

“当代世界新知识”精选
——跨越世纪、面向世界50讲

国际商务民事法规通则

原著

美国加州大学
美国斯坦福大学法学院

翻译

潘国和 等

主编

潘国和



中央广播电视大学出版社
上海大学出版社

联合出版

“当代



——跨越世纪、面向世界50讲

国际商务民事法规通则

原著 美国加州大学
美国斯坦福大学法学院
翻译 潘国和等
主编 潘国和

中央广播电视大学出版社
上海大学出版社

联合出版

“当代世界新知识”精选 -- 跨越世纪、面向世界50讲

国际商务民事法规通则

原著 美国加州大学

美国斯坦福大学法学院

翻译 潘国和等

主编 潘国和

中央广播电视大学出版社、上海大学出版社联合出版

上海大学出版社发行

(上海市延长路149号 邮政编码 200072)

新华书店经销 江苏省句容市排印厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 6 字数 144千字

1998年9月第1版 1998年10月第2次印刷

印数 1 001—3 000

ISBN 7-81058-044-2/G·005 定价: 10.00元

翻译者:

潘国和	洪 涛	童路明
陈希文	赵文伋	夏美琴
唐震熙	陈晓芳	王艳冰

参加翻译的人员还有:

张立新	邬 丰
谢根华	顾 全
周丽赟	王冬寅
刘 旻	

编者的话

今天,在世纪之交,当您拿到“‘当代世界新知识’精选——跨越世纪、面向世界 50 讲”这套丛书时,一定会被它独特的知识结构和丰富的信息底蕴所深深吸引。

本套丛书涵盖了《21 世纪的信息革命》、《现代化城市管理》、《现代企业与商业的经营管理》、《金融财税业的现代化管理》和《国际商务民事法规通则》等五大系列(每册 10 讲,共计 50 讲),并配有相应的、在美国实地拍摄的音像教材。

在编制本套丛书的过程中,我们力求反映原书以世界当代科学技术和学科发展的前沿信息与发展趋势为经,以现代信息技术、金融、企业、管理、法学等学科领域的内涵与实践为纬的原貌,以精选为本,去泛求精,又不失其原汁原味,着重体现它知识面广且知识点多的特点,又充分折射出它知识密集和知识较新的特征,为每位读者在宝贵的时间内能集约化地汲取知识营养创造一定的条件。可以说,本套丛书是专门为具有一定的理论功底和实践经验,并承担一个方面工作的负责干部和从事一定领域研究的专业人员编撰的。它着眼于负责干部和专业人员综合、有效素质的提高,着力于知识的更新和知识面的扩大,从而做到触类旁通、举一反三,增多思维触角,浇灌理论之花,进而增强创新意识和宏观决策的能力。

编者认为,在世界经济日趋一体化的今天,我们正迎接知识经济时代的到来,正面对东南亚金融风波的事实,这就更需要我们走向世界和了解世界。只有真正了解世界,才能更深刻理解党的路线、方针、政策的正确性,更自觉地高举邓小平理论的伟大旗帜,更坚定地走有中国特色的社会主义道路。无疑这一切必须以宽厚的理论功底和知识基础为支持,以丰富的实践经验和强烈的创新意识为先导。本套丛书就是要在在这方面为大家提供一定的服务和帮助。

如果说,通过本套丛书的学习,大家能有所收获和体会的话,那将是编者最大的心愿。

最后,祝各位学习成功,并让我们共同努力去探索加大高级人才再培养力度的新路。互勉!

潘国和于上海

1998年7月

目 录

1 知识产权法	(1)
1.1 知识产权的范围	(1)
1.1.1 知识产权的定义	(2)
1.1.2 知识产权的类型	(2)
1.2 知识产权的主要政策争议	(4)
1.2.1 激励与竞争之争	(4)
1.2.2 财产权与独占权之争	(5)
1.2.3 产权政策	(5)
1.2.4 自然权利政策	(6)
1.2.5 知识产权法的两种保护形式	(6)
1.3 制定法规的依据	(8)
1.3.1 版权法的立法依据	(8)
1.3.2 商标法的立法依据	(8)
1.3.3 商业秘密法的立法依据	(9)
1.4 商业秘密法的效用	(11)
1.4.1 定义	(11)
1.4.2 经济政策	(11)
1.4.3 《统一商业秘密法》	(12)
1.5 实用专利	(14)

1.5.1	引言	(14)
1.5.2	可获得专利的实物	(16)
1.5.3	专利侵权的赔偿	(21)
1.5.4	对发明的保护	(22)
1.5.5	实用专利和商业秘密的比较	(23)
1.6	国际专利条约	(24)
1.6.1	《巴黎公约》	(24)
1.6.2	《专利合作条约》	(27)
1.7	商标法的性质	(31)
1.7.1	商标和商标法的目的	(32)
1.7.2	普通法中关于不正当竞争的部分	(32)
1.7.3	州法与联邦法之间的联系	(33)
1.7.4	商号和商标之间的区别	(34)
1.7.5	使用权	(35)
1.8	标记的类型	(36)
1.9	不公平竞争	(38)
1.10	侵犯著作权	(41)
1.10.1	直接侵权	(41)
1.10.2	转承侵权	(41)
1.10.3	连带侵权	(42)
1.11	著作权所有权	(43)
1.11.1	最初所有权	(43)
1.11.2	所有权转让	(45)
1.12	《伯尔尼公约》	(47)
2	公司法	(49)
2.1	导言	(49)
2.1.1	为什么要制定公司法	(49)

2.1.2 企业组织	(51)
2.2 如何设立公司	(70)
2.2.1 选择设立公司的州	(70)
2.2.2 公司权力	(72)
2.3 内幕交易	(76)
2.3.1 关于内幕交易的普通法禁令	(76)
2.3.2 通过高级职员或董事来控制股票交 易的州法律	(78)
2.3.3 内幕交易的补偿措施	(80)
2.4 公司破产与倒闭	(84)
2.4.1 公司遇到财务困难时可适用的选择	(84)
2.4.2 联邦破产法	(85)
2.4.3 解除责任	(86)
2.4.4 资产分配	(87)
3 宪法	(90)
3.1 美国税制	(90)
3.2 美国法院和民事诉讼程序	(98)
3.2.1 导言	(98)
3.2.2 关于英美法历史对美国的法院结构 产生影响的一些评论	(99)
3.2.3 美国政府和法律体系的结构	(99)
3.2.4 美国法院的权力和职能	(104)
4 国际商法与实务	(108)
4.1 世界贸易组织	(108)
4.2 保护条款	(114)
4.3 反倾销	(117)
4.3.1 倾销的概念	(117)

4.3.2	反倾销税	(120)
4.3.3	经济意义	(127)
4.3.4	乌拉圭回合的意义	(128)
4.4	补贴和反补贴	(129)
4.4.1	补贴和反补贴的概念	(129)
4.4.2	乌拉圭回合规则	(131)
4.4.3	反补贴的标准	(135)
4.4.4	补贴的经济学意义	(138)
4.5	反托拉斯法的贸易内容	(143)
4.5.1	反托拉斯法的基本概念	(143)
4.5.2	与贸易法相冲突之处	(153)
4.6	投资与国际借贷	(158)
4.6.1	国际投资的动力	(158)
4.6.2	投资类型	(160)
4.6.3	债务危机简介	(162)
4.6.4	银行问题	(164)
4.7	国际货币基金组织和世界银行	(166)
4.7.1	概念和它与布雷顿森林机构的关系	(166)
4.7.2	国际货币基金组织与货币体制的关系	(167)
4.7.3	世界银行	(170)
后记		(173)

1

知识产权法

这一部分是知识产权法的概述,内容涉及知识产权法的特定渊源、政策环境及知识产权法的使用与管理。

1.1 知识产权的范围

知识产权在法律上是一个派生的领域。过去人们认为它是一种工业产权,包括对概念、发明、创意及其他可获专利或应予保护的信息和产品的保护,而随着时间的流逝,在生物工艺学和计算机工业技术革命的资助和推动下,知识产权已发展为一个独立的法律范畴,且进一步分化为不同领域的工业产权法。这是真正意义上的部门法,具备了自己的一套法规和政策。

1.1.1 知识产权的定义

知识产权除了作为人类思维、创造和发明成果的物质体现外,还被描述为可保护和有形的智力产品。所有的知识产权都是人类思维或创造的结晶,但必须达到一定的标准,才能称之为知识产权及其可保护的产品或信息。

1.1.2 知识产权的类型

1. 专利

专利是知识产权的最大领域之一。根据美国法律,专利由特定的成文法和判例法予以保护。专利有多种不同类型,要获得专利保护,就必须遵照一些标准。各种不同的专利中有设计专利、实用新型专利(包括具有实用性的器件)以及植物品种专利(即管理植物学及其他受专利保护的各种植物类型)。

2. 商标

商标也是知识产权中的一个方面,它亦在美国联邦法律的管辖之下。商标常被认为是用来保护消费者的,以此防止消费者对产品来源的混淆。其实它真正的用意同时也在于保护商业,因为用商标可以识别产品和服务的不同来源,从而使善意作出大量投资的公司通过对产品和服务进行商标注册供公众参考来保护商誉。

3. 版权

版权是知识产权中的又一个领域,它在美国联邦法的管辖之

下,主要与文学、演出艺术、音带录制等通过固定的物质载体加以表现的作品有关。

4. 商业秘密

商业秘密是知识产权中独一无二的领域,它大约是唯一不受联邦法律而是受各州法律管辖的知识产权形式。商业秘密属于独占的商业信息,牵涉到未经授权的使用者因信任关系或合同约定泄露秘密商业信息的行为。

5. 半导体集成模块

半导体集成模块涉及到半导体工业制造技术的使用,是受特定法律保护的知识产权形式。

6. 广告权

在某些情况下,广告权也可作为知识产权而受到保护。

前而的四个领域,即专利、商标、版权和商业秘密,将基本法体系与知识产权体系结合起来,以保护在商业、艺术、文学领域常见的一些知识产权。知识产权在现实中存在着激烈的相互竞争。不论是在对知识产权的识别和分类方面,还是在对如何保护和使用知识产权方面,在处理知识产权问题时,都不应该简单地套用政策或法令。

1.2 知识产权的主要政策争议

第一项政策上的争议是：有关政策是应该建立在激励的基础上，还是建立在竞争的基础上。依据法院和管辖权，有人运用激励说的观点，而有人则持竞争说观点。第二项争议是：知识产权究竟是包含所有保护和使用财产权在内的一种财产权的固有形式，还是对知识产权特定形式的使用、公布及传播的一种独占权。

1.2.1 激励与竞争之争

这方面的争论基本上是对知识产权问题进行一种实用主义的探讨。从新的发展和程序的角度上看，面临的问题是实践标准如何从最佳角度激励竞争，激励革新并使知识产权健康发展。激励派实质上认为如果禁止未授权的复制，创造具有一定价值的知识产权的积极性将会高得多。如果某人花费时间和精力创造了应受保护的有价值的知识产权，而他的智力成果或作品一经发布和出版，别人则可为自己的利益任意地复制并使用，创造者却得不到任何补偿，这显然不会对他们的创造力起激励作用。其次，与此相关的是，对知识产权的创造或使用提供补偿也可成为促使个人投入时间、精力并发挥创造力去开发知识产权的动力。

从竞争而言，竞争哲学告诉我们，由物质生产者之间的自由竞

争所带来的更有效的资源利用及更低的成本,将会使消费者受益。如果你能开发知识产权,实质上给了你或公众更多的选择机会,这要比靠自己花费时间资金及空余时间去开发有更多的选择余地,你也可以由此更有效地利用资源,降低成本。竞争说是有关知识产权政策的最主要的一种推动力。

你经常可以在判例、法律争议及商业经营中看到上述两种政策的一方或另一方遭受挫折。你可以发现要么要激励政策占上风,要么是竞争政策占上风,而哪一种政策获胜,则会导致完全不同的结果。

1.2.2 财产权与独占权之争

同理,还有一个财产权与独占权政策之间的争议,与实用主义的激励与竞争相比更具道义性质。这一争论文及的是知识产权应该作为一种财产权来保护还是应对某人创造的知识产权在一定的期限内给予其独占权比较合适。当然,将使用权、传播权、发布权集中在一部分人甚至一个人或一个实体手中,的确可以垄断大量的信息,而这些信息通常可能产生极大的影响。

1.2.3 产权政策

根据财产政策,知识产权其实是一种财产权,而不是一种独占权,由此,你也拥有了财产权所包含的一般权利。尤其是在知识产权中,非常重要的一种权利就是排他权,当别人尚未支付报酬,或者未经你的许可,或者你对某一产品享有支配权,你可以阻止他人使用你的知识产权,排除他人使用你的信息或知识产权是一项强有力的策略。同样,你拥有财产权也就拥有转让权,你对自己的知

知识产权的占有、使用及归属都保留完整的支配权。根据独占政策,从定义上推断,意思是对隶属于独占权的使用权及所有权不得广泛地转让。独占权掌握在一个人或少数人手中,这些人对知识产权的使用或传播享有完全的支配权。同理,如果从激励说的观点来看,一旦发明或创造了某些知识产权,你个人就有权决定如何使用它及谁将占有它,那么,创造有价值的知识产权的积极性将会大大地提高。有一种思潮认为由于政策上的原因,独占权,即对知识产权的使用及占有的支配能力,对制定政策是很有价值的,尽管它赞许垄断。

争论的双方势均力敌,各执一词,而且根据力图传播的信息种类及你所支持的学派,结果可能是非常不同的。

1.2.4 自然权利政策

有一种附属的政策称为自然权利政策。自然权利政策总是被当作道义上的权利问题提及,这有助于撇开经济影响,承认发明者或作者对其创造的支配权。这一观点介于激励说与竞争说及产权说与独占权说之间,这意味着由于人类的创造与努力产生了知识产权,所以不存在任何经济力量会对如何管理知识产权产生真正的冲击。作者和发明者保留对知识产权的支配权,这既是一种道义上的权利,也是一种人权。这一观点在欧洲比在美国更为常见,但在知识产权的争议中仍不时地被提出。

1.2.5 知识产权法的两种保护形式

知识产权是如何被保护的?基本上有两种独立的形式来精确地调整怎样识别和保护知识产权。

1. 强保护

第一种形式称为强保护,此类知识产权,在一段有限的时间内受到极强保护,但这是有条件的,即你可以获得广泛的保护,但只是在一段有限的时间内。

2. 弱保护

在弱保护下,你能获得有限的部分保护,但这种保护可在潜在的无限时间内持续。

3. 举例说明

以上两种保护形式,专利权和版权属于强保护,它们都有着非常强大的保护体系,但其受保护的寿命十分有限。商标和商业秘密在弱保护的范围之内,商标通过更新和其他形式几乎无限期地受到保护,但其保护范围不如强保护那样强大;商业秘密亦是如此,商业秘密通过契约或其他方式得以几近永久的保护,这是基于在合同中的明确定义,而并非是通过某些法律手段或其他意义上的强保护体系来加以保护的。