

技术贸易与技术合同

(第2版)

王伟程 刘国忱 邵丁 主编

中国林业出版社

技术贸易与技术合同

· (第2版)

王伟程 刘国忱 邵 丁 主编

中国林业出版社

作者名单

主 编 王伟程 刘国忱 邵 丁

副主编 阎 斌 宋贵显 林 岩

鲁保良 王玉良 王海平

编写者 (笔画为序)

马正来 于子兴 王永胜

王全峰 苏长庆 金光湖

官作斌 赵春祎 侯皖蒔

张晓茵 杨锡森 胡宝剑

曹晓明 康育民 韩慧颖

魏振军

前 言

《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国专利法》体现了尊重知识、尊重人才的精神和各尽所能、按劳分配的原则；既有利于激励科技人员探索科技领域，奉献自己的才智，又有利于鼓励企事业单位研究、推广、应用新技术，使科学技术与经济建设结合起来。这将为科技进步创造一个公平竞争的法律环境。实施技术合同制是加速我国科技体制改革和现代化建设的战略措施，广大科技人员已逐步认识到实行技术合同制，运用法律武器保护自己的合法权益的迫切性。

为了促进科学技术进步，加快科技成果转化成为现实生产力，推动科学技术为经济建设服务。本书录入最新颁布和修改的法律、法规和政策，从技术贸易角度出发，理论联系实际，对于认识技术商品、技术权益、技术贸易和技术市场管理均有指导意义。作者归纳了技术商品的定义、特征、形式和范围，论述了技术权益的法律界定，总结了技术市场运行的宏观管理，并按照《中华人民共和国合同法实施条例》对十种不同类别的技术合同订立作了技术性、规范性的解释。可供科技界、经济界、司法界、技术经纪业、技术市场经营与管理者阅读，也可作为大专院校有关专业的教学参考书。

编 者

1998年5月

目 录

第一篇 技术商品及其法律关系

第一章 技术商品	(2)
第一节 技术商品的定义	(2)
第二节 技术商品的特征	(4)
第三节 技术商品的形式	(7)
第四节 技术商品的范围	(8)
第二章 技术商品的法律关系	(11)
第一节 技术商品法律关系的概念	(11)
第二节 技术商品法律关系的构成要素	(14)
第三节 技术商品法律关系的内容	(24)
第四节 技术商品法律关系的确立和保护	(26)
第五节 技术合同的订立、履行、变更和解除	(32)
第六节 违法技术合同的法律后果	(39)
第七节 技术合同的政策界限	(40)
第八节 技术商品的流通	(47)
第三章 技术权益	(54)
第一节 技术权益概述	(54)
第二节 技术权益的法律界定	(56)
第三节 保护技术权益的法律法规和政策	(66)
第四节 科技纠纷案件裁决界定	(79)

第二篇 技术市场运行的宏观管理

第四章 技术市场运行的宏观管理	(98)
------------------------------	------

第一节	技术市场宏观管理的作用、任务和原则	(99)
第二节	技术市场宏观管理的行政手段	(105)
第三节	技术市场宏观管理的经济手段	(110)
第五章	技术合同管理与技术市场法律保障体系	(115)
第一节	技术合同管理	(115)
第二节	专利合同管理	(121)
第三节	技术市场法律保障体系	(126)
第六章	科技体制改革与技术市场运行机制	(129)
第一节	技术市场与科技体制改革	(129)
第二节	市场经济和技术市场	(131)
第三节	国家调节技术市场、技术市场引导企事业	(133)
第四节	技术市场的运行机制	(137)

第三篇 技术合同订立的法律形式

第七章	技术开发合同	(142)
第一节	技术开发合同的基本特征	(142)
第二节	技术开发合同的权利和义务	(143)
第三节	技术开发合同的基本范围	(145)
第四节	技术开发合同的订立	(146)
第八章	技术转让合同	(157)
第一节	技术转让合同的基本特征	(157)
第二节	技术转让合同的政策界限	(157)
第三节	技术转让合同的范围	(160)
第四节	专利权转让合同的订立	(162)
第五节	专利申请权转让合同的订立	(168)
第六节	专利实施许可合同的订立	(175)

第七节 非专利技术转让合同的订立·····	(184)
第九章 技术咨询合同·····	(192)
第一节 技术咨询合同的基本特征·····	(192)
第二节 技术咨询合同的权利和义务·····	(193)
第三节 技术咨询合同的范围·····	(195)
第四节 技术咨询合同的订立·····	(196)
第十章 技术服务合同·····	(204)
第一节 技术服务合同的基本特征·····	(204)
第二节 技术服务合同的权利和义务·····	(205)
第三节 技术服务合同的范围·····	(206)
第四节 技术服务合同的订立·····	(208)
第五节 技术培训合同的订立·····	(214)
第六节 技术中介合同的订立·····	(221)

附 录

中华人民共和国技术合同法·····	(228)
中华人民共和国技术合同法实施条例·····	(237)
中华人民共和国专利法·····	(262)
中华人民共和国专利法实施细则·····	(272)
中华人民共和国仲裁法·····	(291)
参考文献·····	(301)

第一篇

技术商品及其法律关系

第一章 技术商品

我国科技体制改革在理论和实践上一个重大突破，是承认在社会主义市场经济的条件下，技术是独立存在的知识形态的商品，技术市场是社会主义市场的重要组成部分。通过技术商品交换在科学技术和经济建设之间的媒介作用，使生产的要求及时成为科研课题，使科研成果不断转化为新的生产力，是贯彻执行“经济建设必须依靠科学技术，科学技术必须面向经济建设”战略方针的重要措施。这就是说，在社会主义市场经济条件下，客观存在着物质形态的商品和知识形态的商品这两类不同性质的商品。众所周知，商品是能够满足人们某种需要的、为交换而生产的劳动产品，商品具有两个基本特点：第一，凡商品必须是劳动产品，不是劳动产品，未经劳动加工的自然物，如空气、阳光等不能称为商品；第二，凡商品必须是为交换而生产的，如果生产的东西是为自己使用或消费，那它不是商品。在农村，农民为自己家庭的需要所生产的粮食，不进行交流，叫粮食产品；种粮专业户为交流而生产的粮食，叫商品粮。那什么是技术商品呢？

第一节 技术商品的定义

近代科学技术的产生，使技术和技术发明成为一种专门职业，科学研究和技术开发作为一个独立的劳动类型，逐渐使脑力劳动从直接生产劳动过程中分离出来，古代社会的能工巧匠早已让位于今天的科学家和工程师，技术本身的完善也日益成为脱离实物而独立存在的知识产品。技术和技术发明，作为知识形态的产品，如新技术、新工艺、新材料、新配方、新的技术系统等都可以作

为技术发明单位或发明者的劳动成果归不同的所有者占有的事实，为技术商品化创造了客观的条件。

在市场经济发展的过程中，它本身的特征要求在一切可能的范围内把各类社会生产都纳入商品的范畴，以致多种物质的和非物质的形态，在客观上都带有商品的印记，因此技术这一知识形态的劳动成果的生产和流通也不例外。

技术商品是人类智力劳动的产物，虽然技术商品的价值的形成在理论上还处于探索阶段，但是技术这种特殊的商品可以满足人们生产和生活的某种需要，它的价值已在实践中得到充分体现。例如，一种新技术可以制成一种新产品，一套计算机软件可以使计算机完成某项系统的控制和管理任务。技术的使用可以使生产过程增加产出、减少投入、获得明显的价值和使用价值。在市场经济存在的社会条件下，技术的占有者由于各自相对独立的经济利益，必然会以技术商品所有者的身价对自己占有的技术成果拥有权利。技术其所以成为商品，必须买卖双方都有利可图，技术才能成为技术商品。

我们之所以用“技术商品”的提法，主要原因是，第一，技术并非自古以来就是以商品的形式出现的，它是随着近代工业生产的发展而逐渐显示独特的商品属性。可以看到，技术商品的演化过程较物质商品的演化过程具有明显的滞后性。第二，技术作为商品本身是一个客观的历史演变过程，不依赖于人们的主观愿望，而是市场经济发展和社会发展的必然产物，用不着人为地“物化”为商品。然而，我们不能不看到，长期以来，人们对物质形态的商品已司空见惯，而对技术商品则熟视无睹，尤其是我国市场经济不发达，并且长期受到很大的限制，现代科学技术一直处于落后的状态，技术商品长期不被承认和遭受忽视，致使相当多的人对技术商品感到陌生和疑惑。有时候仅仅依靠技术信息的自然扩散以及用搞政治运动的办法来推行技术商品化，亦难同市场经济的要求相适应。今天，提倡“技术商品化”只是由于在相

当的一段时间里人为把技术非商品化，致使我国在技术商品交换领域中落后于世界的发展，因此我们应当还原技术商品的真面目。

当然，作为商品交换的知识产品，是指那些在实际生产中具有应用价值的技术发明，至于作为基础研究的技术成果，通常表现为抽象的理论科学。尽管这种理论在科学研究中具有重要的学术价值，并且可以为解决实际问题提供理论指导，像爱因斯坦的相对论，牛顿的作用力与反作用力定律，它们毕竟没有直接的使用价值，很难作为商品进入市场流通。例如，吴仲华提出的吴氏定律理论，并不属于商品范围，任何人都“无偿使用”。但是，英国人根据这一理论，经过应用研究开发的斯贝发动机技术，以及飞机发动机生产技术，则可以作为一种技术商品进入流通领域。

综上所述，我们可以将技术商品定义为：技术作为一种知识形态，交换于流通领域的就是技术商品。显然，没有进入流通领域的技术成果是不具备商品特征的。

第二节 技术商品的特征

技术商品的特征是在同属和不同种的事物比较中产生的。技术商品是人们在长期认识自然和改造自然过程中逐渐总结、积累起来的直接用于提高生产水平的经济、知识和技术，它是人类智力劳动的结晶，是人类的宝贵财富。在市场经济的社会中存在着物质商品和技术商品，技术商品知识性和创造性的特点，决定了技术商品自身的基本特征。

一、无形性

技术商品是无形的，它的载体是有形的。技术商品是一种知识，这是可以转化为物质的知识，它本身不具备物质形态。但是，为了交换和流通又必须附着于一定的载体。一般表现为知识状态存在于图纸、文献、资料之中，或存在于作为知识载体的科技人员的大脑里，也可以描绘在影片、录像带和录音带之中，还可以

表现为样品、样机、成套设备或试验装备等物质形态。这种特征决定了技术商品的表现形态。技术商品可以表现在技术成果中,有时也伴随着技术咨询、技术服务提供的劳务。但从总体上看,技术作为知识,其构思是无形的。因而技术商品是一种无形商品。

二、知识性和创造性

技术是人类知识、经验和智慧的结晶。技术商品的发明创造需要长期知识积累的投入,凝结着科学知识和发明创造者的智力劳动,任何技术都是知识和智力积累所产生的。一般的物质商品大多数是在现有的技术规范下,以简单再生产的形式被制造出来的,其中主要是体力劳动者创造的价值,而技术商品则是在没有现成的技术规范下作出的智力的创造性劳动。所以说技术是人类知识积累产生的。

三、无形损耗性

技术商品与物质商品一样,也有寿命限制,一般物质商品寿命是有形损耗和无形损耗两个因素决定的,其物质本身的消蚀和磨损是有形损耗;其款式陈旧,被新品种淘汰则属于无形损耗。而技术商品的寿命则完全取决于无形损耗。当解决同类技术问题的新一代技术商品出现时,原有的技术商品将贬值。即不可避免无形损耗。这种损耗对技术商品的寿命起决定作用。

物质商品,一家占有,技术成果却可以为多个主体占有;物质商品的买卖以客体与主体相分离为特征,技术转让则并不意味着转让方失去了已经掌握的技术,而技术转让和传播之后是无法收回的。因此,技术的损耗是无形的。

四、价值的不确定性

物质商品的价值是根据社会必要劳动时间来确定的,而价格是价值的货币表现,随着市场供求关系的变动自发地围绕价值上下波动。技术商品具有新颖性、创造性,决定了它的定价较为复杂。特别是科学技术的继承性、创造性以及逻辑思维方法的特殊性,则使技术商品的价值计算缺乏可比性。因为技术商品的生产

是个别进行的，它的价格不完全由价值来确定，在很大程度上取决于技术商品的使用价值。这就决定了技术商品价格不确定性。任何技术上的发明创造需要物质的投入和智力投资；但是技术的价值与研究开发成本之间并没有必然的成正比例的关系。《中华人民共和国合同法实施条例》（以下简称《技术合同法实施条例》）第14条规定：“技术合同的价款、报酬和使用费，由当事人根据技术成果的经济效益和社会效益、研究开发技术的成本、技术成果的工业化开发程度、当事人享有的权益和承担的责任，协商议定。”在协商决定技术合同的价款、报酬和使用费时，考虑当事人权利与义务的因素，是因为技术合同的价款和报酬只是当事人权益的一部分，即可以通过货币支付的部分，而另一部分无形的知识产权所包含的重大权益并没有计入价款和报酬之中。只有综合调整技术权益、承担责任和价值关系，才能真正做到当事人之间的平等、互利和有偿。

五、研究开发的单一性

在现代化生产条件下一般物质商品都是批量生产、重复生产，而且同类产品往往多家生产。而技术商品开发一般都是独家研制，具有独创性、新颖性的特点。技术商品的开发不存在物质形态商品的周期生产。应当尽可能地避免重复研究，一项技术商品往往由独家开发和生产，在一定的范围、地域和时间内是唯一的。否则就失去技术商品的独创性。因此，技术商品在品种、数量的开发和生产方面具有单一性的特征。

六、可为多个法律主体占有性

技术商品可以多次转让，多次转让都体现着技术商品的价值，技术商品可以同时为多个法律主体掌握和占有。技术商品的“占有”，只意味着掌握了这种知识并取得了合法的使用权和转让权。技术商品的转让（转移），并不发生客体离开主体的现象。技术商品的持有者经过多次转让后，并不意味着持有者失去已掌握的技术，受让方亦无法返还已经掌握的技术。物质商品只能一次买卖，

即被另一个法律主体占有，而技术商品可多次转让、多次使用，可以具有多个法律主体占有的特点。

七、使用价值具有潜在性

物质商品买到后就可以用，立即实现其使用价值。而技术商品转移后，需要“物化”才能发挥作用，技术商品的应用受到诸多条件的制约，使用价值的实现具有内含性，或者说其使用价值具有潜在性。技术商品的所有权转移以后，伴随着技术指导与服务，技术成果的分享，风险责任的承担等一系列的问题，需要一段时间过程才能实现其使用价值。所以说技术商品的使用价值具有潜在性的特征。

第三节 技术商品的形式

技术是人与自然相互作用的产物，它作为一种知识的形态存在，交换于流通领域的就是技术商品。进入市场流通的技术商品可以是发明、创造、技术关键、技术诀窍、专利、设计、工艺配方、操作技巧、技术劳务以及技术商品的其他智力劳动。其主要表现形式如下：

(1) 文字形式。包括研究报告、设计图纸、技术资料、设计方案、工艺文件、材料配方、情报信息、管理方案等文字形式的技术商品。

(2) 实物形式。包括新产品、新装置、新材料、新元器件、动物或植物新品种、微生物菌种、磁带、磁盘、计算机软件以及伴随技术商品转移而提供的样品、样机、成套设备和试验装备等实物形式的技术商品。

(3) 技术劳务形式。包括提供技术咨询、技术服务和技术中介、技术指导、技术培训以及利用掌握的科学知识、信息和技术经验为经济、社会科技进步提供的智力（知识）服务。

(4) 科技人员本身是知识和技术的载体形式。

以上四种形式的技术商品有着许多不同之处。但是从某种意义上来说,技术商品表现的不同形式,并不影响技术商品的价值。

第四节 技术商品的范围

技术可以作为商品进入市场进行交换和流通,已经得到人们和社会的公认,但是,是不是所有的技术都是商品呢?我们认为,应该从科学技术的概念和职能上分析技术商品的范围。

科学是对各种自然和社会现象及其运动发展的客观规律的系统化认识。它包括自然科学和社会科学。其中自然科学是指人们对自然物质运动变化的规律性认识。科学与技术并不是一个概念。如果说科学是人们认识客观世界的武器,技术则是人们履行客观世界的手段。科学与技术之间紧密相连,互相制约,互相促进。没有科学理论的指导,技术很难发展,而没有技术成果的不断创造,也不能推动科学的前进。

科学技术的职能大致分为:认识职能、社会职能和经济职能。一般说来,以认识职能为主的科研成果通常是指基础理论成果而言,这部分成果主要是认识世界、认识自然、探索人类的未知,它代表人类的智慧水平,是指引人类前进的灯塔。这些基础研究成果一旦在经济上应用,会产生巨大的财富,但绝大多数的基础研究成果不能在短期内用于生产。从事基础研究的科学不参加国民收入的创造,研究工作主要依靠拨款或科学基金。因此,这类研究成果,不能作为技术商品进行流通。

以社会职能为主的科研成果也不能列入技术商品范围之内。因为这类技术成果的主要作用是保证社会的均衡、协调和安全,受益的是整个社会,而不是某一个体。例如通过科学技术保证人类健康长寿,保证国家防卫安全等等。这类成果往往由国家代表社会给予补偿科研耗费,把成果收归社会,进行有组织有计划地应用。所以,在科技体制改革中,国家对从事这类研究的科研单位

即我们常说的公益型研究所，是不要求取消事业费的，这方面的成果一般不应纳入技术商品范围之内。

对于具有经济职能的科研成果，由于它可以促使接受者获得经济效益，直接促使生产力的发展，因此，是可以纳入技术商品范围的。然而，具有经济职能的科研成果，成为技术商品也需要一定的条件，才能进入技术市场。

一、技术的先进性

它标志着科技研究成果的水平或创新的程度。企业购买技术商品是为了促进本企业的技术进步，使生产实现跨跃式的发展，因此总要购买水平高、创新程度大的技术。没有技术的先进性，就达不到引进技术商品的目的，也不会使企业产生强烈的购买动机。

二、技术的可靠性

技术的可靠性是指技术的内容或所阐明的客观现象具有稳定性和重复性。未经鉴定的技术成果、非专利技术成果和阶段性技术成果都可以转让，但是应当保证在一定条件下重复试验可以得到预期的效果。

三、技术的实用性

指技术商品能满足使用者的生产和市场需要，适应使用者的生产技术条件与环境，能为使用者消化掌握，并可创造更多的价值和使用价值。

四、技术的经济性

指技术商品价格合理，适应于买方的经济支付能力；同时还要考虑买方应用该项技术商品的投资能力。这种投资往往比购买技术商品的费用高得多。总之，要尽可能使买方投资少，见效快，及早获得超额利润。

此外，众所周知的技术，谁都可以轻而易举取得的技术，不能成为商品。这类技术包括已过保护期的专利技术，已经失去保密性的专有技术和其它已经广为传播的技术。虽然它们可以为使用者创造财富，但是无须作为商品让人们购买，象制氧厂用空气

作原料一样，是不需要购买的。

总之，技术成果的先进性、可靠性、实用性、经济性，是使技术成为商品的必要条件，也是技术商品生命力和市场竞争力的标志。技术市场管理部门和经营机构应对技术商品进行科学的鉴定和筛选，对于那些过时的产业技术，有害于社会的技术，不成熟的技术和对企业不适用、投资费用过高的技术，应制止其进入技术市场，这样才能保护技术进步，避免社会浪费，保护消费者的利益，保证市场的健康发展。

综上所述，从技术商品范畴，我们全面了解技术商品的客观性和复杂性，可以进一步推动人们重视科学技术生产力。任何一项科学技术只有经过一定途径的形式转化，才能渗透到生产力的各个要素之中，使技术商品推动社会所有的产业部门创造出更高的劳动生产率，加快社会生产力迅速发展。

认识技术商品的定义、特征、形式和范围，有助于技术商品的经营者和管理者，自觉地按照技术商品流通的客观规律，调动科技人员为社会主义现代化建设的积极性、主动性和创造性，使技术商品的开发——流通——生产应用形成良性循环。