

Studies of Management Environments and Strategies for an Intellectual Property Agency in China

林志雄、潘振雄

E-mail: 8603903@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

摘要 近幾年來國際經濟貿易往來關係密切，先進國家憑藉著高科技技術與商品行銷各地，並透過國際間智慧財產權保護協定，以智慧財產權合法壟斷市場，智慧財產權之保護不但成為進入市場之首要屏障，智慧財產權亦已成為國家競爭力之指標。中國大陸的廣大市場自從改革開放以來，成為各國廠商競相追逐之目標，隨著科技與商品的進入，智慧財產權保護之重要性在中國大陸與日俱增，因此為了因應廠商之需要，各國智慧財產權代理業者，莫不在企業的催促及各國政府的推波助瀾下，想盡辦法切入中國大陸，爭取新契機。然而在中國大陸加入國際貿易組織(WTO)的強烈意圖下，各成員國也藉機要求中國大陸逐步擴大經濟改革開放，譬如：要求開放貿易進出口權、金融匯率自由化、廢除所有關稅和非關稅因素障礙、智慧財產權談判、開放外國律師執業等，所有新開放政策都將改變中國大陸在世界經濟舞台中的角色與地位。因此及早進行對中國大陸智慧財產權代理業經營環境與策略之研究，將有助於台灣智慧財產權代理業進入世界舞台前之暖身準備。本文研究之具體目的可以歸納為下列幾點：一、了解中國大陸智慧財產權代理業實際經營作法與經營範疇。二、探索中國大陸智慧財產權代理業之經營環境與競爭優勢。三、歸納中國大陸智慧財產權代理業的關鍵成功因素，以及市場競爭策略。四、提昇我國智慧財產權代理業之國際競爭優勢，進而促進我國產業升級與經濟發展。五、提供我國智慧財產權代理業經營國際化之參考，及提出未來研究方向之建議。六、加速政府有關單位對智慧財產權代理業之重視，並修訂相關不合時宜之法令。本論文經綜合訪談心得，文獻探討及資料分析所得之結論摘述如下：一、中國大陸經濟發展階段與台灣相似，有利台灣業者進入中國大陸發展。二、豐富的國際實務經驗有利於台灣業者經營中國市場。三、提昇進入中國大陸競爭優勢須建立在下列條件上(一)與中國建立良好政商關係(二)豐富經營與管理專業知識(三)熟習專業法令與技術能力(四)培養具國際實務經驗人才(五)強化海外市場拓展能力(六)與國際同業維持良好網路關係四、智慧財產權代理業制定進入中國大陸策略應考慮下列要點：(一)政治風險應列入評估範圍(二)須詳細估算各項隱藏成本(三)須因地制宜，不能完全仰賴台灣經驗(四)應建立差異性核心專長(五)因應政策變化，慎評估投資方式與選擇合作對象五、應制定根留台灣立足中國放眼世界之全球化策略目標

Keywords : Intellectual Property ; China ; Management Environment ; Strategy

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權頁.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘要.....	v
要.....	viii	目錄.....	xii	圖目錄.....	xiv
表目錄.....	xv	第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景與動機.....	1
機.....	1	第二節 研究目的.....	7	第三節 研究範圍.....	8
第四節 論文架構.....	9	第二章 文獻探討.....	11	第一節 專業服務部分.....	11
分.....	11	第二節 風險管理理論.....	13	第三節 經營策略及其他相關文獻.....	16
獻.....	16	第三章 研究設計.....	23	第一節 研究流程.....	23
第二節 研究方法.....	24	第三節 研究觀念架構.....	26	第四節 研究對象.....	29
象.....	29	第四章 個案研究描述與分析.....	31	第一節 產業背景陳述.....	31
述.....	31	第二節 產業結構分析.....	32	第三節 產業現況描述.....	36
述.....	36	第四節 個案研究.....	42	第五章 命題結構.....	70
構.....	70	第六章 結論.....	77	第一節 研究結論.....	77
論.....	77	第二節 研究貢獻.....	79	第三節 對業界與政府之建議.....	80
議.....	80	第四節 對後續研究之建議.....	81	參考文獻.....	82

REFERENCES

一、中文部份 1. 鄭成思，智慧財產權法，水牛出版社，民國八十年 2. 榮泰生，策略管理學，華泰書局，民國八十一年 3. 王洪欽，國家市場進入模式之實證研究---以中國大陸市場為例，台大商學研究所碩士論文，民國八十一年六月 4. 謝啟林、王宏成、李文章，中國知識產

權實用手冊，中國中信出版社，1994年4月 5. 蘇明瑞，台灣企業在中國大陸經濟發展之角色與定位---三邊統理論之應用，政大企業管理研究所碩士論文，民國八十三年六月 6. 蘇彭飛，經營環境與風險對抗策略之研究---以大陸投資風險為例，政大企業管理研究所碩士論文，民國八十三年六月 7. 陳偉康，服務業海外投資進入策略之研究---以海運業為例，政大企業管理研究所碩士論文，民國八十四年六月 8. 董澤平，專業服務業國際市場進入策略之研究，台大國際企業研究所未出版之碩士論文，民國八十四年六月 9. 司徒達賢，策略管理，遠流出版社，民國八十四年 10. 經貿服務處，台商赴大陸投資勞動管理手冊，財團法人海峽交流基金會，民國八十四年 11. 雷森伯格、莫蘭，挑戰全球---企業如何迎接全球市場的挑戰，美商麥葛羅·希爾國際股份有限公司，民國八十五年 12. 蓋瑞·哈莫爾、C.K.普哈拉，競爭大未來，智庫股份有限公司，民國八十五年 13. 王秉鈞主譯，管理學，華泰書局，民國八十五年 14. 寧星耀、黃友直，中國知識產權實務手冊，中國專利文獻出版社，1995年8月 15. 中國專利與商標確認，香港中國專利與商標雜誌社，1989年第一期~1996年第四期 16. 黃俊英、劉江彬，智慧財產權的法律與管理，華泰書局，民國八十五年

二、英文部分 1. Thompson,J.D.,Organization in Action,McGraw-Hill Book Company,1967 2. Aubrey,Wilson,The Marketing of Professional Services,London:McGraw-Hill Publish,1972,1 3. Thomas,D.R.E.,Strategy is Different in Service Business,Harvard Business Review,1978 4. Tushman,M.L.,Managing Communication Network in R&D Laboratories,Sloan management Review,Winter 1979,pp.37-39 5. Wheately,Edward W.,Marketing Professional Services,Englewood Cliff,N.J. Prentice-Hall,1983,pp.16-17 6. Williamson,O.E.,The Economics institutions of Capitalism,Firms,Markets,relational Contracting,New York,Free Press,1985,pp.21-32 7. Schmenner,R.W.,How can Service Business Survive and Proper?Sloan Management Review,1986 8. Milliken,F.J.,Three Type of Perceives Uncertainty about the Environment:State,Effect,and Response Uncertainty,Academy of Management Review,1987,vol.12,No.1. 9. Kennedy,H.R.Jr.,Political Risk Management:A Portofolio Planning Model,Business Horizons,1987,Nov-Dec 10. Gomes-Cassers,Benjamin,Join Ventures in Face of Global Competition,Sloan Management Review,1989,Spring,pp.17-26 11. Simon,Denies Fred,After Tiananem:What is the Future for Foreign Business in China,California Management Review,1990,Winter,pp.106-123 12. Erramillie,The Experience Factor in Foreign Market Entry Behavior of Service Firms,Journal of International Business,Third Quarter,1991,pp.486 13. Miller,K.D.,A Framework for Integrated Risk Management in International Business,Journal of international Studies,Second Quarter,1992,pp.311 14. Erramillie,M.K.,Service Firm's International Entry-Mode Choice:A Modified Transaction-Cost analysis Approach,Journal of Marketing,1993,July,pp.26