

家中 有



发明



日常生活中的
知识产权



世界知识产权组织





家中有发明

为具体说明知识产权的方方面面是怎样成为我们日常生活的一个重要组成部分，世界知识产权组织于1999年6月在主楼的信息中心重新设计布置了一套简易单元中的一间厨房、一间起居室和一间儿童的居室。“家中有发明”的展览自开展以来至2000年6月，吸引了18,000多名参观者。这个小册子就是根据展览会的内容编写而成的。

回到家里，就仿佛走进了一处以人类的创造力和发明建造的并充溢着人类创造力和发明结晶的殿堂。从一块手织地毯到一个沙发；从一只陶罐到一件刻花玻璃水瓶；从我们日常生活所使用的物品和器具，诸如开罐头的起子、冰箱、电话机到音乐、图书、绘画和使我们开怀一笑的家庭照；我们生活中使用的每件东西无不是人类创造力的成果。

这些物品都是人类头脑的创造——即知识产权。它们与我们生命中的每一天朝夕相处，即使在我们进入梦乡时也与它们为伴。象柔软的床垫，会使我们感到舒适惬意。象闹钟一类的物品，又会在我们耳边叨扰不休。一部小说、交响乐或是影片会使我们梦想和思索。或者它们干脆就会为我们思考，一个软件程序、一个计算器、一台电脑都具有这种功能。

如果我们有时对这些成果已经感到习以为常，我们就会常常感到惊叹不已。我们的生活总是那么丰富多采。日常家务琐事变得轻而易举；并且种类繁多的娱乐在日益增加。在所有的活动中，我们都离不开这些创造成果；它们构成了我们生活的有机组成部分。我们的家中确实到处有发明。

作为人类创造和发明成果的知识
产权，可分为两大类。第一类是工业
产权，其中包括：发明、商标、工业
品外观设计和来源地地理标志。

工业产权



知识产权的第二类别是版权和相关
权。其中包括了范围很广的文学艺术
作品：从报纸上的文章到小说；从图
纸到绘画乃至建筑作品，从音乐到舞
蹈；从照片到影片以及艺术表演，不
一而足。

版权

发明

我们在家里面到处都会接触到工业产权的内容。
例如，发明。

一项发明是一种产品或是一种提供做某事的一种新方法或为某个问题提供一种新的技术解决办法的工艺。

发明受专利的保护。专利向专利所有人提供了专有权。这就意味着未经专利所有人的同意，不得制造、使用、经销或销售专利发明。

对专利的保护是有一定期限的。专利的保护期通常为20年，以提交专利申请的申请日起计算。一旦专利期限届满，对它的保护也随之终结，发明由此而进入公有领域，可供他人进行商业上的使用。



创新

演进

专利不仅通过确保专利所有人得到承认和物质回报的方式对个人予以鼓励；而且还有助于世界技术知识总体的丰富完善。专利所有人应将有关其发明的信息公之于众，这就为其他发明人提供了有价值的信息，也为以后的研究者和发明人提供了启示。

这又导致了进一步的发明和创新，前面左边的产品就体现了这一点，这些产品中有许多项都是若干发明引发的成果。



承蒙以下公司提供相关资料：Dyson Appliances Ltd (1998年生产真空吸尘器)；Electrolux (其他类型的电冰箱和真空吸尘器)；De Dietrich (1999年生产电冰箱)；Dyson Appliances Ltd (1998年生产真空吸尘器)；Electrolux (其他类型的电冰箱和真空吸尘器)



1925



1938



1949-55



1999



1905



1922



1952



1990



1912



1919-25



1970-75



1998

商标



来源：以下公司提供样品。©Shell；©Coca-Cola公司 和 ©Vegemite

商标是一种可识别某一商品和服务的独特标志。商标的由来可以上溯到古代，当时工匠在自己的产品上复制他们的签名或所谓的“商标”。

专用权

我们从左边的一些驰名商标的例子中可以看出，一个商标可以由字、字母、数字的组合或由图形、形象、符号甚至乐声构成的。经注册的商标向商标所有人提供保护，确保其使用商标以识别商品或服务或授权他人使用的专用权。

今天的商标注册和保护制度，有助于消费者根据产品独有的商标所表明产品信誉和质量，识别并放心地购买产品。商标的保护期一般不得少于7年，只要某一特定产品的商标在继续使用并按规定缴纳费用，其保护期可无限续展。



1900



1904



1909



1930



1948



1955



1961



1971



1995



1999

工业品外观设计

工业品外观设计，又简称为外观设计，是指一件物品外观的装饰性或审美性方面的内容而言。外观设计可由三维外观组成，如一件物品的形状或外表；也可由二维外观组成，如图案、线条或色泽。

工业品外观设计可使一件物品具有吸引力和感染力，同时也增加了其商业价值。鉴于这种原因，所以外观设计受到保护；确保已注册的工业品外观设计的所有人享有禁止他人未经许可擅自复制或仿效其外观设计的专有权。工业品外观设计的首期保护期正常情况下为5年，其后在大多数情况下通常可续展到15年。

这一保护通过鼓励在工业以及传统艺术和手工艺品行业发挥创造性，从而有助于经济发展。对工业品外观设计的保护还有助于产品的创新并使之更具有美学上的吸引力。从右边和下边的图示中可以体现这一点：在这几年里，外观设计的改进在使电话机和电视机更具效能和吸引力同时也更符合我们需求方面发挥了作用。



1910



1937



1985



1990

来源BMW 公司提供：可擦电话机

来源地地理标志

有些名称，如香槟、罗克福尔、大吉岭、哈瓦那和吉安蒂，并不只是地名而已。它们还成为适用于一些具有某种与其地理原产地密切相关特点产品的来源地地理标志；在这种情况下，它们是指汽酒、干酪、茶、雪茄和红酒。

原产地

由于这些与产品联系在一起的地名往往取得了一种代表特定品质或特点的极富价值的声誉，因而受到各国法律和国际协定的保护。基于这一原因，例如，只有产自法国香槟地区的汽酒才称为香槟酒，而其他类似产品则鉴定为汽酒。



香槟酒

罗克福尔干酪

大吉岭茶

吉安蒂酒

承蒙以下公司提供有关展品：La S.A. des Caves et Producteurs réunis de Roquefort (罗克福尔干酪)；R. Twinning & Co. Ltd (大吉岭茶)；Agricola San Felice SpA (吉安蒂酒)

知识产权 的世界

这只冰箱的内部，向我们展现了一个知识产权的世界。各种品牌的食品都有一个商标，它向消费者提供了某种质量保证。它们特殊的包装方法（如听装、真空包装、带有开启器的容器或“易拉罐”）可以既是专利发明，同时在很多情况下，又是工业品外观设计的样品。这些食品不同的保藏工艺也可以取得专利。

工业品外观设计

保存吃剩食品的塑料食品容器都是工业品外观设计的样品；而其密封方法亦是享有专利的。

电冰箱的机械成分——保持食品冷却的零部件和工艺，都是享有专利的发明。而其中所具有的美学要素——抽屉、隔层架的外观设计，以及控温器的式样和外观，所有这一切都受工业品外观设计的保护。甚至于冰箱的说明书，作为其具有原创性的书面文字，也是版权保护的客体。



承蒙以下公司提供有关展品：De Dietrich（电冰箱）；Comalpe S.A.（“Bon Appétit”牌沙丁鱼罐头）；Carlos Albo S.A.（“Albo”牌金枪鱼罐头）；Migros S.A.（冷冻杏和Rösti Berner土豆饼）



版权

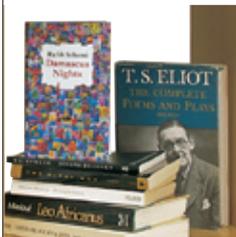
版权涉及的是给予文学、音乐和艺术作品（诸如小说和诗歌、歌曲和乐谱、绘画和雕塑）的创作者的权利。受版权保护的其他作品包括：电影、舞蹈、建筑、广告、地图和技术绘图，以及计算机程序和数据库。与版权相关的权利是为了保护表演艺术家（如演员和音乐家）的表演、录音制品（如激光唱片）制作者的录音以及广播组织的广播电视节目。

版权向创作者们提供了使用或授权他人使用其作品的专有权。一部作品的创作者可以禁止或授权以各种形式对其作品进行复制，这些形式包括印刷、录制、广播、公开表演、翻译或改编。

版权激发人类的创造力。它为创作者规定了经济权利；经济权可以使创作者或他们的继承人从其作品中获得经济利益；经济权的保护期通常为作者死后50年。这种规定不仅使其作品受到承认，而且还会鼓励创造出更多的作品。由于他们创造性的劳动，通过更多地接触这些品类繁多的文化、知识和娱乐，我们都可以从中受益。



文字作品



版权所涵盖的文字作品包括小说、短篇小说、电影剧本、诗歌和戏剧；诸如历史和传记的非小说类纪实文学；报刊文章；工具书类涉及了诸如百科全书和字典、计算机程序和数据库，等等。版权涵盖的范围不仅包括了已发表的作品，还包括未发表的作品；在多数国家，甚至口述作品也被版权所涵盖。



范围极广的艺术作品属于版权涵盖的范围。艺术作品包括了绘画、绘图、石印作品、蚀刻画、摄影和雕塑。影片的电影形式及其录像带或光盘形式均为版权所涵盖。版权涵盖的范围还涉及到建筑作品，其中包括了设计、绘图和平面图。



版

权

艺术和建筑作品



从歌剧到流行歌曲乃至交响乐这些音乐作品，林林总总都在版权的涵盖之中。这些既包含了音乐作品的曲谱，也包含了它的旋律和歌词；无论是把它们录制在激光唱盘上，通过收音机播放或是在音乐厅表演，都属于保护的范畴。一部音乐作品的表演者，如音乐家或歌唱家，其表演均在相关权涵盖之中；录音制品的制作者和广播组织，他们的作品也受相关权的保护。

音乐作品

创造、创新、演进

专利发明

激光唱片是我们可以从简单而熟悉的物品中感受到知识产权普遍存在的另一个事例。录制和回放程序是专利发明；激光唱片中的音乐或软件受版权保护，唱片封套的图案和装帧设计也同样受版权保护；被称为“珠宝盒”的激光唱片盒不仅是发明，也是工业品外观设计。

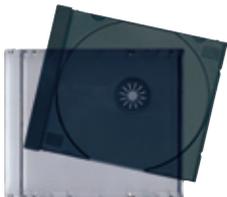
七十年代光盘（CD）技术被首次在商业上用于复制音乐，后经改造适用于软件程序、计算机游戏、数据库和交互式教学工具。光盘技术进一步演进到能够在数字录像光盘上（DVDs）复制供家庭观赏的标准长度的故事片。

现在许多家用计算机都具有创作自己的光盘的功能。

Sprales Communication visuelle (CD 盘封套)



激光唱片



激光唱片盒



激光唱片封套设计



激光唱片外观设计

请参见以下公司提供的有关商品：Sony（游戏站），IBM（DVD光盘）；



游戏站



DVD光盘

技术和创新：正在改变着我们的生活.....

近期的任何发明或许都没有象计算机那样使我们的生活方式发生了根本性的变革。当年不得不做成庞然大物的计算机，体积可以占满整个房间；技术创新推出了具有同样强大功能而体积却可置于掌中的计算机。

个人电脑或PC机在70年代的发展，使计算机进入了家庭。这一时代的到来对我们的日常生活产生了深远的影响。

随着把世界各地的计算机和人群连接起来的因特网和万维网的发展，在我们如何进行相互交流，我们的孩子又如何学习以及我们又怎样利用和享受人类创造成果方面，我们正在目睹着另一场更加深刻的巨大革命。

计算机



1946



1964



1981



1999

.....并且正在改变着我们的家

这些创新也正在改变着我们每个家的性质。为期不远的未来的家将成为一种“智能型”的家，一种网络式的家；我们家中所拥有的各种发明和家用电器——电冰箱、电话机、炉子、真空吸尘器、电视机，都会象一棵树的枝杈一样连接在一起。

网络

我们从厨房、卧室甚至数英里之外的办公室，都能通过类似于因特网的计算机网络与这些物品联络。我们将可以按预定程序打扫房间、定餐或定时观看一部影片（通过同一网络以数字方式播放），所有这些不过是举手之劳，只消轻触按钮即可。

这种未来的家无疑是智能型的；充满了更为复杂的智能型工具，但却有助于使我们的生活更加简化。我们在家中与之伍的每件东西，无论是器具还是艺术品或机器，复杂的或简单的，都无不属于同一基本来源。它们都是人类发明的成果。



家中



发明

日常生活中的
知识产权



世界知识产权组织谨向以下单位表示感谢，由于他们的慷慨支持而使得“家中有发明”展览得以举办：

- Amway Suisse S.A. • Bang & Olufsen AG • Coopérative Migros-Genève • De Dietrich Electroménager S.A.
- Dyson S.A. • Cie des Montres Longines Francillon S.A.
- Manor-La Placette • Micasa & Home S.A.
- Novasit S.A.R.L
- Reichel Cuisines S.A. - Bulthaup • Téο-Jacob S.A.
- Souk Déco, Artisanat Marocain • Stokke AG
- The Swatch Group S.A.

如需了解更多信息，请通过下述联络方式与世界知识产权组织联系：

地址：
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Genève 20
Switzerland 瑞士

电话：
41 22 338 91 11

传真：
41 22 733 54 28

电子邮件：
wipo.mail@wipo.int

访问世界知识产权组织网址：
<http://www.wipo.int>
和世界知识产权组织电子书店：
<http://www.wipo.int/ebookshop>

或通过下述联络方式与本组织纽约协调处联系：

地址：
2, United Nations Plaza
Suite 2525
New York, N.Y. 10017
United States of America
美利坚合众国

电话：
1 212 963 6813

传真：
1 212 963 4801

电子邮件：
wipo@un.org