

## 知识产权行业术语表

### A

**原产地名称 (APPELLATION OF ORIGIN)** [商标—不正当竞争]。产品的原产地以及特定地理条件和生产方法所导致的产品特征。有些人把原产地名称与"来源标识"(Indication of Source)区别开来,把后者专门用于指原产地。洛克福特乳酪(Roquefort cheese)是原产地名称的一个例子,因为它既指原产地,也指产品特征。而"巴黎"香水是来源标识,即仅指产地。"地理命名"(Geographic Demomination)则涵盖上述两个范畴。

**转让 (ASSIGNMENT)** [专利—商标—著作权]。知识产权的转移。例如,在专利转让中,由于转让了充分的权利,受让方承接了专利的产权。转让可以是全部专有权利的转移,也可以是一部份未分割权利的转移(如百分之五十的利益),或者局限于某个特定区域的全部权利的转移(如仅在美国某个地区)。少于以上的权利转移叫做"特许"(license)。

**音像作品 (Audiovisual Work)** [著作权]。属于可申请著作权的作品,其组成部份是旨在以机器展示的一系列图像及伴随音响。在展销说明、课堂教学以及博物馆介绍中使用的幻灯片即为一例。

**作者 (Author)** [著作权]。创作著作权作品的个人或雇人创作著作权作品的雇主或公司。就某些类型的作品而言,还包括创作委托人。在著作权法律中,"作者"不但包括小说、戏剧及论文的作者,还包括计算机程序的创作者、参考资料的编纂者、舞蹈设计者、摄影者、石像雕塑者、壁画画家、歌曲作者、声音录制者、以及将书籍从一种语言翻译到另一种语言的人。(参见"职务作品"与"共同作者")。

### B

**《伯尔尼公约》 (Berne Convention)** [著作权—国际]。最重要的著作权多边条约,于1886年在瑞士伯尔尼签署。《伯尔尼公约》的成员国组成了伯尔尼联盟(Berne Union),该公约获得包括美国在内近150个国家的批准。世界知识产权组织(WIPO)是伯尔尼联盟的行政管理机构。

**充分公开 (Best Mode)** [专利]。授予合格专利的条件之一。发明人必须尽其所知描述将发明付诸实施的最好方法。

### C

**欧共体商标 (Community Trade Mark)** [商标—国际]。欧洲共同体商标局授予的注册商标,在欧洲共同体的所有国家享受保护。(参见"欧洲共同体商标")。



**汇编作品 (Compilation)** [著作权]。一种著作权作品，系将现存材料进行收集与整理而成。材料整理起码必须在选材、组织、安排上具有最低限度的原创性，但不得改动材料内容。

**共同侵权 (Contributory Infringement)** [专利—商标—著作权]。知识产权的一种间接侵权，亦即一个人参与了他人的直接侵权行为。比如，当一个制造商帮助或鼓励零售商将其产品冒充为另一个制造商的产品而出售时就构成共同侵权。

**复制品 (Copies)** [著作权]。用于存储或保持除声音以外的著作权信息的物质材料。

**复制 (Copying)** [著作权—专利—商标]。在著作权法中，“复制”表述两个不同但相互联系的概念。构成著作权侵权的作品必须是“复制品”，亦即与著作权作品具有实质性相同，并必须是从著作权作品“复制”而来，而非巧合或独立制作的结果，也并非与著作权作品有共同来源。构成著作权侵权的法律标准，与构成专利与商标侵权的标准不同，后者不要求证明复制。

**著作权 (Copyright)** [著作权]。政府授予创作者的专有权利，该权利用于防止他人对创作者的作品进行复制、改动、向公众发行、公开演出或公开展示。著作权不保护抽象的想法，它仅保护作品中具体形式的表达。为符合著作权条件，作品必须有新意和创造性。

**假冒 (Counterfeiting)** [商标]。制造或贩卖带有虚假商标的产品，并且是蓄意对真实商标产品进行复制。假冒商标与真实商标一样，或基本上难以区分。假冒商标产品常常在结构与表征上细致地模仿某个受欢迎的产品，以欺骗消费者，使之相信他们购买的是真实商品。

**域名抢注 (Cybersquatting)** [商标]。“域名抢注”与“域名盗版”是近义词，指对互联网网址的不正当竞争行为。典型的“域名抢注者”故意在域名注册处登记域名、商标或公司名称，以便将域名权利再卖给合法的所有者。

## D

**从属权利要求 (Dependent Claim)** [专利]。对专利的一种权利要求，它基于以前的一项权利要求，但对发明范围作更窄的定义。从属权利要求必须具有书面形式，必须对原有权利要求所定义的技术范围作进一步限制。

**演绎作品 (Derivative Work)** [著作权]。基于现存作品并以某种方式对现存作品进行改动、浓缩、重塑与装饰后产生的作品。

**描述性商标 (Descriptive Mark)** [商标]。通常是一个字词、图画或其他符号，用于描述商品与服务的某个实用方面，如目的、体积、颜色、使用者类别以及使用效果等。一个叙述性术语本身并不具有独特性；要将它注册或使之享受法庭保护，必须证明它获得了独特性。这种独特性被称为“第二含义”。（参见“第二含义”和“暗示商标”）。





**外观设计专利 (Design Patent)** [专利]。政府就某项新颖、独特、装饰性工业品的外观设计授予的专有权利。外观设计专利禁止专利拥有者之外的其他人制造、使用或出售与享有专利的外观设计类似的产品。外观设计专利涵盖设计的装饰方面，设计的功能方面则属于实用专利。外观设计专利与实用专利可以是同一物件的不同方面，如汽车或台灯。

**《新千年数码版权法》 (Digital Millennium Copyright Act)** [著作权]。美国在 1998 年的一项重要立法，对著作权法进行了大幅修正，一方面将美国法律与各种条约义务一致化，一方面针对数码技术的新发展将美国法律现代化。

**商标淡化 (Dilution)** [商标]。一种对强势商标的侵犯，亦即被告使用的商标虽然没有造成混淆，但导致原告商标失去独特性或形象受损。商标要使其销售潜力与知名度得到反商标淡化法规的保护，首先必须具有相对强势与很高的知名度。

**发行权 (Distribution Right)** [著作权]。著作权拥有者享有的六项专有权利之一，即以销售、租借等形式向公众发行作品的复制品或录音制品的专有权利。与著作权其他方面的权利不同，发行权的侵权仅涉及复制品的转手，而不考虑复制品是否合法制造，唯一例外是"首次销售原则"。(参见"首次销售原则")。

**域名 (Domain Name)** [商标]。公司以名称或字词注册的互联网网址，也称"URL"。比如，www.coca-cola.com 是可口可乐公司的网址。从技术角度而言，每个域名都是独特的，不能分享。域名按照"先来先注"的原则注册。

**保护期或有效期 (Duration)** [专利—商标—著作权—商业秘密—公开权]。一项知识产权的有效期限。根据《乌拉圭回合协议法》，美国修改了相关法律，自 1995 年 6 月 8 日起，采纳 20 年的专利有效期，从提交专利申请之日算起。商标的有效期可一直延续至发生以下情况：商标权利因废弃不用而失效，或某种行动导致其失去来源标识作用而变成一种普通名称。著作权的基本有效期是作者有生之年再加上 70 年。商业秘密的保护期在信息公开前一直延续。

## E

**《经济间谍法》 (Economic Espionage Act)** [商业秘密]。美国 1996 年通过的一项法律，规定对窃取商业秘密的行为给予刑法惩处。《经济间谍法》规定以下行为为非法：以窃取或诈欺手段获取商业秘密以使外国政府、其职能机构或代理人受益；盗窃商业秘密以使"雇主之外的任何人"受益。

**等同原则 (Equivalents, Doctrine of)** [专利]。对权利要求进行解释的规则之一，即一件产品或一项工艺虽然不是与专利发明完全雷同，但如果实质上具有相同功效，则仍构成侵权。

## F

**合理使用 (Fair Use)** [著作权—商标]。针对著作或商标侵权指控的一种辩护。关于著作权，美国法庭基于四个因素决定合理使用的辩护能否成立：有争议使用方式的目的与性质；著作权作品的性质；





被使用部份在整个作品中的重要性；使用方式对著作权作品的潜在市场及价值的影响。关于商标，第二使用者必须证明，他(她)在使用描述性或地理描述性名称或个人姓名时没有表达有关商标的含义，而仅仅描述其商品与服务或原产地，或仅仅提及企业管理人的姓名。

**使用领域限制 (Field of Use Restriction)** [一般知识产权—反托拉斯]。知识产权特许协议包含的限制条款之一，规定受许者只能在某个特定的产品或服务市场使用特许权。

**首次销售原则 (First Sale Doctrine)** [著作权]。对著作权拥有者享有的专有权利的一种例外。在此原则下，著作权拥有者有权销售作品或录音制品，但无权控制此后的转售。(参见"发行权")。

**先申请原则 (First To File)** [专利—商标]。就专利而言，该原则规定：根据发明人申请专利的顺序而非实际发明的先后决定优先顺序，进而决定专利的归属。这个原则几乎被美国之外的所有国家采用。就商标而言，为解决优先权争议，专利局将最早收到的申请公布，以便较晚的申请人提出异议。但在美国，商标的拥有权取决于谁先使用商标，而不是根据谁先注册。在新的使用意愿申请的体制下，申请注册商标可以在使用商标之前进行。(参见"使用意愿申请")。

**先发明原则 (First To Invent)** [专利]。决定专利优先权的规则之一，即以发明人首先实际发明为依据，而非以首先提交专利申请为依据。美国遵循先发明原则。

**功能性 (Functionality)** [专利—商标—著作权]。外观设计的一个方面，它使产品更好地服务于产品的设计目的，而非使产品外观更好看，也非标示其商业来源。

## G

**通用名称 (Generic Name)** [商标]。大多数人用以称呼某类或某种产品或服务的字词，如"移动电话"。任何人无权将通用名称用作商标。

**商誉 (Good Will)** [商标]。反映商业声誉的价值，可为企业的特征，也可以体现于一种产品或服务。企业拥有已建立的商誉时，即使其全部有形资产消失，仍然拥有属于自己的商誉。商标侵权即是盗窃商誉的一种形式，因为一个商标或服务品牌是企业商誉的象征。

## I

**思想—表达二分法原则 (Idea—Expression Dichotomy)** [著作权]。著作权法的根本规则，即著作权不保护某个想法，只保护其具体表达形式。

**侵权 (Infringement)** [一般知识产权]。对知识产权范畴内任何专有权利的侵犯。对实用专利的侵权指：在未经许可的情况下，制造、使用、销售、提供销售以及进口专利产品或工艺。对外观设计专利的侵权指：仿造一种外观设计，在普通人看来，与已经存在的外观设计实质相同，并且，造成这种相似的意图是使购买者误以为该产品是另一种产品(专利产品)。对商标的侵权指：在未经授权的情况





下，使用或模仿他人所拥有的商标，以达到诈欺、混淆或误导之目的。对著作权的 侵权指：将他人的著作权作品进行复制、改编、发行、公开演出或向公众展出。

**知识产权 (Intellectual Property)** [专利—商标—不正当竞争—著作权—商业秘密—道德权利]。人类智 慧的某些创造物，具有商业价值并被授予产权的法律意义。"知识产权"是一个包罗万象的术语，目前被广泛用于指代以下各法律领域的总合：专利、商标、不正当竞争、著作权、商业秘密、道 德权利、公开权利。

**使用意愿申请 (Intent To Use Application)** [商标]。美国自 1989 年以来实行的一种申请联邦注册商标的选 择方法。申请人可本着诚信原则就特定产品或服务表示有意以某种方式使用所申请的商 标，从而 获准在商标主目录 (Principal Register) 中注册。

**发明 (Invention)** [专利]。人类创造新技术的构想以及实现或体现该构想的实物手段。

## J

**共同作者 (Joint Authors)** [著作权]。同一著作权作品的共同创作者，作品由其各自的贡献结合而成。共同作 者意味着著作权作品具有共同所有权。著作权的各位拥有者被视为"共同拥有者"，其中任 何一位 均有权独立签署特许协议，但必须与其他拥有者分享利润。

**共同发明人 (Joint Inventors)** [专利]。同一项发明有两个或更多发明人，他们在发明的过程中相 互合作。

## K

**冒牌 (Knock—Off)** [专利—商标—著作权]。与在专利、商标、商品外观、著作权等方面受保护的 产品一模一样的 复制品。"冒牌"用于动词时，指制作上述复制品的行动。

**专有技术 (Know— How)** [商业秘密]。完成某项任务、操作某件设备或采用某种工艺所需要的信息。

## L

**特许 (License)** [专利—商标—著作权]。在对时间、环境、市场范围或地域等因素作出限定的前提 下许可使用 知识产权作品的授权。在知识产权法中，"专有特许"与"非专有特许"之间存在着重要区别。 专有特 许并不一定是唯一特许。授权人签发专有特许权意味着作出如下承诺，即在相同的范围或领域 内，他(她)不将同样的专有权利授予其他人。但是，拥有者可以将同样的权利作为非专有特许而授予 无数人。在非专有特许中，知识产权仍属于特许权的签发者。专利特许仅涉及部份权利转让，不 构成专 利转让。商标或服务商标的有效特许在于：在受许人销售使用该商标的产品与服务时，特 许人能够控 制商品与服务的性质与质量。根据著作权法，专有特许意味着受许人就是著作权特定 权利的拥有者， 他(她)可以基于对该权利的侵犯提出诉讼。任何作品只有单一的著作权，即使其 拥有者签发多种专有 特许权亦不改变这一点。







**标志 (Logo)** [商标]。指代表公司名称与商标的图像或符号，通常为了便于识别。此术语在商标法中没有法律上的意义。

## M

**侵占 (Misappropriation)** [不正当竞争]。普通法中一种不正当竞争形式，亦即被告复制或挪用了原告的一个物件或作品，而该物件或作品不受专利法、著作权法与商标法的保护，也不受任何传统的专有权利理论的保护。

**道德权利 (Moral Rights)** [著作权—作者权利]。欧洲及其他一些国家的法律系统明确承认作者在著作权法严格规定的权利之外享有的某些权利。道德权利一般有三个范畴：作者有权获得作品之创作者的名誉，防止他人冒作者之名，并防止作者名字与非其创作的作品相联系；作者有权制止对其作品的篡改；当作品不再代表作者的观点时，作者有权从发行渠道中收回该作品。

**音乐作品 (Musical Work)** [著作权]。著作权作品的一个范畴，以乐谱或声音表达。一件音乐作品可以呈现于或固定在实物上，并被归类为"复制本"（活页乐谱）或"录音制品"（如光盘或磁带）。作曲家创作的歌曲涉及音乐作品著作权，但歌曲的录音则涉及录音制品著作权。

## N

**告知 (Notice)** [专利—著作权—商标]。指一个正式的标志或提示，附在实物之上，用以体现或复制知识产权，如使用"专利"的字样或专利的缩写"pat"，与专利号码一起，附加在专利产品之上，显示该产品由专利所有人或其受让人制造。美国注册商标的正式法律告知形式是：一个以圆圈包围的 R 字母，如®，或"reg.U.S.Pat.& Tm.Off." + Chr\$(34) + "的字样，或"在美国专利商标局注册"（Registered in U.S. Patent and Trademark Office）的短语。许多公司使用非正式的商标告知，如 "Brand"、"TM"、"Trademark"（商标）、"SM"或"Service Mark"（服务商标）等，并置于受保护商标的字词或图像旁边。著作权告知的形式是：以圆圈包围的 C 字母，如©，或"Copr."或 "Copyright"（版权），并附加著作权拥有者的名字与第一版的年代。

**新颖性 (Novelty)** [专利]。发明获得专利化所必须具备的三个条件之一。具备新颖性的前提是发明的全部要素未曾在以往的某件技术产品中统一披露过。

## O

**易见性 (Obviousness)** [专利]。发明不能获得专利的一种情况，因为相关专业中掌握一般技艺的人即可基于公共信息（已知技艺）得到同样结果。

**待售 (On Sale)** [专利]。发明不能获得专利的一种情况，因为发明者在体现其发明的产品"待售"后未能在一年宽限期内递交专利申请。





**一般专业技艺 (Ordinary Skill in the Art)** [专利]。在与发明相关的领域中，一般工程师、科学家或设计师所具备的技术知识、经验与专业水平。

## P

**仿冒 (Passing Off)** [商标]。以下行为之一：(1) 用一种牌子的产品冒充另一种牌子的产品；(2) 一种商标侵权，即侵权者意图误导或欺骗购买者；(3) 另一种商标侵权，即不存在有意欺骗的证据，但可证明可能混淆；(4) 在英国法系统国家，普通法定义的一种非法行动，即在注册"商标"法的管辖范围之外将自己的产品与服务冒充竞争者的产品与服务，通常使用类似的商标。

**专利 (Patent)** [专利]。在美国，指联邦政府授予发明人的专有权利，借以禁止他人制造、使用、销售其发明。美国有三种类型的专利：功能与工艺方面的实用专利；涉及装饰有用物件外观的设计专利；涉及活植物新品种的植物专利。专利不保护"构想"，只保护应用技术的结构与方法。专利的核心内容是排除他人在精确定义的范围内享有技术、工业品外观设计以及植物品种的权利，但是，作为得到上述专利的交换条件，发明人必须将发明的细节向公众公开。这将使其他人理解发明，并在此基础上进一步推动科技发展。一旦专利过期，公众即有权制造与使用该发明，并且有权获得实施专利技术所需要的全部信息。

**演出 (Performance)** [著作权]。对著作权作品进行背诵、表述、上演、舞蹈、表演等，包括广播电视的播出与接收。所有著作权都被赋予"在公共场合使用著作权作品"的专有权利，只有图画、雕塑与录音例外。

**录音制品 (Phonorecords)** [著作权]。存储或保持著作权声音的物体，但不包括电影伴音。录音制品可以是录音磁带、光盘、可存储声音的计算机芯片等。

**盗版 (Piracy)** [著作权-专利]。未经授权即对著作权作品或商标产品进行非法的精确复制，且有一定商业规模。

**已知技术 (Prior Art)** [专利]。已存在的技术信息，以此来判断发明的新颖性与非显而易见性，从而决定是否授予专利。

**工艺权利要求 (Process Claim)** [专利]。专利的一种权利要求，涉及使用发明的方法，并以一系列操作步骤来定义方法。与程序性权利要求形成对照的是产品权利要求与结构权利要求，后两种权利要求涉及产品的结构。

**产品程序权利要求 (Product-By-Process Claim)** [专利]。专利的一种权利要求，亦即通过界定产品的制造程序而对产品提出的权利要求。产品程序权利要求最常用于界定新的化学化合物，因为许多新的化学材料、药物与药品只能通过制造过程来界定。

**产品权利要求 (Product Claim)** [专利]。专利的一种权利要求，涉及结构、框架或组合。它与"工艺权利要求"形成对照，后者仅涉及方法与工艺。



**出版 (Publication)** [著作权]。作品的复制品或录音制品的公开发行人。

**公共领域或共有领域 (Public Domain)** [一般知识产权]。发明、创作品、商业标志不在任何形式的知识产权法律的保护之下。存在于公共领域的作品对所有人公开，可随意进行复制或使 用。复制公共领域的作品 不但得到允许，而且作为竞争过程的关键要素受到鼓励。(参见"复制"与"知识产权")

## R

**具体实施 (Reduction to Practice)** [专利]。发明过程中具有物质形式的一部份，它使发明过程 终结与完 整。在法律意义上，具体实施之后，发明过程即完成。

**续展 (renewal)** [商标—著作权]。延长著作权与商标的注册期限。

**反向工程 (Reverse Engineering)** [商业秘密—著作权]。一种得到技术信息的方法，亦即从公共 产品开始，判断 它的组成及运行机制，以及它是如何生产出来的。反向工程与制造工程相反，通常制 造工程从技 术资料开始并以此来制造产品。如果反向工程使用的产品或其他材料系通过正常途径取得， 那么 反向工程不构成对某一产品包含的商业秘密的侵权，而属于正当合法的竞争行为。

**公开权利或形象公开 权 (Right of Publicity)** [一般知识产权]。每一个人控制其身份的商业使用之 权利，这是一种 不 可剥夺的权利。

## S

**第二含义 (Secondary Meaning)** [商标]。商标或服务商标在消费者心目中与某个特别品牌的产 品与服 务相联系而产生的某种意义。本身并无明确特征的商业标志必须获得独特性方可受到商标与服 务 商标的保护。这种获得的独特性被称为"第二含义"，因为它获得含义在时间上是第二位的，发生 在 字词获得主要含义之后。比如，"最好"一词在形容牛奶时被看作是叙述性的，其本身不具独特 性。第 一含义是，被如此形容的牛奶是最好的牛奶。因此，如果产品要以"最好牛奶"获得专有的 商标权利， 销售者必须使这个名称获得第二含义，亦即所有标榜"最好"的牛奶都来自同一商业来 源。

**服务商标 (Service Mark)** [商标]。用以识别或区别一种服务(如零售服务、航空公司服务、保险、 投资服务等) 的字词、口号、设计、图像及其他标志。服务商标与产品商标形成对照。

**专业技艺 (Skill in the Art)** [专利]。发明涉及的技术领域中一般程度的技艺。

**录音制作 (Sound Recording)** [著作权]。著作权作品的一个范畴，仅涉及声音制品。

**特别 301 (Special 301)** [国际贸易]。美国的一项法律条款，要求每年基于贸易协定规定的权利与 美国贸易伙伴 的贸易实践审查是否有拒绝让美国受益或对美国商务造成不合理限制与负担的行为，并 提出年度 评估报告。《1974 年贸易法》经过 1988 年《贸易和竞争力综合法案》(Omnibus Trade and Competitiveness Act) 特别 301 条款的修正，授权美国贸易代表 (USTR) 以下述使命：确定





并调查 潜在的违约国家，建议中止贸易协定的优惠，实施强制关税与进口限制，并达成协议以消除对美 国贸易造成的负担与限制。

**实质性照搬 (Substantial Similarity)** [著作权]。著作权作品与第二作品之间的相似程度足以构成第二 作品的著作权侵权行为。著作权的侵权不局限于一字一句的对应。美国法庭选择用"实质性照搬" 这一有弹性的短语来定义相似程度，并在此基础上参照有效性证据与复制证据确立著作权的侵权 行为。

**暗示商标 (Suggestive Mark)** [商标]。特别的字词、图像或其他标志，对产品或服务的某些方面进行 暗示但不直接叙述，并以此作为一种商标而使用。暗示商标被视作具有内在独特性，不需要第二 含义的证明即可注册并受到法庭保护。比如，以北极熊标志带兜帽的风雪衣与外衣就是一种暗示， 即此等服装能够像北极熊的皮毛那样御寒。（参见描述性商标）

## T

**商业外观 (Trade Dress)** [商标]。产品与服务的包装及展示要素的总和，如一个产品或容器的形状 与外观，书 籍与杂志的封面等。这些要素共同构成一种视觉形象，呈现于消费者，可获得专有的法律 权利， 作为一种商标或原产地识别标志。

**商标 (Trade Mark)** [商标]。指以下各项：（1）用来识别与区别商品的字词、口号、外观设计、图 像及其他标志。（2）符合有关商标、服务商标、集体商标、证书商标、商号或商业外观之法律定义 的任何识别标 志，包括字词、外观设计、产品或容器的形状。商标标明某个销售者的商品，使之与其他 销售者 的商品相区别。商标表示带有同一商标的商品皆来自同一来源，或受同一来源控制，并具有同 等 质量。如间接使用者导致对商品来源、隶属、关系、担保的误解，即构成商标侵权。

**商号 (Trade Name)** [商标]。一种标志符号，用来识别与区分公司、合伙公司及企业。它与识别与 区分 产品与服务的商标形成对照。

**商业秘密 (Trade Secret)** [商业秘密]。需要以适当的努力进行保密的有价值商业信息，由于在同业 中不为人知 而具有价值。商业秘密受到法律保护，禁止任何人以不正当方法或违背保密承诺获得这些 信息。 商业秘密侵权属于一种不正当竞争。

## U

**不正当竞争 (Unfair Competition)** [一般知识产权]。指法律认定的非正当的商业行为。受到不正 当竞争行为伤害 的个人有权在民事诉讼中得到不法者的赔偿。长久以来，商标侵权被视为不正当竞争。 其他不 正当竞争的法律范畴包括：虚假广告、产品诬陷/商业诽谤、商业秘密侵权、形象公开权侵权以 及侵占等。

**实用性 (Utility)** [专利]。专利发明的使用价值。发明要得到专利，必须能运行且可以使用，即它必 须在社会 中发挥某些"有用的"功能。



---

## W

**世界知识产权组织（World Intellectual Property Organization）（WIPO）** [国际]。联合国的十六个"专门机构"之一。世界知识产权组织设在瑞士日内瓦，于 1976 年成立，负责在全世界推动知识产权的保护。为此，世界知识产权组织促进各国在知识产权事务上的合作，管理各多边条约所创立的"同盟"与条约组织，并且编制供发展中国家效仿的法律样本。

**职务作品（Work Made For Hire）** [著作权]。雇员在其职责范围内所创作的作品，或经由协议各方书面同意视为职务作品的委托作品。如果作品是为雇佣者、合伙人或公司创作的，那么从创作开始时此等雇佣者、合伙人或公司即同时被视为该作品的"作者"与著作权的拥有者。

**世界贸易组织（World Trade Organization）（WTO）** [国际]。世界贸易组织是唯一管理国际贸易规则的全球性国际组织。世界贸易组织设在瑞士日内瓦，创建于 1993 年 12 月关贸总协定(GATT)乌拉圭回合谈判结束时，旨在监管关贸总协定的运作。对美国而言，世界贸易组织于 1995 年 1 月 1 日正式生效。世界贸易组织在世界金融与经济事务中的作用，如同联合国在国际政治事务中的作用。世界贸易组织的活动包括：管理贸易协定，充当贸易谈判的论坛，解决贸易争端，评估各国贸易政策，通过技术协助与培训项目促进发展中国家的贸易政策制定，与其他国际组织合作等。世界贸易组织有 148 个成员国（截至 2005 年 6 月），占全世界总贸易额的百分之九十七以上。

### 北京沃尔森国际知识产权代理有限公司

北京市海淀区中关村南大街 17 号韦伯时代中心 C 座 1301 室，100081

全国免费电话：4000-523-880

公司电话：010-82294888/0698

传真：010-82290530

邮箱：[info@voson.com](mailto:info@voson.com)

网站：<http://www.voson.com.cn>