

从南存辉到宗庆后：中外企业家对待诉讼存差异 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/484/2021_2022__E4_BB_8E_E5_8D_97_E5_AD_98_E8_c122_484944.htm 最近两个月，两起中国企业与世界跨国集团的法律大战吸引了社会各界的广泛关注，一起是民营企业浙江正泰集团与德国跨国企业施耐德关于知识产权纠纷的诉讼，一起是国内著名的饮料企业娃哈哈与法国跨国企业达能集团关于商标转让和使用的纠纷。这两家中方企业都地处浙江，而两家外方跨国企业都位于欧洲。从两起纠纷的这些相似之处延伸看下去，又可以找到两起纠纷更多的相似之处。笔者试就两起案件中企业家对待诉讼的不同表现，列举并分析如下：一、中方企业家往往将企业家和企业混为一谈，而外方却将企业和企业家区分得格外清楚。企业家是自然人，企业是法人；企业家是企业家，企业是企业。二者有着显著的区别如关于正泰集团与施耐德的诉讼，有媒体以《南存辉：产权日起诉索赔法国施耐德》为题进行报道，并称“正泰与施耐德的对簿公堂，是南存辉‘以其人之道，还治其人之身’”。从这样的报道来看，没有区分清楚到底是企业法人进行诉讼，还是企业家个人进行诉讼。反观施耐德，他们以公司的名义向媒体发表《声明》，称“我们已经收到国家知识产权局专利复审委员会关于正泰集团股份有限公司(CHINT)于1997年所注册的ZL97248479号实用新型专利有效性的初步决定。我们将通过诉讼程序以求最终判决”。还明确说明“作为一家在断路器技术方面的全球领先企业，施耐德电气坚持质疑正泰公司实用新型专利的有效性，我方将继续密切配合中国相应司法机关的工作，以解

决此争议”。该《声明》准确无误地表明，进行诉讼的是施耐德公司，而不是施耐德老板。再看娃哈哈与达能的诉讼。我们从媒体报道得知，宗庆后曾经是娃哈哈合资公司的董事长，不久前刚刚辞职。我们也从媒体的报道中得知，娃哈哈的纠纷涉及娃哈哈合资公司、达能集团、娃哈哈集团等。而在媒体的报道中，却大多报道的是宗庆后个人。如有的媒体称“1993年前后，宗庆后从保健品市场撤出，转入饮料领域……”“按照宗庆后与达能补签的《商标许可合同》的规定……”“后来，宗庆后直接或间接投资成立了27家娃哈哈非合资公司……”从媒体的这些报道中，很难让人区分清楚目前娃哈哈与达能的纠纷到底是宗庆后与达能的纠纷呢，还是娃哈哈集团与达能的纠纷。而在达能的有关表述中，达能、达能董事、娃哈哈合资公司、娃哈哈集团、娃哈哈非合资公司表述得都很清楚，很少就宗庆后个人发表意见。

二、中方企业家喜欢亲自“披挂上阵”，而外方企业家则在幕后“运筹帷幄”，由专业人员前台应对如正泰集团与施耐德的诉讼。早在2007年1月，媒体就以《南存辉解剖施耐德图谋》为题，报道记者对南存辉的采访，披露正泰集团与施耐德的纠纷。4月26日，正泰集团诉施耐德侵犯知识产权案开庭之后，南存辉再次接受媒体记者采访，发表对于案件的看法。5月中旬，国家知识产权局复审委员会认定正泰专利有效，该消息也是通过南存辉之口透露给媒体的。反观施耐德，至今除了其律师参与法庭辩论之外，仅对媒体发表了一项简短声明，没有任何主要负责人出面表态和接受媒体采访。再看娃哈哈与达能的诉讼。娃哈哈方面，主要信息和理由都出自宗庆后之口，他不仅出席中外媒体见面会发表讲话，还接受中央电视

台的采访，亲自面对全国的电视观众。而达能方面，则由集团亚太区法律总顾问率领负责各个诉讼的律师组成律师团面对媒体发表对于诉讼的看法和意见，而达能的亚太总裁范易谋则谢绝参加中央电视台的“对话”节目。从上述中外企业家对待诉讼的不同运作方式来看，明显又是外方略胜一筹。外方企业家不在媒体露面，虽然在舆论上可能略输一点，但他们却也没有将任何把柄留给社会。官司赢了，舆论自然也就倒过来了。官司若输了，他们要么只需要表示一句“很遗憾”就完了，要么由律师出面对于司法机关的判决给予批驳，大不了炒掉负责诉讼的律师就完了，而企业家自身则不会受到任何伤害。而中方企业家面对媒体说得理直气壮，虽一时赢得舆论的喝彩，但官司赢了一切都好，官司若输了，会令企业家特别难堪。

三、中方企业家喜欢用感性的语言宣泄感情，甚至把诉讼上升到民族大义的角度表示自己的正义性，而外方企业则用相对比较理性和专业的公关语言来应对媒体如正泰集团和施耐德的诉讼。南存辉接受媒体采访时如此评价对手：“从我与施耐德的合作谈判过程来看，我觉得施耐德不是一只狼，而是一个披着合法外衣的‘狩猎者’。”

“跨国公司惯于用标准、专利、收购、诱惑、威胁、污蔑等一切手段来达到目的。”“这真是‘流氓’手段。”反观施耐德，他们的语言很“官方”化，很像外交辞令，经得起任何推敲。比如他们向媒体就国家专利局复议决定发表的声明，他们称“收到”国家知识产权局专利复审委员会的“初步决定”，并表示“我们将通过诉讼程序以求最终判决。”这既委婉地说明了国家知识产权局专利复审委员会的决定属于“初步决定”，尚未最终发生法律效力，又清楚地表达了他

们不服该决定的态度和对策，“将通过诉讼程序以求最终判决。”他们关于该项法律纠纷，仅用73个字就清楚而准确地表明了态度，简直惜墨如金。同时又用354个字对施耐德的历史、业务、地位、在中国的战略、追求目标等给予说明，对企业进行了有效的正面宣传。再看娃哈哈和达能的纠纷。娃哈哈集团在《娃哈哈与达能的“情、理、法”的博弈--十一年合作与纠纷的历史真相》一文中，使用了很多感性甚至有辱人格的语言如“妄图”、“变本加厉”、“反目为仇”、“该考虑考虑你后路了”、“撼范易谋易，撼娃哈哈难”……并上升到民族大义的高度。这些文字简直就是一篇“讨伐檄文”，而不太像是一篇理性的“说明文”。甚至在表述中还出现前面不承认存在“非合资公司存在同业竞争的问题”，紧接着又“退一万步来讲”的逻辑。既然明确不承认存在同业竞争的问题，何来“退一万步”呢？在法律上，是就是是，非就是非，这样似是而非的逻辑出现在一篇辨理的文章里，实在是一大败笔。而达能方面，其律师出面向媒体所作的说明则明显要比娃哈哈方面清晰许多，也客观、理性很多。甚至达能亚太总裁范易谋接受媒体采访的语言，也都特别具有公关意识。他对宗庆后以“宗先生”来称呼，称其为“这么一个受到中国人尊敬的企业家”，在语言上充分表达了应有的尊重。对于该纠纷，他则称“我们坚信不管怎么样，娃哈哈这个品牌最终只属于一个国家，而且它只属于中国人民，而不管是我们公司的经济使命，还是我们的社会使命，都是为了更好地服务娃哈哈这个品牌的发展，也是最终更好地服务中国人民，服务于中国消费者的利益……”从上述面对媒体的不同表现来看，显然又显得外方大度和理性，同时

突显中方冲动甚至“小家子气”。中方这样的做法可能在媒体上出了风头，占了上风，但却未必能够在法庭上加分。外方在媒体上看似下风，却把握了诉讼的主动。以上笔者简单列举和分析了中外企业家在对待诉讼问题上的三种不同表现，已经足够说明中外企业家对待诉讼问题的差异。俗话说，外行看热闹，内行看门道。诉讼受国家法律规定约束，更有法官作为“裁判”做主，所以作为诉讼当事人，都应该对法律和司法机关以及法官保持必要的敬畏之心。司法机关没有作出最终的裁决，谁也不能保证必赢。在诉讼问题上，专业的问题让专家做，别人懂的事最好让别人去做。笔者希望通过这两案，使得中国企业家们在面对诉讼的时候，表现得更加成熟和理性。

如何对待诉讼律师给企业家的十点忠告

- 一、企业家的角斗场始终应该在市场上，而不是在法庭上。
- 二、诉讼是把双刃剑，往往不是伤害了别人就是伤害了自己，有时会给两者同时造成伤害，两败俱伤。
- 三、法律可以解决企业间、企业家之间的某些纠纷，但法律永远不可能解决完所有的企业矛盾或者企业家之间的矛盾问题。
- 四、企业家应该利用法律保护本企业的合法权益，而不可寄希望利用法律打击或者消灭竞争对手。
- 五、企业家之间的博弈，法官绝不是最为公正的裁判，法官从来不是也不可能是最为公正的裁判。哪个企业能够在诉讼面前保持冷静，哪家企业能够不受诉讼的影响，哪家企业就是最大的赢家。
- 六、众多媒体均抛开诉讼双方的具体法律问题不谈，为了吸引眼球均从垄断、并购、竞争、遏制对手的角度看待诉讼，有误导读者之嫌，亦有可能误导司法人员过多考虑诉讼纠纷本身之外的问题。
- 七、在市场日益竞争激烈的情形下，许多企业家都把诉讼作为

与对手竞争的一张牌，但企业家应该意识到，诉讼可以是一张牌，但绝不是一张可以炫耀或者制胜的“王牌”。

八、中国企业与跨国企业竞争，跨国企业不仅有着市场竞争的经验，而且也有着格外丰富的诉讼斗争经验和技巧，中国企业家应该对此给予高度的关注，并应日益重视企业的法律事务工作。一要不惧诉讼；二要合理利用诉讼；三要能够控制诉讼；四不要对诉讼寄望过高；五要充分重视企业法律事务工作，既要充分利用法律来保护自身，又要提前预防企业可能遭遇的法律风险或陷阱；六不要因为诉讼影响企业正常的经营和管理工作。

九、当诉讼作为一种策略来利用的时候，企业家应该学会在诉讼之外寻求“双赢”的解决之道。如华为公司与思科公司的诉讼，最终和解也许是双方最好的选择。

十、有关诉讼的信息最好由律师或者公司法律顾问谨慎发布，老板本人最好不要谈太多。诉讼没有到最后关头，老板最好别先下结论，以免出现反复之后发生难堪。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com