因此必须规定一定的期限，使智力成果从个人的专有财产适时地变为人类公有精神财富。

知识产权的上述特征，是与其他民事权利特别是所有权相比较而言的，是具有相对意义的概括和描述。这并不意味着各类知识产权都具备以上全部特征，例如，著作权不具有国家授予的特点，商业秘密权不受时间性限制，产地标记权不具有严格的独占性意义。从本质上说，只有客体的非物质性才是知识产权所属权项的共同法律特征。

第二节 知识产权的主要内容

一、知识产权的主体

从权利的角度来看，知识产权的主体即为权利所有人，包括著作权人、专利权人、商标权人等；从法律关系的角度来看，知识产权关系的主体则为权利人。本书所称的权利主体即是各类知识产权的所有人。这里所说的人，既可以是自然人，也可以是法人，在一定条件下还包括非法人以外的其他组织以至国家。与一般民事主体制度不同，知识产权法中关于“人”的用语，都是自然人、法人及其他组织的统称，所谓“著作权人”、“专利申请

人”、“商标注册人”等，实际上都是指享有此类权利的自然人、法人及其他组织。

成为知识产权的主体需具备何种资格、他们享有何种权利，这是由国家法律直接规定的。与一般财产权的主体制度相比较，知识产权的主体制度具有以下特点：

（一）知识产权的原始取得，以创造者的身份资格为基础，以国家相关管理部门认可或授予为条件

原始取得，是指财产权的第一次产生或者不依靠原所有人的权利取得财产权。一般财产所有权的原始取得，有生产、孳息、先占等方式，其原始取得没有主体的特定身份要求，除不动产及个别动产外，亦无需国家机关特别授权。

知识产权的原始取得则不同，其权利产生的法律事实包括创造者的创造性行为和国家机关的授权性行为。在知识产品的生产、开发活动中，创作行为或发明创造行为在本质上属于事实行为，任何人都可以通过自己的智力劳动取得知识产品创造者的身份。知识产权主体制度的身份原则具有两个特点：第一，创造者的身份一般归属于直接从事创造性智力劳动的自然人，但在有的情况下也可能归属于组织、主持创造活动并体现其意志或承担相应责任的法人；第二，创造者的身份与一般身份所依存的血缘关系、婚姻关系或其他社会关系无涉，它既是智力创造活动这一事实行为的结果，又是行为人取得知识产权的前提。此外，在知识产权的原始取得中，国家机关的授权行为是知识产权主体资格最终得以确认的必经程序。除著作权、商业秘密权等个别情形外，知识产权的取得一般需由国家机关依法授予或确认。

（二）知识产权的继受取得，往往是不完全取得或有限制取得，从而产生数个权利主体对同一知识产品分享利益的情形

在民法学理论上，继受取得区别于原始取得有两个标准：一是意志特征，即继受取得须根据物（或知识产品）的原所有人的意志才能发生；二是权利来源，即继受取得是以原所有人的权利为根据并通过权利移转方式才能发生。在财产所有权制度中，根据一物一权主义的原则，不能在一个物件上设立两个或数个内容相同的所有权。就继受取得来说，一方让渡了权利，即意味着丧失了权利主体资格；另一方继受了权利，则标志着其成为新的财产所有权主人。此外，根据这一原则，一物之上虽可以存在数个物权（如用益物权或担保物权），但各个物权之间不得相互矛盾。换言之，就一个物件或该物件的某一部分而言，不能设定数个性质相同且彼此独立的物权。

在知识产权领域，基于继受取得的原因，同一知识产品之上拥有若干权利主体的情形却普遍存在：

（1）某类知识产权具有人身权和财产权双重属性，在发生权利转移时，继受主体不能继受专属于创造者的人身权利，而只能享有该类知识产权的财产利益，即人身权与财产权可为不同主体所分享。

（2）某类知识产权仅是不完全转让（如许可权），继受主体只能在约定的财产权项上享有利益，如同所有权与其人身权能分离一样，在原始主体依然存在的情况下，还会产生一个或数个拥有部分权利的不完全主体，即财产权的诸项权能为不同主体所分享。

（3）某类知识产权的转让同时在不同地域范围进行，若干受让人只能在各自的有效地域内行使权利。原知识产权所有人虽丧失主体资格，但在不同的地域却可能产生若干相同