

## The protection of enterprise copyright in highway transportation industry

Fu Tang

Zhejiang intellectual property trading center

**Abstract:** as a unit of national basic industry, the modernization degree of highway transportation enterprises directly affects the social progress and economic development of our country. Although the copyright protection of highway transportation enterprises is still out of the public's attention, the status and role of copyright protection as one of the weather vane of modernization is beyond doubt. This paper discusses the importance of copyright protection in China's road transport enterprises, and discusses the problems in this regard, and puts forward a series of corresponding countermeasures, including improving the awareness of copyright protection of the leadership, establishing a special copyright management department to train relevant talents, strengthening the copyright protection of advertising creativity, and paying attention to the network copyright protection in the road transport industry.

**Key words:** road transport enterprises; copyright; protection; Countermeasures

Received: 2019-08-08; Accepted: 2019-08-31; Published: 2019-09-14

# 公路运输业的企业版权保护

付 棠

浙江知识产权交易中心

邮箱: tangfudang80099@163.com

**摘 要:** 作为国家基础性产业的组成单位,公路运输企业现代化程度的高低直接影响着我国的社会进步与经济发展。虽然公路运输企业的版权保护问题现下仍处于大众关注的视野之外,但是版权保护作为现代化程度风向标之一的地位和作用却是毋庸置疑的。论述中国公路运输企业版权保护的重要性,并对此方面存在的缺陷等问题进行探讨,提出了一系列相应对策:包括提高领导阶层版权保护意识、建立专门版权管理部门培养相关人才、加强对广告创意的版权保护以及注重公路运输业的网络版权保护等。

**关键词:** 公路运输企业; 版权; 保护; 对策

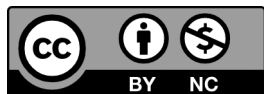
收稿日期: 2019-08-08; 录用日期: 2019-08-31; 发表日期: 2019-09-14

---

Copyright © 2019 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



## 引言

随着经济的发展、竞争的加剧以及现代化程度的不断提高，中国公路运输业的运营模式也开始从传统的单一结构向与其他行业联合的多元结构方向不断地进行调整。在此过程中不可避免地会遇到形形色色的知识产权问题，其中又以版权问题最为复杂。有必要从多重角度分析版权与公路运输企业之间的关联性；并且由各个不同的层面出发，挖掘版权保护在融入企业运营之后将能产生出怎样的经济效益。

## 1 公路运输企业版权保护的重要性

### （一）完备的版权保护是拓展对外贸易以及融资渠道的新型因素

在 WTO 以把货物贸易、服务贸易与知识产权贸易融为一体的形式，将其管辖范围圆满化的大环境下，第三产业之间各自的区间变得模糊难以界定。公路运输业所体现出的浓重的服务性为其带来了强大的市场竞争压力，而要缓解产业结构调整所带来的压力则必须意识到传统运输业与知识产权联系严重不足这一缺陷。2006 年实施的《公司法》明确认可了包括专利权，商标权，著作权及商业秘密在内的知识产权都可以直接作价出资。如今，文化创意产业的版权融资热潮已经席卷全球，然而更多的人似乎还没有意识到这股热潮对于其他智力密度相对较低的行业也会产生影响。公路运输业就是其中之一，除了走传统的实业路线之外，企业内部都拥有一些诸如广告创意，企业形象设计等具有自主知识产权的智力成果。如果企业能够敏感地意识到自身拥有这种非货币财产并且在最大程度上进行合理利用的话，那毫无疑问是为公路运输业找到了继客运、货运之后的，第三条盈利途径。

（二）加强版权保护可以弥补外观设计专利申请之不足成规模的公路运输企业一般都对所属车队的车辆有一定的外观要求，比如使用符合企业文化的色调，印制企业 logo 等。这就意味着这样的企业必须按照需要定做符合自己外观设计要求的车辆，而外观设计作为专利法保护对象的一部分，通常情况下都是经由专利渠道进行保护的，加之外观设计作为一种特殊的美术作品本身也是受

版权保护，所以通过著作权法对外观设计的美术作品进行保护也成了时下的一种趋势。就公路运输业而言也存在着诸如对企业统一的交通运输工具进行外观设计保护的问题，一旦涉及外观设计侵权，版权保护之手总是能先行一步达到及时维权的效果：外观设计作品但凡经历了设计，印刷与公开使用，无需经过任何批准登记便自行取得了权利，这点较之专利繁复的审查程序有着本质上的优越性。而且即使某公路运输企业未对自己的车辆进行外观设计专利申请，之后他人又进行了恶意抢注，出于著作权法上规定的先用原则，该企业仍然可以以其享有的著作权权利对抗他人实质上无效的专利权。可见善用版权既可以在一定程度上扩大对外观设计的保护范围，又能提高保护效率。

## 2 急需保护的公路运输企业相关的版权类别

### （一）公路运输企业相关计算机软件的版权保护

本应成为经济发展先头部队的公路交通运输业之所以不仅没有达到相应的先进标准，反而滞后于国民经济发展的关键原因之一，就在于电子信息与网络技术的应用在该领域中相对落后。其间还有诸多的因素：例如企业信息化建设不健全，技术设备过时等等，但追根究底还在于技术开发水平的‘低下’。这里的‘低下’并不是对于技术开发能力的质疑，而是指研发热情的低下。比如，交通运输管理方面的软件对于公路运输企业而言就起到了十分重要的作用，它的功能强大：不仅扩展了采购资源、规划、执行、财务结算和可视性功能，还能够提高车队管理功能，通过增强规划和优化引擎实现复杂车的队规划设想，帮助企业降低运输成本从而提高设备的利用率。除此之外，优秀的管理软件还能够帮助企业衡量和监测诸如二氧化碳排放量、氮化合物排放量和耗油总量之类的“绿色”指标，可称其为公路运输企业不可多得的“好管家”。然而管理软件必须投入相当的财力与精力才能研发成功，但是鉴于研发成本偏高导致市面上盗版猖獗。对于公路运输企业而言，缺乏或使用盗版软件的直接危害在于，企业不能及时了解自身运营的相关信息，对于车辆以及货物的运输状态也无法于第一时间实施有效的管理措施，盗版软件的使用甚至会导致计算机系统被攻击造成车辆及货物调配的差错，最终导致管理水平低下，运输效率差等问题。

对应用于公路交通运输企业中的计算机软件的版权进行保护,不仅是为了有效地促进智力成果的创新,从某种程度上说更是一种安全责任的需要。

## (二) 公路运输企业相关广告创意的版权保护

广告创意作为一种艰辛的智力成果,源头上就与版权有着某种天然的联系。有必要提到的是,广告创意人与广告主可以是同一主体,但通常情况下广告主是作为最终使用者而独立存在的。少部分的公路运输企业本身既是广告主也是创意人,这种情况下通常很少出现版权保护不足的情势,然而大部分的企业会选择借由广告公司作为中介向创意人订购广告创意。在此过程中往往容易产生许多问题,有些是出自于无法预期的客观因素,而有些则是因作为广告主的企业方主观上的疏忽大意甚至意识错误而导致的问题。与文化创意企业相比,公路运输企业对于广告的要求仅限于使用价值上,并没有深刻认识到原创性的意义以及对其进行版权保护的重要性。然而在这个品牌效应,形象决定企业竞争力的时代,一个创意不过硬的广告是无法给企业带来预期利益的。

# 3 目前国内公路运输企业版权保护方面存在的问题

## (一) 企业内部未建立版权管理相关机构

我国大多数企业都没有设立自己专门的知识产权管理部门,“国资委近年曾进行了一项 2716 家企业的知识产权问题调查表明,80.2% 的企业没有设立专门的知识产权管理部门” [1]。在收集资料的过程当中,笔者发现江西长运股份有限公司的组织架构比较具有系统性:以股东大会为首,自上而下分别为董事会、总经理、三总师三个级别,其后分布着各个专职部门。然而在设立了包括战略研究部、人力资源部以及资产管理部等诸多分工明细的专职部门中却没有版权管理部门的一席之地,可见能够设立版权管理机构的公路运输企业实属凤毛麟角。由于对自身拥有的版权价值认识不够,企业往往都是在遇到了相关问题之后才会临时授命其他文职部门进行处理,不难想象,如此非专业又无法集中精力的作业所达到的效果必定是不尽人意的。

## (二) 企业内部缺乏专业的版权管理人员

除了未设立专门的版权机构之外,在吸纳与培养精通版权相关事宜的专门人才方面,公路运输企业也做得不够。还是以江西长运股份有限公司为例,正是因为没有专门独立的版权管理机构,企业才忽视了应当引进该方向专业性人才,出现了问题便只能临时求助于战略研究部。所以笔者在此强调的专门人才是为了区别于企业部门间临时借调去解决问题的人员。专业的版权管理人员不仅要具备相当的管理能力,策划与执行能力也是必不可少的,包括对版权管理知识的熟练掌握,相关法律的基本了解以及一定的外语能力。然而这些高素质人才的发掘与培养工作不仅难度大而且还很少受到企业的重视,以至企业内部缺少能将版权管理与企业业务有机结合在一起的专门人才已经成为了一种十分普遍的现象。

### (三) 在版权方面的侵权认知程度低下

由于对版权相关知识的认识不足,公路运输企业即使有心维权也苦于无门,更多的情况是一些企业即使侵犯了他人的版权也浑然不知。比如引进广告,制作方不重视创意来源,实行购买行为之前又没有确认版权的归属状态以及广告公司是否与版权人达成了相关协议等问题,这些都会导致日后在广告播放与使用的过程中产生一些突如其来的侵权纠纷。再比如网络版权,由于网络平台具有无歧视性开放的特征,信息交换的吞吐量巨大,再加上P2P等点对点信息共享技术的普及,很难查清楚自己使用的信息到底有没有经过版权授权,这样一来就很容易导致一种主观上没有恶意的间接侵权行为。公路运输企业由于缺少版权方面的专业人才,在这方面的意识尤其薄弱,无端陷入版权纠纷的几率自然更高。

### (四) 中国公路运输企业对于本行业与网络版权的联系认识尚浅

网络版权是企业无形资产的重要组成部分,对其给予完备的保护是一种善用网络资源,重视无形财产积累的表现。在我国,意识到网络版权保护能带来积极效应的公路运输企业仍是少数,多数则始终秉持着传统的行业观念,认为公路运输业的核心是运营,网络技术只是实业的辅助手段,而那些拥有版权的网络智力成果则更是一种可有可无的副产品。但事实却是,通过网络平台向公众特别是潜在客户传达企业文化,推出品牌活动等做法要比走传统路线,只与



固定伙伴合作的模式产生更大的经济效益。更重要的是,保护好网络上流动的智力成果的版权不仅能实现经济效益的更大化,还可以使本企业在与其他企业发生相关法律纠纷时免于陷入被动的局面。

## 4 中国公路运输企业版权保护的对策

### (一) 在公路运输企业内部建立以保护管理版权为工作重心的相应部门

要解决在公路运输企业内部建立专门的版权管理部门的问题,首先要更多地了解知识产权管理部组织构建的模式。一般而言,知识产权管理部门的构建通常可以分为三种类型:即集中型,分散型以及复合型。所谓集中型是指“企业知识产权最高管理层与技术部,经营部共同构成企业的核心层,与生产部和财务部组成企业的最高管理组织,以下各级管理层都需从事综合性的知识产权管理事务”[2]。这样的管理模式虽然决策快,效率高,但是要求整个企业的管理层都必须熟悉了解包括版权在内的知识产权全部内容以及管理方式,消耗未免过大,不适合版权保护“精而专”的性质定位。笔者认为分散型模式更容易切入重点。例如,公路运输企业可以在知识产权最高管理层的领导下,纵向设置包括专利,商标及版权在内的各种职能部门,其中版权部门的工作重心应当放在归纳掌握企业内享有版权保护的智力成果、收集同行间相关的版权信息、做好版权转让、许可、质押管理工作等上面。如果企业资金情况允许的话,实施复合型管理模式自然是最理想的选择,这样能够为专门的版权部门提供更宽松更系统的管理环境[3]。

### (二) 着力引进及培养相关人才

拥有版权相关人才是公路运输企业进行版权保护进而增加企业竞争力的基础性保证。这些人才大致由两种渠道进入企业,一是从外部引进专业人才,是在企业内部培养相关方向人才。从宏观的角度出发,企业版权管理部门涉及的人员通常包括两大类:一类是指企业的技术人员,市场销售人员和管理人员,另一类则是版权管理专门部门的研发人员,主管人员,宣传人员以及法律工作者。第一种人才的工作虽然与版权管理没有直接关联,但是所有的版权相关工作都是依附于经由他们在工作过程中创造出的智力成果而产生的,所以这一类人才

在版权管理工作中的作用是不容忽视的。为了使企业的资源达到最合理的配置,公路运输企业在引进和培养版权管理人才的问题上应当区别对待:着力从专业领域引进版权专门部门所需要的技术与法律人才;在企业内部对涉及智力成果创造的有关人员进行全面的版权知识培训。这样一来,在确保部门专业性的同时又提高了整个企业的版权保护意识,大大增强了企业的版权保护能力。

### (三) 注意维权的同时亦不侵犯他人权利

从版权保护意识低下到保护过当,其间存在着一个量变到质变的过程。一旦意识到因版权保护不利会给企业造成经济损失,大部分企业通常会从忽视保护的极端迅速地走向过度保护的另一个极端,而保护过当往往会导致直接或间接侵权等不良结果。对于公路运输企业而言,相关的广告版权与网络版权一般最容易涉及侵权问题。在这种情况下,企业的版权管理部门可以效仿专利纠纷中使用的“防止侵权检索”方法,在敲定使用某广告歌曲,宣传画册或者决定将某品牌计划上传至官方网站之前,先对相关内容进行版权检索,确保不存在被自己侵权的其他作品。另外,严格控制企业作品的版权来源也是减少无意识侵权的有效方法。

### (四) 合理借鉴美国的保护理念,注重公路运输业的网络版权保护问题

如今,网络版权已经呈现出一种国际化的趋势。美国的千年版权公约设定安全港就是为了确定承担侵权责任的界限,毕竟互联网中的版权问题错综复杂,哪些内容需要保护,如何进行保护,如何调和版权人与公众之间的利益冲突,这些都是网络版权保护过程中必须解决的难题。在中国,特殊的国情决定着特别的保护手段,与美国的企业相比,中国公路运输企业的网络版权保护观念异常淡薄,其中的大多数甚至不清楚本企业的网络资源是存在网络版权的,在这种情况下要树立起保护意识更是难上加难。中国互联网协会副理事长高卢麟教授曾经表示,“要解决我国企业的网络版权保护问题必须在认清国情的基础上遵守知识产权保护的基本原则,并且在使得相应的法律与判例跟上技术发展的同时平衡各方的利益,形成一个双赢的态势”<sup>[4]</sup>。由此可见,公路运输企业应当全面系统地加强网络版权知识的普及,在坚持版权保护基本原则不动摇的基础上根据各企业的自身的特点制定出一套适合自己的保护方案。



## 结束语

公路运输企业要在时代的洪流中立足继而发展,除了根植于传统的运输方式之外更需要善用知识产权的力量:特别要重视企业版权保护的重要性。笔者希望通过对版权保护的研究,帮助公路运输企业认识到如果善于利用版权优势,势必能够提高本企业的市场竞争力并最终达到促进整个公路运输业繁荣发展的效果[5]。

## 参考文献

- [1] 冯晓青.企业知识产权战略:第3版[M].北京:知识产权出版社,2008:473.
- [2] 汪琦鹰,杨岩.企业知识产权管理实务[M].北京:中国法制出版社,2009:34-36.
- [3] 王永德.分析公路运输经济中的信息化管理[J].全国流通经济,2017(12):65-66.
- [4] 袁楚.网络版权保护的现状及展望[J].互联网天地,2009,(12).
- [5] 栾斌.完善公路运输系统,促进区域经济发展[J].现代企业文化,2017(8):141-141.