

品源知识产权
2015年10月 第22期

品源资讯

品源专利代理总量和发明量名列前茅

“品源好声音” 华北赛区复赛圆满落幕

品源参加2015 (PIAC) 专利信息年会

品源户外俱乐部徜徉在白石山玻璃栈道

CONTENTS

商标快讯

TRADEMARK EXPRESS

- | | | |
|----|-----------------------------|---------|
| 1 | 商标标志“带有欺骗性”规定的理解与适用 | 文 / 王梦婷 |
| 4 | 商标侵权纠纷怎样解决? 提起商标侵权诉讼的条件有哪些? | 文 / 佚名 |
| 5 | 如何为中医药盖上“中国印” | 文 / 王君平 |
| 6 | 国产品牌发力中高端市场 | 文 / 周雷 |
| 7 | 完善企业商标使用的标准化管理 | 文 / 袁真富 |
| 9 | 不同语言对外文商标近似判断所产生的影响 | 文 / 杨钊 |
| 10 | 浅析商标评审的行为 | 文 / 臧宝清 |
| 12 | 何谓“其他缺乏显著特征的标志”? | 文 / 陈志兴 |



专利视界

PATENT HORIZON

- | | | |
|----|-----------------------|---------|
| 13 | 话说“头上长草”的专利情结 | 文 / 赵明强 |
| 14 | 用专利为转基因作物研发“探路” | 文 / 刘珊 |
| 16 | 专利运营何以实现“运赢” | 文 / 魏小毛 |
| 18 | 老字号企业的专利保护途径 | 文 / 孙磊 |
| 20 | 北京地铁: 实现无人驾驶 有赖专利“铺路” | 文 / 冯飞 |
| 22 | 专利文献可作为判断商品属性的初步证据 | 文 / 陶钧 |
| 24 | 史上最完整的专利信息数据库网址大全 | |



品源动态

BEYOND NEWS

- 29 2014年北京专利代理年报发布 品源专利代理总量和发明量名列前茅
- 30 “品源好声音”华北赛区复赛圆满落幕
- 32 品源受邀参加“全球知识产权及创新峰会”
- 33 品源参加2015（PIAC）专利信息年会
- 35 品源户外俱乐部徜徉在白石山玻璃栈道
- 37 广州品源“梦幻下川岛之旅”圆满结束
- 39 东莞品源“冰爽一夏，相约海陵”旅游圆满结束
- 41 品源知识产权入围“中华商标协会优秀代理机构”评选活动
- 41 “精彩品源、羽你同在”第六届羽毛球比赛圆满结束
- 44 品源参加首届“全国大众创业万众创新”双创周活动



编辑委员会:

学术顾问: 吴海燕 主 任: 李 靖
主 编: 安朋月 副 主 编: 周思思
责任编辑: 姚 瑶 执行编辑: 刘 娜
美编指导: 白婉露 电脑排版: 马 琳

商标标志“带有欺骗性”规定的理解与适用

文 / 王梦婷



我国现行商标法第十条第一款第(七)项在根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》第二次修正的商标法(下称第二次修正的商标法)原有条款的基础上,删去了“夸大宣传”,保留了“欺骗性”,并增加了“容易使公众对商品的质量等特点或者产地误认”新内容。

国家工商行政管理总局商标局(下称商标局)和商标评审委员会(下称商评委)在商标授权确权行政程序中,将“容易使公众对商品的质量等特点或者产地误认”的情形归入到我国现行商标法第十条第一款第(八)项中的“其他不良影响”的范围内。实践中,人民法院对此却持不同观点,从而与商标授权确权行政机关在法律适用上存在着分歧。

“带有欺骗性”条款的解读

我国现行商标法第十条第一款第(七)项规定:“带有欺骗性,

容易使公众对商品的质量等特点或者产地误认的。”从文义上来看,其中“欺骗”是指用虚假的言语或行动来掩盖事实真相,使人上当;“误认”是指错误的认识。总体可以理解为:商标标志故意曲解商品或服务在质量、主要原料、功能、用途等方面的真相,使公众对商品或服务的质量等特点或产地产生错误的认识。关于该条规定前后的逻辑关系大致有以下观点:一是同义解释关系,即“容易使公众对商品的质量等特点或者产地误认”是对“欺骗性”的解释说明;二是并列适用关系,即商标标志要同时具有“欺骗性”和“误认”的情形才能适用该条款;三是选择适用关系,即商标标志只要满足“欺骗性”或“误认”其中一项便可以适用该条款。

“欺骗性”系对该条款的概括归纳,后者用不完全列举的方式来解释“欺骗性”的具体情况。条文中除明确质量与产地两种具体的误认情形外,还用了一个“等”字来概

括与质量特点相类似的误认情形。实践中,“等”字往往包含以下情形:商品的原料、商品的功能和用途、商品或服务的种类、商品或服务的来源、服务的内容、商品的型号、商品的重量、商品的数量、商品的价格、商品的生产时间、商品的技术特点等。

与“其他不良影响”的关系

在我国现行商标法施行前,商评委在商标授权确权行政程序中,将“质量等特点或者产地误认”的情形归纳在第二次修正的商标法第十条第一款第(八)项的“其他不良影响”范围内。商标局和商评委于2005年公布的《商标审查及审理标准》中规定:商标表示了其指定使用商品质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点,如果指定使用商品具备该特点的,适用第二次修正的商标法第十一条第一款第(二)项的规定;如果指定使用商品不具备该特点,从而可能误导公众的,适用第二次修正的商标法第十条第一款第(八)项的规

定。按照上述规定，商标局和商评委判定商标标志是否构成“相关公众对商品的质量等特点或者产地误认”，需要考虑商标标志与其指定使用的商品或服务的关联性，在涉及产地误认时有时还需考虑申请人的所在地。人民法院在商标司法审判程序中却采用了不同的标准，最高人民法院在其2010年颁布的《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》第三条中规定：“人民法院在审理判断有关标志是否构成具有其他不良影响的情形时，应当考虑该标志或其构成要素是否可能对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响。”按照上述规定，商标标志是否产生其他不良影响是从“商标标志本身或构成要素”进行判断，而不考虑商标指定的商品或服务以及商标所有人所在地等事项。

例如，“Auto Meter”商标在申请注册程序中被商标局予以驳回，理由是“Auto Meter”可译为“汽车仪表”，使用在电池充电器等指定使用的商品上易引起消费者误认，构成第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项规定的情形。申请人不服商标局驳回决定向商评委申请复审。商评委经审理认为，“Auto Meter”整体可翻译为“汽车仪表”，使用在电池充电器等指定使用的商品上易使消费者对商品种类产生误认，构成第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项规定的情形。申请人不服商评委驳回复审决定，向北京市第一中级人民法院（下称北京市一中院）提起行

政诉讼。北京市一中院经审理认为，“Auto Meter”可翻译为“汽车仪表”，指定使用在电池充电器等商品上，并不足以对我国的社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响，绝对禁止该标志的注册和使用并不符合第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项的立法本意。在上述案件中，商标局与商评委从涉案商标标志“Auto Meter”与电池充电器等指定使用商品的关联性进行审理，认为涉案商标标志易使消费者对商品的种类产生误认。而北京市一中院在审理该案时，则仅从商标标志“Auto Meter”本身出发，认定其不会对社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响。

从商标授权确权行政程序的角度来看，我国现行商标法将“容易使公众对商品的质量等特点或者产地误认”的情形，从第十条第一款第（八）项中的“其他不良影响”中分离出来，在一定程度上解决了行政机关在商标授权确权案件审理中与人民法院在司法审判中的分歧。

“带有欺骗性”的主要情形

“欺骗性”系对第二次修正的商标法第十条第一款第（七）项的概括归纳，“误认”是对“欺骗性”的解释说明。条文中除明确质量与产地两种具体的误认情形外还用了一个“等”字来概括与质量特点相类似的误认情形。实践中商标标志“带有欺骗性”主要有以下情形：

第一，易使公众对商品质量等特点产生误认。质量即为商品或服务的优劣程度，系中性词，本身并无优劣之分。商标标志中如果

涉及对商品或服务进行描述的文字，往往是积极方面的词汇。如果商品或服务本身不具有商标标志描述的质量特点，就容易使公众将商品或服务与这种质量特点相联系，并可能使公众误认商品或服务具有这种质量特点。实践中，商标标志不仅会对商品或服务的质量特点进行描述，同时还会对商品或服务其他特点进行描述。其他的特点包括：原料、内容、种类、功能、用途、型号、重量、数量、价格、生产时间、技术特点等。这种情况下，要在理解商标标志含义的基础上结合具体的商品或服务进行判断。例如，针对指定使用在第25类服装、帽等商品上的“健康棉彩”商标，商评委认为申请商标“健康棉彩”在指定使用商品上使用，易使消费者理解为有利于人体健康、对皮肤无刺激等作用的棉织物，从而容易使公众对商品的质量、原料等特点产生误认，构成第二次修正的商标法第十条第一款第（七）项规定的情形。

第二，易使公众对商品产地产生误认。对商标标志中含有地名的审查或审理可能会涉及我国商标法中的多个条款。我国现行商标法第十条第一款第（一）项与第（二）项分别规定了我国国名和外国国名（该国政府同意的除外）不得作为商标使用。我国现行商标法第十条第二款规定了我国县级以上行政区划名称和公众知晓的外国地名，不得作为商标。对商品产地的误认是对“明确排除标志属于国名、县级以上行政区划名称、公众知晓的外国地名、地理标志以后，或者显然

不适用上述条款”的情形进行判定的。《商标审查及审理标准》中规定：商标由本条以外的公众熟知的我国地名构成或者含有此类地名，使用在其指定使用的商品上，容易使公众对商品产地产生误认的，判定为具有不良影响，适用第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项的规定予以驳回。商标所含地名与申请人所在地不一致，容易使公众产生误认的，判定为具有不良影响，适用第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项的规定予以驳回。由于《商标审查及审理标准》是在我国现行商标法施行前公布的，所以规定适用了第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项，而现应纳入我国现行商标法第十条第一款第（七）项对产地误认的情形之中。从上述规定可以看出，是否对产地产生误认应考虑商标标识中含有的地名与商标指定使用的商品之间的关联性，如果二者具有某种特定联系易使公众对商品产地产生误认则构成上述规定的情形；如果商标标

识中含有的地名与商标指定使用的商品之间没有特定联系，则不构成对商品产地的误认。例如，“嫩江 NEN JIANG 及图”商标指定使用在第 30 类大米、玉米（磨过的）商品上易使消费者对商品产地产生误认。嫩江流域系我国小麦、大豆主产区，重要的粮食基地。如将含有“嫩江”的商标标志指定在粮食类商品上使用，容易使消费者联想到粮食产地，从而产生误认的后果。

第三，易使公众对商品生产者产生误认。《商标审查及审理标准》将“商标由企业名称构成或包含企业名称，该名称与申请人名义存在实质性差异，容易使公众对商品或服务来源产生误认的”情形，归入到第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项中的“其他不良影响”的范围内。这种误认是由于商标标志中含有的企业名称与实际企业名称不符造成的。企业名称是一企业区别于其他企业的标志，也是最原始的识别商品来源的标志，没有充分的理由禁止商标由企业名

称构成或者含有企业名称，但商标中的企业名称应当与申请人名义保持一致，否则容易使消费者对商品生产者产生误认。这种情形与上文中提到的商品产地误认比较相似，具有欺骗性，容易使公众对其产生误认，应属于我国现行商标法第十条第一款第（七）项规定的范围之内。例如，“锡商银行”商标指定使用在第 36 类金融服务、银行等服务上，申请人是红豆集团有限公司。商评委经审理认为，申请商标为“锡商银行”，而申请人为红豆集团有限公司，申请商标与申请人名义不一致，存在实质性差异，容易使相关公众对服务来源产生误认，构成我国现行商标法第十条第一款第（七）项规定的情形。



商标侵权纠纷怎样解决？提起商标侵权诉讼的条件有哪些？

文 / 佚名

近年来，知识产权领域崛起，市场竞争越来越多变成知识产权的竞争，商标侵权纠纷显著增加。商标侵权纠纷怎样解决？商标专用权人提起商标侵权诉讼的条件有哪些？这些问题，下文为您解答。

一、商标侵权纠纷怎样解决

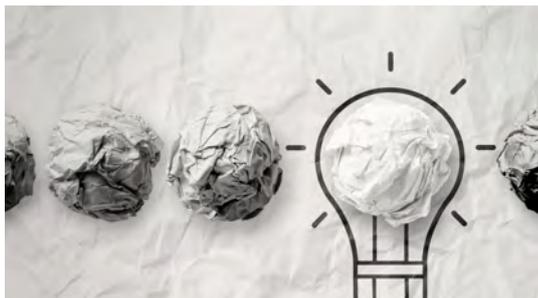
根据我国《商标法》第39条规定，对侵犯注册商标专用权的，被侵权人可以向县级以上工商行政管理部门要求处理，也可以直接向人民法院起诉。可见，解决商标侵权纠纷，有由工商行政管理部门处理的行政途径，也可以通过向人民法院提起诉讼的司法途径。

1、行政解决方式

(1) 商标侵权案件的行政管辖，既可以是侵权人所在地的工商行政管理部门，也可以是侵权行为地的工商行政管理部门。

(2) 县级以上工商行政管理部门在受理商标侵权案件后，通过调查取证、在认定事实的前提下，制止侵权行为，并根据侵权人违法事实和情节轻重、作出行政处罚。

(3) 商行政管理机关认为侵犯注册商标专用权的，在调查取证时可以行使下列职权：询问有关当事人；检查与侵犯活动有关的物品，必要时，可以责令封存；调查与侵权活动有关的行为；查阅、复制与



侵权活动有关的合同、帐册等业务资料。

选择工商行政管理部门处理商标侵权案件，有其独具优势：受理案件的人员业务熟悉，处理程序简便，结案较快，因而省时省力。但其明显的不足之处是行政处理决定无终局效力，当事人如对行政机关处理不服的，仍可以向人民法院起诉。

2、诉讼解决方式

(1) 管辖。商标侵权案件可以由侵权行为地或者侵权人所在地人民法院管辖。对此，被侵权人可以自主选择侵权行为地或侵权人所在地人民法院起诉。同时，由于商标侵权案件较为复杂，目前，最高人民法院指定中级人民法院管辖。

(2) 人民法院一般商标侵权案件的处理采用民事制裁的方式。基于被侵权人行使的禁止请求权、损害赔偿请求权、归还不当利益请求权、恢复信誉请求权

(3) 标侵权案件的诉讼解决适用民事诉讼程序。

二、提起商标侵权诉讼的条件有哪些

我国商标法规定：商标注册人或者利害关系人在下列被侵权的情形下可以向人民法院提起诉讼：

1、 未经权利人许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标；

2、 销售侵犯权利人注册商标专用权的商品；

3、 伪造、擅自制造权利人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造权利人的注册商标标识；

4、 未经权利人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品投入市场；

5、 给权利人注册商标专用权造成其他损失。

以上就是商标侵权纠纷怎样解决，提起商标侵权诉讼的条件有哪些的全部内容，希望对您有所帮助。不管采取那种途径解决商标侵权纠纷，商标权人都很难挽回自己的损失，这是因为商标权人很难根据法律规定计算出确定的侵权损失。这时候，您可以向专业知识产权律师寻求帮助。

如何为中医药盖上“中国印”

文 / 王君平

中医药宝库的开发利用，不只是加盖“防盗水印”、撑开法律“保护伞”，更要放在国家科技发展战略的地位加以布局。

屠呦呦因发现青蒿素而获诺奖，令公众重新审视土生土长的中医药。8日，在国家中医药管理局等三部门举办的相关座谈会上，“青蒿素源于中医，中医药是中国最具原始创新的科技资源”，成为与会专家谈论最多的主题。

屠呦呦说，“青蒿素是传统中医药送给世界人民的礼物”，但这个礼物却是“免费”的。尽管青蒿素是我国药品管理法实施后注册批准的第一个新药，也是到目前为止我国为数不多的创新药，但由于历史原因，青蒿素的知识产权被跨国药企所占有。幸运的是，诺贝尔奖承认了屠呦呦的首创性，认为她在青蒿素研究中具有无可争议的“三个第一”。40多年后，这项拯救上百万生命的成果，才被盖上了“中国印”。

然而，中国创新的成果，不能总寄望由国际性的学术荣誉来认可；中国创新的资源，也不应常用“秘不示人”来保护。屠呦呦获诺奖，青蒿素进入大众视野，提出了一个迫在眉睫的问题：如何以有效措施，开发和保护中医药这一宝库？

我们对中医药这些“老祖宗留下的宝贝”，还缺乏有效的开发和保护手段。以“汉防己”为例，这种防己科植物分布于中国南部，它的提取物汉防己碱是一种很有前景的抗埃博拉病毒候选药物。然而，这项成果并不姓“中”，是美国和德国研究人员在《科学》杂志上发表了相关论文。

中药提取物如此，中药复方境况也让人担心。近年来，我国中药秘方大量流失，商标在国外屡遭抢注。“洋中药”纷纷在我国境内抢注中药专利，中医药竟成了国外企业的摇钱树。比如，不少国人去日本不仅抢购马桶盖，还会扫货汉方药。这就源于日本对《伤寒杂病论》《金匱要略方》等古籍中所载古汉方的开发。

尽管屠呦呦称，阅读了2000多本中医古籍才找到青蒿素的提取办法，但在浩如烟海的中医古籍中寻找创新药，这种“笨”办法仍不啻为一条捷径。西方传统筛选新药方法如同大海捞针，一些发达国家因而凭借技术优势，大力发掘世界各地的传统药物。如果我们捧着金饭碗，却既不愿花笨功夫，也缺乏新手段，拿不出几个像样的一类新药，还得花高价进口原研药，这实在让人汗颜。

中医药属于国人的原创知识，是数千年知识的积累、智慧的结晶。可惜的是，因为保护不当，成了“无主公地”，被疯狂攫取无偿开发。另一方面，流传于民间的中医偏方、验方，受相关政策的制约，应用空间越来越小；一些验方秘不外传，也只能老死山林、悄然泯灭。这些偏方、验方中，哪些与科学相悖，哪些属尚未挖掘，如何将散落于民间的那些珍珠收集整理，成为我国科技创新不尽的活水？这些都是亟待重视和解决的问题。事实上，如屠呦呦所说，中医药发展需要新的激励机制。

中医药是中华民族的瑰宝，也是我国蕴藏着巨大原始创新潜力的领域。伟大宝库的开发利用，不只是加盖“防盗水印”，撑开法律“保护伞”，更要放在国家科技发展战略的地位加以布局，保护好建设创新型国家的源头，让中医药姓“中”，为人类健康造福。



国产品牌发力中高端市场

文 / 周雷



近日在北京举办的2015中国洗衣机行业高峰论坛上,国家信息中心信息资源部发布的市场监测数据显示,2015年前7月,洗衣机销售量与销售额分别同比增长4.11%和4.37%。多家上市公司公布的业绩也表明,洗衣机业务实现了一定幅度的增长。

国家信息中心资源开发部副主任蔡莹分析认为,近年来,洗衣机市场整体规模增长相对平稳。在家电业面临下行压力之时,受产品结构变化与更新换代水平提升等因素支撑,洗衣机整体市场仍保持了平稳上行的基本态势。

为抢抓商机,洗衣机企业展开更加激烈的竞争,中外品牌竞争格局发生微妙变化。数据显示,今年前7月,国产洗衣机品牌销

量占比由去年同期的65.59%提升至68.14%,外资品牌销量占比则由去年的34.41%下滑至31.86%;在销售额占比方面,国产品牌由去年的52.93%提升至55.29%,外资品牌则由去年的47.07%下滑至44.71%。随着国产主流品牌进一步加大中高端产品研发投入和推广力度,以往在高端市场占据优势的外资品牌不再高枕无忧。迫于市场压力,外资品牌也开始通过降价力保市场份额。数据显示,今年前7月,外资品牌滚筒洗衣机均价为4064元,去年同期则为4146元。

中国家用电器协会理事长姜风表示,洗衣机行业今年向创新驱动转型效果明显,创新与产品转型升级已经成为企业最重要的竞争手段。一方面,企业着力把科技创新

成果转化为生产力,以滚筒、变频、大容积为代表的中高端产品比重持续增长,免清洗、自动投放等产品在自主研发方面取得显著进展;另一方面,洗衣机行业开始跳出洗衣机制造的传统思路,以用户需求为中心,与洗涤企业、服装企业合作,整合上下游资源,建立大数据库,针对不同衣物提供最佳洗护解决方案。

“洗衣机产业前景依然光明。”姜风强调,虽然洗衣机市场放缓了增长步伐,但市场需求仍然存在。随着城乡居民生活水平的提高,年轻消费者数量的增长,对中高端产品的需求与日俱增,企业创新供给能力也在不断提升,这些因素都将推动洗衣机产业不断向前发展。

完善企业商标使用的标准化管理

文 / 袁真富

为了规范企业内外的商标使用，可以建立商标使用的标准化管理体系，不少企业已经在这方面作出了典范。当然，商标使用的标准化管理，是一项跨度大、综合性强的工作。

商标与企业形象

时至今日，企业对商标的重视，依然存在程度上的不同。在有些企业，拥有注册商标与使用注册商标似乎是两件完全不相关的事情，由不同的部门负责，而且不同部门的人也缺乏沟通，商标的使用显得比较随意。如果留意观察他们不同系列、不同层次的产品就会发现，同样一件商标竟然有多种视觉形象。如一家从事传统制造业的公司，在不同系列的产品上，其商标竟然颜色会不一样。据说，这是为了让商标更好地适应不同产品的风格，以及方便安装商标标牌的需要。

得到授权的商标使用人，有时也喜欢根据自己的喜好或者需要，改变商标标志的细节，甚至可能与该注册商标的外观或形象差异较大。如果企业对自己的客户或合作伙伴进行一次商标稽核，肯定会发现许多这样的情况。

对企业的商标管理部门而言，应当审阅广告包装等媒介上所使用的商标是否与注册商标图样相同，

商标一经注册，在使用时则必须以注册图样为标准，即使为配合整体设计也不要轻易进行改动，以免违反商标法的强制性规定，而导致所注册的商标无法发挥其效力。

从树立商业形象的角度来看，注册商标的使用也不允许随便改动，尤其是不应该让商标标志在不同的地方呈现出不同的差异。因此，保持商标使用的形象与商标注册的形象一致，保持注册商标使用在不同场合中的形象一致，是法律的要求，也是塑造商业形象的需要。

商标的管理标准

为了规范公司内外的商标使用，可以建立商标使用的标准化管理体系。通常，商标使用的标准包括商标标志的元素构成、大小比例、字体形式、颜色背景，以及商标标志的所处位置等内容。

有的企业在商标标准化方面做得非常优秀，在企业内部，商标使

用的标准化规范管理，是一项跨部门的综合性工作，它包括商标的设计、注册、印制、使用、保管、仓储、销毁等多个环节。如从3M公司官网上的信息看，它针对宣传中需要使用商标的情形，就明确规范了商标首次使用规则、再次使用规则、新闻稿及口头沟通时提及3M商标时应遵循的原则。不仅如此，3M公司还不厌其烦地明确规范：按顺序使用法律要求的要素；只有在商标注册过且得到法律允许的情况下才能使用有关符号；使用合适的字体和位置；必要时将商标符号放在圆括号内；在句子中将产品商标和战略品牌同3M联系在一起；商标为首字母缩写；正确使用相关的商标；其他公司使用3M商标；请勿将商标用作动词、代词、名词或复数形式；在外文翻译要求或必要时音译商标；请勿篡改商标等等细节问题，并拿出正确的范例以指导员工或关



联企业更好地学习如何规范使用公司商标。

事实上，很多国际知名企业大都有明文规定，要求广告营销部门如何在广告、包装或所有公司宣传中正确使用商标。对有心建立自有品牌，塑造企业形象的公司，企业的商标管理部门也必须与营销、广告部门密切合作，甚至有些公司规定广告刊登前需经商标管理部门核对完成后，才能刊登。

商标的规范使用

如何正确地使用商标，包括正确标示注册商标标记，商标权人首先应该对此承担起责任。在有些管理规范的公司，所有的员工都被清楚地告知要正确使用商标。从员工

进入企业之初开始，公司培训的内容就会包括商标的介绍、商标的使用等相关知识。特别是对于公司的市场营销和广告策划人员而言，如果没有良好的商标使用规范，商标的使用效果就会大打折扣。

对于注册商标标记（加圈的“R”或“注”等）的标示，由于不是一项法律上的义务，很多商标权人放弃了注册商标标示的权利。但商标标示绝不是多此一举，而是具有宣示商标的强烈的法律意义，以及广告宣传的较大的商业价值。因此，商标权人应当珍惜自己的商标权利，积极行使并强化商标的形象。

同时，除了商标权人以外，商标被许可使用人、销售代理商、特许加盟商、合作伙伴、广告设计人、广告发布者和商标印制厂商等，在从事商标使用、商标宣传、商标设计或商标印制等行为时，应当正确地使用商标标志。

因此，在依据相关法律法规的基础上，商标权人应当与有关各方进行良好的沟通，对商标使用作出明确的规范，并进行有效的监督，以准确地向公众表达和传递自己的商标信息。



不同语言对外文商标近似判断所产生的影响

文 / 杨钊

在我国由外文构成的文字商标或显著部分为外文的商标较为常见，实践中经常出现将含义相同或近似的中外文商标进行近似性比对的问题。不同语言组成的外文商标，在与中文商标进行近似比对时，即使含义相同，也会因我国公众对外文熟悉程度的不同，产生完全不同的结论。

《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》第6条规定：“人民法院在审理商标授权确权行政案件时，应当根据中国境内相关公众的通常认识，审查判断诉争外文商标是否具有显著特征。诉争标识中的外文虽有固有含义，但相关公众能够以该标识识别商品来源的，不影响对其显著特征的认定。”

在“小黑裙”商标（下称诉争商标）驳回复审案件中，国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商评委）认定，诉争商标“小黑裙”与“小黑裙 little black dress 及图”商标（下称引证商标一）中的显著识别文字“小黑裙”文字组成及呼叫相同，构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。同时，“LA PETITE ROBE NOIRE”商标（下称引证商标二）中的法文可翻译为“小黑裙”，诉争商标与引证商标二含义相同，亦构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。

诉争商标与引证商标一的中文部分均为“小黑裙”，构成近似

商标应无争议。而引证商标二由法文“LA PETITE ROBE NOIRE”构成，虽然可翻译为“小黑裙”，但鉴于我国普通消费者对法文熟悉程度不高，绝大部分消费者无法识读上述法文，也不知晓引证商标二法文所对应的中文含义，仅是将其作为字母组合识别，不会与中文“小黑裙”相对应。诉争商标与引证商标二即便使用在同一种或类似商品上，也不会使相关公众产生混淆，因此诉争商标与引证商标二并不构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。基于“中国境内相关公众的通常认识”标准，人民法院在判决中认定诉争商标与法文组成的引证商标二不构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。

合议庭在对案件进行讨论时，争议最大的一个问题为：如果引证商标一没有中文部分，仅由外文“little black dress”构成，是否与诉争商标构成近似商标。有观点认为，我国消费者在识别外文商标时，没有将外文翻译成中文含义后进行识别的习惯，无论外文为何种语言，是否为常用词汇，一般消费者均会按照外文含义识读。因此，外文商标的音译较之意译对于我国消费者而言更为常用，在与中文商标进行近似比对时也更为重要。而外文商标无论何种语言，词汇难易程度，一般不认为与对含义相同的中文商标近似。该案引证商标一如果没有中文部分，仅仅由英文



“little black dress”构成，则与诉争商标也不构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。

我国现行商标法第三十条中商标近似认定的要求应当高于驰名商标条款中的复制、摹仿或者翻译，因此不能仅因为中文商标与外文商标含义相同而认定近似。由于我国的外语教育以英文为主，因此英文商标的含义更易为“中国境内相关公众”识别。而我国普通消费者对于英语之外的其他外语基本没有识读能力，对于“中国境内相关公众”无法识别其含义的外文商标，消费者一般只会将商标中的外文作为字母组合识别，与含义相同中文商标不能认定为近似商标，前述诉争商标与引证商标二不近似的认定正体现了这一原则。英文“little black dress”由较为常见的英文单词构成，我国普通消费者知晓其中文含义为“小黑裙”，从而能与由中文“小黑裙”构成的商标相对应，因此英文“little black dress”商标与中文“小黑裙”商标构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。

浅析商标评审的行为

文 / 臧宝清

我国行政诉讼法第十二条对行政诉讼受案范围的规定中，对可诉的行政行为作了列举加概括，但商标、专利授权确权不在列举的范围内。评审裁决应该属于第十二条第二款所规定的“除前款规定外，人民法院受理法律、法规规定可以提起诉讼的其他行政案件”。

对评审行为性质的几种主要观点，虽然各有其道理，但均难以解决商标评审的定性问题。

商标评审行为的观点

第一，行政审批。行政审批并不是一个法定的概念，而是行政管理过程中一种约定俗成的称呼，被认为与“行政许可”具有同义性。但由“非行政许可审批事项”的用语又可推定行政审批应该比行政许可范围更广。但无论如何定义行政审批，都包含行政机关对公民、法人或者其他组织申请从事某种活动的资格和能力予以审查批准的含义。商标评审是对商标的可注册性或可维持性进行判断并作出决定的行为，并不赋予申请人某种资格和能力，明显不属于行政审批的范围。

第二，行政复议。行政复议是指行政相对人认为行政机关的行政行为侵犯其合法权益，依法向行政复议机关提出复查该行政行为的申请，行政复议机关依照法定程序对

被申请的行政行为进行合法性、适当性审查，并作出行政复议决定的一种法律制度。驳回复审、不予注册复审、撤销复审、无效宣告复审均是对国家工商行政管理总局商标局（下称商标局）作出的决定不服向国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商标评审委员会）申请作出决定的案件，形式上与行政复议较为接近。但是，复审案件的审理并不受行政复议法和行政复议法条例的规定规制，而是适用我国商标法、商标法实施条例和商标评审规则。复审案件审理的对象并不是商标局决定的合法性和合理性，而是商标的可注册性或可维持性，在受理机关、提出请求的期限、审理期限、后续救济等方面与行政复议法的规定明显有别，因此不能将复审案件与复议案件相对应。

第三，行政裁决。行政裁决是指国家行政机关依据法律、法规的授权，以居间裁判者的身份，对特定范围内与裁判机关行政管理职权密切相关的民事纠纷依法作出处理的具体行政行为。从该定义看，这与无效宣告在形式上和内容上颇为近似。我国关于行政裁决的规定分散于多部法律、法规中，如水污染防治法、城市房屋拆迁补偿管理条例、专利法等。在这些法律法规中，直

接使用了“裁决”一语，而在商标确权程序中并未出现此用语。同时，我国行政诉讼法第六十一条规定，在涉及行政许可、登记、征收、征用和行政机关对民事争议所作的裁决的行政诉讼中，当事人申请一并解决相关民事争议的，人民法院可以一并审理。这一点在评审诉讼实践中显然不适用。以现有的法律规定和商标评审运行机制分析，商标无效宣告案件似乎也难以定性为行政裁决，但从具体特征上看，应该是最为接近的一种定性。

第四，行政司法。从商标评审委员会审理案件的方式、程序规则、证据规则等方面考察，商标评审的确具有司法的许多特点，以致于也被称为“准司法”或者行政司法。但是，在目前实定法关于行政行为的规定中，并不存在行政司法这一类型。在学理上，行政司法包括了行政复议行为、行政裁决行为、行政调解行为、行政仲裁行为。行政司法这一用语较为笼统，以之定性商标评审行为亦存在一定的障碍。

商标评审行为的探讨

我国现行商标法实施条例第五十一条对商标评审进行了定义，但侧重于对商标评审内容的列举。商标评审是由专门机构（商标评审委员会）解决特定商标授权确权纠

纷的活动，其内容包括了对商标局有关决定的复审，也包括了当事人直接向商标评审委员会请求作出裁定的案件。这两种类型的案件在审理对象、审理重点等方面存在一定的区别，难以等量齐观。

第一，商标评审是一种行政体制内的救济手段和纠纷解决机制。我国现行商标法第二条第二款规定了评审机构的设立和职能，机构的定位决定了评审活动是依法律授权在行政体制内解决相关争议的行政行为。从所具体解决的争议看，在各类复审案件中，商标局的各种决定均可以直接作为诉讼的对象；无效宣告案件解决当事人之间就商标的可注册性的纠纷，具有民事纠纷的性质，也是属于司法主管的范畴。

在程序上，我国现行商标法将上述确权纠纷规定为商标评审委员会主管的范围，且排除了当事人直接诉至人民法院的可能性，体现了穷尽行政救济原则。原因在于这种程序设计方式，能够使大量纠纷经评审机关“筛选”后，仅有少量案件进入司法程序，保障了确权效率的提高。另一方面，对评审裁决不服的，可以起诉至人民法院，后续司法审查程序的存在，保证了评审裁决的正当性和合法性。

第二，复审案件是一种对经商标局决定的行政行为的再审查。从评审制度的发展脉络考察，商标评审制度虽然是由1982年8月23日第五届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过的商标法首次确立，但在我国商标法制定之前，我国的商标制度中即已经存在商标评审的雏形。1950年7月28日政

务院第四十三次政务会议批准的商标注册暂行条例、1963年3月30日第二届全国人民代表大会常务委员会第九十一次会议批准的商标管理条例关于商标核驳后的再审查的规定，为商标申请人提供了一个权利救济的途径，在一定意义上是驳回复审案件的前身。目前4种复审案件中，驳回复审、不予注册复审、无效宣告复审3种是对关于申请人不利的商标局决定进行的复审，其救济色彩鲜明。在复审案件中救济功能并不是通过审查商标局决定的合法性和合理性来实现，而是直接对商标权是否应该取得或者维持作出判断，最终的结论也不是判断商标局决定是否应维持或撤销，而是直接落实到商标是否应注册或驳回、维持或撤销。

因此，复审虽然有行政复议的表象，但在法律上无法定性为行政复议，而是对部分经商标局审查的商标的再审查，这种审查在性质上更接近于商标局行为的性质。理论界有观点将商标审查行为定性为行政确认，国家工商行政管理总局发布的工商办字（2015）75号文件亦将其归为具有行政确认性质的事项。

第三，无效宣告案件是行政裁决的一种特殊形式。无效宣告是应当事人请求，商标评审委员会依法对商标注册的合法性作出裁定的行

为。在此类案件中，商标评审机关解决纠纷时行使的是一种裁判权，这与现行法律所规定的行政裁决较为接近，但在运行机理上仍存在一些区别。

因为无效宣告案件的审理方式与诉讼构造相近，但对其司法审查的方式仍与对一般行政行为的审查方式无异，这也在诉讼实践中给评审机关应诉、举证、执行判决等方面带来一些不便。正因为如此，在我国商标法进行第三次修正的过程中，曾经有人建议对此类诉讼改为民事诉讼，由争议的双方当事人作为诉讼当事人，但该建议未能在此次修法中实现。如果能对行政裁决行为进行更为明确的定义和规范，将商标无效宣告列入行政裁决也不失为一个解决其定性问题的出路。

在现有的行政法律体系内，目前尚无法精确地对商标评审行为进行定性，但其性质的探讨并非毫无意义。在对评审制度的功能、评审行为的特点等进行分析和比较的基础上，方能围绕有效发挥其效用、提高商标确权整体质量和效率的目标，对程序运行的机制和后续救济功能的实现不断作出改进和完善。



何谓“其他缺乏显著特征的标志”？

文 / 陈志兴

商标是用于识别商品或服务来源的标志。对于商标的识别作用，在我国商标法中系采取类似“概括授权”加“例外排除”的方式予以规定。一方面，我国现行商标法第八条规定，“任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的标志”均可作为商标申请注册；另一方面，我国现行商标法第十一条第一款规定：“仅有本商品的通用名称、图形、型号”“仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点”，以及“其他缺乏显著特征”的标志不得作为商标注册。也就是说，对于普通商标而言，特定标志只要不存在我国现行商标法第十一条第一款涵盖的缺乏显著特征的情形，即可推定其具备显著特征。

我国现行商标法第十一条第一款第（三）项规定的“其他缺乏显著特征”的标志，指的是我国现行商标法第十一条第一款第（一）项与第（二）项以外的依照社会通常观念其本身或者作为商标使用在指定使用商品上不具备表示商品来源

作用的标志，如过于简单的线条、普通几何图形，过于复杂的文字、图形、数字、字母或上述要素的组合等。不管其具体表现形态如何，对于“其他缺乏显著特征”的标志而言，其本质仍然在于不能起到识别商品或者服务来源的作用。特定标志如果能够起到识别商品或服务来源的作用，则应该认定该标志具备申请商标注册的显著特征。

有观点认为，如果某一标志不能通过其本身直接发挥区分商品来源的识别作用，而是需要通过其所传达的经营者的主体信息间接地发挥区分商品来源的识别作用，则不能认定该标志具备商标所应有的显著特征。但传达经营者主体信息的标志能否申请注册为商标，关键在于该标志本身能否起到识别商品或者服务来源的作用，而不能仅仅因为其能够传达经营者的主体信息就直接认定其缺乏显著特征，进而禁止其注册为商标。而且，事实上，一些银行、大学、医院均将其名称作为商标进行注册，这也说明不能仅以特定标志能够传达经营者的主

体信息就直接认定其缺乏显著特征。

在“ADMIRALTY及图”商标驳回复审行政纠纷案中，国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商评委）即认为，申请商标需通过其传达的经营者的主体信息间接地发挥区分商品来源的识别作用，因而不具备商标所应有的显著特征。对此，法院认为：一方面，申请商标“ADMIRALTY及图”与“英国国防部”之间并不存在直接的“传达经营者主体信息”的关系；另一方面，申请商标中的英文“ADMIRALTY”和图形分别指向“英国海军部”和“英国水文局”，能够起到识别商品或服务来源的作用。因此，申请商标并非属于我国现行商标法第十一条第一款第（三）项所规定的“其他缺乏显著特征”的标志。在此基础上，法院判决撤销了商评委作出的驳回复审决定。



话说“头上长草”的专利情结

文 / 赵明强

谁说专利是高大上的代名词？很多专利其实并没有太大的科技含量，但却承担着改变我们日常生活的重任。一直以来，人们都被专利神秘的外衣“魅惑”住了，以为只有科学家才能发明很多专利，就像电灯、电视那样经历过无数次实验后才能面试的高端产品。其实，简单的东西也可以申请成专利，并且也可以发挥极大的作用，例如雨伞、水杯等。

现在有一种风靡市面的简单配饰，让人萌化的“头上长草”，不光大街小巷流行，就连明星们也纷纷亮出照片晒“草”，有木有不知道为什么怎么就那么火的赶脚呢？

萌化的外观专利全民爱

专利分三种，发明、实用新型和外观专利，每一种专利的保护程度都是不同的，但相对而言，外观专利的技术含量最低，可以这么说，如果有必要申请，每个人都能够拥有属于自己的专利。当然，虽然是相对来说技术含量可以很低，但是很多外观专利也是非常具有难度的，比如苹果的滑动解锁。

显然，这个“头上长草”的发饰是属于外观专利的，很好理解，因为发卡这个发明之前已经有了，而实用新型通常是指对产品的形状、构造或者其结合所提出的适于实用的新的技术方案，虽然草儿的



小明



小萌

形状是新的，但主要还是在外观上的体现。所以，这么简单的外观专利也是能够风靡全民的。大街小巷上的风暴，都已经席卷娱乐圈了，就连周杰伦夫妇都戴上了。

为什么“头上长草”能够迅速流行

如果你会问为什么这“头上长草”能够迅速火爆，那么小知告诉你这和网络也有着千丝万缕的联系，那就是网络文化的影响。

互联网上，从几年前的“么么哒”、“扮嫩”到万众自拍“嘟嘴卖萌”，及至大行其道的“小鲜肉”，无不在极致彰显一个“萌”字。虽然萌文化是90后写照，就像剪刀手是80后的坐标一样，但卖萌不分年龄，尤其是在这个压力山大的社会环境下，卖萌能够舒缓内心的焦虑，显示自己乐观面对一切的勇气。而这个小草形状的发卡正是适应了人们的这一心理需求，卖萌、帅酷，只要与众不同？

深挖“头上长草”的历史文化内涵

话说，中国古代类似“头上长草”的发饰早已有之，含义也颇为

丰富。

一是“待字闺中”。汉民族的少女很早就开始佩戴一种叫做“笄”的发簪，用来插住挽起的头发，或插住帽子，表示自己到了待嫁的年龄。

二是“插草卖身”。头插草标卖身的说法见于古典小说、戏曲中的描绘，是一种民间的习俗。

三是“衔草报恩”。《左传》中记载，结草起源于春秋，在秦晋交战时，晋国一老人为报魏颗救女之恩，用草结成的绳子绊倒秦国大将杜回，使晋军大获全胜。因此，结草最早的含义为报恩。

四是“爱情信物”。我国南方的一些少数民族少女到了婚嫁的年龄就会梳起高高的发髻，并且在发髻上插一个簪，或为银质，或为木质，或为雉羽，到了部族的聚会，心仪的男子就会拔下发簪作为信物。

虽然，最近迅速流行的“头上长草”可以在中国历史上找出诸多的源头，但似乎每一种说法都与时下的“头上长草”无法直接关联。这种发饰更多的像是现代文明的产物。

用专利为转基因作物研发“探路”

文 / 刘珊

近日，美国众议院批准了一项新法案，禁止该国各州和地方政府对转基因食物进行强制标识。无独有偶，我国于2015年10月1日起实施新修订的食品安全法也作出明确规定，不过与美国的规定有所不同，该法规定了生产经营转基因食品应当按照规定显著标示，未按规定标示的最高可处货值10倍罚款。有关转基因的问题再次引起公众热议，与此同时，转基因领域的专利创新也成为关注焦点。

随着自然灾害频发、水资源、耕地资源的减少、世界人口的不断增多等问题的显现，粮食短缺问题变得更加突出，而转基因作物新品种培育关键技术的突破为解决上述问题提供了可能。据了解，转基因技术的理论基础来源于进化论衍生来的分子生物学，其中起关键作用的是基因片段，基因片段的来源既可以是提取特定生物体基因组中所需的基因，也可以是人工合成指定序列的DNA片段。DNA片段被转入特定生物中，与其本身的基

因组进行重组，再从重组体中进行数代的人工选育，从而获得具有稳定表现特定的遗传性状的个体。笔者认为，加强对转基因作物领域专利申请的了解和利用，可以为我国的重组生物增加新性状，进而推动我国培育出作物新品种。

专利申请不断增加
国外技术优势明显

据了解，转基因技术的兴起和发展是在1972年，1996年转基因作物开始商业化种植，当年的种植面积在6个国家共有170万公顷。虽然一直存在着收益和潜在风险的疑问，但其已经被世界各国的玉米、大豆、棉花农户所广泛接受，转基因作物的种植面积在过去也实现了连续快速增长。

自1996年转基因作物品种上市以来，全球转基因技术专利申请量呈现不断攀升之势。笔者经过专利文献检索后发现，截至2014年，全球转基因作物领域的专利申请量达到8万多件，其中，中国转基因作物领域的专利申请量达到9000

多件。值得注意的是，由于专利申请的公开具有滞后性，因此，2014年的数据可能不完全。

笔者经过检索后发现，目前，全球共有46个国家和地区提交了转基因作物的专利申请，这些专利申请主要集中在美国、中国、欧洲、澳大利亚和日本等国家和地区，其中，美国、欧洲、中国分别占相关专利申请总量的30%、11%、11%，并且从各国每年的申请量可以看出，近10年的申请量明显增加，然而通过对专利申请的技术原创国进行分析可以得出，美国仍是主要的技术原创国以及专利申请国，其次是欧洲。由此可以看出，虽然近年来我国转基因作物的专利申请量不断攀升，但是转基因作物的主要核心技术仍然掌握在美国、欧洲等国家和地区手中。

此外，根据对转基因作物全球申请人申请总量进行分析可知，排在前两位的申请人分别为美国的杜邦先锋公司以及孟山都公司。从这两家公司在全球各地的专利布局可

可以看出，其在美洲、欧洲、亚洲等国家和地区都进行了相应的专利布局，并且，这两家公司的专利申请量都具有一定的优势。由此可以看出，美国的杜邦先锋公司以及孟山都公司的整体优势较为明显。值得一提的是，专利申请量排在前六名的申请人中还有一位是来自美国的公司，另外3位申请人为欧洲的公司，由此可以进一步印证美国和欧洲掌握着转基因作物的主要技术。

加强核心技术研发

突出重点研究方向

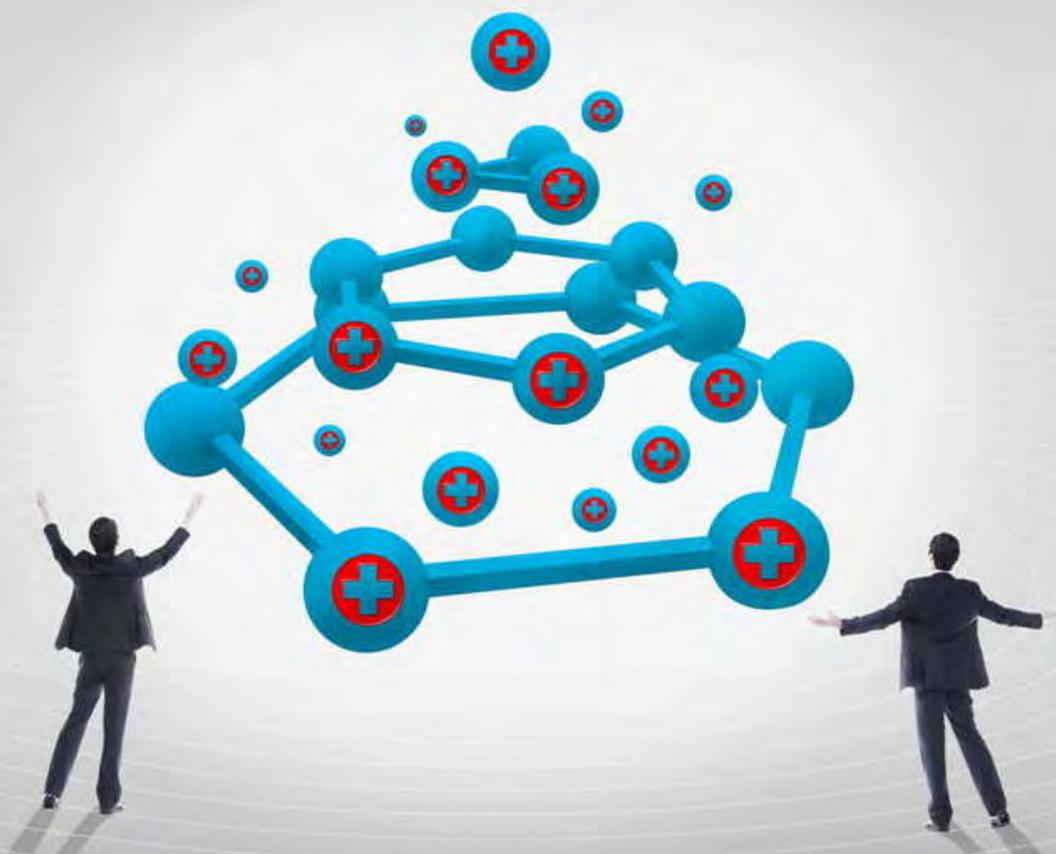
值得一提的是，美国、欧洲等国家和地区主要以公司来推动转基因产业的发展，并且产业化程度非常高。与此不同的是，我国国内申请人以科研机构为主，产业和研究

结合明显不足，这一点与我国产业发展的现状一致。从技术研发链条的不同阶段以及从性状基因到作物品种，将转基因作物技术划分为4个大的方向：即性状、转化方法、调控方法、作物。笔者认为，通过对转基因作物技术内容的统计分析，可以确定当前转基因作物技术热点主要集中在针对性状这一方向的技术改进方面，而复合性状的研究是当前的主要研究方向以及重点研究趋势。

就目前来说，针对性状的变化这一方向的技术改进的研发热点集中在产品生产或者改变产品质量、生物胁迫抗性以及非生物胁迫抗性这几个技术分支上。而在我国针对性状的技术分支也同样集中在这3

个技术分支上。这表明我国的关注热点与全球的总体趋势相一致。

通过对转基因作物专利数据分析可以看出，转基因作物技术的主要原创国家为美国，转基因作物领域呈现被杜邦先锋、孟山都等寡头公司垄断的技术格局。相比而言，中国的主要专利申请人大多为科研院所，转基因作物的研发如火如荼，产业化进程却较为缓慢。笔者认为，转基因作物技术热点主要集中在针对性状这一技术方向的技术改进，而这一热点同样也是中国国内研究的主要方向。笔者建议，国内相关企业要想取得更好的突破，除了增加研发投入外，还要加紧研发，并充分利用专利分析，不断突破国外技术“封锁”。



专利运营何以实现“运赢”

文 / 魏小毛

近年来，我国企业的自主创新能力不断提升，在世界各国拥有的知识产权储备也日益深厚。但是，许多企业并没有因在其他国家拥有专利而形成竞争优势。对此，资深知识产权专家、中台专利云股份有限公司董事长周延鹏认为，最主要的问题是这些企业没有对自身的专利进行有效地运营。如何对专利进行有效运营以实现“运赢”？在2015年中国专利信息年会“专利运营”论坛上，周延鹏就上述问题阐述了自己的看法：“‘破知识产权运营之冰’不仅要提高对知识产权运营的认识，同时需要寻求切实有效的方法以满足产业竞争与发展的需求。”

打破固有观念

“我国产业界非常熟悉对土地、厂房、机器设备、原料、产品等有形资产的管理与运营，但在专利、商标、著作权与商业秘密等无形资产的管理与运营方面，在观念上仍然过分重视数量。而且在跨国的知识产权运营方面，仍缺乏专业人才及相关的知识。”周延鹏谈到。

周延鹏认为，企业的产品要想市场中畅行无阻，必须拥有自主知识产权。从目前信息与通信产业所面临的转型升级的困境可以看出，由于在很多环节没有实现专利

与技术的自主，现在许多企业的产品在市场上处处受到制约。对于新兴的大数据、机器人、5G通信等产业，相关企业应引以为鉴，只有大力发展核心技术、转化优质专利，才能获得长足的发展。“要实现技术自主，除了需要优质的专利外，还应做好专利风险排查并导入管控机制。”周延鹏表示。

一直以来，各界通常以“专利数量”作为评估知识产权管理与运营的指标，但对于如何将知识产权作为获取商业价值的工具，缺乏相应的专业知识、技能、经验、方法与工具。“许多企业正是因为单纯以专利数量作为评估标准，变相导致了企业需要消耗大量人力与财力

用于维持专利的数量。”周延鹏表示，目前，在评估知识产权运营表现时，亟需脱离“专利申请数量”及“专利数量”等指标，如此才能进而以专业方法“优化”与“活化”知识产权。

而且，在对专利风险的应对上，企业中较为常见的情况是被动响应。企业面对需要获得专利许可的情况，多认为“花钱即可了事”，结果反而是面临更多的许可压力与专利侵权诉讼。对此，周延鹏认为：“在专利布局上，仍坚守着防御性专利至上的观念是不正确的。实际上，若专利不具备‘攻击性’，拥有再多的防御性专利也无法确保运营自由与取得竞争优势。”



科学实现“运赢”

从商业的角度而言，企业通过专利技术为自己带来设计自由。为了获得产品设计的自由，企业主要是通过四个渠道获得专利：一是自主研发，二是购买，三是交叉许可，四是支付专利许可费。企业所拥有的产品设计的自由度越大，其抵御专利风险的能力就越强。对此，周延鹏表示，为了抵御专利风险，企业专利来源已不再局限于自己研发的专利，而是扩大到从他人“继受取得”而来的专利。“继受取得专利”是通过某种法律行为从原所有人那里取得对某件专利的所有权的专利类型。对这类“继受取得专利”的专利有效性核查、专利质量价值评估、整体专利布局等，均应成为专利运营的关注点。

“专利运营并非仅仅局限于专利的申请，而是应从经营者高度，整合跨领域优质人才，将专利运营所需要的各个方面有机结合起来，包括市场调研、专利技术调研、专利风险管控、专利布局、知识产权诉讼管理、知识产权流程及软件系统、专利质量价值价格机制、知识产权运营绩效管理等专业机制。此外，还需要结合组织运营目标及商业模式，落实前面所提到的相关方面的内容。例如，对于在他国具有潜在风险的专利申请公开案，可通过提交第三方意见书等程序，将前案证据提交给专利局或知识产权局，以阻却专利风险的发生。”周延鹏表示。

专利要实现“运赢”，不仅需要各领域专业人才的整合运用，还需要各类运营系统与工具的导入。周延鹏认为，企业应当使用有效的运营系统与工具，从知识产权的产生、维持等各个环节去衔接全球主要的创新链、投资链、并购链及产业链，以确保可以有效地产生经济价值，形成市场竞争优势。同时，要定期对专利运营工作进行总结，评估运营的成效，及时调整运营战略与规划，完善运营工作制度，不断提高专利运营的能力。



老字号企业的专利保护途径

文 / 孙磊

老字号企业可以展示民族文化的创造力，具有鲜明的民族传统文化背景，拥有世代相承的独特工艺和经营特色，多年来取得了社会的广泛认同。

老字号企业在传承中华文明、弘扬民族文化方面具有重要作用，其发展一直是社会各界关注的焦点。但在市场经济快速发展、行业竞争异常激烈、人员流动日益频繁、科技创新日新月异的情况下，部分老字号品牌的保护面临新的难题。就其专利权而言，由于其专利意识不足，部分老字号企业屡陷专利纠纷，专利保护成为老字号企业现实存在而亟待解决的问题。

商业秘密保护模式的不足

拥有世代相承的独特工艺，是大部分老字号企业赖以生存的基本条件，其独特工艺包括加工流程、加工方法和传统配方等。从老字号企业的发展历程来看，老字号企业的配方和工艺通常采取商业秘密的方式进行保护。

不过，商业秘密保护也存在不足之处。一是商业秘密不具有排他性，商业秘密的权利人无法排除第三人对获得相关技术信息的合法权利，并且商业秘密的保护较专利权保护的标准更低；二是伴随着现代技术的不断发展，3D打印、

逆向工程等新技术手段层出不穷，许多拥有世代相承的独特工艺的传统配方被破解的风险日益增大；三是对权利人而言，商业秘密一旦被侵犯，便会丧失商业秘密的经济价值。在大栅栏、琉璃厂特色功能街区的老字号企业，有不少由独特工艺生产出来的产品及加工装置，这些有形产品或装置很难通过商业秘密的方式进行保护。因此，通过提交专利申请、获得专利权的方式保护相关产品，应当是新形势下老字号企业保护其独特工艺技术的优先选择。

企业进行专利挖掘的方法

事实上，由于大多数老字号企业的从业人员对专利权知识了解不够深入，在专利挖掘中经常遇到难题，专利工作有待提高。现实中，通过专利挖掘，使老字号企业获得专利权，从而实现依法保护的途径受到业界普遍关注。

伴随着科技的进步与经济社会的发展，专利权的客体范围发生了明显变化，一些原本未被保护的客体逐渐纳入专利权保护客体范围内。对于老字号企业来说，这些变化无疑是一个福音。现实中，食品领域的专利申请主要集中在传统保健食品方面。传统食品通常是日常生活中积累起来的智力成果，其形

成过程是一个公开的、漫长的过程。按照我国现行专利法的有关规定，传统食品本身可能无法满足专利权新颖性的要求。

对饮食行业的老字号企业而言，发明专利主要体现在对传统食品生产工具或食具的创新，如百年老字号全聚德自主研发出了全自动、标准化智能烤炉，并针对相关技术提交了发明专利申请和实用新型专利申请，通过对烘烤时间、温度和湿度的严格控制，确保每只烤鸭味道相同，实现了传统工艺和现代科技创新的完美结合。

食物的新造型属于外观设计专利的保护范畴，但需要注意的是，多数传统食品是在不断演化中形成的，其外形通常为大众所知，可能会因产品设计不具有新颖性而无法获得专利授权。此外，厨师对菜肴进行的摆盘，即使造型优美，也可能因为其无法进行工业化生产而难以获得专利权。

制定企业专利管理的对策

目前，虽然我国部分老字号企业拥有一些专利，但还有相当一部分老字号企业专利意识不足，在专利运用、保护及管理方面还需下功夫。

笔者认为，老字号企业专利管理及保护策略的具体工作主要包括

三个方面。

首先，要加强对企业专利的保护。当前，有些老字号企业的专利较为单一，对一项技术只提交一件专利申请，没有对相关技术进行专利保护，使企业的专利保护处于不安全状态，其他企业对相关技术稍作改进或二次开发便可避开其专利保护范围。因此，原创企业在进行专利保护时，既要准备投入生产的产品提交专利申请，还可以运用专利池策略，即围绕基础专利，开发与之配套的外围技术，在核心技术周围构筑多层保护，专利池保护范围越大，竞争对手的侵权可能性就越低。

其次，无效掉竞争对手的专利权是一种主动的专利维权行为，可以降低企业专利维权成本。企业可以通过建立专利监控系统，对企业的专利产品或专利进行动态跟踪，将可能发生的专利侵权行为及时消除。如贵阳某药业公司对其产品某胶囊提交了相关专利申请并获得授权。贵阳某药业公司通过专利监控发现，成都某制药公司正向有关部门提交某片剂新药审批申请。如果该片剂新药通过审批进行生产，投入市场后必然会对贵阳某药业公司的某胶囊的销售造成冲击。随后，贵阳某药业公司立即采取措施，向当地人民法院申请诉前禁令，并最终在诉讼中获胜，维护了对某胶囊独自生产和经营的权利。

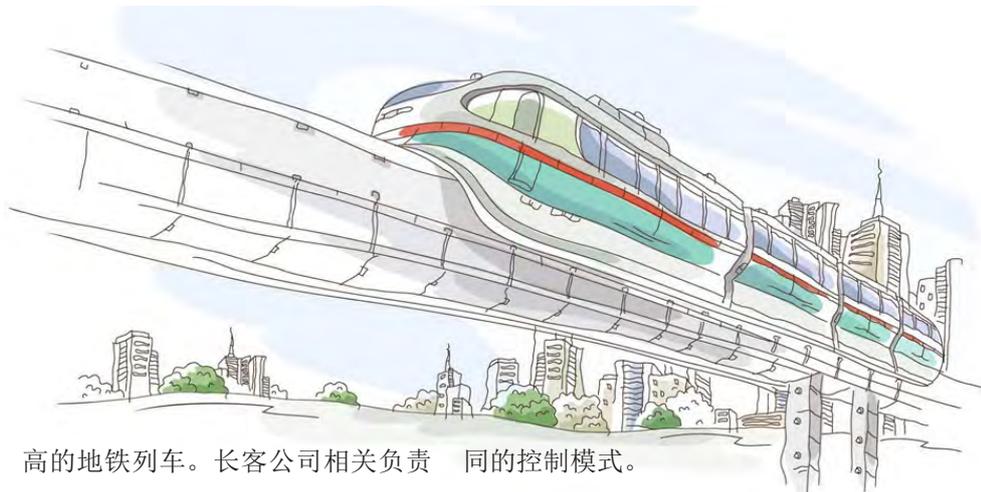
第三，根据企业规模确定保护模式。经营规模较大的老字号企业往往会在企业内部设立知识产权管理部门，而经营规模较小的企业可以通过联合知识产权代理机构、行业协会等加强知识产权保护，成立相关的专利联盟，帮助自身进行专利布局，化解专利风险。

总而言之，老字号企业的专利权保护，首先要清楚保护的优势所在，同时进行科学地挖掘，才能为老字号企业集聚市场竞争优势和谋求更大发展带来更多的益处。



北京地铁： 实现无人驾驶 有赖专利“铺路”

文/冯 飞



北京将迎来我国自主研发的首列全自动驾驶地铁列车！

近日，长春轨道客车股份有限公司（下称长客公司）自主研发的全自动驾驶地铁列车下线，该车将用于北京地铁燕房线。

记者在采访中了解到，该地铁列车是我国自主研发的自动化等级最高的地铁列车，其采用的列车牵引、制动和信号系统等关键技术都是由长客公司自主研发的。有专家指出，该地铁列车将打破国外公司的技术垄断，对于推动我国轨道交通装备技术发展具有重要意义。但专家同时强调，由于我国在地铁全自动驾驶技术领域的研发起步较晚，关键技术相比国外公司还有一定差距，且部分国内企业研发的信号系统未获得国际安全认证，我国企业在引进国外技术的同时，还要不断加大自主研发力度，提高信号系统的安全性等。

无人驾驶优势巨大

北京燕房线采用的这款地铁列车是我国自主研发的自动化等级最

高的地铁列车。长客公司相关负责人在接受本报记者采访时介绍：“长客公司在设计、研发这辆地铁列车时采用了铁路标准中的最高标准，该车具备自动唤醒、自动检测、自动运行、到站精准停车、自动开关车门、运营结束后自动休眠、出现故障后自动恢复等功能。此外，该车的牵引、制动、网络、信号系统，以及全自动驾驶集成技术都是由长客公司自主研发的。”

为提高全自动驾驶地铁列车的安全性，长客公司针对该车进行了诸多安全测试。“长客公司针对地铁列车进行了障碍物检测、脱轨检测等，该车的关键系统均采用了冗余设计，列车出现故障后，其备用系统可以保证车辆继续安全行使。”长客公司相关负责人介绍，遇到雨雪天气时，列车可以切换到雨雪模式，其速度、牵引力和制动力都会进行相应调整。此外，长客公司还为该列车制定了一套全自动控制方案，使列车可以采用有人驾驶、自动驾驶、有人值守、无人驾驶等不

同的控制模式。

在积极开展技术创新的同时，长客公司在地铁全自动驾驶技术领域展开了专利布局。记者在中国专利文献数据库进行专利文献检索后发现，截至2015年10月10日，长客公司在地铁列车领域共提交了50余件专利申请，技术内容涉及地铁列车无线通信、信号网络传输等。

关键技术亟需突破

作为新一代城市轨道交通系统，地铁全自动驾驶技术可进一步提升城市轨道交通运行系统的安全与效率，降低人为失误和人工成本。据国际公共交通协会统计，到2025年，世界无人驾驶地铁线路将增加3倍，线路总里程达到1800公里，地铁全自动驾驶技术拥有较大发展潜力。目前，庞巴迪、阿尔斯通、西门子等多家国际车辆生产商都已经研发出全自动驾驶车辆。

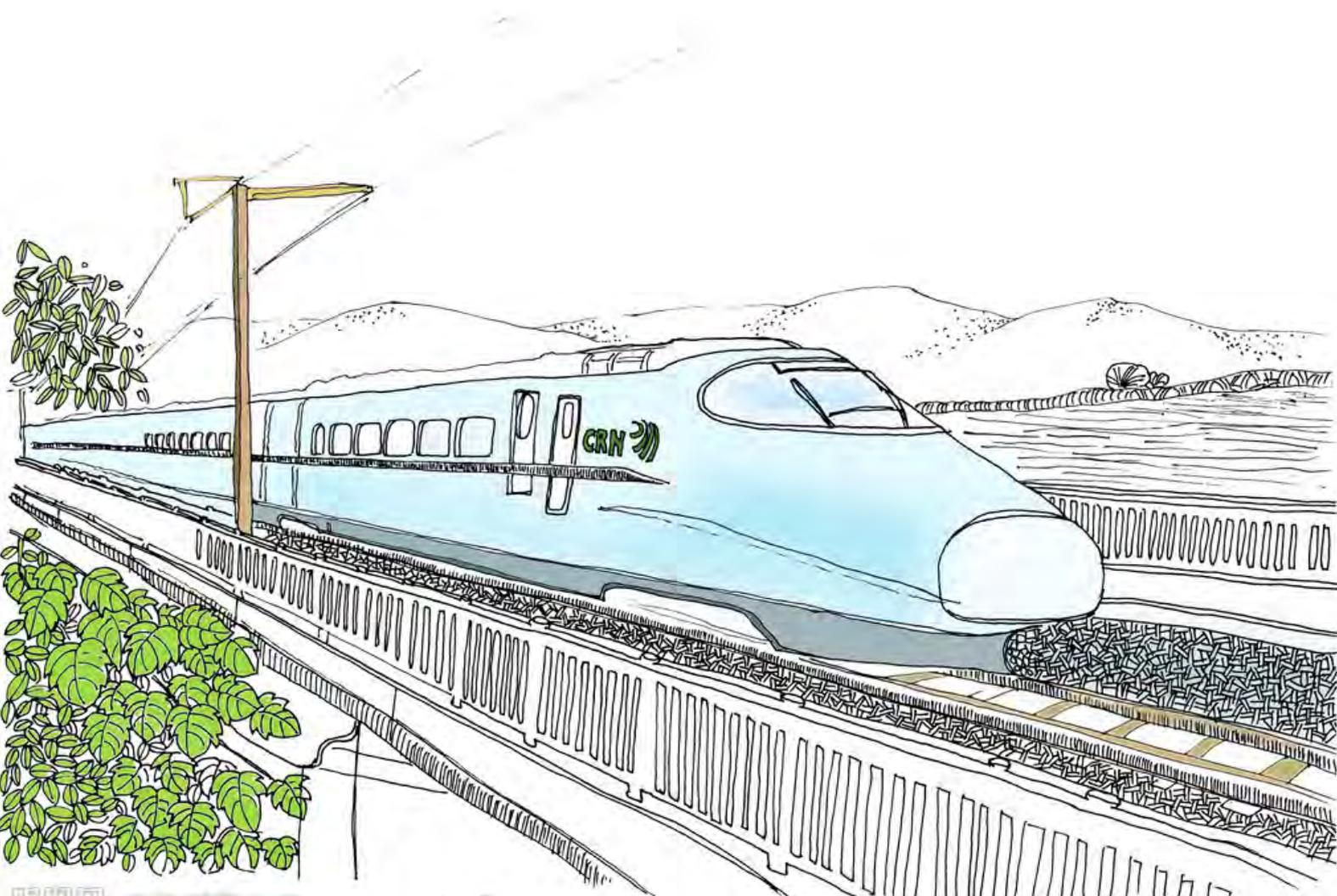
记者在采访中了解到，地铁全自动驾驶技术在我国同样具有良好的应用前景。“未来10年，北京全自动驾驶的地铁线路里程预计将

达到 300 公里，其产业链规模预计将达到 100 亿元人民币，如果地铁列车全部采用我国自主研发的全自动驾驶技术，可以节省约 20% 的成本。”中投顾问高级研究员贺在华在接受本报记者采访时介绍。

面对巨大的市场潜力，国内企业在地铁全自动驾驶技术领域积极进行技术创新的同时，也展开了专利布局，比如北京市轨道交通建设管理有限公司、中国铁道科学研究院等多家企业和研究机构都在该领域提交了多件专利申请，技术内容涉及地铁内部的信号传输等。

虽然国内地铁全自动驾驶技术发展潜力巨大，但在贺在华看来，国内相关企业在推广自主研发的产品时还面临诸多困难，比如部分国内企业研发的地铁全自动驾驶技术领域的信号系统未获得国际安全认证；我国开展地铁全自动驾驶技术研发的时间较晚，缺乏相关经验。

“国外在地铁全自动驾驶技术领域的研发起步早，积累了丰富经验，目前，法国、丹麦、西班牙、德国等多个国家都已经开始应用全自动驾驶地铁，我国在引进国外技术的同时，还需在信号系统等关键技术领域加大自主研发力度，并提高信号系统的可靠性和冗余度。”贺在华表示。



专利文献可作为判断商品属性的初步证据

文 / 陶 钧

在商品类似的认定中，既要考虑商品自身属性，同时亦要对商标整体的近似性因素等进行综合考量。对商品属性的判断，应当遵循客观化的认定标准。具体商品基本属性的判定，一般应根据专业工具书、辞典或为社会公众普遍认知的商品特性、功效确定其具体情况。在通过以上方式均不易确定的情况下，可以通过该类商品具体领域的专利文献资料进行判断，从而作出符合市场规律的客观化认定。

案情

第5212815号“Lucas”商标（下称被异议商标）由浙江省瑞安市一洲汽车零部件有限公司（下称一洲公司）于2006年3月14日申请注册，指定使用在第7类液压耦合器商品上。

在被异议商标申请日前，美国TRW知识产权公司（下称TRW公司）、英国卢卡斯工业有限公司（下称卢卡斯公司）在第6类、第8类、第11类、第12类、第16类、第17类、第37类、第42类商品及服务上申请注册了“Lucas”商标（下称引证商标）。其中第135268号“LUCAS”商标核定使用在第1202类似群组与第1203类似群组的小轿车、摩托车等商品上，第868442号“LUCAS”商标核定使用在第1202类似群组与第1204类似群组的路用车辆、离合器和离合

器操纵装置、定速连接器、车辆发动机和内燃机其动用加速装置、风扇连动带、减震器、刹车器和制动系统等商品上，上述两件商标均处于有效期内，目前权利人均为卢卡斯公司。

TRW公司、卢卡斯公司在被异议商标公告期间向国家工商行政管理总局商标局（下称商标局）提出异议，商标局裁定异议理由不成立，对被异议商标予以核准注册。

TRW公司、卢卡斯公司不服，向国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商标评审委员会）申请复审，并提交了相关证据材料。

2013年8月13日，商标评审委员会作出被诉裁定，认为虽然被异议商标与引证商标标识相同，但鉴于被异议商标指定使用的为第7类液压耦合器商品与引证商标核定使用的第12类小轿车等商品在功能用途、消费对象等方面差别较大，不属于同一种或类似商品，故两商标未构成根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》第二次修正的商标法（下称第二次修正的商标法）第二十八条所指的在同一种或类似商品上的近似商标，故裁定被异议商标予以核准注册。

TRW公司、卢卡斯公司不服，

提起行政诉讼。

在诉讼过程中，TRW公司、卢卡斯公司补充提交了专利授权公告文本、商标档案及百度关键词搜索等作为新证据，用以证明“液压耦合器”是主要应用在汽车领域的一种汽车零配件，应当属于与第1202群组类似的商品。同时表示，“液压耦合器”商品在相关工具书及百度百科中并无确定含义，但是根据所提交的相关专利文本的记载，“液压耦合器”为汽车传动系统的公知设备，具体用于自动变速器，故应属于汽车零部件的商品类别，且一洲公司系从事汽车零部件的企业，应知晓引证商标在汽车零部件商品上具有较高知名度。

判决

北京市第一中级人民法院经审理认为，被异议商标指定使用的第7类液压耦合器商品，与注册在第6类、第8类、第11类、第16类、第17类、第37类、第42类商品及服务上的“Lucas”商标，指定使用商品或服务在功能、用途、生产部门、销售渠道、消费群体均不相同，不属于类似商品或关联服务，遂判决维持被诉裁定。

TRW公司、卢卡斯公司均不服一审判决，提起上诉。北京市高级人民法院经审理，认为被异议商标与引证商标中的第868442号“LUCAS”商标构成使用在同一种



或类似商品上的近似商标，原审判决及被诉裁定对此认定错误。据此，二审法院判决撤销原判及被诉裁定，由商标评审委员会重新作出裁定。

评析

第二次修正的商标法第二十八条和我国现行商标法第三十条的具体内容并无改变，商标近似的判断是对标志相似、商品类似、商标知名度、主观意图、市场实际情况等因素的综合性判断，因此对其中任何因素的认定都不是孤立、单一的判定，需要结合其他因素进行综合认定，是整体性、全方位、立体的判断规则。

同时，商标的主要功能在于标识商品或者服务的来源，因此商标必须同具体的商品或者服务相结合。商标法设置商品类似关系，是因为商标主要是按商品类别进行注册、管理和保护。在商标授权确权判定过程中，进行商标法意义上相关商品是否类似的判断，并非作相关商品物理属性的比较，而主要考虑商标能否共存或者决定商标保护范围的大小。避免来源混淆是商品类似关系判断时的一项基本原则。因此，审查判断相关商品是否类似，应当考虑商品的功能、用途、生产部门、销售渠道、消费群体等是否相同或者具有较大的关联性，两个商标共存是否容易使相关公众认为商品或者服务是同一主体提供的，

或者其提供者之间存在特定联系。虽然《商标注册用商品和服务国际分类表》与《类似商品和服务区分表》可以作为判断类似商品或者服务的参考，但是商品和服务的项目更新和市场交易情况是不断变化的，类似商品和服务的类似关系并非一成不变，应当根据个案情况，确定相关商品是否类似，基于不同的案情得出相应的结论。

在此需要指出，在商品类似的判断中，就具体商品基本属性的认定应当遵循客观化的认定标准，应当作出符合市场及相关行业实际情况的判定。一般应根据专业工具书、辞典或为社会公众普遍认知的商品特性、功效确定其具体情况。在通过以上方式均不易确定的情况下，可以通过该类商品具体领域的专利文献资料等进行判断，从而作出符合市场规律的客观化认定。

该案中，根据在案证据及各方当事人陈述，无法确定被异议商标指定使用的液压耦合器商品的准确含义，但是根据 TRW 公司、卢卡斯公司在一审诉讼期间所提交的相关专利文本，能够证明液压耦合器系车辆传动系中的公知设备，主要靠液体与泵轮、涡轮的叶片相互作用产生动量矩的变化来传递扭矩，与汽车的变速器、离合器关联紧密，因此与引证商标中第 868442 号“LUCAS”商标核定使用的离合器和离合器操纵装置、定速连接器、

车辆发动机和内燃机其动用加速装置等商品在功能、用途、生产部门、销售场所、消费对象等方面存在密切关联。同时结合 TRW 公司、卢卡斯公司所提交的其他商标注册证、《汽车与配件》《东方汽车》、产品销售发票等证据，能够证明其“LUCAS”商标经过大量使用、宣传，在离合器和离合器操纵装置、定速连接器、车辆发动机和内燃机其动用加速装置等商品上具有较高知名度。综合在案情况，结合被异议商标与引证商标中第 868442 号“LUCAS”商标在字母组成、发音、含义等方面均极为相近，如果被异议商标在液压耦合器商品上与第 868442 号“LUCAS”商标在离合器和离合器操纵装置、定速连接器、车辆发动机和内燃机其动用加速装置等商品上共存，容易使相关公众认为两类商品是同一主体提供的，或者其提供者之间存在特定联系，容易造成相关公众混淆、误认。因此，被异议商标与引证商标中的第 868442 号“LUCAS”商标构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。原审判决及被诉裁定对此认定存在错误，二审法院进行了相应纠正。

基于上述分析，二审法院撤销了原审判决及被诉裁定。

史上最完整的 专利信息数据库网址大全

国内篇：

1. 国家知识产权局专利公布公告系统：<http://epub.sipo.gov.cn/>，全新改版上线，越来越不错了。
2. 国家知识产权局专利信息公众服务系统：<http://www.pss-system.gov.cn/sipopublicsearch/portal/index.shtml>，不仅有中国专利，还收录了很多国家的专利。
3. 国家知识产权局专利查询系统：<http://cpquery.sipo.gov.cn/>，中国版的PAIR数据库，你懂的！<http://www.sipo.gov.cn/zljs/xxcx/>，还可以看看其他事务信息。
4. 国家知识产权局专利英文检索系统：http://211.157.104.77:8080/sipo_EN/search/tabSearch.do?method=init，英文检索，还有机器翻译。
5. 中国知识产权网 CNIPR：<http://search.cnipr.com/pages!advSearch.action>，知识产权出版社开发，1999年开始服务至今，全文检索很强大，现在越来越好用了。检索中国专利首选。
6. 十大重点产业专利信息服务平台：<http://www.chinaip.com.cn/>，其实数据不仅仅是重点产业的，CNIPR重点产业版。
7. 专利之星：<http://www.patentstar.cn/cprs2010/>，专利信息中心开发，前身是CPRS系统，上来就让注册。
8. 中国专利网：<http://www.cnpatent.com/search/zlss.asp>，中国专利技术开发公司开发，内容有点综合，关注专利转让交易的人可以多看看。
9. SOOPAT：<http://www.soopat.com/> 这个不用说了。以前很喜欢。
10. Patentics：<http://www.patentics.com/>，语义搜索技术发挥到了一定水平，也许是中国最个性最超前的系统，看是不是你的Style了。
11. INCOPAT：<http://www.incopat.com/login/tologin.action>，来自合享新创，确实是新创的产品，最近比较火，中国高端专利信息数据库的开端，值得拭目以待。
12. 孔明网：<http://www.deepat.net/>，东方灵盾开发的新产品，还有化学结构检索，市场宣传的比较少，需要注册。
13. 佰腾：<http://so.baiten.cn/>，常州佰腾的产品，也是越来越不错的检索系统。
14. 天弓：<http://www.sharepat.cn/patent/app/welcome>，苏州公司，和中国专利信息中心合作的产品。需要注册。
15. 广东省专利信息服务平台：<http://www.gdzt.gov.cn/>，有不少专题数据库。
16. 上海市知识产权信息服务平台：<http://www.shanghaiip.cn/Search/login.do>，可以建设企业专题库。
17. 江苏省中外专利检索与分析平台：<http://58.213.145.74:8080/cnprBZ/index.htm>，同样，有很多专题数据库。
18. 北京市知识产权公共信息平台：<http://www.beijingip.cn/search/login.dhtml?subjectCode=1>，不多说了，可以用用试试。
19. 中国知网：<http://epub.cnki.net/KNS/brief/result.aspx?dbPrefix=SCOD>，专利数据无处不在。
20. 万方数据：<http://librarian.wanfangdata.com.cn/default.aspx?dbid=Paper>，多乎哉，不多已。

21. 超星独秀: <http://www.duxiu.com/?channel=searchPatent>, 只有中国专利。
22. 百度专利: <http://zhuanli.baidu.com/>, 只想说, 百度对待专利没有谷歌认真。
23. 药物在线: <http://www.drugfuture.com/Index.html>, 免费下载中美欧专利, 药学必备。

国外篇:

1. 美国专利商标局: <http://www.uspto.gov/patents/process/search/index.jsp>, 个人以为是最贴心的免费专利数据库, 网站有很多内容滴。
2. 欧洲专利局: <http://ep.espacenet.com>, 收录国家和地区最多的免费数据库了, 有数十个国家语言入口, 欧洲统治世界的唯一表现。
3. Patentscope: <http://www.wipo.int/patentscope/en/>, 世界知识产权组织的检索系统, 查询 PCT 最好的地方, 还有很多国家的数据。
4. 日本知识产权数字图书馆: http://www.ipdl.inpit.go.jp/homepg_e.ipdl, 日本人免费的数据库一定是世界上最抠门的数据库, 不过很细致, 有英文机器翻译。
5. 韩国 KIPRIS 系统: <http://www.kipris.or.kr/enghome/main.jsp>, 韩国的专利检索系统做的不错, 比较国际化, 不过机器翻译收费。
6. THOMSONINNOVATION: <http://www.thomsoninnovate.org/>, 据说牛逼度和价格一样高, 不错的数据库。
7. Questel: <http://www.questel.orbit.com/index.php/en/>, 编者一直没机会用过, 收费的, 同族数据处理是特色之一。
8. Totalpatent: <https://www.lexisnexis.com/totalpatent>, 文如其名, 收录专利全文文本最多的数据库。
9. Patbase: <http://www.patbase.com/login.asp>, 这个编者比较喜欢, 下载比较方便的, 注意, 也收费。
10. WIPS: <http://www.wipsglobal.com/service/mai/main.wips>, 韩国的专利检索系统, 还可以。
11. 智慧芽: <http://cn.patsnap.com/>, 新加坡的, 比较好用, 数据没什么特色。
12. DELPHION: <http://www.delphion.com/>, 原创是 IBM, 美国专利免费, 其实比较实惠的收费系统。
13. DIALOG: <http://search.proquest.com/professional/>, 这家公司被卖了很多次, 系统还是高端的, 收费的, 很贵。
14. 免费专利在线: <http://www.freepatentsonline.com/>, 免费的, 还不错, 一般应用满足。
15. 谷歌专利: <http://www.google.com/patents>, 个人以为, 未来谷歌做专利检索, 大家都别玩了。需要关注一下, 中国专利也有了。
16. INSPEC: <http://www.theiet.org/resources/inspec/>, 物理工程领域的专业检索工具。
17. IP.com: <http://ip.com/publish/prior-art-database.html>, 防卫性公告最好的系统。
18. JP-net: <http://www.jpds.co.jp/english/jpnete.html>, 不懂日文, 想花钱检索日本专利的可以试试。毕竟所有的系统, 花钱和不花钱是不一样的。
19. STN: 检索化学领域专利的利器, 没钱就算了。
20. Sciencefinder: 同上。
21. Pubmed: 这个绝对是最好的选择, 仔细找找, 惊喜不断。
22. MICROPATENT: <http://www.micropat.com/static/index.htm>, 收费, 可以不用。不过是专利地形图的发源地。
23. Patseer: <http://patseer.com/>, 不知名不代表不够高大上, 其实是个不错的产品。
24. Patanalyst: <http://www.patanalyst.com/>, 法国的产品, 上市前编者不小心就见到过, 没啥特点。
25. Patentanalysis: <http://www.patentanalysis.com/>, 新西兰全文检索系统。

26. Patentlens: <http://www.lens.org/lens/>, 比尔盖茨的基金会搞得系统, 注意, 基金会意味着全部免费哦, 发现从全球视野来看, 知识产权需要扶贫!
27. Sumobrain: <http://www.sumobrain.com/>, 收录美、欧、日和PCT专利, 难道其他国家的人都没有脑子?
28. Surechem: <http://www.surechem.org/>, 检索专利化学结构不错。
29. 阿尔巴尼亚检索系统: <http://www.alpto.gov.al/>, 可以看基本著录项信息, 没有全文, 不能下载。
30. 阿尔及利亚检索系统: <http://www.inapi.org>, 需要用户名。
31. 亚美尼亚检索系统: <http://www.aipa.am/>, 能看著录项, 能下载全文和首页。
32. 格鲁吉亚检索系统: <http://www.sakpatenti.org.ge>, 2008年至今。
33. 德国检索系统: <http://www.dpma.de/>, 有英文检索入口, 检索结果显示著录项信息和摘要。
34. 希腊检索系统: <http://www.obi.gr/obi/Default.aspx?tabid=71&>, 最多显示200条, 只显示题目和法律状态, 全部是希伯来语, 2007年1月申请量61条。
35. 危地马拉检索系统: <https://www.rpi.gob.gt/>, 显示著录项信息、摘要, 可下载PDF版全文。
36. 洪都拉斯检索系统: <http://www.digepih.webs.com>, 有公报, 只能查看, 周更新, 文摘型。
37. 匈牙利检索系统: <http://www.hipo.gov.hu>, 可以查看基本著录项, 可以查看摘要, 没有全文。
38. 冰岛检索系统: <http://www.patent.is>, 没有发明专利的检索, 只有外观专利可检索。
39. 印度检索系统: <http://www.ipindia.nic.in>, 显示基本著录项信息, 可以看pdf格式的说明书全文等。
40. 印尼检索系统: <http://www.dgip.go.id/statistik-djhki>, 有高级检索和简单检索, 但是没有通配符, 无法检全库数据, 每两周周二更新数据。
41. 爱尔兰检索系统: http://www.patentsoffice.ie/en/publications_download.aspx, 显示著录项, 没有全文。
42. 以色列检索系统: <http://www.patent.justice.gov.il/MojHeb/RashamHaPtentim>, 只显示题目和法律状态。
43. 意大利检索系统: http://www.uibm.gov.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1002119&idareal=0&tipoVisualizzazione=S&mostracorrelati=&partebassaType=2&showCat=0&idmenu=10409&ordimento=&idarticolo=1002119&menuMainType=menuBrevetti。
44. 哈萨克斯坦检索系统: <http://www.kazpatent.kz>, 最多显示500项, 不能显示全库数目。
45. 肯尼亚检索系统: <http://www.kipi.go.ke/index.php/past-ip-journals>, 显示基本著录项、文摘, 无全文。
46. 科威特检索系统: <http://www.gccpo.org>, 可以点击查看文摘型, 可以在网上直接查看, 也可以下载pdf文件。
47. 拉脱维亚检索系统: <http://www.lrpv.gov.lv/lv>, 收录1973年至2010年专利, 可免费查看摘要, 无全文阿拉伯语。
48. 立陶宛检索系统: <http://www.vpb.lt>, 无法查全库数据, 显示著录项信息、摘要, 可下载PDF版全文。
49. 卢森堡检索系统: <http://www.eco.public.lu/>, 搜索全文专利。
50. 马来西亚检索系统: <https://iponline.myipo.gov.my/ipo/main/search.cfm>, 显示著录项信息及法律状态, 无法看摘要及全文。
51. 马耳他检索系统: <https://secure2.gov.mt/IP0/default.aspx?ct=1>, 显示著录项信息、摘要、可下载pdf版本全文, 西班牙语。
52. 蒙古检索系统: <http://www.ipom.mn>。
53. 摩洛哥检索系统: http://www.ompic.org.ma/index_en.htm, 收录1955至今专利共计15804条, 最多

只能显示 200 条，显示基本著录项，安装插件才能看 tiff 全文。

54. 荷兰检索系统：<http://www.agentschapnl.nl/en/node/108069>，有数据库，分为申请库和授权库，无法查全库数据、样例数据，可以查看基本著录项，无全文提供。

55. 新西兰检索系统：<http://www.iponz.govt.nz>，最多显示 2000 条，样例数据查询可以看基本著录项，有 pdf 全文，英文，可下载，著录项可以生成 pdf。

56. 挪威检索系统：<http://www.patentstyret.no/>，可以查看基本著录项，可以查看法律状态引文，同族链接欧专局，信息量很全，没有全文。

57. 澳大利亚检索系统：<http://www.ipaustralia.gov.au>。

58. 奥地利检索系统：<http://www.patentamt.at/>，需要账户注册。

59. 阿塞拜疆检索系统：<http://www.azstand.gov.az/>，有检索入口，但是只能用登记号查询。

60. 巴林检索系统：<http://www.moic.gov.bh/moic/en/>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

61. 白俄罗斯检索系统：<http://www.belgopatent.org.by/>，无法检全库数据。

62. 比利时检索系统：<http://economie.fgov.be/opri-die.jsp>，没有发明专利的检索，只有外观专利可检索。

63. 伯利兹检索系统：<http://www.belipo.bz/>，有检索请求入口，但是需要登录。

64. 阿曼检索系统：<http://www.mocioman.gov.om/>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

65. 巴基斯坦检索系统：<http://www.ipo.gov.pk/>，检索网站待开通。

66. 菲律宾检索系统：<http://www.ipophil.gov.ph/index.php>，显示基本著录项信息，可以看 pdf 格式的说明书全文等。

67. 波兰检索系统：<http://www.uprp.pl/strona-glowna/Menu01,9,0,index,pl/>，有高级检索和简单检索，但是没有通配符，无法检全库数据。

68. 葡萄牙检索系统：<http://www.marcaspatentesNaN/index.php?section=80>，只有号码、申请人、名称和摘要入口检索，无法查全库数据，无法进行数据比对。

69. 卡塔尔检索系统：<http://www.gccpo.org>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

70. 摩尔多瓦共和国检索系统：<http://agepi.gov.md/md/>，概览可以看到基本著录项，细览页面可以看 pdf 全文，著录项可以免费下载，只能精确检索，无法比对。

71. 罗马尼亚检索系统：<http://www.osim.ro>，没有日期入口，无法检全库数据，显示基本著录项信息，pdf 全文，不能下载。

72. 俄罗斯联邦检索系统：http://www.rupto.ru/en_site/index_en.htm，有很多数据库，但是没有检索入口。

73. 卢旺达检索系统：<http://org.rdb.rw/>，需要用户名，但实际页面无法打开。

74. 沙特阿拉伯检索系统：<http://www.gccpo.org>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

75. 瑞典检索系统：<http://www.prv.se/>。

76. 瑞士检索系统：<https://www.ige.ch/>，显示基本著录项及法律状态，没有全文；

77. 阿拉伯叙利亚共和国检索系统：<http://www.spo.gov.sy/en/>，阿拉伯界面，用日期和分类号都不能获得检索结果。

78. 巴西检索系统：<http://www.inpi.gov.br>，只有号码、申请及公开日期、发明人、分类号入口检索，

无法查全库数据, 显示著录项信息, 可下载 PDF 全文。

79. 加拿大检索系统: <http://www.cipo.ic.gc.ca>, 可以查看基本著录项、全文等, 细览信息比较全。
80. 智利检索系统: <http://www.inapi.cl/>, 最多显示 500 项, 不能显示全库数目, 查询结果中显示著录项信息, 无法查看及下载全文。
81. 哥伦比亚检索系统: <http://www.sic.gov.co/es/banco-patentes>, 显示基本著录项、文摘, 无全文。
82. 克罗地亚检索系统: <http://www.dziv.hr/>, 只有号码、申请及公开日期、发明人、分类号入口检索。
83. 古巴检索系统: <http://www.ocpi.cu>。
84. 捷克共和国检索系统: <http://www.upv.cz>, 包含自 1991 年以来的捷克专利, 显示著录项信息, 可下载全文。
85. 丹麦检索系统: <http://www.dkpto.org>, 概览可看到著录项信息, 无法看全文, 不支持模糊检索。
86. 埃及检索系统: <http://www.egypt.gov.eg/Search.aspx>, 收录 1973 年至 2010 年专利, 可免费查看摘要, 无全文, 阿拉伯语。
87. 爱沙尼亚检索系统: <http://www.epa.ee>, 显示著录项信息、摘要, 无法看全文。
88. 法国检索系统: <http://www.inpi.fr>, 收录 1989 年至今的法国专利, 无法查全库数据, 法语, 显示著录项信息和法律状态。
89. 泰国检索系统: <http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?lang=en>, 摘要型, tiff 格式, 无全文, 泰文。
90. 前南斯拉夫的马其顿共和国检索系统: <http://www.ippo.gov.mk>, 显示基本著录项, 没有全文。
91. 突尼斯检索系统: <http://www.innorpi.tn/>, 显示基本著录项, 无法查全库。
92. 土耳其检索系统: <http://www.turkpatent.gov.tr/>, 无法查全库数据, 显示著录项信息, 无法看全文。
93. 乌克兰检索系统: <http://www.sips.gov.ua/en/index.html>, 可以进行检索, 无法查全库, 可以看基本著录项和摘要数据, 可以看 pdf 说明书全文, 俄语, 没有下载接口。
94. 阿拉伯联合酋长国检索系统: <http://www.gccpo.org>, 有授权专利检索, 可查范围 1998 年至今, 显示著录项信息, 基本可下载 pdf 版全文, 阿拉伯语 (海湾阿拉伯国家合作委员会专利局)。
95. 英国检索系统: <http://www.ipo.gov.uk>, 显示著录项信息、摘要, 可下载全文。
96. 越南检索系统: <http://www.noip.gov.vn>, 显示著录项信息、法律状态、无法查看全文。
97. 新加坡检索系统: <http://www.ipos.gov.sg/>, 基本著录项目、法律状态、说明书全文、摘要, 说明书全文可下载图像格式。
98. 斯洛伐克检索系统: <http://www.upv.sk>, 显示著录项信息及法律状态, 无法看摘要及全文。
99. 斯洛文尼亚检索系统: <http://www.uil-sipo.si/>, 可下载全文。
100. 南非检索系统: <http://www.cipc.co.za/>, 只能看到专利号、申请日期、授权日期和专利名称。
101. 西班牙检索系统: <http://www.oepm.es>, 无法查全库数据, 显示著录项信息、摘要、可下载 pdf 版本全文, 西班牙语。

2014年北京专利代理年报发布 品源专利代理总量和发明量名列前茅

近日，北京市知识产权局发布2014年度《北京市专利代理年报》，对全市知识产权行业机构情况、人员情况、业务经营情况进行数据统计和评比。

品源继2012年2013年取得良好成绩后，2014年以发明、实用新型、外观设计专利代理总量10424件的成绩，在北京市专利代理机构中排名第七名，2014年以发明代理量5514件的成绩，在北京市专利代理机构中排名第八名。

北京市知识产权局每年发布专利代理年报，从全市专利代理机构整体情况、业务经营情况、专利代理人培训、资格考试情况以及行业大事记等方面展示北京专利代理行业的整体面貌和发展动态。年报数据均来源于国家知识产权局公开的机构情况、国家知识产权局条约法规司编制的《专利代理简讯》、专利代理机构报送的年检数据以及北京市专利申请及授权数据。



“品源好声音” 华北赛区复赛圆满落幕

向上吧，品源青年！8月29日第一届“品源好声音”华北赛区正式拉开了帷幕！品源用动感的旋律、青春的活力激情点燃了比赛的“战火”！此次比赛分为华南赛区、华东赛区、华北赛区，每个赛区将选出最具人气的唱将作为代表参加品源2016年会暨品源好声音总决赛！

首轮参赛选手通过赛前抽签决定顺序，伴着一曲吉他弹唱《对面的评委看过来》拉开了第一轮PK，清新熟悉的旋律、独特的演绎方式，这个开场让紧张的比赛气氛又多了几份欢快。随后《思念是一种病》、《飘洋过海来看你》、《美丽世界的孤儿》等几首歌曲完美演绎；温柔女声、清澈嗓音、扎实高音等都被选手们演绎的无可挑剔！气势十足，极具感染力！整场比赛在轻松愉快的氛围中进行。三轮精彩PK过后，比分胶着上升，品知网马琳荣获华北赛区复赛冠军宝座，让我们期待晋级的前三甲的同事们在2016年会更精彩的表现吧！

“品源好声音”以音乐为媒介，以歌声为载体，让我们彼此看到了工作之余热爱音乐的另一面，增进了同事之间的友谊，展现了品源人热爱生活、多才多艺的精神风貌，品源的大家庭永远温馨舒适、品源人永远青春向上！





品源受邀参加“全球知识产权及创新峰会”

2015年9月1-2日，“全球知识产权及创新峰会”（GIP 2015）在上海龙之梦万丽酒店隆重举行。本次峰会邀请到了多位来自中国、美国、欧洲、俄罗斯、非洲等国家和地区的知识产权持有人及业内人士，在全世界范围针对知识产权法院、线上侵权、许可、专利申请、商标保护以及知识产权运营等话题进行了深入的解读与讨论。上海市知识产权局吕国强局长亲临现场致开幕词，体现了政府对于此次会议的重视。

品源知识产权受邀参加此次盛会，作为主讲嘉宾，高级合伙人杨生平先生发表了题为“解决知识产权争议的另一方法”的主题演讲。杨老师从专利维权的双轨制入手，进而阐述中国特色的商业文化，从文化与经济相结合的角度来分析知识产权争议的本质和解决之道，最后，杨老师举了3个各具特色的例子，来说明争议解决过程中的成败得失，引起了与会代表的共鸣，博得观众的阵阵掌声。

在两天的会议过程中，品源团队不仅宣传展示了自身形象，同时与参会代表进行了广泛的互动交流，与许多合作伙伴进行了深入的沟通，在思想碰撞信息分享的同时，增进了相互了解，拓宽了沟通渠道，为将来更好的开展知识产权服务工作打下了坚实的基础。



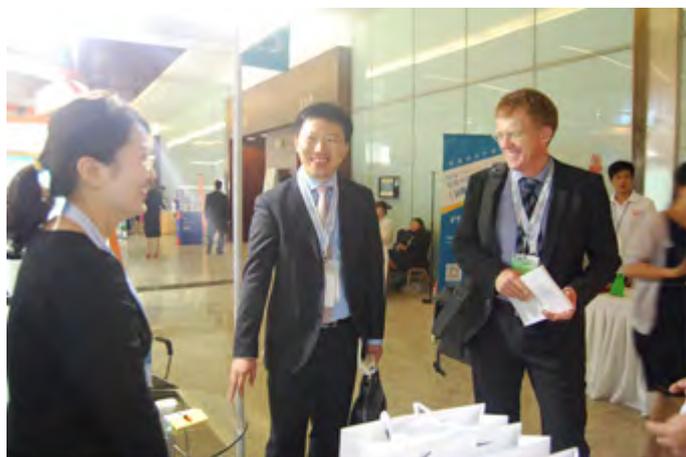
品源参加 2015 (PIAC) 专利信息年会

“中国专利信息年会 (PIAC) 2015”于 9 月 15 日 -16 日在北京国家会议中心举行。品源合伙人巩克栋老师、吕琳老师带领品源代表团参加此次会议。为期两天的会议中有近百位来自全球的意见领袖在全体大会、分论坛、圆桌讨论、展商研讨会等环节发表演讲，超过 1800 个行业精英将汇聚一堂共享盛事。

本届年会设置五大分论坛，内容涉及专利信息与知识产权战略构建、专利运营、专利信息产品与服务、中国专利司法保护探索等。同时，还举行“FTO 检索技巧”、“非专利文献检索”、“专利分析师的软实力与硬技能”等主题的圆桌会议。

本届年会的主题为“专利运用新业态支撑经济发展新常态”，旨在探讨深入实施知识产权战略，努力建设知识产权强国的背景下，专利信息行业的新发展和新趋势。品源顺应新趋势，与来自各界的老老朋友深度探讨专利数据信息等相关问题。





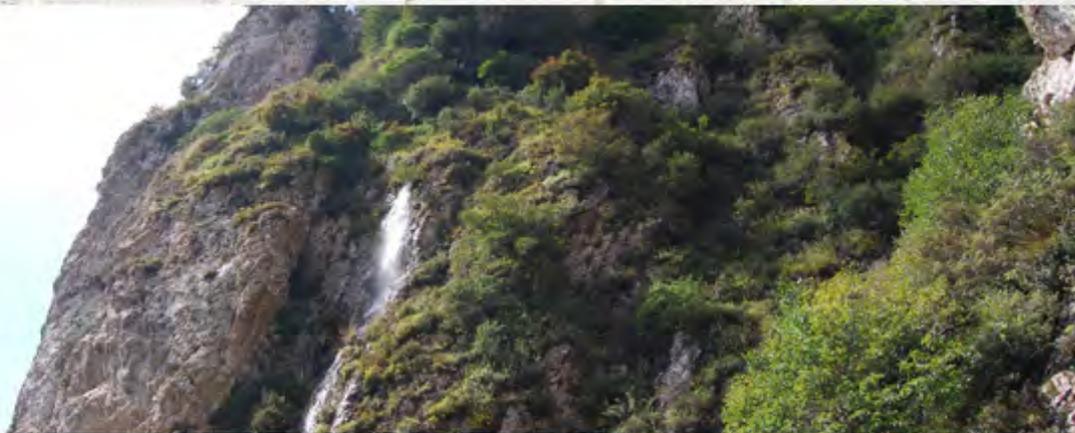
品源户外俱乐部徜徉在白石山 玻璃栈道

金秋时节、天空蔚蓝！9月19日清晨品源俱乐部的小伙伴们整装待发前往位于河北涞源县的白石山，挑战中国国内最长的玻璃栈道！开启品源俱乐部勇往直前的探险模式！

大巴车行驶在高速路上畅通无阻，伴随着我们一路的欢笑，很快就到了白石山下的农家院，吃了一顿正宗的农家饭之后，我们来到白石山景区乘坐环山大巴上山，大巴开往海拔一千米的登山入口，沿线风景壮观，险峰叠翠，层林尽染！看着车窗外的美景，坐在盘山大巴车上体验到名副其实的“过山车”！在大家感叹美景的同时还称赞了司机师傅的车技！到达海拔一千米进山的地点，小伙伴们满怀激情一路奔向玻璃栈道，白石山玻璃栈道海拔1900米，全长达95米位列国内玻璃栈道之首。小伙伴们站在玻璃栈道上拍照、欢笑、大叫犹如悬空在1900米的高空，刺激无比！更加体现了品源人勇于挑战、并肩作战的精神！小伙伴们互相鼓励、共同感受玻璃栈道的惊险刺激，携手穿越玻璃栈道！接着出现在我们眼前的是更加疯狂的悬空玻璃看台，更加激发了小伙伴们的挑战精神，毫不犹豫的去挑战！站在悬空的玻璃展台上，欣赏着白石山壮丽雄伟的美景，享受着蔚蓝的天空和温暖的阳光！

大家伴着夕阳结束了白石山的仙境之旅，返程归途。虽然疲惫，但小伙伴的心情依然不能平静，讨论着玻璃栈道的惊心动魄，讨论着腾云驾雾的神仙之旅、讨论着沿途美不胜收的自然风光……





广州品源“梦幻下川岛之旅”圆满结束

2015年9月12日，广州品源员工怀着愉悦的心情登上了前往台山下川岛的车。经过3个小时的车程，我们终于来到台山。想要到下川岛，需要坐上半个小时的船，在船上我们可以尽情的看海景，吹海风，享受大自然的神奇之处。

下川岛属亚热带海洋性季风气候，自然生态资源丰富，风光迷人，景色常新，被誉为南海明珠。宁静的海湾、清新的空气、洁白的沙滩、翠绿的椰林、星罗棋布的小岛、纯朴的渔村风情、丰富的海鲜珍品，还有美丽的传说，独特的山景岩石和海洞，茂密的原始森林以及动植物奇观，使下川岛神气绮丽，风采迷人，成为闻名海内外的旅游胜地。

这次旅游的人员除了我们公司的员工，还有个别的随行家属，充分体现我们公司人性化的管理制度。

来到下川岛，匆匆吃完午饭，放下行李就迫不及待的来到沙滩边尽情地享受阳光与沙滩。下川岛的浪很大，水清沙细，非常好玩，穿上救生衣，平躺在水面上，一个浪打过来，人就随着浪花飘回到岸边。我们尽情玩到傍晚，知道肚子开始叫才依依不舍去吃饭。

晚餐是在下川岛著名的海鲜街吃的，看着日落进食，还有新鲜美味的海鲜大餐，我们都吃的十分满足。晚饭后，我们回到海边散步消食，看到海滩上有人在组织玩游戏的，我们一时兴起，也在海边席地而坐，玩起小游戏来了，我们玩的太嗨了，加入我们的人越来越多，连旁边的人都忍不住归来跟我们一起玩。13号下午，我们吃完海鲜大餐后，旅游全体成员从下川岛坐船回台山，而后安全返回广州，旅游圆满结束。

此次活动既能让大家身心放松，又增进了公司团队的凝聚力，体现了品源以人为本的管理理念及人文关怀。





东莞品源“冰爽一夏，相约海陵” 旅游圆满结束

缤纷夏日，正是出游的好时节！为了丰富员工的业余文化生活，增进员工之间的相互交流，激发工作热情，增强团队意识，2015年9月12日-13日，品源东莞分公司组织员工及部分员工家属到著名的旅游景点阳江海陵岛两日游。

12日上午，天公作美，历经约4小时车程，中途大家兴致昂扬地在小游戏中渡过，很快就到达了有“中国芭堤雅”、“南方北戴河”之称的海陵岛，我们沿途欣赏着海陵大堤、国家一级保护植物红树林、观望海陵岛二怪“海水半清浊、道路半黑白”。

随后到国家AAAA旅游景点“大角湾旅游度假区”里的大角湾沙滩浴场自由畅泳冲浪，享受海浴和日光浴的乐趣。晚上大家到海岸边聚餐，海风习习，饭后享受渔乡之乐——到海边捕捉螃蟹，大家齐心协力，玩得不亦乐乎。

第二天，早餐之后，我们到达风光毓秀，粗犷壮阔，与石角滩接合成螺线型，拥有载入世界吉尼斯之最的十里银滩，这里总长9.7公里，海岸线长达16.5公里，空气清新，沙质洁净均匀，水质清澈透明，阳光明媚。大家开始玩起了时下最hot的团队游戏——撕名牌！游戏烧脑悬疑，高潮迭起，把大家旅游的兴致点燃到极致，此时，我们的员工与家属真正地亲似一家人，欢声笑语响彻了美丽的阳江海平面！

午饭之后，大家在欢歌笑语中返回温馨的东莞。

此次活动在领导和同事们的群策群力下完美拉下帷幕。员工们纷纷表示，此次旅游，心情非常放松，尽兴游玩，增加了与同事之间、部门之间的凝聚力；家属们也纷纷表达了对我们品源互相信赖、人性化管理文化的认可！大家也将以更高的激情投入到日常工作中！





品源知识产权入围“中华商标协会 优秀代理机构”评选活动

为促进我国商标代理行业健康有序发展，鼓励先进，提高会员的业务素质和服务水平，中华商标协会再次启动“优秀商标代理机构”评选活动。

经“2015 中华商标协会优秀代理机构会员”评选委员会初评，北京品源知识产权代理有限公司作为知识产权服务领域的优秀企业，凭借优质的业务素质及服务水平，强势入围“2015 中华商标协会优秀代理机构会员”评选活动，被评为优秀商标代理机构。

品源知识产权自 2004 年成立以来，始终秉承着“信赖意味着责任”的宗旨为客户服务，以专业的服务质量得到各界的高度认可以及客户的肯定，今后我们将不断地努力为客户提供更专业、更高效的知识产权服务。

“精彩品源、羽你同在” 第六届羽毛球比赛圆满结束

为了丰富品源人的业余生活，增强小伙伴们之间的友谊，营造一个自信、阳光、充满朝气的氛围，公司特举办“精彩品源、羽你同在”第六届羽毛球比赛。比赛项目分为男子单打、女子单打、男组团队代表赛、女组团队代表赛。通过淘汰赛制分别决出冠亚季军。

今年的秋天是一个独特而满怀憧憬的季节，10月17日，在这初秋美好的日子里我们共同迎来了比赛。在男子单打、女子单打比赛中，参赛选手们精神抖擞，意气风发，比赛中激烈的扣杀，时而网前截击，时而以巧破千斤，敏捷的身手、娴熟的技巧、精湛的球技让整场比赛高潮迭起。最终，男子单打冠军由国内机械部斩获、亚军和季军均被国际机电部摘得；女子单打的冠、季军均被法律二部摘得、亚军则为国际化学部的同事。

男组、女组团队代表赛更为激烈，参赛团队中的高手们默契十足，选手们奋力拼搏，挥汗如雨，比赛中不断出现精彩的拉球与扑杀等场面，比分也起伏不定，每一分都牵动着在场每个人的心。选手们在场上不畏强手，斗智斗勇，在强手如林的团体赛中，表现出了顽强的斗志和超强的水平！观赛的拉拉队员们也激情澎湃，为自己团队的得分而呐喊加油！团队意识在一声声赞叹声中得以充分的彰显！经过多轮的比拼，团队代表赛男子组冠军最终被国内机械部团队斩获！女子组冠军为法律二部团队赢得。比赛结束后，参赛选手们相互交流，为彼此精湛的球技与高尚的比赛精神相互点赞！

品源一直坚持举办多种形式的体育活动，其中羽毛球比赛已连续举办六届，早已成为品源人的一个特殊标记，而赛场上的精彩对决更赢得了观众的满堂喝彩，充分展现了品源人精湛的球艺和积极向上的精神！此次比赛，它带来的不仅是欢乐，更是带给我们收获的喜悦，激发了品源人参与锻炼的热情，要把团结协作的态度和奋力拼搏的体育精神带到工作中去！



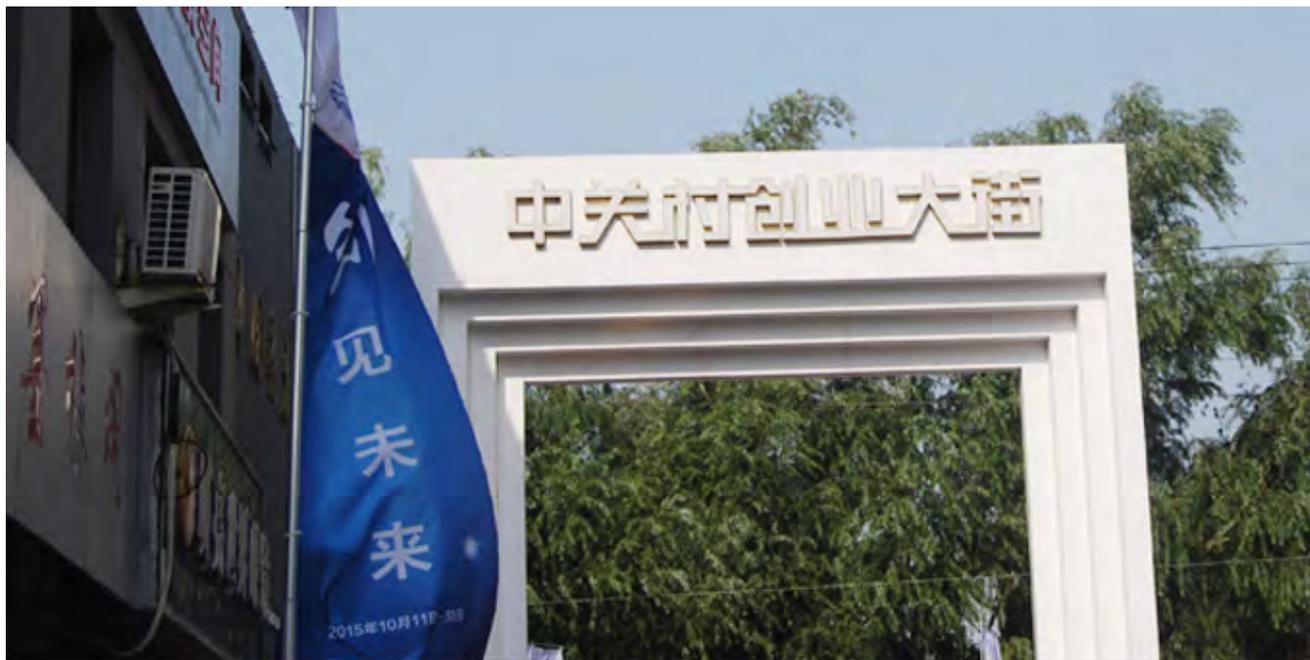


品源参加首届“全国大众创业 万众创新”双创周活动

首届全国大众创业万众创新活动于2015年10月19日正式开幕，品源参加了本届双创周，主题为“创业创新——汇聚发展新动能”。“全国双创活动周”在北京中关村国家自主创新示范区展示中心设立主会场，在上海、深圳、西安、成都、武汉、沈阳、合肥等城市分别设立分会场，同时在长春、广州等城市组织若干重大活动。“全国双创活动周”期间，组委会将在主会场举行活动周启动仪式、主题展示和专题活动，组委会成员单位和各分会场城市还将组织开展双创相关活动。

活动期间有87个参展项目和23个室外展位，展会包括创新时代、双创新风采、双创新生态、双创梦工厂四个板块。创新集市汇聚50多家国内外优质创新创业服务机构，分设创业孵化、投资、媒体、培训、政策和综合服务六个展示区，为创业者和创业服务机构搭建直接交流互动的平台。

品源团队作为知识产权保护的捍卫者，对来自不同领域的参展人员关于国内外商标申请和保护，国内外发明、实用新型和外观专利的申请和维权，软件、图形图纸和美术、文字作品的版权保护等各方面的知识产权问题进行了深入的答疑和探讨。





信賴意味着責任！



北京总部

地址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 6 层，100036

邮箱：info@boip.com.cn; hr@boip.com.cn

电话：010-6337 7188 传真：010-6337 7018