

国际技术贸易

沈金英 编著



南京大学出版社

国际技术贸易

沈金英 编著



南京大学出版社

1995·南京

(苏)新登字 011 号

内 容 简 介

本书全面介绍了国际技术贸易的基本理论,系统论述了国际技术贸易过程中的各种问题,包括技术商品的特征、技术市场的结构、国际技术贸易的特点、国际技术贸易的基本内容和方式;技术贸易过程中的可行性研究、谈判、签订合同和履约等步骤;各种技术贸易合同的基本内容,技术价格的构成和估算、支付方式、税费;有关国际技术贸易的各国法律、国际公约和协定等。并附录了有关的法规和合同格式,便于查阅和参考。

本书适合作为高等院校有关专业的《国际技术贸易》课程的教材,也可以作为涉及国际技术贸易业务的有关干部、技术人员和管理人员的参考书。

国 际 技 术 贸 易

沈金英 编著

南京大学出版社出版

(南京大学校内 邮政编码:210093)

江苏省新华书店发行 南大印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 11.5 字数 290 千

1995 年 9 月第 1 版 1995 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—3000

ISBN 7-305-02887-8/F·442

定价:15.00 元

(南大版图书若有印、装错误可向承印厂退换)

目 录

第一章 技术贸易概论	1
第一节 技术和技术转让.....	1
第二节 技术商品.....	4
第三节 技术市场	10
第四节 国际技术贸易	15
第二章 技术贸易内容	22
第一节 专利	22
第二节 商标	30
第三节 专有技术	39
附录 1 中华人民共和国专利法	43
附录 2 中华人民共和国专利法实施细则	55
附录 3 中华人民共和国商标法	79
附录 4 中华人民共和国商标法实施细则	87
第三章 国际技术贸易的方式	100
第一节 许可贸易.....	100
第二节 国际合资经营和合作经营.....	103
第三节 国际合作生产和合作开发.....	110
第四节 补偿贸易.....	113
第五节 技术咨询服务.....	117
第六节 与技术贸易有关的其他贸易方式.....	120
第四章 工业产权的国际保护	124
第一节 世界知识产权组织.....	125

第三节	保护工业产权巴黎公约·····	127
第三节	专利国际保护的专门公约·····	131
第四节	商标国际保护的专门公约·····	135
附录 1	保护工业产权巴黎公约·····	140
附录 2	商标国际注册马德里协定·····	167
第五章	技术贸易的可行性研究·····	189
第一节	可行性研究概述·····	190
第二节	项目建议书和可行性研究报告·····	194
第三节	可行性研究的内容·····	200
第四节	可行性研究的财务分析·····	206
第六章	技术贸易的谈判、签约和履约·····	215
第一节	技术贸易谈判·····	215
第二节	合同的签订、生效和执行·····	222
第七章	技术贸易合同·····	226
第一节	许可合同的基本内容·····	226
第二节	专利、商标、专有技术许可合同·····	241
第三节	其他技术贸易合同·····	247
附 录	专利技术许可合同格式·····	254
第八章	技术价格与支付·····	261
第一节	技术价格·····	261
第二节	支付方式·····	267
第三节	技术价格的估算及支付方法·····	279
第九章	税费·····	286
第一节	外商投资企业和外国企业所得税·····	287
第二节	个人所得税·····	291
第三节	避免双重征税·····	294
第十章	国际技术贸易的招标方式·····	304
第一节	国际招标的概念·····	305

第二节 招标的程序..... 308

第三节 国际投标..... 314

第十一章 国际技术贸易的有关法律..... 322

第一节 各国关于技术贸易的法律..... 323

第二节 国际技术贸易中的限制性商业行为..... 330

第三节 国际技术转让行动守则(草案)..... 342

附录 1 中华人民共和国技术引进合同管理条例..... 352

附录 2 中华人民共和国技术引进合同管理条例施行
细则..... 355

第一章 技术贸易概论

第一节 技术和技术转让

一、技术

1. 技术的含义

关于技术(Technology)的含义,国际学术界和一些国际经济组织曾先后给技术下过一些定义,世界知识产权组织(WIPO)1977年出版的《供发展中国家使用的许可证贸易手册》中所下的定义是:“技术是指制造一种产品、应用一项工艺或提供一项服务的系统知识”,这是目前国际上公认的比较完整的定义。

2. 技术的特征

(1)技术是人们从事生产活动的知识、经验和技能。这里的“生产活动”指制造产品、应用工艺和生产管理服务三大内容,它们是生产活动中有机的组成部分。而那些非生产性活动中的知识,例如人们在衣、食、住、行和文娱体育活动中的经验和技能,虽然也经常称它们为“技术”,但它们一般都不包括在技术的范畴内。

(2)技术是一种无形的知识,它具有商品的属性。技术可以用文字、数据、图表、公式和配方等方式记录下来,经验和技能也可以储存在人的头脑中,这种无形的知识与有形的商品完全不同。技术属于认识论的范畴,有形的物品如生产设备不属于技术。技术所有人既可以自己使用这种技术,也可以通过转让的方式传授给他人

使用,并获得一定的报酬。因而,技术既有使用价值,也具有交换价值,它具有商品的属性。

(3)技术是系统的知识。这种系统性通常包括从产品设计、生产实施、生产管理乃至市场开拓、经营销售等各个环节的知识、经验和技能。根据知识的内容,可以把技术划分为产品技术和管理技术两大类。产品技术包括产品的原理和设计、制造方法和工艺、使用方法和维修等;管理技术指生产的组织和管理方法,包括产品发展的研究、生产计划的制订、各部门的协调以及质量管理、成本管理和经营销售等。产品技术和管理技术是现代化生产过程中不可缺少的两个部分,先进的产品设计和工艺设备,加上科学的管理方法,可以使生产率成倍地增长。

3. 科学与技术的区别

科学和技术是两个不同的范畴。在现代生活中,“科学”和“技术”二词经常连在一起被广泛使用,但科学和技术是两个不同的概念。

科学是以自然界(或社会)的事实为基础,探索自然界(或社会)的本质和普遍规律,科学研究成果表现为新的现象的发现、新的科学原理和理论的建立和发展,研究成果一般与生产实践没有直接联系。例如自然科学中的数学、物理学、化学、天文学、生物学都属基础科学,这些领域中的研究成果,如达尔文的进化论和爱因斯坦的相对论都不能直接应用于生产。基础科学研究成果只有经过进一步的应用和开发研究,才可能产生新的技术,直接用于生产过程。

科学和技术虽然属不同的范畴,但它们有着紧密的联系,科学的进步是技术发明的先导,而技术的进步又促进了科学的发展。

二、技术转让

1. 技术转让的概念

技术的所有人与他人达成协议,允许他人使用自己所拥有的

技术,这种转让称为技术转让(Technology Transfer)。出让技术的一方称为供方或出让方(Licensor),获得技术使用许可的一方称为受方或受让方(Licensee)。联合国贸易发展组织(UNCTAD)1981年起草的《国际技术转让行动守则(草案)》中,对技术转让所下的定义是:“转让关于制造一种产品、应用一项工艺或提供一项服务的系统知识”。显然,该条文中引用了世界知识产权组织对技术的定义。技术转让是系统知识的转移,或者说是技术使用权的转让。

技术转让可分为有偿的和无偿的两种。有偿的技术转让是指在转让过程中,供方从受方获得一定的报酬,这种商业性的技术转让称为技术贸易。不论是在国内还是在国际上,绝大多数的技术转让都是通过技术贸易的方式进行的。无偿的技术转让只是少数,它主要是指两国政府间以技术援助方式所进行的免费技术转让,或以交换技术情报、学术交流、技术考察等形式进行的转让。

2. 技术贸易的基本特征

技术贸易与一般商品贸易一样,同属买卖活动,但技术贸易有其自身的特征,其基本特征有以下两方面:首先,技术贸易的标的是无形的知识,而一般商品贸易的标的是有形的货物;其次,技术贸易大多是技术使用权的转让,而不是技术所有权的转让,下面述及的技术贸易,主要是指技术使用权的转让。在一般商品贸易中,卖方把货物出售给买方后,卖方即失去了对货物的所有权,而买方取得了货物的所有权。在技术贸易中,供方把技术转让给受方后,供方仍然保持技术的所有权,受方只是获得了技术的使用许可,并没有获得技术的所有权。在一般情况下,供方可以再把技术转让给第三方,而受方未经供方的许可却无权把技术转让给他人。

技术贸易可以是单纯的技术知识交易,但实际上技术贸易往往既包含了技术知识的转让,也包含了与实施技术相关的机器设备的买卖。前者称为软件(Soft Ware),后者称为硬件(Hard

Ware),两者可以结合在一起交易,但单纯的硬件买卖,则不属于技术贸易范畴。也就是说,如果在一笔交易中,只有机器设备的买卖,而不带有任何相关技术知识内容的转让,那么这种交易就不属技术贸易,而是一般的商品贸易。

第二节 技术商品

在技术贸易中,技术是一种特殊形态的商品,称为技术商品,本节将从商品的角度出发,分析技术商品不同于实物商品的各种特征。

一、技术商品的概念

技术商品具有一般商品的属性,它是劳动的产物,用于交换,具有价值和使用价值。一项新技术的研究和开发,不仅需要一定的费用,而且要消耗大量的劳动,特别是复杂的创造性的脑力劳动,因而技术具有价值。新技术在使用过程中能明显提高劳动生产率,产生经济效益,所以它也具有使用价值,其大小由效益来决定。

世界上每年都开发出大量的新技术,但并非所有的技术都可以作为技术商品来进行交易。技术要成为商品必须具备下列条件:

1. 技术具有明显的经济效益

只有当技术在使用过程中能大大提高劳动生产率,取得的经济效益明显超过开发技术的消耗时,这种技术才能成为商品,也就是说技术商品必须具有较大的使用价值。使用价值越大,交换价值也就越大。有一些技术发明,虽然在开发过程中耗费了大量的精力和财力,但由于它不能给技术使用人带来明显的经济效益,就不会有人愿意使用这种技术,它也就不能成为技术商品在市场上交易。

2. 技术具有独占性

公开的、可以无偿占有的技术不能成为商品,这类技术包括已过保护期的专利技术,失去保密性的专有技术和其他非专利的公开技术,使用这些技术虽然也可能产生明显的经济效益,为社会创造财富,但由于它们可以无偿地使用,因而不能成为技术商品。只有那些被技术所有人独占的技术,才能成为商品,这类技术包括专利技术和专有技术。获得专利权的技术,其内容虽然是公开的,但他人 在其专利保护期内不得使用,只有通过有偿转让才能获得使用权。专有技术是不公开的,完全处于秘密的状态,只有通过有偿的转让,他人才能获得和使用这种技术。

3. 技术所有人愿意出让技术

技术所有人愿意转让其技术是技术成为商品的基本条件。技术发明人最初进行研究和开发某项技术,一般不是为了转让或出售,而是为了解决本企业的技术难题,以提高本企业的劳动生产率,创造更大的经济效益。只有在一定的条件下,例如通过技术转让可获得更大的利润时,技术所有人才会愿意出让其技术。

技术能否用于转让还受到各国技术贸易法律的制约,一些重要的涉及国防的高级工业技术的转让,往往受到各国政府的控制,例如西方发达国家的高级电子通讯技术和新一代计算机制造技术的转让,以及相应的技术产品的出口,都受到这些国家政府的干涉。某些技术(例如核军事技术)的转让还受到国际条约的制约。

4. 社会对技术有明显的需求

一项技术发明即使获得了专利,向社会公开,但如果社会对该技术没有明显或迫切的需求,或该技术在解决同一生产难题的各类技术中处于竞争劣势,就不会有人需要这种技术,因而它不具有商业价值。社会对某项技术的需求越迫切,其商业价值就越高。

综上所述,技术商品可定义为:通过在生产中的应用,能为应用者创造财富的具有独占性的用于交换的技术成果。

二、技术商品的特点

技术商品除了具有实物商品的一般属性外,还具有不同于实物商品的特性。一般来说,技术商品具有以下四方面特点:

1. 先进性和实用性

作为商品进行交易的技术成果应是一种创造发明,技术方法具有创造性,技术产品具有新颖性。当技术应用于生产时,能比现有的其他同类技术,取得更大的经济效益,如果技术不具备这种先进性,就不可能成为商品,先进性是技术商品的基本特征。当然,先进性是相对的,例如同一技术在某一国家或地区可能不属于先进的技术,但在另一个国家或地区却是先进的技术,它照样可以作为商品进行交易。

技术商品是实用的技术成果,它能直接应用于生产,大大提高生产效率,创造更多社会财富。有的技术在生产中实施时比较复杂,不易掌握,难以取得显著的效益,这种技术就缺乏实用性,不易成为技术商品。

2. 单一性和共享性

一项技术发明作为商品,其数量只有一个,而实物商品通常是以批量形式存在的。技术商品通常是单件生产的,一项新技术的研究和开发,需要集中人力和物力,经过一定时间的努力,才可能取得成功。而实物商品通常采用批量生产的方式,单件生产是少数,当市场容量较大、生产能力较强的情况下,批量越大,效益就越好。

技术供方可以把同一技术转让给多个受方。虽然技术的所有权只有一个,但其使用权可以是多个。受方可以各自独立地实施同一技术,因此技术交易实际上是对技术商品使用权共同分享。对于实物商品来说,其所有权和使用权一般都只有一个,商品一经出售,卖方即失去了对商品的所有权,无权继续支配和使用该商品,也不可能把同一产品出售给多个买主,随着商品交易的完成,商品的所有权和使用权都转移到买方手中。

3. 不等价交换性和交换的增值性

技术商品的交换是不等价的,技术的交换价值一般总是超过或远远超过其自身的价值,即技术转让费一般都高于研制技术的费用,这样技术供方才有利可图。只有在特殊条件下,如技术的专利有效期限临近、技术已经过多次转让等,才可能出现技术的转让费低于技术研制费的情况。

技术商品的使用价值一般又大于交换价值,即技术产生的经济效益高于技术转让费,使技术受方能获得一定的利润,不然就难以成交,因而交换具有增值性。当然,这种增值性只是一般而言的,因为技术的使用价值只有在技术实施后才能显示出来,受方在交易前对技术使用价值的评价和鉴定带有一定的风险。在某些情况下,也可能出现投产后不增值的现象,即技术产生的经济效益还不能补偿技术的转让费用。

实物商品的价值取决于生产商品所耗费的材料和必要劳动时间。在实物商品交易中,商品基本上遵循等价交换的原则,与技术商品的不等价交换明显不同。

4. 信息性和垄断性

技术商品是知识型的商品,而知识是以信息的形态存在的,因此技术商品具有信息性。技术的供方为了达到交换目的,必须向市场提供技术的信息,技术的需求方为获得所需要的技术,必须在大量的技术商品信息中寻找目标。技术商品的交换过程主要是技术信息的转移和流通。

技术作为信息具有广泛传播的特点,为了防止技术信息被他人随意利用,技术所有人通常借助专利法来进行保护或持技术内容于秘密状态,因而技术具有独占性。技术的独占性和单一性,决定了技术商品的垄断性。由于技术所有人对市场的垄断,使技术商品的价格具有很大的不确定性和随意性。目前,世界上一些尖端的技术基本上为西方发达国家及其跨国公司所掌握,在向发展中国家转让技术时,往往利用其垄断地位,随意抬高技术商品的价格,

以获取高额的利润。

三、技术商品的寿命

1. 技术商品寿命的概念

技术商品与实物商品一样是有寿命的。一项新技术从发明构思开始,经过扩散传播,直至最后失去交换价值或被淘汰,这个过程所经历的时间,称为技术商品的寿命。技术商品的寿命可分为商业寿命和自然寿命两种,商业寿命以技术失去交换价值作为结束,自然寿命以技术因被淘汰而失去使用价值为结束。

2. 决定技术商品寿命的因素

决定技术商品寿命的因素与实物商品有所不同。实物商品的寿命是由有形损耗和无形损耗共同决定的,而技术商品的寿命完全由无形损耗来决定的。

实物商品的损耗可以分为有形损耗和无形损耗。有形损耗指实物商品(如机械、电子设备)在使用过程中因为磨损、老化等原因,而使商品变得陈旧或功能降低。有形损耗既降低了商品的价值,也降低了商品的使用价值。无形损耗指由于技术的进步而引起商品的贬值,贬值的原因可分为两种情况,一种是由于改进了原有的技术方法、生产工艺或管理方法,使生产同一商品的成本降低,导致商品价格的下降。另一种是由于出现了更先进的同类产品,使原有商品的竞争力减弱,导致被迫降价出售。无形损耗只影响商品的价值,而不影响商品的使用价值。有形损耗和无形损耗共同决定了实物商品的寿命。

技术商品是一种无形的知识,在使用过程中不存在有形的损耗,因此技术商品的寿命完全由无形损耗来决定。技术商品的无形损耗可分为两种情况:

(1) 技术传播面的扩大和传播时间的推延,使技术商品的交换价值变小。

随着技术传播面的逐渐扩大,技术商品会逐步贬值,技术转让

的次数越多,转让的范围越广,其转让价格就越低。而且,技术商品也会因为保护期限的原因,随时间的推延而贬值。例如一项专利技术的保护期限为20年,随着保护期的临近,其转让价格可远远低于保护期之初的价格。当保护期满后,该专利技术就成为社会的公共财富,任何人都可以无偿使用这种技术,这意味着技术商品已失去了交换价值,其商业寿命随之结束。但如果这时还没有出现新一代技术来取代该技术,则该技术虽然不能作为商品进行转让,但人们还照常使用它,仍具有使用价值,因而技术商品的自然寿命并没有结束。

(2)新一代技术的出现,取代了原有的技术,使原技术商品贬值或淘汰。

由于现代科学技术的飞速发展,一项新的技术往往还没有普及或还没有达到保护期限,就被更新的技术所取代,使原有技术很快贬值,以致淘汰。当新一代技术比老一代技术能带来更大的效益时,就不会有人愿意采用老技术,必然导致老技术的淘汰。被淘汰的技术不仅失去了交换价值,也失去了使用价值,因此其商业寿命和自然寿命都结束了。在现代,由于各个领域内的技术更新换代周期普遍缩短,所以这种无形的损耗,在决定技术商品寿命中占主导地位。

同时,技术更新换代的加快,导致技术商品的寿命不断缩短。在高技术领域内,这种情况尤为明显,以电子计算机技术为例,第一代计算机(电子管)的寿命是12年,第二代计算机(晶体管)的寿命是7至8年,第三代计算机(集成电路)的寿命是5至6年。当前,第四代电子计算机使用了高集成度的电路,使计算机速度大大提高,成本大幅度下降。目前,美国、日本和西欧的高新技术产品的发展周期一般为5至7年,电子产品和化工产品的发展周期更短。因此,一项新技术如果不尽快投入生产,几年后也许就落后了。

第三节 技术市场

技术市场狭义的理解是指在一定时间和地点进行技术商品交易的场所。广义的技术市场是指技术商品的供求双方在交换活动中所反映的各种关系的总和。我们下面谈及的技术市场都是指广义的技术市场。技术市场不同于一般的商品市场,也不同于劳务市场和金融市场,在市场的结构、功能和作用等方面,技术市场具有自身的特点。充分认识技术市场,对于开展技术贸易是十分必要的。

一、技术市场的结构和类型

技术市场是技术商品交换关系的总体。从这个意义上来说,技术市场由以下三个部分构成:

1. 交易活动的当事人

当事人主要包括技术商品的供方、受方和中介方。供方以开发技术的研究机构为主,这种机构可以是独立的,如科研机构 and 高等院校,也可以是从属于生产企业的研究机构。供方还可以是生产企业,通常它转让的技术是已在生产中应用并证明有效的成熟技术。

技术商品的受方以生产企业为主,尤其是大中型工业企业对技术的需求量较大,是受方的主体。

中介方是一种为供方和受方牵线搭桥的机构,使他们能找到各自交易的对象。中介机构多种多样,如专利代理机构、技术交易所和技术咨询公司等。

2. 交易的内容

技术交易的基本内容是专利技术使用权、专有技术使用权和商标使用权的转让,还包括技术咨询、技术服务和技术培训等。近

20 多年来,计算机软件也成为技术交易的内容之一。在生产设备的交易中,有时也含有技术交易的内容,但交易的侧重点不在技术转让,这种交易通常称为技术设备交易。

3. 为交易服务的设施和手段

为技术交易服务的主要设施是技术商品信息的储存设备,如专利技术信息的计算机网络系统,它为专利文献的检索提供快速的服务。为技术交易服务的手段主要是各种媒介,如世界著名的德温特专利情报出版公司定期出版《世界专利索引》(包括微缩胶卷和磁带),及时向世界各地传播其收集的最新专利技术信息。我国的一些中介机构经常采用举办技术交易会、利用新闻媒介传播技术信息或在交易场所展示技术说明书和技术产品样品等手段来推销技术商品。

根据技术交易的内容,技术市场可分为多种类型。从技术的形态划分,可分为软技术(软件)市场、技术设备(硬件加软件)市场和技术服务市场;从技术保护形态划分,可分为专利技术市场和专有技术市场;从技术水平划分,可分为高新技术市场和普通技术市场,也可分为创新技术、成熟技术和标准化技术三大市场;从市场的范围划分,可分为国内技术市场和国际技术市场。

二、技术市场的功能

1. 技术成交的媒介功能

技术市场是一个信息量十分庞大的信息市场,技术商品的供方、受方和中介方都能在市场上获得技术商品生产信息和需求信息,使供方能找到技术的需求者,受方能获得所需要的技术。因此,技术市场对技术成交起了一个媒介的作用。这种媒介功能是技术市场最基本也是最重要的功能。

技术商品通常是根据某种特定的需要而生产出来的,只有在特定的生产条件下才能使用,所以需求方一般是有限的,如果没有技术市场的信息媒介,供方就难以知道技术需求方在何处,同样由