

## 变是永恒 ——专访知识产权专家林俊杰

**中国企业知识产权管理亟待三突破：CEO理念、企业架构、公司律师素质**

**林俊杰（Horace Lam），林律师负责路伟律师事务所北京办事处知识产权业务。在品牌保护、诉讼及申请强制执行判决方面具有丰富的经验**

“未来5年，中国的知识产权法律服务业务将飙升。但中国企业若想在知识产权管理方面达到国际水平，需要三个突破：理念、公司架构和公司律师素质。”

一个初秋的下午，在北京长安街上的东方广场一间办公室里，路伟律师事务所北京办事处知识产权团队主管林俊杰(Horace Lam)律师做出如是判断。

林律师有着10年知识产权国际律师经验，他所在的知识产权团队被国际业界公认为前三甲。尽管目前的工作多是跨国公司的知识产权业务，但让他欣喜的是，知识产权管理已经越来越受中国企业关注。

### CEO们理念要变

“知识产权是什么？”

“知识产权是生产力，也是财富。”林俊杰说，“中国的CEO们应该遵守这个理念。”

“可口可乐的品牌值百亿美元，世界500强最值钱的是品牌，品牌就是知识产权。目前，中国企业CEO的认识较浅，即企业只追求利润，对知识产权管理仅是被动保护，而缺乏自主知识产权，难以创造价值。”

数据显示，据联合国工业计划署统计，世界上各类名牌商品共约8.5万种，其中发达国家和新兴工业化经济体拥有90%以上的名牌所有权，处于垄断地位，而中国拥有的国际知名品牌寥寥无几。

在前不久公布的《世界品牌500强》排行榜中，美国拥有245席，约占50%；而中国只有6个入选，仅占1.2%。据测算，目前美国品牌所创造的价值占GDP的比重达60%，而中国却不足20%。

另一个鲜明对比是，中国每年新增几十万个品牌，但品牌生命周期平均不足2年。虽然近年来越来越多的企业拥有自主品牌产品，但因缺乏核心技术，自主品牌的附加值偏低，有无品牌差别不大，品牌仅仅体现为一个商标。

事实上，中国企业受困国外企业知识产权的诉讼由来已久，如：时代华纳、日立、IBM、松下、三菱、东芝等6C联盟诉中国DVD生产厂商侵权导致现在中国DVD产业几乎全军覆没；又如：松下电器控告海尔侵犯其网络家电技术专利……越来越多的中国企业在知识产权方面

受到打压。

科技部的数字显示，中国只有万分之三的企业拥有自主知识产权，近几年来中国有60%的出口企业遭到国外技术性贸易壁垒的限制，由此影响到的出口额每年超过450亿美元。

与中国企业在海外被动应诉相比，跨国企业在中国的知识产权策略正呈现积极主动的趋势。去年的“伟哥专利权”之争一审以辉瑞制药胜诉告一段落，而在主动诉讼的同时，万艾可(伟哥)在中国通过赢取时间而得到了巨大的市场份额。

“中国企业的CEO们在走出国门时，首先需要转变观念，不仅保护知识产权，还要用知识产权来创造财富。”林俊杰说。

### 企业架构要变

“中国企业的CEO还没有将知识产权管理上升到战略层面。”林俊杰认为，公司法务部的角色缺位造成其没有充分发挥作用。

“中国加入WTO后，政府在知识产权管理上投入了更多的精力，企业也开始关注和研究知识产权，但大部分企业CEO并没有在意识深处建立对知识产权的尊重。虽然相当的中国企业也设立了产权应用、保护及风险防范部门，但并不高效。”

“研究一下跨国企业，我们可以得到一些启发。”林俊杰说，跨国公司根据所在行业、市场等不同，法务部门中多设有专职人员负责知识产权。

林俊杰介绍，比如：医药企业对专利技术极为敏感，企业中会设有商标部和专利部，各自进行管理。与之相比，中国企业的法务部相差悬殊，首先，法务部不受重视，法务人员没有发挥充分的作用，其在企业中的地位需要提高；同时，企业还可以根据不同的行业需要，设立商标或专利等不同的知识产权管理部门，或者由专人管理知识产权，这样才能最大程度地发挥公司法务部的作用，做到有效地保护知识产权，创造财富。

事实上，一些在国外开拓市场的企业已经注意到了这个问题，华为在上世纪90年代中期就成立了知识产权部，积极申请专利并参与国内外标准的制定。同时，公司还将对科研的投入写进公司章程。据国家专利总局统计，华为是中国申请专利最多的单位。在不久前联想并购IBM的过程中，联想也有效地保护了自己的知识产权。

但是，更多的中国企业还远远落在后面。据报道，国内99%的企业没有申请过专利，而在已经申请的专利中，更多的是“垃圾专利”。

### 公司律师素质要变

在CEO重视和设立专门的部门之后，一个出色的知识产权律师显得尤为重要，这也是困扰中国企业面向海外市场的又一个难题。

在林俊杰看来，企业内部出色的知识产权律师应该统领公司知识产权管理部门，同时直

接向CEO负责，并与企业各个部门特别是市场部保持良好的沟通，妥善处理产品销售与知识产权保护二者的关系。

“远见、国际化、沟通和管理能力、行业把握。”林俊杰说，“企业知识产权律师除具备法律专业知识外，还应当具有上述四方面的素养。”林俊杰说。

首先是有远见的思维。这要求内部律师能够与企业CEO一起构想公司的战略。

其次是国际化的视野和良好的沟通和管理能力。这包括与企业内部各部门的沟通，管理企业内部的知识产权管理团队，同时熟悉国外，特别是企业产品所在地的知识产权保护规则，变被动保护为主动诉讼。

最后还需要对行业有深刻的理解和把握。不同的行业有不同的知识产权保护策略，熟悉行业可以帮助企业制定更加灵活主动和有针对性的知识产权保护策略。

据介绍，目前中国企业在开拓海外市场时，往往都是从外部聘请相关律师进行知识产权保护，而考虑到费用的问题，其大多聘请的是国内律师事务所，虽然国内律师对国内知识产权政策极为熟悉，但是面对相对陌生的海外环境和规则，在诉讼发生时，他们往往力不从心。

“变是永恒。”林俊杰认为，目前中国企业正越来越重视对知识产权管理，假以时日，一些已经走出去的企业在这一问题上将会与跨国企业看齐，但如果不能在上述三个问题上改变，那么中国企业在与外国企业的竞争中，很容易就会出现“客场”犯规，甚至被罚出局的情况。

### 全球品牌价值榜 TOP10

排名	品牌	国家	品牌价值 (百万美元)	排名	品牌	国家	品牌价值 (百万美元)
1		美国	67,000	6		芬兰	30,131
2		美国	56,926	7		日本	27,941
3		美国	56,201	8		美国	27,848
4	 通用电气公司	美国	48,907	9		美国	27,501
5		美国	32,319	10		德国	21,795

资料来源：2006年《商业周刊》品牌价值榜

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。