

“中国制造”的知产策略

建立专业的知识产权部门进行管理，从头脑上武装公司，进可以攻市场，退可以防诉讼，堪称企业良策

文/《法律风险观察》研究员 张超

“中国制造”正在遭遇知识产权的“内忧外患”。

当地时间9月15日，美国贸易代表苏珊·施瓦布透露，美国或将在知识产权、金融服务等多个领域向WTO“投诉”中国。施瓦布还宣布，美国将联手欧盟、加拿大，要求WTO成立专家组审理中国有关进口汽车零部件的征税措施。这也是中国自加入WTO来第二次遭遇此类申诉。

事实上，在美国，一种比反倾销更为严厉的贸易保护措施337调查正向中国企业袭来。从2004年开始，中国产品以及中国公司已经被卷入超过40%的337调查案。

与1986年针对中国皮毛和皮大衣提起的第一起337调查所不同的是，针对中国大陆产品的337调查不仅数量激增，涉及产品领域更蔓延到了高科技。

知识产权：“中国制造”的短板

去年1月份，从英特尔将东进通讯公司推上被告席开始，到19家中国公司赴英参展涉嫌专利侵权遭遇驱逐令之后，中国企业已经频频面临知识产权问题。

当时，辉瑞制药与中国12家制药企业就伟哥专利的争议硝烟仍在弥漫，英特尔在深圳中院又起诉东进，并请求法院采取证据保全措施，这场主要关于软件源文件著作权的争议拉开了2005年知识产权争议的序幕。

随后，海信商标因为博世西门子“抢注”其英文商标，拖而再拖的谈判使得双方走到了德国法院门口对簿公堂。

面临知识产权之痛的不仅包括东进等成长中的高新技术企业，也是“中国制造”产业大面积遭遇的短板。

知识产权成为了许多中国企业的“阿吉里斯之踵”。

更可怕的是，中国企业没有知识产权的意识，也没有配备知识产权“幕僚”，往往问题出现的时候很可能就病入膏肓了。中国CD、VCD、DVD等产业在国际市场上的命运一次次地演绎了这种悲剧。

目前，中国引入知识产权制度不久，多数国内企业在知识产权方面没有做好充分的准备，包括制度、意识和人才等“软件”方面，也包括基础设施等硬件方面。

建立知识产权部门 从头脑武装公司

面对跨国企业挥舞知识产权大棒，中国企业的出路在哪儿？

从战略上看，知识产权可以成为商业战略的杀手锏，无论企业的规模大小。

对于大型企业来说，科研资源投入转化为附加值很高的知识产权，尤其是在高科技领域，这些企业利用知识产权（如专利）跑马圈地，可能掌控某些领域的主要核心技术，单个力量无法实现时甚至考虑企业联合形成专利池（如 DVD 及 MPEG 专利池，控制了 DVD 和 MP3 核心技术）。

对更多的小企业来说，不能够如同 IBM 那样成为行业知识产权的主要控制者，但是妥善管理好自身的知识产权可以起到“四两拨千斤”的功效。没有雄厚的科研资源可以专注于特定技术，把握技术的关隘通过交叉许可等方式找到出路，同样非常奏效。

2005年3月，实力并不雄厚的 Immersion 公司成功绊倒索尼美国电脑娱乐公司，后者因为专利侵权被加州地区法院判处 9070 万美元，还包括停止侵权等判决。

从操作层面来看，成立知识产权部门管理知识产权更有必要。无论是知识产权的获取、开发利用，还是维护都具有很强的专业性，需要知识产权部门的基础支持。

知识产权的获取方面，版权方面各个国家在条件和程序上差异很大；商标的注册对在先商标的检索以及国际注册的要求和程序繁琐，操作技术性很强；专利权方面更因为与技术结合紧密，成功申请必须与专业的工作人员合作进行撰写和申请。

开发利用方面技术性更强。版权保护表达形式而不保护思想，该特征使得其他人很容易绕过该体系，这对于竞争者一方来说是机会，对权利人却是挑战；专利方面，需要考察市场上的现有技术情况，判断专利的价值并作出相应的利用，如许可、转让和融资等；如果说专利往往与质量挂钩，商标就是声誉的载体，其开发利用同样需要技巧。

知识产权的维护同样要求技术性，无论是权利范围的认定（包括法律状态和有效期），还是侵权的判断。例如，专利诉讼中，法院在控辩双方的对抗中认定专利权的范围，律师的影响很大，而前期权利取得过程中权利要求书撰写质量，以及权利维护过程中的证据等，同样具有决定性的作用。

这些专业性非常强的问题，需要专业的知识产权部门进行知识产权管理。建立知识产权部门，从头脑上武装公司，进可以打击竞争对手，退可以防范他人的控诉，堪称解“中国制造”之围的良策。

版权所有 © SGLA 2008。

此出版物仅供阁下参考和兴趣阅读之用，无意作为完整全面的信息，并不构成亦不应予以依赖为法律意见。请根据自身情况寻求专门咨询。