

BEYOND INFORMATION ◆ 专于心 精于业

# 品源资讯

2018.NO.1

2018.02.28 总第36期

双月刊

Http://www.boip.com.cn

E-mail: info@boip.com.cn

Tel: 010-6337 7188

Fax: 010-6337 7018

## P7

Exclusives 独家观点

### 解读日本外观设计 的延期制度

## P37

两项专利涉侵权  
本田状告长城哈弗 H6 “抄袭”

## P39

中国专利  
亮出更多国际范儿

2018  
保  
行  
前行



品源官方微信



品源知识产权  
**BEYOND**  
ATTORNEYS AT LAW

合作共赢

CULTURAL HERITAGE

专于心 / 精于业

# 中国国家主席 习近平

知识产权保护，不仅是  
中国履行国际义务的需要，  
更是中国构建创新型国家的需要，  
更是中国实现自身经济社会发展目标的需要。



## 《致敬奋斗路上的知产人》

新的一年已经起航  
新的征程却已拉开帷幕  
那些尚未实现的梦想  
那些还没到达的远方  
都在等待你动身开拔

你看晨光中的那抹金色  
还有落日下的那片晚霞  
许是夜幕里的星辰点点  
它们都将与你相伴  
为你的奋斗之路加冕

也许，生活尚有不如意  
也许，前路仍然有风雨  
但是，不必焦虑  
为了梦想而奋斗  
永远不会嫌太迟！

从现在开始，要热爱你的工作  
工作不养闲人，团队不养懒人  
从现在开始，要提振你的勇气  
与其担心未来，不如现在努力

不要忽视身体，那是革命的本钱  
有活力的皮肤，才是最美的衣服  
不要害怕挫折，那是成功的前提  
所有折磨你的，都会激发你的努力

幸福都是奋斗出来的  
工作便是我们奋斗的方式

工作让我们更有获得感  
带给我们逐梦的勇气  
让我们更好地认识自己  
也让我们在披荆斩棘中变得更加自信

新时代是奋斗者的时代  
加油！奋斗路上的知产人！



品源官方微信



品源管理咨询



品源知识产权律师

[www.boip.com.cn](http://www.boip.com.cn)

总部地址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 6 层  
邮箱：info@boip.com.cn 电话：010-63377188

## P7

Exclusives 独家观点

解读日本外观设计  
的延期制度

保密外观设计制度的有利之处在于保持设计新鲜感，助推产品销售量。销售前的神秘感对于家电、电子产品、轿车新车型等重视流行性的产品而言至关重要，消费者第一次见到新设计时的冲击感最强，随后视觉新奇感、心理冲击力和消费热情都将随时间流逝而逐渐淡化。利用保密制度来保持设计的新鲜感逐渐成为企业惯用的经营销售策略，保密外观设计制度带来商业利润也已经成为企业的共识。



## Exclusives 独家看点

- 10 驰名商标“河套”面粉艰辛维权路
- 12 如何确定赔偿数额需要处理好的几个关系

## Information 资讯快递

- 18 “葛优躺”肖像权案二审维持原判
- 19 国家知识产权局公告
- 19 「美国知识产权保险制度」对我国的启示
- 21 深化商标注册便利化改革切实提高商标注册效率
- 23 2017 年十大黑科技第一个就惊呆了！

## Big Data 大数据

- 25 2017 年全国专利行政执法办案总量 6.6649 万件
- 26 2017 中国技术市场交易成交金额 1.3424 万亿元

## Panoramic Reports 全景报道

## 宏观 &amp; 政策

- 28 今年地方两会，两类关于知识产权的议题引发关注
- 30 与你有关！《知识产权认证管理办法》正式发布
- 33 2018 最新「商标注册申请常见问题」指南

## 产业 & 公司

36 酷派诉小米专利侵权！欲重回手机行业？



## P37 两项专利涉侵权 本田状告长城哈弗 H6 “抄袭”

近日有消息传出，北京知识产权法院受理了本田技研工业株式会社（以下简称“本田会社”）诉长城汽车股份有限公司（以下简称“长城汽车”）、北京泊示联汽车销售中心（以下简称“泊示联”）两起侵害发明专利权纠纷，此案涉及到长城汽车制造、销售的哈弗 H6 车型，涉案标的额共计 2214 万元。据了解，早在 2017 年 10 月 5 日长城汽车就已收到北京知识产权法院的起诉状。

## Patent 专利视界



## P39 中国专利 亮出更多国际范儿

41 这 9 个化学药专利失效！药企准备好了吗？

## Trademark 商标指南

- 42 商标到底有多重要？梅西因为它再上法庭！
- 43 速速围观，商标恶意抢注又有了新变化？
- 40 商标注册屡遭阻击 中企出海仍需补课
- 42 新商标电子公告系统你用了吗

## Us news 品源动态

### 品源新闻



- 46 品源荣获“2017 中国杰出知识产权服务团队”称号
- 46 精诚合作优质服务，品源知识产权获 CJ 集团赞扬
- 47 品源受邀参加 2018 北京知识产权发展沙龙年会
- 47 品源知名律师受邀担当强国二期知识产权总监班讲师

### 品源年会

- 48 品源知识产权 2018 年会盛典回顾

### 品源荣誉

- 52 回顾 2017 年度品源代理的十大典型商标案例



### 文娱天地



## 解读日本外观设计 的延期制度

摘要：保密外观设计制度的有利之处在于保持设计新鲜感，助推产品销售量。销售前的神秘感对于家电、电子产品、轿车新车型等重视流行性的产品而言至关重要，消费者第一次见到新设计时的冲击感最强，随后视觉新奇感、心理冲击力和消费热情都将随时间流逝而逐渐淡化。利用保密制度来保持设计的新鲜感逐渐成为企业惯用的经营销售策略，保密外观设计制度带来商业利润也已经成为企业的共识。

**外** 观设计延期公告也称保密外观设计，实质上是一种对授权的外观设计进行延期公开的制度。通常情况下，外观设计申请人获得专利权后，其设计方案也随即进入社会公众可以知晓的公开状态。在先申请原则下，企业不得在设计方案定型后立即提交外观设计专利申请，随着近年各国审查效率的提升，产品正式发售前专利申请就已经授权公告的情形不在少数。对于以新颖的外形和视觉冲击力赢得市场的产品而言，专利公告而造成的设计方案公开，在一定程度上会降低产品对消费者的吸引力，从而影响产品销售量。

保密外观设计制度采用延期公告的形式，对授权的外观设计进行不公开设计内容的处理，使产品在正式发售前处于秘密不可知的状态，以引起消费者对产品的好奇心，促进消费者的消费热情，博得更高的销售量。

一般来说，“公开换保护”是工业所有权共性的制度规则，然而设计与技术类创造活动的不同点在于，设计类的创造活动大多体现为横向的、发散的、独立的创意，而技术类的创造活动则更多地依赖纵向的技术积累，也可以说设计类的创造活动对于前人创造成果的依赖程度要低于技术类，授权后暂时不公布设计内容对于公共利益的负面影响不大。加之设计方案一目了然，一旦公开被抄袭仿冒的几率大大高于技术类发明创造。外观设计的这些特点需要知识产权保护制度为其作出相应调整。保密外观设计制度就是“公开换保护”规则的例外。

日本、韩国和欧盟等均设有保密外观设计制度。日本是较早设立该制度的国家，对日本保密外观设计制度进行研究，对我国探讨引入保密外观设计制度有所启发。

## 日本保密外观设计制度的相关要求

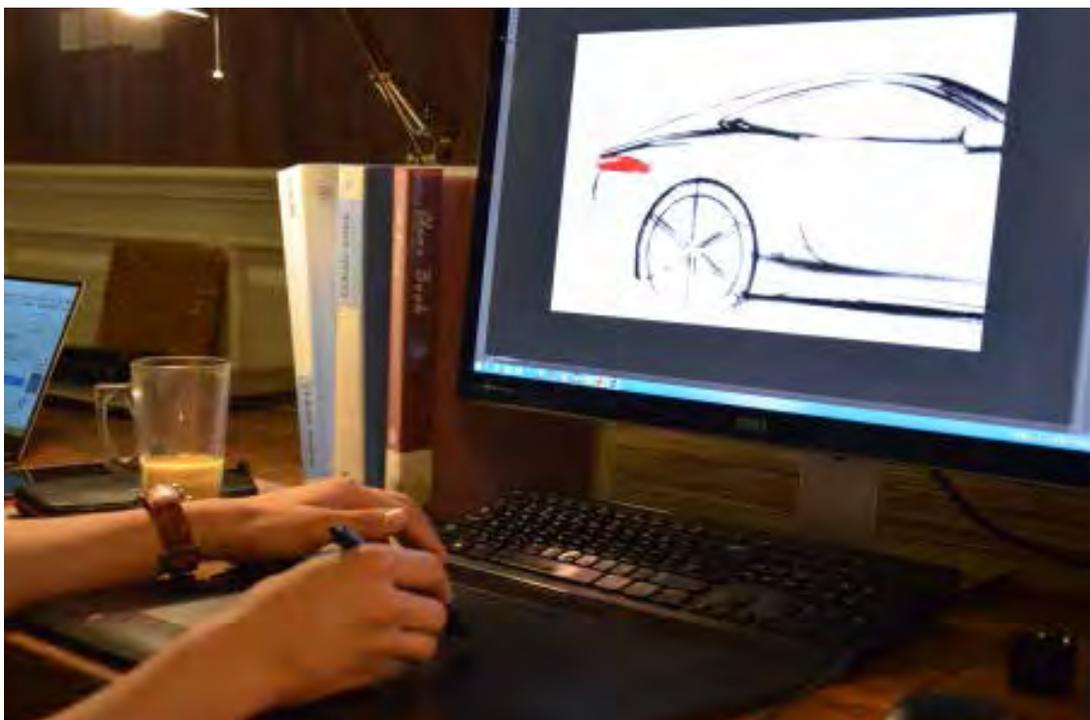
保密外观设计制度在日本《外观设计法》中已存续100余年。日本对外观设计进行保护始于1888年，1909年，日本对《外观设计法》进行首次修订，确立了保密外观设计制度。引入该制度的理由是“考虑到外观设计与流行趋势密切相关，易于被模仿。即使取得了专利权，权利人也有可能承受由于公开造成被抄袭盗用的损失”。

日本保密外观设计制度规定，保密请求的最长保密期为3年，期满后不得再要求保密，日本特许厅会对该授权外观设计进行强制公开。需要注意的是，这并不意味着日本保密外观设计的保密期限是3年一贯制，日本特许厅为专利权人提供了灵活的选择。权利人可以指定适合自己的保密期限，只要不超过3年即可，期限以年为单位或者以月为单位。

考虑到企业可能根据市场行情调整产品上市的时机，日本保密外观设计制度规定，提出保密请求后还可以对这个期间进行延长或者缩短，在原来指定期限期满前一个月内向日本特许厅提出即可。

实践中，申请人需要在提交外观设计申请的同时或者在缴纳第一年的年费时向日本特许厅提出保密申请，2007年3月31日以前的申请仅支持申请日提出。提出保密申请时应当将要求保密的期限在外观设计请求书中清晰记录。

保密请求费用以申请为单位，每一件申请为5100日元，以目前的汇率计算约合300元人民币。





保密外观设计不仅不公布外观设计内容，产品名称、产品类别、设计人等请求书中的信息也处于暂时保密的状态。这样的制度设计使竞争对手无从得知申请人在哪个领域进行了怎样的创新，是对申请人发展经营策略的全面保护。

### 日本保密外观设计制度的利用状况

研究资料显示，1998年1月至2011年12月，日本特许厅共批准保密外观设计请求1.0948万件，手机、通讯设备、汽车、摩托车、整体厨房相关产品（电磁炉、冰箱、带灶台的盥洗台）等是保密外观设计制度的主要利用对象，消费者在购买这些产品时对其新颖的造型设计更感兴趣。

保密外观设计制度的有利之处在于保持设计新鲜感，助推产品销售量。销售前的神秘感对于家电、电子产品、轿车新车型等重视流行性的产品而言至关重要，消费者第一次见到新设计时的冲击感最强，随后视觉新奇感、心理冲击力和消费热情都将随时间流逝而逐渐淡化。利用保密制度来保持设计的新鲜感逐渐成为企业惯用的经营销售策略，保密外观设计制度带来商业利润也已经成为企业的共识。

那么，是否请求保密与产品的销售额之间的关联性如何？相关研究资料以“乘用车”为研究对象，对保密申请与产品销量的关系进行了定量统计分析。

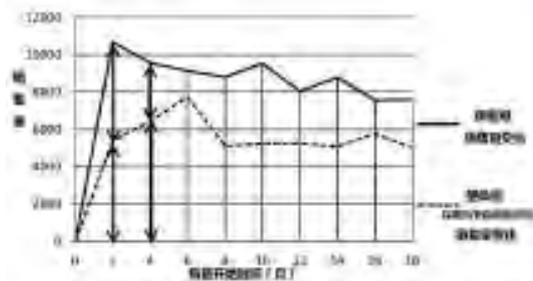


图1：利用保密外观设计制度的23种新车型

图1显示了利用保密外观设计制度的23种新车型，其月度的销售量均明显高于整体水平（保密组与非保密组的平均值）。

从图1中可以看出，保密外观设计在其开始销售的第2个月就迎来了销量的最高峰，而作为对比的整体组则要等到第6个月才能达到销量高峰。这意味着保密外观设计制度有助于保持产品外形的新鲜感，从而提高销售量。

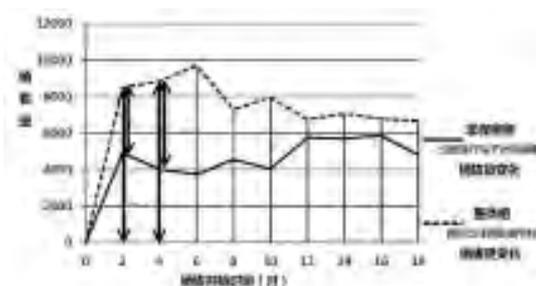


图2：非保密外观设计先行上市产品销量与整体销量对比图

图2显示了非保密外观设计，由于公告先于产品销售使得设计丧失新鲜感，而对销售量产生负面影响。非保密组的销量仅是整体组的57.6%，而且销量增长缓慢，到发售第12个月才迎来销量高峰。这些量化的数据直观地展示了保密外观设计制度对于促进产品销售量的积极作用。

任何一种制度都是利弊皆存的，保密外观设计制度也不例外。专利权人在享受保持产品新鲜感而获取的商业利润的同时，也需要承受其所带来的一些不便。那就是当保密外观设计被抄袭和被仿冒时，将承担比普通申请更多和更复杂的举证工作。例如，权利人要想制止侵权行为，需要首先向对方发出警告，但是警告之前的侵权行为法院通常不会推定为对方的过错，损害赔偿请求也很难被法院支持。

由于保密外观设计制度需要一件申请的所有申请目的地国家均给予保密处理才能真正发挥“保密”作用，否则将会出现“一国保密、他国公开”的局面。因此，笔者认为，我国引入保密外观设计制度不仅可以丰富我国的知识产权保护体系，也是服务外观设计创新主体的良好举措。

（作者：张咪 | 中国知识产权报）



作者：王金华  
北京市品源律师事务所，法律三部  
部门经理、律师

# 驰名商标“河套”面粉 艰辛维权路



## 中国驰名商标

**近**日，内蒙古恒丰集团在京召开“河套”知识产权保护新闻发布会称，已经对涉嫌侵犯“河套”商标权的相关公司提起了诉讼，并且案件均已得到法院受理立案。

恒丰集团认为，在面粉行业中，恒丰最先推广河套品牌产品，一直以河套品牌为核心大力投入推广费用及建设销售渠道。1996年，“河套”商标核准注册，2002年被认定为“中国驰名商标”，2008年获得“中华老字号”、“北京奥运会粮油产品优秀供应商”荣誉称号，等等。诚然，恒丰集团及其“河套”商标获得了诸多荣誉，但在笔者看来，恒丰集团此次维权之路并不顺畅，甚至可以说会有些坎坷，结合发布会内容及相关客观事实，至少有以下几个问题需要探讨。

### “河套地区”的由来

据百度百科记载：河套，指内蒙古和宁夏境内贺兰山以东、狼山和大青山以南黄河流经地区，因黄河流经此形成一个大弯曲，由此得名。“河套”一名始于明代，因其地历代均以水草丰美著称，故有民谚“黄河百害，唯富一套”。

河套周边地区，包括湟水流域、洮水流域、洛水流域、渭水流域、汾水流域、桑乾河流域、漳水流域、滹沱河流域，都具有比较好的自然环境条件，它们环绕着河套地区，正如众星捧月一样，把河套文明推到了最高峰，同时又把河套文明传播到更广阔的区域之中。有许多历史悠久的灌溉渠道，如秦渠、汉渠、唐徕渠等，河套地区有“塞上江南”之称。

可见，“河套”一词有着悠久历史渊源，河套地区、河套平原是一个特指概念，特指内蒙古高原中部黄河沿岸地区，并且这种特指已经在相关公众心目中形成固定认知，提到河套地区，便会联想到上述地理区域。

### “河套”面粉商标是否有可能演变成通用名称

由前文可知，“河套”一词非恒丰集团独创，但恒丰集团是最早将“河套”注册成面粉商标的企业，并且使“河套”商标获得了“中国驰名商标”等一系列荣誉。恒丰集团的努力，不仅仅提高了自己产品的知名度，同时也提高了整个河套地区的知名度和影响力，可以肯定，恒丰集团为河套地区面粉产品的推广作出了巨大贡献。但同时也需要看到隐患，“河套”面粉商标有演变成通用名称的可能性。



## “非商标性使用”、“正当使用”抗辩

商标侵权案件中，被告的使用行为是否是“商标性使用”是判定是否构成侵权的一个重要要素，法院一般都会对被告的使用行为做出界定，并以此作为判断是否侵权的前提条件。

《商标法》第五十九条规定：注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者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，或者含有的地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。北京市高级人民法院2006年印发的《北京市高级人民法院关于审理商标民事纠纷案件若干问题的解答》第27条关于什么属于“正当使用”的规定：(1)使用注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号的；(2)使用注册商标中直接表示商品的性质、用途、质量、主要原料、种类及其他特征的标志的；(6)其他属于正当使用商标标识的行为。

由前面论述可知，“河套”一词虽然不是一个规范地名，但是代表了一定的地理区域，可以说是一个特定地理区域概念，和地名较为相似。

在本案中，从发布会公布的涉嫌侵权产品看，笔者认为被告企业并不是将“河套”作为商标进行使用。从图片看，被告产品上明确标有被告企业自己的商标，“河套平原雪花粉”、“河套雪花粉”中的“河套”字样并不是特指商标，而是特指河套地理区域，并在产品包装上予以说明。从使用意图上看，被告企业并无将“河套”作为商标进行使用的主观意愿，从客观效果上看，消费者识别商品来源仍然是依据被告企业的商标，被告产品上的“河套”字样并不能起到识别商品来源的作用。因此本案中，如果案件进入实审阶段，被告“非商标性使用”的抗辩理由极有可能被法院采纳认可。

综上，退一步讲，即使难以认定“河套”商标为面粉的通用名称，但如果能证明是其系面粉行业内常用的代表一定地域特征的词汇符号，具有一定的通用化特征，商标权人不能禁止他人善意地、非商标法意义上的使用。被告企业在产品上使用“河套”一词时，系与被告企业主要商标结合使用，能够使得消费者清晰地认识到产品来源于被告企业，被告企业也并无故意误导公众的意图。因此，虽然维权大幕已经拉开，但恒丰集团的维权之路并不顺畅。同时也应看到，恒丰集团发起此次诉讼的背后，折射出的是面粉市场份额的争夺，“河套”面粉主要以北方市场为主，恒丰集团有望通过此次诉讼迅速提高“河套”面粉在全国的知名度，从这一意义来说，恒丰集团某种程度上已经取得了诉讼的胜利。

(作者：王金华 | 北京市品源律师事务所)

《商标法》第十一条第一款第(一)规定，仅有本商品的通用名称的标志，不得作为商标注册。实践中，注册商标成为通用名称一般有两种情形，一种是将已经成为通用名称的标志注册为商标，另一种是商标在注册之时不是通用名称，但在注册之后逐渐丧失了商标应有的显著性，从而变成通用名称，如拜耳公司的“阿司匹林(aspirin)”商标。

在本案中，恒丰集团最早在面粉上成功注册“河套”相关商标的时间是在一九九几年，在当时“河套”面粉肯定不是面粉的通用名称，但十几年来，随着河套面粉知名度的不断提高，越来越多的面粉厂家在使用“河套面粉”、“河套地区”、“河套平原”等字样，并且会慢慢让消费者在心目中河套面粉概念产生一种认知，即河套面粉是指在河套地区、河套平原地域范围内产出的面粉，都可称之为河套面粉，而不是特指某一企业生产的河套面粉。同时，百度搜索“河套面粉”出现的一些链接，比如河套面粉为什么贵？河套面粉哪个最好？等，在指向性上更倾向于指河套特定区域，而不是某一特定商标。虽然2002年恒丰集团“河套”商标被认定为面粉上的“驰名商标”，但是至今已经过去十几年的时间，驰名的状态是否仍然延续值得考证，即使仍然驰名，也不妨碍通用名称的认定。同时，新闻发布会上公开的恒丰集团维权记录是在2010年，通过百度搜到的恒丰打假维权信息基本也是在2010年前后，从2010年至今恒丰集团是否有过维权记录，是否存在对于商标维权不作为的事实，这些都需要考证。

因此，本案中，被告企业甚至其他面粉生产企业可依据《商标法》第四十九条第二款的规定，以构成行业内约定俗成的通用名称为由，向商标局提出撤销“河套”注册商标的申请。虽然认定成为通用名称有一定难度，但并非完全没有可能。

作者：陈锦川

北京知识产权法院，  
审判员，审判委员会  
委员，副院长

作者：陈志兴

北京知识产权法院，  
法官助理

# 如何确定赔偿数额 需要处理好的几个关系

前言：2017年“4·26”期间，最高人民法院公开发布的《中国知识产权司法保护纲要（2016-2020）》提出，要建立科学合理的知识产权损害赔偿制度体系，建立与知识产权价值相适应的损害赔偿制度体系。2017年11月9日，由广东省高级人民法院主办、广州知识产权法院协办的“知识产权司法保护与市场价值”研讨会在广州召开。人民法院、法学理论界以及相关部门的代表百余人参加会议，会议就如何破解侵权损害“赔偿难”问题、知识产权市场价值与侵权损害赔偿的关系、确定侵权损害赔偿数额的路径和方法以及不同领域知识产权侵权损害赔偿等问题进行了深入研讨。本期专题策划，邀请北京、上海、广州三家知识产权法院，就“破解侵权损害‘赔偿难’问题的司法实践”展开讨论，深入展现我国三家知识产权法院的经验及探索方向。

## 参考文献：

- 1、曹建明：“加强知识产权司法保护、优化创新环境、构建和谐司法——在全国法院知识产权审判工作座谈会上的讲话”，2005年11月21日。
- 2、虽然该报告用的是“赔偿低”的提法，但“赔偿低”只是一种现象，其根源在于“确定赔偿数额难”。
- 3、陈志兴：“侵犯专利权法定赔偿适用问题研究”，载“知产力”微信公众号，2015年11月14日；长沙中院：“知识产权民事案件损害赔偿额判定状况（2011—2015）”，载“知产力”微信公众号，2016年4月20日。
- 4、南京铁路运输法院课题组：“知识产权侵权诉讼成本与效率分析——基于南京法院案件的实证研究”，载“江苏高院”微信公众号，2016年4月26日。
- 5、何震：“法官不认同‘知识产权损害赔偿低’的十个维度”，载“西南知识产权”微信公众号，2017年1月15日。
- 6、陈志兴：“积极提赔偿证据 客观看赔偿数额”，载《中国知识产权报》，2014年9月3日。
- 7、陈志兴：“司法定价与市场定价：确定知识产权损害赔偿数额的理念与规则”，载“知识产权那点事”微信公众号，2016年5月21日。
- 8、《专利法》第六十五条“侵犯专利权的赔偿数额按照权利人因被侵权所受到的实际



**考** 察我国知识产权民事侵权审判实践，怎样确定赔偿数额始终是困扰当事人和法院的一大难题。这也被称为“世界性难题”【1】。在2014年6月23日提交的《关于检查〈中华人民共和国专利法〉实施情况的报告》中，全国人大常委会执法检查组就提到，专利维权存在“赔偿低”【2】的问题。客观来讲，“赔偿低”在其他知识产权侵权诉讼中也有不同程度的存在，尽管在各方的共同努力下有所好转，但至今仍未根本改变。说到“赔偿低”，至少有两个方面的指向，一是权利人通过司法裁判获得的

赔偿数额低于侵权人的侵权获利，不足以遏制侵权行为的泛滥；二是权利人通过司法裁判获得的赔偿数额低于其维权支出，导致权利人缺乏维权动力。关于“赔偿低”的根源，现有的研究成果不少，实证方面，有的将重点放在赔偿证据的缺失，指出当事人应注重证据的收集【3】；有的提出要合理分配举证责任和举证内容，细化赔偿计算方式【4】；还有的分析了不认同“赔偿低”的十个理由，涵盖了当事人举证、知识产权价值、损害赔偿计算方式的适用等十个方面【5】。综合上述研究成果，确定损害赔偿数额的难题主要体现为两大方面：一是当事人举证的难

度和积极性，二是法院适用损害赔偿的计算方式。本文将在在此基础上，结合北京知识产权法院的一些思考和探索做进一步的探讨。

## 一、怎样认识“赔偿低”的现象

站在司法中立裁判的视角，“赔偿低”的现象似乎来源于权利人没有提交确定赔偿数额的证据，毕竟，法院的角色是居中裁判。【6】但是，如果进一步想，可能会涉及到如下问题：作为维权方，权利人为什么不提交或难以提交赔偿数额方面的证据？鉴于知识产权具有无形性等特点，权利人是否应当自行承担举证不能的全部后果？如果因举证不能（难以举证）导致“赔偿低”等现象长期持续存在，对于我国经济的转型升级、创新驱动发展国家战略的实施是利是弊？法院在确定赔偿数额的过程中，究竟处于何种地位，应该承担怎样的职责使命？要想回答好这些问题，就无法避开知识产权司法理念的再认识和再讨论。

2014年8月31日，全国人大常委会表决通过《关于在北京、上海、广州设立知识产权法院的决定》，北京、广州、上海三家知识产权法院于2014年底相继成立。设立知识产权法院，一个很重要的目的便是落实国家创新驱动发展战略、提高知识产权保护水平。2016年11月4日，中共中央、国务院印发《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》，明确提出要加大对知识产权侵权行为的惩治力度，提高知识产权侵权法定赔偿上限，探索建立对专利权、著作权等知识产权侵权惩罚性赔偿制度。最高人民法院《关于充分发挥审判职能作用切实加强产权司法保护的意见》指出，要按照“司法主导、严格保护、分类施策、比例协调”的知识产权司法保护基本政策，加大保护力度，推进知识产权强国建设。可见，知识产权保护不仅是权利主体的维权问题，还直接影响到国家创新驱动发展战略的实施，“兹事体大”。

毫无疑问，“赔偿低”的现象是市场主体创新活动的反面教材，必定会对其开展创新活动产生消极影响，也不利于国家创新驱动发展战略的实施。面对这一现状，法院在坚持其居中裁判的同时，在确定赔偿数额方面也要有所作为。法院应在现有法律的框架范围内，积极探索加大知识产权司法保护力度的有力举措。【7】在此基础上，还应进一步探索具体操作规则上的贯彻落实问题，例如：赔偿数额怎样体现知识产权的市场价值？怎样适用举证妨碍等证据规则？在适用具体的损害赔偿计算方式时如何体现加大保护力度的理念？等等。

## 二、让赔偿数额体现出知识产权的市场价值

考察《专利法》第六十五条【8】、《商标法》第六十三条【9】和《著作权法》第四十九条【10】，除《商

标法》第六十三条规定“对恶意侵犯商标专用权，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上三倍以下确定赔偿数额”外，其余法条都恪守着民事损害赔偿的“填平原则”。根据法律条文本身的规定，不论是权利人的实际损失、侵权人获得的利益、许可使用费的合理倍数，或是根据侵权情节等确定的法定赔偿数额，实际上都应该体现为涉案知识产权的市场价值。

但是，实务中的问题在于，在大多数案件中，当事人都没有提交确定赔偿数额的证据，并主张适用法定赔偿，导致法院在此过程中缺少具体的考量赔偿数额的证据，而权利人也觉得判赔额没有充分体现出其知识产权的市场价值，进而出现事实上“填不平”的局面。【11】因此，法院要想在确定赔偿数额方面有所作为，必须重新回到《专利法》第六十五条、《商标法》第六十三条和《著作权法》第四十九条的规定，让赔偿数额充分体现出知识产权的市场价值。

在U盾专利侵权案【12】中，原告握奇公司主张采用以被诉侵权产品的实际销售数量乘以每件专利产品合理利润的方法计算侵权赔偿数额。法院根据原告的申请，向中国银行、中国人民解放军61046部队、中国金融认证中心进行了调查取证，计算出被诉侵权产品的实际数量及每件专利产品的合理利润，全额支持了原告4900万元的赔偿请求。该案是以“权利人因被诉侵权所受到的实际损失”确定赔偿数额的典型案例，通过精确的数据计算，充分体现了涉案知识产权的市场价值。在涉书生公司侵犯著作权上诉案【13】中，二审法院认为，一审法院未充分考虑涉案作品的市场价值和行业特点，所确定的赔偿数额折合成基本稿酬标准仅相当于每千字30元左右，低于现有基本稿酬的最低标准，明显偏低，不仅不能弥补权利人的损失，也不能准确反映作品的市场价值，亦不能有效制止侵权，更不能引导数字图书馆行业的健康发展。依据填平原则，基本稿酬标准是对作品受到侵害之最低保障，故基本稿酬标准可以作为网络著作权侵权案件中确定赔偿数额时参照适用的依据。据此，二审法院参照2014年11月1日起施行的《使用文字作品支付报酬办法》的规定，按照稿酬标准上限300元/千字确定侵权赔偿数额。该案一、二审法院均适用法定赔偿的方式确定赔偿数额，但二审法院综合考虑到作者及其作品的知名度、作品的独创性程度等因素，参照适用最新修订的稿酬标准，更好地反映了涉案图书的市场价值。

## 三、鼓励权利人积极提交证据

正如多份实证调研报告已经指出的，“赔偿低”的现象与权利人不提交或难以提交损害赔偿数额方面的证据直接相关【14】，这也是全国人民代表大会常务委员会执法检查组在《关于检查〈中华人民共和国专利法〉实施情况的报告》中提到的“举证难”问题。“举证难”问题

损失确定；实际损失难以确定的，可以按照侵权人因侵权所获得的利益确定。权利人的损失或者侵权人获得的利益难以确定的，参照该专利许可使用费的倍数合理确定。赔偿数额还应当包括权利人为制止侵权行为所支付的合理开支。权利人的损失、侵权人获得的利益和专利许可使用费均难以确定的，人民法院可以根据专利权的类型、侵权行为的性质和情节等因素，确定给予一万元以上一百万元以下的赔偿。”

9、《商标法》第六十三条“侵犯商标专用权的赔偿数额，按照权利人因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以确定的，可以按照侵权人因侵权所获得的利益确定；权利人的损失或者侵权人获得的利益难以确定的，参照该商标许可使用费的倍数合理确定。对恶意侵犯商标专用权，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上三倍以下确定赔偿数额。赔偿数额应当包括权利人为制止侵权行为所支付的合理开支。人民法院为确定赔偿数额，在权利人已经尽力举证，而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下，可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料；侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的，人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额。权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予三百万元以下的赔偿。”

10、《著作权法》第四十九条“侵犯著作权或者与著作权有关的权利的，侵权人应当按照权利人的实际损失给予赔偿；实际损失难以计算的，可以按照侵权人的违法所得给予赔偿。赔偿数额还应当包括权利人为制止侵权行为

所支付的合理开支。权利人的实际损失或者侵权人的违法所得不能确定的，由人民法院根据侵权行为的情节，判决给予五十万元以下的赔偿。”

11、张维：“97%专利侵权案判决采取法定赔偿，平均赔偿额只有8万元”，载《法制日报》，2013年4月16日。

12、见北京知识产权法院（2015）京知民初字第441号民事判决书。

13、见北京知识产权法院（2016）京73民终302号民事判决书。

14、同注3、4、5。

15、见北京知识产权法院（2014）京知民初字第143号民事判决书。

16、该事实在判决书记载如下：被告宣称其在2009年及2010年为中国农药企业百强；中新网文章中记载，2009年农药企业百强最后一名的年销售额亦在1.7亿元以上；中国农药信息网显示2012年中国农药行业百强榜单最后一名的年销售额在2.0亿元。

17、同注15。

18、《民事诉讼法》第六十四条第二款规定，当事人及其诉讼代理人因客观原因不能自行收集的证据，或者人民法院认为审理案件需要的证据，人民法院应当调查收集。《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第三条第二款规定，当事人因客观原因不能自行收集的证据，可申请人民法院调查收集。

19、《民事诉讼法》第八十一条规定，在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，当事人可以在诉讼过程中向人民法院申请保全证据，人民法院也可以主动采取保全措施。因情况紧急，在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，利害关系人可以在提起诉讼或者申请仲裁前向证据所在地、被申请人住所地或者对案件有管

的产生，主要源于知识产权的“无形性”等特点，但不得不承认的是，司法实务中法院对当事人举证的回应不足，在某种程度上也起到了推波助澜的作用。

司法实务中，知识产权侵权案件与其他案件证据的采信标准相同，证明赔偿数额的证据也应具备“三性”，即真实性、合法性和关联性。尤其是关联性的审查，以专利侵权案件中适用“权利人因被诉侵权所受到的实际损失”确定赔偿数额为例，其涉及“专利产品因侵权所造成销售量减少的总数”“专利产品的合理利润”“侵权产品在市场上销售的总数”等具体的计算项目。而司法实务中，权利人往往很难全部提供这些证据，且其中任何内容的不精确都可能导致权利人的实际损失、侵权人获得的利益、许可使用费的合理倍数等计算方式无法适用，进而不得不适用法定赔偿的计算方式。一旦权利人举证无法得到善意的回应，将导致其不再积极举证，进而陷入“权利人急于举证，判赔数额低；判赔数额低，权利人不愿积极举证”的怪圈。

在“美孚”商标侵权案【15】中，法院认为，由查明事实【16】可推知，第一、二被告在2009年的年销售额至少在1.7亿元以上，2010年的销售额亦应在该数额上下。即便两被告并非在此之前的每年均有此销售额，但无论如何，在整个侵权持续期间，被诉行为所获得的利益以及该行为对原告所造成的损失，均显然远远高于原告所主张的450万元的诉讼请求，故法院对该数额予以全额支持。该案中，法院通过对权利人公证的被告及案外人官方网站的介绍，推定出相应的赔偿数额。尽管该数额与实际数额并不一定相符，但法院通过这种推定方式，对权利人的举证活动进行了积极回应，也完成了赔偿数额的确定。

当然，对权利人举证活动的鼓励还体现在对其因举证行为而引发的合理开支的支持。在前述“美孚”商标侵权案【17】中，法院认为，原告在本案中已提交原件的票据包括：国际贸易促进委员会专利商标事务所出具的本案收费通知单，费用为19724元；北京市中信公证处出具的相关公证费用证明，金额为13550元；北京市长安公证处出具的金额为1750元的发票。法院对于上述合理支出予以全额支持。

#### 四、充分适用举证妨碍等证据规则

虽然说要鼓励权利人积极提交证据，但“举证难”之所以成为一个长期存在的现象，确实也是因为提交证据并非易事。也正是考虑到权利人的举证难度，《民事诉讼法》及其司法解释在“谁主张，谁举证”这一基本规则之外，又设定了一些特殊的规则和保障措施。例如，赋予当事人申请法院调查取证【18】、证据保全【19】的权利，赋予法院特定情形下举证责任分配的裁量权

【20】，以及对一方不利事实的推定【21】。此外，在《民事诉讼法》及其司法解释制定的举证规则的基础上，相关知识产权实体法及司法解释亦细化明确了具体的操作规则。【22】

事实上，上述规则中，《民事诉讼证据若干规定》第七十五条、《商标法》第六十三条第二款和《专利侵权司法解释（二）》第二十七条的规定就是举证妨碍规则。关键在于，该举证妨碍规则在实务中是否已经得到充分的运用。

在“墙锢”商标侵权案【23】中，原告美巢公司以被告秀洁公司因侵权所获得的利益主张赔偿数额，并提交了相关证据作为考量因素【24】。法院认为，原告尽其所能提交了由公开信息渠道可以获知的被告经营被控侵权商品的证据，在法院向被告释明后，被告虽然对上述证据所载信息的客观性提出异议，但仍不提供相关账簿、资料予以反驳，也未就相应公证书效力向公证行政主管机关提出撤销，法院将结合原告美巢公司提供的相关证据对赔偿数额予以确定。据此，法院结合被告的经营规模，侵权产品的单位销售利润、产量、销售时间、销售门店数量、地域范围等因素，对于原告1000万元的赔偿请求予以全额支持。该案中，法院适用了《商标法》第六十三条第二款的规定，在被告不提供账簿、资料的情况下，参考原告的主张和证据判定赔偿数额。

#### 五、积极发挥程序性措施的作用

正如上节提到的，为弥补权利人举证能力的不足，更好地查明案件事实，《民事诉讼法》及其司法解释赋予了当事人申请法院调查取证、证据保全的程序性权利。在加大保护力度、确保赔偿数额体现知识产权的市场价值的背景下，如何更好地发挥调查取证、证据保全等程序性措施对固定赔偿数额证据的重要作用，无疑是一项重大课题。

司法实务中，由于各地法院对于“当事人因客观原因不能自行收集”“证据可能灭失或者以后难以取得”等调查取证、证据保全要件的判断标准把握不一，加之我国市场主体的财物账簿普遍不健全、现阶段司法的威慑力不足导致社会公众提供证据的配合度过低、法院自身案多人少的矛盾突出等因素的综合作用，导致调查取证、证据保全等工作开展情况始终不甚理想。对此，法院应该充分认识到调查取证、证据保全等程序性举措对于加大知识产权保护力度的重要意义，积极作为，积累程序性措施的实务经验，并对提供伪证、阻挠作证的行为加大处罚力度，体现出司法活动的权威性和威慑力，进而树立司法的公信力。

在U盾专利侵权案【25】中，法院根据原告握奇公司提出的申请，向中国银行、中国人民解放军61046部队、

中国金融认证中心发送《调查函》，就被告恒宝公司向有关银行销售 USBKEY 产品的数量情况进行调查取证。针对法院的《调查函》，上述各单位均向法院出具了书面证明。正是得益于上述调查取证，法院固定了被诉侵权产品的数量。

在旅游卫视台著作权纠纷案【26】中，法院认定被告爱美德公司提交的多份关键证据系虚假证据，全国皮革工业标准化技术委员会出具虚假证言，上述行为情节较为恶劣，严重妨碍民事诉讼，根据《民事诉讼法》第一百一十一条、第一百一十五条的规定，对上述二单位分别罚款 100 万元和 10 万元，并对全国皮革标准化委员会秘书长赵某罚款 1 万元。该案涉及造假的虽然是侵权证据，但一旦涉及赔偿证据造假，同样可以适用上述《民事诉讼法》的相关规定予以制裁。

## 六、善于适用许可使用费

对于赔偿数额的确定，《专利法》第六十五条和《商标法》第六十三条均规定在权利人的损失或者侵权人获得的利益难以确定的情形下，可参照许可使用费的倍数合理确定。虽然《著作权法》第四十九条没有类似的规定，但司法实务中不乏适用许可使用费的判例，最高法院的相关司法解释在明确许可使用费的适用规则时，也并未区分具体的知识产权类型。【27】而且，最新版的《著作权法》（修订草案送审稿）也有类似参照许可使用费倍数合理确定的规定。【28】

司法实务中，适用许可使用费的难题在于对“可参照性”的理解和把握，至少可能涉及到许可使用方式、许可地域、许可期间、履行方式等协议内容的可参照性。当然，我国知识产权许可使用率不高也是影响适用许可使用费的直接因素之一，即使是存在许可协议的情形，还需面临许可协议的签订主体是否有关联性、许可协议是否真实履行等质疑。

在涉 WAPI 标准必要专利侵权纠纷案【29】中，原告西电捷通公司主张以 1 元 / 件的标准确定许可费，并以许可费的 3 倍确定赔偿数额。为证明其主张，原告提交了四份与案外人签订的专利实施许可合同，其中约定专利提成费为 1 元 / 件。对此，被告认为相关合同针对的是专利包，涉案专利仅仅是专利包中的一件，故 1 元 / 件的许可费标准不合理。法院认为，四份合同分别于 2009 年、2012 年签订于西安和北京，其适用地域和时间范围对本案具有可参照性。四份合同约定的专利提成费为 1 元 / 件，虽然该专利提成费指向的是专利包，但该专利包中涉及的专利均与 WAPI 技术相关，且核心为涉案专利，因此，上述四份合同中约定的 1 元 / 件的专利提成费可以作为本案中确定涉案专利许可费的标准。考虑到涉案专利为无线局域网安全领域的基础发明、获得过相关科技奖项、被纳

入国家标准以及被告在双方协商过程中的过错等因素，法院支持了原告“以许可费的 3 倍确定赔偿数额”的主张。对于法院在该案确定的赔偿数额，也有观点提出质疑，认为涉案 WAPI 专利并没有在市场上实施。该观点也许有其事实基础，但本案主要是适用许可使用费的方式确定的赔偿数额，而根据法院查明的事实，涉案四份许可协议具有真实性，也有发票一类的证据证明其已实际履行。

## 七、灵活适用法定赔偿

众所周知，我国知识产权侵权司法实践中，在确定赔偿数额时，绝大多数案件采取的是法定赔偿的计算方式。2013 年，中南财经政法大学知识产权研究中心曾经发布一份《知识产权侵权损害赔偿案例实证研究报告》。根据该报告，在著作权、商标权、专利权侵权纠纷案件中，适用法定赔偿的比例分别为 78.54%、97.63% 和 97.25%。【30】但需要注意的是，不能因为法定赔偿适用比例高就否定其存在的价值，或者把“赔偿低”的现象归因于法定赔偿的适用。恰恰相反，在我国现行赔偿数额偏低的情形下，法定赔偿是司法实践不断发展的结果，有利于满足加大知识产权保护力度的需要。【31】

司法实务中，面临的问题是如何更加灵活地适用法定赔偿，以发挥出其应有的价值。在“MONCLER”商标侵权【32】中，法院适用法定赔偿考虑的因素包括：1. 根据法院查明的事实，原告的商标具有较高的知名度；2. 被告网站上展示的服装上带有与原告“MONCLER”商标相同的商标；3. 被告作为涉案服装的生产者，其在网站上邀请加盟并招募代理商且侵权的时间较长；4. 被告故意在其生产的服装上不标示生产者，侵权恶意明显，侵权后果比较严重；5. 被告生产、销售的涉案服装价格较高；6. 被告未提供其因侵权获利或者生产、销售服装数量的证据。综合考虑上述因素，法院以法定赔偿的上限 300 万元确定损害赔偿数额。这个案件也是新《商标法》施行以来法院就商标侵权适用法定赔偿最高限额的首例判决，对于加大知识产权保护力度具有示范效应。

在实践经验的基础上，最高人民法院对赔偿数额的确定方式也正在逐渐完善，“酌定赔偿”（“裁量性赔偿”）的方式应运而生。例如，在“音响（金刚便携式 xway-m5）”外观设计专利侵权纠纷案【33】中，最高人民法院指出，在侵权产品销售数量可以确定的情况下，根据专利产品或者侵权产品的利润率，即可以计算出被侵权人的损失或者侵权人获得的利益，并以此来确定赔偿额；在有关产品的利润率难以准确计算时，法院可以酌定一个合理的利润率来计算。当然，如果当事人能够证明存在一个真实合理的按照产品件数计算的专利许可使用费时，也可以根据按件计费标准乘以侵权产品数量所得之积计算赔偿额。

辖权的人民法院申请保全证据。

20、《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第七条规定，在法律没有具体规定，依本规定及其他司法解释无法确定举证责任承担时，人民法院可以根据公平原则和诚实信用原则，综合当事人举证能力等因素确定举证责任的承担。

21、《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第七十五条规定，有证据证明一方当事人持有证据无正当理由拒不提供，对方当事人主张该证据内容不利于证据持有人，可推定该主张成立。

22、例如，《商标法》第六十三条第二款规定，人民法院为确定赔偿数额，在权利人已经尽力举证，而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下，可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料；侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的，人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额。《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释（二）》第二十七条也有类似规定。

23、见北京知识产权法院（2015）京知民初字第 12 号民事判决书。

24、原告主张的主要考虑因素包括：（1）被控侵权商品销售价格区间为 75 元 / 桶 - 125 元 / 桶，毛利率为 30%，平均利润为 30 元 / 桶，考虑到市场因素，将被控侵权商品利润确定为 26 元 / 桶；（2）被告秀洁公司宣称仅“秀洁墙锢”单品的月产量即为 10 000 吨，单位商品为 18 公斤 / 桶，月产量为 555 555.6 桶；（3）综合考虑以上因素，月利润为 14 444 445.6 元，年利润为 173 333 347.2 元；（4）被告秀洁公司从 2009 年 8 月即开始销售被控侵权商品，因此其获利远超 1000 万元。

25、同注 12。

26、见北京知识产权法院（2015）京知民复字第 766-1 号复议决定书。

27、《最高人民法院关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》（法发[2009]23号）第 16 条指出，在确定损害赔偿数额时要注意参照许可费计算赔偿时的可比性，充分考虑正常许可与侵权实施在实施方式、时间和规模等方面的区别，并体现侵权赔偿金适当高于正常许可费的精神。

28、《著作权法》（修订草案送审稿）第七十六条第一款：“侵犯著作权或者相关权的，在计算损害赔偿额时，权利人可选择实际损失、侵权人的违法所得、权利交易费用的合理倍数或者一百万元以下数额请求赔偿。”

29、见北京知识产权法院（2015）京知民初字第 1194 号民事判决书。

30、张维：“知识产权侵权获赔额整体偏低”，载《法制日报》，2013 年 4 月 18 日。

31、陈志兴：“侵犯专利权法定赔偿适用问题研究”，载“知产力”微信公众号，2015 年 11 月 14 日。

32、见北京知识产权法院（2014）京知民初字第 52 号民事判决书。

33、见最高人民法院（2007）民三终字第 3 号民事判决书。

34、见《最高人民法院关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》，第 16 条。

35、见北京知识产权法院（2014）年京知民初字第 5 号民事判决书。

36、同注 12。

37、见最高人民法院（2012）民提字第 1 号民事判决书。

38、见北京知识产权法院（2015）京知民终字第 1878 号民事判决书。

39、陈志兴：“关于加大知识产权保护力度的三点认识”，载“知产力”微信公众号，2016 年 12 月 6 日。

在《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》中，最高人民法院指出，对于难以证明侵权受损或侵权获利的具体数额，但有证据证明前述数额明显超过法定赔偿最高限额的，应当综合全案的证据情况，在法定最高限额以上合理确定赔偿额。【34】在“动态平衡阀”发明专利侵权案【35】中，法院综合考虑被告经营规模、主观恶意、专利产品及被控侵权产品单价、行业利润等因素，突破法定赔偿上限，判令被告赔偿经济损失 150 万元。

## 八、大胆提高律师费

合理开支体现为权利人获取正义的成本，在制度设计上，该成本由何方承担会影响到权利人寻求正义的行为。因此，合理开支的赔偿一方面是对权利人诉权保障的体现，另一方面也能在一定程度上减少“赢了官司输了钱”的现象，而律师费无疑是合理开支的重要组成部分。

司法实务中，权利人可能只提供了委托合同或者收费凭证，或者仅是主张其委托了律师参与维权，但未提供委托合同和收费凭证，在这种情况下，法院就权利人的主张应如何处理？如果按照严格的证据要求，权利人的请求肯定不能得到支持，但在具体的司法实务中，一概拒绝的做法也很难说完全合理。有的案件中，法官结合具体的案情，针对这种情况就律师费用的问题进行了酌情支持。我们认为，这一做法符合实事求是的原则，也较好地体现了加大知识产权司法保护力度、降低权利人维权成本的司法保护政策，是值得肯定的。

另外，对律师费的确定还应考虑到律师收费市场的实际。在 U 盾专利侵权案【36】中，原告主张以计时收费方式作为律师费的计算标准，对此，法院经审判委员会讨论予以认可。在此基础上，法院结合案件代理的必要性、案件难易程度以及代理律师为本案的实际付出等情况认为，原告在本案中主张的律师费数额合理，对该项请求予以支持。

其实，律师计时收费的做法也有先例可循。在“后换档器支架”发明专利权纠纷案【37】中，最高人民法院指出，日聘公司虽对上述律师费（按照每位律师每小时 3000 元计收，共计 442500 元）的数额提出质疑，但未提出充分的事实和理由，且律师费以每小时 3000 元计收并未违反有关法律、行政法规以及行政规章的规定，故予以支持。

## 九、充分、大胆地说明理由

伴随着“赔偿低”的现象，法院判赔所遭受的另一诟病，就是裁判文书不说理或者说理不充分。客观来讲，在绝大部分案件都适用法定赔偿的情形下，如何对判赔进行说理确实也是困扰法官的一大难题，尤其是在当事人未就赔偿

问题进行举证的案件中，要求法官说理未免有“巧妇难为无米之炊”之嫌，这也导致一些法官索性放弃说理，以免言多必失。

站在法官的立场，上述做法似乎是法官的理性选择。但是，立足于加大知识产权保护力度的语境，判赔说理其实也是加大保护力度的一个方面。充分的判赔说理能够让当事人、社会公众更为清晰地了解法官在确定赔偿数额时的考虑因素，并且在其做出相关行为（包括诉讼行为）时给予更为明确的指引，使其再次涉诉时按照法院的判赔思路进行举证，从而促进法院判赔数额的精细化和整体提升，形成一种良性循环。

至于说具体的判赔说理方式，大体上包括两个方面，一是敢于说理，要彻底抛开言多必失的担心；二是要善于说理，而不能仅仅依靠事实和法律的堆砌。在“紫玉商标侵权案”【38】中，二审法院对一审判赔额进行改判，将一审法院确定的 100 万元赔偿数额提升至法定最高限额 300 万元。二审法院认为，在适用《商标法》第六十三条第三款确定赔偿数额时，应当考虑涉案商标的显著性与声誉、不动产商标的特殊性、侵权行为的性质及持续时间、侵权行为的地域等因素综合确定。具体而言：1. 紫玉山庄公司涉案商标具有较高的显著性与知名度；2. 不动产商标具有特殊性，直接代表了不动产项目的质量、品质、配套设施及环境等特点，且不动产商标因不动产的特殊物理属性而对相关公众产生持续甚至越来越强化的影响力；3. 海润公司与紫玉山庄公司同处于北京地区，对于紫玉山庄公司具有较高知名度的涉案商标理应知晓。海润公司使用“紫玉公馆”及“海润紫玉公馆”的行为缺乏正当理由，且其在接到紫玉山庄公司发送的律师函后仍将“紫玉”作为涉案楼盘名称的主要识别因素，继续实施侵权行为，致使其侵权行为长达八个月左右，侵权恶意明显；4. 侵权赔偿的数额应当与涉案商品的市场价值相对应。紫玉山庄公司的涉案商标实际使用的项目与海润公司的涉案楼盘均指向商品房，市场价值巨大，在建造成本相对稳定而商品房价格较高的情况下，开发商的利润空间则相对较大。将涉案商品的市场价值纳入确定赔偿数额的考量因素，也会使得侵权成本提高，从而达到有效防止侵权、制止侵权行为、保护权利人的合法权益的效果。可以看出，该案判赔说理把合议庭和审判委员会确定赔偿数额时的考虑因素都写进入了判决书，既敢于说理，又善于说理，令人信服。

本文立足于加大知识产权保护力度的背景，围绕“怎样认识‘赔偿低’的现象”等九个问题，对确定侵权赔偿数额的路径做了探讨。需要注意的是，尽管文中案例都体现出了加大保护力度的裁判理念，但是，加大保护力度始终需要事实基础，不能毫无依据。我们不能将加大保护力度曲解为盲目地提高侵权赔偿额，而必须始终立足于案件事实。【39】



# 国民饮品

有汇源  
才叫过年

# 汇源质造



CCTV春晚指定饮品

# NO1 “葛优躺”肖像权案 二审维持原判



艺龙网公司发布含有“葛优躺”图片的微博，葛优认为该行为侵犯其肖像权，将艺龙网公司诉至法院，要求其赔礼道歉并予以赔偿。一审法院支持了葛优的诉求，该公司不服，上诉至北京一中院。近日，北京一中院二审维持原判。

案件回放：演员葛优曾在电视剧《我爱我家》中扮演纪春生，该角色将身体完全摊在沙发上的放松形象被称为“葛优躺”，成为2016年网络热词。2016年7月25日，艺龙网公司发布微博，文字内容包括直接使用“葛优躺”文字和在图片上标注文字，并使用7幅葛优图片共计18次。葛优认为该微博中提到“葛优”的名字并非剧中人物名称，宣传内容为商业性使用，侵犯了其肖像权，遂将该公司诉至法院，要求其赔礼道歉并予以赔偿。后艺龙网公司于同年8月18日删除了上述微博。2016年12月7日，艺龙网公司未经葛优审核同意，在其微博发布致歉信，葛优认为该致歉信中艺龙网公司承认了侵权事实，但就此作出的致歉实为再次利用其进行商业宣传，致歉缺乏诚意。

一审法院经审理认为涉案微博侵犯了葛优的肖像权，艺龙网公司应当承担法律责任，判令：艺龙网公司在其运营的微博账号公开发布致歉声明并赔偿葛优经济损失及合理支出共7.5万元。

判决后，艺龙网公司不服，诉至北京一中院。该公司认为，一审法院不应判决其在微博中赔礼道歉，且赔偿数额过高。

北京一中院经审理后认为，该案争议焦点为一审法院判决艺龙网公司在其微博中向葛优赔礼道歉是否适当以及一审法院认定的赔偿数额是否过高。

关于一审法院判决艺龙网公司在其微博中向葛优赔礼道歉是否适当，法院认为，赔礼道歉行为既是道德责任，也是法律责任，作为民事法律责任承担方式，法律赋予了其强制性的力量；当赔礼道歉作为民事责任承担方式以法院判决的形式作出是，能够更有效地平息当事人之间的纷争，并对社会形成行为指引，其起到的社会效果、公示效果及法律效果与当事人在诉讼之外的道歉显然不同。因此，艺龙网公司认为其诉讼之外的主动道歉等同于法院判决赔礼道歉的观点不能成立。另外，赔礼道歉作为民事责任承担方式的一种具有承认错误、表示歉意并请求对方谅解的功能，是对被侵权人内心伤害的一种填补，赔礼道歉的效果难以量化。本案中，艺龙网公司确实发布了含有道歉内容的微博，但在葛优不认可该致歉微博且坚持要求法院判决赔礼道歉的情况下，法院认为，上述道歉微博不能达到相应的道歉效果。故在艺龙网公司确实侵犯了葛优肖像权的情形下，一审法院判决艺龙网公司在其微博上公开发布致歉声明并无不当。

关于一审法院认定的赔偿数额是否过高，法院认为，关于经济损失部分，葛优作为著名演员具有较高的社会知名度，其肖像已具有一定商业化利用价值，艺龙网公司对葛优肖像权的侵害，必然导致葛优肖像中包含的经济利益受损。一审法院综合考虑葛优的知名度、侵权微博的公开程度、艺龙网公司使用照片情况、主观过错程度以及可能造成的影响等因素，酌情确定艺龙网公司赔偿葛优经济损失等处理适当。

据此，北京一中院判决驳回上诉，维持原判。

来源：北京市第一中级人民法院

# NO2

## 国家知识产权局公告 第二五七号



为满足当事人在经济、法律活动中的相关需要，国家知识产权局在互联网平台向专利权人及社会公众提供实时、便捷、透明的信息查询渠道基础上，进一步优化专利证书及专利证书副本的构成，不再附具专利单行本。现将有关事宜公告如下：

一、对于授权公告日在 2018 年 3 月 2 日之后（含当日）至 2018 年 4 月 24 日（不含当日）的专利，国家知识产权局颁发的专利证书包含证书首页和专利单行本扉页。

二、对于授权公告日在 2018 年 4 月 24 日之后（含当日）的专利，国家知识产权局将在授权公告日之后颁发新版专利证书及专利证书副本。新版专利证书及专利证书副本将取消专利单行本，并增加授权公告号、专利权人地址信息。

三、旧版、新版专利证书及专利证书副本具有同等法律效力，已出具的旧版专利证书及专利证书副本，除另有规定外，不再更换为新版专利证书及专利证书副本。

四、自授权公告日起，专利权人、社会公众可以从国家知识产权局政府网站中国专利公布公告系统（网址 <http://epub.sipo.gov.cn>）查询和获取相应的专利单行本。

特此公告。

国家知识产权局  
2018 年 2 月 22 日



### 美国知识产权保险的产生背景

20 世纪 90 年代伊始，美国政府在政策上积极推行知识经济思维，认为以专利权为核心的知识产权，是美国知识经济的基础，也是当代美国经济的核心利益之一，因此，有效保护美国知识产权利益是美国对外政策的重要目标。随着知识产权使用范围的不断扩张，知识产权侵权案件的数量逐年增多，许多公司都被卷入了知识产权侵权诉讼中。通常情况下，进行知识产权侵权诉讼的诉讼费用和律师费至少需要 30—50 万美元，有的高达几百万甚至上千万美元。知识产权诉讼有着漫长的诉讼周期，巨额的诉讼费和赔偿费，即便是实力雄厚的大公司也疲于应付，对于那些囊中羞涩的小公司而言，遭遇知识产权诉讼无异于灭顶之灾。为了规避可能遭遇的知识产权诉讼风险，使用知识产权的公司迫切需要通过某种手段来分散该风险，在这种背景下，知识产权保险应运而生。

### 美国知识产权保险的概念界定与分类

在美国，知识产权保险可以分为两种类型：知识产权执行保险（IP Enforcement Insurance）和知识产权侵权保险（IP Infringement Insurance）。前者是第一人保险（first party insurance），即以被保险人所享有的知识产权为承保标的，以第三人对被保险人知识产权的侵犯为保险事故的保险。此种类型的保险被称为“追击”（Pursuit）保险，承保范围是被保险人起诉侵权人时所必须支出的诉讼费用。后者为第三人保险（third party insurance），是以被保险人侵犯他人知识产权所应当承担的赔偿责任为保险标的的保险。此种保险被称为知识产权侵权责任保险，承保范围是当被保险人被诉侵权时为其提供法律辩护的资金和被判决承担赔偿责任时支付损害赔偿金。

#### （一）知识产权侵权保险

在上述两种保险中，知识产权侵权保险是

# NO3

## 「美国知识产权保险制度」的发展概况及对我国的启示

BEYOND INFORMATION • 专于心，精于业

品源资讯

较为主要的保险业务，其发展也起步较早。上个世纪 80 年代开始有人在当时的保险种类中为被侵权企业寻求保障，也就是通过对既有保单条款的解释，将专利侵权诉讼纳入保险事故的范畴。例如，根据法院的解释，1973 年 ISO 的 CGL 保单（保险服务事务所拟定的普通商业责任保险）将专利侵权责任保险首次纳入保单的承保范围。但是 CGL 毕竟不是针对知识产权侵权行为设计的保单，应用于保险实务有歪曲保险合同条文文意之嫌，因此法院的判决经常出现反复，被保险人的权利仍无法得到稳定的保护。

为了满足被保险人对专利侵权责任保险的需求，美国国际集团（AIG）于 1994 年通过其在匹兹堡的分支机构——国家联合火灾保险公司推出了首张综合性的专利侵权责任保险单，该保单的销售对象主要是零售商和传统的制造商。其后，美国国际集团通过设在波士顿的列克星敦保险公司为被保险人提供专利侵权责任保险服务，其主要面向对象为高科技公司。

根据危险的种类和情况不同，美国国际集团为卷入诉讼的被保险人提供了每年 500 万美元的保险金额。这种类型的保单为制造者、使用者和销售者提供专利侵权责任保险，如果上述主体在从事经营过程中，被指控侵犯他人的专利权。由保险人代替其应诉并承担相应的赔偿责任。该责任保险单承保的范围包括一应诉讼费用和损害赔偿。

## （二）知识产权执行保险

知识产权执行保险与作为“防守之盾”的知识产权侵权保险相对应，具有进攻的主动性，因此又被称为“进攻之矛”。

在现实商业活动中，大多数中小公司无力起诉那些侵犯其知识产权的实力雄厚的大公司。为了扭转这种局面，伦敦的劳埃德海上保险协会推出了进攻型的知识产权执行保险单，成为大型保险公司中承保进攻型知识产权保险的首例。然而，劳埃德保险公司为中小公司知识产权保护所提供的帮助依旧无法大规模的展开。一是由于高昂的专利检查费和保险费用；二是由于保单对专利承保范围的限制：尽管某个公司很需要投保该保险，但却由于专利不在劳埃德公司的承保范围之内，无法寻求保险保护。

除此之外，位于路易维尔和肯塔基的知识产权保险服务公司和美国新泽西州的一家小型保险公司家园保险公司也推出了进攻型的知识产权执行保单。这些保单的保险费用、承保范围和给付限额各有不同，总结来说都是为适应中小企业的需要而设计的保险产品。

### 美国知识产权保险对我国的启示

知识产权是知识经济时代重要的财产权，如何切实有效地保护知识产权不仅是个体的经济利益问题，也被各国视为重大的政治问题和国际问题。我国加入 WTO 后的数年

来，外国公司对我国企业发动过数轮知识产权“围歼战”，往往以我国企业未履行其“技术标准”，或者使用其标准未交纳使用费为由提起诉讼。例如，法国、美国、加拿大公司曾要求中国电视机企业缴纳专利费，并以显像管、集成电路、儿童锁等配件上的专利被侵犯为由要求本国海关扣押从中国进口的彩电。如果上述企业投保了知识产权侵权保险，则可凭借保险公司的支持，面对国外公司的指控从容不迫地应诉。

当然，任何一种法律制度都不是完美无缺的，美国的知识产权保险制度同样也具有其固有的缺陷。首先，美国知识产权保险制度的保险费偏高，对于处于创业阶段的中小公司而言，此等高额费用确实是一项沉重的负担。其次，在知识产权保险的保护下，可能出现“合法性危机”，即被保险人投保知识产权保险后，因保险人会为其支付的诉讼费用买单而故意侵犯其他公司的专利权。最后，许多大企业滥用其雄厚的财力与资源，故意侵犯中小企业的知识产权，一旦争端进入诉讼程序，即申请禁令或者故意拖延诉讼，由于保险金额有上限，且总有消耗殆尽的一天，因此中小企业即使有购买知识产权保险也无面对此种侵害。这样一来，知识产权保险制度就无法实现其预期目的。

综上所述，在我国中小企业应对国外知识产权诉讼的过程中，知识产权保险制度是一项重要的措施。但与此同时，也必须清醒地认识到知识产权保险并不是万能的，必须综合运用多种手段，提高解决知识产权纠纷的效率。

一方面，注意运用“和解”手段。原因在于，一方提起知识产权侵权诉讼后，另一方往往会提起专利无效或商标撤销申请。法院审理和撤销申请程序同时进行，通常会牵扯案件双方的巨大人力、精力、财力，此时如能及时进行和解，当事人双方均降低了成本，会取得双赢的效果。另一方面，重视诉讼中的中间裁决。外国企业在提起知识产权诉讼后，往往会向法院提起临时禁令或先予执行申请。如果该申请获得批准，法院就会查封我国企业涉嫌侵权的产品并禁止销售该产品。所以我国企业应尽最大努力进行抗辩及举证，尽力争取到法院的有利判决，从而为以后的案件审理赢得主动。

在当代社会中，科技公司面临着不断出现并且无法预料的专利侵权诉讼的风险。专利侵权损害赔偿责任的承担，给被告带来巨大的经济损失的同时，提起诉讼的原告也会为此付出沉重的代价。在这种情形下，知识产权保险是企业分散风险、减少损失的有力武器。虽然美国的知识产权保险制度还存在着诸多缺陷，但该制度为保障我国企业应对跨国企业的知识产权诉讼提供了一条新的思路，值得我国借鉴。

来源：中国保险报



# NO4

## 工商总局： 深化商标注册便利化改革 切实提高商标注册效率

各省、自治区、直辖市及计划单列市、副省级市工商行政管理局、市场监督管理部门，总局机关各司局、直属单位：

为深入贯彻党的十九大精神，全面落实习近平新时代中国特色社会主义思想，按照党的十九大报告关于“强化知识产权创造、保护、运用”的明确要求，落实国务院《“十三五”市场监管规划》关于实施商标品牌战略的部署，进一步提高商标审查质量和审查效率，充分发挥品牌引领经济发展的重要作用，创造良好营商环境，现就深化商标注册便利化改革提出以下意见。

### 一、强化改革力度，明确改革目标

按照党中央、国务院决策部署，围绕深入实施商标品牌战略，深化商标注册便利化改革，完善商标审查体制机制，聚焦国际领先水平，促进商标审查质量和效率全面提升，有效应对商标注册申请量高速增长的态势，进一步缩短商标审查业务周期。在2017年底实现商标注册申请受理通知书发放时间由3个月压缩到2个月、商标注册审查周期由9个月压缩到8个月的基础上，2018年底实现以下目标：商标注册申请受理通知书发放时间由2个月压缩到1个月，商标注册审查周期由8个月压缩到6个月，商标转让审查周期由6个月压缩到4个月，商标变更、续展审查周期由3个月压缩到2个月，商标检索盲期由3个月压缩到2个月。

### 二、推进简政放权，改革体制机制

(一) 加快建设商标审查协作中心。在现有商标审查协作中心形成规模化审查能力基础上，重庆商标审查协作中心2018年4月形成实际审查能力。同时，根据商标申请量增长实际，统筹增设2至3个京外商标审查协作中心。现有商标审查协作中心根据承担的审查任务，适度扩大规模和人员数量。

(二) 提升地方商标受理窗口服务水平。加快地方商标受理窗口申请设置审批，将原来的集中审批改为随申请随审批。开通地方商标受理窗口网上申请权限，增设个人网上申请自助终端，扩展受理商标业务范围。安排人员指导当事人提交网上申请，增加商标业务流程信息查询、商标注册申请受理通知书打印发放等功能，提供商标业务咨询，进一步增强公共服务能力。

(三) 加强对各商标审查协作中心的指导与监管。加强审查人员岗位资格考核和审查质量监督，严格落实商标工作各环节的时限要求，实现对审查人员、审查内容的双随机抽检。加强审查标准、工作规程执行的监督指导，定期召开各商标审查协作中心参加的审查业务会议，共同研究商标审查业务重大问题，确保审查标准执行一致。

### 三、优化审查流程，提高审查效率

(四) 加快商标注册申请受理通知书发放。加大扫描录入、书式审查等前期处理能力，优化流程环节，强化节点管控，量化目标任务。2018年上半年实现商标注册申请受理通知书电子发文、当事人网上自行打印，进一步缩短发放时间。

(五) 缩短商标检索盲期。调配增加各商标审查协作中心形式审查能力，按实质审查工作比例，充实形式审查工作人员，调整优化形式审查工作流程，明显缩短外网检索盲期。

(六) 推广商标业务电子发文。整合精简现有400多种商标书式，推动商标业务发文逐步由纸质邮寄转化成电子发放。加快推进电子送达和电子注册证系统的建设，提高流程信息透明度，开通短信和邮件提示功能，取代和优化部分纸质发文功能。

(七) 提高变更、转让、续展审查效率。继续发挥商标后续业务快速审查通道作用,支持实体经济发展。合理分配京外商标审查协作中心承担变更、转让、续展审查任务。规范商标变更、转让、续展审查标准,优化工作流程。引导当事人通过网上申请方式办理商标变更、转让、续展,提升网上申请占比。

(八) 推进商标审查工作独任制。根据商标申请量的增长,适度扩充实质审查人员数量,加强独任审查人员培养,优化独任资格考核,扩大独任审查员规模。加快京外商标审查协作中心商标审查能力建设,缩短商标实质审查周期。

#### 四、强化技术支撑,提升智能水平

(九) 全面推进商标注册申请全程电子化。在已经实施商标电子公告的基础上,2017年底实现商标初步审定后一周内刊发初审公告,自申请到发放商标注册证的周期整体缩短1至2个月。加快商标电子送达和电子注册证系统的建设工作,同时推动商标评审、异议、撤销三年不使用等网上申请建设规划立项工作,2019年完成商标公共服务的全程电子化系统建设。

(十) 提升商标审查智能化水平。继续完善、优化商标注册与管理自动化系统,提高审查系统稳定性及运行速度,为保障审查效率提供技术支撑。建立商标案例数据库,便于查阅检索历史资料。建立智能审查辅助系统,运用大数据、云计算、全文检索等先进技术手段,辅助生成审查审理意见。探索图形商标智能化检索技术,研究通过图像识别、机器学习、人工智能技术优化商标审查检索结果,提升商标图形检索质量和效能。

#### 五、推动法律修改,夯实改革基础

(十一) 研究简化商标申请受理条件和审查事项。论证取消提交主体资格证明文件的要求,简化申请材料。论证补正、缴费环节后置,便于受理通知书先行发放。论证取消相对理由审查的可行性。

(十二) 论证改革商标异议和评审程序。研究将异议申请的法定期限由3个月缩短到2个月,将补充证据期限由3个月缩短到2个月,压缩商标确权周期。

(十三) 探索增强注册商标的使用义务。论证建立依职权清理闲置注册商标的制度,增加商标权利人在注册后一定时间内及续展时提供使用证据的义务,杜绝商标囤积情况和为买卖而注册商标。加大对侵权假冒行为的处罚力度。

#### 六、加强宣传引导,促进社会共治

(十四) 加大商标法律知识的宣传普及。发挥总局门户网站、中国商标网普法宣传功能。建立商标法律普及宣传长效机制,充分运用互联网传播平台,推进“互联网+商标法律宣传”行动。积极开展“4·26全国知识产权宣传周”“5·10

中国品牌日”等专题活动。发布中国商标品牌战略年度发展报告。

(十五) 努力提升社会共治水平。加强与电商平台、实体商超等经营主体的沟通,引导其正确认识商标文书的法律意义,避免给商标申请人增加额外义务,回应利益相关方对商标文书的正常诉求。充分发挥商标代理机构对商标工作的积极作用,促使其正确引导商标申请人对商标工作的认识和商标申请的预期,进一步提高商标代理的质量和水平,减少商标申请补正、不予受理、驳回及被提起异议的概率,增加商标申请人的满意度。

#### 七、精心组织实施,确保改革成效

(十六) 统一思想认识。加强思想引导,切实把思想和行动统一到习近平总书记在十九大报告中关于“强化知识产权创造、保护、运用”的要求上来,统一到总局党组关于深化商标注册便利化改革的决策部署上来,深刻认识理解进一步完善商标审查体制机制、提高商标审查质量和审查效率的重要性和紧迫性。

(十七) 加强组织领导。工商总局商标改革领导小组负责总体规划,全面协调统筹推进改革工作,研究解决改革进程中遇到的重大问题。

(十八) 完善协调机制。建立商标工作联席会议制度,健全工作沟通机制,确保商标业务工作的顺利推进。总局相关司局和直属单位支持各商标审查协作中心工作,发挥职能作用。

(十九) 及时保障经费。适应改革任务需求,加强商标业务经费和信息化建设经费保障。适度调整商标申请单件成本,按年度审查数量和质量及时核算拨付商标审查协作中心经费。

(二十) 建设人才队伍。努力推进商标审查审理队伍专业化建设,不断优化调整充实审查审理人员力量。支持京外商标审查协作中心的机构设置和人员编制等工作。开展总局相关司局与京外商标审查协作中心干部双向挂职工作。强化商标辅助人员的长效管理和培训。

各单位要统一思想,凝聚共识,形成合力,把党的十九大报告提出“加快建设创新型国家”“强化知识产权创造、保护、运用”的要求落到实处,回应社会关切,满足社会诉求,解决企业的实际问题,以商标注册便利化改革为抓手,深入实施商标品牌战略,推动实现中国产品向中国品牌转变,促进经济社会持续健康快速发展。

来源:国家工商总局

# NO5 2017 年十大黑科技

## 第一个就惊呆了!

2017 年是科技突飞猛进的一年。这里选出的《2017 年十大黑科技》：全球首个能后空翻的机器人；全球首个商用的刷脸支付；全球首次实现航天器回收。也有正在研发中的技术：意念打字、治疗瘫痪、癌症……

### 一、波士顿动力：Atlas 机器人—能后空翻的 Atlas 人形机器人



▲ Atlas 人形机器人展示后空翻 (Source: Boston Dynamics)

人工“智慧”的发展速度很快，也吸引多数人关注。与之相比，机器人“身躯”灵活性就不那么被在乎了。然而，当机器人“灵活”到可以像人类做一样复杂的动作呢？

2017 年 11 月，波士顿动力公布的最新影片中，Atlas 人形机器人先是跳上箱子保持稳定，再旋转着跳回地面，接着再跳上更高的箱子，然后就像体操选手一样，蹲下、旋转、后空翻落地，再高举双臂庆祝胜利。

更早之前，波士顿动力还展示过 Atlas 在树林间奔跑，单脚平衡站立超过 20 秒，跌倒也能迅速起身等本领。

颤抖吧人类！机器人不仅要智商碾压我们，连躯体灵活性也要超越我们了。

稍微不那么悲观的预测则是，未来人机交互将有更多新可能。

### 二、SpaceX 可回收利用飞船



龙飞船 CRS-11 飞船，可以在回收后再次发射，这将极大地降低太空运输的成本。感觉有生之年还可以上趟天？

### 三、当心大脑泄露你的心思，Facebook 在研究意念打字

FB 神秘部门 Building 8 正在研究用意念打字的技术，在用户无需讲话或手动输入的情况下，把用户大脑中的想法直接展示在计算机屏幕中。



▲ FB 展示一名女士通过脑中植入的传感器在计算机上打字 (Source: 澎湃)

这项技术可帮助残疾人，也可以在正常人在不方便拿手机的情况下给朋友发短信。然而隐忧是，这项技术也可能会泄露大脑中的秘密。FB 指出，为确保该技术只输出人们想要分享的想法，将需要构建另一项新的传感器技术，以更快的速度检测大脑的活动。目前还没有这样的技术……

### 四、蚂蚁金服：刷脸支付

2017 年 9 月 1 日，支付宝在微博表示，今日起杭州万象城的肯德基的 KPRO 餐厅正式上线刷脸支付功能，这是刷脸支付在全球范围内的首次商用试点。



▲ 支付宝刷脸支付场景体验 (Source: 支付宝)

它能从浓妆、淡妆、变装中准确识别出用户，并且机器配备了 3D 红外深度摄像头，通过软硬件算法提供活体检测功能，因而可以经受住照片、视频的考验。值得一提的是，2015 年阿里巴巴董事局主席马云就在德国展示了刷脸支付的神奇体验。时隔两年后，支付宝刷脸支付终于迎来正式商用，安全问题是阻碍刷脸支付快速落地的一个因素。

## 五、最强 AlphaZero 现身，无敌是多么寂寞

2017 年 1 月，谷歌 Deepmind 的 AlphaGo 变身“Master”以 60:0 的战绩横扫了中日韩顶尖的棋手，5 月，AlphaGo 与柯洁约战乌镇，最终 3 比 0 大胜。



▲ AlphaGo 对战柯洁 (Source: 微博)

AlphaGo 的强大令人害怕，更“恐怖”的是，10 月，Deepmind 推出 AlphaGo Zero，它能从 0 开始，自己学习围棋，仅学习三天就打败了 AlphaGo。短短两个月后，AlphaGo Zero 又完成了进化，变身 AlphaZero，横扫一切棋类程序。相同条件下，AlphaZero 系统经过 8 个小时的训练，打败了李世石版 AlphaGo；经过 4 个小时的训练，打败了此前最强国际象棋程序 AI Stockfish，2 个小时打败了最强将棋（又称日本象棋）程序 AI Elmo。

由于打遍天下无敌手，AlphaGo 已经宣布“退休”，但它背后的技术可造福人类。据悉，AlphaGo 团队未来将研发更广泛的算法，应用于医疗、能源与新材料领域。

## 六、阿里巴巴无人零售店



这是阿里巴巴在淘宝造物节上推出的一项黑科技，它能够识别用户和其购买的商品，并实现自动扣款。

有使用过的朋友可以分享一下使用体验吗？

## 七、人类细胞图谱

人类细胞图谱要为人体的 37 万亿细胞绘制地图，这将有希望帮助治疗阿尔兹海默等症。

## 八、特斯拉：电动半挂卡车



史上最安全、最时尚、最酷炫的卡车，加速快、能耗低、这将极大地降低运输成本。擎天柱看了表示想换个造型！

## 九、瘫痪有望被治愈

瑞士研究人员通过往大脑植入无线装置，让脊椎受损的猴子正常走路。这有望运用在人类身上，帮助那些瘫痪患者重新站起来。没毛病！通过电信号刺激脊椎神经，让肢体产生运动信号。

## 十、iPhoneX: FaceID



▲ iPhone X Face ID 认证 (Source: 苹果)

在屏下指纹技术缺席的情况下，iPhone X 的“刘海”屏配 3D 人脸识别堪称全面屏手机的最佳方案。

为了加强 Face ID 的识别速度和精度，苹果还在 A11 处理器当中集成了独立的神经网络引擎，用来记忆人脸数据和人脸进行快速识别。

对于苹果的努力，有人称赞，有人则认为放弃指纹识别的做法太激进。

使用体验上，一些用户吐槽，iPhone X 解锁方式没有实体 Home 键解锁方便。

人脸识别必然是生物识别的下一个方向，只是在信息安全问题困扰下，iPhone X 的人脸解锁、人脸支付并不能提供一个足够快速与方便的体验。

从生物识别大环境和用户的接受程度而言，iPhone X 的 3D 人脸解锁来得似乎早了一点。

来源：WPR

# 6.6649 万件

## 2017 年全国专利行政执法办案总量 6.6649 万件

2017 年全国专利行政执法办案总量 6.6649 万件，同比增长 36.3%；其中专利纠纷办案 2.8157 万件（包括专利侵权纠纷办案 2.7305 万件），同比增长 35.0%；发明专利案件占专利纠纷办案量比重达 17.1%，提高 5.8 个百分点；查处假冒专利案件 3.8492 万件，同比增长 37.2%……在刚刚过去的 2017 年，全国知识产权系统交出了一份令全社会满意的知识产权保护“成绩单”，有力震慑了恶意侵权假冒行为，大大增强了专利权人和创新主体的信心。

“2017 年，全国知识产权系统深入贯彻落实党中央、国务院关于加强知识产权保护的决策部署，深入实施《关于严格专利保护的若干意见》，积极推进知识产权大保护、严保护、快保护、同保护，完善政策措施，创新执法机制，加强指导推进，强化执法培训，提升执法办案质量，严厉打击各类侵权假冒行为，成绩显著。”国家知识产权局专利管理司有关负责人表示，专利行政执法各项工作取得的显著成绩，为激励知识产权创造和运用、助力供给侧结构性改革、推进实体经济特别是制造业创新发展提供了坚实保障。

### 绘就蓝图 下好“一盘棋”

2017 年，国家知识产权局进一步完善全国专利行政执法“设计图”，制定出台《关于严格专利保护的若干意见》的任务分工和工作进度方案，围绕 29 条举措，分解出 76 项具体任务，制定了 2017 年—2020 年的工作进度安排。各地纷纷结合自身实际，围绕总体部署制定“施工图”。上海、河南、新疆等十余个省、市、自治区及时出台细化落实方案。围绕国家知识产权局出台的专利侵权行为认定、证据规则、行政调解、执法证件管理及权属纠纷办理等方面的文件精神，河北、湖北、重庆、四川等地出台或修订相关政策措施，进一步增强了执法办案的规范性、协调性与权威性。

政策措施的不断创新，推动了各地执法办案工作的全面强化。2017 年，全国 31 个省（区、市）中，执法办案量超过 1000 件的有 15 个，比 2016 年增加 3 个；年执法办案量同比增长的有 29 个；甘肃、福建、新疆和四川 4 地专利侵权纠纷办案量同比增长一倍以上。全年各类专利案件结案率 98.5%，同比提高 1 个百分点；其中专利侵权纠纷案件结案率 96.5%，同比提高 2.1 个百分点……创新主体对专利行政执法的满意度进一步提高。

“政策措施用起来，创新生态‘活’起来。牵好政策的‘牛鼻子’，抓好保护的‘蛇七寸’，推进执法联动协调，是我们专利行政执法工作不断上新台阶的重要因素。”在 2017 年全国专利行政执法工作会上，长沙市知识产权局有关负责人的一席话道出了各地方知识产权系统的共同感受。

### 不负时代 吹响“冲锋号”

在全国各地执法工作普遍提升、筑好“高原”的同时，各地也结合实际不断探索，冲击出一座座“高峰”。

“把‘江浙沪包邮’变成‘江浙沪专利执法联办’。”2017 年 4 月，江苏、浙江、上海三地知识产权行政部门联合发起加强电子商务知识产权保护倡议书，推动电商领域专利行政执法联动。

在国家知识产权局统筹推进下，参与电商领域专利执法维权跨区域协作调度的地区扩大到 22 个省，高效办理了大量电商领域专利案件，在全社会引起较大反响。其中，浙江省建立了专利行政执法部门与电商平台之间的定期会晤制度、投诉机制制度、案件指导制度等，仅 2017 年前三个季度就处理投诉 8 万余起，全部结案。据统计，2017 年，全国电子商务领域专利执法办案量 1.9835 万件，同比增长 51.1%，其中大部分案件在 2 周内结案。

“进入新时代，身处长三角经济发达地区，我们必须带头探索强化专利行政执法新路径，才能不负时代和社会的重托。”浙江省知识产权局有关负责人表示，江浙沪三地将进一步强化专利行政执法，促进电商等新兴产业健康有序发展，优化营商环境，努力探索专利行政执法的地方特色之路。

“下一步，全国知识产权系统将认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想党的十九大精神，深入落实全国知识产权局局长会议精神，充分运用‘互联网+’、大数据等手段，强化对侵权假冒行为的监测监管，进一步提升执法办案的效率与水平，加大关键环节和重点领域执法办案力度，严厉打击侵权假冒行为，依法从快从严保护各类创新主体、市场主体的知识产权，有效履行政府职责，确保知识产权制度高质量运行。”国家知识产权局专利管理司有关负责人表示。

（文章来源：中国知识产权报 作者：孙迪）

# 1.3424 万亿元



## 2017 中国技术市场交易成交金额 1.3424 万亿元

近日，国家科技部网站发布了一则“2017 年全国技术市场交易简报”，简报显示，据全国技术市场统计，截至 2017 年底，全国共签订技术合同 367586 项，成交金额为 13424.22 亿元，同比增长 14.71% 和 17.68%。全国技术市场继续保持中高速增长势头。

按合同类型统计，四类技术合同中技术服务合同仍位居首位，成交金额为 6826.17 亿元，同比增长 16.66%；技术开发合同成交额大幅增长，达到 4748.54 亿元，居第二位，涨幅 36.47%；技术转让合同有所下降，成交金额为 1400.28 亿元，降幅为 12.91%；技术咨询合同成交额小幅下降 4.08%，成交金额为 449.23 亿元。

按技术领域统计，成交额居前三位的是电子信息、城市建设与社会发展和现代交通领域。其中，电子信息技术成交额为 3860.72 亿元，较上年增长 16.53%，持续保持领先地位；城市建设与社会发展快速增长，成交额为 1928.48 亿元，增长 34.7%，位居第二；现代交通较上年有所下降但仍位居第三位，成交额为 1665.32 亿元。各技术领域中，航空航天领域增幅明显，成交额为 425.41 亿元，增长 58.97%；新能源与高效节能技术、先进制造、农业、环境保护、生物、医药和医疗器械技术领域都有所增长。核应用、新材料及其应用领域

成交额较上年有所下降，其中核应用领域技术交易下降明显，降幅 61.78%。

按交易主体统计，企业法人输出 250126 项，成交额为 11875.28 亿元，同比增长 20.18%，占全国技术合同成交总额的 88.46%；吸纳技术 250016 项，成交额为 10312.70 亿元，占全国技术合同成交总额的 76.82%。高校和科研机构输出技术项数较上年大幅提升，共输出技术 104836 项，同比增长 15.75%；成交额为 1222.59 亿元，同比增长 14.77%。其中，高校输出技术成交额为 355.83 亿元，小幅下降 1.16%，科研院所输出技术成交额为 866.76 亿元，同比增长 22.91%。

按知识产权类型统计，涉及各类知识产权的技术合同 153040 项，成交额为 5550.67 亿元，同比增长 9.78%，占全国技术合同成交总额的 41.35%。技术秘密合同 80258 项，成交额为 2991.27 亿元，同比增长 12.56%；生物、医药新品种合同 2653 项，成交额为 119.7 亿元，同比增长 62.94%；计算机软件合同 51026 项，成交额为 852.67 亿元，同比增长 2.06%。专利合同 15229 项，成交额为 1420.47 亿元，同比增长 9.49%。其中，发明专利成交额为 870.69 亿元，较上年增长 19.15%。

来源：科技部网站

# 品源知识产权 护航知识经济大时代

ESCORT  
THE AGE OF  
KNOWLEDGE ECONOMY



品源知识产权  
BEYOND  
ATTORNEYS AT LAW



专于心 / 精于业

SPECIALITIES  
OF BEYOND

品源始创于 2004 年，是一家提供知识产权综合性服务的专业代理机构，致力于在知识产权领域为公众及各大企业提供全面的法律和技术支持。目前，已成长为与国际接轨的知名公司。

- ◆ 在全国代理机构知识产权申请量统计中，连续多年排名前十。
- ◆ 总部设在北京，在美国纽约、德国慕尼黑、日本东京以及国内珠三角、长三角地区设有 15 个分支机构。
- ◆ 与日本、韩国、美国、德国、法国、英国、意大利、澳大利亚、荷兰、瑞典、瑞士、南非、香港、台湾、加拿大、丹麦、印度……等全球 100 多个国家和地区的的企业以及知识产权事务所建立并保持了良好的业务合作关系。
- ◆ 如今，品源 600 余位员工遍及全世界，密集的全球化保护网络，更能为客户提供高效、便捷的法律服务保障。

品源始终坚持“信赖意味着责任”的宗旨，凭借高素质的专业团队，高标准的服务质量去赢得客户信任，为客户提供全方位知识产权战略咨询及整体解决方案，成为客户值得信赖的合作伙伴。

品源始终秉承着“信赖意味着责任”，已成长为国内具有领航者地位的知识产权代理机构



品源官方微博



品源管理咨询



品源知识产权律师

[www.boip.com.cn](http://www.boip.com.cn)

[info@boip.com.cn](mailto:info@boip.com.cn)

010-63377188

北京市海淀区莲花池东路39号西会大厦6层



# 宏观 & 政策



## 在今年的地方两会上，这两类关于知识产权的议题引发关注

### 聚焦知识产权管理体制机制改革

#### 关注专利人才培养

在知识经济时代，知识产权作为激励创新的基本保障，发展的战略性资源和国际竞争力的核心要素，其重要性愈发突出。在今年的地方两会上，关于知识产权的提案频频出现，关乎知识产权领域方方面面的建议纷至沓来。这其中，知识产权管理体制机制改革与人才培养等议题受到了高度关注。

#### 因地制宜完善机制

广东省政协委员、广东省知识产权局局长马宪民在广东省政协十二届一次会议上建议，要不断推进知识产权管理体制机制改革，高度重视和深化区域内知识产权政策协调，促进知识产权资源共建共享，为打造粤港澳大湾区国际科技创新中心添油加力。他认为，粤港澳三地已有良好的知识产权合作基础。然而，三地还存在知识产权管理机制不统一，服务平台不通畅等问题。“目前，三地分别建立了知识产权运营交易中心、信息服务维权援助机构等平台，但彼此间尚未有实质性合作与交流，且由于知识产权环境不一致，三地专利申请人需要进行双重申请、双重收费，延长了知识产权申请的审查周期，增加了创新主体的申请获权成本。”为此，马宪民在提

交的提案中建议，知识产权机制体制管理要因地制宜，不断破除体制机制中存在的弊端，“扫清”粤港澳大湾区国际科技创新中心合作的障碍。

作为首批国家知识产权综合管理改革试点城市，长沙在知识产权管理体制机制方面不断深耕，创造了知识产权领域改革的“长沙速度”和“长沙模式”。湖南省人大代表、湖南省专利代理人协会会长卢宏表示，长沙若





想在全国知识产权改革中继续挺立潮头，需不断深化综合型的知识产权管理体制，链接政府、企业、高校、科研院所、投融资机构和中介服务组织，推动形成权责清晰、分工合理、责权一致、运转高效的知识产权综合管理体制机制改革示范区，尽快形成知识产权事业发展的强大合力，让大众创业、万众创新建立在知识产权制度协调运作和规范调节的基础上。

江苏省政协委员、江苏省教育厅副厅长曹玉梅也十分关注知识产权体制机制改革的相关议题，她表示，江苏省近年来坚持把创新摆在发展全局的核心位置，创新型省份建设取得重要进展，知识产权工作走在全国前列。目前，江苏正加快引领型知识产权强省建设，推进知识产权管理体制机制改革，对激发创新创业活力、保障支撑创新驱动发展具有重大战略性意义。因此，她在提案中建议，江苏省应积极探索知识产权管理体制机制改革，理顺关系，形成合力，不断提高知识产权管理的效率和效果，形成可复制、可推广的经验做法，为强省建设筑稳根基。

#### 搭建平台培育人才

“在参加中美知识产权论坛时，我发现美国对中国知识产权现状的了解程度有待提高，对中国在知识产权工作领域中的重点和成绩也需进一步熟知。这让我意识到定期开展知识产权国际论坛，搭建交流平台的重要性。”北京市政协委员、中关村知识产权战略研究院院长马一德坦言，北京的科技发展到了融入全球创新网络的新阶段，集聚全国创新资源，发挥引领、辐射全国创新的核心作用，需要一个展示、切磋、探讨的平台，“嵌入”全球创新网络，更需要一个宣传、沟通、合作的窗口。

因此，马一德建议，以创新发展和知识产权为主题，邀请“一带一路”沿线国家政界高层、产业学界精英汇聚，

定期举办“一带一路”创新发展与知识产权论坛”，从不同层面、不同角度分析国际创新趋势、展望发展前景，共同围绕企业、产业、创业、区域、政策、金融、文化和未来科学等方面的前沿问题展开深度探讨。

十年树木，百年树人，惟有根深蒂固，方能枝繁叶茂。随着知识产权事业的迅速发展，知识产权人才队伍建设的需求也越来越强。而如何建立知识产权人才培养机制，也成为诸多代表委员们所关心的议题。陕西省政协委员、九三学社陕西省委专职副主任赵力强表示，应不断加强知识产权高层次人才队伍建设。他认为应不断加强知识产权实务人才的培养，发挥企业创新主体作用，培养有理论、懂业务、通专业、擅实务、会管理的知识产权复合型人才，培养熟悉金融、国际贸易、商务谈判、专利运营等领域的知识产权人才。

作为一名教育工作者，天津市政协委员、天津大学环境科学与工程学院教师尤学一对知识产权人才建设也深有体会。“创新在城市工业发展中占有重要地位。因此，保护创新成果，培养创新人才专利申请能力，提高知识产权保护意识，是激励创新融入国际化竞争的保障。高校作为创新人才的始发站，更应该让学生们上好知识产权这门课。”为此，尤学一在提案中建议，针对工科大学和技术类职业院校，开设专利课程，培养学生创新和保护创新成果的能力，提高学生和创新成果的保护意识。

知识产权与发展同步，与创新同行。在地方两会上，知识产权一词热度不减，各地代表委员围绕知识产权相关议题交流借鉴、集思广益。地方两会已相继结束，全国两会的大幕即将开启，期待广大代表委员积极履职、建言献策，为知识产权强国建设贡献更多智慧和力量。

来源：中国知识产权报，记者：徐子航

# 与你有关！

## 《知识产权认证管理办法》正式发布

国家认监委 国家知识产权局关于联合发布《知识产权认证管理办法》的公告

中国国家认证认可监督管理委员会 国家知识产权局公告

(2018年第5号)

根据《中华人民共和国认证认可条例》《认证机构管理办法》，国家认监委、国家知识产权局联合制定了《知识产权认证管理办法》，现予以发布。

国家认监委

国家知识产权局

2018年2月11日

### 知识产权认证管理办法

#### 第一章 总则

第一条 为了规范知识产权认证活动，提高其有效性，加强监督管理，根据《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国认证认可条例》《认证机构管理办法》等法律、行政法规以及部门规章的规定，制定本办法。

第二条 本办法所称知识产权认证，是指由认证机构证明法人或者其他组织的知识产权管理体系、知识产权服务符合相关国家标准或者技术规范的合格评定活动。

第三条 知识产权认证包括知识产权管理体系认证和知识产权服务认证。

知识产权管理体系认证是指由认证机构证明法人或者其他组织的内部知识产权管理体系符合相关国家标准或者技术规范要求的合格评定活动。

知识产权服务认证是指由认证机构证明法人或者其他组织提供的知识产权服务符合相关国家标准或者技术规范要求的合格评定活动。

第四条 国家认证认可监督管理委员会（以下简称国家认监委）、国家知识产权局按照统一管理、分工协作、共同实施的原则，制定、调整和发布认证目录、认证规则，并组织开展认证监督管理工作。

第五条 知识产权认证坚持政府引导、市场驱动，实行目录式管理。

第六条 国家鼓励法人或者其他组织通过开展知识产权认证提高其知识产权管理水平或者知识产权服务能力。

第七条 知识产权认证采用统一的认证标准、技术规范和认证规则，使用统一的认证标志。

第八条 在中华人民共和国境内从事知识产权认证及其监督管理适用本办法。

#### 第二章 认证机构和认证人员

第九条 从事知识产权认证的机构（以下简称认证机构）应当依法设立，符合《中华人民共和国认证认可条例》《认证机构管理办法》规定的条件，具备从事知识产权认证活动的相关专业能力要求，并经国家认监委批准后，方可从事批准范围内的认证活动。

国家认监委在批准认证机构资质时，涉及知识产权专业领域问题的，可以征求国家知识产权局意见。

第十条 认证机构可以设立分支机构、办事机构，并自设立之日起30日之内向国家认监委和国家知识产权局报送相关信息。

第十一条 认证机构从事认证审核（审查）的人员应当

为专职认证人员，满足从事知识产权认证活动所需的相关知识与技能要求，并符合国家认证人员职业资格的相关要求。

### 第三章 行为规范

第十二条 认证机构应当建立风险防范机制，对其从事认证活动可能引发的风险和责任，采取合理、有效的防范措施。

第十三条 认证机构不得从事与其认证工作相关的咨询、代理、培训、信息分析等服务以及产品开发和营销等活动，不得与认证咨询机构和认证委托人在资产、管理或者人员上存在利益关系。

第十四条 认证机构及其认证人员对其从业活动中所知悉的国家秘密、商业秘密和技术秘密负有保密义务。

第十五条 认证机构应当履行以下职责：

- (一) 在批准范围内开展认证工作；
- (二) 对获得认证的委托人出具认证证书，允许其使用认证标志；
- (三) 对认证证书、认证标志的使用情况进行跟踪检查；
- (四) 对认证的持续符合性进行监督审核；
- (五) 受理有关的认证申诉和投诉。

第十六条 认证机构应当建立保证认证活动规范有效的内部管理、制约、监督和责任机制，并保证其持续有效。

第十七条 认证机构应当对分支机构实施有效管理，规范其认证活动，并对其认证活动承担相应责任。

分支机构应当建立与认证机构相同的管理、制约、监督和责任机制。

第十八条 认证机构应当依照《认证机构管理办法》的规定，公布并向国家认监委报送相关信息。

前款规定的信息同时报送国家知识产权局。

第十九条 认证机构应当建立健全人员管理制度以及人员能力准则，对所有实施审核（审查）和认证决定等认证活动的人员进行能力评价，保证其能力持续符合准则要求。

认证人员应当诚实守信，恪尽职守，规范运作。

第二十条 认证机构及其认证人员应当对认证结果负责并承担相应法律责任。

### 第四章 认证实施

第二十一条 认证机构从事认证活动，应当按照知识产权认证基本规范、认证规则的规定从事认证活动，作出认证结论，确保认证过程完整、客观、真实，不得增加、减少或者遗漏认证基本规范、认证规则规定的程序要求。

第二十二条 知识产权管理体系认证程序主要包括对法人或者其他组织经营过程中涉及知识产权创造、运用、保护和管理等文件和活动的审核，获证后的监督审核，以及再认证审核。

知识产权服务认证程序主要包括对提供知识产权服务的法人或者其他组织的服务质量特性、服务过程和管理实施评审，获证后监督审查，以及再认证评审。

第二十三条 被知识产权行政管理部门或者其他部门责令停业整顿，或者纳入国家信用信息失信主体名录的认证委托人，认证机构不得向其出具认证证书。

第二十四条 认证机构应当对认证全过程做出完整记录，保留相应认证记录、认证资料，并归档留存。认证记录应当真实、准确，以证实认证活动得到有效实施。

第二十五条 认证机构应当在认证证书有效期内，对认证证书持有人是否持续满足认证要求进行监督审核。初次认证后的第一次监督审核应当在认证决定日期起 12 个月内进行，且两次监督审核间隔不超过 12 个月。每次监督审核内容无须与初次认证相同，但应当在认证证书有效期内覆盖整个体系的审核内容。

认证机构根据监督审核情况做出认证证书保持、暂停或者撤销的决定。

第二十六条 认证委托人对认证机构的认证决定或者处理有异议的，可以向认证机构提出申诉或者投诉。对认证机构处理结果仍有异议的，可以向国家认监委或者国家知识产权局申诉或者投诉。

### 第五章 认证证书和认证标志

第二十七条 知识产权认证证书（以下简称认证证书）应当包括以下基本内容：

- (一) 认证委托人的名称和地址；
- (二) 认证范围；
- (三) 认证依据的标准或者技术规范；
- (四) 认证证书编号；
- (五) 认证类别；
- (六) 认证证书出具日期和有效期；
- (七) 认证机构的名称、地址和机构标志；

- (八) 认证标志;  
(九) 其他内容。

第二十八条 认证证书有效期为 3 年。

有效期届满需再次认证的, 认证证书持有人应当在有效期届满 3 个月前向认证机构申请再认证, 再认证的认证程序与初次认证相同。

第二十九条 知识产权认证采用国家推行的统一的知识产权认证标志(以下简称认证标志)。认证标志的样式由基本图案、认证机构识别信息组成。知识产权管理体系认证基本图案见图 1 所示, 知识产权服务认证体系的基本图案见图 2 所示, 其中 ABCDE 代表机构中文或者英文简称:



图 1 知识产权管理体系认证基本图案



图 2 知识产权服务认证基本图案

第三十条 认证证书持有人应当正确使用认证标志。

认证机构应当按照认证规则的规定, 针对不同情形, 及时作出认证证书的变更、暂停或者撤销处理决定, 且应当采取有效措施, 监督认证证书持有人正确使用认证证书和认证标志。

第三十一条 认证机构应当向公众提供查询认证证书有效性的方式。

第三十二条 任何组织和个人不得伪造、变造、冒用、非法买卖和转让认证证书和认证标志。

## 第六章 监督管理

第三十三条 国家认监委和国家知识产权局建立知识产权认证监管协同机制, 对知识产权认证机构实施监督检查, 发现违法违规行为的, 依照《认证认可条例》《认证机构管理办法》等法律法规的规定进行查处。

第三十四条 地方各级质量技术监督部门和各地出入境检验检疫机构(以下简称地方认证监管部门)、地方知识产权行政管理部门依照各自法定职责, 建立相应的监管协同机制, 对所辖区域内的知识产权认证活动实施监督检查, 查处违法违规行为, 并及时上报国家认监委和国家知识产权局。

第三十五条 认证机构在资质审批过程中存在弄虚作假、隐瞒真实情况或者不再符合认证机构资质条件的, 由国家认监委依法撤销其资质。

第三十六条 认证人员在认证过程中出具虚假认证结论或者认证结果严重失实的, 依照国家关于认证人员的相关规定处罚。

第三十七条 认证机构、认证委托人和认证证书持有人应当对认证监管部门实施的监督检查工作予以配合, 对有关事项的询问和调查如实提供相关材料和信息。

第三十八条 违反有关认证认可法律法规的违法行为, 从其规定予以处罚。

第三十九条 任何组织和个人对知识产权认证违法违规行为, 有权向各级认证监管部门、各级知识产权行政管理部门举报。各级认证监管部门、各级知识产权行政管理部门应当及时调查处理, 并为举报人保密。

## 第七章 附则

第四十条 本办法由国家认监委、国家知识产权局负责解释。

第四十一条 本办法自 2018 年 4 月 1 日起施行。国家认监委和国家知识产权局于 2013 年 11 月 6 日印发的《知识产权管理体系认证实施意见》(国认可联[2013]56 号)同时废止。(来源: 国家知识产权局) 附件

### 知识产权认证目录

序号	认证项目	认证类别	认证标准
1	企业知识产权管理体系认证		《企业知识产权管理体系认证规范》(GB/T 29490-2013)
2	高等学校知识产权管理体系认证	知识产权管理体系	《高等学校知识产权管理体系认证规范》(GB/T 43261-2016)
3	科研院所知识产权管理体系认证		《科研院所知识产权管理体系认证规范》(GB/T 35289-2016)

# 2018 最新「商标注册申请常见问题」指南！（连载）

## 目录

### 一、有关商标注册申请的办理途径、申请文件、规费等

1. 办理商标申请的途径介绍
2. 自行办理与委托商标代理机构办理有什么区别吗？哪种方式更快些？
3. 国内自然人自行办理商标注册申请要求及必备文件
4. 国内法人或者其他组织自行办理商标注册申请必备文件
5. 国内法人或者其他组织申请商标注册的身份证明文件都有哪些？
6. 我们是一家公司在北京的代表处，可以申请商标注册吗？
7. 外国人自行办理商标注册申请要求及必备文件
8. 我们是一家外国公司，可以到商标注册大厅直接办理商标申请吗？能让在公司的分公司代为办理商标申请吗？
9. 我们是一家香港（澳门/台湾）公司，可以到商标注册大厅直接办理吗？
10. 港澳台居民直接办理商标注册申请要求及必备文件
11. 什么是集体商标？需要提交哪些文件？
12. 什么是证明商标？需要提交哪些文件？
13. 什么是地理标志？需要提交哪些文件？
14. 我可以申请注册“\*\*\*”商标吗？
15. 申请商标注册的费用是多少？是要分几次缴纳吗？领取注册证时还需要再缴纳其他费用吗？

### 二、有关商标注册申请书的填写

1. “申请人名称”该如何填写？
2. “申请人国籍/地区”该如何填写？
3. “申请人地址”该如何填写？
4. “国内接收人”是指什么？该如何填写？
5. “国内接收人地址”是通讯地址吗？我们公司能填写吗？
6. “商标申请声明”是指什么？该如何填写？
7. 什么是“基于第一次申请的优先权”？该如何填写？
8. 商标在展览会展出的商品上使用过，可以要求优先权吗？该如何填写？
9. 我提交了3份商标注册申请，均是基于同一份优先权证明文件要求优先权，我可以只提交一份优先权证明文件吗？
10. “商标说明”如何填写？
11. 如何填写“类别”、“商品/服务项目”？
12. 什么是尼斯分类？什么是《类似商品和服务区分表》？
13. 我要申报“\*\*\*”商品，该申报在哪类？（即如何确定申报类别）
14. 关于商品的分类原则都有哪些，在哪里可以查到？
15. 关于服务的分类原则都有哪些，在哪里可以查到？
16. 分类表中的项目之间有什么关系吗？比如第20类项目中，既有“家具”又有“金属家具”，我该如何选择？
17. 我要申报的商品项目区分表上没有，怎么办？（即如何确定商品名称）
18. 对商标图样的要求
19. 申请三维标志商标需要注意哪些地方？

20. 申请颜色组合商标需要注意哪些地方？
21. 申请指定颜色商标需要声明吗？怎样填写？
22. 申请声音商标需要注意哪些地方？
23. 什么是商标使用方式？哪些情况下要填写？
24. 以肖像申请商标，有何要求？

### 三、有关商标注册申请补正

1. 我收到了补正通知书，该怎么补正？还需要再缴纳费用吗？
2. 商标图样补正时，需要贴图样吗？
3. 补正要求报送图中文字书写方法出处的复印件，该如何补正？
4. 分类补正说商品名称不规范，该怎么补正？
5. 申请时，我已经报送了商品说明书，为何还下发补正？
6. 分类补正说商品名称不规范，可行业中就是这样叫的，我该怎么补正？
7. 分类补正说商品名称不规范，我是按以前已核准的名称填写的，为何还补正？
8. 今年实行了新版分类表，我是去年申请的，分类补正时可以申报新版分类中的项目吗？
9. 我是在一份申请书上同时申报了3个类别，现在仅有一个类别的项目需要补正。如果补正不合格，对另外两个类别有影响吗？
10. 我是在注册大厅退信窗口领取的补正通知书，补正起始时间该如何计算？

### 四、其他

1. 在商标注册大厅直接办理流程是怎样的？申请后什么时候拿到商标注册申请受理通知书？
2. 委托商标代理机构办理流程是怎样的？申请后什么时候拿到商标注册申请受理通知书？
3. 有时拿到商标注册申请受理通知书的周期较长，为什么？
4. 我收到《商标注册申请不予受理通知书》，可我已经交费了，怎么办？
5. 我已经递交了注册申请，可在中国商标网上查询不到，为什么？
6. 拿到受理通知书后是否就可以使用商标了？
7. 我的受理通知书丢失，请问能否重新补发？
8. 不予受理的情形有哪些？
9. 我想查询一个商标能否注册，请问该怎么查询？——即事先查询
10. 我想查询一个商标的注册情况，请问该怎么查询？——即事后查询
11. 什么是出具优先权证明文件申请？办理流程和时间是怎样的？
12. 中国商标网上显示的商标信息不正确，怎么办？
13. 分类调整后需要重新注册吗？
14. 我拿到了注册证，现在生产的商品与注册证上的有些不同，会受保护吗？
15. 我现在使用的商标与注册证不完全一样，需要重新注册吗？
16. 代理报送商标申请件的要求
17. 商标代理机构递交了网上申请后，还需交纸质件吗？

## 一、有关商标注册申请的办理途径、申请文件、规费等

### 1. 办理商标注册的途径介绍

国内的申请人申请商标注册或者办理其他商标事宜，有两种途径：一是自行办理；二是委托依法设立的商标代理机构办理。自行办理的，直接到商标局注册大厅办理（也可到商标局驻中关村国家自主创新示范区办事处，商标局在京外设立的商标审查协作中心，或者商标局委托地方工商和市场监管部门设立的商标受理窗口办理），也可以通过网上申请系统提交商标注册申请。

外国人或者外国企业在中国申请商标注册和办理其他商标事宜的，应当委托依法设立的商标代理机构办理，但在中国有经常居所或者营业所的外国人或外国企业除外。

香港、澳门和台湾地区的申请人参照涉外申请人办理。

### 2. 自行办理与委托商标代理机构办理有什么区别吗？哪种方式更快些？

两种途径在商标注册申请审查方面并无差别。其主要区别是发生联系的方式、提交的文件、文件递交和送达方式稍有差别。

在发生联系的方式方面，自行办理的，在办理过程中申请人与商标局直接发生联系；委托商标代理机构办理的，在办理过程中申请人通过商标代理机构与商标局发生联系，而不直接与商标局发生联系。

在提交的文件方面，自行办理的，申请人应按规定提交相关文件；委托商标代理机构办理的，申请人还应提交委托商标代理机构办理商标注册事宜的授权委托书。

在文件递交方式方面，申请人自行办理的，由申请人或经办人直接将申请文件递交到商标局商标注册大厅（也可到商标局驻中关村国家自主创新示范区办事处，商标局在京外设立的商标审查协作中心，或者商标局委托地方工商和市场监管部门设立的商标受理窗口），申请人也可以通过网上申请系统提交；代理机构可以将申请文件直接递交、邮寄递交或通过快递企业递交商标局，也可以通过网上申请系统提交。

在文件送达方式方面，申请人自行办理的，商标局的各类文件是送达当事人；委托商标代理机构办理的，文件送达商标代理机构。

### 3. 国内自然人自行办理商标注册申请要求及必备文件

国内自然人直接办理商标注册申请时应当提交以下文件：按照规定填写打印的《商标注册申请书》并由申请人签字、商标图样、个体工商户营业执照复印件、自然人身份证复印件。商标注册申请书和商标图样的具体要求，请

查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

农村承包经营户可以以其承包合同签约人的名义提出商标注册申请，商品和服务范围以其自营的农副产品为限。申请时应提交承包合同复印件。

国内自然人还可以通过商标网上申请系统提交申请。具体流程请查看“中国商标网 > 网上申请”栏目。

### 4. 国内法人或者其他组织自行办理商标注册申请必备文件

国内法人或者其他组织直接办理商标注册申请时应当提交以下文件：按照规定填写打印的《商标注册申请书》并加盖申请人公章、商标图样、身份证明文件复印件。提交申请的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

国内法人或者其他组织还可以通过商标网上申请系统提交申请。具体流程请查看“中国商标网 > 网上申请”栏目。

### 5. 国内法人或者其他组织申请商标注册的身份证明文件都有哪些？

申请人为国内法人或其他组织的，应当使用标注统一社会信用代码的身份证明文件。企业一般应提交营业执照，非企业可以提交《事业单位法人证书》、《社会团体法人登记证书》、《民办非企业单位登记证书》、《基金会法人登记证书》、《律师事务所执业许可证》等身份证明文件。

注意，期刊证、办学许可证、卫生许可证等不能作为申请人身份证明文件。

### 6. 我们是一家公司在北京的代表处，可以申请商标注册吗？

代表处、办事处不能以自己的名义申请商标注册。

### 7. 外国人自行办理商标注册申请要求及必备文件

外国人办理商标申请事宜应委托依法设立的商标代理机构办理。在中国有经常居所的外国人，可以自行办理。直接到商标注册大厅办理的，应提交以下文件：按照规定填写打印的《商标注册申请书》并由申请人签字、商标图样、申请人的身份证明文件复印件、公安部门颁发的《外国人永久居留证》或有效期一年以上《外国人居留许可》的复印件。商标注册申请书和商标图样的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

在中国有经常居所的外国人，还可以通过商标网上申请系统提交申请。具体流程请查看“中国商标网 > 网上申请”栏目。

## 8. 我们是一家外国公司，可以自行办理商标注册申请吗？

在中国没有营业所的外国企业在中国申请商标注册和办理其他商标事宜的，应当委托依法设立的商标代理机构办理。注意：外国企业在中国依法设立的独资分公司为中国企业，并未其在中国的营业所。

## 9. 我们是一家香港（澳门/台湾）公司，可以自行办理商标注册申请吗？

在大陆没有营业所的香港、澳门和台湾地区的企业在大陆申请商标注册和办理其他商标事宜的，应当委托依法设立的商标代理机构办理。注意：香港、澳门和台湾地区企业在大陆依法设立的独资分公司为大陆企业，并未其在大陆的营业所。

## 10. 港澳台居民直接办理商标注册申请要求及必备文件

港澳台居民办理商标申请事宜应委托依法设立的商标代理机构办理。持有《港澳居民来往内地通行证》（有效期为一年以上）的港澳居民、持有《台湾居民来往大陆通行证》（有效期为一年以上）的台湾居民，可以自行办理。直接到商标局商标注册大厅办理的，应提交以下文件：按照规定填写打印的《商标注册申请书》并由申请人签字、商标图样、申请人的身份证明文件复印件、有效期一年以上的通行证复印件。商标注册申请书和商标图样的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

符合自行办理条件的港澳台居民，还可以通过商标网上申请系统提交申请。具体流程请查看“中国商标网 > 网上申请”栏目。

## 11. 什么是集体商标？需要提交哪些文件？

集体商标是指以团体、协会或者其他组织名义注册，供该组织成员在商事活动中使用，以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。

直接办理集体商标注册申请时，除提交按照规定填写打印的《商标注册申请书》并加盖申请人公章、商标图样、身份证明文件复印件（经申请人盖章确认）外，还应当提交集体商标使用管理规则、集体成员名单等。提交申请的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

## 12. 什么是证明商标？需要提交哪些文件？

证明商标是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制，而由该组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务，用以证明该商品或者服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。

直接办理证明商标注册申请时，除提交按照规定填写打印的《商标注册申请书》并加盖申请人公章、商标图样、身份证明文件复

件（经申请人盖章确认）外，还应当提交证明商标使用管理规则，并应当详细说明其所具有的或者其委托的机构具有的专业技术人员、专业检测设备等情况，以表明其具有监督该证明商标所证明的特定商品品质的能力。提交申请的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

## 13. 什么是地理标志？需要提交哪些文件？

地理标志是指标示某商品来源于某地区，该商品的特定质量、信誉或者其他特征，主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志。

地理标志可以作为证明商标或者集体商标申请注册。提交申请的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

## 14. 可以申请注册“\*\*\*”商标吗？

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，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合，均可以作为商标申请注册。申请人应根据自己的实际情况确定需要注册的商标。提交申请的具体要求，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。

申请注册的商标，应当有显著特征，便于识别，并不得与他人在先取得的合法权利相冲突。申请注册的商标，凡不符合商标法有关规定或者同他人在同一种商品或者类似商品上已经注册的或者初步审定的商标相同或者近似的，由商标局驳回申请，不予公告。申请人在中国商标网上查阅《商标法》、《商标法实施条例》和《商标审查及审理标准》等相关规定。

## 15. 申请商标注册的费用是什么时候缴纳？领取注册证时还需要再缴纳其他费用吗？

商标注册规费应当在提交注册申请文件的同时缴纳。领取注册证时不需要再缴纳其他费用。商标注册费的缴纳数额及缴纳方式，请查看“中国商标网 > 商标申请 > 申请指南”栏目。（未完待续）

来源：国家工商行政管理总局商标局网站



# 产业 & 公司



## 酷派诉小米专利侵权 欲重回手机行业？

近日，手机行业又掀起了一场飓风，酷派集团发布公告，称小米科技等多家小米生态链公司侵犯其发明专利权，并就此正式向深圳市中级人民法院提起专利侵权诉讼。

很多业内人士纷纷表示，无论此次诉讼结果如何，酷派此举意欲敲山震虎，昭告天下酷派重回手机行业的决心。对于小米而言，此次在春节前收到的“大礼包”恐怕不仅仅是为酷派打一次广告这么简单，对于一个积极冲刺于上市之路的急行军而言，这无疑是天降“乱石阵”，若没有良好的应对，很容易陷入名利双危的窘境。

据报道，小米计划于 2018 年第三季度末于港交所上市，估值预计可能达到 900 亿至 1100 亿美元。同时，美国证券交易委员会表示，小米生态链公司华米科技已提交 IPO 招股说明书。

近几年，在 IPO 的道路上突然被竞争对手以“专利侵权”的名义发起攻击的案例屡见不鲜，对于拟上市公司尤其是制造业公司来说，专利往往涉及企业核心竞争力，因此有关专利的失效、终止或者被侵犯都有可能对公司持续经营能力和盈利能力带来重大不确定性影响，并最终可能导致 IPO 折戟。

回顾 2017 年，多家公司均面临类似问题，其中最热的案例莫过于搜狗、百度专利之争。搜狗公司在上市的临门一脚前及时解决了缠绕多年的知识产权纠纷，抛开具体案件的胜败不谈，搜狗公司之所以能成功在美国纳斯达克敲钟，知识产权战斗的顺利平息功不可没。反观此次酷派与小米的诉讼，尽管目前双方的口碑和产品实力存在一定差距，但手握海量专利的酷派仍不可小觑。

对于此次酷派和小米的专利之争，笔者认为，无论诉讼结果如何，酷派一方将会充分利用自身已有的专利优势与小米进行斡旋，并可能通过交叉许可的方式达成和解。对

于这场官司，酷派无疑是最大的受益者，而此次诉讼的主要目的显然也不仅是为了寻求赔偿这么简单，酷派很可能通过诉讼的途径最终争取到与小米公司合作共赢的机会。这也从另一个角度诠释了知识产权尤其是专利，对于企业来说既是一柄锋利无比的矛，也是守卫自身权益的盾。

笔者认为，小米欲在此次阻击战中全身而退，把握上市的最佳时机，就必须迅速从诉讼中脱身。但往往一旦进入诉讼环节，无论胜负，企业都如同来到了悬崖边缘。事实上，一家准上市企业是可以提前对知识产权风险进行防范部署的。

首先，企业要提高自身专利保护的预警意识，企业专利水平的曲线甚至比公司的财务报表更能代表企业发展的状态。相关企业应在上市之前的 2 到 3 年开展有针对性的专利布局。其次，企业要尽可能壮大专利实力，无论是通过自身技术转化、专利运营增持甚至是企业并购等方式，企业要尽可能多地储备知识产权尤其专利方面的弹药，质与量同抓。再次，企业还应做好自我梳理工作，加强公司内部无形资产的监管与整理工作，保证公司在上市前对自身知识产权情况做到了如指掌。此外，企业要在上市前对自身专利情况进行风险排查和控制，进行完备的风险评估分析，提前制定好应急预案，最大限度规避风险。

尽管企业会对可能发生的诉讼冲击做好万全的准备，但在纷杂的商海中，仍难免遇到不利局面。为此，企业也应在平时注意储备专业的法律及技术人才，或在市场中与专业的服务机构进行合作，注意收集各类证据，一旦遇到突发情况，通过以上储备，尽快且平稳地结束诉讼等流程，将诉讼对企业上市的影响降至最低。

无论面对何种情况，一旦准 IPO 企业遭遇知识产权诉讼，一定要积极应对，冷静分析对手的诉讼目的，从而有针对性地进行反击和回应。

来源：人民网

# 两项专利涉侵权 本田状告长城哈弗 H6 “抄袭”

近日有消息传出，北京知识产权法院受理了本田技研工业株式会社（以下简称“本田会社”）诉长城汽车股份有限公司（以下简称“长城汽车”）、北京泊示联汽车销售中心（以下简称“泊示联”）两起侵害发明专利权纠纷，此案涉及到长城汽车制造、销售的哈弗 H6 车型，涉案标的额共计 2214 万元。据了解，早在 2017 年 10 月 5 日长城汽车就已收到北京知识产权法院的起诉状。

原告本田会社认为，长城汽车的车辆号为 LGWEF4A56FF064336 的黑色“哈弗 H6 升级版”后部车门结构、汽车装饰物安装结构侵犯了本田持有第 200710008273.0 号名称为“车辆的后部车门结构”以及第 200710161631.1 号名称为“车辆的装饰物安装结构”两项发明专利权保护范围，长城汽车公司制造、销售、许诺销售哈弗 H6 汽车的行为，以及泊示联销售中心销售、许诺销售哈弗 H6 汽车的行为，均构成对其涉案专利权的侵犯，应依法承担停止侵权及赔偿损失等民事责任。

本田会社涉案专利中的车辆后部车门结构，主要是以铰链安装在车辆尾门开口部上缘的上掀式后部车门结构（图 1）。而车辆装饰物安装结构发明目的在于，提供一种能够灵活地改变车顶装饰物和车窗装饰物的安装顺序的车辆装饰物安装结构（图 2）。



本田中国相关负责人在接受媒体采访时表示：“我跟知识产权部门的人确认了。这次起诉的其实不是哪款产品侵权而是技术，目前能提供的只有专利号。”

对于本田会社的侵权诉讼，长城汽车表示，在收到起诉状后，长城汽车已经组织相关部门查阅项目开发履历，会同专业律师一同对涉案专利及车型相关结构进行对比分析后，已确认两者确实存在明显差异，并不存在侵犯本田专利权的问题。



据了解，目前此案已被受理，还处于管辖权异议审理阶段，尚未确定开庭时间。有消息称，开庭时间未确定是因为本田在北京向长城汽车提起了上诉，而长城汽车认为不应该在北京。本田中国方面则向媒体表示，将积极配合中国法律流程，并且完全尊重中国的法律。

实际上，本田会社此前在中国市场已有类似通过诉讼手段来维护知识产权的案例。2004 年 6 月 24 日，本田曾就石家庄双环汽车股份有限公司自 2003 年 9 月开始制造和销售的来宝 S-RV 车型侵害其 CR-V 外观设计专利权向北京市高级人民法院提起诉讼，要求双环停止侵权行为及赔偿，并承担相应的诉讼费用。双环汽车倒打一耙，宣称本田的真实目的是在其新车 CR-V 上市前对中国竞品打压以获取不正当竞争利润，并将来宝 S-RV 销量急剧下降及提前停产造成的巨大损失归因于本田。最终法院认定双环和本田的车型在细节上存在明显差异并不近似，驳回本田会社的诉讼请求，并以不正当竞争为名判决本田会社赔偿双环汽车 1600 万元。

此次本田再次向长城汽车发难，矛头直指领跑国内 SUV 的销量神车哈弗 H6，后续情况如何，我们将持续关注。

来源：盖世汽车网

BEYOND INFORMATION • 专于心，精于业

品源资讯

# 中国专利 亮出更多国际范儿



前言：近年来，我国专利海外布局能力不断增强，许多体现创新指标的排行榜上出现越来越多的中国企业名字。从专利大国迈向专利强国，我国专利布局进一步为企业“走出去”保驾护航，借“一带一路”倡议加强合作，在新兴技术领域抢抓先机，不断提升创新实力和国际影响力。

## 中国企业在美拥有专利 10 年增长近 10 倍 更开放：海外专利布局能力不断增强

从北极的皑皑冰川，到莱茵河上的捕鱼船，一个个俯瞰视角仿佛为人们打开了“上帝之眼”，让自然造物的玄妙和科技赋予的机巧交织融汇。

这是刚刚揭晓的无人机摄影大赛获奖作品。如今，提起民用无人机，人们首先会想到的品牌就是大疆，这一联想已经不仅局限于国内，其消费级无人机 80% 左右的收入来自中国内地以外的市场。

短短几年，大疆如何做到在民用无人机领域异军突起？也许下面一组数据可以揭晓：截至 2017 年底，大疆公司全球专利授权量接近 1900 件，其中中国 176 件，美国超过 100 件，日本接近 100 件，欧洲 18 件。

近年来，我国企业海外专利布局能力在不断增强。2017 年，年度提交 PCT（专利合作条约）国际专利申请

100 件以上的国内企业达到 44 家，较 2016 年增加 18 家。

2016 年，中国申请人的 PCT 申请量为 4.3 万件，排名全球第三；2017 年，我国知识产权局共受理 PCT 国际专利申请 5.1 万件，同比增长 12.5%，其中 4.8 万件来自国内。我国利用 PCT 申请专利的情况越来越活跃，体现了我国创新实力和国际影响力在不断提升。“这说明我们的创新者开始在全世界开拓市场、谋求利益。”中国科学院科技战略咨询研究院研究员刘海波说。

近年来，中国企业在美国获得专利数量也在稳步上升，受到业界关注。美国商业专利数据库发布的最新报告显示，不到 10 年时间，中国企业在美国拥有的专利数量增长了近 10 倍；特别是 2017 年，较 2016 年增长 28%，达到 11241 件，成为仅次于美国、日本、韩国、德国的第五大专利申请来源地。

应当看到的是，我国与国外专利强国相比，仍有不小差距。从 2016 年各国在海外获得的发明专利授权量来看，

中国仅为 2.0 万件，排名全球第七位，与排名第一的美国（13.3 万件）相比仅为其 1/6。

### 在“一带一路”沿线国家申请量增长 16% 更精准：为企业“走出去”保驾护航

2017 年 12 月，欧亚专利局颁发第五万件专利申请证书，包揽了吉尔吉斯斯坦海关安检设备的中国同方威视公司作为联合申请人，获得了由欧亚专利局局长索里·特莱芙列索娃颁发的证书和奖章。该专利申请系“准直器和检查系统”，主要应用于车辆安全检查领域。这也是中国申请人向欧亚专利局提交的第 625 件专利申请。

2017 年，第一届“一带一路”国际合作高峰论坛在京顺利召开，国家知识产权局代表中国政府与世界知识产权组织签署加强“一带一路”知识产权合作协议，初步建立“一带一路”知识产权国际合作常态化机制。

借助“一带一路”倡议的东风，我国在“一带一路”沿线国家专利申请加快落地，这也体现了专利布局对于企业“走出去”保驾护航的支撑作用。2017 年，我国在“一带一路”沿线国家（不含中国）专利申请公开量为 5608 件，同比增长 16.0%。其中，在印度专利申请公开量为 2724 件，在俄罗斯专利申请公开量为 1354 件，专利申请初具规模。2017 年，“一带一路”沿线国家在华申请专利 4319 件，较 2016 年增长 16.8%；在华申请专利的国家数达到 41 个，较 2016 年增加 4 个。

按照国民经济行业分类进行统计，2017 年，中国在其他沿线国家专利申请公开量排名前十的产业中，计算机、通信和其他电子设备制造业是专利申请公开涉及最多的产业，申请公开量远高于其他行业。

刘海波表示，加大在“一带一路”沿线国家、地区的专利申请力度，提前谋篇布局，既有利于我国企业构筑相应的竞争优势高地，也有利于我国和沿线国家、地区开展多向、双向和单向的技术转移业务，还有利于促进沿线经济欠发达国家、地区建设符合国际规则的经贸制度，更有利于“一带一路”倡议的全面、充分展开。

### 中国人工智能专利申请量全球第二 更智能：新兴产业积极投身国际竞争

一边由机器人进行脑部血管瘤的外科手术，一边病人在清醒地拉着小提琴，这不是科幻电影中一幕，而是来自柏惠维康的手术机器人 Remebot（睿米）进行的一次辅助手术。

执行手术的机器人睿米今年即将满 20 岁，它是国内



第一台可以做脑外科手术机器人，创造了多项国内第一的纪录：第一次在国内成功应用于临床，第一次在国内实现远程手术，第一个在国内进入医保的机器人手术项目……“20 年间做到这样的成就，最根本在于我们对核心技术的掌握。”柏惠维康创始人刘达说，迄今，柏惠维康已获得相关领域 18 件专利，已提交的专利申请有 40 件。

专利和科技研发、产业发展、市场环境密不可分。当前，传统产业积极谋划专利布局，重视研发开拓创新，新兴产业更是抓住机遇强化核心竞争力，积极投身国际竞争，在许多领域都有不俗表现。刘海波表示，这些新兴技术领域，都是专利密集型领域，科技、产业的发展，高度依赖于专利布局的情况。因此，要在这些领域实现弯道超车，专利布局必须未雨绸缪、提前行动。

人工智能领域成为我国可能实现弯道超车的领域之一。乌镇智库的数据显示，在人工智能专利数上，2016 年中国新增的人工智能专利数突破 9000，超过美国的两倍。中国人工智能企业数量、专利申请数量及融资规模均仅次于美国，位列全球第二。如今，中国人工智能领域正在顶层设计与实践落实两个方面努力发展，抓住机遇，蓄势待发，开启新一轮的冲刺。

云计算也是如此。全球权威的调查机构加特纳（Gartner）公布的 2017 年第三季度全球服务器市场报告显示，全球服务器市场份额前 6 位企业中，有 3 家来自中国，云服务器市场份额前 6 位中，包括浪潮、联想、曙光、华为 4 家中国企业。而在技术创新方面，中国企业申请的服务器专利数也位居全球前列。

来源：人民日报

# 这 9 个化学药专利失效! 药企准备好了吗?



根据通知，依鲁司他、奥利万星磷酸盐、甲磺酸洛美他派等 9 个化学药均为在我国专利权到期、终止、无效且尚无仿制申请的国外已上市，且具有明确临床价值的药品。首批专利权到期、终止、无效且尚无仿制申请的药品清单

1	Ingenol Mebutate	巨大数据甲基丁烯酸酯
2	Eliglustat Tartrate	依鲁司他
3	Laninamivir Octanoate Hydrate	辛酸拉尼米韦
4	Amifampridine Phosphate	磷酸阿米吡啉
5	Ceftavancin Diphosphate	奥利万星磷酸盐
6	Lomilapide Mesylate	甲磺酸洛美他派
7	Tetraabenazine	四苯喹唑
8	Glycerol phenylbutyrate	苯丁酸甘油酯
9	Uridine Triacetate	尿苷三乙酸酯

就在今年的 1 月 23 日，中央全面深化改革领导小组第二次会议召开。会议审议通过《关于改革完善仿制药供应保障及使用政策的若干意见》。

会议指出，改革完善仿制药供应保障及使用政策，要从群众需求出发，把临床必需、疗效确切、供应短缺、防治重大传染病和罕见病、处置突发公共卫生事件、儿童用药等作为重点，促进仿制药研发创新，提升质量疗效，提高药品供应保障能力，更好保障广大人民群众用药需求。

此前，2016 年 2 月我国发布的《关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见》明确要求，2012 年版基本药物目录中凡是在 2007 年 10 月 1 日前批准上市的化学药品仿制药口服固体制剂共 289 个品种，都必须在 2018 年年底前完成一致性评价。

2017 年 12 月 20 日，国家食药监总局发布《总局办公厅公开征求临床急需药品有条件批准上市的技术指南（征求意见稿）意见》，并在同一天公开征求拓展性同情使用临床试验用药物管理办法（征求意见稿）意见。

两份《意见》分别旨在进一步加快临床急需药品审评审批的要求和同情使用临床试验用药物的管理方法。

因此，对于上市药企而言，2018 年是至关重要的一年，将推动药企提高药品质量以及行业的整体水平，进而加快打破对进口原研药品的依赖。

从以上 9 个化学药的临床价值可以看到，受益于政策利好形势，我国积极加码推进仿制药创新研发，进一步提高公众用药可及性。

笔者还查阅了这 9 个化学药的作用，发现它们基本属于“孤儿药”类，用以预防、治疗和诊断罕见病。

罕见病又被叫做“孤儿病”，指的是患病率很低、很罕见的疾病。据相关数据显示，目前，世界上公认的罕见病 7000 余种，约占人类疾病总数的 10%。

治疗罕见病的药物被称为“孤儿药”。例如，四苯喹唑用以治疗亨廷顿氏舞蹈症，磷酸阿米吡啉用以治疗肌无力综合征，依鲁司他用以治疗戈谢病等。这些药物的特点就是开发成本高，且卖的价格十分昂贵。

当前，我国药企在开发“孤儿药”方面缺乏积极性，且大多依赖进口。随着国家对“孤儿药”的重视和政策支持加码，如国务院 2017 年已经出台文件，改革药品审批制度，支持创新药的研发。以及推进“孤儿药”入医保方面意见的加快，有利于提高国内制药企业对“孤儿药”研发的积极性。

据了解，以上这 9 大化学药物目前在我国的研发也基本属于空白。因此，当这些药在我国专利权到期、终止、无效时，进行仿制生产有利于造福更多的患者。

来源：中国医药网

BEYOND INFORMATION • 专于心，精于业

品源资讯

# 商标到底有多重要？ 梅西因为它再上法庭！



球星梅西又上法庭了！不过这次不是当被告，而是当原告。他起诉的原因也不是税务方面的问题，而是与商标有关。梅西欲将自己的名字“Messi”注册为商标，却屡屡受阻，无奈选择诉讼，希望拿回属于自己的“MESSI”商标。

2011年8月，梅西向欧盟相关部门提交了“MESSI”商标的注册申请，范围是体育用品、服装鞋帽、救生用品等领域。然而当年11月，西班牙某知名企业提出异议，认为“MESSI”这一商标如果通过，将对该企业拥有的“MASSI”商标造成巨大影响。

海梅·马斯费雷尔的企业是西班牙的著名赛车生产厂商，“MASSI”这一商标已经在体育用品、服装鞋帽等领域注册。

在欧洲体育界，“MASSI”的牌子也很有名，而且商标已经注册很多年了。他们认为，“MESSI”这一商标与“MASSI”太接近，会造成混乱，损害自己的利益。

在海梅·马斯费雷尔提出反对后，欧盟知识产权办公室拒绝了梅西注册“MESSI”商标的申请。之后梅西聘请了著名律师，提出申诉，但申诉也被驳回。

欧盟知识产权办公室认为，两个商标非常接近，存在很高的混淆可能性，而且双方申请的领域也非常接近，因此拒绝梅西的注册申请。

最近，梅西已经向欧盟的欧洲法院提交了诉状，欧洲法院将就此事进行开庭审理。

相比梅西，C罗的商标之路走得要顺利许多，这位葡萄牙人早就注册了自己的“CR7”（C罗全名：Cristiano Ronaldo）商标，涵盖了多个类别，而且C罗在多个领域都在使用这一商标。可以说，“CR7”商标正在给C罗带来可观利润。

“小皇帝”詹姆斯在去年为“Nothing is given. Everything is earned（不靠别人给予，全靠自己争取）”这句名言申请商标，专利范围为教育机构相关的包括“衣服、T恤、命名、长袖运动衫、帽子。同时也为自己另一句话“阿克伦之子（Just A Kid From Akron）”申请了商标。

同样科比也曾对“Friends Hang Sometimes, Banners Hang Forever”申请过专利保护。

不管是个人还是企业都应当提高商标保护意识，事前主动布局，事后积极维权，有效做好商标保护工作。

我国每天的商标申请量超万件，所以申请商标千万要趁早，就算不出现已经存在几十年的企业会提出异议，也会出现同一天申请的情况。虽然我国《商标法》中对申请商标注册采用的是“申请在先”的原则，即是在同一种商品或者类似商品上谁先提交商标注册申请，由谁获得此商标的商标的申请权。但是这个“申请在先”只能精确到“日”，并不能精确到“时、分、秒”。

所以如果这么不巧您在某一类别提交商标的申请和另一位申请人在同一天，那么不好意思，你的商标申请之路就要比其他人漫长的多。

# 速速围观 商标恶意抢注又有了新变化?

商标恶意注册呈现出新的变化和特点

## (一) 商标抢注主体不同

过去商标抢注主体多为小的实体企业。为了傍名牌、搭便车通常抄袭注册一些与老名牌相近似的商标，鱼目混珠，在实际经营中获取不当利益。在移动互联网的新形势下，商标抢注主体也发生了一定变化，在笔者代理的案件中，发现很多抢注主体是一些信息咨询、信息技术开发等公司，它们共同特点是精通互联网，对信息比较敏感，善于捕捉企业商标动态。

## (二) 被抢注对象的主体不同

过去被抢注的企业通常是老牌的知名实体企业。现在更多的是新兴的互联网、电子商务企业。这些企业网络推广宣传力度大，发展速度快，因而成为捕捉的对象。

## (三) 获利手段不同

过去主要是小的实体企业，利用傍名牌、仿名牌销售质次产品，获取不当利益。现在这些抢注方，不是实际经营，而是利用自身信息优势，搜寻有潜力的网络电子商务公司新推的主打商标，寻找注册漏洞，快速抢注。注册成功后，高价出售。有的采取以侵权为由发律师函的形式，威胁商标使用者谈判，高价购买，获取暴利。

## (四) 抢注商品服务项目和数量不同

一是在抢注商品服务上。过去抢注者多为针对名牌企业还未注册的相关产品和服务。现在抢注者更多集中在互联网产品和信息网络服务上。如第9类：计算机应用软件下载和手机APP等产品，以及第35类、36类、38类、42类等网络在线广告、金融服务、计算机开发和软件运营等服务上。这些产品和服务与新兴网络电子商务公司经营活动密不可分。

二是在抢注商品服务类别数量上。过去抢注者多为傍名牌实际经营，抢注商品服务类别数量不是很多；现在抢注



者目的不在实际经营，而是转手高价销售，因商标注册成本低，抢注商标数量比过去呈现批量化。

## 遏制恶意注册有待研究的新问题

根据上述恶意注册的新变化和

新特点，在遏制商标恶意注册、适用法律条款和认定上，现实存在一些有待研究的新问题。主要表现为对利用APP等软件提供商品或服务的类似判断上。APP是互联网移动终端应用程序的缩写，是指执行某种功能的软件程序。目前利用APP等软件提供商品或服务已经成为普遍现象，该服务模式虽然是利用了软件和网络技术，但该软件和网络技术只是商家提供服务的一种技术手段，不是提供软件产品和网络技术服务。因此，一些网络公司在商标注册项目上，更多的是在直接提供的第35类、38类、42类替他人推销、在线广告、信息传送、计算机技术开发等服务项目上进行了注册保护，而忽视第九类：可下载的计算机应用软件、手机APP软件的注册。商标抢注者则抓住了这一漏洞，分别在第九类抢注多家网络公司商标，并以侵权相威胁，意图高价出售。

抢注者在第9类注册可下载计算机软件程序或手机APP产品与他人通过APP软件提供的相应服务，是否构成类似，是移动互联网时代出现的新问题。直接涉及商标法三十二条的适用问题。针对此类案件，在案件审理中有不同的理解和认知，存在一定争议。

一种观点认为，二者不构成类似。如在“说曹操”案中，原告将“说曹操”商标在先注册在第9类可下载的计算机应用软件等商品上；被告在后将自己开发的打车软件命名为曹操专车，提供专车预约服务。法院认为，曹操专车APP软件指向是专车预约服务，是消费者认知应用软件使用的预约服务的工具，标识指向的是专车服务的来源，而非单独提供软件的服务来源，与原告商标

随着移动互联网的快速发展，商标行业也呈现出高速增长的趋势。截至2016年底，我国商标申请量已连续15年保持世界第一。近两年商标局又推出便利化改革措施，优化商标注册程序，全面放开网上申请，扩大商标直接受理点，降低商标注册规费价格等，进一步促进了商标申请量的快速发展，但注册成本降低也加剧了恶意抢注的发生。

在目的、服务方式、消费对象等方面都不相同，不存在使公众相混淆的特定联系。

另一种观点认为，二者商品和服务构成类似。主要考虑到相同商标同在网上使用，还是会造成消费者的混淆误认。针对此情况，笔者认为，二者是否构成商品和服务类似，是否会造成消费者混淆误认，不能一概而论，而应当根据个案情况综合考虑。

#### 遏制恶意注册重点考虑的方面

为了有效遏制恶意注册，笔者认为有几点应重点考虑：

1. 商标的独创性问题。如果抢注的商标是他人独创性较强的商标并与其完全相同的商标，其主观恶意是比较明显的，应区别于非独创性商标。
2. 被抢注者商标在手机 APP 上提供的相关服务上已享有在先权利。即抢注者在第 9 类：可下载计算机应用软件或手机 APP 产品注册，晚于他人在此提供的服务上注册。
3. 被抢注者商标在网上有一定使用推广宣传。在认定商标有一定影响力上，应注意商标网络传播与传统媒介传播的不同，网络传播速度快，覆盖面广，在时间持续性上不应要求过高。
4. 应考虑双方主体是否为从事网络电子商务或信息技术开发服务的企业。这类企业对网络信息比较敏感，不同于其他企业。



5. 其恶意行为又很难适用商标法第十五条、第十三条，第四十四条规定的条款规制。

基于上述情况，对此类恶意抢注行为，在符合上述条件基础上，可认定二者商品和服务类似，可能会造成相关公众混淆误导，适用商标法第三十二条规制。否则，这类恶意行为的不正当性，就很难从法律条款上得到遏制。

总之，面对移动互联网新形势下出现的恶意注册行为，我们应当突破传统思维，正确认识和判断新形势下恶意注册，特别对网络公司享有在先权利的独创性商标，企业发展初期，在对商标影响力和商品或服务类似判断上，不宜要求过高过严，以更好适用商标法第三十二条，有力遏制商标恶意注册行为，维护诚实信用和公平公正的商标注册秩序。

来源：麦知快讯

## 关于使用商标网上查询系统的说明

近期，我局收到部分网友留言反映在访问商标网上查询系统时，出现无法正常访问的情况。现就有关情况说明如下。

为有效遏制数据爬取和非法攻击等行为，保证普通用户访问速度和查询效果，新版网上查询系统增加了网络安全设备，强化了安全防护机制，预先设置了安全访问规则。自 2017 年 5 月上线以来，系统日均访问请求数超过两千万，公众体验感良好。

经过分析，少量用户无法正常访问商标网上查询系统的主要原因有：一是用户电脑安装了第三方查询软件或插件，引起非人为的、高频次的访问系统而被限制访问；二是用户电脑所处共用公网 IP 地址内的其他电脑存在机器访问行为，多次触发禁止访问规则，造成该公网 IP 地址被禁止访问。

用户可以通过以下方式解决访问限制问题：

1. 如用户安装了第三方查询软件或插件，请关闭第三方查询软件或插件，清除浏览器缓存并在 1-3 小时后重新尝试访问；
2. 如长期存在无法访问的情况，请联系您的网络服务供应商，更换公网 IP 地址。

用户如有问题请致电：010-6321 9461/6321 9463。

对于少量用户无法正常访问的情况我局感到非常抱歉，我们将进一步优化安全访问规则，在应对非法攻击的同时为社会公众提供更加优质的商标查询服务。

JD. 京东  
.COM  
多·快·好·省

挑好物 上京东



# 品源荣获“2017 中国杰出知识产权服务团队”称号



2018年1月27日，第八届中国知识产权新年论坛暨2018中国知识产权经理人年会颁奖盛典及答谢晚宴在北京粤财JW万豪酒店隆重举行。本次论坛暨年会以“蜕变”为主题，重点关注企业知识产权价值的本位回归。品源知识产权派代表参加，并荣获了“2017中国杰出知识产权服务团队”称号！

论坛依据自身立足于知识产权行业前沿和充分把握知识产权行业发展动向与趋势等优势，吸引了来自中国、美国、法国、英国、日本等国家和地区的政府知识产权机构代表、专家学者、知识产权服务机构代表，以及来自数百家企业的知识产权经理人前来参会，总参会人数超过600人。

品源知识产权与中国众多地优秀的知识产权事务所汇聚一堂，共讨中国知识产权发展大计！颁奖典礼上，揭晓了多项备受关注的大奖，品源知识产权团队凭借高效运作的服务团队、丰富的知识产权实践经验、优质的专业服务，获得“2017中国杰出知识产权服务团队”重量级大奖！

披着昨日的光环，2018年品源必将以客户为中心、以奋斗者为本，努力打造成更加受人尊敬的知识产权服务供应商。

## 精诚合作 优质服务 品源知识产权获得 CJ 集团赞扬

近日，品源获得一份特殊的新年大礼，CJ集团为了感谢2017年品源知识产权提供的优质服务，特送来了一块独家牌匾，并希望2018年双方继续合作，凝心聚力，赢战2018。

CJ（希杰）集团成立于1953年11月，以韩国第一制糖工业株式会社起步，60年来，CJ（希杰）集团以不断追求“首创、最佳、与众不同”的经营理念，由韩国最大的食品公司发展成为一家全球化生活文化企业。作为三星集团母公司，“第一制糖”在1993年实行独立经营，重点发展餐饮、电影等事业，实现事业多元化发展，并在之后的二十年，不断扩大事业及服务领域。逐渐发展成为了与地区社会共同分享、与世界携手发展

的全球企业与受尊敬的企业。

品源自与CJ集团合作以来，迅速成立CJ集团专家工作小组，凭借服务内容一站式、境外服务无缝式、服务效率直达式、服务过程管家式等方面的优势，在知识产权服务等领域开展了全方位深度合作，为CJ集团建立一套更为完整高效的知识产权体系而努力。

品源作为知识产权行业的领航者之一，秉承以“信赖意味着责任”的价值观，始终坚持以客户为中心，致力于通过专业的服务、精细的流程管理等为更多企业、个人的智慧财产创造、运用、保护和管理提供更高质量的知识产权服务。



## 品源受邀参加 2018 北京知识产权 发展沙龙年会

1 2月28日,由北京知识产权保护协会、北京知识产权发展沙龙和人工智能与知识产权联合沙龙共同主办的“第三届智慧新经济论坛暨2018北京知识产权发展沙龙年会”在京召开。品源知识产权作为该活动的合作单位,应邀出席会议!

本次会议以“创新与知识产权,中国经济的动力”为主题,通过经济、科技、金融、知识产权专家跨界交流的方式,共同研讨中国经济的高质量发展趋势,关注人工智能等新兴产业领域的创新走向,探索科技型企业与金融资本的融合之路。

参加本次会议的有来自中国科学院、中国信息通信研究院、清华大学、北京航空航天大学等著名高校科研机构与高端智库的知名专家,中科寒武纪、旷世科技等知名企业的领军人物,中科红星创投、极客邦等知名

创投和天使投资机构的合伙人,以及知识产权行业的大师们!

会上,中国科学院自动化所研究员、著名人工智能专家黄凯奇,从全球与国内人工智能技术的发展脉络切入,向与会者提供了一幅人工智能产业发展的全景图。随后,黄凯奇研究员代表会议主办方,宣布正式启动“人工智能与知识产权联合沙龙”,旨在为人工智能技术专家、知识产权专家、投融资专家提供交流合作平台。

品源知识产权一直专注于知识产权,积极参加知识产权行业论坛、盛会,与国内外知识产权界同道共同探讨知识产权问题、交流知识产权信息、分享知识产权经验、贡献知识产权发展。2018年,品源将继续秉承“信赖意味着责任”的理念,为客户提供更为高效、专业、高端的知识产权服务!



## 品源知名律师 受邀担当强国二期知识产权 总监班讲师

强 国二期知识产权总监班(北京)迎来了第二周课程。北京市品源律师事务所丁沙律师受邀担任本周讲师。

1月13日上午,由北京强国知识产权研究院主办的强国二期知识产权总监班(北京)迎来了第二周课程,来自北京、天津、黑龙江、山东、河南、江苏、安徽等地的企业知识产权总监、知识产权负责人、服务机构代表及一期强国知识产权总监班学员150余人参加了此次培训。北京品源知识产权代理有限公司合伙人丁沙受邀担任本周讲师。

丁沙律师在课堂上主要讲授了专利申请撰写及专利复审与无效的内容,详细阐述了专利撰写需要注意

和考虑的问题,审查指南修改对撰写的影响,介绍了专利复审委员会基本制度、复审程序、无效宣告程序等内容。并穿插若干典型案例,展示专利撰写思路、技巧,以及在无效程序中的具体应用。内容详尽,重点突出,为企业总监提供了良好的引导,在学员中引起热烈反响。

作为青年律师的代表,丁沙律师向大家展现了品源律师意气风发的精神风貌以及奋斗在法治建设一线的青年律师饱满的激情。品源长期以来汇聚广大青年律师,广大青年律师始终以推进依法治国为己任,维护社会和谐稳定、服务经济社会发展为使命,在未来的执业道路上不忘初心、砥砺前行!



# 新时代 新精神 新未来



## 品源知识产权 2018 年会盛典回顾



# 品源知识产权 2018 年会回顾

## 总部年会

坐标：北京

鸡年喜结丰收果，狗年欣开幸福花。2018年1月27日，以“新时代、新精神、新未来”为主题的品源知识产权总部年会盛典在北京柏翠酒窖如期举行，品源知识产权合伙人们携员工及各分公司代表近300人欢聚一堂，一起感受喜气洋洋、硕果累累的新年联欢。

年会前星光熠熠的红毯环节，各位美女帅哥纷纷使出浑身解数，旗袍、礼服、西装，百花争奇斗艳，在长如画卷的红毯上，尽显风姿，成为此次年会上最靓丽的风景。伴随着惊艳的时尚T台时装秀，品源知识产权2018年会正式拉开序幕。品源知识产权人力行政中心总监于焯赫女士、副总经理胡彬先生、总经理闵桂祥先生先后上台主题发言，纷纷对2017辛勤工作的同事们表示了感谢，并站在企业战略的高度上，对各自所负责的业务板块进行了总结，并对2018重点工作进行了规划和部署。

各位大咖的发言风趣幽默，纷纷告别循规蹈矩的工作报告形式，特别是闵总带来的《老闵秀》，以18岁“老闵”的创新视角带我们一起回顾了品源2017发展的点点滴滴，2017品源再创佳绩，人才辈出，战将如云，品源这支铁骑，实力强悍，发展迅猛，2017商标申请量高达17000件，PCT申请量翻了一番，高达1300件，出口专利量达到1500件，品源已迅速发展成为知识产权行业一颗耀眼的明珠。这种“接地气”的演讲，不仅干货满满，更引得全场共鸣，赢得了在场所有人雷鸣般的掌声！

企业的发展壮大，离不开管理层的高瞻远瞩和科学管理，也离不开全体员工的默默奉献和辛勤付出，正是品源上下齐心、共同努力才有了今天的成就。年会上，公司肯定了每一个人的付出，并对表现特别突出的团队和个人进行了表彰和颁奖。金牌顾问奖、最佳新人奖、最佳协作奖、最佳服务奖、优秀专利代理人奖、最佳团队奖……丰富的奖项设置，既是对员工出色工作的肯定，也激励着大家继续再接再厉、开拓进取，共同成就品源更加辉煌璀璨的未来。在大家掌声、呐喊声中，年会重头戏——精彩纷呈的节目表演一一呈现，神奇震撼的魔术，让台下观众不断见证奇迹

的时刻，也有结合工作生活创作，“笑”果十足的小品《三国演义之专利外传》、《品源Girls》、《应聘》、《招亲大会》、《那年我们18岁》，演员们幽默诙谐的表演风格不断引起台下员工的喝彩，由品源俱乐部带来的全网最红舞蹈《C哩C哩》更是嗨翻全场，最令人惊喜的是顾问二部带来的创意表演《百变纸片舞》，惊艳全场……

晚会现场除了丰富多彩的节目外，各项大奖、红包更是轮番上阵，被幸运之神眷顾的幸运小伙伴们一个个上台将一等奖、二等奖、三等奖各项奖品收入囊中，而遗憾未被抽中的嘉宾们也并未有丝毫失落之感，而是扯着嗓门为幸运的男神女神们欢呼，将整个年会推向了又一幕高潮。

今年，品源年会更是别出心裁，开启“大型直播秀”，360度全程直播，让各分公司的品源同事、品源家人、品源的朋友们、客户们与品源共同分享这温馨的时刻，让更多人了解车品源，了解品源文化；同时也增加了年会的趣味性和互动性，品源年会这一创意得到了大家高度好评。现场所有的领导以及同事们纷纷给观看直播的朋友们送去新年的祝福，观看直播的伙伴们也纷纷留言响应，虽隔千里，却阻挡不了大家火热的心。

欢声如歌，笑语如梦，欢乐的时光总是很短暂，六个多小时的年会盛典落下了帷幕。新时代的号角已经吹响，向2017年依依作别，满载希望，2018是属于品源知识产权的新时代、新精神、新未来！

## 天津年会

坐标：天津

品源天津分公司2018年会回顾聚力耀未来

欢声笑语辞旧岁，扬帆起航迎新春。劈风斩浪，蒸蒸日上，锐意进取，奋发图强！

北风挡不住春天的脚步，2017已向我们挥手告别；冰雪封不住青春的热情，2018已随春潮滚滚而来。2018年2月3日，以“新时代、新精神、新未来”为主题的品源天津分公司2018年会盛典在天津空港格兰云天隆重举行。

BEYOND INFORMATION • 专于心 精于业

品源资讯



承载着 2017 的果实累累，怀揣这 2018 的美好愿望，全体品源天津分公司的家人们欢聚一堂，共享这团圆、喜庆、浪漫的美好时刻。

作为 80 后、90 后的集中营，品源天津分公司年会展现了公司与众不同独具一格的风貌，把“我们不一样”发挥的淋漓尽致，并始至终贯穿整个晚会；在星光闪耀的红毯环节，专利代理人盛装出席，优雅大方的礼服、魅力个性的时尚服装，俊男靓女在镁光灯与鲜花的簇拥下开启欢乐的盛宴之夜。本次盛典在载歌载舞的时装秀中拉开帷幕，《仰望星空》的大合唱更是给在场的伙伴们一场震撼的视听盛宴。

随后，品源天津分公司总经理李宠先生手持“家书”闪亮登场，与现场的小伙伴们热情互动，并回顾了品源天津分公司这 4 年来的成长历程，感谢品源每一个人员的支持，品源的精彩，只因你我一路同行；随后品源知识产权总经理闵桂祥先生、副总经理胡彬先生先后上台发表演讲。

闵总这次虽然依然携《老闵秀》亮相，但不一样的配方一样的精彩，闵总从“新”字为中心，与大家展开了一场心灵对话，2017“新四大发明”、“新时代”、“雄安新区”“战狼票房奇迹”火爆朋友圈，IP 圈更是风云变幻，品源也迎来了新转变，品源队伍不断壮大，突破 600 人，多个颁奖典礼都能看品源身影，品源企业文化 2.0 版正式诞生，在新的时代下，我们不甘心做一个佛系青年，花开在眼前，时间和机遇转瞬即逝，为未来打 CALL！闵总发自肺腑的感言，获得台下阵阵掌声！

紧接着鼓舞人员的颁奖典礼开启，员工的成长离不开企业的大平台支持，企业的发展同样离不开员工的付出与努力品源作为一家充满人文情怀的企业，一直以来都十分重

视对人才的发掘和培养。此次年会上，公司特表彰了一大批为企业做出了突出贡献的优秀人才，并由闵总、胡老师以及各部门领导分别为他们颁发了 2017 年度最佳优秀代理人奖、最佳新人奖等，以此来感谢他们这一年为公司付出的努力。颁奖结束后，闵总与获奖新人共同举杯，共同致敬 2018，醇香的美酒唇齿留香，愉快的笑容在此刻绽放，愿 2018 用奋斗绽放最美芳华。

接下来的舞台就由多才多艺的品源小伙伴们承包了，炫酷创意的《荧光舞》点亮了新春盛典之夜。青春活力浪漫的歌舞《追光者》感染了全场，小品《生肖大拜年》为品源人送上了最贴心的祝福；天津特色的贯口《报菜名》当然更不能少，婉约柔美的《炫舞青春》，激情四射的热舞《Panama》，异域风情的歌舞《夏牧场彩虹》让大家感受原汁原味的蒙古风情；活波逗趣的小人舞《DJ-Boys》，黑白相间爆笑热情的连体舞《幻舞灵动》，让整个年会现场精彩不断，欢乐无限。最后压轴大戏《吐槽大会》更是嗨翻全场，节目中火力全开金句不断、笑料百出，引得台下掌声不断！

当然，最引人关注的是穿插在整场年会中的抽奖环节，激动人心的抽奖一轮接一轮，从三等奖开始抽直至最后神秘的特等奖，将年会气氛一次次掀起高潮，各种大大小小的奖品成为了瞩目的焦点，持续不断的欢呼声与掌声交织在一起，经久不息！岁月如歌，难忘今宵。随着《我相信》的歌声响起，2018 天津年会落下帷幕。

乘势而上千帆竞，策马扬鞭正当时。蓦然回首，2017 所有的酸甜苦辣，化作一杯酒，凝成过往；新的一年，冲锋的号角已经吹响，不忘初心，砥砺前行，让我们继续将“信赖意味着责任”的使命执着坚持到底，2018，祝愿品源知识产权蓬勃发展，再创佳绩！祝愿品源家人新春快乐！

## 华东年会

坐标：无锡

2018 品源知识产权华东区年会盛典回顾

未来精彩依然继续

2018 年 1 月 20 日，品源知识产权华东区 2018 新春联欢晚会在品源无锡分公司隆重举办，参加此次晚会的除了品源无锡分公司的全体员工，更有来自苏州、昆山、上海、南京各分公司的百余名小伙伴们，大家齐聚一堂，共襄盛典。

年会从领导致词拉开了序幕，各分公司经理对 2017 年的工作作了简要总结，对 2018 年公司发展做了规划，同时对获得 2017 年度优秀员工及最佳新人奖的同事给予了高度赞扬。每一项奖项都是对品源人的肯定和鼓励，也是对他们全身心的付出的由衷感谢。未来兼具希望与挑战，相信有大家的支持，品源的明天将更辽阔。

历经一个多月的精心策划、苦心排练，品源的小伙伴们在晚会上大放光彩，为大家奉献了一场无与伦比的视听盛宴，场上摄影师的闪光灯亦闪烁不停，惟恐错过了每一个精彩的瞬间。

无锡办的集体舞《Panama》开启整个晚会的演出高峰，随后大合唱，舞蹈，串烧、朗诵、独唱等多种才艺展示，把晚会推向了高潮。最后各分公司经理压轴表演《青苹果乐园》，舞姿妖娆的品源上海分公司黄总把舞蹈跳出了新高度，小伙伴们掌声不断，齐喊黄老师最帅 ....

精彩纷呈的节目为大家带去欢乐，载歌载舞中穿插的抽奖环节更是不断掀起年会高潮，晚会现场互动环节游戏不断，奖品不断，嗨翻全场。

光辉灿烂的 2017 年悄然过去，充满希望的 2018 已经来临，新的一年，是期待与希望的开始，我们满怀憧憬，持续创新、攻坚克难，以新风貌、新作为推动新发展、迎接新未来，相信通过品源人的不断努力，在知识产权大市场的星空下，品源会一直熠熠生辉！

## 华南年会

坐标：广州

密布精耕，放眼前行

品源知识产权华南区 2018 新春年会回顾

月异日新鸡报晓，年祥岁吉犬开门，在这辞旧迎新之际，



以“密布精耕，放眼前行”为主题的品源知识产权华南区 2018 新春年会盛典于 2018 年 1 月 20 日在广州市广州建国酒店隆重举行，华南区分公司所属各单位员工及家属们齐聚一堂，欢度年会，共迎新春。

年会伊始，品源知识产权合伙人潘登先生上台致新年贺词！全面总结回顾了 2017 的成绩，对员工一年来的付出表示感谢。在过去的一年，品源与时俱进，抓发展之要务，企业综合实力、品牌形象再上新台阶。2017 是品源收获累累的一年，品源紧抓时代潮流捷报频传：2017 年，品源获得多个行业奖项、业务再创佳绩、海外市场布局进一步深化，成果斐然 ...2018 年，品源征途再启，新时代新征程，大家要以更好的状态一起行动、一起努力，迎接品源更为辉煌美好的明天。

品源今天的成就，离不开品源全体核心精英团队的辛勤付出，为此，公司特为优秀员工、金牌顾问、金牌搭档和金牌代理人等颁发了奖项，获奖者纷纷上台接受表彰与嘉奖。他们以辛勤的汗水与执着的努力成就了这份特殊的荣耀，我们用掌声为他们点赞，更期待着明年星光大道上那个闪亮的自己！

在这喜庆的时刻，当然也少不了多才多艺的小伙伴们精彩表演，各部门自编自演的精彩表演节目为年会增添了别样的风采，轻松搞笑的小品、优美动听的歌声、劲爆炫酷的舞蹈等绘声绘色的节目轮番上演，令人目不暇接！激动人心的抽奖活动，更是将年会气氛推向最高潮，笑声，掌声，欢呼声不时的在现场活动中荡漾。

回首 2017 年，我们深情豪迈；展望 2018，我们自信满满。新年新起点，2017 年品源交出了一张完美的答卷，但前进的脚步不会停止。2018 年，公司的发展将跨入一个更高速的时期。

BEYOND INFORMATION • 专注于 精于业

品源资讯

# 回顾 2017 年度品源代理的 十大典型商标案例

前言：鉴于当前解决商标权属纠纷的案件越来越复杂，品源律师事务所结合新《商标法》施行三年多的背景，深入研究了自身代理的大量商标案件，并从中精选了对商标授权确权法律适用具有较强借鉴意义的十大典型案例，供大家参考。

## 1、关于英文商标的近似判断——品源代理长虹电器股份有限公司对“CHAUGOIVG”商标异议案件成功

**基本案情：**某公司在第 9 类商品上申请了“CHAUGOIVG”商标。长虹电器股份有限公司委托品源在公告期内对上述商标提出了异议申请。

**裁定结果：**商标局经审理后认为，被异议商标“CHAUGOIVG”为无含义英文字母组合，其在字母组成和整体视觉效果上与异议人具有较高知名度的 CHANGHONG 商标近似。商标局裁定异议理由成立，被异议商标不予核准注册。

**典型意义：**本案涉及英文商标的近似判断问题。商标异议程序的设置对于权利人维护自身商标纯洁度，扫清权利障碍的意义重大。

## 2、关于中文商标的近似判断——品源代理格力电器对第 13251979 号“康格力星”商标无效宣告行政诉讼案件成功

**基本案情：**某公司在 11 类家用电器等商品上注册了第 13251979 号“康格力星”商标。珠海格力公司委托品源对上述商标提出无效宣告请求，商评委裁定商标维持有效。品源代理格力提出行政诉讼。申请人提供了主体资格、荣誉证书、获奖资料、媒体报道、检索记录等证据资料。

**裁定结果：**北京知识产权法院经审理后认为，格力电器提交的证据可以证明“格力”商标在我国公众中具有较高知名度。“康格力星”商标完整的包含了“格力”商标，争议商标的使用可能致使相关公众误认为与“康格力星”与“格力”存在特定联系，依据商标法第三十条的规定，北京知识产权法院判决撤销商评委裁定。

**典型意义：**本案涉及到文字商标近似的判断标准，尤其是包含知名度较高的商标情况下，判定商标的近似，应更多从商标含义方面进行对比，本案的审理对适用商标法第三十条商标近似的判断标准起到了一定借鉴意义。

## 3、关于包含知名度较高商标近似的认定——品源代理西蒙电气（中国）有限公司对第 12987879 号“亿财西蒙 YICAIXIMENG”商标无效宣告案件成功

**基本案情：**彭某在第 9 类“电开关，插头、插座和其他接触器（电连接）”等商品上申请了第 12987879 号“亿财西蒙 YICAIXIMENG”商标。申请人西蒙电气（中国）有限公司委托品源对此商标提出无效宣告申请。申请人提供了企业品牌荣誉、宣传资料、公益活动照片、相关媒体报道及假冒引证商标侵权主体的行政处罚证据等。

**裁定结果：**商评委经审理后认为，争议商标与引证商标“西蒙维比特”、“西蒙艾一派”、“西蒙奇通”在文字、



恶意明显，违背了诚实信用原则，争议商标的注册和使用损害消费者权益，造成不良社会影响。

#### 8、关于与知名商标近似的认定——品源代理今麦郎对第10811791号“振鑫手 ZX”商标无效宣告行政纠纷案件终审胜诉

**基本案情：**夏津县某公司在第30类“面粉，挂面”等商品上注册了第10811791号“振鑫手 ZX”商标。商评委作出无效宣告理由不成立，维持诉争商标的裁定。今麦郎公司不服裁定，委托品源向北京知识产权法院提起诉讼。

北京知识产权法院经审理后认为，诉争商标与两引证商标构成近似商标，相关公众易认为其与两引证商标所标示的商品来自同一市场主体或两者的市场主体之间存在经营上、组织上或法律上的联系，从而导致混淆误认，并作出了撤销商评委的裁定并要求其重新作出裁定的判决。夏津县某公司不服原审判决向北京市高院提出上诉。

**裁定结果：**北京市高院经审理后认为，诉争商标的“手”与两引证商标的“手打”整体结构相似。特别是其中的“手”字的字形特征与引证商标二中的完全相同，“”字与引证商标二中的“打”字也具有相同的独创性设计，具有模仿之嫌。在相关公众施以一般注意力的情况下，可能会将两者看成是相同的文字。同时，振鑫公司在申请诉争商标的同时曾因侵犯今麦郎公司“手打”注册商标专用权而遭受行政处罚，加之诉争商标“手”与引证商标“手打”在字形独创性方面的相同特点，表明振鑫公司申请注册诉争商标具有攀附今麦郎公司“手打”商标的主观故意。此外，证据显示，今麦郎公司的“手打”商标经过长期、广泛的使用和宣传，已获得较高的知名度，其显著性和识别性较强，相关公众已将“手打”商标与商品的提供者产生了联系。因此，维持了一审判决。

**典型意义：**本案涉及与知名商标近似的认定问题。通过本案，在对与知名商标相近似商标的无效宣告案件中，除可以证明商标本身的近似外，还可以通过证明引证商标的知名度及诉争商标申请的恶意性，来确定两商标共存会造成相关公众的混淆和误认。这对今后对与知名商标近似的相关案例具有一定的借鉴意义。

#### 9、关于商标的显著性——品源代理“提钱乐”商标驳回复审成功案例

**基本案情：**深圳市某科技公司在36类“通过网站提供金融信息，电子转账”等服务上申请了20570990号“提钱乐 tiqianle.com”商标，商标局以“该标志使用在所指定服务项目上，仅直接表示了该服务的内容特点，不得作

为商标注册”为由驳回了其申请。该公司委托品源对上述商标提出驳回复审请求。申请人提供了主体资格、荣誉证书、获奖资料、媒体报道、检索记录等证据资料。

**裁定结果：**商评委经审理后认为，申请商标使用在指定服务项上，未直接表示服务的内容等特点，具备商标应有的显著性，未构成《商标法》第十一条第一款第（二）项所指情形，决定对申请商标在复审服务上的注册申请予以初步审定。

**典型意义：**“显著性”是指商标所具有的、标示企业商品或服务出处并使之区别于其他企业之商品或服务的属性，是商标保护的“灵魂”和商标法正常运行的“枢纽”，它要求商标的组成要素不得涉及产品的属性和功能，不得直接描述产品的种类、质量、主要原料、产地等。

本案涉及到暗示性商标的显著性审查问题。暗示性商标由常用词构成，它以隐喻、暗示的手法提示商品的属性或某一点。暗示性商标在世界各地都极为常见，例如：饮料商标“健力宝”、自行车商标“野马”、捕虫器商标“Roach Hotel”、社交工具“微信”等。暗示性商标尚未违反《商标法》对显著性的最低限度要求，虽然相对臆造性商标、任意性商标而言显著性较弱，但仍然属于显著性商标，可以区分商品来源，应当获得注册。本案的审理对“暗示性商标”的显著性审查标准判断具有一定的借鉴意义。

#### 10、关于商标近似的判断——品源代理例外服饰品牌创始人毛继鸿对“例外呵护”商标异议案件

**基本案情：**成都某公司在第25类商品上申请了“例外呵护”商标。例外服饰品牌创始人毛继鸿委托品源在公告期内对上述商标提出了异议申请。

**裁定结果：**商标局经审理后认为，被异议商标“例外呵护”完整包含了异议人引证商标“例外 EXCEPTION”、“状态例外”的主体部分“例外”，易使消费者误认为是异议人的系列商标或和异议人具有某种关联，且被异议商标与引证商标均核定使用在第25类“服装”等商品上，商品功能用途相同，属于类似商品。因此，被异议商标与异议人引证商标构成了使用于类似商品上的近似商标，商标局决定被异议商标不予注册。

**典型意义：**本案主要涉及商标近似的判断问题。本案中，被异议商标完整包含了在先引证商标的显著部分，且未形成明显有别于其他含义，要求商标代理人从商标构成、整体含义等方面论证商标近似，易使消费者产生混淆误认，对日后商标近似的判断具有参考作用。



品源知识产权  
**BEYOND**  
ATTORNEYS AT LAW

DECISION MAKING

因为专业 所以出色

# 决策



品源的实力和服务品质源于凝聚了一批  
熟知国内外知识产权案例，具有丰富的  
知识产权理论和实践经验的专业人士。  
品源的代理人和律师团队积累了丰富的  
国内、国际商标、专利、著作权、域名  
争议、反假冒、知识产权诉讼、特许证  
核等实战经验，并一直致力于为广大国  
内外客户提供最专业的、最高效的知识产  
权全方位服务。



专于心 • 精于业



## 品源俱乐部收官之旅 雪中飞扬嘉年华

**时**光飞逝，不知不觉就要和2017挥手告别；近日北京品源和天津品源俱乐部的年度收官之旅，都选择了“人气火爆”的滑雪运动！

伴随着2022年北京冬奥会的东风，滑雪爱好者迎来了春天！蓝蓝的白天，白皑皑的雪山，滑雪场宛如一条银白色的绸带嵌在天地之间，在阳光的照耀下闪现着耀眼的光彩，品源俱乐部的小伙伴们穿上雪靴，蹬上滑雪板，拿上雪仗，Let's go! 纷纷迫不及待的享受滑雪的乐趣！无论是风驰电掣的高级雪道，还是稳稳当当的初中级雪道，我的雪场我做主，天地之间只剩下小小的我，就算人仰板翻、雪滚汗流，刺激、快乐、新鲜的独特滑雪体验，都激励大家一次次重新再来！



滑雪嘉年华后，天津品源俱乐部的小伙伴整装齐发，继续开启温泉之旅！晚餐时间，饥肠辘辘的大家，看着一盘盘特色美食的农家菜，纷纷拿起筷子尽情品味美味佳肴！大快朵颐之后，稍加休息，三五人结伴而行就开启了泡温泉！进入温泉池，云雾缭绕，恰到好处的水温不仅消除了滑雪的疲惫，还让人顷刻投入到一种身心松弛的状态！在冬天的中天雪地中泡温泉，大家不仅看到了露天汤池的热气腾腾，也能感受阵阵北风，冰火两重天的极大反差让人感受别样的刺激！

不知不觉间，两天的收官之旅就接近了尾声，2017年，品源俱乐部带着大家赏四海八荒的十里桃花，游山水相依的青龙峡，玩水中冲浪的水魔方，聚超燃的青春狂欢HOMEPARTY……2018品源俱乐部继续带着大家一起游山玩水，让大家拥有诗与远方的生活！



## 北京总部

电话：010-6337 7188 传真：010-6337 7018  
 邮箱：info@boip.com.cn  
 地址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 6 层

## 国内分公司

上海分公司：  
 电话：021-61114626  
 邮箱：shanghai@boip.com.cn  
 地址：上海浦东新区祖冲之路 2277 号世和商务中心 1 号楼 903 室

广州分公司：  
 电话：020-87001700  
 邮箱：guangzhou@boip.com.cn  
 地址：广州市越秀区广州大道中 307 号富力新天地中心 C 栋 2702-2703

深圳分公司：  
 电话：0755-66824566 / 26657642  
 邮箱：shenzhen@boip.com.cn  
 地址：深圳市南山区高新南道风华科技大厦 301

东莞分公司：  
 电话：0769-38937887  
 邮箱：dongguan@boip.com.cn  
 地址：东莞市南城区元美路华凯广场 B 栋 1702-1703

青岛分公司：  
 电话：0532-55676759  
 邮箱：qingdao@boip.com.cn  
 地址：青岛高新技术产业开发区秀园路 1 号科创慧谷（青岛）科技园 D10-101 号楼

佛山分公司：  
 电话：0757-88753291  
 邮箱：foshan@boip.com.cn  
 地址：广东省佛山市禅城区石湾镇街道江湾三路 28 号自编 1 号楼第 4 层 402 房之十

苏州分公司：  
 电话：0512-87661566  
 邮箱：suzhou@boip.com.cn  
 地址：苏州工业园区现代大道星湖街路口乐嘉大厦 2522 室

无锡分公司：  
 电话：0510-83592583 0510-83591319  
 邮箱：wuxi@boip.com.cn  
 地址：无锡市惠山区政和大道 381 号慧谷创业园 A 区 8 号

西安分公司：  
 电话：029-65655112 029-65655122  
 邮箱：xian@boip.com.cn  
 地址：西安市雁塔区科技路 48 号创业广场 B 座 810b

天津分公司：  
 电话：022-24925166  
 邮箱：tianjin@boip.com.cn  
 地址：天津市东丽区华明高新区弘顺道科创慧谷 2 号楼 5 层

大连分公司：  
 电话：0411-39558256  
 邮箱：dalian@boip.com.cn  
 地址：辽宁省大连市高新园区亿达软件园 18 号楼 A 座 6A3 室

保定分公司：  
 电话：13641104309  
 邮箱：baoding@boip.com.cn  
 地址：河北省保定市竞秀区复兴中路 3108 号康泰国际 2-1409

昆山分公司：  
 电话：0512-57714116  
 邮箱：kunshan@boip.com.cn  
 地址：江苏省昆山市祖冲之南路 1699 号阳澄湖科技园 706 室

南京分公司：  
 电话：025-58760955  
 邮箱：nanjing@boip.com.cn  
 地址：南京市雨花台区玉盘西街 4 号绿地之窗 C-3 幢 319-320

## > 海外分支机构 Overseas Branches



纽约代表处：  
 电话：347-935-8012  
 邮箱：syin@boip.com.cn  
 地址：9213 51st Avenue, Elmhurst, NY11373 US

慕尼黑代表处：  
 电话：+49 (0)89 208 027 188  
 邮箱：munich@boip.com.cn  
 地址：Nymphenburger Strasse 4 80335 Munich, Germany

东京代表处：  
 电话：03-5847-8242  
 邮箱：tokyo@boip.com.cn  
 地址：〒103-0026 东京都中央区日本桥兜町 5-1 兜町第 1 平和大厦 3 层



骑行可以更轻松



ofo



品源知识产权  
BEYOND  
ATTORNEYS AT LAW



超越梦想一起飞..

CHINESE TRADITIONAL DELICACY DELICIOUS LEAD A PERSON TO

BINGGONGZHIFA

# 品源文化

- 品源价值观：信赖意味着责任
- 品源使命：让知识更有价值
- 品源愿景：成为受信赖的全球一流知识产权服务商
- 行动准则：以客户为中心，以奋斗者为本

