

图书基本信息

书名：<<无形资产36忌--无形资产失败案例分析与研究>>

13位ISBN编号：9787806549995

10位ISBN编号：7806549994

出版时间：2004-1

出版时间：蔡吉祥 海天出版社 (2004-01出版)

作者：蔡吉祥

页数：375

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

《无形资产三十六忌》所采用的典型案例是在无形资产发展史的客观存在，涉及到一些企业或个人，作者只是根据客观存在的案例加以分析，对他们没有任何不敬之意，敬请鉴谅。这些企业或个人相当一部分是无形资产的探索者和实践者，因为某方面的原因付出了较大的代价。同时，他们也为人类社会提供了一笔宝贵的财富。

《无形资产三十六忌》的案例涉及无形资产企业名称、专利权、商标权、著作权、植物新品种权、技术秘密等要素，涉及到无形资产开发设计、投资、转让以及人力资源等诸多的经营与管理的环节。

作者简介

蔡吉祥，无形资产学创始人、无形资产产业奠基人、享受国务院特殊津贴专家、高级会计师、中国注册会计师。

天津无形资产研究开发中心主任。

1984年开始研究无形资产问题，近二十年间就中国无形资产理论与实践进行了深入、广泛、系统的研究，为发展中华民族的无形资产进行不懈的努力。

中国新华通讯社等十余家新闻媒体多次在内参加有关报刊上报道他向国家提出的发展中国无形资产的建议，并得到中央高层领导的批示。

1994年创建首家无形资产综合服务机构。

1995年创建新兴的“无形资产学”。

1996年与新华社《经济参考报》等单位发起“全国首届无形资产理论与实践研讨会”。

1996年在全国高等院校中首开“无形资产学”课程。

1997——1999年在天津市“无形资产学师资班”任主讲教师。

1998年发起“中国上市公司无形资产现状调查”。

1999年参与创建全国首家无形资产综合研究机构--天津无形资产研究开发中心。

首倡“无形资产经营”，现担任多家企事业单位的“无形资产经营顾问”和“无形资产执行总监”。

2000年倡导并开拓全新的“无形资产产业”，主持开发全球第一套无形资产软件。

2001年开通第一条无形资产咨询热线，开通全球第一个无形资产专业网站（WWW-.WWW.com.cn）

2001年与农业部等单位联合发起“首届全国农业无形资产创造、管理与应用高级研讨会”。

2002年担任江西省乐平市无形资产战略顾问。

书籍目录

21世纪无形资产学丛书总前言：21世纪是无形资产的世纪无形资产36忌前言：完善自我 控制自我 战胜自我 超越自我第1忌 不把厂商名称当“资产”第2忌 开发购置无形资产不查询第3忌 高新技术无专利保护第4忌 发表论文葬送无形资产第5忌 破坏“新颖”丢专利第6忌 商标不申请注册第7忌 侵犯别人专利权的技术开发第8忌 剽窃、复制他人作品第9忌 商标标志出歧义第10忌 商标无创意第11忌 放弃无形资产涉外权益第12忌 私自繁育、假冒他人植物新品种第13忌 侵犯他人有形资产的广告第14忌 秘密信息不设“秘”第15忌 胡乱抢注商标第16忌 寄生不自立第17忌 恶意抢注域名第18忌 万物皆有利第19忌 模仿他人商标第20忌 侵犯他人先在权利的商标第21忌 难以形成无形资产的广告第22忌 迷信拍卖第23忌 商标通用化第24忌 商标不续展第25忌 专利不缴纳年费第26忌 商标过度延伸第27忌 无形资产评估误入歧途第28忌 忽视人力资源对无形资产的贡献第29忌 无形资产无管理第30忌 携带无形资产跳槽第31忌 将单位无形资产据为己有第32忌 国有无形资产不评估第33忌 上市公司把“壳”当成无形资产第34忌 无形资产无成本第35忌 虚拟“商誉”代替一切无形资产第36忌 把无形资产当成“筐”附录 无形资产信息港后记

章节摘录

书摘 这两个“爆肚冯”，一个位于老北京小吃的聚集地——前门大栅栏“爆肚冯”，直接打着“爆肚冯”的招牌。

而另一个位于北京东城区东直门内大街，字号叫做“金生隆爆肚冯”。

前门大栅栏“爆肚冯”创始人冯立山，自清光绪年间在北京后门桥经营爆肚至今已达百年之久。1958年后由于某种原因还歇业多年。

直到1985年冯家的后人冯云亭继承祖业，申请个体营业执照，继续经营“爆肚冯”。

20世纪90年代在第42类服务项目上申请注册了“爆肚冯”的服务商标，1997年经国家工商局商标局批准，获得“爆肚冯”的商标权。

东直门内大街有一个“金生隆爆肚餐厅”，名称下有一行小字“原东安市场爆肚冯”，在店内也挂出有关“爆肚冯”的标志。

前门大栅栏“爆肚冯”发现后，就投诉到东城工商分局，要求“金生隆爆肚冯”立即拆除店堂内有关“爆肚冯”牌匾和宣传品，并赔偿经济损失。

经工商人员调查，“金生隆爆肚冯”现经营者冯国明，经营的爆肚冯至今已有100多年的历史了。

第一代“爆肚冯”叫冯天杰，祖籍山东临清，1894年，冯天杰来到北京，在东安门大街摆摊专做爆肚，亮出“爆肚冯”的幌子。

几年以后，东安门大街改造，街面上的摊商小贩均迁到了王府井大街北口的八旗练兵场，即后来的东安市场。

从此，“爆肚冯”在老东安落了脚，直到1956年公私合营。

至于这“金生隆”的字号，据冯国明讲，因为父亲叫冯金生，所以以他的名字起了个字号叫“金生隆”。

如今传到自己这辈，已经是第三代了。

100多年了一直经营爆肚，但就是没想到商标注册。

法律是无情的，前门大栅栏“爆肚冯”经营者，拥有了“爆肚冯”的商标权，商标一经注册就是独占的权利，“爆肚冯”这块老招牌毕竟只能有一个商标，工商局决定依据《商标法》判定金生隆爆肚冯侵犯了大栅栏爆肚冯的合法权益，并责令其立即停止侵权行为并拆除侵权商标，同时罚款9200元。

都是有百年的历史，而侵权者还一直在经营着爆肚，而注册者中间还歇了业，按说一笔写也

不出两个“冯”字，而“500年前都又是一家人”，但在无形资产产权占有上，却没有商量的余地。

没有注册商标者，只能暗自伤心。

在市场经济条件下，特别是我国已经加入世贸组织，谁的无形资产意识强，谁就是赢家。

市场经济发展到今天，成名的商标可以给权利人带来巨大的利益已是尽人皆知。然而，在我国，不少企事业单位还没有把商标作为无形资产经营与管理，更缺乏靠无形资产扩张的意识。

比如，河北冀州暖气片厂是我国大型暖气片生产厂家之一，其“春风”商标为河北省著名商标。

但当企业发展成为中国春风集团，生产范围由暖气片扩展到电子、铸件、电池等产品后，这些产品的“春风”商标却已被其他企业率先注册，所以无法再借助其著名商标“春风”进行市场扩张。

一次讨论会上意外得以解决。

863计划中民口6个领域的230个专题研究方向，国家资助的项目6900多项，获得国内外专利仅2000多项，发表论文达4.7万多篇。

我们并不否认有些基础科学方面通过专利难以保护，有些基础科学是要通过发表论文来显示水平，有些要保密不申请专利(但一发表论文就无密可保)，但多数的技术是要靠申请专利来保护。

863计划发表论文是获得专利的24倍，简单的算下来一个项目平均一个专利都没有申请，这悬殊的比例应该让我们反思了。

从某种意义上讲，中国的科技人员对世界贡献最大，每年几万件国家级的科研成果(如果再算上省

、部级的就更多了), 供全世界无偿使用, 但无人赞赏我们。

因为我们的做法不符合技术、经济规律, 反被人耻笑为不懂无形资产的基本知识。

纳米科技是影响未来人类生活的世界三大新科技之一, 是与生命科学、信息技术、能源科学并重的21世纪具有战略意义的重要领域。

5年来, 我国在纳米研究方面发表论文数为1707篇, 名列世界第三, 仅位于美国、日本之后。

而纳米应用方面的专利却少的可怜, 全部仅有几百项纳米专利。

而国外为了抢占市场的制高点, 大量申请专利, 仅一项纳米材料就有上千项专利。

现在应该着手搞无形资产评价(不是无形资产评估), 看看这些在国内外发表的论文中有多少是赠送专利权、技术秘密等无形资产。

实际上由于这些另类“知识产权”的破坏, 近年来, 我国知识产权竞争力有较大幅度下降, 由第29位降至第38位。

由于缺乏对知识产权的保护力度, 这就影响了专利的发明、申报, 更影响了商业应用的积极性。

将发明变成论文, 除了国家在对科技人员的业绩考核方面的宏观政策影响外, 还有就是恐怕我们的科研人员对这样一个基本常识还不太了解: 版权只保护形式, 而不保护思想, 更不能控制市场。

同一个发明选择不同“知识产权”形式出现会有截然不同的结果: 如果将技术发明写出一篇论文, 无论是否发表自然都会拥有了版权(著作权)。

若先拿出去在杂志上作为作品发表, 可以得到一笔微薄的稿费(但有时为了发表不但没有稿费, 还要支出版面费)。

其身份是著作权人, 著作权人可以拥有发表权、署名权、修改权、保护作品完整权、复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权、应当由著作权人享有的其他权利等一系列人身权和财产权。

但就是没有阻止其他人实施自己发明的权利。

因为版权仅保护形式, 而不保护思想。

世界贸易组织的《与贸易有关的知识产权协议》明确指出: “版权保护应延及表达, 而不延及思想、工艺、操作方法或数学概念之类。

” 由于论文的发表, 同时也使独特的技术失去了申请专利的条件——“新颖性”。

中国专利法规定: “新颖性, 是指在申请日以前没有同样的发明或者实用新型在国内外出版物上公开发表过、在国内公开使用过或者以其他方式为公众所知, 也没有同样的发明或者实用新型由他人向国务院专利行政部门提出过申请并且记载在申请日以后公布的专利申请文件中”。

一旦丧失新颖性, 失去了对市场的控制, 更形不成垄断。

同样的发明先去申请专利, 发明者首先是专利权人, 当他将专利申请书递交到国家专利局后, 选择适当的时机他仍然可以再去发表论文, 宣传自己的技术。

他同时也是著作权人。

.....

媒体关注与评论

后记 萌发创作本书的想法，还是在20世纪90年代初期动手创作中国第一部无形资产综合专著《神奇的财富：无形资产(无形资产学导论)》时。

有的朋友建议最好搞一本专门的无形资产案例方面的书，但由于当时主客观原因的限制，只能把部分案例放在《神奇的财富：无形资产(无形资产学导论)》书中，作为该书组成部分。

从第一部无形资产综合专著的问世，至今已经8年多了。

8年时间在历史的长河里，仅是短暂的一瞬，但这8年世界飞速发展，无形资产理论与实践不断完善。在社会各界的鼎力支持下，作者在无形资产学教育体系、无形资产咨询顾问业、无形资产信息产业方面做了大量的探索，获得了实质性的发展和成果，积累了丰富的经验，使无形资产学理论获得了充分的“营养”，经过社会大学的培育，时间与实践的累积，使本人跨上了一个新的高度。

8年来，我时时刻刻在提醒着自己，尽快完成一本无形资产失败案例专著。

特别是在开通了全国第一条无形资产咨询热线后，接到了众多受过MBA教育的高级人才的电话，就无形资产问题进行咨询。

我发现，被尊为以案例教学见长的MBA竟然没有系统的无形资产理论和案例，那么，这些职业经理人，怎么能在21世纪经营好无形资产?管理好无形资产?这不能不说是传统教育(不仅是中国，包括MBA教育的创始国)的缺憾。

MBA与否，并不是管理企业的先决条件，但企业没有无形资产、没有无形资产管理，就难以发展，注定要失败(本人预言：随着社会的发展，未来将会出现INBA，即无形资产MBA)。

本人更感到完成无形资产失败案例专著的紧迫，这也是社会大学给我的使命!本人比较愚笨，手也比较慢，搞了20年的无形资产研究与实践到现在只出了2本书。

没有办法，就是这样的性格，但却非常认真，总是想把“最好”作品奉献给读者。

本人更鄙弃并受害于那种“剪刀加糨糊”、用计算机复制、用扫描仪扫描的“文贼”和公开抢夺别人无形资产的“文盗”(不仅是低级的“写手”，也有披着教授外衣和戴着博士高帽的人)。

“写”书，实际上是向社会、向历史交上一份答卷。

对读者负责、对历史负责、同时也是对自己负责，这本书自20世纪90年代中期年卉始，断断续续“写”了10几年，其间主题也在不断的校正，有人建议我搞成案例“大全”或“全书”之类的书。

本人能力有限，不想搞无形资产的“豆腐渣工程”，也不想搞无形资产的“注水书”。

只想向读者和社会拿出负责任的作品，展示自己真实的研究成果。

也没有找几个人快速地在短期内攒出几本书或“无形资产大全”来装饰门面念头。

绝不是本人没有合作精神，因为我只能保证我自己文责自负，不去侵犯别人的“无形资产”。

无法控制其他合作者的行为。

我怕万一合作者中出现了侵权行为，一并被别人请上法庭当被告岂不悲哀?号称“最新无形资产”的书，却剽窃别人的“无形资产学”岂不滑稽? 我决定当务之急还是搞无形资产失败研究的这个专题，因为“成功”的前提是要认识“失败”。

如果人们没有认识到“失败”的根源、“失败”的结果，就会有人不断重复他人的失败，那就会造成社会资源的极大浪费。

在此期间，我不断的否定自己，不断的推倒重来，不断的补充完善，才磨出了今天的《无形资产36忌——无形资产失败案例分析与研究》这本小书。

.....

编辑推荐

本书所采用的典型案例是在无形资产发展史的客观存在，涉及到一些企业或个人，作者只是根据客观存在的案例加以分析，对他们没有任何不敬之意，敬请鉴谅。这些企业或个人相当一部分是无形资产的探索者和实践者，因为某方面的原因付出了较大的代价。同时，他们也为人类社会提供了一笔宝贵的财富。

本书的案例涉及无形资产企业名称、专利权、商标权、著作权、植物新品种权、技术秘密等要素，涉及到无形资产开发设计、投资、转让以及人力资源等诸多的经营与管理的环节。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>