

# 浅析企业专利战略

黄风华

(温州市科技情报研究所, 温州 325000)

**〔摘要〕** 企业要在激烈的市场竞争中求得生存与发展, 必须运用专利战略。本文从论述企业专利战略的重要性入手, 归纳了企业的专利战略, 指出企业应当科学合理地制定和运用专利战略, 提高科技与经济竞争力。

**〔关键词〕** 企业; 专利战略

**〔Abstract〕** In order to struggle for existence and development in keen market competition, the enterprise must exert patent strategy. The importance of patent strategy is discussed firstly and the ways of patent strategy of enterprise is induced in this paper. The conclusion is that the enterprise should draw up a kind of suitable patent strategy scientifically to promote competitiveness.

**〔Key words〕** enterprise; patent strategy

**〔中图分类号〕** G255.53 **〔文献标识码〕** A **〔文章编号〕** 1008-0821(2004)01-0186-02

## 1 引言

伴随我国市场经济体制的建立、发展及加入世贸组织, 企业作为市场经济的主体, 要适应竞争多变的全球化市场, 并在其中求得生存与发展, 就必须实行各种资源的优化配置, 提高市场竞争力。在科学技术迅猛发展的今天, 企业间的竞争已转化为科学技术的竞争、技术创新能力的竞争, 并集中体现为自主知识产权, 特别是专利数量及质量的竞争。专利在企业发展中的战略地位正逐步得到增强。企业要站在战略的高度来认识和处理专利工作, 以强化专利发明的创造及专利管理, 并在经营活动中运用专利战略, 来有效地遏制竞争对手, 以较少的投入获得较大的市场竞争份额, 并不断提高企业自身的竞争能力, 从而在市场上获得丰厚的回报。企业通过有效地实施专利战略去开拓市场、占领市场并取得市场竞争优势, 已成为知识经济时代的必然趋势。

## 2 企业专利战略的概念

企业专利战略, 是企业结合自身研究开发、经营与管理的实际情况, 通过对专利信息及其有关信息的搜集和研究, 获取有关技术发展信息、市场竞争信息、法律信息等, 预测相关的技术、经济发展趋势与方向, 以赢得竞争能力和优势, 赢得知识产权竞争乃至整个市场竞争主动权, 谋取更大市场份额和经济利益为目的, 而在专利方面采取相应对策的总体性谋划。

## 3 企业专利战略的重要性

企业是市场经济的主体。当今世界所有的科学技术和经济竞争最终都是通过企业的活动表现出来的。不论从专利技术的实施还是从保护企业自身的知识产权讲, 专利保护对其都极为重要, 企业成为专利工作的主战场, 它既是专利技术的使用者, 又是发明创造的源泉。

企业运用专利战略, 可有效地保护自身的无形资产, 了解本行业的技术发展动态和竞争态势, 促进企业技术进

步和产品开发, 不断提高企业产品的市场竞争能力。

企业运用专利战略, 建立发明创造的激励机制, 可以有效地调动企业科技人员的发明创造积极性, 因为专利制度在法律上承认一项发明的产权, 保护发明人的利益。

企业运用专利战略, 为跻身国际市场、参与国际竞争提供保障。当今世界, 科技进步成为经济增长的重要推动力, 也成为国际市场竞争和国力较量的焦点。外国企业借助其在专利技术方面的优势, 为其进入和占领垄断中国市场寻求法律保护, 而随着我国加入世贸组织, 一些旨在保护本国企业利益的贸易壁垒的作用正日趋减弱, 技术壁垒的作用正日趋加强, 这就促使我们的企业必须按国际规则办事。专利保护将堵死各种仿制之路, 如果在激烈的国际市场竞争中, 不懂得运用专利战略的企业, 不遵循专利规则的企业, 都将被挤出竞争圈。

企业运用专利战略, 为提高其经济增长质量、保证企业的资产增值提供重要手段。企业专利的价值通过企业的经济增长来实现, 它与企业的有形资产一起构成企业资产, 企业运用专利战略发展企业专利, 是保证企业资产增值的一个重要措施。

企业运用专利战略, 可以对专利技术的开发、引进、实施、许可及申请等起指导作用, 有利于专利工作与整体战略整合、协调, 避免专利工作的盲目性。

## 4 企业专利战略的运用

企业专利战略分进攻型战略和防御性战略两类。

### 4.1 企业进攻型专利战略

#### 4.1.1 基本专利战略

基本专利战略是企业基于对未来发展方向的预测, 为保持自己新技术、新产品竞争优势, 将自己的核心技术或基础研究成果作为基本专利来保护, 并控制该技术领域发展的战略。该战略中的基本专利, 是指企业拥有的基础性、先导性的核心技术或主体技术。例如, 美国德克萨斯仪器

收稿日期: 2003-09-03

作者简介: 黄风华 (1968—), 女, 毕业于合肥工业大学, 温州市科技情报研究所科技情报工程师。



公司在发明集成电路之后, 不仅申请了美国专利, 而后在日本等多个国家取得了专利保护。我国优秀青年发明家周林发明的频谱效应场治疗仪, 除申请了中国专利外, 还向美国等 40 多个国家提出了专利申请。

一般来说, 拥有强劲的技术研究开发能力和雄厚资本的企业往往采用此战略。

#### 4.1.2 外围专利战略

外围专利战略又称专利网战略, 是指企业围绕自己或他人的基本专利, 开发与之配套的外围技术并及时申请专利, 获得专利权的一种战略。

围绕自己的基本专利形成专利网, 可最大限度地保护核心技术以维护自己的垄断地位。例如, 美国菲利浦石油公司在取得耐热性能出类拔萃的热塑性树脂聚苯硫醚的基本专利之后, 又不断改进, 陆续取得了从制造、应用到加工等外围技术专利 300 余件。因此, 尽管基本专利于 1984 年 11 月到期, 但大量的外围专利在那之后仍在有效期内, 使得基本专利可以继续得到有效保护。

围绕他人的基本专利, 及时开发相应的应用技术并申请专利, 形成包围基本专利的专利网, 是积极改变被动局面, 突破基本专利垄断的战略。例如, 美国联合碳化物公司于 1959 年发明了碳纤维工业化生产方法, 日本东莱公司于 1970 年引进了这一基本专利技术, 并着手从基本材料到长纤维的各种研究开发, 取得了从应用技术到改进碳纤维质量的一系列专利权, 其产品市场占有率也后来居上, 跃居世界第一。

企业如对该战略运用得当, 可形成与基本专利分庭抗礼之势, 使企业在缺乏基本专利的情况下与核心技术持有方平分秋色。

#### 4.1.3 专利有偿转让战略

专利有偿转让战略是企业研究开发出的专利技术、产品除自己实施、生产外, 通过有偿转让专利的所有权或使用权以获取更大经济利益的战略。

专利有偿转让战略包括专利权转让战略和专利有偿实施许可战略。

专利权转让战略, 类似于将专利权作为商品出让。这种战略通常在以下情况使用: 一是一些实力雄厚的大企业, 他们拥有的专利数量很多, 而自身又不可能全部实施, 这时, 其中一部分可以作为商品出售, 以收回技术开发的投资; 二是一些力量薄弱的小企业或个人发明家, 自身不拥有实施专利技术的人力和物力, 此时, 也可将专利作为商品出售, 以谋求获得较大的经济收益。

专利有偿实施许可战略, 可以理解为企业实施战略性的使用许可。根据专利许可的形式, 又包括独占实施许可战略、排他实施许可战略、普通实施许可战略、分许可战略、交叉实施许可战略。

当企业本身难以开拓市场, 或该专利技术的广泛实施可以加速技术标准化, 从而使自己可能控制将来整个产业的技术标准, 都适用这一战略。

#### 4.1.4 专利收买战略

专利收买战略是企业为独占市场, 或为了以专利权人的身份进行专利许可、收取高额使用费而从发明人手中购买专利权的战略。此种情况下, 不但企业本身要实力雄厚,

而且所购专利应具有较大的市场潜力。

此外, 专利收买战略也可以作为一种独立的战略使用。即建立起严密的专利情报监控系统, 以专利权为武器, 专门控告侵犯其专利权的企业, 通过诉讼获得高额经济赔偿。例如, 有一家拥有 5 000 余件专利的美国公司, 数年来通过专利诉讼的收入就达 6 亿美元。这同时也提醒我们, 任何情况下都要注意避免侵犯他人的专利权, 以免造成巨大的经济损失。

#### 4.1.5 专利与产品相结合战略

专利与产品相结合战略是指专利权人许可他人使用本企业的专利时, 必须同时购买本企业的专利产品, 以扩大本企业产品的销售量, 提高企业利润的战略。该战略通常在拥有基本专利的企业与拥有外围专利的企业之间运用。

#### 4.1.6 专利回输战略

专利回输战略是企业引进输出方的专利后, 对专利进行研究、消化、吸收和创新, 再将创新后的技术以专利的形式卖给原输出方, 或以自己的专利权为筹码, 与对方进行交叉许可的战略。这种战略既可以使引进技术方提高技术创新的起点, 又能够使自己摆脱专利输出方的控制, 对欠发达国家、地区的企业具有重要的意义。特别是对我国准备引进国外先进技术的企业, 要充分运用这一战略。

#### 4.1.7 专利技术和产品输出战略

专利技术和产品输出战略是企业向准备输出技术和产品的国家先行申请专利, 旨在使技术和产品在输出国获得充分的专利保护, 达到垄断市场目的的战略。

#### 4.1.8 专利与商标相结合战略

专利与商标相结合战略是允许其他企业实施自己的专利, 交换条件是对方必须同时接受自己的产品和商标, 目的是扩大本企业产品销售量, 并提高商标知名度; 或允许其他企业实施自己的专利, 并换取对方的商标 (具有较大的知名度) 使用权, 以促销该专利产品; 或对已获得商标权保护的产品施加专利保护, 使企业获得更好的信誉及更大的市场利益; 或先利用专利权的专有性形成产品的市场垄断优势, 在利用商标权在专利保护期届满前或届满后继续对专利产品市场的持续控制, 不至使专利产品因专利权的终止而丧失市场。

#### 4.1.9 专利诉讼战略

专利诉讼战略是指利用法律赋予的专利保护权限, 收集竞争对手专利侵权的可靠证据, 及时向其提出侵权警告或向司法机关提起诉讼, 迫使对方停止侵权、支付侵权赔偿费以达到及时维护自身合法权益, 确保自己的市场竞争优势的目的。

#### 4.2 企业防御型专利战略

##### 4.2.1 取消对方专利权战略

取消对方专利权战略是利用竞争对手专利上的漏洞、缺陷或不符合专利授权条件等情况, 充分运用专利法赋予的权利, 启动专利权无效程序, 全部或部分取消对方的专利权的战略。这是企业在遇到专利侵权指控时最常用的战略。

##### 4.2.2 文献公开战略

文献公开战略是以公开自己发明的方式, 主动丧失申请专利必备之一的“新颖性”, 意在阻止 (下转第 190 页)

## 5 分析与建议

### 5.1 百盛 SCM 实施分析

5.1.1 百盛在上马电子商务时,是在充分了解和考察了本企业的实施可行性以后才上马的,这不仅有失,还能针对自己的薄弱环节,进行调整,而不是全盘接受。例如在库存方面,百盛就充分利用了SCM的优势,通过销售数据的实时反馈,利用安全库存的预警和自动补货的功能,最大程度地减少了库存,降低资金占压和库存成本。

5.1.2 百盛开展电子商务是分阶段进行的,没有全面展开,当前一阶段进行得较成熟后,才考虑下一步是否该进一步开展,这不仅提高了资金利用率,而且也防止了若失败后所导致的巨大损失。

5.1.3 提升在其供应链上企业管理,百盛供应链管理涵盖了计划、招商、采购、销售、存储、对帐、支付等各个环节,通过互联网将供应商、经销商、运输商、银行以及最终消费者紧密地联系起来,使链条上的企业能对自身的业务流程进行优化组合,提升核心竞争力。所以实施SCM后,不但能有效提升零售企业的核心竞争力,而且也可以让链条上的供应商和其他参与者受益。还有当链条上所有企业的信息化水平达到一定程度后,整个链条的运行效率将呈几何级数倍增,从而能给链条上的企业带来更多的收益。

### 5.2 建议

百盛不妨可以考虑第三方平台,模型主体是一个独立的第三方的电子商务平台,在这个模型里,每个企业,不管他在供应链中处于哪一个环节,他在这个平台上都是一个会员,在这个平台上他可以获取其业务伙伴(包括其上游和下游企业)的共享信息,进行业务流程的协作。从一家特定的企业来看,供应链管理是一个“一对多”的网络。

(上接第187页)

竞争对手申请专利、获得专利的战略。如当企业认为自己的技术、产品没有必要取得专利权,同时又不能让其他竞争对手取得这一技术的专利权后反制于己,通常运用这一战略。这也是发达国家的企业常用的战略。

#### 4.2.3 交叉许可战略

交叉许可战略是企业间以专利技术作为合同标的进行对等交换,求得“双赢”的战略。适用于双方的专利比较接近,专利权的归属又错综复杂或互相依存,可能在市场上产生恶性竞争或相互指控专利侵权造成两败俱伤的情况。

#### 4.2.4 利用失效专利战略

世界上专利累计数已达数千万件,其中88%的专利已经失效。企业可无偿使用或以失效专利作为研发、创新的起点,在此基础上申请新的专利。这对于科研经费不足的企业,不失为一种简捷、经济的战略。

#### 4.2.5 绕过障碍专利战略

绕过障碍专利战略是绕过已有专利的权利要求,开发不抵触技术或使用替代技术、或主张先用权、或在不受专利地域保护范围内使用他人的专利技术,均属此种战略。

## 5 结束语

在对发达国家及企业的调查研究中发现,专利战略的

但对于整个行业来说,供应链管理则是一个典型的“多对多”网络。只有通过一个“多对多”的供应链平台,才能提高整个行业的供应链效率。否则,如果假设各家企业都独自建立自己的“一对多”供应链平台,则一方面企业将自主投资、建设和运营一个庞大的系统,并为此耗费大量的人力和物力;另一方面,企业的上游供应商和下游客户都不得使用自己的系统,与企业的特定供应链平台来联接和接口。进一步的困难是,这些供应商和客户还需要分别面对其它众多的下游客户和上游厂商所建立的各式各样的自建型供应链平台,这其中的低效率和工作难度是难以想象的。

此外,行业性的第三方供应链管理平台还可以实现各企业商品订单格式的互相转换,以及各企业间个性化商品编码的转换等问题。显然,这些繁杂的技术工作,都将是企业在独自建立“一对多”平台中难以解决的问题。

因此,建立行业性的第三方供应链管理平台在节省投资,提高整个行业效率方面,将起到重要作用。无论是零售商、生产厂商还是供应商,都希望通过一个第三方的“多对多”的供应链管理平台,统一地实现与自己全部的上下游企业之间的供应链整合,共享和交换业务信息和数据,实现企业之间的协同商务功能,降低企业的整体运营成本,为最终客户提供优质服务,并最终优化整个行业的供应链效率。

## 参 考 文 献

- [1] <http://www.chaoshiren.com.cn> [EB]
- [2] <http://tech.sina.com.cn> [EB]
- [3] <http://www.ccidnet.com/> [EB]

完善程度与实施的有效性是与专利的拥有量成正比的。企业实施专利战略的根本目的就是要打开市场,并最大限度地占有市场份额。专利战略是企业总体经营战略的重要组成部分,涉及经营、技术、法律、管理等多方面知识,因此,企业制定和实施专利战略必须以掌握国家的行业政策、企业的总体经营目标、及对专利情报、市场和企业自身能力的系统分析为前提,科学设计专利战略;将专利技术开发的策略、专利申请的决策和专利权运用的手段进行合理的组合,使之成为适应本企业专利战略目标战略方案。同时,必须根据自身、对手、技术发展、市场等情况的变化不断做出相应的调整,总结经验,作为实施下一周期专利战略的出发点。企业如能根据自己的实际情况,周全地考虑企业经营与发展的各个方面,认真研究专利发展战略,科学合理地制定和运用专利战略并加以实施,就可以加强自身在技术竞争与市场竞争中的优势,促进企业的技术进步,从而提高科技与经济竞争力。

## 参 考 文 献

- [1] 冯晓青. 企业知识产权战略 [M]. 北京: 知识产权出版社, 2001.
- [2] <http://tech.163.com/tm/030728> [EB]