

论我国企业知识产权战略与实践

沈志澄

摘 要: 知识产权是入世后中国企业在国际贸易竞争中面临的首要问题,当前企业知识产权战略呈现出管理范围国际化、管理人员专业化、管理手段科技化、管理发展和获取利润并重等发展趋势。我国企业应按照WTO的相关规则,建立和运用好企业知识产权战略。

关键词: 知识产权; 专利; 商标; 战略

中图分类号: F 746 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894 (2004) 05-0005-06

随着科技文化的不断发展,企业知识产权战略已越来越受到世界各国的重视。今天,知识产权战略不仅成为企业生产和经营活动中的关键武器,而且是企业抢占和扩大市场的重要法宝,是企业核心能力和竞争优势的源泉。随着我国市场经济的建立和发展,特别是入世后,我国企业所面临的市场竞争将不仅只是国内市场竞争,而且是国际市场的竞争。我国企业不仅要守护好自己已经拥有的知识产权,以防他人侵权,还要做好充分的准备,以防侵害他人的知识产权。因此建立知识产权战略应摆到我国企业的重要议事日程上来。

一、企业知识产权战略管理的发展趋势

企业知识产权战略是指企业从其本身的长远发展出发,为在国际竞争中谋求最大的经

比,我国企业在规模、竞争优势、目标市场选择、进入市场方式等方面都与先发型跨国企业有明显不同。因此,既要根据经济全球化进程加快的现实,积极实施“走出去”战略,给更多企业走出去创造宽松环境,又要从我国企业走出去的初始条件出发,在让企业成为“走出去”主体的同时,要加强政府的协调和指导,制定企业“走出去”的战略规划,鼓励和支持企业从国家战略高度、在国家目标引导下积极“走出去”,避免“一窝蜂”和“一阵风”的干扰,使“走出去”战略建立在稳固的基础上,真正起到趋利避害、更好地利用国内外两种资源,特别是缓解国内短缺资源对经济发展的约束作用。

总之,在新世纪新阶段我国对外开放面临着既有利又复杂的新环境。必须认真贯彻统筹国内发展和对外开放的重要方针,与时俱进、开拓创新,努力实现对外经济贸易发展速度、质量、效益的统一,开创国民经济和全社会全面、协调、可持续发展的新局面。

(作者单位:上海对外贸易学院)

济利益并保持自己的优势,运用知识产权制度而采取的一系列策略和措施。它的核心是将与知识产权相联系的法律、科技、经济方面的法令,用于指导企业在经济与技术领域的竞争,以谋求最大利益。企业知识产权战略管理的产生和发展是企业战略管理发展的一个重要阶段。发达国家的企业知识产权战略管理已经发展到了比较成熟的阶段。随着知识产权制度、科学技术、经济理论、管理理论和企业管理实践的发展,伴随着知识经济、信息经济的冲击,当前企业知识产权战略管理呈现出一些新的发展趋势。

1. 管理范围国际化 在知识经济时代,企业目标及内外部环境都发生了很大变化。相应地,企业知识产权战略理论也应随之向前发展。随着战后国际资本的扩张和跨国公司的发展,世界经济活动中国际交往日益增多,不同国家和企业之间知识产权相互渗透日趋明显。这样,国际化战略在企业知识产权战略管理中的地位变得越来越重要。向海外发展已经成为企业知识产权战略管理中的重要内容。而信息技术和网络的普及和发展,又使得知识和信息的更新速度越来越快,企业与其外部环境之间有了越来越紧密的信息交流。通过对这些信息的获取、筛选、组织、分析以及相应的快速反应,企业在迅速变化的市场中获得了生存和发展的机会。这种由信息工程组成的庞大网络已经将企业和外部紧密地联系在一起,使企业知识产权战略管理也出现了国际化。

2. 管理人员专业化 由于企业知识产权战略管理在企业战略管理中的地位日益提高,越来越多的企业设置了专门化的知识产权管理部门或从事企业知识产权战略管理的专业人员。他们的主要工作是为企业充当参谋,在知识产权领域进行调查研究,分析趋势,制定方案,供企业选择和决策。由于知识产权战略总是随着企业经营环境的深化而日趋复杂,这种专业人员的作用也正变得更加重要。因此必须根据现有以及将要开发产品既互相联系、又互相区别的特点,在人才组织、技术需求、销售管理上实行专业化分工,在降低成本的前提下提高工作效率。

3. 管理手段科技化 知识经济时代的特点决定了企业在制订自己的知识产权战略时,必然有特殊长处。当前,企业知识产权战略管理面临的因素越来越多,要解决的问题越来越复杂,迫使企业必须尽可能地采用先进的科技手段进行知识产权战略管理。因而各类数学分析模型,统计调查方法,电子通讯设备,电子计算机,特别是 Internet、Intranet 等网络技术、电子商务技术等,被企业广泛应用于知识产权战略管理。

4. 管理发展和获取利润并重 获取利润,毫无疑问是企业知识产权战略管理中考虑的首要因素。但是,从企业知识产权战略管理的特点出发,当追求利润的短期目标与企业的长期发展目标发生冲突时,越来越多的企业考虑的是长期发展目标。为了实现企业的长期发展目标,许多企业家不惜牺牲眼前利益,抓住企业知识产权的环节,根据自己的知识产权资源的状况确定企业要着重培养和保持的核心能力;并努力达到知识产权资源与外部环境的协调一致,通过对企业组织结构和方式等进行一系列的创新,形成具有足够的动态适应能力、能够持续发展的知识产权战略。

二、我国知识产权战略现状与急待解决的问题

1. 我国知识产权战略现状 改革开放以来,我国知识产权保护体系已完成了从低水平向高层次的跃进,已初步形成了一个既符合我国国情、又与国际接轨的知识产权法律系

统。全社会已经有了一定程度的知识产权保护意识。虽然我国的知识产权工作取得了引人注目的成绩,但是从总体来看,我国企业对知识产权战略的重视程度较差,在知识产权战略的实施机制及具体运用上与其他国家的企业相比存在着相当大的差距,我国实行知识产权制度和经济市场化的时间较短,企业知识产权意识较为薄弱,存在着许多问题。企业不仅不懂得怎样保护自己的知识产权,而且也不注意尊重他人的知识产权。这些问题如不解决我国企业面对外国企业的市场竞争必将困难重重,甚至陷入极为不利的境地。迄今为止已经出现了以下一些情况,很值得引起我们的高度重视。

第一,外国企业通过在我国申请取得知识产权与我国企业争夺中国市场、限制中国企业发展。许多外国公司的产品在进入中国市场之前,先对他们的产品、技术在中国寻求知识产权保护。虽然有的外国公司的产品现在还没有进入,但是他们早已开始在中国申请专利和商标权注册,对中国市场进行“圈地运动”,通过知识产权实现对中国市场的垄断。他们瞄准特定行业对中国企业设置知识产权壁垒,利用知识产权遏制中国企业发展同样产品,从而独占中国市场,同时通过知识产权许可或知识产权侵权诉讼向中国企业索取高额使用费或侵权赔偿,来限制和控制中国企业、降低其市场竞争力。在国际知识产权战中,外国企业矛头直指我国出口产品,利用知识产权战略打击和限制中国企业在国际市场上的发展。

第二,在高科技方面占有绝对优势的外国企业拥有和控制着大量的高新技术知识产权,使中国企业可以进行研究开发的领域越来越小,技术创新难度越来越大。一些外国大企业凭借其雄厚的财力和先进的技术,利用知识产权进行技术垄断,在高技术领域也进行“圈地运动”,对中国企业筑起了高大、严密的专利壁垒,使得中国企业技术创新的空间更加狭小,这必将会造成我国企业技术创新的难度加大,而不得不付出更高的研究开发费用和技术引进费用,对我国企业的生存和发展构成严重威胁。

2. 我国实施知识产权战略有待解决的问题 一个国家实施知识产权战略需要制定长远的战略计划和建立严密的组织机构和严格的规章制度。虽然我国已开始这方面的工作但多数企业还没有认识到设置专业机构、配置专业人员以及制定严格的规章制度的重要性。因此我国应进一步对知识产权战略实施加强宏观管理。

(1) 改善实施知识产权战略的环境。由于我国知识产权制度建立时间较晚,知识产权意识在我国相对比较薄弱,对知识产权认识不足。不仅对如何保护和利用我国自己的知识产权不甚了解,而且对他国的知识产权也不够尊重,以致被指控侵权的案例屡有发生。实施知识产权战略必然会受到外部环境的影响,即知识产权法律保护制度、中介市场机构体系及公民自身知识产权意识的影响。由于我国的经济市场化时间不长,无论是法律保护机制还是市场运作机构都还不够完善,实施知识产权战略需要改善必须的环境和条件。

(2) 完善知识产权制度本身。虽然加入WTO前后我国已经数次修改了《专利法》、《商标法》、《著作权法》等知识产权立法,但是,我国的知识产权法在实际操作过程中仍表现出一些不合理性,仍有一定的缺陷。例如,专利审批时间较长,导致企业往往因担心在专利申请中投入过多的时间和精力而不愿申请。专利的审查时间过长往往会使得申请专利的技术丧失新颖性和先进性,影响申请人的积极性,打击了发明的积极性。又如对职务发明的发明者激励程度尚不高,一定程度影响了发明者积极性和企业专利战略的实施。

(3) 加强知识产权的执法力度。知识产权的保护不仅在于需要有完善的立法,更重要的是需要有强有力的执法。如果司法机构和行政机构在知识产权纠纷案件的处理中不能做

到审理及时、裁断正确,权利人的权益就不能得到及时、有效的保护,侵权活动就会更加蔓延。这将大大影响企业知识产权战略的有效实施。从目前情况来看我国知识产权执法仍然存在不少问题,有些地区地方保护主义仍相当严重,因此有必要加强执法力度,用法律有效地保护知识产权。

(4) 建立规范知识产权中介代理市场。在市场经济中,中介代理机构发挥着十分重要的作用。在知识产权领域,专利代理机构、著作权集体管理机构等中介代理机构的作用同样也十分重要。然而我国的知识产权中介代理机构数量不足,人员素质难以满足需要,运营过程尚不规范。

三、知识产权战略的运用与实践

知识产权是入世后中国企业在国际贸易竞争中面临的首要问题,按照WTO相关规则,我国企业将与国外跨国公司打一场没有硝烟的知识产权保卫战。而专利与商标将是双方争夺的焦点。企业知识产权战略主要指专利战略与商标战略。

1. 专利进攻战略

(1) 抢先申请专利战略。我国与世界上绝大多数国家的专利保护都实行先申请原则,即同一发明,谁先申请,专利权就归谁的原则。由于同一发明课题同时在国内往往有许多人在研究,如果没有抢先申请的意识,得不到专利的保护,会失去享用这项发明成果的权利。

(2) 基本专利申请战略。基本专利又称主专利或支配专利,是相对于其后授予的、主题与之相关的专利(如改进专利、增补专利等)而言的,由专利局根据申请人的原始申请授予的独立专利。基本专利战略是企业基于对未来发展方向的预测,为保护自己新技术、新产品的竞争优势,将其核心技术或基础研究申请专利保护,控制该技术领域的发展战略。由于基本专利往往涉及企业中那些划时代的、先导型的核心技术或主体技术,它具有广泛应用的可能性和获取巨大经济利益的前景,所以拥有基本专利后,往往能够在技术竞争中取得垄断地位和支配权。

(3) 专利网战略。专利网战略也是企业竞争中最常用的专利进攻战略之一。专利网战略又称外围专利战略,是指企业围绕某项技术发明,开发与之配套的一系列外围技术并及时申请获得专利权。专利网战略有助于企业形成自己强大的专利壁垒,使竞争对手无法攻破,最后丧失技术上的优势。

(4) 专利有偿转让战略。企业研究开发出的专利技术、产品除了自己实施生产外,还可以通过专利有偿转让获取更大的权益。专利有偿转让战略包括专利所有权转让战略和专利使用权转让(即专利许可)战略两种类型。实践中通常以后一种类型的转让为主。

(5) 专利侵权保护战略。当企业专利权被人侵犯,合法权益受到损害时,企业应及时采取措施,对侵权行为加以有效制止,并获得赔偿。

2. 专利防御战略

(1) 专利侵权预警战略。专利侵权预警战略是指企业为避免专利侵权发生,在技术研究开发、新产品投产、产品销售和出口等各个环节进行预先调查分析,如发现有侵权可能时,提前向企业内有关部门或合作伙伴发出警告或采取适当的补救措施。

(2) 专利许可和解战略。专利许可和解战略也是一种防御战略,它是指企业侵犯他人

专利权被警告后,自愿与专利权人进行谈判,力争通过签订专利许可协议向专利权人支付使用费来达成和解。专利许可和解战略的好处是可以免于起诉,并可在许可期限内继续使用专利,但这种方式下支付的专利使用费高于自愿许可的使用费。

(3) 反诉专利无效战略。企业侵犯他人专利被起诉后,可在诉讼中提出反诉,要求宣告专利权无效。如果提供的证据能够证明专利不符合取得专利的条件,无效请求理由成立,法院或专利局将宣告该专利无效。这样,侵权指控也就不再成立。反诉专利无效战略的主要是利用竞争对方专利上的缺陷或漏洞,引用专利法的规定,启动专利权无效程序,排除对方的专利障碍,从而使自己对该技术的利用合法化。

(4) 专利合法利用战略。专利合法利用战略具体有3种策略:专利许可策略、利用期满失效专利策略(对企业来说,利用他人期满失效专利既不会造成专利侵权,又能节省了技术的使用费用)、强制许可策略(大多数国家的专利法规定,在某些条件下,专利主管部门可以对专利权人自己不实施也不愿许可他人实施的专利实行强制许可,以允许申请实施者实施)。

3. 商标设计战略 商标的设计对商标今后在市场上发挥作用的大小,以及所标志的商品能否打开和占领市场都会起到重要作用。鉴于此,许多企业设计时在商标名称的选用和图案的设计上都苦心孤诣,匠心独运,有的企业还对设计方案多方征求意见,反复研究,不断筛选才做出最后决定。一般来说,具有独创性的商标设计,可以增强商标的自我保护性并提高价值。一个有独创性的商标首先必须具备识别性(显著性),即具有区别于其他商标的独特性和新颖性。

4. 及时申请商标注册战略 及时提出商标注册申请,一方面可以早日获得商标专用权,因为商标一般只有通过注册才产生权利,而且绝大多数国家都采用商标注册先申请原则。及时申请还可以防止他人抢注。因此,及时申请商标注册对企业来说十分重要。考虑到商标权的地域性,商标在本国注册后,如需在其他国家也得到保护,还必须到有关国家(如产品出口对象国)申请注册取得商标权。企业要进行国际市场竞争,不仅在国内而且在外国都应当实施及时申请商标注册战略,为自己的产品打入国际市场奠定基础。

5. 商标保护网战略 为了有效地防止他人侵权,企业还必须在申请商标注册的基础上,逐步编织一张坚实的商标保护网。具体做法如下:

(1) 建立主商标和分商标体系。主商标是企业形象的体现,所以必须是识别性(显著性)很强的商标,应在多个类别的商品及国内外进行注册。在主商标基础上,随着企业根据市场需求不断推出新产品,企业还应当确定一个或多个分商标,以错位优势来吸引更多的消费者。分商标可根据系列产品中的各个具体产品的不同风格与特点或不同国家、地区的特殊需要来进行设计,并且应当及时申请获得注册。主、分商标同时使用,能进一步扩大企业商标的保护范围。

(2) 申请注册联合商标。联合商标是指同一商标所有人在原有商标的基础上再在同种或者类似的商品或服务上注册若干近似的商标。联合商标同样也有扩大企业商标保护范围的作用。

(3) 申请注册防御商标。防御商标是知名商标的所有人在不同类别的商品或服务上注册的若干相同的商标。防御商标能使企业的商标获得跨类的全方位保护。防御商标一般都较难获得注册,因为申请防御商标的商标必须具有很高的知名度才能批准注册。

(4) 驰名商标战略。驰名商标是指在市场上享有较高声誉并为相关公众所熟知的注册商标。驰名商标所标示的商品和服务质量比较可靠,因而对于消费者的吸引力更大,商品销售量也更大。由于驰名商标具有极高的商业价值,加上许多国家都对驰名商标实行特殊保护,所以它是企业比普通商标更重要的无形资产。

(5) 对外许可战略。商标许可是指商标权人通过签订商标许可协议,许可他人使用其受商标权保护的商标。根据商标许可协议,被许可方取得商标使用权,有权在许可的商品或服务上使用商标,但必须支付商标使用费,并保证许可产品的质量。对商标权人来讲,通过运用商标许可战略,不仅不需花费太多的人力、财力、时间可以使其商标声誉得到扩张,促进企业的这一无形资产升值,扩大市场占有率,同时还可以取得商标使用费收入,带来良好的经济效益。但商标许可人要特别注意严格监督被许可人的商品质量,以保证其商标信誉不受损害。

(6) 解决商标侵权战略。商标侵权行为是指侵犯他人有效商标专用权的行为。被指控侵权企业首先应当查明对方的商标是否已在我方制造、销售商品的地域范围内注册商标(驰名商标除外);其注册商标是否符合有关国家的商标法规定。若发现问题,可以及时提出撤销其注册商标的请求。此外,被指控侵权企业还要查明其使用的商标是否与他人注册商标相同或近似,并查明其制造销售的商品是否与原告的商品相同或同类(驰名商标除外)。

总之,我国企业应当借鉴先进国家的经验,尽快建立并实施知识产权战略,以迎接入世后对我国的挑战;也只有如此,我国的企业才有出路,才能在世界经济中占有一席之地。

(作者单位:上海对外贸易学院)



参考文献:

- [1] 周民,等.知识产权学习读本[M].北京:知识产权出版社,2004年.
- [2] 李兆阳.公司知识产权的保护和管理[M].北京:清华大学出版社,2002年.
- [3] 徐兆宏.企业知识产权国际保护[M].上海:上海财经大学出版社,2002年.
- [4] 马秀山.入世与专列应用[M].北京:中国对外经济贸易出版社,2002年.
- [5] 路穗峰.入世与商标战略[M].北京:中国对外经济贸易出版社,2001年.