

90%以上的发明创造都记载在专利文献中,专利文献可以广泛应用于企业的技术研发、专利申请、技术贸易、新产品上市等生产经营活动的全过程。根据 WIPO 的统计,有效地利用专利文献,可以缩短研发时间 60%、节约研发经费 40%。

随着互联网的日益普及,各国的专利文献大都可以在网上检索到。顺德市现在建立了自己的家电数据库,为企业提供了很好的专利技术信息资源。

企业可以通过定期查阅专利文献,既可以避免重复研究,提高研发起点,加快技术进步的速度;又可以通过专门的专利工作人员对有关的技术进行整理、统计,做出分析图表,了解技术的

最新发展,分析技术发展的最新动向与走势,编制成技术发展报告。在此基础上可以对本企业及竞争对手的状况做出评价,指导研发与专利申请,保护企业自己的专利技术,使企业的管理层根据国内外相关的技术发展趋势、市场动向及时制定或修改本企业的经济战略。

[注:本文的数据是来自 CNPAT 中国专利信息版权所有的《中国专利文献检索系统》,统计时间为 1985-2002 年 6 月 26 日。由于向国家知识产权局专利局提出的申请尚未公开,本文的统计未包括这些数据。]

(编辑 朱焰)

- 近些年来,出现了一种新的动向,就是把技术标准与知识产权保护相结合,形成新的技术垄断联盟,以追求最大经济利益。
- 对外观设计保护并非只有通过专利保护这一条途径,商标法、著作权法对外观设计的保护也是行之有效的。

对现阶段 围绕家电产业 知识产权保护 的思考

李顺德*

1 入世对我国家用电器产业的主要影响

我国加入 WTO 直接会带来三个主要的冲击,或者叫三个挑战:

第一个冲击就是降低关税对我国的影响,主要是对货物贸易的影响。这对我们的传统产业、农业影响是很大的。相对而言,对我国的家用电器产业来说,应该说影响不是很大。如果说有影响,那就是我国加入了 WTO 的 IT(信息技术)协议,做出承诺在二、三年内将所有的 IT 产品的进口关税降到零,包括家用电器产业配套所用的电子元器件产品,这对家用电器行业来说是一件好事。

第二个冲击叫做市场准入的冲击。市场准入或者叫市场开放,主要是针对我们的服务贸易,也就是我们平常讲的“三产”(第三产业),包括家电的售后及维修服务。这一冲击对我国的家用电器产业来说,应该说影响也不是很大。

第三个冲击,就是知识产权的冲击。加入世贸,就要按照世贸的规定办事,就需要把我们国家对知识产权保护的水平迅速提高。

知识产权问题在 WTO 中占有十分重要的重要地位,与“货物贸易”、“服务贸易”一起构成世界贸易组织(WTO)的三大支柱。中国在加入 WTO 的申请文件中明确作出承诺,要全面履行《WTO 协议定》及其附件所规定的义务,包括履行《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPs)的义务,并在《中国加入工作组报告书》第五部分就“与贸易有关的知识产权制度”作了较为详细的说明。中国加入 WTO 将会给中国的知识产权保护带来深远的影响,这是显而易见的。

*作者简介

李顺德,中国社会科学院法学研究所研究员、教授、博士生导师、中国社会科学院知识产权中心副主任、中国知识产权研究会理事、中国法学会知识产权法研究会副会长兼秘书长。1985 年成为我国首批专利代理人,开始从事专利代理和知识产权研究,曾承担《世界专利制度发展趋势的研究》、《中国知识产权保护制度发展与完善》、《WTO 与我国知识产权法律制度研究》等重点课题任务。主要著作有《计算机软件和集成电路的知识产权保护》、《知识产权价值评估中的法律问题》(合著)等。参加了我国专利法、商标法、著作权法、计算机软件保护条例、集成电路布图设计保护条例等法律、法规的制订和修改工作。

WTO 的知识产权协议 (TRIPs) 是当前世界范围内知识产权保护领域中涉及面广、保护水平高、保护力度大、制约力强的一個国际公约。与 TRIPs 相比, 加入 WTO 之前, 中国的知识产权法律制度存在着一定差距。根据 TRIPs 的要求和在《中国加入工作组报告书》中作出的承诺, 中国已在加入 WTO 之前完成了对专利法、商标法和著作权法这三部主要知识产权法的修改, 颁布、实施了《植物新品种保护条例》、《集成电路布图设计保护条例》等相关法规, 加入 WTO 之后颁布、实施了新的《计算机软件保护条例》, 并且还在继续制订或修改其他有关的法律、法规。这些法律法规的制定和修改, 会给各行各业带来不同程度的影响, 对于家电产业也不会例外。

2 品牌战略是家用电器产业发展的根本大计

2.1 品牌是企业发展的一种重要的无形资产

所谓“品牌”主要是指企业的商标、商号和商誉等知识产权。品牌是重要的无形资产, 是企业参与市场竞争的利器, 对于家电产业尤其是如此。

上个世纪 80 年代初期, 国内家电产业的起步许多是从技术引进、散件组装开始的。有一个工厂从一家日本公司引进了一批收录机的散件进行组装, 其中一部分采用了日本公司的商标, 另一部分采用了自己的商标, 投放市场售价的差价多达几百元。为什么同样的散件、同一家工厂组装的产品差价会这么大? 就是因为使用了不同的商标, 因为这两种商标的价值不同。这充分的证明商标这一知识产权是有价值的, 是一种重要的无形资产。

家电加工业现在已是中国的强项, 是向发达国家出口产品的主要产业之一, 但是在中国目前仍属于劳动密集型产业。世界上一些名牌家电公司有相当比例的产品是在中国“订牌”生产的, 但销往世界各地后却为外国公司赚取了不菲的利润。而一个能够为多种外国名牌家电产品订单生产的企业, 其所生产的自家品牌产品在国外市场上却经常遭到“一流的质量、二流的品牌、三流的价格”的冷遇。这种为人作嫁衣的现象并非个别。

温州生产的中高档打火机进入美国市场上, 目前主要靠的是日本和韩国厂商的品牌, 接受日本和韩国的打火机厂商订牌加工。温州的中高档打火机卖给日本和韩国商人每一件平均不到两个美元, 加工的利润是 10% 左右, 成本为一点几美元。而日本和韩国的商人把这些打火机卖到美国, 每一件平均售价是 5 美元到 10 美元, 所获得的利润是 200% 到 300%。日本和韩国商

人靠什么获得这 200% 到 300% 的利润呢? 无非是靠他们的品牌, 靠他们在美国市场享有较高声誉, 以及多年经营形成的营销渠道。这些品牌和营销渠道是什么? 不就是知识产权吗? 靠知识产权投资经营可以获得 200% 到 300% 的利润, 单纯靠提供生产厂房、生产设备、劳动力进行经营只能得到 10% 左右的利润, 这就是当代经济的现实, 这是不能回避的现实。

2.2 一个企业要想做大做强必须有自己的品牌

中国加入 WTO, 对开放国内市场作出承诺。外国企业特别是跨国公司将会以更大规模、更快速度进入中国市场已是一个不争的事实。外国企业进入中国市场, 首先是“品牌”进入, 以“品牌”开路, 以“品牌”投资, 以“品牌”竞争, 以“品牌”占领市场。相比之下, 中国企业的“品牌”意识确实令人堪忧。

据有关方面统计分析, 四川省平均 8 家企业只有 1 件在国内注册的商标, 那 7 家企业或者是没有注册商标, 或者是在用别人的商标。沿海地区统计的结果是, 十几家企业才有一件国内注册商标。商标意识强的企业, 一家可以注册几十件, 上百件, 甚至几百件商标。差的企业一件也没有。中国企业到国外注册商标, 那就更少了。据悉, 国内注册商标已经达到了 145 万件, 2001 年的注册量是 27 万件, 这个数据分布到全国就太少了, 那么多的企业连自己的商标都没有, 这个问题值得注意, 特别是在入世以后, 企业要想发展, 没有自己的品牌, 将来绝对没有前途。

上个世纪 50 年代末期, 日本索尼公司的名气远不像今天这样响亮。该公司设计、生产的半导体收音机投放美国市场的初期遭到冷落, 并不被市场看好。此时有一家很有名气的美国电器公司主动找到索尼公司, 以优惠的条件提出合作, 其先决条件是要求索尼公司所生产的产品在美国市场销售要采用该公司的商标, 这一合作遭到了索尼公司的坚决拒绝。索尼公司坚持在美国市场用自己的商标, 树立自己的品牌形象, 最后终于获得了成功。

一个企业如果没有自己的品牌, 就不能算是一个独立的企业。一个企业如果没有自己的名牌, 在激烈的市场竞争中就难以生存、发展, 更谈不上走向世界。加强品牌竞争意识, 争创驰名商标, 树立自己的名牌, 应该成为中国企业加入 WTO 以后谋求生存和发展的根本大计。

3 《集成电路布图设计保护条例》实施的影响不容忽略

2001 年 3 月, 我国颁布了《集成电路布图设计保护条例》(2001 年 10 月 1 日开始施行), 开始对集成电路布图设计施行知识产权保护。该条例与 TRIPs 的要求基本一致, 对集成电路布图设计提出了三个层次的保护要求: a. 布图设计本身; b. 含有布图设计的集成电路; c. 含有布图设计集成电路的物品, 如: 家电产品、设备仪器等。这意味着, 不仅非法使用他人的布图设计来制造集成电路产品是侵权行为, 利用侵权的集成电路组装其他产品也是侵权行为。如今没有使用集成电路的家用电器确实



集成电路布图设计

Topographies

集成电路是指以半导体材料为基片,将至少有一个是有源元件的两个以上元件和部分或者全部互连集成在基片之中或者之上,以执行某种电子功能的中间产品或者最终产品。布图设计是指集成电路中至少有一个是有源元件的两个以上元件和部分或者全部互连的三维配置,或者为集成电路的制造而准备的上述三维配置。

未经权利持有人许可的下列行为是被禁止的:为商业目的进口、销售或以其它方式发行受保护的布图设计,为商业目的进口、销售或以其它方式发行含有受保护的布图设计的集成电路,或为商业目的进口、销售或以其它方式发行含有上述集成电路的物品。集成电路布图设计保护期为10年,从注册或首次付诸商业利用起计算。

罕见。大到电冰箱、洗衣机、空调机,小到微波炉、电热水器、电子玩具,所有的家用电器几乎都离不开集成电路。

中国是集成电路的消费大国,每年消费的集成电路约占世界总产量的1/7,国内的产品仅能满足1/3,大量要靠进口。进口的产品中,有些属于来路不明的,很可能就是侵权产品。国产品的产品当中,有相当比例是属于进口芯片加工,其中也不乏侵权芯片产品。集成电路布图设计是否属于侵权,用肉眼是难于判别的。对于这样一种新型的知识产权保护,应该尽快学习、认识 and 了解。

4 将知识产权保护与技术标准结合的动向值得关注

随着科学技术特别是信息技术的发展,技术与知识产权保护的关系日益密不可分。借助于知识产权,特别是专利权保护的新技术,是制订新的技术标准的前提和基础。而技术标准是发展技术的规则和基本依据。技术标准本身原本应属于公有领域,公之于众,提供给相关行业参考、采用、执行,有些甚至要强制执行。知识产权所保护的客体,属于专有领域,两者之间有着根本区别。

近些年来,出现了一种新的动向,那就是把技术标准与知识产权保护相结合,形成新的技术垄断联盟,借助于技术的特殊地位,强化相关知识产权的保护,借助于知识产权的专有性(又称垄断性)去实现对某些技术标准事实上的垄断,以追求最大经济利益。

这种动向在IT产业和家电产业内尤为明显。在IT产业和家电产业中出现了多个这类联盟,典型的有:

①欧洲数字电视广播联盟(Digital Video Broadcasting, DVB)

1991年开始运作,形成了DVB-T、DVB-S等一系列数字电视标准,已同全球100多家企业和科研机构签订了技术许可协议,总部设在法国。

②美国ATSC(Advanced Television System Committee)标准组织

这是美国的数字电视标准组织,该标准已获国际电联批准,成员包括美国电子产业联盟(EIA)、电子和电气工程师学会(IEEE)、美国国家广播学会(NAB)、美国有线电视协会(NCTA)和美国动画与电视工程师社团(SMPTE)。

③通用移动通信系统UMTS(Universal Mobile Telecommunications)标准组织

UMTS是属于第三代移动通信,由欧洲1987年提出。这一标准在GSM“全球通”的基础上兼顾W-CDMA和TD-CDMA等标准。这一标准组织历经十年准备,1999年9月成立,设于美国纽约州,主要由一些大的电信公司组成。

④HAVI(Home Audio Video Interoperability)标准组织

HAVI是一个数字电气设备与家用电器接口软硬件标准,1999年12月组建,设在美国纽约州,包括日立、夏普、索尼、东芝、松下、飞利浦、根德(Grundig AG)、汤姆逊(Thomson Multimedia)等八个公司。

⑤6C(Six Companies)联盟

由日本的日立、松下、JVC、三菱、东芝和美国的时代华纳等六家DVD核心生产技术企业组成的一个技术联盟,基本控制和垄断了DVD核心生产技术的专利权,基本上形成一个完备的技术标准系统。

⑥3C(Three Companies)联盟

由日本的索尼、先锋和荷兰的飞利浦三家公司组成,类似于6C联盟。

这些组织具有以下一些共同特点:

a. 以一些必要的知识产权作为基础

这些组织及其标准都是在一些特定的知识产权基础上形成的。这些知识产权被称为“必不可少的知识产权”(Essential Intellectual Properties),主要是指一些“必要专利”(Essential Patents),组成的“专利池”(Patents Pool),或称为“必要专利平台”(Essential Patents Platform)。

各个组织一般都对“必要专利”及其认定程序作了明确的规定。

b. 建有知识产权专门管理机构,负责日常工作

典型的有,DVB组织中的欧洲电信标准机构(ETSI-European Telecommunications Standards Institute)、UMTS组织中的

“UMTS 知识产权协会 (IPA) (UMTS Intellectual Property Association)、ATSC 组织中的 JCIC (Joint Committee on Inter-society Coordination)、HAVI 组织中的 HAVI BOARD 等。

c. 统一进行有关知识产权的评估、认定、许可及管理

对于“必要知识产权”由组织的专门机构,按照规定的程序,定期进行评估、认定、更新。多对于组织自己拥有的知识产权(除了必要的知识产权以外,还包括技术标准文件的版权、标准组织的商业标识权等),组织被许可代理的知识产权(类似于版权集体管理组织被授权管理的版权及邻接权),统一对外进行许可。

d. 将技术标准的推行与相关知识产权的许可捆绑在一起

这是这些组织最突出的一个特点,也是其优势所在。但是这一做法是否会构成和如何防止其构成知识产权的滥用或限制竞争行为而触犯反垄断法,尚待研究。

知识产权保护与技术标准结合,给我们产业界,尤其是 IT 产业和家电产业界提出一个很现实的问题,也给我们法学界,特别是知识产权法学界提出一个新的课题,值得我们共同去关注和研究。

今年以来,我国生产的 DVD 机出口因为专利纠纷受阻,引起国内各界的关注。其实有关 DVD 专利使用费的谈判早在 2000 年就已经开始。谈判所涉及的对象除了上述的 6C 联盟和 3C 联盟以外,还有 1C (汤姆逊公司)、MPEG-LA 联盟(美国哥伦比亚大学托管人、亚特兰大科学有限公司、通用仪器公司、法国电信、荷兰飞利浦、日本电报电话公司、富士通、松下、索尼、三菱、东芝、日立、三洋电器、JVC、KDD、韩国三星电子等 16 个单位组成的专利收费公司)等。上述 4 个联盟提出涉及 DVD 的专利 2000 多项,要求每台 DVD 机支付十几美元的专利使用费,这对我国 DVD 机的生产和出口已造成很大的影响,同时也波及影响到家电制造业的其他领域。

类似的情况在其他家电的生产中是否也会出现呢?

5 要懂得并了解版权与商标、外观设计的交叉保护

工业品外观设计是一种重要的知识产权保护的客体。加强对外观设计保护的意义重大,自不待言,对于家电产业更是如此。

过去一讲到外观设计,很多人就想到专利,以为专利是保护工业品外观设计的唯一方式。这种认识显然有局限性。我国对外观设计的保护,主要是通过专利保护。作为专利保护的三种重要客体之一,应该充分重视专利对外观设计的保护是毫无疑问的。但是,对外观设计保护并非只有通过专利保护这一条途径,商标法、著作权法对外观设计的保护也是行之有效的。对于这一点许多人目前还不了解或还没有认识到。

有人说,既然可以利用版权保护外观设计,版权保护又是自动生成的,不需要办理审批登记,也不需要缴费,何必再申请外观设计专利呢?要知道,以专利保护外观设计和以商标、版权保

工业品外观设计是指对产品的形状、图案或其结合以及产品的色彩与形状、图案或其结合所提出的适于工业上应用的新设计。受保护的工业品外观设计的所有人,有权制止第三方未经许可而为商业目的制造、销售或进口带有或体现有受保护设计的复制品或实质性复制品之物品。工业品外观设计的保护期不少于 10 年。

工业品 外观设计

护外观设计,从保护条件、保护要点、保护期和保护力度等方面都有很大的区别,是互相难以取代的。因此,应该针对不同的外观设计,采用最适合的方式加以保护。建议充分利用上述三个法全方位地保护外观设计,杜绝疏漏以防他人钻空子。

中国的外观设计专利从年申请量、年授权量上已经位居世界第一,其中家用电器的外观设计占有相当的比例。但是应该清醒地看到,在授权的外观设计专利质量上还存在不少差距。

首先是我国对外观设计专利申请只经过初步形式审查,不进行实质审查就授予专利权,难免存在鱼龙混杂的现象,真正符合专利法所规定的实质性条件的、比较可靠的外观设计专利所占的比例并不大,其中重复授权的也不在少数。这类不符合专利法所规定的实质性条件的外观设计专利,一旦遇到纠纷,往往经不起无效请求程序的审查(一般相当于“实质审查”),被宣告无效。这样,不但不能有效地保护外观设计专利人的权益,反而会给外观设计专利人一种误解,误导外观设计专利人去主张自己的专利权、行使自己的专利权,结果受到的损失更大。

有些经营者模仿他人的产品外观、包装、装潢,抢先申请外观设计专利,以为这样就可以合法地利用外观设计专利权去对抗他人的合法权益。其实,这是一种滥用知识产权的行为。所谓“滥用知识产权”,从本质上讲,就是违背诚实信用原则,利用知识产权去从事不正当竞争。对于外观设计专利而言,一方面,外观设计专利不能对抗、侵害他人合法的在先权,在先权利人完全可以主张自己的在先权,向专利复审委员会提出宣告无效请求,通过法律程序(尽管这一程序目前还存在缺陷),使外观设计专利宣告无效;另一方面,即使外观设计专利没有或不能被宣告无效,法律也不允许利用外观设计专利去从事不正当竞争。

总之,那种以前以为有了外观设计专利权就可以“走遍天下无敌手”的想法对目前的现实显然是不一定完全奏效的,因此,要学习利用版权、商标与外观设计多渠道的交叉保护。

(编辑 朱焰)