

企业知识产权战略刍论

冯瑞琳

(河北工程大学 文学院,河北 邯郸 056038)

[摘要]随着知识经济的来临,知识产权作为一种无形财产权,在经济增长中的贡献份额逐年上升,对企业的发展越来越重要。本文在研究知识产权战略的含义和内容的基础上,分析了当前我国企业在知识产权战略方面存在的问题,进而提出企业推行知识产权战略的方法和措施。

[关键词]知识产权战略;问题;方法

[中图分类号]D923.4 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1673-9477(2008)03-0044-03

知识产权作为一种无形财产权,是一种十分重要的经济资源。随着知识经济的来临,知识产权资源对企业的发展起着越来越大的作用。企业运用知识产权战略,即在生产、经营与管理中运用知识产权战略与手段,成为企业获取与保持市场竞争优势,谋求最佳经济效益的法宝。然而,目前我国很多企业在知识产权管理和知识产权战略运用上仍然感到十分生疏,不少企业忽视技术创新和智力成果的保护,缺乏强有力的自主知识产权,缺乏知识产权管理意识,这种局面如不逐步改变,面对新世纪知识经济的挑战,面对我国加入世界贸易组织后的新形势,我国的许多企业将难以在未来的激烈市场竞争中立足。因此,加强企业知识产权战略的研究,就成为我国知识产权研究的一个十分紧迫的课题。

一、企业知识产权战略的含义和内容

企业知识产权战略是企业对知识产权创造、保护、利用、实施和管理中,为提高企业的核心竞争力和谋求最佳经济效益,运用现行的知识产权制度而进行整体性筹划和采取的一系列策略与手段。^[1]从知识产权的保护范围出发,可以将知识产权战略划分为专利战略、商标战略、版权战略等知识产权某一方面的战略或知识产权的组合战略如“专利+商标”战略。本文着重介绍专利战略和商标战略。

(一)专利战略

专利战略即以专利制度为依据,以专利保护、专利技术开发、专利技术实施、专利许可证贸易、专利信息和专利管理为主要对象,以技术市场为舞台,以获得最大经济效益为目的所采取的一系列策略和手段。我国专利法规定了三种专利:发明、实用新型和外观设计。在激烈的市场竞争中,只有把企业专利战略纳入企业经营战略中,充分发挥专利的独占作用,才能立于不败之地。企业可以根据不同情况、不同时期的不同特点和需要,运用以下专利战略:基本专利战略,即抓住关键技术申请专利;专利围网战略,即围绕发展新型产品,开发外围专利;收买专利战略,即收买他人专利权,保持独占市场优势;交叉许可战略,即与技术水平相当的竞争企业进行相互取长补短,横向协作交易;文献公开战略,即以先行公开的方式破坏技术新颖性,使竞争企业无法获得专利;共同开发战略,有利于系统化、大型化技术共同开发,联合发展;专利与商标结合战略,即利用专利与商标的不同作用,同时申请专利与产品商标;引进专利战略,适用于自己无

开发基础的产品,引进他人专利,经营效率高、风险投资少;继续开发已经中断的基本专利战略,即对一些失效专利,重新组织开发。^[2]

(二)商标战略

商标即品牌,是容纳并代表企业形象、产品形象和文化理念等无形资产的载体。对国家而言,一个具有国际知名度、全球美誉度的著名品牌是国家的瑰宝和民族的骄傲,是在国际竞争中实现利润最大化的卓越载体,也是一个国家创新能力和民族素质的生动体现。实施品牌战略,培育民族驰名商标,是企业寻求长远发展的必由之路。

品牌战略,就是指企业为了提高产品的竞争力而进行的,围绕着企业及其产品的品牌而展开的形象塑造活动,它是企业为了生存和发展而围绕品牌进行的全局性的谋划方略,是企业整体发展战略的重要内容。^[3]企业如何实施品牌战略?

首先,注册商标是维护品牌显著特征的基本措施。我国商标法明确规定了商标注册的原则和程序,企业通过商标注册获得商标权是实施品牌战略的前提。其次,为了防止他人淡化自己的商标,保持其显著性,对于在相同或类似的商品或服务上使用与自己相同或类似的标记的经营者应及时发出警告,乃至提起诉讼。关于商标侵权问题,我国商标法规定得比较完善,所以企业完全可以依法维护自己的合法权益。再次,企业为了保护自己的品牌,可以采取联合商标、防御商标和商标多行业注册的战略,即在相同或不同的商品或服务上注册和自己使用的主要商标相类似的商标,以维护品牌的显著性,促进企业多元化发展和品牌多元化延伸。最后,我们应当认识到,品牌竞争是以质量和技术为基础的。驰名商标商品意味着优良的产品质量,产品质量是创立驰名商标的先决条件,只有在追求产品质量的基础上才能创立驰名商标,而产品质量的提高归根到底是企业技术创新和进步。因此,企业驰名商标战略的实施不是孤立的,它应与企业实施技术创新、专利战略紧密地结合起来。

二、我国企业知识产权战略存在的问题

(一)知识产权战略管理观念滞后、意识薄弱。多数管理者注重有形资产的管理,缺乏无形资产管理观念。主要表现在商标注册意识和专利保护意识差。比如,我国的一些著名品牌如“青岛啤酒”、“竹叶青”、“杜康”酒等分别在美国、韩国、日本被抢注,“五星”、“全聚

[收稿日期]2008-08-25

[基金项目]邯郸市科学技术研究与发展计划项目(编号:072820067-5)。

[作者简介]冯瑞琳(1970—),女,河北邯郸人,副教授,研究方向:知识产权。

德”、“狗不理”、“天坛”、“阿诗玛”等也未能幸免于难,被洋人抢先报了户口,有些已注册商标由于没有及时进行续展注册而失去商标专用权;据不完全统计,我国驰名商标被抢注造成的损失就高达上亿元。一些企业在合资、改制过程中,不注重商标价值的评估,自己的商标资产或是不作评估,拱手相送;或是作价过低造成无形资产流失。另外,据国家权威部门统计,近年来我国科技界仅取得省部级以上的科研成果就达3万多项,而其中申请专利的竟然不足10%。^[4]

(二)知识产权管理机构不健全,管理人才紧缺。目前,我国知识产权人才捉襟见肘,大部分企事业单位的知识产权法律和管理人才几乎是空白。而在国外,几乎每家跨国公司都有数百名知识产权法律专门人才。据知识产权发展研究中心的一项调查数据显示,高校学生中接受过知识产权有关教育的不足总人数的5%。人才的缺乏导致企业知识产权管理机构不健全。目前,我国大多数企业仅设置兼职机构和配备兼职人员管理知识产权事务,设置专门机构和配备专职人员的企业所占比例较低,没有任何设置的企业仍占不低的比重。实践中,大部分企业的知识产权管理机构是由企业的科技开发部门甚至行政管理部门兼任。由于企业知识产权涉及复杂的科技、工程、经济、市场和法律的理论和实践,而企业的行政管理人员或科技开发人员往往对有关法律、技术贸易的理解不全面、不透彻、甚至不正确,因而最终也起不到有效保护知识产权的作用。

(三)企业知识产权拥有量少,技术含量低。我国有相当多的企业缺少自有知识产权,随着国家对知识产权保护力度的强化,一些长期依靠侵犯他人知识产权或缺乏创新能力、缺乏品牌、依靠仿制生存的企业将难以为继。缺少自有技术,尤其是缺少自有知识产权的核心内容是不容忽视的缺陷。另外,在企业研究方面,存在着严重的低水平重复研究现象,造成资源的极大浪费。很多企业和技术人员到现在仍是重论文和成果鉴定,轻专利和知识产权保护,表现为不重视自己知识产权和他人的知识产权。近10年来,我国每年产生重大科技成果3万件,^[5](p40-41)]但形成的自主知识产权却少得可怜,这些科技成果的绝大部分以发表论文、成果鉴定、学术讨论的形式公之于众,慷慨地让全世界共享。大量事实证明,知识产权拥有量的多少是衡量一个企业经济竞争实力的重要标志,而我国企业在这方面已经远远落后于西方发达国家。

三、企业推行知识产权战略的方法和措施

(一)增强企业的知识产权意识,提高企业运用知识产权的能力。一方面要加强宣传教育,使经营者和广大职工都能意识到知识产权不仅是企业的无形资产,而且是国家法律赋予产权所有者的一种特殊的合法垄断权利,可以通过对市场的独占而实现超额利润,是更为有效的竞争手段和更为强大的竞争武器,是企业核心竞争力的标志和体现。通过宣传教育,增强员工的知识产权保护和创新意识。另一方面要加强培训,促进企业掌握相关的法律、法规和惯例,提高企业运用知识产权的能力。

(二)树立知识产权战略管理观念,制定并强化企业知识产权战略。一方面企业领导人要重视知识产权的形成、利用、开发、效益和保护,强化知识产权经营战略管理。将知识产权战略与企业发展战略有机

结合起来,根据企业在知识产权上的优势来研究制定企业发展战略,确立企业的发展方向和战略目标。同时,根据企业发展战略采取相应的知识产权战略,将知识产权作为企业主要的竞争手段;另一方面,要提高创新能力,加大研发投入,创造自主知识产权。运用知识产权制度使研发成果受到法律的保护,用专利产品占领市场和扩大市场;再次,要借助各种媒介宣传和教育,增强知识产权的自我保护能力,切实树立起创新观、名牌观、人才观等战略观念,构建以知识产权为基础的核心竞争力。

(三)建立健全企业知识产权管理机构,促进知识产权的产生、占有和合理利用。企业实施有效的知识产权战略,必须在内部建立知识产权专门机构,对于小企业来说,至少也要有从事知识产权工作的人员。从职能上来看,作为企业重要的职能部门之一,企业知识产权机构对外的职能就是保护企业的自主知识产权,积极应对处理企业有关知识产权方面法律纠纷或争端,注意搜集保存有关知识产权研发过程、投入、实施情况等方面的原始记录和基础数据,以备作为主张权利或应诉时的证据材料。在本企业知识产权受到侵害时,及时主张有关权利。在强调保护好本企业知识产权的同时,应掌握相关领域的知识产权状况,防止侵犯他人的知识产权。对内而言其主要职能即是负责企业内部有关专利申请和维持、许可证贸易以及商标管理等日常事务,企业内部职工有关知识产权方面的培训、教育、企业知识产权战略制订以及有关规章制度的完善等工作。机构内部要配备知识产权的专业人员、科研人员以及法律、市场营销等方面的人员,必要时可聘请有关方面的专家,机构负责人应由企业的主要经营管理者担任。

(四)实施人力资源管理与发展战略。人才作为信息社会的财富象征,关系到企业成败存亡。要树立面向知识经济的人才观念,重视人才的选拔、培养和保护,加大企业人力资源投资力度,建立人才招聘、培养、任用、激励、考评一体化机制。大力培养引进各种专业技术和管理人才,信任、关心、支持、照顾他们,使其内心真正愿意贡献聪明才智,以保持企业长盛不衰。重视知识资源和人力资源管理,把好人流动关,严防人才流动所造成的无形资产流失。强化激励和约束,加强职业道德教育,提高队伍综合素质。

(五)铸造组织文化塑造良好形象。开发企业品牌、商誉等形象资源,已成为现代企业竞争的关键。要加强品牌保护,开发形象资源,树立长期竞争优势。企业文化作为无形资产经营管理的基础,是企业生存与发展的核心要素。为此要深入理解与确立企业文化的内容;将企业文化渗透到具体制度中去;沟通和统一员工思想,以永葆企业可持续发展的活力。

【参考文献】

- [1] 杨燕. 中国企业的知识产权战略研究[J]. 特区经济, 2005, (7): 21.
- [2] 陈昌柏. 知识产权战略[M]. 北京: 科学出版社, 1999.
- [3] 尚鸣, 静雅. 以名牌产品为支撑提高经济增长质量[J]. 管理世界, 1995, (5): 62.
- [4] 汪沂, 熊伟. 浅谈企业的知识产权发展战略[J]. 沿海企业与科技, 2005, (2): 47.
- [5] 冯晓青. 企业知识产权战略[M]. 北京: 知识产权出版社, 2002.

【责任编辑: 王云江】

(下转第55页)

教关于“心性”、“本初”等理论的阐发,对他们出处行藏、终极关怀等问题的思考影响很大。隋唐时期的佛教、道教,虽门派有别,但教义上却有不同相通之处。在心性问题上,佛教、道教虽有不同阐发,但经相互吸收最终调和为“修心复性”一途。文人靠拢宗教,接受和实践“修心复性”理论时,其所宣扬的自由心境与自然生活是他们最感兴趣的地方。老子宣扬返归本初,庄子主张修生养性,禅宗讲求“明心见性”,都是说人们处在世间应该顺任自然,保其本心。当文人们无职闲居时,兼济之志暂时消隐,他们开始反思人生,此时追求“自由无累”成为主导思想。恰在此时,牧童悠然自得的生活状态,契合了诗人对自由心灵的渴求,遂成为他们对自然人生的寄托。最后,“牧童”哲学内涵的丰富,与宗教借用“牧童”形象宣传教义有关。在世俗世界里,儿童是最少沾染世俗之气的,于是不少释家子弟借牧童之口宣扬佛教义理。唐袁郊《甘泽谣》记载洛阳惠林寺僧人圆观与士人李源同行访道。途中,圆观托胎为婴,相约十二年后于杭州天竺寺外见面。十二年后,李源依约而往:

忽闻葛洪川畔有牧童歌《竹枝词》者,乘牛牛角,双髻短衣。俄至寺前,乃圆观也。……圆观又唱《竹枝》,步步前去,山长水远,尚闻歌声。

词切韵高,莫知所诣。初到寺前,歌曰:“三生石上旧精魂,赏月吟风不要论。

惭愧情人远相访,此身虽异性长存。”又歌曰:“身前身后事茫茫,欲话因缘恐断肠。

吴越山川游已遍,却回烟棹上瞿塘。”^[5]

圆观转世的牧童,口中唱的虽是盛行民间的《竹枝词》,宣扬的却是今生前世的沉回轮转。“此身虽异性长存”中的“性”,就是“人之本性”,无论身在何世,这“性”是永不改变的。虽然这个牧童还有些假托的意味,但作者选取“牧童”作为圆观与李源相会时的身份,以乘牛唱歌作为其现身之状,显然是有所考虑的。

唐以后释家典籍中出现大量“牧童”形象和《牧童歌》。如《古尊宿语录》卷十九载“袁州杨岐山普通禅院会和尚语录”曰:

师入院上堂,僧问:“如何是杨岐境?”

师云:“独松岩畔秀,猿向下山啼。”

进云:“如何是境中人?”

师云:“贫家女子携篮去,牧童横笛望源归。”^[6]

《古尊宿语录》卷十一载慈明禅师作《牧童歌》:“牧牛童,实快活,跣足披蓑双角撮,横眠牛上向天歌……”^[7]

将唐宋时期的这些材料联系起来,可以发现,释家子弟对“牧童”形象的借用,是有特定用意的。四川大足石窟有一副生动细腻的“牧童训牛”石刻,又称“牧牛道场”图,人们常认为是表现世俗生活的,现在看来其实是有深刻寓意的。该图表现的是释家子弟参禅修心的过程,“牧童”代表修行者,“牛”代表修行之心,以“训牛”表示修行者体悟参禅,调伏心意的历程。这一石刻的立意,正取源于牧童随缘而足、无拘无束的精神状态。借牧童之口宣扬佛家义理,与诗歌创作的关系虽不甚直接,却在一定程度上拓宽了诗人阐发哲理的视域。

上述大多诗歌中的“牧童”,宣扬的并非只是老庄之道,更多体现了诗人对人生、生命的思考。作为人物形象,“牧童”也由单纯的“道”的传声筒,发展为具有丰富哲学内涵的诗歌意象。

【参考文献】

- [1]宋·郭茂倩.乐府诗集:第41卷[C].北京:中华书局,1979.605.
- [2]吕氏春秋:第22卷[M].诸子集成本.北京:中华书局,1954.290.
- [3]陈鼓应.庄子今注今译[M].北京:中华书局.1983.633-634.
- [4]葛晓音.山水田园诗派研究[M].沈阳:辽宁大学出版社,1993.70.
- [5]唐五代笔记小说大观[M].上海:上海古籍出版社,2000.543.
- [6]宋·颐藏主.古尊宿语录:第19卷[M].北京:中华书局,1994.350.
- [7]宋·颐藏主.古尊宿语录:第11卷[M].北京:中华书局,1994.182.

【责任编辑:王云江】

Shepherd Boy in the Tang Poetry

LIANG Hai - yan

(Department of Chinese Language and Literature, Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: It is a big contribution to the history of Chinese literature that the Tang dynasty poets created the poetic image “Shepherd boy” successfully. In many Tang poems, the Shepherd boy wore rain hat, covered with hemp fiber and was playing flute on the back of cow. There are two kinds Shepherd boy in the Tang poetry: the realistic and the symbolic. The poets deposited their feeling for free - living to the later. As the image of Idylls and the symbol of natural life, the “Shepherd boy” keeps in step with the Tang poems. The connotation of the “Shepherd boy” become richer and richer, the poem of the Tang dynasty was more and more prosperous.

Key words: Shepherd boy; idylls; symbol; natural life

(上接第45页)

Arguing on intellectual property of enterprise

FENG Rui - lin

(College of Arts, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: With the coming of intellectual economy, As a kind of invisible property, the contribute of intellectual property to the economical increase is more and more important. The articial studies the meaning and content of intellectual property stratage, and analyses the present problem in intellectual property stratage at our enterprise, then put forward the ways and measures in pursuing enterprise intellectual property stratage.

Key words: intellectual property stratage; problem; way